

Jahresbericht 2019

Zahlen, Programme, Projekte



Der Jahresbericht des Museumsdienstes 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 2019 (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
KSM	Kölnisches Stadtmuseum
MAKK	Museum für Angewandte Kunst Köln
MD	Museumsdienst Köln
ML	Museum Ludwig
MOK	Museum für Ostasiatische Kunst
MS	Museum Schnütgen
NS DOK	NS Dokumentationszentrum
RGM	Römisch-Germanisches Museum
RJM	Rautenstrauch-Joest-Museum – Kulturen der Welt
WRM	Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud

Weitere Abkürzungen

BFMF	Begegnungs- und Fortbildungszentrum muslimischer Frauen e.V.
BpB	Bundeszentrale für Politische Bildung
BVMP e.V.	Bundesverband Museumspädagogik e.V.
DMB	Deutscher Museumsbund
KKM	Käthe Kollwitz Museum
KTM	KölnTourismus GmbH
LVMP NRW e.V.	Landesverband Museumspädagogik NRW e.V.
LVR	Landschaftsverband Rheinland
RVK	Regionalverkehr Köln GmbH
SA	Sonderausstellung
TN	Teilnehmerinnen und Teilnehmer
ZfL	Zentrum für LehrerInnenbildung der Universität Köln
ZfsL	Zentrum für außerschulische Lehrerbildung
ZMI	Zentrum für Mehrsprachigkeit und Integration

Zur besseren Lesbarkeit werden auf dieser Website personenbezogene Bezeichnungen, die sich zugleich auf alle Geschlechter beziehen, generell nur in der im Deutschen üblichen männlichen Form angeführt, also z.B. »Teilnehmer« statt »Teilnehmer*innen« oder »Teilnehmerinnen und Teilnehmer«. Dies soll jedoch keinesfalls eine Geschlechterdiskriminierung oder eine Verletzung des Gleichheitsgrundsatzes zum Ausdruck bringen.

Museumsdienst Köln

Jahresbericht 2019

Zahlen, Programme, Projekte

1. Jahresbericht – Überblick

Leitbild

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

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

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

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

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

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

Einführung

Der Museumsdienst gehört seit seiner Gründung 1966 zu den wichtigsten Institutionen der Kulturellen Bildung in Köln und war die erste museumspädagogische Facheinrichtung der Bundesrepublik. Heute zählt er zu den drei größten in Deutschland. Er arbeitet für die Museen der Stadt Köln, verantwortet zudem übergreifend Marketing und Kommunikation für den Museumsstandort und koordiniert Digitalisierungsprozesse.

Die Kölner Vermittlungsarbeit basiert auf den Beständen der städtischen Museen, deren historische, kunst- und kulturhistorische Sammlungen von der Vorgeschichte bis in die Gegenwart reichen und eine lokale, regionale, internationale und außereuropäische Ausrichtung besitzen. Die Kölner Museumspädagogik ist eng in die Programmatik und Konzeption der Präsentationen eingebunden.

Dauer- und Sonderausstellungen werden in unterschiedlichen analogen und digitalen Vermittlungs- und Veranstaltungsformaten beleuchtet und befragt. In der Arbeit des Museumsdienstes spiegeln sich Vielfalt und Interessen einer durch Zuwanderung geprägten Stadtgesellschaft 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 Mitmenschen mit Behinderung. Die Arbeit mit Schulklassen nimmt den größten Raum ein. Die Bildungsarbeit ist stark ausdifferenziert und umfasst alle Methoden der verbalen, medialen und digitalen Vermittlung.

Um die Angebote breit zu streuen, bespielt der Museumsdienst diverse Kanäle, von Medienkommunikation, Internet und Social Media, bis zu Print und Newslettern. Die Kommunikation erfolgt zielgruppenspezifisch. Für den Museumsstandort konzipiert und organisiert der Museumsdienst übergreifende Werbe- und Kommunikationskampagnen, Messeauftritte, Pressereisen und Events.

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«, »Digitale Agenda«, »Marketing und Kommunikation« sowie »Bildung und Vermittlung«. Der Start erfolgte im Oktober 2018. 2019 wurden vier Vorprojekte erfolgreich durchgeführt und die Grundlage für die Fortsetzung bis einschließlich 2021 gelegt. Die Ziele sind mit den Museen abgestimmt und folgen der Agenda »Kölner Perspektiven 2030«.



29

feste Mitarbeiter

zum 31.12.2019
(+3)

119

freie Mitarbeiter

(-34)

8

Lehrkräfte

in der Museumsschule
(± 0)

907.787

141.178

betreute Gäste in 2019

2018: 135.697
2017: 156.405
(+ 4,04%)

Museumsbesuche in 2019

2018: 1.014.786
2017: 1.008.047
(- 10,54%)

Anteil 2019 in Prozent

15,5

2018: 13,3%
2017: 15,5%
(+ 2,2%)



9.279

Veranstaltungen gesamt in 2019

2018: 7.783
2017: 8.258
(+ 19,22%)



7.488

66

1.232

Führungen

2018: 6.126
2017: 6.478

Multiplikatoren- fortbildungen

2018: 61
2017: 55

Kreativveranstaltungen

2018: 1.107
2017: 1.196

460

Kinder in mehrtägigen Kursen bei »OGS ins Museum«

2018: ca. 557 Grundschüler*innen
2017: ca. 500 Grundschüler*innen

11

projektorientierte Schulpartnerschaften

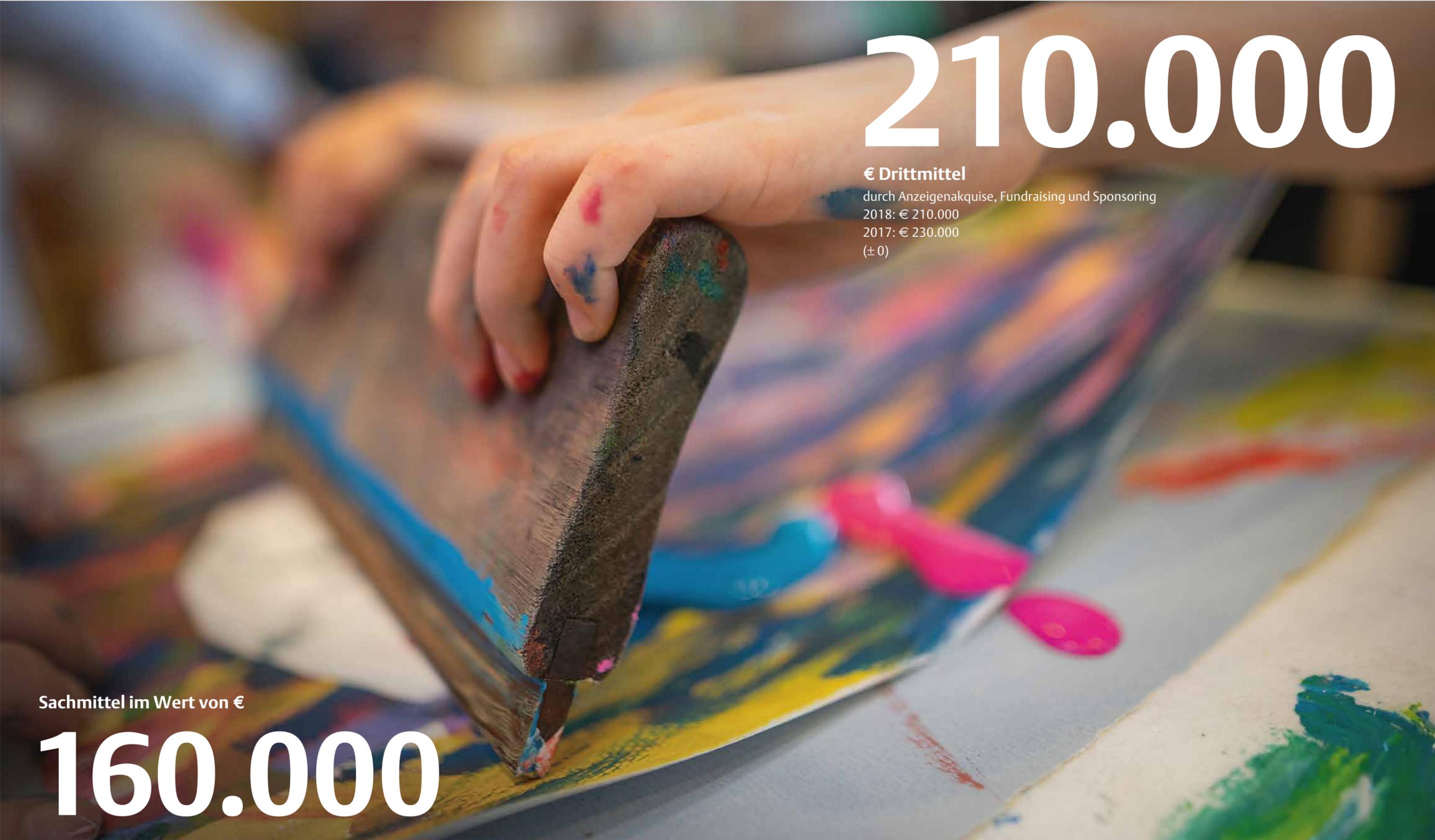
2018: 11
2017: 10

199

Jugendliche im Projekt [museumsbus.koeln](https://museumsbus.koeln.de)

2018: 1.640 TN
2017: 2.164 TN





210.000

€ Drittmittel

durch Anzeigenakquise, Fundraising und Sponsoring

2018: € 210.000

2017: € 230.000

(± 0)

Sachmittel im Wert von €

160.000

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



13

Publikationen zur Dachmarke »museenkoeln«

2018: 8
2017: 13

2.658.690

Seitenaufrufe museenkoeln.de

2018: 2.795.449
2017: 3.049.677

10

Vorträge und Lehrveranstaltungen

2018: 7
2017: 12

63

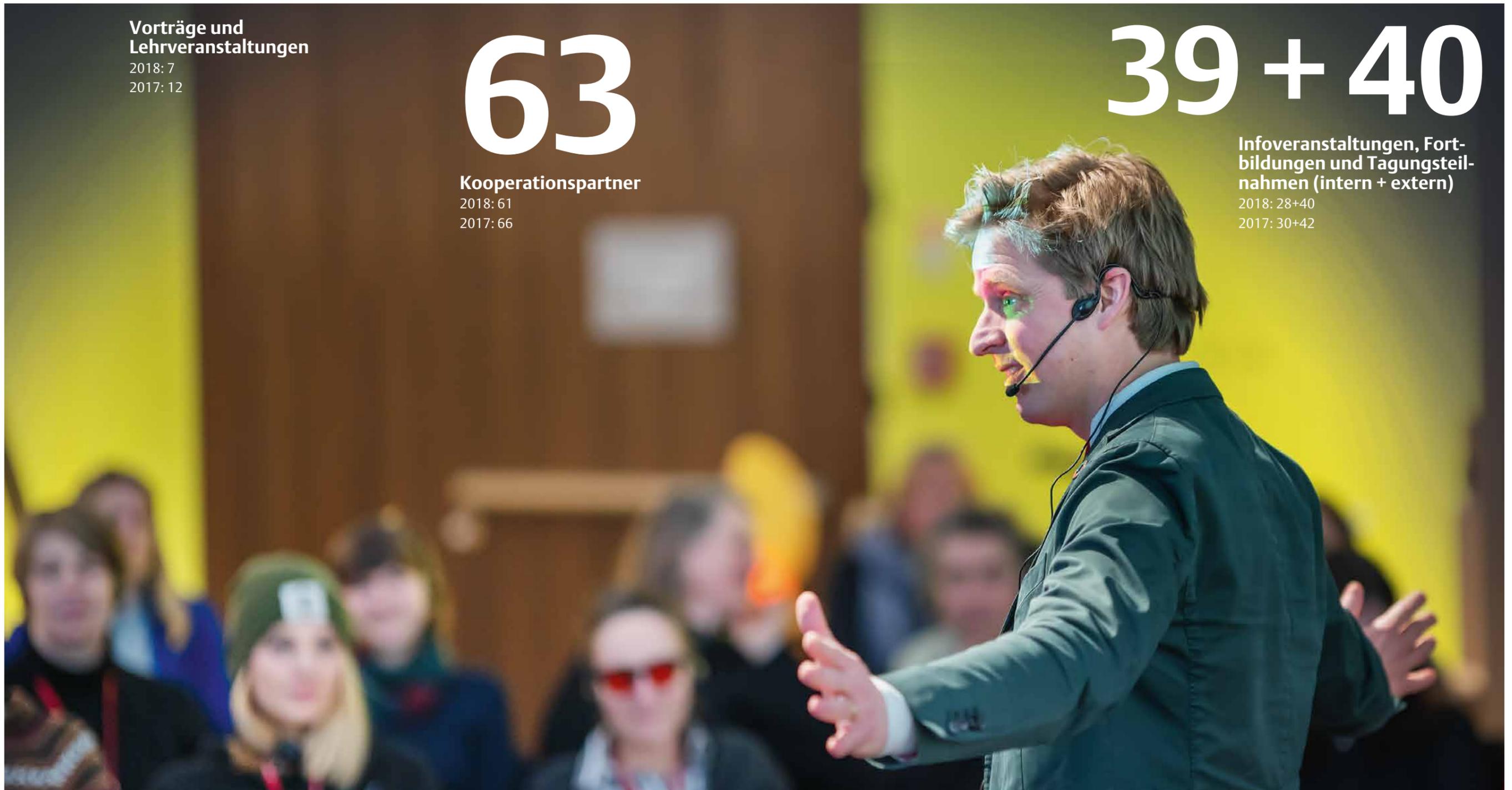
Kooperationspartner

2018: 61
2017: 66

39 + 40

Infoveranstaltungen, Fortbildungen und Tagungsteilnahmen (intern + extern)

2018: 28+40
2017: 30+42



Kennzahlen 2019

- 29 feste Mitarbeiter zum 31.12.2019 (+3)
- 119 freie Mitarbeiter (- 34)
- 8 Lehrkräfte in der Museumsschule; ± 0
- Veranstaltungen: 9.279 (2018: 7.783; 2017: 8.258) + 19,22%
- 141.178 betreute Gäste (2018: 135.697; 2017: 156.405) + 4,04%
- 2019: 907.787 Museumsbesuche (2018: 1.014.786; 2017: 1.008.047); - 10,54%
- Anteil der betreuten Besucher 2019: 15,5 % (2018: 13,3%, 2017: 15,5%); + 2,2%
- 11 projektorientierte Schulpartnerschaften (2018: 10; 2017: 11)
- € 210.000 Drittmittel durch Anzeigenakquise, Fundraising und Sponsoring (2018: € 230.000; 2017: € 210.000)
- Sachmittel im Wert von € 160.000 (Stellung von 2 Fahrzeugen für das Projekt museums-bus.koeln)

Schwerpunkte 2019 – Bildung und Vermittlung

2019 nutzten 141.178 Gäste die Bildungsveranstaltungen des Museumsdienstes, 4 % mehr als im Vorjahr. Der Anteil an der Gesamtbesucherzahl stieg damit auf 15,5% (+2%). Am deutlichsten stieg der Anteil der Veranstaltungen in folgenden Museen: RGM (Bespielung des alten Baus am Dom mit öffentlichen Führungen) und WRM (Sonderausstellung). Rückläufig waren die Zahlen in KSM und Praetorium (Schließung) und NS DOK.

Erfolg bedeutet jedoch mehr als hohe Besucherzahlen. Auch die Teilnahme an Tagungen, Erwähnungen in der Presse, der Vernetzungsgrad, die Anzahl von Vorträgen und Publikationen und die Höhe der Drittmittel sind Parameter der Erfolgsmessung. Hier bewegt sich der Museumsdienst auf gleichbleibend hohem Niveau. Zukünftig wird auch der Erfolg in den digitalen Medien stärker einer Erfolgsmessung unterworfen. Die Grundlagen dafür legt das Leitprojekt.

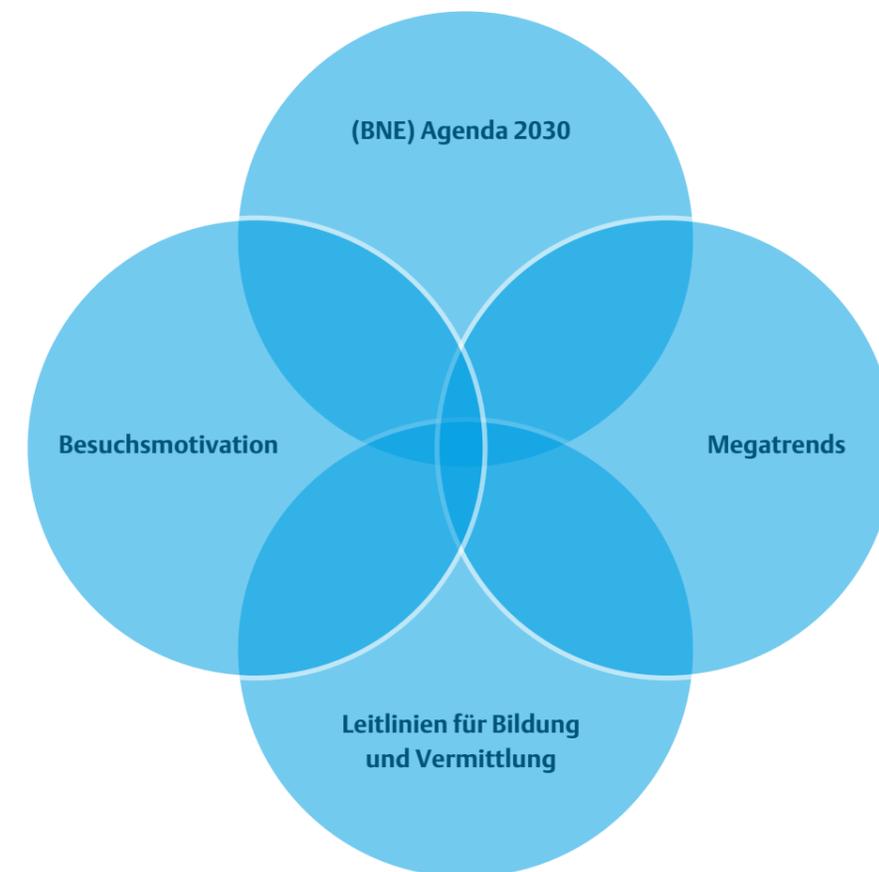
Der Museumsdienst ist eines der Pilotämter der Verwaltungsreform. In diesem Kontext wurde im Bereich Bildung und Vermittlung eines von vier Teilprojekten begonnen, um Outreachmaßnahmen zu intensivieren, die Bildungsangebote zu diversifizieren und die Qualität zu sichern. Daher wurden 2019 die Arbeitsbereiche Outreach, Diversität und Inklusion erfolgreich etabliert. Besonders zu erwähnen ist das »Mobile Museum«, das 2019 Fahrt aufnehmen konnte.

Hausbezogen lagen die Schwerpunkte auf der Bespielung der Sonderausstellungen sowie auf: 1. einem Ausbau der öffentlichen Angebote für alle Besucher (RGM; NS DOK), um eine breitere Erschließung zu ermöglichen; 2. einem weiteren Ausbau von kreativen Angeboten (MAKK; ML; MOK; MS) und 3. einer stärkeren Einbindung von Hands On-Medien (RJM)

Alle Prozesse wurden von Hospitationen und Reflexionsphasen begleitet.

