



# **AUF STAHLKUFEN DURCH DEN EISKANAL**

**OLYMPIA BOB RUN MUSEUM  
ST.MORITZ – CELERINA**

**JULI 2016**

## Inhaltsverzeichnis

- 1 Management Summary
- 2 Ausgangslage
- 3 Zielpublikum
- 4 Alleinstellungsmerkmale
- 5 Botschaft
- 6 Partnerschaften
- 7 Besucherangebote
- 8 Run of Fame
- 9 Die Angebote im Museum
- 10 Bobsport Aktuell (Sonderausstellung)
- 11 Room of Fame
- 12 Bobkurve
- 13 Bobsimulator
- 14 Veranstaltungs- und Apéroraum
- 15 Gestaltung mit Materialien und Farben
- 16 Betrieb
- 17 Werbung und Kommunikation
- 18 Kosten Ausstellung
- 19 Finanzierung der Ausstellung
- 20 Kosten Betrieb
- 21 Erträge Betrieb
- 22 Weiteres Vorgehen
- 23 Präsentation  
Museumsfabrik; Kilian T. Elsasser  
undProduktionen GmbH; Daniel Simmen
- 24 Impressum

## 1. Management Summary

Das Olympia Bob Run Museum mit dem Run of Fame und der Ausstellung in Celerina befindet sich am Ort der ersten Bob Run der Welt, dem Gründungsort des ältesten Bobclubs der Welt und besitzt eine der wichtigsten Sammlungen der Bobgeschichte weltweit. Die Sammlung umfasst Artefakte von den Anfängen des Bobsports bis heute.

Das Besucherangebot besteht aus zwei Hauptteilen dem Run of Fame vom Zentrum von St. Moritz dem Bob Run entlang nach Celerina und der Ausstellung in Celerina. Der Run of Fame orientiert an den Originalschauplätzen über die International Bobsleigh und Skeleton Federation ISBF, den Bob Run und die bisherigen Weltmeister. Die Ausstellung in Celerina erzählt die Geschichte des Bobsports. Auf einem Bobsimulator können die Besucher und Besucherinnen verschiedene Bobbahnen testen.

Das Olympia Bob Run Museum ist im Engadin ein ideales und wenig vorhandenes Schlechtwetterprogramm. Vom Potential des Themas, einem spielerischen Zugang und der Anzahl der Touristen im Engadin sollte es möglich sein, jährlich mehr als 2'000 Besucher zu generieren. Ein wichtiges unausgeschöpftes Potential sind Schulklassen. Nicht gezählt werden können die Besucher und Besucherinnen, die dem Run of Fame entlang spazieren.

Die Erneuerung der Ausstellung und der Run of Fame kosten CHF 360'000.-. Ein Teil der Investition wird durch die öffentliche Hand sichergestellt. Das Thema und die Attraktivität der Ausstellung ermöglichen es wesentliche Teile der Ausstellung durch Sponsoren und Gönner zu finanzieren. Für eine nachhaltige Bewirtschaftung des Museums braucht es eine jährlich wechselnde Sonderausstellung und regelmässig stattfindende Events. Für die Finanzierung des Betriebs von CHF 90'000.- braucht es drei Standbeine. Der Verein finanziert die Hälfte der Betriebskosten über einen Gönnerverein. Einen Drittel finanziert die öffentliche Hand und mit einem Sechstel tragen die Einnahmen des Betriebs für ein ausgeglichenes Budget bei. Mit zwei Dritteln Eigenfinanzierung und einem Drittel der Finanzierung durch die öffentliche Hand, hat das Museum einen sehr hohen Eigenfinanzierungsgrad.





## 2. Ausgangslage



Das bestehende Bobmuseum in Celerina befindet sich im Kindergarten im obersten Stock. Die Grundfläche beträgt rund 150 m<sup>2</sup>. Die Ausstellung wurde vor längerer Zeit eingerichtet und ist in die Jahre gekommen. Sie ist im Stil eines Heimatmuseums voll faszinierender Objekte gestaltet, das sich nur über Führungen erschliesst.

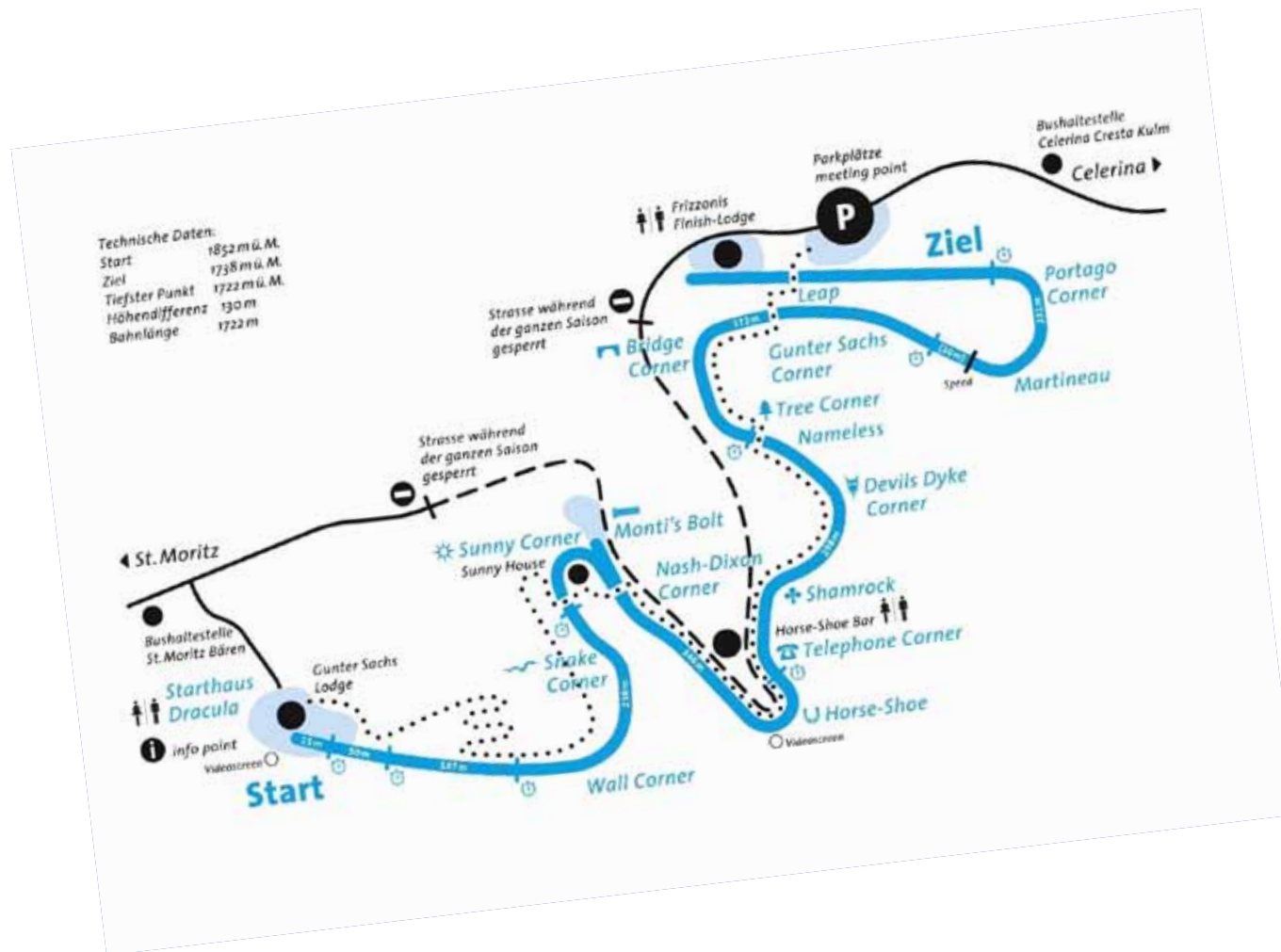
Das Museum besitzt eine der wichtigsten Sammlungen der Bobgeschichte weltweit. Die Sammlung umfasst Artefakte und Archivalien von den Anfängen des Bobsports bis heute. Das Olympia Bob Run Museum pflegt diese Sammlung und baut vor allem die Archivsammlung als Schwerpunkt weiter auf. Das Museum befindet sich in Celerina, am Zielort der ältesten und einzigen Natureisbobbahn. Das Museum ist jeweils am Dienstag von 17-18 Uhr oder auf Anfrage geöffnet.

