

Wir machen Programm  
**Museumsdienst Köln**

# Jahresbericht 2020

Zahlen | Programme | Projekte





# Museumsdienst Köln

## Jahresbericht 2020

### Museen, Menschen, Medien

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 aus Bildung und Vermittlung.

Er besteht aus vier Teilen: einer Darstellung unseres Handlungsrahmens (1), dem zusammenfassenden Überblick zu 2020 (2), dem Bericht des Fördervereins (3) und einem Anhang mit Einzeldaten und Statistiken (4). Dieser Anhang ist nur der Online-Version des Jahresberichtes beigelegt ([www.museumsdienst.koeln](http://www.museumsdienst.koeln)).





## Inhalt

Vorwort	7
Profil	10
Kennzahlen	11
Grundlagen I: Orte der Vermittlung	14
Grundlagen II: Audience Development	16
Grundlagen III: Lernziele und Lernerfolge (Generic Learning Outcomes)	17
Handlungsrahmen	18
Leitbild (Stand 2020)	21
Besuchsmotivation	22
Megatrends	23
Nachhaltigkeitsziele	25
Leitlinien	26
Museen, Menschen, Medien	29
→ Teilprojekt 1: Shared Services	31
→ Teilprojekt 2: Digitalstrategie	32
→ Teilprojekt 3: Marketing und Kommunikation	33
→ Teilprojekt 4: Bildung und Vermittlung	34
→ Teilprojekt 5: Content	36
Schwerpunkte der Vermittlungsarbeit 2020	37
Content-Erstellung	41
Qualitätsmanagement	43
Nachwuchsförderung	44
Netzwerk	44
Exkurs: KUBIK	45
Schwerpunkte in Marketing und Kommunikation 2020	47
Mediaplanung	50
Umfragen und Publikumsforschung	50
Ausblick 2021	53
Museumspädagogische Gesellschaft e.V.	56
Team	58
Abkürzungsverzeichnis	60
Impressum	63

## Vorwort

Für unsere gesamte Gesellschaft war 2020 ein Jahr der Herausforderungen. Die Einschränkungen der Coronapandemie führten 2020 gleich zweimal zu einer Schließung der Museen und damit zu einer Unterbrechung unserer Vermittlungsarbeit. Daher besitzen die statistischen Daten geringe Aussagekraft, auch wenn der Bericht mit einer Betrachtung der Kennzahlen beginnt. Eines wird im gesamten Bericht deutlich: Erfolg bedeutet mehr als hohe Besuchszahlen. Auch die Teilnahme an Tagungen, Erwähnungen in der Presse, Vernetzungsgrad, Sichtbarkeit und die Höhe der Drittmittel sind messbare Teile des Erfolgs. Wir haben 2020 Vorbereitungen getroffen, um unsere Arbeit im digitalen Raum deutlich zu intensivieren. Aber die Veränderungen gingen noch weiter.

Wir haben die Zäsur, die Corona ausgelöst hat, zu einer Neuausrichtung genutzt. Sie geht einher mit der Verwaltungsreform der Stadt Köln, bei der wir mit dem Projekt »Museen, Menschen, Medien« seit 2019 beteiligt sind. In diesem Jahresbericht stellen wir daher die Veränderungen in den Mittelpunkt.

Die Change Prozesse, die wir selbst durchlaufen und die wir angestoßen haben, mündeten in einer stärkeren Implementierung von Audience Development, einer neuen Definition unserer Handlungsrahmens und unseres Bildungskonzepts, und schließlich zu einer Neubewertung unseres Leistungsportfolios.

Diese Veränderungen haben wir durch einen Ausbau interner Kommunikationsmaßnahmen, mit der sukzessiven Einführung eines standardisierten Projektmanagements und einer Revision von Arbeitsweisen flankiert. Es ist uns gelungen, das gesamte Team dabei nicht nur mitzunehmen, sondern einzubinden. Trotz aller Schwierigkeiten konnten wir daher die Krise als Chance nutzen.

Die Verwaltungsreform der Stadt Köln – *#wirfürdiestadt* – hat uns dabei geholfen und den Handlungsrahmen definiert. Als Museumsdienst haben wir die Möglichkeiten, die sich bieten, analysiert und für den Museumstandort genutzt. Die Prozesse, die sich daraus ergeben, bilden den Kern des diesjährigen Berichts.





»Im Kern geht es immer um das Publikum«.

## Profil

Als verlässlicher Partner begleitet der Museumsdienst Köln die Besucher\*innen der Kölner Museen seit über 50 Jahren. Das engagierte Team verantwortet das Bildungsangebot in den neun Museen der Stadt Köln und kümmert sich um das Marketing des Museumsstandortes. Seit der Gründung 1966 zählt der Museumsdienst zu den wichtigsten Bildungsinstitutionen in der Kulturstadt Köln und ist die drittgrößte museumspädagogische Einrichtung in der Bundesrepublik.

Zum Portfolio des Museumsdienstes gehören zielgruppenspezifische Programme für das Publikum der Museen und ihrer Ausstellungen, digitale Angebote sowie Projekte außerhalb der Museen im Stadtraum. Die Vermittlungsarbeit basiert auf den Beständen der städtischen Museen. Sie bieten Schätze von der Vorgeschichte bis in die Gegenwart, von lokalen Objekten über international renommierte Kunst- und Designikonen bis zu außereuropäischen Sammlungen.

Die zweite Aufgabe des Museumsdienstes ist es, eine derart reiche städtische Museumslandschaft nach außen zu tragen und zu vermarkten. Der Museumsdienst Köln verantwortet übergreifend Marketing sowie Medien- und Öffentlichkeitsarbeit für den Museumsstandort. Dazu dient die Dachmarke »museenkoeln«, mit der Printmedien und digitale Produkte verbunden sind. Für Nachhaltigkeit sorgen kontinuierliche Publikumsbefragungen, die der Museumsdienst ebenfalls koordiniert.

Beide Aufgaben sind die zwei Seiten der gleichen Medaille, denn im Kern geht es immer um das Publikum. Das Team des Museumsdienstes richtet seine Programme an dessen Interessen aus, an gesellschaftlich relevanten Themen und an aktuellen Trends – bei Angeboten für Familien mit Kleinkindern, Kindergarten- und Schulgruppen ebenso wie für erwachsene Gäste, touristische Gruppen oder Hochaltrige und Mitmenschen mit Behinderung. So spiegeln sich in den Formaten des Museumsdienstes Vielfalt und Interessen einer urbanen Stadtgesellschaft und die Zusammensetzung des internationalen Publikums in Köln.

Schließlich sind wir als Museumsdienst Teil eines Netzwerks zur Kulturellen Bildung in Köln (KuBiK), arbeiten konstruktiv im Lenkungsreis zur Steuerung von Gesamtprozessen und zur Vergabe von Fördermitteln und unterstützen produktiv die Koordinierungsstelle für Kulturelle Bildung im Amt für Schulentwicklung der Stadt Köln.

## Kennzahlen

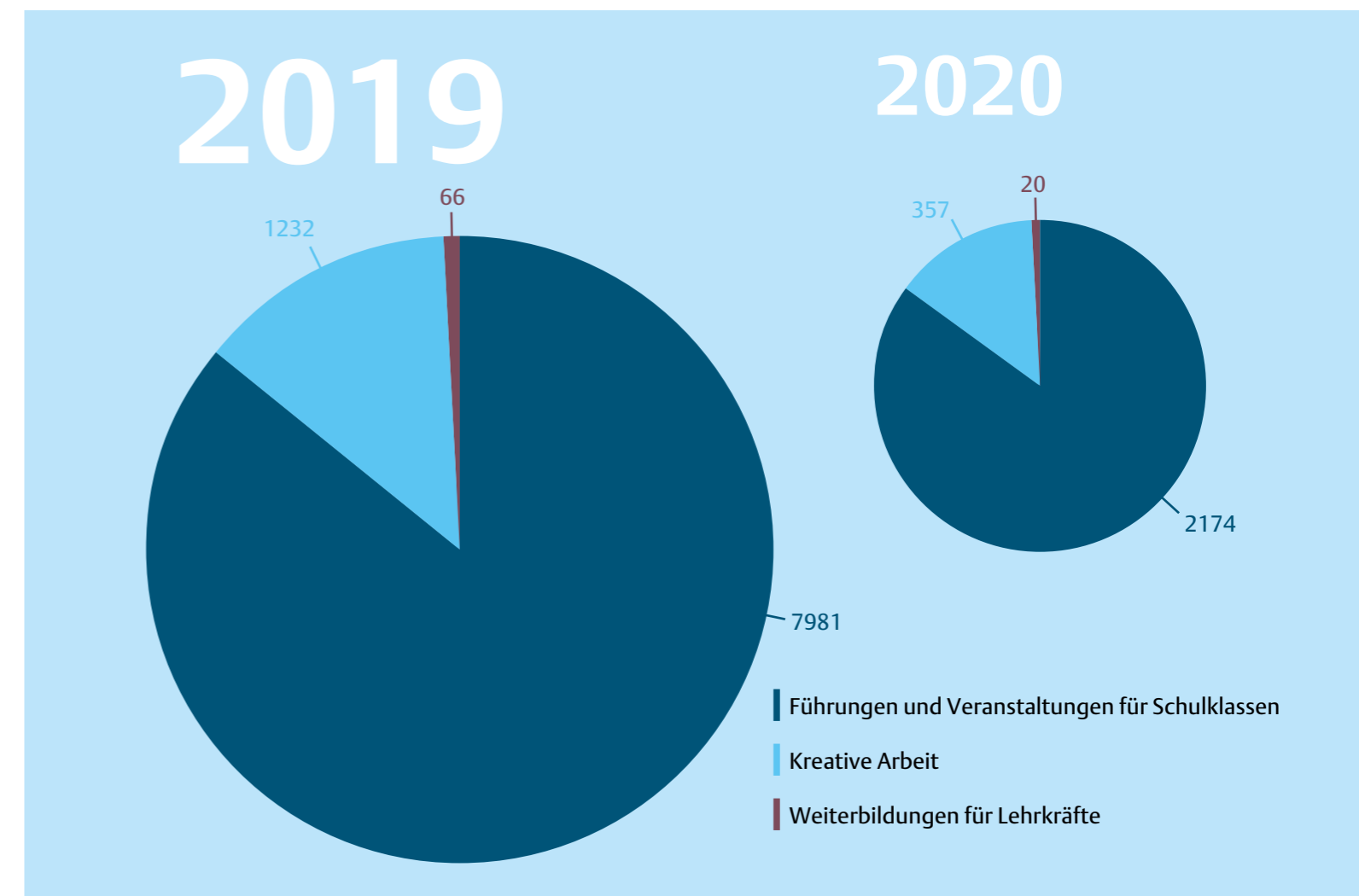
Das Jahr 2020 bedeutet in mehrfacher Hinsicht eine Zäsur. Aufgrund der Coronapandemie waren die Museen zweimal für einen langen Zeitraum geschlossen. Im Grunde war ein Normalbetrieb nur elf Wochen lang möglich, von Jahresbeginn bis zum 13. März. Im Sommer und Herbst konnten die Museen aufgrund der fallenden Infektionszahlen wieder öffnen – dies war jedoch mit starken Einschränkungen wie Test- und Anmeldepflicht, begrenzter Personenzahl und dem Verbot von Veranstaltungen verbunden.

»Das Jahr 2020 bedeutet in mehrfacher Hinsicht eine Zäsur.«

### Gesamtbesuche

Vor diesem Hintergrund ist die Veranstaltungsstatistik durchaus positiv zu werten. Mit 35.934 Gästen liegen wir zwar deutlich unter dem Niveau der Vorjahre (2019: 141.178; 2018: 135.697), doch die Zahl der trotz aller Widrigkeiten und unter strenger Beachtung der Corona-Regelungen organisierten Veranstaltungen und ihre Wahrnehmung waren beeindruckend hoch. Darin zeigt sich das ungebrochene Interesse des Publikums an kulturellen Inhalten – auch in schwieriger Zeit.

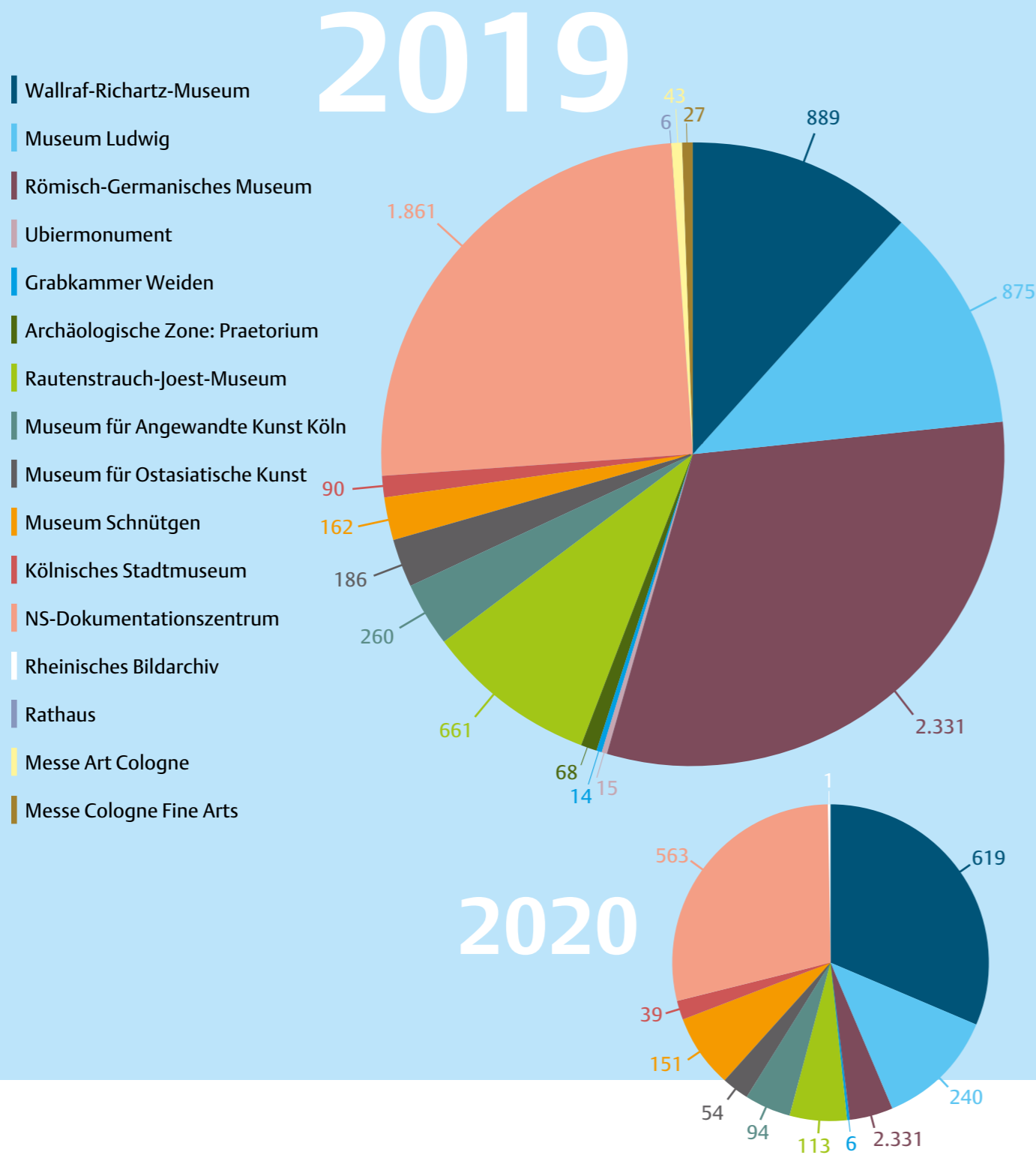
### Aufteilung nach Veranstaltungsformaten





Auch wenn die absoluten Zahlen coronabedingt weit unter denen der Vorjahre liegen, so zeigt sich bei der Verteilung doch eine deutliche Verschiebung. Wegen der gut besuchten Sonderausstellung »Rembrandt« war das WRM stark nachgefragt und konnte im Bildungsbereich an den sonstigen Spitzenreitern ML und NS DOK vorbei ziehen. Für das RGM und die archäologischen Bodendenkmäler hatte das Coronajahr hingegen sehr negative Auswirkungen.

**Aufteilung nach Museen**



**Weitere Kennzahlen**

Unberücksichtigt bleiben für 2020 die statistischen Daten für Online-Auftritte und Digitalformate, denn hier fehlt die Vergleichbarkeit zu den Vorjahren. Blickt man hingegen auf die bereits vor einigen Jahren eingeführten Messparameter, zeigt sich ein deutlicher Trend nach oben. Kenngrößen zu Fortbildungen, Präsenz auf Tagungen, nationaler und internationaler Vernetzung, Nachwuchsförderung, innovativen Projekten und neuen Arbeitsgebieten lassen sich deutlich werden. 2020 stand weitgehend im Zeichen des Qualitätsmanagements und der Verbesserung der eigenen Arbeit.

Die folgenden Ausführungen stellen die Arbeitsprinzipien des Museumsdienstes voran und markieren damit den Rahmen, in dem wir uns mit unserer Arbeit bewegen. Danach folgt die Darstellung einzelner Schwerpunktthemen. Die Printversion des Berichts verzichtet auf einen ausführlichen Anhang; er ist aber in die Onlineversion des Berichts, die auf der Website des Museumsdienstes zu finden ist, integriert.



## Grundlagen I: Orte der Vermittlung

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

Unsere Arbeit für die drei Museen zielt auf Erkenntnisgewinn zu Prozessen der Vergangenheit und Handlungsperspektiven für Gegenwart und Zukunft. Dies prägt die Auseinandersetzung mit den Originalen. Wir verorten sie in politischen, sozialen, kulturellen, ökonomischen und ökologischen Prozessen und vermitteln dabei auch historische Kulturtechniken.

Die Gegenüberstellung von historischen Zusammenhängen und Entwicklungen der Gegenwart vertieft das Verständnis für Geschichte. Große Bedeutung kommt dabei der Aufarbeitung der NS-Zeit zu, die im NS DOK – dank der Verbindung von Gedenkstätte und Museum – als Beispiel von Stadtgeschichte erscheint. Dort orientieren wir uns an den Prämissen politischer Bildung.

### 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 und angewandten Kunst.

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 vermitteln wir schöpferische Prozesse in ihrer zeitlichen Einbindung.

Es geht uns aber auch darum den ästhetischen Eigenwert von Kunst und Kultur 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. Dank unserer Arbeit für die artothek können wir hier auch die Brücke zur Outreach-Arbeit vor Ort schlagen.

### Außereuropäische Sammlungen (MOK, RJM)

Köln besitzt zwei Museen mit außereuropäischen Sammlungen, die jeweils eine eigenständige Herangehensweise in der Vermittlungsarbeit erfordern. Im MOK setzen wir auf Angebote, die dem Wissenserwerb zu ostasiatischen Gesellschaften, ihrer Kulturgeschichte und ihrer ästhetischen Wertesysteme dienen. Daneben spielen kreative Angebote eine sehr wichtige Rolle.

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 und deren Bedeutung innerhalb der Herkunftsgesellschaften wie auch bei uns.

»Praxisangebote für alle Alters- und Zielgruppen sind elementarer Bestandteil der Kunstvermittlung.«

### Kreative Räume im Museum und vor Ort

Kreative Vermittlungsangebote brauchen Werk- und Laborräume, andere Formate erfordern Seminar- und Präsentationsräume. Daher unterhalten wir in den Museen neun Kursräume und können in drei Museen Ausstellungsflächen für Präsentationen nutzen. Mitunter schaffen die Museen weitere Aktionsflächen, auf denen das Publikum selbst kreativ werden kann.

Seit zwei Jahren arbeiten wir dauerhaft auch im öffentlichen Raum (»outdoor«) und vor Ort in Stadtvierteln und Wohnquartieren (»outreach«). 2019 startete das Outreachprojekt »museenkoeln IN DER BOX« für diverse Zielgruppen außerhalb der Museen. 2020 konnten wir es verstetigen. Außerdem konnten wir weitere Angebote in OGS-Einrichtungen und Bürgerzentren durchführen und Angebote für Schulen auflegen.

