

Jahresbericht 2018

Zahlen, Programme, Projekte



Museumsdienst Köln

Jahresbericht 2018

Zahlen, Programme, Projekte

Der Jahresbericht des Museumsdienstes Köln dient als Sachbericht gegenüber Zuwendungsgebern und Förderern, gibt den Mitgliedern des Fördervereins Auskunft über die Aktivitäten der Museumspädagogischen Gesellschaft e.V. und erfüllt das Informationsbedürfnis von Partnern und Kollegen aus Bildung und Vermittlung. Er besteht aus fünf Teilen: einem zusammenfassenden Überblick zu 2018 (1), dem generellen und statistischen Überblick zu Bildung und Vermittlung in den Museen der Stadt Köln (2), einem Abschnitt zu übergreifenden Maßnahmen in Marketing und Kommunikation (3), dem Bericht des Fördervereins (4) und einem Anhang mit Einzeldaten und Statistiken (5).

Die Namen folgender städtischer 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
Prae	Praetorium
RGM	Römisch-Germanisches Museum
RJM	Rautenstrauch-Joest-Museum
UM	Ubiermonument
WRM	Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud

Weitere Abkürzungen

B2B	Business-to-Business
B2C	Business-to-Customer
BpB	Bundeszentrale für Politische Bildung
BVMP e.V.	Bundesverband Museumspädagogik e.V.
KKM	Käthe Kollwitz Museum
LVMP NRW e.V.	Landesverband Museumspädagogik NRW e.V.
LVR	Landschaftsverband Rheinland
RVK	Regionalverkehr Köln GmbH
SA	Sonderausstellung
TCM	Traditionelle Chinesische Medizin
TN	Teilnehmer
ZfL	Zentrum für Lehrerbildung
ZMI	Zentrum für Mehrsprachigkeit und Integration

1. Jahresbericht – Überblick

Leitbild

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

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

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

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

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

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

Einführung

Von Beginn an gehört der Museumsdienst zu den wichtigsten Institutionen der Kulturellen Bildung in Köln. 1966 als erste museumspädagogische Facheinrichtung der Bundesrepublik gegründet, zählt er heute zu den drei größten in Deutschland. Er arbeitet für die Museen der Stadt Köln und verantwortet übergreifend Marketing und Kommunikation für den Museumsstandort. Dazu gehören auch Themen der Besucherorientierung.

Die Kölner Vermittlungsarbeit basiert auf den Beständen der städtischen Museen mit ihren historischen, kunst- und kulturhistorischen Sammlungen, die von der Vorgeschichte bis in die Gegenwart reichen und eine lokale, regionale, internationale und außereuropäische Ausrichtung besitzen. Die Kölner Museumspädagogik ist eng in die Programmatik und Konzeption der Präsentationen eingebunden, denn das Sammeln, Bewahren, Erforschen, Ausstellen und Vermitteln von Kunst, Kultur und Geschichte sind komplementäre Arbeitsfelder.

Dauer- und Sonderausstellungen werden in unterschiedlichen Vermittlungs- und Veranstaltungsformaten beleuchtet und befragt. In der Arbeit des Museumsdienstes spiegeln sich Vielfalt und Interessen einer durch Zuwanderung geprägten (Stadt-) Gesellschaft und die Zusammensetzung der auswärtigen Besucherschaft Kölns. So entsteht eine breite Angebotspalette, die lebenslanges Lernen und Erleben der Kölner Museumswelt ermöglicht.

Das Team des Museumsdienstes konzipiert, organisiert und evaluiert Programme und Projekte für alle Zielgruppen, von Familien mit Kleinkindern über Kindergarten- und Schulgruppen, erwachsene Gäste oder Gruppenreisende bis zu Hochaltrigen und demenziell veränderten Mitmenschen. Die Arbeit mit Schulklassen nimmt den größten Raum ein. Die Bildungsarbeit ist stark ausdifferenziert und umfasst alle Methoden der verbalen und medialen Vermittlung.

Um die Angebote breit zu streuen, bespielt der Museumsdienst diverse Kanäle, von Medienkommunikation, Internet und Social Media, bis zu Printmedien und Newslettern. Die Kommunikation erfolgt zielgruppenspezifisch. Für den Museumsstandort konzipiert und organisiert der Museumsdienst übergreifende Werbe- und Kommunikationskampagnen, Messeauftritte, Pressereisen und Events. Zudem konzipiert und koordiniert der Museumsdienst zusammen mit den Museen eine häuserübergreifende Digitalstrategie.

2017 wurde der Museumsdienst mit der Federführung eines der größten Projekte im Rahmen der Kölner Verwaltungsreform beauftragt: »Museen, Menschen, Medien. Neue Strategien für den Museumsstandort Köln«. Dabei geht es um eine Entlastung der Museen durch die Bündelung von Aufgaben an zentraler Stelle und die Entwicklung von Strategien und Maßnahmen des Audience Development. Das Leitprojekt gliedert sich in vier Bereiche: »Shared Services«, »Digitalstrategie«, »Marketing und Kommunikation« sowie »Bildung und Vermittlung«. Der Start erfolgte im Oktober 2018.



26

feste Mitarbeiter
zum 31.12.2018
(+2)

163

freie Mitarbeiter
(+20)

8

Lehrkräfte
in der Museumsschule
(± 0)

1.014.786

135.697

betreute Gäste in 2018

2017: 156.405
2016: 145.946
(-13,24%)

Museumsbesuche in 2018

2017: 1.008.047
2016: 906.119
(+0,67%)



Anteil 2018 in Prozent

13,3

2017: 15,5%
2016: 16,1%
(- 2,2%)

7.783

Veranstaltungen gesamt in 2018

2017: 8.258
2016: 7.782
(- 6,06%)

6.126

Führungen

2017: 6.478
2016: 5.996

61

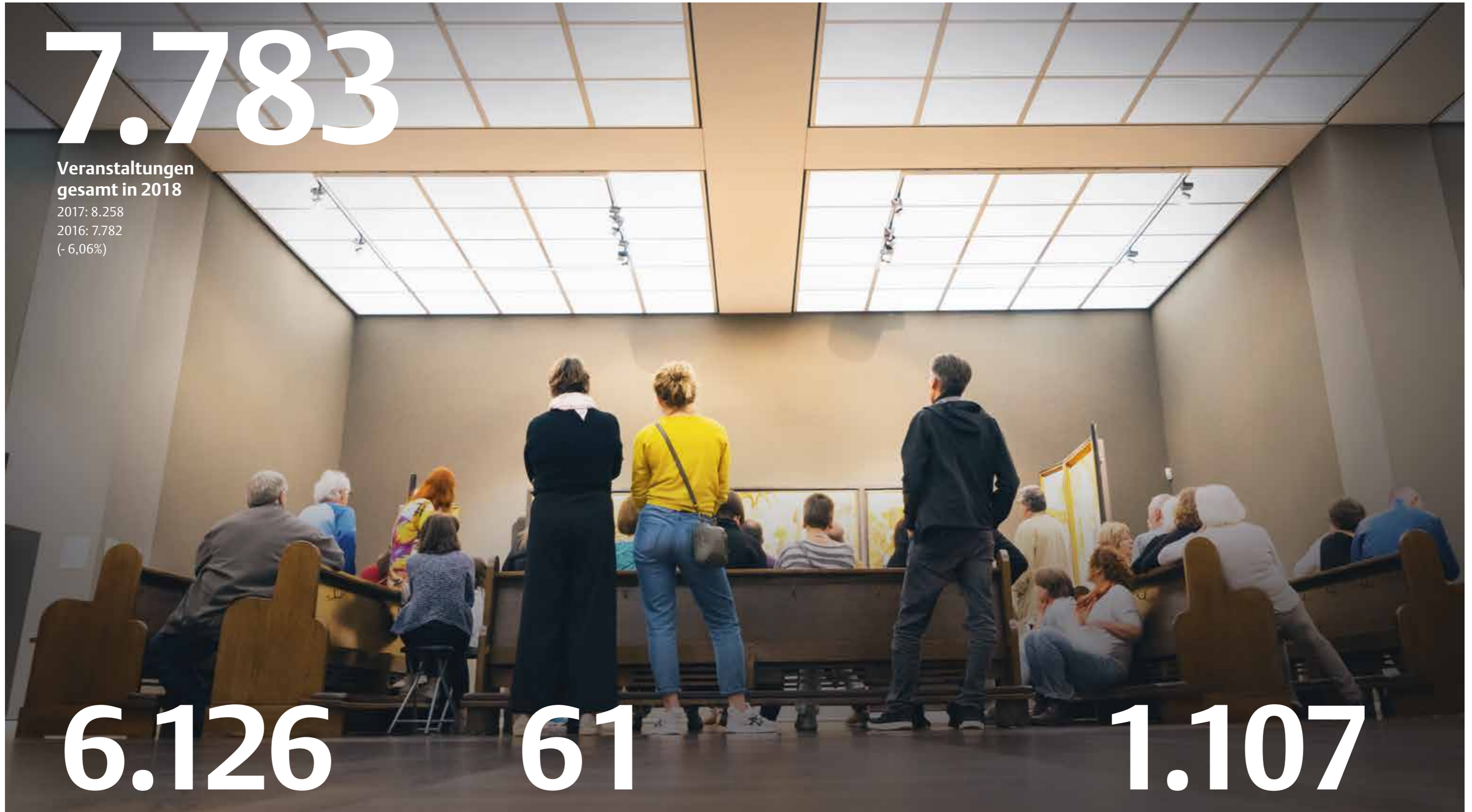
Multiplikatoren- fortbildungen

2017: 55
2016: 86

1.107

Kreativveranstaltungen

2017: 1.196
2016: 1.220



557

Kinder in mehrtägigen Kursen bei »OGS ins Museum«

2017: ca. 500 Grundschüler*innen
2016: ca. 390 Grundschüler*innen

11

projektorientierte Schulpartnerschaften

2017: 10
2016: 11

1.640

Jugendliche im Projekt museumsbus.koeln

2017: 2.164 TN
2016: 2.044 TN





210.000

€ Drittmittel

durch Anzeigenakquise, Fundraising und Sponsoring

2017: € 230.000

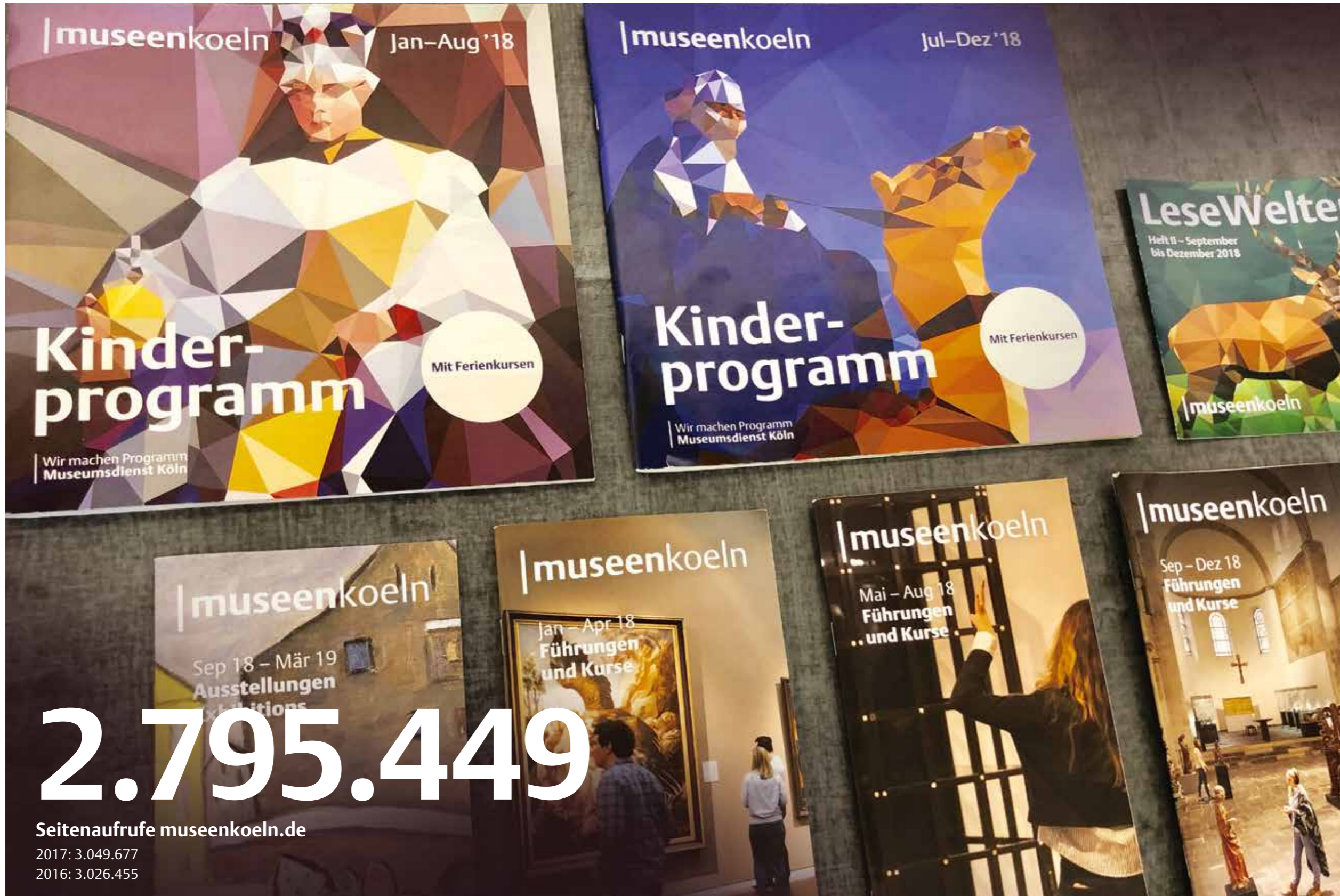
2016: € 210.000

(-9,5%)

Sachmittel im Wert von €

230.000

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



2.795.449

Seitenaufrufe museenkoeln.de

2017: 3.049.677
2016: 3.026.455

8

Publikationen zu
Ausstellungen und
Veranstaltungen

2017: 13
2016: 11

7



**Vorträge und
Lehrveranstaltungen**

2017: 12
2016: 26

61

Kooperationspartner

2017: 66
2016: 61

28+40

Fortbildungen (intern + extern)

2017: 30+42
2016: 35+37

Kennzahlen 2018

- 26 feste Mitarbeiter zum 31.12.2018 (+2)
- 163 freie Mitarbeiter (+ 20)
- 8 Lehrkräfte in der Museumsschule; ± 0
- Veranstaltungen: 7.783 (2017: 8.258; 2016: 7.782); - 6,06%
- Durch MD betreute Besuche 135.697 (2017: 156.405; 2016: 145.946); -13,24%
- Museumsbesuche insgesamt: 1.014.786 Museumsbesuche (2017: 1.008.047; 2016: 906.119); +0,67%
- Anteil durch MD betreute Besuche : 13,3% (2017: 15,5%; 2016: 16,1%); - 2,2%
- 11 projektorientierte Schulpartnerschaften (2017: 10; 2016: 11); + 10%
- € 210.000 Drittmittel durch Anzeigenakquise, Fundraising und Sponsoring (2017: € 230.000; 2016: € 210.000); -9,5%
- Sachmittel im Wert von € 230.000 (Stellung von 2 Fahrzeugen für das Projekt museumsbus.koeln); ± 0

Schwerpunkte 2018 – Bildung und Vermittlung

Im letzten Jahr konnte der Museumsdienst an den Erfolg von 2016 anknüpfen und erreichte die gleiche Gesamtanzahl an Veranstaltungen. Es kamen 2018 jedoch weniger Gäste. 135.697 Besucher*innen nutzten die Bildungsveranstaltungen des Museumsdienstes, 6 % weniger als im Vorjahr. Der Rückgang ist durch mehrwöchige Schließungen mehrerer Museen und die insgesamt geringere Gesamtbesucherzahl zu erklären. Der Anteil an der Gesamtbesucherzahl lag bei 13,3% (2017: 15,5 %; 2016; 2002: 7,3 %). Am deutlichsten stieg der Anteil im NS DOK, gefolgt von ML und MOK. Die stärksten Rückgänge waren im KSM, im RGM und im MAKK zu verzeichnen. Alle drei Häuser waren wegen Sanierungsarbeiten nur eingeschränkt geöffnet.

Besuchszahlen sind jedoch nur einer von vielen Messparametern. Auch die Teilnahme an Tagungen, Nennungen in der Presse, der Vernetzungsgrad, die Anzahl von Vorträgen und Publikationen und die Höhe der Drittmittel sind Teil der Erfolgsmessung. Hier bewegt sich der Museumsdienst auf gleichbleibend hohem Niveau.

Die Stadt Köln durchläuft seit 2017 eine Verwaltungsreform und der Museumsdienst ist dabei eines der Pilotämter. Im Bereich Bildung und Vermittlung wurde eines von vier Teilprojekten begonnen, um Outreachmaßnahmen zu intensivieren, die Bildungsangebote zu diversifizieren und die Qualität zu sichern. Insgesamt geht es um eine Verstetigung von Angeboten. Demzufolge ging auch die Projektarbeit zurück. Der interne Diskussionsprozess um Methoden, Formate und Zielgruppen konzentrierte sich 2018 auf eine Neufassung der Bildungsprogramme für die Primarstufe (2017: Elementarstufe) und für Migrant*innen (neue Angebote auf Türkisch und Kurdisch). Die dank der Drittmittelförderung kostenfreien Programme »museumsbus.koeln« und »KulturGut finden« für Kitas, OGS-Gruppen und Sek I konnten erfolgreich fortgeführt werden. Die 2017 neu gefassten Angebote für Menschen mit Behinderungen wurden fortgesetzt, müssen jedoch intensiviert werden.

Hausbezogen lagen die Schwerpunkte auf einem Ausbau der Kreativangebote für alle Besucher (MAKK; ML; RGM), auf dem Ausbau von Schulpartnerschaften und -kooperationen (NS DOK), der Nutzung von Hands On-Medien (RJM) und der museumspädagogischen Begleitung von Sonderausstellungen (KSM, MAKK, ML und WRM).

Bei der artothek lag der Schwerpunkt in der Gewinnung von Kitas und Förderschulen und auf der Durchführung des Symposiums »1x Kunst bitte!«. Am 06.07. veranstaltete die artothek in Kooperation mit dem Museumsdienst Köln eine Tagung für Kunstvermittler*innen und Interessierte, die in der kulturellen Bildung tätig sind. »1x Kunst bitte« machte anschaulich, wie in Artotheken und Ausstellungshäusern Kunstvermittlung realisiert werden kann. Beispiele aus ganz Deutschland zeigten die Bandbreite der Zielgruppen und die Unterschiedlichkeit der Ansätze auf. Gemeinsam war die Arbeitsweise in Projektform, in der mehrstufige und mehrtägige Annäherungsformen über nahezu ein Jahr verfolgt wurden. Das Symposium wurde unterstützt von LVR, BpB und Stadt Köln.

Schwerpunkte 2018 – Marketing und Kommunikation

Die Verwaltungsreform der Stadt Köln und das zugehörige Projekt »Museen, Menschen, Medien« wird auch die Kommunikationsziele, -strategien und -maßnahmen des Museumsdienstes beeinflussen, denn zukünftig werden übergreifende, den Museumsstandort Köln einerseits und die zur Museumsfamilie gehörenden Häuser andererseits betreffende, Leistungen verstärkt erbracht werden. Im Vorgriff auf die Umsetzung ab 2018/19 wurden daher folgende Eckpunkte für das Reformprojekt »Marketing und Kommunikation« benannt: die Erhöhung der Sichtbarkeit des Museumsstandortes unter der Dachmarke »museenkoeln«, die Intensivierung der Vernetzung der städtischen musealen Institutionen, ein Ausbau des Marketings auf der Rheinschiene sowie die Erarbeitung einer grundsätzlichen Digitalstrategie für den Museumsstandort. Innerhalb des Museumsdienstes und personell erhielt das Aufgabengebiet Marketing und Kommunikation eine neue Struktur. Seit dem Oktober 2018 beinhaltet dieses Sachgebiet die Fachbereiche Medien- und Öffentlichkeitsarbeit, Vertrieb und Besucherservice.

Der Schwerpunkt der Pressearbeit des Museumsdienstes im Rahmen der Medien- und Öffentlichkeitsarbeit war es, das vielfältige Angebot des Museumsstandortes als Ganzes nach außen zu tragen und an die wichtigsten Redaktionen im regionalen und bundesweiten Umfeld zu vermitteln. Weitere Pressethemen waren die kommunikative Begleitung von Events (Museumsfest, Museumsnacht) und von Bildungsthemen. Die übergreifende PR des Museumsdienstes umfasst zielgruppenspezifisch ausgerichtete Broschüren und Newsletter zum Museumsstandort. Der Museumsdienst vertrat den Standort auf mehreren Messen, ging Kooperationen mit neuen Kulturpartnern vor Ort ein, intensivierte die Aktivitäten auf museenkoeln.de, Facebook und Twitter und organisierte übergreifende Events. Dank der Einbindung in die Beiräte von KölnTourismus und Stadtmarketing e.V. konnte die Zusammenarbeit intensiviert werden.