Zudem wurde intern der Rahmen der Bildungsarbeit neu justiert. Der Museumsdienst richtet seine Arbeit sukzessive neu aus, basierend auf 1. den eigenen Leitlinien der Bildungsarbeit, 2. den Zielen der Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE), 3. Gesellschaftlichen Megatrends und 4. der Besuchermotivation. Dies mündet ab 2020 in einer Neubewertung des gesamten Portfolios.

Rahmenwerk für Bildung und Vermittlung beim Museumsdienst Köln



Schwerpunkte 2019 – Marketing und Kommunikation

Die Verwaltungsreform der Stadt Köln und mithin das Leitprojekt »Museen, Menschen, Medien« haben 2019 die Kommunikationsstrategien und -maßnahmen des Museumsdienstes geprägt. Zielsetzung dabei war es, verstärkt übergreifende Marketing- und Kommunikationsleistungen zu erbringen, die einerseits den Museumsstandort Köln positionieren und zusätzlich die zum Museumsverbund gehörenden Häuser stärken.

So wurden folgende Eckpunkte für das Teilprojekt »Marketing und Kommunikation« benannt: Erhöhung der Sichtbarkeit des Museumsstandortes unter der Dachmarke »museenkoeln«, 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 Jahreswechsel 2018/19 beinhaltet dieses Sachgebiet die Fachbereiche Medien- und Öffentlichkeitsarbeit, Veranstaltungen, Web/Social Media und Besucherservice. Anfang 2020 wird der Bereich um die Aufgabenfelder Media und Vertrieb ausgebaut werden.

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 (Sonderprogramm zum Internationalen Museumstag, Museumsnacht) und von Bildungsthemen.

Die übergreifende PR des Museumsdienstes umfasst zielgruppenspezifisch ausgerichtete Broschüren und Newsletter zum Museumsstandort. Der Museumsdienst vertrat den Standort auf Messen, ging Kooperationen mit Kulturpartnern vor Ort ein, intensivierte die digitalen Aktivitäten und organisierte übergreifende Events. Dank der Einbindung in die Beiräte von Köln-Tourismus und Stadtmarketing e.V. konnte die Zusammenarbeit weiter intensiviert werden.

Inhaltlich und strukturell bestimmten zwei große Teilvorhaben innerhalb des Reformprojektes »Museen, Menschen, Medien« den Bereich Marketing und Kommunikation im Jahr 2019. Zunächst erfolgte der Launch des Publikumsmagazins *museenkoeln – Das Magazin*, das seit März 2019 in seinen ersten drei Ausgaben zu den Schwerpunktthemen »Aufbruch«, »Nachbarschaft« und »Wunder« mit einer Jahresgesamtauflage von rd. 90.000 Exemplaren aufgelegt wurde.

Es wurde zunächst in den Museen, in ausgewählter Gastronomie und weiteren öffentlichen Orten auf der Rheinschiene dem Publikum gratis angeboten; ab der dritten Ausgabe dann zusätzlich auch als Beilage in der Abonnement-Auflage der Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung im Vertriebsgebiet Nordrhein Westfalen. Hinzu kam ein Versand an die Fördervereine der Museen.

Das zweite prägende Vorhaben des Sachgebiets war die Initiierung und Moderation einer Steuerungsgruppe unter kontinuierlicher Teilnahme aller städtischen Museen und museumsnahen Einrichtungen zur Erarbeitung einer Digitalstrategie für den Museumsstandort Köln. Die »Digitalstrategie Museen 2022+« wurde zum Jahreswechsel abgestimmt und der Direktionskonferenz der Museen präsentiert. Sie wird bis Ende 2022 umgesetzt.

Flankiert wurden diese beiden Schwerpunktprojekte durch die Überfüh-

rung der vormaligen Arbeitsgruppe Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in eine Steuerungsgruppe »Marketing Museen« zur Erarbeitung und Abstimmung von übergeordneten Kommunikationsthemen, darunter die Dachmarkenkampagne *museenkoeln*, die seit dem 2. Quartal 2019 in Printmedien geschaltet wird.

Hinzu kamen die Entwicklung einer neuen, markenkonformen und wiedererkennbaren Bildsprache für die Dachmarke und die Projekte des Museumsdienstes sowie die konsequente Ausarbeitung und Weiterentwicklung eines Corporate Designs für die Marken »museenkoeln« (B2C) und »Museumsdienst Köln – Wir machen Programm« (B2B) sowie die Schaltung entsprechender Werbekampagnen.

Schwerpunkte 2019 – Netzwerk Kulturelle Bildung

Der Museumsdienst ist in die Fortschreibung des städtischen Gesamtkonzepts Kulturelle Bildung in Köln eingebunden. Die Federführung liegt beim Amt für Schulentwicklung. Stadtweit relevant sind die Projekte Kulturrucksack NRW und Musenkuss Köln. Die Internetplattform *musenkuss-koeln.de* hat sich zum Ziel gesetzt, das Kölner Internetportal für Angebote der kulturellen Bildung zu werden. Der Museumsdienst war von Anfang an Teil der Planungsgruppe.

Seit 2015 offeriert die Plattform kulturelle Bildungsangebote für Kinder und Jugendliche in unterschiedlichen Kunstsparten und spartenübergreifenden Formaten. Das Angebot wächst beständig, zuletzt um die Bereiche Fortbildungen und Vermittlungsangebote für Multiplikatoren der kulturellen Bildung. 2019 waren rund 100 Anbieter mit ca. 300 Angeboten auf *musenkuss-koeln.de* präsent, täglich gab es im Durchschnitt einhundert Aufrufe.

Bei Kulturrucksack NRW, der außerschulische Projekte im Sozialraum für 10- bis 14-Jährige fördert, ist der Museumsdienst Kooperationspartner und Teil der Fachjury. Der Kulturrucksack NRW startete 2012 mit ca. 50 Projekten. 2017 beteiligten sich 231 Kommunen, fast die Hälfte aller Kommunen in NRW. Nach fünf Jahren Praxis zeigt sich, dass sich das Angebotsspektrum erweitert hat und die teilnehmenden Kommunen von den 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 auch ein wichtiges Instrument, um Kinder und Jugendliche aus bildungsfernen Schichten an Kunst und Kultur heranzuführen. Köln konnte 2019 mit rund 200.000 € Landesförderung über 50 Kulturrucksackprojekte in den Kölner Sozialräumen ermöglichen.

Weitere Aufgaben des Museumsdienstes im Netzwerk sind die Projektberatung der RheinEnergie Stiftung Kultur und die Zusammenarbeit mit der Kölner Freiwilligenagentur bzw. der dort verankerten Initiative LeseWelten. In Kooperation wurde ein übergreifendes Projekt für geflüchtete Kinder und ihre Familien auf den Weg gebracht. Im Rahmen der Kulturentwicklungsplanung sollen sich die Partner der Kulturellen Bildung in Köln stärker vernetzen.

Schwerpunkte 2019 – Shared Services: Verwaltung und Digitalisierung

Im Rahmen der Verwaltungsreform soll eine Entlastung der Museen erreicht werden. Daher wurden in engem Dialog mit den Direktionen und den Verwaltungsleitungen Themen analysiert, die zukünftig in einem übergreifenden Shared Service Center gebündelt werden können. Unter dem Begriff Shared Services wird die Konsolidierung und Zentralisierung von Dienstleistungsprozessen verstanden.

Dabei werden gleichartige Prozesse aus verschiedenen Bereichen eines Unternehmens bzw. einer Organisation zusammengefasst und von zentralen Stellen oder Abteilungen erbracht. Für die Museen der Stadt Köln bietet es sich an, die Themen IT-Ausstattung, WLAN, Datenschutz und Vergabe nach einheitlichen Standards zentral zu organisieren und das Thema Digitalisierung gemeinsam zu bearbeiten.

Bei den Verwaltungsaufgaben wurden zusammen mit den Museen die primären und sekundären Aufgabenfelder benannt und eine Machbarkeitsstudie für ein Shared Service Center unternommen. Im Bereich der Digitalisierung erfolgte eine Bestandsanalyse und die Vorbereitung der Ausschreibung für eine umfassende Neugestaltung der IT-Landschaft. Beides sind Teilprojekte des Reformvorhabens »Museen, Menschen, Medien«.

2. Ziele, Aktivitäten, Maßnahmen 2019

2.1 Bildung und Vermittlung

Rahmensetzung

Die Bildungsarbeit des Museumsdienstes basiert auf den Sammlungen und Sonderausstellungen der Museen der Stadt Köln und ist an Zielgruppen ausgerichtet. In Einzelfällen erfolgen Brückenschläge zwischen den Museen und dem Stadtraum und Bildungsarbeit direkt in den Stadtvierteln. Dieser Bereich des sog. Outreach wurde 2019 deutlich intensiviert.

Der hohe und stetig wachsende Zuspruch beim Publikum verlangt eine weitsichtige Steuerung. Daher sind die Aufgaben an übergreifenden Zielen und strategischer Planung ausgerichtet. Die Maßnahmen werden nach Kriterien von Nachhaltigkeit und Kostenaspekten evaluiert.

Grundlage dafür bilden das Bildungskonzept des Museumsdienstes, die Ziele der Bildung für nachhaltige Entwicklung der UN (Agenda 2030), allgemeine gesellschaftliche Megatrends und eine typologische Betrachtung von Besuchermotivationen. Diese vierfache Rahmensetzung sorgt für eine enge Verbindung von Angebot und Nachfrage.

Die Kölner Museumspädagogik setzt sich mit den Kölner Sammlungen in ihrer Gesamtheit auseinander und ist an den Interessen des Publikums ausgerichtet. Sie fördert den aktiven Umgang mit Wissen und Werten, vermittelt Selbstkompetenz, ermöglicht Teilhabe, spiegelt gesellschaftliche Vielfalt und bezieht Kooperationspartner ein.

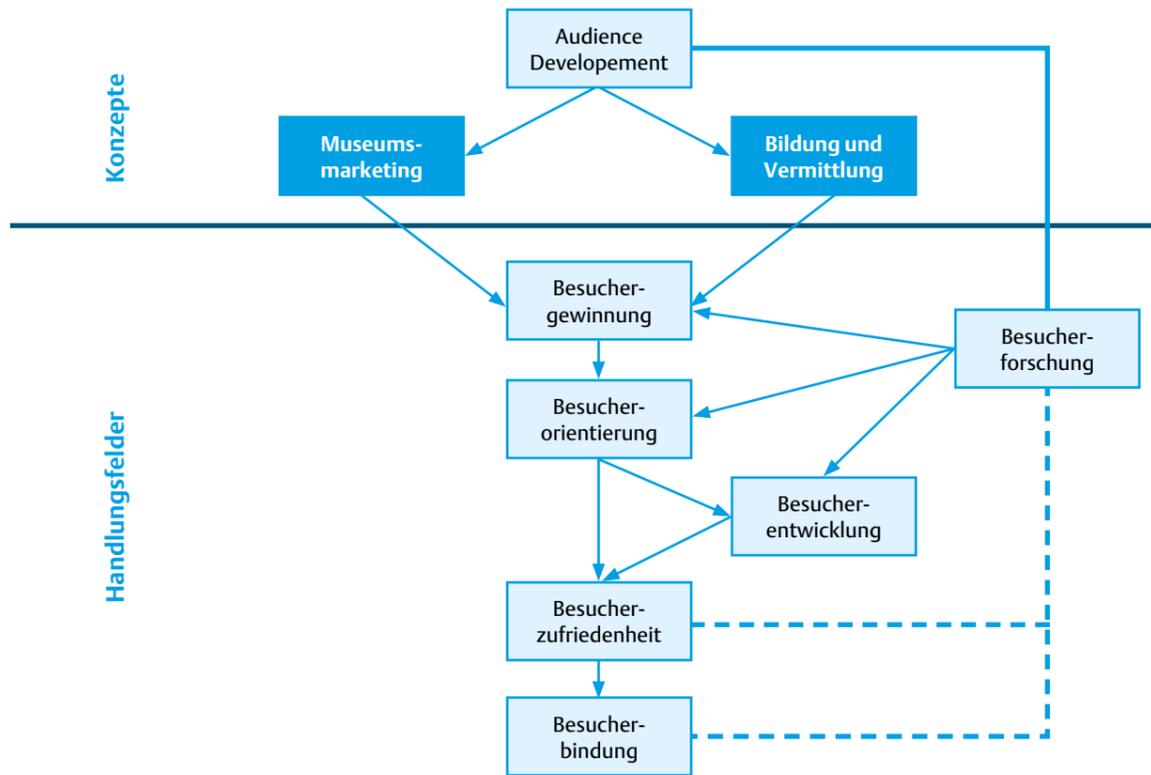
All diese Prinzipien prägen das Motto der Einrichtung: Wir machen Programm. In diesem Anspruch treffen sich die Maßnahmen aus Bildung und Vermittlung mit jenen aus Marketing und Kommunikation im Sinne eines planerischen Audience Development. Das wird zukünftig mit umfassender Besucherforschung begleitet werden.

Leitlinien:
Sammlungsbezug
Nachfrage- und Kompetenzorientierung
Empowerment
Partizipation
Diversität
Lebenslanges Lernen
Vernetzung

Relevante BNE-Ziele:
Keine Armut
Hochwertige Bildung
Geschlechtergleichheit
Industrie, Innovation und Infrastruktur
Weniger Ungleichheiten
Nachhaltige Städte und Gemeinden
Nachhaltiger Konsum und Produktion
Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen

Besuchstypen (nach John H. Falk)
Entdecker
Pilger
Wahlverwandte
Helfer
Erfahrungssucher
Auflader
Profis

»Audience Development« als Grundlage



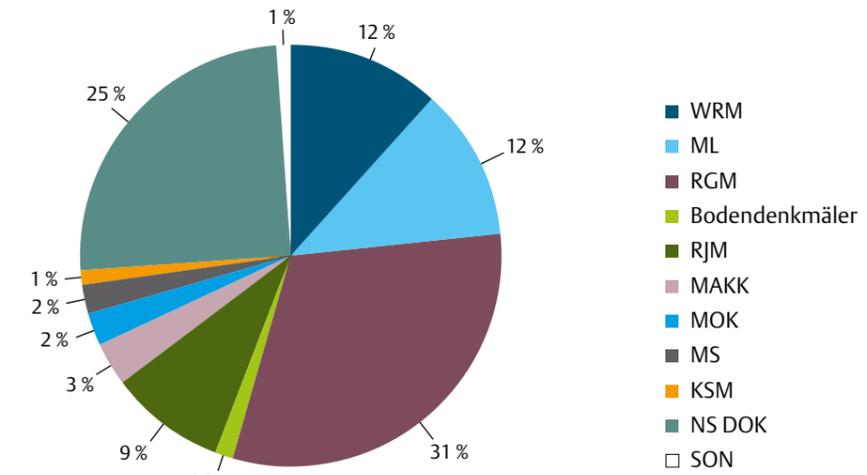
Bildungsprozesse

Die kulturelle Überlieferung aus 2000 Jahren und eine breite Vielfalt der Künste sorgen in Köln für eine hohe Dichte von Museen und einer engen Verzahnung mit unterschiedlichen Kunstsparten. Allerdings liegen Museen für die Wenigsten in der Nachbarschaft – sie müssen gezielt aufgesucht werden. Umso wichtiger ist die Verbindung mit der Lebenswirklichkeit.

Vermittlung sollte daher die Erwartungen spiegeln: Wissen und Verständnis, Fähigkeiten, Werte und Normen, Vergnügen, Inspiration und Kreativität, Aktion, Verhalten und Weiterentwicklung – all das kann ein Museumsbesuch beeinflussen. Der Museumsdienst eröffnet dem Publikum Wege, dank Kunst und Kultur selbstbestimmt neue Perspektiven zu erschließen.

Daher sind die angebotenen Methoden vielfältig und 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.

Gesamtverteilung der Veranstaltungen 2019



Veranstaltungen 2019

Die Verteilung der museums-pädagogischen Veranstaltungen entspricht dem Anteil des jeweiligen Museums am Gesamtbesuchsaufkommen.

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

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 Auseinandersetzung mit den Originalen. Ihre Verortung in politischen, sozialen, kulturellen, ökonomischen und ökologischen Prozessen erfolgt dialogorientiert, wobei die materialen Qualitäten sinnlich erfahrbar gemacht werden: Die Vermittlung in KSM und RGM zielt auch auf die Aneignung historischer Kulturtechniken.

Die Gegenüberstellung von historischen Zusammenhängen und heutigen Prozessen vertieft das Verständnis für Geschichte. Große Bedeutung kommt dabei der Aufarbeitung der NS-Zeit zu. Sie folgt den Prämissen politischer Bildung. Dank der Verbindung von Gedenkstätte und Museum erscheint im NS DOK NS-Vergangenheit als Beispiel von Stadtgeschichte

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

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

2019 im Fokus:

Umzug des RGM ins Belgische Haus und Bespielung des alten RGM am Dom mit Kurzführungen

2019 im Fokus:

Konzepte im Rahmen der Erweiterung zum Haus für Erinnern und Demokratie mit

2019 im Fokus:
Stadtteilprojekt Snap my Veedel
zur Ausstellung »Nil Yalter. Exile Is a
Hard Job« im ML

2019 im Fokus:
Fotoworkshop im MS; MAKK Future
zu Upcycling; Offenes türkisches
Forum; Programm für blinde
Menschen im ML

2019 im Fokus:
Projekte zum kreativen Schreiben

2019 im Fokus:
TCM

2019 im Fokus:
Projekt »Körero mai«; Konzept
»Weltentdeckung und Weltlitera-
tur« in Kooperation mit der Univer-
sität zu Köln

Präsentationsflächen:
POP Lab (ML); FOTO LAB (ML)
Ausstellungsfläche »im Gewölbe«
(NS DOK)
Blickpunkt (RJM)
Gartenzimmer (MS)

2019 im Fokus:
ML (Studienraum zu Nil Yalter)

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 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 und Schulklassen und stellt kreative Angebote in den Mittelpunkt der Vermittlung.

Außereuropäische Sammlungen (MOK, RJM)

Köln besitzt zwei Museen mit außereuropäischen Sammlungen. Das Museum für Ostasiatische Kunst widmet sich den Gattungen bildender Kunst in China, Japan und Korea, das Rautenstrauch-Joest-Museum zeigt die Kulturen der Welt unter ethnologischen 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 zu. Dabei steht die Übung tradierter künstlerischer Techniken im Fokus.

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 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 werden Haltung und Aktionen des Publikums sichtbar.

Seit mehreren Jahren arbeitet der Museumsdienst auch im Outreach und betreut in drei Programmen die Bereiche Elementarstufe, Primarstufe und Sekundarstufe I. 2019 startete die Pilotphase des Outreachprojekts »museenkoeln IN DER BOX«, für diverse Zielgruppen außerhalb der Museen. Alle Outreach-Maßnahmen sind Teil von »Museen, Menschen, Medien«.

