

Editorial

Autor(en): **Guldimann, Tim**

Objektyp: **Preface**

Zeitschrift: **Geschäftsbericht / Schweizerisches Nationalmuseum**

Band (Jahr): **131 (2022)**

PDF erstellt am: **22.07.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

<http://www.e-periodica.ch>

Editorial.

Nach dem Abklingen der Pandemie haben sich die Eintrittszahlen 2022 wieder positiv entwickelt. Das Landesmuseum Zürich und das Forum Schweizer Geschichte Schwyz konnten sich den Zahlen von vor der Pandemie annähern. Die Besuchendenzahlen im Château de Prangins, das im Rekordjahr 2021 in der Pandemie vom erhöhten Tourismus aus der Schweiz profitiert hatte, haben sich wieder eingependelt.

Für eine bessere Beurteilung unserer Arbeit dürfen wir uns aber nicht nur auf den physischen Besuch in den Museen beschränken, sondern versuchen, möglichst alle Bereiche einzubeziehen, wo unsere Museumsarbeit mit der Gesellschaft interagiert und wo wir Inhalt auf ganz verschiedenen, zunehmend digitalen Kanälen vermitteln: Website, Blog und App, virtuelle Führungen und virtuelle Rundgänge durch Ausstellungen, aber auch unsere Teilnahme an Konferenzen und Tagungen oder die Ausleihe von Objekten. In all diesen Bereichen können unsere Aktivitäten quantitativ erfasst werden, und fast überall, vor allem im digitalen Bereich, lässt sich ein erfreuliches Wachstum feststellen.

Damit wissen wir aber noch nicht, wie nachhaltig die Vermittlung unserer Inhalte ist. Dafür sollten wir diese Bereiche irgendwie gewichten. Aber selbst dann wissen wir immer noch nicht, ob und wie der von uns vermittelte Inhalt auf der anderen Seite den gewünschten Erfolg erzielt.

Für diese Frage lässt sich wie folgt vorgehen: Mit den eingesetzten Ressourcen produzieren wir das Angebot: Ausstellungen, Veranstaltungen, digitale Vermittlungsangebote etc. Ob und wie dieses angenommen wird, zeigt sich bei der Anzahl Besuchender, in der Teilnahme an Veranstaltungen, in Klicks im Internet etc. Dieses Resultat lässt sich zwar messen, es zeigt uns aber noch immer nicht, was am Schluss beim Publikum ankommt und verankert bleibt. Deshalb versuchen wir, diesen tatsächlichen Erfolg mit dem Aufwand an Ressourcen in direkte Verbindung zu setzen.

Diese Überlegungen erlauben uns zwei Folgerungen: Erstens können wir die Anzahl Besuchende als primären Erfolgsmesser relativieren, und zweitens kann uns insbesondere die Publikumsforschung weiterhelfen, die wir 2021 im Château de Prangins begonnen und 2022 im Forum Schweizer Geschichte Schwyz fortgeführt haben. Wir werden sie auf das Landesmuseum ausdehnen und Wirkungsanalysen im digitalen Bereich verstärken. Das wird uns erlauben, die tatsächliche Wirkung unserer Arbeit besser zu verstehen und ihre Qualität und Relevanz für die Gesellschaft zu dokumentieren.

Ich danke allen Beteiligten – und es sind viele –, die diese Qualität durch ihre kompetente Arbeit erzielt haben.

Tim Guldemann
Präsident des Museumsrats