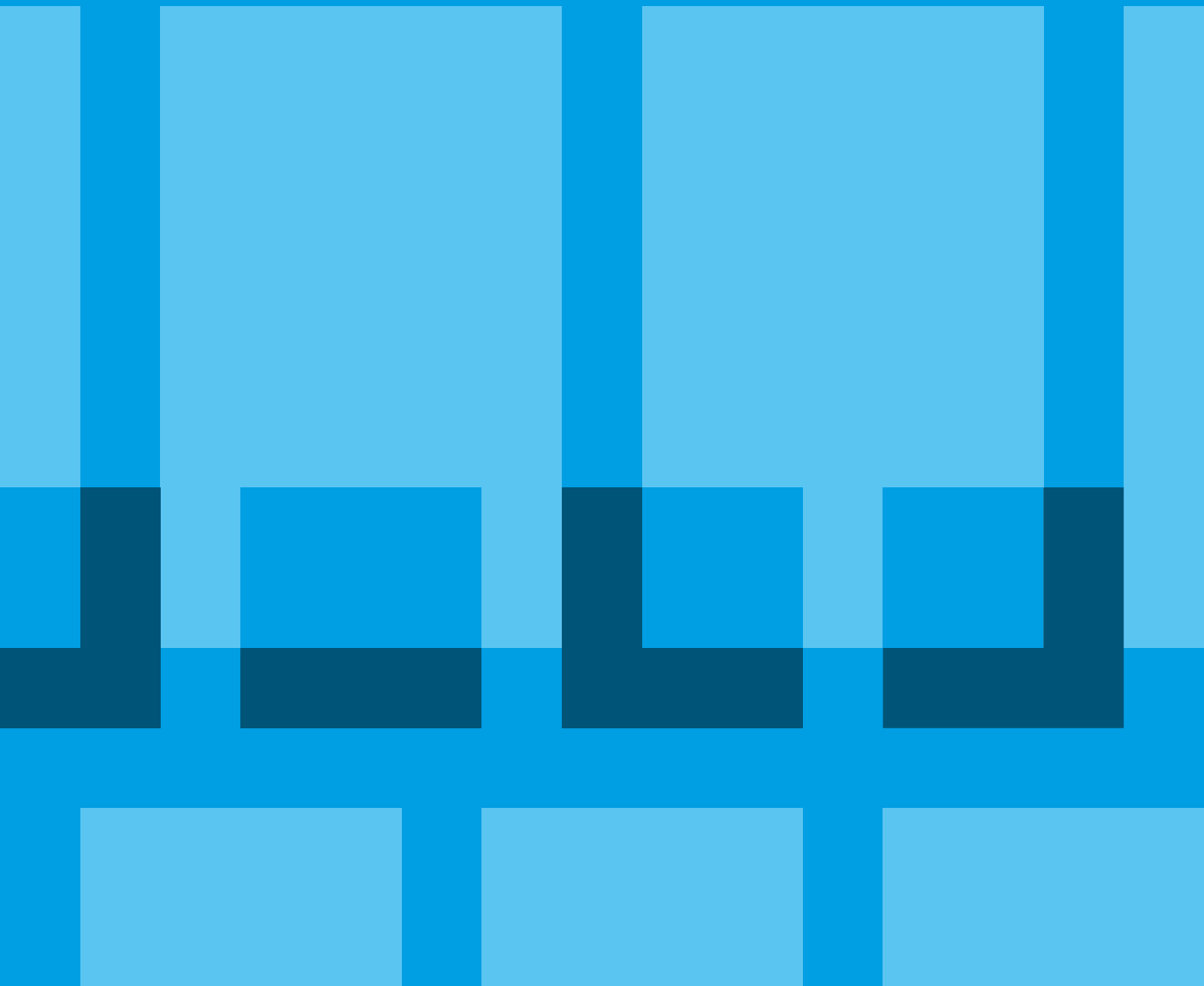


Jahresbericht 2015

Zahlen, Programme, Projekte



Der Jahresbericht besteht aus vier Teilen. Das Bildungskonzept im ersten Teil gibt einen generellen und statistischen Überblick zur Kölner Museumspädagogik. Der zweite Teil spiegelt die übergreifende Kommunikationsarbeit des Museumsdienstes für den Museumsstandort. Den dritten Teil bildet der Bericht des Fördervereins. Im abschließenden vierten Teil finden sich Anhänge mit Einzeldaten und Statistiken.

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

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 2015

Zahlen, Programme, Projekte

1. Jahresbericht – Überblick

Kennzahlen 2015

- 25 feste Mitarbeiter (-1)
- 141 freie Mitarbeiter (+6)
- 8 Lehrkräfte in der Museumsschule (unverändert)
- 2015: 8.289 Veranstaltungen (2014: 7.836; 2013: 7.623); +5,8%
- 153.332 betreute Gäste (2014: 146.326; 2013: 146.832); +4,8%
- 974.967 Museumsbesuche (2014: 977.054; 2013: 980.383); -0,2%
- 10 projektorientierte Schulpartnerschaften (2014: 10; 2013: 12; 2012: 10)
- € 70.000 Drittmittel durch Anzeigenakquise, Fundraising und Sponsoring (2014: € 110.000; 2013: € 126.000; 2012: € 65.000) sowie Sachmittel im Wert von € 230.000 (Stellung von zwei Fahrzeugen für das Projekt „museumsbus.koeln“; +272%)

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 dabei den größten Raum ein. Die Bildungsarbeit ist stark ausdifferenziert und umfasst alle Bereiche der verbalen und medialen Museumspädagogik mit ihrem gesamten Methodenrepertoire.

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 ist die digitale Öffentlichkeitsarbeit und die touristische Werbung.

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 Aktivitäten, die der Darstellung der Kölner Museen in ihrer Gesamtheit dienen und zu einem positiven Image des Museumsstandorts Köln beitragen.

Für den Verbund der städtischen Museen in Köln erstellen wir Pressematerialien, Publikationen und Periodika. Wir pflegen den zentralen Internetauftritt und die Veranstaltungsdatenbank für die Kölner Museen. Übergreifend organisieren wir Museumsevents. Bei Bedarf beraten wir die Pressestellen der Museen. Dabei handeln wir zielgruppenorientiert.

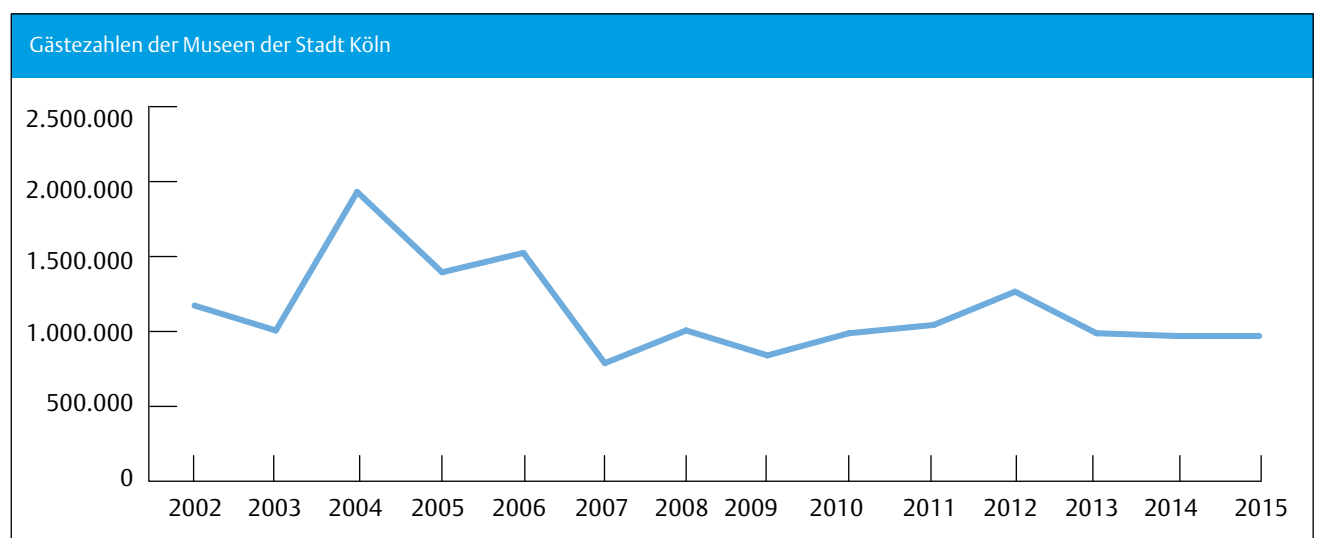
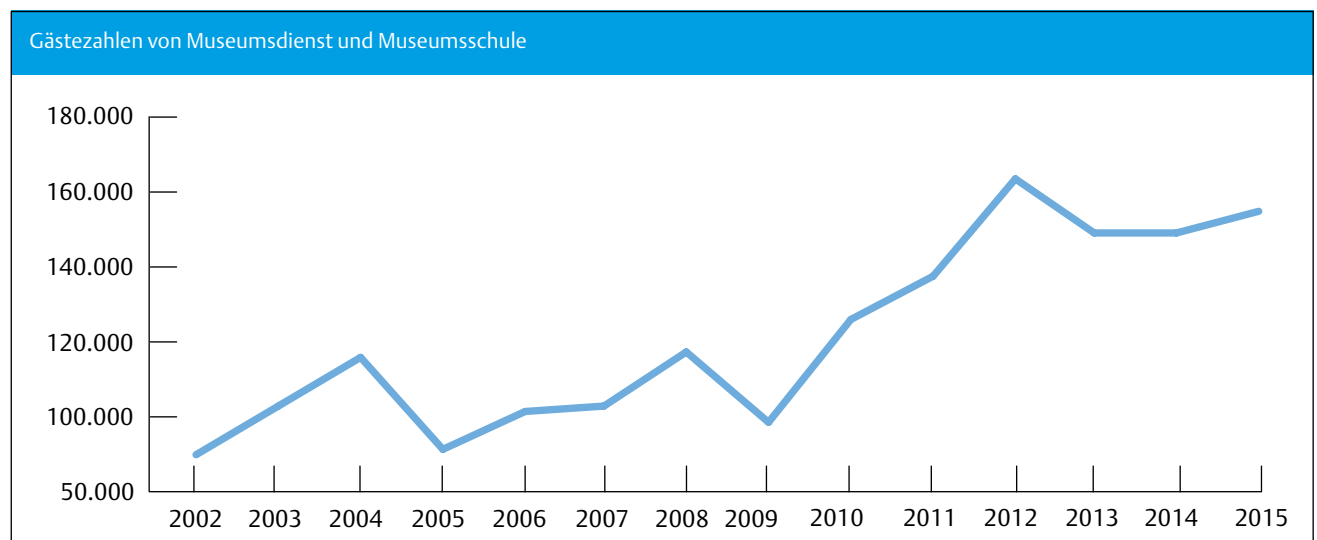
Öffentlichkeits- und medienrelevante Aspekte und Themen der Museen der Stadt Köln bringen wir in Netzwerken und Arbeitsgruppen ein und agieren dabei kommunal, regional, bundesweit und grenzüberschreitend. Im touristischen Bereich arbeiten wir mit Partnern vor Ort und in der Region. Wir vertreten die städtischen Museen auf Fach- und Publikumsmessen.

Wir sind Teil eines Netzwerkes im Dienste der Kultur. Mit Partnern aus verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen arbeiten wir konstruktiv zusammen und erstreben die 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 ganze Energie und 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.

Schwerpunkte 2015 – Bildung und Vermittlung

Der Erfolg des Museumsdienstes steigt seit Jahren an. 2015 waren 153.332 Besucher in den Veranstaltungen zu Gast – 4,8 % mehr als 2014. Dies ist ein neuer Rekord! Gemessen an der Gesamtbesucherzahl der Museen nutzten 15,7 % der Besucher 2015 ein Angebot des Museumsdienstes – 2002 waren es lediglich 7,3 % (2014: 15%). Die prozentual größten Wachstumsbereiche finden sich in MOK, NS DOK und KSM. Erfolg ist aber nicht nur in Besucherzahlen zu messen. Andere Indikatoren wie Erwähnungen in der Presse, Vernetzungsgrad oder die Zahl von Vorträgen und Publikationen oder auch die Höhe der Drittmittel sind ebenfalls Parameter der Erfolgsmessung. Auch sie weisen nach oben.



2015 feierte der Museumsdienst seinen 50. Geburtstag – ein Jubiläum, das mit Sonderveranstaltungen für die Besucher an allen KölnTagen begangen wurde, das aber auch zu einer Standortbestimmung Anlass gab: Welche neuen Methoden braucht die Vermittlung in Köln? Welche Angebote müssen verstärkt werden? Wie reagiert der Museumsdienst auf den demographischen Wandel? Wie lassen sich Ressourcen bündeln? Und wo neue Ressourcen erschließen? Die Überlegungen mündeten in einer veränderten Zieldefinition. Damit verbunden ist die Neuausrichtung von Drittmittelakquise, Fortbildungsprogrammen und Schwerpunktsetzungen im laufenden Programm.

Im Fokus standen bisher vier Zielgruppen. Der Museumsdienst setzte seit 2007 Schwerpunkte in Programmen und Projekten für Senioren, Jugendliche, Migranten sowie Kinder und Familien. Die erarbeiteten Angebote und Kommunikationswege sind inzwischen Programmstandards geworden und bleiben auch weiterhin bestehen. Bei der Zielbestimmung kommt es aber nun zu einer Neujustierung. Die Angebotsstruktur wird zukünftig noch stärker von den Themen Lebenslanges Lernen, Partizipation und Inklusion bestimmt werden. So lassen sich in der Museumspädagogik Antworten auf die Herausforderungen des demographischen Wandels finden.

Museumsübergreifend starteten 2015 die Projekte „museumsbus koeln“ und „KulturGut finden“ mit kostenfreien Besuchen von Kitas und OGS-Gruppen in den Museen der Stadt Köln. Sie sind über Drittmittel gefördert. Sprachförderung und Mehrsprachigkeit waren ebenso wie die (schulische) Inklusion und Leichte Sprache Gegenstand von häuserverbindenden Fortbildungen und Schulungen. Die Fortbildungsbereich war rückläufig, viele Veranstaltungen fanden jedoch vorbereitend schon 2014 statt. Für Kinder wurden die Angebote in den Bereichen Kita und OGS deutlich intensiviert. Auf der gegenüberliegenden Seite des Alterspektrums kam es zu einem Ausbau der Angebote für Menschen mit Demenz.

Hausbezogen lagen die Schwerpunkte auf einem Ausbau der Kreativangebote für junge Besucher (offene Angebote und ART Lab im ML) und für Erwachsene (Kurse in RGM und MOK), auf Begleitmedien für Familien (Sonderausstellungen in ML und WRM; archäologische Denkmäler im Stadtgebiet). Schwerpunkt der Arbeit in MAKK und NS DOK waren Schulpartnerschaften und -angebote. Im JuniorMuseum konnten zwei Projekte mit Schulklassen realisiert werden.