Inhaltlich bestimmte das von KölnTourismus ausgegebene Schwerpunktthema #Culinary Cologne die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. In diesem Rahmen sollten neben den altbekannten und traditionellen Kölnsujets moderne Themen aufgegriffen und Sehenswertes abseits der touristischen Pfade in den Fokus gerückt werden. In diesem Kontext konnten die Aktivitäten in den Social Media-Kanälen insgesamt intensiviert werden. Im Blog von KölnTourismus erschien ein Beitrag zu Essen und Kunst in Köln, in dem die Cafés in verschiedenen Kölner Museen vorgestellt wurden. Die neuen Kooperationen mit Kulturpartnern sorgten für eine bessere Vernetzung vor Ort und eine bessere Wahrnehmung in den sozialen Netzwerken.

Schwerpunkte 2018 – Netzwerk Kulturelle Bildung

Der Museumsdienst ist von Beginn an in die Entwicklung und Fortschreibung des städtischen Gesamtkonzepts »Kulturelle Bildung in Köln« eingebunden. Die Federführung hierzu liegt seit 2011 beim Amt für Schulentwicklung. In kooperativer Zusammenarbeit ist der Museumsdienst kontinuierlich in der Planungsgruppe eingebunden und engagiert.

Vor allem die Projekte »Kulturrucksack NRW« und »Musenkuss Köln« sind hierbei stadtweit relevante Vorhaben. Die Plattform musenkuss-koeln.de hat sich zum Ziel gesetzt, das Kölner Internetportal für Angebote der kulturellen Bildung zu werden. Seit 2015 offeriert die Plattform kulturelle Bildungsangebote für Kinder und Jugendliche (von fünf bis zwölf Jahren) in unterschiedlichen Kunstsparten und spartenübergreifenden Formaten. Das Angebot wächst beständig, zuletzt um die Bereiche Fortbildungen und Vermittlungsangebote für Multiplikatoren der kulturellen Bildung. Im Aufbau befindet sich der Angebotsbereich für Erwachsene und Senioren. In der Neuauflage des Kulturentwicklungsplans ist die Erhöhung der Reichweite des Portals als Ziel benannt.

In der Landesfördermaßnahme »Kulturrucksack NRW«, das Projekte im Sozialraum für die Zielgruppe der 10-14 Jährigen außerhalb von Schule ermöglicht, ist der Museumsdienst dauerhafter Kooperationspartner, fachlich begleitend tätig und Teil der Fachjury. Das Vorhaben startete 2012 mit ca. 50 Projekten. Nach nunmehr sechs Jahren Praxis zeigt sich, dass das gesamte Angebotsspektrum erweitert werden konnte und die teilnehmenden Kommunen auf vielfältige Weise von den geschaffenen Kooperationen profitieren. Das Programm versteht sich als Impuls der Landesregierung für lokale und überregionale Netzwerke der kulturellen Bildung speziell für die genannte Altersgruppe. Damit ist der Kulturrucksack ein wichtiges Instrument, auch bildungsfernen Kindern und Jugendlichen einen Zugang zu Kunst und Kultur zu eröffnen. Die Landesförderung betrug 2018 rd. € 190.000, womit in Köln 43 Projekte ermöglicht wurden und insgesamt rund 1.000 aktiv Teilnehmende in mehrtägigen und mehrwöchigen Kulturprojekten erreicht werden konnten. Darüber hinaus werden in den öffentlichen Projektpräsentationen weitere Kinder und Jugendliche und deren Familien angesprochen.

Darüber hinausgehende Aufgaben des Museumsdienstes im Netzwerk der Kulturellen Bildung sind u.a. die Projektberatung der RheinEnergie Stiftung Kultur und die Zusammenarbeit mit der Kölner Freiwilligenagentur und der dort verankerten Initiative »LeseWelten Köln«. Hier wurde ein zusätzliches Projekt gezielt für Kinder mit Fluchterfahrung und ihre Familien auf den Weg gebracht, das nach einer Pilotphase 2018 Kinder auch im kreativen und kulturellen Kontext der Museen mit Literalität erfolgreich vertraut macht.

2. Ziele, Aktivitäten, Maßnahmen 2018

2.1 Bildung und Vermittlung

Leitlinien

Die Bildungsarbeit des Museumsdienstes Köln basiert auf den Sammlungen und Sonderausstellungen der Museen der Stadt Köln und ist an den Interessen des Publikums ausgerichtet. In Einzelfällen erfolgen Brückenschläge zwischen den Museen und dem Stadtraum sowie Bildungsarbeit direkt in den Stadtvierteln.

Der hohe Anspruch beim Publikum verlangt Steuerung. Daher sind die Aufgaben an übergreifenden Zielen und strategischer Planung ausgerichtet. Die Maßnahmen werden nach Kriterien von Nachhaltigkeit und Kostenaspekten evaluiert. Grundlage dafür ist ein Bildungskonzept, an dem sich Programme, Projekte und Veranstaltungen ausrichten.

Die Kölner Museumspädagogik fördert den aktiven Umgang mit Wissen und Werten, vermittelt Selbstkompetenz, ermöglicht Teilhabe, spiegelt die gesellschaftliche Vielfalt, ist für alle Altersstufen wirksam und bezieht eine Vielzahl von Kooperationspartnern ein. All diese Prinzipien tragen das Motto des Museumsdienstes: Wir machen Programm.

Leitlinien des Bildungskonzepts:

- Sammlungsbezug
- Nachfrageorientierung
- Kompetenzorientierung
- Empowerment
- Partizipation
- Diversität
- Lebenslanges Lernen
- Vernetzung

Bildungsprozesse

Die kulturelle Überlieferung aus zwei Jahrtausenden und die Vielfalt der Künste sorgen in Köln für eine hohe Dichte an Museen und deren Verzahnung mit unterschiedlichen Kunstsparten. Allerdings liegen die Museen fast alle in der Stadtmitte und müssen gezielt aufgesucht werden. Umso wichtiger ist eine Verbindung zur Lebenswirklichkeit der Besucher*innen.

Vermittlung sollte den Erwartungshorizont und die Motivation der Besucher*innen spiegeln. Der Museumsdienst eröffnet dem Publikum Wege, mit allen Sinnen Kunst und Kultur wahrzunehmen, Erkenntnisse zu verbreitern, sie zu vertiefen und selbstbestimmt neue Perspektiven zu erschließen. Dies geschieht mit vielfältigen Methoden.

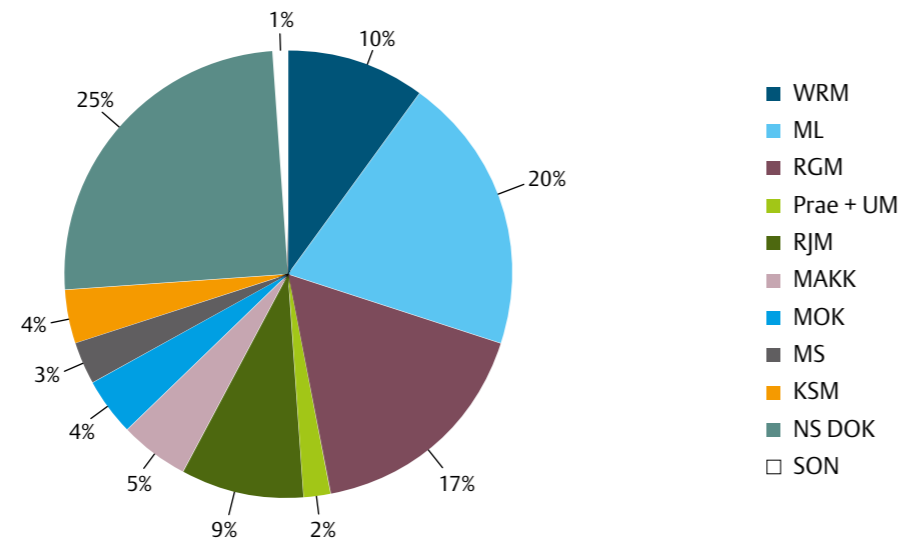
Die Angebote sind an der Nachfrage ausgerichtet, zumal sich das Publikum in seinen Interessen und seinem Vorwissen ständig weiter ausdifferenziert. Museale Präsentationen und deren mediale und personale Vermittlung sind in Zukunft noch stärker inklusiv und partizipativ zu gestalten, um die gesellschaftliche Diversität abzubilden.

Veranstaltungen 2018

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

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

Gesamtverteilung der Veranstaltungen 2018



Orte

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

Die Kölner Vermittlung des kulturellen und historischen Erbes möchte dem Bedürfnis der Besucher nach Authentizität entgegen kommen, ohne auf eine Imitation von Geschichte zu setzen. In der Arbeit für die drei Museen geht es um Erkenntnisgewinn zu Prozessen der Vergangenheit und Handlungsperspektiven für Gegenwart und Zukunft.

Dies prägt die rezeptive und aktive Auseinandersetzung mit den Originalen. Ihre Verortung in politische, soziale, kulturelle, ökonomische und ökologische Prozesse erfolgt dialogorientiert, wobei die materiellen 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.

Die Gegenüberstellung von historischen Zusammenhängen und Prozessen der Gegenwart weckt und vertieft das Verständnis für Geschichte. Eine besondere Bedeutung kommt dabei der Aufarbeitung der NS-Zeit zu. Sie folgt den Prämissen politischer Bildung. Die Kombination von Gedenkstätte und Museum im NS DOK bietet die Chance, die NS-Vergangenheit Kölns als Beispiel von Stadtgeschichte zu zeigen

Kunstsammlungen (MAKK, ML, MS, WRM, artothek)

Die Sammlungen europäischer Kunst in Kölner Museumsbesitz verteilen sich auf fünf Häuser und umfassen einen Zeitraum von etwa 1.500 Jahren. Sie spiegeln die Epochen und Facetten der abendländischen Kunstgeschichte vom frühen Christentum bis in die unmittelbare Gegenwart und umfassen alle Gattungen und Materialien der bildenden Kunst.

2018 im Fokus:
neue Kreativprogramme im MAKK und RGM
Vermittlungskonzept Weidener Grabkammer

Die Kölner Vermittlungsarbeit macht deutlich, dass Kunst immer schon an politische, wirtschaftliche, religiöse und gesellschaftliche Umstände gebunden war, seit der Renaissance ein individuelles Künstlertum hinzutrat und in der jüngeren Vergangenheit eine autonome Betrachtung hinzukommt. Daher wird der schöpferische Prozess als zeitgebunden vermittelt.

Gleichwohl gilt es, gerade vor dem Hintergrund politisch-gesellschaftlicher Funktionen von Kunst und Kultur, deren ästhetischen Eigenwert zu betonen. So haben die Besucher*innen in Köln vielfach die Möglichkeit, selbst kreativ zu werden. Praxisangebote für alle Alters- und Zielgruppen sind elementarer Bestandteil der Kunstvermittlung.

Auch die artothek gehört zu den vom Museumsdienst betreuten Einrichtungen. Mit ihren zahlreichen Ausstellungen vermittelt sie junge künstlerische Positionen. Zugleich kann das Publikum dort Kunstwerke entleihen. Dies nutzt der Museumsdienst für Projekte und Programme mit Kitas, Schulklassen und Bürgerzentren.

Außereuropäische Sammlungen (MOK, RJM)

Köln besitzt zwei Museen mit außereuropäischen Sammlungen. Das Museum für Ostasiatische Kunst widmet sich den Gattungen der bildenden Kunst in China, Japan und Korea, das Rautenstrauch-Joest-Museum zeigt die Kulturen der Welt unter ethnologischen Prämissen. Beide Häuser erfordern eine jeweils eigenständige Herangehensweise in der Vermittlungsarbeit.

Sie setzt im Museum für Ostasiatische Kunst auf Angebote, die dem Wissenserwerb zu ostasiatischen Gesellschaften, ihrer Kulturgeschichte und ihrer ästhetischen Wertesysteme dienen. Neben klassischen Bildungsformaten spielen hier kreative Angebote eine sehr wichtige Rolle. Dabei steht die Übung tradierter künstlerischer Techniken im Fokus. Ein zweiter Schwerpunkt sind Angebote rund um Qi Gong oder TCM.

Das Rautenstrauch-Joest-Museum versteht sich als Ort des interkulturellen Dialogs und behandelt übergreifende und aktuelle Fragen der *conditio humana*. 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.

Museumspädagogische Räume

Kreative Vermittlungsangebote brauchen Werkräume und Lagermöglichkeiten für Hands On-Objekte, andere Formate erfordern Seminar- und Präsentationsräume. Daher unterhält der Museumsdienst in den Museen neun Kursräume und kann in drei Museen Ausstellungsflächen für Projekt- und Themenpräsentationen nutzen.

Zusätzlich schaffen die Museen für ihre Sonderausstellungen oder auch in Bereichen der Dauerausstellungen Aktionsflächen, in denen das Publikum sich dem Thema eigenständig oder im Rahmen von Veranstaltungen nähern und selbst kreativ arbeiten kann. So wird die Haltung des Publikums sichtbar. Seit mehreren Jahren arbeitet der Museumsdienst verstärkt im Outreach.

2018 im Fokus:

Andy Warhol; Designvermittlung (MAKK) | Gabriele Münter; kunst:dialoge (ML) | Es war einmal in Amerika (WRM)

2018 im Fokus:

Angebote für das Graphische Kabinett (WRM)
Angebote für Blinde und Sehbehinderte Menschen (MS)

2018 im Fokus:

Arbeit mit Senior*innen
Tagung »1 x Kunst, bitte!«

2018 im Fokus:

Alles unter dem Himmel

2018 im Fokus:

Fast Fashion

Präsentationsflächen:

ART Lab (ML)
Ausstellungsfläche »im Gewölbe« (NS DOK)
Blickpunkt (RJM)

Elementarstufe:
»Kita ins Museum«

OGS:
»Kultur gut finden«

Sek I:
museumsbus.koeln

Verhältnis:
Programmanteil 96 %
Projektanteil: 4 %

Anzahl 2018:
Fest angestellt: 12
Freiberuflich: 163 (+20),
darunter zahlreiche Kreative

2018 im Fokus:
Sonderausstellungen
(KSM, MAKK, ML und WRM)
Veranstaltungen für Erzieher
(alle Museen)
Türkischsprachige Führungen
(alle Museen)

Formate:
Führungen
Fortbildungen
Lesungen
Zeitzeugengespräche
Akademieprogramm
Visual Thinking Strategies

In drei Programmen werden die Bereiche Elementarstufe, Primarstufe und Sekundarstufe I betreut. Alle Outreach-Maßnahmen sind in das große Vorhaben »Museen, Menschen, Medien« der 2017 gestarteten Verwaltungsreform der Stadt Köln eingebettet und werden in diesem Kontext um das Vorhaben »Mobiles Museum« erweitert.

Formate

Eine zunehmend pluralistische Besucherschaft und die steigende mobile Mediennutzung stellen den Museumsdienst in der personalen und der medialen Vermittlung vor vielfältige Aufgaben. 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 über Drittmittel. Die Finanzierung medialer Vermittlungsangebote erfolgt über die Museen.

Personale Vermittlung

Hier liegt der Schwerpunkt der Bildungsarbeit des Museumsdienstes. Der direkte Dialog mit dem Publikum in individuell abgestimmten Führungen, Workshops, Kursen und Gesprächen lässt sich kompetenz- und nachfrageorientiert gestalten. So kann eine Ausrichtung an den Besucherinteressen erfolgen. Entdecken, Erleben, Wohlfühlen, Auftanken und Lernen stehen im Zentrum. Zugleich sorgt der Austausch mit Besucher*innen für nachhaltige Weiterentwicklung.

Oftmals ist das Vermittlungserlebnis entscheidend dafür, ob Gäste ihren Besuch als gelungen bewerten. Daher hat das Qualitätsmanagement einen großen Stellenwert. Die auf Honorarbasis arbeitende Kolleg*innenschaft kann daher kontinuierlich Fortbildungsangebote wahrnehmen, die auf spezifische Objektexpertise und methodische Kompetenzen abzielen.

Den größten Anteil der personalen Vermittlung haben die **verbalen Angebote**. Dabei gehen die Mitarbeiter*innen stets vom Objekt und seinem Kontext aus und bieten den verschiedenen Zielgruppen sinnlich-ästhetische Zugänge und kritisch-reflektierende Herangehensweisen. Der objektzentrierte Vermittlungsansatz wird dem jeweiligen Schwerpunkt des Museums gerecht und verdeutlicht die Wechselwirkungen von Real- und Ideengeschichte über die Jahrhunderte hinweg.

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

Der zweite Bereich der personalen Vermittlung umfasst die handlungsorientierten Angebote. Unter handlungsorientierter Vermittlung sind alle Formate zu verstehen, bei denen die Besucher selbst aktiv werden und dabei spielerische, experimentelle, handwerkliche oder kreative und künstlerische Zugänge erproben bzw. nutzen.

Handlungsorientierte Formate im Portfolio des Museumsdienstes sind mehrstündige Werkstätten für Kindergärten und Schulklassen, Kurse für Kinder, Jugendliche und Erwachsene an den Wochenenden, abends oder in den Ferien, offene Ateliers zu Ausstellungen oder Events und Geburtstage für Kinder.

Mediale Vermittlung

Gerne nutzen Museumsgäste Ausstellungsbeschriftungen, Audioguides und andere digitale Präsentationen, Handreichungen, Kinderführer und ähnliches. Bei Bedarf entwickelt der Museumsdienst daher Vermittlungsmedien für Dauer- und Sonderausstellungen. Dabei ist zwischen Pflicht- und Kürprogramm zu unterscheiden. Zur Pflicht zählen Ausstellungsbeschriftungen und Audioguides.

Für Ausstellungstexte sollten Standards gelten, die auf eine leichte Verständlichkeit, einen barrierefreien Zugang und Zweisprachigkeit abzielen. Bei diesen Standards orientiert sich der Museumsdienst 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 Leichter und Einfacher Sprache werden in den kommenden Jahren verstärkt bereitgestellt.

Sieben städtische Museen haben mehrsprachige Audioguides, an deren Entwicklung die Museumspädagog*innen beteiligt sind. So können unterschiedliche Zielgruppen die Ausstellungen selbstbestimmt erkunden. Die Nutzung von Devices für Vermittlungsformen werden zunehmen, daher ist für Köln die Einbettung von Bildungsthemen und -angeboten in einer übergreifenden Digitalstrategie mitzudenken. Eine Digitalstrategie wird im Leitprojekt »Museen, Menschen, Medien« entwickelt.

Die Erstellung von Materialien für Lehrkräfte und Schulklassen wird der Museumsdienst in den kommenden Jahren fortführen und dabei verstärkt auf 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 zunehmend digital greifbar sein.

Eine Besonderheit der Kölner Museumspädagogik stellen die museumsdidaktischen Sammlungen dar. In sechs Museen können Besucher originale Artefakte oder Repliken, die der Museumsdienst verwaltet, berühren, in die Hand nehmen oder anziehen und damit auch über den Tastsinn wahrnehmen. Die Objekte kommen in unterschiedlichen Veranstaltungsformaten zum Einsatz und eignen sich insbesondere für inklusive Angebote.

2018 im Fokus:
Praktische Kurse (MOK)
Neue Formate:
Trickfilm (MAKK)
Kunst zum Klingen bringen
(MOK, WRM, ML)

Formate:
Werkstätten
Kurse
Offene Ateliers
Kindergeburtstage

2018 im Fokus:
Designvermittlung und
Kinderbuch: Überall design.
Und wir mittendrin (MAKK)

2018 im Fokus:
34 mal Design mit verschiedenen
Touren möglich (Kinder,
Erwachsene, blinde und
sehbehinderte Menschen (MAKK)

2018 im Fokus:
Museumstasche in den
Kunstmuseen

Zu den medialen Vermittlungselementen zählen auch Entdeckerrucksäcke, Materialien zur Ausleihe an den Informationstheken und die Museumstasche. Sie ist im engem Austausch mit Peergroups entstanden und kommt in den Kunstmuseen zum Einsatz. Die Museumstasche ermöglicht kreatives Schreiben, Schauspielübungen, Sprach- und Suchspiele. Sie eignet sich besonders für nonverbale Vermittlung, Sprachförderung und niederschwellige Angebote.

Vermittlung in Projekten

Projekte sind Keimzellen für Innovation. 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 Multiplikator*innen, Familien, Jugendlichen und jungen Erwachsene sowie Schulklassen zu unterscheiden.