### Digitale Räume

Ein Museumsbesuch ist schon heute nicht mehr an Gebäude oder Öffnungszeiten gebunden. Auf vielfache Weise lassen sich Museen virtuell besuchen, digitale Angebote ermöglichen fast zu jeder Zeit ein Kulterlebnis, Streamingangebote treten an die Stelle von analogen Veranstaltungsformaten. Diese Entwicklung wurde durch die pandemiebedingten Schließungen beschleunigt.

Die daraus entstehende hybride Form der Institution bezeichnet die Museumswissenschaft als »Erweitertes Museum«. In Köln konnten wir 2020 wichtige Schritte hin zu einer erweiterten Museumsnutzung unternehmen. Virtuelle Rundgänge, digitale Produktionen, didaktisches Material für Schulklassen sind Bausteine, die zukünftig »museenkoeln online« bilden.

### Das erweiterte Museum





## Grundlagen II: Audience Development

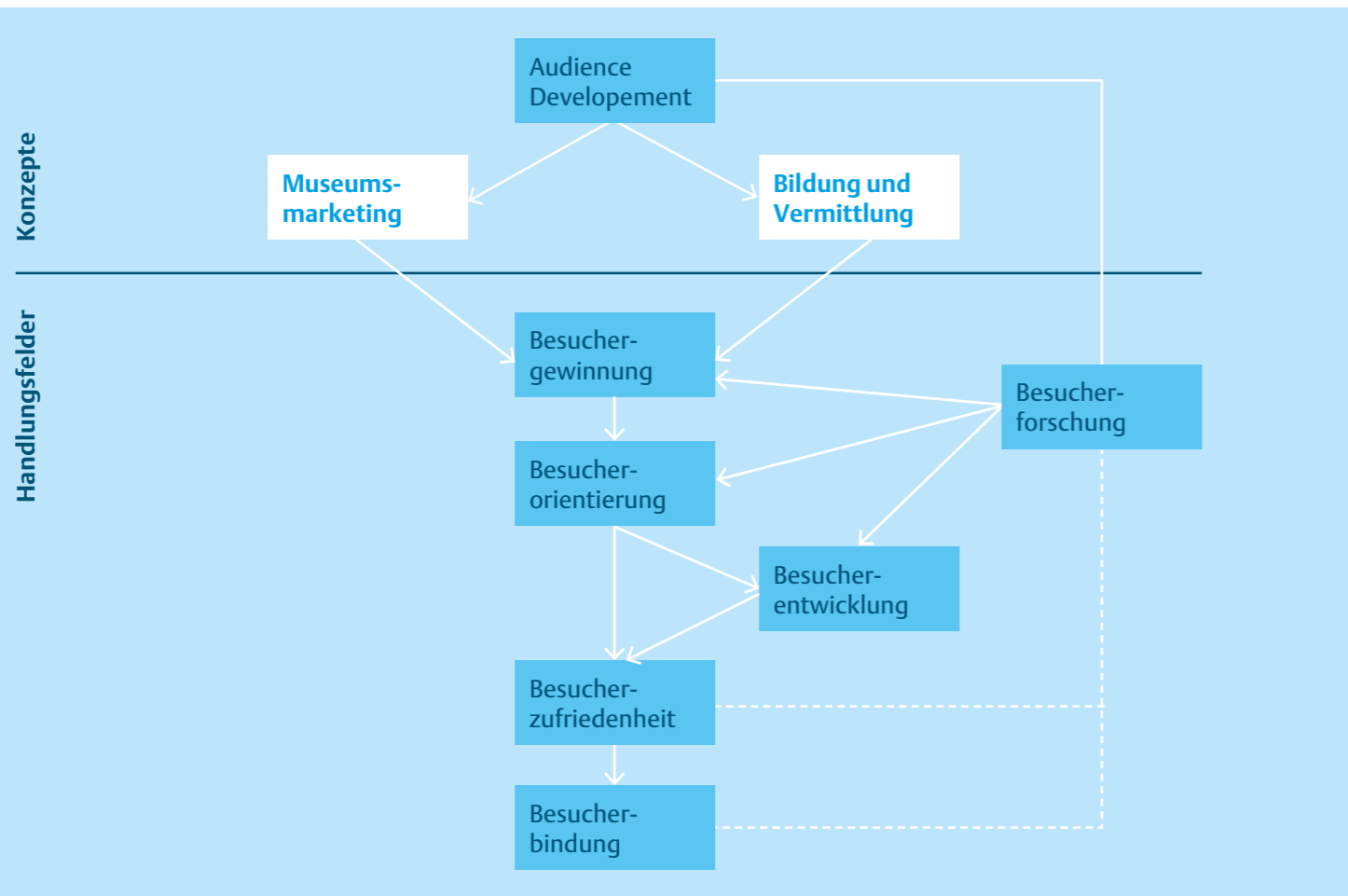
»Wir müssen das Publikum kennen.«

Die kulturelle Überlieferung aus 2000 Jahren Geschichte und eine breite Vielfalt der Künste sorgen in Köln für eine hohe Dichte von Museen und ihre enge Verzahnung mit der Bürgerschaft. Ein gutes Angebot garantiert aber noch keine hohe Nachfrage. Oft entscheiden persönliche Vorlieben, die Bekanntheit eines Museums oder der Einfluss von Bekannten über Besuch und Nicht-Besuch.

Daher versuchen wir durch unsere Arbeit die Museen mit der Lebenswirklichkeit zu verbinden. Das setzt voraus, dass wir wissen, welche Angebote, Themen und Orientierungshilfen die Menschen benötigen und wollen, um sich aktiv mit Kunst und Kultur aus Vergangenheit und Gegenwart auseinanderzusetzen und sich darüber auszutauschen.

Wissen und Verständnis, Fähigkeiten, Werte und Normen, Vergnügen, Inspiration und Kreativität, Aktion, Verhalten und Weiterentwicklung – all das kann einen Museumsbesuch zum Erlebnis machen. Wenn wir als Museumsdienst also erfolgreich sein möchten, so brauchen wir nicht nur vielfältige Vermittlungsmethoden und Kommunikationswege, sondern müssen das Publikum kennen.

Wir verfolgen deshalb im Zuge unseres Vorhabens »Museen, Menschen, Medien« das Prinzip des Audience Development. Konkret bedeutet das im ersten Schritt eine enge Verbindung der Bereiche Bildung und Vermittlung mit Marketing und Kommunikation. Im zweiten Schritt wenden wir Methoden der Besucherforschung an, um das Publikum zu kennen und zu binden.



## Grundlagen III: Lernziele und Lernerfolge (Generic Learning Outcomes)

»Das Publikum in den Fokus nehmen.«

Um unsere Vermittlungsarbeit zukünftig besser bewerten und an den Interessen des Publikums ausrichten zu können, haben wir beschlossen die sogenannten »Generic Learning Outcomes« zu nutzen. Dieses an der britischen Universität Leicester entwickelte Modell wird vereinzelt auch in der deutschsprachigen Museumswelt verwendet, wenn es um die Evaluierung von Vermittlung geht.

So schwierig die Übersetzung der drei Begriffe Generic, Learning und Outcome ist, so leicht verständlich ist das Prinzip. Es geht um fünf konkrete Dimensionen, die nicht Format oder Inhalt, sondern Ergebnis und Lernziel von Vermittlungsprogrammen in den Mittelpunkt stellen. Und das Publikum in den Fokus nehmen.



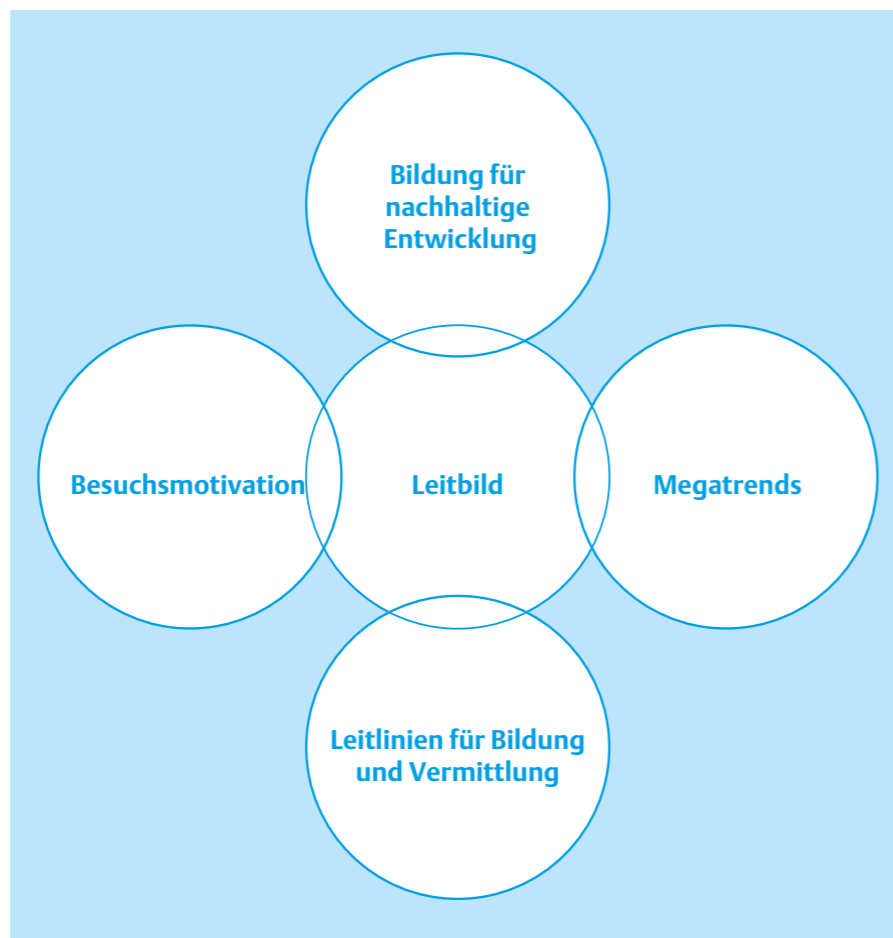
Das System ist bewusst offen angelegt, so dass wir es mit Augenmaß und für unseren Bedarf gut nutzen können. Es wird integraler Bestandteil des eben beschriebenen Audience Development und verbindet sich durch die Besucherforschung, die 2020 startete, mit dem Handlungsrahmen, in dem wir uns als Museumdienst bewegen.

»Wir machen  
Programm.«

## Handlungsrahmen

Unser Handeln orientiert sich an den Erwartungen der Besucher\*innen und an den gesellschaftlichen Gesamtentwicklungen, wie sie in Megatrends fassbar werden. Die Nachhaltigkeitsziele der UN-Agenda 2030 (BNE) begleiten die Konzeption der Bildungsarbeit auf der Metaebene, unsere eigenen Leitlinien sind der Maßstab für die Durchführung.

Diese vier Rahmenbedingungen bestimmen unser Leitbild und geben die Richtung für unser Motto: Wir machen Programm. Darin treffen sich die Maßnahmen aus Bildung und Vermittlung mit jenen aus Marketing und Kommunikation im Sinne des Audience Development. Die Ergebnisse unterziehen wir seit 2020 einer regelmäßigen Evaluation.







## 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 allen Bezügen zu einer ständig sich wandelnden Gesellschaft teilhaben lassen. Unser Tun zielt auf Stärkung der Persönlichkeit mit ihren Anlagen, Interessen 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 inklusiv.

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.

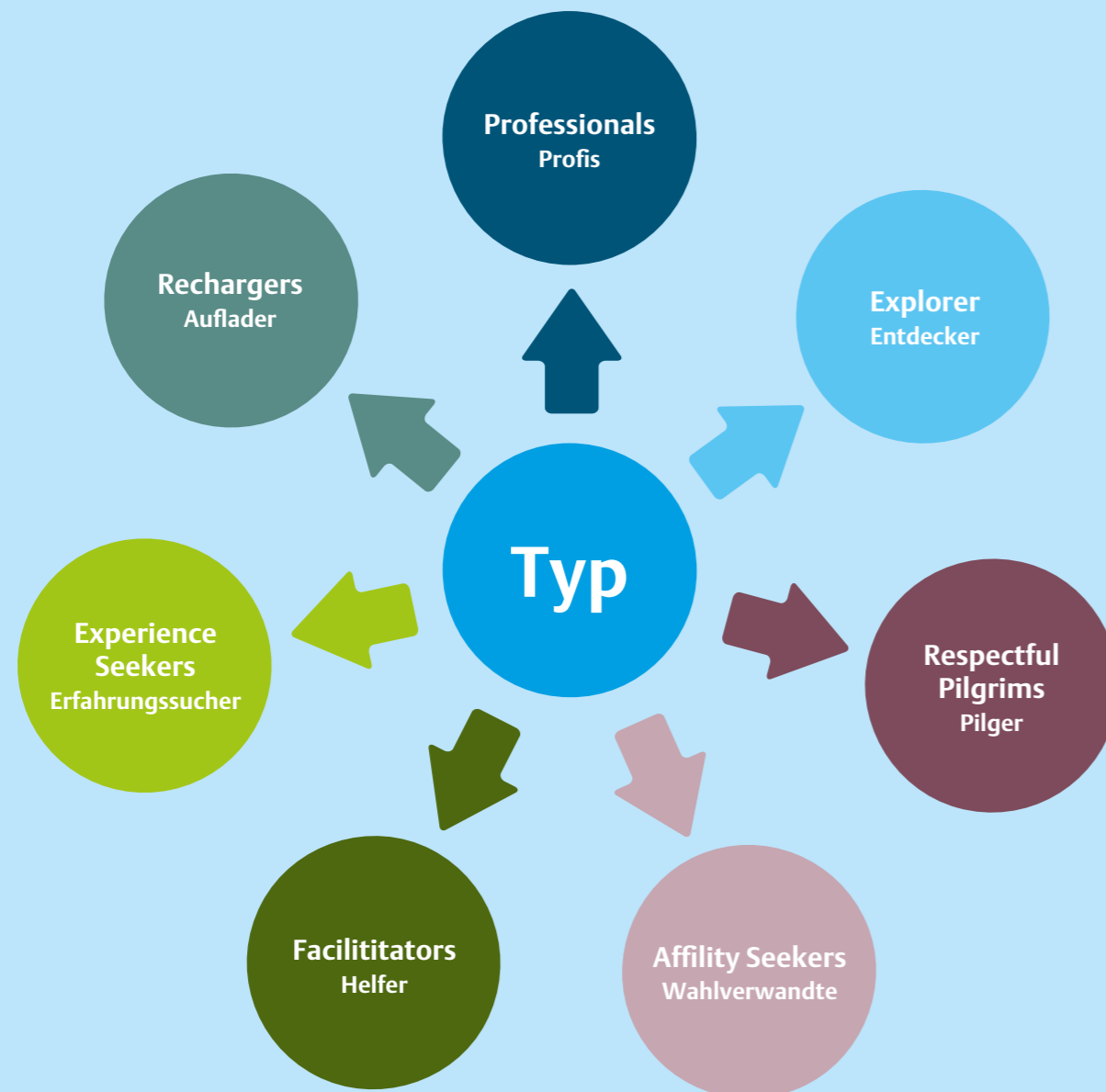
»Freude an der Kultur.«

»Menschen besuchen Museen aus vielerlei Motiven.«

## Besuchsmotivation

Menschen besuchen Museen aus vielerlei Motiven und mit unterschiedlicher Motivation. Viele kommen in ihrer Freizeit, aus generellem Interesse an Kunst, Kultur und Geschichte, aus beruflichen Gründen oder schlicht aus Neugier. Kinder, Jugendliche und Studierende, die die Museen in Ergänzung zu Unterricht oder Lehre besuchen, erleben die Einrichtungen verstärkt als Lernorte.

Uns ist es wichtig, die Museen der Stadt Köln nicht ausschließlich als Bildungsort zu vermitteln, sondern auch als kulturelle Erlebnisorte. Daher nehmen wir die unterschiedlichen Typen von Besucher\*innen in den Blick und orientieren uns dabei an der eingängigen Unterscheidung des US-Forschers John H. Falk.



Entdecker\*innen sind neugierige Menschen, die positiv gestimmt ins Museum gehen, Pilger\*innen begegnen dem Museumraum sogar fast mit Ehrfurcht und den Objekten mit Respekt. Profis gehen aus beruflichen Gründen ins Museum. Wahlverwandte finden in der Museumswelt ihren eigenen Lebensentwurf bestätigt.

Erholungssuchende hingegen nutzen das Museum als Ort der Entspannung, denn ihnen sind Wohlbefinden und Achtsamkeit wichtig. Helfer\*innen sind das genaue Gegenteil, sie gehen nicht für sich, sondern mit anderen, um gemeinsam eine schöne Zeit zu erleben. Erlebnissucher\*innen wiederum sammeln Museen, ikonische Werke und Eindrücke. Es ist ihnen wichtig, dagewesen zu sein.

## Megatrends

Megatrends sind Veränderungen, die eine Gesellschaft gegenwärtig und in Zukunft prägen. Es sind keine kurzzeitigen Modewellen, sondern weltweite Konstanten, die den Wandel über Jahrzehnte hinweg bestimmen. Das geschieht langsam, aber grundlegend. Megatrends bewirken in jedem Menschen Veränderungen und betreffen alle Ebenen der Gesellschaft, auch Kultur und Bildung.

Die zwölf weltweit auszumachenden Megatrends, die jeweils aus vielen Subtrends bestehen – von Achtsamkeit bis Smart City – bestimmen natürlich auch die Interessen und Biografien von Menschen, die unsere Museen besuchen. Unsere Bildungsinhalte können wir mit vielen Trends und Megatrends in Einklang zu bringen, woran sich die Aktualität von Museen ablesen lässt.

- **Globalisierung:** Die Kategorien Erste, Zweite und Dritte Welt sind Vergangenheit und einstige Schwellenländer inzwischen Wirtschaftsgiganten.
- **Gender Shift:** Die Auflösung der Geschlechterrollen löst massive Umbrüche aus.
- **Konnektivität:** Die Menschheit organisiert sich in Netzwerken. Nicht nur Menschen, auch Maschinen kommunizieren miteinander.
- **Urbanisierung:** Zum ersten Mal leben mehr Menschen in der Stadt als auf dem Land.
- **Silver Society:** Die Lebenserwartung steigt weltweit. Wir werden älter, anders älter und später alt.
- **Neo-Ökologie:** Ökologie wird vom Nischenthema zum Mainstream. Bio wird der neue Standard.
- **Gesundheit:** Gesundheit ist nicht mehr das Gegenteil von Krankheit, sondern ein Bewusstsein für die Balance der eigenen Energie.
- **Wissenskultur:** Bildung verändert sich im Zeitalter der Wissensexplosion nachhaltig.
- **Mobilität:** Von unserer privaten Mobilität hängt ab, ob Job und Lebensqualität gut oder schlecht sind.
- **Sicherheit:** Das Sicherheitsgefühl schwindet, das Sicherheitsbedürfnis wächst.
- **New Work:** Unsere Gesellschaft befindet sich im Wandel von der Industrie zur Wissensgesellschaft.
- **Individualisierung:** Neue Biografien kennen nicht nur eine Richtung, sondern verlaufen entlang von Brüchen und Umwegen.



Daher nutzen wir diese Entwicklungen und Strömungen, um die Themen der Museen mit den Lebenswelten der Menschen zu verbinden und berücksichtigen die Aspekte in der Konzeption unserer Angebote.



## Nachhaltigkeitsziele

Kulturelle Bildung ist ein wesentlicher Bestandteil für die Entwicklung einer demokratischen Gesellschaft. Daher spielt BNE für uns eine zentrale Rolle, also Bildung für nachhaltige Entwicklung. Entwicklung ist dann nachhaltig, wenn Menschen weltweit, gegenwärtig und in Zukunft, würdig leben und ihre Bedürfnisse und Talente unter Berücksichtigung planetarer Grenzen entfalten können.

Das erfordert starke Institutionen, partizipative Entscheidungen und Konfliktlösungen, Wissen, Technologien sowie neue Verhaltensmuster. Mit der Vision, eine friedliche und nachhaltige Gesellschaft zu gestalten, haben die Vereinten Nationen im Herbst 2015 die globale Nachhaltigkeitsagenda verabschiedet.

17 Ziele bilden den Kern der »Agenda 2030«. Sie fassen zusammen, in welchen Bereichen nachhaltige Entwicklung gestärkt und verankert werden muss. Acht dieser Ziele sind für unsere Arbeit von so hoher Relevanz, dass wir sie in unsere Programme und Projekte integrieren, um die kulturelle Bildungsarbeit unter Nachhaltigkeitsaspekten zu gestalten.

