

Jahresbericht 2016

Zahlen, Programme, Projekte



Der Jahresbericht besteht aus vier Teilen. Das Bildungskonzept (1) gibt einen generellen und statistischen Überblick zur Kölner Museumspädagogik. Der Abschnitt zur übergreifenden Kommunikationsarbeit (2) referiert den Beitrag des Museumsdienstes für den Museumsstandort. Der Bericht des Fördervereins (3) nimmt das Fundraising in den Fokus. Einzeldaten und Statistiken finden sich im Anhang (4).

Hinweis: Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in der Regel nur die männliche Form aufgeführt. Selbstverständlich ist die weibliche Form immer miteingeschlossen.

Die Namen der städtischen Einrichtungen werden abgekürzt:

AZ	Archäologische Zone/Praetorium
JRM	JuniorMuseum
KSM	Kölnisches Stadtmuseum
MAKK	Museum für Angewandte Kunst Köln
MD	Museumsdienst Köln
ML	Museum Ludwig
MOK	Museum für Ostasiatische Kunst
MS	Museum Schnütgen
NS DOK	NS-Dokumentationszentrum
RGM	Römisch-Germanisches Museum
RJM	Rautenstrauch-Joest-Museum
WRM	Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud

Weitere Abkürzungen:

BpB	Bundeszentrale für politische Bildung
BVMP e.V.	Bundesverband Museumspädagogik e.V.
KKM	Käthe Kollwitz Museum
KTM	KölnTourismus GmbH
LVMP e.V.	Landesverband Museumspädagogik e.V.
RVK	Regionalverkehr Köln GmbH
TCM	Traditionelle Chinesische Medizin
TN	Teilnehmer
ZMI	Zentrum für Mehrsprachigkeit und Integration

Jahresbericht 2016

Zahlen, Programme, Projekte

1. Jahresbericht – Überblick

Leitbild

Als führende Einrichtung der Museumspädagogik in Deutschland entwickeln, organisieren und realisieren wir zentral die Vermittlung für die Museen der Stadt Köln. Durch engen Dialog mit der Wissenschaft sorgen wir für aktuelle Inhalte, nachhaltige Bildung und Freude an der Kultur. Grundlage unserer Arbeit sind die Sammlungen und Ausstellungen in den Kölner Museen.

Als Partner und Serviceeinrichtung der städtischen Museen in Köln leisten wir für die Häuser übergreifende standortbezogene Kommunikation in allen Medien und Werbeformen. Wir sind eigenständiger und gleichberechtigter Partner der Kölner Museen und direkte Schnittstelle zur Öffentlichkeit und für die Presse.

Unser Programm wendet sich an die gesamte Bevölkerung, unabhängig von Alter, Herkunft, Bildung und Religion. Dabei achten wir auf eine barrierefreie Vermittlung. Wir wollen unser Publikum am kulturellen Erbe mit all seinen Bezügen zu einer ständig sich wandelnden Gesellschaft teilhaben lassen. Unser Tun zielt auf Stärkung der Persönlichkeit mit ihren Anlagen und Kompetenzen.

Unsere Kommunikationsabteilung verstehen wir als Türöffner in die neun Museen der Stadt Köln. Als Partner dieser Museen, der Medien und der Öffentlichkeit planen, koordinieren und realisieren wir Informationskampagnen und Aktivitäten, die der Darstellung der Kölner Museen in ihrer Gesamtheit dienen und zu einem positiven Image des Museumsstandorts Köln beitragen. Dabei handeln wir zielgruppenorientiert und grenzüberschreitend.

Wir sind Teil eines Netzwerkes im Dienste der Kultur. Mit Partnern aus verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen arbeiten wir konstruktiv zusammen und streben stets nach den besten Lösungen. Quelle unseres Erfolges sind unsere Mitarbeiter. Wir fördern ihr Wissen und sichern die Qualität ihrer Arbeit. Im Umgang miteinander pflegen wir offenen Dialog und gegenseitigen Respekt.

In unserer Arbeit verfolgen wir klare Ziele. Wir stellen der Öffentlichkeit unsere Leidenschaft für Kunst und Kultur und unsere Erfahrung zur Verfügung. Wir wahren wissenschaftliche Ernsthaftigkeit und setzen auf eine Vielfalt zeitgemäßer Vermittlungs- und Kommunikationsformen. Der Respekt vor allen Kulturen ist ständige Prämisse unseres Handelns.

Einführung

Der Museumsdienst Köln gehört seit 1966 zu den wichtigsten Institutionen der Kulturellen Bildung in Köln. Gegründet als erste museumspädagogische Facheinrichtung der Bundesrepublik, zählt er heute zu den drei größten in Deutschland. Er arbeitet für die neun städtischen Museen Kölns und verantwortet Bereiche von Kommunikation und Marketing für den Museumsstandort. Innerhalb des Dezernats für Kunst und Kultur erfüllt er weitere Aufgaben der Kulturellen Bildung und der Kommunikation. Dazu gehören Fragen der Besucherorientierung.

Basis der Kölner Vermittlungsarbeit sind die Bestände der städtischen Museen, deren historische, kunst- und kulturhistorische Sammlungen von der Vorgeschichte bis in die Gegenwart reichen und eine lokale, regionale, internationale und außereuropäische Ausrichtung besitzen. Das Sammeln, Bewahren, Erforschen, Ausstellen und Vermitteln von Kunst, Kultur und Geschichte sind komplementäre und sich wechselseitig stimulierende Arbeitsfelder. Daher ist die Museumspädagogik eng in die Programmatik und Konzeption der Präsentationen eingebunden.

Die in Dauer- und Sonderausstellungen erschlossenen Sammlungen und die ergänzenden Leihgaben werden im Rahmen unterschiedlicher verbaler und medialer Vermittlungs- und Veranstaltungsformate beleuchtet und befragt. In den Angeboten des Museumsdienstes spiegeln sich Vielfalt und Interessen einer durch Zuwanderung geprägten Stadtgesellschaft und die Zusammensetzung der auswärtigen Besucherschaft Kölns. Daraus resultiert ein breites Portfolio an Angeboten, das ein lebenslanges Lernen und Erleben der Kölner Museumswelt ermöglicht.

Die wissenschaftlichen Mitarbeiter des Museumsdienstes konzipieren, realisieren und evaluieren Programme und Projekte für alle musealen Zielgruppen, von Familien mit Kleinkindern über Kindergarten- und Schulgruppen, erwachsene Individualbesucher oder Gruppenreisende bis zu Hochaltrigen und demenziell veränderten Mitmenschen. Die Arbeit mit Schulklassen nimmt den dabei größten Raum ein. Die Bildungsarbeit ist stark ausdifferenziert und umfasst alle Bereiche der verbalen und medialen Museumspädagogik mit ihrem gesamten Methodenrepertoire. Digitale Vermittlungsstrategien werden verstärkt in den Fokus zu nehmen sein.

Um eine breite Streuung des Angebots zu erreichen, bespielt der Museumsdienst in seiner eigenen Öffentlichkeitsarbeit die Kanäle Pressekommunikation, Internet und Social Media, Printpublikationen und Newsletter. Die Kommunikation erfolgt zielgruppenspezifisch. Für den Museumsstandort konzipiert und realisiert der Museumsdienst übergreifende Werbe- und Kommunikationskampagnen, Messeauftritte, Pressereisen und Events. Auszubauen sind die digitale Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und die touristische Werbung.





24

feste Mitarbeiter

zum 31.12.2016

(+1)

143

freie Mitarbeiter

(+1)

8

Lehrkräfte

in der Museumsschule

(±0)



145.946

betreute Gäste in 2016

2015: 153.332
2014: 146.326
(- 4,8%)

Anteil 2016 in Prozent

16,1

2015: 15,7%
2014: 15 %
(+0,4%:)

906.119

Museumsbesuche in 2016

2015: 974.967

2014: 977.054

(- 7,1%)



7.782

Veranstaltungen Gesamt in 2016

2015: 8.289
2014: 7.836
(- 6,1%)

6.466

86

Führungen

2014: 6.896
2015: 7.145
(-9,5%)

Lehrerfortbildungen

2014: 111
2015: 65
(+32,3%)



1.230

Kreative Arbeit

2014: 828
2015: 1.063
(+15,7%)

3.360

Vorschulkinder im Projekt KiTa ins Museum
(seit Projektstart 2015)



11

**projektorientierte
Schulpartnerschaften**

2015: 10
2014: 10
(± 1)

500

Kinder in mehrtägigen Kursen
bei »OGS ins Museum«



2.204

Jugendliche im Projekt museumsbus.koeln



45.000

€ Mittel aus dem Förderprojekt des Bundes »Kultur macht stark«

210.000

€ Drittmittel

durch Anzeigenakquise, Fundraising und Sponsoring

2015: € 70.000

2014: € 110.000

(+ 200 %)

Sachmittel im Wert von €

230.000

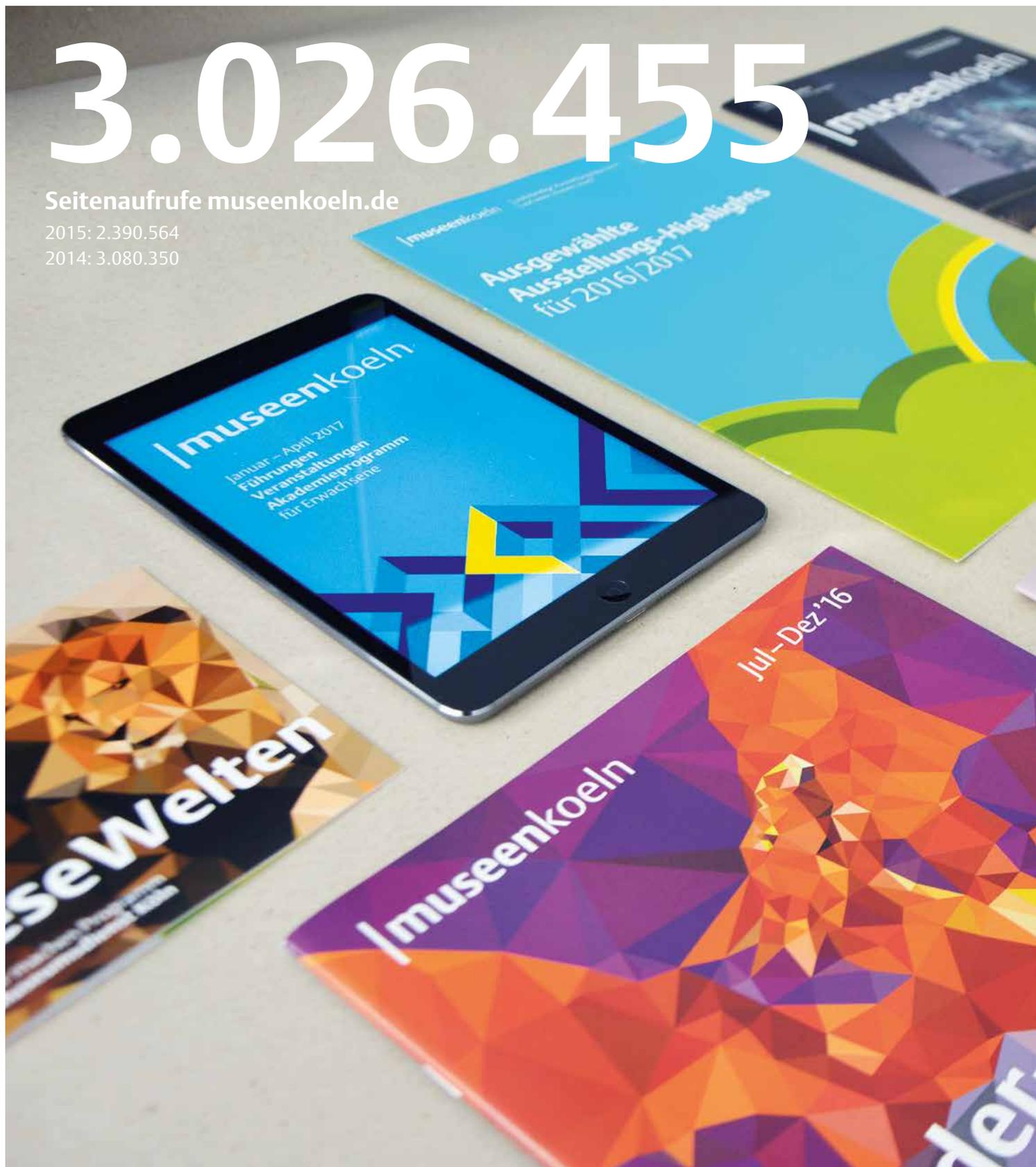
Stellung von 2 Fahrzeugen für das Projekt museumsbus.koeln
(± 0)

3.026.455

Seitenaufrufe museenkoeln.de

2015: 2.390.564

2014: 3.080.350



14

Publikationen zu Ausstellungen und Veranstaltungen

2015: 11

2014: 10



9.300

Abonnenten der Newsletter

2015: 9.500

2014: 7.000

26

Vorträge und Lehrveranstaltungen

2015: 24
2014: 8

61

Kooperationspartner

2015: 55
2014: 62

300

Gäste bei der Tagung »Zwischen den Welten«



37 + 35

Fortbildungen (intern + extern)

2015: 34 + 30

2014: 24 + 24

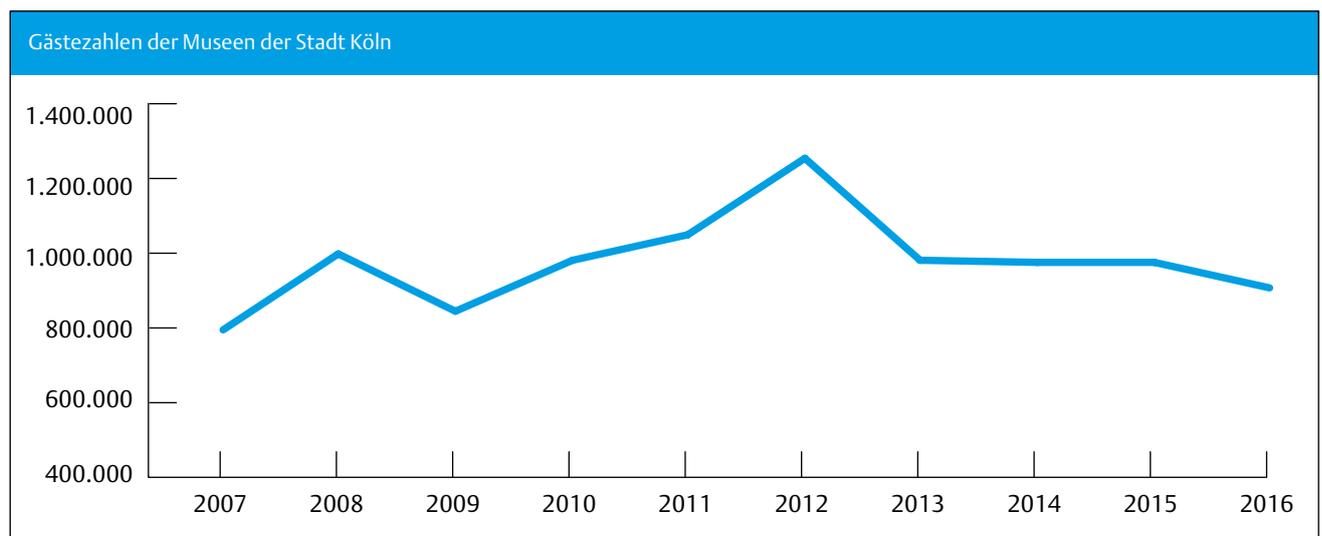
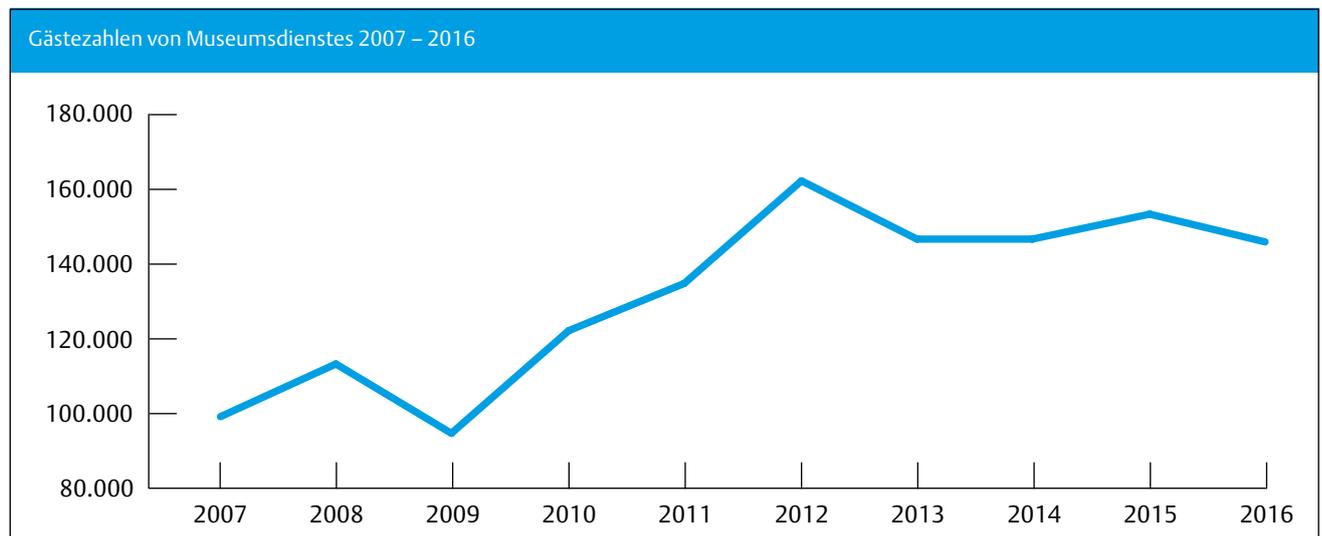


Kennzahlen 2016

- 24 feste Mitarbeiter zum 31.12.2016 (+1)
- 143 freie Mitarbeiter (+ 2)
- 8 Lehrkräfte in der Museumsschule; ± 0
- 2016: 7.782 Veranstaltungen (2015: 8.289; 2014: 7.836); – 6,1 %
- 145.946 betreute Gäste (2015: 153.332; 2014: 146.326); – 4,8 %
- 906.119 Museumsbesuche (2015: 974.967; 2014: 977.054); – 7,1 %
- Anteil 2016: 16,1 % (2015: 15,7 %; 2014: 15 %); +0,4 %:
- 11 projektorientierte Schulpartnerschaften (2015: 10; 2014: 10); ± 1
- € 210.000 Drittmittel durch Anzeigenakquise, Fundraising und Sponsoring (2015: € 70.000; 2014: € 110.000) ; + 200 %
- Sachmittel im Wert von € 230.000 (Stellung von 2 Fahrzeugen für das Projekt museumsbus.koeln); ± 0

Schwerpunkte 2016 – Bildung und Vermittlung

Der Erfolg des Museumsdienstes nimmt seit Jahren zu. 2016 waren 145.946 Besucher in den Veranstaltungen zu Gast. Dies sind zwar 4,8% weniger als 2015, gemessen an der Gesamtbesucherzahl der Museen nutzten jedoch so viele Besucher wie noch nie ein Angebot des Museumsdienstes: 16,1%. 2002 waren es lediglich 7,3% (2015: 15,7%). Die prozentual größten Wachstumsmargen finden sich in MOK und beim Ubiermonument. Die übrigen Museen bewegen sich auf Vorjahresniveau. Erfolg ist aber nicht nur in Besucherzahlen zu messen.



Andere Indikatoren wie die Teilnahme an Tagungen, Erwähnungen in der Presse, Vernetzungsgrad oder die Zahl von Vorträgen und Publikationen und die Höhe der Drittmittel sind ebenfalls Parameter der Erfolgsmessung. Auch sie weisen nach oben. Gerade im Fundraising kann der Museumsdienst auf sein erfolgreichstes Jahr zurückblicken.

Die politischen Ereignisse des letzten Jahres gingen auch am Museumsdienst nicht spurlos vorüber. Die hohen Zahlen von Geflüchteten waren Anlass, um über die Rolle von Museen und Museumspädagogik im Angesicht von Flucht und transkulturellem Dialog nachzudenken. Daher organisierte die Einrichtung zusammen mit der Bundeszentrale für politische Bildung, dem Bundesverband Museumspädagogik e.V. und den Neuen Deutschen Organisationen in Köln eine zweitägige Veranstaltung, bei der 300 Teilnehmer über Strategien und Methoden in der Arbeit für und mit Geflüchteten diskutierten. Zudem wurden während des gesamten Jahres auf drei Ebenen Veranstaltungsformate aufgelegt, um das Thema in den Museen umzusetzen: Fortbildungen für Multiplikatoren, Veranstaltungen für geflüchtete Kinder, Jugendliche und Erwachsene und partizipative Projekte zur sprachlichen und kulturellen Integration.

Geflüchtete sind eine wichtige, jedoch nicht die relevanteste Besuchergruppe in den Museen. Die Ressourcen des Museumsdienstes flossen gleichermaßen in die anderen Schwerpunktbereiche und Zielstellungen, die nach dem Jubiläum 2015 – der Museumsdienst feierte seinen 50. Geburtstag – definiert worden waren: veränderte Drittmittelakquise, neue Fortbildungsprogramme, andere Schwerpunktsetzungen in den Programmschienen, Umgang mit dem demographischen Wandel. Arbeitsgrundlage war das 2015 verabschiedete Bildungskonzept. Darin sind die Fokusthemen Lebenslanges Lernen, Partizipation und Diversität festgelegt. Basierend auf dem eigenen Leitbild und vor dem Hintergrund einer hohen Motivation leistet die Kölner Museumspädagogik ihren Beitrag dazu, Antworten auf die Herausforderungen des demographischen Wandels finden.

Museumsübergreifend wurden die Projekte »museumsbus koeln« und »KulturGut finden« mit kostenfreien Besuchen von Kitas und OGS-Gruppen in den Museen der Stadt Köln erfolgreich fortgeführt. Sie sind über Drittmittel gefördert. Das über den Förderfonds »Kultur macht stark« realisierte Projekt »Köln mit allen Sinnen« widmete sich ebenfalls der OGS. Sprachförderung und Mehrsprachigkeit waren ebenso wie die (schulische) Inklusion und Leichte Sprache Gegenstand von häuserverbindenden Angeboten und Fortbildungen. Für Kinder wurden die Angebote in den Bereichen Kita und OGS noch einmal deutlich erweitert. Auf der gegenüberliegenden Seite des Altersspektrums kam es zu einem Ausbau der Angebote für Senioren.

Hausbezogen lagen die Schwerpunkte auf einem Ausbau der Kreativangebote für junge Besucher (offene Atelierangebote im ML; Schülerausstellungen zu WRM-Beständen; Design im MAKK) und für Erwachsene (Kurse in MAKK und MOK) sowie auf Begleitmedien für Lehrkräfte (Museumstasche; Ubiernomument). Schwerpunkt der Arbeit in MAKK und NS DOK waren Schulpartnerschaften und -angebote. Für das RJM konnten ein offenes Atelier für junge Be-

sucher und Hands On-Medien realisiert werden (Ausstellung »Pilgern«). Unter den Ausstellungen wurde jene in ML, RGM und WRM am intensivsten bespielt. Zu den Dauerausstellungen von KSM und MS wurden niederschwellige Angebote für Menschen mit Beeinträchtigungen geschaffen. Bei der artothek lag der Schwerpunkt in der Gewinnung von Kitas und Förderschulen.

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Die Schlagzeilen, die die Wahrnehmung Kölns nach der Jahreswende 2015/16 bundesweit und international prägten, führten zu einem deutlichen Rückgang der Gäste in der Domstadt und damit auch in den Museen. Gleichwohl gab es in den städtischen Museen ein vielfältiges Angebot, das vom Museumsdienst im Rahmen seiner Aufgabe, den Museumsstandort als Ganzes zu betreuen, nach außen getragen und an die wichtigsten Redaktionen im regionalen und bundesweiten Umfeld vermittelt wurde. Zusätzlich wurden mit einer Presse-reise in drei städtische Kölner Museen (Museum Ludwig, Wallraf-Richartz-Museum und Rautenstrauch-Joest-Museum) große Sonderausstellungsthemen im BeNeLux Raum platziert und durch proaktive Pressearbeit flankiert.

Zentral gab der Museumsdienst Broschüren und Newsletter zu Ausstellungen und Veranstaltungen heraus, die sich an verschiedene Zielgruppen richteten (Reiseveranstalter, Journalisten, Erwachsene, Familien, Lehrkräfte), betreute und erweiterte das Museumportal museenkoeln.de, vertrat den Standort auf mehreren Kunst-, Tourismus- und Bildungsmessen, ging Kooperationen mit Kulturpartnern vor Ort ein, intensivierte die Social Media Aktivitäten auf Facebook und Twitter und organisierte übergreifende Events. Mit der Einbindung des Museumsdienstes in den Beirat von KölnTourismus wurde der Weg für eine intensivere Zusammenarbeit bereitet.

Inhaltlich bestimmte das von KölnTourismus für 2016 und 2017 ausgegebene touristische Schwerpunktthema »#urbanCGN – cologne urban lifestyle« die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Im Rahmen einer Kampagne sollten neben den altbekannten und traditionellen Köln-Sujets verstärkt moderne Themen aufgegriffen und Sehenswertes abseits der touristischen Pfade in den Fokus gerückt werden. Im Laufe des Jahres wurden die Aktivitäten im Bereich Social Media insgesamt intensiviert. Neue Kooperationen mit Kölner Kulturpartnern sorgten für eine bessere Vernetzung vor Ort sowie für eine gesteigerte Wahrnehmung in den sozialen Netzwerken und in der Tages- und Wochenpresse. Die Präsenz auf Messen und die Kooperation mit der KölnMesse wurden fortgeführt.

Weitere kulturelle Bildung

Der Museumsdienst war in die Fortschreibung des städtischen Gesamtkonzepts Kulturelle Bildung in Köln eingebunden. Die Federführung hierzu liegt beim Amt für Schulentwicklung. Von stadtweiter Relevanz sind hier vor allem die Projekte Kulturrucksack NRW und Musenkuss Köln. Die damit verbundene Internetplattform muskuss-koeln.de hat sich zum Ziel gesetzt, das Kölner Internetportal für Angebote der kulturellen Bildung zu werden. Der Museumsdienst war von Anfang an Teil der Planungsgruppe und stets in die Genese eingebunden. Seit dem Bestehen (2015) offeriert die Plattform, bei kontinuierlichem Zuwachs der Anbieter und Angebotspalette, kulturelle Bildungsangebote für Kinder- und Jugendliche (Zielgruppe der 5- bis 12-Jährigen) in unterschiedlichen Kunstsparten und spartenübergreifenden Formaten. Darüber hinaus können auf Musenkuss Fortbildungsprogramme und Vermittlungsangebote für Multiplikatoren im Handlungsfeld der kulturellen Bildung abgefragt werden. Hier können zukünftig neben den Angeboten für die Kinder und Jugendliche zunehmend auch die Zielgruppen der Erwachsenen und Senioren Angebote der Kulturellen Bildung finden. Auch der Museumsdienst nutzt die Plattform, um zusätzlich auf seine Vermittlungsprogramme aufmerksam zu machen.

In der Landesfördermaßnahme Kulturrucksack NRW, die Projekte im Sozialraum für die Zielgruppe der 10 – 14 Jährigen außerhalb von Schule ermöglicht und fördert, ist der Museumsdienst dauerhafter Kooperationspartner und Teil der Fachjury. Darüber hinaus erfolgt die inhaltliche Beratung der RheinEnergie Stiftung Kultur im Kontext der Projektförderung Kulturelle Bildung. Zusammen mit der Kölner Freiwilligenagentur und der dort verankerten Initiative LeseWelten wurde ein übergreifendes Projekt für geflüchtete Kinder und ihre Familien auf den Weg gebracht. Im Rahmen der Vorbereitungen zum Kulturentwicklungsplan wird es zu einer Vernetzung der Partner der Kulturellen Bildung in Köln kommen.

2. Schwerpunkte 2016

2.1 Bildung und Vermittlung

Leitlinien

Um der Gefahr einer Beliebigkeit in der Angebotsvielfalt zu begegnen, orientiert sich der Museumsdienst in seiner Arbeit an Leitlinien, die eine Einheit in der Vielfalt schaffen. Die Leitlinien basieren auf einem Leitbildprozess und dienen der nachhaltigen Profilierung und Markenführung der Einrichtung. Diese Leitlinien sind Nachfragerorientierung, Kompetenzentwicklung, Diversität, Partizipation, Empowerment und lebenslanges Lernen am Erlebnisort Museum. All diese Prinzipien prägen das Motto der Einrichtung: Wir machen Programm.