2018 im Fokus:
Fast Fashion (RJM)
Trash Fashion (MAKK)
Colonia Code (RGM)

Zielgruppen

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

Für den Museumsdienst ist es daher wichtig, 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 wenig inspirierender Ort der Hochkultur. Museen sollten als Erlebnisorte erfahrbar sein. Die Vermittlungsarbeit hat daran einen entscheidenden Anteil, insbesondere, wenn sie die Besucher*innen auf seinem Lebensweg begleitet.

Kindergärten

Der Museumdienst verfolgt das Prinzip des lebenslangen Lernens. Daher setzen die Angebote in den Kölner Museen bereits vor Schulbeginn ein und bieten schon Kindern ab 5 Jahren eine spannende und altersgerechte Auseinandersetzung mit Kunst und Kultur. Der gezielte Einsatz handlungsorientierter Methoden ermöglicht es ihnen, das Museum als Lern- und Erlebnisort selbständig zu entdecken. Dies sorgt für eine positive Erinnerung an den Besuch.

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

Mit Ausnahme des NS DOK ist ein Vorschulprogramm in allen Museen buchbar. Die Finanzierung der 90-minütigen Veranstaltungen erfolgt durch Teilnahmepauschalen. Für Kindergartengruppen aus belasteten Sozialräumen hat der Museumsdienst zusammen mit einer Stiftung ein weiteres Angebot aufgelegt: »KulturGut finden – Kitas ins Museum«. Das kostenfreie Outreach-Programm bietet eine spannende und altersgerechte Auseinandersetzung mit Kunst und Kultur und unterstützt den Selbstbildungsprozess.

In Kooperation mit kommunalen Partnern und freien Trägern finden zudem regelmäßig Fortbildungsveranstaltungen für Erzieher*innen statt, um ihnen die Kölner Museen und deren Möglichkeiten vorzustellen. Häufig sind sie selbst »Museumsanfänger«, daher geht es in den Veranstaltungen darum, den unbekanntem Ort Museum vertraut zu machen. Die Fortbildungen sind kostenlos und finden abwechselnd in verschiedenen Häusern statt, wobei die historischen Museen das meiste Interesse finden.

Schulklassen

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

Die Aufgabe, Museumsinhalte für die verschiedenen Zielgruppen bedarfs- und kompetenzorientiert auszuarbeiten und zu evaluieren, liegt bei den Pädagog*innen des Museumsdienstes. Schule ist dabei eine von mehreren Zielgruppen und hat sehr großen Differenzierungsbedarf. Die Programme werden für alle Schulformen und -stufen entwickelt und orientieren sich an den curricularen Vorgaben in NRW und den Möglichkeiten in den Museen.

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

2018 im Fokus:
Sprachförderung
Neues Angebot: Jiro und der
Kranich (MOK)

Führungen des MD:
2018: 6.126
2017: 6.478
2016: 5.996

Workshops des MD:
2018: 689
2017: 762
2016: 822

Unterricht der Museumsschule
2018: 11.640 TN
2017: 12.880 TN
2016: 11.318 TN

Fortbildungen der Museumsschule:
2018: 26
2017: 18
2016: 28

Einsatzorte:

KSM, ML, MS, NS DOK, RGM, RJM
und WRM

Auswärtige Schulen buchten
2018 vermehrt Spezialthemen,
beispielsweise das Angebot »Zwei
Orte – ein Thema« (in Koop. Mit
dem Gedenkort Vogelsang.

Anteil der Sonderausstellungen an
schulischen Veranstaltungen:

2018: 2%
2017: 2%
2016: 2%

Museumsbus Köln

2018: 1.640 TN
2017: 2.164 TN
2016: 2.044 TN

Newsletter-Abonnenten:

2018: 766
2017: 3.200
2016: 3.000

Die Fachaufsicht bei der Museumsschule liegt bei den wissenschaftlichen Referent*innen des Museumsdienstes. Sie arbeiten die Lehrkräfte ein und sorgen für permanente Begleitung und Beratung. Die verschiedenen Elemente der Fachaufsicht laufen bei der Direktion des Museumsdienstes zusammen. Die Dienstaufsicht liegt beim Schulentwicklungsamt und bei der Bezirksregierung Köln.

Im Schulangebot unterscheidet der Museumsdienst Programme und Projekte. Programme wenden sich in Form von Führungen und Werkstätten vornehmlich an Klassenverbände. Für die ein- bis dreistündigen Veranstaltungen werden Teilnahmepauschalen erhoben. Daneben setzt der Museumsdienst Projekte um. Sie sind anlassbezogen und haben experimentellen Charakter. Die Projekte sind in der Regel über Drittmittel finanziert, werden evaluiert, dokumentiert und publiziert.

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 meist in Dauer-, nicht in Sonderausstellungen. Dort ist der Eintritt generell kostenlos und die Anbindung an den Lehrplan einfacher. Vor allem in den Fächern Kunst, Geschichte und Sachunterricht bieten die Sammlungen wertvolle Ergänzung, unmittelbares Anschauungsmaterial und echte Inspiration für den Unterricht. Sammlungen mit hoher Attraktivität für Schulen sind KSM, NS DOK, ML, RGM und RJM.

Klassen der Primarstufe gehen überproportional häufig in das KSM und das RJM. Das MAKK und seine Bestände sind für Berufsbildende Schulen interessant. Weniger stark von Schulen besucht werden MOK und MS, denn dort fehlen oft die schulischen Themen. Ausländische Schulklassen besuchen insbesondere in den Wochen vor den Sommerferien ML, RGM und RJM, Klassen aus anderen Bundesländern NS DOK, ML und RGM.

Seit 2015 läuft das Projekt »museumsbus koeln«. Ein von der RVK gestellter Linienbus bringt Schulkassen aus dem Kölner Umland (Rhein-Sieg-, Rhein-Erft- sowie Rheinisch-Bergischer Kreis, Kreis Euskirchen und Oberbergischer Kreis) in die Kölner Museen. Es handelt sich für die Schüler*innen der Klassen 5 bis 8 oftmals um einen Erstbesuch, der dank des Engagements von Kreissparkasse Köln, der Kulturstiftung der Kreissparkasse Köln und der Museumspädagogischen Gesellschaft e.V. kostenlos erfolgt.

Alle Programme sind online buchbar, eine individuelle Beratung findet auf Anfrage statt. Neue Themen und Angebote werden über Informationsveranstaltungen für Lehrkräfte vorgestellt und zudem über einen Newsletter kommuniziert. Demgegenüber beraten die Lehrer*innen der Museumsschule individuell und führen ihren Unterricht in enger, direkter Kooperation mit den Lehrkräften durch.

Multiplikator*innen

Bei Fortbildungen in den Museen lernen Lehrkräfte und andere Multiplikator*innen neue Präsentationen und Fragestellungen kennen, erwerben Kompetenzen für die eigene Vermittlungsarbeit am außerschulischen Lernort und vertiefen vorhandenes Wissen. Gleichzeitig tragen die Fortbildungen dazu bei, im Dialog mit den Lehrkräften schulische Bedarfe zu ermitteln. Die Veranstaltungen werden oft von Museumsdienst und Museumsschule gemeinsam konzipiert.

Die Kölner Museumspädagogik pflegt die enge Zusammenarbeit mit Lehrkräften aus dem Herkunftssprachenunterricht und aus inklusiven Schulen sowie mit Studienseminaren, die für die Referendarausbildung zuständig sind. Im Zentrum stehen die Vorstellung und Diskussion von neuen Methoden und Themen, die für die zukünftige Schulentwicklung (Inklusion, Kompetenzorientierung, Zentralabitur, G8/G9) relevant sind. Wichtig ist v.a. der Kontakt zum Lehrkräftenachwuchs in den Studienseminaren.

Die dritte Kategorie von Fortbildungen betrifft nichtschulische Partner. Hierzu zählen Betreuungskräfte aus dem Offenen Ganztage, Ehrenamtliche aus der Flüchtlingshilfe und touristische Guides. 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.

Partnerschulen und Hochschulen

Langfristige Kooperationen mit Schulen, Universitäten und Bildungseinrichtungen sind für eine nachhaltige Entwicklung von Programmen und Konzepten entscheidend. Der Museumsdienst kooperiert mit mehreren Partnerschulen und Hochschulen in NRW und darüber hinaus, um 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.

Aus den Schulpartnerschulen des Museumsdienstes – oftmals orientiert an den Vorgaben des Landes NRW – entstehen Projekte für Lehrkräfte und Klassenverbände, mitunter auch für einzelne Schülerinnen und Schüler, in denen zu Ausstellungen oder zu bestimmten gesellschaftlichen Themen gemeinsam Inhalte und Fragestellungen erarbeitet werden. Diese partizipatorischen Projekte zielen auf eine Fortentwicklung unterschiedlicher Kompetenzen und münden in der Regel in eine öffentlichen Präsentation.

Die Zusammenarbeit mit Lehrenden und Studierenden an Hochschulen geschieht über Fachvorträge oder Seminarveranstaltungen, in deren Rahmen der Museumsdienst seine Arbeit vorstellt. So können Studierende mit der Berufspraxis vertraut werden und Lehr- bzw. Forschungsinhalte mit der musealen Realität verbinden. Daraus erwachsen oftmals Abschlussarbeiten, die die Arbeit des Museumsdienstes untersuchen und damit zur Qualitätssicherung beitragen.

Fortbildungen gesamt

2018: 61
2017: 55
2016: 86

Studienseminare

2018: 6
2017: 5
2016: 6

2018 im Fokus:

Fortbildungen zum
Ubirmonument |
Museumsbesuche für
Geflüchtete

2018 im Fokus

Univ. zu Köln (Public History)
Univ. Düsseldorf (Kunstgeschichte)
Univ. Heidelberg
(Mehrsprachigkeit)

Partnerprojekte

2018: 5
2017: 10
2016: 11

Offene Ganztageeinrichtungen

Für Einrichtungen, die Grundschulkinder im Offenen Ganztage betreuen, sind die Kölner Museen sehr geeignete Orte. Sie nutzen vor allem Freizeitangebote in den Schulferien. Der Museumsdienst hat daher Möglichkeiten für einmalige und halbwochliche Angebote entwickelt. Der einmalige Museumsbesuch verbindet in der Regel eine themengeleitete Tour durch die Dauerausstellung mit Werkstattangebot und zielt auf Erkunden einer für die Kinder oftmals neuen Welt.

Das zweite Format ermöglicht Kindern und Jugendlichen aus dem belasteten Sozialraum eine kostenlose Teilhabe am kulturellen Leben Kölns. Während der Ferien können sie in jeweils dreitägigen Workshops eines der Museen kennenlernen und sich in ihrem Umfeld mit Kultur und Geschichte der Stadt Köln auseinandersetzen: Auf den eintägigen Museumsbesuch folgen zwei bis drei Tage in der Einrichtung zur praktisch-kreativen Vertiefung. Das Angebot verbessert Bildungsqualität und Chancengleichheit.

Kinder und Familien

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

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

Den Sonntag nutzen Familien gerne, um die Museen gemeinsam zu besuchen. Daher ist es ein sehr geeigneter Tag für generationenübergreifende Formate, und folglich veranstaltet der Museumsdienst jeweils sonntags Familienprogramme. Die beliebtesten hierbei sind Führungen (**Sternstunden** oder **Kunst + Frühstück**), die kindgerecht jeweils mehrere Werke vermitteln. Die Veranstaltungen sind dialogisch aufgebaut und widmen sich in der Regel den Objekten in den Dauerausstellungen.

LeseWelten heißt eine Veranstaltungsreihe in den Museen, die Vorlesen und konkrete Erläuterungen zu Objekten miteinander verbindet. Der Museumsdienst kooperiert dabei mit der Initiative LeseWelten der Kölner Freiwilligenagentur e.V.

OGS ins Museum
2018: 557 TN
2017: 650 TN
2016: 500 TN

Formate
MuseumKinderZeit
Die Jungen Entdecker
Sternstunden
Kunst+Frühstück
LeseWelten
Ferienkurse
Kindergeburtstage

MuseumKinderZeit
2018: 43 (353 TN)
2017: 35 (242 TN)
2016: 36 (269 TN)

Junge Entdecker
2018: 45 (361 TN)
2017: 48 (493 TN)
2016: 40 (397 TN)

In den Oster-, Sommer- und Herbstferien organisiert der Museumsdienst an den Werktagen mehrstündige, altersgerechte Kurse, die den Museumsbesuch mit einem kreativen Anteil kombinieren. Jährlich finden über 40 **Ferienkurse** statt. Angesichts der immer stärker werdenden organisierten Ferienbetreuung, der Berufstätigkeit beider Elternteile und der starken Konkurrenz durch andere Anbieter wird der Museumsdienst verstärkt auf Ganztages- oder Wochenangebote setzen.

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

Erwachsene

Die in Köln dominierenden Sammlungsschwerpunkte Kunst, Kultur und Geschichte sorgen für einen großen Zustrom bildungsaffiner erwachsener Besucher*innen der Zielgruppe 50+. Die Vermittlungsarbeit des Museumsdienstes berücksichtigt aber auch kulturfernere Schichten, jüngere Berufstätige und Menschen mit Einschränkungen. Im Rahmen des Leitprojektes »Museen, Menschen, Medien« wird hier zukünftig ein noch stärker diversitätssensibles Angebot geschaffen.

Der Museumsdienst bietet für jedes Museum zahlreiche Führungsthemen an. Nach wie vor den größten Anteil hat die klassische Führung, in der sich Erwachsene aus unterschiedlichen Generationen begegnen. Der Museumsdienst offeriert Führungsthemen zu den Dauer- und fast allen Sonderausstellungen, die gebucht werden können. Für Individualgäste gibt es zahlreiche öffentliche Veranstaltungen. Die Zahl der Veranstaltungen konnte deutlich gesteigert werden. Dies hängt mit der Ausdifferenzierung des Gesamtprogramms für neue Zielgruppen zusammen.

Niederschwellige Formate werden insbesondere an den KölnTagen umgesetzt. Bei freiem Eintritt können Individualbesucher*innen 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*innen, die über geringe Museumserfahrung verfügen.

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.

LeseWelten
2018: 240 TN
2017: 290 TN
2016: 270 TN

Kindergeburtstage
2018: 153 (1.867 TN)
2017: 168 (2.054 TN)
2016: 159 (1.930 TN)

Familientag
1 (WRM)

Formate:
Führungen
Akademieprogramme
Kurse
Exkursionen

Öffentliche Führungen des
Museumsdienstes

2018: 947
2017: 873
2016: 719

Besondere Angebote:
Willkommen in Köln (alle Museen)
Mittelalter für Einsteiger (MS)
Trauen Sie Ihren Augen (WRM)
Musikalische Führungen (ML)

Museumsfest:
2018: 19.162 TN
2017: 11.184 TN
2016: 14.500 TN.

Veranstaltungen im Akademieprogramm

2018: 30
2017: 70
2016: 64

Formate für Senioren:

SeniorenTreff
Zeitzeugenführungen
Kreatives Schreiben
Malkurse
Bilinguale Führungen auf Deutsch und Türkisch (MOK, WRM, RGM, ML, MAKK, RJM)

Demenzführungen:

2018: 41
2017: 33
2016: 41

Kreativkurse finden in sechs Museen (+1) statt.

2018: 76
2017: 68
2016: 59

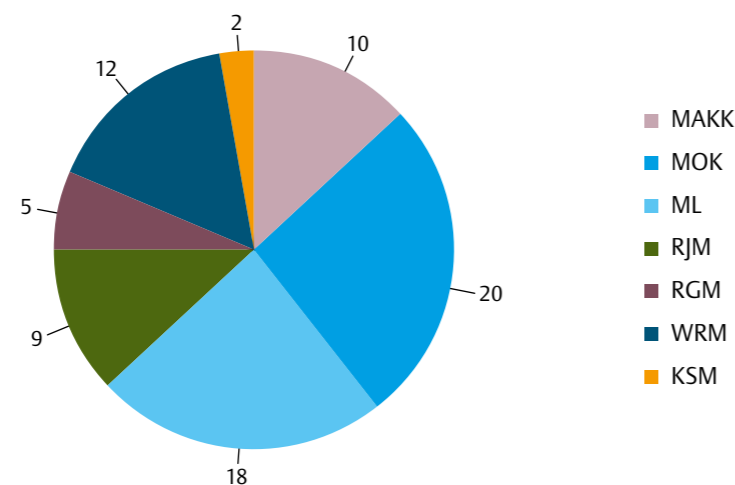
Zahlreiche Gäste erwarten jedoch auch anspruchsvolle Bildungsveranstaltungen. Diese sind im kostenpflichtigen Akademieprogramm zusammengefasst. Es garantiert mit Kunstgesprächen, fachwissenschaftlichen Führungen, interdisziplinären Dialogen, psychologischen Bildbetrachtungen, Exkursionen und Überblicksseminaren ein intensives Besucherlebnis. Das Akademieprogramm findet seine Schwerpunkte in KSM, ML, MOK, NS DOK und RGM. Der deutliche Rückgang hat mit der Verlagerung der erfolgreichen Reihe »Bild|Er|Leben« in ein anderes Programmsegment zu tun.

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 werden weitere Personengruppen sukzessive erschlossen. Dazu gehören auch Veranstaltungsreihen mit Zeitzeugen und niederschwellige Kreativkurse.

Ein Demenzprogramm, das der Museumsdienst in Kooperation mit »dementia+art« durchführt, sorgt für die Teilhabe dieser Bevölkerungsgruppe am kulturellen Leben. Eine Drittmittelfinanzierung verringert die Besuchsbarrieren. Menschen in stationärer Pflege besuchen mit ihren Betreuer*innen Angebote in fünf Museen, werden durch Gesang oder Malerei aktiv und erleben eine bereichernde Zeit. Bereits im dritten Jahr gibt es auch öffentliche Führungen für Menschen mit Demenz.

In den letzten Jahren stark gewachsen ist der Bereich der kreativen Angebote für Erwachsene (Verdoppelung seit 2014). Künstlerische Zugänge ermöglichen eine differenzierte Rezeption, fördern eigene kreative Fähigkeiten und verbinden den Museumsbesuch intensiv mit dem eigenen Leben. Im Angebot finden sich so unterschiedliche Kurse wie Festejo (afroperuanischer Tanz), Schmuckgestaltung, Möbelbau, Malerei, Kunsttechniken aus Japan oder Gamelanmusik aus Indonesien. Spitzenreiter in diesem Kontext ist das Museum für Ostasiatische Kunst.

Kurse für Erwachsene



Qualitätsmanagement

Die Qualitätssicherung beim Museumsdienst fußt auf folgenden Standards: den von DMB und BVMP e.V. gemeinsam entwickelten »Qualitätskriterien für Museen: Bildungs- und Vermittlungsarbeit« und den vom EU-Projekt »Lifelong Museum Learning« erarbeiteten Erkenntnissen. Schulische Angebote werden an den Curricula in NRW ausgerichtet. Kita-, OGS- und barrierefreie Formate im Tandem mit Peergroups konzipiert. Einzelne Themen und Projekte werden wissenschaftlich begleitet.

Vermittlungsarbeit erfordert ständiges Qualitätsmanagement. Daher nimmt das Team der festen Mitarbeiter*innen regelmäßig an Veranstaltungen zu Bildungsfragen oder an wissenschaftlichen Kolloquien teil. Zudem organisiert der Museumsdienst mit Partnern überregionale Tagungen zu Fragen von Bildung und Vermittlung. Für den Kreis der freiberuflichen Vermittler*innen finden fachwissenschaftliche und methodische Begleitveranstaltungen und Hospitationen statt.

Erfolg lässt sich messen. Dabei sind Besuchs- und Auslastungszahlen nicht der einzige Gradmesser. Um die Wirkung von Vermittlungsarbeit in ihrer ganzen Bandbreite beschreiben und bewerten zu können, hat der Museumsdienst die nebenstehenden neun Parameter festgelegt und richtet seine Arbeit unter diesen Prämissen jahresweise aus. Bei Betrachtung in einer langfristigen Perspektive ergeben sich daraus wertvolle Hinweise zur Steuerung der Bildungsarbeit.