*»Acht Ziele der Agenda 2030 sind für unsere Arbeit von so hoher Relevanz, dass wir sie in unsere Programme und Projekte integrieren, um die kulturelle Bildungsarbeit unter Nachhaltigkeitsaspekten zu gestalten.«*



- keine Armut
- hochwertige Bildung
- Geschlechtergerechtigkeit
- weniger Ungleichheiten
- nachhaltige Städte und Gemeinden
- verantwortungsvoller Konsum und Produktion
- Maßnahmen zum Klimaschutz
- Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen



»Wir verstehen uns als lernende Organisation.«

## Leitlinien

Wie fließt dies alles konkret in unsere Arbeit ein? Wir haben die Rahmenseetzungen, die aus den Besucherwünschen, den Megatrends und den Nachhaltigkeitszielen erwachsen, mit unserem Bildungskonzept verbunden, das wir 2016 erstellt haben und seither fortschreiben. An dieser Gesamtheit richten wir unsere Programme, Projekte und Veranstaltungen aus.

Die Kölner Museumspädagogik fördert den aktiven Umgang mit Wissen und Werten, vermittelt Selbstkompetenz, ermöglicht Teilhabe, spiegelt die gesellschaftliche Vielfalt, ist für alle Altersstufen wirksam und bezieht eine Vielzahl von Kooperationspartnern ein. Unsere neun Leitlinien sorgen innerhalb der Angebotsvielfalt für Ordnung, stärken unser Profil und sorgen für Nachhaltigkeit.



Die Einschränkungen durch die Coronapandemie, die 2020 zweimal zu einer Schließung der Museen und einer Unterbrechung unserer personalen Vermittlungsarbeit führten, bedeuten gewissermaßen einen Neustart für die Kölner Museumspädagogik. Daher nutzen wir das Gesamtsystem unseres Handlungsrahmens nun zu einer Neuausrichtung des Angebots-Portfolios.

Zugleich bündeln wir diese ganzen Handlungsbereiche und machen sie dank der Verwaltungsreform zum Teil eines größeren Ganzen. In dem Gesamtvorhaben *#wirfürdiestadt* spielt die Arbeit des Museumsdienstes als Leitprojekt eine wichtige Rolle. Wir sind als Pilotamt Teil des Prozesses und verstehen uns dabei als lernende Organisation.







## Museen, Menschen, Medien

Mit dem Projekt »Museen, Menschen, Medien« und seinen Einzelprojekten hat die Stadt Köln 2019 den Startschuss gegeben, um den Museumsstandort Köln mit allen Häusern und Einrichtungen ganzheitlich nach vorn zu bringen, zukunftsfähig weiterzuentwickeln und zugleich bürgernah in der Stadtgesellschaft zu verankern.

Das Vorhaben ist Teil der Verwaltungsreform #wirfürdiestadt und wurde 2020 als Programm definiert. Mit der Reform wird sich die Stadtverwaltung zu einer der modernsten Verwaltung der Bundesrepublik weiterentwickeln. Ziel ist es die Stadt Köln zu einer professionellen Dienstleisterin, attraktiven Arbeitgeberin und geschätzten Partnerin für Politik und Stadtgesellschaft zu machen.

Der Museumsdienst Köln ist hierbei ein Pilotamt und wird zusammen mit den Museen bis Ende 2021 ein programmatisches Konzept vorlegen, um Köln als professionellen und international wettbewerbsfähigen Museumsstandort zu positionieren. Die Vorprojektphase lief Anfang 2020 aus und ging nahtlos in die anschließenden Umsetzungs- und Fortführungsprojekte über.

Als Museumsdienst haben wir 2020 »Museen, Menschen, Medien – neue Strategien für den Museumsstandort« auf Basis der bisher gewonnenen Erkenntnisse zum Programm mit fünf Einzelprojekten ausgebaut und dazu die bestehende Struktur angepasst und ergänzt. Das geschah unter Beteiligung der Museen und in Fortschreibung der Kölner Kulturentwicklungsplanung.

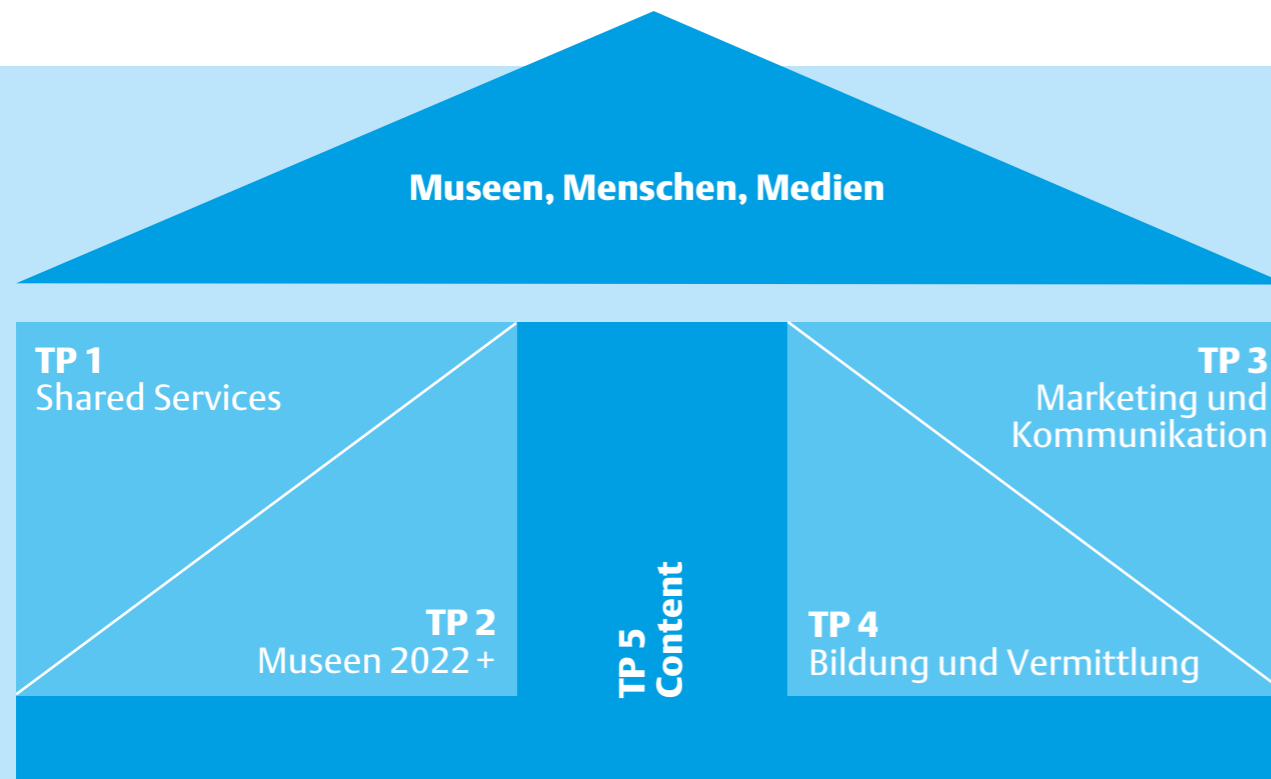
*#wirfürdiestadt*



### In fünf Themenfeldern verfolgen wir die folgenden Ziele

- Shared Services: effiziente und effektive Dienstleistungen
- Museen 2022+: gemeinsame digitale Standortstrategie für die Museen
- Dachmarke museenkoeln: Marketing für den Museumsstandort
- Bildung und Unterhaltung: ganzheitliches Vermittlungskonzept (personal, medial, divers, inklusiv)
- Content: Themenredaktion und Prozesse der Contenterstellung

Die Museen und die museumsnahen Einrichtungen streben die Umsetzung des Programms »Museen, Menschen, Medien« bis 2025 an. Hierfür sind eine bedarfsgerechte Ressourcenausstattung und Planungssicherheit unabdingbar.



### Teilprojekt 1: Shared Services

Die personelle Ausstattung der einzelnen Museumsverwaltungen ist unzureichend, so dass einzelne Verwaltungsabläufe verbessert werden müssen, vor allem jene, die der Einhaltung gesetzlicher Bestimmungen dienen. Zudem ist die IT-Infrastruktur der Museen nicht zukunftsfähig. Beides soll durch die Bündelung von Aufgaben als Shared Services verbessert werden.

Ziel dabei ist es, Dienstleistungen für alle Kölner Museen und die museumsverwandten Institutionen zu bündeln. Diese Bündelung soll im Laufe des Jahres 2021 in einem Shared Service Center zusammen laufen. Dank des SSC können operative Standards geschaffen, Prozesse optimiert sowie Verwaltungsabläufe verschlankt bzw. effizienter gestaltet werden.

2020 konnten wir drei Servicethemen bearbeiten, die seit langem Optimierungsbedarf haben: 1. IT-Infrastruktur inkl. Kassenlandschaft und Schaffung moderner WLAN-Infrastruktur; 2. Bündelung von Verwaltungsaufgaben und Beratung zu den Themen Beschaffung / Vergabe; 3. Aufgaben des Datenschutzes.

*»Dank des SSC können operative Standards geschaffen, Prozesse optimiert sowie Verwaltungsabläufe verschlankt bzw. effizienter gestaltet werden.«*

<b>Handlungsfelder</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Bündelung von Verwaltungsprozessen für Museen</li> <li>→ Schaffung operativer Standards</li> <li>→ Prozessoptimierung</li> </ul>
<b>Stufe 1: Umsetzung in 2020</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Start: Vergabe / Beschaffung</li> <li>→ Start: Erneuerung IT-Netz der Museen inkl. WLAN</li> <li>→ Start: Optimierung der Kassensysteme und e-Komponenten</li> <li>→ Start: Datenschutz</li> </ul>
<b>Stufe 2: in Vorbereitung ab 2021</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Compliance Management</li> <li>→ Vermietungen / Konzessionen</li> <li>→ Inventarisierung</li> <li>→ Schnittstellen zu anderen Bereichen der Stadtverwaltung</li> </ul>
<b>Beispiele für Services ab 2021</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Datenschutz bei Videoüberwachung</li> <li>→ Unterstützung bei Vergaben für KSM</li> <li>→ Einführung von neuen Kassensystemen, Online-Shops und E-Payment</li> <li>→ Rahmenverträge für Drucksachen</li> </ul>



»Dem digitalen Wandel im Museumsbetrieb Rechnung tragen.«

## Teilprojekt 2: Digitale Standortstrategie Museen 2022 +

Die Mitglieder des Kölner Museumsverbands stehen vor der Aufgabe, sich den strukturellen und technischen Möglichkeiten, die der digitale Wandel bietet, anzupassen und sie zu nutzen. Im Ergebnis wird der Museumsverbund über eine digitale Infrastruktur und Arbeitsprozesse verfügen, die dem digitalen Wandel im Museumsbetrieb Rechnung tragen.

Neben der fortlaufenden Erschließung der Sammlungen jedes einzelnen Museums geht es um die Vernetzung von Inhalten unterschiedlicher Herkunft mit dem Ziel, nachhaltige und zukunftsfähige Wege der Bestandserfassung, Erforschung, Darstellung und Vermittlung musealer Inhalte zu testen und in den Markt einzuführen.

2020 konnten wir im Verbund eine Digitalstrategie für den Standort erarbeiten, die von 2021 an implementiert wird. Weiterhin wurde der Relaunch des Museumsportal [www.museen.koeln](http://www.museen.koeln) und der daran geknüpften Webseiten der Museen vorbereitet, der zum Jahreswechsel 2021 / 22 ansteht. Schließlich haben wir den Standort mit Forschungsverbänden und Think Tanks vernetzt, die das Museum der Zukunft in den Blick nehmen.

Die »Digitalstrategie Museen 2022 +« wurde zum Jahreswechsel abgestimmt und der Direktionskonferenz der Museen präsentiert. Ihr an die Seite gestellt werden die Aufgabenbereiche Content und IT-Architektur.

Handlungsfelder	
<b>1 Warum?</b> Publikum im Wandel	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Besucherforschung ist gestartet</li> <li>→ begleitendes Feedbackmanagement ist implementiert</li> <li>→ Pilotanwendungen laufen für Zielgruppen Schule, OGS, Outreach</li> </ul>
<b>2 Wo?</b> Das erweiterte Museum	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ digitaler Raum = Erweiterung des Museums, nicht Ersatz</li> <li>→ digitale Anwendungen = Ergänzung des Angebots, nicht Ersatz</li> <li>→ in Form von z. B. 3D-Rundgängen, Aktionstagen, Tagungen, Tutorials, Online Collections</li> </ul>
<b>3 Wie?</b> New Work	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Digitalisierung aller Arbeitsprozesse</li> <li>→ Koppelung der eigenen Arbeit an Veränderungsprozessen auf kommunaler Ebene und im Kontext der Museumswelt</li> </ul>
<b>4 Wer?</b> Digitale Kompetenz	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ AGs unter Beteiligung der Museen zu allen Handlungsfeldern sind eingerichtet</li> <li>→ Bündelung in SSC (IT- und Kassenwesen, Retro-Erfassung)</li> <li>→ parallel: Kompetenzaufbau in den Museen</li> </ul>
<b>5 Womit?</b> Infrastruktur und Ausstattung	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Aufbau IT-Architektur (Serverlandschaft und Schnittstellen)</li> <li>→ Verbindung von Strukturkomponenten (Datenbanken, Online Shops, Buchungssysteme, Kunden- / Adressmanagement, CMS)</li> <li>→ Digitalisierung von Besuchen, Marketing, Vermittlung etc.</li> </ul>

## Teilprojekt 3: Marketing und Kommunikation

Köln hatte lange kein koordiniertes Marketing für den Museumsstandort. Dies hat sich im Rahmen der Verwaltungsreform geändert. Unser Ziel ist es, verstärkt übergreifende Marketing- und Kommunikationsleistungen zu erbringen, den Museumsstandort Köln zu positionieren, den Museumsverbund zu stärken und die Bildungsangebote intensiver und effizienter zu kommunizieren.

Daher entwickeln wir unter dem Label »museenkoeln« eine Vermarktungsstrategie, die sich aus den Bausteinen Dachmarkenkommunikation, contentbasierte Gesamtmarketingstrategie, nutzerzentrierte Vertriebsstrategie (Produkt- und Medienangebote) und Besucherforschung zusammensetzt.

Seit 2019 wird der Standort konsequent unter dem Dach »museenkoeln« als B2C-Marke kommuniziert und das Corporate Design hierfür weiterentwickelt. Wir wenden es für Publikationen und im Web an. Die Eigenmarke »Museumsdienst Köln – Wir machen Programm« dient für B2B-Kommunikation mit Stakeholdern und Multiplikatoren.

Im Ergebnis wird der Museumsstandort Köln über eine etablierte Vertriebsstruktur verfügen, mittels derer die Vielfalt an musealen Vermittlungs- und Medienformaten in bestehenden Publikumsgruppen zielgerichtet ausgebaut und systematisch auf neue Zielgruppen ausgeweitet werden kann.

2020 konnten wir das neue Corporate Design für die Dachmarke verfestigen, die Publikation »museenkoeln – das Magazin« fortführen und unter dem Label »museenkoeln« den Bereich digitaler Angebote ausbauen. Wir haben Vertriebswege auf analogen und digitalen Kanälen optimiert und ein Konzept zur Besucherforschung erarbeitet, das Ende 2020 in die Umsetzung gehen konnte.

Die Medien- und Pressearbeit hatte zwei Schwerpunkte. Sie war zum einen bestimmt von Kommunikation rund um alle Themen, die die Coronapandemie betrafen – von Museumsschließungen über die Bewerbung neuer digitaler Angebote während des Lockdowns bis zur Unterstützung neuer Formate wie der »Museumsnacht on tour«.

Andererseits haben wir Themen aus der Verwaltungsreform nach außen getragen: die beiden 2020er Ausgaben des Museumsmagazins (»Energie« und »Metropole«) wurden intensiv beworben, das neue digitale Angebot des Museumsstandortes als Ganzes nach außen getragen und eine bis März 2021 laufende Besucherstudie, an der sich alle Museen beteiligen, begleitet.

Strukturell und personell konnten wir die Neuaufstellung des Sachgebietes Marketing und Kommunikation voranbringen. Anfang 2020 haben wir die Aufgabenfelder Mediaplanung und Vertrieb personell ausgebaut und im Laufe des Jahres die Social-Media-Aktivitäten dank der Beauftragung von Freelancern intensiviert und weiter professionalisiert.

Mithilfe der neu gegründeten AG Besucherforschung und der Fortführung der Steuerungsgruppe »Marketing Museen« konnten wir die Abstimmungsprozesse optimieren und übergeordnete Themen erarbeiten. So stärken wir die Grundidee, dass alle Museen ihr eigenes Kommunikations- und Marketingpotenzial dezentral ausspielen und zentral der Standortgedanke gebündelt und gestärkt wird.

»Unser Ziel ist es den Museumsstandort Köln zu positionieren und den Museumsverbund zu stärken.«

<b>Handlungsfelder</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Museumsstandort Köln in seiner Gesamtheit stärken (1)</li> <li>→ Berichterstattung zum Museumsstandort intensivieren (2)</li> <li>→ Wissen über Publikum vermehren (3)</li> <li>→ Zielgruppen besser erreichen (4)</li> </ul>
<b>(1+2) Standort Umsetzung in 2020</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Ausbau der Dachmarke »museenkoeln«</li> <li>→ permanente Auswertung der Medienresonanz bundesweit</li> <li>→ Schaffung von Publikationen (Magazin)</li> <li>→ Ausschreibung für Relaunch von Webportal und Websites</li> </ul>
<b>(3+4) Publikum Umsetzung in 2020</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Aufbau einer nachhaltigen Besucher- und Nutzerforschung</li> <li>→ Etablierung einer nachhaltigen Vertriebsstruktur</li> </ul>

### Teilprojekt 4: Bildung und Vermittlung

»Wir erweitern nach und nach die Angebote der Bildung und Vermittlung und achten dabei auch die Diversität unserer Gesellschaft.«

Als Museumsdienst verantworten wir Bildung und Vermittlung für die Museen der Stadt Köln und setzen die Arbeit für bestimmte Zielgruppen in Programmen und Projekten um. Dies können wir dank der Zusetzung von Ressourcen nachhaltig im Gesamtportfolio der Dienststelle implementieren und zukunftsweisend ausgestalten. Vor allem digitale Angebote werden eine wichtige Rolle spielen.

Um die Bevölkerung in Köln und Umland bedienen zu können, erweitern wir nach und nach die Angebote der Bildung und Vermittlung und achten dabei auch die Diversität unserer Gesellschaft. Dabei bildet der oben beschriebene Handlungsrahmen die notwendige Orientierung. Die darin festgelegten Ziele werden wir durch geeignete Strategien und Maßnahmen umsetzen.

Die Grundlagen dafür legt »Museen, Menschen, Medien«. Um die Arbeit zu intensivieren, die Bildungsangebote zu diversifizieren und die Qualität zu sichern, wurden 2019 die Arbeitsbereiche Outreach, Diversität und Inklusion erfolgreich etabliert. So konnten wir vor zwei Jahren den gesamten Bildungsbereich einer Aufgabenkritik zu unterziehen mit dem Ziel, sie von 2021 an neu auszurichten.