Formate

Die Diversität des Publikums wie auch die wachsende Digitalisierung verlangen adäquate Vermittlungsformate. Zu unterscheiden sind hierbei auf Dauer angelegte Programme und befristete Projekte. Programme der personalen Vermittlung sind in der Regel über Gebühren oder Haushaltsmittel finanziert, Projekte über Drittmittel, mediale Vermittlungsangebote über die Museen.

Personale Vermittlung

Hier liegt das Hauptgewicht der Bildungsarbeit. Der direkte Dialog mit dem Publikum in Führungen, Workshops, Kursen, Exkursionen, Seminaren und Gesprächen lässt sich kompetenz- und nachfrageorientiert gestalten. So erfolgt eine Ausrichtung an den Besucherinteressen. Entdecken, Erleben, Wohlfühlen, Auftanken und Lernen stehen im Zentrum.

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

Den größten Anteil der personalen Vermittlung haben die **verbalen Angebote**. Dabei bieten die Mitarbeiter den verschiedenen Zielgruppen sinnlich-ästhetische Zugänge und kritisch-reflektierende Herangehensweisen. Dieser objektzentrierte Vermittlungsansatz 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 bis zu Senioren; interdisziplinär oder fachwissenschaftlich ausgerichtete Veranstaltungen; Lesungen für Kinder; Gesprächskreise mit Zeitzeugen sowie ein- und mehrteilige Fortbildungen für Multiplikatoren.

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 **mehr-stündige 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.

Elementarstufe:
»KiTa ins Museum«
OGS:
»Kultur gut finden«
Sek I:
museumsbus.koeln
Kinder, Erwachsene, Familien:
»museenkoeln IN DER BOX«

Verhältnis:
Programmanteil 96 %
Projektanteil: 4 %

Anzahl 2019:
Fest: 15 (+3)
Freiberuflich 119 (-34)

Formate:
Führungen
Fortbildungen
Lesungen
Zeitzeugengespräche
Akademieprogramm
Visual Thinking Strategies

Formate:
Werkstätten
Kurse
Offene Ateliers
Kindergeburtstage

Mediale Vermittlung

Gerne nutzen Museumsgäste Ausstellungstexte, Audioguides und andere digitale Präsentationen, Handreichungen, Kinderführer und ähnliches. Bei Bedarf entwickelt der Museumsdienst daher Vermittlungsmedien für Dauer- und Sonderausstellungen oder koordiniert die Abstimmung mit externen Dienstleistern.

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 Materialien in Leichter Sprache.

Sieben städtische Museen haben mehrsprachige Audioguides, an deren Entwicklung die Bildungsabteilung beteiligt war. Die Angebote versuchen weitgehend barrierefrei zu sein. Die Nutzung von mobilen Endgeräten wird in der Vermittlung zunehmen und ist zukünftiger Baustein einer übergreifenden Digitalstrategie.

Materialien für Lehrkräfte und Schulklassen wird der Museumsdienst in den kommenden Jahren als digitale Tutorials anbieten. Gleiches gilt für mediengestützte Angebote für Menschen mit körperlichen oder kognitiven Einschränkungen. Auch Mitmachhefte für Kinder und Familien oder Museumsführer für bestimmte Zielgruppen werden ab 2020 digital erstellt.

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

Zu den medialen Vermittlungselementen zählen auch Entdeckerrucksäcke, Materialien zur Ausleihe an den Informationstheken und die Museumstasche. Sie ist in engem Austausch mit Peer Groups entstanden und kommt momentan in den Kunstmuseen zum Einsatz. Die Museumstasche eignet sich besonders für nonverbale Vermittlung 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 Multiplikatoren und Endformaten zu unterscheiden.

Zielgruppen

Menschen besuchen Museen aus vielerlei Motiven. Museumsaufenthalte von Individual- und Gruppengästen sind oft freizeitorientiert. Hinzu kommen generelles Kulturinteresse, professionelles Interesse oder Neugier. Kinder, Jugendliche und Studierende, die die Museen in Ergänzung zu Unterricht oder Lehre besuchen, erleben die Kölner Museen hingegen als Lernorte.

2019 im Fokus:

Mit Liu Hai durchs Museum (Kinderbegleitheft MOK); Erläuterungen zur Designabteilung in Leichter Sprache (MAKK)

KSM: App für Kinder und Erwachsene bei den Sonderausstellungen »Köln am Rhein« und »Köln an der Seine«

2019 im Fokus:

Objekte zur Designvermittlung im MAKK

2019 im Fokus:

Museumstasche in den Kunstmuseen

2019 im Fokus:

Snap my Veedel (ML)
#Kulturcaster(RJM)
Mobiles Museum (Outreach)

Für den Museumsdienst ist es wichtig, die Museen der Stadt Köln nicht ausschließlich als Bildungsort zu vermitteln. Museen sollten als kulturelle Erlebnisorte erfahrbar sein. Die Vermittlungsarbeit hat daran einen entscheidenden Anteil, insbesondere, wenn sie den Besucher auf seinem Lebensweg begleitet.

Kindergärten

Der Museumsdienst verfolgt das Prinzip des lebenslangen Lernens. Daher bieten die Angebote in den Kölner Museen schon Kindern ab 5 Jahren eine spannende und altersgerechte Auseinandersetzung mit Kunst und Kultur. Der Einsatz handlungsorientierter Methoden ermöglicht es ihnen, das Museum als Erlebnisort selbständig zu entdecken und positiv wahrzunehmen.

Die für »Museumsanfänger« entwickelte Didaktik nimmt in den Führungen Materialien und Farben in den Fokus, setzt visuelle Eindrücke akustisch um oder macht Kunstwerk durch Bewegung lebendig. Musik und Geschichten bieten einen emotionalen Zugang zu Bildern und Objekten. Die Workshops setzen auch auf die Entwicklung motorischer Fähigkeiten.

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«.

In Kooperation mit kommunalen Partnern und freien Trägern finden zudem kostenlose Fortbildungsveranstaltungen für Erziehungskräfte statt, um ihnen die Kölner Museen und deren Möglichkeiten vorzustellen. Häufig sind sie selbst »Museumsanfänger«, daher geht es in den Veranstaltungen darum, den unbekannteren Ort Museum vertraut zu machen.

Schulklassen

Jährlich besuchen über 70.000 Schüler 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 und kompetenzorientiert sind. Auch Qualität, Nachfrageorientierung, Servicedenken und zielgruppengenaue Kommunikation spielen eine wichtige Rolle. Daher wurde 2019 begonnen, die Kommunikationswege und die Vertriebsstruktur zu überarbeiten.

Die Aufgabe, Museumsinhalte für die verschiedenen Zielgruppen bedarfs- und kompetenzorientiert auszuarbeiten und zu evaluieren, liegt beim pädagogischen Team des Museumsdienstes. Die Programme werden für alle Schulformen und -stufen entwickelt und orientieren sich an den curricularen Vorgaben in NRW und den Möglichkeiten in den Museen. 2019 ist vor allem die Nachfrage nach kreativen Angeboten gestiegen.

2019 im Fokus:

Materialkunde
Musik und Klang Skulptur

2019 im Fokus:

Sprachförderung Skulptur
Stadtgeschichte

Workshops MD:

2019: 850; 2018: 689
2017: 762

2019 im Fokus:
Überarbeitung des Programms
»Let's Talk«

Unterricht MS:
2019: 493; 2018: 489
2017: 12.880 TN

Fortbildungen MS:
2019: 24; 2018: 26
2017: 18

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

2019 stark besucht:
KSM, NS DOK, ML und RJM

Museumsbus Köln:
2019: 199; 2018: 1640
2017: 2.164 TN

Fortbildungen gesamt:
2019: 66; 2018: 61
2017: 55

Im Schulangebot unterscheidet der Museumsdienst Programme und Projekte. Programme wenden sich in Form von Führungen und Werkstätten an Klassenverbände. Für die ein- bis dreistündigen Veranstaltungen werden Teilnahmezuschläge erhoben. Projekte hingegen sind anlassbezogen und haben experimentellen Charakter.

Die einzelnen Schultypen sind unterschiedlich stark vertreten. Gymnasien sind am häufigsten zu Gast, gefolgt von Grund- und Realschulen. Unter den Grundschulen kommt ein knappes Viertel aus der Region bis 50 Kilometer. Bei Förderschulen ist der Einzugsbereich größer, da Angebote in der Region fehlen.

Der Museumsdienst kooperiert mit der Museumsschule. In dieser gemeinsamen Einrichtung der Stadt Köln und der Bezirksregierung unterrichten Lehrkräfte aus dem Schuldienst seit 1986 direkt am außerschulischen Lernort Museum. Die Fachaufsicht über die Museumsschule liegt bei der Direktion des Museumsdienstes, die Dienstaufsicht bei der Bezirksregierung.

Die Herangehensweise ist unterschiedlich. 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.

Schulklassen und Kindergärten kommen bislang selten in Sonderausstellungen. Bei den Dauerausstellungen ist 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.

Klassen der Primarstufe besuchen häufig KSM und RJM. Die Bestände des MAKK sind für berufsbildende Schulen interessant. Schwächer besucht werden MOK und MS, dort fehlen oft die schulischen Themen. Ausländische Schulklassen besuchen insbesondere ML, RGM und RJM, Klassen aus anderen Bundesländern NS DOK, ML und RGM.

Von 2015 bis 2019 lief das Projekt museumsbus.koeln. Ein von der RVK gestellter Linienbus brachte Schulklassen aus dem Kölner Umland in die Kölner Museen. Es handelte sich für die Klassen 5 bis 8 oftmals um einen Erstbesuch, der dank des Engagements von Kreissparkasse Köln, der Kulturstiftung der Kreissparkasse Köln und der MPG e.V. kostenlos erfolgte.

Alle Programme sind online und telefonisch buchbar. Neue Themen und Angebote werden über Informationsveranstaltungen für Lehrkräfte vorgestellt und per Newsletter kommuniziert. Demgegenüber beraten die Lehrkräfte der Museumsschule individuell und führen ihren Unterricht in enger, direkter Kooperation mit den Lehrkräften durch.

Multiplikatoren

Bei Fortbildungen lernen Lehrkräfte, Kollegien oder Fachkonferenzen 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 Bedarfe zu ermitteln.

Die Kölner Museumspädagogik pflegt die enge Zusammenarbeit mit Lehrkräften aus dem Herkunftssprachenunterricht und aus inklusiven Schulen sowie mit Studienseminaren, die die Referendarausbildung verantworten. Im Zentrum stehen die Vorstellung und Diskussion von neuen Methoden und Themen, die für die Schulentwicklung relevant sind.

Die Kooperation mit dem ZMI wurde fortgeführt. Anlässlich des 10-jährigen Jubiläums der Europäischen Internationalen Grundschulen wurde eine halbjährige durch die Bezirksregierung veranlasste Fortbildung für Lehrerinnen und Lehrer zum Themenbereich »Erzählkulturen« mit dem Titel »Korero mai« im RJM durchgeführt. Die Präsentation ist 2020 geplant.

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.

Diese Fortbildungen sind als Maßnahmen der Qualitätssicherung, ebenso wie die Fachfortbildungen für ehrenamtliche Führungskräfte aus den Freundeskreisen der Museen zu sehen, die der Museumsdienst abhält. Erweitert wurde das Thema durch die Bildung einer AG für Kräfte aus der Sozialarbeit mit dem Ziel eigenverantwortlicher Besuche mit kleinen Gruppen.

Auch die Zusammenarbeit mit dem Muslimischen Bildungswerk, das im Zusammenhang mit Sprachprogrammen Museumsbesuche organisiert, konnte erfolgreich fortgesetzt werden. Hier wird eine wichtige Grundlage für eine diversere Ausrichtung des Publikums geschaffen, zumal die Museen als Orte des Spracherwerbs dienen und Alltagszusammenhänge vermitteln.

Partnerschulen und Hochschulen

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 Schulpartnerschaften 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 münden in der Regel in einer öffentlichen Präsentation.

Die Zusammenarbeit mit Hochschulen geschieht über Fachvorträge, Seminare oder die Begleitung von Abschlussarbeiten, in deren Rahmen die Arbeit des Museumsdienstes reflektiert wird. So werden Studierende mit der Berufspraxis vertraut, Lehr- bzw. Forschungsinhalte mit musealer Realität verbunden.

Offene Ganztageeinrichtungen

Für Einrichtungen des Offenen Ganztags sind die Kölner Museen geeignete Orte und werden vor allem in den Schulferien genutzt. Der Museumsdienst hat daher einmalige und halbwöchige Standardangebote entwickelt, die gebucht werden können. Der Museumsbesuch verbindet in der Regel eine themengeleitete Tour mit einem Werkstattangebot.

Studienseminare:
2019: 5
2018: 5
2017: 5

2019 im Fokus:
KSM: Fortbildung für Stadtführer
und Ehrenamtler des Deutschen
Roten Kreuzes

Partnerprojekte:
2019: 5
2018: 5
2017: 10

OGS ins Museum
2019: 460 TN
2018: 557 TN
2017: 650 TN

Formate:

Kinderwerkstatt
Die Jungen Entdecker
Familienführungen
Kinderführungen
Kunst+Frühstück
LeseWelten
Ferienkurse
Kindergeburtstage
Kinderwerkstatt
2019: 42 (303 TN)
2018: 42 (353 TN)
2017: 35 (242 TN)

Junge Entdecker
2019: 50 (432 TN)
2018: 45 (361 TN)
2017: 48 (493 TN)

LeseWelten
2019: 270 TN
2018: 240 TN
2017: 290 TN

KSM: Fotoworkshop in Kooperation mit der Internationalen Photoszene Köln in den Herbstferien

Kindergeburtstage
2019: 159 (1.950 TN)
2018: 153 (1.867 TN)
2017: 168 (2.054 TN)
2016: 159 (1.930 TN)

MS: Themenwochenende für die ganze Familie

Formate:

Führungen
Akademieprogramm
Kurse
Exkursionen
Gespräche

Das zweite Format ermöglicht Kindern 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. Das Angebot verbessert 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 der Regel an Wochenenden und in den Ferien. Die Angebotsschienen sind aufeinander abgestimmt und bedienen im Wechsel alle Museen. So ist eine gleichmäßige Verteilung gewährleistet.

An Samstagen finden die Kurse für Kinder statt, in denen abwechselnd zwei Altersgruppen (5-7 bzw. 8-11 Jahre) angesprochen werden. Die Kinderwerkstatt erstreckt sich auf alle Museen (Ausnahme: NS DOK), die Jungen Entdecker konzentrieren sich auf das RJM. Dort ist das Angebot kostenfrei, die Kinderwerkstatt hingegen finanziert sich aus Teilnahmegebühren.

Den Sonntag nutzen Familien, um Museen gemeinsam zu besuchen. Folglich veranstaltet der Museumsdienst jeweils sonntags Familienprogramme. Die beliebtesten hierbei sind einstündige **Familienführungen**, die kindgerecht jeweils mehrere Werke vermitteln. Die dialogischen Veranstaltungen widmen sich in der Regel den Objekten in den Dauerausstellungen.

Ebenfalls beliebt sind Lesungen im Museum für Kinder. Bei den **LeseWelten** verbinden sich Vorlesen und konkrete Erläuterungen zu Objekten miteinander. Der Museumsdienst kooperiert mit der Initiative LeseWelten der Kölner Freiwilligenagentur e.V. Die Veranstaltungen finden etwa einmal pro Monat statt und dauern ca. eine Stunde.

In den Oster-, Sommer- und Herbstferien organisiert der Museumsdienst mehrstündige Kurse, die den Museumsbesuch mit einem kreativen Anteil kombinieren. Jährlich finden über 40 **Ferienkurse** statt. Angesichts der Berufstätigkeit beider Elternteile und der starken Konkurrenz 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, sowie die familienorientierten Programmteile bei den Großereignissen Museumsfest (Mai) und Museumsnacht (November).

Erwachsene

Die Kölner Sammlungsschwerpunkte Kunst, Kultur und Geschichte sorgen für einen großen Zustrom bildungsaffiner erwachsener Besucher der Zielgruppe 50+. Die Vermittlungsarbeit des Museumsdienstes berücksichtigt aber auch kulturfernere Schichten, jüngere Berufstätige und Menschen mit Einschränkungen.

Im Rahmen des Leitprojektes »Museen, Menschen, Medien« wird zukünftig ein noch stärker diversitätssensibles Angebot geschaffen. Die Grundlagen dafür wurden 2019 gelegt und ein entsprechendes Konzept geschaffen. Es sieht

die enge Einbeziehung von Peer Groups und Communities vor. Die Programm-erweiterung reicht von Studierenden bis zu Hochaltrigen.

Der Museumsdienst bietet zahlreiche Führungsthemen an. Nach wie vor den größten Anteil hat die klassische Führung, in der sich Erwachsene aus unterschiedlichen Generationen begegnen. Im Angebot sind buchbare Führungsthemen und zahlreiche öffentliche Veranstaltungen für Individualgäste. 2019 waren die Zahlen wegen der intensiven Bespielung des alten RGM besonders hoch.

Niederschwellige Formate werden insbesondere an den KölnTagen umgesetzt. Bei freiem Eintritt können Individualgäste oder Gruppen aus Sozial-einrichtungen Bildungsangebote wahrnehmen, die keine kulturelle Vorerfahrung oder Spezialwissen erfordern. Der Museumsdienst hat partizipative Methoden zur Interaktion des Publikums entwickelt.

Stärker eventorientiert ist die Reihe »Langer Donnerstag« im Museum Ludwig mit einem spartenübergreifenden Veranstaltungsangebot aus den Bereichen Performance, Lesung, Kabarett, Film, Theater, Live-Musik und Künstlergespräch. Dank eines Förderers ist die Teilnahme ohne zusätzliche Veranstaltungskosten möglich.

Ein ebenfalls breites Angebotsportfolio kennzeichnet die Events Internationaler Museumstag und Museumsnacht. Hierfür konzipiert und organisiert der Museumsdienst das Vermittlungsprogramm für alle Altersgruppen. Der Erfolg ist gleichbleibend auf hohem Niveau, wenn auch der Museumstag zugunsten des KölnTags rückläufig ist.

Zahlreiche Gäste erwarten jedoch auch anspruchsvolle Bildungsveranstaltungen. Diese sind im kostenpflichtigen Akademieprogramm zusammengefasst. Es garantiert mit über 70 Kunstgesprächen, fachwissenschaftlichen Führungen, interdisziplinären Dialogen, psychologischen Bildbetrachtungen, Exkursionen und Überblicksseminaren ein intensives Besucherlebnis.

Bei den Veranstaltungsformaten für die Zielgruppe Senioren spielen soziale Aspekte eine zentrale 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 Personenkreise der älteren Generation sukzessive erschlossen. Dazu gehören auch Veranstaltungsreihen mit Zeitzeugen (KSM), niederschwellige Kreativkurse (ML, MOK) und zweisprachige Führungen auf Deutsch und Türkisch, die seit 2019 einmal pro Monat stattfinden (MAKK, ML, MOK, RGM, RJM, WRM).

Ein Demenzprogramm in Kooperation mit »(de)mentia+art« sorgt für die Teilhabe dieser Bevölkerungsgruppe am kulturellen Leben. Menschen in stationärer Pflege besuchen mit ihren Betreuern Angebote in vier Museen (ML, MOK, MS und WRM) und erleben eine schöne Zeit. Zudem wurden Angebote für Menschen mit psychischen Beeinträchtigungen geschaffen.