Besuchs- und Veranstaltungszahlen

Die Besuche der städtischen Museen sind 2018 weiter gestiegen, trotz zeitweiliger, baulich bedingter Schließung einzelner Häuser. Dies ist den Sonderausstellungen zu verdanken. Bezogen auf die Gesamtbesuchszahl der Museen der Stadt Köln konnte der Museumsdienst seine Quote in den letzten zwölf Jahren von 7,3 % (2002) auf 13,3 % (2018) annähernd verdoppeln. Der seit Jahren anhaltende Anstieg ist der Nachfrageorientierung und der Außenkommunikation zu verdanken

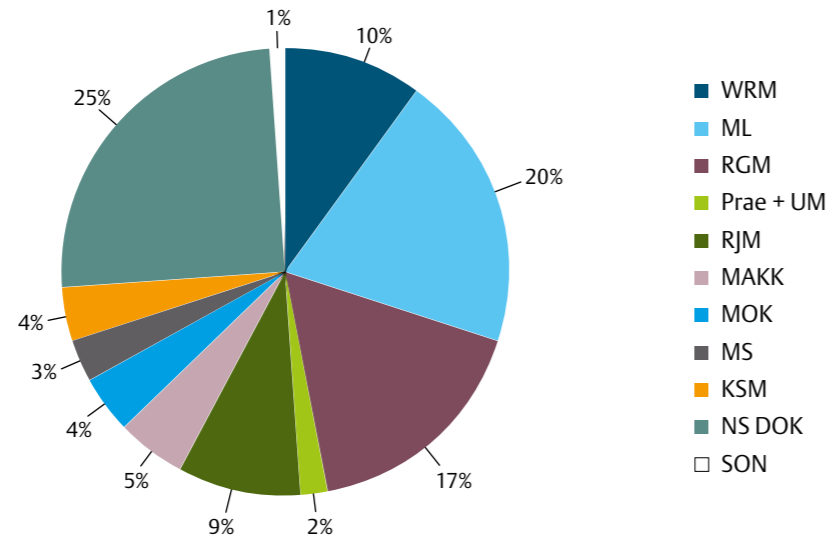
Museumpädagogen:
festangestellt: 12 (+1)
freiberuflich: 163 (+20)

Messparameter:
Statistik | Projektarbeit |
Drittmittelakquise |
Medienpräsenz | Sichtbarkeit |
Nachwuchsförderung |
Qualitätssicherung |
Publikationen | Kooperationen

Anlagen 2 und 3
Museumsbesuche:
2018: 1.014.786; 0,67%
2017: 1.008.047; 11,2%
2016: 906.119; -7%

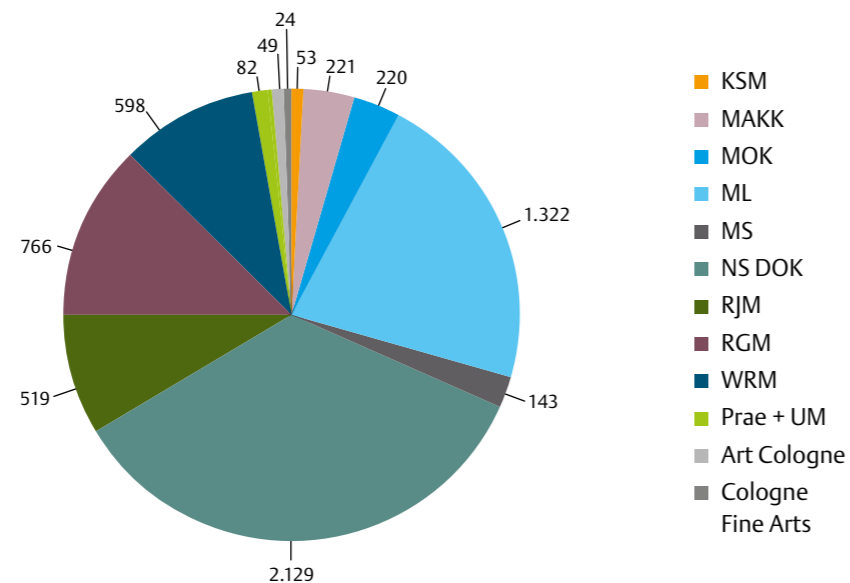
Davon Gäste des MD:
2018: 135.697; 13,3%
2017: 156.684; 15,5%
2016: 145.946; 16,1%

Gesamtverteilung der Veranstaltungen 2018



Die Jahresstatistik des Museumsdienstes gliedert sich in drei große Segmente. Bei Führungen und Unterrichtsgesprächen liegt das NS DOK deutlich an der Spitze, gefolgt von ML und RGM, allerdings trug die bevorstehende Schließung dieses Hauses zu einem Rückgang bei. Rückläufig waren die Zahlen auch in den zeitweilig geschlossenen Museen KSM und MOK. Insgesamt kam es zu einem Rückgang der Führungen, bedingt durch den geringeren Anteil der Sonderausstellungen.

Führungen und Unterrichtsgespräche 2018

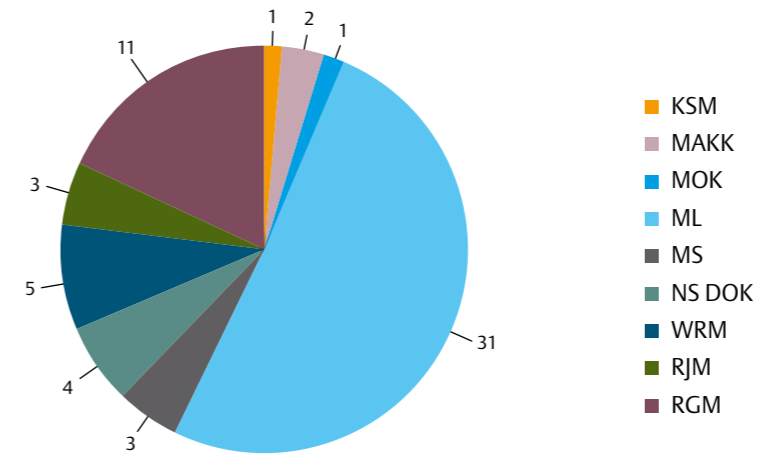


Führungen / Unterrichtsgespräche
 2018: 6.126
 2017: 7.011
 2016: 6.466

Angebot und Nachfrage im Fortbildungsbereich lagen 2018 in einem ähnlichen Feld wie in den Vorjahren. 2016 waren die Zahlen aufgrund der Veranstaltungen für Ehrenamtliche in der Flüchtlingshilfe höher. Insgesamt kamen 1.055 Multiplikatoren, um sich über Bildungsangebote zu informieren. Die Bedeutung von Fortbildungen lässt sich an der positiven Entwicklung des KiTa-Programms im letzten Jahr ablesen, dem 2017 Veranstaltungen für Erzieher*innen vorangegangen waren.

Fortbildungen
 2018: 61
 2017: 55
 2016: 86

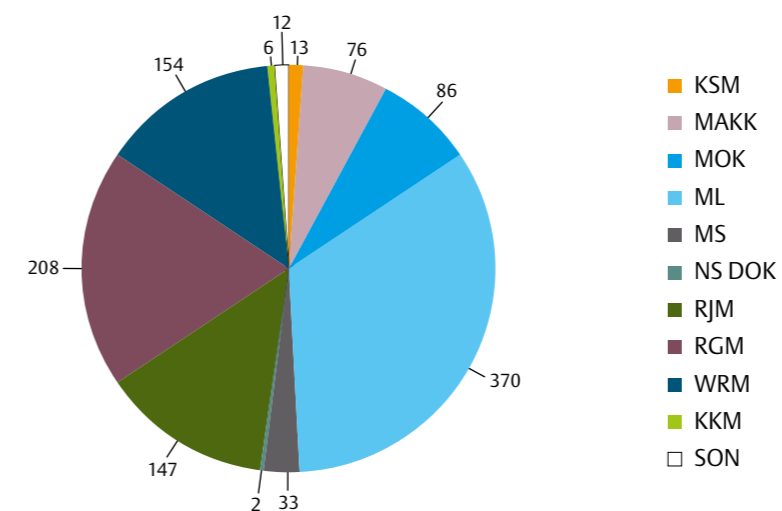
Fortbildungen 2018



Kursangebote wie Werkstätten, Ferien- und Wochenendkurse sowie Kindergeburtstage legten leicht zu, wenn auch in geringerem Maße als im Vorjahr. Waren 2017 die Angebote für Kita und OGS intensiviert worden, so lag der Schwerpunkt 2018 auf einer besseren Bewerbung der kreativen Kurse im Freizeitsegment – mit Erfolg: Die Teilnahmezahlen stiegen deutlich. Auch die Kindergeburtstage verzeichneten ein Plus an Gästen (6,4%).

Kreativeangebote
 2018: 1.107
 2017: 1.196
 2016: 1.220

Kreativeangebote 2018



Projektarbeit

Anlage 4

2017 im Fokus:
Kooperationen mit ZfL | artothek |
Vorschulangebote.

Partizipative Projekte

2018: 7
2017: 10
2016: 11

Schulpartner:

2018: 28
2017: 27
2016: 21

Projekte im Bereich Fortbildung

Um die Qualität der Vermittlungsarbeit zu sichern und auszuweiten, organisierte der Museumsdienst Fortbildungsveranstaltungen für Multiplikatoren. 2018 waren dies Fortbildungsveranstaltungen und -reihen zu den Themenbereichen Deutsch als Zweitsprache, Inklusion, interkulturelles Lernen und Vorschulerziehung.

Projekte und Trainees für Schulklassen und Partnerschulen

Überlegungen zum partizipativen Museum bestimmen seit einigen Jahren den museologischen und den museumspädagogischen Diskurs in ganz Europa. Der Museumsdienst setzt Partizipation 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. Die Möglichkeiten und Formate sind unterschiedlich, werden aber oft mit festen schulischen Partnern erprobt.

Die Projekte können in **öffentliche Ausstellungen von Schülerarbeiten** münden, aber auch als **Offene Werkstätten, Performances** und andere Präsentationsformen stattfinden, die von jungen Menschen im Museumsraum umgesetzt werden. Oder die Teilnehmer*innen werden zu **Museumsexpert*innen** und vermitteln anderen ihr Wissen. Entscheidend ist die Herstellung von Öffentlichkeit, als Auftritt oder Abschlusspräsentation, die den Teilnehmenden eine Bühne bietet.

Jedes Jahr führt der von Altbundespräsident Herzog initiierte Jugend- und Schülergedenktag zu einer Ausstellung jugendlicher Kuratoren im NS DOK. Auch die »Republik der Kinder« in der Barockabteilung des WRM sorgte für eine Einbindung von Kindern und Jugendlichen in die Ausstellungsaktivitäten des Museums. Zwei weitere Ausstellungen fanden außerhalb der Museen statt: in den Räumlichkeiten der Bezirksregierung Köln und in der Stadtbibliothek.

Performances und verwandte **Präsentationsformen** gab es zu kreativem Schreiben (»lyrix«; Angebote der artothek im Bürgerzentrum Stollwerck). Einige der Projekte finden bereits seit mehreren Jahren statt und können so Nachhaltigkeit entwickeln.

Experten in eigener Sache sind die besten Vermittler. Zu Museumsexperten wurden jene Jugendlichen, die in dem Tandemprojekt »Colonia Code« mitwirkten. Schüler eines humanistischen Gymnasiums beschäftigten sich mit der römischen Antike und boten ihren jüngeren Mitschülern eine Einführung zum römischen Köln. »Das bin ich« hingegen war ein Projekt, in dem das Expertenwissen aus Förderschulen in eine Unterrichtsreihe mündete und in ein dauerhaftes Schulprogramm überführt wurde.

Projekte für Kinder, Familien und Einrichtungen des Offenen Ganztags

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

Als Schnupperangebote waren die Standpräsentationen des Museumsdienstes beim Kinderfest der Bühnen im Staatenhaus, bei der Ferien-campMesse des Familienmagazins »Känguru« und beim »Tag der Begegnung« des LVR im Rheinpark angelegt. Familien konnten sich nicht nur über die Angebote in den Museen informieren, sondern auch an Workshops und Mitmachaktionen teilnehmen. Beim Tag der Begegnung lag der Schwerpunkt auf inklusiven Angeboten, bei den anderen auf Freizeitprogrammen.

Für Einrichtungen des Offenen Ganztags gab es im Rahmen mehrerer Drittmittelförderungen die Chance, kostenfrei an kreativen Angeboten teilzunehmen. Dazu zählte das von der Sal. Oppenheim geförderte Ferienangebot »OGS ins Museum« mit mehrtägigen Programmen als Kombination von Museumsbesuch und Arbeit vor Ort und das von der MPG e.V. geförderte Projekt »MiKibU – Migrantenkinder brauchen Unterstützung«.

OGS ins Museum:
557 TN

Projekte und Trainees für Jugendliche und junge Erwachsene

Mehrfach wurden junge Erwachsene zu Vermittlern für die Museen geschult. Das seit einigen Jahren erfolgreiche Trainee »kunst:dialoge« bildet Studierende der Fächer Kunst und Kunstgeschichte zu Kunstvermittlern aus. Sie kommen im ML zum Einsatz. Für die Ausstellung »Im Spielrausch« des MAKK wurden ebenfalls Studierende ausgebildet und eingesetzt. Beide Maßnahmen dienen auch der Rekrutierung von Guides und damit der Nachwuchsgewinnung.

Projekte für Erwachsene

Anders als bei jüngeren Zielgruppen ist die Einbindung von Erwachsenen in Projekte deutlich schwieriger. Familie, Beruf und andere Verpflichtungen stehen einer längerfristigen Bindung entgegen. Allerdings kann es dann gelingen, wenn ein spezifisches Bildungsinteresse vorhanden ist. Das zeigt sich an einer zweisprachigen Führungsreihe für türkische Senior*innen, die 2018 mit großen Erfolg startete.

Finanzmittel:

2018: € 210.000

2017: € 230.000

2016: € 210.000

Sachmittel:

€ 230.000 (Museumsbus)

Drittmittel

Der Museumsdienst verfügt über geringe Eigenmittel für Vermittlungsprogramme. Sonderprojekte müssen daher über Drittmittel realisiert werden. Wesentlichen Anteil an der Akquise hat die Museumspädagogische Gesellschaft e.V. als Förderverein des Museumsdienstes. 2018 konnten über € 210.000 eingeworben werden. Der Großteil diente der Fortsetzung der Outreach-Projekte, v.a. des »museumsbus.koeln«. Weiterhin wurden kleinere Reihen für Schulklassen aus sog. Sozialräumen und Projekte für OGS gefördert.

Medienpräsenz des Museumsdienstes

Der Museumsdienst bespielt zwei Kanäle auf Facebook: Museumsdienst Köln und museenkoeln. Als »Museumsdienst Köln« kommuniziert er mit dem Schwerpunkt auf Vermittlungsthemen, als »museenkoeln« mit dem Schwerpunkt auf Museums- und Ausstellungsthemen. 2018 wurde die Kommunikation in den sozialen Netzwerken intensiviert mit dem Ziel, Veranstaltungen und Themen bekannter zu machen.

Im Bereich der analogen Kommunikation konzentrierte sich die Pressearbeit auf Bildungsthemen und auf Großevents wie Museumsfest und Museumsnacht sowie auf die Berichterstattung zu den Projekten. Zudem ging es 2018 um eine noch stärkere Vernetzung der Kultureinrichtungen untereinander und mit Partnern wie KölnTourismus.

Sichtbarkeit

Der steigende Vernetzungsgrad wird an der Anzahl der Kooperationspartner und an Einladungen zu Tagungen und Workshops ablesbar. Die Anzahl der regelmäßigen Kooperationspartner beläuft sich inzwischen auf über 60. Mitarbeiter*innen des Museumsdienstes halten regelmäßig im In- und Ausland Vorträge und nehmen an Fachtagungen oder Konferenzen teil. Besonders zu erwähnen ist die enge Zusammenarbeit mit dem Bundesverband Museumspädagogik e.V.

Nachwuchsförderung

Vorträge, Praktika und Lehrveranstaltungen dienen der Vernetzung mit dem Hochschulbereich. Die Förderung des wissenschaftlichen Nachwuchses erfolgt über mehrwöchige, unbezahlte Praktika. Praktikant*innen können später zu freien Mitarbeiter*innen werden, daher ist ein Praktikum immer auch ressourcenintensive Personalrekrutierung und wird von Tutor*innen begleitet. Zur Nachwuchsförderung zählt auch die wissenschaftliche Lehr- und Vortragstätigkeit.

Anlagen 5 und 6

Kooperationspartner:

2018: 61

2017: 66

2016: 61

Anlagen 7 und 8

Praktika:

2018: 5

2017: 5

2016: 13

Lehraufträge /
wissenschaftl. Vorträge:

2018: 7

2017: 12

2016: 26

Qualitätssicherung

Vermittlungsarbeit erfordert ständiges Qualitätsmanagement in Form von Evaluierungen und Fortbildungen. Das Team der festen Mitarbeiter*innen nimmt daher regelmäßig an Kongressen, Tagungen und Gremiensitzungen teil, um das eigene Wissen zu Inhalten und Methoden zu vertiefen und auszubauen. 2017 lagen die Schwerpunkte auf den Themen Diversity, Besucherorientierung und Teilhabe. Die Teilnahmen sind in engem Zusammenhang mit dem Leitprojekt Museen, Menschen, Medien zu sehen.

Für den Kreis der freiberuflichen Vermittler*innen finden fachwissenschaftliche und methodische Fortbildungen statt. Daneben gibt es regelmäßigen Erfahrungsaustausch und Gesamtversammlungen für alle Mitarbeiter*innen. Besonders zu erwähnen sind dabei Fortbildungsreihen, die sich bestimmten Zielgruppen oder Aufgabenstellungen widmen. 2018 gab es jedoch keinen expliziten Schwerpunkt.

Die dritte Säule der Qualitätssicherung ist die Aus- und Weiterbildung von Multiplikator*innen. Dazu gehört die Weiterbildung von Stadtführer*innen, die 2017 insbesondere zu stadtgeschichtlichen Themen stattfand und in Kooperation mit den Kölner Gästeführerverbänden und KölnTourismus erfolgte. Es ging um die antiken Außendenkmäler, insbesondere das Ubierrmonument, sowie um mittelalterliche Stadtgeschichte. Auch die Arbeitskreise der Museen wurden verschiedentlich vom Museumsdienst fortgebildet.

Publikationen

Die Museumspädagog*innen arbeiten an den wissenschaftlichen Begleitpublikationen zu Ausstellungen mit. Zudem publizieren sie allgemein zu Fragen der Vermittlung und der kulturellen Bildung oder fachwissenschaftlich. Alle vom Museumsdienst zu verantwortenden Publikationen zur Vermittlung sowie die Veranstaltungsprogramme und den Internetauftritt museenkoeln.de sieht ein internes Redaktionsteam. Didaktische Materialien als eigenständige Publikationen sind rückläufig, die Inhalte werden zunehmend digital verbreitet.

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 filmischen Projektpräsentationen stehen auf dem Youtube-Kanal des Museumsdienstes.

Anlagen 9 und 10

Präsenz auf Tagungen:

2018: 28

2017: 30

2016: 35

Fortbildungen in eigener Sache:

2018: 40

2017: 42

2016: 37

Fortbildungen für Gästeführer:

2018: 2

2017: 2

2016: 1

Anlage 11

Publikationen

2018: 9

2017: 6

2016: 11

Audio / Multimedia / Film

2018: 9 Positionen

2017: 12 Positionen

2016: 5 Positionen

Hands On-Projekte

2018: 6

2017: 6

2014: 4

Ausstellungstexte

2018: 2 Projekte

2017: 4 Projekte

2016: 3 Projekte

Netzwerk Kulturelle Bildung

In einzelnen Projekten, Veranstaltungen und Fortbildungen findet eine Zusammenarbeit mit anderen Anbietern der Kulturellen Bildung statt. Die fachliche Begleitung des Gesamtprozesses Kulturelle Bildung Köln wurde 2018 in der Zusammenarbeit mit der Koordinierungsstelle Kulturelle Bildung im Schulentwicklungsamt konstruktiv weitergeführt, ebenso wie die Einbindung in die durch das Land unterstützte Fördermaßnahme Kulturrucksack Köln.

Der Ausbau der Internetplattform museenkuss-koeln.de als Internetportal für kulturelle Bildung wurde praxisnah fortgesetzt. Der Museumsdienst war und ist Teil der Planungsgruppe und begleitet sukzessive den Ausbau und die Erweiterung des Angebots. 2018 wurde die Plattform um Angebote für die Zielgruppen junge Erwachsene und Senior*innen erweitert. Wünschenswert wäre eine Intensivierung der Kommunikationsmaßnahmen.

Plattform für Kulturelle Bildung in Köln:
museenkuss-koeln.de

2. Marketing und Kommunikation

Aufgaben beim Museumsdienst

Zielgerichtete Kommunikation und effektives Marketing für die Kölner Museumfamilie bestehen aus zwei Säulen: hausbezogene Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in jedem Museum, dem Rheinischen Bildarchiv sowie der Kunst- und Museumsbibliothek und hausübergreifende Maßnahmen zu Marketing und Kommunikation des Museumsstandortes beim Museumsdienst. Miteinander vernetzt bilden sie das strategische Fundament für eine wirkungsvolle Kommunikationsarchitektur am Standort.

Kommunikationsaufgabe des Museumsdienstes ist die häuserübergreifende Öffentlichkeitsarbeit und Bewerbung des Museumsstandortes Köln für die Gesamtheit der städtischen Museen. Dies geschieht mit Informationsbroschüren zum Museumsstandort Köln für unterschiedliche Zielgruppen, durch das zentrale Internetportal museenkoeln.de, das Bespielen von Social-Media-Kanälen sowie Medienarbeit zu übergeordneten Schwerpunktthemen für den Museumsstandort.