»Wir machen Programm«

Sammlungsbezug

Die Bildungsarbeit des Museumsdienstes basiert auf den Sammlungen und Sonderausstellungen der Museen der Stadt Köln. Angebote für alle Zielgruppen werden in der Regel so konzipiert, dass die Auseinandersetzung mit den Sammlungen – im Kontext gegenwartsrelevanter Fragestellungen – im Mittelpunkt steht. Ergänzt werden sie von Angeboten zu Sonderausstellungen, die ein viel beachtetes und gerade von Erwachsenen sehr gut angenommenes Segment bilden. Wo dies möglich ist, erfolgen Brückenschläge zwischen den Museen und dem Stadtraum.

Zukünftiges Ziel ist die Entwicklung von digitalen Vermittlungsstrategien.

Nachfrageorientierung

Museumspädagogik bildet eine Brücke zwischen Sammlungsinhalten und Erwartungen der Besucher. Sie sorgt für eine differenzierte Zielgruppenerschließung und -ansprache. Um die Nachfrage effizient bedienen zu können, ist es wichtig zu wissen, was Besucher erwarten, schätzen oder ablehnen. Der Museumsdienst berücksichtigt in unterschiedlichen Formaten das Freizeitverhalten seiner Nutzergruppen und beschäftigt sich bei der inhaltlichen und methodischen Ausgestaltung mit gesellschaftlichen Trends wie dem Wunsch nach Nachhaltigkeit und Authentizität.

Das Programm folgt den Erkenntnissen der Besucherforschung.

Die nachhaltige Kompetenzorientierung entsteht aus dem engen Dialog mit Bildungseinrichtungen.

Die Projektarbeit sorgt für eine intensive Einbindung von Menschen aus museumsfernen Milieus.

Der gesamte Projektbereich wird von partizipativen Ansätzen bestimmt und lebt von der Einbeziehung des Publikums.

2016 lag einer der Schwerpunkte des Museumsdienstes auf Angeboten für Menschen mit Fluchterfahrung.

Kompetenzorientierung

Die den Schulunterricht prägende Prämisse der Kompetenzorientierung gilt auch für die Museumspädagogik. Daher fordert und fördert der Museumsdienst in schulischen und außerschulischen Bildungsangeboten den aktiven Umgang mit Wissen und Werten. Die Angebote vermitteln Inhalte zielgruppengerecht und sorgen für Erkenntnisgewinn. Dialogische Methoden binden das Publikum ein und stärken seine kommunikativen Fähigkeiten. Im Ergebnis haben die Nutzer ihr Wissen nicht nur verbreitert oder vertieft, sie können die Inhalte auch sachgerechter bewerten.

Empowerment

Der Museumsdienst legt daher großen Wert auf die Förderung von Selbstkompetenz. Dazu zählt das bürgerschaftliche Engagement durch ehrenamtliche Vermittlungsangebote, die der Museumsdienst fördert und durch Fortbildungen flankiert. Dazu zählt aber auch die Befähigung, im Museum zu interagieren und die eigene Position zu artikulieren. In diesem Sinne nutzt der Museumsdienst Projekte, die auf die Weiterentwicklung von Soft Skills abzielen, Mehrsprachigkeit fördern und Expertenwissen von Laien einbinden.

Partizipation

In einer modernen Museumspädagogik ist der Besucher nicht mehr schweiger Rezipient eines von Experten entwickelten Bildungsangebots, sondern wird als Akteur wahrgenommen. Daher möchte der Museumsdienst einem breiten Teil der Bevölkerung die aktive Teilhabe am kulturellen Leben ermöglichen. Auf der Basis bereits gesammelter Erfahrungen richtet der Museumsdienst seine Bildungsangebote zunehmend partizipativ aus. Das Verhältnis zwischen Vermittlern und Besuchern wird damit dynamischer und dialogischer.

Diversität

Dabei ist der tiefgreifende demographische Strukturwandel zu berücksichtigen, den die Zivilgesellschaft durchläuft. Eine zentrale Bedeutung gewinnt in diesem Zusammenhang die Herausforderung, verschiedene Zielgruppen möglichst adäquat anzusprechen und sensibel mit Diversitäten umzugehen. Der Museumsdienst nimmt diese Herausforderung an und richtet sein Vermittlungsangebot zielgruppenorientiert aus. Wo es sinnvoll erscheint, werden die spezifischen Angebote dabei inklusiv oder exklusiv umgesetzt.

Lebenslanges Lernen

Die Vermittlung des Museumsdienstes ist so angelegt, dass sie die Bildungsbiographie der Besucher begleitet – wer möchte, findet von der Vorschule bis ins hohe Alter Angebote. Dabei ist das Gesamtprogramm vernetzt angelegt und vermeidet innerhalb einer Alterskohorte thematische Wiederholungen. Zu passenden Themen kommen passende Methoden, die das Museum zum Erlebnisort machen und informelles Lernen begünstigen. Museumsferne Publikumsgruppen werden mit Projekten punktuell erschlossen, mit dem Ziel eines breiten Audience Development für das Gesamtprogramm.

Angebote mit Zeitzeugen und intergenerationelle Ansätze intensivieren die gängigen Bildungsangebote.

Vernetzung

Die Kernaufgaben des Museumsdienstes sind Kommunikation und Vermittlung für die Museen der Stadt Köln. Doch die Sachkompetenz in Fragen der kulturellen Bildung, die Zusammenarbeit innerhalb der Stadt Köln und die Vernetzung mit Dritten sorgen dafür, dass darüber hinaus zusätzliche Aufgaben wahrgenommen werden. Wichtig hierbei ist die Zusammenarbeit mit weiteren Anbietern der kulturellen Bildung und mit Fachverbänden auf Landes- und Bundesebene.

Es bestehen enge Verbindungen zu LVMP, BVMP und BpB sowie zu verschiedenen Hochschulen.

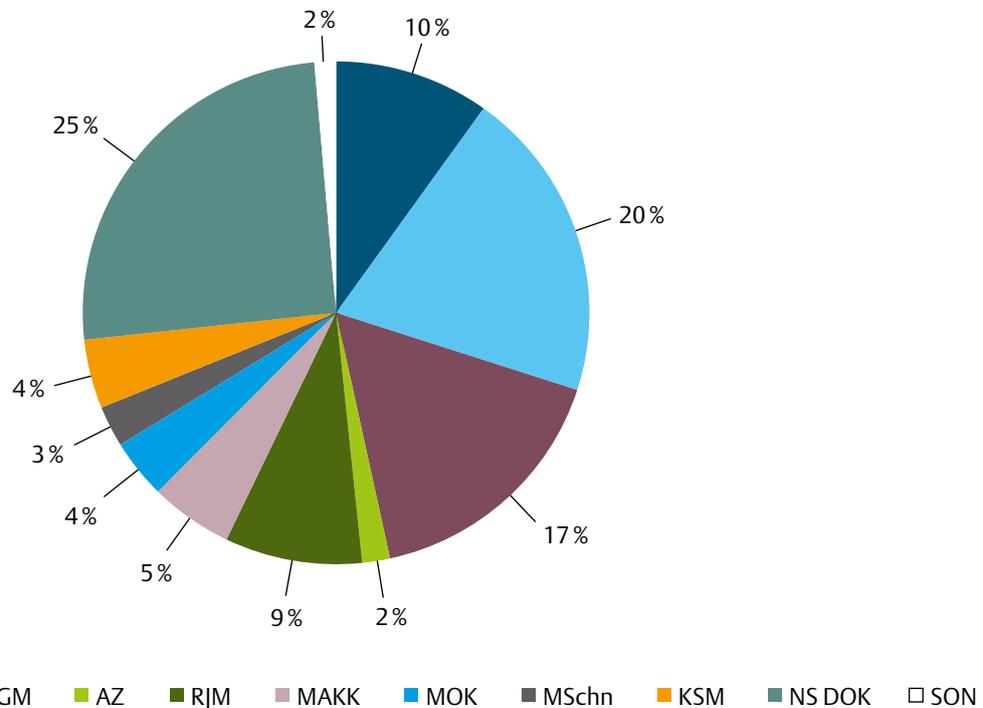
Bilden

1. Die Museen der Stadt Köln als Orte kultureller Bildung

Eine reiche kulturelle Überlieferung aus zwei Jahrtausenden und eine breite Vielfalt der Künste sorgen in Köln für eine ungewöhnliche Dichte von Museen und Sammlungen und eine enge Verzahnung unterschiedlicher künstlerischer Sparten. Allerdings sind die Museen in Köln für die wenigsten Menschen ein Ort in unmittelbarer Nachbarschaft und müssen daher gezielt aufgesucht werden. Daher kommt der Idee, das Museum als Ort in die Lebenswirklichkeit des Besuchers zu implementieren, große Bedeutung zu.

In der Vermittlung muss sich der gesamte Erwartungshorizont der Besucher eines Museums spiegeln: Wissen und Verständnis, Fähigkeiten, Werte und Normen, Vergnügen, Inspiration und Kreativität, Aktion, Verhalten und Weiterentwicklung. Deshalb eröffnet der Museumsdienst dem Publikum Wege, mit allen Sinnen Kunst und Kultur wahrzunehmen, die eigenen Erkenntnisse zu verbreitern und zu vertiefen und selbstbestimmt neue Handlungsperspektiven zu erschließen. Dies wird auf die jeweiligen Museumsbestände bezogen.

Gesamtverteilung der Veranstaltungen 2016



Veranstaltungen 2016

Die Verteilung der museumspädagogischen Veranstaltungen entspricht dem Anteil des Museums am Gesamtbesuchsaufkommen.

Minimal gewachsen sind WRM, ML, RGM und RJM. Minimal rückläufig waren MAKK, KSM und NS DOK. Die Schwankungen liegen aber im Bereich der üblichen Veränderungen.

Daraus resultieren methodische Vielfalt im Angebot und Kompetenzentfaltung in der Nachfrage. Um die Dimensionen der Kölner Bestände für ein Publikum, das sich in seinen Interessen und seinem Vorwissen ständig weiter ausdifferenziert, erfahrbar und verständlich werden zu lassen, müssen die musealen Präsentationen und deren mediale und personale Vermittlung spezifischen Anforderungen gerecht werden. Dies bezieht inklusive Präsentationsformen und partizipative Verfahren ebenso wie Fragen zu Aufenthaltsqualität, Barrierefreiheit und sozialer Öffnung ein. Als Brückenbauer fungieren auch die freiberuflichen Kollegen, in deren Auswahl sich die gesellschaftliche Vielfalt zukünftig noch stärker spiegeln wird.

Historische und kulturhistorische Museen (KSM, NS DOK, RGM)

Wichtigste Prämisse der Kölner Museumspädagogik im Bereich des kulturellen und historischen Erbes ist es, dem Bedürfnis der Besucher nach ›Authentizität‹ entgegenzukommen, ohne dabei auf eine imitierende Rekonstruktion von Geschichte zu setzen. Vielmehr geht es in der Arbeit für die drei Museen um Erkenntnisgewinn zu Prozessen der Vergangenheit und Handlungsperspektiven für Gegenwart und Zukunft.

Dies prägt die rezeptive und aktive Auseinandersetzung mit originalen Zeugnissen, deren Verortung in politische, soziale, kulturelle, ökonomische und ökologische Prozesse dialogorientiert erfolgt und deren materiale Qualitäten sinnlich erfahrbar gemacht werden. Daher zielt die Vermittlungsarbeit im Kölnischen Stadtmuseum und im Römisch-Germanischen Museum auch auf die handwerkliche und experimentelle Aneignung historischer Kulturtechniken.

Aus der Gegenüberstellung von historischen und kulturhistorischen Fakten und Zusammenhängen mit Prozessen und Haltungen der Gegenwart können beim Besucher ein Verständnis für historische Epochen oder Zeugnisse und ein reflektierter Umgang mit Geschichte geweckt und vertieft werden. Eine besondere Bedeutung kommt dabei der Aufarbeitung der NS-Geschichte zu, die den Prämissen politischer Bildung folgt. Das NS DOK bietet in der Kombination von Gedenkstätte und Museum die Chance, die NS-Zeit als Beispiel von Stadtgeschichte zu zeigen.

Kunstsammlungen (MAKK, ML, MS, WRM)

Die Sammlungen europäischer Kunst in Kölner Museumsbesitz verteilen sich auf mehrere Häuser und umfassen einen Zeitraum von etwa 1500 Jahren. Sie spiegeln die Epochen und Facetten der abendländischen Kunstgeschichte vom frühen Christentum bis in die unmittelbare Gegenwart und umfassen alle Gattungen der bildenden Kunst und alle für die Kunstproduktion relevanten Materialformen.

Kunst ist nur selten ausschließlich als ästhetische Leistung einer Künstlerpersönlichkeit begriffen worden. Die Kölner Vermittlungsarbeit macht deutlich, dass Kunst immer schon an politische, wirtschaftliche, religiöse und gesellschaftliche Umstände gebunden war und erst in jüngerer Zeit eine autonome Betrachtung hinzutrat. Daher ist der schöpferische Prozess als zeitgebunden zu begreifen und zu vermitteln.

Gleichwohl gilt es, vor dem Hintergrund von politisch-gesellschaftlichen Funktionen von Kunst und Kultur, deren ästhetischen Eigenwert zu betonen und den Besuchern auch die Möglichkeit zu geben, selbst kreativ zu werden. Daher sind schöpferisch ausgerichtete Praxisangebote für alle Alters- und Zielgruppen elementarer Bestandteil der Vermittlung in den Kunstmuseen. Darin sieht der Museumsdienst einen Königsweg zu einem transkulturellen Dialog.

artothek

Auch die artothek gehört zu den vom Museumsdienst betreuten Einrichtungen. Dieser Raum für junge Kunst bietet Ausstellungen und die Möglichkeit, Kunstwerke zu entleihen. In enger Zusammenarbeit mit der Leitung und in Abstimmung mit dem Kulturamt konzentriert sich das Vermittlungskonzept zunächst auf Kinder. Zudem erfolgt eine stärkere Einbindung der artothek in Events und Vorhaben zum Museumsstandort und eine Begleitung der medialen Präsenz.

Neue Themen:

Stadtgeschichte zum »Anfassen« (KSM) | Kostbare Scherben! (MAKK) | Raum – Raumformen (MS)

Neue Themen:

Stadtteilfehrung »Treffpunkt Ehrenfeld« (NS DOK) | »Inklusion und Exklusion«

Beispiele:

Befreiung der Farbe | Für Liebhaber des Barock | Kostbare Scherben!

Beispiele:

Kunst für die Ewigkeit | Tod und Auferstehung Jesu | Memento mori | Medien und Design im Wandel

Beispiele:

Reflection Room (ML) | Art Lab (ML) | FaceBarock (WRM)

2016 im Fokus:

Elementarstufe
Primarstufe

Jedes der Kölner Museen wird von einem eigenen Team fachwissenschaftlich und pädagogisch geschulter Vermittler betreut.

Beispiele

Japanische Kalligraphie | Kumi-himo | TCM meets Art | Chinesische Teezeremonie

Beispiele:

Begegnung mit dem Fremden | Indien in Köln | Festejo | Tod und Jenseits

Zusammen mit dem ML erarbeitete der MD das »Art Lab« in der Dauer Ausstellung und konzipierte offene Werkstattangebote wie »Fernand Léger«.

95% der Arbeit betreffen permanente Programmangebote, 5% liegen im Projektbereich, der wegen seiner Innovationskraft jedoch gleichwertig zu bewerten ist.

Außereuropäische Sammlungen (MOK, RJM)

Zu den Kölner Museen zählen zwei Häuser mit außereuropäischem Bezug. Das Museum für Ostasiatische Kunst widmet sich den Gattungen bildender Kunst in China, Japan und Korea, das Rautenstrauch-Joest-Museum zeigt die Kulturen der Welt unter ethnologischen und vergleichenden Prämissen. Beide Häuser erfordern eine jeweils eigenständige Herangehensweise in der Vermittlungsarbeit.

Im Museum für Ostasiatische Kunst setzt die Museumspädagogik auf Angebote, die dem Wissenserwerb zu ostasiatischen Gesellschaften, ihrer Kulturgeschichte und ihrer künstlerischen Wertesysteme dienen. Neben klassischen, verbalen Bildungsformaten kommt hier den kreativen Angeboten eine sehr wichtige Rolle zu. Dabei steht die Schulung in tradierten künstlerischen Techniken im Fokus.

Das Rautenstrauch-Joest-Museum versteht sich als Ort des interkulturellen Dialogs, in dessen Inszenierung übergreifende und aktuelle Fragen der *conditio humana* behandelt werden. Daher geht es in der personalen und kreativen Vermittlung des Museumsdienstes um die Rezeption gegenwärtiger kultureller Praktiken, deren Bedeutung innerhalb der Herkunftsgesellschaften und ihren transkulturellen Gehalt. Ein idealisierender und romantisierender Blick wird vermieden.

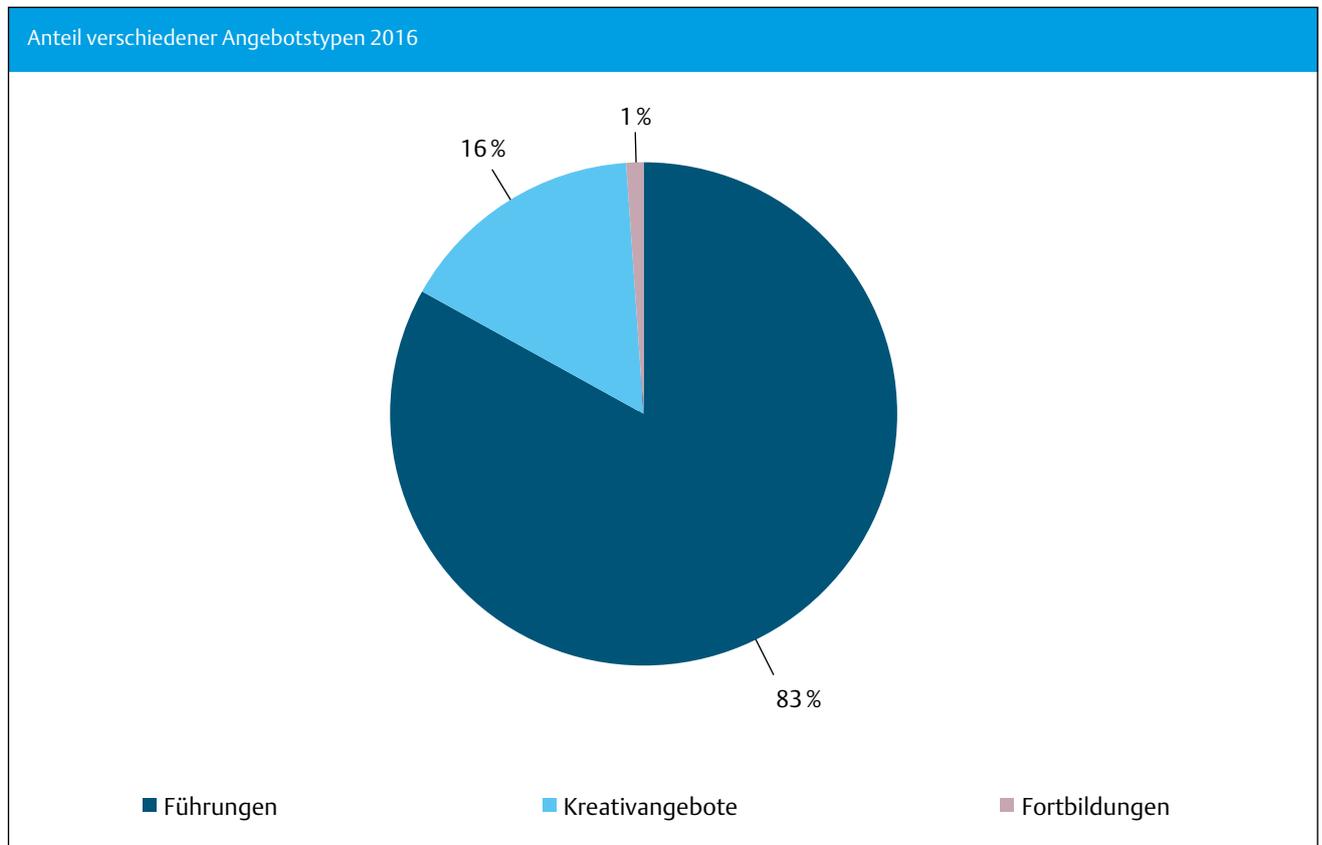
Museumspädagogische Räume

Kunst- und kulturpädagogische Angebote brauchen Räume mit Werkstattausstattung und Lagermöglichkeiten für Werkzeug und Material oder Hands On-Objekte, andere Formate erfordern Seminar- und Präsentationsräume. Daher unterhält der Museumsdienst in fast allen Museen museumspädagogische Kursräume und kann in drei Museen zudem Ausstellungsflächen (ML, NS DOK, und RJM) für Projekt- und Themenpräsentationen nutzen.

2. Formate kultureller Bildung beim Museumsdienst

Aus dem Bedarf einer zunehmend pluralistisch aufgefächerten Besucherschaft und dem Anstieg der mobilen Nutzung digitaler Medien ergeben sich für die Kölner Museen vielfältige Potentiale in den beiden Bereichen der Vermittlung: der personalen und der mediengestützten. In beiden Feldern gibt es auf Dauer angelegte Programme und befristete Projekte. Programme der personalen Vermittlung sind in der Regel über Gebühren oder Haushaltsmittel finanziert, Projekte hingegen über Drittmittel. Die Finanzierung medialer Vermittlungsangebote erfolgt über die Museen.

Anteil verschiedener Angebotstypen 2016



Personale Vermittlung

Das Hauptgewicht der Bildungsarbeit des Museumsdienstes liegt auf der personalen Vermittlung. Der direkte Dialog mit dem Publikum in individuell abgestimmten Führungen, Workshops, Kursen oder Gesprächen lässt sich kompetenz- und nachfrageorientiert gestalten. So kann eine Ausrichtung an den Besucherinteressen erfolgen. Entdecken, Erleben, Wohlfühlen, Auftanken und Lernen stehen im Zentrum. Zugleich wird die Vermittlungspraxis durch den direkten Austausch mit Besuchern ständig evaluiert und nachhaltig weiterentwickelt.

Die personale Vermittlung entscheidet oft unabhängig von der objektiven Qualität einer Ausstellung oder eines Museums darüber, ob Gäste ihren Besuch als gelungen bewerten. Vor diesem Hintergrund hat das Qualitätsmanagement einen großen Stellenwert. Der auf Honorarbasis arbeitenden Kollegenschaft, deren Zusammensetzung die Gesellschaft spiegeln soll, werden daher kontinuierlich Fortbildungsmöglichkeiten angeboten, die auf spezifische Objektexpertise und auf methodische und performative Kompetenzen abzielen.

Die nebenstehende Interessentypologie wurde von John H. Falk entwickelt.

Jedes der Kölner Museen wird von einem eigenen Team fachwissenschaftlich und pädagogisch geschulter Vermittler betreut.

Zu achten ist auf symmetrische Kommunikation und dialogische Angebote.

Mit den handlungsorientierten, oft kreativen Angeboten werden pädagogisch und künstlerisch ausgebildete Vermittler beauftragt.

Schwerpunkt der Fortbildungsangebote waren 2016: Traumasensibilisierung (in der Arbeit mit Geflüchteten) und Veranstaltungen für Erzieher aus KiTas.

Offene Ateliers sind Angebote in den Museumsräumen, in denen das Publikum selbst kreativ arbeiten kann, ohne an einem festen Kurs teilzunehmen.

Innerhalb der personalen Vermittlung machen verbale Angebote den größten Anteil aus. Dabei gehen die Mitarbeiter stets vom konkreten Objekt und seinem Kontext aus und bieten den verschiedenen Besuchergruppen sowohl sinnlich-ästhetische Zugänge als auch kritisch-reflektierende Herangehensweisen. Der objektzentrierte Vermittlungsansatz wird dem jeweiligen Schwerpunkt des Museums gerecht und verdeutlicht die Wechselwirkungen von Real- und Ideengeschichte sowie die verschiedenen Ausprägungen von Kultur über die Jahrhunderte bis in die Gegenwart.

Der zweite Bereich der personalen Vermittlung umfasst die handlungsorientierten Angebote. Für Museumsbesucher sind Vermittlungsprogramme, bei denen sie selber erforschen, entdecken oder gestalten können, besonders motivierend. Ebenfalls objektbezogen, werden hierbei neben den kognitiven Zugängen weitere Erkenntnis- und Wahrnehmungsmöglichkeiten genutzt. So verstärken sich Lernprozesse, die das Verständnis für die musealen Inhalte und die wissenschaftlichen Arbeitsmethoden erleichtern.

In der verbalen Vermittlung konzipiert und organisiert der Museumsdienst: öffentliche und buchbare Führungen für alle Altersgruppen von Vorschulkindern (»Sternstunden«) bis zu Senioren (»Seniorentreff«); das interdisziplinär oder fachwissenschaftlich ausgerichtete Akademieprogramm; Lesungen für Kinder (LeseWelten); Gesprächskreise mit Zeitzeugen sowie ein- oder mehrteilige Fortbildungen für Multiplikatoren wie Erzieher, Lehrkräfte, Sozialarbeiter, Studierende und Stadtführer.

Unter handlungsorientierter Vermittlung sind alle Formate zu verstehen, bei denen die Besucher selbst aktiv werden und dabei spielerische, experimentelle, handwerkliche oder kreative und künstlerische Zugänge erproben bzw. nutzen. Handlungsorientierte Formate im Portfolio des Museumsdienstes sind mehrstündige Werkstätten für Kindergärten und Schulklassen, Kurse für Kinder, Jugendliche und Erwachsene an den Wochenenden, abends oder in den Ferien, offene Ateliers zu Ausstellungen oder Events und Geburtstage für Kinder.

Mediengestützte Vermittlung

Vielfach nutzt der Besucher mediale Formate wie Ausstellungsbeschriftungen, Audioguides oder andere digitale Präsentationen, Handreichungen, Kinderführer und ähnliches. Bei Bedarf entwickelt das wissenschaftliche Personal des Museumsdienstes daher Vermittlungsmedien für Dauer- und Sonderausstellungen. Deren Finanzierung erfolgt in der Regel über die Museen. Aus Sicht des Museumsdienstes ist bei der Vermittlung durch Medieneinsatz zwischen Pflicht- und Kürprogramm zu unterscheiden. Zur Pflicht zählen fast immer Ausstellungsbeschriftungen und Audioguides.

Für Beschriftungssysteme (Saal- und Objekttexte) sollten Standards gelten, die auf eine leichte Verständlichkeit, einen barrierefreien Zugang und Zweisprachigkeit abzielen. Bei diesen Standards orientieren sich die Pädagogen des Museumsdienstes an den aktuellen Erkenntnissen der Didaktik. Gleiches gilt für Begleithefte zu Ausstellungen für Kinder und Erwachsene, die der Museumsdienst bei Bedarf konzipiert, wobei er auf langjährige Erfahrungen

zurückgreifen kann. Texte in Einfacher Sprache werden in den kommenden Jahren verstärkt bereitgestellt.

Die Erstellung von Materialien für Lehrkräfte und Schulklassen wird der Museumsdienst unter der Voraussetzung einer entsprechenden Finanzausstattung in den nächsten Jahren mit gleicher Intensität fortführen und dabei auf analoge und digitale Zugangsformen achten. Gleiches gilt für mediengestützte Angebote für Menschen mit körperlichen oder kognitiven Einschränkungen. Auch Mitmachhefte für Kinder und Familien oder Museumsführer für bestimmte Zielgruppen werden analog und digital greifbar sein.

In sieben Museen werden Beschriftungen und Begleithefte durch mehrsprachige Audio- oder Multimediaguides ergänzt, so dass unterschiedliche Zielgruppen die Ausstellungen eigenständig und an ihre Bedürfnisse angepasst, erkunden können. Diese Vermittlungsformen werden zunehmen, daher ist für Köln die Verbindung der digital und für unterschiedliche Ausgabemedien aufbereiteten Inhalte mit Web 1.0 und Web 2.0 mitzudenken und die webbasierte Erschließung der Bestände und ihre Vernetzung zu verbessern.

