

PRESSEINFORMATION

RELAUNCH DER MARKE PINAKOTHEK DER MODERNE

PRESSEKONFERENZ | 24. JANUAR 2019, 11.00 Uhr

Pinakothek der Moderne | Temp II

mit

Dr. Angelika Nollert, Die Neue Sammlung – The Design Museum

Prof. Dr. Andres Lepik, A.M. Architekturmuseum der TUM

Prof. Dr. Bernhard Maaz, Sammlung Moderne Kunst der Bayerischen Staatsgemäldesammlungen
und Dr. Michael Hering, Staatliche Graphische Sammlung München

Anlässlich ihres 15-jährigen Bestehens im Jahr 2017 hat die neue Generation der vier Direktoren der Pinakothek der Moderne einen zukunftsweisenden Strategieprozess initiiert und im Dezember 2018 eine neue Gesamtstrategie verabschiedet. Die Pinakothek der Moderne präsentiert sich ab sofort mit neuem Markenlogo und einer eigenen Digital-Plattform.

2017 haben sich die vier Direktoren Dr. Angelika Nollert (Die Neue Sammlung – The Design Museum), Prof. Dr. Andres Lepik (A.M. Architekturmuseum der TUM), Prof. Dr. Bernhard Maaz (Sammlung Moderne Kunst der BStGS) und Dr. Michael Hering (Staatliche Graphische Sammlung München) das Ziel gesetzt, die Pinakothek der Moderne in Hinblick auf ihre Zukunftsfähigkeit zu überprüfen und weiterzuentwickeln.

Dank einer externen Strategieberatung – ermöglicht durch die Stiftung der Pinakothek der Moderne – konnte eine umfassende Markt- und Struktur-Analyse vorgenommen und darauf aufbauend eine neue Gesamtstrategie für das gemeinsame Haus erarbeitet werden. Das neuformulierte Selbstverständnis der „Vierfältigkeit“ als transdisziplinäre Programmatik sowie sammlungsübergreifende Haltung fokussiert den einzigartigen Mehrwert des Hauses.

Die vier eigenständigen Museen verstehen sich innerhalb der Pinakothek der Moderne als Teil dieses transdisziplinären Ganzen, das größer ist als die Summe seiner Teile. Dies macht die Institution im nationalen wie internationalen Vergleich singulär.

Die vier Museen zusammen sind die Pinakothek der Moderne, die zukünftig über ihre Einzelhäuser hinaus noch stärker als lebendige Gesamtinstitution wahrgenommen werden will. Dazu erfolgen in einem ersten Schritt die Entwicklung einer neuen eigenständigen visuellen Identität für die Pinakothek der Moderne sowie die Lancierung einer eigenen Plattform im digitalen Raum – ermöglicht durch die Stiftung Pinakothek der Moderne und PIN. Freunde der Pinakothek der Moderne.

In dem neu entwickelten Markenlogo verbinden sich der Bezug zum Haus sowie zu den vier Einzelmuseen. Die asymmetrische Dynamik vermittelt darüber hinaus die Dimension von etwas Fünftem. An vielen Stellen ist das neue Logo bereits zu sehen, so u.a. im neuen Programmheft und Orientierungsplan und in den Merchandisingprodukten im Museumsshop. Die Klarheit der neuen Corporate Identity sorgt für eine neue Sichtbarkeit der Pinakothek der Moderne als Institution und starke internationale Museumsmarke. Die Einführung der neuen Corporate Identity wird von einer Kampagne begleitet, welche die Grundidee, die sich bereits im neuen Markenlogo wiederfindet, weiterführt: Ein Haus, 4 Museen.

Mit dem Launch der Website www.pinakothek-der-moderne.de am 24. Januar 2019 erhält die Institution erstmalig eine hauseigene Online-Plattform. Diese soll das Museumserlebnis der Besucher in den digitalen Raum verlängern: mittels digitaler Inszenierung des interdisziplinären Gedankens und Entwicklung von entsprechenden virtuellen Inhalten. Eine Besonderheit in diesem Zusammenhang ist der Bereich „Erlebnis+“, der das Spannungsfeld zwischen den vier Disziplinen durch Vermischen oder einer gegenseitigen Bezugnahme erlebbar machen soll. Die auf der Website präsentierte Besucher-Orientierung stellt für die Pinakothek der Moderne die Voraussetzung für einen zeitgemäßen Dialog und eine moderne Form der Kunstvermittlung dar.

Darüber hinaus wird ab 2019 die Rotunde regelmäßig alternierend mit einem ortsspezifisch geschaffenen Werk bespielt: als Ausdruck von Offenheit und Vielfalt sowie zur Belebung des Eingangsbereiches und letztlich für ein (immer wieder) überraschendes Besuchserlebnis. Zum Auftakt zeigt die Neue Sammlung – The Design Museum ab Mai 2019 bis Februar 2020 die Installation „Pendulum“ des Licht-Designers Ingo Maurer. Ab 2020 werden daran anschließend Projekte der Sammlung Moderne Kunst der Bayerischen Staatsgemäldesammlungen, der Staatlichen Graphischen Sammlung München und des Architekturmuseums der TUM folgen.

Das neue Markenlogo, die Corporate Identity und die Website wurden von der Münchener Agentur für digitale Kommunikation und Marketing schalk&friends (www.schalk-and-friends.de) entwickelt, die nach einem zweistufigen Wettbewerb den Zuschlag für die Entwicklung des neuen visuellen und digitalen Auftritts erhielt.

Der Strategieprozess wurde von der Berliner Strategieberaterin Kerstin Gold, Strategieberatung im Kunstmarkt (www.kerstinggold.com), die sich in einem Auswahlprozess für diese anspruchsvolle Aufgabe qualifizierte, strukturiert und moderiert.

Die vier Direktoren der Pinakothek der Moderne danken der Stiftung Pinakothek der Moderne (www.stipimo.de) für die Finanzierung des Strategieprozesses und die mit PIN. Freunde der Pinakothek der Moderne (www.pin-freunde.de) gemeinsame Finanzierung von Logoentwicklung und Website sowie für die personelle Unterstützung bei diesem Prozess.

WEITERE INFORMATIONEN

Jana Walter M.A.

Digitale Kommunikation Pinakothek der Moderne

T +49 (0) 89 272 725-348

jana.walter@pinakothek-der-moderne.de

www.pinakothek-der-moderne.de

Tine Nehler M.A.

Leitung Presse & Kommunikation

Pinakotheken | Pinakothek der Moderne | Bayerische Staatsgemäldesammlungen

T +49 (0)89 23805-122

presse@pinakothek.de

www.pinakothek-der-moderne.de/presse