In einem ersten Schritt standen die Bereiche Lebenslanges Lernen (LLL) und Alter, Interkulturalität und Diversität sowie Inklusion und barrierearme Vermittlung im Fokus. Die durchgeführten Projekte führten zu folgenden Zwischenergebnissen und Planungen:

- LLL und Alter: Ausbau der Angebote an den Rändern für KiTas und hochaltrige Menschen
- Interkulturalität und Diversität: Ausbau der Angebote auf Türkisch und Kurdisch; Erweiterung des Netzwerks hin zu Communities und zu Studierendenverbänden; Beratung und Unterstützung der Museen zu Fragen von Diversität
- Inklusion und barrierearme Vermittlung: Verbesserung der technischen und didaktischen Ausstattung; Ausbau des Angebots für blinde und sehbehinderte Menschen sowie für Menschen mit psychischen Beeinträchtigungen; Erweiterung des Netzwerks durch Etablierung einer AG Inklusion; Beratung der Museen bei Themen von Inklusion und Barrierefreiheit

2020 konnten wir unsere Analyse fortsetzen und haben die Bereiche personale Vermittlung, digitale Bildung und Outreach überprüft, verändert, ausgebaut oder neu etabliert. So konnten wir folgende Handlungsfelder erfolgreich implementieren:

- Outreach: Projekt »museenkoeln in der Box« mit Vor-Ort-Angeboten in Sozialräumen mit besonderem Förderbedarf; Projekte mit Bürgerzentren zum kreativen Schreiben über Kunstwerke; Projekte mit Schulen zu kreativer Auseinandersetzung mit Werken der artothek
- Digitale Bildung: Konzeption von Tutorials für Familien; Konzeption und Umsetzung von medialen Bilderreisen (Reihe »Erzähl mir ...«) für Kinder und Jugendliche; Angebote des kreativen Schreibens; Fortbildungen für (angehende) Lehrkräfte aus Basis von digitalen Museumsrundgängen; Stop-Motion-Filme zu Ausstellungen. Die Umsetzung wird in 2021 fortgeführt.
- Personale Vermittlung: Konzeption von Angeboten im Außenraum für Schulklassen und Erwachsene; Sensibilisierungstrainings der museumspädagogischen Teams in den Bereichen Inklusion und Diversität; Entgeltbefreiung bei Angeboten der politischen Bildung im NS DOK für Schulklassen

<b>Handlungsfelder</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Qualitätsmanagement (1)</li> <li>→ Ausbau von digitalen Bildungsangeboten und E-Learning (2)</li> <li>→ Ausbau von Bildung bei Outreach, Diversität, Inklusion (3 – 5)</li> </ul>
<b>Umsetzung in 2020</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Ausarbeitung Konzept und erste Umsetzung von digitalen Produktionen</li> <li>→ Ausarbeitung Konzept digitale Bildungsveranstaltungen</li> <li>→ Durchführung von Angeboten im Outreach (museenkoeln IN DER BOX)</li> <li>→ Durchführung von Angeboten für Menschen mit Migrationshintergrund</li> <li>→ Durchführung von Angeboten für Menschen mit Behinderungen</li> </ul>
<b>Ausblick für 2021</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ zu 1: Erstellung Strategiekonzept »QM in der personalen Vermittlung«</li> <li>→ zu 2: Erstellung Strategiekonzept »QM in der medialen Vermittlung«</li> <li>→ zu 3: Erstellung Strategiekonzept »Museen und Outreach«</li> <li>→ zu 4: Erstellung Strategiekonzept »Museen und Diversität«</li> <li>→ zu 5: Erstellung Strategiekonzept »Museen und Inklusion«</li> </ul>



## Teilprojekt 5: Content

»Hinter den Kulissen geht die Arbeit natürlich weiter.«

Die Vielfalt der Museen der Stadt Köln, ihrer Sammlungen und ihrer Besucher verlangt geradezu nach einer strategischen und zielgerichteten Abstimmung von Sammlungs-, Ausstellungs- und Kommunikationspolitik der einzelnen Institutionen mit dem Ziel einer Optimierung von Abläufen und Ressourcen sowie der verbesserten Kommunikation zwischen den Häusern und nach außen.

Daher werden Konzeption, Produktion und Distribution von Inhalten bzw. einzelnen Bausteinen – im folgenden Content – in Zukunft noch besser abgestimmt und vernetzt werden. Die damit verbundenen Maßnahmen sollen im Rahmen des Teilprojekts mit der Etablierung einer häuserübergreifenden Content-Strategie entwickelt werden.

Dazu gehören abgestimmte Planungs- und Kommunikationsprozesse, aber auch gemeinsame Publikumsbefragungen und vor allem eine Content-strategie. Um den Workflow zwischen den Museen zu optimieren, wurden 2020 folgende Eckpunkte benannt, die coronabedingt erst 2021 als Instrumente einer gemeinsamen Strategie ausgearbeitet werden können:

<b>Handlungsfelder</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Content-Strategie (1)</li> <li>→ Ressourcenplanung (2)</li> <li>→ Prozessoptimierung (3)</li> </ul>
<b>Content (1) Umsetzung ab 2021</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Schaffung von übergreifenden Leitthemen für den Standort</li> <li>→ Abstimmung der Ausstellungsplanung und -übersicht</li> <li>→ Vernetzung der verschiedenen Kanäle (Print, Media, Veranstaltungen)</li> <li>→ Profilierung von Online Collections</li> </ul>
<b>Ressourcen + Prozesse (2+3) Umsetzung ab 2021</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Gemeinschaftliche Planung zur Fortentwicklung auf Basis des KEP</li> <li>→ Redaktionsprozesse: Schaffung einer Themenkonferenz</li> <li>→ Reichweitenmessung der Berichterstattung</li> <li>→ Vernetzung der verschiedenen Kanäle (Print, Media, Veranstaltungen)</li> <li>→ Revision des Portfolios im Bildungsbereich</li> </ul>

## Schwerpunkte der Vermittlungsarbeit 2020

### Entdecken, Erleben, Wohlfühlen, Auftanken und Lernen: Personale Angebote im Museum

Unser Programm vor Ort in den Museen und ihren aktuellen Ausstellungen (2020: 45; 2019: 58) richtet sich an den vielfältigen Interessen der Besucher\*innen aus. Mal stehen Entdecken und Erleben, mal Wohlfühlen und Auftanken im Mittelpunkt. Und die meisten Gäste kommen, um Neues zu lernen und Altes wieder aufzufrischen. Dabei richtet sich das Angebot an die gesamte Bevölkerung.

Wir konzipieren und organisieren zusammen mit den Museen öffentliche und buchbare Veranstaltungen für alle Altersgruppen, vom Vorschulkind bis zum altersweisen Menschen. Dabei sind nicht nur Führungen im Angebot. Bei vielen Gelegenheiten können die Besucher\*innen selbst aktiv werden und spielerische, experimentelle, handwerkliche oder kreative und künstlerische Zugänge erproben und vertiefen.

Zu diesen Formaten zählen 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. Zwar waren die Museen 2020 über Monate hinweg geschlossen, aber hinter den Kulissen geht die Arbeit natürlich weiter. Und so konnten wir das gesamte Portfolio der Vermittlungsangebote umstrukturieren und auf die Corona-Regelungen ausrichten.

»Die meisten Gäste kommen, um Neues zu lernen und Altes wieder aufzufrischen.«

### Museumsübergreifende Vermittlung (Beispiele)

- Sensibilisierungstrainings im Umgang von blinden und sehbehinderten Menschen
- Ausweitung des Outreachangebotes für Schule und Offene Ganztagschule
- Fortführung von deutsch-türkischen Führungsangeboten

### Museumsbezogene Vermittlung (Beispiele)

- Mitarbeit bei den Neukonzeptionen für das Haus Sauer (KSM) und für die Sonderausstellungen »Entdeckt! Maltechniken von Martini bis Monet« (WRM) sowie zum Niedergermanischen Limes (RGM 2022)
- Durchführung von Diversityprojekten: »Köln-Expert\*innen« (KSM) und »Rassismussensible Sprache« (RJM)
- Etablierung von Angeboten im Bereich BNE und zur Designvermittlung (MAKK)
- Weiterbildungen für Lehrkräfte zum Thema interreligiöser Dialog (MOK) und für Erzieher\*innen zu kreativer Arbeit (artothek)
- Projektleitung der »Kunst:Dialoge« (ML) und zur Sonderausstellung »Erinnern – Eine Brücke in die Zukunft« (NS DOK)



»museenkoeln IN DER BOX schlägt Brücken zwischen den Museen und dem Stadtraum.«

**Digitale Vermittlung: für zuhause und unterwegs**

Um auch in Zeiten, in denen die Museen geschlossen sind, ansprechende und zeitgemäße Bildungs- und Vermittlungsformate anbieten zu können, haben wir in Zusammenarbeit mit den Museen der Stadt Köln mit der Konzeption und Produktion digitaler Angebote für zuhause und unterwegs begonnen. Sie regen die Phantasie von Jung und Alt an und laden ein, aktiv und kreativ zu werden.

Das Konzept sieht vor, in allen Museen Angebote zu schaffen, die verschiedene Zielgruppen ansprechen und mit vielfältigen Methoden einen breiten Zugang zu schaffen. Das Jahr 2020 markiert deshalb den Auftakt zu einer umfassenden und planerischen Produktion von digitalen Inhalten. Sie werden gut erreichbar auf [www.museenkoeln.de/portal/digital](http://www.museenkoeln.de/portal/digital) bereit gestellt.

Der zweimalige Lockdown und die auch ansonsten schwierigen Rahmenbedingungen führten 2020 zu einer Verstärkung der digitalen Angebote.

**Beispielhafte digitale Produktionen 2020**

- Produktion von 8 Tutorials für MAKK, ML, MS, RGM und WRM (Zielgruppe Kinder von 5 bis 8)
- Produktion von 2 Stop Motion Filmen für das KSM (Zielgruppe: Jugendliche und Erwachsene)
- Produktion von Online-Führungen für das KSM (Zielgruppe: alle)
- Konzeption von 360°-Rundgängen für NS DOK und MS

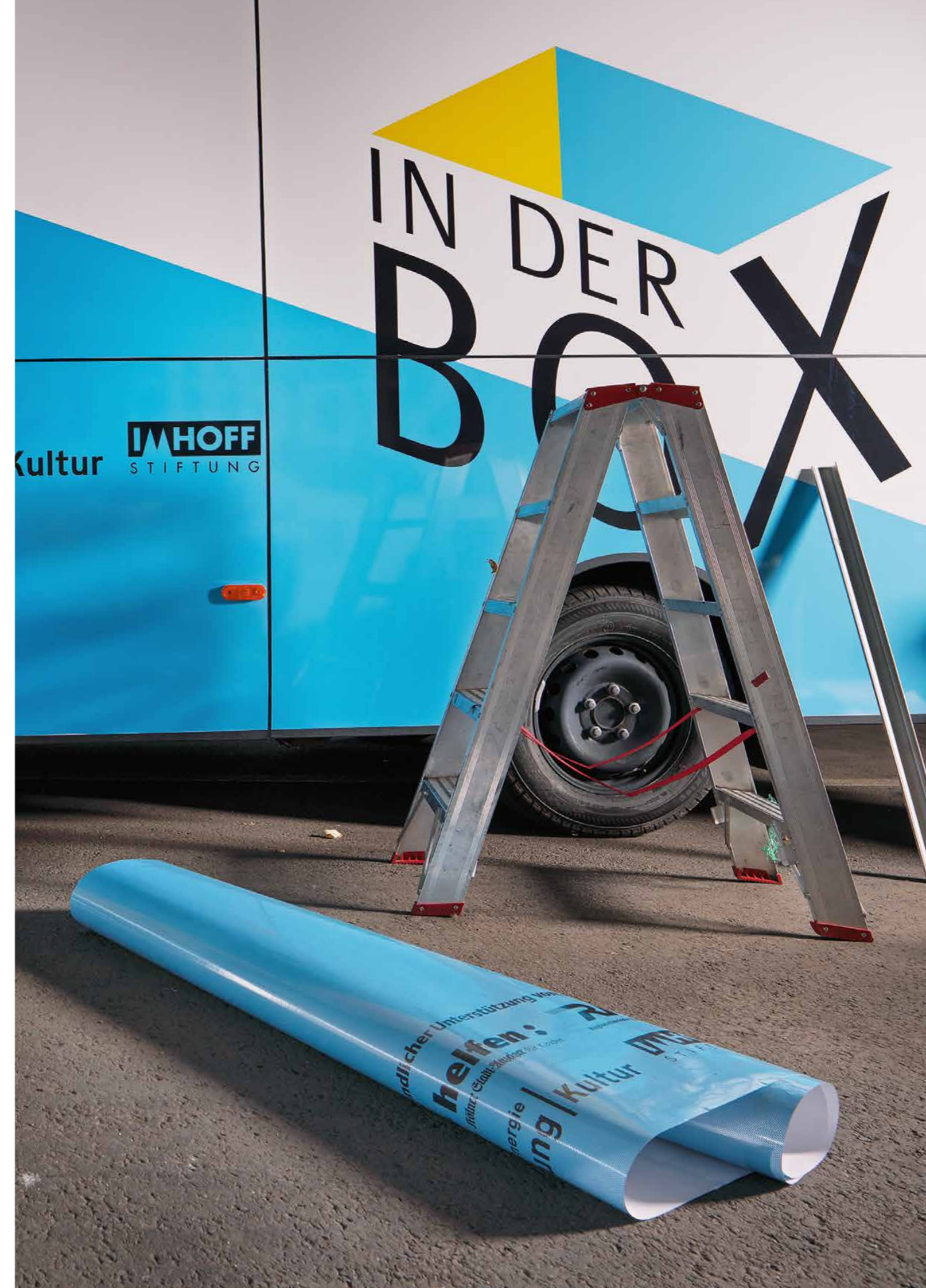
**Mediale Vermittlung: zwischen Hands On und kreativem Schreiben**

Gerne nutzen Museumsgäste Ausstellungstexte, Audioguides und andere digitale Präsentationen, Handreichungen, Kinderführer und ähnliches. Bei Bedarf entwickeln wir daher Vermittlungsmedien für Dauer- und Sonderausstellungen oder koordinieren die Abstimmung mit externen Dienstleistern. Dabei beraten wir die Museen zu Fragen der Barrierefreiheit.

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. 2020 konnten wir für die das Rautenstrauch-Joest-Museum und das Museum Schnütgen eine Schattenwerkstatt einrichten und haben für das KSM in der Ausstellung »Köln 1945« eine »Denk-Werkstatt« eingerichtet, in der sich das Publikum aktiv beteiligen konnte.

**Outreach: Die Museen kommen zu den Menschen**

Das Projekt museenkoeln IN DER BOX schlägt Brücken zwischen den Museen und dem Stadtraum durch Bildungsarbeit, die direkt vor Ort in den Stadtvierteln stattfindet. Ein mobiles Museum – ein Bus voller Objekte, Repliken und Fotos, mit Ausstellungs- und Vermittlungstechnik – fährt zu Schulen und anderen sozialen Orten und lädt dort zur praktischen Auseinandersetzung mit kulturellen Themen ein. So kommen die Museen zu den Menschen vor Ort.





**Projektarbeit**

Unsere Arbeit in zeitlich begrenzten, intensiven und oftmals durch Drittmittel finanzierten Projekten ist wichtig, um neue Formate und Methoden zu erproben, bevor die Themen und Herangehensweisen in ein allgemeines Programm münden. Vermittlungsprojekte bilden daher immer eine Art Laborsituation, in der wir partizipativ arbeiten. Je nach Zielgruppe ist die Ausrichtung dabei unterschiedlich.

**Kinder, Familien und OGS**

- Flexible Wissenszugänge schaffen: Die Jesuitensammlung
- OGS ins Museum
- Kindergeburtstage für Kinder psychisch erkrankter Eltern
- Schatten erzählen Geschichten
- Die Schatten der Dinge

**Schulen**

- Kulturstrolche Köln
- Irgendwas mit Drogen
- Was hat das mit mir zu tun? Geschlechter, Gender und Konsens im Museum diskutieren
- Jugend- und Schülergedenktag 2020

**Jugendliche**

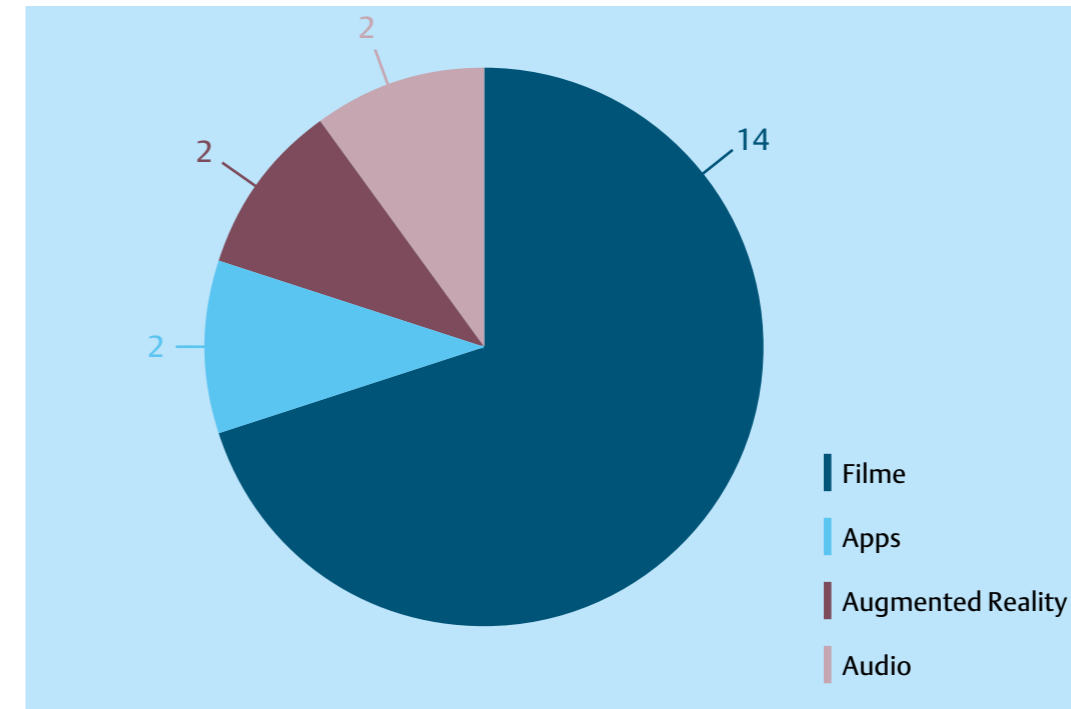
- Museumsbesuch im Rahmen der Weiterbildung für den Arbeitsmarkt
- museenkoeln IN DER BOX
- Kunst:Dialoge
- Let's talk about Queerness
- Kunstwerkstatt artothek

**Erwachsene**

- Firmenkunden als neue Zielgruppe
- Köln-Expert\*innen
- Über Worte zu Bildern. Ein Angebot für blinde und sehbehinderte Menschen

**Content-Erstellung**

Das Team des Museumsdienstes konzipierte und realisierte im vergangenen Jahr 20 digitale Produktionen, von Tutorials für Vorschulkinder bis zu didaktisch komplexen 3D-Rundgängen für ein interessiertes Laienpublikum. Den Hauptanteil daran haben Filmproduktionen, gefolgt von 3D und Audioproduktionen als Vorbereitung eines zukünftigen Podcasts.