Stark nachgefragt werden kreative Angebote für Erwachsene (KSM, MAKK, ML, MOK, MS, RGM, RJM, WRM). Künstlerische Zugänge fördern kreative Fähigkeiten und verbinden das Museum mit dem eigenen Leben. Im Angebot finden sich unterschiedliche Kurse wie afro-peruanischer Tanz, Malerei, Schmuckgestaltung, Möbelbau, Kalligraphie oder Fototoworkshops.

Öffentliche Führungen des Museumsdienstes:

2019: 3.074 TN
2018: 974 TN
2017: 873 TN

Angebote:

Willkommen in Köln (alle Museen)
Mittelalter für Einsteiger (MS)
Trauen Sie Ihren Augen (WRM)
Köln 68 – Zeitzeugen (KSM)

Museumsfest:

2019: 14.350 TN
2018: 19.162 TN
2017: 11.184 TN

2019 im Fokus

museumübergreifend (KSM und RGM)
Akademieprogramme zu Romanischen Kirchen.

Formate für Senioren:

SeniorenTreff
Zeitzeugenführungen
Kreatives Schreiben
Malkurse

Demenzführungen:

2019: 42 TN
2018: 41 TN
2017: 33 TN

Seit 2019 fördert die Eckhard Busch Stiftung Führungen für Menschen mit psychischen Beeinträchtigungen. (2019: 20)

Kreativkurse:

2019: 84 TN
2018: 76 TN
2017: 68 TN

Qualitätsmanagement

Die Qualitätssicherung beim Museumsdienst orientiert sich an den »Qualitätskriterien für Museen« des DMB und den vom EU-Projekt »Lifelong Museum Learning« erarbeiteten Erkenntnissen sowie an seinem eigenen Bildungskonzept. Schulische Angebote werden an den Curricula in NRW ausgerichtet, Kita-, OGS- und barrierefreie Formate mit Peer Groups konzipiert.

Für seine Angebotsentwicklung hat der Museumsdienst 2019 zudem einen Rahmen abgesteckt, der gesellschaftliche Strukturen und Bedingungen berücksichtigt. Dies sind die Ziele der Bildung für nachhaltige Entwicklung der UN (Agenda 2030), allgemeine gesellschaftliche Megatrends und eine typologische Betrachtung von Besuchermotivationen.

Diese vierfache Rahmensetzung sorgt für eine enge Verbindung von Angebot und Nachfrage und bildet den Ausgangspunkt für ein Portfoliomanagement, das der Museumsdienst sukzessive einführt und mit Vertriebsstrukturen verbindet. Ziel ist die bessere und nachhaltige Erschließung von Zielgruppen.

Vermittlungsarbeit erfordert ständiges Qualitätsmanagement. Daher nimmt das Team der festen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter regelmäßig an Veranstaltungen zu Bildungsfragen oder an wissenschaftlichen Kolloquien teil. Für den Kreis der freiberuflichen Vermittler finden fachwissenschaftliche und methodische Begleitveranstaltungen und Hospitationen statt.

Um den Erfolg von Vermittlungsarbeit in der ganzen Bandbreite beschreiben und bewerten zu können, hat der Museumsdienst 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.

Statistik

Die Besuche der städtischen Museen sind 2019 deutlich gesunken. Der Grund ist die zeitweilige, baulich bedingte Schließung einzelner Häuser. Bezogen auf die Gesamtbesuchszahl der Museen der Stadt Köln konnte der Museumsdienst seine Quote in den letzten zwölf Jahren von 7,3 % (2002) auf 15,5 % (2019) mehr als verdoppeln. Der seit Jahren anhaltende Anstieg ist der Nachfrageorientierung und der Außenkommunikation zu verdanken. Anlagen 2 und 3

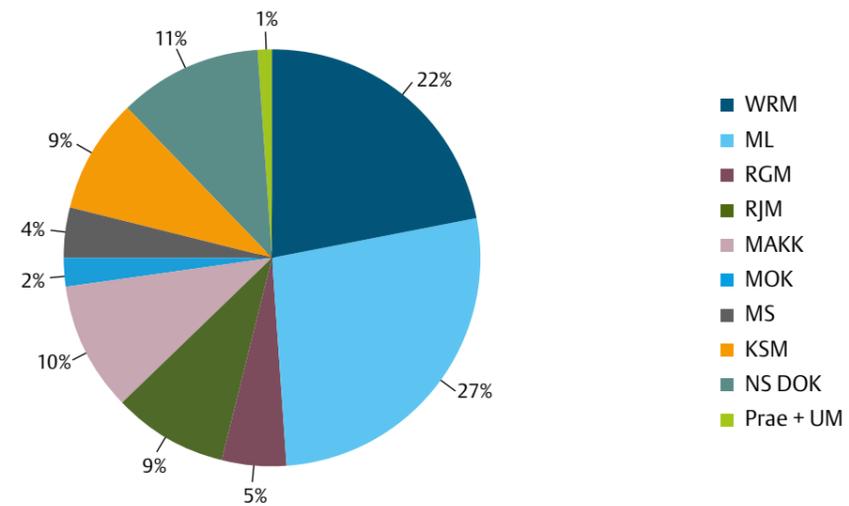
Museumpädagogen:
festangestellt: 12 (+1)
freiberuflich: 119 (163)

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

Museumsbesuche:
2019: 907.787
2018: 1.014.786
2017: 1.008.047

Davon Gäste des MD:
2019: 141.178; 15,5%
2018: 135.697; 13,3%
2017: 156.684; 15,5%

Gesamtverteilung der Besuche 2019



Insgesamt wuchs der Anteil der Führungen und Unterrichtsgespräche um 8,2 %. An der Spitze lag das RGM, gefolgt von NS DOK und ML. Im RGM waren die Zahlen besonders hoch, weil der Altbau am Dom mit Führungen permanent bespielt wurde. Rückläufig waren die Zahlen in den zeitweilig geschlossen Museen KSM und MOK.

Angebot und Nachfrage im Fortbildungsbereich waren 2019 etwas größer als im Vorjahr. Es kamen 1.194 Multiplikatoren, um sich über Bildungsangebote zu informieren. Die Bedeutung von Fortbildungen lässt sich an der positiven Entwicklung einzelner Programmbereiche (KiTa; Sek I) ablesen, dem jeweils entsprechende Veranstaltungen vorangegangen sind.

Kursangebote wie Werkstätten, Ferien- und Wochenendkurse und Kindergeburtstage legten um 11,3 % zu. Die Wahrnehmung stieg jedoch nicht im gleichen Maß (1,5%). Dies hat mit neuen Angeboten zu tun, die erst einmal ihr Publikum finden müssen. Besser nachgefragt waren Kindergeburtstage (4,5%).

Führungen / Unterrichtsgespräche:
2019: 7.981
2018: 6.615
2017: 7.011
2016: 6.466

Fortbildungen:
2019: 66
2018: 55
2017: 73

Kreativangebote:
2019: 1.362
2018: 1.107
2017: 1.251

Projektarbeit

Projekte im Bereich Fortbildung

Um die Qualität der Vermittlungsarbeit zu sichern und auszuweiten, organisierte der Museumsdienst Fortbildungsveranstaltungen für Multiplikatoren. 2019 waren dies Fortbildungsveranstaltungen und -reihen zu den Themenbereichen Deutsch als Zweitsprache, Fremdsprachen im Museum, Offene Ganztagschule und Museum, Vorschulerziehung und Zentralasbitur.

Anlage 4

Kooperationspartner:
BFMF
Jugendamt
Kommunales Integrationszentrum

Partizipative Projekte

2019: 5
2018: 7
2017: 10

Schulpartner:

2019: 23
2018: 28
2017: 27

Projekte und Trainees für Schulklassen und Partnerschulen

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

Projekte können **öffentliche Ausstellungen von Schülerarbeiten** sein, in **Offenen Werkstätten, Performances** oder **anderen Präsentationsformen** münden, die von jungen Menschen im Museumsraum umgesetzt werden, oder die Teilnehmer werden zu **Museumsexperten** und vermitteln anderen ihr Wissen. Entscheidend ist die Herstellung von Öffentlichkeit.

Jedes Jahr führt der von Altbundespräsident Herzog initiierte Jugend- und Schülergedenktag zu einer Ausstellung jugendlicher Kuratoren im NS DOK. Auch der »Sonntag des Lebens« in der Barockabteilung des WRM sorgte für eine Einbindung von Kindern und Jugendlichen in die Ausstellungsaktivitäten des Museums.

Weiterhin gab es **Performances** (Korero Mai im RJM; 34xDesign im MAKK) und digitale **Präsentationsformen** auf Instagram (»snapmyveedel« im ML). In allen drei Fällen standen Kinder und Jugendliche, die zu benachteiligten Zielgruppen gehören, im Mittelpunkt des Geschehens. Einige der Projekte finden bereits seit mehreren Jahren statt.

Projekte für Kinder, Familien und Einrichtungen des Offenen Ganztags

Für viele Menschen, insbesondere aus kulturfernen Milieus oder mit interkulturellem Hintergrund, sind Museen unbekannte Orte. Seit zehn Jahren verfolgt der Museumsdienst daher das Ziel, diese Besucher an die Museen heranzuführen. Das gelingt vor allem mit gemeinsamen Freizeitangeboten für Kinder und Eltern.

Als informative Schnupperangebote waren Standpräsentationen und Mitmachangebote des Museumsdienstes beim Kinderfest der Bühnen im Staatenhaus, bei der FeriencampMesse des Familienmagazins »Känguru« beim Inklusiven »Tag der Begegnung« des LVR im Rheinpark und bei den »Kunsttagen Rhein Erft« in der Abtei Brauweiler angelegt.

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 aufsuchender Arbeit und »museenkoeln IN DER BOX«.

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 und informieren andere Museumsbesucher über einzelne Werke und ganze Ausstellungen.

OGS ins Museum:

460 TN

museenkoeln IN DER BOX:

140 TN

Projekte für Erwachsene

Die Einbindung gelingt, wenn ein spezifisches Bildungsinteresse vorhanden ist. Dies gilt für den zweisprachigen »Museums-Salon« für türkische Senioren, der seit 2018 läuft, oder die Kooperation mit der Jobbörse Buchheim. Sie fand in drei Museen (RGM, RJM, MS) für Erwachsene aus Integrations- und Beschäftigungsfördermaßnahmen statt und wird 2020 fortgesetzt.

Drittmittel

Sonderprojekte werden über Drittmittel realisiert. So konnten Mittel für Investitionen in barrierefreie Angebote eingeworben werden. Weitere Drittmittel dienten der Fortsetzung der bestehenden Outreach-Projekte und der Etablierung des neuen Projektes »museenkoeln IN DER BOX«. Weiterhin wurden Reisen für Schulklassen und Projekte für OGS gefördert.

Finanzmittel:
2019: € 160.000
2018: € 210.000
2017: € 110.000
Sachmittel:
€ 230.000 (Museumsbus)

Medienpräsenz

Der Museumsdienst konnte seine Medienpräsenz insbesondere durch eine Verstärkung der Maßnahmen im digitalen Raum deutlich ausbauen. Demgegenüber wurde die Pressearbeit etwas zurückgefahren. Eine umfangreiche Darstellung der Medienarbeit findet sich in den Ausführungen zu Marketing und Kommunikation.

Sichtbarkeit

Der Vernetzungsgrad ist an der Anzahl der Kooperationspartner und an Einladungen zu Tagungen und Workshops ablesbar. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Museumsdienstes halten regelmäßig Vorträge und nehmen an Fachtagungen oder Konferenzen teil. Besonders zu erwähnen ist die enge Zusammenarbeit mit dem Bundesverband Museumspädagogik e.V.

Anlagen 5 und 6

Kooperationspartner:

2018: 59
2017: 66

Nachwuchsförderung

Die Förderung des wissenschaftlichen Nachwuchses erfolgt über mehrwöchige, unbezahlte Praktika. Praktikanten können später zu freien Mitarbeitern werden, daher ist ein Praktikum immer auch ressourcenintensive Personalrekrutierung und wird von Tutoren begleitet. Wegen geringer Raumkapazitäten musste 2019 die Zahl der Praktika stark begrenzt werden.

Zur Nachwuchsförderung zählt auch die wissenschaftliche Lehr- und Vortragstätigkeit. Dies kann durch Seminare oder Einzelveranstaltungen geschehen, aber auch durch wissenschaftliche Vorträge. Der Schwerpunkt liegt in NRW, es gab aber auch eine enge Kooperation mit den PHs Heidelberg (Evaluierung von »Let's Talk about Art«) und Freiburg (DaZ).

Als weitere Initiative wurde die Kooperation mit dem Mercator-Institut für Sprachförderung und Deutsch als Zweitsprache erneuert und intensiviert. Die Studierenden erhalten in einer Übung die theoretischen Grundlagen für Museumsbesuche als Programme für außerschulische Lernorte und können in Museumsbesuchen Ideen erproben und diskutieren.

Anlagen 7 und 8

Praktika:

2019: 2
2018: 5
2017: 5

Vorträge/ Lehre:

2019: 12
2018: 7
2017: 12

Anlagen 9 und 10

Präsenz auf Tagungen:

2019: 28
2018: 28
2017: 30

Fortbildungen in eigener Sache:

2019: 39
2018: 40
2017: 42

Anlage 11

Publikationen

2019: 6
2018: 9
2017: 6

Audio / Multimedia / Film

2019: 10 Positionen
2018: 9 Positionen
2017: 12 Positionen

Hands On-Projekte

2019: 7
2018: 6
2017: 6

Ausstellungstexte

2019: 1 Projekt
2018: 2 Projekte
2017: 4 Projekte

Plattform für Kulturelle Bildung in Köln:

museenkuss-koeln.de

Qualitätssicherung

Vermittlungsarbeit erfordert ständiges Qualitätsmanagement in Form von Evaluierungen und Fortbildungen. Das MD-Team nimmt daher regelmäßig an Kongressen und Tagungen teil, um das eigene Wissen zu Inhalten und Methoden zu vermehren. 2019 lagen die Schwerpunkte auf den Themen Diversity, Besucherorientierung und Teilhabe.

Für den Kreis der freiberuflichen Kräfte finden fachwissenschaftliche und methodische Fortbildungen statt. Daneben gibt es regelmäßigen Erfahrungsaustausch und Gesamtversammlungen. Besonders zu erwähnen sind dabei Fortbildungsreihen, die sich bestimmten Zielgruppen oder Aufgabenstellungen widmen. Der Schwerpunkt 2019 lag bei kreativen Methoden.

Die dritte Form von Qualitätssicherung ist die Aus- und Weiterbildung von Multiplikatoren aus Schule, Tourismus und dem Sozialbereich. Auch die Arbeitskreise der Museen wurden verschiedentlich vom Museumsdienst fortgebildet (KSM, MAKK, RJM). Dies dient der Verbesserung der eigenverantwortlich durchgeführten Veranstaltungen Dritter.

Publikationen

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

Redaktion und Lektorat erstrecken sich auch auf mediale 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).

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 2019 in der Zusammenarbeit mit der Koordinierungsstelle Kulturelle Bildung im Schulentwicklungsamt weitergeführt.

Der Ausbau der Internetplattform museenkuss-koeln.de als Internetportal für kulturelle Bildung wurde praxisnah fortgesetzt. Der Museumsdienst ist Teil der Planungsgruppe und begleitet den Ausbau des Angebots. 2019 wurde die Plattform um Angebote für die Zielgruppen junge Erwachsene und Senioren erweitert.

Inklusion

Der Museumsdienst möchte allen Menschen kulturelle Teilhabe ermöglichen und ihnen das kulturelle Erbe in den städtischen Museen zugänglich machen. Daher baut der Museumsdienst das Angebot an inklusiven und barrierefreien Angeboten für Menschen mit verschiedenen Behinderungen stetig aus.

Der Museumsdienst schult Kollegenschaft und Museumspersonal zu inklusiven Themen, berät die Museen in puncto Barrierefreiheit und pflegt das Netzwerk zu national wie international agierenden Kollegen und Partnern aus den Bereichen Inklusion und Barrierefreiheit. Im Rahmen von »Museen, Menschen, Medien« wurde eine Stelle für den Aufgabenbereich geschaffen.

Konkret zählen zu den in 2019 entwickelten Angeboten Führungen für blinde und sehbehinderte Gäste und ihre Begleitung (ML) sowie die Neuauflage eines Audioguide für blinde und sehbehinderte Menschen (MAKK). Anlässlich der Museumsnacht wurden Führungen in Deutsche Gebärdensprache übersetzt.

Ein Demenzprogramm in Kooperation mit »(de)mentia+art« sorgt für die Teilhabe dieser Bevölkerungsgruppe am kulturellen Leben. Menschen in stationärer Pflege besuchen mit ihren Betreuern Angebote in vier Museen (ML, MOK, MS und WRM) und erleben eine schöne Zeit. Zudem wurden Angebote für Menschen mit psychischen Beeinträchtigungen geschaffen.

Diversität

Der Museumsdienst möchte mit seiner Vermittlungsarbeit auch Menschen erreichen, die noch nicht zum Stammpublikum gehören. Hierzu entwickelt er neue Programme und Formate, bildet die freiberuflichen Kräfte fort, setzt auf Kooperationen und Projekte und schafft partizipative Zugänge zu Ausstellungen.

2019 im Fokus: Kooperationen mit dem ZMI, dem BFMF e.V. und Erziehungsbeistandschaften des Jugendamts Köln; mehrsprachige Angebote

2.2 Marketing und Kommunikation

Aufgaben beim Museumsdienst

Zielgerichtete Kommunikation und effektives Marketing für die Kölner Museumfamilie bestehen aus zwei Säulen: hausbezogene Medien- und Öffentlichkeitsarbeit in jedem Museum, dem RBA sowie der KMB und hausübergreifende Maßnahmen zu Marketing und Kommunikation des Museumsstandortes. Dies ist beim Museumsdienst angesiedelt.

Miteinander vernetzt bilden beide das strategische Fundament für eine wirkungsvolle Kommunikationsarchitektur am Standort. Kern der Kommunikationsaufgabe ist die häuserübergreifende Öffentlichkeitsarbeit und Bewerbung des Museumsstandortes Köln für die Gesamtheit der städtischen Museen.

Dies geschieht mithilfe der 2019 neu eingeführten Publikation *museenkoeln-Das Magazin*, die drei Mal jährlich erscheint und kostenlos im Stadtgebiet und im Bereich der Rheinschiene ausliegt. Darüber hinaus entstehen regelmäßige Programm- und Informationsbroschüren zum Museumsstandort für verschiedene Zielgruppen.

Digital werden das zentrale Internetportal museenkoeln.de sowie verschiedene Social-Media-Kanäle betrieben. Außerdem erfolgt klassische Pressearbeit zu übergeordneten Schwerpunktthemen für den Museumsstandort und zu

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

Favorisierte Hashtags
 # museenkoeln
 # museumsdienst

spezifischen Themen des Museumsdienstes selbst, der auch eine eigene Website unterhält: museumsdienst.koeln.

Die strategische Gesamtausrichtung zielt auf integrierte und übergreifende Kampagnen, effektive Kooperationen und einen Schulterschluss mit anderen Kultureinrichtungen in Stadt und Region. Als Klammer für die Museen und museumsnahen Institutionen dient die kontinuierlich gestärkte Dachmarke museenkoeln.