Die strategische Gesamtausrichtung zielt auf integrierte übergreifende Kampagnen, effektive Kooperationen und einen Schulterschluss mit anderen Kultureinrichtungen in Stadt und Region. Als Klammer für die Museen und Institutionen dient die Dachmarke [museenkoeln](http://museenkoeln.de). Der Museumsdienst schafft die Grundlage für Vertriebs- und Medienkooperationen, organisiert Pressereisen und pflegt die Zusammenarbeit mit Touristikpartnern auf drei Ebenen: Land, Region und Stadt.

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

Touristische Partner:
NRW Tourismus e.V.
Region KölnBonn e.V.
KölnTourismus GmbH
Stadtmarketing Köln e.V.

Favorisierte Hashtags
#museenkoeln
#museumsdienst
#koelnkultur

In eigener Sache betreibt die Einrichtung einen Blog zu Bildungsfragen und -angeboten, einen Twitter-Account und einen Youtube-Kanal.

Marketing und Kommunikation können jedoch nur Wirkung entfalten, wenn sie langfristig angelegt sind, frühzeitig Inhalte transportieren, nachfragegerechte Themen setzen und sich auf solide Ressourcen verlassen können. Eine höhere Wirkungskraft der Maßnahmen ist vor allem durch vernetztes Handeln und einen stadtwweit verankerten, positiv aufgeladenen Kommunikationsprozess für die Kultur zu erzielen. Dies kann im Rahmen des Leitprojektes »Museen, Menschen, Medien« ausgebaut werden, das im Oktober 2018 seine Arbeit im Rahmen der gesamtstädtischen Verwaltungsreform der Stadt Köln aufgenommen hat.

Maßnahmen im Marketing

Die Maßnahmen im Marketing gliedern sich in Kooperationen mit Kommunikations- und Vertriebspartnern, Messeauftritte und andere Standpräsentationen sowie werbliche Maßnahmen. Die Finanzierung erfolgt aus Mitteln des Museumsdienstes und Beiträgen, die auf Partner umgelegt werden. Dank der Unterstützung des Fördervereins und der Akquise von Anzeigen ist eine Reihe von Maßnahmen kostenneutral. In Einzelfällen werden die Museen zur Finanzierung eingebunden.

Touristische Kooperationen

Für die Museen unabdingbar ist die Zusammenarbeit mit KölnTourismus GmbH – offizielle Tourismusorganisation für die Stadt Köln und somit erste Anlaufstelle für Geschäftsreisende und Privatgäste aus aller Welt. KölnTourismus bewirbt weltweit die Reisedestination und den Kongressstandort Köln. Ziel ist neben der Steigerung des Bekanntheitsgrades die Positionierung Kölns und der Region als attraktives Reiseziel.

KölnTourismus bearbeitet in seinem Auslandsmarketing für Köln Primärmärkte (B, D, GB, I, NL, LUX, USA), Sekundärmärkte (A, CH, E, F, RUS) und Zukunftsmärkte (BRIC-Staaten, SA, VAR). Dabei ist auch Köln als Kulturreiseziel Thema. Für den Museumsbereich liefert der Museumsdienst die zielgruppengerechten Informationen und Materialien zu und hat eine Planungshilfe in Form einer Imagebroschüre für den Museumsstandort Köln entwickelt, die KölnTourismus bei seinen Roadshows an entsprechende Zielgruppen ausgibt.

Ein gemeinsames Produkt von KölnTourismus GmbH und dem Museumsdienst ist der zweisprachige »Museumsstadtplan«, der auf allen großen Messen und in der Touristeninformation eingesetzt wird. Die Museen der Stadt Köln sind Partner der KölnCard, eines City Card Produkts von KölnTourismus. Für eine wirkungsvolle Zusammenarbeit mit den städtischen Partnern sollen zweijährige Schwerpunktthemen sorgen, die KölnTourismus setzt. Das Thema für 2018/19 »Culinary Cologne« war Anlass, auch entsprechende Museumsangebote in Kommunikation und Marketing einzubinden und zu platzieren.

Zum sechsten Mal in Folge schloss der Museumsdienst übergreifend für die städtischen Museen eine Premiumpartnerschaft mit Tourismus NRW e.V. ab. Gegenstand der Partnerschaft sind Kulturpakete mit Sonderkonditionen für Ausstellungsbesuche, die von Tourismus NRW zentral beworben werden. Einzelne Museen und Ausstellungen werden im Rahmen der Partnerschaft zusätzlich in überregionalen Medien platziert.

2018 erfolgten mehrere Maßnahmen zur Bewerbung von Ausstellungen in Kultur-Veröffentlichungen des NRW Landesmarketings:

Im NRW-Reisemagazin (Auflage: 183.000, Vertrieb über Welt am Sonntag, Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung in Metropolregion Rhein-Main sowie 3.000 Ex. über Direktvertrieb Tourismus NRW), Ausgabe 1/ 2018: #alleskönner. Peter Behrens zum 150. Geburtstag (MAKK); Deine Anne (NS DOK); Das Gedruckte Bild (MOK).

NRW-Reisemagazin 2/2018:

Gabriele Münter (Museum Ludwig); Es war einmal in Amerika (WRM)

Newsletter NRW Tourismus:

Andy Warhol – Pop goes Art (MAKK); Gabriele Münter (ML); 2 von 14 (MAKK)

Messebeteiligungen und Standpräsentationen

ITB 2018. 2018 warben die Kölner Museen gemeinsam mit der KölnTourismus GmbH vom 7. bis 11. März 2018 auf der Internationalen Tourismusbörse (ITB) in Berlin für die kulturelle Vielfalt Kölns. Mitarbeiter*innen des Museumsdienstes und des Schokoladenmuseums stellten Interessierten die Ausstellungshöhepunkte für die Jahre 2018 und 2019 vor und berieten zu allen Fragen rund um den Museumsbesuch. Außerdem lockten die Museen mit einem Gewinnspiel auf Facebook.

Die Vorabkommunikation und gezielte Mailings an Reiseveranstalter sorgten für zahlreiche Gespräche mit Fachbesuchern der Messe aus den Bereichen Incoming, Reisejournalist*innen und Agenturen für Onlinekommunikation. Der Messeauftritt wurde durch gezielte Medienarbeit in der Fachpresse Touristik, in Magazinen, Informationsdiensten, Onlineforen, mit freien Journalisten und Verbänden in Kooperation mit KölnTourismus GmbH begleitet.

Kunstmessen. Auf den beiden Kunstmessen ART Cologne (19.-22.04.18) und Cologne Fine Arts (22.- 25.11.18) 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 die Rundgänge »Art Tours« mit Kunstvermittler*innen über die Messen an. Auf der Art Cologne bot der Museumsdienst außerdem ein spezielles Kinderprogramm.

Tag der Begegnung. Der Landschaftsverband Rheinland (LVR) organisiert jeweils im Frühling den »Tag der Begegnung«. Über 200 Aussteller bieten den Zehntausenden von Gästen ein buntes und vielfältiges Programm rund um das Thema Teilhabe. Die Museen waren auf einem Gemeinschaftsstand der Rheinschiene vertreten und informierten über inklusive Angebote.

2018 im Fokus:

MAKK:

Andy Warhol – Pop goes Art

MS:

Unter der Lupe

ML:

Gabriele Münter

RJM:

Fast Fashion

WRM:

Es war einmal in Amerika

Führungen

2018: 88

2017: 93

2016: 91

2018 im Fokus

Neue Programmbroschüre

FeriencampMesse. Ein Informationsangebot an Eltern ist die FeriencampMesse des Familienmagazins Känguru. Besucher*innen können sich über Ferienangebote für Kinder und Jugendliche informieren, darunter auch Museumsworkshops. Der Museumsdienst informierte über Kinderkurse und Familienprogramme in den städtischen Museen, organisierte Museumsführungen und Workshops.

Studium trifft Kultur. Der Museumsdienst Köln richtet zweimal im Jahr jeweils zu Semesterbeginn in Kooperation mit dem Kölner Studierendenwerk die gemeinsame Veranstaltung »Studium trifft Kultur« aus. 16 Kölner Kultureinrichtungen nutzten die Gelegenheit, sich den Studierenden zu präsentieren und mit Erstsemestern ins Gespräch zu kommen. Vertreten waren u.a. die städtischen Museen, die Akademie der Künste der Welt, Bühnen Köln, Gürzenich-Orchester und Philharmonie, das Händeltheater, die jungen Kunstfreunde und die Volkshochschule.

Eine vom Museumsdienst herausgegebene Broschüre für Studierende bündelte jeweils die Basisinformationen zur Kölner Kultur und bot einen Überblick über die wichtigsten Kulturtermine. Zudem gab es Eintrittskarten für Konzerte, Museen und Kulturveranstaltungen zu gewinnen. Beide Termine waren stark besucht, erzeugten eine gute Resonanz und wurden intensiv auf den Social Media Kanälen Facebook und Twitter begleitet.

Anzeigen und andere werbliche Maßnahmen

Anzeigenschaltungen. Basis für eine wirkungsvolle Werbetätigkeit ist die strategische Mediaplanung inkl. eines planvollen Mediaeinkaufs zur Erzielung attraktiver Werbepakete und Rabatte. In 2018 fokussierte der Museumsdienst seine Werbemaßnahmen auf die Kommunikation der Dachmarke museenkoeln. Darunter entstanden im Wesentlichen drei Kampagnenstränge: Halbjahresvorschauen der Ausstellungshighlights in der Museumsfamilie, Vermittlungs- und Workshopformate für Familien und Kinder sowie Ankündigungen zu Sonderveranstaltungen wie das Museumsfest. Während die Ausstellungsankündigungen vor allem in breitenwirksamen Medien wie Stadt- und Kulturmagazinen sowie Tages- bzw. Wochenzeitungen geschaltet werden, konzentrierte sich die Kommunikation der Vermittlungsformate auf zielgruppenspezifische Formate für Familien. Mit dem Jahreswechsel 2018/2019 ging der Museumsdienst in eine Halbjahresplanung für sein Mediabudget über. Bis November wurde der Etat für das gesamte Folgejahr geplant und eingekauft, im Mai erfolgte die Überprüfung und ggf. Nachsteuerung für das jeweilige zweite Halbjahr.

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, das der Museumsdienst verantwortet.

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

#koelnkultur

25. April 2018

10. Oktober 2018

Anzeigen:

Kombi Kölner Stadtanzeiger /

Kölnische Rundschau

Die Zeit

Stadtrevue

Choices

kunst.art

Philharmonie Magazin

Känguru

2018 im Fokus
Neue Programmbroschüre

Kultur-Kooperationen

Musikfestivals. Besucher des »AmphiFestivals« (28.-29.7.) konnten gegen Nachweis vergünstigt die städtischen Museen besuchen. Im Gegenzug wurde die Aktion den Festivalbesuchern im Vorfeld über soziale Netzwerke, die Internetseite, das Festivalprogramm und über den Newsletter des Festivals angekündigt und eine Übersicht zu den Ausstellungen geboten. Die Kooperation fand im dritten Jahr statt. Sie ist eine von mehreren Initiativen zur Erschließung jüngerer Zielgruppen.

Ticketing

Im Ticketing der Kölner Museen sind zu unterscheiden: Einzel- und Gruppentickets für Dauer- und Sonderausstellungen bzw. Kombi- und Zeittickets. Die Museen sind frei in der Gestaltung ihrer Preise für Sonderausstellungen, die Eintrittsregelung für die Dauerausstellung hingegen wird vom Rat der Stadt Köln festgelegt. Der Museumsdienst konzentriert sich im Rahmen seiner Marketingaktivitäten auf die Kombi- und Zeittickets. Sie gelten für alle Museen. Im Rahmen des Reformprojektes »Museen, Menschen, Medien« arbeitet der Museumsdienst zudem perspektivisch an der sukzessiven Einführung von Onlinetickets in den städtischen Museen.

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

Die **MuseumsCard** ist ebenfalls an verschiedenen Orten einsetzbar, funktioniert jedoch anders. Der Käufer einer MuseumsCard Single oder MuseumsCard Family kann zwei Tage lang die Museen inklusive 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, das vor allem aus der Region kommt.

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. Dabei gibt es einen Tarif für Vollzahler und einen reduzierten Preis, der sich vor allem an Studierende richtet. Die Käuferschaft ist weitgehend lokal und regional. Zukünftig soll das Ticketing in den städtischen Häusern professionalisiert und mit Data Base Marketing verknüpft werden.

Verkauf KölnCards
2018: 3.847
2017: 5.049
2016: 5.225

Verkauf Museumscards:
2018: 4.016
2017: 3.783
2016: 3.403

Verkauf Jahreskarten:
2018: 2.415
2017: 2.824
2016: 3.039

Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit

Öffentlichkeitsarbeit meint Maßnahmen in den Bereichen Medienkommunikation und Events, die sich direkt an ein breites Publikum oder an fest umrissene Zielgruppen und Communities wenden. Damit umfasst der Begriff ein ganzes Bündel an Maßnahmen, von der Webpräsenz über Print- und Digitalpublikationen bis zur Konzeption und Durchführung von Publikumsevents. Sie werden von der Abteilung Marketing und Kommunikation und dem Team der Museumspädagog*innen verantwortet.

Sichtbare Klammer für alle häuserübergreifenden Aktivitäten und zugleich eingängiger Begriff ist die Dachmarke »museenkoeln«. Diese ist international verständlich, vereint die Kultursparte mit dem Standort, ist eingeführt und kann leicht zur Top-Level-Domain ausgebaut werden: museen.koeln. Diese B2C-Marke wird für übergreifende Publikationen, Anzeigen und das Kölner Museumsportal verwendet und umfasst städtische und nichtstädtische Einrichtungen gleichermaßen. Auch das für Frühjahr 2019 geplante Museumsmagazin (Ersterscheinung März 2019) wird die Marke transportieren: »museenkoeln – Das Magazin«.

Web 1.0 und Web 2.0

museenkoeln.de Das vom Museumsdienst verantwortete Museumsportal für Köln verantwortet städtische und nichtstädtische Museen gleichermaßen und präsentiert sich nutzerorientiert. Es zeigt das Potenzial von Museen als soziale Orte, denn es fokussiert auf die vielfältigen Veranstaltungsformate. Folglich stehen Angebote und interaktive Elemente im Mittelpunkt.

Mobile Zugänge sind weiter auf dem Vormarsch, klassische Desktop-Rechner als Informationsquelle rückläufig. Informationen werden mobil abgerufen und dienen der schnellen Orientierung und der vertieften Information vor Ort. Darauf ist museenkoeln.de mit seinem responsiven Design ausgerichtet. Im Sinne von »mobile first« werden hier jedoch in den kommenden Jahren weitere Anpassungen notwendig sein.

Virtuelle Besucher 77,7 % der Besucher auf museenkoeln.de kommen aus Deutschland, gefolgt von USA, Niederlande, Großbritannien, Belgien, Frankreich, Schweiz, Österreich, Spanien, Italien. Während das wachsende Interesse Russlands bemerkenswert ist, zeigen sich die übrigen osteuropäischen und asiatischen Besuchermärkte noch wenig interessiert an den Kölner Museen. Dies deckt sich mit den Beobachtungen zum realen Verhalten dieser Besucher*innen in Köln.

Die Social Media-Kommunikation wurde verstärkt. Die Web 2.0-Plattformen Twitter und Facebook wurden sowohl für hausbezogene als auch für übergeordnete Themen genutzt. Zudem betreibt eine Reihe von Museen eigene Social Media-Auftritte. Für eigene Belange – Projektbeschreibungen, Methoden, Veranstaltungen – wurde der Blog des Museumsdienstes genutzt. Die Entwicklung einer Digitalstrategie mit einer Vernetzung von Inhalten und digitalen Kanälen wird im Rahmen des Leitprojektes »Museen, Menschen, Medien« erfolgen.

Vergleichbar sind
museenbasel
Museumsufer Frankfurt
am Main
Museumsportal Berlin

Sitzungen:
2018: 983,452
2017: 982.400
2016: 1.028.450

Seitenaufrufe:
2018: 2.795.449
2017: 3.049.677
2016: 3.026.455

Desktop:
2018: 49,2 %
2017: 57,6 %
2016: 59,7 %

Smartphone/ Tablet:
2018: 50,8 %
2017: 42,6 %
2016: 40,3 %

Zugriffe aus dem Ausland
+ 6 %

Twitter
2018: ca. 2.400 Follower
2017: ca. 2.200 Follower
2016: ca. 1.700 Follower

Blogbeiträge:
2018: 20
2017: 25
2016: 60

Printpublikationen

Die Publikationsfamilie unter dem Dach museenkoeln umfasste 2018 acht Titel in einer dreistufigen Hierarchie. Oben standen zwei Broschüren zum Museumsstandort (B2B), in der Mitte zwei Publikationen zu Sonderausstellungen und Sammlungen (B2C), und unten drei B2C-Publikationen für spezifische Zielgruppen. Alle Publikationen waren nachfrageorientiert ausgerichtet und folgten – mit Ausnahme des Stadtplans, den KölnTourismus finanzierte – einem einheitlichen Corporate Design. Sie wurden durch drei zielgruppenspezifische Newsletter ergänzt.

B2B-Publikationen. Erneut gab der Museumsdienst zwei Publikationen zum Ausstellungsprogramm 2018/19 heraus. Darüber hinaus wurde die Imagebroschüre für Multiplikatoren aus der Tourismusbranche für die ITB 2019 im März 2019 in Berlin umfassend überarbeitet. Die Broschüren in Deutsch und Englisch positionieren die Dachmarke museenkoeln und unterstützen Reiseveranstalter bei der Planung des Kölnbesuches. Sie enthalten Informationen zu allen Museen mit ihren Ausstellungen. Zum Einsatz kommen sie neben Tourismusmessen auch im Direktmarketing.

B2C-Publikationen. wenden sich an ein breites Publikum oder definierte Zielgruppen. Eine halbjährliche Broschüre informiert über die Ausstellungen in allen Museen. »museenkoeln Stadtplan« dient der Orientierung und Information zu den Dauerausstellungen. Programmhefte für einzelne Zielgruppen – dreimal pro Jahr für Erwachsene; zweimal pro Jahr für Kinder und Familien – bieten konkrete Besuchsanlässe. Weitere Printprodukte erscheinen zu Events oder als Sonderpublikationen.

Ab dem Sommer 2018 wurde zudem eine gänzlich neue Publikation vorbereitet. Mit »museenkoeln – Das Magazin« wird der Museumsdienst ab März 2019 ein dreimal jährlich erscheinendes Publikumsmagazin präsentieren, das die Inhalte der Museen und ihrer Ausstellungen jeweils zu einem Schwerpunktthema eigenständig redaktionell aufbereitet.

Newsletter

Drei verschiedene Newsletter informieren Multiplikatoren (Journalist*innen, Reiseveranstalter, Entscheider), allgemein Interessierte und Lehrkräfte bzw. Erzieher*innen über neue Veranstaltungen in den Kölner Museen.

Der Newsletter für Multiplikator*innen hatte zum Jahresende 2018 460 Abonnenten (2017: 2.200), der Newsletter museenkoeln aktuell 1.837 (2017: 4.500) und der Newsletter museenkoeln Bildung 741 (2016: 3.300). Die Newsletter erscheinen als digitale Publikationen wöchentlich bzw. zweimonatig.

B2B-Publikationen

Eine neue B2C-Publikation in Vorbereitung

museenkoeln – Das Magazin

Die sinkende Zahl der Abonnenten ist der DSGVO-Umstellung geschuldet.

Events

Auch die Events sind wichtige Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit, führen neue Zielgruppen in die Häuser und bieten Chancen zu einer veränderten Wahrnehmung. Hausübergreifende Veranstaltungen werden vom Museumsdienst auch übergreifend beworben. Das Portfolio umfasst das Museumsfest, die Museumsnacht, den Tag des Offenen Denkmals, die Interkulturelle Woche, das Kinderfest der Philharmonie, das Sprachenfest und die interkulturellen Familientage, die jedoch nicht in jedem Jahr stattfinden.

Museumsnacht Köln. Am 03.11.18 veranstaltete der StadtRevue Verlag in Kooperation mit der Stadt Köln und ihren Museen die 19. Kölner Museumsnacht. Zahlreiche attraktive Sonderausstellungen und mehr als 200 Einzelveranstaltungen erwarteten die rund 20.000 Besucherinnen und Besucher an 45 Stationen, die sich über ganz Köln verteilten. Museen, Ausstellungsräume und Kulturorte verwandelten sich in Bühnen für Konzerte und Performances. Der Museumsdienst begleitete im Vorfeld die Pressearbeit und konzipierte das Führungsprogramm bei den städtischen Partnern.