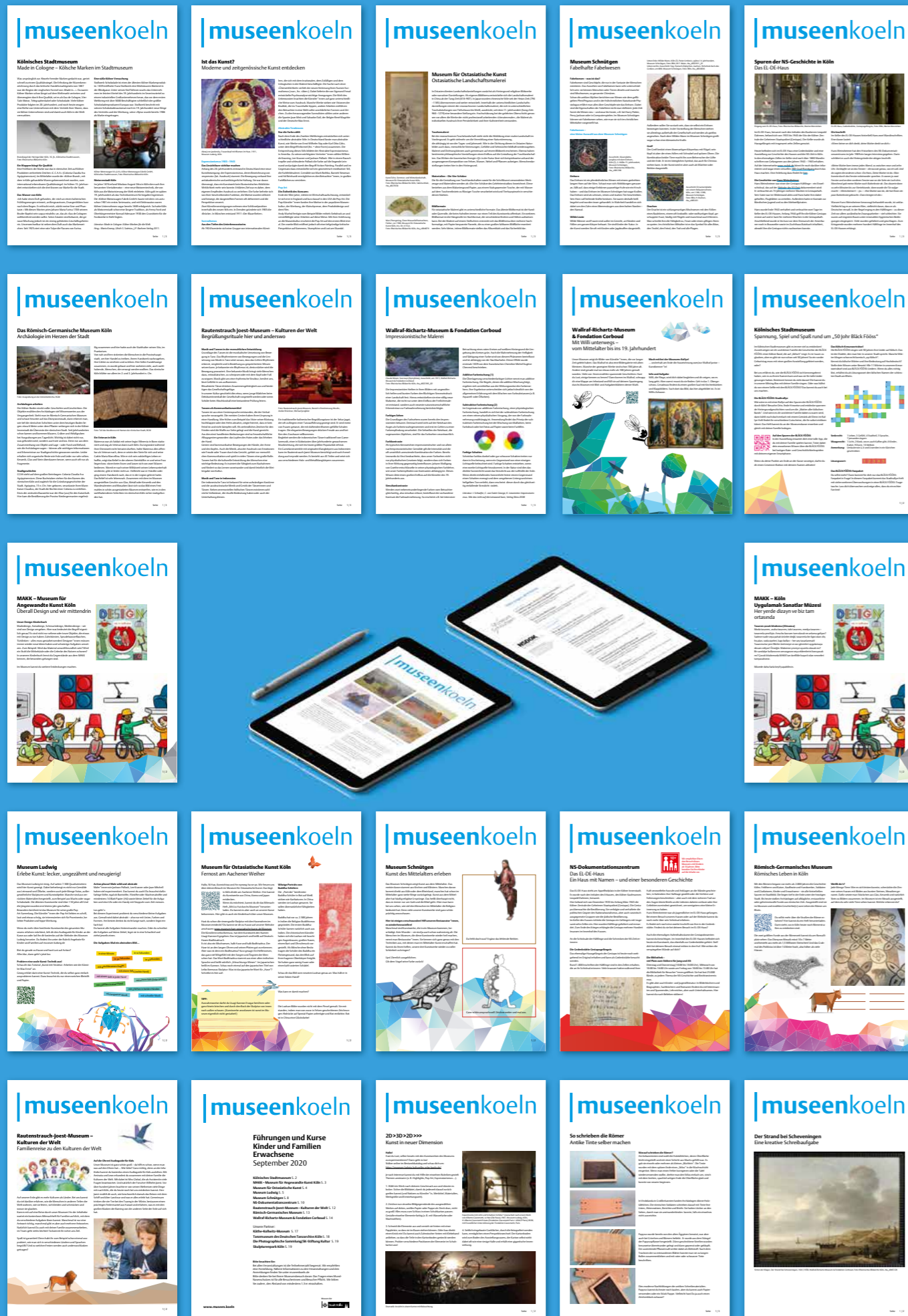
**Content-Produktion im Überblick**

2020 hat unser Team an 15 Fremdpublikationen mitgewirkt (2019: 6). Die Themen der wissenschaftliche Beiträge und Buchpublikationen reichten von Artikeln zum Thema Outreach über Untersuchungen zum Thema »Events« bis zum neuen Sammlungsführer des WRM. Unter der Dachmarke museenkoeln entstanden 2020 neun Publikationen (s. S. 49). Sie wurden ebenso wie alle Webveröffentlichungen von einem internen Redaktionsteam gesichtet.

Redaktion und Lektorat erstrecken sich aber auch auf mediale Vermittlung. Dazu gehören interaktive Stationen, Such- und Lernspiele, Museumskoffer und Hands-On-Materialien, Texte (Ausstellungsbeschriftung, Kinderkataloge und -führer, Lehrerhandreichungen, Kurzführer) und multimediale Einheiten (Audio-Guides).

Die schwierigen Bedingungen, die das Jahr 2020 mit sich brachte, haben uns im Bereich der Konzeption und Ausarbeitung von didaktischen Materialien neue Wege gehen lassen. So haben wir das Downloadangebot von Arbeitsblättern für Schulen deutlich erhöht, Mitmachhefte und Rallyebögen im Web veröffentlicht und Methodensammlungen für Lehrkräfte und Erzieherinnen zusammengestellt, die als Anregungen für den Unterricht und das Museumserlebnis zuhause genutzt wurden.

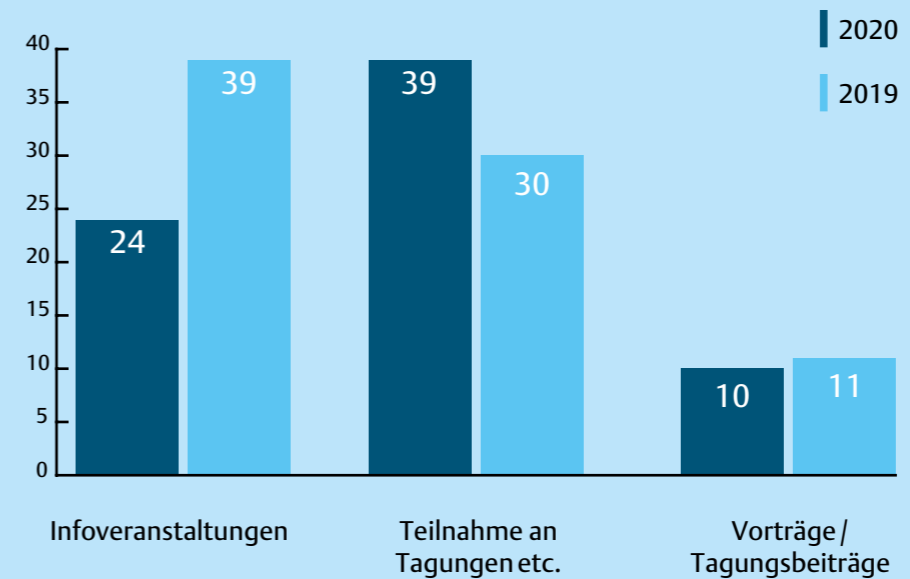
»Die schwierigen Bedingungen, die das Jahr 2020 mit sich brachte, haben uns im Bereich der Konzeption und Ausarbeitung von didaktischen Materialien neue Wege gehen lassen.«



## Qualitätsmanagement

Qualitätsmanagement hat für uns einen hohen Stellenwert. Das freiberufliche Vermittlungsteam kann kontinuierlich Infoveranstaltungen wahrnehmen, die auf spezifische Objektexpertise und methodische Kompetenzen abzielen. Für das festangestellte Team gilt dies gleichermaßen. Trotz der Einschränkungen des Jahres 2020 konnten wir auf gleichem Niveau fortfahren, weil die Zahl digitaler Tagungen enorm angestiegen ist. Zudem waren wir aktiv mit 10 Beiträgen auf Kongressen vertreten.

### Veranstaltungen als Element der Qualitätssicherung



### Auswahl von Tagungsthemen

- Mittendrin! Museale Vermittlung in und mit dem digitalen Raum
- Kultur für alle? Kultur mit allen! Milieuübergreifende kulturelle Bildungskonzepte
- Fachtagung Kunst- und Kulturpädagogik
- Workshop NFDI4Culture der DFG
- Adäquat auf Rassismus reagieren

Zum Qualitätsmanagement gehören auch Publikumsbefragungen und Nutzerstudien. Um die Relevanz von digitalen Veranstaltungen für die Zielgruppe Schule bewerten und eine zukünftige Ausrichtung vornehmen zu können, haben wir eine Online-Befragung von Lehrkräften durchgeführt. Die Ergebnisse finden sich auf S. 50



»Es ist uns gelungen,  
die Netzwerkarbeit  
aufrechtzuhalten.«

## Nachwuchsförderung

Eine besondere Form der Qualitätssicherung ist die Lehrtätigkeit an Hochschulen im Rheinland und darüber hinaus. Wir fördern damit den beruflichen Nachwuchs, akquirieren neue Kräfte für unsere freiberuflichen Teams und beteiligen uns an der Verankerung von berufspraktischen Aspekten in den Studiengängen. Dazu zählen auch die studienbegleitende Praktika, die Mentoring-Programme und die erfolgreichen Kunst:Dialoge im Museum Ludwig. In diesem vom Museumsdienst geleiteten Projekt bilden wir Studierende zu Kunstvermittler\*innen aus. 2020 konnten wir das Vorjahresniveau halten.

### Bausteine der Nachwuchsförderung

- Betreuung von 3 Praktika (2019: 2)
- 1 Tätigkeit als Mentor (2019: 1)
- 8 Lehrverpflichtungen an Hochschulen: (2019: 10)

## Netzwerk

Bei allen organisatorischen Schwierigkeiten ist es gelungen, die Netzwerkarbeit aufrechtzuhalten. Wir hatten 2020 formalisierte und informelle Kooperationsvorhaben mit 43 Kooperationspartnern (2019: 63) Hinzu kamen 18 Partnerschaftsprojekte mit Schulklassen aus Köln und seinem Umland (2019: 11). Zu den wichtigsten Netzwerkpartnern zählte 2020 das Bündnis »Kinder stark machen«, durch dessen Förderung wir im Outreach Projekte mit Jugendlichen durchführen konnten, und die Zusammenarbeit mit der Initiative KulMon® (Kontinuierliche Besucher\*innenforschung für den Kultur- und Freizeitbereich) zur Etablierung von permanenten Erhebungen ab 2021.

Kulturpolitisch am weitreichendsten ist unser Engagement beim Bundesverband Museumspädagogik e.V. Unser Direktor, Mitglied im Vorstand, hat den aktuellen Leitfad »Bildung und Vermittlung im Museum« mit auf den Weg gebracht, eine aktuelle Bestandsaufnahme der Ziele von Museumspädagogik in Deutschland.

Zudem sind wir institutionell oder personell Mitglied in mehreren Gremien oder Vereinen:

### Mitgliedschaften

- Akademie der Kulturellen Bildung des Bundes und des Landes NRW, Trägerverein (pers.)
- BVMP e. V., Vorstand und Fachgruppe »Inklusion und Diversität« (pers.)
- Deutsche Forschungsgemeinschaft, Verein NFDI4Culture (inst.)
- Deutscher Museumsbund e.V. (pers. und inst.)
- Future Museum: Innovationsverbund für Museen des Fraunhofer Instituts IAO (inst.)
- KölnTourismus, Beirat (inst.)
- LVMP NRW e. V., Vorstand (pers.)
- Beirat Kultur Stadtmarketing Köln e. V., Beirat Kultur (inst.)
- Verband Rheinischer Museen (inst.)

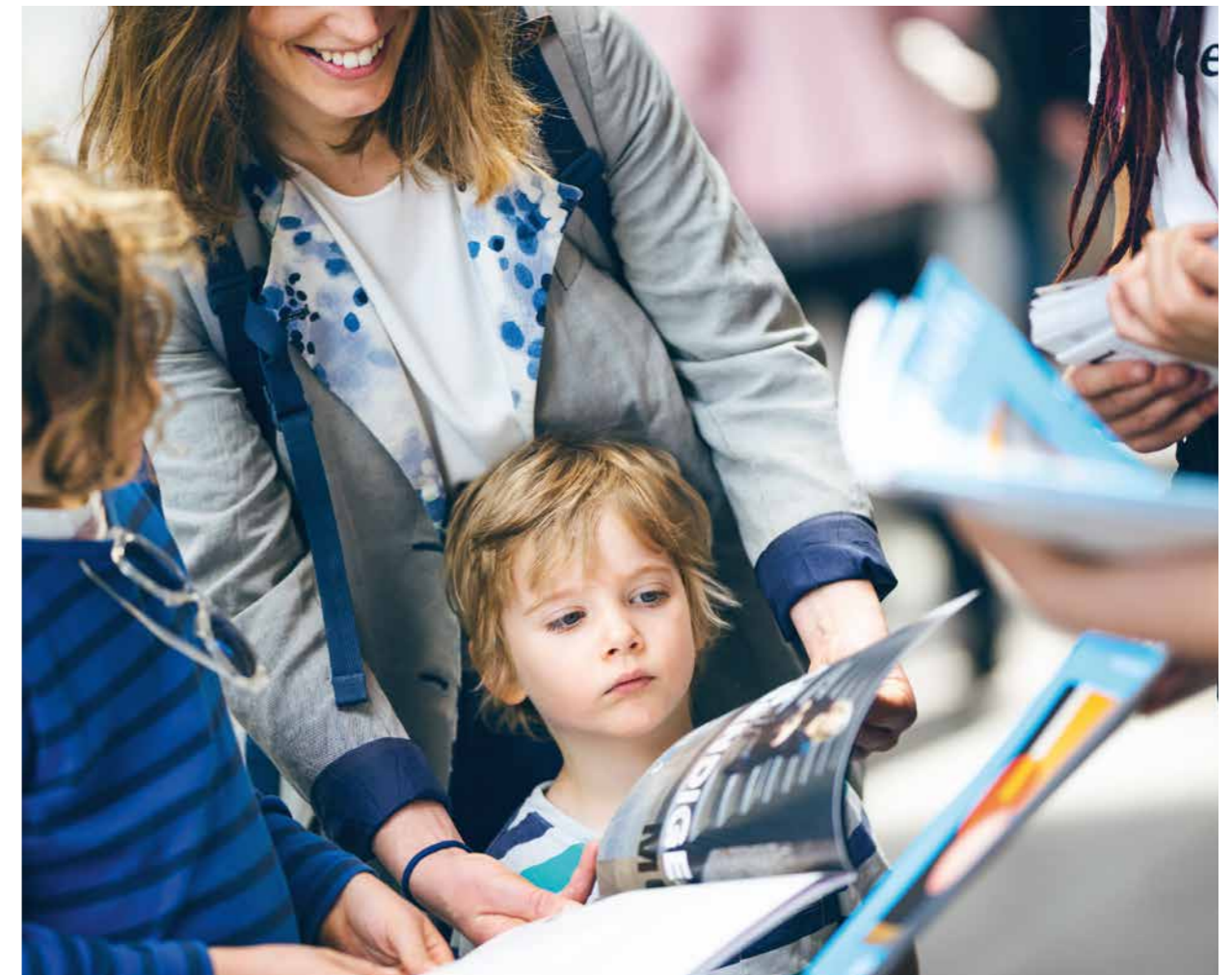
## Exkurs: KUBIK

Wir sind als Museumsdienst in das städtische Gesamtkonzept Kulturelle Bildung in Köln eingebunden. Die Federführung liegt beim Amt für Schulentwicklung. Stadtweit relevant sind die Projekte Musenkuss Köln und Kulturrucksack NRW.

Die Internetplattform [www.musenkuss-koeln.de](http://www.musenkuss-koeln.de) bündelt Angebote der kulturellen Bildung aus allen Kultursparten. Ende 2020 waren dort ca. 100 Anbieter vertreten, die Zugriffszahlen waren jedoch relativ niedrig, was den coronabedingten Unsicherheiten im Veranstaltungssektor geschuldet war.

Im Projektbereich »Kulturrucksack« konnte 2020 trotz der Turbulenzen 35 Projekte mit ca. 400 teilnehmenden Kindern und Jugendlichen vor Ort stattfinden, konzeptionell und organisatorisch an die jeweils gültigen Corona-Regelungen angepasst.

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.



## Schwerpunkte in Marketing und Kommunikation 2020

Der Verwaltungsreform der Stadt Köln entsprechend haben wir auch 2020 übergreifende Marketing- und Kommunikationsleistungen erbracht, die den Museumsstandort Köln positionieren. Der Fokus der Werbung zur Dachmarke »museenkoeln« lag – auch den coronabedingten Schließungen geschuldet – auf der Promotion digitaler Angebote. Folglich bildeten Programme und Projekte im digitalen Raum auch die Schwerpunkte unserer übergreifenden Pressearbeit.

Die in anderen Jahren übliche Präsenz auf Messen, Kooperationen mit Kulturpartnern vor Ort und die Organisation übergreifender Events ist 2020 jedoch komplett ausgefallen. An ihre Stelle trat die Arbeit an der Digitalstrategie »Museen 2022 +« und die Fortsetzung der Arbeit am Kölner Museumsmagazin. Neu war die Konzeption und Umsetzung des Mitmach-Heftes für Familien »Zeit für uns«, das in den Sommerferien erschien.

»Hier finden sich die Museen der Stadt Köln in ihrer gesamten Vielfalt wieder.«

### Kommunikation im digitalen Raum

#### [www.museen.koeln](http://www.museen.koeln) – das Portal

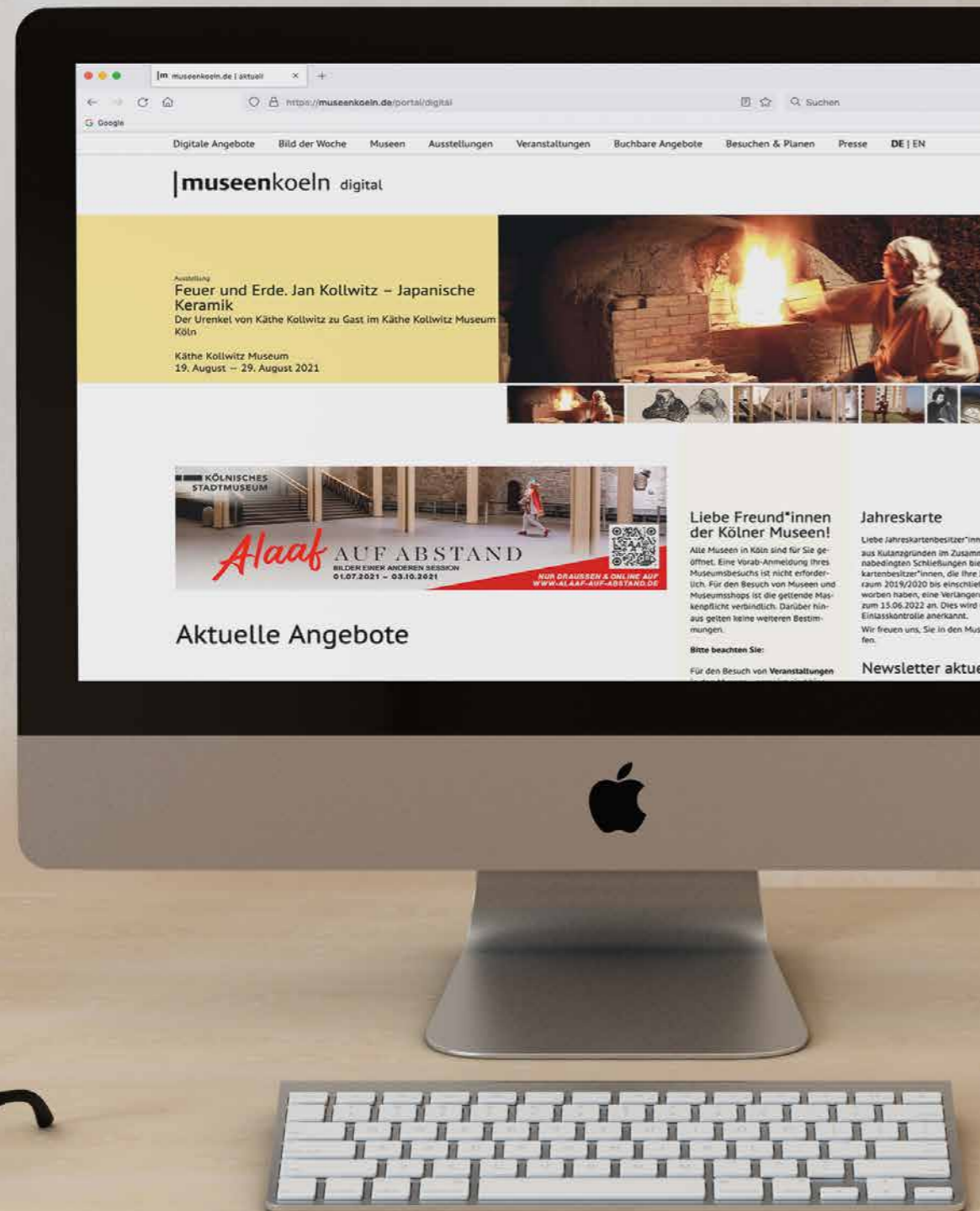
Die Idee des Portals [www.museen.koeln](http://www.museen.koeln) nehmen wir wörtlich: Hier finden sich die Museen der Stadt Köln in ihrer gesamten Vielfalt wieder – von der Veranstaltungs- und Ausstellungsübersicht über das Bild der Woche, Interviews und andere Beiträge bis zur digitalen Variante des Museumsmagazins.

#### [museen.koeln](https://www.museen.koeln) – Social Media

Unsere Kommunikation in den Social Media-Kanälen konnten wir kontinuierlich ausbauen und professionalisieren. Dabei fokussiert Facebook unter [museenkoeln](http://www.museen.koeln) auf B2C-Kommunikation mit dem allgemeinen Museumspublikum, Twitter unter @Museumsdienst auf den B2B-Bereich mit dem Kreis der Museums- und Kulturschaffenden und der Bildungscommunity. Beide Kanäle nutzen wir für museumsbezogene und übergeordnete kulturelle Informationen und Themensetzungen.