Der St. Moritz Bobsleigh-Club von 1897 ist der älteste Bobclub der Welt, die Bobbahn von 1904, die älteste Bobbahn der Welt. Diese zwei Rekorde und die einmalige Sammlung von Objekten der Bobgeschichte sind eine ausgezeichnete Ausgangslage am Originalschauplatz den Bobsport zu thematisieren und die nötigen finanziellen Mittel zu finden und das Museum auch betrieblich neu aufzustellen.

### 3. Zielpublikum



Das Museum hat heute jährlich einige Hundert Besucher (Besucherinnen sind mitgemeint). Es ist im Engadin ein ideales und wenig vorhandenes Schlechtwetterprogramm. Aufbauend auf dem grossen Bekanntheitsgrad der Bob Run von St. Moritz-Celerina kann es zu diesem Sport erstaunliche und neue Antworten geben. Herausforderung wird es sein, dass die Bewohner und Gäste des Engadins zu Mehrfachbesuchern werden. Vom Potential des Themas, einen spielerischen Zugang und der Anzahl der Touristen im Engadin sollte es möglich sein, jährlich mehr als 2'000 Besucher zu generieren (80 Gruppen à 25 Personen). Ein wichtiges unausgeschöpftes Potential sind auch Schulklassen, die den Bobsport als Eckpfeiler der Geschichte und Gegenwart des Engadins kennen lernen und vertiefen können. Dazu kommt eine unbekante Anzahl Besucher und Besucherinnen, die dem Bob Run entlang von St. Moritz nach Celerina spazieren und lernen, wie der Bobsport heute funktioniert.



#### 4. Alleinstellungsmerkmal

Das Olympia Bob Run Museum mit dem Run of Fame ist einzigartig. Es befindet sich am Originalschauplatz der ältesten Bobbahn der Welt. Mit der Ausstellung dem Run of Fame entlang und im Museum wird die heutige Studiensammlung zum Gastgebermuseum. Die das Museum betreuenden Personen sind gleichzeitig Gastgeber, Erzähler, Entdecker. Die Gastgeber zeigen den Besuchern versteckte Aspekte des Reichs der Bobgeschichte. Als Beispiel weist er auf die u-Kurve der Kufen des Feierabendschlittens hin, lässt die Besucher mit dem Finger darüber fahren. Der Gastgeber „bildet“ die Gäste am Bobsimulator zum Bobfahrer „aus“.

#### 5. Botschaft

Der Bobsport ist eines der wichtigsten Standbeine der Entwicklung der Tourismusdestination St. Moritz-Celerina. Der Erfindungsgeist und Wagemut der Bobsportler und –sportlerinnen prägt und prägte die Entwicklung dieses faszinierenden Sports.

#### 6. Partnerschaften

Das Museum und seine Botschaft soll in die Vermarktung von St. Moritz und Celerina Tourismus aufgenommen werden, um ein zusätzliches attraktives Angebot für die Sommer- und Wintergäste aufzubauen. Das Olympia Bob Run Museum soll die älteste und einzige Natureisbahn der Welt, den Olympiabobrun, sowie dem ersten Bobclub der Welt, den SMBC in sein Angebot und seine Aktivitäten einbinden. Ein weiterer wichtiger Partner ist die International Bob and Skeleton Federation IBSF.

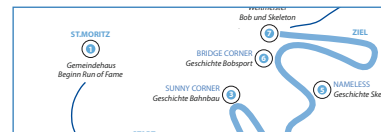
## 7. Besucherangebote

Die Ausstellung des Olympia Bob Run Museums erstreckt sich vom Zentrum von St. Moritz über den Bob Run bis nach Celerina. Hauptattraktionen sind der Bob Run selber mit der Run of Fame der International Bobsleigh and Skeleton Federation IBSF und der Ausstellung im Museum in Celerina.

Der Run of Fame vom Start bis zum Ziel des Bob Runs erzählt mit Infotafeln, Touchscreens und Filmen über den Bobsport heute, die IBSF, die Natureisbahn, die Weltmeister.

Kern der Vermittlung ist die Gastgeber-Person, die die Besucher durch die fünf Kapitel der Ausstellung führt, Geschichten erzählt, die Besucher zu Bobfahrern schult. Die Gastgeber können Pensionierte, Studenten oder Lehrlinge sein. Der Gastgeber empfängt die Besucher im Museum und führt sie in „sein“ Reich ein. Der Gastgeber legt Wert auf die Bedürfnisse der Gäste und bietet Aha-Erlebnisse. Je nach Art der Gäste zeigt der Gastgeber ein paar Highlights, zieht unter der Bobkurve einen Schlittenhervor, lässt die Gäste einsteigen und/oder erzählt eine Anekdote zum Schlitten. Bei Bobspezialisten führt ein spezieller Gastgeber die Gäste.