Unter den Ausstellungen wurde jene in ML, RGM und WRM am intensivsten bespielt. Die Dauerausstellung des KSM wurde für partizipative Angebote an die ältere Generation genutzt. Bei der artothek lag der Schwerpunkt in der Gewinnung von Kitas und Schulen.

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Das vielfältige Angebot der städtischen Museen wurde kontinuierlich und standortbezogen über Pressearbeit an die wichtigsten Redaktionen im regionalen und bundesweiten Umfeld vermittelt (Pressemitteilungen, Pressekonferenzen, Bilddatenbank). Hinzu kam die aktive Themensetzung über Pressereisen und gezielte Platzierungen.

Zentral gab der Museumsdienst Broschüren und Newsletter zu Ausstellungen und Veranstaltungen heraus, die sich an verschiedene Zielgruppen richteten (Reiseveranstalter, Journalisten, Erwachsene, Familien), betreute das Museumsportal museenkoeln.de, vertrat den Standort auf mehreren Kunst- und Tourismusmessen und organisierte übergreifende Events. Mit der Einbindung des Museumsdienstes in den Beirat von KölnTourismus wurde der Weg für eine intensivere Zusammenarbeit bereitet.

Inhaltlich bestimmten das Themenjahr „Heiliges Köln“ und eine angebahnte Kooperation zwischen Museen und Bühnen die Arbeit. So sollten zur Eröffnung von Oper und Schauspiel Packages für Besucher ausgearbeitet werden, Kooperationen im Ticketing erfolgen und gemeinsame Marketingauftritte stattfinden. Die Verschiebung der Bühneneröffnung hat diese Pläne zunächst obsolet werden lassen; die Basis der Kooperation ist jedoch gelegt.

Im Laufe des Jahres kam es zu einem Relaunch des Museumsportals, einer Ausweitung der Social Media Aktivitäten und einer Überarbeitung der Newsletter. Kooperationen mit Logistik- und Tourismuspartnern sorgten für eine Zunahme der Presseberichterstattung im BeNeLux-Raum und zu bundesweiter Berichterstattung über Köln in der Tages- und Wochenpresse. Die Präsenz auf Messen wurde verstärkt und die Kooperation mit der KölnMesse fortgesetzt (Standpräsenz und Führungen über die Kölner Kunstmessen).

Weitere kulturelle Bildung

Der Museumsdienst war in die Fortschreibung des städtischen Gesamtkonzepts Kulturelle Bildung in Köln eingebunden. Die Federführung hierzu liegt bei Amt für Schulentwicklung. Von stadtweiter Relevanz sind hier vor allem die Projekte Kulturrucksack NRW (Mitglied in Steuerungsgruppe und Jury) und museenkuss-koeln.de (Mitglied der Arbeitsgruppe und des Redaktionsteams) sowie die inhaltliche Beratung der RheinEnergie Stiftung Kultur.

2. Schwerpunkte 2015

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, Inklusion, Partizipation, Empowerment und lebenslanges Lernen am Erlebnisort Museum. All diese Prinzipien prägen das Motto der Einrichtung: Wir machen Programm.

Ein zukünftiges Ziel ist die Entwicklung von medialen Vermittlungsstrategien, die sich in der digitalen Welt bewegen.

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 Exkursionen in den Stadtraum.

Die Programmatik richtet sich nach Erkenntnissen der Besucherforschung zu Motiven des Publikums und berücksichtigt gesellschaftliche Themen und Trends.

Nachfrageorientierung

Museumspädagogik bildet eine Brücke zwischen Sammlungsinhalten und Erwartungen der Besucher. Sie muss für eine differenzierte Zielgruppenerschließung und -ansprache sorgen. 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.

Kompetenzorientierung

Die den Schulunterricht prägende Prämisse der Kompetenzorientierung gilt auch für die Museumspädagogik – in schulischen und außerschulischen Bildungsangeboten fordert und fördert der Museumsdienst 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.

Nachhaltige Kompetenzorientierung entsteht aus dem engen Dialog mit Schule, der intensiv gepflegt wird.

Empowerment

Der Museumsdienst legt 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 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.

Seit 10 Jahren arbeitet der Museumsdienst intensiv für und mit Menschen aus museumsfernen Milieus.

Partizipation

In einer modernen Museumspädagogik ist der Besucher nicht mehr schweigender Rezipient eines von Experten entwickelten Bildungsangebots, sondern wird auch als Akteur wahrgenommen. Daher ermöglicht der Museumsdienst einem breiten Teil der Bevölkerung die aktive Teilhabe am kulturellen Leben. 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 werden.

Der gesamte Projektbereich ist partizipativ. Insbesondere die Präsentationen im JRM erfolgen unter Einbeziehung des Publikums.

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.

2015 wurden neue Führungsreihen für Menschen mit Sehbehinderungen und mit Demenz sowie in Leichter Sprache auf den Weg gebracht.

Neue Angebote mit Zeitzeugen und intergenerationelle Ansätze intensivieren die Bildungsangebote.

Durch enge Verbindungen zu LVMP, BVMP und BpB sowie zu Hochschulen konnte die überregionale Vernetzung intensiviert werden.

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. Daher 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, insgesamt aber ist das Ziel ein breites Audience Development.

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 gefragt sind und vom Museumsdienst wahrgenommen werden. Wichtig hierbei ist die Zusammenarbeit mit weiteren Anbietern der kulturellen Bildung und mit Fachverbänden aus Landes- und Bundesebene.

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 ein Ort in unmittelbarer Nachbarschaft und müssen gezielt aufgesucht werden. Daher kommt der Idee, das Museum als Ort in die Lebenswirklichkeit des Besuchers zu implementieren, große Bedeutung zu.

Der Museumsdienst ist sich bewusst, dass sich in der Vermittlung der gesamte Erwartungshorizont der Besucher eines Museums spiegeln muss: 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.

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.

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-Dokumentationszentrum 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.

Neue Themen:
Steinzeit (RGM)
Freskotechnik (RGM)

Neue Themen:
Geschichtslabor (NS DOK)
Sinti und Roma (NS DOK)

Beispielthemen:
Schrill, populär und subversiv:
Pop Art (ML)
Kostbare Scherben! Keramische
Techniken im Vergleich (MAKK)
Schnütgens Schatzkammer (MS)

Beispielthemen:

Kunst für die Ewigkeit (MS)
 Die Kulturgeschichte des Trinkens
 (MAKK)
 Russische Avantgarde (ML)

Beispiele:

Polke Labor (ML)
 Art Lab (ML)
 Musikalische Führungen (WRM)

2015 im Fokus:

Sek I + II
 Elementarbereich

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

Beispiele:

Kalligraphie
 TCM
 Chinesische Teezeremonie

Beispiele:

Der Rohstoff Kokos
 Bollywoodtanz
 Indien in Köln

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 hinzu trat. 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 spricht das Vermittlungskonzept zunächst Kinder an und fördert ihre Kreativität. Zudem erfolgt eine stärkere Einbindung der artothek in Events und Vorhaben zum Museumsstandort und eine Begleitung der medialen Präsenz.

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.

Zusammen mit dem ML erarbeitete der MD das „Art Lab“ in der Dauer- ausstellung und konzipierte dort offene Werkstattangebote wie das „Polke Labor“.

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.

95% der Arbeit betreffen permanente Programmangebote, 5% liegen im Projektbereich, der wegen seiner Innovationskraft jedoch gleichwertig gesehen wird.

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 Entdecken, Erleben, Wohlfühlen, Auftanken und Lernen erfolgen. Zugleich wird die Vermittlungspraxis durch den direkten Austausch mit Besuchern ständig evaluiert und nachhaltig weiterentwickelt.

Die nebenstehende Interessentypologie wurde von John H. Falk entwickelt.

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.

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.

Zu achten ist auf symmetrische Kommunikation und dialogische Angebote.

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

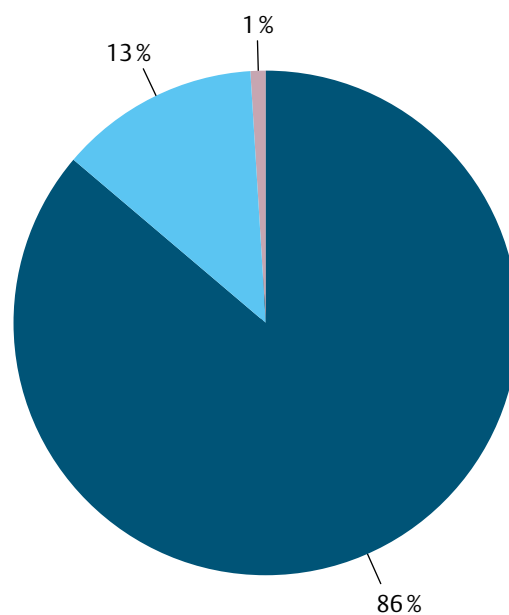
Offene Ateliers sind Angebote in den Museumsräumen, in denen das Publikum selbst kreativ arbeiten kann, ohne an einem festen Kurs teilzunehmen.

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 und 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.

Anteil verschiedener Angebotstypen 2015



■ Angebote der verbalen Vermittlung ■ Handlungsorientierte Formate ■ Fortbildungen

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 web-basierte 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.

Schwerpunkte:
 Ubierrmonument
 Römerstraßen
 Schulmaterialien in
 Leichter Sprache

Schwerpunkte 2015:
 Ausstellungsbegleiter (ML)
 Beschriftungen (WRM)

Erwerbungen 2015:
 Hochzeitskimono
 Objekte zu TCM
 Römische Kleidung (rekonstr.)
 Wayangpuppen

Neue Großprojekte:
museumsbus.koeln
KulturGut finden (für Kita und OGS)

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.

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-Dokumentationszentrums ist ein Vorschulprogramm in allen Museen buchbar. Die Finanzierung der ein- oder zweistündigen Veranstaltungen erfolgt durch Teilnahmepauschalen. Für Kindergarten- und Gruppen 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.

Vermittlung für Schulklassen

Jährlich besuchen über 70.000 Schüler die pädagogischen Vermittlungsprogramme in den städtischen Museen. Sie sind 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 Erfolgschancen, 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; ihnen ist ein eigenes, inhaltliches und methodisches Profil zu eigen. 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 Sicht der Schule, der Museumsdienst hingegen aus der Warte der Museen. Neben dem Unterricht im Museum ist die Museumsschule eingebunden bei Lehrerfortbildungen und Publikationen, organisiert schulische Projektwochen und unterstützt den Museumsdienst bei Familienprogrammen.

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

Die Fortbildungsschiene wurde neu gefasst. 2015 fanden mehr als zehn Fortbildungen für Kita-Kräfte und -Leiter statt.

Führungen des MD:
2015: 6.709
2014: 6.383
2013: 6.152

Workshops des MD:
2015: 623
2014: 520
2013: 561

Anlage 11

Unterricht der Museumsschule:

2015: 10.414 TN

2014: 10.905 TN

2013: 10.671 TN

Fortbildungen der Museumsschule:

2015: 16

2014: 28

2013: 25

Anlage 11

Auswärtige Schulen buchten im Rahmen von Ausflügen 2015 vermehrt auch Spezialthemen.

Anteil der Sonderausstellungen an schulischen Veranstaltungen:

2015: 2%

2014: 3%

2013: 3%

2015 hat der Newsletter Bildung 3.900 Abonnenten.

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 sind 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, 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 Schulklassen 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.

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

Regelmäßige Fortbildungen in den Museen bieten Lehrkräften die Möglichkeit, neue Präsentationen und Fragestellungen kennenzulernen, Kompetenzen für eine schülerorientierte Vermittlung am außerschulischen Lernort zu erwerben und Bekanntes zu vertiefen. 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.

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.

2015 kamen 86 Schulklassen mit dem Museumsbus nach Köln, darunter 17% Förderschulen und 26% Prozent Haupt- und Sekundarschulen. Die Besuche erfolgten in allen städtischen Museen und im KKM.

Die Museumsschule arbeitet in: KSM, ML, MS, NS DOK, RGM, RJM und WRM. Die Betreuung des MAKK ist ein Desiderat.

Fortbildungen gesamt:

2015: 81

2014: 116

2013: 75

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

Für KTM fanden in den historischen Museen Fortbildungsreihen statt.

Ein Programm für ehrenamtliche Helfer startete im Dezember.

Partnerprojekte:

2015: 16

2014: 13

2013: 14

Es wurde eine Masterarbeit vom Museumsdienst zum Vermittlungskonzept der Ausstellung „Polke. Alibis“ betreut (CIAM).

Bis 2017 finanziert die Sal. Oppenheim Stiftung OGS-Besuche in den Museen. Das Projekt für Einrichtungen aus dem belasteten Sozialraum führte 440 Kinder in die Museen (in 22 Gruppen).

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 14 Partnerschulen des Museumsdienstes decken das Spektrum der Schulformen und -typen ab. Die langjährigen Partnerschaften orientieren sich an Vorgaben des Landes. Aus ihnen entstehen Projekte für Lehrkräfte und Klassenverbände, mitunter auch für einzelne 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 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.

Vermittlung für Offene Ganztageseinrichtungen

Für Einrichtungen, die Kinder bis zur 6. Klasse an den Nachmittagen im Offenen Ganztag 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 einzelne 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. Sie finden sonntags alternierend in allen städtischen Museen statt.

„LeseWelten“ heißt eine Veranstaltungsreihe in den Museen, die Vorlesen und konkrete Erläuterungen zu Objekten miteinander verbindet. 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 Spaß an Büchern und der Zugangsvermittlung 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 Ganztagesangebote setzen.

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

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

MuseumKinderZeit:

2015: 40

2014: 44

2013: 32

Junge Entdecker:

2015: 49

2014: 51

2013: 47

LeseWelten ist eine Vorlese-Initiative der Kölner Freiwilligenagentur.

Pro Jahr finden über 40 Ferienkurse statt.

Kindergeburtstage 2015: 181 (+44,8%)

Familientage:

MS: 200 Gäste

WRM: 200 Gäste.

Öffentliche Führungen des Museumsdienstes:
 2015: 764 (12.173 TN)
 2014: 736 (12.736 TN)
 2013: 610 (9750 TN)

Museumsfest:
 2015: 21.576 Gäste
 2014: 14.674 Gäste
 2013: 32.146 Gäste

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

Veranstaltungen im Akademieprogramm:
 2015: 66
 2014: 76
 2013: über 50

Im zweiten Jahr läuft das Format „Zeitzeugen erinnern sich“ im Kölner StadtMuseum und sorgt in acht Veranstaltungen für rege Teilnahme.

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 Museumsthemen 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.

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.

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 Besuchbarrieren. Menschen in stationärer Pflege besuchen mit ihren Betreuern Angebote in fünf Museen, werden durch Gesang oder Malerei aktiv und erleben eine schöne Zeit. Andere spezielle Formate entwickelt der Museumsdienst für Menschen mit körperlichen oder kognitiven Beeinträchtigungen.