Eine Besonderheit der Kölner Museumspädagogik stellen die museumsdidaktischen Sammlungen dar. In sechs Museen können Besucher originale Artefakte oder Repliken, die der Museumsdienst verwaltet, anfassen, in die Hand nehmen und damit auch über den Tastsinn wahrnehmen. Dazu gehört auch rekonstruierte historische Kleidung aus unterschiedlichen Epochen. Die Hands-on-Bestände werden jeweils von den Museumspädagogen betreut. Die Objekte kommen in unterschiedlichen Veranstaltungsformaten zum Einsatz und eignen sich insbesondere für inklusive Angebote.

Vermittlung in Projekten

Projekte sind Keimzellen für Innovation. Daher verfolgt der Museumsdienst diesen Bereich sehr intensiv. Hier entstehen neue Methoden und Formate. Die Schwerpunkte der handlungs- und medienorientierten Projektarbeit liegen in den Bereichen, Qualitätssicherung, Audience Development, Empowerment und Partizipation. Dabei ist zwischen Projekten für Multiplikatoren, Familien, Jugendliche und jungen Erwachsene sowie Schulklassen zu unterscheiden, Die Projekte sind in der Regel über Drittmittel finanziert.

3. Zielgruppen

Menschen gehen aus unterschiedlichen Motiven in die Kölner Museen. Museumsaufenthalte von Individual- und Gruppenbesuchern sind oft touristisch motiviert oder freizeitorientiert. Hinzu kommen generelles Kulturinteresse, professionelle Motive oder einfach Neugier. Schüler und Studierende, die die Museen in Ergänzung zum Schulunterricht oder zu einer Lehrveranstaltung, bei Exkursionen und Studienfahrten besuchen, rezipieren die Kölner Museen hingegen primär im Lernzusammenhang. Gleiches gilt für die zugehörigen Multiplikatoren.

2016 wurde die Museumstasche entwickelt, mit der ein niederschwelliger Museumsbesuch möglich ist, denn die Tasche funktioniert ohne Vorwissen und rein handlungsorientiert.

2016 verantwortete der Museumsdienst 5 Beschriftungsprojekte. Außerdem wurde die Rubrik »Bild der Woche« auf museenkoeln.de übernommen und soll zu einer didaktischen Einheit ausgebaut werden.

Schwerpunkte 2016:
Tastobjekte für sehbehinderte Menschen (MAKK)

Großprojekte 2016:
Köln mit allen Sinnen
Projekte für und mit Geflüchteten

Für den Museumsdienst ist es daher von zentraler Bedeutung, die Museen der Stadt Köln nicht ausschließlich als Lernort zu vermitteln und damit ein tradiertes Verhaltensmuster fortzuschreiben, das sich im 19. Jahrhundert ausgebildet hat und vielerorts noch immer für den Museumsbesuch gilt: das Museum als wichtiger, aber langweiliger Ort der Hochkultur. Vielmehr sind Museen Erlebnisorte und sollten als solche auch rezipiert werden können. Die Vermittlungsarbeit hat daran den entscheidenden Anteil, insbesondere, wenn sie den Besucher auf seinem Lebensweg begleitet.

Vermittlung für Kindergärten

Der Museumdienst verfolgt in seinem Bildungskonzept das Prinzip des lebenslangen Lernens. Daher setzen die Angebote in den Kölner Museen bereits vor Schulbeginn ein. Die Programme bieten schon den jüngsten Besuchern eine spannende und altersgerechte Auseinandersetzung mit Kunst und Kultur. Der gezielte Einsatz handlungsorientierter Methoden ermöglicht es den Kindern, selbständig das Museum als Lern- und Erlebnisort zu entdecken. Museum kann auf diese Weise als positiver Ort aufgeladen werden, den die Kinder später in der Schule oder privat gerne wieder aufsuchen.

Eine speziell für die Zielgruppe der »Museumsanfänger« entwickelte Didaktik lädt dazu ein, Materialbeschaffenheit und Farben zu vergleichen, visuelle Eindrücke akustisch umzusetzen oder ein Kunstwerk durch Bewegung lebendig werden zu lassen. Musik und Geschichten bieten einen emotionalen Zugang zu den Bildern und Objekten. In den Führungen erhalten die Kinder Anregungen, die Welt der Kunst und Kultur in ihrer Vielfalt kennenzulernen. Die Workshops bieten den Museumsneulingen einen kreativen Einstieg, der die motorische Entwicklung unterstützt.

Mit Ausnahme des NS DOK ist ein Vorschulprogramm in allen Museen buchbar. Die Finanzierung der ein- oder zweistündigen Veranstaltungen erfolgt durch Teilnahmepauschalen. Für Kindergartengruppen aus belasteten Sozialräumen hat der Museumsdienst zusammen mit einer Stiftung ein weiteres Angebot aufgelegt: »KulturGut finden – Kitas ins Museum«. Das für Kölner Kindertagesstätten kostenfreie Programm bietet den jüngsten Besuchern eine spannende und altersgerechte Auseinandersetzung mit Kunst und Kultur und unterstützt den Selbstbildungsprozess der Vorschüler.

In Kooperation mit Partnern aus Kommune und Hochschulen finden zudem regelmäßig Fortbildungsveranstaltungen für Erzieherinnen und Erzieher statt, um ihnen die Kölner Museen vorzustellen und deren Möglichkeiten in der Vermittlung aufzuzeigen. Für städtische Einrichtungen bietet der Museumsdienst diese Fortbildungen regelmäßig an, für kirchliche oder andere Träger auf Anfrage. Häufig sind auch die Erzieherinnen und Erzieher selbst »Museumsanfänger«, daher geht es in den Veranstaltungen darum, sie mit dem unbekanntem Ort Museum vertraut zu machen.

Rund 3.360 Kinder kamen seit Projektstart. Dank der Sal. Oppenheim Stiftung erleben Vorschulkinder die Museen altersgerecht und aktiv. Methodische Schwerpunkte: Musik, Bewegung, Rollen- und Puppenspiel.

Vermittlung für Schulklassen

Jährlich besuchen über 70.000 Schüler die pädagogischen Vermittlungsprogramme in den städtischen Museen und sind damit die wichtigste Zielgruppe des kulturellen Bildungsauftrages. Schulen sind jedoch nicht einfach zu erreichen. Die Veränderungen der Schulstruktur erschweren den Besuch außerschulischer Lernorte. Angebote haben dann Erfolgchancen, wenn sie lehrplanrelevant sind und Qualität, Nachfrageorientierung, Servicedenken und zielgruppengenaue Kommunikation berücksichtigen.

Im Schulangebot sind Programme und Projekte zu unterscheiden. Programme wenden sich vornehmlich an Klassenverbände. Die ein- bis dreistündigen Veranstaltungen werden über eine Teilnahmepauschale vergütet. Daneben setzt der Museumsdienst Projekte um. Sie sind anlassbezogen und haben dezidiert experimentellen Charakter. Die Projekte sind in der Regel über Drittmittel finanziert und haben ein eigenes, inhaltliches und methodisches Profil. Alle Projekte werden evaluiert, dokumentiert und publiziert.

Der Museumsdienst kooperiert eng mit der Museumsschule. In dieser gemeinsamen, 1986 gegründeten Einrichtung der Stadt Köln und der Bezirksregierung unterrichten Lehrkräfte aus dem aktiven Schuldienst direkt am außerschulischen Lernort Museum. Die Herangehensweisen beider Einrichtungen sind jedoch grundverschieden. Die Museumsschule agiert aus der Warte der Schule, der Museumsdienst hingegen aus der Warte der Museen. Neben dem Unterricht im Museum ist die Museumsschule eingebunden in Lehrerfortbildungen und Publikationen, organisiert schulische Projektwochen und unterstützt den Museumsdienst bei Familienprogrammen.

Die Museumsschule führt Unterricht mit unterschiedlichen Formaten durch – ganz am schulischen Lehrplan orientiert. Der Museumsdienst stellt im Kontext seiner Schulprogramme das außerschulische Lernen in den Fokus und lässt sich dabei von der Vorstellung leiten, dass Schülerinnen und Schüler über die Schulzeit hinaus Museumsbesucher bleiben. Somit begreift der Museumsdienst den schulischen Museumsbesuch als Element des lebenslangen Lernens und sieht Museum als Erlebnisort, der Bildungsprozesse in unterschiedlichen Lebensphasen partizipativ ermöglicht.

Die wissenschaftlichen Referenten haben prinzipiell die Aufgabe, Museumsinhalte für die verschiedenen Zielgruppen zu konzipieren und bedarfsgerecht und kompetenzorientiert auszuarbeiten und zu evaluieren. Schule ist daher eine von mehreren zu betreuenden Zielgruppen, allerdings mit einem sehr großen Differenzierungsgrad. Die Programme werden für alle Schulformen und -stufen entwickelt und orientieren sich einerseits an den Bedürfnissen der Schule und deren curricularen Vorgaben in NRW, andererseits an den Inhalten der Museen.

Die einzelnen Schultypen sind unterschiedlich stark vertreten. Gymnasien sind am häufigsten zu Gast, gefolgt von Grund- und Realschulen. Unter den Grundschulen ist ein knappes Viertel auswärtige Gäste: Sie kommen aus der Region bis 50 Kilometer. Für Förderschulen, deren Schüler meist den Sekundarstufen I und II entstammen, fehlen in der Region entsprechende Angebote,

Führungen des MD:

2016: 5.996

2015: 6.709

2014: 6.383

Workshops des MD:

2016: 822

2015: 623

2014: 520

Unterricht der Museumsschule

2016: 11.318 TN

2015: 10.414 TN

2014: 10.905 TN

Fortbildungen der Museumsschule:

2016: 28

2015: 16

2014: 28

Auswärtige Schulen buchten im Rahmen von Ausflügen 2016 vermehrt auch Spezialthemen. Besonders spürbar ist dies im NS DOK und im RGM.

Anteil der Sonderausstellungen an schulischen Veranstaltungen:

2016: 2%
2015: 2%
2014: 3%

2016 hat der Newsletter Bildung rund 3.000 Abonnenten (2015: 2.900).

2016 kamen 86 Schulklassen mit dem Museumsbus nach Köln, darunter ein Drittel Förder-, Haupt- und Sekundarschulen. So konnten mit diesem Projekt 2.044 Kinder die städtischen Museen und das KKM kostenfrei besuchen.

Die Museumsschule arbeitet in: KSM, ML, MS, NS DOK, RGM, RJM und WRM.

Fortbildungen gesamt

2016: 86
2015: 81
2014: 126

daher ist Köln attraktiv und der Einzugsbereich entsprechend groß. Bei Realschulen, Gesamtschulen, Gymnasien und Berufsbildenden Schulen nimmt der Anteil auswärtiger Schulen kontinuierlich zu.

Schulklassen und Kindergärten kommen in der Regel nicht in Sonder-, sondern in Dauerausstellungen. Hier ist der Eintritt generell kostenlos, aber noch wichtiger ist die leichtere Anbindung an den Lehrplan. Vor allem in den Fächern Kunst, Geschichte und Sachunterricht bieten die Sammlungen wertvolle Ergänzung, unmittelbares Anschauungsmaterial und echte Inspiration für den Unterricht. Sammlungen, die eine Anbindung an den Schulunterricht erlauben, sind per se attraktiver, wie die hohen Nutzerzahlen von NS DOK, ML, RGM und RJM belegen. Klassen der Primarstufe gehen überproportional häufig in das KSM, das RJM und das MOK. Das MAKK und seine Bestände sind für Berufsbildende Schulen interessant.

Die Programme sind über das Internet buchbar. Eine individuelle Beratung findet nur auf Anfrage statt, denn alle relevanten Informationen zu den Angeboten werden online veröffentlicht. Neue Themen und Angebote werden über Informationsveranstaltungen für Multiplikatoren vorgestellt, zu denen die Lehrkräfte zählen. Sie werden zudem über einen Newsletter kommuniziert, der von interessierten Schulen und Lehrkräften gelesen wird. Demgegenüber beraten die Lehrer der Museumsschule individuell und führen ihren Unterricht in enger, direkter Kooperation mit den Lehrkräften durch.

Seit 2015 läuft das Projekt »museumsbus koeln«. Ein von der Regionalverkehr Köln GmbH gestellter und eigens gestalteter Linienbus bringt Schulkassen aus dem Kölner Umland (Rhein-Sieg-, Rhein-Erft- sowie Rheinisch-Bergischer Kreis, Kreis Euskirchen und Oberbergischer Kreis) in die Kölner Museen. Es handelt sich für die Schüler der Klassen 5 bis 8 oftmals um einen Erstbesuch, der dank des Engagements von Kreisparkasse Köln, Kulturstiftung der Kreissparkasse Köln und Museumspädagogischer Gesellschaft e.V. kostenlos erfolgt. Es handelt sich oftmals um Erstbesuche von Schulklassen aus schlecht an den ÖPNV angebundenen Regionen.

Die wissenschaftlichen Referenten des Museumsdienstes haben die Fachaufsicht bei der Museumsschule. Dies geschieht über die Einarbeitung der Kollegenschaft, die permanente Begleitung und Beratung der Museumsschule, gemeinsame Veranstaltungen im Tandem und durch eine feste bilaterale Konferenzstruktur. Die verschiedenen Elemente der Fachaufsicht laufen bei der Direktion des Museumsdienstes zusammen. Die Dienstaufsicht über die Museumsschule liegt beim Schulentwicklungsamt der Stadt Köln und bei der Bezirksregierung Köln.

Fortbildungsangebote für Lehrkräfte und andere Multiplikatoren

Dank regelmäßiger Fortbildungen in den Museen lernen Lehrkräfte neue Präsentationen und Fragestellungen kennen, erwerben Kompetenzen für eine schülerorientierte Vermittlung am außerschulischen Lernort und vertiefen vorhandenes Wissen. Gleichzeitig tragen die Fortbildungen dazu bei, im Dialog mit den Lehrkräften schulische Bedarfe zu ermitteln. Die Veranstaltungen

werden oft von Museumsdienst und Museumsschule gemeinsam konzipiert. Sie wenden sich an einzelne Teilnehmer und an Kollegien. Auch für die Kräfte in KiTas wurden Fortbildungen angeboten.

Im Rahmen mehrerer Fortbildungsreihen pflegt die Kölner Museumspädagogik eine enge Zusammenarbeit mit Herkunftssprachenlehrkräften, mit Grundschullehrern aus inklusiven Schulen und mit mehreren Studienseminaren, die für die Referendarausbildung zuständig sind. Im Zentrum stehen dabei die Vorstellung und Diskussion von neuen Methoden und von Themen, die vor dem Hintergrund der Schulentwicklung (Inklusion, Auswirkungen von Kompetenzorientierung und Zentralabitur) relevant sind. Die Vermittlungskonzepte werden systematisch weiterentwickelt.

Die dritte Kategorie von Fortbildungen betrifft nichtschulische Multiplikatoren. Hierzu zählen Betreuungskräfte aus dem Offenen Ganztage, Ehrenamtliche aus der Flüchtlingshilfe und touristische Gästeführer. In diesen Veranstaltungen stehen ein niederschwelliger Zugang und der Erlebnischarakter des Museums im Vordergrund. Zugleich sind diese Fortbildungen Maßnahmen der Qualitätssicherung. In diesem Zusammenhang sind auch Fachfortbildungen für ehrenamtliche Führungskräfte aus den Freundeskreisen der Museen zu sehen, die der Museumsdienst abhält.

Kooperationen mit Partnerschulen und Hochschulen

Für eine nachhaltige Entwicklung von Programmen und Konzepten sind langfristige Kooperationen mit Schulen, Universitäten und Bildungseinrichtungen unabdingbar. Der Museumsdienst kooperiert mit mehreren Partnerschulen und Hochschulen in NRW und darüber hinaus, um zu bestimmten Fragestellungen innovative Konzepte zu entwickeln und gemeinsam zu realisieren. So können neue Themen und Methoden intensiv erprobt und, sofern sie sich bewähren, anschließend im Regelbetrieb eingesetzt werden.

Die Partnerschulen des Museumsdienstes vertreten das Spektrum der Schulformen und -typen. Die langjährigen Partnerschaften orientieren sich an Vorgaben des Landes. Aus ihnen entstehen Projekte für Lehrkräfte und Klassenverbände, mitunter auch für einzelne Schülerinnen und Schüler, in denen zu Ausstellungen oder zu bestimmten gesellschaftlichen Themen gemeinsam Inhalte und Fragestellungen erarbeitet werden. Diese partizipatorischen Projekte zielen auf eine Fortentwicklung unterschiedlicher Kompetenzen und münden in der Regel in einer Präsentation im Museum oder in anderen öffentlichen Räumen.

Die Zusammenarbeit mit Lehrenden und Studierenden an Hochschulen geschieht in der Regel über Fachvorträge oder Seminarveranstaltungen, in deren Rahmen die wissenschaftlichen Referenten ihre Arbeit vorstellen und Fragen der kulturellen Bildung im Museum mit Studierenden diskutieren. So besteht für die Hochschulangehörigen die Möglichkeit, mit der Berufspraxis vertraut zu werden und Lehr- bzw. Forschungsinhalte mit der musealen Realität zu verbinden. Daraus erwachsen oftmals Abschlussarbeiten, die die Arbeit des Museumsdienstes untersuchen und damit befördern.

Immer wichtiger werden Veranstaltungen für Studienseminare, um zukünftige Lehrkräfte mit Museen vertraut zu machen. Es kam zu Fortbildungen für 6 Einrichtungen aus ganz NRW.

Für KTM fanden in den historischen Museen Fortbildungsreihen statt. Das 2015 gestartete Programm für ehrenamtliche Helfer aus der Flüchtlingshilfe wurde 2016 fortgesetzt.

Partnerprojekte
2016: 11
2015: 16
2014: 13

Mit dem Lehrstuhl »Public History« der Universität zu Köln wurde eine neue Kooperation begonnen.

Bis 2020 finanziert die Sal. Oppenheim Stiftung OGS-Besuche in den Museen Das Projekt für Einrichtungen aus dem belasteten Sozialraum führte im letzten Jahr 500 Kinder in die Museen (in 22 Gruppen).

Ergänzend zu den verbalen Angeboten stehen in den Museen Kinderführer, Entdeckerrucksäcke oder Ausstellungshefte für die jungen Besucher bereit, die der MD entwickelt hat.

MuseumKinderZeit

2016: 36
2015: 40
2014: 44

Junge Entdecker

2016: 40
2015: 49
2014: 51

Führungen für Familien finden sonntags alternierend in allen Museen statt.

Die monatlichen Lesungen sind mit 18 bis 30 Kindern sehr gut besucht.

Vermittlung für Offene Ganztageinrichtungen

Für Einrichtungen, die Kinder bis zur 6. Klasse an den Nachmittagen im Offenen Ganztage betreuen, sind die Kölner Museen geeignete Orte für Freizeitangebote während der Schulferien. Der Museumsdienst hat daher Angebote für einmalige und halbwöchige Angebote entwickelt. Der einmalige Museumsbesuch verbindet in der Regel eine themengeleitete Tour durch die Dauerausstellung mit Werkstattangebot und zielt auf Entdecken und Erkunden einer für die Kinder oftmals neuen Welt.

Die zweite Schiene sorgt dank Drittmittelunterstützung für eine kostenlose Teilhabe der Kinder und Jugendlichen am kulturellen Leben ihrer Stadt. Während der Ferien können sie in jeweils dreitägigen Workshops nicht nur eines der Museen kennenlernen, sondern sich auch in ihrem Umfeld mit Kultur und Geschichte der Stadt Köln auseinandersetzen. Das Angebot dient der Verbesserung der Bildungsqualität und der Förderung von Chancengleichheit. Auf den eintägigen Museumsbesuch folgen zwei Tage in der Einrichtung zur praktisch-kreativen Vertiefung.

Angebote für Kinder und Familien

Gleichwertig neben den Bildungsangeboten für Gruppen aus Kita, Schule und OGS stehen Formate für junge Gäste ab 4 Jahren und ihre Familien. Sie kommen in ihrer Freizeit und damit in der Regel an den Wochenenden und in den Ferien. Die Angebotsschienen sind aufeinander abgestimmt und bedienen im Wechsel alle Museen, so dass eine Wiederholung oder Überschneidung verhindert und eine gleichmäßige Verteilung der Veranstaltungen auf alle Museen gewährleistet ist.

An Samstagen finden die Reihen »MuseumKinderZeit« und »Die jungen Entdecker« statt, in denen abwechselnd zwei Altersgruppen (5–7 bzw. 8–11 Jahre) angesprochen werden. Die MuseumKinderZeit erstreckt sich auf alle Museen (Ausnahme: NS DOK), die Jungen Entdecker konzentrieren sich auf das Rautenstrauch-Joest-Museum. Wegen seiner Drittmittelfinanzierung ist dieses Angebot kostenfrei, die MuseumKinderZeit hingegen finanziert sich über Teilnahmegebühren.

Den Sonntag nutzen Familien gerne, um die Museen gemeinsam zu besuchen. Daher ist es ein sehr geeigneter Tag für generationenübergreifende Formate. Die beliebtesten hierbei sind Führungen (»Sternstunden«), die kindgerecht jeweils mehrere Werke vermitteln. Die einstündigen Veranstaltungen sind dialogisch aufgebaut und widmen sich in der Regel den Objekten in den Dauerausstellungen.

»LeseWelten« heißt eine Veranstaltungsreihe in den Museen, die Vorlesen und konkrete Erläuterungen zu Objekten miteinander verbindet. Der Museumsdienst kooperiert dabei mit der Initiative LeseWelten der Kölner Freiwilligenagentur e.V. Die monatlichen Vorlesestunden, wiederum sonntags, vermitteln Kindern ab 5 Jahren in jeweils einem der Kölner Museen der Spaß am Lesen. Beteiligt sind KSM, MAKK, MOK, ML, MS, RJM und WRM. Das Besondere dabei ist die enge Verbindung von Lesespaß und kindgerechter Führung zu ausgestellten Objekten und Themen.

In den Oster-, Sommer- und Herbstferien organisiert der Museumsdienst an den Werktagen mehrstündige, altersgerechte Kurse, die den Museumsbesuch mit einem kreativen Anteil kombinieren. Angesichts der immer stärker werdenden organisierten Ferienbetreuung, der Berufstätigkeit beider Elternteile und der starken Konkurrenz durch andere Anbieter wird der Museumsdienst verstärkt auf Ganztages- oder Wochenangebote setzen.

Ein Klassiker ist der Kindergeburtstag im Museum, der in den Kölner Museen durch eine breite Themenpalette abgedeckt wird. Die Nachfrage hat die Auslastungsgrenze erreicht. Weitere, eventorientierte Veranstaltungen sind große Familientage, die in einem der Museen stattfinden und migrantische Communities ansprechen, sowie die familienorientierten Programmanteile bei den Großereignissen Museumsfest (Mai) und Museumsnacht (November).

Erwachsenenbildung

Schulkassen – Familien – Erwachsene: Diese Trias von Zielgruppen prägt die Besucherstruktur aller Museen, wobei sich die Anteile je nach Typ und Inhalt der Sammlung verschieben können. Die in Köln dominierenden Sammlungsschwerpunkte Kunst, Kultur und Geschichte sorgen für einen großen Zustrom bildungsaffiner erwachsener Besucher der Zielgruppe 50+. Die Vermittlungsarbeit des Museumsdienstes berücksichtigt aber auch kulturfernere Schichten, jüngere Berufstätige und Menschen mit Einschränkungen. Grundlage ist das Modell einer urbanen Zuwanderungsgesellschaft.

Der Museumsdienst hat für jedes Museum zahlreiche Führungsthemen. Nach wie vor den größten Anteil hat die klassische Führung, in der sich Erwachsene aus unterschiedlichen Generationen begegnen. Der Museumsdienst bietet für Gruppen Führungsthemen zu den Sammlungen und jeweils neu entwickelte Themen zu fast allen Sonderausstellungen an, die gebucht werden können. Für Individualbesucher gibt es an allen Öffnungstagen öffentliche Veranstaltungen. Ergänzt wird das Angebotsspektrum durch Führungen der ehrenamtlichen Arbeitskreise.

Niederschwellige Formate werden insbesondere an den einmal monatlich stattfindenden KölnTagen umgesetzt. Bei freiem Eintritt können Individualbesucher oder Gruppen aus Sozialeinrichtungen Bildungsangebote wahrnehmen, die keine kulturelle Vorerfahrung oder Spezialwissen erfordern. Der Museumsdienst hat partizipative Methoden zur Interaktion des Publikums entwickelt. Diese Veranstaltungen bieten einen geschützten Raum für Besucher, die über geringe Museumserfahrung verfügen. Einen Schwerpunkt wird künftig die Vermittlung für geflüchtete Menschen bilden.

Stärker eventorientiert ist die Reihe »Langer Donnerstag« im Museum Ludwig. Sie bietet ein spartenübergreifendes Veranstaltungsangebot aus den Bereichen Performance, Lesung, Kabarett, Film, Theater, Live-Musik und Künstlergespräch. Einem breitgefächerten Publikum wird dank eines Förderers ohne zusätzliche Veranstaltungskosten die Teilnahme an einem lebendigen Kulturerlebnis ermöglicht. Ein ebenfalls breites Angebotsportfolio kennzeichnet die Events Museumsfest und Museumsnacht. Hierfür konzipiert und organisiert der Museumsdienst das Vermittlungsprogramm.

Pro Jahr finden über 40 Ferienkurse statt, die jeweils drei Stunden dauern.

Kindergeburtstage

2016: 159

2015: 181

2014: 125

Auf Familientage wurde

2016 verzichtet.

Öffentliche Führungen des Museumsdienstes

2016: 719

2015: 764

2014: 736

2016 wurde die Reihe »Willkommen in Köln« etabliert, bei der Gruppen von Geflüchteten mir ehren- oder hauptamtlichen Begleitern kostenlose Führungen bekommen. Es wurden 10 Veranstaltungen durchgeführt.

Museumsfest:

2016: 10.401 Gäste

2015: 21.576 Gäste

2014: 14.674 Gäste

Seit 2014 hat die Kölner Museumsnacht auch ein Familienprogramm: mit großem Zuspruch.

Veranstaltungen im Akademieprogramm

2016: 64
2015: 66
2014: 76

Im vierten Jahr läuft das Format »Zeitzeugen erinnern sich« im Kölnischen Stadtmuseum und sorgt bei den Senioren für rege Teilnahme.

Demenzführungen fanden in fünf Museen statt. Unterstützer waren der Rotary Club Köln Dom und die Altenhilfe der Kölnischen Rundschau.

2016: 41 (5 öffentlich)
2015: 40
2014: 39

Kreativkurse finden in sechs Museen statt.

2016: 59
2015: 50
2014: 33

Zum Kontext:
museumbund.de

Die gegenüberliegende Seite des Nachfragespektrums markiert das kostenpflichtige Akademieprogramm, ein quantitativ kleines, qualitativ feines Segment. Es garantiert mit Kunstgesprächen, fachwissenschaftlichen Führungen, interdisziplinären Dialogsituationen, Exkursionen und Überblicksseminaren ein intensives Bildungserlebnis. Eine besondere Rolle spielt dabei die Reihe »Bild | Er | Leben«, bei der Studierende der Psychologie ehrenamtlich und kostenfrei in drei Museen psychologische Bildbetrachtungen anbieten.

Bei den Veranstaltungsformaten für die Zielgruppe Senioren spielen soziale Aspekte eine nicht zu unterschätzende Rolle. Freizeitgestaltung, Treffen mit Gleichgesinnten und Teilhabe am kulturellen Diskurs prägen seit vielen Jahren den wöchentlichen Seniorentreff. Das Publikum ist motiviert, interessiert und anspruchsvoll. Über Kooperationen mit Bildungseinrichtungen und Vereinen für Senioren werden weitere Personenkreise sukzessive erschlossen. Dazu gehören auch Veranstaltungsreihen mit Zeitzeugen und niederschwellige Malkurse in den Ateliers.

Ein stetig wachsendes Führungsprogramm, das der Museumsdienst in Kooperation mit »dementia+art« für Menschen mit demenziellen Veränderungen durchführt, sorgt für die Teilhabe dieser Bevölkerungsgruppe am kulturellen Leben. Die partielle Drittmittelfinanzierung verringert die Besuchsbarrieren. Menschen in stationärer Pflege besuchen mit ihren Betreuern Angebote in fünf Museen, werden durch Gesang oder Malerei aktiv und erleben eine schöne Zeit. Seit 2016 gibt es auch öffentliche Führungen für Menschen mit Demenz.