Stadtintern hat die Abteilung die Vernetzung innerhalb der Kultur und zwischen den Kommunikationsabteilungen der städtischen Museen intensiviert. Daraus resultieren gemeinsame PR-Auftritte auf Messen, bei Veranstaltungen und an Hochschulen, standortbezogene Publikationen und Social Media-Projekte.

Der Museumsdienst vertritt zudem die Museen in der Werbekonferenz der Stadt Köln und betreibt in eigener Sache einen Facebook-Account und Youtube-Kanal für die B2C-Zielgruppe sowie einen Twitter-Account mit Schwerpunkt B2B-Kommunikation.

Maßnahmen im Marketing

Die Maßnahmen im Marketing gliedern sich in Kooperationen, Messe- und Standauftritte sowie Werbung. Die Finanzierung erfolgt aus Mitteln des Museumsdienstes und Beiträgen, die auf Partner umgelegt werden. Dank der Unterstützung des Fördervereins und der Akquise von Anzeigen für Printtitel ist eine Reihe von Maßnahmen kostenneutral.

Touristische Kooperationen

KölnTourismus ist für die Museen ein wichtiger Partner und bewirbt weltweit die Reisedestination und den Kongressstandort Köln. Ziel ist neben der Steigerung des Bekanntheitsgrades die Positionierung Kölns und der Region als attraktives Reiseziel. Der Museumsdienst ist Mitglied im Beirat von KölnTourismus.

KTM bearbeitet für Köln Primärmärkte (B, D, GB, I, NL, LUX, USA), Sekundärmärkte (A, CH, E, F, RUS) und Zukunftsmärkte (BRIC-Staaten, SA, VAR). Dabei ist Köln auch als Kulturdestination ein wichtiges Thema. Für den Museumsbereich liefert der Museumsdienst zielgruppengerechte Informationen und Materialien zu.

KTM und MD arbeiten beim »Museumsstadtplan« (D/E) zusammen, der für touristische Gäste gedacht ist. Die Museen der Stadt Köln sind zudem Partner der KölnCard, eines City Card Produkts von KölnTourismus. Bei den touristischen Schwerpunktthemen von KTM platziert der Museumsdienst passende Museumsangebote.

Tourismus NRW e.V. Zum siebten Mal in Folge schloss der Museumsdienst für die städtischen Museen eine Premiumpartnerschaft mit Tourismus NRW e.V. ab. Gegenstand der Partnerschaft sind Kulturpakete mit Ausstellungsbesuchen, die auf www.nrw-tourismus.de beworben werden. Die Kulturtipps gehören zu den erfolgreichsten Seiten des Verbandes.

Schwerpunkt 2019:
 Culinary Cologne

Inside Rembrandt, 2 von 14,
 2 Kölnerinnen am Bauhaus,
 KÖLN AM RHEIN und KÖLN AN DER
 SEINE, Norman Seeff, Artist meets
 Archive

Einzelne Kölner Museen und Ausstellungen (KSM, MAKK, ML, WRM) werden im Rahmen der Partnerschaft zusätzlich in überregionalen Medien platziert und im NRW Reisemagazin beworben (Auflage: 180.000 Exemplare als Beilage und in Direkt-Distribution).

Messebeteiligungen und Standpräsentationen

ITB 2019. Erneut warben die Kölner Museen vom 6. bis 10. März 2019 auf der Internationalen Tourismusbörse (ITB) in Berlin für die kulturelle Vielfalt Kölns. Museumsdienst und Schokoladenmuseum stellten Interessierten die Ausstellungshöhepunkte für die Jahre 2019 und 2020 vor und berieten zu allen Fragen rund um den Museumsbesuch.

Gezielte Vorabkommunikation mit Reiseveranstaltern und Multiplikatoren sorgte für zahlreiche Gespräche mit Fachbesuchern der Messe aus den Bereichen Incoming, Reisejournalismus und Onlinekommunikation. Der Messeauftritt wurde durch gezielte Medienarbeit in Kooperation mit Köln-Tourismus begleitet.

Kunstmessen. Auf den beiden Kunstmessen Art Cologne (11.-14.4.19) und Cologne Fine Arts (21.-24.11.19) vertrat der Museumsdienst die Museen und informierte über aktuelle und kommende Ausstellungen und Veranstaltungen in den Museen. Außerdem bot der Museumsdienst in Kooperation mit der KölnMesse die Rundgänge »Art Tours« an.

Tag der Begegnung. Der LVR organisiert jeweils im Frühling den »Tag der Begegnung« rund um das Thema Teilhabe. Am 25. Mai 2019 fand zum 20. Mal Europas größtes Fest für Menschen mit und ohne Behinderung im Kölner Rheinpark und am Tanzbrunnen statt. Die Museen informierten auf einem Gemeinschaftsstand über inklusive Angebote.

FerientagMesse. Das Informationsangebot für Eltern und Familien des Kölner Familienmagazins Känguru fand am 23.03. im Kulturzentrum am Neumarkt statt. Der Museumsdienst präsentierte 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 zu präsentieren und mit Studierenden, vor allem Erstsemestern, ins Gespräch zu kommen.

Vertreten waren u.a. die städtischen Museen, die Akademie der Künste der Welt, Bühnen Köln, Gürzenich-Orchester, Bühnen der Stadt Köln, Schokoladenmuseum und Stadtbibliothek, die jungen Kunstfreunde und die Volkshochschule. Beide Termine waren stark frequentiert, fanden gutes Feedback und wurden intensiv auf Social Media begleitet.

Familienfest im Praetorium. Am 30. März schloss das Praetorium seine Pforten, um in einigen Jahren als Teil von MiQua neu zu eröffnen. Aus diesem Anlass organisierte der Museumsdienst zusammen mit dem LVR ein Abschiedsfest für Familien. Zahlreiche Führungen im und um das Praetorium und in den Rathäusern zogen ca. 1.600 Gäste an.

2019 im Fokus:

MAKK: 2 von 14, 2 Kölnerinnen am Bauhaus, Norman Seeff: The Look of Sound

WRM: Inside Rembrandt
 ML: WAR-HOL NOW

Führungen

2019: 70
 2018: 88
 2017: 93

2019 im Fokus:

Angebote für Menschen mit Behinderungen

#koelnkultur

10. April 2019
 9. Oktober 2019

Weitere Veranstaltungen. Der Museumdienst präsentierte einzelne Häuser weiterhin auf dem Familientag der Oper Köln und den Kunsttagen der Abtei Brauweiler. Beim Tag des Offenen Denkmals organisierte er eine Reihe von Führungen durch die beiden Rathäuser. Daraus wird ab 2021 eine regelmäßige Veranstaltungsreihe erwachsen.

Werbekampagnen

Anzeigenschaltungen. Basis für eine wirkungsvolle Werbetätigkeit ist die strategische Mediaplanung inkl. eines planvollen Mediaeinkaufs. In 2019 fokussierte der Museumdienst seine Werbemaßnahmen auf die Kommunikation der Dachmarke museenkoeln. Darunter entstanden im Wesentlichen drei Kampagnenlinien, die halbjährig geplant werden.

Sie bespielen Imagemotive für den Museumsverbund, Anzeigen zu Vermittlungsformaten für Kinder und Familien sowie Ankündigungen zu Sonderveranstaltungen. Die Imagemotive werden in breitenwirksamen Medien wie Stadt- und Kulturmagazinen geschaltet, die Vermittlungsformate in zielgruppenspezifischen Titeln beworben.

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 Plakatierung für die Dachmarke museenkoeln sowie für übergeordnete Veranstaltungen liegen beim Museumdienst.

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 Museumdienst 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 Museumdienst zudem perspektivisch an der sukzessiven Einführung von Onlinetickets in den städtischen Museen.

Die **KölnCard von KTM** ist als City Card wichtiger Bestandteil einer touristischen Produktpalette und enthält die kostenfreie Nutzung des ÖPNV sowie zahlreiche Vergünstigungen in den Bereichen Gastronomie, Unterhaltung, Kunst und Kultur. Die KölnCard umfasst Ermäßigungen auf Museumseintritte und ist Bestandteil zahlreicher Kölner Pauschalarrangements.

Die **MuseumsCard** ist ebenfalls an verschiedenen Orten einsetzbar, jedoch mit alternativer Funktion. Käufer von MuseumsCards Single oder MuseumsCards Family können zwei Tage lang die Museen inklusive ihrer Sonderausstellungen besuchen und zudem am ersten Tag den ÖPNV nutzen. Die Zielgruppe ist ein kulturaffines, regionales Publikum.

Anzeigen:
Stadtrevue
Choices
DIE ZEIT
kunst:art
Philharmonie Magazin
Känguru
Rheinkind

Verkauf KölnCards:
2019: 1.164
2018: 3.847
2017: 5.049

Verkauf Museums Cards:
2019: 3.340
2018: 4.016
2017: 3.783

Jahreskarten für die Museen der Stadt Köln gelten vom Kaufdatum an für zwölf Monate. Sie sind für die Dauerausstellungen und wahlweise 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.

Im Rahmen des Reformprojekts »Museen, Menschen, Medien« wird das Ticketing in den städtischen Häusern professionalisiert und mit Data Base Marketing verknüpft werden. Dabei sind Time Slot- und Online Tickets sowie eine neues Kartensystem mit Abonnement-Funktion bei den Jahreskarten unabdingbar.

Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit

Die Öffentlichkeitsarbeit des MD umfasst alle Maßnahmen der 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 Aktivitäten. Sie werden von den Teams Marketing und Kommunikation und Bildung und Vermittlung verantwortet.

Sichtbare Klammer und zugleich eingängiger Begriff ist die Dachmarke »museenkoeln«. Diese B2C-Marke wird für übergreifende Publikationen, Anzeigen und das Kölner Museumsportal verwendet und ist städtischen und nichtstädtischen Einrichtungen gleichermaßen geöffnet. Auch »museenkoeln – Das Magazin« transportiert seit März 2019 die Dachmarke.

Web und Social Media

museenkoeln.de Das vom Museumdienst verantwortete Museumsportal für Köln vereint städtische und nichtstädtische Museen gleichermaßen und präsentiert sich nutzerorientiert. Es zeigt das Potenzial von Museen als soziale Orte, denn es fokussiert auf das Ausstellungsprogramm und die vielfältigen Veranstaltungsformate.

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

Virtuelle Besucher 81,76% der Besucher auf dem Portal kommen aus D, gefolgt von USA, NL, GB, B, F, CH, AU, E und I. Während das wachsende Interesse Russlands bemerkenswert ist, zeigen sich die übrigen osteuropäischen und asiatischen Besuchermärkte noch wenig interessiert an den Kölner Museen. Dies entspricht dem Verhalten dieser Besucher.

Social Media-Kommunikation Die Kommunikation in den Social Media wird kontinuierlich weiter ausgebaut und professionalisiert. Dabei fokussiert Facebook unter museenkoeln auf B2C-Kommunikation, Twitter unter @Museumdienst auf den B2B-Bereich. Beide Kanäle werden für museumsbezogene und übergeordnete Themen genutzt.

Verkauf Jahreskarten:
2019: 2.389
2018: 2.415
2017: 2.824

Vergleichbar sind
museenbasel
Museumsufer Frankfurt
Museumsportal Berlin

Sitzungen:
2019: 921.018
2018: 983.452
2017: 982.400
2016: 1.028.450

Seitenaufrufe:
2019: 2.658.690
2018: 2.795.449
2017: 3.049.677

Desktop:
2019: 44,23%
2018: 49,2%
2017: 57,6 %

Smartphone/ Tablet:
2019: 55,77%
2018: 50,8%
2017: 42,6 %

Facebook:
2019: 1.856
2018: 1.533
2017: 1.304

Twitter:
2019: ca. 2.550 Follower
2018: ca. 2.400 Follower
2017: ca. 2.200 Follower

Zudem betreibt eine Reihe von Museen eigene Social Media-Auftritte. Die Entwicklung der übergeordneten Digitalstrategie für den Museumsstandort Köln mit einer Vernetzung von Inhalten und digitalen Kanälen war zudem Inhalt des 2019 weiter geführten Leitprojekts »Museen, Menschen, Medien«.

Print

Die Publikationsfamilie unter dem Dach museenkoeln umfasste 2019 eine Vielfalt von nutzerorientierten und zielgruppenspezifischen Medien in einer dreistufigen Hierarchie. Als Leitmedium fungiert das neu im Markt positionierte »museenkoeln – Das Magazin« mit eigens redaktionell erstelltem Inhalt. Es weist den Weg zu einer Contentstrategie für museenkoeln.

»museenkoeln – Das Magazin« ist das Flaggschiff der Publikationsfamilie. Im März 2019 eingeführt, präsentieren sich alle Kölner Museen, städtische wie nichtstädtische, erstmals in einem Magazin. Jede Ausgabe erscheint zu einem anderen Schwerpunktthema und hat eine Laufzeit von ca. vier Monaten.

Das Magazin richtet sich auch und gerade an Menschen, die bisher noch nie oder nur selten ein Museum besucht haben. Auf anregende und unterhaltsame Weise beleuchtet und vertieft »museenkoeln – Das Magazin« dreimal jährlich, was die Kölner Museen, ihre Arbeit und Angebote ausmacht. Ein Serviceteil stellt zudem alle Kölner Museen vor.

Flankiert wird das Magazin von Informationsbroschüren für spezifische Zielgruppen (B2C) und zum Museumsstandort (B2B). Alle Publikationen wurden nachfrageorientiert ausgerichtet und folgen einem einheitlichen Corporate Design. Sie werden durch zielgruppenspezifische Newsletter ergänzt.

B2C-Publikationen wenden sich an allgemeines Publikum oder definierte Zielgruppen. Eine halbjährliche Broschüre informiert über die Ausstellungen aller Museen. Ein Stadtplan dient der Orientierung und Information. Programmhefte für einzelne Zielgruppen bieten konkrete Besuchsansätze. Weitere Printprodukte erscheinen zu Events oder als Sonderpublikationen.

B2B-Publikationen Turnusgemäß gab der Museumsdienst Publikationen zum Ausstellungsprogramm 2019/20 heraus. Darüber hinaus wurde die Imagebroschüre für Touristiker für die ITB umfassend überarbeitet. Die Broschüren in Deutsch und Englisch positionieren die Dachmarke museenkoeln und unterstützen Reiseveranstalter bei der Planung.

Newsletter

Drei verschiedene Newsletter informieren allgemein Interessierte, Multiplikatoren aus Presse und Tourismus sowie aus der Bildung über neue Veranstaltungen und Formate in den Kölner Museen. Der Newsletter museenkoeln aktuell erscheint wöchentlich, der Bildungsnewsletter einmal pro Monat und »Kunst in Köln« alle zwei Monate.

Schwerpunkte 2019:

Aufbruch
Nachbarschaft
Wunder
Auflage
19.000 (Start)
45.000 (ab Heft 3; Heft 3 erschien als Beilage der FAS in NRW)

B2C-Publikationen:

museenkoeln Stadtplan
Halbjahresvorschau
Erwachsenenprogramm
Programm für Kinder und Familien

B2B-Publikationen

Jahresprogramm
Imagebroschüre

Abonnenten:

Museenkoeln aktuell
2019: 2.516
2018: 1.827

KIK:

2019: 492
2018: 460

museenkoeln Bildung:

2019: 839
2018: 741

Events

Events führen neue Zielgruppen. Hausübergreifende Veranstaltungen werden vom Museumsdienst auch übergreifend beworben. Das Portfolio umfasst Museumstag und Museumsnacht, Tag des Offenen Denkmals, die Interkulturelle Woche, das Kinderfest der Philharmonie, das Sprachenfest und Familientage, die jedoch nicht in jedem Jahr stattfinden.

KunstTage Rhein-Erft. Im zweijährigen Rhythmus finden in der Abtei Brauweiler die Kunsttage des Kreises Rhein-Erft statt. Der Museumsdienst war 2019 erneut zu Gast und konnte das Vermittlungsangebot für das Museum Schnütgen präsentieren. Es wurden zwei Workshops für Familien konzipiert und erfolgreich umgesetzt.

Museumsnacht Köln. Am 2.11. veranstaltete der StadtRevue Verlag in Kooperation mit den Museen die 20. Kölner Museumsnacht. Attraktive Sonderausstellungen und 200 Einzelveranstaltungen erwarteten die rund 20.000 Besucher an 50 Stationen in ganz Köln. Der Museumsdienst begleitete die Pressearbeit und konzipierte das Führungsprogramm.

KölnTag 2019 fanden 11 KölnTage statt. Die Kommunikation erfolgte über die Presse, Online-Portale, Newsletter sowie über die eigenen Social Media-Kanäle und die Homepage museen.koeln. Die Besucherzahl lag mit durchschnittlich 4060 Besuchern pro KölnTag um 60% höher als im Vorjahr, denn seit Jahresbeginn sind auch die Sonderausstellungen frei.

Internationaler Museumstag. Am 19.5. luden die Kölner Museen zum Kölner Museumsfest ein. Unter dem Motto »Museen – Zukunft lebendiger Traditionen« präsentierten sich am Internationalen Museumstag rund 26 Einrichtungen mit einem bunten und abwechslungsreichen Programm und rund 170 Veranstaltungen für jede Altersgruppe.

Schwerpunkte bildeten Angebote rund um die Verbundausstellung »Artist meets Archive«, an der fünf Museen sowie das Rheinische Bildarchiv beteiligt waren. Zudem gab es zahlreiche Formate für junge Gäste. Damit schloss sich das Museumsfest an die Initiative »Kinderfreundliche Kommune« an – das Siegel wurde Köln 2018 von UNICEF verliehen.

Weitere Events. Beim Tag des Offenen Denkmals beteiligte sich der Museumsdienst ebenso wie am Bürgerfest zur Schließung des Praetoriums bis zu seiner Wiedereröffnung im Kontext des MiQua – LVR-jüdisches Museum im Archäologischen Quartier Köln, zum Beispiel mit Führungen durch die archäologischen Bodendenkmäler oder die Rathäuser.

Medienpartnerschaften

Kölnische Rundschau. Mit der Kölnischen Rundschau und dem Unternehmen NetCologne als Sponsor fand die seit zehn Jahren laufende Reihe KunstCocktail ihre Fortsetzung. Es kam zu vier exklusiven Abendveranstaltungen, die medial begleitet wurden. Die Verbindung von Ausstellungsführungen und Get-together wird seit Jahren sehr gut nachgefragt.

Highlights:

Rembrandt (WRM)
HIER UND JETZT (ML)
RGM im Belgischen Haus
Karl Hugo Schmölz und Hugo Schmölz (KSM)

KölnTage:

2019: 44668
2018: 28.497
2017: 39.153

Besucher:

2019: 14.350
2018: 16.898
2017: 11.184

»Salve, Schalom, Guten Tag! Eine Reise vom Praetorium zum MiQua«

Tag der Offenen Tür,
30.3.19

Känguru. Im Rahmen dieser Partnerschaft werden museale Inhalte über die Kommunikationskanäle von Känguru gezielt an Familien verbreitet. Darauf basiert auch die Kooperation bei der FerienCampMesse im Frühjahr 2019. Dank der Medienpartnerschaft kann die Zielgruppe Familien wirkungsvoll erschlossen werden.