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, Schmuckgestaltung, Möbelbau, Malerei, japanische Pinselschrift oder Gamelanmusik aus Indonesien. In der Regel führen Künstler die ein- oder mehrteiligen Kurse durch.

Eigens zu erwähnen sind Schreibwerkstätten für Erwachsene. Das Konzept „Kreatives Schreiben im Museum“ wurde entwickelt, um Interessierten einen neuen Zugang zur Kunst zu bieten und diesen über das Kreative Schreiben zu eröffnen. Das Angebot ist intergenerativ angelegt und konzentriert sich zunächst auf die historischen Museen.

Demenzführungen fanden in vier Museen statt. Unterstützer waren der Rotary Club Köln Dom und die Altenhilfe der Kölnischen Rundschau.
2015: 40
2014: 39
2013: 23

Kreativkurse finden in sechs Museen statt.
2015: 50
2014: 33
2013: 41

Ergebnisse der Qualitätssicherung 2015

1. Qualitätsstandards

Die Qualitätssicherung des Museumsdienstes fußt auf Standards. Zu nennen sind die vom Deutschen Museumsbund und vom Bundesverband Museumspädagogik e.V. entwickelten „Qualitätskriterien für Museen: Bildungs- und Vermittlungsarbeit“ und die vom EU-Projekt „Lifelong 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 Facheinrichtungen konzipiert. Hochschulkooperationen sorgen für wissenschaftliche Begleitung einzelner Themen.

Zum Kontext: museumsbund.de

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.

Für Transparenz sorgen Jahresberichte, Projektdokumentationen und ein Blog.

Anlagen 2 und 3

Besuche in den städtischen Museen:

2015: 974967; -0,21%
2014: 977.054; 0,34%
2013: 980.383; 2,04%

Davon Gäste des Museumsdienstes:

2015: 153.332; 15,73%
2014: 146.326; 14,98%
2013: 145.621; 14,85%

Führungen / Unterrichtsgespräche:

2015: 7.145
2014: 6.896
2013: 6.613

Fortbildungen:

2015: 65
2014: 111
2013: 85

Kreativangebote:

2015: 1.063
2014: 828
2013: 910

3. Erfolgsmessung

Erfolg lässt sich messen. Dabei sind Besucher- und Auslastungszahlen ein wichtiger Gradmesser, aber bei weitem nicht der einzige. 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.

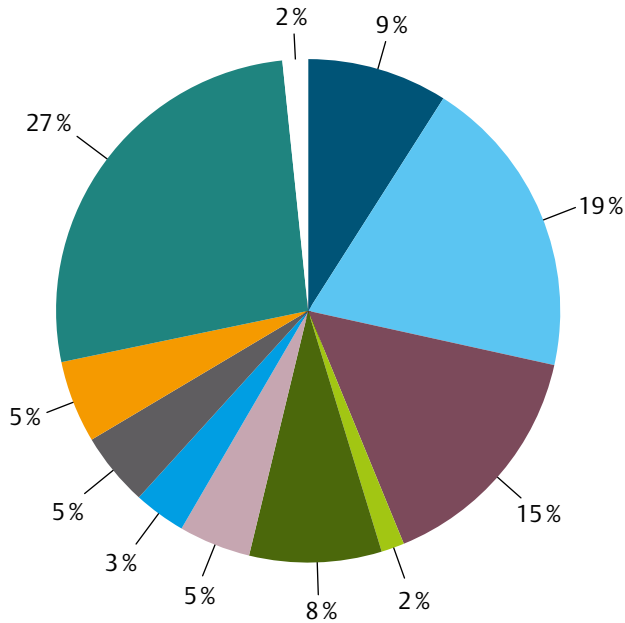
Besuchs- und Veranstaltungszahlen

Bezogen auf die Gesamtbesuchszahl der Museen der Stadt Köln hat die Vermittlung eine deutlich höhere Quote als zu Beginn des Jahrzehnts und verdoppelte sich in den letzten zwölf Jahren von 7,3 % (2002) auf knapp 15 % in den letzten Jahren. Der langfristige Anstieg ist der höheren Nachfrageorientierung und der besseren Außenkommunikation zu verdanken. Inhalte und Kommunikationswege treffen offenbar das Interesse des Publikums.

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 wuchs der Bereich um 3,6 %. Fortbildungen für Multiplikatoren gingen um 42 % zurück. Kursangebote wie Werkstätten, Ferien- und Wochenendkurse und Kindergeburtstage legten um 28,3 % zu. Am erfolgreichsten in diesem Bereich war die Arbeit im ML, gefolgt von RGM und RJM, an vierter Stelle rangiert das WRM.

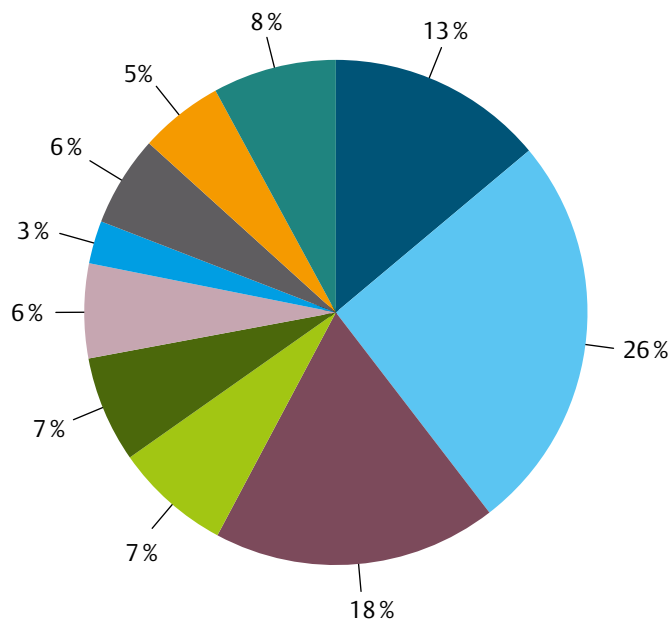
Besonders zu erwähnen sind die Veranstaltungen, die der Museumsdienst zu seinem 50. Geburtstag organisierte. 40 ungewöhnliche Führungen und Kurse, unterhaltsame Vorträge und Lesungen fanden – verteilt auf alle Museen – an den KölnTagen von Mai bis Dezember statt und zogen bis zu 60 Gäste pro Veranstaltung an.

Gesamtverteilung der Veranstaltungen 2015



■ WRM ■ ML ■ RGM ■ AZ ■ RJM ■ MAKK ■ MOK ■ MSchn ■ KSM ■ NS DOK □ SON

Besucherzahlen der Museen 2015



■ WRM ■ ML ■ RGM ■ AZ ■ RJM ■ MAKK ■ MOK ■ MSchn ■ KSM ■ NS DOK

Die Fortbildungen für Muttersprachelehrkräfte erfolgen zusammen mit dem ZMI. Sie fanden 2015 in MAKK, ML und WRM statt, ebenso wie Workshops zu Leichter Sprache.

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

Kulturucksack NRW:
„Mein Blau kann summen“ (WRM)
„1451 – Die Pest in Köln“ (KSM)

Die „kunst:dialoge“ wurden 2015 an den MD angebunden.

Projektarbeit

Projekte im Bereich Fortbildung

Um die Qualität der Vermittlungsarbeit zu sichern und auszuweiten, organisierte der Museumsdienst Fortbildungsveranstaltungen für Multiplikatoren. Schwerpunkte 2015 waren Fortbildungsreihen für Gästeführer, Muttersprachenlehrkräfte, für Dozentinnen des Muslimischen Bildungswerkes, für Zentren der schulpraktischen Lehrerausbildung und für Lehrkräfte aus Förderschulen zum Thema Leichte Sprache.

Projekte für Kinder, Familien und Einrichtungen des Offenen Ganztags

Für viele Zielgruppen, insbesondere für Familien aus kulturfernen Milieus oder mit interkulturellem Hintergrund, sind Museen fremde Orte. Seit 2009 gehört es zu den Leitzielen des Museumsdienstes, diese Besucher an die Museen heranzuführen. Da ein Museumsbesuch nicht selbstverständlicher Bestandteil der Freizeitgestaltung ist, gelingt das vor allem mit gemeinsamen Freizeitangeboten für Kinder und Eltern. Spielerisch geht es dabei aber immer um Spracherwerb, deshalb kommen oft niederschwellige Methoden aus dem Sprachunterricht zum Einsatz.

Im sozialen Brennpunkt angesiedelt waren zwei Projekte mit dem Internationalen Verein für Frieden und Gerechtigkeit „Pro Humanitate“. Beide wurden über das Förderprogramm Kulturucksack NRW finanziert. Kinder mit unterschiedlicher Herkunftskultur – türkisch, mazedonisch, albanisch, romanes, russisch und italienisch – und aus Ländern wie Kosovo, Mazedonien, Serbien und dem Irak setzten sich mit Themen der Kunst und Geschichte auseinander. Kinder aus OGS-Einrichtungen des Malteser Hilfsdienstes kamen dank des Fördervereins „satt & schlau“ mehrfach in die Museen.

Drei große Familienevents wurden von stärker kulturaffinen Milieus wahrgenommen. Bereits in den Vorjahren hatte sich die Mitwirkung bei Familientag der Philharmonie bewährt gemacht. Ebenfalls gut angenommen wurden Familiennachmittage in den Weihnachtsferien zu zwei Ausstellungen.

Projekte und Trainees für Jugendliche und junge 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 zu tun hat, 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 die Besucher für Fragen aller Art zur Kunst bereit. Die jungen Kunstvermittler betreuten 2015 auch das „Polke Labor“, eine offenen Werkstatt in der großen Retrospektive des Künstlers.

Projekte und Trainees mit Schulklassen

Überlegungen zum partizipativen Museum bestimmen seit einigen Jahren den internationalen museologischen Diskurs. Der Museumsdienst setzt das oft mit Schulklassen um. Kinder und Jugendliche werden durch museumspädagogische Methoden in die Lage versetzt, eine aktive Rolle im Museumsgeschehen zu spielen und andere Besucher anzusprechen.

Ein Paradebeispiel ist der erfolgreich laufende Colonia-Code im Römisch-Germanischen Museum, bei dem Neuntklässler eines Gymnasiums die Schulanfänger in die Welt der Römer einführen. Er fand zum wiederholten Mal statt. Auch der medial stark rezipierte Jugend- und Schülergedenktag, der im NS DOK jährlich an die Befreiung des KZ Auschwitz erinnert, folgt partizipativen Prinzipien. Eng in den Schulalltag eingebunden werden konnten Projektwochen, die sich mit der Heiligen Ursula (Museum Schnütgen) und mit dem Thema „Upcycling“ (MOK) beschäftigten. Schulklassen konzipierten auch die beiden Ausstellungen im JuniorMuseum (RJM): „Vorurteile sind Einfalt“ und „Meine Familie – meine Geschichte“.

Die Zahl partizipativer Schulprojekte konnte 2015 auf acht erhöht werden.

Der Colonia Code läuft seit 2011 auf vertraglicher Basis zwischen MD, RGM und dem Friedrich-Wilhelm-Gymnasium.

Drittmittel

Der Museumsdienst verfügt über keine Eigenmittel für Vermittlungsprogramme. Drittmittel sind daher sehr wichtig. Wesentlichen Anteil an der Akquise hat der Förderverein des Museumsdienstes, die Museumspädagogische Gesellschaft e.V., die mit ca. € 7.500,00 einen Sockelbetrag für Zustiftungen leistet. 2015 konnten etwa € 70.000 eingeworben werden. Hinzu kommt die Unterstützung, die das Projekt museumsbus koeln durch die Stellung von zwei Bussen mit entsprechender Fahrleistung erfährt.

Finanzmittel:
2015: € 70.000
2014: € 110.000
2013: € 120.000

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

Medien-, Werbe- und Onlinepräsenz

2015 kam es wieder zu einer ausgiebigen Berichterstattung über den Museumsdienst. Sie resultiert aus einer engen Zusammenarbeit mit Schlüsselmedien und Internetagenturen. Offensiv wurden einzelne Projekte und Events nach außen getragen. So fand die Arbeit des Museumsdienstes in etwa 40 Beiträgen (Print, Audio und Internet) ihren Niederschlag. Im letzten Jahr wurden zudem die Online-Aktivitäten intensiviert. Auf dem „Notizblog“ des Museumsdienstes posteten die Mitarbeiter über 60 Beiträge. Facebook und Twitter wurden deutlich stärker gespeist und rezipiert. Ein Relaunch der Printmedien und ein besserer Vertrieb sorgten für besseren Abgriff der Broschüren.

Medienpartner:
Kölnische Rundschau
Känguru

Onlinekommunikation:
museenkoeln.de
museen.koeln
#museumsdienst
3 Newsletter.

Sichtbarkeit

Der steigende Vernetzungsgrad wird an der Anzahl der Kooperationspartner und an Einladungen zu Tagungen und Workshops ablesbar. Die Anzahl der Kooperationspartner beläuft sich 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 2015 eine Vortragsreise durch südostasiatische Hauptstädte auf Einladung des Goethe Instituts mit dem Ziel, die dortige Museumspädagogik zu fördern.

Kooperationspartner:
2015: 55
2014: 62
2013: 64

Tagungspräsenzen:
2015: 44
2014: 29
2013: 32

Anlagen 7 und 8**Praktika:**

2015: 13

2014: 11

2013: 14

Vorträge / Lehre:

2015: 24

2014: 8

2013: 11

Tagungsteilnahme:

2015: 30

2014: 24

2013: 20

Fortbildungen:

2015: 40

2014: 43

2013: 40

2015 gab es zwei Ausbildungsstaffeln für Gästeführer bei KTM.

Anlage 11**Publikationen:**

2015: 14

2014: 12

2013: 11

Audio / Multimedia:

2015: 6

2014: 1

2013: 3

Hands On-Projekte:

2015: 6

2014: 4

2013: 6

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 Personalrekrutierung und wird von Tutoren begleitet. Zur Nachwuchsförderung zählt auch die Lehr- und Vortragstätigkeit an Hochschulen in Bochum, Düsseldorf, Freiburg, Heidelberg und Köln.

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 vermehren. 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.

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 stadthistorischen 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 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). Die meisten Publikationen beziehen sich auf die Sonderausstellungen, woraus sich die jährlichen Schwankungen erklären.

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- bis 14-jährigen 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 seitdem auch Anteile des Kinder- und Jugendprogramms vom Museumsdienst, im Schwerpunkt für die Zielgruppe der 5- bis 12-jährigen, dort für die Kölner Bürger abrufbar sind.

Ausstellungstexte:

2015: 3

2014: 3

2013: 7

Filme:

2015: 1

2014: 2

2013: 3

Kulturrucksack NRW:

2015: 52 Projekte

2014: 52 Projekte

2013: 56 Projekte

Plattform für Kulturelle

Bildung in Köln:

musenkuss-koeln.de

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 Themen bezogene Kooperationen mit Transportunternehmen wie DB Niederlande oder Thalys International und organisiert bei Bedarf gemeinsam mit den 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.