### Run of Fame



### Sonderausstellung; Aspekt zum Bobsport



### Room of Fame



### Bobkurve



### Bobsimulator



### Veranstaltungs- und Apéroraum



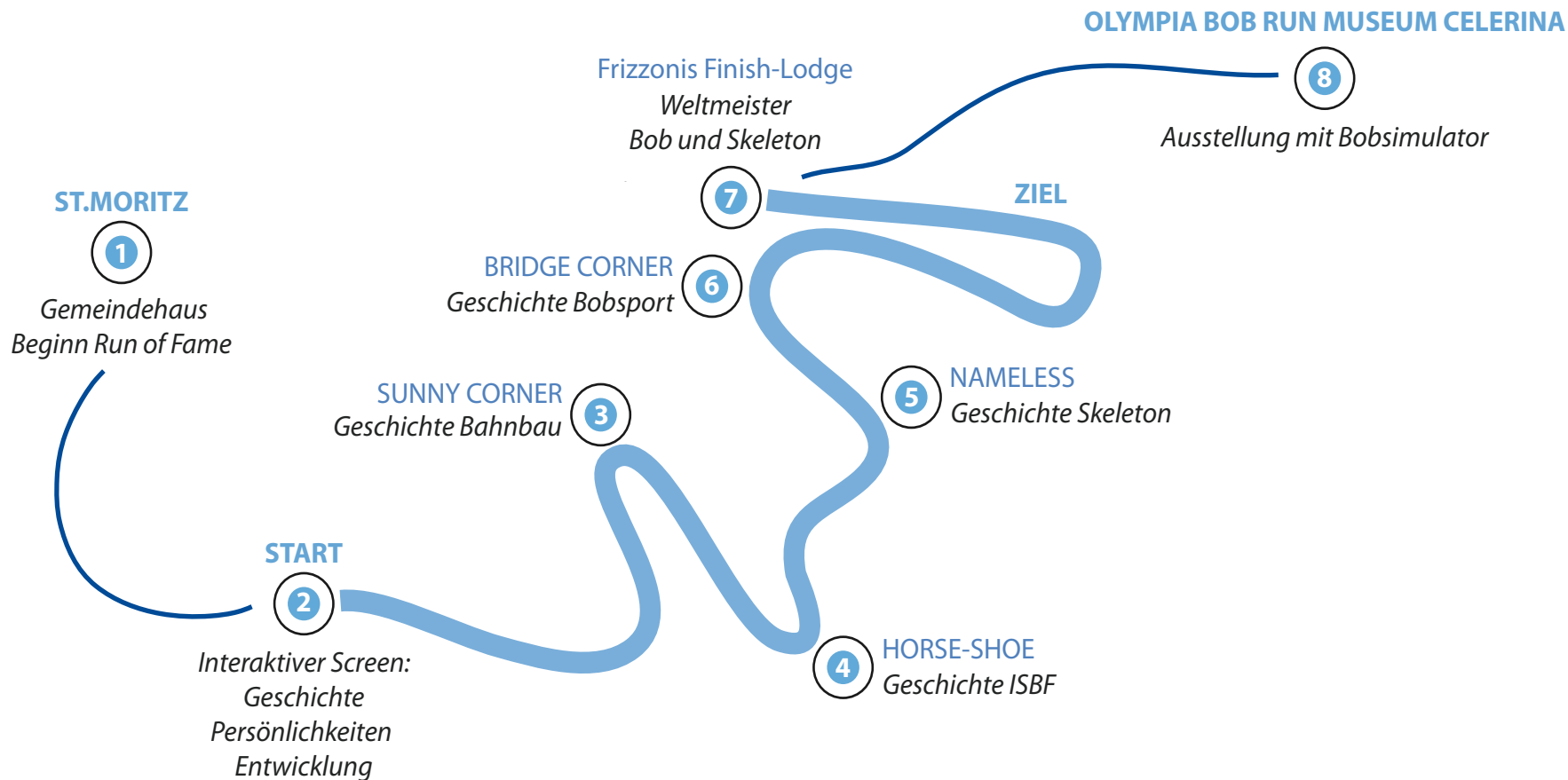
### Homepage



Die Homepage bietet ein Inventar der wichtigsten Schlitten und verknüpft diese mit Filmaufnahmen, Bildern, Geschichte. Eine vereinfachte Version des Simulators ist Übungsstation für die Fahrten im Museum.

## 8. Run of Fame

Die Ausstellung des Olympia Bob Run Museum beginnt mit dem Run of Fame beim Gemeindehaus St. Moritz mit einer Infotafel, die auf die Werkstatt Mathis hinweist, in der der erste Bobschlitten der Welt hergestellt wurde. Im Startgelände der Bob Run orientiert eine interaktive Screen of Fame über die internationale Geschichte und die wichtigsten Persönlichkeiten des Bobsports und die Entwicklung des Bob Runs. Dem Bob Run entlang orientieren Infotafeln über den ISBF, Skeleton, den Bau der Natureisbahn, die Weltmeister.





## 9. Die Angebote im Museum

### Bobsimulator

Im Bobsimulator fahren die Besucher in einem Bob virtuell verschiedenen Bobbahnen in der ganzen Welt hinunter. Der Simulator erlaubt auf Rekordfahrt zu gehen und sich immer wieder mit den Mitbesuchern zu messen.

### Bobkurve

Die Bobkurve, die den gesamten Raum umfährt, zeigt die chronologische Entwicklung des Bobsports. Rückgrat sind die Sammlung der Bobs, historische Fotos, Filme und andere Kleinobjekte.

### Room of Fame

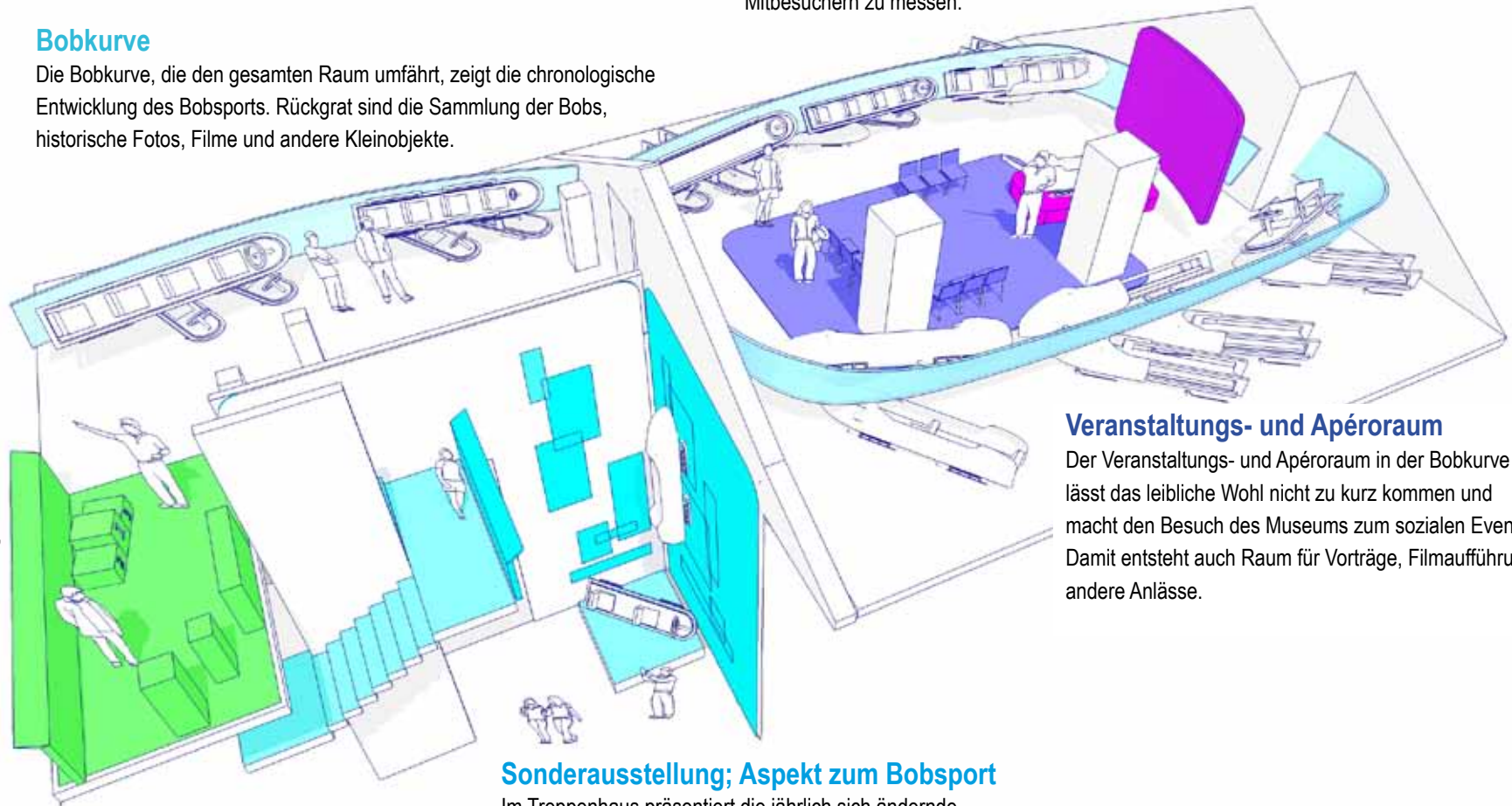
Im „Room of Fame“ am Anfang des Museums werden die berühmten Bobfahrer mit Medaillen, Pokale, Fotos, Filme in hochwertigen Vitrinen zelebriert.

