

MU

Muzej za
umjetnost i obrt
Museum of Arts
and Crafts

Tržište

U 2010. godini Muzej za umjetnost i obrt obilježit će veliku i važnu obljetnicu – 130 godina svoga postojanja i rada. Svoju tržišnu marku MUO je gradio kroz dugu i bogatu povijest, koju je obilježilo obogaćivanje muzejskog fonda i njegovo prezentiranje najširoj javnosti kroz kvalitetne izložbene programe. Razvijanje svih oblika suradnje s brojnim muzejskim i drugim institucijama u zemlji i inozemstvu kroz razriješenu ili zajedničku produkciju izložbenih projekata, veliki odziv publike, kao i sustavno razvijanje suradnje i brojnih partnerstava u poslovnom svijetu, omogućili su kvalitetniju produkciju muzejskih programa i značajno su pridonijeli afirmiranju MUO kao savremene muzejske institucije.

Sustavnom primjenom novih znanja i tehnologija u sveukupnom funkcioniranju Muzeja za umjetnost i obrt, u proteklom razdoblju postignut je niz pozitivnih rezultata koji su značajno utjecali na pozicioniranje Muzeja u okruženju kao ozbiljnog i odgovornog partnera i na uspješnost muzejskih kulturnih proizvoda na tržištu. Uključivanje kulturnih proizvoda u ukupnu turističku ponudu i potražnju od velikog je značenja kako za kulturu tako i za turizam. U ostvarivanju temeljne misije muzeja i marketinškim strategijama plasmana kulturnih proizvoda na hrvatsko i europsko tržište, muzejski ciljevi kreću se od promocije bogatog muzejskog fonda, proširivanja tradicionalne turističke ponude novim sadržajima, daljnjeg pozitivnog promaknuća branda MUO na tržištu, promaknuća postojećih i stvaranja novih oblika partnerstava do ostvarivanja vrlo specifičnih poslovnih interesa – socijalnih, kulturnoloških i profitnih. Plasan muzejskih programa danas je strateški okrenut prema hrvatskom i europskim tržištima, a u strukturi brojne muzejske publike koja u godišnjem prosjeku broji od 100.000 do 150.000 posjetitelja, značajno mjesto pripada segmentu mlade populacije.

Dostignuća

Srednjeni događaj u obilježavanju 130. obljetnice MUO u 2010. godini bit će veliki kulturnološki projekt: *Art deco / umjetnost u Hrvatskoj između dva rata*, koji će biti kruna sjajnih, do sada realiziranih projekata, koji su bili najbolja promocija pojedinih stilskih i umjetničkih razdoblja hrvatske nacionalne kulturne povijesti – *Bauhaus* u



Hrvatskoj: *Od svogdana do bogađana: Barok u Hrvatskoj*; *Fotografija u Hrvatskoj (1848-1951)*; *Biedermeier u Hrvatskoj*; *Historicizam u Hrvatskoj*; *Secesija u Hrvatskoj*, kao i izložba *Skriveno blago MUO* koja je organizirana povodom 125. obljetnice postojanja MUO (2005.). Iznimna kompleksnost u prezentaciji ovih istraživačkih, stručnih i znanstvenih projekata MUO, kao i brojne druge izložbe koje su rezultat rada muzejskih stručnjaka i velikog broja vanjskih suradnika, ili međunarodne suradnje – *Skandinavski dizajn*; *Leonardo da Vinci: Atlantski kodeksi*; *Tapiss Wilkink*; *Rembrandt: grafike* – ostale su u memoriji brojne publike iz zemlje i inozemstva koja se brojala u desetima tisuća.