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

Seit 2014 leitet der MD den AK Öffentlichkeitsarbeit im Kulturdezernat.

Stadtintern hat die Presseabteilung kommissarisch die Vernetzung zwischen den Kommunikationsabteilungen in den Kulturinstituten übernommen und beruft regelmäßige Treffen der Presseverantwortlichen ein. 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.

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.

Im Rahmen seiner Kooperationen mit Reiseveranstaltern organisiert KölnTourismus Fam-Trips und Pressereisen, die auch in die Museen führen. Zu erwähnen ist besonders die Veranstaltung „Gold meets Cologne“ für FTI Travel, bei der der Museumsdienst 2015 Kooperationspartner war. 150 Topeinkäufer aus Deutschland, Österreich und der Schweiz wurden mit dem Kultur- und Museumsstandort Köln vertraut gemacht.

Bei „Gold meets Cologne“ bekamen 150 Einkäufer aus Reisebüros exklusive Museumsführungen zum Thema „Gold“.

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, Nichtkölner 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.

Besonders geeignet für eine wirkungsvolle Zusammenarbeit sind die zweijährigen Schwerpunktthemen, die KölnTourismus setzt. 2014/2015 sorgte „Heiliges Köln“ für eine intensive Einbindung auch der Museumsangebote in Kommunikation und Marketing.

Tourismus NRW e.V. Zum vierten 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. Die Maßnahmen im einzelnen:

NRW-Reisemagazin „Herbstzeit zu zweit“ mit Hinweis auf die Ausstellung „LOOK“ Mode-Designer von A–Z“ (Auflage 180.000) als Beileger in fünf Wochenausgaben von Tages- und Wochenzeitungen. Ergänzend wurden 1.000 Exemplare als Premium-Druckauflage an Endkunden versandt.

Die Angebote zur Ausstellung „Medicus – der Arzt im römischen Köln“ (RGM) und der „Lange Donnerstag“ (ML) wurden in die Angebotsbroschüre von Tourismus NRW aufgenommen und diese als Beilage in Reisemagazinen, als Download und bei Publikumsveranstaltungen distribuiert.

KSM, RJM und WRM wurden ganzseitig in der Broschüre „Überraschendes NRW – Kulturentdeckungen im Doppelpack“ vorgestellt, die Tourismus NRW zusammen mit dem ADAC NRW herausgab. Die Broschüre mit einer Auflage von 8.000 Exemplaren wird in den ADAC-Geschäftsstellen verteilt, an Mitglieder versandt und per Download angeboten.

„Schalcken – Gemalte Verführung“ (WRM) wurde im Rahmen der Kooperation in der Beilage „Destination Germany“ abgebildet und kulturtouristisch beworben. „Destination Germany“ lag der britischen Ausgabe der Zeitschrift „Lonely Planet Traveller“ bei (Auflage: 45.000, Leser ca. 110.000). Die Ausgabe für den britischen Markt ist online abrufbar. Die Ausgabe für den polnischen Markt wurde dort über das führende Reisemagazin Podróże (Auflage 50.000, Leser ca. 110.000) und über die Reisemesse GLOBalnie in Kattowitz vertrieben.

Im Rahmen der Kooperation wurde erstmalig ein exklusiver Sondernewsletter „Museen Köln Spezial“ für Journalisten aus Belgien, Niederlande und Luxemburg erstellt, um die Museen der Stadt Köln in den Benelux-Ländern bekannter zu machen. Der Newsletter wurde ins Französische und Niederländische übersetzt und an einen speziellen Kulturverteiler in Belgien, den Niederlanden und Luxemburg verschickt. Es kam zu mehreren Print- und Onlineveröffentlichungen.

Bezüge:

„Die Kathedrale“ (WRM)

„Die Heiligen Drei Könige“ (MS)

Seitenaufrufe zu den Kölner Angeboten: 4.583

Verbreitung:

Welt am Sonntag

Die Zeit

FAS

Nordhannoversche Zeitung

Stuttgarter Zeitung

Beilage in Reisemagazinen:

Sehnsucht Deutschland

Daheim in Deutschland

Download unter:

nrw-tourismus.de
adac.de

Download unter:

destination-germany.co.uk
podroze.pl

Vertreten waren die Ausstellungen im MAKK, RGM, MOK und RGM

Financiele Daglad

Historiek.net

kunst.blog.nl

weekend.knack.be

Schwerpunkte 2015:

Bühneneröffnung

Ausstellungen 2015 und 2016

KSM, MAKK, ML, MOK, NS DOK, RGM
und RJM**Ergebnisse:**

Hotelarrangements der Lindner

Hotels

Packages mit Eurotours International

2015 waren die Museen zum dritten
Mal auf dem RDA vertreten.Hohe Nachfrage fanden die als RDA
Special konzipierten Rabatte auf Füh-
rungsangebote in den Museen.Bei den Messen wurden 120 Füh-
rungen organisiert und über 3.000 Kul-
turbeutel mit Flyern zu den Museen
ausgegeben.Der Museumsdienst vertritt die Mu-
seen auf dem Tag der Begegnung im
Rheinpark seit 2013.**Messebeteiligungen und Standpräsentationen**

ITB 2015. Die Museen der Stadt Köln präsentieren sich jedes Jahr am Gemein-
schaftsstand der Städte Düsseldorf-Köln-Bonn, 2015 erstmals gemeinsam
mit den Bühnen Köln als „Kultur in Köln“. Der Auftritt erfolgte in enger Ab-
stimmung mit KölnTourismus und sollte die Wiedereröffnung der Bühnen als
Besuchsanlass mit den Museen verbinden. Materialien zu den Ausstellungs-
highlights und ein Sales Guide für Reiseveranstalter zum Museumsstandort
(deutsch/englisch) bewarben den Museumsstandort. Die Vorabkommunika-
tion und gezielte Mailings an Reiseveranstalter sorgten für zahlreiche Termine
auf der Messe (Gespräche mit Fachbesuchern aus den Bereichen Incoming,
Reisejournalisten, Agenturen für Onlinekommunikation). Der Messeauftritt
wurde durch gezielte Medienarbeit begleitet (Fachpresse Touristik, Magazine,
Informationsdienste, Onlineforen, freie Journalisten, Verbände). Aus der ITB-
Präsenz resultierten mehrere Hotelarrangements.

RDA Workshop. Die Museen waren durch den Museumsdienst beim RDA
Workshop präsent, der größten internationalen Fachmesse für Bustouri-
stik und neben der ITB die zweite Leitmesse für den touristischen Markt in
Deutschland. Als Anschließter bei KTM mit eigenem Auftritt bewarb der Mu-
seumsdienst am Gemeinschaftsstand der Städte Köln, Bonn und Düsseldorf
die größeren Ausstellungen und Kultur-Events in Köln in den Jahren 2015 und
2016. Im Vorfeld erhielten ca. 2.000 Busreiseveranstalter Informationen zu
den Ausstellungshöhepunkten in 2015/16 und wurden an den Messestand
eingeladen. KTM unterstützte die Kampagne mit einem eigenen Mailing. Vor
Ort bekamen Fachbesucher und Messegäste Beratung für ihren Kölnaufent-
halt.

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 (ARTtours)
mit Kunstvermittlern über die Messen an. Erstmals gab es zur ART Cologne
auch ein Kinderprogramm mit Workshops.

Tag der Begegnung. Der Landschaftsverband Rheinland (LVR) organisiert je-
weils im Juni den Tag der Begegnung. Jährlich besuchen zehntausende Gäste
die Veranstaltung, und über 200 Aussteller bieten ein buntes und vielfältiges
Programm. Gemeinsam zeigen alle Gäste und Akteure, wie eine inklusive
Gesellschaft gelebt wird und feiern gemeinsam für ein besseres gesellschaft-
liches Miteinander. Der „Tag der Begegnung“ war 2015 zum dritten Mal im
Kölner Rheinpark geplant. Der Museumsdienst war für die Museen mit einem
Stand vertreten und organisierte Workshops, um inklusive Angebote vorzu-
stellen.

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.

Die erste FeriencampMesse in Köln zog über 1.000 Gäste an.

UniMesse der Kultureinrichtungen. Jeweils zu Beginn des Semesters organisieren die städtischen Kultureinrichtungen und einzelne Partner aus der Freien Szene eine Standpräsentation für die Hochschulen. Die Koordination liegt seit 2015 beim Museumsdienst. Bei einem gemeinsamen Auftritt in der Hauptmensa der Universität zu Köln können sich Studierende über das Kölner Kulturangebot informieren und sich an Preisausschreiben beteiligen.

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 Inserate zu schalten und vor allem, von November an permanent in der Rubrik „Museen & Galerien“ der „Zeit“ präsent zu sein.

Anzeigen:
Europa Report 2015
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.

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.

KölnCards:
2015: 5.437
2014: 4.829
2013: 5.686

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.

Museumscards:
2015: 3.711
2014: 2.555
2013: 4.597

Jahreskarten:
 2015: 3.814
 2014: 2.492
 2013: 3.265

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. Daher unternahmen Museumsdienst und Museumsreferat 2015 den Anlauf, die Kassensysteme zu erweitern und Onlineticketing zu implementieren. Dazu gehören Vertriebswege im Web und Zeittickets. Der Prozess dauert noch an.

Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit

Öffentlichkeitsarbeit meint hier 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 mit der Top-Level-Domain .koeln verbunden werden: museen.koeln. Der Begriff wird für übergreifende Publikationen, Anzeigen und das Kölner Museumsportal verwendet und umfasst städtische und nichtstädtische Einrichtungen gleichermaßen.

Web 1.0 und Web 2.0

Museumsportal museenkoeln.de Ein Relaunch in den Sommermonaten 2015 verfolgte das Ziel, ein Museumsportal für Köln zu schaffen, das städtische und nichtstädtische Museen gleichermaßen umfasst und zugleich nutzerorientierter ist. Daher sollte das Potenzial von Museen als soziale Räume gezeigt werden, denn sie bieten mit ihren vielen Veranstaltungen mehr als Sammlungen und Ausstellungen. Folglich stehen nun Angebote und interaktive Elemente im Fokus. Im Vorgriff wurde das Newslettersystem komplett neu aufgesetzt und das CMS im Hintergrund effizienter gestaltet. Somit konnte ein sich zeigender Abwärtstrend aufgefangen werden.

Das Vorbild für museenkoeln ist der erfolgreiche Schweizer Auftritt museenbasel.

Seitenaufrufe:
 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 abgerufen und dienen der schnellen Orientierung oder der vertieften Information vor Ort. Darauf ist museenkoeln.de mit seinem responsive Design ausgerichtet: Die Darstellung der Seite passt sich jeweils dem Ausgabemedium an. Ein Desiderat sind jedoch umfassende WLAN-Zugänge im städtischen Umfeld und in den Ausstellungsräumen der Museen, um auch dort mobiles Internet nutzen zu können.

Besucher Zwei Drittel der Besucher auf museenkoeln.de waren neu, die anderen sind als Wiederbesucher zu werten. Die Besucher der Plattform stammen zum überwiegenden Teil (86%) aus Deutschland, gefolgt von den USA, den Niederlanden, Großbritannien und Belgien bzw. Frankreich (gleichauf). Auf den Rängen sieben bis zehn liegen Schweiz, Österreich, Italien und Spanien. Die osteuropäischen und asiatischen Besuchermärkte sind gegenüber West-, Mittel- und Südeuropa offenbar weniger am Museumsstandort Köln interessiert. Dies deckt sich mit den Beobachtungen zum realen Verhalten dieser Besucher in Köln.

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 die Kommunikation auf dem Blog des Museumsdienstes intensiviert. 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.

Desktop:

2015: 66,1%

2014: 72,7%

Mobil (Smartphone und Tablet):

2015: 33,9%

2014: 27,3%

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

Follower auf Twitter:

2015: ca. 1500

2014: ca. 1100

2013: ca. 900

Blogbeiträge:

2015: 61

2014: 74

2013: 39

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).

Newsletter

Drei verschiedene Newsletter informieren Multiplikatoren (Journalisten, Reiseveranstalter, Entscheider), allgemein Interessierte und Lehrkräfte bzw. Erzieher über aktuelle oder kommende Veranstaltungen in den Kölner Museen. Der Newsletter für Multiplikatoren hat 2.100 Abonnenten, museenkoeln aktuell 4.4000 und museenkoeln Bildung 3.000. Die Newsletter erscheinen in regelmäßigem Rhythmus als digitale Publikationen (wöchentlich bzw. zweimonatig).

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 in jedem Jahr stattfinden.

Museumsnacht Köln Am 24. Oktober 2015 veranstaltete der StadtRevue Verlag die 15. Kölner Museumsnacht – wie immer in Kooperation mit der Stadt Köln. Über 40 aktuelle Sonderausstellungen und mehr als 200 Veranstaltungen erwarteten die Besucher. Es gab 46 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 in NRW. Im Vorfeld stimmte der Veranstalter die wichtigsten Kommunikationsthemen mit der Presseabteilung des Museumsdienstes ab. Zum zweiten Mal gab es ein eigenes Programm für Kinder und Jugendliche.

KölnTag 2015 fanden zehn KölnTage statt. Da die Veranstaltung im lokalen Umfeld einen hohen Bekanntheitsgrad besitzt, wurde auf kostenintensive Werbekampagnen verzichtet. Die Kommunikation erfolgte weitgehend über die Tagespresse und über die eigenen Kanäle. Die Besucherzahlen lagen deutlich niedriger als im Vorjahr, allerdings herrschten an den KölnTagen im Sommer auch Temperaturen von 32 und 34 Grad Celsius. Zudem war im Februar das Museum Ludwig nicht beteiligt.

Abonnenten gesamt:

2015: 9.500

2014: 7.000

2013: 6.000

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

KölnTage:

2015: 22.843

2014: 30.175

2013: 27.832

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 fand die seit 2011 laufende Reihe KunstCocktail ihre erfolgreiche Fortsetzung. Es kam zu vier exklusiven Abendveranstaltungen. Ausstellungsführungen 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.

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 2015.

K 50 Neu ist die Zusammenarbeit mit dem Schülermagazin K 50 für Köln und die Region. Das junge Team, bestehend aus Schülern zwischen 15 und 18 Jahren, richtete zum Museumsfest eine Live-Redaktion beim Museumsdienst ein und berichtete direkt vom Geschehen.

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.

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

Zum Themenschwerpunkt „Heiliges Köln“ fand eine eintägige Pressereise in Zusammenarbeit mit DB Niederlande statt. Niederländische Journalisten wurden per Bahn nach Köln gebracht und von Museumskuratoren durch die drei Ausstellungen zum Themenschwerpunkt „Heiliges Köln“ geführt: Markus Brunetti / FACADES (MAKK), Die Kathedrale (WRM) und Die Heiligen Drei Könige (MS). Ziel war die Berichterstattung in den niederländischen Medien. Die Kooperation diente der besseren Erschließung des niederländischen Besuchermarktes.