Neben den verbalen Angeboten konzipiert der Museumsdienst Kreativkurse für Erwachsene. Kreative Zugänge ermöglichen eine differenzierte Rezeption, fördern das Entdecken oder Erproben der eigenen Fähigkeiten und verbinden den Museumsbesuch noch einmal viel intensiver mit dem eigenen Leben. Im Angebot finden sich so unterschiedliche Kurse wie Bollywoodtanz, Festejo (afro-peruanischer Tanz), Schmuckgestaltung, Möbelbau, Malerei, japanische Techniken oder Gamelanmusik aus Indonesien. In der Regel führen Künstler die ein- oder mehrteiligen Kurse durch. Angebot und Nachfrage wachsen.

Ergebnisse der Qualitätssicherung 2016

1. Qualitätsstandards

Die Qualitätssicherung des Museumsdienstes fußt auf Standards. Zu nennen sind die von DMB und BVMP e.V. gemeinsam entwickelten »Qualitätskriterien für Museen: Bildungs- und Vermittlungsarbeit« und die vom EU-Projekt »Life-long Museum Learning« erarbeiteten Erkenntnisse. Für schulische Angebote erfolgt ein permanenter Abgleich mit den Curricula in NRW. Kita-, OGS- und barrierefreie Formate werden im Tandem mit Peer Groups konzipiert. Hochschulkooperationen sorgen für wissenschaftliche Begleitung einzelner Themen.

2. Fortbildungen und Evaluierungen

Vermittlungsarbeit erfordert ständiges Qualitätsmanagement. Daher nimmt das Team der festen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter regelmäßig an Veranstaltungen zu Bildungsfragen oder an wissenschaftlichen Kolloquien teil. Zudem organisiert der Museumsdienst überregionale Tagungen zu Fragen der Bildung und Vermittlung im Museum. Für den Kreis der freiberuflichen Vermittler finden fachwissenschaftliche und methodische Fortbildungen statt, die an Leitbild und Leitlinien des Museumsdienstes ausgerichtet sind. Verbale und mediale Angebote werden regelmäßig evaluiert.

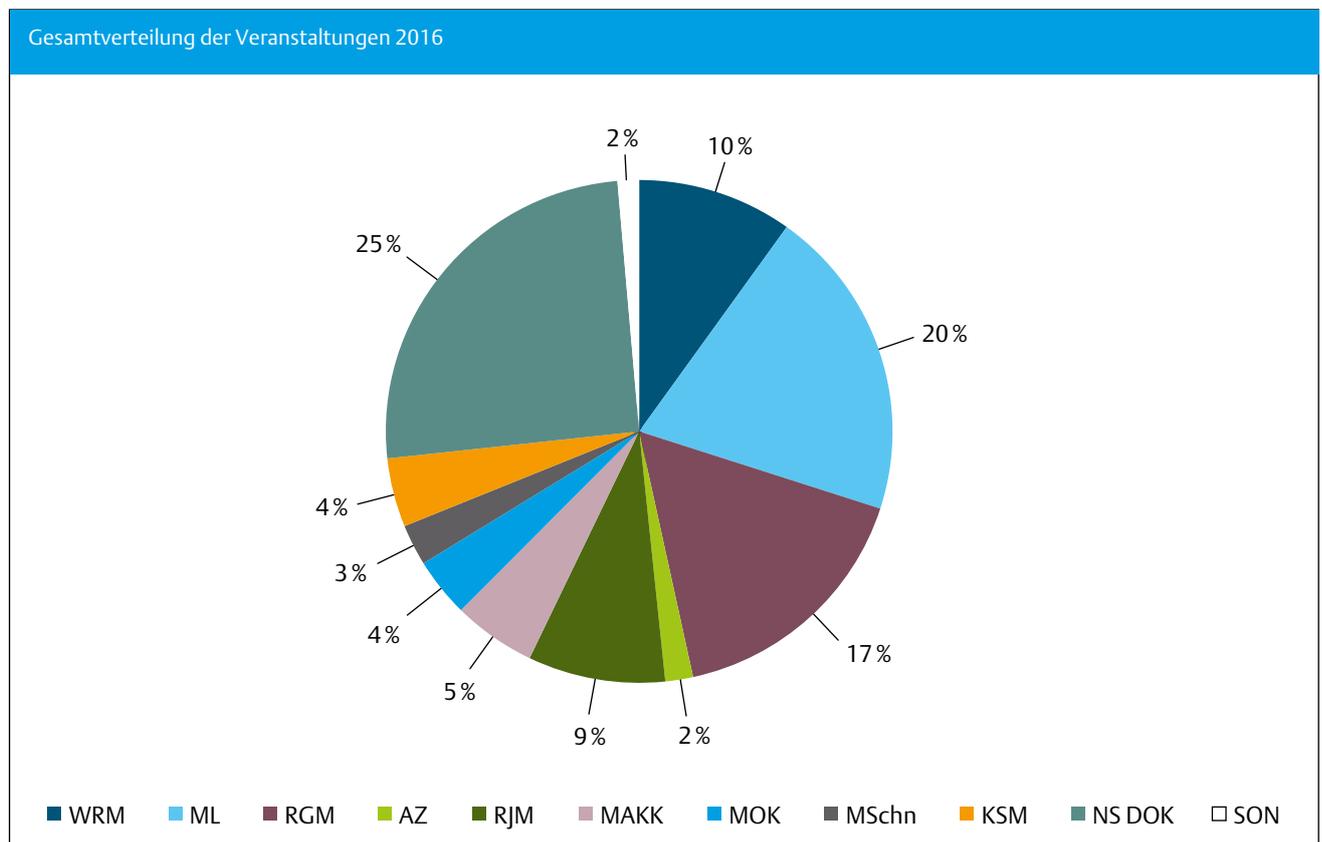
Fortbildungen
2016: 37
2015: 34
2014: 24

Schwerpunkte 2016:
Arbeit mit Geflüchteten; Traumasensibilisierung; s. auch:
museum-flucht-dialog.de

3. Erfolgsmessung

Erfolg lässt sich messen. Dabei sind Besucher- und Auslastungszahlen ein wichtiger, aber nicht der einzige Gradmesser. Um die Wirkung von Vermittlungsarbeit in ihrer ganzen Bandbreite zu benennen, legt der Museumsdienst neun Parameter zugrunde: (1) Besuchs- und Veranstaltungszahlen, (2) Projektarbeit, (3) Drittmittelakquise, (4) Medienpräsenz, (5) Sichtbarkeit der Einrichtung, (6) Nachwuchsförderung, (7) Umfang der Qualitätssicherung, (8) Anzahl der Publikationen und (9) Kooperationen und Projekte im Bereich Kulturelle Bildung.

Für Transparenz sorgen Jahresberichte, Projektdokumentationen und ein Blog:
museumsdienst.koeln



Anlagen 2 und 3

Besuche in den städtischen Museen
 2016: 906.119; -7%
 2015: 974.967; -0,2%
 2014: 977.054; 0,3 %

Davon Gäste des Museumsdienstes:
 2016: 145.946; 16,1%
 2015: 153.332; 15,7%
 2014: 146.326; 15%

Führungen / Unterrichtsgespräche
 2016: 6.466
 2015: 7.145
 2014: 6.896

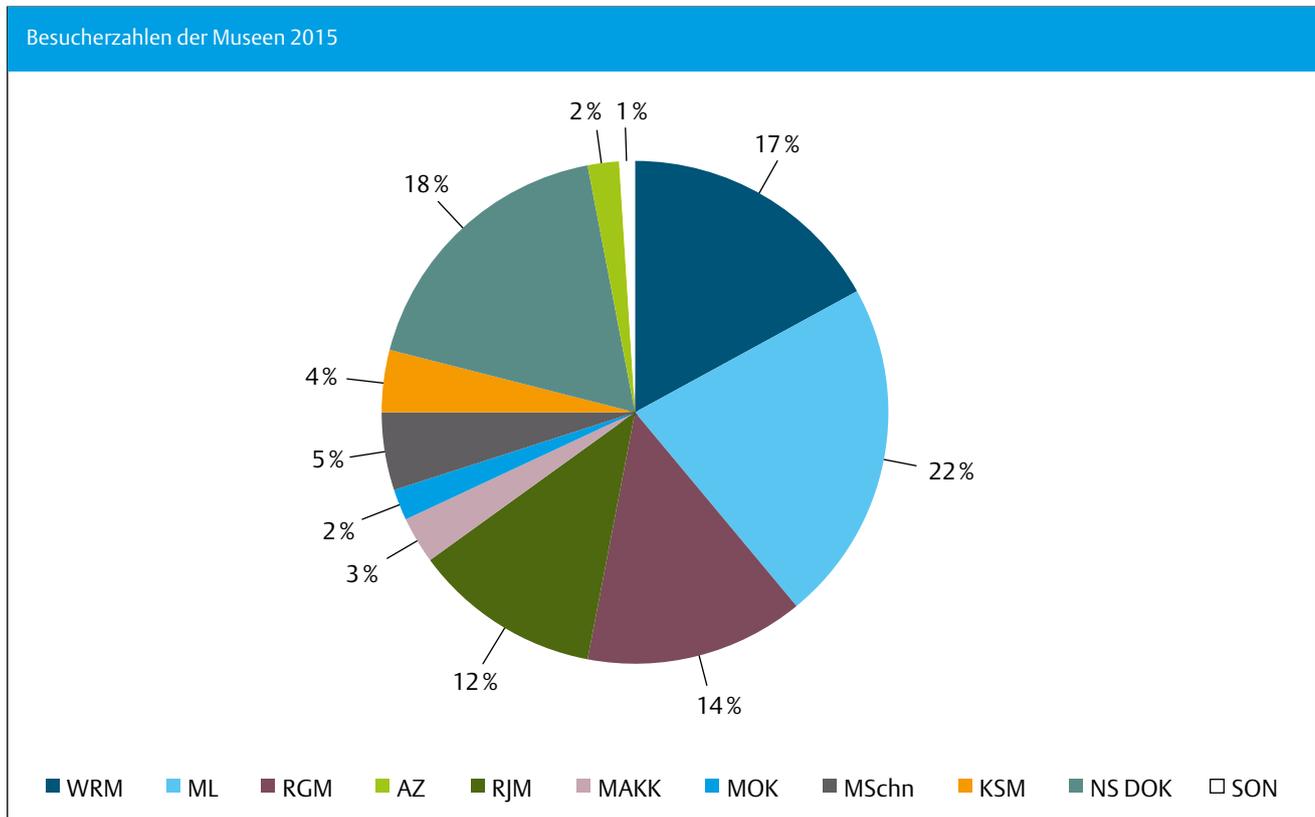
Fortbildungen
 2016: 86
 2015: 65
 2014: 111

Kreativangebote
 2016: 1.230
 2015: 1.063
 2014: 828

Besuchs- und Veranstaltungszahlen

Die Besucherzahlen der städtischen Museen war 2016 rückläufig, was dem Fehlen großer Sonderausstellungen und der mehrfachen Schließung einzelner Häuser geschuldet ist. Bezogen auf die Gesamtbesuchszahl der Museen der Stadt Köln hat die Vermittlung eine deutlich höhere Quote als zu Beginn des Jahrzehnts. Sie verdoppelte sich in den letzten zwölf Jahren von 7,3 % (2002) auf über 16 % im letzten Jahr. Damit konnte der Museumsdienst die Vermittlungsquote noch einmal steigern. Der langfristige Anstieg ist der höheren Nachfrageorientierung und der besseren Außenkommunikation zu verdanken.

Seine Jahresstatistik gliedert der Museumsdienst in drei große Segmente. Bei Führungen und Unterrichtsgesprächen liegt das NS DOK deutlich an der Spitze, gefolgt von ML und RGM. Einschränkend ist jedoch zu sagen, dass viele Gruppen im NS DOK aufgrund der beengten Räumlichkeiten geteilt werden müssen. Insgesamt reduzierte sich der Anteil der Führungen und Unterrichtsgespräche um 9,5 %. Dies lässt sich mit den weniger publikumsstarken Sonderausstellungen und dem damit verbundenen Rückgang der gebuchten Führungen erklären. Fortbildungen für Multiplikatoren wuchsen um 6,1 %, insbesondere durch Veranstaltungen für KiTa-Kräfte. Kursangebote wie Werkstätten, Ferien- und Wochenendkurse und Kindergeburtstage legten um 15,7 % zu, was am Ausbau der Programme für KiTA und OGS liegt.



Projektarbeit

Projekte im Bereich Fortbildung

Um die Qualität der Vermittlungsarbeit zu sichern und auszuweiten, organisierte der Museumsdienst Fortbildungsveranstaltungen für Multiplikatoren. 2016 waren dies Fortbildungsreihen zu den Themenbereichen Vorschulziehung, Inklusion, einfache Sprache, Deutsch als Zweitsprache, Muttersprachenlehrkräfte, für Zentren der schulpraktischen Lehrerausbildung und für freiwillige Helfer in der Geflüchtetenbetreuung.

Projekte für Kinder, Familien und Einrichtungen des Offenen Ganztags

Für viele Menschen, insbesondere aus kulturfernen Milieus oder mit interkulturellem Hintergrund, sind Museen unbekannte Orte. Seit acht Jahren verfolgt der Museumsdienst daher das Ziel, diese Besucher an die Museen heranzuführen. Das gelingt vor allem mit gemeinsamen Freizeitangeboten für Kinder und Eltern. Es geht also um Freizeitgestaltung, aber immer auch um Spracherwerb, denn es kommen oft Methoden aus dem Sprachunterricht zum Einsatz.

Im sozialen Brennpunkt angesiedelt war ein Projekt mit dem Internationalen Verein für Frieden und Gerechtigkeit »Pro Humanitate«. Es wurde über das Förderprogramm Kulturrucksack NRW finanziert. 20 Kinder und Jugendliche mit Migrationshintergrund setzten sich tanzend mit ausgewählten Kunstwerken des Museum Ludwig auseinander und realisierten eine Aufführung in der Sozialeinrichtung in Köln Vingst. Im Rahmen der Initiative »MiKibU« besuchten Migrantinnen- und Flüchtlingskinder im Primarschulalter mehrfach das Rautenstrauch-Joest-Museum. Für viele von ihnen war es eine Erstbegegnung mit der Museumswelt.

Fortgeführt wurde das von der Sal. Oppenheim Stiftung geförderte Ferienprogramm »OGS ins Museum«. Das Outreachprojekt richtet sich vor allem an Kinder, die in den Kölner Sozialräumen im Offenen Ganztags betreut werden. Die 6- bis 10-jährigen Grundschüler lernten in den mehrtägigen Programmen ein städtisches Museum kennen und setzten sich aktiv mit Kunst und Kultur in ihrer Stadt auseinander. Die niedrigschwelligeren Angebote richteten sich insbesondere an Kinder mit wenig bis keinerlei Museumserfahrung und beinhalteten neben einem Museumsbesuch mehrere Projektstage in der Offenen Ganztagschule.

Ebenfalls aus dem Offenen Ganztags stammten die etwa 190 Kinder, die bei dem Projekt »Köln mit allen Sinnen« in die Museen kamen. Jeweils vier Kindergruppen aus drei Kölner Brennpunktschulen nahmen an mehrtägigen Workshops teil und setzten sich mit den Sinnen »Hören«, »Schmecken« und »Riechen« auseinander. Sie besuchten ein städtisches Museum und führten in der Schule und ihrer näheren Umgebung Experimente zum Thema »Sinne« durch. Am Ende des Projektes gestalteten die Teilnehmer in Kleingruppen »Museobilboxen«, in denen sie ihre Arbeitsergebnisse präsentierten. Die entstandenen Boxen konnten bei Schulfesten gezeigt werden. Für 2017 ist die Fortsetzung zum Thema »Tasten« und eine Ausstellungspräsentation im RJM geplant.

Anlage 4

Die Fortbildungen für Muttersprachenlehrkräfte erfolgen zusammen mit dem ZMI. Sie fanden 2016 im ML statt.

In Kooperation mit der Integrationsagentur von Caritas lud der Museumsdienst afrikanische Frauen mit ihren Kindern zu Besuchen ins ML ein.

Kulturrucksack NRW:
»Raupine tanzt mit Kosmotakel« (ML)

Mikibu fördert Kinder aus Zuwandererfamilien.

2016 nahmen 22 Gruppen mit jeweils 15 bis 20 Kindern an den Ferienprogrammen teil.

»Köln mit allen Sinnen« konnte im Rahmen der »MuseobilBOX« gefördert werden. Es handelt sich um ein Projekt des BVMP e.V. im Rahmen des Förderprogramms »Kultur macht stark. Bündnisse für Bildung« des Bundesministeriums für Bildung und Forschung.

Der Kindertag der Kölner Philharmonie fand am 10.4. statt.

Die »kunst:dialoge« werden seit 2015 vom Museumsdienst betreut. Die Finanzierung liegt beim Museum.

Offene Ateliers sind polyvalent einsetzbar. Sie können werktags von Schulklassen genutzt werden, am Wochenende dann von allen Museumsbesuchern.

Deutschland-Saga wurde mit Mitteln der BpB realisiert.

Bei dem einmal pro Jahr stattfindenden Familientag der Philharmonie betreut der Museumsdienst für das WRM einen Stand und bietet zusammen mit der Abteilung für Musikvermittlung Veranstaltungen an, die von Kindern und Familien sehr gut angenommen werden.

Projekte und Trainees für Jugendliche und Erwachsene

Mit Beginn der Pubertät halten viele Jugendliche Museen für wenig attraktive Orte. Die Altersgruppe der 12- bis 20-jährigen ist aber dann zu gewinnen, wenn der Museumsbesuch mit der eigenen Lebenswirklichkeit korrespondiert, einen persönlichen Vorteil mit sich bringt und keinen abstrakten, passiven Bildungskonsum darstellt.

Diese Anforderungen erfüllt das Projekt »kunst:dialoge« im Museum Ludwig alle. In diesem mehrjährig angelegten Projekt werden Studenten der Fächer Kunst und Kunstgeschichte zu Kunstvermittlern ausgebildet. Sie kommen sowohl in der Sammlung als auch bei den Sonderausstellungen zum Einsatz und stehen dabei für Besucherfragen bereit.

Die jungen Kunstvermittler betreuten 2016 auch die offenen Ateliers im Museum Ludwig, die der Museumsdienst für zwei Ausstellungen konzipieren und realisieren konnte. Während der Woche dienten sie für Schulklassenprogramme, an den Wochenenden aber waren sie allen Besuchern zugänglich. Zur Sonderausstellung »Fernand Léger. Malerei im Raum« entstand ein ausstellungseigenes Atelier mit verschiedenen Praxisstationen, inspiriert von den verschiedenen Techniken, die der Künstler Fernand Léger nutzte. Der »Reflection Room« (ML) widmete sich aktuellen Fragen. Unter dem Titel »Citoyen du Monde« (»Weltbürger«) hatte der in den Niederlanden lebende Künstler Meschac Gaba 2012 eine Flagge entworfen, die alle Nationalflaggen vereint. Für die Sonderausstellung »Wir nennen es Ludwig. Das Museum wird 40!« hatte er diese multinationale Flagge auf die Außenhülle eines großen Zelts übertragen, das während der Ausstellung den Besuchern als Mal- und Workshopraum diente. In diesem Reflection Room konnten gewonnene Eindrücke verarbeitet und auf die Kunstwerke reagiert werden. Der Raum bildete einen Ort des Rückzugs, der nicht zufällig in einem Zelt eingerichtet war – eine bewusste Verbindung zu den Unterkünften von Geflüchteten.

Um Flucht ging es auch bei »Deutschland-Saga«. Im Kontext der Vorbereitung zur Tagung »Zwischen den Welten« entstand dieses Projekt für Geflüchtete (18-29 Jahre) mit dem Ziel, einen interkulturellen Dialog über ausgewählte Kunstwerken im Museum Ludwig anzuregen. Die Diskussion fokussierte sich auf Deutschlandbilder, geschichtliche Zusammenhänge und Stereotypen. Das Projekt fand im Zusammenhang von Deutschkursen mit freiwilligen Teilnehmern statt. Die Ergebnisse der durchgeführten Workshops im Museum wurden von einem Deutschdidaktiker evaluiert und bei der Tagung filmisch vorgestellt.

Um die Museen auch im allgemeinen für geflüchtete Erwachsene zu Orten des Willkommens und des Dialoges zu machen, wurden Führungsangebote geschaffen, die an den KölnTagen von begleiteten Gruppen kostenfrei genutzt werden konnten.

Projekte und Trainees mit Schulklassen

Überlegungen zum partizipativen Museum bestimmen seit einigen Jahren den internationalen museologischen Diskurs. Der Museumsdienst setzt Partizipation oft mit Schulklassen um. Kinder und Jugendliche werden durch museumspädagogische Methoden in die Lage versetzt, eine aktive Rolle im Museums-geschehen zu spielen und andere Besucher anzusprechen. Die Möglichkeiten sind unterschiedlich. Es kann sich um *Ausstellungen von Schülerarbeiten* handeln, die aus der Beschäftigung mit Museumswerken und Themen entstehen. Die Projekte können in *Performances oder anderen Präsentationsformen* münden, die von jungen Menschen im Museumsraum umgesetzt werden, oder die Teilnehmer werden zu *Museumsexperten* und vermitteln anderen ihr Wissen. Dazu einige Beispiele.

Ein Paradebeispiel für *Ausstellungen* jugendlicher Kuratoren ist der Jugend- und Schülergedenktag, der im NS DOK jährlich an die Befreiung des KZ Auschwitz erinnert. Er folgt partizipativen Prinzipien. Auch die »Republik der Kinder« sorgte für eine Einbindung von Kindern und Jugendlichen in Abläufe und Ausstellungsaktivitäten des Museums, hier des WRM. Dort hingen in der Barockabteilung Werke von Schülern neben holländischen Gemälden des 17. Jahrhunderts. Ebenfalls mit Werken der Barockzeit arbeitete »FaceBarock«. Dabei wurden barocke Portraits aus dem WRM fotografisch nachgestellt und die Fotoarbeiten öffentlich präsentiert. »Atlas der Gefühle« war ein inklusives Kooperationsprojekt, in dem Kinder zweier Förderschulen, inspiriert von Werken des ML und des WRM, ihre Gefühle ins Bild setzten und die Arbeiten öffentlich ausstellten. Die Werke wurden auch in einem Bilderbuch dokumentiert. Im Räumen des RJM fand die »Pilgerwerkstatt« ihren Platz. Schüler der Sek II planten Infrastrukturen an säkularen Pilgerorten (Fußballstadion, Popkonzert, GamesCom). Die einzelnen Werke vereinten sich im JuniorMuseum zu einer künstlerischen Installation. Über Fragen der eigenen Herkunft dachten jene Schüler nach, die an dem Projekt »Identitäten in Köln« mitwirkten. Ausgehend von Candida Höfers Serie »Türken in Deutschland« schufen Kinder und Jugendliche aus neun verschiedenen Herkunftssprachenklassen Fotoarbeiten, die ihre eigene Herkunftskultur spiegelten. Die besten Arbeiten wurden im ML ausgestellt.

Bei den *Performances* ist »Koreo mai. Erzähl mir was« zu nennen. Die Internationale Förderklasse des Berufskollegs Humboldtstraße hat sich während einer Projektwoche mit der Erzählkultur der neuseeländischen Māori beschäftigt, und erzählte nun Geschichten aus den Herkunftskulturen der Schülerinnen und Schüler. Die Jugendlichen, zwischen 17 und 22 Jahren alt, schrieben selbst Gedichte und Storys und stellten sie öffentlich vor. Bei »Blickwinkel« erhielten Vorbereitungsklassen verschiedener Schulen ab der Sek I die Möglichkeit, sich mit Kunstwerken des ML auseinanderzusetzen. Im Anschluss daran wurde jeweils ein Werk ausgewählt, das von den Schülern auf eigene Weise umgesetzt und in einem Trickfilm animiert wurde. Die Präsentation ist für Sommer 2017 geplant.

Die Zahl partizipativer Schulprojekte konnte 2016 auf elf erhöht werden (2015: 8).

Zu *Museumsexperten* wurden jene Jugendlichen, die in den Tandemprojekt »Ich lade dich ein« mitwirkten. Schülerinnen und Schülern der internationalen Vorbereitungsklasse des Heinrich-Mann-Gymnasiums beschäftigten sich mit Werken im ML, um ihre zukünftigen Klassenkameraden aus den Regelklassen zu einem Museumsbesuch einzuladen. Die Jugendlichen mit Migrationshintergrund wurden gewissermaßen zu Guides für ihre Altersgenossen.

Finanzmittel:

2016: € 210.000

2015: € 70.000

2014: € 110.000

Sachmittel:

€ 230.000 (Stellung von zwei Bussen für das Projekt museumsbus.koeln durch rvk)

Ausbau Social Media

#urbanCGN

Aufbau einer Strategie zur Vernetzung der Kölner Kultur

Drittmittel

Der Museumsdienst verfügt über keine Eigenmittel für Vermittlungsprogramme und kann Sonderprojekte daher nur über Drittmittel realisieren. Wesentlichen Anteil an deren Akquise hat der Förderverein des Museumsdienstes, die Museumspädagogische Gesellschaft e.V., die mit ca. € 7.500,00 einen Sockelbetrag für Zustiftungen leistet. 2016 konnten über € 210.000 eingegeben werden. Der Großteil diente der Finanzierung der Tagung »Zwischen den Welten. Museen im Angesicht von Flucht und transkulturellem Dialog«. Ein zweiter Schwerpunkt war das Projekt »museumsbus.koeln«, das nicht nur mit Geld- sondern auch mit Sachmitteln realisiert wird. Auch die Programme für KiTas und OGS-Einrichtungen sind drittmittelgefördert.

Medien-, Werbe- und Onlinepräsenz

2016 wurde vor allem die Kommunikation in den sozialen Netzwerken auf den Kanälen Facebook und Twitter ausgebaut und intensiviert. Der Museumsdienst bespielt seit 2016 zwei Kanäle auf Facebook: Museumsdienst Köln und museenkoeln. Als »Museumsdienst Köln« kommuniziert er mit dem Schwerpunkt auf Vermittlungsthemen, als »museenkoeln« mit dem Schwerpunkt auf Museums- und Ausstellungsthemen.

Für die Jahre 2016/2017 hat die KölnTourismus GmbH das touristische Schwerpunktthema »#urbanCGN – cologne urban lifestyle« festgelegt. Im Rahmen einer Kampagne sollen neben den altbekannten und traditionellen Themen rund um die Domstadt stärker moderne Sujets aufgegriffen und Sehenswertes abseits der touristischen Pfade in den Fokus gerückt werden. Ziel ist es, neue Zielgruppen anzusprechen und Kölns Facettenreichtum abseits von »typisch kölschen« Eigenschaften und Plätzen zu beleuchten sowie die lokale Szene stärker in den Prozess der Image-Bildung zur Destination Köln einzubinden. Die Kampagne läuft vorwiegend über die sozialen Medien und dem Corporate Blog unter www.visit.koeln. Das Thema wird zahlreiche Aktionen der KölnTourismus GmbH bis Ende 2017 prägen.

Die Kölner Kultureinrichtungen sind auf verschiedenem Wege und in unterschiedlichem Umfang im Netz präsent. Dabei fand bislang zwischen den Häusern nur wenig Austausch statt, jede Institution arbeitete in der digitalen Kommunikation für sich allein. Dies sollte sich ändern. Die Kultureinrichtungen wollen künftig verstärkt vernetzt zusammenarbeiten, um so die Sichtbarkeit und das Ergebnis für jeden einzelnen zu optimieren. Damit sich die Kölner Kultureinrichtungen bestmöglich miteinander vernetzen können, war die Entwicklung einer gemeinsamen Strategie erforderlich. Der Museums-

dienst hat daher in Zusammenarbeit mit der result GmbH, einer erfahrenen Agentur für digitale Strategien, einen Workshop konzipiert und organisiert, in dem gemeinsam mit anderen Kölner Kultureinrichtungen eine gemeinsame Strategie erarbeitet wurde. Facebook wurde als zentrale gemeinsame Plattform für die Zusammenarbeit definiert. Der Hashtag für jede Form von Zusammenarbeit lautet #koelnkultur. Im Workshop wurden gemeinsam vier Aktionen geplant, die in 2016 und 2017 umgesetzt werden: 1. Aktion Verborgene Orte (Dez. 2016); 2. Aktion Vergessene Gegenstände (Feb. 2017); 3. Aktion Probesitzen (März 2017); 4. Aktion Adventskalender (1. bis 24.12.2017). Zusätzlich wird ein Blogger-Event für Sommer 2017 geplant.