Mediaplanung

Konkret war die Presseabteilung an der Kampagnen- und Kommunikationsplanung für Ausstellungen in drei Museen (MOK, RGM, RJM) einbezogen. Zudem kam es über das ganze Jahr hinweg zu Beratungsgesprächen für unterschiedliche Häuser im Hinblick auf Gestaltung und Werbeschaltungen.

Entscheidender ist jedoch die übergreifende Schaltung von Anzeigen in überregionalen Medien und Portalen mit dem Ziel, die Sichtbarkeit und Reichweite der Museen zu erhöhen. Dies finanziert der Museumsdienst aus seinem Budget. Die Maßnahmen konnten 2019 erstmals dank des Leitprojekts »Museen, Menschen, Medien« verstärkt werden.

Alle Ausstellungen wurden wöchentlich in der ZEIT beworben. Auf dem Online-Portal *kunstimrheinland.de* wurden Anzeigen geschaltet, mehrere Tipps und Bannerplatzierungen im Gegenzug kostenfrei platziert. Im Heft der Philharmonie erschienen Anzeigen mit Ausstellungsübersichten, in Familienmagazinen Kindergeburtstage und Ferienprogramme.

Pressekommunikation

Die übergreifende Pressearbeit richtet sich an die wichtigsten lokalen, regionalen und bundesweiten Redaktionen sowie an Redaktionen in den angrenzenden BeNeLux-Ländern. Über regelmäßige Pressemitteilungen und Pressekonferenzen sowie über Pressereisen werden Themen aktiv in der Presse platziert.

Presseanfragen werden begleitet, Interviews 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.

Pressereisen

Artist meets Archive. Im Frühjahr zeigten RJM, KSM, MAKK, ML, RBA und Die Photographische Sammlung / SK Stiftung Kultur zusammen mit der Internationalen Photoszene eine Verbundausstellung. Begleitend führte der Museumsdienst eine Pressereise für den Benelux-Raum durch. Die folgende Berichterstattung hatte einen Marktwert von ca. 30.000 €.

Kommunikationsthemen 2019

Aufgaben der zentral verantworteten Pressekommunikation waren Sonderausstellungen und Events, übergreifende Aktionen in den Social Media, Messeauftritte, Großevents wie Museumsfest und Museumsnacht sowie die Platzierung des Ausstellungsprogramms in regionalen und überregionalen Medien.

Außerdem wurden Einzelmaßnahmen zu Projekten im Bildungsbereich (z.B. Outreach, Diversität und Inklusion) sowie allgemeine Bildungsthemen von der Pressestelle aktiv begleitet. Schließlich wurde *museenkoeln – das Magazin* mit drei Ausgaben konzipiert und verlegt.



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 MPG: € 7.000,00
- Spenden Dritter an Förderverein: € 12.000
- Annemarie und Helmut Börner Stiftung: € 1.000,00
- Dirk Baier Stiftung: € 1.000,00
- Kiwanis Köln: € 1.400,00
- KölnMesse: € 5.000,00
- RheinEnergie Stiftung Kultur: € 10.000,00
- Stiftung »Wir helfen«: € 25.000
- Imhoff Stiftung: € 10.000
- Sal. Oppenheim Stiftung: € 34.750,00
- Stadtrevue Verlag: € 3.500,00
- Bezirksregierung Köln: € 40.000
- Sparkasse KölnBonn: € 9.000

Die Projekte wurden vom Museumsdienst durchgeführt.

Mitglieder

Die Freunde der MPG e.V. konnten vergünstigt die Angebote des Kreativbereichs und des Akademieprogramms nutzen. Für die Mitglieder wurde zudem ein Exklusivprogramm von elf Führungen angeboten, die von 313 Mitgliedern wahrgenommen wurden. Das gute Vorjahresniveau konnte gehalten werden (2018: 292; 2017: 238). Das Veranstaltungsprogramm ist ein entscheidender Grund dafür, Mitglied des Fördervereins zu sein. Die Mitgliederentwicklung insgesamt war stabil.

Vorstand

Der Vorstand wurde bei der Mitgliederversammlung im Dezember 2019 entlastet. 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, Dr. Manfred Hecker, Dr. Christoph Siemons und Harald Plamper. Zur Kassenprüferin wurde Alexandra Nussbaum bestellt. Die Mitgliederverwaltung liegt bei Manfred und Melanie Hoffmann.

4. Anhang

Anlage 1: Schwerpunkte der Vermittlungsarbeit 2019

Museumsübergreifende Vermittlungsarbeit

- Konzeption und Umsetzung von Programmen für besondere Anlässe: Kölner Museumsfest | Museumsnacht | FerienCampMesse | Tag des Offenen Denkmals | Abschiedsfest Praetorium | Familienfest der Oper Köln
- Methodenseminare für Erzieherinnen, Studierende, Berufsschüler und Betreuer im offenen Ganztage
- Museumsübergreifende Vermittlungskonzepte im Bereich Inklusion, Diversität und Outreach
- Fortführung der drittmittelgeförderten Projekte »KulturGut finden. KiTA und OGS ins Museum«
- Entwicklung und Durchführung des Outreachprojekts »museenkoeln IN DER BOX«
- Entwicklung und Durchführung einer Führungsreihe für Studierende in Kooperation mit dem AStA der Universität zu Köln

Kölnisches Stadtmuseum

- Mitarbeit bei der Neukonzeption der Dauerausstellung des KSM im Haus Sauer
- Konzeption und Umsetzung von Vermittlungsangeboten für alle Sonderausstellungen
- Fortbildungen für Lehrkräfte zu allen Sonderausstellungen
- Entwicklung eines Partizipationsprojekts mit dem Titel »Köln-Experten« für die neue Dauerausstellung im Haus Sauer
- Didaktisch-methodische Fortbildungen für Multiplikatoren und freie Kräfte
- Museumspädagogische und wissenschaftliche Schulung der ehrenamtlichen AKs, des Studierenden-Teams und Wachpersonals des KSM
- Museumspädagogischer und wissenschaftlicher Austausch mit der Museumsschule
- Museumspädagogische und wissenschaftliche Schulung
- Mitarbeit und Übersetzung an einem deutsch/kurdisch/türkischen Gesamtprogramm und an dem Projekt »Müzemize Hoşgeldiniz – Willkommen in unserem Museum«
- Mitarbeit am Outreach-Projekt »museenkoeln IN DER BOX«
- Konzeption und Durchführung von Angeboten für das KSM: InstaWalk und HistoBar

Museum für Angewandte Kunst Köln

- Konzeption und Umsetzung neuer Angebote zur Design-Vermittlung für unterschiedliche Zielgruppen
- Konzeption und Umsetzung von Vermittlungsangeboten für alle Sonderausstellungen
- Konzeption des Vermittlungsprogramms zum MAKK: Design-Weekend 19./20.1. und 11./12.8.2019
- Erweiterung der museumsdidaktischen Sammlung: Neues Hand-on-Material für Grundschule und sehbehinderte und blinde Menschen
- Begleitung eines Filmprojekts in Kooperation mit JFC, Kulturcaster: »Dive in Design«

Museum für Ostasiatische Kunst

- Konzeption von Vermittlungsangeboten für alle Sonderausstellungen
- Fortbildungen für Lehrkräfte: »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 alle Sonderausstellungen
- Neue Ausbildungsrunde von Studierenden für das Projekt Kunst:Dialoge am ML
- Etablierung öffentlichen Führungsschienen für blinde und sehingeschränkte Menschen
- Einführung des buchbaren Führungsthemas »Künstlerinnen« im Museum Ludwig
- Durchführung des Stadtteilprojekts »Snap my Veedel« unterstützt von der MoBeyer Stiftung zur Ausstellung »Nil Yalter. Exile Is a Hard Job«
- Überarbeitung des Programms »Let's Talk about Art« für den Englischunterricht der Sek I im Museum Ludwig

Museum Schnütgen

- Konzept von Vermittlungsangeboten für alle Sonderausstellungen
- Neustrukturierung des gesamten Vermittlungsangebotes
- Didaktisch-methodische Fortbildungen für Multiplikatoren und freie Mitarbeiter
- Ausbau der Hand-On-Sammlung
- Vermittlungsangebot für Demenzkranke

NS-Dokumentationszentrum

- Konzeption von Vermittlungsangeboten für alle Sonderausstellungen
- Konzeption und Durchführung des 22. Schülergedenktag zur Befreiung des Konzentrationslagers Auschwitz: »Erinnern – Eine Brücke in die Zukunft«
- Veranstaltungen zur Konzeption der Ausstellungen im EL-DE-Haus für verschiedene Universitäten im Zusammenhang mit Seminaren zur Geschichtsdidaktik und mit mehreren ZfSL
- Betreuung mehrerer Schulpartnerschaften

Rautenstrauch-Joest-Museum

- Konzeption von Vermittlungsangeboten zu allen Sonderausstellungen
- Betreuung der Interventionen »Delta Welten: Leben im unstillen Wandel« und »Getting closer: Annäherung an den Klimawandel in Ostafrika«
- Multiplikatorenfortbildungen zur Erschließung neuer Zielgruppen zu den Sonderausstellungen
- Konzeption und Vorbereitung des Projekts »Korero mai mündliche Erzählkultur – ein Projekt für die Europäischen internationalen Grundschulen«

Römisch-Germanisches Museum

- Konzeption und Organisation von Veranstaltungen für das Bürgerfest im Praetorium am 30.3.2019
- Umstrukturierung von Führungsangeboten und Workshops sowie Einrichtung eines Werkraums, bedingt durch den Umzug des Museums
- Mitarbeit an der neuen Ausstellung im Belgischen Haus, v.a. Erarbeitung von Texten und Karten
- Erarbeitung eines Führungskonzeptes für die Grabkammer Weiden sowie Mitarbeit an der Ausstellungskonzeption
- Didaktisch-methodische Fortbildungen für Multiplikatoren und Freiberufliche Kräfte
- Mitarbeit am Outreach-Projekt »museenkoeln IN DER BOX«

Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud

- Konzeption von Vermittlungsangeboten zu allen Sonderausstellungen

Artothek

- Konzeption und Durchführung Kreatives Schreiben zu Bildern der Artothek | Vermittlungsformat für Schülerinnen und Schüler Sek
- Einführungsveranstaltungen für Lehrkräfte und Schulklassen (Sek I/ Sek II)

Museumsschule

Kooperationsprojekte:

- Führungs- und Workshopangebote am Internationalen Museumsfest (übergreifend)
- Unterricht mit Integrationsklassen (geflüchtete Kinder und Jugendliche) u.a. in der Sonderausstellung »Nil Yalter – Exile is a hard job« (ML)
- Fortführung des Projektes »Audioguide interaktiv/performativ« mit verschiedenen Schulklassen und den Künstlerinnen Marit Mertin und Andrea Schultens (ML)
- Start des inklusiven Projektes »Maske und Bewegung« der Paul Kraemer Schule für geistige Entwicklung, Frechen mit der GGS Grefrath und KGS Lorbergschule (ML)
- Projekt »Picasso« im Museum und an der Alanus-Hochschule in Alfter (ML)
- Inklusives Kunst- und Musikprojekt mit Grundschulklassen und dem Klangkünstler Peter Wolf (ML)
- Gastvortrag im Rahmen der Reihe Saloon Arts Education der Universität zu Köln und seines Instituts für Kunst und Kunsttheorie zum Thema »Hier und Jetzt. Transcorporealities. Beispiele Performativer Projekte mit Schülern im ML und ihrer aktuellen Sonderausstellung« (ML)
- Inklusives Projekt mit der Förderschule Paul-Krämer und der Grundschule Grefrath zum Thema »Traumwerkstatt« mit Ausstellung in der Stadtbibliothek Köln (ML und WRM)
- Tandemunterricht von Schülern des Nelly-Pütz-Berufskollegs für Erzieher aus Düren mit Schülern verschiedener Grundschulen (ML und WRM)
- Informationsveranstaltungen für Lehrkräfte der Primarstufe und Sekundarstufe I und II in Zusammenarbeit mit dem Museumsdienst
- Projekttag zur Vorbereitung auf den Schüler- und Jugendgedenktag mit Schülerinnen des 6. und 7. Jahrgangs des Ursulinengymnasiums Köln (NS DOK)
- Fächerübergreifendes Projekt zu Anne Frank am »Tag der Demokratie« des Elisabeth-von-Thüringen Gymnasiums (NS DOK)
- Schulform- und stufenübergreifende Tandemprojekte zu »Lieblingsbildern/Berührungspunkte im Museum«, Erstellen von Wandtexten durch Schüler (WRM)
- Museumspädagogische Begleitung der musisch-kreativen Projekttag der GGS Irisweg zum Thema »Weihnachten« (WRM)
- »Rembrandts Druckwerkstatt« mit Kindern für einen Radiobeitrag von KiRaKa (WRM)

Konzeption neuer Unterrichtsangebote:

- Konzeption von drei Modulen für Lehramtsanwärter zu den Themen »Szenische Interpretation« und »Kreatives Schreiben« (ML und WRM)
- Konzeption von Schwerpunktthemen: »Ostern«, »Angst« (MS)
- Konzeption eines Angebotes in Verbindung mit dem Besuch des NS DOK: Begehung des Rathenau-Viertels mit dem Schwerpunktthema Gertrud »Mucki« Koch: Besichtigung der Synagoge von außen, ehemaliges Wohnhaus in der Görresstraße und Volksschule in der Lochnerstraße (NS DOK)
- Konzeption von Unterrichtsangeboten im neu eröffneten RGM im Belgischen Haus (RGM)
- Neukonzeption des Themas »Mexikanisches Totenfest« (RJM)

Publikationen:

- »Unterschiede können Wunder« zum Audioguideprojekt im ML als Artikel für die Zeitschrift »Kunst+Unterricht« (ML)
- »Lieblingsbilder/Berührungspunkte im Museum« als Artikel für die Zeitschrift »Kunst+Unterricht« (ML und WRM)
- Weiterarbeit an der Publikation »Römische Stadtmauer« (RGM)

Ausstellungen:

- Überarbeitete Radierungen eines Oberstufenkurses in der Sonderausstellung »Sonntag des Lebens«/WRM, multimediale Präsentation der Kooperation mit einem Musikkurs beim Museumsfest (WRM)
- Schülerarbeiten zu Aleatorischen Maltechniken in der Bezirksregierung Köln (ML)

Anlage 2: Gesamtstatistik Museumsdienst Köln 2017 bis 2019

Veranstaltungen	2017	2018	2019	Veränderung 2018/19	
a) Museumsdienst					
Führungen	6.478	6.126	7.488	1.362	22,23 %
Kreative Arbeit	1.251	1.107	1.232	125	11,29 %
- davon Kurse	97	111	123	12	10,81 %
- davon MuseumKinderZeit/Kinderwerkstatt	35	43	42	-1	-2,33 %
- davon Die Jungen Entdecker	48	45	50	5	11,11 %
- davon Kindergeburtstage	168	153	159	6	3,92 %
- davon Workshops (ehem. Werkstätten)	762	689	850	161	23,37 %
- davon museumsbus.koeln	86	66	8	-58	-87,88 %
Lehrerfortbildungen	55	35	42	7	20,00 %
Ergebnis Museumsdienst	7.729	7.268	8.742	1.494	20,56 %
b) Museumsschule					
Unterrichtseinheiten	533	489	493	4	0,82 %
Lehrerfortbildungen	18	26	24	-2	-7,69 %
Ergebnis Museumsschule	551	515	517	2	0,39 %
Gesamtergebnis	8.820	7.783	9.279	1.496	19,22 %
Teilnehmer					
a) Museumsdienst					
Führungen	120.618	103.785	108.283	4.798	4,64 %
Kreative Arbeit	22.557	19.517	19.811	294	1,51 %
- davon Kurse	1.266	1.192	1.161	-31	-2,60 %
- davon MuseumKinderZeit/ Kinderwerkstatt	242	353	303	-51	-14,45 %
- davon Junge Entdecker	493	361	432	71	19,67 %
- davon Kindergeburtstage	2.054	1.867	1.950	83	4,45 %
- davon Workshops (ehem. Werkstätten)	15.598	14.104	15.767	1.663	11,79 %
- davon museumsbus.koeln	2.164	1.640	199	-1.441	-87,87 %
Lehrerfortbildungen	740	567	518	-49	-8,64 %
Ergebnis Museumsdienst	143.175	123.569	128.612	5.043	4,08 %
b) Museumsschule					
Unterrichtseinheiten	13.230	11.640	11.890	250	2,15 %
Lehrerfortbildungen	350	488	676	188	38,52 %
Ergebnis Museumsschule	13.580	12.128	12.566	438	3,61 %
Gesamtergebnis	156.755	135.697	141.178	5.481	4,04 %

Anlage 3: Veranstaltungen nach einzelnen Museen

Führungen für Gruppen und Schulklassen	2017	2018	2019	gebucht	öffentlich
Museum					
Wallraf-Richartz-Museum	666	598	889	704	185
Museum Ludwig	1.210	1.322	875	697	178
Römisch-Germanisches Museum	984	766	2.331	198	2.133
Ubirmonument	24	12	15	12	3
Grabkammer Weiden	0	0	14	14	0
Praetorium (Archäologische Zone)	125	70	68	24	44
Rautenstrauch-Joest-Museum	573	519	661	584	77
Museum für Angewandte Kunst Köln	284	221	260	151	109
Museum für Ostasiatische Kunst	92	220	186	71	115
Museum Schnütgen	153	143	162	84	78
Kölnisches Stadtmuseum	184	53	90	60	30
NS-Dokumentationszentrum	2.082	2.129	1.861	1.784	77
Artothek	4	0	0	0	0
Rathaus	12	0	6	0	6
Messe Art Cologne	50	49	43	12	31
Messe Cologne Fine Arts	35	24	27	19	8
Summe	6.478	6.126	7.488	4.414	3.074
Kreativangebote (Kurse, Ferienangebote, Workshops, Kindergeburtstage etc.)					
Wallraf-Richartz-Museum	162	154	170	152	18
Museum Ludwig	360	370	347	304	43
Römisch-Germanisches Museum	258	208	30	23	7
Rautenstrauch-Joest-Museum	165	147	154	90	64
Museum für Angewandte Kunst Köln	101	76	87	65	22
Museum für Ostasiatische Kunst	66	86	82	42	40
Museum Schnütgen	30	33	44	22	22
Kölnisches Stadtmuseum	25	13	15	10	5
NS-Dokumentationszentrum	5	2	292	290	2
Käthe-Kollwitz-Museum	4	6	0	0	0
Sonstige	20	12	11	0	11
Summe	1.196	1.107	1.232	998	234
Fortbildungen für Multiplikatoren					
Wallraf-Richartz-Museum	6	5	10	2	8
Museum Ludwig	23	31	32	9	23
Römisch-Germanisches Museum	3	11	5	0	5
Rautenstrauch-Joest-Museum	11	3	8	6	2
Museum für Angewandte Kunst Köln	3	2	4	0	4
Museum für Ostasiatische Kunst	0	1	1	0	1
Museum Schnütgen	5	3	3	0	3
Kölnisches Stadtmuseum	3	1	1	0	1
NS-Dokumentationszentrum	1	4	2	0	0
Sonstige	0	0	0	0	0
Summe	55	55	66	17	49