Kommunikationsthemen 2015

Hauptthemen der zentral verantworteten Pressekommunikation waren das Schwerpunktjahr „Heiliges Köln“ von KölnTourismus, die Messeauftritte, Großevents wie Museumsfest, Museumsnacht und Familienevents, die KölnTage sowie das 50jährige Jubiläum des Museumsdienstes. Alle Events wurden durch intensive Pressearbeit begleitet. Hinzu kamen Einzelmaßnahmen zu Projekten im Bildungsbereich. Schließlich wurden die Ausstellungen in MOK, RGM sowie im JuniorMuseum des RJM von der Pressestelle des Museumsdienstes aktiv begleitet.

2.3. Museumspädagogische Gesellschaft e.V.

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. 2014 wurden über € 52.000 akquiriert und satzungsgemäß verausgabt:

- Mitgliedsbeiträge € 7.035
- Museumsnacht: € 2.900
- Sal. Oppenheim Stiftung: € 7.450
- Annemarie und Helmut Börner Stiftung: € 1.800
- Dirk Baier Stiftung: € 1.000
- Kulturstiftung Köln der Kreissparkasse Köln sowie Kreissparkasse Köln (*museumsbus koeln*): € 11.000
- RheinEnergie Stiftung Kultur: € 1.000
- Axa Versicherung: € 1.000
- Kölner Weihnachtsgesellschaft e.V.: € 5.000
- Altenhilfe der Kölnischen Rundschau: € 2.500
- Kulturrucksack NRW: € 10.000
- Netcologne: € 2.500

Die Projekte wurden vom Museumsdienst durchgeführt.

Die Freunde der MPG e.V. konnten vergünstigt die Angebote des Kreativbereichs (ca. 30 Kurse) und des Akademieprogramms (ca. 30 Veranstaltungen) nutzen. Für die Mitglieder wurde zudem ein Exklusivprogramm von zwölf Führungen angeboten, die von 312 Mitgliedern wahrgenommen wurden. Das entspricht einer Steigerung von einem Drittel (2014: 212). 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 2015 war die Mitgliederentwicklung stabil.

Der Vorstand wurde bei der Mitgliederversammlung am 17.12. entlastet und neu gewählt. Die Amtsinhaber sind: Prof. Dr. Heijo Klein (1. Vorsitzender), und Dr. Matthias Hamann (Stv. Vorsitzender), Wolfgang Eckert (Schatzmeister) und Gabriele Gentsch (Schriftführerin). Beisitzerinnen sind: Sabine Dumont-Schütte, Irene Grünendahl-Schmitz und Gisele Hermann. Prof. Rainer Jacobs ist auf eigenen Wunsch als zweiter Vorsitzender zurück getreten. Zur Kassenprüferin wurde Alexandra Nussbaum bestellt. Die Mitgliederverwaltung liegt bei Manfred Hoffmann.

3. Anhang

Anlage 1: Schwerpunkte der Vermittlungsarbeit 2015

Museumsübergreifende Vermittlungsarbeit

- Konzeption und Umsetzung von Programmen für besondere Anlässe: Jubiläum „50 Jahre Museumsdienst“ mit Sonderprogrammen an den Köln-Tagen in allen Museen | Kölner Museumsfest | Museumsnacht | Familientage
- Projekte zur mehrsprachigen Museumslandschaft
- Fortbildungsreihe für schulischen Herkunftssprachenunterricht
- Fortbildungsreihe „Museumslabor“ zu methodischen Innovationen
- Methodenseminare für Multiplikatoren und Studierende
- 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 Erzieher und Berufsschüler

Kölnisches Stadtmuseum

- Konzeption und Durchführung von Vermittlungsangeboten für Sonderausstellungen (Die Heiligen Drei Könige – Mythos, Kunst und Kult)
- Organisation und Durchführung des Familiennachmittags mit den Heiligen Drei Königen (Führungen, Lesungen und Workshops)
- Fortbildungen für Lehrer der Primar- und Sekundarstufe I
- Veranstaltungsformate für ‚Einsteiger‘ (KölnTag) und Senioren
- Entwicklung und Erprobung eines Führungsmoduls für Blinde und Sehbehinderte

Museum für Angewandte Kunst Köln

- Konzeption von Vermittlungsangeboten für Sonderausstellungen: Köln 1914. Metropole im Westen | SYSTEM DESIGN. Über 100 Jahre Chaos im Alltag | LOOK! Modedesigner von A bis Z – Die Sammlung des MAKK
- Schulische Projektwoche zum Thema „Design“ in Kooperation mit dem Friedrich-Wilhelm-Gymnasium Köln
- Besuche von Studienseminaren und Lehrerkollegien
- Überarbeitung und Ausbau des gesamten Vermittlungsangebotes: Einführung von Familienworkshops | Ausweitung des Kreativbereichs
- Museumspädagogische Schulung des ehrenamtlichen Arbeitskreises

Museum für Ostasiatische Kunst

- Konzeption von Vermittlungsangeboten für Sonderausstellungen:
Boro – Stoffe des Lebens | Weißes Gold | All about Girls und Tigers.
Leiko Ikemura
- Konzeption von Vermittlungsangeboten für Erwachsene:
Chinesische Tuschkmalerei (Landschaft- und Blumenmalerei) | Verbindung westlicher und ostasiatischer Maltechniken und Gestaltungsweisen
Upcycling von Textilien | Japonismus/ Impressionismus/Landschaft TCM meets Art
- Planung, Organisation und Durchführung eines Eventtages anlässlich des Besuches des Kalligraphiemeisters Kazuaki Tanahashi (Performance, Filmvorführung)

Museum Ludwig

- Konzeption von Vermittlungsangeboten für Sonderausstellungen:
Alibis. Sigmar Polke. Retrospektive | Bernhard Schultze. Zum 100. Geburtstag | Joan Mitchell. Her Life and Paintings
- Überarbeitung der didaktischen Angebote für die Neupräsentation der Sammlung
- Einrichtung und Evaluierung des Art Lab

Museum Schnütgen

- Konzeption von Vermittlungsangeboten für Sonderausstellungen:
Die Heiligen Drei Könige – Mythos, Kunst und Kult
- Didaktisch-methodische Fortbildungen für Multiplikatoren:
Genderorientierte und methodische Seminare für Multiplikatoren
(mehrere Hochschulen; Bildungswerk muslimischer Frauen und Mädchen)

NS-Dokumentationszentrum

- Konzeption von Vermittlungsangeboten für Sonderausstellungen:
August Sanders unbeugsamer Sohn
- Konzeption und Durchführung des Schülergedenktagess zur Befreiung des Konzentrationslagers Auschwitz
- Konzeption von Vermittlungsangeboten für Schulklassen:
Die Geschichte der Sinti und Roma
- Betreuung mehrerer Schulpartnerschaften

Rautenstrauch-Joest-Museum mit JuniorMuseum

- Konzeption von Vermittlungsangeboten für Sonderausstellungen:
Madonna trifft Uma. 5 Jahre Museen im Kölner Kulturquartier
- Multiplikatorenfortbildungen zur Erschließung neuer Zielgruppen
- Konzept um Umsetzung von Ausstellungen:
„Vorurteile sind Einfalt – Welt ist Vielfalt“ der Klasse 8b des Dreikönigsgymnasiums Köln im JuniorMuseum | „Meine Familie – meine Geschichte“ von bilingualen Grundschulen im JuniorMuseum

Römisch-Germanisches Museum

- Konzeption von Vermittlungsangeboten zu Sonderausstellungen:
Medicus – Der Arzt im römischen Köln | Wasser für Roms Städte
Agrippina – Kaiserin aus Köln
- Didaktisch-methodische Fortbildungen für Multiplikatoren Veranstaltungsformate, Reihen und Fortbildungen für die Generation 60+
- Fortbildung ehrenamtlicher Arbeitskreise des KSM und MS
- Überarbeitung und teilweise Neukonzeption bestehender Angebote für unterschiedliche Zielgruppen
- Konzeption von Vermittlungsangeboten für Schulklassen:
Erweiterung des Workshop-Angebots zur Jungsteinzeit (neues Programmsegment ‚Herstellen von Objekten aus Birkenrinde‘)

Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud

- Konzeption von Vermittlungsangeboten zu Sonderausstellungen:
13 x Sammlerglück. Stillleben und Landschaften des Goldenen Zeitalters
Werner Herzog & Hercules Segers: Seelenlandschaften | Mit den Impressionisten entlang der Seine | Amor & Psyche. Über das Begehren
Schalcken. Gemalte Verführung | Provenienz Macht Geschichte
- Didaktisch-methodische Fortbildungen für Multiplikatoren und freie Mitarbeiter
- Neue Veranstaltungsformate im Bereich Kunstvermittlung mit Musik
- Revision der Kinder-Rallye: Transfer in ein mobiles und flexibles Format

Museumsschule

- Konzeption und Umsetzung von Projekten
Hand in Hand ins Museum (ML und WRM) mit abschließender Ausstellung in der StadtBibliothek Köln | Tandemprojekte zwischen Kunst-Lehr amtsstudierenden der Hochschule Alfter und Kunstkursen der gymnasialen Oberstufe des Elisabeth von Thüringen-Gymnasium bzw. zwischen SuS der Oberstufe und der Hauptschule Rendsburger Platz
- Fortsetzung des Austausches mit Museumspädagogen des Kunsthaus NRW (Kornelimünster) und Centre Charlemagne in Aachen
- Arbeitsgemeinschaft „Kunstmuseen“ für Lehrkräfte der Sek I und Sek II

Anlage 2: Gesamtstatistik Museumsdienst Köln 2013 bis 2015

Veranstaltungen	2013	2014	2015	Veränderung 2014/15	
a) Museumsdienst					
Führungen	6.152	6.383	6.709	326	5,11%
Kreative Arbeit	910	828	1063	152	18,36%
- davon Kurse	84	76	80	4	5,26%
- davon MuseumKinderZeit	32	44	40	-4	-9,09%
- davon Junge Entdecker	47	51	49	-2	-3,92%
- davon Kindergeburtstage	167	125	181	56	44,80%
- davon Werkstätten	561	520	623	103	19,81%
- davon museumsbus.koeln	0	0	83	83	
- davon projektbezogene Events	19	12	7	-5	-41,67%
Lehrerfortbildungen	75	111	65	-46	-41,44%
Ergebnis Museumsdienst	7.137	7.322	7.837	432	5,90%
b) Museumsschule					
Unterrichtseinheiten	461	486	436	-50	-10,29%
Lehrerfortbildungen	25	28	16	-12	-42,86%
Ergebnis Museumsschule	486	514	452	-62	-12,06%
Gesamtergebnis	7.623	7.836	8.289	370	4,72%
Teilnehmer					
2014					
2014					
2015					
Veränderung 2014/15					
a) Museumsdienst					
Führungen	112.359	117.316	121.511	4.195	3,58%
Kreative Arbeit	21.927	15.572	20.179	4.607	39,59%
- davon Kurse	1.211	690	790	100	14,49%
- davon MuseumKinderZeit	235	355	258	-97	-37,50%
- davon Junge Entdecker	383	415	474	59	14,22%
- davon Kindergeburtstage	2.188	1.597	2.192	595	37,26%
- davon Werkstätten	14.744	11.815	13.541	1.726	14,61%
- davon museumsbus.koeln	0	0	1.994	1.994	100,00%
- davon projektbezogene Events	6.166	700	930	230	32,86%
Lehrerfortbildungen	1.408	1.957	949	-1.008	-51,51%
Ergebnis Museumsdienst	135.694	134.845	142.639	7.794	5,78%
b) Museumsschule					
Unterrichtseinheiten	10.726	10.905	10.414	-491	-4,50%
Lehrerfortbildungen	412	576	279	-297	-51,56%
Ergebnis Museumsschule	11.138	11.138	10.693	-788	-6,86%
Gesamtergebnis	146.832	146.326	153.332	7.006	4,79%

Anlage 3: Veranstaltungen nach einzelnen Museen

Führungen für Gruppen und Schulklassen	2013	2014	2015	gebucht	öffentlich
Wallraf-Richartz-Museum	558	763	599	492	107
Museum Ludwig	1.220	1.181	1.278	1.153	125
Römisch-Germanisches Museum	1.139	1.096	1.066	1.001	65
Praetorium (Archäologische Zone)	157	140	123	115	8
Rautenstrauch-Joest-Museum	829	577	512	437	75
MAKK	237	372	300	200	100
Museum für Ostasiatische Kunst	95	98	193	98	95
Museum Schnütgen	104	379	368	297	71
Kölnisches Stadtmuseum	378	340	385	347	38
NS-Dokumentationszentrum	1.787	1.814	2.201	2.152	49
Messe Art Cologne	40	72	77	61	16
Messe Cologne Fine Arts	69	37	43	28	15
Summe	6.613	6.869	7.145	6.381	764

Kreativangebote (Kurse, Ferienangebote, Schulwerkstätten, Geburtstage, Events etc.)					
Wallraf-Richartz-Museum	85	153	129	113	16
Museum Ludwig	304	247	308	277	31
Römisch-Germanisches Museum	198	219	199	190	9
Praetorium (Archäologische Zone)	–	–	–	–	–
Rautenstrauch-Joest-Museum	206	131	184	122	62
MAKK	22	49	80	63	17
Museum für Ostasiatische Kunst	44	46	81	55	26
Museum Schnütgen	45	29	20	13	7
Kölnisches Stadtmuseum	28	36	47	39	8
NS-Dokumentationszentrum	0	0	10	10	0
Sonstige			10	10	0
Summe	932	910	1.063	887	176

Fortbildungen (Multiplikatoren)			
Wallraf-Richartz-Museum	23	39	19
Museum Ludwig	46	27	26
Römisch-Germanisches Museum	10	15	7
Praetorium (Archäologische Zone)	1	0	0
Rautenstrauch-Joest-Museum	24	21	7
MAKK	2	1	2
Museum für Ostasiatische Kunst	3	0	3
Museum Schnütgen	2	6	5
Kölnisches Stadtmuseum	8	10	6
NS-Dokumentationszentrum	3	6	6
Sonstige	1	1	1
Summe	123	126	81