#### [www.museen.koeln](http://www.museen.koeln) / Digitale Angebote

Hier finden die Besucher\*innen auch ein vielfältiges digitales Angebot, das sie von Zuhause oder unterwegs nutzen können. Mit einem Blick auf das Portal behalten die Nutzer\*innen jederzeit die Übersicht, erfahren Neues, bekommen schnelle Informationen oder tauchen in die vielfältigen Themenwelten der Museen ein.







### Publikationen der Dachmarke »museenkoeln«

#### *museenkoeln – das Magazin*

zwei- bis dreimal pro Jahr, ca. 70 Seiten, Auflage 45.000; Verbreitung: NRW, Distribution: Auslage und Beilage in KStA und FAS jeweils ein Leitthema, zahlreiche weitere Beiträge und Features, Kompass zu

→ Ausstellungen, Shopping-Tipps aus den Museumsshops, Neuerscheinungen, Neuerwerbungen und vieles mehr

#### *museenkoeln – Ausstellungsvorschau*

zweimal pro Jahr, ca. 48 Seiten, Auflage 37.000, dt.-engl.; Verbreitung Region Köln; Auslage in städtischen Einrichtungen, Kulturorten, Gastronomie und Hotellerie, Arztpraxen u. a.; Versandservice

→ zweisprachige Übersicht und Kurzdarstellung der Ausstellungen in allen Museen in den Laufzeiten April bis Sept. und Okt. bis März

#### *museenkoeln – Veranstaltungen*

dreimal pro Jahr, ca. 68 Seiten, Auflage 11.000; Verbreitung Region Köln; Auslage in städtischen Einrichtungen, Kulturorten, Gastronomie und Hotellerie, Arztpraxen u. a.; Versandservice

→ Kalendarische Darstellung der Veranstaltungen in allen städtischen und einigen nichtstädtischen Museen; Führungen, Kurse, Vorträge, Seminare, Filme etc. für die Zielgruppe Erwachsene

#### *museenkoeln – für Kinder und Familien*

zweimal pro Jahr, ca. 54 Seiten, Auflage 10.000; Verbreitung Region Köln; Auslage in städtischen Einrichtungen, Kulturorten, Geschäften, KiTas, Arztpraxen u. a.; Versandservice Kalendarische

→ Darstellung der Veranstaltungen in allen städtischen und ausgewählten nichtstädtischen Museen; Führungen, Ferien und Wochenendangebote, Lesungen, Geburtstagsthemen etc. für die Zielgruppe Kinder und Familien

#### *museenkoeln »Zeit für uns«*

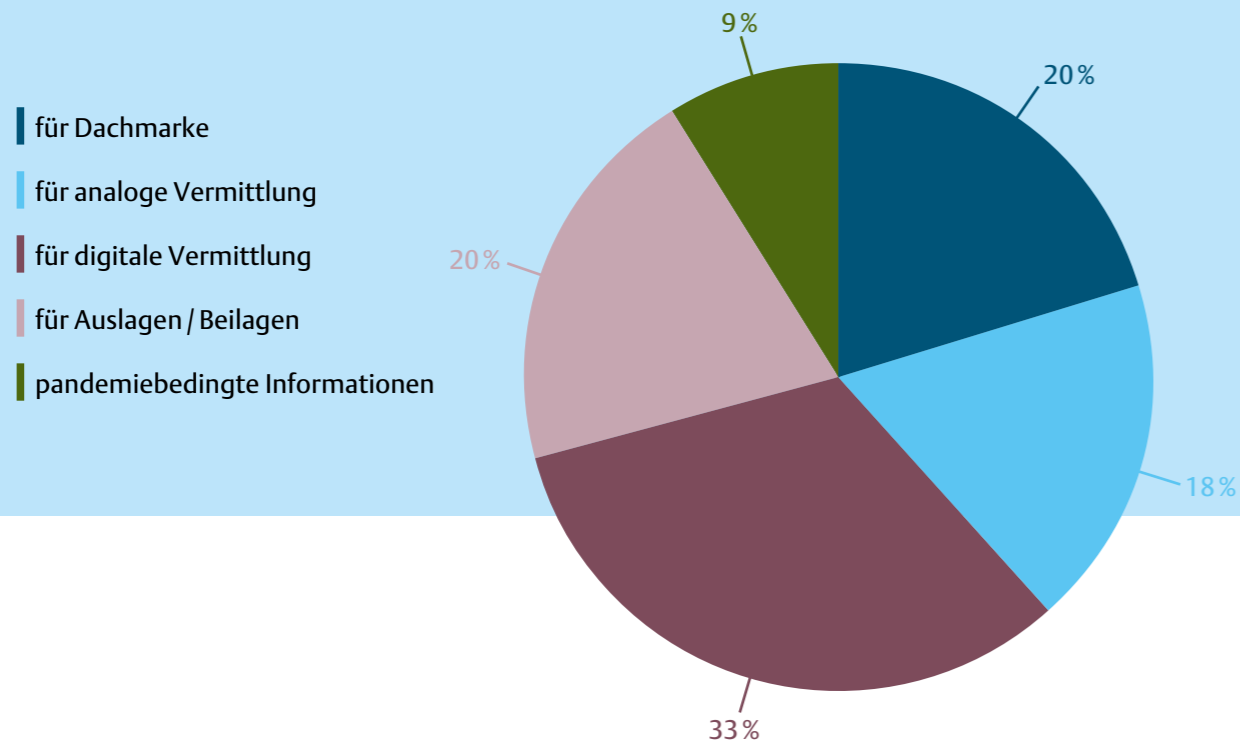
erstmalig Sommer 2020 erschienen, 32 Seiten, Auflage 25.500; Verbreitung Region Köln; Auslage in städtischen Einrichtungen, Kulturorten, Geschäften, KiTas, Arztpraxen u. a.; Beilage im Familienmagazin Känguru

→ Rätsel, Geschichten, kreative Aufgabe und Spiele rund um die städtischen Museen für zuhause, vor Ort und online

## Mediaplanung

Unsere Abteilung Marketing und Kommunikation übernimmt die Mediaplanung und den Mediaeinkauf für alle Angebotsschienen des Museumsdienstes. Darüber hinaus wurden die Museen bei ihren Kampagnenplanungen unterstützt und zudem Werbeplatzierungen in überregionalen Medien und Portalen geschaltet mit dem Ziel, die Sichtbarkeit und Reichweite der Dachmarke »museenkoeln« zu erhöhen. 2020 betrug das Gesamtvolumen der Mediaschaltungen 97.500 €.

### Mediasplit 2020



## Umfragen und Publikumsforschung

### Zielsetzung

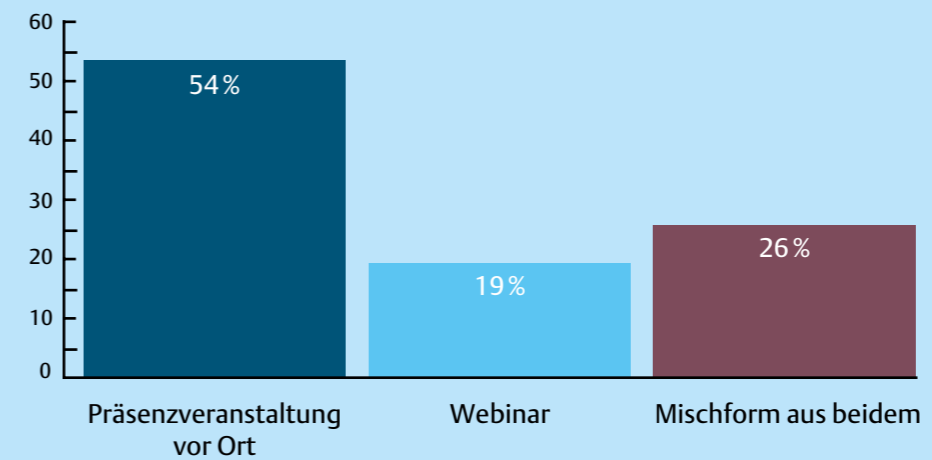
Wer geht eigentlich ins Museum? Und warum? Um die Bedürfnisse und Wünsche des Publikums besser kennen zu lernen und berücksichtigen zu können, betreiben die städtischen Museen und der Museumsdienst Köln seit Dezember 2020 häuserübergreifend angelegte Publikumsforschung und nutzen die Erkenntnisse für ihre Arbeit.

### Ergebnisse

Die erste Studie galt der Haltung von Lehrkräften gegenüber digitalen Angeboten – angesichts der großen Bedeutung der Zielgruppe Schule eine Kernfrage für die Ausrichtung der künftigen Vermittlungsarbeit. Danach finden Veranstaltungen vor Ort oder hybride Formate eine deutlich höhere Akzeptanz als reine Online-Angebote.

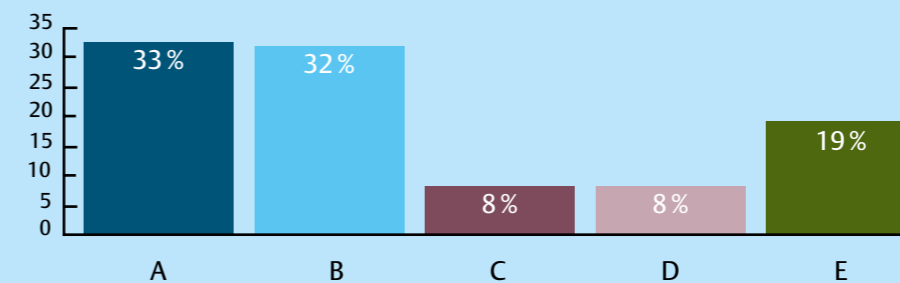
Bei den Formaten in den Museen finden klassische Angebote wie Führungen oder Workshops die höchste Akzeptanz, feste Projektangebote hingegen deutlich weniger. Angesichts der permanenten Frage, wie hoch wir unsere Projektanteil halten sollten, eine für die weitere Ausrichtung des Portfolios sehr relevante Antwort.

**Frage:** In welchem Format wünschen Sie sich Informationsveranstaltungen / Weiterbildungen für Lehrkräfte?



**Frage:** Auf welche Veranstaltungsformate legen Sie bei Museumsbesuchen mit Ihrer Lerngruppe Wert?

- A Altersgerechte Führung / Unterrichtsgespräche im Museum
- B Führung oder Gespräch mit abschließendem Praxisteil im Museum
- C Mehrteilige Projektvorhaben mit Praxisteil im Museum
- D Mehrteilige Projektvorhaben mit Verzahnung von Schule und Museum
- E Unterrichtsgänge außerhalb der Museen ( z. B. zu Denkmälern )







#### Nächste Schritte

Wie geht es weiter? Bis zum April 2021 erfolgte eine breit angelegte Onlinebefragung in Kooperation mit dem bundesweiten Verbund KulMon® und unter Beteiligung der renommierten Besucherforscherin Dr. Nora Wegner (Karlsruhe). Dem schließt sich ein permanentes Monitoring an, das im Herbst 2021 startet.

#### Ausblick 2021

2021 wird uns vor ähnliche Herausforderungen stellen das vergangene Jahr: zeitweilige Schließungen der Museen, AHA-Regelungen bei Besuchen, verringerte Gruppengrößen, verunsicherte Gäste, unsichere Bedingungen, Anmeldepflicht, wenige Erlöse, hoher Organisationsaufwand, komplexe Verwaltungsfragen.

Aber wir haben aus der Krise gelernt. Die Ausweitung unseres Aktionsradius in den digitalen Raum und in die Stadtquartiere werden wir konsequent weiterverfolgen. Die Revision unseres Gesamtportfolios, die Einbettung von Nachhaltigkeitsthemen und die Diversifizierung der Zielgruppen werden weiter gehen. Denn die Verwaltungsreform wird 2021 formal enden, nicht aber unser Programm »Museen, Menschen, Medien«.

Wir werden die Digitalstrategie fortschreiben, den Service für die Museumsfamilie intensivieren, standortbezogene Museumskommunikation verbreitern und inhaltliche Akzente so setzen, dass sie sich über verschiedene Kanäle hinweg miteinander verbinden. Im Bewusstsein knapper Ressourcen und fragiler Rahmenbedingungen haben wir ein Motto, das unser Handeln weiterträgt: Wir machen Programm. Es hat sich 2020 bewährt und wird das auch 2021 tun.

»Wir haben aus der Krise gelernt.«









## Museumspädagogische Gesellschaft e. V.

Die MPG (Museumspädagogische Gesellschaft) ist der Förderkreis des Museumsdienstes Köln. Seit 1979 engagiert sich der Verein aktiv für die Bildungsarbeit in den Kölner Museen. Er ist als gemeinnützig und jugendfördernd anerkannt.

Die MPG unterstützt den Museumsdienst auf vielfältige Weise.

- Sie organisiert Veranstaltungen für ihre Mitglieder und bereichert deren Wissen.
- Sie akquiriert Spenden und Drittmittel und fördert damit die Bildungsziele des Museumsdienstes.
- Sie finanziert wichtige Bildungsprojekte und schafft damit neue Zugänge zu den Museen.
- Sie unterstützt Publikationen und damit die Öffentlichkeitsarbeit für die Museen.

Über die Mittelverwendung entscheidet der Vorstand zweimal jährlich.

### Mittelakquise 2020 (Summen gerundet)

2020 konnten Drittmittel in Höhe von ca. 46.000 € eingeworben werden:

- Mitgliedsbeiträge: 9.000 €
- Rhein-Erft-Kreis: 2.500 €
- Museenkoeln in der Box: 15.000 €
- Börner Stiftung: 1.200 €
- Stadt Revue Verlag: 3.400 €
- Stadt Köln: 4.000 €
- Ravensburger Stiftung: 4.600 €
- Spende Allgemein: 15.400 €

Die zugehörigen Projekte wurden vom Museumsdienst durchgeführt.

## Mitgliederprogramm

Einmal pro Monat führt die Museumspädagogische Gesellschaft ihre Mitglieder exklusiv durch eines der Kölner Museen oder eine der laufenden Ausstellungen. Die Veranstaltungen mussten 2020 jedoch nahezu alle entfallen. Aus diesem Grund wurde das Programm zum Jahresende hin um Online-Angebote im digitalen Raum ergänzt. Sie starten 2021.

Die Krise bietet für die MPG also die Chance, das Programmangebot neu zu denken. Hier bieten sich v. a. durch die digitalen Möglichkeiten neue Bereiche, die es zu bespielen gilt:

- durch digitale Veranstaltungen und Produktionen
- durch Online-Führungen zu Sammlungen und einzelnen Werkkomplexen
- durch Digitale Thementage
- durch Erklärvideos (sog. Tutorials) für Kinder und Jugendliche

## Vorstand

Aufgrund der Corona-Regelungen konnte 2020 keine Mitgliederversammlung abgehalten werden. Sie wird zusammen mit der Versammlung 2021 nachgeholt. Daher blieben die Amtsinhaberinnen und -inhaber weiter tätig: 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. Kassenprüferin war Alexandra Nussbaum. Die Mitgliederverwaltung lag bei Melanie Hoffmann. Sie wurde im Sekretariat des Museumsdienstes von Jürgen Hoop unterstützt.

## Team (Stand 31. 12. 2020)

### Direktion

Dr. Matthias Hamann (Direktor)  
Karin Rottmann (Stv. Direktorin; bis 31. 5. 2020)  
Jürgen Hoop (Sekretariat)  
Dr. Manuela Spilker (Feedbackmanagement)

### Museumspädagogik und übergreifende Kunst- und Kulturelle Bildung

Christina Clever-Kümper M. A. (Ltg. Kunstvermittlung am Museum Schnütgen)  
Dominik Fasel (Ltg. Programme Diversität und Museum)  
Dr. Marion Hesse-Zwillus (Ltg. Programme Inklusion und Museum)  
Dr. Andrea Imig (Ltg. Museum und Outreach)  
Dr. Kathrin Jaschke (Ltg. Bildung und Vermittlung am Römisch-Germanischen Museum)  
Dipl.-Päd. Susanne Kieselstein (Ltg. Projekte Kooperationsbereich Kulturelle Bildung, Begleitung artothek, Kreatives Schreiben)  
Ipek Sirena Krutsch (Ltg. Bildung und Vermittlung am Kölnischen Stadtmuseum)  
Dr. Dirk Lukaßen (Ltg. Bildung und Vermittlung am NS- Dokumentationszentrum)  
Peter Mesenhöller (Ltg. Bildung und Vermittlung am Rautenstrauch-Joest-Museum)  
Dipl.-Päd. Julia Müller (Schulprogramme und Museum kreativ)  
Karin Rottmann (Ltg. Schulprogramme und Museum kreativ; bis 31. 5. 2020)  
Eva Schwering M. A. (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)  
Andrea Hocke (Besucherservice, Sachbearbeitung Erwachsenenangebote)  
Birte Klarzyk (Besucherservice, Sachbearbeitung NS-DOK)  
Regina Kühnelt (Besucherservice, Sachbearbeitung Schulangebote)  
Melanie Krauß (Besucherservice, Sachbearbeitung Erwachsenenangebote, Back Office)  
Tim Vermeylen (Besucherservice, Sachbearbeitung Museum kreativ)  
Dr. Lena Weber (Medien- und Öffentlichkeitsarbeit, Social Media, Events)

### Verwaltung

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

### Shared Services

Marcus Drexelius (IT Services)  
Karin Hoffsummer (Datenschutz)  
Volker Macherauch (Vergabe und Beschaffung)

### 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)

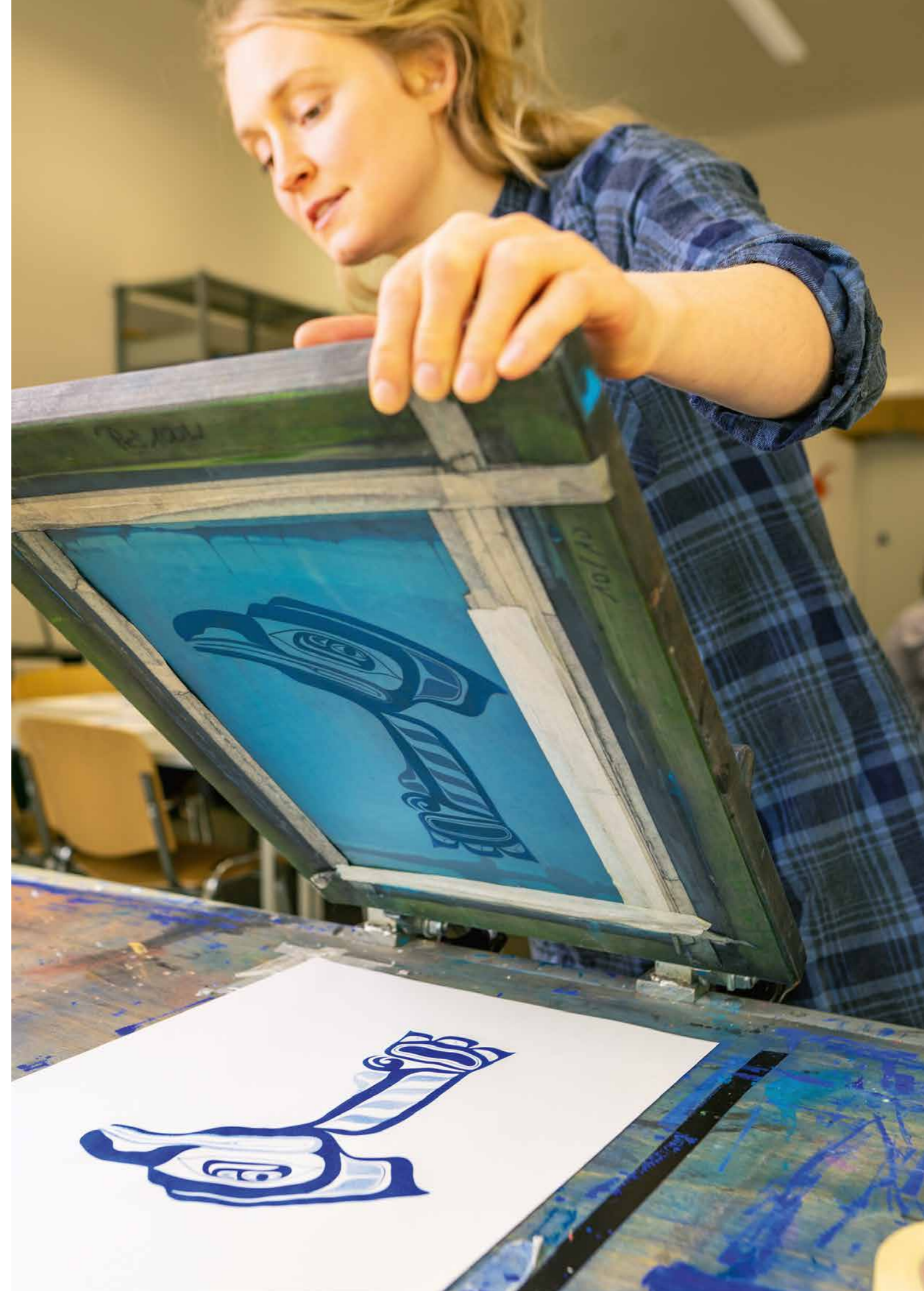
### Freiberufliche Mitarbeiter\*innen und Honorarkräfte