KölnTag. 2018 fanden 11 KölnTage statt. Die Kommunikation erfolgte über die Tagespresse, Online-Portale, Newsletter sowie über die eigenen Social Media Kanäle und die Homepage museenkoeln.de. Die Besucherzahl lag mit durchschnittlich 2.590 Besuchern pro KölnTag um 222 Personen niedriger als im Vorjahr (3.262).

Museumsfest. Am 13.05.18 luden die Kölner Museen zum 22. Kölner Museumsfest ein. Unter dem Motto »Netzwerk Museum: Neue Wege, neue Besucher« präsentierten sich am Internationalen Museumstag rund 30 Einrichtungen mit einem bunten und abwechslungsreichen Programm und rund 170 Veranstaltungen für jede Altersgruppe. Zu den Highlights zählen die Aktionen rund um die Sonderausstellungen – beginnend bei Gesellschaftsspielen mit Kölner Thematik (KSM) und Kolonialzeitlichen Europäer-Darstellungen (RJM) über die Designerikone Peter Behrens (MAKK) und japanische Holzschnitzkultur (MOK) bis hin zur Preisträgerin des Wolfgang-Hahn-Preises, Haegue Yang (ML), und den Kölner Ehrenbürger Ferdinand Franz Wallraf (WRM). Das NS DOK widmete sich der Geschichte von Anne Frank.

Weitere Events. Beim Tag des Offenen Denkmals beteiligt sich der Museumsdienst regelmäßig mit Führungen, zum Beispiel durch die archäologischen Bodendenkmäler oder das Historische Rathaus.

Museumsnacht Highlights:

Andy Warhol – Pop goes Art im MAKK;

Museum Schnütgen: Sphärische Sounds und Lichtinstallationen in der Cäcilienkirche;

Theater-Highlights für Familien: im Wallraf;

Kabarett im NS-Dokumentationszentrum;

Gabriele Münter und After Show-Party im Museum Ludwig;

Rautenstrauch-Joest-Museum: Fast Fashion. Die Schattenseiten der Mode

Besucher KölnTage:

2018: 28.497

2017: 39.153

2016: 24.944

Besucher Museumsfest:

2018: 16.898

2017: 11.184

2016: 14.500

Medienpartnerschaften und Mediaplanung

Das Team des Museumsdienstes konzipiert und betreut Medienpartnerschaften und berät die städtischen Museen auf Wunsch auch bei der Kommunikations- und Werbeplanung für ihre Ausstellungen und ihre eigenen Museumsmarken.

Medienpartnerschaften

Kölnische Rundschau. Mit der Kölnischen Rundschau und dem Unternehmen NetCologne als Sponsor fand die seit zehn Jahren laufende Reihe KunstCocktail ihre erfolgreiche Fortsetzung. Es fanden vier exklusive Abendveranstaltungen statt, die medial begleitet wurden. Ausstellungsführungen und ein Gettogether von Gästen und Ausstellungsmachern sind eine Verbindung, die seit Jahren vom Publikum sehr gut nachgefragt wird.

Känguru Eine weitere Medienpartnerschaft besteht zwischen dem Museumsdienst und dem Familienmagazin Känguru. In diesem Rahmen wurden museale Inhalte verstärkt in die Kommunikationskanäle eingespeist. Darauf basieren auch die Kooperation zur FerienCampMesse im Februar 2018 und die Planungen zu Ferienwochen in den Museen. Dank der Medienpartnerschaft kann die Zielgruppe Familien wirkungsvoll erschlossen werden.

Pressekommunikation

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

Das österreichische Kunstmagazin PARNASS stellte in seiner großen Herbstausgabe 2018 erstmalig mit einer 50-seitigen Sonderstrecke den Kunstraum Nordrhein-Westfalen mit den Kunstmetropolen Köln und Düsseldorf vor. Der Museumsdienst Köln und das Kulturamt der Stadt Köln haben diese Gelegenheit genutzt, um die Museen und die freie Szene der Stadt Köln gezielt auf insgesamt 14 Seiten einem kunstinteressierten Publikum zu präsentieren. Zusätzlich zu den Seiten im Magazin wurden Kölnthemen im Sondernewsletter als Online-Beitrag transportiert und alle Sonderausstellungen im Terminkalender der Printausgabe angekündigt. Speziell im Raum Köln/Düsseldorf erfolgte zudem eine zusätzliche Verteilung des Magazins:

Auslage auf der Art Düsseldorf und auf der Cologne Fine Arts 2018 sowie eine Auslage in gehobenen Hotels der Region.

Kölnische Rundschau

Känguru

Sonderpublikation
PARNASS

Die Ausgabe ist erhältlich im deutschen Fachzeitschriftenhandel für internationale Presse (in Bahnhöfen, Flughäfen).

Zusätzlich wurde ein Sondernewsletter zum Thema Kunstraum Nordrhein-Westfalen an ca. 20.000 internationale Abonnent*innen verschickt.

PARNASS berichtet auf hohem journalistischem Niveau über ein breites Spektrum von Genres und Epochen – von den Alten Meistern bis zur zeitgenössischen Kunst. Das Magazin erscheint 4 mal im Jahr in einer Auflage von 12.500 Exemplaren und erreicht insgesamt 25.000 Leskontakte bei einem kunst- und designaffinen Publikum.

Exklusive Newsletter BeNeLux

Mit einem Exklusiv-Newsletter, den der Museumsdienst gemeinsam mit einer Spezial-Agentur herausgab, wurden Journalist*innen in den BeNeLux-Ländern über das Ausstellungsprogramm 2018 informiert. Der Newsletter erschien vor der Sommerpause 2018.

Kommunikationsthemen 2018

Hauptthemen waren die übergreifende Präsentation des Museumsstandorts Köln im Kunstmagazin Parnass sowie große Sonderausstellungen und Events, übergreifende Aktionen der #koelnkultur für die sozialen Netzwerke, Messeauftritte, Großevents wie Museumsfest und Museumsnacht sowie das Ausstellungsprogramm 2018 in den regionalen und überregionalen Medien sowie gezielt im BeNeLuxRaum. Hinzu kamen Einzelmaßnahmen zu Projekten im Bildungsbereich. Außerdem wurden Bildungsthemen von der Pressestelle aktiv begleitet.

Themen:
Köln 68!
Andy Warhol – Pop goes Art
Gabriele Münter
Unter der Lupe
Fast Fashion
Es war einmal in Amerika



3. Museumspädagogische Gesellschaft e.V.

Ziele

Die Museumspädagogische Gesellschaft e.V. (MPG e.V.) ist der Förderkreis des Museumsdienstes Köln. Seit 1979 engagieren sich die inzwischen über 400 Mitglieder für die Bildungsarbeit in den Kölner Museen. Die MPG e.V. unterstützt die Arbeit des Museumsdienstes Köln mit Mitgliedsbeiträgen und Spenden, sorgt für die Durchführung von Veranstaltungen, unterstützt die Öffentlichkeitsarbeit, ermöglicht nachhaltige Bildungsprojekte und Fachtagungen.

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

Die Veranstaltungen wurden vom Museumsdienst durchgeführt.

Die Freunde der MPG e.V. konnten vergünstigt die Angebote des Kreativbereichs (ca. 60 Kurse) und des Akademieprogramms (ca. 30 Veranstaltungen) nutzen. Für die Mitglieder wurde zudem ein Exklusivprogramm von 11 Führungen angeboten, die von 292 Mitgliedern wahrgenommen wurden. Das gute Vorjahresniveau konnte gehalten werden (2017: 238; 2016: 275). 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 2018 war die Mitgliederentwicklung stabil.

Der Vorstand wurde bei der Mitgliederversammlung im Dezember 2018 entlastet und neu gewählt. Die Amtsinhaberinnen und -inhaber sind: Prof. Dr. Heijo Klein (1. Vorsitzender) und Dr. Matthias Hamann (Stv. Vorsitzender), Wolfgang Eckert (Schatzmeister) und Gabriele Gentsch (Schriftführerin). Beisitzerinnen und Beisitzer sind: Sabine Dumont-Schütte, Irene Grünendahl-Schmitz und Harald Plamper. Zur Kassenprüferin wurde Alexandra Nussbaum bestellt. Die Mitgliederverwaltung liegt bei Manfred und Melanie Hoffmann.

4. Anhang

Anlage 1: Schwerpunkte der Vermittlungsarbeit 2018

Museumsübergreifende Vermittlungsarbeit

- Konzeption und Umsetzung von Programmen für besondere Anlässe: Kölner Museumsfest | Museumsnacht | FeriencampMesse
- Fortbildungsreihe »Museumslabor« zu methodischen Innovationen
- Methodenseminare für Multiplikator*innen und Studierende
- Fortführung des drittmittelgeförderten Projektes »KulturGut finden. KiTA und OGS ins Museum«
- Fortführung des Projektes »museumsbus.koeln«
- Methodenseminare für Erzieher*innen und Berufsschüler*innen

Kölnisches Stadtmuseum

- Konzeption von Vermittlungsangeboten für die Sonderausstellung: »Zwischen Pop und Protest – Die 68er im zeitgenössischen Diskurs«
- Fortbildungen für Lehrkräfte zu den Sonderausstellungen
- Entwicklung und Erprobung eines Führungsmoduls für Blinde und Sehbehinderte
- Museumspädagogische und wissenschaftliche Schulung der ehrenamtlichen Arbeitskreise I und II
- Museumspädagogischer und wissenschaftlicher Austausch mit der Museumsschule

Museum für Angewandte Kunst Köln

- Konzeption von Vermittlungsangeboten für die Sonderausstellungen: »#alleskönner. Peter Behrens zum 150. Geburtstag« | »Andy Warhol – Pop goes Art«
- Fortbildungen für freie Mitarbeiter*innen: »#alleskönner. Peter Behrens zum 150. Geburtstag«, »Andy Warhol – Pop goes Art«
- Erweiterung des Kreativprogramms für Erwachsene
- Kooperation mit der SK-Stiftung zur digitalen Vermittlung zu Stoptrick
- Umsetzung von Angeboten der Design-Vermittlung
- Fertigstellung der APP zu: »34 mal Design«
- Publikation eines Kinderbuches: Überall Design und wir mittendrin, Hrsg.: MAKK – Museum für Angewandte Kunst Köln/ Museumsdienst Köln 2018
- Konzeption eines neuen Geburtstag-Angebots: MAKK Movie Makers. Ein digitales Vermittlungsprogramm, das mit Stoptrick arbeitet | für Kinder und Jugendliche
- MAKK: Design-Weekend 18./19.11.18 mit Führungen und öffentlichen Workshops

Museum für Ostasiatische Kunst

- Konzeption von Vermittlungsangeboten für Sonderausstellungen: »Das gedruckte Bild. Die Blüte der japanischen Holzschnittkultur« | »Alles unter dem Himmel. Vierzig Jahre Museum für Ostasiatische Kunst am Aachener Weiher«
- Fortbildungen für Lehrer*innen: »Popkultur« im Japan der Edo-Zeit (1603-1886)
- Weiterentwicklung von Vermittlungsangeboten für Erwachsene: Deutsch-Türkische Führung durch die Sammlung des MOK; Qigong meets Art; Kunst zum Klingen bringen

Museum Ludwig

- Konzeption von Vermittlungsangeboten für Sonderausstellungen: Haegue Yang: ETA 1994-2018 | Gabriele Münter. Malen ohne Umschweife
- Neue Ausbildungsrunde von Studierenden für das Projekt Kunst:Dialoge am ML
- Relaunch der Marketingstrategie der Kunst:Dialoge
- Etablierung von englisch- und türkischsprachigen öffentlichen Führungsschienen
- Einführung eines Vermittlungsformats mit Musik »Klangmalerei«
- Einführung des Vermittlungsformats »Deutsch lernen mit Kunst«

Museum Schnütgen

- Veranstaltungsformate für »Museumsanfänger« (KölnTag) und Senioren
- Entwicklung und Erprobung eines Führungsmoduls für Blinde und Sehbehinderte
- Fortbildung der freien Mitarbeiter*innen für das Format »Führungen für Blinde und Sehbehinderte im Museum Schnütgen«

NS-Dokumentationszentrum

- »Peer to Peer-Angebot in Zusammenarbeit mit Schülerinnen und Schülern des Paul Klee Gymnasiums Overath und des Irmgardis-Gymnasiums Köln, verbunden mit einer Fortbildung für Lehrer*innen
- Konzeption und Durchführung eines Workshop-Angebotes zur Ausstellung »Vor 80 Jahren – der Pogrom in Köln« verbunden mit einer Fortbildung für Lehrer*innen
- Konzeption und Durchführung des Schülergedenktag zur Befreiung des Konzentrationslagers Auschwitz
- Entwicklung einer Unterrichtseinheit zum Thema Antisemitismus für die Religionsklassen der Synagogengemeinde Köln (in Zusammenarbeit mit der Info- und Bildungsstelle gegen Rechtsextremismus)
- Veranstaltungen zur Konzeption der Ausstellungen im ELDE-Haus für verschiedene Universitäten im Zusammenhang mit Seminaren zur Geschichtsdidaktik
- Betreuung von 6 Schulpartnerschaften

Rautenstrauch-Joest-Museum

- Konzeption von Vermittlungsangeboten zur Sonderausstellung »Fast Fashion. Die Schattenseiten der Mode« (Kooperation mit der Friedensschule e.V., Köln; Konzeption und Realisierung von Museumstaschen für Führungen mit partizipativen Methoden der Sekundarstufen I und II; Durchführung von Workshops zum Thema Upcycling)
- Multiplikatorenfortbildungen zur Erschließung neuer Zielgruppen

Römisch-Germanisches Museum

- Didaktischmethodische Fortbildungen für Multiplikator*innen und freie Mitarbeiter*innen
- Konzeption von Vermittlungsangeboten zur Sonderausstellung »BodenSchätze – Archäologie in Köln«
- Konzeptionelle Mitarbeit an der Ausstellung zur Weidener Grabkammer
- Etablierung englischsprachiger öffentlicher Führungen
- Durchführung des Projekts »Colonia Code«
- Vorbereitung des Begleitprogramms zu den »Wintergames« mit den Kölner Haien

Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud

- Konzeption von Vermittlungsangeboten zu Sonderausstellungen: »Wallrafs Erbe. Ein Bürger rettet Köln« | »Der Brief und die Zeichnung« | »Rubens, Jordaens & Co« | »Schatten im Blick« | »Sonntag des Lebens. Lifestyle im Barock« | »Es war einmal in Amerika. 300 Jahre US-amerikanische Kunst«
- Didaktischmethodische Fortbildungen für Multiplikator*innen und freie Mitarbeiter*innen: Handlungsorientiertes Lernen mit allen Sinnen
- Neue buchbare Veranstaltungsformate für die Graphische Sammlung (unter Einbeziehung der Graphik-Vorlage): Goyas »Desastres de la Guerra« | Rembrandt, Du & Ich. Selbstporträt und Inszenierung (mit praktischem Teil in der Druckwerkstatt)
- Entwicklung eines theaterpädagogischen Programms für Schulklassen aller Schultypen der Sek I

artothek Köln

- Konzeption eines mehrtägigen Werkstattangebots für Senior*innen im kreativen und biographischen Schreiben zu Bildern

Museumsschule*Kooperationsprojekte:*

- Erstellen eines Audioguides für das ML mit Schüler*innen der VK-Klasse des Gymnasiums Kreuzgasse und den Künstlerinnen Marit Mertin und Andrea Schultens | Inklusives Kooperationsprojekt »Traumwerkstatt« der Paul Kraemer Schule für geistige Entwicklung, Frechen mit der GGS Grefrath. Ausstellung in der Stadtbibliothek Köln.

- Tandemunterricht von Schüler*innen des Nelly-Pütz-Berufskollegs für Erzieher*Innen aus Düren mit Schüler*innen verschiedener Grundschulen im ML und WRM
- Fortbildungen für Lehrer*innen der Primarstufe und Sekundarstufe I und II in Zusammenarbeit mit dem Museumsdienst Köln
- Teilnahme am Schüler- und Jugendgedenktag im NS DOK mit Jahrgang 4 der GGS Alte Wipperfürther Straße
- Mitarbeit am Kölner Museumsfest mit Führungen und Workshops

Konzeption neuer Unterrichtsangebote:

- Entwicklung und Durchführung neuer Unterrichtskonzepte im öffentlichen Raum für das Römisch-Germanische Museum und das Kölnische Stadtmuseum für die Zeit der Schließung
- Neue Unterrichtsvorschläge zum Thema »Weihnachten« für das MS

Publikationen:

- Weiterarbeit am Schülerarbeitsheft für die Grundschule »Mittelalter in Köln« im Auftrag des KSM und des Museumsdienstes Köln
- Publikation »Römische Stadtmauer« im Auftrag des RGM und des Museumsdienstes Köln, in Zusammenarbeit mit den genannten Einrichtungen

Anlage 2: Gesamtstatistik Museumsdienst Köln 2016 bis 2018

Veranstaltungen	2016	2017	2018	Veränderung 2017/18	
a) Museumsdienst					
Führungen	5.996	6.478	6.126	-352	-5,43 %
Kreative Arbeit	1.230	1.251	1.107	-89	-7,44 %
- davon Kurse	77	97	111	14	14,43 %
- davon MuseumKinderZeit	36	35	43	8	22,86 %
- davon Junge Entdecker	40	48	45	-3	-6,25 %
- davon Kindergeburtstage	159	168	153	-15	-8,93 %
- davon Werkstätten	822	762	689	-73	-9,58 %
- davon museumsbus.koeln	86	86	66	-20	-23,26 %
- davon projektbezogene Events	10	0	0	0	0,00 %
Lehrerfortbildungen	58	55	35	-20	-36,36 %
Ergebnis Museumsdienst	7.284	7.729	7.268	-461	-5,96 %
b) Museumsschule					
Unterrichtseinheiten	470	533	489	-49	-9,11 %
Lehrerfortbildungen	28	18	26	8	44,44 %
Ergebnis Museumsschule	498	551	515	-36	-6,53 %
Gesamtergebnis	7.782	8.280	7.783	-497	-6,0 %
Teilnehmer	2016	2017	2018	Veränderung 2017/18	
a) Museumsdienst					
Führungen	108.972	120.618	103.485	-17.133	-14,20 %
Kreative Arbeit	24.264	22.557	19.517	-2.300	-10,19 %
- davon Kurse	739	1.266	1.192	-74	-5,85 %
- davon MuseumKinderZeit	269	242	353	111	45,87 %
- davon Junge Entdecker	397	493	361	-132	-26,77 %
- davon Kindergeburtstage	1.930	2.054	1.867	-187	-9,10 %
- davon Werkstätten	18.124	15.598	14.104	-1.494	-9,58 %
- davon museumsbus.koeln	2.044	2.164	1.640	-524	-24,21 %
- davon projektbezogene Events	861	0	0	0	0,00 %
Lehrerfortbildungen	791	740	567	-173	-23,38 %
Ergebnis Museumsdienst	134.127	143.175	123.569	-19.606	-13,69 %
b) Museumsschule					
Unterrichtseinheiten	11.318	13.230	11.640	-1.240	-9,63 %
Lehrerfortbildungen	501	350	488	138	39,43 %
Ergebnis Museumsschule	11.819	13.230	12.128	-1.102	-8,33 %
Gesamtergebnis	145.946	156.405	135.697	-20.708	-13,24%

Anlage 3: Veranstaltungen nach einzelnen Museen

Führungen für Gruppen und Schulklassen	2016	2017	2018	gebucht	öffentlich
Kölnisches Stadtmuseum	268	184	53	31	22
Museum für Angewandte Kunst Köln	301	284	221	137	84
Museum für Ostasiatische Kunst	215	92	220	80	140
Museum Ludwig	1.183	1.210	1.322	1.097	225
Museum Schnütgen	172	153	143	73	70
NS-Dokumentationszentrum	1.963	2.082	2.129	2.065	64
Rautenstrauch-Joest-Museum	499	573	519	454	65
Römisch-Germanisches Museum	1.036	984	766	670	96
Wallraf-Richartz-Museum	600	666	598	448	150
Artothek	0	4	0	0	0
Kölner Rathaus	0	12	0	0	0
Praetorium (Archäologische Zone)	122	125	70	70	0
Ubirmonument	16	24	12	8	4
KoelnMesse Art Cologne	63	50	49	29	20
KoelnMesse Cologne Fine Arts	28	35	24	17	7
Summe	6.466	6.462	6.126	5.179	947

Kreativangebote (Kurse, Ferienangebote, Schulwerkstätten, Geburtstage, Events etc.)	2016	2017	2018	gebucht	öffentlich
Kölnisches Stadtmuseum	72	25	13	2	1
Museum für Angewandte Kunst Köln	105	101	76	66	10
Museum für Ostasiatische Kunst	79	66	86	75	11
Museum Ludwig	343	360	370	361	9
Museum Schnütgen	29	30	33	12	7
NS-Dokumentationszentrum	5	5	2	6	0
Rautenstrauch-Joest-Museum	172	165	147	101	46
Römisch-Germanisches Museum	245	258	208	200	8
Wallraf-Richartz-Museum	146	162	154	146	88
Praetorium (Archäologische Zone)	0	0	0	0	0
Ubirmonument	0	0	0	0	0
Käthe-Kollwitz-Museum	6	4	6	0	0
Sonstige	9	20	12	1	11
Summe	1.220	1.196	1.107	996	111