Anlage 4: Übersicht zu Projekten und Schulpartnern

Besondere Fortbildungen für Multiplikatoren

- Fortbildung von Gästeführern für KölnTourismus im Kölnischen Stadtmuseum und im Römisch-Germanischen Museum | Koord. und Ltg.: Dr. Ulrich Bock, Dr. Beate Schneider
- Fortbildung für Studienreferendare im Fach Geschichte im Kölnischen Stadtmuseum im Rahmen der Referendarausbildung des Zentrums für schulpraktische Lehrerausbildung Köln (Dr. Frank Schweppenstette) Ref.: Dr. Ulrich Bock
- Konzeption und Durchführung von zwei Trimesterkursen zum Thema „Von den Römern zur Romanik“ und „Alltag und Festtag – Kölner Leben in Antike und Mittelalter“ für „Zeit für Wissen“ – Bildungsgesellschaft Koord. und Ltg.: Dr. Ulrich Bock, Dr. Beate Schneider
- Arbeitsgemeinschaft Kunstmuseen für Lehrkräfte der Sekundarstufe II Koord. und Ltg.: Björn Föll
- Fortbildungen in der artothek zu den Themen „artothek in Schule und Kita“ und „Bildausleihe“ | Koord.: Susanne Kieselstein; Durchf.: Astrid Bardenheuer und Renate Willmes
- Fortbildungen für Lehrerinnen und Lehrer des Berufskollegs Ehrenfeld zur Sonderausstellung „Todesfabrik Auschwitz“ | Ltg.: Barbara Kirschbaum
- Fortbildungen „Das NS-Dokumentationszentrum als außerschulischer Lernort“ für Lehrerkollegien folgender Schulen: Gymnasiums Kerpen, Gesamtschule Bergheim, Sophie-Scholl-Gesamtschule Remscheid Leitung Barbara Kirschbaum
- Fortbildung für das Internationale Bildungs- und Begegnungswerk Dortmund „Das NS-Dokumentationszentrum und seine pädagogischen Möglichkeiten im Rahmen von Jugendarbeit“ | Leitung Barbara Kirschbaum
- Fortbildungen für Studienreferendare für folgende Zentren für schulpraktische Lehrerausbildung: Leverkusen, Neuss, Engelskirchen, Bonn
- Fortbildungen für Lehrkräfte aus Förderschulen zum Thema Leichte Sprache im MAKK, ML und WRM | Julia Müller und Karin Rottmann
- Fortbildungsreihe für Erzieherinnen und Erzieher im folgenden Museen: KSM, MAKK, ML, RGM, RJM und WRM | Koord.: Julia Müller
- Multiplikatorenveranstaltung für ehrenamtliche Kräfte aus der Flüchtlingshilfe (KSM, ML und WRM) | Koord.: Dr. Matthias Hamann
- Studientag für Berufsbildende Schulen aus Cuxhaven: Museumspädagogische Methoden für die Zielgruppe KiTa | Ref.: Julia Müller
- Arbeitsgemeinschaft Leichte Sprache für Lehrkräfte aus inklusiven und Förderschulen in folgenden Museen: MAKK, ML und WRM Koord.: Karin Rottmann
- Fortbildungsreihe für Muttersprachenlehrkräfte: Projekt zur Vermittlung der Herkunftskulturen, mit spanischen und italienischen Herkunftssprachenlehrerinnen (RJM) | Ltg.: Karin Rottmann und Rita Böller
- Fortbildungsreihe zu DaZ-Kursen für Dozentinnen des Muslimischen Bildungswerkes (MAKK und ML) mit dem Schwerpunkt Mutter-Kind-Programme | Ltg.: Karin Rottmann

- Fortbildungsreihe Museumslabor – experimentelle Museumspädagogik mit Besuchen verschiedener Museen (digitale Bildbetrachtung) | Koord. und Ltg.: Karin Rottmann und Björn Föll
- Sommerferienakademie für Lehrkräfte | Koord.: Karin Rottmann
Fortbildungen für diverse Kompetenzteams in NRW (Deutsch; Kunst) zu Sammlungen und Sonderausstellungen (ML, WRM) | Karin Rottmann
- Fortbildung für das Studienseminar Sonderpädagogik zum Thema „Kreatives Schreiben im Museum“ (ML) | Katrin Rottmann
Fortbildungen für Lehrkräfte und Referendare, Fach Latein und Geschichte, im Römisch-Germanischen Museum | Rahmen: Referendarausbildung und Zertifikatskurse | Ref.: Dr. Beate Schneider
- Fortbildungen für den Philologenverband NRW | Ref.: Dr. Beate Schneider

Projekte für Kinder, Familien und Einrichtungen des Offenen Ganztags

- 1451 – Die Pest in Köln (Wallraf-Richartz-Museum) | Projektleitung: 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 (türkisch, mazedonisch, albanisch, romanés, russisch und italienisch) machten sich auf den Weg in das späte Mittelalter, begleitet von vier Pädagoginnen. Bei mehreren Museumsbesuchen lernten sie die Lebenswelt des 15. Jahrhunderts kennen, von Essen über Kleidung bis zu Stadtbild und Tagesablauf. Schließlich erfuhren sie von den Katastrophen, die die Menschen ereilen konnten – vor allem die Pest. Aus den Besuchen entstand ein Theaterstück, das in Köln-Vingst zur Aufführung kam.
- Migrantenkinder bekommen Unterstützung (Rautenstrauch-Joest-Museum) | Projektleitung: 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.
- Migrantenkinder bekommen Unterstützung (Rautenstrauch-Joest-Museum) | Projektleitung: 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.

- Satt & schlau ins Museum (Museum Ludwig) | Projektleitung: Karin Rottmann und Karen Kleyboldt | Finanz.: Förderverein | Partner: Museumsdienst und Förderverein „satt & schlau“
In diesem Projekt besuchen Kinder aus den Einrichtungen des Offenen Ganztags, die vom Malteser Hilfsdienst geleitet werden, das Museum Ludwig. „satt & schlau – Kindermittagstisch mit Hausaufgabenbetreuung“ kümmert sich um sozial stark benachteiligte Kinder zwischen sechs und zehn Jahren und versucht, ihnen einen erfolgreichen Weg durch die Grundschule zu ermöglichen. Dazu gehört auch die Wahrnehmung von Orten kultureller Bildung.
- Projekt für afrikanische Frauen und Kinder (Museum Ludwig) | Projektleitung: Karin Rottmann und Marion Effinger | Finanzierung: Caritasverband für die Stadt Köln e.V. | Partner: Museumsdienst und Caritas Integrationsagentur Köln
In den Herbstferien 2015 setzte der Museumsdienst seine Kooperation mit der Caritas Integrationsagentur fort und lud afrikanische Frauen mit ihren Kindern zu interaktiven Museumsbesuchen ein.
- Familientag zur Ausstellung „Die Heiligen Drei Könige“ (Museum Schnütgen) | Projektleitung: Dr. Ulrich Bock | Finanz.: Museum Schnütgen und Rhein-Energie Stiftung Kultur
Der Tradition von Familientagen oder -nachmittagen folgend, fand ein Schwerpunkt 2015 im Museum Schnütgen statt. Das kostenfreie und niederschwellige Angebot für Familien mit Führungen, Lesungen und offenen Kreativangeboten am Dreikönigstag wurde sehr gut angenommen.
- Familientag zur Ausstellung „Schalcken. Gemalte Verführung“ (Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud) | Projektleitung: Dr. Stephanie Sonntag | Finanz.: Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud
Einen zweiten Schwerpunkt 2015 der Familientage bildete eine Veranstaltung im WRM. Auch hier kamen bei einer Sonderöffnung zahlreiche Familien, um die Sonderausstellung zu sehen.
- Familientag in der Kölner Philharmonie | Projektleitung: Dr. Stephanie Sonntag | Finanz.: Eigenmittel | Partner: Museumsdienst, Kölner Philharmonie und Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud
Bei dem einmal pro Jahr stattfindenden Familientag der Philharmonie betreut der Museumsdienst für die Kunstmuseen einen Stand und bietet ein offenes Malatelier an, das von dem familiären Publikum des Events sehr gut angenommen wird.

Projekte und Trainees für Jugendliche und junge Erwachsene

- Polke-Labor (Museum Ludwig) | Projektleitung: Angelika von Tomaszewski M.A. | Finanz.: Eigenmittel | Partner Museumsdienst und Museum Ludwig
Zur Sonderausstellung „Alibis. Sigmar Polke. Retrospektive“ entstand ein ausstellungseigenes Atelier mit fünf verschiedenen Praxisstationen, inspiriert von den verschiedenen Techniken, die der Künstler Sigmar Polke nutzte.

Die Programme waren buchbar für Gruppen und Schulklassen, von der Primastufe 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 Projekt kunst:dialoge am Museum Ludwig.

kunst:dialoge (Museum Ludwig) | Projektleitung: Angelika von Tomaszewski M.A. und Laura Capalbo | Finanz.: Eigenmittel | 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 Museum Ludwig) angebunden.

Partizipatorische Projekte mit Schulen

- We the People (Museum Ludwig) | Projektleitung: Karin Rottmann; szenische Umsetzung: Omar-El-Saeidi und Dominique Tetzlaff | Finanz.: MPG e.V. 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 Võ eine sprachliche und tänzerische Performance. Sie wurde öffentlich im Museum gezeigt.
- Projektwoche zur Heiligen Ursula (Museum Schnütgen) | Projektleitung: Karin Rottmann | Finanz.: Eigenmittel
Während einer Projektwoche erarbeitete eine Klasse der Ursulinenschule (Sek I) ein Theaterstück zur Stadtheiligen und Namenspatronin der Schule. Anlass war der 375. Geburtstag der Kölner Ursulinenschulen. Die mehrtägige Veranstaltung erfolgte im Rahmen einer Schulpartnerschaft.
- Jugend- und Schülergedenktag 2015 (NS-Dokumentationszentrum)
Projektleitung: Barbara Kirschbaum | Finanz.: Eigenmittel | Partner: Amt für Schulentwicklung, NS-Dokumentationszentrum und Museumsdienst
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.
- Meine Familie, meine Geschichte (Rautenstrauch-Joest-Museum) | Projektleitung: Karin Rottmann und Rita Böller | Finanz.: Zentrum für Mehrsprachigkeit und Integration und Bezirksregierung Köln | Partner: Museumsdienst, Museumsschule und Herkunftssprachenlehrer bilingualer Grundschulen
Bei Museumsbesuchen lernten türkischstämmige Schülerinnen und Schüler zahlreiche Museumsobjekte ihrer Herkunftskultur kennen und forschten über den Hintergrund ihrer Familien. Im Unterricht bereiteten sie

Fragestellungen vor, mit deren Hilfe sie in den Sommerferien in der Türkei recherchierten. Aus mitgebrachten Bildern und Fotografien entstand eine bilinguale Ausstellung im JuniorMuseum. Die abschließende Ausstellungs-eröffnung im Beisein des Türkischen Generalkonsuls führte etwa 200 Personen ins Museum. Vertreten waren nicht nur Schüler und Lehrer, sondern auch Familien und Freunde der Kinder.

- Colonia Code (Römisch-Germanisches Museum) | Projektleitung: Dr. Beate Schneider, Omar El-Saeidi und Thomas Gamp | Partner: Museumsdienst und Friedrich-Wilhelm-Gymnasium | Finanz.: Eigenmittel

Das mehrtägige Trainee-Projekt folgt dem Prinzip Schüler führen Schüler. Für das Fach Latein bereiten sich ältere Schüler im Römisch-Germanischen Museum darauf vor, die Neulinge im Fach Latein zu begrüßen. 23 Profis einer 9. Klasse konnten über 100 Jugendliche der fünften Jahrgangsstufe aus vier Klassen als Gäste begrüßen und in die antike Kultur des römischen Köln einführen. Das Projekt findet seit mehreren Jahren jeweils im Herbst statt.

- Vorurteile sind Einfalt – Welt ist Vielfalt (Rautenstrauch-Joest-Museum) | Projektleitung: Peter Mesenhöller | Partner: Museumsdienst und Dreikönigsgymnasium Köln | Finanz.: MPG e.V.

Als Ergebnis einer Projektwoche zum Thema „Vorurteile“ gestalteten die Klasse 8b eine Ausstellung. Die Grundlage hierfür waren eigene Recherche und Besuche im Rautenstrauch-Joest-Museum. Die intelligente Schau hielt dem Publikum den Spiegel vor: durch Graffitimontagen und Modellpuppen, die gängige Vorurteile spiegelten und karikierten. Nach der Eröffnung im Beisein von 150 Schülern, Verwandten und Lehrkräften war die Ausstellung mehrere Wochen lang (18.6. – 7.9.2015) im JuniorMuseum öffentlich zu sehen.

- Boro – Upcycling auf Japanisch (Museum für Ostasiatische Kunst) | Projektleitung: Caroline Stegmann-Rennert | Partner: Museumsdienst und Berufskolleg Humboldtstraße | Schülerinnen und Schüler beschäftigten sich mit dem Thema Upcycling von gebrauchten Stoffen am Beispiel japanischer Boro-Textilien. Die Aufgabenstellung lautete, Oberbekleidung zu entwerfen, anzufertigen und zu präsentieren, die die inspiriert von Kimono-Schnitten aus alten Stoffen gefertigt inspiriert worden waren.

- Hand in Hand ins Museum (Museum Ludwig und Wallraf-Richartz-Museum) | Projektleitung: Anja Hild | Partner: Paul-Krämer-Förderschule und Hauptschule Herbertskaul

Schülerinnen und Schüler der beiden Schulen beschäftigten sich in diesem inklusiven Projekt über ein Schulhalbjahr hinweg mit fotografischen und theaterpädagogischen Ansätzen und erarbeiteten in Teams eine Ausstellung. Die Schülerarbeiten waren acht Wochen lang in der Stadtbibliothek Köln zu sehen.