### Veranstaltungs- und Apéroraum

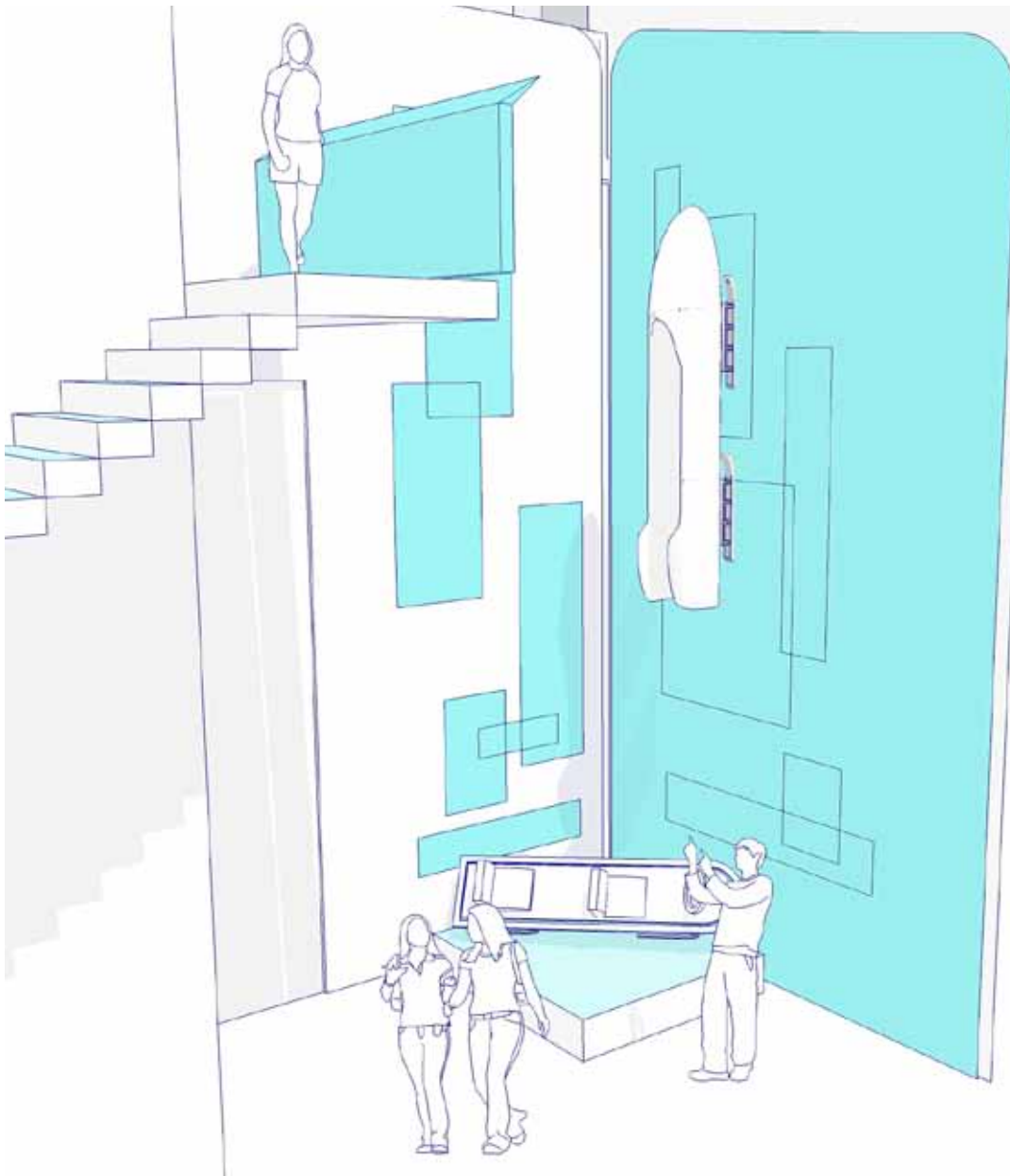
Der Veranstaltungs- und Apéroraum in der Bobkurve lässt das leibliche Wohl nicht zu kurz kommen und macht den Besuch des Museums zum sozialen Event. Damit entsteht auch Raum für Vorträge, Filmaufführungen, andere Anlässe.

### Sonderausstellung; Aspekt zum Bobsport

Im Treppenhaus präsentiert die jährlich sich ändernde Sonderausstellung, einen Aspekt des Bobsports.



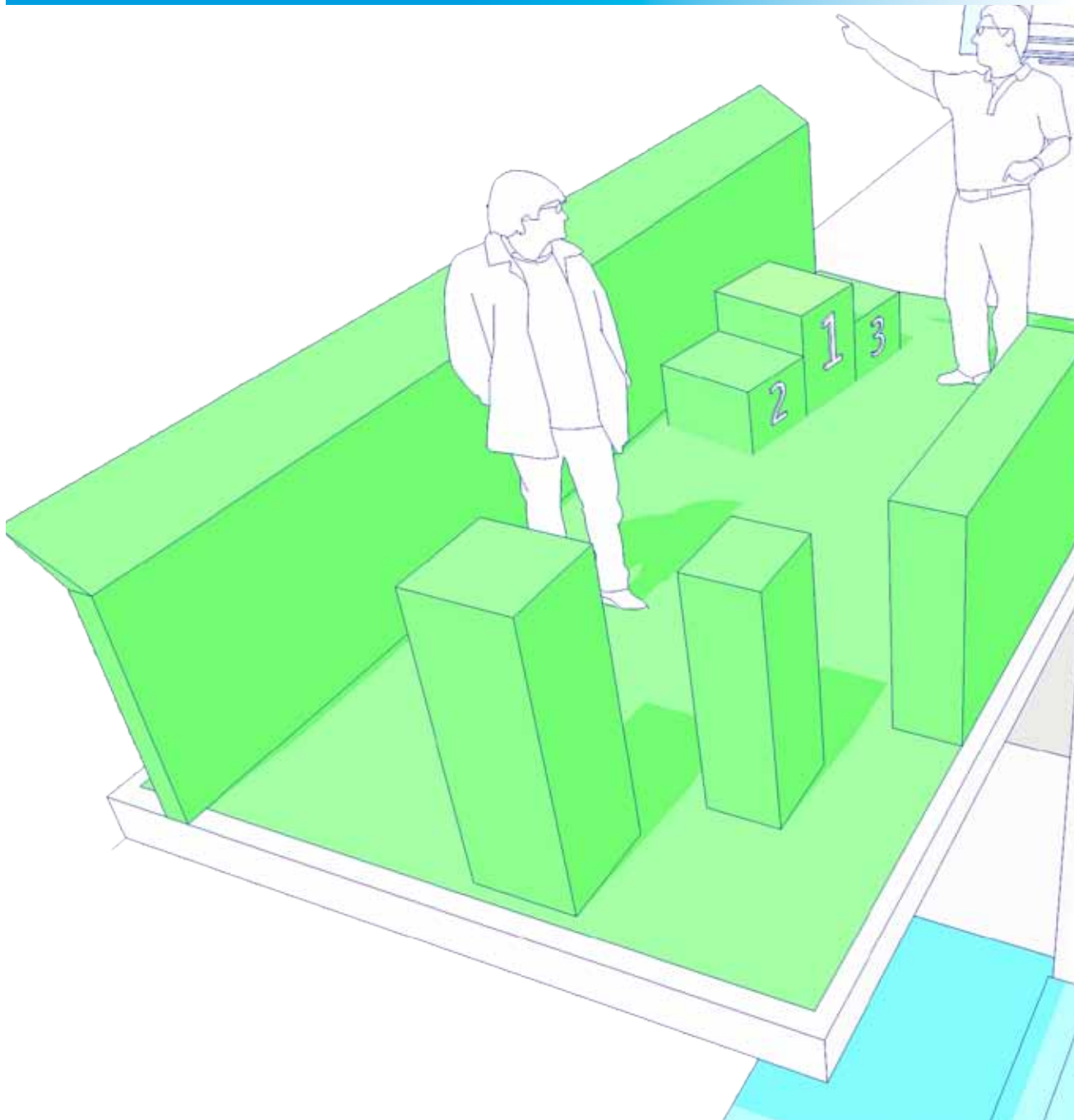
## 10. Bobsport aktuell (Sonderausstellung)



