

PRESSEMITTEILUNG

Oldenburg, den 24. August 2022

**Landesmuseum Natur und Mensch strahlt mit neuem Erscheinungsbild**

Ein Design als frisch-freundliche Einladung zum Entdecken.

**Oldenburg.** In den vergangenen zwei Jahren ist gemeinsam mit der Berliner Agentur polyform eine prägnante Museumsmarke für das Landesmuseum Natur und Mensch Oldenburg entstanden. Alle einladen, mehr zu verstehen – so fasst das Museum seine Mission zusammen. Das neue Corporate Design zeigt mit Klarheit und Farbvielfalt das Natur und Mensch als Ort der Faszination und des sinnlichen Entdeckens. Der neue Look zeigt sich nun mit einer einladenden Webseite, im Leitsystem und in allen neu entstehenden Produkten.

Das Design ist lebendig und farbig. Die Wortmarke als Logo kommuniziert die Inhalte einfach, klar und direkt, „natur und mensch“ steht im Mittelpunkt. Der Absender „landesmuseum oldenburg“ steht vertikal daneben und nimmt somit eine zweite Ebene ein. Die Schrift „Faible“, gestaltet von dem Designer Moritz Kleinsorge, macht aus „Spaß“ wieder „Funktional“. Sie wirkt durch die runden, offenen Formen einladend und freundlich, ist barrierefrei und funktioniert gut sowohl im Raum als auch in Print und digitalen Medien. Das Farbspektrum beinhaltet kräftige dunklere sowie zartere hellere Farben, um optimale Lesbarkeit und interessante Kontraste zu ermöglichen. Abstrakte freundliche Figuren, deren Grundelemente aus der Schrift abgeleitet sind, ergänzen die Piktogrammsprache um wandelbare Charaktere.

„Ich bin begeistert von der Erneuerung! Mit unserem diversitätssensiblen Erscheinungsbild tragen wir unseren Imagewandel nach außen. Wir sprechen nun endlich auch optisch die Einladung aus, das Museum und seine Sammlungen zu entdecken. Viel Energie haben wir auch darin investiert, Barrieren aufzuspüren. Der Grundstein ist gelegt, wir werden weiter daran arbeiten und immer besser werden“, sagt Museumsdirektorin Dr. Ursula Warnke.

Das Natur und Mensch befindet sich mitten in einem Change-Prozess zur Öffnung für Vielfalt. Er wirkt in alle Bereiche des Museums und wird für vier Jahre gefördert im Programm „360° - Fonds für Kulturen der neuen Stadtgesellschaft“ der Kulturstiftung des Bundes. Der Change-Prozess ist mit der Entwicklung des neuen Corporate Designs eng verzahnt. Dies zeigt sich beispielsweise darin, dass gezielt Personen mit jeweils unterschiedlichen Diversitätsmerkmalen um Evaluation des Leitsystems gebeten wurden und eine Bildsprache gewählt wurde, die auf die Reproduktion von Klischees verzichtet.

## PRESSEMITTEILUNG

Das erstmals zweisprachige Leitsystem ist eigenständig und gut sichtbar. Die blauen Schildkörper aus Schichtholz mit kontrastreicher weißer Typografie setzen sich von der immersiven Gestaltung der Dauerausstellung ab und stärken die Zusammengehörigkeit der vielfältigen räumlichen Situationen. Die Kommunikation der Nutzungsbereiche als Schema passte sehr gut zur inhaltlichen Belegung der Gebäudeteile: Sonderausstellungsräume, Mineraliengewölbe, Auditorium, Shop und Open Space Bereich in einem, die Dauerausstellung auf drei Etagen mit Vivarium im Untergeschoss im anderen Teil, verbunden durch einen Trakt mit Empfangstresen.

Ein weiterer wichtiger Baustein für den Markenauftritt ist die inhaltlich und gestalterisch überarbeitete barrierefreie Website. Großzügige und plakativ gestaltete Teaser empfangen die Besucher:innen auf der Startseite und machen neugierig auf die thematische Vielfalt für ganz unterschiedliche Zielgruppen. Klar strukturierte und ansprechend formulierte Überschriften bieten Orientierung und einfachen Zugang. Die Navigation beinhaltet neben der Besuchsinformationen und der Vorstellung der Ausstellungsbereiche auch den neuen Bereich „Themen“. Hier sind Hintergrundinformation zum Engagement des Natur und Mensch in der Gesellschaft zu finden. Aktuelle Diskurse wie Klimawandel, Digitalisierung oder die Herkunft der Sammlungen werden hier thematisiert. Storytelling-Module ergänzen die Ausstellungsbereiche und erzählen auf spielerische und unterhaltsame Art interessante Geschichten hinter den Objekten. So können die Nutzer:innen das Museum bereits digital besuchen.

Der Look ist neu, der Name des Museums ist geblieben. Änderungen wurden diskutiert und aus gutem Grund verworfen: „Natur und Mensch zeigt in drei Worten einfach, klar und direkt, worum es bei uns geht: um Natur in all ihren faszinierenden Facetten, um den Menschen, seine Geschichte und seine Zukunft und vor allem um das, was dazwischen passiert“, sagt die stellvertretende Direktorin Dr. Christina Barilaro.

Neuerdings begleitet eine unabhängige Bildmarke das neudesignte Logo. „Die Bögen“ finden ihren Ursprung in den Zwischenräumen der Buchstaben „n“ (natur), „u“ (und) und „m“ (mensch) und sollen für die Verbindung von Gegensätzlichem und Fremden und dem Aufbrechen von Starrem stehen.

## PRESSEMITTEILUNG

### **Presseabbildungen:**

Sie finden die Presseabbildungen zum Download im Pressebereich der Webseite:

<https://www.naturundmensch.de/presse>

1\_Der neue Look lädt Museumsbesuchende ein. Foto: Landesmuseum Natur und Mensch

2\_Die eigenständige Bildmarke ergänzt im neuen Corporate Design das Logo des Natur und Mensch. Foto: Landesmuseum Natur und Mensch

3\_ Mit Vielfalt in Farbe und Form werden die Themen des Natur und Mensch kommuniziert. Montage. © polyform Berlin

4\_Die einladende Webseite mit neuer Struktur und neuem Layout. Montage © polyform Berlin

### **Pressekontakt:**

Lena Nietschke

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit | Public Relations

T +49 441 40570 306

F +49 441 40570 399

[presse@naturundmensch.de](mailto:presse@naturundmensch.de)

Landesmuseum Natur und Mensch Oldenburg

Niedersächsische Landesmuseen Oldenburg

Damm 38-46

26135 Oldenburg