Schulpartnerschaften

- Pestalozzi-Förderschule | Arbeitsgemeinschaft Leichte Sprache | gemeinschaftliche Konzeption von Materialien in Leichter Sprache für den Besuch der Kunstmuseen | ML und WRM
- Förderschule am Römerturm | Arbeitsgemeinschaft Leichte Sprache | gemeinschaftliche Konzeption von Materialien in Leichter Sprache für den Besuch der Kunstmuseen | ML und WRM
- Friedrich-Wilhelm-Gymnasium | Schülertrainee-Projekt „Colonia Code“ RGM
- Gesamtschule Porz | Gestaltung von Gesprächen mit Zeitzeugen im Rahmen des Besuchsprogramms ehemaliger Zwangsarbeiterinnen und Zwangsarbeiter | NS DOK
- Heinrich-Mann-Gymnasium | Projekt zu Sprachintegration im Museum mit der Internationalen Klasse der Schule (Flüchtlingskinder) | ML und WRM
- Berufskolleg Ehrenfeld | Kooperationsprojekt mit dem Ausbildungszweig Textiltechnik und Bekleidung zur Ausstellung „Boro – Stoffe des Lebens“ MOK: Beschäftigung mit dem Thema Upcycling von gebrauchten Stoffen am Beispiel japanischer Boro-Textilien. Aufgabenstellung für die SuS der Bekleidungstechnik: Entwurf, Anfertigung und Präsentation von Oberbekleidung, die inspiriert von Kimono-Schnitten aus alten Stoffen gefertigt werden. | Ltg.: Caroline Stegmann-Rennert (Museumsdienst) und Petra Backhaus (BK Humboldtstr.)
- Königin-Luise-Schule Köln | Partnerschaft mit dem NS-Dokumentationszentrum und dem Amt für Schulentwicklung zur Ausrichtung des Jugend- und Schülergedenktages „Erinnern – eine Brücke für die Zukunft“ anlässlich der Erinnerung an die Befreiung des KZ Auschwitz | NS DOK
- Montessori-Gymnasium Köln | Bildungspartnerschaft Museum und Schule zu NS-Geschichte | NS-DOK
- Schiller-Gymnasium Köln | Partnerschule der Info- und Bildungsstelle gegen Rechtsextremismus im NS-Dokumentationszentrum besonders im Hinblick auf die Gestaltung von Projekttagen zur Rechtsextremismus-Prävention | NS DOK
- Gymnasium Kerpen | Bildungspartnerschaft Museum und Schule zu NS-Geschichte | NS-DOK
- Gesamtschule Bergheim | Bildungspartnerschaft Museum und Schule zu NS-Geschichte | NS-DOK
- Richard-Riemerschmid-Berufskolleg | Bildungspartnerschaft Museum und Schule zu NS-Geschichte | NS-DOK
- Dreikönigsgymnasium Köln | Ausstellungsprojekt „Vorurteile sind Einfalt – Welt ist Vielfalt“ | JuniorMuseum im RJM Id. | Besuche der Sprachintegrationsklasse in der Ausstellung „Joan Mitchell“ | ML
- Ursulinen-Realschule | Projektwoche zur Heiligen Ursula | Museum Schntügen Id. | Schulinterne Lehrerfortbildungen | div. Museen

Anlage 5: Kooperationspartner 2015

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: Auslandsschule | Caritas-Verband | CIAM (Zentrum für Internationales Kunstmanagement) Köln | dementia+art e.V. | Deutsche Bahn | Deutscher Altphilologenverband | Deutscher Museumsbund | Efi (Erfahrungswissen für Initiativen) | Goethe-Institut | Heinrich-Heine Universität Düsseldorf, Seminar für Kunstgeschichte | Historikerverband NRW | Historisches Archiv der Stadt Köln, Abteilung Vermittlungsarbeit | Ibk – Institut für Bildung und Kultur, Remscheid | Institut für Lehrerfortbildung, Mülheim a.d. Ruhr | KölnMesse GmbH | kölnmusik / Philharmonie (Abteilung Musikvermittlung) | KölnTourismus GmbH | Landesverband Museumspädagogik NRW e.V. | Landesverband nordrhein-westfälischer Geschichtslehrer | LVR-Institut für Landeskunde und Regionalgeschichte, Bonn | Philologenverband NRW, Düsseldorf | raa (Regionale Arbeitsstelle zur Förderung von Kindern und Jugendlichen aus Zuwandererfamilien) | RDA Internationaler Bustouristik Verband e.V. | Rheinische Musikschule | Ruhr-Universität Bochum (RUB) | Sal. Oppenheim Stiftung Schulentwicklungsamt der Stadt Köln | SK Stiftung Kultur | StadtBibliothek Köln | Stadtrevue Verlag Köln | Technische Hochschule Köln, Institute of Conservation Sciences (CICS) | Thalys International Partnerships | Tourismus NRW e.V. | Universität Bonn, Philosophische Fakultät, Kommunikationswissenschaften | 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 | Universität zu Köln, KölnerKinderUni | 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

- „Kinder können das auch schon mal wissen“ – Erfahrungen aus 15 Jahren Arbeit mit Kindern im NS-Dokumentationszentrum | Vortrag im Rahmen der Herbstakademie des Bayrischen Landesverbandes Museumspädagogik e.V. in Flossenbürg: Barbara Kirschbaum
- „Kinder können das auch schon mal wissen“ – Erfahrungen aus 15 Jahren Arbeit mit Kindern im NS-Dokumentationszentrum | Vortrag auf der Jahrestagung des Landesverbandes Museumspädagogik Nordrhein-Westfalen: Barbara Kirschbaum
- Was tun, wenn die Objekte fehlen? | Workshop zur Biographie-Arbeit mit Stellvertreter-Objekten in der Gedenkstätte Hadamar: Barbara Kirschbaum
- Mehrsprachigkeit und Integration in der Vermittlungsarbeit an Museen Sprachenfest des Zentrums für Mehrsprachigkeit und Integration, Köln Infostand: Karin Rottmann
- „Bildungskongress 2015 – Unterricht konkret“ | Bildungskongress des Ministeriums für Schule und Weiterbildung NRW, Verband Bildungsmedien e.V. und Medienberatung NRW im Congress-Centrum Nord der Koelnmesse | Teiln.: Karin Rottmann
- „Alle Welt im Museum“ | Abschlussveranstaltung der Projektreihe des Deutschen Museumsbundes in Berlin | Teiln.: Karin Rottmann
- „Geschlecht als Chance“ | Vortrag im Rahmen des Kongresses „Kinder zum Olymp“, Freiburg i. B. | Karin Rottmann
- „Bringing Museums to Life! Educational Programs and Visitor-Oriented Marketing for Museums. Lecture and Workshop“ | Vorträge und Workshops an Goethe-Instituten in Myanmar, Indonesien, Vietnam, Singapur, Philippinen, Malaysia und Thailand | Karin Rottmann
- „Die Potentiale des Lernorts Museum. Guerillamethoden“ zur Tagung „Educational Content in Museum Teaching“ in Olomouc | 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
- Bezirksregierung Düsseldorf (Hagen und Krefeld): Zertifikatskurse Latein: Einführung in die lateinische Epigraphik / Inschriften im Römisch-Germanischen Museum | Vorträge und Workshops: Dr. Beate Schneider
- Bezirksregierung Köln: Zertifikatskurse Latein: Einführung in die lateinische Epigraphik / Inschriften im Römisch-Germanischen Museum | Vorträge und Workshops: Dr. Beate Schneider
- Vortrag und Präsentation zum Art Lab im Museum Ludwig | Tagung des LVR „Montags geöffnet“ am 2.11.2015 | Vortrag und Präsentation: Angelika von Tomaszewski

Anlage 7: Praktika 2015

Tabea Bäcker (Tut.: Angelika von Tomaszewski M. A.) | Morten Bierganns (Tut.: Dr. Beate Schneider) | Timo Eichhorn (Tut.: Dr. Beate Schneider) | Freya Elvert (Tut.: Barbara Kirschbaum) | Johanna Hardt (Tut.: Angelika von Tomaszewski M. A.) | Margó Krewinkel (Tut.: Caroline Stegmann-Rennert) | Thomas Lottermoser (Tut.: Peter Mesenhöller) | Nico Mokros (Tut.: Karin Rottmann, Dr. Beate Schneider) | Carolin Poser (Tut.: Dr. Beate Schneider) | Jennifer Prentki (Tut.: Caroline Stegmann-Rennert) | Tilman von Schaewen (Tut.: Barbara Kirschbaum) | Vanessa Vogler (Tut.: Dr. Ulrich Bock, Dr. Beate Schneider) | Leila Weltersbach (Tut.: Dr. Matthias Hamann)

Anlage 8: Lehraufträge und Hochschultätigkeit 2015

- Universität zu Köln, Historisches Seminar | Vortrag: Sonderausstellung Köln 1914. Metropole im Westen (Dr. Ulrich Bock)
- CIAM (Center for International Arts Management) | Lehrauftrag: Museumspädagogik (Dr. Matthias Hamann, Julia Müller)
- Freie Universität Berlin, Institut für Kunstgeschichte | Vortrag: „Berufsbild Museumspädagogik“ (Dr. Matthias Hamann)
- 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, Historisches Seminar | Vortrag mit Workshop: Die pädagogische Arbeit des NS-Dokumentationszentrums mit dem Schwerpunkt Geschichtslabor (Barbara Kirschbaum)
- Universität Düsseldorf, Historisches Seminar | Vortrag: Die speziellen didaktischen Herausforderungen bei der Behandlung des Themas Nationalsozialismus in den unterschiedlichen Altersstufen (Barbara Kirschbaum)
- Universität Würzburg, Fachbereich Museologie | vier Vorträge über die Vermittlungsarbeit des Museumsdienstes Köln (Dr. Matthias Hamann, Barbara Kirschbaum, Peter Mesenhöller, Angelika von Tomaszewski M.A.)
- 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 Muentempel zum Science Centre: Eine Geschichte des Museums | Führungen und Vorträge (Peter Mesenhöller)
- Universität zu Köln, Fachbereich Deutsche Sprache und ihre Literatur | Außer-schulischer Lernort Museum und DaZ-Unterricht | Lehrveranstaltung im Kontext der Lehrerbildung | Museumsworkshop und Seminarveranstaltung: Karin Rottmann
- Universität zu Köln, Lehrstuhl für Neuere und Neueste Geschichte, Dinggeschichten: Eine Geschichte des Sammelns. | Führungen und Vorträge (Peter Mesenhöller)

- Pädagogische Hochschule Heidelberg, Fakultät für Kulturwissenschaften / Faculty II Abteilung Englisch | Lehrauftrag: Let's Talk About Art: Englischprogramme des Museumsdienstes Köln (Karin Rottmann)
- Universität Kassel, Fachgebiet Deutsch als Fremd- und Zweitsprache. Tagung „Sprachen lernen – kreativ, aktiv, handlungsorientiert“ | 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)
- Pädagogische Hochschule Freiburg, Institut für deutsche Sprache und Literatur, „Deutsch lernen im Museum“ | Vorträge „Sprachprogramme im Museum“ in Freiburg und München (Karin Rottmann)
- Universität zu Köln, Archäologisches Institut, Lehrauftrag Museumspädagogik / Museumsdidaktik: Seminar Archäologische Funde im Museum: Bildungs- und Vermittlungskonzepte, Öffentlichkeitsarbeit, Marketing (Dr. Beate Schneider)
- 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 (Koord.: Dr. Ulrich Bock)

- 2000 Jahre Geschichte im Vringsveedel – Besuch des Holzcity-Museums
- Achtung Preußen: Einführung in die Sonderausstellung
- Zeitzeugen erinnern sich – Erfahrungsbericht zu einer neu etablierten Veranstaltungsreihe
- Köln ungeschönt: Wilhelm Scheiner als Fotograf: Einführung in die Sonderausstellung

Museum für Angewandte Kunst Köln (Koord.: Dr. Andrea Imig)

- Look. Modedesigner von A bis Z – Die Sammlung des MAKK. Einführung in die Sonderausstellung

Museum für Ostasiatische Kunst (Koord.: Caroline Stegmann-Rennert M. A.)

- Boro – Stoffe des Lebens. Einführung in die Sonderausstellung
- Weißes Gold. Porzellan und Baukeramik aus China 1400 bis 1900. Einführung in die Sonderausstellung
- All about Girls and Tigers. Leiko Ikemura. Einführung in die Sonderausstellung

Museum Ludwig (Koord.: Angelika von Tomaszewski M. A.)

- Alibis. Sigmar Polke. Retrospektive. Einführung in die Sonderausstellung
- Bernhard Schultze. Zum 100. Geburtstag. Einführung in die Sonderausstellung
- Danh Võ. Ydob eht in mraw si ti. Einführung in die Sonderausstellung
- Joan Mitchell. Her Life and Paintings. Einführung in die Sonderausstellung
- Mediator, Moderator, Entertainer = Kunstvermittler? Fortbildung zu den verschiedenen Anforderungsbereichen des Aufgabenfeldes Kunstvermittlung mit besonderem Augenmerk auf den Umgang mit Störfaktoren

Museum Schnütgen (Koord.: Dr. Ulrich Bock)

- Rückblick auf die ‚Drei-Königs-Ausstellung‘ und zukünftige Aufstellung des Museums – Gesprächsrunde mit Dr. Moritz Woelk
- Museumspädagogischer Erfahrungsaustausch

NS-Dokumentationszentrum (Koord.: Barbara Kirschbaum)

- „Vergessene Verfolgte“ – inhaltliche Auffrischung und Diskussion von Vermittlungsmethoden
- Einführung in die Sonderausstellung „Sport im Nationalsozialismus“
- Exkursion in die neugestaltete Mahn- und Gedenkstätte Düsseldorf
- Einführung in die Sonderausstellung „Erich Sander als Fotograf im Zuchthaus Siegburg“

Rautenstrauch-Joest-Museum (Koord.: Peter Mesenhöller)

- Einführungen in die neue Führungseinheit „Madonna trifft Uma. 5 Jahre Museen im Kölner Kulturquartier“
- Einführung in die kommende Sonderausstellung „Pilgern – Auf der Sehnsucht nach Glück?“
- Museumspädagogischer Erfahrungsaustausch

Römisch Germanisches Museum (Koord.: Dr. Beate Schneider)

- Das archäologische Jahr 2014
- Forum RGM – museumspädagogischer Erfahrungsaustausch
- Einführung und Wege der Vermittlung: Sonderausstellungen „Medicus – Der Arzt im römischen Köln“, „Wasser für Roms Städte“, „Agrippina – Kaiserin aus Köln“
- „Lanam fecit“ – Museale Vermittlung römischer Textilproduktion
- Das Ubierrmonument – Wege der Vermittlung nach der Neugestaltung des Besucherraums
- Germanen rechts und links des Rheins (1.-5. Jh.): Neue Forschungsergebnisse

**Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud
(Koord.: Dr. Stephanie Sonntag)**

- 13 x Sammlerglück. Stillleben und Landschaften des Goldenen Zeitalters. Einführung in die Sonderausstellung
- Werner Herzog & Hercules Segers: Seelenlandschaften. Einführung in die Sonderausstellung

- Mit den Impressionisten entlang der Seine. Einführung in die Sonderausstellung
- Amor & Psyche. Über das Begehren. Einführung in die Sonderausstellung
- Schalcken. Gemalte Verführung. Einführung in die Sonderausstellung
- Provenienz Macht Geschichte. Einführung in die Sonderausstellung

Museumsübergreifend (Koord.: Dr. Matthias Hamann, Karin Rottmann)

- Fortbildungsreihe Vermittlung in Leichter Sprache
- Schulische Anforderungen der Inklusion
- Ästhetische Feldforschung im Museum – offene Arbeitsformen in der Museumspädagogik
- Visual Thinking Strategies. Eine partizipatorische Vermittlungsform
- Konversationskurs Englisch im Museum