Navedena dostignuća i aktualni primjeri potvrđuju već poznatu činjenicu o liderstvu Muzeja za umjetnost i obrt u sustavnoj primjeni savremenih metoda u komunikaciji institucije s okruženjem i realizaciji raznovrsnih izložbenih projekata, od kojih su neki poput *Secesije u Hrvatskoj* proglašeni kulturnim događajem godine i srušili rekorde posjećenosti izložbi – više od 100.000 posjetitelja u razdoblju od 5 mjeseci. Ovaj izložbeni projekt je i najuspješniji izvorni hrvatski kulturni proizvod, koji je nakon gostovanja u Italiji (Gorizia) i u Pragu tijekom 2006. godine proglašen kulturnim događajem ljetne sezone.

Povijest

Muzej za umjetnost i obrt utemeljilo je 1880. godine Društvo umjetnosti kao „zbirka uzoraka za majstore obrtnike i umjetnike“, i jedna je od prvih institucija takve

vrste u Europi. Osnovan na teorijskoj osnovi pokreta Arts and Crafts i uvažavanju tradicije engleskih „velikih izložbi“ i tradicionalnih vrijednosti narodnog obrta, Muzej je trebao biti mjesto iz kojeg će se crpiti znanja za proizvodnju predmeta svakodnevne upotrebe, ali i tzv. čiste umjetnosti. U tu svrhu je osnovana i Obrtna škola, danas Škola za primijenjenu umjetnost i dizajn.

Od inicijalnih postavki svojih osnivača pa do danas, Muzej se razvio u jednu od temeljnih nacionalnih institucija s najbogatijim i najvećim fondusom predmeta lijepih i primijenjenih umjetnosti, u vremenskom rasponu od 14. do 21. stoljeća. Bogate muzejske kolekcije – namještaj, keramika, slikarstvo, staklo, metal, moda i modni pribor, fotografija i fotografska oprema, grafika, satovi, arhitektura, glazbeni instrumenti, skulptura, bjelokost, oslikana i pozlačena koža, grafičko i produkt dizajn, tiskarstvo i knjigoveštvo – broje više od 100.000 predmeta.

Dio fonda izložen je u stalnom postavu koji se proteže na više od 2.000 m² izložbenog prostora i uključuje oko 3.000 predmeta iz muzejskih kolekcija. Organiziran kao slijed stilskih razdoblja, kroz povijesne mijene umjetničkih stilova, stalni postav MUO pruža uvid u razvoj umjetničke i obrtničke produkcije i prati razvoj tehnoloških postupaka od gotike do savremene umjetnosti.

Izložbene dvorane u prizemlju Muzeja – više od 1.200 m² muzejskog prostora – namijenjene je povremenim izložbama, od tematskih, temeljenih na vlastitom fonda i kulturnološkom pristupu baštini, do monografskih, retrospektivnih i problematskih (primjerice, fotografske izložbe, izložbe dizajna i arhitekture).

Proizvod

Prepoznatljivosti i ugledu Muzeja u hrvatskoj i europskoj kulturnoj javnosti doprinijeli su bogatstvo muzejskih kolekcija iz kojih je generiran stalni postav kao i brojne značajne likovne izložbe i veliki istraživački kulturnološki projekti hrvatske i svjetske baštine. Kvalitetno komuniciranje muzejskih projekata ili kulturnih proizvoda prema različitim tržišnim segmentima te sustavna kreativna komunikacijska strategija u ponudi tih proizvoda turističkim i ostalim tržištima pozicionirali su MUO kao neizostavnu destinaciju u „konzumiranju“ kvalitetnih kulturnih proizvoda.

Priprema svakog novog projekta ujedno je analiza i unapređivanje strategija prema profilu novog kulturnog proizvoda. Profil svakog novog projekta (primjerice, izložbe dizajna, keramike, slikarstva, grafike i sl.) određuju i marketinške strategije. Brojna publika koja posjećuje



Muzej zadovoljava svoje potrebe za takvom vrstom proizvoda. Od posebnog su značenja za daljnji razvitak institucije produkcija kvalitetnih programa, razvijanje međuinstitucionalne suradnje i strateških partnerstava, kako u umjetničkom stvaralaštvu i razmjeni projekata, tako i u razvijanju postojeće i stvaranju nove sponzorske suradnje s društveno odgovornim kompanijama.

