

Medienmitteilung (25. Januar 2022)

Schweizer Museumsqualität exportiert

Trotz pandemiebedingten Herausforderungen verzeichnete das Museum für Kommunikation im vergangenen Jahr über 80'000 Besuche. Gleichzeitig exportiert das Museum seine Inhalte bis ins Ausland. Vor allem die Berner Formel, das Vermittlungsformat mit den Gastgeber:innen in der Ausstellung, stösst auf grosses Interesse bei anderen Museen. Hochaktuell ist auch das nächste Projekt – es dreht sich um die ökologische Krise.

Bei einem Rückblick auf das Museumsjahr kommt man einmal mehr nicht um Corona herum: Das Museum für Kommunikation war zwei Monate geschlossen, darauf folgten Begrenzungen der Besuchszahlen und lange Schlangen vor dem Museum. Das Museumscafé blieb dreieinhalb Monate zu, die Museumsnacht fand erst im Herbst statt – in deutlich reduziertem Umfang.

Weil diese Geschichten bestens bekannt sind, fokussieren wir für einmal auf die guten Nachrichten: Das Museum für Kommunikation konnte trotz den herausfordernden Bedingungen im letzten Jahr über 80'000 Besucher:innen empfangen. Auch die Besuchszahlen der aktuellen Ausstellung liegt über den Erwartungen: SUPER – Die zweite Schöpfung, eine überraschende Kombination aus Schauspiel und Ausstellung, verzeichnet bereits über 50'000 Besuche. Sie ist noch bis am 10. Juli 2022 zu sehen.

Ausstrahlung bis ins Ausland

Das erfolgreiche Wirken des Museums wird mittlerweile weitherum wahrgenommen. So hat sich die sogenannte Berner Formel mit den Gastgeber:innen in der Ausstellung zu einem interessanten Exportprodukt entwickelt. Die Kommunikator:innen gehen im Museum für Kommunikation individuell auf die Gäste ein, führen Diskussionen, beantworten Fragen und laden zur Partizipation ein. Diese persönliche Note beim Museumsbesuch begeistert nicht nur das Publikum. Diverse Museen aus dem In- und Ausland haben sich dazu weiterbilden lassen. Dazu gehören Häuser in Holland, Österreich oder Deutschland, wie beispielsweise das Deutsche Museum in München mit jährlich rund einer Million Besucher:innen. In Seminaren und Schulungen lernen diese Museen einen direkteren Zugang zu ihrem Publikum kennen und erweitern so ihre Perspektiven. Das Museum für Kommunikation will damit dazu beitragen, dass Museumsbesuche auch anderswo dialogischer und persönlicher werden.

Ein internationaler Erfolg ist auch der Weiterverkauf einer Eigenproduktion des Museums aus dem Jahr 2018: Die unkonventionelle Ausstellung *Sounds of Silence* zum Thema Stille wird nun von Ende 2023 bis Sommer 2024 in Paris zu sehen sein. Die Universcience mit jährlich fast drei Millionen Besuchen übernimmt die Ausstellung. Schweizerqualität ist auch im Bereich der Museologie gefragt.

Nachhaltige Weiterarbeit

Auf dem Erreichten ausruhen, will sich das Museum nun aber keinesfalls. Bereits stehen die nächsten Herausforderungen an. Es soll ein hybrides Museum entstehen, das sowohl vor Ort als auch digital besucht werden kann. Mit ersten Ergebnissen ist gegen Ende 2022 zu rechnen.

Auch mit dem nächsten Ausstellungsprojekt bleibt das Museum für Kommunikation am Puls der Zeit. *Planetopia – Raum für Weltwandel* befasst sich mit der Umweltkrise und sucht neue Wege für die grösste Herausforderung unserer Zeit. Dafür verlässt das Museum auch seine gewohnten Pfade und arbeitet noch partizipativer. Mit diversen Veranstaltungen und Pop-Ups verdichtet das Projektteam die Erkenntnisse und lässt sie in die Ausstellung (12.11.2022 – 23.7.2023) einfließen. Dass dabei auch das Museum nachhaltiger werden muss, ist die logische Konsequenz dieses Projektes.

•••

...

Kontakt

Museum für Kommunikation
Nico Gurtner
Leiter Marketing & Kommunikation

Tel. 031 357 55 14
n.gurtner@mfk.ch

Medienbilder – freier Download unter www.mfk.ch/medien/