Fortbildungen (Multiplikatoren)	2016	2017	2018
Kölnisches Stadtmuseum	5	3	1
Museum für Angewandte Kunst Köln	6	3	2
Museum für Ostasiatische Kunst	2	0	1
Museum Ludwig	24	23	31
Museum Schnütgen	3	5	3
NS-Dokumentationszentrum	4	1	4
Wallraf-Richartz-Museum	19	6	5
Rautenstrauch-Joest-Museum	10	11	3
Römisch-Germanisches Museum	3	3	11
Praetorium (Archäologische Zone)	0	0	0
Ubirmonument	0	0	0
Sonstige	0	0	0
Summe	86	55	61

Anlage 4: Übersicht zu Projekten und Schulpartnern

Besondere Fortbildungen für Multiplikator*innen

- Fortbildung für Lehrkräfte mit Fluchthintergrund im Auftrag der Universität zu Köln im Museum Schnütgen, Dr. Ulrich Bock
- Arbeitsgemeinschaft Kunstmuseen für Lehrkräfte der Sekundarstufe II | Koord. und Ltg.: Björn Föll
- Methodenfortbildung »Archäologie Vermitteln« | Ltg.: Dr. Kathrin Jaschke, Julia Müller
- Fortbildungen in der artothek zu den Themen »artothek und Schule« (Sek I und Sek II; Durchf.: Astrid Bardenheuer und Eva Schwering), »artothek und Primarstufe« (Durchf.: Astrid Bardenheuer und Susanne Lang) und »artothek und Kita« (Durchf.: Astrid Bardenheuer und Renate Willmes); Koord.: Susanne Kieselstein
- Fortbildung für Erzieher*innen aus KiTas in versch. Museen | Ltg. Julia Müller
- Fortbildungen für Studienreferendar*innen im NS DOK für folgende Zentren für schulpraktische Lehrerbildung: Leverkusen, Neuss, Engelskirchen, Bonn, Köln, Krefeld; Ltg.: Barbara Kirschbaum
- Interkulturelles Lernen im RJM für angehende Erzieher*innen an KiTas | Ltg.: Peter Mesenhöller
- Fortbildung für Lehrer*innen zur Sonderausstellung »Köln 68! Protest. Pop. Provokation« | Ltg.: Ipek Sirena Krutsch

Projekte für Kinder, Familien und Einrichtungen des Offenen Ganztags

- *Migrantenkinder bekommen Unterstützung* (RJM) | Ltg.: Peter Mesenhöller | Finanz.: Wir helfen e.V. und MPG e.V. | Partner: Museumsdienst Köln und MiKibU e.V. Bergisch Gladbach
Migranten- und Flüchtlingskinder im Primarschulalter besuchten mehrfach das Rautenstrauch-Joest-Museum. Für viele von ihnen war es eine Erstbegegnung mit der Museumswelt. Sie begaben sich auf die Pirsch und suchten Tiere und seltene Materialien, die dann später im kreativen Teil des Museumsbesuchs Thema für eigene schöpferische Aufgaben wurden. Ziel des mehrteiligen Projektes war es, den Kindern den Ort Museum nahezubringen.
- *OGS ins Museum* (7 Museen) | Ltg.: Julia Müller | Finanz.: Sal. Oppenheim Stiftung | Partner: Schulentwicklungsamt der Stadt Köln
Die niedrigschwelligen Angebote richteten sich insbesondere an Kinder mit wenig resp. ohne Museumserfahrung und beinhalteten neben einem Museumsbesuch mehrere Projektstage in der Offenen Ganztagschule. 2018 nahmen 22 Gruppen mit jeweils 15-20 Kindern an den Ferienprogrammen teil. Beteiligt waren folgende Museen: KSM, NS DOK, MAKK, MOK, ML, RGM, RJM und WRM

- *Familientag in der Ausstellung »Sonntag des Lebens«* | Ltg.: Dr. Stephanie Sonntag | Finanz.: Eigenmittel | Partner: Museumsdienst
Bei dem Familientag zur Ausstellung wurde ein buntes, insbesondere auf Familien ausgerichtetes Programm konzipiert und umgesetzt. Meisterwerke der holländischen Kunst wurden durch Arbeiten von Kindern und Jugendlichen ergänzt und die Relevanz der Bildaussagen für die Lebenswelten von heute deutlich gemacht.

Partizipatorische Projekte mit Schulen (alle Referenten)

- *Fast Fashion (RJM)* | Ltg.: Peter Mesenhöller und Carolin Stegmann-Rennert | Finanz.: RheinEnergie Stiftung Kultur
In Vorbereitung der Sonderausstellung »Fast Fashion. Die Schattenseiten der Mode« (12.10.2018-24.02.2019) beschäftigten sich die 7. und 8. Klasse der Friedensschule e.V. Köln über ein halbes Schuljahr fächerübergreifend theoretisch und praktisch mit der Thematik und erarbeiteten zusammen mit dem Museumsdienst eine Ausstellungseinheit zum ‚Kreislauf‘ von Textilien von der Baumwollernte bis zur Drittverwertung in Afrika. Nach Schulung durch die freien Mitarbeiter*innen des Museumsdienstes wurden mit den Schüler*innen zudem an zehn Sonntagen erfolgreich Führungen »für Kids und Erwachsene« durch die Sonderausstellung durchgeführt.
- *Trash-Fashion (MAKK)* | Ltg.: Andrea Imig, Eva Schwering, Julia Müller | Partner: Johann-Gottfried-Herder-Gymnasium
Schüler*innen des Johann-Gottfried-Herder-Gymnasiums in Köln-Buchheim haben sich über mehrere Monate mit Wohndesign und Mode der 1950er, 1960er, 1970er und 1980er Jahre auseinander gesetzt. In der Schule und im Museum für Angewandte Kunst untersuchten sie Trends und Moden, aber auch Utopien und Jugendkultur des jeweiligen Jahrzehnts. Aus Recycling-Materialien entstanden hiervon inspirierte Modekreationen. Diese wurden in der Schule sowie am KölnTag im Rahmen einer Performance in der Designabteilung des MAKK präsentiert.
- *Kleine Welten (ML)* | Ltg.: Julia Müller, Angelika von Tomaszewski | Partner: Schule auf dem Sandberg
In Zusammenarbeit mit der Kunst-Fachschaft der Schule auf dem Sandberg Köln (Förderschule GB) wurde ein mehrtägiges Kunstprojekt für Schüler*innen mit geistiger Behinderung entwickelt und durchgeführt.
- *Jugend- und Schülergedenktag 2018 (NS DOK)* | Ltg.: Barbara Kirschbaum | Finanz.: Eigenmittel | Partner: Amt für Schulentwicklung, NS DOK, Museumsdienst und Museumsschule
Am Projekt zum Gedenken an den Jahrestag der Befreiung des KZ Auschwitz beteiligten sich Kinder und Jugendliche aus über zehn Schulen. Sie zeigten auf vielfältige Weise die Ergebnisse ihrer Auseinandersetzung mit Verfolgung und Ausgrenzung – historisch und aktuell. 300 Schüler*innen sahen die Ergebnisse.

- *Colonia Code (RGM)* | Ltg.: Dr. Kathrin Jaschke, Omar El Saeidi, Thomas Gamp | Finanz.: Schulmittel | Partner: Museumsdienst und Friedrich-Wilhelm-Gymnasium
Das mehrtätige Trainee-Projekt folgt dem Prinzip Schüler führen Schüler. Jugendliche der 8. und 9. Klasse vermittelten in kurzen Spielszenen Inhalte des RGM an die Neuankömmlinge der 5. Klasse. 25 Schüler*innen führten 180 Mitschüler*innen.
- *Erstellen eines Audioguides (ML)* | Ltg. Anja Hild | Finanz.: Eigenmittel | Partner: Gymnasium Kreuzgasse
Schüler*innen der VK-Klasse des Gymnasiums Kreuzgasse erstellten zusammen mit den Künstlerinnen Marit Mertin und Andrea Schultens einen Audioguide für das Museum Ludwig.
- *Traumwerkstatt (ML)* | Ltg.: Anja Hild | Finanz.: Eigenmittel | Partner: Paul Kraemer Schule für geistige Entwicklung, Frechen und GGS Grefrath; Stadtbibliothek Köln
Aus der Kooperation zweier Schulen zu Werken des Museum Ludwig entstand eine Ausstellung, die während der Sommerferien in der Stadtbibliothek Köln zu sehen war.

Schulpartner

Dreikönigsgymnasium Köln (ML, WRM) | Pestalozzi-Förderschule (ML) | Heinrich-Mann-Gymnasium (ML und WRM) | HS Baadenberger Straße (ML) | GGS Hauptstraße (ML) | GGS Humboldtstraße (ML) | KHS Großer Griechenmarkt (ML) | GGS Ernstbergstraße (ML) | KGS Trierer Straße (ML) | KHS Falckensteinstraße (ML) | Katharina-Henoth-Gesamtschule (ML) | Berufskolleg Humboldtstraße (ML, RJM) | KGS Mainzerstraße (WRM) | GHS Nürnberger Straße (ML) | Gesamtschule Porz (NS DOK) | Königin-Luise-Schule Köln (NS DOK) | Montessori-Gymnasium Köln (NS DOK) | Schiller-Gymnasium Köln (NS DOK) | Gymnasium Kerpen (NS DOK) | Gesamtschule Bergheim (NS DOK) | Richard-Riemerschmid-Berufskolleg (NS DOK) | Gymnasium Schaurtestr. (NS Dok) | Michaelgymnasium Bad Münstereifel (NS Dok) | Friedensschule Köln e.V. (RJM) | Friedrich-Wilhelm-Gymnasium (RGM) | Johann-Gottfried-Herder-Gymnasium (MAKK) | Schule auf dem Sandberg (ML)

Projekte und Trainees für Jugendliche und junge Erwachsene

- *Offenes Atelier zu Gabriele Münter. Malen ohne Umschweife* (Museum Ludwig) | Ltg.: Angelika von Tomaszewski M.A. | Finanz.: Museum | Partner Museumsdienst und Museum Ludwig
Zur Sonderausstellung »Gabriele Münter. Malen ohne Umschweife« ist ein ausstellungseigenes Atelier mit verschiedenen Praxisanregungen entstanden, inspiriert von den Landschaften, Stillleben und Porträts, die die Künstlerin Gabriele Münter schuf. Das Programm war buchbar für Gruppen und Schulklassen, von der Primarstufe bis zur Sek II. An den Wochenenden wurde der Raum zum Offenen Atelier, den auch junge und jung gebliebene Individualbesucher*innen gerne nutzten. Betreut wurde es von Vermittler*innen aus dem Team der Kunst:Dialoge.

→ *Kunst:Dialoge (ML)* | Ltg.: Angelika von Tomaszewski M.A. und Sophie Roberts | Finanz.: Museum | Partner: Museumsdienst und Museum Ludwig
In diesem mehrjährig angelegten Projekt werden Studierende der Fächer Kunst und Kunstgeschichte zu Kunstvermittler*innen ausgebildet. Sie kommen sowohl in der Sammlung als auch bei den Sonderausstellungen zum Einsatz und stehen dabei für die Besucher für Fragen aller Art zur Kunst bereit. Das Projekt wurde 2015 an den Museumsdienst (Leitung Kunstvermittlung ML) angebunden.

Projekte für Erwachsene (Stegmann-Rennert)

→ Müzemize Hoşgeldiniz – Willkommen im Museum - Eine Entdeckungsreise durch Kölner Museen auf Deutsch und Türkisch | Konz.: Caroline Stegmann-Rennert M.A. | Finanz.: Eigenmittel
Experten des Museumsdienstes Köln führten gemeinsam mit türkischsprachigen Projektmitarbeiterinnen an sechs KölnTagen kostenfrei durch die Sammlungen des MOK, WRM, RGM, ML, MAKK, RJM

Anlage 5: Kooperationspartner 2018

Arp Museum Rolandseck; Abteilung Kunstvermittlung | Amphi Festival GmbH | Amt für Kinder, Jugend und Familie, Abteilung Kindergärten | Bildungswerk Muslimischer Frauen und Mädchen | Bühnen der Stadt Köln, Referat Theater und Schule | Bundesakademie für Kulturelle Bildung, Wolfenbüttel | Bundesverband Museumspädagogik e.V. | Bundesverwaltungsamt Köln, Referat: Auslandsschulen | Bundeszentrale für politische Bildung | Bürgerhaus Stollwerck | Caritas-Verband | c/o pop Festival & Convention | dementia+art e.V. | Deutsche Bahn | Deutscher Altphilologenverband | Deutscher Museumsbund | Fachhochschule des Mittelstands (FHM) Bielefeld | Goethe-Institut | Heinrich-Heine Universität Düsseldorf, Seminar für Kunstgeschichte | Historikerverband NRW | Ibk – Institut für Bildung und Kultur, Remscheid | Institut für Lehrerfortbildung, Mülheim a.d. Ruhr | Jugendkunstschule Rodenkirchen e.V. | KIK – Kultur für junge Leute | Kölner Freiwilligenagentur e.V. | Kölner Studierendenwerk | KölnMesse GmbH | kölnmusik / Philharmonie | KölnTourismus GmbH | Kommunales Integrationszentrum der Stadt Köln | Kunst im Rheinland | Landesverband Museumspädagogik NRW e.V. | Landesverband nordrhein-westfälischer Geschichtslehrer | Landschaftsverband Rheinland | Lohmarer Institut für Weiterbildung | LVR-Institut für Landeskunde und Regionalgeschichte, Bonn | Pädagogische Hochschule Freiburg, Institut für deutsche Sprache und Literatur | Pädagogische Hochschule Heidelberg, Fakultät für Kulturwissenschaften, Institut für Fremdsprachen und ihre Didaktik (Abteilung Englisch) | Philologenverband NRW, Düsseldorf | Projekt 2508 GmbH | Pro Retina Deutschland e.V. | RDA Internationaler Bustouristik Verband e.V. | Rheinische Musikschule | Schulentwicklungsamt der Stadt Köln | SK Stiftung Kultur | SprachHaus Köln | StadtBibliothek Köln | Stadtrevue Verlag Köln | Technische Hochschule Köln, Institute of

Conservation Sciences (CICS) | Thalys International Partnerships | Tourismus NRW e.V. | Universität Bonn, Institut für Sprach-, Medien- und Musikwissenschaft Abteilung für Interkulturelle Kommunikation und Mehrsprachigkeitsforschung mit Sprachlernzentrum (IKM) | Universität Bonn, Philosophische Fakultät, Kommunikationswissenschaften | Universität Kassel, FB 02 Geistes- und Kulturwissenschaften (Deutsch als Fremd- und Zweitsprache) | Universität zu Köln, Archäologisches Institut | Universität zu Köln, Department Psychologie | Universität zu Köln, Erziehungswissenschaftliche Fakultät, Deutsche Sprache und ihre Didaktik | Universität zu Köln, Historisches Institut, Abt. für Didaktik der Geschichte | Universität zu Köln, Humanwissenschaftliche Fakultät | Universität zu Köln, Institut für Ethnologie | WDR, Kinderfernsehen (Die Sendung mit dem Elefanten) | 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, Vorträge

→ Der Museumsdienst Köln. Präsentation für Kiwanis Club Köln | Köln | 19.2. | Dr. Matthias Hamann
→ Die Museumslandschaft Köln. Präsentation für Inner Wheel | Köln | 14.3. | Dr. Matthias Hamann
→ Seniorenprogramme des Museumsdienstes Köln. Präsentation für Café Impuls | Köln | 25.4. | Dr. Matthias Hamann, Susanne Kieselstein, Carolin Stegmann-Rennert
→ »Mehrsprachigkeit und Integration in der Vermittlungsarbeit an Museen« | Sprachenfest des Zentrums für Mehrsprachigkeit und Integration, Köln | 23.1. | Infostand: Karin Rottmann
→ »Rubens, Du & Ich. Freundschaftsbilder. Anmerkungen zu einem partizipatorischen Ausstellungsprojekt im Wallraf-Richartz-Museum« | Vortrag auf Einladung der Bundeszentrale für politische Bildung bei der PhilCologne mit dem Thema »Was ist Identität?« | 04.06.2018 | Dr. Stephanie Sonntag

Anlage 7: Praktika

Anika Dekubanowski (Tutorin: Carolin Stegmann-Rennert M.A.) | Eva Klein (Tut.: Angelika von Tomaszewski M. A.) | Saskia Schäfer (Tut: Angelika von Tomaszewski M. A.) | Julia Katharina Koop (Tut.: Dr. Andrea Imig und Julia Müller) | Anna Schlieck (Tut. Barbara Kirschbaum)

Anlage 8: Lehraufträge und Hochschultätigkeit

- Universität zu Köln, Lehrstuhl Public History | Seminar »Bild der Woche« | Dr. Matthias Hamann
- Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, Mentoring @KuK. Mentoring-Netzwerk des Masterstudiengangs »Kunstvermittlung und Kulturmanagement« | Engagement als Mentor/in: Dr. Matthias Hamann und Dr. Stephanie Sonntag
- Fachhochschule des Mittelstands (FHM) Köln, Fachbereich Medien, Prof. Dr. Annette Kahre | Trimesterprojekt für Studierende, Thema »Kommunikationskonzept für die Unimesse« | Marie-Luise Höfling und Dr. Lena Weber
- Universität zu Köln, Historisches Seminar | Vortrag mit Führung: Konzeption der Dauerausstellung des NS-Dokumentationszentrums – Aspekte der Vermittlung des Themas Nationalsozialismus | Barbara Kirschbaum
- Universität zu Köln, Ringseminar am Zentrum für Lehrer*innenbildung (Ringseminar im Rahmen der Bildungspartner NRW: »Gedenkstätten und Schule«) | Barbara Kirschbaum
- Universität zu Köln, Historisches Seminar, Einführung in die Geschichtsdidaktik im ethnologischen Museum | Schulung, Führungen und Vorträge | Peter Mesenhöller
- 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)

- Einführung in die Sonderausstellungen: »Bretter, die die Welt bedeuten« | »Köln 68! Protest. Pop. Provokation.«

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

- Einführung in die Sonderausstellungen: »#alleskönner. Peter Behrens zum 150. Geburtstag« | »Andy Warhol – Pop goes Art«
- Museumspädagogischer Erfahrungsaustausch

Museum für Ostasiatische Kunst (Koord.: Carolin Stegmann-Rennert)

- Einführung in die Sonderausstellungen: »Das gedruckte Bild. Die Blüte der japanischen Holzschnittkultur« | »Alles unter dem Himmel«

Museum Ludwig (Koord.: Angelika von Tomaszewski)

- Einführung in die Sonderausstellungen: »HIER UND JETZT im Museum Ludwig. Günter Peter Straschek« | »Haegue Yang: ETA 1994 – 2018« |

- »Doing the Document. Fotografien von Diane Arbus bis Piet Zwart« |
- »Gabriele Münter. Malen ohne Umschweife« | »Black Power – Flower Power. Fotografien von Pirkle Jones und Ruth-Marion Baruch« | »Die Humane Kamera. Heinrich Böll und die Fotografie«

- Museumspädagogischer Erfahrungsaustausch

Museum Schnütgen (Koord.: Dr. Ulrich Bock)

- Einführung in die Sonderausstellung »Unter der Lupe«

NS-Dokumentationszentrum (Koord.: Barbara Kirschbaum)

- Einführung in einzelne Programme: Workshop-Angebot zur Sonderausstellung »Anne Frank – ein Mädchen schreibt Geschichte« | Workshop-Angebot zur Sonderausstellung »Vor 80 Jahren – der Pogrom in Köln«
- Einführung in die Sonderausstellungen: »Der Warschauer Aufstand 1944« | »Angezettelt. Antisemitische und rassistische Aufkleber von 1880 bis heute«
- Museumspädagogischer Erfahrungsaustausch

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

- Einführung in die Sonderausstellung »Fast Fashion. Die Schattenseiten der Mode«
- Partizipationsprojekt mit der Friedensschule e.V. Köln
- Museumspädagogischer Erfahrungsaustausch

Römisch Germanisches Museum (Koord.: Dr. Kathrin Jaschke)

- Das archäologische Jahr 2017
- Die Grabkammer Weiden
- Methodenfortbildung zur Führung für Blinde und Sehbehinderte
- Einführung in die Sonderausstellungen: »BodenSchätze – Archäologie in Köln« | »Geformt mit göttlichem Atem«