[#koelnkultur](#)

Sichtbarkeit

Der steigende Vernetzungsgrad wird an der Anzahl der Kooperationspartner und an Einladungen zu Tagungen und Workshops ablesbar. Die Anzahl der Kooperationspartner beläuft sich regelmäßig auf über 50 pro Jahr. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Museumsdienstes halten regelmäßig im In- und Ausland Vorträge und nehmen an Fachtagungen oder Konferenzen teil. Besonders zu erwähnen ist 2016 der Schwerpunkt zur Arbeit mit Geflüchteten

[Anlagen 5 und 6](#)
[Kooperationspartner](#)
 2016: 61
 2015: 55
 2014: 62

Nachwuchsförderung

Vorträge, Praktika und Lehrveranstaltungen belegen die enge Verbindung zum Hochschulbereich. Die Förderung des wissenschaftlichen Nachwuchses erfolgt über mehrwöchige und unbezahlte Praktika. Praktikanten können später zu freien Mitarbeitern, daher ist ein Praktikum immer auch Personalrecruiting und wird von Tutoren begleitet. Zur Nachwuchsförderung zählt auch die Lehr- und Vortragstätigkeit an Hochschulen in Bochum, Düsseldorf, Freiburg, Heidelberg, Kassel und Köln, bei denen Mitarbeiter des Museumsdienstes zu Fragen von Kultureller Bildung und Vermittlung sprechen.

[Anlagen 7 und 8](#)
[Praktika:](#)
 2016: 13
 2015: 13
 2014: 11

[Vorträge / Lehre:](#)
 2016: 26
 2015: 24
 2014: 8
 2013: 11

Qualitätssicherung

Vermittlungsarbeit erfordert ständiges Qualitätsmanagement in Form von Evaluierungen und Fortbildungen. Das Team der festen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nimmt daher regelmäßig an Kongressen und Tagungen teil, um das eigene Wissen zu Inhalten und Methoden zu vermehren. Zusammen mit drei weiteren Kooperationspartnern organisierte der Museumsdienst im Oktober die Jahrestagung des BVMP e.V.: »Zwischen den Welten«, deren Ergebnisse 2017 publiziert werden.

[Anlagen 9 und 10](#)
[Tagungsteilnahme](#)
 2016: 35
 2015: 30
 2014: 24

Für den Kreis der freiberuflichen Vermittler finden fachwissenschaftliche und methodische Fortbildungen statt. Daneben gibt es regelmäßigen Erfahrungsaustausch und Gesamtversammlungen für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Besonders zu erwähnen sind dabei Fortbildungsreihen, die sich bestimmten Zielgruppen oder Aufgabenstellungen widmen. In diesem Zusammenhang spielte 2016 die Arbeit mit Geflüchteten eine besondere Rolle. Zusammen mit medico mondiale organisierte der Museumsdienst eine mehrteilige Veranstaltungsreihe für festangestellte und freiberufliche Pädagogen zu Traumasensibilisierung.

[Fortbildungen](#)
 2016: 37
 2015: 40
 2014: 43

Fortbildungen für Ehrenamtliche in der Flüchtlingshilfe:

2016: 6
2015: 3
2014: /

Fortbildungen für Gästeführer:

2016: 1
2015: 2
2014: 1

Anlage 11**Publikationen**

2016: 11
2015: 14
2014: 12

Audio / Multimedia / Film

2016: 5
2015: 6
2014: 1

Hands On-Projekte

2016: 6
2015: 6
2014: 4

Ausstellungstexte

2016: 3
2015: 3
2014: 3

Kulturrucksack NRW

2016: 1 Projekt
2015: 2 Projekte
2014: 2 Projekte

**Plattform für Kulturelle Bildung in Köln:
musenkuss-koeln.de**

Auch in den Fortbildungsmaßnahmen für ehrenamtliche Kräfte spielte die Vermittlungsarbeit für Geflüchtete eine zentrale Rolle. Mehrfach fanden Einführungsveranstaltungen statt, bei denen Haupt- und Ehrenamtliche die Museen kennenlernen und wichtige Vermittlungsthemen erleben konnten. Zudem finden unentgeltliche Schulungen für die sog. Arbeitskreise statt. Darin engagieren sich etwa 150 Kölnerinnen und Kölner in sieben Kölner Museen. Sie hielten 2015 weit mehr als 600 öffentliche Führungen in MAKK, ML, MS, KSM, RJM, RGM und WRM.

Die dritte Form von Qualitätssicherung ist die Aus- und Weiterbildung von Stadtführern. Sie findet insbesondere zu stadtgeschichtlichen Themen statt und erfolgt in Kooperation mit den Kölner Gästeführerverbänden und Köln-Tourismus.

Publikationen

Die Museumspädagogen arbeiten an den wissenschaftlichen Begleitpublikationen zu Ausstellungen mit. Zudem publizieren sie allgemein zu Fragen der Vermittlung und der Kulturellen Bildung oder fachwissenschaftlich. Alle vom Museumsdienst zu verantwortenden Publikationen zur Vermittlung sowie die Veranstaltungsprogramme und den Internetauftritt museenkoeln.de sichtet ein internes Redaktionsteam.

Redaktion und Lektorat erstrecken sich auch auf Publikationen im Bereich der medialen Vermittlung, wie interaktive Stationen, Such- und Lernspiele, Museumskoffer und Hands-On-Materialien in den eigenen museumsdidaktischen Sammlungen ebenso wie Texte (Ausstellungsbeschriftung, Kinderkataloge und -führer, Lehrerhandreichungen, Kurzführer) und multimediale Einheiten (Audio-Guides, PC-Stationen). Der Bereich Film deckt Projektpräsentationen ab. 2016 wurde zudem die bereits erwähnte Tagung dokumentiert. Die Filme stehen auf dem Youtube-Kanal des Museumsdienstes.

Projekte und Kooperationen im Bereich der Kulturellen Bildung

In einzelnen Projekten, Veranstaltungen und Fortbildungen kam es zur Zusammenarbeit mit anderen Anbietern der Kulturellen Bildung. Die kooperative Zusammenarbeit mit der Koordinierungsstelle Kulturelle Bildung im Schulentwicklungsamt konnte 2015 konstruktiv fortgesetzt werden.

Neben einer fundierten fachlichen Begleitung des Gesamtprozesses sind hier vor allem die Einbindung in die Fördermaßnahme Kulturrucksack und die Internetplattform Musenkuss zu nennen. Die Landesfördermaßnahme Kulturrucksack ermöglicht Projekte im Sozialraum für die Zielgruppe der 10–14jährigen außerhalb der Schule. Der Museumsdienst ist dauerhafter Kooperationspartner und Teil der Fachjury.

Die Internetplattform Musenkuss Köln präsentiert sich als Internetportal für kulturelle Bildung. Der Museumsdienst war Teil der Planungsgruppe und damit eng in die Genese eingebunden. Die Plattform ging 2015 online, so dass dort seitdem auch Anteile des Kinder- und Jugendprogramms des Museumsdienstes, im Schwerpunkt für die Zielgruppe der 5–12jährigen, für die Kölner Bürger abrufbar sind. Die Plattform wird sukzessive ausgebaut.

2.2 Marketing und Kommunikation

Aufgaben

Marketing und Kommunikation für die Museen der Stadt Köln sind auf unterschiedliche Schultern verteilt. Jedes Haus verantwortet die Pressearbeit, die Kommunikations- und Werbekampagnen für seine Ausstellungen sowie alle imagebezogenen Maßnahmen selbst. Bei Bedarf übernimmt die Presseabteilung des Museumsdienstes einzelne Aufgaben und berät die Häuser in Kommunikationsfragen. Die strategische Gesamtausrichtung zielt jedoch auf effektive Kooperationen, übergreifende Kampagnen und einen Schulterschluss mit anderen Kultureinrichtungen.

Ihre Kernaufgabe hat die Abteilung bei der häuserübergreifenden Kommunikation und Bewerbung des Museumsstandortes Köln für die Gesamtheit der städtischen Museen. Dies geschieht mit Informationsbroschüren zum Museumsstandort Köln für unterschiedliche Zielgruppen, das zentrale Webportal museenkoeln.de, das Bespielen von Social Media Kanälen sowie Pressearbeit zu übergeordneten Schwerpunktthemen für den Museumsstandort.

Darüber hinaus knüpft die Pressestelle des Museumsdienstes anlass- und themenbezogene Kooperationen und organisiert bei Bedarf und nach Anlass gemeinsam mit Partnern Pressereisen. Weiterhin kümmert sich die Abteilung um den Aufbau und die inhaltliche Ausgestaltung von Kooperationen mit Touristikpartnern auf der Ebene von Region und Land. Durch die Mitgliedschaft bei City Marketing e.V. und im Markenbeirat der Stadt Köln kommt es zu Networking innerhalb Kölns.

Stadtintern hat die Presseabteilung die Vernetzung zwischen den Kommunikationsabteilungen der städtischen Kulturinstitutionen vorangetrieben. Daraus resultieren gemeinsame PR-Auftritte an Hochschulen oder bei Messen und standortbezogene Publikationen. Der Museumsdienst vertritt zudem die Museen in der Werbekonferenz der Stadt Köln.

Marketing kann jedoch nur Wirkung entfalten, wenn es langfristig angelegt ist, frühzeitig Inhalte transportiert, nachfragegerechte Themen setzt und auf ein Mindestmaß an finanziellen und personellen Ressourcen bauen kann. Gleiches gilt für Kommunikation – die Wirkung von positiver Berichterstattung kann bei anhaltend negativer Nachrichtenlage leicht in den Hintergrund geraten. Eine höhere Wirkungskraft der Maßnahmen ist vor allem durch vernetztes Handeln und einen stadtweit verankerten, positiv aufgeladenen Kommunikationsprozess für die Kultur zu erzielen.

2016 standen für Maßnahmen der übergreifenden Kommunikation € 157.000 zur Verfügung. Davon sind ca. 80% an Daueraufgaben gebunden.

Die Partnerschaften mit KölnTourismus GmbH, NRW Tourismus e.V. und Region Köln Bonn e.V. wurden fortgesetzt und intensiviert.

Maßnahmen im Marketing

Die Maßnahmen im Marketing gliedern sich in Kooperationen mit Kommunikations- und Vertriebspartnern, Messeauftritte und anderen Standpräsentationen sowie werbliche Maßnahmen.

Marketingkooperationen

Die KölnTourismus GmbH

ist die offizielle Tourismusorganisation für die Stadt Köln und somit erster Ansprechpartner für Besucher aus aller Welt, sowohl für Geschäftsreisende als auch für Freizeitgäste. KölnTourismus wirbt weltweit für die Reisedestination und den Kongress-Standort Köln. Ziel ist neben der Steigerung des Images die Positionierung Kölns und der angrenzenden Region als attraktive Tourismusdestination. Daher ist für den Museumsdienst eine enge Zusammenarbeit unabdingbar für die Positionierung Kölns als Kulturdestination.

KölnTourismus bearbeitet in seinem Auslandsmarketing für Köln die Primärmärkte (B, D, GB, I, NL, LUX, USA), die Sekundärmärkte (A, CH, E, F, RUS) und die Zukunftsmärkte (BRIC-Staaten, SA, VAR). Dazu gehört auch die Domstadt als Kulturdestination. Für den Museumsbereich liefert der Museumsdienst die passenden Informationen und Materialien zu.

Für die Kölingäste vor Ort legt KölnTourismus in Zusammenarbeit und mit finanzieller Beteiligung des Museumsdienstes den »Museumsstadtplan« auf. In hoher Auflage produziert, informiert die Broschüre Touristen, Nichtkölnler und Kölner auf Deutsch und Englisch über die gesamte Kölner Museumslandschaft. Die Museen sind zudem eingebunden in die KölnCard, das City Card Produkt von KölnTourismus. Gäste, die die KölnCard nutzen, erhalten Preisnachlässe beim Kauf ihrer Museumstickets.

Eine effektive Zusammenarbeit mit den städtischen Partnern sollen die zweijährigen Schwerpunktthemen bewirken, die KölnTourismus setzt. 2016/2017 soll das Thema #urbanCGN unter anderem für eine Einbindung der Museumsangebote in Kommunikation und Marketing sorgen.

Tourismus NRW e.V.

Zum fünften Mal in Folge schloss der Museumsdienst übergreifend für die städtischen Museen eine Premiumpartnerschaft mit Tourismus NRW e.V. ab. Gegenstand der Partnerschaft sind sogenannte Kulturpakete mit Sonderkonditionen für Ausstellungsbesuche, die von Tourismus NRW zentral auf der eigenen Website sowie in mehreren Printpublikationen beworben werden. Darüber hinaus werden einzelne Museen und ausgewählte Ausstellungen im Rahmen der Partnerschaft mit NRW Tourismus auch in der überregionalen Presse platziert.

in 2016 erfolgten mehrere Maßnahmen zur Bewerbung der städtischen Museen durch Veröffentlichungen des NRW Landesmarketing im Rahmen

Das Motto wurde auf Social Media und bei der ITB unterstützt.

Kultur-Packages:
RadioZeit (MAKK)
Fernand Léger (ML)
Magie der Zeichen (MOK) | Von
Dürer bis van Gogh (WRM) |
Pilgern (RJM)

der Produktmarke Kultur. Die Kultur Packages wurden auf der Seite www.tourismus-nrw.de aufgelegt. Redaktionelle Veröffentlichungen erfolgten im Rahmen der Kooperation mit NRW Tourismus zu folgenden Museen / Themen: Kölner Museumsnacht, MAKK, ML (Léger; Wir nennen es Ludwig), MS, RJM (Pilgern), WRM (Von Dürer bis van Gogh). Hinzu kamen Kommunikationsmaßnahmen für den B2C-Bereich und im Newsletter von NRW Tourismus.

Messebeteiligungen und Standpräsentationen

ITB 2016

Die Museen der Stadt Köln präsentieren sich jedes Jahr in der NRW Halle am Gemeinschaftsstand der Städte Düsseldorf-Köln-Bonn. 2016 orientierte sich die Standgestaltung der Kölner Museen am touristischen Schwerpunktthema #urbanCGN und erfolgte in enger Abstimmung mit KölnTourismus. Eine gedruckte Übersicht der Ausstellungshighlights in den Jahren 2016 und 2017 sowie ein Sales Guide für Reiseveranstalter zum Museumsstandort (deutsch / englisch) bewarben den Museumsstandort. Die Vorabkommunikation und gezielte Mailings an Reiseveranstalter führten zu zahlreichen Gesprächen mit Fachbesuchern auf der Messe (aus den Bereichen Incoming; Reisejournalisten; Agenturen für Onlinekommunikation). Der Messeauftritt wurde durch gezielte Medienarbeit begleitet (Fachpresse Touristik, Magazine, Informationsdienste, Onlineforen, freie Journalisten, Verbände).

RDA Workshop

Die Museen waren durch den Museumsdienst als Unteranschießer von Köln-Tourismus (KTM) beim RDA Workshop präsent, der größten internationalen Fachmesse für Bustouristik und neben der ITB die zweite Leitmesse für den touristischen Markt in Deutschland. Der Museumsdienst bewarb am Gemeinschaftsstand der Städte Köln, Bonn und Düsseldorf die größeren Ausstellungen und Kultur-Events in Köln in den Jahren 2016 und 2017. Im Vorfeld erhielten ca. 2.000 Busreiseveranstalter Informationen zu den Ausstellungshöhepunkten in 2016/17 und wurden an den Messestand eingeladen. KTM unterstützte die Kampagne mit einem eigenen Mailing. Vor Ort ließen sich Fachbesucher und Messegäste im Hinblick auf einen Kölnaufenthalt beraten.

Kunstmessen

Auf den beiden Kunstmessen ART Cologne (April) und Cologne Fine Arts (November) vertrat der Museumsdienst die Museen und informierte mit der Aktion »Kulturbeutel« über aktuelle und kommende Ausstellungen und Veranstaltungen in den Museen. Außerdem bot der Museumsdienst im Rahmen einer festen Kooperation mit der KölnMesse Rundgänge (Art Tours) mit Kunstvermittlern über die Messen an. Auch ein Kinderprogramm wurde angeboten.

Presseberichte:

Dein NRW. Entdeckungsmomente 2016 (Auflage: 30.000) | ARTE Magazin (95.000) | Monopol (41.000) | Sehnsucht Deutschland (92.000) | GeoSaison (31.000) | Daheim in Deutschland (46.000) | NRW Reisemagazin (180.000) als Beilage in FAZ, RP, Zeit, Hannoversche Zeitung, Stuttgarter Zeitung Merian (englisch)

B2C-Kommunikation

Veranstaltungen | Newsletter von NRW Tourismus

Online permanent unter:

nrw-tourismus.de | touristiker-nrw.de

Schwerpunkte 2016:

#urbanCGN
Wir nennen es Ludwig
Von Dürer bis van Gogh
Radio Zeit
Zerbrechlicher Luxus Pilgern

2016 waren die Museen zum vierten Mal auf dem RDA vertreten.

Eigens für die Messe wurden als RDA Special konzipierte Rabatte auf Führungsangebote in den Museen entwickelt.

Bei den Messen wurden 101 Führungen organisiert und über 3.000 Kulturbeutel mit Flyern zu den Museen ausgegeben.

2016 standen Angebote aus MAKK und ML im Fokus.

Die FeriencampMesse fand im Kulturzentrum am Neumarkt statt, so dass für die über 1.000 Gäste Führungen und Workshops realisiert werden konnten.

Tag der Begegnung

Der Landschaftsverband Rheinland (LVR) organisiert jeweils im Frühling den »Tag der Begegnung«. Über 200 Aussteller bieten den Zehntausenden von Gästen ein buntes und vielfältiges Programm rund um das Thema Teilhabe. Gemeinsam zeigen alle Gäste und Akteure, wie eine inklusive Gesellschaft gelebt wird und feiern für ein besseres gesellschaftliches Miteinander. Der Museumsdienst war für die Museen zum vierten Mal mit einem Stand vertreten und organisierte Workshops rund um die inklusiven Angebote in den Häusern.

FeriencampMesse

Ein Informationsangebot an Eltern ist die FeriencampMesse des Familienmagazins Känguru. Besucher können sich über Ferienangebote für Kinder und Jugendliche informieren – egal ob Sportcamp oder Zeltlager, Sprachreise oder Reiterferien, Musikfreizeit, Stadtranderholung oder eben Museumsworkshop. Der Museumsdienst informierte über Kinderkurse und Familienprogramme in den städtischen Museen.

UniMesse der Kultureinrichtungen

Der Museumsdienst Köln und das Studierendenwerk Köln haben jeweils zu Semesterbeginn gemeinsam die »Unimesse« veranstaltet, bei der sich 16 Kölner Kultureinrichtungen den Kölner Studierenden präsentierten. Die Akademie der Künste, die städtischen Museen, Schauspiel und Oper Köln, das Gürzenich-Orchester und die Philharmonie Köln, das Händel-Theater, die jungen Kunstfreunde, die Volkshochschule, aber auch das städtische Kulturamt und andere Kölner Kulturanbieter haben im Foyer der Unimensa Köln auf sich und ihre Angebote für Studierende aufmerksam gemacht. Eine gemeinsame, speziell für Studentinnen und Studenten konzipierte und vom Museumsdienst herausgegebene Broschüre mit dem Titel »Viel los für wenig Geld«, bündelte die Basisinformationen zur Kölner Kultur und bot einen Überblick über die wichtigsten Kulturtermine während des Sommersemesters 2016. Außerdem lockte ein Gewinnspiel mit zahlreichen Preisen.

Die Unimesse ist die Gelegenheit für die Kölner Kultur, sich den Studierenden, insbesondere den Erstsemestern, vorzustellen und miteinander ins Gespräch zu kommen. Beide Unimesse waren gut besucht, fanden gutes Feedback und wurden intensiv auf den Social Media Kanälen Facebook und Twitter begleitet.

Anzeigen und andere werbliche Maßnahmen

Anzeigenschaltungen

des Museumsdienstes dienen der Bewerbung des Museumsstandortes (regional und bundesweit) oder einzelner Bildungsangebote (lokal). Wegen des geringen Budgets sind sie jedoch selten zu realisieren. Dennoch gelang es, mehrere Inse-
rate im regionalen Kontext zu schalten und das gesamte Jahr 2016 permanent in der Rubrik »Museen & Galerien« der »ZEIT« präsent zu sein.

Anzeigen:
Die Bühne
Philharmonie Magazin
Weltkunst
Känguru
Die Zeit

Plakatkampagnen

Der Werbenutzungsvertrag der Stadt Köln sieht eine Belegung der B-Seiten von Großwerbeflächen durch Kultureinrichtungen vor. Sog. Megalight- oder Citylightplakatierungen können zum Produktionspreis erfolgen. Die Koordination für die Museen erfolgte bis 2015 durch den Museumsdienst und wurde inzwischen den Museen übertragen. Auch andere Plakatierungen liegen in der Verantwortung der Museen, mit Ausnahme des Kölner Museumsfestes. Dessen Kampagne verantwortet der Museumsdienst.

Das Museumfest 2016 wurde im Vorfeld plakatiert.

Kooperationen

AmphiFestival

Besucher des AmphiFestivals (22. – 25.7.) konnten gegen Vorlage eines Festivaltickets bzw. Festivalbändchens vergünstigt die städtischen Museen besuchen. Es galten die jeweils ermäßigten Preise der einzelnen Häuser. Im Gegenzug wurde die Kooperation und Aktion den Festivalbesuchern im Vorfeld über soziale Netzwerke, die Internetseite und über den Newsletter des Festivals angekündigt. Von der Festivalseite im Netz wurde auf die Internetpräsenz www.museen-koeln.de verlinkt und ein Link zur aktuellen Ausstellungsübersicht beigefügt.

c/o pop

Gäste der c/o pop (24. – 28.8.) erhielten gegen Vorzeigen des Festivalbändchens während des Festivals ermäßigten Eintritt in die Museen der Stadt Köln. Für eine kleine Gruppe von »International Professional Delegates« der c/o pop wurde eine Kuratorenführung durch die Ausstellung »Wir nennen es Ludwig. Das Museum Ludwig wird 40!« angeboten.

Kölner Philharmonie (KulturTicket)

In den Herbstferien 2016 legten die Kölner Philharmonie und die Museen der Stadt Köln gemeinsam ein neues Angebot auf: Mit dem KulturTicket konnten Kulturfreunde eines von sieben Konzerten in der Kölner Philharmonie erleben und sowohl am Konzert- als auch am Folgetag eine unbegrenzte Anzahl städtischer Museen und deren Ausstellungen besuchen. Das Kultur Ticket galt an beiden Tagen als Fahrausweis für den Öffentlichen Nahverkehr. Die Aktion wurde von der Philharmonie über Plakate, Postkarten und Social Media beworben. Die Kooperation markiert den Beginn einer längerfristigen Zusammenarbeit.

KölnCards:

2016: 5.225

2015: 5.437

2014: 4.829

Museumscards:

2016: 3.403

2015: 3.711

2014: 2.555

2013: 4.597

Jahreskarten:

2016: 3.039

2015: 3.814

2014: 2.492

Ticketing

Die KölnCard

ist als City Card wichtiger Bestandteil einer touristischen Produktpalette. Sie wird von KTM vertrieben und enthält die kostenfreie Nutzung des ÖPNV sowie zahlreiche Vergünstigungen in den Bereichen Gastronomie, Unterhaltung, Kunst und Kultur. Damit bedient sie ein breites Interessenspektrum. Mit der KölnCard erhalten Touristen ein oder zwei Tage lang beispielsweise Ermäßigungen auf den Museumseintritt. Die KölnCard ist Bestandteil zahlreicher Pauschalarrangements von KölnTourismus.

Die MuseumsCard

ist ein ebenfalls an verschiedenen Orten einsetzbar, funktioniert jedoch anders. Der Käufer einer MuseumsCard single oder MuseumsCard Family kann zwei Tage lang die Museen inklusiv ihrer Sonderausstellungen besuchen und zudem am ersten Tag den ÖPNV nutzen. Die MuseumsCard ist an allen Museumskassen und im Service Center von KölnTourismus erhältlich. Die Zielgruppe ist ein kulturaffines, touristisches Publikum.

Jahreskarten

für die Museen der Stadt Köln gelten vom Kaufdatum an für zwölf Monate. Sie sind für die Dauerausstellungen und wahlweise auch inklusive der Sonderausstellungen erhältlich. Die Käuferschaft ist weitgehend lokal und regional.

kölnticket

In Kooperation mit kölnticket wurden die digitalen Vertriebswege für die beiden Produkte Jahreskarte der Kölner Museen und MuseumsCard verbessert. Beide Produkte sind sowohl online als auch an den Vorverkaufsstellen erhältlich.

Online Tickets

Ein erweiterter Onlinevertrieb für Eintrittskarten ist weiterhin ein Desiderat und angesichts stagnierender Besucherzahlen notwendiger denn je. 2016 galt der Überprüfung der jeweiligen Kassensysteme.

Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit

Öffentlichkeitsarbeit meint Kommunikationsmaßnahmen, die sich direkt an ein breites Publikum oder an fest umrissene Zielgruppen und Communities wenden. So umfasst der Begriff ein ganzes Bündel an Maßnahmen, von der Webpräsenz über Print- und Digitalpublikationen bis zur Konzeption und Durchführung von Publikumsevents.

Sichtbare Klammer für alle Häuser übergreifenden Aktivitäten und zugleich eingängiger Begriff ist museenkoeln. Dieser ist international verständlich, vereint die Kultursparte mit dem Standort, ist eingeführt und kann leicht zur Top-Level-Domain ausgebaut werden: museen.koeln. Der Begriff wird für übergreifende Publikationen, Anzeigen und das Kölner Museumsportal verwendet und umfasst städtische und nichtstädtische Einrichtungen gleichermaßen.

Das Vorbild für »museenkoeln« ist der erfolgreiche Schweizer Auftritt »museenbasel«

Web 1.0 und Web 2.0

Museumsportal museenkoeln.de

Seit dem letzten Relaunch (2015) umfasst das vom Museumsdienst geführte Museumsportal für Köln städtische und nichtstädtische Museen gleichermaßen und präsentiert sich nutzerorientiert. Es zeigt das Potenzial von Museen als soziale Orte, denn es fokussiert auf die vielen Veranstaltungen. Folglich stehen Angebote und interaktive Elemente im Fokus. 2016 wurde in der Folge das Newslettersystem neu aufgesetzt und das CMS im Hintergrund effizienter gestaltet.

Sitzungen:

2016: 1.028.450
2015: 699.449
2014: 783.057

Seitenaufrufe:

2016: 3.026.455
2015: 2.390.564
2014: 3.080.350

Mobile Zugänge

sind in den vergangenen Jahren stark gestiegen, der klassische Desktop-Rechner als Informationsquelle ist rückläufig. Informationen werden mobil – meist über das Smartphone – abgerufen und dienen der schnellen Orientierung und der vertieften Information vor Ort. Darauf ist museenkoeln.de mit seinem responsiven Design ausgerichtet: Die Darstellung der Seite passt sich jeweils dem Ausgabemedium an. Die Informationshierarchie muss jedoch 2017 angepasst werden. Ein Desiderat sind umfassende WLAN-Zugänge im städtischen Umfeld und in den Ausstellungsräumen der Museen, um auch dort mobiles Internet und Multimedia-Anwendungen als App nutzen zu können.

Desktop:

2016: 59,7%
2015: 66,1%
2014: 72,7 %

Mobil (Smartphone und Tablet):

2016: 40,3%
2015: 33,9%
2014: 27,3%

Besucher

Zwei Drittel der Besucher auf museenkoeln.de waren neu, die anderen sind als Wiederbesucher zu werten. Die Besucher der Plattform stammen wie im Vorjahr zum überwiegenden Teil (87 %) aus Deutschland, gefolgt von den USA, den Niederlanden, Großbritannien und Belgien bzw. Frankreich (gleichauf). Auf den Rängen sieben bis zehn liegen Schweiz, Österreich, Russland (neu) und Italien (von 9 auf 10). Während das wachsende Interesse Russlands bemerkenswert ist, zeigen sich die übrigen osteuropäischen und asiatischen Be-

USA haben leicht zugelegt und Frankreich ist leicht gewachsen. Ansonsten entspricht diese Verteilung den touristischen Primärmärkten Kölns.

Follower auf Twitter

2016: ca. 1700

2014: ca. 1500

2013: ca. 1100

Blogbeiträge:

2016: 60

2015: 61

2014: 74

suchermärkte wenig interessiert am Museumsstandort Köln. Dies deckt sich mit den Beobachtungen zum realen Verhalten dieser Besucher in Köln. Die real starken Besuchergruppen aus dem arabischen und indischen Raum sind für die Museen bislang nicht relevant.