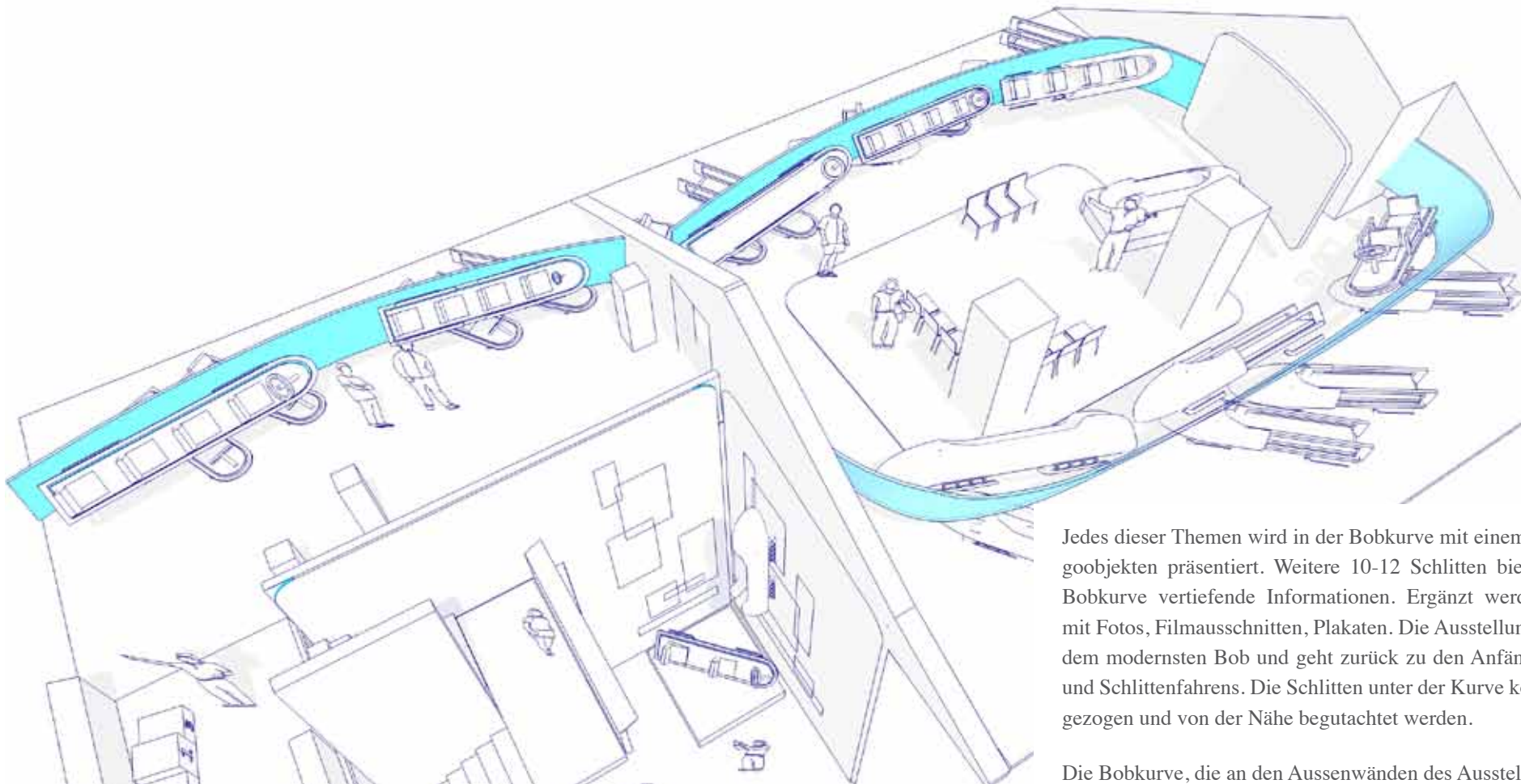
Im Treppenhaus wird jährlich wechselnd ein Thema des Bobsports aufgenommen. Dies kann der Bau der Natureisbahn sein, ein Portrait eines berühmten Bobsportlers, Plakate, historische Filmaufnahmen. Die über mehrere Stockwerke laufende Wand eignet sich mit einem modularen Hängesystem wechselnde Themen zu zeigen. Das Hängesystem ist so ausgestaltet, dass auch Bobs aufgehängt werden können. Die Nutzung des Treppenhauses als Sonderausstellungsraum hat den Vorteil, dass immer schon am Eingang des Museum ein Wandel sichtbar ist.

## 11. Room of Fame

Im Eingangsbereich werden die bekanntesten schweizerischen Bobfahrer vorgestellt und ihre Erfolge mit Medaillen und Pokalen illustriert. Die Personalisierung des Bobsports lässt bei den meisten Besuchern Erinnerungen an Weltmeisterschaften und Olympische Spiele aufkommen. Ein Siegerpodest lädt zum Besteigen ein. Oben angekommen ertönen Jubelrufe und Klatschen. Die so bejubelten Besucher blühen auf, begeben sich auch in Jubelpose und sind Fotopunkt.