Anlage 4: Übersicht zu Projekten und Schulpartnern

Projekte für Kinder, Familien und Einrichtungen des Offenen Ganztags

- **OGS ins Museum** (MAKK, ML, MS, RGM, RJM und WRM) | 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 Projekttag in der Offenen Ganztagschule. 2019 nahmen 23 Gruppen mit insgesamt 460 Teilnehmern an den Ferienprogrammen teil.
- **Familihtag** in der Sonderausstellung »Inside Rembrandt« (WRM) | Ltg.: Dr. Stephanie Sonntag | Partner: Museumsdienst, Känguru und WRM. Bei der Sonderöffnung für Familien bot der Museumsdienst für das Publikum des WRM ein reiches Programm für Kinder: Sieben öffentliche Führungen und ein offenes Atelier mit Radierwerkstatt erfreuten sich regen Besuchs durch ein familiäres Publikum. Der Event wurde mit Presse (Lokalzeit) und Marketingmaßnahmen (Känguru) begleitet.
- **KunstTage Rhein Erft** (MS) | Ltg.: Christina Clever-Kümper | Finanz.: Eigenmittel | Partner: Museumsdienst, Rhein Erft Kreis und MS. Bei den KunstTagen in der Abtei Brauweiler betreute der Museumsdienst für das MS an zwei Tagen einen Stand. Angeboten wurden eine Forscher- und eine Kreativstation. Die Aktion wurde positiv angenommen und konnte gut zur Bewerbung des Vermittlungsangebotes im MS und dem Themenwochenende »Die Alabasterreliefs« genutzt werden. Es wurden ca. 200 Kinder erreicht.
- **LeseWelten für Kinder mit Fluchterfahrung** (MS und RJM) | Koord.: Susanne Kieselstein | Projektpartner: Vorleseinitiative LeseWelten der Kölner Freiwilligen Agentur e.V. in Zusammenarbeit mit unterschiedlichen Flüchtlingsunterkünften in Köln | Finanzierung durch KFA e.V. 2019 beteiligte sich der Museumsdienst mit insgesamt 19 Führungen und Kreativwerkstätten an dem Projekt. 5-10jährige Kinder aus Flüchtlingsunterkünften in Begleitung von Eltern und/ oder Betreuern aus der Einrichtung wurden an das jeweilige Museum und dort an eine ausgesuchte Bilder-geschichte herangeführt. Im Anschluss entstanden in einer Kreativwerkstatt Objekte mit Museumsbezug. Es wurden 100 Kinder erreicht.
- **museenkoeln IN DER BOX** (KSM und RGM) | Ltg.: Julia Müller | Finanz.: Eigenmittel, Drittmittel (RheinEnergieStiftung Kultur, Imhoff Stiftung, »wir helfen« Neven DuMont) Das partizipative Projekt bietet Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen in den Kölner Sozialräumen die Möglichkeit, sich niedrigschwellig mit Kunst und Kultur auseinanderzusetzen. 2019 fanden im Rahmen des Projektes drei offene Angebote sowie 12 Workshops und in Finkenber, Höhenberg und Vingst statt. Das Projekt ist Teil des Outreach-Programms, das der Museumsdienst im Kontext der Verwaltungsreform #wirfürdie-stadt starten konnte. Es wurden ca. 140 TN erreicht.

Partizipatorische Projekte mit Schulen

- **Erzähl(s) noch einmal' – ‚Kōrero mai'**. Grundschüler erzählen Familiengeschichten« (RJM) | Ltg.: Karin Rottmann, Dominik Fasel und Peter Mesenhöller | Finanz.: ZMI Köln. Das Projekt mit 11 Schulen des Verbunds Kölner Europäischer Grundschulen im Schuljahr 2019/2020 startete 2019 mit Fortbildungen für Lehrkräfte des bilingualen bzw. Herkunftssprachenunterrichts im Tandem mit Regelschullehrkräften. Im Projekt lernen Grundschüler die von der Erzähltradition der neuseeländischen Maori inspirierten Kunstwerke Glenn Colquhouns im Museum kennen.
- **Sonntag des Lebens. Lifestyle im Barock** (WRM) | Ltg.: Björn Föll und Dr. Stephanie Sonntag | Finanz.: WRM | Partner: WRM, Museumsdienst, Museumsschule und das Elisabeth-von-Thüringen-Gymnasium. Für die Sammlungspräsentation »Sonntag des Lebens. Lifestyle im Barock« haben Schüler der Oberstufe eigene Kunstwerke gestaltet, die durch die Exponate der Interimspräsentation inspiriert wurden. Werke in Auswahl wurden in einem Schaufenster der Ausstellung auf Augenhöhe mit den barocken Altmeistern präsentiert. Die Museumsschule leitete das Projekt und initiierte einen Auftritt der Schüler vor Publikum zum Museumsfest.
- **Snap my Veedel** (ML) | Ltg.: Diana Schuster und Angelika von Tomaszewski; Unterstützung durch die Workshopleiterinnen Susanne Lang und Mira Parthasarathy. Mit vier Schulklassen aus Kölner Stadtteilen wurden Stadtteil-Workshops zur Wechselausstellung »Nil Yalter. Exile Is a Hard Job« durchgeführt. Nach Werkgesprächen und interaktiven Übungen vor Originalen sammelten die Jugendlichen in ihren jeweiligen Stadtteilen Eindrücke und hielten sie künstlerisch fest. Unter #snapmyveedel posteten sie eine Werkauswahl als »digitale Collage« auf Instagram.
- **Jugend- und Schülergedenktag 2019** (NS DOK) | Ltg.: Barbara Kirschbaum | Finanz.: Eigenmittel | Partner: Amt für Schulentwicklung, NS-DOK, Museumsdienst und Museumsschule. Am Projekttag und der begleitenden Ausstellung 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. Ca. 300 Jugendliche sahen die Ergebnisse.
- **34 x Design – »Trash Fashion« – eine Zeitreise durch Mode und Design des 20. Jahrhunderts** (MAKK) | Ltg.: Andrea Imig, Julia Müller | Finanz.: Förderverein der Schule | Partner: Johann Gottfried Herder-Gymnasium Köln. Schüler der 9. Klasse setzten sich im Rahmen eines mehrwöchigen Projekts mit Wohndesign und Mode der 1950er bis 1980er Jahre auseinander. Die Jugendlichen präsentierten eigens entworfene Kleidungsstücke und Texte im Rahmen einer Performance im MAKK.

Schulpartner

KHS Adolph-Kolping-Schule Köln (ML) | HS Baadenberger Straße (ML) | Dreikönigsgymnasium Köln (ML, WRM) | Elisabeth-von-Thrüingen-Gymnasium Köln (WRM) | Erich-Kästner-Gymnasium Köln (NS DOK) | Friedrich-Wilhelm-Gymnasium (RGM) | Heinrich-Mann-Gymnasium (ML und WRM) | GGS Humboldtstraße (ML) | KHS Großer Griechenmarkt (ML) | GGS Ernstbergstraße Köln-Blumenberg (ML) | KGS Trierer Straße Köln Neustadt Süd (ML) | Johann-Gottfried Herder-Gymnasium Köln | Katharina-Henoth-Gesamtschule (ML) | Berufskolleg Humboldtstraße (ML, RJM) | Gymnasium Kreuzgasse (NS DOK) | KGS Mainzerstraße (WRM) | GHS Nürnberger Straße (ML) | Königin-Luise-Schule Köln (NS DOK) | Montessori-Gymnasium Köln (NS DOK) | Pestalozzi-Förderschule (ML) | GGS Porz Hauptstraße (ML) | Gymnasium Schaurtestraße Köln-Deutz (NS DOK) | St-Michael-Gymnasium Bad Münstereifel (NS DOK) | Gesamtschule Bergheim (NS DOK) | Gymnasium Kerpen (NS DOK)

Projekte und Trainees für Jugendliche und junge Erwachsene

- *Kunst:Dialoge* (ML) | Ltg.: Angelika von Tomaszewski M.A. und Sophie Roberts | Finanz.: Museum | Partner: Museumsdienst und Museum Ludwig
In diesem seit 2015 laufenden Projekt durchlaufen Studierende der Fächer Kunst und Kunstgeschichte eine Ausbildung und werden zu Kunstvermittlern. Sie kommen in Dauer- und Sonderausstellungen zum Einsatz und beantworten Fragen aller Art, die die Besucher zum Museum und den Kunstwerken haben.
- *Kulturcaster, Mediencamp »Culture! Bunte Welt«* (RJM) | Ltg.: Peter Mesenhöller in Kooperation mit dem Jugendfilmclub Köln | Finanz.: Museumsdienst und jfc | Partner: jfc, Köln
Jugendliche im Alter von 16 bis 22 Jahren erarbeiteten ein Mockumentary »Das Verschwinden der Roxana Rubin« im Rautenstrauch-Joest-Museum, das anschließend online gestellt wurde. Mit frischem Blick auf Museum und Sammlung drehten die Jugendlichen einen Kurzfilm, der die fiktive Geschichte einer bemerkenswerten Wissenschaftlerin erzählt.

Projekte für Erwachsene

- Müzemize Hoşgeldiniz – Willkommen im Museum – Eine Entdeckungsreise durch Kölner Museen auf Deutsch und Türkisch | Konz.: Caroline Stegmann-Rennert | Finanz.: Eigenmittel
Experten des Museumsdienstes Köln führten gemeinsam mit türkischsprachigen Projektmitarbeiterinnen an KölnTagen kostenfrei durch die Sammlungen des MOK, WRM, RGM, ML, MAKK, NS DOK und RJM.
- Neuauflage einer ständigen Führungseinheit »RJM'e genel bir bakış – Das RJM im Überblick« (in türkischer Sprache)
- Kooperation mit der Jobbörse Buchheim (RGM, RJM, MS):
Niedrigschwellige dialogische Führungen für erwachsene Teilnehmer von Integrations- und Beschäftigungsfördermaßnahmen anbieten | Konz.: Kathrin Jaschke, Julia Müller | Finanz.: Eigenmittel

Anlage 5: Kooperationspartner 2019

Amt für Kinder, Jugend und Familie, Abteilung Kindergärten | BFMF e.V. | Bühnen der Stadt Köln, Referat Theater und Schule | BVMP e.V. | Bundesverwaltungsamt Köln, Referat: Auslandsschulen | Caritas-Verband |(de)mentia+art e.V. | Deutscher Altphilologenverband | DMB | 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 | Internationale Photoszene Köln | JFC Jugendfilmclub Köln | Jobbörse Buchheim | 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 | kubia – Kompetenzzentrum für Kulturelle Bildung im Alter und Inklusion | Kunst im Rheinland | Kunstmeile Buchforst | LVMP NRW e.V. | Landesverband nordrheinwestfälischer Geschichtslehrer | Lohmarer Institut für Weiterbildung | LVR-Institut für Landeskunde und Regionalgeschichte, Bonn | Museumswohnung der GAG im Paul-Schwellenbach-Haus Köln Höhenberg | PH Freiburg, Institut für deutsche Sprache und Literatur | PH Heidelberg, Fakultät für Kulturwissenschaften, Institut für Fremdsprachen und ihre Didaktik (Abteilung Englisch) | Philologenverband NRW, Düsseldorf | Pro Retina Deutschland e.V. | Rhein Erft Kreis | Rheinische Musikschule | Runder Tisch inklusive Kultur | Schulentwicklungsamt der Stadt Köln | SK Stiftung Kultur | SprachHaus Köln | StadtBibliothek Köln | Stadttrevue Verlag Köln | 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 | Universität zu Köln, Lehrstuhl für Komparatistik | Vogelsang IP | WDR, Kinderfernsehen (Die Sendung mit dem Elefanten) | ZfsL Bonn, Fachseminar Geschichte | ZfsL Köln, Fachseminar Geschichte | ZfsL Leverkusen, Fachseminar Geschichte, Latein | ZMI

Anlage 6: Aktive Teilnahme an Tagungen und Workshops, Vorträge

- Fortbildungstag »Deutsch – Fremdsprache, Zweitsprache, Herkunftssprache« des ZMI | Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn | 16.11. | Infostand: Dominik Fasel
- Cultural Leadership Workshop der ZAK NRW | Museum Ludwig Köln | 1.4. | Teiln.: Dominik Fasel, Angelika von Tomaszewski
- Podiumsdiskussion »Diversity Matters! – Teil 3: Ran an die Struktur« der ZAK NRW im Schauspielhaus Düsseldorf | Düsseldorf | 10.9. | Teiln.: Dominik Fasel
- »Rassismus? Hier doch nicht?! Dagegen! ... und dann?!« Workshoptagung der Mobilen Beratungsteams im Rheinland für Engagierte und Interessierte zum Erfahrungs- und Ideenaustausch | 20.9. | Teiln.: Dominik Fasel
- Teilnahme an Workshops und Tagungen des Verbundprojektes »Future Museum« des Fraunhofer Instituts für Arbeitsmarktforschung | div. Termine | Teiln.: Martin Hegel
- Momentum International Delegate Programme 2019 in Edinburgh von British Council Scotland, Creative Scotland und Festivals Edinburgh | 17.-19.8. | Teiln.: Dr. Marion Hesse-Zwillus
- Durchführung von Angeboten auf der FerienCampMesse | 23.3. | Teiln.: Ipek Sirena Krutsch
- Planung, Organisation und Durchführung von Programm und Angeboten auf der Bürgerfest »Salve, Schalom, Guten Tag« – Verabschiedung des Praetoriums am 30.3. | Teiln.: Kathrin Jaschke und Ipek Sirena Krutsch
- Vorbereitungen und Planungen von Angeboten zum »DUDA-Familienfest« am 6.6. | Teiln.: Ipek Sirena Krutsch
- »Das Outreachkonzept des Museumsdienstes Köln« | Impulsvortrag im Rahmen der Jahrestagung des Bundesverbandes Museumspädagogik e.V., Nürnberg | 7.-9.11. | Teiln.: Julia Müller
- »Cultural Education and Museum Communication. Topics and target groups at the Museum of East Asian Art« | Vortrag Jahres-Kongress der World Association for Chinese Studies e.V., Witten-Herdecke | 25.8. | Teiln.: Caroline Stegmann-Rennert

Anlage 7: Praktika

Sarah Arvanitidis (Tut.: Carolin Stegmann-Rennert),
Vanessa Reekers (Tut. Martin Hegel)

Anlage 8: Lehraufträge und Hochschultätigkeit

- Universität zu Köln, Lehrstuhl Public History | Seminar »Digitale Vermittlung« | 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
- Universität zu Köln, Theaterwissenschaftliches Seminar | Berufsbilder in der Kultur, Vortrag im Rahmen einer Ringvorlesung | Martin Hegel
- Universität zu Köln | Archäologisches Institut | Lehrauftrag zu Museumskunde und -didaktik | Dr. Kathrin Jaschke
- Universität zu Köln, Seminar Museum Studies, Cologne African Studies Center, Masterprogramm Culture and Environment in Africa | Lehrauftrag: Aufgaben der Museumspädagogik in ethnologischen Museen | Peter Mesenhöller
- Universität zu Köln, Historisches Seminar, Einführung in die Geschichtsdidaktik im ethnologischen Museum | Schulung, Führungen und Vorträge | Peter Mesenhöller
- Universität zu Köln, Lehrstuhl für Neuere und Neueste Geschichte, Vom Musentempel zum Science Centre: Eine Geschichte des Museums | Führungen und Vorträge | Peter Mesenhöller
- Universität zu Köln, Lehrstuhl für Komparatistik: Einführung in den Themenkomplex »Weltentdeckung und Weltliteratur« | Konzeption und Durchführung von Führungen für Studierende | Peter Mesenhöller
- Pädagogische Hochschule Heidelberg Vortrag und Workshop »Deutsch lernen im Museum« | Karin Rottmann
- 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.: Ipek Sirena Krutsch)

- »Artist meets Archive – Ronit Porat«
- »Köln am Rhein. Oder: Von Zeit zu Zeit« und »Köln an der Seine. Der Pavillon der Stadt Köln auf der Pariser Weltausstellung 1937«

Museum für Angewandte Kunst Köln (Koord.: Eva Schwering)

- »100 Jahre lenkbares Licht«
- »2 von 14. Zwei Kölnerinnen am Bauhaus«
- »Erik Kessels. Archive Land«
- »Große Oper – viel Theater. Bühnenbauten im Europäischen Vergleich«
- »Kunst + Design im Dialog«. Neukonzeption der Dauerausstellung
- »Kunst + Design im Dialog«. Fortbildung zu Kunststoffen in der Dauerausstellung
- »Norman Seeff. The Look of Sound«
- »Überall Design und wir mittendrin«. Das neue Designvermittlungsangebot

Museum für Ostasiatische Kunst

- Zusammen mit dementia + art: zweitägige Fortbildung »Kultur für Menschen mit Demenz«
- Einführung in das neue Angebot für die Primar-Stufen »Reise nach Mandala«
- »Trunken an Nüchternheit«

Museum Ludwig

- »HIER UND JETZT im Museum Ludwig. Transcorporealities«
- »Familienbande. Die Schenkung Schröder«
- »Nil Yalter. Exile Is a Hard Job«
- »Wade Guyton«
- »Fiona Tan. GAAF«
- Fortbildung zum Einsatz der Museumstasche

Museum Schnütgen

- »Skulptur im Blick der Kamera. Alfred Tritschlers Fotografien der Sammlung Schnütgen«
- Einführung in die Neuerwerbungen des Museum Schnütgen und Perspektivgespräche

NS-Dokumentationszentrum

- Wochenendseminar »Neue Methoden in der historisch-politischen Bildung«
- »Vergiss deinen Namen nicht – Die Kinder von Auschwitz«
- »Kriegserfahrungen 1939 – 1945 – Kölner und Kölnerinnen an Front und Heimatfront«
- Fortbildung zur öffentlichen englischsprachigen Führung »What happened at the EL-DE-House«

Rautenstrauch-Joest-Museum

- »geschenkt! – die Gabe der Diplomatie«
- »Antje van Wichelen. Noisy Images«
- »Heilige und Asketen: Miniaturmalerei der Jaina aus Indien«
- Museumspädagogischer Erfahrungsaustausch

Römisch Germanisches Museum

- Das römische Bürgerrecht
- Einführung in die neue Dauerausstellung des RGM im Belgischen Haus
- Forum RGM – museumspädagogischer Erfahrungsaustausch

Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud

- »Sonntag des Lebens. Lifestyle im Barock«
- »Der Amsterdam Machsor. Ein Schatz kehrt heim«
- »Der Wolf. Zwischen Mythos und Märchen«
- »Wir. Glauben. Kunst. Meisterwerke der Kölner Jesuiten-Sammlung«
- »Rembrandts Graphische Welt«
- »Inside Rembrandt. 1606 – 1669«

Museumsübergreifend

- Einsatz und Ergänzung der Museumstasche in den historischen und kulturhistorischen Museen