Istovremeno, Muzej i njegovi otvoreni i zatvoreni prostori – restoran, terase, atrij i izložbene dvorane – afirmirali su se kao idealno mjesto za održavanje brojnih koncerata, promocija, prezentacija, evenata najšireg profila, za brojne umjetničke organizacije, izdavačke kuće i sponzore muzejskih programa. Za svoju publiku i partnere Muzej je u mogućnosti ponuditi raznovrsne programe, ali i svjete za realizaciju tih programa.

Nedavni razvoj

Organizacija ove muzejske institucije po načelima uspješnih tržišnih subjekata je imperativ vremena s jasno definiranim misijom organizacije u okruženju.

Uz visoko postavljene stručne i znanstvene standarde ukupne umjetničke produkcije ovog Muzeja, koji čine temelj svakog daljnjeg razvoja, primjena marketinške filozofije u praćenju promjenjivih potreba i želja naših posjetitelja za kvalitetnom kulturnom ponudom, prilagođavanje profila kulturnog proizvoda potencijalnim korisnicima, kontinuirano poboljšanje komunikacije s javnošću, širenje lepote usluga i suvremenih metoda distribucije kulturnih proizvoda, posebice njegova turistička valorizacija, trajna je orijentacija na dugoročnoj osnovi za daljnje pozitivno pozicioniranje Muzeja za umjetnost i obrt.

U proteklom razdoblju Muzej je razvio iznimnu međunarodnu suradnju s brojnim muzejskim i drugim institucijama na razmjeni ili zajedničkoj produkciji različitih projekata iz više europskih zemalja: Italija, Austrija, Češka, Velika Britanija, Norveška, Švedska, Finska i Danska.

Brojni poslovni partneri, najuglednije hrvatske i inozemne kompanije kao VIPnet, T.com, Zagrebačka banka, Europlakat, Croatia osiguranje, Peugeot, Generali osiguranje, Olympus, Belupa, Medika, Ericsson Nikola Tesla, INA i brojne druge, različitim su oblicima sponzorske suradnje pomogli u kvalitetnoj produkciji muzejskih programa i svelike su utjecali na pozitivno promaknuće branda Muzeja u poslovnom svijetu.

Promocija

U vrlo kompleksnim pripremama muzejskih programa i njihovoj realizaciji kao i plasmanu najširoj javnosti – tržištu – od iznimnog je značenja bogata suradnja s tiskovnim i elektroničkim medijima u promociji brojnih izložbi i drugih događanja.

Veške kulturno-školske izložbe, čija je produkcija najvećim dijelom bazirana na muzejskom fondusu, ili izložbe koje su rezultat uspješne međunarodne kulturne suradnje, u svojim strateškim ciljevima, među ostalim, imaju visoko postavljene kriterije stručnog i znanstvenog digniteta institucije i očuvanja ukupne kulturno-povijesne baštine Republike Hrvatske. U nastojanju da se promoviraju muzejske izložbe, te da se naglasi značenje edukacije i popularizacije muzejskih programa najširoj publici, korišteni su svi raspoloživi mediji i metode, a posebno uspješnima pokazale su se nacionalne promotivne kampanje na bilboard i city light plakatima.



koje su u velikoj mjeri pomogle promociji kao i posjećenosti muzejskih programa. Medijska pokroviteljstva i različiti oblici promocije pojedinih programa, suvremene tehnološke metode i sredstva u promociji (Internet, Mobile Exhibition Guide – vodstvo na izložbama pomoću mobitela), brojni popratni programi uz izložbe, kreativne radionice za djecu i odrasle, višeznačna stručna vodstva po izložbama, rezultirali su velikim odazivom publike i potvrdili značenje kreativne promocije muzejskih programa za njihov uspjeh na tržištu.