## 12. Bobkurve

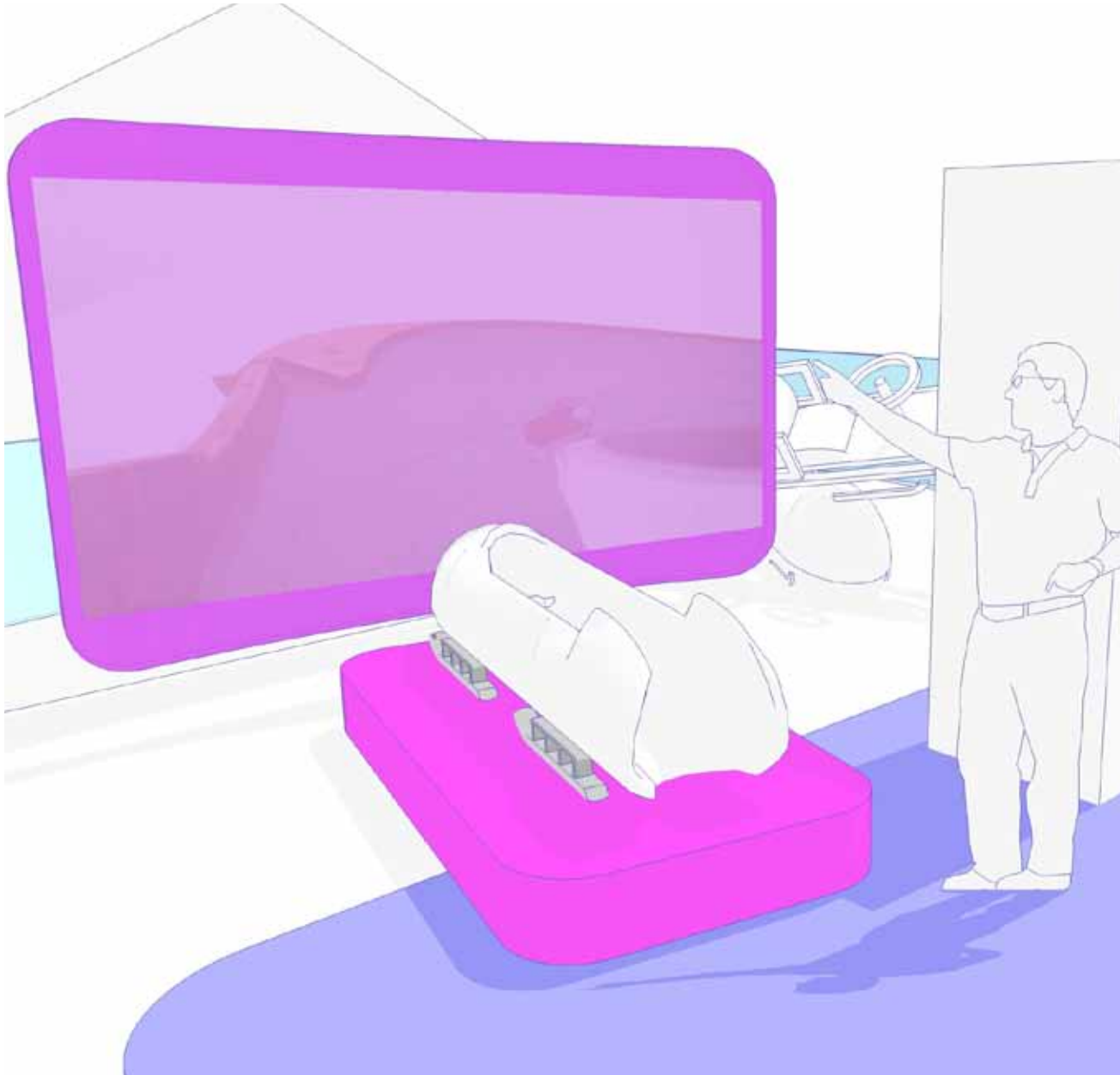


Jedes dieser Themen wird in der Bobkurve mit einem bis zwei Loobjekten präsentiert. Weitere 10-12 Schlitten bieten unter der Bobkurve vertiefende Informationen. Ergänzt werden die Bobs mit Fotos, Filmausschnitten, Plakaten. Die Ausstellung beginnt mit dem modernsten Bob und geht zurück zu den Anfängen des Bob- und Schlittenfahrens. Die Schlitten unter der Kurve können hervorgezogen und von der Nähe begutachtet werden.

Die Bobkurve, die an den Aussenwänden des Ausstellungsraums vorbeiführt, zeigt die wichtigsten Exponate der Entwicklung des Bobsports in vier Teilschritten:

- Materialschlacht und Vereinheitlichung seit 1980
- Stahlbob mit Chassis aus zwei Teilen System Siorpaes in der Nachkriegszeit
- Stahlbob mit Schwerpunkt Feierabend in der Zwischenkriegszeit
- Schlitten und Holzbobs vor dem ersten Weltkrieg





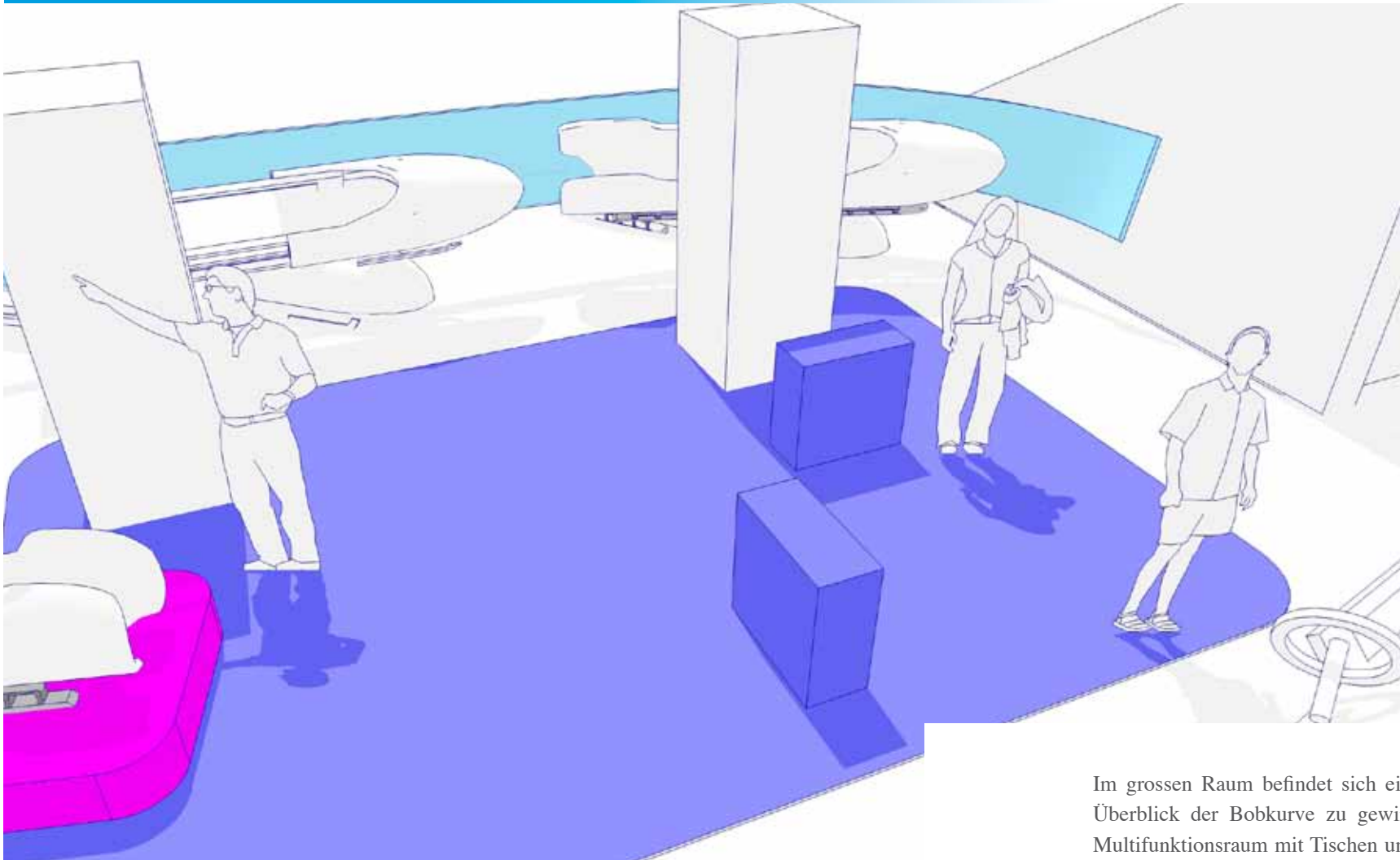
### 13. Der Bobsimulator ein Aha- und Erfolgserlebniss