Anlage 10: Externe Tagungen und Gremiensitzungen

- Schulung für Museum+ | Stadt Köln | 26.9. | Teiln.: Christina Clever-Kümper
- Arbeitstreffen »Irritieren, Inspirieren, Motivieren – Diversitätsbeauftragte und Change-Prozesse« der ZAK NRW | Bochum | 11.7. | Teiln.: Dominik Fasel
- Mitgliederversammlung und Vorstandstreffen des LVMP NRW e.V. | div. Termine | Teiln.: Dr. Matthias Hamann
- G 9-Treffen des Region KölnBonn e.V., Köln | div. Termine | Teiln.: Dr. Matthias Hamann
- Jahrestagung des Deutschen Museumsbundes | Dresden | 6.-8.5. | Teiln.: Dr. Matthias Hamann
- Bauhaus und die Folgen. Jahrestagung des LVMP NRW e.V. | Düsseldorf | 18.2. | Teiln.: Dr. Matthias Hamann
- Stadtarbeitsgemeinschaft Behindertenpolitik | Stadt Köln | div. Termine | Teiln.: Dr. Marion Hesse-Zwillus
- Kommunikation und Information – Der Schlüssel zur Inklusion!? | Gold-Kraemer-Stiftung | 23.5. | Teiln.: Dr. Marion Hesse-Zwillus
- Wegweisend. Methoden und Formate für das Museum der Zukunft. Jahrestagung des BVMP e.V., Nürnberg | 7.-9.11. | Teiln.: Dr. Matthias Hamann, Julia Müller, Ipek Sirena Krutsch
- Mentoringprogramm des Studiengangs »Kunstmarkt und Kunstvermittlung« der Univ. Düsseldorf | Düsseldorf | 9.11. | Teiln.: Dr. Matthias Hamann
- Sitzungen des Beirats von KölnTourismus | div. Termine | Teiln.: Dr. Matthias Hamann
- Fachausschusssitzungen des Deutschen Kulturrats | div. Termine | Berlin | Teiln.: Dr. Matthias Hamann
- Networking am Rhein | Netzwerktreffen von Convention Cologne | div. Termine | Teiln.: Martin Hegel und Marie-Luise Höfling
- Herbsttreffen des AK Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des DMB | 20.10. | Germanisches Nationalmuseum Nürnberg | Teiln.: Marie-Luise Höfling
- Expertinnen- und Experten-Workshop zur Verbesserung der Angebote für blinde und sehbehinderte Menschen | 23.11. | LVR-Freilichtmuseum Lindlar | Teiln.: Dr. Andrea Imig
- Fachkonferenz »Mit allen Sinnen – Das inklusive Museum« | Historisches Museum Frankfurt | 12.-13.12. | Teiln.: Dr. Andrea Imig
- QuaM 2019 »Spielt doch!« | 4 Termine | Teiln.: Dr. Kathrin Jaschke
- Archäologie im Rheinland | Rheinisches Landesmuseum Bonn | 4.-5.2. | Teiln.: Dr. Kathrin Jaschke
- Der Körper spricht – nonverbale Kommunikation im Alltag | Figurentheater-Kolleg in Bochum | 9.2. | Teiln.: Susanne Kieselstein
- Integrative Poesie- und Bibliothherapie – Kreatives Schreiben und Biographiearbeit / EAG/FPI Hückeswagen | 15.8.-18.8. | Teiln.: Susanne Kieselstein
- UPLOAD Fachtag 2019 »Beteiligen – Bilden – Begleiten. Erziehen in digitalen Zeiten. Medienpädagogische Ansätze für die Jugendarbeit« | jfc Medienzentrum e.V. | 3.7. | Teiln.: Ipek Sirena Krutsch

- Frühjahrstagung des AK Verwaltung beim Deutschen Museumsbund | Dresden | 8.5. | Teiln.: Klaus Linz
- Herbsttagung des AK Verwaltung beim Deutschen Museumsbund | Recklinghausen | 14.-16.10. | Teiln.: Klaus Linz
- Digitale Vermittlungsstrategien für Museen | Workshop der Pausanio-Akademie Köln auf der MUTEC in Leipzig | 9.11. | Teiln.: Dr. Stephanie Sonntag
- Fachgruppentreffen »Generation 60plus im Museum«, BVMP e.V., Erlangen | 1.4. | Teiln.: Caroline Stegmann-Rennert
- Kulturbetrachtung und Biografiearbeit, KuBiA, Bochum | 27.4. | Teiln.: Caroline Stegmann-Rennert
- Netzwerktreffen Demenz und kulturelle Teilhabe, Austausch mit Schottland, KuBiA e.V. | 7.11., Köln | Caroline Stegmann-Rennert

Anlage 11: Publikationen

Publikationen / wissenschaftliche Beiträge / Kurzführer / Beschriftungen

- Dr. Kathrin Jaschke: Beiträge und Redaktion für »Kölner Römerillustrierte 3«, Köln 2019
- Barbara Kirschbaum: Auch die NS-Geschichte gehört zur Regionalgeschichte, in: Bärbel Kuhn/Matthias Weipert (Hg.): Region und außerschulische Lernorte, Siegen 2019, S. 71-80
- Barbara Kirschbaum: Das EL-DE-Haus in Köln als außerschulischer Lernort für Kinder, in: »Außerschulische Lernorte von Kindern – Reflexionen – Konzeptionen – Perspektiven«, Siegen 2019, S. 37-51
- Eva Schwing mit Dominik Greifenberg, Dr. Marion Hesse-Zwillus, Dr. Romana Rebbelmund: Handbuch in Leichter Sprache zur Sonderausstellung »2 von 14. Zwei Kölnerinnen am Bauhaus«
- Angelika von Tomaszewski & Diana Schuster: Ausstellungsbegleiter zur Sonderausstellung Nil Yalter, Köln 2019.
- Angelika von Tomaszewski (Redaktion): Ausstellungsbegleiter zur Sonderausstellung Familienbande. Die Schenkung Schröder, Köln 2019.

Audio / digitale Präsentationen / Internet / Filme

- Kathrin Jaschke und Ipek Sirena Krutsch: Internet- und Fotoredaktion 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 vonTomaszewski: 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: 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
- Eva Schwering: Betreuung der App des MAKK: Kinder-Guide in englischer Sprache, App für sehbehinderte und blinde Menschen, App für Erwachsene in englischer Sprache
- Stephanie Sonntag: Inside Rembrandt. 1606 – 1669. Audioguide zur Sonderausstellung

Ausstellungsbeschriftung / Texte / Unterrichtsmaterialien

- Kathrin Jaschke: Neue Dauerausstellung des RGM im Belgischen Haus. Themen- und Objekttexte | Zielgruppe: alle

Hands On Materialien

- Kunstmuseen | Museumstasche. Materialien für partizipative Besuche in Kunstmuseen | Zielgruppe: Multiplikatoren
- Museumsübergreifend Zielgruppe OGS | Hand On Materialien zum (1) Thema Klang / Radio (MAKK), zum (2) Thema Fühlen / Materialkunde (Rautenstrauch-Joest-Museum) und zum Thema (3) Esskultur / Stilleben (Wallraf-Richartz-Museum) | Zielgruppe: OGS
- Museum für Angewandte Kunst | Hands-on-Materialien und Tastobjekte für Angebote im Design | Zielgruppe: Kinder und blinde bzw. sehbehinderte Menschen
- Museum Schnütgen | Erweiterung der Hands On Sammlung für die Dauerausstellung | Zielgruppe: blinde und sehbehinderte Menschen, Kinder und Erwachsene
- Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud | Erweiterung der Hands On Medien für die Dauerausstellung um eine Musikinstrumenten-Sammlung | Zielgruppe: Alle

- museenkoeln IN DER BOX | Entwicklung und Produktion von didaktischem Material zum Thema »Wohnen« | Zielgruppe: Kinder, Jugendliche, Erwachsene | Finanz.: Stiftung »wir helfen«
- Museum für Ostasiatische Kunst | Erweiterung der didaktischen Sammlung in den Bereichen: Repliken chinesischer Kleidung, Kinderliteratur Japan, Literatur zum Tee, Teeschalen (Chawan) | Zielgruppen: Kinder und Jugendliche, Familien, Erwachsene

Anlage 12: Ausstellungen

- Kölnisches Stadtmuseum | Köln 68!: Protest. Pop. Provokation (20.10.2018–31.3.2019) | Jacques Offenbach: Von Köln über Paris in die Welt (26.11.2018–3.11.2019) | You are here. Versuche einer Standortbestimmung (4.5.–14.7.2019) | Artist meets Archives: Ronit Porat – Paradiesvogel (4.5.–14.7.2019) | Köln an der Seine / Köln am Rhein (24.8.2019–26.1.2020)
- Museum für Angewandte Kunst Köln | Andy Warhol – Pop goes Art (1.9.2018–24.3.2019) | 34 x Design (27.10.2018–14.4.2019) | 100 Jahre lenkbares Licht (14.1.–24.2.2019) | Eric Kessels. Archive Land (4.5.–2.6.2019) | Grosse Oper – viel Theater (30.3.–30.6.2019) | 2 von 14. Zwei Kölnerinnen am Bauhaus (12.4.–11.8.2019) | Manufactum. Staatspreis für Kunsthandwerk in NRW (31.8.–13.10.2019) | Kölner Design Preis – Toby E. Rodes Award (25.10.–17.11.2019) | Norman Seeff. The Look of Sound (13.9.2019–8.3.2020)
- Museum für Ostasiatische Kunst | Alles unter dem Himmel. Vierzig Jahre Museum für Ostasiatische Kunst am Aachener Weiher (17.11.2018–6.10.2019) | Trunken an Nüchternheit (13.11.2019–3.5.2020)
- Museum Ludwig | Doing the Document (31.8.2018–6.1.2019) | Gabriele Münter (15.9.2018–13.1.2019) | Alexander von Humboldt (13.10.2018–10.2.2019) | Hockney / Hamilton: Expanded Graphics (19.1.–14.4.2019) | Nil Yalter (9.3.–2.6.2019) | Jac Leirner. Wolfgang-Hahn-Preis 2019 (10.4.–25.8.2019) | Benjamin Katz (7.6.–22.9.2019) | Familienbande. Die Schenkung Schröder (13.7.–29.9.2019) | HIER UND JETZT im Museum Ludwig. Transcorporealities (21.9.2019–19.1.2020) | Wade Guyton (16.11.2019–1.3.2020) | Lucia Moholy (12.10.2019–2.2.2020)
- Museum Schnütgen | Der Samsonmeister und seine Zeit (6.6.2018–30.6.2019) | Unter der Lupe (13.11.2018–30.6.2019) | Skulptur im Blick der Kamera (9.11.2019–16.2.2020)
- NS Dokumentationszentrum | Vor 80 Jahren – Der Pogrom in Köln (7.11.2018–6.1.2019) | »Überall Luthers Worte ...« (16.11.2018 – 24.2.2019) | Erinnern – eine Brücke in die Zukunft (24.1.–3.3.2019) | Der Volksgerichtshof 1934–1945 (15.3.–26.5.2019) | Neues Bauen im Rheinland und in Palästina (17.5.–14.7.2019) | Albert Speer in der Bundesrepublik (7.6.–18.8.2019) | Kriegserfahrungen 1939–1945 (2.9.–3.11.2019) | Vergiss meinen Namen nicht (15.11.2019–23.2.2020)

- Rautenstrauch-Joest-Museum – Kulturen der Welt | Fast Fashion (12.10.2018–24.2.2019) | Getting closer (9.2.–7.4.2019) | Antje van Wichelen (4.5.–21.7.2019) | geschenkt! – Die Gabe der Diplomatie (7.6.2019–5.1.2020) | Delta Welten (27.9.2019–5.1.2020) | Heilige und Asketen (11.10.2019–16.2.2020)
- Römisch-Germanisches Museum | keine Ausstellungen vor Ort, RGM »on tour«: Bewegte Zeiten. Archäologie in Deutschland (21.9.2018 – 6.1.2019) | Pas de deux (15.9. 2017 – 19.8.2019) | Die Krone von Kertsch (19.10.2017 – 25.9.2022)
- Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud | Schatten im Blick? (28.9.2018–13.1.2019) | Es war einmal in Amerika (23.11.2018–24.3.2019) | Der Wolf (1.2.–28.4.2019) | Wir.Glauben.Kunst (24.5.–18.8.2019) | Der Amsterdam Machsor. Ein Schatz kehrt heim (25.9.2019–12.1.2020) | Rembrandts graphische Welt (3.10.2019–12.1.2020) | Inside Rembrandt – 1606-1669 (1.11.2019–1.3.2020)
- artothek – Raum für junge Kunst | Stefanie Klingemann. SPAREN (10.1.–23.2.2019) | Lito Kattou. Empty Afternoons (14.3.–14.4.2019) | Ani Schulze. 7 Follies (2.5.–22.6.2019) | Timo Herbst. RHYTHMS (4.7.–17.8.2019) | Tobias Hantmann. Life under your seat (5.9.–19.10.2019) | Ulrike Schulze. Die Jagd (31.10. – 23.11.2019) | Florian Dedek und Lisa Engelhardt. Das Schloss (5.12.–21.12.2019)

Team (Stand 31.12.2019)

Direktion

Dr. Matthias Hamann (Direktor)
Karin Rottmann (Stv. Direktorin)
Jürgen Hoop (Sekretariat)

Museumspädagogik und übergreifende Kulturelle Bildung

Christina Clever-Kümper (Ltg. Kunstvermittlung am Museum Schnütgen)
Dominik Fasel (Ltg. Programme Diversität und Museum)
Dr. Marion Hesse-Zwillus (Ltg. Programme Inklusion und Museum)
Dr. Kathrin Jaschke (Ltg. Kunst- und Kulturvermittlung am Römisch-Germanischen Museum)
Dipl.-Päd. Susanne Kieselstein (Ltg. Projekte Kooperationsbereich Kulturelle Bildung, Begleitung artothek, Kreatives Schreiben)
Barbara Kirschbaum (Ltg. Bildung und Vermittlung am NS- Dokumentationszentrum)
Ipek Sirena Krutsch (Ltg. Bildung und Vermittlung am Kölnischen Stadtmuseum)
Peter Mesenhöller (Ltg. Bildung und Vermittlung am Rautenstrauch-Joest-Museum)
Dipl.-Päd. Julia Müller (Projektmanagement Schulprogramme und Museum kreativ | museumsbus koeln)

Karin Rottmann (Ltg. Schulprogramme und Museum kreativ)
Eva Schwering (Ltg. Kunstvermittlung am Museum für Angewandte Kunst Köln)
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)
Marie-Luise Höfling (Ltg. Medien- und Öffentlichkeitsarbeit)
Waltraud Herz (Medien- und Öffentlichkeitsarbeit)
Birte Klarzyk (Besucherservice, Sachbearbeitung NS DOK)
Regina Kühnelt (Besucherservice, Sachbearbeitung Schulangebote)
Melanie Krauß (Besucherservice, Sachbearbeitung Erwachsenenangebote, Back Office)
Ulrike Michel (Besucherservice, Sachbearbeitung Erwachsenenangebote)
Tim Vermylen (Besucherservice, Sachbearbeitung Museum kreativ)
Dr. Lena Weber (Medien- und Öffentlichkeitsarbeit, Social Media, Events)

Verwaltung

Klaus Linz (Ltg. Verwaltung)
Sabine Baur (Verwaltungsmitarbeiterin)
Beate Hülsken (Verwaltungsmitarbeiterin)

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

Dr. Birgit Aldermann | Dr. Recha Allgaier-Honal | Dr. Ines Bachem |
 Dr. Andreas Baumerich | Annette Binder | Dr. Ulrich Bock | Merle Bode |
 Sophie-Laura Boße | Walter Bruno Brix | Dr. Till Busse | Dr. Eva-Maria Cahn |
 Karina Castellini M.A. | Jennifer Crowley | Francis Vitalia Cuéllar Cassaretto de
 Kissel | Hasan Hüseyin Deveci | Anthony DiPaola | Anna Döbbelin M.A. | Nicole
 Dorweiler M.A. | André Dumont M.A. | Irene Ellegiers M.A. | Omar El-Saeidi |
 Kurt Erlemann | Dipl.-Ing. Mareike Fänger | Corinna Fehrenbach | Silke
 Feuchtinger | Georg Gartz | Lycina Giesen | David Gilles | Ilja Gold |
 Dr. Raymund Gottschalk | Stefanie Julia Gräwe | Dr. Hans-Jürgen Greggersen |
 Julia Greipl-Hoeckle | Claudia Grötzebach M.A. | Irene Grünendahl-Schmitz |
 Christian Günther | Agota Harmati | Timo Hauler | Monique Isserstedt M.A. |
 Dulce Jimenez | Felicitas Jobs | Angelika Jung | Ute Kaldune | Rick Kam |
 Christina Kempcke-Richter M.A. | Sarah Keppel M.A. | Carolyn Kipper M.A. |
 Jennifer Kirchhoff M.A. | Birte Klarzyk | Julia Klatt | Verena Kluge | Gregor
 Aaron Knappstein | Elina Knorpp | Julia Kreische M.A. | Lisa Kröger M.A. |
 Sibylle Kroll M.A. | Dr. Katja Lambert | Susanne Lang M.A. | Kirsten Ledbetter |
 Bianca Lehnard | Eva Lobstädt M.A. | Azziza Malanda M.A. | Oliver Meißner |
 Gisela Michel M.A. | Ulrike Michel | Thorben Müller | Leon Oerder | Dr. Marion
 Opitz | Dr. Beate Ostermann | Mira Parthasarathy | Nina Paszkowski |
 Hanna Petri-Böhnke M.A. | Celeste Pfahler | Theda Pflingsthor | Fabian
 Reeker | Anja Reincke M.A. | Cordula Reiter M.A. | Heike Rentrop M.A. |
 Ilka Richter | Timo Riese | Dr. Daniela Rösing | Dr. Hannelore Rose | Sonya
 Roushdy | Julia Rückert M.A. | Dr. Julia Rusch | Gudrun Säuberlich-Spannagel
 M.A. | Cristine Schell | Anna Schlieck | Jochen Schmauck-Langer | Dagmar
 Schmidt | Hauke Schmidt | Dr. Uta Schmidt-Clausen | Inga Schneider |
 Anna Sellmann M.A. | Dr. Masako Shōno-Sládek | Vera Sleeking | Dr. Dirk
 Soechting | Marius Stelzmann | Dr. Elke Stoll-Berberich | Leny Streit | Stefanie
 Thome M.A. | Markus Thulin M.A. | Sara Tofmachschan | Hôkô Tokoro |
 Kesban Tursun | Dipl.-Ing. Martin Vollberg | Katharina Wagner M.A. | Nicola
 Walbrecht M.A. | Ursula Werner | Martin Wieland M.A. | Laura Winkler M.A. |
 Dipl.-Des. Michael Winter | Dr. Susanne Wischermann | Peter Ulrich Wolf |
 Katharina Wonnemann | Claudia Wörmann-Adam | Lili Yuan | Lea Maria Zäh |
 Hartmut Zänder

Impressum

Jahresbericht des Museumsdienstes Köln 2019
 Herausgeber: Matthias Hamann
 Redaktion: Martin Hegel und Kathrin Jaschke
 Fotos: Museumsdienst Köln/Nikolai Stabusch
 Adresse: Museumsdienst Köln
 Leonhard-Tietz-Str. 10
 50676 Köln
 museumsdienst@stadt-koeln.de
 www.museumsdienst.koeln

Wir machen Programm
Museumsdienst Köln

 museumspädagogische Gesellschaft

Museen der