Social Media-Kommunikation

wurde verstärkt. Die Web 2.0-Plattformen Twitter und Facebook wurden für übergeordnete Themen bedient. Zudem betreibt eine Reihe von Museen eigene Social Media-Auftritte. Für eigene Belange – Projektbeschreibungen, Methoden, Veranstaltungen – wurde der Blog des Museumsdienstes in Wordpress völlig neu aufgesetzt und verschlagwortet. Damit konnte auch die Blogosphäre intensiviert werden.

Die Entwicklung einer Gesamtstrategie zu ECulture, also zur Vernetzung von Inhalten und digitalen Kommunikationskanälen, steht jedoch aus.

Printpublikationen**Die Publikationsfamilie**

von museenkoeln umfasst acht Titel in einer dreistufigen Hierarchie. Oben stehen zwei Broschüren zum Museumsstandort (als B2B), in der Mitte zwei Publikationen zu Ausstellungen und Sammlungen (als B2C), und unten drei B2C-Publikationen für bestimmte Zielgruppen. Alle Publikationen sind nachfrageorientiert ausgerichtet und folgen – mit Ausnahme des Stadtplans, den KölnTourismus finanziert – einem einheitlichen Corporate Design. Sie werden durch drei zielgruppenspezifische Newsletter ergänzt.

B2B-Publikationen

Zum dritten Mal gab der Museumsdienst zwei Publikationen für Multiplikatoren aus der Tourismusbranche heraus. Als Business-to-Business-Format angelegt, firmieren die Broschüren in deutscher und englischer Sprachversion unter der Dachmarke museenkoeln und unterstützen Reiseveranstalter bei der Planung von Museumsbesuchen. Sie enthalten Informationen zu allen Museen und zu den wichtigsten Ausstellungen eines Jahres.

B2C-Publikationen

wenden sich an ein breites Publikum oder an definierte Zielgruppen. »museenkoeln Ausstellungen« ist die halbjährlich erscheinende Übersicht zu allen Ausstellungen in den städtischen und großen nichtstädtischen Museen. »museenkoeln Stadtplan« dient der schnellen Orientierung und Information zu den Dauerausstellungen. Eine Museumszeitung ist für 2017 projektiert. Die dritte Ebene bilden Programme für einzelne Zielgruppen; mit drei Programmen zu Veranstaltungen in den Museen, zwei Kinderprogrammen und einem Heft zu kreativen Angeboten für Erwachsene. Weitere Printprodukte erscheinen zu bestimmten Anlässen (Kölner Museumsfest). Die Broschüren werden durch Anzeigen teilweise re-finanziert.

Newsletter

Drei verschiedene Newsletter informieren Multiplikatoren (Journalisten, Reiseveranstalter, Entscheider), allgemein Interessierte und Lehrkräfte bzw. Erzieherinnen und Erzieher über aktuelle oder kommende Veranstaltungen in den Kölner Museen. Der Newsletter für Multiplikatoren hatte zum Jahresende 1.900 Abonnenten, museenkoeln aktuell 4.400 und museenkoeln Bildung 3.000. Der Rückgang gegenüber dem Vorjahr erklärt sich aus der Bereinigung der Mailadressen. Die Newsletter erscheinen in regelmäßigem Rhythmus als digitale Publikationen (wöchentlich bzw. zweimonatig).

Abonnenten gesamt:
2016: 9.300 (bereinigt)
2015: 9.500
2014: 7.000

Events

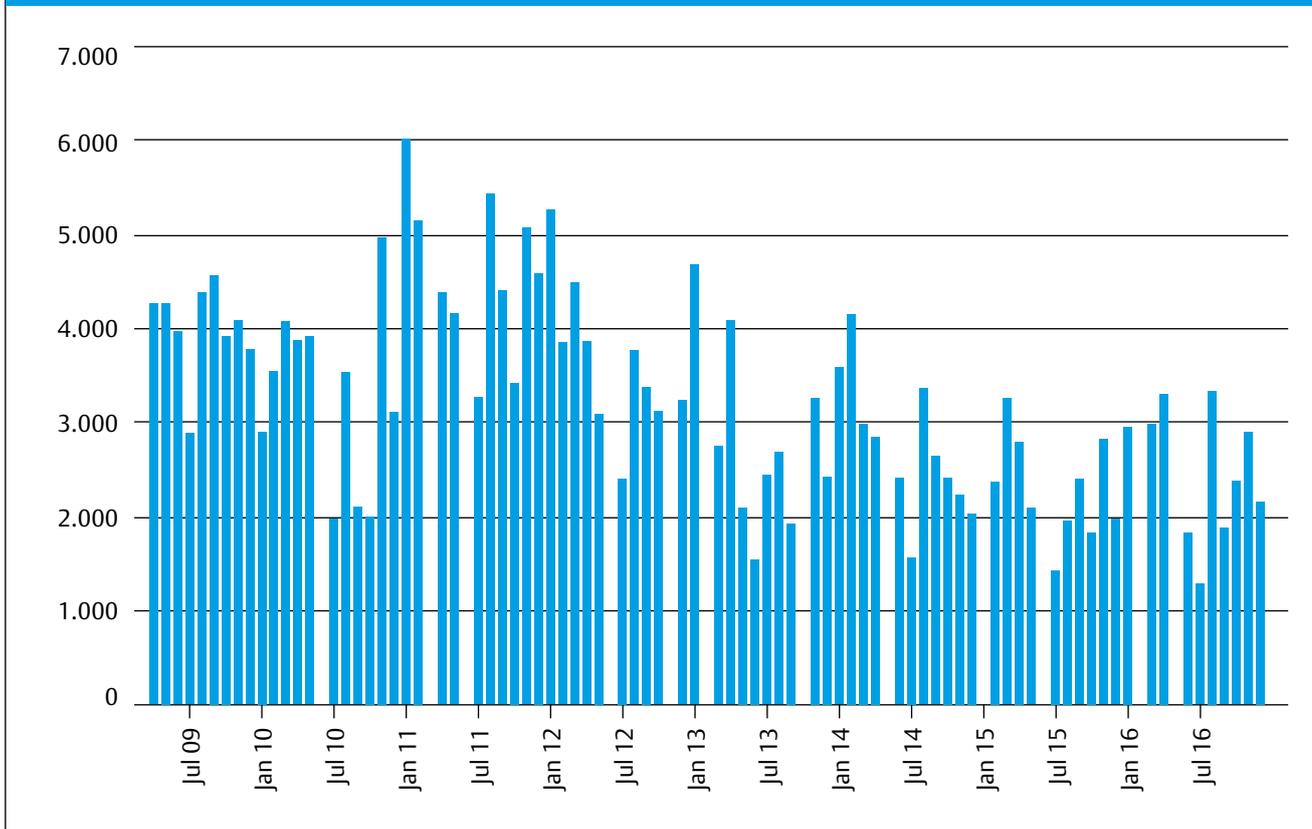
Auch Events sind Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit, führen neue Zielgruppen in die Häuser und bieten Chancen zu einer veränderten Wahrnehmung. Hausübergreifende Veranstaltungen werden vom Museumsdienst übergreifend beworben. Das Portfolio – Museumsnacht, Kölner Museumsfest, Tag des Offenen Denkmals, Interkulturelle Woche, Kinderfest der Philharmonie, Sprachenfest – wird seit 2013 um (interkulturelle) Familientage erweitert, die allerdings nicht jährlich stattfinden. 2016 gab es keinen Familientag.

Museumsnacht Köln

Am 29. Oktober 2016 veranstaltete der StadtRevue Verlag in Kooperation mit der Stadt Köln und ihren Museen die 17. Kölner Museumsnacht. Zahlreiche attraktive Sonderausstellungen und mehr als 200 Veranstaltungen erwarteten die Besucherinnen und Besucher an 47 Stationen, die sich über ganz Köln verteilten. Museen, Ausstellungsräume und antike Orte verwandelten sich in Bühnen für Konzerte und Performances. Rund 20.000 Besucher strömten zur größten Museumsnacht NRWs. Im Vorfeld stimmte der Veranstalter die wichtigsten Kommunikationsthemen mit der Presseabteilung des Museumsdienstes ab. Auf einer gemeinsamen Pressekonferenz von Museumsdienst und Stadtrevue sowie dem Hauptsponsor (Netcologne) und dem Mobilitätspartner der Museumsnacht (Kölner Verkehrsbetriebe AG) wurde das Programm vorgestellt. Zum dritten Mal gab es ein eigenes Programm für Kinder und Jugendliche.

Mit nur einem Ticket gelangen die Gäste in der Museumsnacht zu allen Veranstaltungsorten und können dabei unterschiedliche Shuttlebusrouten nutzen.

KölnTage 2009 bis 2016

**KölnTage:**

2016: 24.944

2015: 22.843

2014: 30.175

KölnTag

2016 fanden zehn KölnTage statt. Da die Veranstaltungen im lokalen Umfeld einen hohen Bekanntheitsgrad besitzen, wurde auf kostenintensive Werbekampagnen verzichtet. Die Kommunikation erfolgte über die Tagespresse, Online-Portale, Newsletter sowie über die eigenen Social Media Kanäle und die Homepage museenkoeln.de. Die Besucherzahlen lagen insgesamt bei 24.944 bei allen 10 KölnTagen. Der Durchschnitt ist mit 2494 Besuchern pro KölnTag um 8,4% höher als im Vorjahr.

Partner:

2016: 28

2015: 25

2014: 23

Besucher:

2016: ***

2015: 21.576

2014: 14.674

Museumsfest

Am 17. Mai luden die Kölner Museen zum 20. Kölner Museumsfest ein. Das Datum wurde wieder auf den Internationalen Museumstag gelegt, der 2016 unter dem Motto "Museen in der Kulturlandschaft" stand. 28 Museen und Institutionen beteiligten sich an dem Event, darunter viele städtische Einrichtungen und auch das Odysseum, der Kölnische Kunstverein, die SK Stiftung Kultur, die Akademie der Künste der Welt und – zum ersten Mal – die new talents biennale cologne.

Neben dem Besuch von Sonderausstellungen und der Teilnahme an Direktorenführungen konnten sich die Besucherinnen und Besucher in Workshops selbst kreativ betätigen oder einen Blick hinter die Kulissen der Museums- und Ausstellungsarbeit werfen. Das Fest richtet sich traditionell an ein breites Publikum, wobei das Familienprogramm einen Schwerpunkt bildet.

Medienpartnerschaften und Mediaplanung

Das Team des Museumsdienstes konzipiert und betreut Medienpartnerschaften und berät einige Museen bei der Kommunikations- und Werbeplanung ihrer Ausstellungen. Der Service reicht von punktueller Unterstützung bis zur Gesamtplanung von Kampagnen.

Medienpartnerschaften

Kölnische Rundschau.

Mit der Kölnischen Rundschau und dem Unternehmen NetCologne als Sponsor wurde die seit acht Jahren laufende Reihe KunstCocktail erfolgreich fortgesetzt. Es kam zu fünf exklusiven Abendveranstaltungen. Ausstellungenführungen und ein Get together von Gästen und Ausstellungsmachern sind eine Verbindung, die seit Jahren vom Publikum sehr gut nachgefragt wird. Vor allem aber kommt es im Umfeld jeweils zu Berichterstattung, so dass die Ausstellungen nochmals besprochen werden. Auf Vermittlung des Museumsdienstes entstand auch eine Medienpartnerschaft zwischen der Kölnischen Rundschau und dem Römisch-Germanischen Museum.

Känguru

Eine weitere Medienpartnerschaft besteht zwischen dem Museumsdienst und dem Familienmagazin Känguru, so dass museale Inhalte in dessen Kommunikationskanälen verstärkt erscheinen. Darauf basiert auch die Kooperation bei der FerienCampMesse im Februar 2016 und die Planungen zu Ferienwochen in den Museen (Umsetzung ab 2017).

Mediaplanung

Konkret war die Presseabteilung in die Kampagnen- und Kommunikationsplanung für Ausstellungen in drei Museen (MOK, RGM, RJM mit JRM) einbezogen. Zudem kam es über das ganze Jahr hinweg zu Beratungsgesprächen für unterschiedliche Häuser. Alle Ausstellungen der Museen der Stadt Köln wurden 2016 jede Woche im Ausstellungskalender der ZEIT beworben.

Der KunstCocktail 2016 galt Ausstellungen in KSM, MAKK, ML, RGM und WRM

Medienpartnerschaften
Zerbrechlicher Luxus
Drunter und drüber

Anlage 12

Pressekommunikation

Die übergreifende Pressearbeit richtet sich an die wichtigsten Redaktionen im regionalen, bundesweiten und internationalen Zusammenhang. Über regelmäßige Pressemitteilungen, Pressekonferenzen, thematische Presstexte und eine Bilddatenbank werden Themen aktiv in der Presse platziert, Presseanfragen begleitet, Interviewwünsche vermittelt und Pressereisen betreut. Die Abteilung beliefert zudem die Feuilletons mit Ausstellungsvorschauen, unterrichtet Special Interest Publikationen über bestimmte Themen und versorgt die lokalen Veranstaltungsmagazine mit Informationen.

Pressereisen

In Zusammenarbeit mit der Bonner Agentur »Projekt 2508«, die auf Tourismusmarketing spezialisiert ist, hat der Museumsdienst am 23. September eine eintägige Pressereise für BeNeLux Journalisten nach Köln organisiert. Im Zentrum standen drei Ausstellungen: »Von Dürer bis van Gogh. Sammlung Bührle trifft Wallraf«, »Wir nennen es Ludwig« und »Pilgern – Sehnsucht nach Glück?«. An der Tagespressefahrt nahmen 18 relevante Kulturjournalisten aus dem BeNeLux-Raum teil, Kulturredakteure und Redakteure von Magazinen und Tageszeitungen mit hoher Auflage, seriöse Free-Lancer und Kunstblogger. Es kam zu einer umfangreichen Berichterstattung.

Kommunikationsthemen 2016

Hauptthemen der zentral verantworteten Pressekommunikation waren das Schwerpunktthema #urbanCGN von KölnTourismus für die sozialen Netzwerke, die Messeauftritte, Großevents wie Museumsfest und Museumsnacht, eine Pressereise zu den drei großen Ausstellungen im Museum Ludwig, im Wallraf-Richartz-Museum und im Rautenstrauch-Joest-Museum sowie die neuen Kooperationen mit Kölnern Netzwerkpartnern. Alle Events wurden durch intensive Pressearbeit begleitet. Hinzu kamen Einzelmaßnahmen zu Projekten im Bildungsbereich. Schließlich wurden die Ausstellungen in RGM, im RJM und im JuniorMuseum sowie die Bildungsarbeit des Museumsdienstes und die Tagung »Zwischen den Welten« von der Pressestelle aktiv begleitet.

3. Museumspädagogische Gesellschaft

Die Museumspädagogische Gesellschaft e.V. (MPG e.V.) und ihre über 400 Mitglieder unterstützen die Arbeit des Museumsdienstes Köln mit Spenden und Engagement. Das Fundraising umfasst Mitgliedsbeiträge und Spenden von Institutionen, die der Vorstand einwirbt. 2016 wurden über € 190.000 akquiriert und satzungsgemäß verausgabt:

- Mitgliedsbeiträge € 6.930,00
- Annemarie und Helmut Börner Stiftung: € 1.500,00
- Bundeszentrale für politische Bildung: € 90.000
- BVMP e.V.: € 53.000,00
- Dirk Baier Stiftung: € 1.000,00
- Kiwanis Köln: € 700,00
- KölnMesse: € 5.000,00
- Kulturrucksack NRW: € 5.000,00
- RheinEnergie Stiftung Kultur: € 5.000,00
- Rotary Club KölnDom: € 2.000,00
- Sal. Oppenheim Stiftung: € 7.450,00
- Stadtrevue Verlag: € 2.900,00
- Sparkasse KölnBonn: € 10.000,00

Die Projekte wurden vom Museumsdienst durchgeführt.

Die Freunde der MPG e.V. konnten vergünstigt die Angebote des Kreativbereichs (ca. 60 Kurse) und des Akademieprogramms (ca. 30 Veranstaltungen) nutzen. Für die Mitglieder wurde zudem ein Exklusivprogramm von elf Führungen angeboten, die von 275 Mitgliedern wahrgenommen wurden. Das gute Vorjahresniveau konnte gehalten werden (2015: 312 bei 11 Veranstaltungen; 2014: 212 bei 12 Veranstaltungen). Das Veranstaltungsprogramm ist ein entscheidender Grund dafür, Mitglied des Fördervereins zu sein. So konnte dem bundesweit spürbaren Trend, sich nicht mehr in Vereinsstrukturen zu binden, begegnet werden: Auch 2016 war die Mitgliederentwicklung stabil.

Der Vorstand wurde bei der Mitgliederversammlung im Dezember 2016 entlastet und neu gewählt. Die Amtsinhaberinnen und -inhaber sind: Prof. Dr. Heijo Klein (1. Vorsitzender), und Dr. Matthias Hamann (Stv. Vorsitzender), Wolfgang Eckert (Schatzmeister) und Gabriele Gentsch (Schriftführerin). Beisitzerinnen und Beisitzer sind: Sabine Dumont-Schütte, Irene Grünendahl-Schmitz und Harald Plamper. Gisele Hermann ist auf eigenen Wunsch als Beisitzerin zurück getreten. Zur Kassenprüferin wurde Alexandra Nussbaum bestellt. Die Mitgliederverwaltung liegt bei Manfred Hoffmann.

4. Anhang

Anlage 1: Schwerpunkte der Vermittlungsarbeit 2016

Museumsübergreifende Vermittlungsarbeit

- Konzeption und Umsetzung von Programmen für besondere Anlässe: Kölner Museumsfest | Museumsnacht | Familientage
- Projekte zur mehrsprachigen Museumslandschaft
- Fortbildungsreihe für schulischen Herkunftssprachenunterricht
- Fortbildungsreihe »Museumslabor« zu methodischen Innovationen
- Methodenseminare für Multiplikatoren und Studierende
- Konzeption von Vermittlungsangeboten und -projekten für Geflüchtete
- Fortführung der drittmittelgeförderten Projekte »KulturGut finden. KiTA und OGS ins Museum«
- Konzeption und Umsetzung des Projektes »museumsbus.koeln«
- Fortführung der Arbeitsgemeinschaft »Leichte Sprache« in den Kunstmuseen
- Methodenseminare für ErzieherInnen und BerufsschülerInnen
- Planung und Durchführung des drittmittelgeförderten OGS-Projektes »Köln mit allen Sinne

Kölnisches Stadtmuseum

- Konzeption und Durchführung von Vermittlungsangeboten für Sonderausstellungen (Köln ungeschönt, Wilhelm Scheiner als Photograph; Köln im Film; drunter und drüber: Der Heumarkt)
- Fortbildungen für Lehrer der Sekundarstufe II
- Entwicklung und Erprobung eines Führungsmoduls für Blinde und Sehbehinderte
- Museumspädagogische und wissenschaftliche Schulung der Arbeitskreise I und II
- »Als Köln in Trümmern lag« – Zeitzeugengespräche am KölnTag

Museum für Angewandte Kunst Köln

- Konzeption von Vermittlungsangeboten für Sonderausstellungen: RADIO Zeit. Röhrengeräte, Design-Ikonen, Internetradio | »Schau mich an«. Illustrationen von Ingrid Godon und Kinderporträts von August Sander | Willy Fleckhaus – Design, Revolte, Regenbogen | »Zur Freude!«. Kostbare Dosen und Miniaturen aus zwei Kölner Sammlungen

- Schulische Projektwoche zum Thema »Design« in Kooperation mit dem Friedrich-Wilhelm-Gymnasium Köln
- Fortbildungen für Lehrer der Primar- und Sekundarstufe I
- Erweiterung des Kreativprogramms für Erwachsene
- Aufbau eines Design-Vermittlungsangebotes in Zusammenarbeit mit dem Lehrstuhl für Designpädagogik an der Uni Vechta

Museum für Ostasiatische Kunst

- Konzeption von Vermittlungsangeboten für Besucher mit dementiellen Erkrankungen und für Hochaltrige
- Konzeption von Vermittlungsangeboten für Sonderausstellungen: Magie der Zeichen – 3000 Jahre chinesische Schriftkunst | Leidenschaften in der Kunst Ostasiens
- Fortbildungen für Lehrer der Primar- und Sekundarstufe I
- Weiterentwicklung von Vermittlungsangeboten für Erwachsene: Chinesische Tuschkmalerei (Blumen- und Vogelmalerei) | Verbindung westlicher und ostasiatischer Maltechniken und Gestaltungsweisen | Chinesische und japanische Kalligraphie | TCM meets Art

Museum Ludwig

- Konzeption von Vermittlungsangeboten für Sonderausstellungen: Fernand Léger. Malerei im Raum | Wir nennen es Ludwig. Das Museum wird 40!
- Neue Ausbildungsrunde von Studierenden für das Projekt kunst:dialoge am ML
- Planung und Durchführung von Jubiläumsveranstaltungen zum ML
- Durchführung des Sonderprojekts »Blickwinkel« in Kooperation mit der Jugendkunstschule Rodenkirchen

Museum Schnütgen

- Veranstaltungsformate für ‚Einsteiger‘ (KölnTag) und Senioren
- Entwicklung und Erprobung eines Führungsmoduls für Blinde und Sehbehinderte
- Fortbildungen für Lehrer der Sekundarstufen I und II

NS-Dokumentationszentrum

- Konzeption von Vermittlungsangeboten für Sonderausstellungen: »Jugend im Gleichschritt? – Die Hitlerjugend zwischen Anspruch und Wirklichkeit«
- Konzeption und Durchführung des Schüलगedenktages zur Befreiung des Konzentrationslagers Auschwitz
- Veranstaltungen zur Konzeption der Ausstellungen im EL-DE-Haus für verschiedene Universitäten im Zusammenhang mit Seminaren zur Geschichtsdidaktik
- Betreuung mehrerer Schulpartnerschaften

Rautenstrauch-Joest-Museum mit JuniorMuseum

- Konzeption von Vermittlungsangeboten zur Sonderausstellung »Pilgern – Sehnsucht nach Glück?« (Konzeption und Realisierung eines Familienrucksacks, Konzeption und Einrichtung einer »Pilgerwerkstatt«)
- Multiplikatorenfortbildungen zur Erschließung neuer Zielgruppen

Römisch-Germanisches Museum

- Didaktisch-methodische Fortbildungen für Multiplikatoren und Freie Mitarbeiter

Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud

- Konzeption von Vermittlungsangeboten zu Sonderausstellungen: Palmyra – Was bleibt? Louis François Cassas und seine Reise in den Orient | Ein vergessenes Meisterwerk. Das Antwerpener Altarbild der Kölner Kreuzbrüder | Republik der Kinder | Im Labor des Museums | Von Dürer bis van Gogh. Sammlung Bührlé trifft Wallraf
- Didaktisch-methodische Fortbildungen für Multiplikatoren und freie Mitarbeiter
- Neue Veranstaltungsformate zur Vermittlung der Dauerausstellung: Kunstvermittlung mit Musik, Kunsttechnologie und bildnerisch-praktische Arbeit

Museumsschule

- Teilnahme am 19. Schüler- und Jugend-Gedenktag (NS DOK) mit Schulklassen der Martin-Köllen-Förderschule, Köln-Gremberg, der Hauptschule Mechernich, der Realschule Im Hasental, Köln-Deutz und des Freiherr-vom-Stein-Gymnasiums, Leverkusen, mit Präsentation von Schülertexten in der Ausstellung
- »Klangbilder im Kunstmuseum«: Kooperationsprojekt im ML mit dem Klangkünstler Peter Wolf und der Grundschule Irisweg, Köln-Porz
- "Republik der Kinder" im WRM
- Inklusives Kooperationsprojekt »Atlas der Gefühle« der Paul-Kraemer-Schule für Geistige Entwicklung, Frechen und der Gemeinschaftsgrundschule Grefrath mit abschließender Erstellung eines Kinderbuches und Ausstellung der Schülerarbeiten im inklusiven Begegnungszentrum der Gold-Kraemer-Stiftung, Kirche Alt St. Ulrich, Frechen
- Kooperationsprojekt »Kinder entdecken das Mittelalter« mit Schülern der Gemeinschaftsgrundschule Clarenhof, Köln-Weiden und dem Museum Schnütgen; Präsentation im Rahmen der Projektwoche in der Schule
- Fotoausstellung »FaceBarock« in der Bezirksregierung Köln
- Tandemprojekt zwischen Kölner Gymnasiasten und Lehramtsstudierenden zu »Carl Schenkers mondänen Bildwelten« (ML)
- Publikation mit didaktischen Anregungen zum Thema »East meets West« im Sonderheft der Zeitschrift »Kunst + Unterricht«
- Relaunch des Webauftritts

Anlage 2: Gesamtstatistik Museumsdienst Köln 2014 bis 2016

Veranstaltungen	2014	2015	2016	Veränderung 2015/16	
a) Museumsdienst					
Führungen	6.383	6.709	5.996	-713	-10,63 %
Kreative Arbeit	828	1.063	1.230	167	15,71 %
- davon Kurse	76	80	77	-3	-3,75 %
- davon MuseumKinderZeit	44	40	36	-4	-10,00 %
- davon Junge Entdecker	51	49	40	-9	-18,37 %
- davon Kindergeburtstage	125	181	159	-22	-12,15 %
- davon Werkstätten	520	623	822	199	31,94 %
- davon museumsbus.koeln	0	83	86	3	3,61 %
- davon projektbezogene Events	12	7	10	3	42,86 %
Lehrerfortbildungen	111	65	58	-7	-10,77 %
Ergebnis Museumsdienst	7.322	7.837	7.284	-553	-7,08 %
b) Museumsschule					
Unterrichtseinheiten	486	436	470	34	7,80 %
Lehrerfortbildungen	28	16	28	12	75,00 %
Ergebnis Museumsschule	514	452	498	46	10,18 %
Gesamtergebnis	7.836	8.289	7.782	-507	-6,12 %
Teilnehmer	2014	2015	2016	Veränderung 2015/16	
a) Museumsdienst					
Führungen	111.316	121.511	108.972	-12.539	-10,32 %
Kreative Arbeit	15.572	20.179	24.264	4.185	20,74 %
- davon Kurse	690	790	739	-51	-6,46 %
- davon MuseumKinderZeit	255	258	269	11	4,26 %
- davon Junge Entdecker	415	474	397	-77	-16,24 %
- davon Kindergeburtstage	1.597	2.192	1.930	-262	-11,95 %
- davon Werkstätten	11.815	13.541	18.124	4.583	33,85 %
- davon museumsbus.koeln (ab 2015)	0	1.994	2.044	50	2,51 %
- davon projektbezogene Events	700	930	861	-69	-7,42 %
Lehrerfortbildungen	1.957	949	791	-158	-16,65 %
Ergebnis Museumsdienst	134.845	142.639	134.127	-8.512	-5,97 %
b) Museumsschule					
Unterrichtseinheiten	10.905	10.414	11.318	904	8,68 %
Lehrerfortbildungen	576	279	501	222	79,57 %
Ergebnis Museumsschule	11.481	10.693	11.819	1.126	10,53 %
Gesamtergebnis	146.326	153.332	145.946	-7.386	-4,82 %

Anlage 3: Veranstaltungen nach einzelnen Museen

Führungen für Gruppen und Schulklassen	2014	2015	2016	gebucht	öffentlich
Wallraf-Richartz-Museum	763	599	600	515	85
Museum Ludwig	1.181	1.278	1.183	1.051	132
Römisch-Germanisches Museum	1.096	1.066	1.036	965	71
Ubiermonument	0	0	16	13	3
Praetorium (Archäologische Zone)	140	123	122	121	1
Rautenstrauch-Joest-Museum	577	512	499	438	61
Museum für Angewandte Kunst Köln	372	300	301	192	109
Museum für Ostasiatische Kunst	98	193	215	103	112
Museum Schnütgen	379	368	172	134	38
Kölnisches Stadtmuseum	340	385	268	236	32
NS-Dokumentationszentrum	1.814	2.201	1.963	1.914	49
Messe Art Cologne	72	77	63	44	19
Messe Cologne Fine Arts	37	43	28	21	7
Summe	6.869	7.145	6.466	5.747	719

Kreativangebote (Kurse, Ferienangebote, Schulwerkstätten, Geburtstage, Events etc.)					
Wallraf-Richartz-Museum	153	129	151	145	6
Museum Ludwig	247	308	345	340	5
Römisch-Germanisches Museum	219	199	254	253	1
Ubiermonument	0	0	0	0	0
Praetorium (Archäologische Zone)	0	0	0	0	0
Rautenstrauch-Joest-Museum	131	184	173	168	5
Museum für Angewandte Kunst Köln	49	80	105	102	3
Museum für Ostasiatische Kunst	46	81	79	74	5
Museum Schnütgen	29	20	30	28	2
Kölnisches Stadtmuseum	36	47	72	71	1
NS-Dokumentationszentrum	0	0	5	5	0
Käthe-Kollwitz-Museum	0	1	6	6	0
Sonstige	0	9	10	0	10
Summe	910	1.063	1.230	1.182	38