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 Pfingsthorn | 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 Shôno-Slâdek | Vera Sleeking | Dr. Dirk Soechting | Marius Stelzmann | Dr. Elke Stoll-Berberich | Leny Streit | StefanieThome 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



## Abkürzungsverzeichnis

AZ Archäologische Zone / Praetorium  
 BFMF Begegnungs- und Fortbildungszentrum muslimischer Frauen e. V.  
 BNE Bildung für nachhaltige Entwicklung  
 BpB Bundeszentrale für Politische Bildung  
 BVMP Bundesverband Museumspädagogik e. V.  
 B2B Business to Business  
 B2C Business to Customer  
 DMB Deutscher Museumsbund  
 KKM Käthe Kollwitz Museum  
 KSM Kölnisches Stadtmuseum  
 KTM KölnTourismus GmbH  
 LVMP Landesverband Museumspädagogik NRW e. V.  
 LVR Landschaftsverband Rheinland  
 MAKK Museum für Angewandte Kunst Köln  
 MD Museumsdienst Köln  
 MiQua LVR-Jüdisches Museum im Archäologischen Quartier Köln  
 ML Museum Ludwig  
 MOK Museum für Ostasiatische Kunst  
 MS Museum Schnütgen  
 NS-DOK NS Dokumentationszentrum  
 Red. Redaktion  
 RGM Römisch-Germanisches Museum  
 RJM Rautenstrauch-Joest-Museum – Kulturen der Welt  
 RVK Regionalverkehr Köln GmbH  
 SA Sonderausstellung  
 TN Teilnehmerinnen und Teilnehmer  
 WRM Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud  
 ZfL Zentrum für LehrerInnenbildung der Universität Köln  
 ZfsL Zentrum für außerschulische Lehrerbildung  
 ZMI Zentrum für Mehrsprachigkeit und Integration







### Impressum

Herausgeber: © Museumsdienst Köln, 2021

Direktor: Matthias Hamann

Redaktion und Koordination: Martin Hegel, Marion Hesse-Zwillus  
und Kathrin Jaschke

Bildredaktion: mwk-koeln.de

Gestaltung: mwk-koeln.de

Druck: CeWe Color / saxoprint

Auflage: 400

Abbildungsnachweise Fotos: Museumsdienst Köln / Nikolai Stabusch;  
Cover und S. 29: Ernst Wilhelm Nay, Die Jakobsleiter, 1946, Museum Ludwig,  
Köln, © VG Bild-Kunst, Bonn 202; S. 27 und 62: Ernst Wilhelm Nay, Blauflut,  
1960, Museum Ludwig, Köln, © VG Bild-Kunst, Bonn 2021; S. 53: Ernst Wilhelm  
Nay, Frau im Taunus, 1939, Museum Ludwig, Köln, © VG Bild-Kunst, Bonn  
2021; Seiten 42 und 48: mwk-koeln.de

Museumsdienst Köln

Leonhard-Tietz-Str. 10

50676 Köln

0221-221-24764

museumsdienst@stadt-koeln.de

museumsdienst.koeln

Wir bedanken uns bei allen Mitarbeiter\*innen, Freund\*innen und  
Partner\*innen, die bei der Realisierung dieses Jahresberichts mitgewirkt haben.

### Hinweis

Der Jahresbericht ist in geschlechtsumfassender Sprache formuliert. Darin folgt  
der Museumsdienst dem Leitfaden für eine wertschätzende Kommunikation  
bei der Stadt Köln, der seit dem 1. 3. 2021 verbindlich zur Anwendung kommt.

Der Druck des Jahresberichtes wurde finanziert von

 museumspädagogische Gesellschaft



Wir machen Programm  
**Museumsdienst Köln**

# Anhang

## Anlage 1: Gesamtstatistik Museumsdienst Köln 2018 bis 2020

Veranstaltungen	2018	2019	2020
<b>a) Museumsdienst</b>			
Führungen	6.126	7.488	1.969
Kreative Arbeit	1.107	1.232	357
→ davon Kurse	111	123	62
→ davon Kinderwerkstatt	43	42	19
→ davon Die Jungen Entdecker	45	50	17
→ davon Kindergeburtstage	153	159	62
→ davon Workshops	689	850	197
→ davon museumsbus.koeln	66	8	0
Weiterbildung für Lehrkräfte	35	42	8
Ergebnis Museumsdienst	7.268	8.762	2.334
<b>b) Museumsschule</b>			
Unterrichtseinheiten	489	493	205
Weiterbildungen für Lehrkräfte	26	24	12
Ergebnis Museumsschule	515	517	217
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>7.268</b>	<b>9.279</b>	<b>2.551</b>

Teilnehmer*innen	2018	2019	2020
<b>a) Museumsdienst</b>			
Führungen	103.785	108.283	27.211
Kreative Arbeit	19.517	19.811	4.570
→ davon Kurse	1.192	1.161	373
→ davon Kinderwerkstatt	353	303	154
→ davon Die Jungen Entdecker	361	432	99
→ davon Kindergeburtstage	1.867	1.950	722
→ davon Workshops	14.104	15.767	3.222
→ davon museumsbus.koeln	1.640	199	0
Weiterbildungen für Lehrkräfte	567	518	114
Ergebnis Museumsdienst	123.569	128.612	31.895
<b>b) Museumsschule</b>			
Unterrichtseinheiten	11.640	11.890	3.863
Weiterbildungen für Lehrkräfte	488	676	176
Ergebnis Museumsschule	12.128	12.586	4.039
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>135.697</b>	<b>141.178</b>	<b>35.934</b>



## Anlage 2: Veranstaltungen nach einzelnen Museen

Führungen für Gruppen und Schulklassen	2018	2019	2020	gebucht	öffentlich
<b>Museum</b>					
Wallraf-Richartz-Museum (& Fondation Corboud)	598	889	619	514	105
Museum Ludwig	1.322	875	240	157	83
Römisch-Germanisches Museum	766	2.331	89	59	30
Ubirmonument	12	15	0	0	0
Grabkammer Weiden	0	14	6	6	0
Archäologische Zone: Praetorium (geschlossen)	70	68	0	0	0
Rautenstrauch-Joest-Museum	519	661	113	73	40
Museum für Angewandte Kunst Köln	221	260	94	41	53
Museum für Ostasiatische Kunst	220	186	54	23	31
Museum Schnütgen	143	162	151	84	67
Kölnisches Stadtmuseum	53	90	39	30	9
NS-Dokumentationszentrum	2.129	1.861	563	520	43
Rheinisches Bildarchiv	0	0	1	0	1
Rathaus (im Rahmen von Sonderveranstaltungen)	0	6	0	0	0
Messe Art Cologne	49	43	0	0	0
Messe Cologne Fine Arts	24	27	0	0	0
<b>Ergebnis</b>	<b>6.126</b>	<b>7.488</b>	<b>1.969</b>	<b>1.507</b>	<b>462</b>

Kreativangebote (Kurse, Ferienangebote, Workshops, Kindergeburtstage etc.)	2018	2019	2020	gebucht	öffentlich
Wallraf-Richartz-Museum (& Fondation Corboud)	154	170	34	28	6
Museum Ludwig	370	347	117	90	27
Römisch-Germanisches Museum	208	30	30	24	6
Rautenstrauch-Joest-Museum	147	154	40	16	24
Museum für Angewandte Kunst Köln	76	87	30	18	12
Museum für Ostasiatische Kunst	86	82	22	8	14
Museum Schnütgen	33	44	19	12	7
Kölnisches Stadtmuseum	13	15	2	0	2
NS-Dokumentationszentrum	3	292	63	63	0
Käthe-Kollwitz-Museum (im Rahmen des Projektes museumsbus.koeln)	6	0	0	0	0
Messe Art Cologne	12	11	0	0	0
<b>Ergebnis</b>	<b>1.107</b>	<b>1.232</b>	<b>357</b>	<b>259</b>	<b>98</b>

Fortbildungen für Multiplikator*innen	2018	2019	2020	gebucht	öffentlich
Wallraf-Richartz-Museum (& Fondation Corboud)	5	10	0	0	0
Museum Ludwig	31	32	7	0	7
Römisch-Germanisches Museum	11	5	0	0	0
Rautenstrauch-Joest-Museum	3	8	0	0	0
Museum für Angewandte Kunst Köln	2	4	0	0	0
Museum für Ostasiatische Kunst	1	1	1	0	1
Museum Schnütgen	3	3	0	0	0
Kölnisches Stadtmuseum	1	1	0	0	0
NS-Dokumentationszentrum	4	2	0	0	0
<b>Ergebnis</b>	<b>55</b>	<b>66</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>8</b>

## Anlage 3: Schwerpunkte der laufenden Vermittlungsarbeit 2020

### Museumsübergreifende Vermittlungsarbeit

- Revision und pandemiekonforme Umstrukturierung des gesamten Portfolios
- Mitarbeit bei der Neukonzeption der Dauerausstellung im Haus Sauer
- Durchführung des Partizipationsprojekts »Köln-Expert\*innen«
- Etablierung von Angeboten im Bereich BNE
- Weiterbildungen für Lehrkräfte zum Thema »Konfuzianismus, Daoismus und Buddhismus«
- Leitung des Kunst: Dialoge-Projekts
- Projektleitung: »Erinnern – Eine Brücke in die Zukunft« – Betreuung der Projektarbeiten
- Kuratierung der Sonderausstellung zum Jugend- und Schülergedenktag 2020 zur Befreiung des Konzentrationslagers Auschwitz
- Konzeption einer Fortbildungsreihe für das RJM im Rahmen der AG Diversity: »Wording im RJM«
- Mitarbeit an der Vorbereitung der Archäologischen Landesausstellung zum Niedergermanischen Limes 2022
- Mitarbeit in der Konzeption der Sonderausstellung »Entdeckt! Maltechniken von Martini bis Monet«
- Weiterbildungen für Erzieher\*innen (artothek)
- Konzeption und Umsetzung von Programmen für besondere Anlässe:  
Kölner Museumsfest MAKK | »Kommt und seht! Angebote zum Advent« | FeriencampMesse
- Museumsübergreifende Vermittlungs- und Konzeptarbeit im Bereich Diversität:  
Entwicklung einer Führungsreihe für Studierende in Kooperation mit dem AstA der Universität zu Köln | Fortführung der deutsch-türkischen museumsübergreifenden Führungsreihe für Senior\*innen | Einwerbung von Drittmitteln für das Projekt »ver | lern | raum. Rassismuskritische Praktiken am Museum« (ML) | Koordination der Übersetzung des Begleithefts »Zeit für uns« für Kinder und Familien in die türkische Sprache und Leichte Sprache | Beratung zu Einfache Sprache-Texten KSM
- Museumsübergreifende Vermittlungs- und Konzeptarbeit im Bereich Inklusion:  
Sensibilisierungstrainings im Umgang von blinden und sehbehinderten Besucher\*innen | Fortführung des drittmittelgeförderten Projekts »Schaffung inklusiver Zugänge in Museen für Bildende Kunst in Köln« | Konzeption des »Runden Tisch Inklusion und Museum« durch die AG Inklusion im Rahmen des Verwaltungsreformprojekts »Museen – Menschen – Medien« | Beratung zu Leichte bzw. Einfache Sprache-Texten im MAKK und KSM | Beratung bei Akquise-Anträgen zu inklusiven Themen div. Museen | Beratung zur Barrierereduktion im »museenkoeln. Das Magazin« und im Familienheft | Beratung, Koordination und Redaktion zu Barrierereduktion der Website museenkoeln.de/museumsdienst; Beratung zu Texten in Leichter Sprache | Projektkoordination zu Texten in Leichter Sprache und DGS-Videos für die Website | Beratung zur Barrierereduktion der Dauerausstellung des KSM im Haus Sauer
- Museumsübergreifende Vermittlungs- und Konzeptarbeit im Bereich Outreach:  
Ausweitung des Outreachangebotes für Schule und Offene Ganztagschule, v. a. zum Thema Design | Entwicklung und Umsetzung eines Outreach-Angebots für ältere Menschen (Kreatives Schreiben)
- Beratung der Museen im Hinblick auf Diversität, auf Barrierefreiheit und auf Inklusion:  
Zum Thema diversitätssensible und inklusive Kommunikation in Schrift und Bild | zu Antragsstellungen im Bereich Inklusion
- Sicherheitsschulungen zum Umgang mit Covid-19 für alle Vermittlungsteams:  
Vermittlung unter neuen Vorzeichen



### **Kölnisches Stadtmuseum**

- Mitarbeit bei der Neukonzeption der Dauerausstellung im Haus Sauer: Medienkonzept, Audio- / Mediaguides, Gestaltung von Foyer und Museumsshop
- Konzeption und Umsetzung von personalen und medialen Vermittlungsangeboten für alle Sonderausstellungen: Weiterbildungen für Lehrkräfte und freie Mitarbeiter\*innen; Angebote für alle Zielgruppen
- Konzeption und Erarbeitung von digitalen Vermittlungsangeboten: Adventure Game für die neue Webseite des Kölnischen Stadtmuseums; Online-Führungen
- Museumspädagogische und wissenschaftliche Schulung der ehrenamtlichen Arbeitskreise I und II
- Museumspädagogische und wissenschaftliche Schulung von Lehrkräften der Museumsschule
- Durchführung von Vermittlungsangeboten »op Kölsch«
- Konzeption und Durchführung des Partizipationsprojekts »Köln-Expert\*innen«

### **MAKK Museum für Angewandte Kunst Köln**

- Konzeption und Umsetzung von personalen und medialen Vermittlungsangeboten für die Dauerausstellung: Revision und pandemiekonforme Umstrukturierung des gesamten Portfolios
- Konzeption und Umsetzung von Vermittlungsangeboten für alle Sonderausstellungen: Weiterbildungen für Lehrkräfte und freie Mitarbeiter\*innen; Angebote für alle Zielgruppen
- Museumspädagogische und wissenschaftliche Schulung des ehrenamtlichen Arbeitskreises
- Konzeption und Umsetzung von Formaten in der Reihe MAKKfuture: Führungen, Kurse für Erwachsene, Schulworkshops
- Konzeption und Umsetzung von Formaten in der Reihe MAKKintro: Vorträge, Online-Angebote
- Etablierung von Angeboten im Bereich BNE

### **Museum für Ostasiatische Kunst**

- Konzeption und Umsetzung von personalen und medialen Vermittlungsangeboten für die Dauerausstellung: Revision und pandemiekonforme Umstrukturierung des gesamten Portfolios
- Konzeption und Umsetzung von Vermittlungsangeboten für alle Sonderausstellungen: Weiterbildungen für Lehrkräfte und freie Mitarbeiter\*innen; Angebote für alle Zielgruppen
- Weiterbildungen für Lehrkräfte zum Thema »Konfuzianismus, Daoismus und Buddhismus«

### **Museum Ludwig**

- Konzeption und Umsetzung von personalen und medialen Vermittlungsangeboten für die Dauerausstellung: Revision und pandemiekonforme Umstrukturierung des gesamten Portfolios
- Konzeption und Umsetzung von Vermittlungsangeboten für alle Sonderausstellungen: Weiterbildungen für Lehrkräfte und freie Mitarbeiter\*innen; Angebote für alle Zielgruppen
- Leitung des Kunst:Dialoge-Projekts

### **Museum Schnütgen**

- Konzeption und Umsetzung von personalen und medialen Vermittlungsangeboten für die Dauerausstellung: Revision und pandemiekonforme Umstrukturierung des gesamten Portfolios; Umstrukturierung bestehender und Entwicklung neuer Programme, insbesondere mit Blick auf die Berücksichtigung neuer Zielgruppen
- Konzeption und Umsetzung von Vermittlungsangeboten für alle Sonderausstellungen: Weiterbildungen für Lehrkräfte und freie Mitarbeiter\*innen; Angebote für alle Zielgruppen
- Vermittlung im digitalen Raum: Ausloten der Möglichkeiten, Konzepte und erste Umsetzungen (Online-Rundgänge)

**NS-DOK**

- Konzeption und Umsetzung von personalen und medialen Vermittlungsangeboten für die Dauerausstellung:  
Revision und pandemiekonforme Umstrukturierung des gesamten Portfolios
- Konzeption und Umsetzung von Vermittlungsangeboten für alle Sonderausstellungen:  
Weiterbildungen für Lehrkräfte und freie Mitarbeiter\*innen; Angebote für alle Zielgruppen; Angebote im Outreach und für blinde und sehbehinderte Menschen
- Konzeption und Umsetzung von digitalen Vermittlungsangeboten:  
Didaktik-Tool und digitale Pilot-Rundgänge im 360-Grad-Rundgang des NS-DOK
- Informations- und Fortbildungsveranstaltungen zur Geschichte des EL-DE-Hauses und seiner erinnerungskulturellen Grundlagen, der Ausstellungskonzeption sowie der museumspädagogischen Arbeit im NS-DOK für Studierende verschiedener Studiengänge
- Weiterbildungen für Referendar\*innen zu den Grundlagen der Arbeit und den pädagogischen Angeboten des NS-DOK
- Konzeption einer Fortbildungsreihe für das NS-DOK im Rahmen der AG Diversity
- Projektleitung: »Erinnern – Eine Brücke in die Zukunft« – Betreuung der Projektarbeiten; Kuratierung der Sonderausstellung zum Jugend- und Schülergedenktag 2020 zur Befreiung des Konzentrationslagers Auschwitz

**Rautenstrauch-Joest-Museum – Kulturen der Welt**

- Konzeption und Umsetzung von personalen und medialen Vermittlungsangeboten für die Dauerausstellung:  
Revision und pandemiekonforme Umstrukturierung des gesamten Portfolios; Arbeitsblätter für den muttersprachlichen (hier: türkischen) Unterricht
- Konzeption und Umsetzung von Vermittlungsangeboten für alle Sonderausstellungen:  
Weiterbildungen für Lehrkräfte und freie Mitarbeiter\*innen; Angebote für alle Zielgruppen
- Konzeption einer Fortbildungsreihe für das RJM im Rahmen der AG Diversity: »Wording im RJM« für die zielgruppengerichtete Vermittlungsarbeit in der Dauerausstellung und die Sensibilisierung für (Anti)-Diskriminierung mit dem Ziel der Erarbeitung eines Glossars
- Einrichtung einer »Schattenwerkstatt« für das indonesische Wayanan Kulit sowie ähnlicher Aufführungspraktiken aus dem orientalischen Kulturraum

**Römisch-Germanisches Museum**

- Konzeption und Umsetzung von personalen und medialen Vermittlungsangeboten für die Dauerausstellung im Belgischen Haus:  
Revision und pandemiekonforme Umstrukturierung des gesamten Portfolios
- Konzeption und Umsetzung von Vermittlungsangeboten für Sonderausstellungen:  
Mitarbeit an der Vorbereitung der Archäologischen Landesausstellung zum Niedergermanischen Limes 2022
- Weiterbildung für Stadtführer\*innen zur Dauerausstellung im Belgischen Haus

**Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud**

- Konzeption und Umsetzung von personalen und medialen Vermittlungsangeboten für die Dauerausstellung:  
Revision und pandemiekonforme Umstrukturierung des gesamten Portfolios; Umsetzung der sog. Junior-Beschriftungen
- Konzeption und Umsetzung von Vermittlungsangeboten für Sonderausstellungen:  
Weiterbildungen für Lehrkräfte und freie Mitarbeiter\*innen; Angebote für alle Zielgruppen
- Konzeption und Umsetzung von digitalen Vermittlungsangeboten:  
Apps, digitale Pilot-Rundgänge im 360-Grad-Rundgang des Museums
- Konzeption und Realisierung der Neuauflage des Museumsführers
- Mitarbeit in der Konzeption der Sonderausstellung »Entdeckt! Maltechniken von Martini bis Monet«