Anlage 10: Externe Tagungen und Gremiensitzungen

- Mitgliederversammlung und Vorstandstreffen des LVMP NRW e.V., Centre Charlemagne Aachen, Dortmund, Köln, Lindlar und Münster | div. Termine | Teiln.: Dr. Matthias Hamann
- Schwierige Geschichte vermitteln | Jahrestagung des LVMP NRW e.V., Villa ten Hompel Münster | 26.10. | Teiln.: Dr. Matthias Hamann
- G 9-Treffen des Region KölnBonn e.V., Köln, 26.6., 27.8. und 20.10. | Teiln.: Dr. Matthias Hamann
- Sitzung des Markenbeirats der Stadt Köln, 11.05. | Teiln.: Dr. Matthias Hamann
- Sitzung des Beirats von KölnTourismus, 08.05. und 01.10. | Teiln.: Dr. Matthias Hamann
- Treffen des AK Vermittlung im Rahmen der Jahrestagung des Deutschen Museumsbundes, Essen | 06.05. | Teiln.: Dr. Matthias Hamann
- Mitgliederversammlung von City Marketing | 11.06. | Dr. Matthias Hamann
- Networking am Rhein | Netzwerktreffen von Convention Cologne | div. Termine | Teiln.: Dr. Matthias Hamann und Marie-Luise Höfling
- Jahrestagung des BVMP. e.V., Bensberg, Thomas-Morus-Akademie 28.-29.9. | Teiln.: Dr. Matthias Hamann, Karin Rottmann
- Kultur Invest Kongress Berlin | 29.-30.10. | Teiln.: Dr. Matthias Hamann
- Workshop „Kulturelle meets Politische Bildung“. Expertenhearing der Bundeszentrale für Politische Bildung, Wolfenbüttel | 9.-10.11. | Teiln.: Dr. Matthias Hamann
- Treffen der Strukturgruppe Qualifizierung des BVMP e.V., Kassel | 13.11. | Teiln.: Dr. Matthias Hamann
- Plattform Kulturelle Bildung: „Kultureller Bildungstransfer global – Europäische Perspektiven“, Stiftung Genshagen | 17.-18.11. | Teiln.: Dr. Matthias Hamann
- Frühjahrs- und Herbsttagung des AK Öffentlichkeitsarbeit beim Deutschen Museumsbund | div. Termine | Teiln.: Marie-Luise Höfling

- Beiratssitzung „Demokratie Leben“ | 11.08. und 15.09. | Teiln.: Barbara Kirschbaum
- Beiratssitzung „Theater Impuls“ | 4.11. | Teiln. Barbara Kirschbaum
- Frühjahrs- und Herbsttagung des AK Verwaltung beim Deutschen Museumsbund | div. Termine | Teiln.: Klaus Linz
- Fortbildungsseminar Illustration, Internationale Kunstakademie Trier | div. Termine Okt. | Teiln.: Karin Rottmann
- Fachtagung Archäologie im Rheinland, LVR-Landesmuseum Bonn 2.-3.2. | Teiln.: Dr. Beate Schneider
- Das 1 x 1 des Präsentierens, Personalentwicklung der Stadt Köln 24.-25.8. | Teiln.: Caroline Stegmann-Rennert M.A.
- Common Purpose. Matrix-Programm | div. Termine | Teiln.: Marie Luise Höfling und Angelika von Tomaszewski M.A.
- Sprache durch Kunst. Tagung in Essen, Museum Folkwang in Essen 24.4. | Teiln.: Angelika von Tomaszewski M.A.
- Präsentationsveranstaltung von „Kunst und Spiele“, Dortmunder U 1.10. | Teiln.: Angelika von Tomaszewski M.A.

Anlage 11: Publikationen 2015

Publikationen / wissenschaftliche Beiträge / Kurzführer / Beschriftungen

- Ulrich Bock: 120 Objekt- und Überblickstexte für Kurzführer und Audio-guide des Museum Schnütgen
- Marion Euskirchen, Stefan Kleuver, Beate Schneider: Das Ubiermonument – Der verborgene Turm. Römische Geschichte(n) rund um Kölns ältesten Steinbau | Begleitheft für Besucher. Köln 2015
- Matthias Hamann: Köln – Wie geht das? Kleine Stadtgeschichte für Kinder. Köln (Bachem Verlag) 2015.
- Matthias Hamann: Die Familie und das Museum Eine nicht ganz unproblematische Beziehung. In: rheinform. Informationen für die rheinischen Museen, 02/2015, S. 7-12 (http://www.rheinform.lvr.de/media/mediennrheininform/download/rheinform_02-2015_barrierefrei.pdf).
- Susanne Kieselstein (2015): Und dann das Meer. In: Guido Rademacher und Andrea Budde (Hrsg.): Kurzgeschichten aus dem BKS. Berlin (schibri Verlag) 2015, S.124-130.
- Peter Mesenhöller (Hrsg., mit Annemarie Stauffer): Made in Oceania. Proceedings of the International Symposium on Social and Cultural Meanings and Presentation of Oceanic Tapa, Cologne 2014. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing 2015
- Beate Schneider: Arzt und Patient – ein römisches Relief des 1. Jahrhunderts im Römisch-Germanischen Museum | Bild des Monats Juli, zur Ausstellung „Medicus – Der Arzt im römischen Köln“
- Stephanie Sonntag: Schalcken. Gemalte Verführung. Booklet zur Ausstellung in dt. und engl. Sprache. Köln 2015

- Stephanie Sonntag: Schalcken. Gemalte Verführung. Saaltexte zur Ausstellung.
- Stephanie Sonntag: Mit Willi auf der Suche nach den Kerzen. Eine Kinderallye durch die Ausstellung Godefridus Schalcken. Gemalte Verführung. Köln 2015
- Stephanie Sonntag (Red.): Mit den Impressionisten entlang der Seine. Eine Reise durch die eigene Sammlung. Begleitbuch zur Ausstellung. Köln 2015.
- Stephanie Sonntag: Mit Willi unterwegs im Wallraf. Neukonzeption einer Kinder-Rallye mit 32 Stationen. Köln 2015
- Angelika von Tomaszewski (Red.): Booklet zur Ausstellung Alibis. Sigmar Polke. Retrospektive. Köln 2015.
- Angelika von Tomaszewski: Ein Raum für alle. Das ART LAB im Museum Ludwig – Express yourself!. In: rheinform. Informationen für die rheinischen Museen, 02/2015, S. 21-23 (http://www.rheinform.lvr.de/media/medienrheinform/download/rheinform_02-2015_barrierefrei.pdf)

Audio / digitale Präsentationen / Internet

- Ralf Dank: Erstellung und Redaktion des digitalen Newsletters museenkoeln mit 44 Ausgaben
- 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
- Julia Müller: Erstellung und Versand des digitalen Newsletters Bildung mit 15 Ausgaben
- Angelika von Tomaszewski (Red.): Audioguide zur Sonderausstellung Alibis. Sigmar Polke. Retrospektive (Museum Ludwig).

Ausstellungsbeschriftung / Texte / Unterrichtsmaterialien

- Julia Müller: museumsbus koeln. Material zur Vor- und Nachbereitung des Besuchs im Wallraf-Richartz-Museum (Zielgruppe 10-14 Jahre)
- Angelika von Tomaszewski (Redaktion): Joan Mitchell. Her Life and Paintings | Saaltexte (Zielgruppe: erwachsene Ausstellungsbesucher)
- Angelika von Tomaszewski (Text): Neupräsentation der Sammlung des Museum Ludwig | Saaltexte (Zielgruppe: erwachsene Ausstellungsbesucher)

Hands On Materialien

- Museum für Ostasiatische Kunst | Erweiterung der didaktischen Sammlung im Bereich traditioneller Kleidung aus Japan (Hochzeitskimono, Yukata), Objekte und Schautafeln zum Thema Traditionelle Chinesische Medizin | Zielgruppe: Erwachsene, SchülerInnen, Kinder und Jugendliche, Familien.
- Römisch-Germanisches Museum | Erweiterung des Fundus rekonstruierter römischer Gewänder | Erweiterung der rekonstruierten jungsteinzeitlichen Werkzeuge und Materialien | Zielgruppe: Primarstufe Kl. 4, Sek I und II
- Rautenstrauch-Joest-Museum – Kulturen der Welt | Erweiterung der didaktischen Sammlung im Bereich Puppenspiel (Wayang Kulit und Wayang Golek-Figuren) | Zielgruppe: Kinder und Erwachsene
- Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud | Einrichtung von Hands-On-Kinderstationen in der Ständigen Sammlung | Zielgruppe: Kinder ab 4 Jahren
- Museumsbus koeln | Perspektivrahmen, Experimente zu Farbwahrnehmung (Wallraf), Duftproben zu Kölnisch Wasser (Kölnisches Stadtmuseum), Collagematerial zu Thema Vanitas (Museum Schnütgen), Farbkarten und Wortkarten zum Thema Farben und Gefühle (Museum Ludwig), Material zum Thema Esskultur (MAKK)
- Museumsübergreifend für Zielgruppe der Vorschulkinder | Farbpuzzle aus Filz (Museum Ludwig), Handpuppen für Rollenspiel (Wallraf-Richartz-Museum), Materialsammlung zu Formen und Farben (MAKK), Handpuppen (MOK)

Anlage 12: Ausstellungen 2015

- Kölnisches Stadtmuseum | Köln 1914. Metropole im Westen (22.11.2014 – 19.4.2015) | Achtung Preußen! Beziehungsstatus: kompliziert. Köln 1815 – 2015 (29.5. – 25.10.2015) | 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)
- Museum für Angewandte Kunst Köln | Köln 1914. Metropole im Westen (22.11.2014 – 19.4.2015) | SYSTEM DESIGN. Über 100 Jahre Chaos im Alltag (20.1. – 7.6.) | manu factum 2015. Staatspreis für Kunsthandwerk in NRW (22.8. – 11.10.) | LOOK! Modedesigner von A bis Z – Die Sammlung des MAKK (19.9.2015 – 31.1.2016) | Kölner DESIGN Preis (30.10. – 22.11.)
- Museum für Ostasiatische Kunst | Vom Japonismus zu Zen. Paul Klee und der Ferne Osten (18.10.2014 – 1.2.2015) | Boro – Stoffe des Lebens (28.3. – 2.8.2015) | Weißes Gold (9.5. – 13.9.2015) | All about Girls and Tigers. Leiko Ikemura (26.9.2015 – 28.2.2016)

- Museum Ludwig | Alibis: Sigmar Polke. Retrospektive (14.03. – 05.07.2015)
R.H. Quaytman und Michael Krebber (15.04. – 30.08.2015) | Bernard
Schultze. Zum 100. Geburtstag (30.5. – 22.11.2015) | Danh Võ – Ydob eht
ni mraw si ti (1.8. – 25.10.2015)
- Museum Schnütgen | Die Heiligen Drei Könige. Mythos, Kunst und Kult
(25.10.2014 – 25.1.2015) | Auf den Spuren von Reliquien und Heiligen.
Neue Wege zur Kunst des Mittelalters (27.11.2015 – 30.10.2016)
- NS Dokumentationszentrum | Todesfabrik Auschwitz – Topographie und
Alltag in einem Konzentrations- und Vernichtungslager (21.11.2014 –
3.5.2015) | Jugend- und Schülergedenktag (30.1. – 1.3.) | Siegen für den
Führer (22.5. – 4.10.) | August Sanders unbeugsamer Sohn – Erich Sander
als Fotograf im Zuchthaus Siegburg (23.10.2015 – 31.1.2016)
- Rautenstrauch-Joest-Museum – Kulturen der Welt | Madonna trifft Uma.
5 Jahre Museen im Kölner Kulturquartier (16.10.2015 – 31.1.2016)
- JuniorMuseum im Rautenstrauch-Joest-Museum – Kulturen der Welt
Vorurteile sind Einfalt – Welt ist Vielfalt. Eine Ausstellung der Klasse 8b
des Dreikönigsgymnasiums Köln (18.06.-27.9.) | Meine Familie – Meine
Geschichte. (1.12.– 31.12.)
- Römisch-Germanisches Museum | Medicus – Der Arzt im römischen Köln
(1.7. – 1.11.) | Wasser für Roms Städte (26.6. – 11.10.) | Agrippina,
Kaiserin aus Köln (26.11.1015 – 28.3.2016)
- Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud | Die Kathedrale.
Romantik - Impressionismus – Moderne (26.9.2014 - 18.1.2015) |
13 x Sammlerglück – Stillleben und Landschaften des Goldenen Zeitalters
(9.10.2014 – 29.3.2015) | Im blauen Salon: Miniaturporträts um 1800
(14.11.2014 – 1.2.2015) | Dürers Mysterien (12.12.2014 – 22.3.2015)
Werner Herzog & Hercules Segers. Seelenlandschaften (14.4. – 12.7.)
Mit den Impressionisten entlang der Seine – Eine Reise durch die eigene
Sammlung (19.5. – 18.10.) | Giovanni Maria Morandi. Ein Barockkünst-
ler in Rom (2.4. – 28.6.) | Amor & Psyche – Über das Begehren (10.7. –
25.10.) | Provenienz Macht Geschichte – Ankäufe deutscher Zeichnun-
gen des 19. Jahrhunderts im Nationalsozialismus (6.11.2015 - 31.1.2016)
- artothek – Raum für junge Kunst | Vera Hilger: fuzzy sets. Malerei (15.1. –
21.2.) | Julia Bünnagel. Reise um den Tag in 80 Welten (5.3. – 25.4.)
Robert Kraiss - Diana und Aktaion. Zeichnung und Skulptur (14.5. – 20.6.)
| FORT. The Daily Sun. Gewinner des ART COLOGNE Award for NEW POSI-
TIONS (2.7. – 22.8.) | Sebastian Bartel – marks and signs (5.11. – 21.11.)
| Benjamin Ramírez Pérez: „That’s what I’ve been trying to tell you. I can’t
do it.“ (3.12. – 19.12.)

Team (Stand 31.12. 2015)

Direktion

Dr. Matthias Hamann (Direktor)
Dr. Beate Schneider (Stv. Direktorin)
Gisela Hamacher (Sekretariat)
Hildegard Wickerath (Sekretariat)

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)
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)
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: 30.6.
Frank Neweling (Werbe- und Mediaplanung, Events); ab: 1.10.

Verwaltung

Klaus Linz (Verwaltungsleiter)
Beate Hülsken (Verwaltungsmitarbeiterin)
Erika Jäger (Sachbearbeitung NS-Dokumentationszentrum)
Michael Jonetz (Sachbearbeitung Museum kreativ)
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

Recha Allgaier-Honal | Dr. Ines Bachem | Dr. Andreas Baumerich
Morten Bierganns | Annette Binder | Dr. Harald Bortz | Sophie-Laura Boße
Walter Bruno Brix | Annika Burbank | Dr. Till Busse | Dr. Eva-Maria Cahn
Laura Capalbo | Karina Castellini M.A. | Francis Vitalia Cuéllar Cassaretto de
Kissel Diane Ciesielski M.A. | Maurice Cox | Sonja Czoska | Pia Damm 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 Greggersen | 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
Dagmawit Kebede M.A. | 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. | 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
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 Pflingsthorn
Charlotte Pinon | Ludmilla Piters-Hofmann | Andrea Rauffauf-Schäfer M.A.

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
Dr. Uta Schmidt-Clausen | Marion Schulz | Rainer Schulze | Eva Schwering M.A.
Monika Schwingeler | Dr. Masako Shôno-Sládek | Dr. Dirk Soechting | Mara Stahl
Marius Stelzmann | Dr. Elke Stoll-Berberich | Markus Thulin M.A.
Sara Tofmachschan | Hôkô Tokoro | Dr. Alexander Vladykin 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 2015

Herausgeber: Matthias Hamann

Redaktion: Frank Neweling

Adresse: Museumsdienst Köln

Leonhard-Tietz-Str. 10

50676 Köln

museumsdienst@stadt-koeln.de

www.museenkoeln.de/museumsdienst

Wir machen Programm
Museumsdienst Köln

 museumspädagogische Gesellschaft

Museen der