Fortbildungen (Multiplikatoren)			
Wallraf-Richartz-Museum	39	19	19
Museum Ludwig	27	26	34
Römisch-Germanisches Museum	15	17	3
Ubiermonument	0	0	0
Praetorium (Archäologische Zone)	0	0	0
Rautenstrauch-Joest-Museum	21	7	10
Museum für Angewandte Kunst Köln	1	2	6
Museum für Ostasiatische Kunst	0	3	2
Museum Schnütgen	6	4	3
Kölnisches Stadtmuseum	10	6	5
NS-Dokumentationszentrum	6	6	4
Sonstige	1	1	0
Summe	126	81	86

Anlage 4: Übersicht zu Projekten und Schulpartnern

Besondere Fortbildungen für Multiplikatoren

- Fortbildungen von Gästeführern für den Verein der Stadtführer (Christine Schauerte) und Guided Tours (Nadia Dadgostar) im Kölnischen Stadtmuseum | Koord. und Ltg.: Dr. Ulrich Bock
- Fortbildung von Studierenden des B.A.-Studiengangs Geschichte im Rahmen eines Aufbauseminars des Historischen Instituts der Univ. zu Köln zum Thema: »Bürgertum im 19. Jahrhundert« | Ltg.: Dr. Ulrich Bock
- Arbeitsgemeinschaft Kunstmuseen für Lehrkräfte der Sekundarstufe II | Koord. und Ltg.: Björn Föll
- Multiplikatorenveranstaltung für ehrenamtliche Kräfte aus der Flüchtlingshilfe (MAKK, MOK, NS DOK, RGM, RJM) | Koord.: Dr. Matthias Hamann
- Fortbildungen in der artothek zu den Themen »artothek und Schule« (Sek I und Sek II; Durchf.: Astrid Bardenheuer und Eva Schwering), »artothek und Primarstufe« (Durchf.: Astrid Bardenheuer/Susanne Lang) und »artothek und Kita« (Durchf.: Astrid Bardenheuer und Renate Willmes); Koord.: Susanne Kieselstein
- Fortbildungen für Studienreferendare für folgende Zentren für schulpraktische Lehrerausbildung: Leverkusen, Neuss, Bonn, Köln | Ref.: Barbara Kirschbaum
- Interkulturelles Lernen im RJM für angehende Erzieher an KiTas (Berufskolleg Köln-Ehrenfeld) | Ltg.: Peter Mesenhöller
- Methodenfortbildungen für Erzieherinnen und Erzieher | Leitung: Julia Müller
- Fortführung der Fortbildungsreihe »Leichte Sprache« für Lehrkräfte | Ltg.: Julia Müller
- Studentage für Mitarbeiter städtischer und nicht städtischer Kindertagesstätten | Ltg.: Julia Müller
- Multiplikatorenfortbildungen für Mitarbeiter aus Offenen Ganztagschulen in ML und WRM | Ltg.: Julia Müller
- Fortbildungen für Studienreferendare im NS DOK für folgende Zentren für schulpraktische Lehrerausbildung: Leverkusen, Neuss, Engelskirchen, Bonn, Köln; Ltg.: Barbara Kirschbaum
- Fortbildungsreihe für Muttersprachenlehrkräfte: Projekt zur Vermittlung von Herkunftskulturen im Kontext des Herkunftssprachenunterrichts (ML) | Ltg.: Karin Rottmann
- Fortbildungsreihe zu DaZ-Kursen für Dozentinnen des Muslimischen Bildungswerkes (MAKK und ML) mit dem Schwerpunkt Mutter-Kind-Programme | Ltg.: Karin Rottmann
- Fortbildungen für diverse Kompetenzteams in NRW (Deutsch; Kunst) zu Sammlungen und Sonderausstellungen (ML, WRM) | Ltg.: Karin Rottmann
- Fortbildungstag für SchulsozialarbeiterInnen (ML) | Ltg.: Karin Rottmann

- Studienseminar für die Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf: »Kunst ohne Grenzen.« Ein Projekt für geflüchtete Kinder im Museum. Einführung in die handlungsorientierte Kunstvermittlung | Koord. Und Ltg.: Dr. Stephanie Sonntag
- Fortbildung für Lehrer zur Sonderausstellung »Fernand Léger. Malerei im Raum« | Ltg.: Karin Rottmann, Julia Müller, Angelika v. Tomaszewski
- Fortbildung für Lehrer zum Zentralabiturthema »Picasso« | Ltg.: Björn Föll, Angelika v. Tomaszewski
- Fortbildung für Lehrer zum Zentralabiturthema »Gerhard Richter« | Ltg.: Björn Föll, Angelika v. Tomaszewski
- Fortbildung für Lehrer zum Zentralabiturthema Christian Boltanski | Ltg.: Ulrich Bock und Björn Föll

Projekte für Kinder, Familien und Einrichtungen des Offenen Ganztags

- *Raupine tanzt mit Kosmotakel (ML)* | Ltg.: Karin Rottmann, Rosi Loos, und Jürgen Neitzert (OFM) | Partner: Museumsdienst und Pro Humanitate e.V. | Finanz.: Förderprojekt Kulturrucksack NRW
20 Kinder und Jugendliche mit Migrationshintergrund setzen sich tanzend mit ausgewählten Kunstwerken des Museum Ludwig auseinander und realisierten eine kleine Aufführung in der Sozialeinrichtung in Köln Vingst.
- *Migrantenkinder bekommen Unterstützung (RJM)* | Ltg.: Peter Mesenhöller | Finanz.: Wir helfen e.V. und MPG e.V. | Partner: Museumsdienst Köln und MiKibU e.V. Bergisch Gladbach
Migranten- und Flüchtlingskinder im Primarschulalter besuchten mehrfach das Rautenstrauch-Joest-Museum. Für viele von ihnen war es eine Erstbegegnung mit der Museumswelt. Sie begaben sich auf die Pirsch und suchten Tiere und seltene Materialien, die dann später im kreativen Teil des Museumsbesuchs Thema für eigene schöpferische Aufgaben wurden. Ziel des mehrteiligen Projektes war es, den Kindern den Ort Museum nahezubringen.
- *OGS ins Museum (7 Museen)* | Ltg.: Julia Müller | Finanz.: Sal. Oppenheim Stiftung | Partner: Schulentwicklungsamt der Stadt Köln
Die niedrigschwelligen Angebote richten sich insbesondere an Kinder mit wenig resp. ohne Museumserfahrung und beinhalteten neben einem Museumsbesuch mehrere Projektstage in der Offenen Ganztagschule. 2017 nahmen 22 Gruppen mit jeweils 15-20 Kindern an den Ferienprogrammen teil. Beteiligt waren folgende Museen: KSM, NS DOK, MAKK, ML, RGM, RJM und WRM
- *Museobilbox – Köln mit allen Sinnen (MAKK, RGM, RJM und WRM)* | Ltg.: Julia Müller | Finanz.: BVMP e.V. | Partner: Schulentwicklungsamt der Stadt Köln
Jeweils vier Kindergruppen aus drei Kölner Brennpunktschulen nahmen an dem durch Mittel des Bildungspakets »Kultur macht stark« geförderten Projektes »Köln mit allen Sinnen teil«. In mehrtägigen Workshops setzten sich die Teilnehmer mit den Sinnen »Hören«, »Schmecken« und »Riechen«

auseinander. Sie besuchten ein städtisches Museum und führten in der Schule und ihrer näheren Umgebung Experimente zum Thema »Sinne« durch. Am Ende des Projektes gestalteten die Teilnehmer in Kleingruppen »Museobilboxen«, in denen sie ihre Arbeitsergebnisse präsentierten. Die vier- bis fünftägigen Workshops fanden im Rahmen der Offenen Ganzschulbetreuung in den Schulferien oder während der Nachmittagsbetreuung statt. Insgesamt nahmen ca. 190 Grundschüler an dem Projekt teil.

→ *Familihtag in der Kölner Philharmonie* | Ltg.: Dr. Stephanie Sonntag | Finanz.: Eigenmittel | Partner: Museumsdienst, Kölner Philharmonie und WRM

Bei dem einmal pro Jahr stattfindenden Familientag der Philharmonie betreut der Museumsdienst für das WRM einen Stand und bietet ein offenes Malatelier an, das von dem familiären Publikum des Events sehr gut angenommen wird.

Partizipatorische Projekte mit Schulen

→ *We the People* (ML) | Ltg.: Karin Rottmann; szenische Umsetzung: Omar-El-Saeidi und Dominique Tetzlaff | Finanz.: MPG e.V. und BpB

Das Projekt war ein Höhepunkt der Schulkooperation zwischen dem Museumsdienst und dem Heinrich-Mann-Gymnasium. Die Internationale Klasse der Schule erarbeitete im Rahmen von Besuchen der Ausstellung »We The People« des Künstlers Danh Vö eine sprachliche und tänzerische Performance. Sie wurde öffentlich im Museum gezeigt. 2016 wurde das Projekt für eine Filmdokumentation weitergeführt und anlässlich der Tagung »Zwischen den Welten« gezeigt.

→ *Koreo mai – Erzähl mir was* (RJM) | Ltg.: Karin Rottmann und Peter Mesenhöller | Finanz.: Eigenmittel

Die Internationale Förderklasse des Berufskollegs Humboldtstraße, eine Sprachintegrationsklasse, hat sich während einer vom Museumsdienst Köln betreuten Projektwoche mit der Erzählkultur der neuseeländischen Mori beschäftigt. Dahinter stand die Idee, Geschichten aus den Herkunftskulturen der Schülerinnen und Schüler zwischen 17 und 22 Jahren zu thematisieren und diese öffentlich vorzustellen. Das Projekt mündete in einer öffentlichen Performance mit Presseberichterstattung.

→ *Identitäten in Köln* (ML) | Ltg.: Karin Rottmann | Finanz.: ZMI und Bezirksregierung Köln | Partner: Museumsdienst, Herkunftssprachenlehrer bilingualer Grund- und weiterführender Schulen

Schülerinnen und Schüler aus neun verschiedenen Herkunftssprachenklassen hatten sich sechs Monate lang mit ihrer Identität vor dem Hintergrund einer deutschen Lebenswelt und den Anteilen ihrer Herkunftskultur beschäftigt. Sie stellten sich der Frage, wie sich dies mit den Mitteln der Fotografie darstellen lässt. Die berühmte Fotoserie von Candida Höfer, »Türken und Deutschland«, aber auch andere Kunstwerke des Museums halfen, die Thematik formal und inhaltlich zu erschließen. Es entstand eine Ausstellung mit den besten Arbeiten der Schülerinnen und Schüler im Museum Ludwig.

- *Republik der Kinder* (WRM) | Ltg.: Dr. Anja Sevcik, Dr. Stephanie Sonntag und Karin Rottmann | Finanz.: WRM | Partner: WRM und Museumsschule
Für die Sammlungspräsentation »Republik der Kinder« haben junge Künstler im Alter von 8 bis 12 Jahren eigene Kunstwerke gestaltet, die von der Erzählfreude der niederländischen Malerei des 17. Jahrhunderts inspiriert wurden. Sie wurden auf Augenhöhe mit den barocken Altmeistern präsentiert. Museumsdienst und Museumsschule haben mit Klassen aus Kooperationsschulen die wechselnden Schülerausstellungen bespielt. Beteiligt waren folgende Einrichtungen: KGS Mainzerstraße, Dreikönigsgymnasiums, Heinrich-Mann-Gymnasium, Ernst Moritz Arndt Grundschule, Rodenkirchen, GGS Irisweg, Köln-Porz und Kinder und Jugendliche des Wohnheims für Geflüchtete, Rather Straße, Gremberghoven
- *Ich lade Dich ein* (ML) | Ltg.: Karin Rottmann | Finanz.: Eigenmittel | Partner: Heinrich-Mann-Gymnasium
Es handelt sich um ein Tandemprojekt mit Schülern der internationalen Vorbereitungsklasse des Heinrich-Mann-Gymnasiums und den zukünftigen Klassenkameraden aus den Regelklassen. Die Schüler beschäftigen sich im Museum mit partizipativen Methoden in der Vermittlungsarbeit und laden jeweils einen neuen Klassenkameraden aus der zukünftigen Regelklasse zu einem Museumsbesuch ein.
- *Sprachsensibler Kunstunterricht im Museum* (mehrere Museen) | Ltg.: Karin Rottmann | Finanz.: Eigenmittel | Partner: Dreikönigsgymnasium
Der 7. Jahrgang des Dreikönigsgymnasiums besucht regelmäßig die Museen der Stadt. Die Besuche werden jeweils mit dem Fachlehrerteam des Dreikönigsgymnasiums (hoher Anteil von Schülerinnen und Schülern mit Migrationsgeschichte) sprachsensibel vorbereitet.
- *Blickwinkel* (ML) | Ltg.: Angelika von Tomaszewski | Finanz.: Museum | Partner: Jugendkunstschule Rodenkirchen
In Kooperation mit der Jugendkunstschule Rodenkirchen e.V. erhielten Vorbereitungsklassen verschiedener Schulen ab der Sek. I die Möglichkeit, sich mit Kunstwerken des Museums auseinanderzusetzen. Im Anschluss daran wurde jeweils ein Werk ausgewählt, das von den Schülern auf eigene Weise umgesetzt und in einem Trickfilm animiert wurde. Die praktische Arbeit fand in der Werkstatt des ML und in den Räumlichkeiten der Jugendkunstschule statt. Eine Präsentation der Ergebnisse ist für Sommer 2017 im Kino des ML angesetzt.
- *Jugend- und Schülergedenktag 2016* (NS DOK) | Ltg.: Barbara Kirschbaum | Finanz.: Eigenmittel | Partner: Amt für Schulentwicklung, NS-DOK, Museumsdienst und Museumsschule
Am Projekt zum Gedenken an den Jahrestag der Befreiung des KZ Auschwitz beteiligten sich Kinder und Jugendliche aus über zehn Schulen. Sie zeigten auf vielfältige Weise die Ergebnisse ihrer Auseinandersetzung mit Verfolgung und Ausgrenzung – historisch und aktuell. 300 Schülerinnen und Schülern sahen die Ergebnisse.

- *Pilgerwerkstatt* (JRM) | Ltg.: Peter Mesenhöller und Georg Gartz | Finanz.: RheinEnergie Stiftung Kultur
Schüler der Sek II planten und realisierten in finanzierten Werkstätten Formen von Infrastrukturen an säkularen Pilgerorten (Fußballstadion, Popkonzert, GamesCom). Die einzelnen Werke vereinten sich im Junior-Museum zu einer künstlerische Installation, die im Verlauf der Ausstellung immer stärker wachsen konnte (Oktober 2016 bis April 2017). An den Wochenenden war das Projekt auch für andere Museumsbesucher geöffnet, die sich ebenfalls beteiligen konnten.
- *Atlas der Gefühle* (WRM und ML) | Ltg.: Anja Hild | Partner: Paul-Kraemer-Schule für Geistige Entwicklung, Frechen und der GGS Grefrath
In dem inklusiven Kooperationsprojekt dokumentierten die Schüler der beiden beteiligten Schulen, inspiriert von ihrem Museumsbesuch, die eigenen Gefühle. Am Ende standen ein Kinderbuch und eine Ausstellung der Schülerarbeiten im inklusiven Begegnungszentrum der Gold-Kraemer-Stiftung, der Kirche Alt St. Ulrich in Frechen.
- *FaceBarock* (WRM) | Ltg.: Anja Hild | Finanz.: Eigenmittel | Partner: Jugend Art Galerie und der Initiative SUM
Barocke Portraits des Museum wurden mit Schülern der Sek II fotografisch inszeniert und anschließend in einer Fotoausstellung unter dem Titel »FaceBarock« in der Bezirksregierung Köln gezeigt.

Schulpartner

Dreikönigsgymnasium Köln (ML, WRM) | Pestalozzi-Förderschule (ML) | Heinrich-Mann-Gymnasium (ML und WRM) | HS Baadenberger Straße (ML) | GGS Hauptstraße (ML) | GGS Humboldtstraße (ML) | KHS Großer Griechenmarkt (ML) | GGS Ernstbergstraße (ML) | KGS Trierer Straße (ML) | KHS Falckensteinstraße (ML) | Katharina-Henoth-Gesamtschule (ML) | Berufskolleg Humboldtstraße (ML, RJM) | KGS Mainzerstraße (WRM) | GHS Nürnberger Straße (ML) | Gesamtschule Porz (NS DOK) | Königin-Luise-Schule Köln (NS DOK) | Montessori-Gymnasium Köln (NS DOK) | Schiller-Gymnasium Köln (NS DOK) | Gymnasium Kerpen (NS DOK) | Gesamtschule Bergheim (NS DOK) | Richard-Riemerschmid-Berufskolleg (NS DOK)

Projekte und Trainees für Jugendliche und junge Erwachsene

- *Offenes Atelier zu Fernand Léger* (Museum Ludwig) | Ltg.: Angelika von Tomaszewski M.A. | Finanz.: Museum | Partner Museumsdienst und Museum Ludwig
Zur Sonderausstellung »Fernand Léger. Malerei im Raum« entstand ein ausstellungseigenes Atelier mit verschiedenen Praxisstationen, inspiriert von den verschiedenen Techniken, die der Künstler Fernand Léger nutzte. Die Programme waren buchbar für Gruppen und Schulklassen, von der Primarstufe bis zur Sek II. An den Wochenenden wurde der Raum zum Offenen Atelier, den auch junge und jung gebliebene Individualbesucher gerne nutzten. Betreut wurde es von Vermittlern aus dem Team der kunst:dialoge.
- *Reflection Room von Meschac Gaba* (ML) | Ltg.: Angelika von Tomaszewski M.A. | Finanz.: Museum | Partner Museumsdienst und Museum Ludwig.
Unter dem Titel »Citoyen du Monde« (»Weltbürger«) entwarf der in den Niederlanden lebende Künstler Meschac Gaba 2012 eine Flagge, die alle Nationalflaggen vereint. Für die Sonderausstellung »Wir nennen es Ludwig. Das Museum wird 40!« hatte er diese multinationale Flagge auf die Außenhülle eines großen Zelts übertragen, das während der Ausstellung den Besuchern als Mal- und Workshopraum diente. In diesem Reflection Room konnten gewonnene Eindrücke verarbeitet und auf die Kunstwerke reagiert werden. Der Raum bildete einen Ort des Rückzugs, der nicht zufällig in einem Zelt eingerichtet war. Gaba stellte bewusst eine Verbindung zu den Unterkünften von Geflüchteten her, für die das Zelt ein – wenn auch erzwungener – gemeinschaftlicher Schutzraum ist. Alle Besucher und Besucherinnen waren herzlich eingeladen, darin kreativ tätig zu werden. Am Wochenende wurde es von Vermittlern aus dem Projekt kunst:dialoge am ML betreut.
- *kunst:dialoge* (ML) | Ltg.: Angelika von Tomaszewski M.A. und Laura Capalbo | Finanz.: Museum | Partner: Museumsdienst und Museum Ludwig
In diesem mehrjährig angelegten Projekt werden Studenten der Fächer Kunst und Kunstgeschichte zu Kunstvermittlern ausgebildet. Sie kommen sowohl in der Sammlung als auch bei den Sonderausstellungen zum Einsatz und stehen dabei für die Besucher für Fragen aller Art zur Kunst bereit. Das Projekt wurde 2015 an den Museumsdienst (Leitung Kunstvermittlung ML) angebunden.

Projekte für Erwachsene

- *Zeit für Wissen* (alle Museen) | Konz.: Dr. Ulrich Bock | Finanz.: TN | Partner: »Zeit für Wissen« – Bildungsgesellschaft
Zusammen mit dem Partner wurden zwei Trimesterkurse zu den Themen »Highlights der Museen« und »Das Wasser von Köln« konzipiert und durchgeführt
- *»Willkommen in Köln«* (alle Museen) | Konz.: Dr. Matthias Hamann | Finanz.: Eigenmittel
Um die Museen auch für geflüchtete Erwachsene zu Orten des Willkommens und des Dialoges zu machen, wurden Führungsangebote geschaffen, die an den KölnTagen von begleiteten Gruppen kostenfrei genutzt werden konnten.
- *Deutschland-Saga* | Konz.: Karin Rottmann | Finanz.: BpB | Partner: Sprachhaus Köln
Im Kontext der Vorbereitung zur Tagung »Zwischen den Welten« entstand in der Erwachsenenbildung ein Projekt für Geflüchtete (18-29 Jahre) mit dem Ziel, einen interkulturellen Dialog über ausgewählte Kunstwerke im Museum Ludwig anzuregen. Die Diskussion fokussierte sich auf Deutschlandbilder, geschichtliche Zusammenhänge und Stereotypen. Das Projekt fand im Zusammenhang von Deutschkursen mit freiwilligen Teilnehmern statt. Die Ergebnisse der durchgeführten Workshops im Museum wurden von einem Deutschdidaktiker evaluiert und bei der Tagung filmisch vorgestellt.

Anlage 5: Kooperationspartner 2016

Amphi Festival GmbH | Amt für Kinder, Jugend und Familie, Abteilung Kindergärten | Bildungswerk Muslimischer Frauen und Mädchen | Bühnen der Stadt Köln, Referat Theater und Schule | Bundesakademie für Kulturelle Bildung, Wolfenbüttel | Bundesverband Museumspädagogik e.V. | Bundesverwaltungsamt Köln, Referat: Auslandsschulen | Caritas-Verband | c/o pop Festival & Convention | dementia+art e.V. | Deutsche Bahn | Deutscher Altphilologenverband | Deutscher Museumsbund | Efl (Erfahrungswissen für Initiativen) | Goethe-Institut | Heinrich-Heine Universität Düsseldorf, Seminar für Kunstgeschichte | Historikerverband NRW | Ibk – Institut für Bildung und Kultur, Remscheid | Institut für Lehrerfortbildung, Mülheim a.d. Ruhr | Jugendkunstschule Rodenkirchen e.V. | KIK – Kultur für junge Leute | Kölner Freiwilligenagentur e.V. | Kölner Studierendenwerk | KölnMesse GmbH | kölnmusik /Philharmonie | KölnTourismus GmbH | Kommunales Integrationszentrum der Stadt Köln | Kunst im Rheinland | Landesverband Museumspädagogik NRW e.V. | Landesverband nordrhein-westfälischer Geschichtslehrer | Lohmarer Institut für Weiterbildung | LVR-Institut für Landeskunde und Regionalgeschichte, Bonn | Pädagogische Hochschule Freiburg, Institut für deutsche Sprache und Literatur | Pädagogische Hochschule Heidelberg, Fakultät für Kulturwissenschaften, Institut für Fremdsprachen und ihre Didaktik (Abteilung Englisch) | Philologenverband NRW, Düsseldorf | Projekt 2508 GmbH | Pro Retina Deutschland e.V. | RDA Internationaler Bustouristik Verband e.V. | Result GmbH | Rheinische Musikschule | Schulentwicklungsamt der Stadt Köln | SK Stiftung Kultur | SprachHaus Köln | StadtBibliothek Köln | Stadtrevue Verlag Köln | Technische Hochschule Köln, Institute of Conservation Sciences (CICS) | Thalys International Partnerships | Tourismus NRW e.V. | Universität Bonn, Institut für Sprach-, Medien- und Musikwissenschaft Abteilung für Interkulturelle Kommunikation und Mehrsprachigkeitsforschung mit Sprachlernzentrum (IKM) | Universität Bonn, Philosophische Fakultät, Kommunikationswissenschaften | Universität Kassel, FB 02 Geistes- und Kulturwissenschaften (Deutsch als Fremd- und Zweitsprache) | Universität zu Köln, Archäologisches Institut | Universität zu Köln, Department Psychologie | Universität zu Köln, Erziehungswissenschaftliche Fakultät, Deutsche Sprache und ihre Didaktik | Universität zu Köln, Historisches Institut, Abt. für Didaktik der Geschichte | Universität zu Köln, Humanwissenschaftliche Fakultät | Universität zu Köln, Institut für Ethnologie | WDR, Kinderfernsehen (Die Sendung mit dem Elefanten) | Zeit für Wissen Bildungsgesellschaft mbH | ZfsL Bonn, Fachseminar Geschichte | ZfsL Köln, Fachseminar Geschichte | ZfsL Leverkusen, Fachseminar Geschichte, Latein | ZMI (Zentrum für Mehrsprachigkeit und Integration)

Anlage 6: Aktive Teilnahme an Tagungen und Workshops

- Zwischen den Welten. Museen im Angesicht von Flucht und transkulturellem Dialog | Tagung des Museumsdienstes Köln und der BpB in Kooperation mit dem BVMP e. V. und den Neuen Deutschen Organisationen | 23. – 24.10. | Ltg.: Dr. Matthias Hamann
- Künstlerkolonien in Frankreich. Ein Überblick | Vortrag zum Begleitprogramm zur Ausstellung »Mythos Heimat« | Hannover, Niedersächsisches Landesmuseum | 19.5. | Dr. Matthias Hamann
- Der Museumsdienst Köln. Präsentation für das Joanneum Graz | 13.10. | RJM | Dr. Matthias Hamann
- Der Museumsdienst Köln. Präsentation für die Bayerische Museumsakademie | Domid e.V. | 27.10. | Dr. Matthias Hamann
- Vortrag »Geschichte vermitteln« | Expertengespräch des LWL zur Neukonzeption des Preußenmuseums Minden | 26.10. | Dr. Matthias Hamann
- Programme des Museumsdienstes Köln für Geflüchtete | Expertengespräch aus Anlass der Tagung "Perspektiven Kultureller Bildung in Europa" | 3.11. | Akademie Remscheid | Vortrag: Dr. Matthias Hamann
- »Mehrsprachigkeit und Integration in der Vermittlungsarbeit an Museen« | Sprachenfest des Zentrums für Mehrsprachigkeit und Integration, Köln | 20.1. | Infostand: Karin Rottmann
- Vortrag über »Programme für Ferienkurse in Ganztagschulen« | Veranstaltungen des Schulamtes Köln | Karin Rottmann
- »DaF-Unterricht und Museum« | Vortrag innerhalb des Lehrgangs für Ressortleiterinnen und -leiter von internationalen Schulen im Ausland des Bundesverwaltungsamtes | Vortrag: Karin Rottmann
- »Kunstvermittlung im Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud. Einblicke in die Praxis des Museumsdienstes Köln« | Vortrag im Rahmen des AK Bildung und Vermittlung beim DMB | 22.10. | Dr. Stephanie Sonntag

Anlage 7: Praktika 2016

Carolin Ayasse (Tutorin: Karin Rottmann) | Kai Blankertz (Tut.: Dr. Stephanie Sonntag) | Merle Bode (Tut.: Barbara Kirschbaum) | Sibille Geier (Tutorin: Karin Rottmann) | Mareike Gröneweg (Marie-Luise Höfling) | Artak Khachatryan (Tutorin: Karin Rottmann) | Kristina Kreutzwald (Tut.: Angelika von Tomaszewski M. A.) | Fabienne Kylla (Tut.: Angelika von Tomaszewski M. A.) | Anne-Kathrin Lethert (Tut.: Peter Mesenhöller) | Louisa Martin (Tut.: Dr. Andrea Imig und Julia Müller) | Fabian Reeker (Tut. Barbara Kirschbaum) | Gianna Trupia (Tut.: Dr. Beate Schneider) | Judith Uebing (Tut.: Dr. Matthias Hamann)