Auf dem Bobsimulator messen sich die Besucher auf den Bahnen von Sochi und Whistler Mountain mit sich selbst und anderen Besuchern. In einem weiteren Schritt könnte auch eine Fahrt auf der Strecke St. Moritz – Celerina vermessen und programmiert werden.

Die beiden existierenden Bahnen decken zwei Schwierigkeitsgrade ab (Sochi; einfach, Whistler Mountains; anspruchsvoll). Mit dem Simulator üben Schweizer Bobfahrer für die Olympischen Spiele. Der Simulator ist sehr wirklichkeitsnahe programmiert. Er erlaubt mit einer Aussensicht beispielsweise auch eine Analyse der eigenen Fahrt. Für die Nutzung des Simulators im Museum müsste ein Interface erstellt werden, das Ranglistenfunktionen enthält und nicht vorgesehene Eingaben verhindert. Durch die personale Betreuung des Gastgebers wird das Erfolgserlebnis massgeblich grösser, die Feinheiten des Bobsports nachvollziehbar (Lenkung nur vor der Kurve nutzen, in der Kurve geradeaus fahren etc.). Ein wichtiger Teil des Erlebnisses ist das Einsteigen in einen modernen Bob und das Sitzen ohne Rückenlehne.

Der Simulator eignet sich auch für Schul- und Gästemeisterschaften, die vom Museum regelmässig organisiert werden.

## 14. Veranstaltungs- und Apéroraum



Im grossen Raum befindet sich eine Freifläche, es erlaubt einen Überblick der Bobkurve zu gewinnen. Die Freifläche kann als Multifunktionsraum mit Tischen und Stühlen eingerichtet werden. Dazu bietet die Freifläche auch Raum für die Zuschauer des Bob-simulators.

## 15. Gestaltung mit Materialien und Farben



Der Boden im Museum wird erneuert und auf eine Ebene gebracht (schwollenlos) sowie hell eingefärbt. Die Materialien und Farben der Ausstellungsgestaltung sind in verschiedenen Weisstönen, in Alu- und Silberfarben sowie teilweise transluzent gehalten.

Das Dachgebälk wird in seiner ursprünglichen und hölzernen Struktur belassen und bietet einen attraktiven Kontrast zu den kühlen, frischen Farben und Materialien der Ausstellungsarchitektur.

## 16. Betrieb

Das Museum ist regelmässig geöffnet. In der Wintersaison ist das Museum täglich von 16.00 bis 18.00 geöffnet. Die Besucher erscheinen nach dem Skifahren im Museum und feilen an ihrem persönlichen Fahrrekord. Geprüft werden müsste, ob gleichzeitig ein Apéro angeboten wird, so dass das Museum zum Après-Ski-Ort wird. Im Sommer ist das Museum wetterabhängig möglichst oft geöffnet. Geprüft werden muss, ob Kooperationen möglich sind mit Tourismusbetrieben, die bei schönem Wetter funktionieren.

Wichtig ist eine aktive Kommunikation mit regelmässigen Events zum Thema Bob- und Wintersport. In den Sommerferien führt das Museum eine Gästemeisterschaft durch, in den Frühlingferien eine Schülermeisterschaft. Die Gewinner in verschiedenen Kategorien werden Museumsmeister und erhalten als Preis eine Taxifahrt im Winter. Bei einer grossen Beteiligung werden Ausscheidungsrennen durchgeführt.

Die jährlich erneuerte Sonderausstellung, die im Dezember eröffnet wird, ist zu Beginn der Saison ein Kommunikationsanlass und erlaubt nicht gezeigte Objekte und Themen zu präsentieren.

Filmvorführungen, Referate und Autogrammstunden weisen auf das Museum hin. Sie sind Grund das Museum ein zweites Mal zu besuchen. Im Winter organisiert das Museum zwischen 16.30 bis 18.00 Uhr regelmässig Apérogespräche mit Bobgrössen und –legenden.

Eine Zusammenarbeit mit Schulen sichert die Verbundenheit mit der Region. Ein wichtiges Thema der Region wird auf spielerische Weise in der Bevölkerung verankert. Das Angebot von Schulprogrammen hat zum Ziel, dass jeder Schüler des Oberengadins in seiner Schulkarriere das Museum mindestens einmal besucht hat, und am Wochenende mit seinen Eltern wiederkommt.



## 17. Werbung und Kommunikation

Die jährlich wechselnden Sonderausstellungen sind Kommunikationsanlass regelmäßig auf das Museum hinzuweisen. Das Museum hat den Vorteil, dass es Themen und Inhalte bietet, die das Potential haben im redaktionellen Teil der Medien aufgenommen zu werden. Damit wird es nicht nötig, Inserate zu schalten. So kann das Kommunikationsbudget klein gehalten werden.

## 18. Kosten Ausstellung (+/- 20 %)

Was	Wie	Wieviel
Bauseitige Anpassungen	Boden, Elektroinstallationen, Wandarbeiten, Malerarbeiten, Beleuchtung	44'000.00
Ausstellung	Bobkurve, Beschriftungen, Hardware Filme, Room of Fame	90'000.00
	Bauleitung und Aufbau Ausstellung	27'000.00
	Recherchen und Aufbereitung der Inhalte	20'000.00
Sonderausstellung	Aufhänge- und Anschriftenssystem	10'000.00
Bobsimulator	Anpassungen Soft- und Hardware, Hardware, Kauf Lizenz, ohne Bob	20'000.00
Eventsystem	Stühle, Tische etc	7'000.00
Besucherleitsystem	Bobsilhouette auf Haus, Anschrift am Eingang	7'000.00
Run of Fame		60'000.00
Dokumentation für Schulen		10'000.00
Museums-App	Entwicklung einer Museums-App	10'000.00
Homepage	Einrichtung der Homepage ohne Herunterladen der Inhalte	10'000.00
Projektleitung		25'000.00
Reserven		20'000.00
<b>Total</b>	<b>inkl. Mwst.</b>	<b>360'000.00</b>

Die Kosten enthalten die Planung, Konzipierung und Realisierung der Ausstellung und des Run of Fame. Die Kosten sind grob geschätzt und haben eine Genauigkeit von plus/minus 20%. Die Kosten für die Ausstellung enthalten keine Beiträge an die Modernisierung des Räume. Im Ausstellungsraum in Celerina sind die Ausstellungsbeleuchtung und die Erneuerung des Bodens enthalten. Sie sind Teil der Inszenierung der Ausstellung. Nicht enthalten sind das Ausräumen der bestehenden Ausstellung und die Zwischenlagerung der Exponate. Nicht enthalten sind die Inventarisierung und allfällige Restaurierung vom Exponaten.