Vrijednosti robne marke

Visoka razina kvalitete kulturnih projekata, njihova stručna i znanstvena utemeljenost, duga i bogata povijest ove institucije i vrijednost muzejskih kolekcija te suvremene metode komuniciranja muzejskih programa najširoj javnosti, doprinijeli su prepoznatljivosti kvalitete branda MUO u zemlji i inozemstvu, i značajno su utjecali na reaffirmiranje hrvatske kulture uopće. Istovremeno, brojne donacije vrijednih umjetnina u proteklom razdoblju (Turikan, Lentić, Sesvečan...), obogatile su muzejske kolekcije i potvrdile značenje očuvanja, zaštite i prezentiranja kulturne baštine.

Sve zahtjevnija muzejska publika s vrlo specifičnim potrebama za kulturnom ponudom uopće, u Muzeju za umjetnost i obrt sigurno će zadovoljiti i svoju potrebu za kvalitetnim suvenirima. Otvoren 2005. godine uz izložbu *Secesija u Hrvatskoj*, *Museum shop* se za kratko vrijeme afirmirao na tržištu kvalitetom svoje ponude i postao nezaobilaznim odredištem za odabir kvalitetnih suveniru, prigodnih i poslovnih darova. Bogatstvo muzejskih zbirki i kvalitetan i raznovrstan izložbeni program neiscrpan su izvor inspiracije za umjetnike, dizajnere, obrtnike i brojne druge pojedince i tvrtke koji su partneri Muzeja u produkciji kvalitetnog i vrijednog suveniru, koji će zadovoljiti širok raspon potreba – od suveniru za djecu



do najrafiniranih poslovnih darova.

Iznimna aktivnost MUO u proteklom razdoblju, te strategija budućeg razvoja koja daje jasne odgovore na temeljna pitanja: što je proizvod kulture, čime je determiniran i definiran, koje je njegovo tržište, cijena, i tko su njegovi konzumenti, te stvaranje strateških partnerstava u zemlji i inozemstvu u funkcioniranju i produkciji muzejskih projekata, predujeli su daljnje uspješno razvoja i rada Muzeja za umjetnost i obrt i ostvarivanja misije muzeja u okruženju.

www.muohr

JESTE LI ZNALI...

Muzej za umjetnost i obrt

- Historičistička palača Muzeja za umjetnost i obrt, djelo arhitekta Hermana Boldea – sagrađena je za samo tri godine (1887.-1890).
- Obrtna škola, osnovana 1882. godine, i danas funkcionira u desnom kraku zgrade pod nazivom Škola za primijenjenu umjetnost i dizajn.
- MUO je jedan od najstarijih europskih muzeja primijenjenih umjetnosti s više od 100.000 vrijednih predmeta lijepih i primijenjenih umjetnosti.
- Tapiserija Zrak i voda izložena u dvorani rokokoa u stalnom postavu, izvedena je oko 1700. godine u briselskoj tiskarnici Pietra van der Heda.
- U dvorani rokokoa izložen je i skulpturalno oblikovani stojeći sat od pozlaćene bronce, izveden u Francuskoj oko 1785. u spomen prvog leta balonom braće Montgolfier.
- Slika *Digeres-Flumineum Quere*, Rembrandtova učenika Jana Victorsa, Nizozemska XVII stoljeće, izložena je na Galeriji baroknog slikarstva.
- Iznimno vrijedan predmet je pladanj *Trijumf Boldea / Arjade* od pozlaćenog srebra, čuvenog engleskog majstora Paula Storra, izrađen u Londonu 1815.
- U stalnom postavu izložena je čaša s motivom „šahovnice“ nastala oko 1848. godine u osrednjoj staklani.
- Specijalizirana muzejska knjižnica za umjetnost i obrt posjeduje bogati fond od 65.000 svezaka.
- *Museum shop* u svojoj ponudi ima preko 800 različitih suveniru i replika, uporabnih i dekorativnih predmeta.