Anlage 8: Lehraufträge und Hochschultätigkeit

- Universität zu Köln, Historisches Seminar | Vortrag: Sonderausstellung »Köln 1914. Metropole im Westen« | Dr. Ulrich Bock
- Skål International, Herbsttreffen in Köln | Vortrag zur Kölner Museumslandschaft Marie-Luise Höfling
- Universität zu Köln, Historisches Seminar | Vortrag mit Führung: Konzeption der Dauerausstellung des NS-Dokumentationszentrums – Aspekte der Vermittlung des Themas Nationalsozialismus | Barbara Kirschbaum
- Universität zu Köln, Ringseminar am Zentrum für LehrerInnenbildung (Ringseminar im Rahmen der Bildungspartner NRW: »Gedenkstätten und Schule«) | Barbara Kirschbaum
- Universität zu Köln, Seminar Museum Studies, Cologne African Studies Center, Masterprogramm Culture and Environment in Africa | Lehrauftrag: Aufgaben der Museumspädagogik in ethnologischen Museen | Peter Mesenhöller
- Universität zu Köln, Historisches Seminar, Einführung in die Geschichtsdidaktik im ethnologischen Museum | Schulung, Führungen und Vorträge | Peter Mesenhöller
- Universität zu Köln, Lehrstuhl für Neuere und Neueste Geschichte, Vom Musentempel zum Science Centre: Eine Geschichte des Museums | Führungen und Vorträge | Peter Mesenhöller
- Universität zu Köln, Fachbereich Deutsche Sprache und ihre Literatur | Außerschulischer Lernort Museum und DaZ-Unterricht | Lehrveranstaltung im Kontext der Lehrerbildung | Museumsworkshop und Seminarveranstaltung | Karin Rottmann
- Universität zu Köln, Fachbereich Deutsche Sprache und ihre Literatur | Außerschulischer Lernort Museum und DaZ-Unterricht | Lehrveranstaltung im Kontext der Lehrerbildung | Museumsworkshop und Seminarveranstaltung | Karin Rottmann
- Pädagogische Hochschule Heidelberg, Fakultät für Kulturwissenschaften /Faculty II Abteilung Englisch | Lehrauftrag: Die Museumstasche im Englischunterricht: Englischprogramme des Museumsdienstes Köln | Karin Rottmann
- Universität Kassel, Fachgebiet Deutsch als Fremd- und Zweitsprache. Tagung »Alumnitreffen – Das Museum als außerschulischer Lernort" | Leitung eines Workshops | Karin Rottmann
- Ruhruniversität Bochum, Historisches Seminar | Lehrauftrag Das Mittelalter lebendig machen | Karin Rottmann
- Universität Bonn, Institut für Sprach-, Medien- und Musikwissenschaft, Seminarveranstaltung zum Thema Deutsch als Fremdsprache | Vortrag: »DaF im Museum Ludwig« | Karin Rottmann
- Ringvorlesung zur Museumspädagogik an der Universität Erlangen | Karin Rottmann
- Museumsworkshop für ein Seminar der Universität Radboud- Duitse taalen cultuur

- Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, Seminar für Kunstgeschichte: Ringvorlesung Kunstvermittlung: Geschichte – Theorie – Praxis | Vortrag: Kunstvermittlung im Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud | Dr. Stephanie Sonntag

Anlage 9: Interne Fortbildungen (wissenschaftlich und methodisch)

Kölnisches Stadtmuseum

- Vermittlung in leichter Sprache (für Mitarbeiter/innen Historischer, kulturhistorischer und ethnologischer Museen)
- »Steht so in der Literatur« – eine Revue der verbreitetsten Köln-Irrtümer in einschlägigen Publikationen
- Einführung in die Sonderausstellung »Köln im Film«
- Führungen für blinde und sehbehinderte Menschen – ein Erfahrungsbericht
- Einführung in die Sonderausstellung »drunter und drüber – der Heu- markt«

Museum für Angewandte Kunst Köln

- RADIO Zeit. Röhrengeräte, Design-Ikonen, Internetradio. Einführung in die Sonderausstellung
- »Schau mich an«. Illustrationen von Ingrid Godon und Kinderporträts von August Sander. Einführung in die Sonderausstellung
- Willy Fleckhaus – Design, Revolte, Regenbogen. Einführung in die Sonderausstellung
- »Zur Freude!«. Kostbare Dosen und Miniaturen aus zwei Kölner Sammlungen. Einführung in die Sonderausstellung
- Exkursion zur Bauhaus-Sonderausstellung in der Bundeskunsthalle, Bonn
- Einführung in das neue Design-Vermittlungsangebot des Museumsdienstes

Museum für Ostasiatische Kunst

- Magie der Zeichen. 3000 Jahre chinesische Schriftkunst. Einführung in die Sonderausstellung
- Leidenschaften in der Kunst Ostasiens. Einführung in die Sonderausstellung Teil I und Teil II

Museum Ludwig

- Fernand Léger. Malerei im Raum. Einführung in die Sonderausstellung
- Wir nennen es Ludwig. Das Museum wird 40! Einführung in die Sonderausstellung
- Master of Beauty. Karl Schenkers mondäne Bildwelten. Einführung in die Sonderausstellung

Museum Schnütgen

- Auf den Spuren von Reliquien und Heiligen. Einführung in die Neupräsentation des Museum Schnütgen

NS-Dokumentationszentrum

- Workshop-Angebot zur Sonderausstellung »Jugend im Gleichschritt« – Inhaltliche Diskussion anhand der für den Workshop erstellten biografischen Materialien
- Workshop »Umgang mit historischen Fotos« in Zusammenarbeit mit der Medienberatung NRW
- Einführung in die Sonderausstellung »Fritz Bauer – der Staatsanwalt«
- Exkursion zur Wewelsburg, Fortbildungs-Wochenende unter dem besonderen Aspekt »Umgang mit Rechtsextremen und Neonazis an Täterorten und Gedenkstätten«
- Einführung in die Sonderausstellung »Geraubte Kinder«
- Exkursion Ehrenfeld zur Vorbereitung der Stadtteil-Führung »Treffpunkt Ehrenfeld«

Rautenstrauch-Joest-Museum

- Einführung in die Sonderausstellung »Pilgern – Sehnsucht nach Glück?« sowie die begleitende Pilgerwerkstatt für Schüler*innen der Sek. II
- Museumspädagogischer Erfahrungsaustausch

Römisch Germanisches Museum

- Das archäologische Jahr 2016
- Forum RGM – museumspädagogischer Erfahrungsaustausch

Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud

- Palmyra – Was bleibt? Louis François Cassas und seine Reise in den Orient
- Ein vergessenes Meisterwerk. Das Antwerpener Altarbild der Kölner Kreuzbrüder
- Republik der Kinder
- Im Labor des Museums
- Von Dürer bis van Gogh. Sammlung Bührle trifft Wallraf

Museumsübergreifend

- Die Arbeit mit der Museumstasche
- Überarbeitung der schulischen Museumsprogramme
- Projektreise zur Neukonzeption der Kindergartenprogramme
- Fortbildungsreihe zu stress- und traumasensibler Arbeit mit geflüchteten Menschen in Kooperation mit medica mondiale e.V.
- Workshop zur Entwicklung einer vernetzten Multimedia-Strategie

Anlage 10: Externe Tagungen und Gremiensitzungen

- Mitgliederversammlung und Vorstandstreffen des LVMP NRW e.V. | div. Termine | Teiln.: Dr. Matthias Hamann
- G 9-Treffen des Region KölnBonn e.V., Köln | mehrere Termine | Teiln.: Dr. Matthias Hamann
- Treffen des AK Bildung und Vermittlung im Rahmen der Jahrestagung des DMB, Erfurt | 11.05. | Teiln.: Dr. Matthias Hamann
- Sitzungen des Beirats von KölnTourismus, 08.05. und 01.10. | Teiln.: Dr. Matthias Hamann
- Rheinischer Museumstag | 6.6. | Duisburg | Dr. Matthias Hamann
- Fachausschusssitzungen des Deutschen Kulturrats | 28.6. und 13.12. | Berlin | Dr. Matthias Hamann
- Plattform Kulturelle Bildung: Das visionäre Potenzial der Kunst – Kunst und Kulturelle Bildung im Kontext von Flucht, Ankommen und Zukunftsgestaltung | 22. – 23.9. | Stiftung Genshagen | Teiln.: Dr. Matthias Hamann
- Networking am Rhein | Netzwerktreffen von Convention Cologne | div. Termine | Teiln.: Dr. Matthias Hamann und Marie-Luise Höfling
- Herbsttreffen des AK Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des DMB | 20.10. | Germanisches Nationalmuseum Nürnberg | Teiln.: Marie-Luise Höfling
- Common Purpose Alumni Programm | div. Termine | Teiln.: Marie-Luise Höfling
- Expertinnen- und Experten-Workshop zur Verbesserung der Angebote für blinde und sehbehinderte Menschen | 23.11. | LVR-Freilichtmuseum Lindlar | Dr. Andrea Imig
- Fachkonferenz »Mit allen Sinnen – Das inklusive Museum« | Historisches Museum Frankfurt | 12. – 13.12. | Dr. Andrea Imig
- Geschichte vermitteln, LVR-Landesmuseum Bonn | 14.11. | Teiln.: Dr. Kathrin Jaschke
- DIE-Forum Weiterbildung Erwachsenenbildung in der Einwanderungsgesellschaft | Deutsches Institut für Erwachsenenbildung Bonn | 5. – 6.12. | Teiln.: Dr. Kathrin Jaschke
- Beiratssitzung »Demokratie Leben« | 28.6. | Teiln. Barbara Kirschbaum
- Frühjahrs- und Herbsttagung des AK Verwaltung beim Deutschen Museumsbund | div. Termine | Teiln.: Klaus Linz
- Tagung zu Museumsprogrammen für Geflüchtete des Volkshochschulverbandes in Dortmund | 18.1. | Teiln.: Karin Rottmann
- Interkulturelle Konferenz im VHS-Forum Neumarkt | Dezernat für Soziales, Integration und Umwelt. Kommunales Integrationszentrum | 26.2. | Dr. Matthias Hamann und Karin Rottmann
- DaZ-Mercator-Programme im Museum Folkwang Essen | 14.4. | Teiln.: Karin Rottmann
- Informationsreise zum Guggenheim-Museum Bilbao | Spanien | Teiln.: Karin Rottmann, Angelika von Tomaszewski, Julia Müller
- Fachtagung Archäologie im Rheinland | LVR-Landesmuseum Bonn | 1. – 2.2. | Teiln.: Dr. Beate Schneider
- Digitale Vermittlungsstrategien für Museen | Workshop der Pausanio-Akademie Köln auf der MUTEK in Leipzig | 9.11. | Teiln.: Dr. Stephanie Sonntag

Anlage 11: Publikationen 2016

Publikationen /wissenschaftliche Beiträge /Kurzführer /Beschriftungen

- Ulrich Bock: 120 Objekt- und Überblickstexte für Kurzführer und Audio-guide des Museum Schnütgen
- Matthias Hamann: Künstlerkolonien in Frankreich. Das Modell von Barbizon und seine Töchter. In: Mythos Heimat. Hg. v. Thomas Andratschke. Ausstellungskatalog Hannover, Niedersächsisches Landesmuseum. Dresden 2016, S. 83 – 95.
- Matthias Hamann: Lebenslanges Lernen in Museen. In: Handbuch Museumspädagogik. München (kopaed Verlag) 2016, S. 234 – 239 .
- Matthias Hamann: Matthias Hamann, Familie im Museum – deutsch-japanische Parallelen(?). In: Standbein – Spielbein, 104, 2016, S. 21 – 24
- Peter Mesenhöller (2016): Pilgern – Sehnsucht nach Glück? Aufgaben- und Stempelheft zur gleichnamigen Sonderausstellung des RJM | Finanz.: RheinEnergie Stiftung Kultur
- Karin Rottmann und Rosella Benati: Identitäten in Köln. Ein Projekt des Museumsdienstes Köln mit dem ZMI – Zentrum für Mehrsprachigkeit und Integration für den Herkunftssprachenunterricht. Begleitheft zur Ausstellung. Köln 2016
- Beate Schneider, Marion Euskirchen und Stefan Kleuver: Das Ubierrmonument. Der verborgene Turm. Köln 2016
- Stephanie Sonntag: Das Altarbild der Kölner Kreuzbrüder. Mit Willi auf der Suche nach dem vergessenen Meisterwerk. Eine Rallye für Kinder. Köln 2016.
- Stephanie Sonntag: Die Republik der Kinder. Bastelbögen für Kinder. Köln 2016
- Stephanie Sonntag: Von Dürer bis van Gogh. Mit Willi auf der Suche nach verwandten Bildern. Eine Rallye für Kinder. Köln 2016.
- Angelika von Tomaszewski (Ideen und Redaktion): Aktionsheft für kids zur Ausstellung Fernand Léger. Malerei im Raum. Ideen und Gestaltung: Kristina Kreutzwald. Köln 2016

Audio /digitale Präsentationen /Internet /Filme

- Ulrich Bock: Beitrag zu »Geschichte interaktiv. Das moderne Medienkonzept für den Unterricht. Mittelalter III. Spätmittelalter (dokumentARfilm GmbH, Münster 2017)
- Ulrich Bock und Andrea Imig: Internetredaktion und Aktualisierung der Website museenkoeln.de/museumsdienst
- Ralf Dank: Erstellung und Redaktion des digitalen Newsletters [museenkoeln](http://museenkoeln.de) mit 51 Ausgaben
- Matthias Hamann, Andrea Imig, Kathrin Jaschke, Caroline Stegmann-Rennert, Angelika von Tomaszewski: Beiträge für das Bild der Woche auf [museenkoeln](http://museenkoeln.de)
- Waltraud Herz: Internetredaktion und Aktualisierung der Website museenkoeln.de

- Waltraud Herz: Erstellung und Redaktion des digitalen Newsletters KiK – Kultur in Köln mit 6 Ausgaben
- Matthias Hamann, Anke von Heyl, Marie-Luise Höfling, Susanne Kieselstein, Andrea Imig, Julia Müller, Frank Neweling, Karin Rottmann, Caroline Stegmann-Rennert: Beiträge im Blog, im Facebook-Auftritt und im Twitter-Account des Museumsdienstes Köln
- Marie-Luise Höfling: Betreuung der Social Media Kanäle zu museenkoeln.de und Museumsdienst auf Facebook und Twitter
- Julia Müller: Erstellung und Versand des digitalen Newsletters Bildung mit 15 Ausgaben
- Karin Rottmann: Filmpräsentation »Deutschland Saga«
- Karin Rottmann: Filmpräsentation »We the People« (Überarbeitung)
- Stephanie Sonntag: Von Dürer bis van Gogh. Sammlung Bührle trifft Wallraf. Eine digitale Präsentation zur Einführung in die Sonderausstellung

Ausstellungsbeschriftung / Texte / Unterrichtsmaterialien

- Julia Müller, Caroline Stegmann-Rennert: museumsbus koeln. Material zur Vor- und Nachbereitung des Besuchs im Museum für Ostasiatische Kunst | Zielgruppe SuS der Sek I
- Karin Rottmann: Die Museumstasche. Materialien für partizipative Besuche in Kunstmuseen. Handout zum Download | Zielgruppe: Lehrkräfte
- Stephanie Sonntag: Von Dürer bis van Gogh. Sammlung Bührle trifft Wallraf. Wandtexte zur Sonderausstellung | Zielgruppe: Erwachsene
- Angelika von Tomaszewski (Redaktion): Fernand Léger. Malerei im Raum. | Saaltexte | Zielgruppe: Erwachsene
- Angelika von Tomaszewski (Redaktion): Wir nennen es Ludwig. Das Museum wird 40! | Saaltexte | Zielgruppe: Erwachsene

Hands On Materialien

- Museumstasche. Materialien für partizipative Besuche in Kunstmuseen für die Hand der Museumsvermittler.
- Museumsübergreifend für die Zielgruppe OGS | Hand On Materialien zum (1) Thema Klang /Radio (MAKK), zum (2) Thema Fühlen /Materialkunde (Rautestrauch-Joest-Museum) und zum Thema (3) Esskultur /Stillleben (Wallraf-Richartz-Museum)
- Museum für Angewandte Kunst | Neuordnung und Erweiterung der Tastobjekte für buchbare Angebote | Zielgruppe: blinde und sehbehinderte Menschen
- Museum für Ostasiatische Kunst | Erweiterung der didaktischen Sammlung in den Bereichen: Zeitgenössische japanische Alltagskultur, chinesische Schriftkunst, Kamishibai-Theater; Literatur für Kinder | Zielgruppe: Kinder und Jugendliche, Familien
- Rautestrauch-Joest-Museum | Konzeption und Realisierung eines »Pilgerrucksacks« zur Sonderausstellung »Pilgern« | Zielgruppe: Familien mit Kindern | Finanz.: RheinEnergie Stiftung Kultur
- Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud | Erweiterung der Hands On Medien für die Dauerausstellung | Zielgruppe: Kinder ab 4 Jahren

Anlage 12: Ausstellungen 2017

- Kölnisches Stadtmuseum | Köln ungeschönt: Wilhelm Scheiner als Fotograf (21.11.2015 – 24.4.2016) | Endstation Ubierring. Das Aus der Freien Kunst an der Fachhochschule Köln (12.12.2015 – 24.4.2016) | Großes Kino! – 120 Jahre Kölner Kinogeschichte (3.6. – 6.11.2016) | drunter und drüber – der Heumarkt. Schauplatz Kölner Geschichte 3 (10.12.2016 – 1.5.2017)
- Museum für Angewandte Kunst Köln | RADIO Zeit. Röhrengeräte, Design-Ikonen, Internetradio (19.1. – 5.6.) | Alessi Made in Crusinallo. The Beauty and the Mastery (19.1. – 3.4.) | »Schau mich an«. Illustrationen von Ingrid Godon und Kinderporträts von August Sander (26.5. – 10.6.) | Willy Fleckhaus – Design, Revolte, Regenbogen (26.8. – 11.12.) | »Zur Freude!«. Kostbare Dosen und Miniaturen aus zwei Kölner Sammlungen (17.9. – 11.12.) | so zusammen oder anders. 21 Künstler*innen – 5 Jahre (9.9. – 9.10.) | Gargonza Arts | Kölner Design Preis (4.11. – 27.11.)
- Museum für Ostasiatische Kunst | Leiko Ikemura. All about Girls and Tigers (26.9.2015 – 28.2.2016) | Magie der Zeichen. 3000 Jahre chinesische Schriftkunst (23.4. – 17.7.) | Leidenschaften in der Kunst Ostasiens (13.8.2016 – 29.1.2017)
- Museum Ludwig | Joan Mitchell Retrospective. Her life and paintings (14.11.2015 – 22.2.2016) | HIER UND JETZT im Museum Ludwig. Heimo Zobernig (20.2. – 22.5.) | Fernand Léger. Malerei im Raum (9.4. – 3.7.) | Huang Yong Ping. Wolfgang-Hahn-Preis 2016 (13.4. – 28.8.) | Wir nennen es Ludwig. Das Museum wird 40! (27.8.2016 – 8.1.2017)
- Museum Schnütgen | Auf den Spuren von Reliquien und Heiligen. Neue Wege zur Kunst des Mittelalters (27.11.2015 – 31.12.2016)
- NS Dokumentationszentrum | Jugend- und Schülergedenktag (24.1. – 10.2.) | Geraubte Kinder – vergessene Opfer (19.2. – 3.4.) | Fritz Bauer: Der Staatsanwalt (24.4. – 21.8.) | Philibert und Fifi (15.6. – 21.8.) | Jugend im Gleichschritt!? – Hitlerjugend zwischen Anpassung und Widerstand (16.9.2016 – 12.3.2017)
- Rautenstrauch-Joest-Museum – Kulturen der Welt | Pilgern – Sehnsucht nach Glück? (08.10.2016 – 9.4.2017) | JuniorMuseum im Rautenstrauch-Joest-Museum – Kulturen der Welt | Pilgerwerkstatt für Schüler*innen der Sek. II (8.10.2016 – 9.4.2017)
- Römisch-Germanisches Museum | Neue Funde aus Köln (16.10.2015 – 30.4.2016) | Agrippina, Kaiserin aus Köln (26.11.1015 – 28.3.2016) | Via Appia – Photographien von Martin Classen (24.9.2016 – 22.2.2017) | Zerbrechlicher Luxus. Köln – Zentrum römischer Glaskunst (3.7.2016 – 26.3.2017)
- Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud | Palmyra – Was bleibt?

Louis François Cassas und seine Reise in den Orient (26.2. – 8.5.) | Ein vergessenes Meisterwerk. Das Antwerpener Altarbild der Kölner Kreuzbrüder (18.3. – 12.6.) | Republik der Kinder (20.4.2016 – 21.5.2017) | Das Gedächtnis, die Stadt und die Kunst II. – Für Marcel Broodthaers (20.5. – 14.8.) | Zwischen Disegno und Design? Von der Zeichnung zum Entwurf (2.9. – 20.11.) | Von Dürer bis van Gogh. Sammlung Bührlé trifft Wallraf (23.9.2016 – 12.2.2017) | Girolamo Troppa (1637 – 1710) (2.12.2016 – 12.3.2017)

→ artothek – Raum für junge Kunst | Tessa Knapp – VOICES (14.1. – 20.2.) | Patrycja German. Come Talk To Me (3.3. – 2.4.) | Sabrina Fritsch. Shift. (16.4. – 28.5.) | Catherine Lorent. KÖLNER DOOM Relegation (9.6. – 27.8.) | Christina Chirulesc. PORTRAIT FORMAT PICTURES (8.9. – 22.10.) | This has been going on for years. Miriam Gossing und Lina Sieckmann (3.11. – 19.11.) | Sometimes night comes too quickly. Lisa Seebach (1.12. – 23.12.)

Team (Stand 31.12.2016)

Direktion

- Dr. Matthias Hamann (Direktor)
- Dr. Beate Schneider (Stv. Direktorin); bis 30.4.
- Karin Rottmann (Stv. Direktorin); ab 23.6.
- Jürgen Hoop (Sekretariat); ab 1.10.
- Gisela Hamacher (Sekretariat); bis 30.6.
- Hildegard Wickerath (Sekretariat); bis 31.5.

Museumspädagogik und übergreifende Kulturelle Bildung

- Dr. Ulrich Bock (Ltg. Kunst- und Kulturvermittlung am Kölnischen Stadtmuseum und am Museum Schnütgen)
- Dr. Andrea Imig (Ltg. Kunstvermittlung am Museum für Angewandte Kunst Köln)
- Dr. Kathrin Jaschke (Ltg. Kunst- und Kulturvermittlung am Römisch-Germanischen Museum); seit 1.10.
- Dipl.-Päd. Susanne Kieselstein (Projekte und Kooperationsbereich Kulturelle Bildung, Begleitung artothek, Kreatives Schreiben)
- Barbara Kirschbaum (Ltg. Bildung und Vermittlung am NS-Dokumentationszentrum)
- Peter Mesenhöller (Ltg. Bildung und Vermittlung am Rautenstrauch-Joest-Museum)
- Dipl.-Päd. Julia Müller (Projektmanagement Schulprogramme und Museum kreativ | museumsbus koeln)
- Karin Rottmann (Ltg. Schulprogramme und Museum kreativ)
- Dr. Beate Schneider (Ltg. Kunst- und Kulturvermittlung am Römisch-Germanischen Museum); bis 31.5.
- Dr. Stephanie Sonntag (Ltg. Kunstvermittlung am Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud)
- Caroline Stegmann-Rennert M.A. (Ltg. Kunst- und Kulturvermittlung am Museum für Ostasiatische Kunst)
- Angelika von Tomaszewski M.A. (Ltg. Kunstvermittlung am Museum Ludwig)

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

- Marie-Luise Höfling (Ltg. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit)
- Waltraud Herz (Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Internet)
- Viktoria Sondermann (Werbe- und Mediaplanung, Events); bis: 31.12.
- Frank Neweling (Werbe- und Mediaplanung, Events); bis 30.9.

Verwaltung

- Klaus Linz (Verwaltungsleiter)
- Beate Hülsken (Verwaltungsmitarbeiterin)
- Michael Jonetz (Sachbearbeitung Museum kreativ)
- Birte Klarzyk (Sachbearbeitung NS DOK); seit 1.10.
- Regina Kühnelt (Sachbearbeitung Schulangebote)
- Melanie Krauß (Sachbearbeitung Erwachsenenangebote)
- Ulrike Michel (Sachbearbeitung Erwachsenenangebote)

Museumsschule

- Rita Böller (für RJM)
- Björn Föll (für ML und WRM)
- Frank Hartmann (für KSM und MS)
- Anja Hild (für ML und WRM)
- Stefan Kleuver (für KSM und RGM)
- Birgit Kloppenburg (für RGM, KSM und NS DOK)
- Alexa Schink (für ML und WRM)
- Christine Wolf (für ML und WRM)

Freiberufliche Mitarbeiter und Honorarkräfte (alle Referenten)

Dr. Birgitt Aldermann | Recha Allgaier-Honal | Dr. Ines Bachem | Dr. Andreas Baumerich | Morten Bierganns | Annette Binder | Merle Bode | Sophie-Laura Boße | Walter Bruno Brix | Annika Burbank | Dr. Till Busse | Dr. Eva-Maria Cahn | Laura Capalbo | Karina Castellini M.A. | Francis Vitalia Cuéllar Casaretto de Kissel | Diane Ciesielski M.A. | Maurice Cox | Sonja Czoska | Pia Damm M.A. | Anna Döbbelin M.A. | Nicole Dorweiler M.A. | André Dumont M.A. | Kristina Eder M.A. | Maria Eicker M.A. | Irene Ellegiers M.A. | Omar El-Saeidi | Freya Elvert | Kurt Erlemann | Dr. Jutta Ewers | Dipl.-Ing. Mareike Fänger | Corinna Fehrenbach | Patrick Fels | Katharina Feyrer | Georg Gartz | Sybille Geisel | David Gilles | Uta Deborah Gilsebach | Ilja Gold | Dr. Raymund Gottschalk | Markus Graf | Gudrun Grauenson M.A. | Dr. Hans-Jürgen Gregersen | Claudia Grötzebach M.A. | Irene Grünendahl-Schmitz | Christian Günther | Philipp Hagdorn M.A. | Anke von Heyl M.A. | Andrea Hillebrandt | Alexandra Holst | Angela Huemer | Sanae Ilies | Dulce Jimenez | Felicitas Jobs | Ute Kaldune | Rick Kam | Stefanie Kemp | Christina Kempcke-Richter M.A. | Sarah Keppel | Carolyn Kipper M.A. | Jennifer Kirchhoff M.A. | Hans-Peter Kirchmann | Birte Klarzyk | Regina Kluck | Aaron Knappstein | Elina Knorpp | Paul Krause | Julia Kreische M.A. | Lisa Kröger M.A. | Sibylle Kroll M.A. | Ipek Sirena Krutsch | Dr. Katja Lambert | Susanne Lang M.A. | Volker Laue | Marcus Leifeld | Silke Lemmes | Eva Lobstädt M.A. | Rosi Loos | Tina van de Luijster | Azziza Malanda M.A. | Lorena Markowitsch | Oliver Meißner | Gisela Michel M.A. | Ulrike Michel | Nico Mokros | Christina Nägler | Therese Nelles | Dr. Iris Nestler | Dr. Gaby Oepen-Domschky | Dr. Marion Opitz | Dr. Beate Ostermann | Mira Parthasarathy | Judith Patzelt | Cordula Patzig | Dr. Hannah Peter-Raupp | Hanna Petri-Böhnke M.A. | Theda Pfingsthorn | Charlotte Pinon | Ludmilla Piters-Hofmann | Andrea Rauffauf-Schäfer M.A. | Fabian Reeker | Anja Reincke | Cordula Reiter M.A. | Heike Rentrop M.A. | Giulia Repetto M.A. | Ilka Richter | Dr. Daniela Rösing | Dr. Hannelore Rose | Sonya Roushdy | Julia Rückert M.A. | Gudrun Säuberlich-Spannagel M.A. | Tilman von Schaewen | Cristine Schell | Anna Schlieck | Jochen Schmauck-Langer | Dagmar Schmidt | Hauke Schmidt | Dr. Uta Schmidt-Clausen | Marion Schulz | Rainer Schulze | Eva Schwering M.A. | Monika Schwingeler | Anna Sellmann M.A. | Dr. Masako Shôno-Sládek | Vera Sleeking | Dr. Dirk Soechting | Mara Stahl | Marius Stelzmann | Dr. Elke Stoll-Berberich | Markus Thulin M.A. | Sara Tofmachschan | Hôkô Tokoro | Dr. Alexander Vladykin | Dipl.-Ing. Martin Vollberg | Sascha Vredenburg | Katharina Wagner M.A. | Nicola Walbrecht M.A. | Kristine Walther | Ursula Werner | Martin Wieland M.A. | Renate Willmes | Waltraud Windmüller | Laura Winkler M.A. | Dr. Susanne Wischermann | Dr. Antonia Wunderlich | Youwu Xu | Lili Yuan | Hartmut Zänder | Helga Zimmer

Impressum

Jahresbericht des Museumsdienstes Köln 2016

Herausgeber: Matthias Hamann

Redaktion: Ulrich Bock

Adresse: Museumsdienst Köln

Leonhard-Tietz-Str. 10

50676 Köln

museumsdienst@stadt-koeln.de

www.museenkoeln.de

Wir machen Programm
Museumsdienst Köln

 museumpädagogische Gesellschaft

Museen der