### 18. Finanzierung der Ausstellung

Ein Drittel der Ausstellung wird durch den Verein Bobmuseum St. Moritz-Celerina mit Hilfe der öffentlichen Hand finanziert. Zwei Drittel der Ausstellung wird durch Sponsoren finanziert. Die können Gönner werden, die anschliessend auch einen Beitrag an den Betrieb leisten. Eine weitere Möglichkeit ist die Aufteilung der Ausstellung, die je von einer Privatperson oder einer Firma oder einer Gruppe finanziert wird. Dazu eignet sich die Aufteilung der Ausstellung, in Sponsoringteile, wie der Run of Fame, der Bobsimulator, der Room of Fame, Ausstellungskapitel etc

## 20. Kosten Betrieb

Was	Wie	Wieviel
Projektleitung	50% Stelle	50'000.00
Löhne Betrieb	400 h à 25.-	10'000.00
Miete Räumlichkeiten		0.00
Nebenkosten (Strom etc.)		0.00
Sonderausstellung		10'000.00
Kommunikation		15'000.00
Apéro, Materialkosten	10x200.-	2'000.00
Unterhalt permanente Ausstellung		3'000.00
<b>Total</b>		<b>90'000.00</b>

Der Kosten des Betriebs enthält keine Abschreibung der Ausstellung. Sie wird nach der Eröffnung auf Null abgeschrieben. Die Investition in die Ausstellung lässt sich nicht kapitalisieren. Sie hat mit Ausnahme einiger elektronischer Geräte keinen Wiederverkaufswert.

Für die Projektleitung braucht es eine bezahlte Stelle, die den Betrieb organisiert, Anlässe durchführt und die Sonderausstellung jährlich erneuert und vor allem auch die Finanzierung des Betriebs sicherstellt, sowie den Verein als Geschäftsführer betreibt und die Gönner betreut. Dies schafft die nötige Verbindlichkeit und Ressourcen das Museum aktiv zu führen.

## 21. Erträge Betrieb

Was	Wie	Wieviel
Eintritte	500x5.-	2'500.00
Mitgliederbeiträge Verein	100x30.-	3'000.00
Gönnerbeiträge	45x 1'000.-	45'000.00
Apéro	10x10x20.-	2'000.00
Sponsoring Sonderausstellung	50% der Kosten der Erneuerung	5'000.00
Referate Bobgrössen	4x25x20.-	2'000.00
Defizitbeitrag	Beitrag der öffentlichen Hand	33'000.00
<b>Total</b>		<b>90'000.00</b>

Für die Finanzierung des Betriebs braucht es vor allem drei Standbeine. Der Verein finanziert die Hälfte der Betriebskosten über einen Gönnerverein. Jährlich tragen 45 Gönner mit je CHF 1'000.- die Hälfte des Betriebs. Einen Drittel finanziert die öffentliche Hand und mit einem Sechstel tragen die Einnahmen des Betriebs für ein ausgeglichenes Budget bei. Mit zwei Dritteln Eigenfinanzierung und einem Drittel der Finanzierung durch die öffentliche Hand, hat das Museum einen sehr hohen und ambitionierten Eigenfinanzierungsgrad. Staatliche Museen haben normalerweise einen Eigenfinanzierungsgrad um die 10 – 20 %.



## 22. Weiteres Vorgehen

Sicherstellung der Finanzierung	Ende 2016
Ausarbeitung Detailkonzept	Mai 2017
Eröffnung Ausstellung	Dezember 2017

### Museumsfabrik, Kilian T. Elsasser

Museumsfabrik: Projekte und Kunden (Auswahl)

- Analyse Zusammenlegung Historisches Museum und Naturmuseum Luzern, 2013 Kanton Luzern
- Ausstellung „Wer zieht am Faden – Ambassadoren und Patrizier in Solothurn, 2012 Schloss Waldegg, Feldbrunnen SO
- Begleitung Ausstellung Zytturm in Luzern  
Verein Zytturm Luzern, 2011
- Begleitung Erneuerung Kantongeschichte  
Freulerpalast, Näfels, 2011
- Begleitung Museumskonzept Museum Altes Zeughaus, Solothurn  
Kanton Solothurn, 2010
- Museumskonzept Bundesbriefmuseum, Schwyz,  
Kanton Schwyz, 2009
- Ausstellung Reise durch den Gotthard,  
Gletschergarten Luzern, 2009
- Ausstellung Mitten durch Zürich – überallhin,  
SBB Infrastruktur, Zürich, 2007
- Bahnwanderweg Gottardo – zu Fuss entlang der Gotthardbahn,  
IG Bahnwanderweg, Altdorf, 2007
- Lehrauftrag Spezialisierungsstudium Medium Ausstellung,  
Pädagogische Hochschule Luzern, seit 2006
- Ausstellung Schienenverkehr und Gotthardtunnelschau,  
Projektleiter im Verkehrshaus der Schweiz, 1997

Kilian T. Elsasser: M.A. in Public History an der Northeastern University in Boston, USA. 1989-1991 Kurator Schienenverkehr, Leiter Ausstellungen und Mitglied der Geschäftsleitung des Verkehrshauses der Schweiz, 1992-2004. Dozent an der Pädagogischen Hochschule Luzern. Seit 2004 selbstständig. Weiter Informationen: [www.museumsfabrik.ch](http://www.museumsfabrik.ch)

undProduktionen GmbH: Projekte und Kunden (Auswahl)

- Wanderausstellung und Event: Lohnmobil;  
Verein Unterwegs für Lohngleichheit, 2014
- Signalisation und Event: Haus Rechberg;  
Staatskanzlei Zürich, 2014
- Coorporate Architektur: Modulare Architektur;  
Ringier AG, 2013
- 120 Kantonsräte: Ausstellungsgestaltung;  
Rathaus Zürich, Kanton Zürich, 2013
- Kurbelkino: Medienentwicklung;  
SwissRe / Kantonalbank Zürich 2013
- 150 Jahre Kaba: Eventarchitektur;  
Kaba AG 2012
- Blickfang: Ausstellungsarchitektur;  
Mini Schweiz, BMW AG 2012
- Charles Dickens: Ausstellungsgestaltung;  
Präsidialdepartement Zürich 2011
- Elsa Mahler: Ausstellungsgestaltung;  
Universitätsbibliothek Basel 2011
- Lev Tolstoy: Ausstellungsgestaltung;  
Präsidialdepartement Zürich 2010
- International Art: Ausstellungsgestaltung;  
Credit Suisse 2009

Daniel Simmen: Ausbildung als Ausstellungsgestalter in Zürich. 1982–1986. Ausstellungsgestaltung für die Nationale Ausstellung Heureka 1989–1991. Auslandsaufenthalte und diverse Projektarbeiten als freischaffender Szenograf. Seit 1996 Inhaber der Firma und Produktionen Gestaltungsatelier GmbH. Ausführliche Informationen sind auf [www.und.ch](http://www.und.ch) zu finden.

## 24. Impressum

Auftraggeber:  
Verein Bobmuseum St. Moritz-Celerina

Projektleitung und Konzept:  
Kilian T. Elsasser, Museumsfabrik, Luzern

Gestaltung:  
Daniel Simmen, undProduktionen GmbH, Zürich

Luzern, Juli 2016