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

- Einführung in die Sonderausstellungen und Sammlungspräsentationen: »Wallrafs Erbe. Ein Bürger rettet Köln« | »Eine Graphische Revolution. Der italienische Farbholzschnitt des 16. Jahrhunderts« | »Der Brief und die Zeichnung« | »Rubens, Jordaens & Co. Zeichnende Meister aus Flandern« | »Sonntag des Lebens. Lifestyle im Barock« | »Es war einmal in Amerika. 300 Jahre US-amerikanische Kunst«
- Einführung in neue Programme: »Goya. Desastres de la Guerra« | »Rembrandt als Radierer: Selbstbildnis und Affektstudium« | »Rubens, Du & Ich: Freundschaftsbilder«
- Museumspädagogischer Erfahrungsaustausch

Museumsübergreifend (Koord.: Julia Müller)

- Einführung in neue Methoden: Die Arbeit mit der Museumstasche
- Übersicht zur Neufassung der Primarstufenprogramme

Anlage 10: Externe Tagungen und Gremiensitzungen

- Mitgliederversammlung und Vorstandstreffen des LVMP NRW e.V. | div. Termine | Teiln.: Dr. Matthias Hamann
- G 9-Treffen des Region KölnBonn e.V., Köln | mehrere Termine | Teiln.: Dr. Matthias Hamann
- Jahrestagung des Deutschen Museumsbundes, Bremen | 06.-09.05. | Teiln.: Dr. Matthias Hamann
- Gesellschaftlicher Wandel im Museum. Jahrestagung des LVMP NRW e.V. | Hagen | 19.03. | Dr. Matthias Hamann
- Wie politisch ist das Museum? Jahrestagung des BVMP e.V., Dresden | 21.-23.10. | Dr. Matthias Hamann, Carolin Stegmann-Rennert
- Mentoringprogramm des Studiengangs »Kunstmarkt und Kunstvermittlung« der Univ. Düsseldorf | Düsseldorf | 09.11. | Dr. Matthias Hamann, Dr. Stephanie Sonntag
- Sitzungen des Beirats von KölnTourismus | div. Termine | Teiln.: Dr. Matthias Hamann
- Fachausschusssitzungen des Deutschen Kulturrats | div. Termine | Berlin | Dr. Matthias Hamann
- Networking am Rhein | Netzwerktreffen von Convention Cologne | div. Termine | Teiln.: Dr. Matthias Hamann, Martin Hegel und Marie-Luise Höfling
- KulturInvest 2018 | Berlin | 12.-13.11. | Teiln.: Martin Hegel
- Die Besucher im Blick, 7. Hans Diers Marketing Symposium von markt.forschung.kultur und Kunsthalle Bremen | 23.-24.4. | Teiln.: Marie-Luise Höfling
- Fachtagung »Kultur vor Ort – Möglichkeiten inklusiver Kulturarbeit im Sozialraum« | Gold-Kraemer-Stiftung | Frechen | 15.3. | Teiln.: Dr. Andrea Imig
- Fachtagung Archäologie im Rheinland | LVR-Landesmuseum Bonn | 5.-6.2. | Teiln.: Dr. Kathrin Jaschke
- Fachgruppe Digitale Bildung und Vermittlung in Museen des BVMP e.V. | Haus der Geschichte Bonn | 19.4. | Teiln.: Dr. Kathrin Jaschke
- DGPB-Tagung »Zeit – Lebenszeit – Biographie«, EAG/FPI Hückeswagen / 28.-29.09. / Teiln.: Susanne Kieselstein
- »Schreiben über gelebtes Leben – biographisches Schreiben mit alten Menschen«, Institut für Bildung und Kultur e.V., Köln / 20.03. / Teiln.: Susanne Kieselstein
- Symposium »einmal KUNST bitte!«, artothek im Museum Ludwig, Köln / 06.07. / Teiln.: Susanne Kieselstein
- JugendKultur findet STADT! | Landesvereinigung Kulturelle Jugendarbeit NRW e.V. in Dortmund | 20.9. | Teiln. Ipek Sirena Krutsch
- Frühjahrs- und Herbsttagung des AK Verwaltung beim Deutschen Museumsbund | div. Termine | Teiln.: Klaus Linz
- FOCUS 2018 »Change Management« im Archäologisches Landesmuseum Brandenburg | 25. – 27.4. | Teiln.: Julia Müller

- Diversify your audience! Besuche beforschen, Museen entwickeln | Veranstaltung der Museumsakademie Johanneum in Berlin | 8. – 9.11. | Teiln.: Julia Müller
- Konstruktiver Umgang mit Kritik | Stadt Köln | Teiln.: Angelika v. Tomaszewski M.A.
- Start des Lab.Bode-Programms in Berlin | 10.-11.12. | Teiln.: Angelika v. Tomaszewski M.A.
- Kopenhagen. Museen als urbane Akteure | 12.-13.9. | Teiln.: Julia Müller und Angelika v. Tomaszewski M.A.
- »Sprache und Vermittlung. Kommunikation in Ausstellungen«, Deutsches Historisches Museum, Berlin in Kooperation mit dem Institut für Germanistische Linguistik der Technischen Universität Dresden | 11.-12.10. | Dr. Stephanie Sonntag

Anlage 11: Publikationen

Publikationen / wissenschaftliche Beiträge / Kurzführer / Beschriftungen

- Matthias Hamann: »Köln, das Athen am Rheine«. Wallrafs pädagogisches Konzept 1786, in: Ausstellungskatalog Wallrafs Erbe, hg. v. Thomas Ketelsen. Köln 2018, S. 48-57.
- Andrea Imig (Text/Koordination): Überall Design und wir mittendrin, Hrsg.: MAKK – Museum für Angewandte Kunst Köln/ Museumsdienst. Köln 2018.
- Kathrin Jaschke: Museumspädagogik im Römisch-Germanischen Museum, in: Ausstellungskatalog BodenSchätze - Archäologie in Köln, hg. v. Marcus Trier/Friederike Naumann-Steckner. Köln 2018
- Kathrin Jaschke und Dirk Schmitz: Das römische Köln als Handelszentrum im 1. bis 3. Jahrhundert n. Chr., in: Ausstellungskatalog Warenwege - Wagenflüsse. Handel, Logistik und Transport am römischen Niederrhein, hg. v. Christoph Eger, Mainz 2018
- Susanne Kieselstein, »Quadrate im Wechseltakt oder Bildergeschichten«, in: Symposiumsreader »1 x KUNST bitte!«, hg. v. Astrid Bardenheuer. Köln 2018, S. 52-56.
- Susanne Kieselstein, »BilderBuchSonntage in den Museen der Stadt Köln«, in: Standbein Spielbein 2/2018, S. 88-92.
- Caroline Stegmann-Rennert mit Anika Dekubanowski (Idee, Text, Entwurf und Redaktion): Mit Liu Hai durchs Museum. Alles unter dem Himmel (Mitmachheft für Kinder und Familien)
- Angelika von Tomaszewski: Ausstellungsbegleiter zur Sonderausstellung Hague Yang. ETA 1994-2018. Köln 2018.
- Stephanie Sonntag: Es war einmal in Amerika. 300 Jahre US-amerikanische Kunst. Begleitheft zur Ausstellung in deutscher und englischer Sprache. Köln 2018.

Audio / digitale Präsentationen / Internet / Filme

- Ulrich Bock und Andrea Imig: Internetredaktion und Aktualisierung der Website museenkoeln.de/museumsdienst
- Ralf Dank: Erstellung und Redaktion des digitalen Newsletters museenkoeln mit 51 Ausgaben
- Matthias Hamann, Andrea Imig, Kathrin Jaschke, Caroline Stegmann-Rennert, Angelika von Tomaszewski: Beiträge für das Bild der Woche auf museenkoeln
- 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, Marie-Luise Höfling, Susanne Kieselstein, Andrea Imig, Julia Müller, Karin Rottmann, Caroline Stegmann-Rennert, Lena Weber: Beiträge im Blog, im Facebook-Auftritt und im Twitter-Account des Museumsdienstes Köln
- Marie-Luise Höfling und Lena Weber: Betreuung der Social Media Kanäle zu museenkoeln.de und Museumsdienst auf Facebook und Twitter
- Julia Müller: Erstellung und Versand des digitalen Newsletters Bildung mit 15 Ausgaben
- APP-Audioguide »34 mal Design« im MAKK | verschiedene Touren: für Kinder als Hörspiel, für Erwachsene, für Blinde und Sehbehinderte | über »freshmuseum«

Ausstellungsbeschriftung / Texte / Unterrichtsmaterialien

- Barbara Kirschbaum und Birte Klarzyk: Vor 80 Jahren – der Pogrom in Köln. Texte zur Sonderausstellung | Zielgruppe: Alle
- Stephanie Sonntag: Es war einmal in Amerika. 300 Jahre US-amerikanische Kunst. Begleitheft zur Ausstellung in deutscher und englischer Sprache. Köln 2018.

Hands On Materialien

- Museum für Angewandte Kunst | Neuordnung und Erweiterung der Tastobjekte für buchbare Angebote | Zielgruppe: blinde und sehbehinderte Menschen
- Museum für Ostasiatische Kunst | Erweiterung der didaktischen Sammlung in den Bereichen: Traditionelle japanische Hochzeitskleidung (Kimono mit Zubehör), chinesische Schriftkunst, Japonismus; Literatur für Kinder | Zielgruppen: Kinder und Jugendliche, Familien, Erwachsene
- Rautenstrauch-Joest-Museum | Konzeption und Realisierung von Museumstaschen für partizipative Führungen »Fashion Talk« | Zielgruppe Sek I und II
- Römisch-Germanisches Museum | Neuordnung der Tastobjekte für buchbare Angebote | Zielgruppe: blinde und sehbehinderte Menschen
- Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud | Erweiterung der Hands On Medien für die Dauerausstellung | Zielgruppe: Kinder ab 4 Jahren

- Mobiles Museum Köln: Entwicklung von Material für den Outreachbereich, Schwerpunkt »Zusammen wohnen«

Anlage 12: Ausstellungen

- Kölnisches Stadtmuseum | Trotzdem Alaaf! Kölner Rosenmontag 1991 + 2017 (16.12.17-25.3.18) | Im rechten Licht (16.12.17-25.3.18) | Bretter, die die Welt bedeuten (5.5.-26.8.18) | Köln 68! Protest. Pop. Provokation (20.10.18-31.3.19)
- Museum für Angewandte Kunst Köln | Im Spielrausch: Von Königinnen, Pixelmonstern und Drachentöttern (19.8.17-4.2.18) | | Stylepark Selected imm 2018 at MAKK (15.1.-21.1.) | Elisabeth Brockmann. FREIHEIT, RAUM UND LICHT (24.2.- 8.4.) | Peter Gowland's Girls (9.6.-14.10.) | Andy Warhol (1.9.18-24.3.19) | Kölner Design Preis (26.10.18-18.11.) | 34 x Design (27.10.18-14.4.19) | #alleskönner. Peter Behrens zum 150. Geburtstag (17.3.-1.7.) | COLLUMINA – Internationales Licht Kunst Projekt Köln (22.3.-24.3.) | Kölner Design Preis – Toby E. Rodes Award (26.10.-18.11.)
- Museum für Ostasiatische Kunst | Das gedruckte Bild. Die Blüte der japanischen Holzschnittkultur. (1.3-30.9.) | Alles unter dem Himmel. Vierzig Jahre Museum für Ostasiatische Kunst am Aachener Weiher (17.11.18-30.6.19)
- Museum Ludwig | Werner Mantz. Architekturen und Menschen (14.10.17-21.1.18) | James Rosenquist (18.11.17-4.3.18) | Black Power, Flower Power (3.2.-3.6.18) | HIER UND JETZT im Museum Ludwig. Günther Peter Straschek (3.3.-15.7.) | Haegue Yang. Wolfgang-Hahn-Preis (18.4.-12.8.) | Name der Fotografin: Aenne Biermann (16.6.-30.9.18) | Doing the Document (31.8.18-6.1.19) | Gabriele Münter (15.9.18-13.1.19) | Alexander von Humboldt, die Fotografie und sein Erbe (13.10.18-10.2.19)
- Museum Schnütgen | Expedition Mittelalter (27.10.17-28.1.18) | Der Samson-Meister und seine Zeit (6.6.18-30.6.19) | Unter der Lupe (13.11.18-30.6.19)
- NS Dokumentationszentrum | Vernichtungsort Malyi Trostenez (19.10.17-18.2.18) | Jugend- und Schülergedenktag (20.1.-4.2.18) | Der Warschauer Aufstand (7.3.-29.4.) | Deine Anne. Ein Mädchen schreibt Geschichte (10.5.-1.7.) | Wohnungslose im Nationalsozialismus (25.5.-8.7.18) | Yuri Kharchenko (14.7.-2.9.18) | Angezettelt (14.9.-4.11.18) | Vor 80 Jahren – Der Pogrom in Köln (6.11.18-6.1.19) | Überall Luthers Worte (16.11.1-24.2.19)
- Rautenstrauch-Joest-Museum – Kulturen der Welt | Wüste – Meer – Schöpfermythen (10.11.17-4.3.18) | Der Wilde schlägt zurück (16.3.-3.6.) | Fast Fashion (12.10.18-24.2.19)
- Römisch-Germanisches Museum | Vorzeitgeschichten (4.4.17-25.3.18) | Boden-Schätze (20.7.-30.12.18) | Geformt mit göttlichem Atem (5.10.-30.12.18)

- Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud | Heiter bis wolkig (1.6.-1.7.18) | Tintoretto – A Star was born (6.10.17-28.1.18) | Eine graphische Revolution (22.9.17-4.2.18) | Wundervoll – Honthorsts Anbetung der Hirten (17.11.17-4.2.18) | Der Brief und die Zeichnung (23.2.-21.5.18) | Wallrafs Erbe (23.3.-8.7.18) | Rubens & Co (15.6.-9.9.18) | Schatten im Blick (28.9.18-13.1.19) | Es war einmal in Amerika (23.11.18-24.3.19)
- artothek – Nico Joana Weber (11.1.-17.2.18) | Katja Davar (1.3.-7.4.18) | Béla Pablo Janssen (17.6.-28.7.18) | Tilman Peschel (6.9.-20.10.18) | Selma Gültoprak (2.11.-24.11.18)

Anlage 13: Preise und Wettbewerbe

- Das Kooperationsprojekt des Kinderladen Papperlapapp e.V mit der artothek Köln gewann 2018 den Bundeswettbewerb für kulturelle Bildung »MIXED UP/ Kita Plus 2018«.

Team (Stand 31.12.2018)

Direktion

Dr. Matthias Hamann (Direktor)
Karin Rottmann (Stv. Direktorin)
Jürgen Hoop (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)
Dr. Kathrin Jaschke (Ltg. Kunst- und Kulturvermittlung am Römisch-Germanischen Museum)
Dipl.-Päd. Susanne Kieselstein (Projekte und Kooperationsbereich Kulturelle Bildung, Begleitung artothek, Kreatives und Biographisches Schreiben)
Barbara Kirschbaum (Ltg. Bildung und Vermittlung am NS-Dokumentationszentrum)
Ipek Sirena Krutsch (Kunst- und Kulturvermittlung am Kölnischen Stadtmuseum; ab 1.10.)
Peter Mesenhöller (Ltg. Bildung und Vermittlung am Rautenstrauch-Joest-Museum)
Dipl.-Päd. Julia Müller (Leitung Programme Outreach)
Karin Rottmann (Ltg. Schulprogramme und Museum kreativ)
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)

Marketing und Kommunikation

Martin Hegel (Ltg. Marketing und Kommunikation; ab 1.10.)
Marie-Luise Höfling (Ltg. Medien- und Öffentlichkeitsarbeit)
Waltraud Herz (Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Internet)
Dr. Lena Weber (Events und Social Media)

Verwaltung

Klaus Linz (Ltg. Verwaltung)
Beate Hülsken (Verwaltungsmitarbeiterin)
Michael Jonetz (Sachbearbeitung Museum kreativ)
Birte Klarzyk (Sachbearbeitung NS DOK)
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 163

Dr. Birgitt Aldermann | Recha Allgaier-Honal | Dennis Hartmann | Dr. Ines Bachem | Dr. Andreas Baumerich | Elke Beck | Daniela Bennewitz | Karen Bienhaus | Annette Binder | Merle Bode | Sophie-Laura Boße | Walter Bruno Brix | Annika Burbank | Dr. Till Busse | Dr. Donatella Cacciola | 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. | Britta Derichs | Hasan Hüesyin Deveci | Anna Döbbelin M.A. | Nicole Dorweiler M.A. | André Dumont M.A. | Kristina Eder M.A. | Irene Ellegiers M.A. | Omar El-Saeidi | Freya Elvert | Kurt Erlemann | Dr. Jutta Ewers | Dipl.-Ing. Mareike Fänger | Corinna Fehrenbach | Silke Feuchtinger | Katharina Feyrer | Natalia Figuigui | Georg Gartz | Sybille Geisel | David Gilles | Uta Deborah Gilsebach | Ilja Gold | Dr. Raymund Gottschalk | Markus Graf | Dr. Hans-Jürgen Greggersen | Claudia Grötzebach M.A. | Irene Grünendahl-Schmitz | Christian Günther | Anastasia Hassun | Anke von Heyl M.A. | Andrea Hillebrandt | Alexandra Holst | Mag. phil. Angela Huemer | Sanae Ilies | Monique Isserstedt | Laura Mareen Janssen | Dulce Jimenez | Felicitas Jobs | Christina Kempcke-Richter M.A. | Sarah Keppel | Carolyn Kipper M.A. | Jennifer Kirchhoff M.A. | Hans-Peter Kirchmann | Lana Kirsch | Birte Klarzyk | Julia Klatt | Regina Kluck | Aaron Knappstein | Jacqueline Knöll | Elina Knorpp | Paul Krause | Julia Kreische M.A. | Lisa Kröger M.A. | Sibylle Kroll M.A. | Ipek Sirena Krutsch | Dr. Katja Lambert | Brigitte Lambertz | Susanne Lang M.A. | Volker Laue | Kirsten Ledbetter | Silke Lemmes | Eva Lobstädt M.A. | Rosi Loos | Tina van de Luijster | Azziza Malanda M.A. | Lorena Markowitsch | Oliver Meißner | Gisela Michel M.A. | Ulrike Michel | Nico Mokros | Rüdiger Müller | Christina Nägler | Therese Nelles | Miriam Nikula | Dr. Gaby Oepen-Domschky | Dr. Marion Opitz | Dr. Beate Ostermann | Mira Parthasarathy | Janina Paszkowski | Judith Patzelt | Cordula Patzig | Hanna Petri-Böhnke M.A. | Celeste Pfahler | Theda Pfingsthorn | Charlotte Pinon | Ludmilla Piters-Hofmann | Sven Radtke | Andrea Raffauf-Schäfer M.A. | Fabian Reeker | Anja Reincke | Cordula Reiter M.A. | Heike Rentrop M.A. | Giulia Repetto M.A. | Ilka Richter | Dr. Daniela Rösing | Dr. Hannelore Rose | Sonya Roushdy | Julia Rückert M.A. | Tilman von Schaewen | Cristine Schell | Anna Schlieck | Jochen Schmauck-Langer | Dagmar Schmidt | Hauke Schmidt | Dr. Uta Schmidt-Clausen | Therea Schmidt-Meinecke | Marion Schulz | Eva Schwering M.A. | Monika Schwingeler | Anna Sellmann M.A. | Dr. Masako Shôno-Sládek | Vera Sleeking | Dr. Dirk Soechting | Mara Stahl | Theresa Steinmetz | Marius Stelzmann | Dr. Elke Stoll-Berberich | Markus Thulin M.A. | Stefanie Thome M.A. | Sara Tofmachschan | Hôkô Tokoro | Kezban Tursun | Dipl.-Ing. Martin Vollberg | Katharina Wagner M.A. | Nicola Walbrecht M.A. | Kristine Walther | Ursula Werner | Martin Wieland M.A. | Renate Willmes | Waltraud Windmüller | Laura Winkler M.A. | Dipl.-Des. Michael Winter | Dr. Susanne Wischermann | Peter Ulrich Wulf | Björn Wolf | Claudia Wörmann-Adam | Youwu Xu | Lili Yuan | Hartmut Zänder | Helga Zimmer | Mariella Zulla

Impressum

Jahresbericht des Museumsdienstes Köln 2018

Herausgeber: Matthias Hamann

Redaktion: Martin Hegel, Kathrin Jaschke

Adresse: Museumsdienst Köln

Leonhard-Tietz-Str. 10

50676 Köln

museumsdienst@stadt-koeln.de

www.museen.koeln

Fotos:

S. 18/19: BVMP e.V., Foto: Britta Handke; alle anderen: Museumsdienst Köln,

Fotos: Nikolai Stabusch. Alle gezeigten Personen haben ihr Einverständnis gegeben.

Wir machen Programm
Museumsdienst Köln

 museumspädagogische Gesellschaft

Museen der