### artothek

- Konzeption und Umsetzung von personalen und medialen Vermittlungsangeboten für die Institution artothek:  
Informationsveranstaltungen zur Arbeit der artothek
- Konzeption und Umsetzung von Vermittlungsangeboten und Begleitprogrammen für Sonderausstellungen:  
Künstler\*innengespräche (online); Weiterbildungen für Erzieher\*innen, Lehrkräfte und freie Mitarbeiter\*innen; Angebote für schulische Zielgruppen
- Konzeption und Implementierung neuer digitaler Vermittlungsangebote
- Konzeption und Realisierung des Methodenheftes »Wenn die Kunst kommt« für die Zielgruppe Primarstufe

## Anlage 4: Übersicht zu Projekten und Schulpartnerschaften

### Projekte für Kinder, Familien und Einrichtungen des Offenen Ganztags

- *Digitalisierung, Erschließung und öffentliche Verfügbarmachung – Flexible Wissenszugänge schaffen: Die Jesuitensammlung* (MD) | Ltg.: Christine Schmitt (Uni), Teilproj.: Christina Clever-Kümper (MD) | Finanz.: LVR | Partner: Universität zu Köln, Lehrstuhl für die Geschichte der frühen Neuzeit, Prof. Dr. G. Gersmann u. Rheinisches Bildarchiv, Köln  
Ziel des Teilprojekts ist das Erstellen eines Point & Click-Adventures zur explorativen Auseinandersetzung mit ausgewählten Jesuitica aus Kölner Sammlungen, die vom RBA digitalisiert und von der Universität zu Köln erforscht werden. Das Produkt wird in die Digitalstrategie »Museen, Menschen, Medien« eingebettet.
- *OGS ins Museum* (MAKK, ML, MS, RGM, RJM, NS DOK 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 Projektstage in der Offenen Ganztagschule. 2020 nahmen 6 Gruppen mit insgesamt 96 Kindern an den Ferienprogrammen teil. Wegen der coronabedingten Auflagen konnten nur kleinere und insgesamt weniger Gruppen teilnehmen.
- *Alles Gute zum Geburtstag. Kindergeburtstage für Kinder psychisch erkrankter Eltern* (MS) | Ltg.: Christina Clever-Kümper | Finanz.: Eckhard Busch Stiftung | Partner: Unterarbeitskreis Kinder psychisch kranker Eltern, Köln, und Ambulanter Dienst »Der Sonnenberg«, Köln  
Das Projekt richtet sich an Kinder psychisch erkrankter Eltern und möchte ihnen ermöglichen, mit ihren Freund\*innen ihren Geburtstag kostenlos im Museum zu feiern. 2020 konnte die nötige Finanzierung eingeworben werden, um im Jahr 2021 mit zunächst zehn kostenlosen Angeboten zu starten.
- *Schatten erzählen Geschichten. Schattentheater für Vorschulkinder* (MS) | Ltg.: Christina Clever-Kümper | Finanz.: Stiftung Erlebnis Kunst  
Das Projekt möchte in besonders kleinen Gruppen (2 – 3 Kinder) einen kreativen und spielerischen Zugang zur Kunst des Mittelalters ermöglichen. 2020 konnte die nötige Finanzierung eingeworben werden, um im Jahr 2021 acht kostenlose Kurse anzubieten.
- *Erzähl(s) noch einmal – Kōrero mai. Grundschüler erzählen Familiengeschichten* (RJM) | Ltg.: Karin Rottmann, Dominik Fasel und Peter Mesenhöller | Finanz.: ZMI Köln  
Das Projekt mit elf Schulen des Verbunds Kölner Europäischer Grundschulen im Schuljahr 2019/2020 wurde 2020 mit Museumsbesuchen fortgesetzt. Hier lernten die Grundschüler die von der Erzähltradition der neuseeländischen Maori inspirierten Kunstwerke Glenn Colquhouns im Museum kennen und wurden danach in der Schule selbst kreativ.

- [Die Schatten der Dinge #1](#) (RJM) | Ltg.: Peter Mesenhöller  
Anlässlich der Sonderausstellung »Die Schatten der Dinge #1« wurde der bisherige Tanzraum mit einer Schattenspielbühne ausgestattet, die in Zukunft auch der Aufführung des indonesischen Schattenspiels Wayan Kulit sowie ähnlicher Aufführungspraktiken dient. Weiterhin wurde zur Ausstellung eine Hands-on Kinderstation als integrativer Bestandteil entwickelt, in der die »Dinge« buchstäblich über ihren Schatten hinauswachsen konnten und spielerisches Gestalten ermöglichten.
- [Kita und Kunst](#) (artothek) | Ltg.: Susanne Kieselstein  
Fortführung eines Projekts zur Kulturellen Bildung von Kindern mit der Kita Papperlapapp e. V.; Kunstausleihe und Entwicklung alltagsbezogener Themen im Zusammenhang mit dem jeweiligen Kunstwerk. 15 Kinder teilnehmende Kinder im Alter zwischen drei und sechs Jahren.

### Partizipatorische Projekte mit Schulen

- [Kulturstrolche Köln](#) (artothek; ML) | Ltg.: Susanne Kieselstein und Beatrix Jankowski (KubiK, Schulentwicklungsamt) | Finanz.: Land NRW  
Schüler\*innen der Grundschule Alte Wipperfürtherstraße in Köln-Buchheim lernen unterschiedliche Kultureinrichtungen kennen, u. a. artothek und ML und beschäftigen sich mit verschiedenen Kunstformen. Die Projektdurchführung wurde pandemiebedingt ausgesetzt. Das Projekt wird 2021 nachgeholt.
- [Irgendwas mit Drogen](#) (ML) | Projektltg.: Diana Schuster, Volontärin Kunstvermittlung, Mentorin: Angelika von Tomaszewski. | Finanz.: lab.Bode-Initiative der Kulturstiftung des Bundes  
Projekt mit einem Differentialkurs 8. und 9. Klasse der Adolph-Kolping-Schule. Die Kölner Suchtberatungsstelle ansprechbar unterstützte die Jugendlichen bei der Auseinandersetzung mit dem selbstgewählten Thema. Gemeinsam mit der Künstlerin Parisa Karimi realisierte der Kurs die filmische Umsetzung der erarbeiteten Ideen.
- [Was hat das mit mir zu tun? Geschlechter, Gender und Konsens im Museum diskutieren](#) (ML) | Projektltg.: Diana Schuster, Volontärin Kunstvermittlung, Mentorin: Angelika von Tomaszewski. | Finanz.: MoBeyer Stiftung  
Schulprojekt mit sexualpädagogischen Inhalten, gemeinsame Konzeption der Workshops mit Holla e. V. und Souzan Al Sabah. Durchführung von vier Schulworkshops und Reflektion zur Weiterentwicklung eines buchbaren Programmformats.
- [Jugend- und Schüलगedenktag 2020](#) (NS-DOK) | Ltg.: Barbara Kirschbaum | Partner: Amt für Schulentwicklung, NS-DOK, Museumsdienst und Museumsschule  
Am Projekttag und der begleitenden Ausstellung zum Gedenken an den Jahrestag der Befreiung des Konzentrationslagers 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 Schüler\*innen sahen die Ergebnisse.

### Projekte und Trainees für Jugendliche und junge Erwachsene

- [Museumsbesuch im Rahmen der Weiterbildung für den Arbeitsmarkt](#) (RGM, MAKK, MOK) | Ltg.: Julia Müller | Finanz.: Eigenmittel | Partner: Jobbörse Buchheim  
Die niedrigschwelligen dialogischen Führungen richten sich an erwachsene Teilnehmer\*innen von Angeboten für Integrations- und Beschäftigungsfördermaßnahmen.
- [museenkoeln IN DER BOX](#) (museumsübergreifend) | Ltg.: Julia Müller | Finanz.: RheinEnergie Stiftung Kultur, Neven DuMont – Wir helfen, Imhoff Stiftung  
Die niedrigschwelligen Angebote richteten sich nicht nur an Kinder, sondern auch an Jugendliche und junge Erwachsene in den Kölner Sozialräumen. In der zweiten Pilotphase im Januar 2020 nahmen 16 Jugendliche mit Fluchterfahrung im Rahmen eines Workshops im JobWerk Porz an dem Projekt teil.



- *Kunst:Dialoge* (ML) | Ltg.: Angelika von Tomaszewski | Projektkoord.: Sophie Roberts | Finanz.: Gesellschaft für Moderne Kunst am ML  
Studierende verschiedener Fachrichtungen durchlaufen eine dreimonatige Ausbildung zur\* m Kunstvermittler\*in im Museum Ludwig und werden im Museum eingesetzt, um individuelle Gespräche mit dem Publikum auf Augenhöhe zu führen. Die für 2020 geplante Ausbildung der neuen Kunst:Dialoge musste aufgrund der Pandemie verschoben werden, der Einsatz des bereits ausgebildeten Teams fand im digitalen Raum und während der Öffnung mit Sicherheitsvorkehrungen statt.
- *Let's talk about Queerness* (ML) | Ltg.: Yves Samwidi, Angelika von Tomaszewski | In Zusammenarbeit mit: ROOTS & ROUTES Cologne e. V. und dem Kommunalen Integrationszentrum Köln | Finanz.: Museum Ludwig  
Junge Künstler\*innen des Projekts iJuLa – intersektionale JugendLabore im Veedel von ROOTS & ROUTES Cologne e. V. haben sich von Andy Warhol und seinem Leben inspirieren lassen und kurze Filmclips zu den Themen »Coming out«, »Safer Spaces« und »Gender« gedreht. In Interviews teilen sie persönliche Ansichten und ergänzen diese durch Einblicke in ihr eigenes künstlerisches Schaffen.
- *Ferienworkshop Zine* (artothek) | Ltg.: Susanne Kieselstein | Finanz.: Bundesverband Soziokultur e. V.  
Im Rahmen eines mehrteiligen Workshops mit dem Künstler Patrick Rieve lernten Jugendliche das Medium Zine kennen und stellten eigene Zines her. Kooperationspartner waren der Sozialdienst Katholischer Frauen und das Atelier artig.
- *Kunstwerkstatt 2* (artothek) | Ltg. Astrid Bardenheuer | Durchf.: Künstler\*innen und Kunsttherapeut\*innen des Atelier artig | Finanz.: Jugend ins Zentrum, SKF  
Jugendliche im Alter von 15 – 18 Jahren mit und ohne Flüchtlingsbiografie werden über ein Jahr hinweg an zeitgenössische Kunst herangeführt.

## Projekte für Erwachsene

- *»Firmenkunden als neue Zielgruppe für Museen. Ein Konzept für die Zusammenarbeit mit Firmen«* (MAKK, MOK, RGM) | Projektbetr.: Dominik Fasel und Alexander Klein | Projektarb.: Katja Damiano  
Im Rahmen der Weiterbildung »Kultur- und Non-Profitmanagement« am Kölner Institut für Kulturarbeit und Weiterbildung entsteht ein Konzept zur Gewinnung und Bindung der Zielgruppe Firmenkunden.
- *Köln-Expert\*innen* (KSM) | Projektkoord.: Ipek Sirena Krutsch und Dominik Fasel  
Konzeption und Durchführung einer Workshop-Reihe zu dem Partizipationsprojekt »Köln-Expert\*innen« für das Kölnische Stadtmuseum für die neue Dauerausstellung im Haus Sauer und Betreuung der Teilnehmer\*innen.
- *»Über Worte zu Bildern. Ein Angebot für blinde und sehbehinderte Besucher\*innen und ihre Freund\*innen«* (ML) | Projektkoord.: Dr. Marion Hesse-Zwillus | Konzeption und Durchführung: Julia Greipl  
Im ML erkundet eine inklusive Besuchsgruppe von sehenden und nicht-sehenden Menschen gemeinsam verschiedene Kunstwerke mit Hilfe von deskriptiven und dialogischen Methoden und entwickelt subjektive Wahrnehmungen zu den jeweiligen Kunstobjekten.
- *Führung durch die Gedenkstätte und das Museum des NS-DOK* (NS-Dokumentationszentrum) | Projektkoord.: Dr. Marion Hesse-Zwillus | Konzeption: Heike Rentrop  
Führung durch die Gedenkstätte und das Museum des NS-DOK mit Ertasten eines historisch realen Ortes und Hands-on-Materialien. Die Führung erweitert das vorhandene Vermittlungsangebot für blinde und sehbehinderte Besucher\*innen in den städtischen Museen.

## Schulpartnerschaften

KHS Adolph-Kolping-Schule Köln (ML) | GS Alte Wipperfürtherstraße | Aposteln-Gymnasium (artothek) | HS Baadenberger Straße (ML) | St-Michael-Gymnasium Bad Münstereifel (NS DOK) | GS Bergheim (NS-DOK) | Dreikönigsgymnasium Köln (ML, WRM) | Erich-Kästner-Gymnasium Köln (NS DOK) | Erzbischöfliches Irmgardis Gymnasium Köln (MAKK) | Gymnasium Marienschule Euskirchen (NS-DOK) | Friedrich-Wilhelm-Gymnasium (RGM) | Gymnasium Kerpen (NS DOK) | Verbund Kölner Europäischer Grundschulen (RJM) | Königin-Luise-Schule Köln (NS DOK) | Gymnasium Kreuzgasse (NS DOK) | Liebfrauen-Gymnasium (artothek) | Montessori-Gymnasium Köln (NS DOK) | Gymnasium Schaurtestraße (NS DOK)

## Anlage 5: Kooperationspartner in 2020

Ambulanter Dienst »Der Sonnenberg«, Köln | Amt für Kinder, Jugend und Familie | Amt für Informationsverarbeitung | Amt für Schulentwicklung | ArtAsyl e. V. | Atelier artig, Köln | BFMF e. V. | Bürgerhaus Stollwerk | Bundesverband Soziokultur e. V. | (de)mentia+art | Erzbistum Köln, Referat Dialog und Verkündigung | Framework GmbH | Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, Masterstudiengang Kunstvermittlung und Kulturmanagement | Holla e. V. | Jobbörse Buchheim | KIK – Kölner Institut für Kulturarbeit und Weiterbildung | KoelnTourismus GmbH | Kölnische Rundschau | Kommunales Integrationszentrum der Stadt Köln | Kreissparkasse Köln | kubia – Kompetenzzentrum für Kulturelle Bildung im Alter und Inklusion | KuBiK Koordinierungsstelle für Kulturelle Bildung der Stadt Köln im Amt für Schulentwicklung | Kulturprojekte – Inklusive Kulturarbeit | LVR – Landschaftsverband Rheinland | LeseWelten – Kölner Leseinitiative vom Verein Kölner Freiwilligen Agentur e. V. | muellertext Köln | MWK GmbH Zimmermann und Hähnel, Köln | ökoRAUSCH Festival für Design & Nachhaltigkeit | Paritätische Akademie NRW | Press Play Productions | RheinEnergie Stiftung Kultur | Rhein-Erft-Kreis | Runder Tisch Inklusion und Kultur | Sozialdienst Katholischer Frauen | Sozialraumkoordination Porz-Ost / Finkenberg / Gremberghoven | Tourismus NRW e. V., Düsseldorf | Universität zu Köln, Institut für Musikpädagogik | Universität zu Köln, Lehrstuhl für Komparatistik | Universität zu Köln, Lehrstuhl Public History | Universität zu Köln, Lehrstuhl für die Geschichte der frühen Neuzeit | Universität Siegen, Fakultät II: Bildung – Architektur – Künste, Arbeitsgruppe Grundschulpädagogik Unterarbeitskreis Kinder psychisch kranker Eltern, Köln | Vogelsang IP | Zentrum für Mehrsprachigkeit und Integration

## Anlage 6: Aktive Teilnahmen an Tagungen und Workshops

- *Kölner Sprachenfest* | ZMI, Köln | 28. 1. | Infostand: Dominik Fasel
- *»Relevant und vielstimmig: Möglichkeiten von Beteiligung und Inklusion im Museum«* | Workshop des Museumsdienstes Köln in Kooperation mit kubia und dem Runder Tisch Inklusion und Kultur | Rautenstrauch-Joest-Museum | Konzeption und Koordination: Dr. Marion Hesse-Zwillus, Julia Müller, Teiln.: Dominik Fasel
- *Methoden für den Museumsbesuch im Bereich Sonderpädagogik* | 24. 1. | Zielgruppe: Lehramtsanwärter\*innen der Sonderpädagogik | Durchf.: Dominik Fasel, Dr. Marion Hesse-Zwillus
- *Bildung und Vermittlung im Museum gestalten* | Workshop und Brainstorming zum gemeinsamen Leitfaden des Deutschen Museumsbundes und des BVMP e. V. | Moderation: Dr. Matthias Hamann
- *Mittendrin! Museale Vermittlung in und mit dem digitalen Raum* | Jahrestagung des BVMP e. V. | 6. 12. | Organ.: Dr. Matthias Hamann
- *Akademie der Bayerischen Presse, Webinar Workflow und Qualitätsmanagement* | 28.–29. 5. | Teiln.: Marie-Luise Höfling



- »Disput im Stadtgarten: Fliegenschiss vs. Moralkeule« – Zum Umgang mit unserer Erinnerungskultur. | Heinrich-Böll-Stiftung | 17. 11. | Diskussion: Dr. Dirk Lukaßen
- »Geschlossene Museen – Mobile Museen. Strategien für eine Präsenz vor einer (Neu-) Eröffnung« | LVR Rheinland | Kunstmuseum Muhlheim an der Ruhr | 17. 2. | Kurzvortrag zum Programmbereich Outreach: Julia Müller
- Weiterbildung »Moderation von Besprechungen« | Stadt Köln | 23.–24.06 | Teiln.: Dr. Lena Weber

## Anlage 7: Praktika und Mentoring-Programme

Sarah Cüppers (Tut.: Dr. Stephanie Sonntag) | Jessica Krämer (Tut.: Dr. Matthias Hamann) | Frieda Westermeyer (Tut.: Dr. Stephanie Sonntag) | Laura Louise Wirges (Tut.: Dr. Lena Weber, Martin Hegel)

## Anlage 8: Lehraufträge und Hochschulveranstaltungen

- »Einführung in die christliche Ikonographie«, Lektürekurs (SoSe 20, WiSe 20/21) | Ruhr-Universität Bochum, Kunstgeschichtliches Institut | Christina Clever-Kümper
- »Einführung in die christliche Ikonographie«, Übung vor Originalen im Museum Schnütgen (SoSe 20, WiSe 20/21) | Ruhr-Universität Bochum, Kunstgeschichtliche Institut | Christina Clever-Kümper
- »Museumsbesuche im sprachsensiblen Unterricht«, zwei Sitzung des Seminars »Kulturelles und ästhetisches Lernen im sprachsensiblen Unterricht« (SoSe 20) | Universität zu Köln, Mercator-Institut für Sprachförderung und Deutsch als Zweitsprache | Dominik Fasel
- »Kulturvermittlung digital« Universität zu Köln, Lehrstuhl Public History | Seminar »Kulturvermittlung digital« (SoSe 20) | Dr. Matthias Hamann
- »Kunstvermittlung und Kulturmanagement« Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf | Mentoring @KuK. Mentoring-Netzwerk des Masterstudiengangs »Kunstvermittlung und Kulturmanagement«. Engagement als Mentor: Dr. Matthias Hamann
- »Museumskunde und -didaktik am Beispiel archäologischer Museen« (WiSe 19/20) | Universität zu Köln, Archäologisches Institut | Dr. Kathrin Jaschke
- »Weltentdeckung und Weltliteratur – Komparatistik im Museum« (WiSe 20/21) | Universität zu Köln, Juniorprofessur Komparatistik | Peter Mesenhöller
- »Kunstvermittlung mit Musik: Vertonen von Bildern«, Praxisseminar (SoSe 20) | Universität zu Köln, Institut für Musikpädagogik | Dr. Stephanie Sonntag und Dr. Stefanie Rogg

## Anlage 9: interne Informationsveranstaltungen (wissenschaftlich und methodisch)

### museumsübergreifend

- »Einfach ins Museum – leicht verständliche Kunst- und Kulturführungen«
- Vermittlungsarbeit im Projekt »museenkoeln IN DER BOX«

### Kölnisches Stadtmuseum

- »50 JOHR BLÄCK FÖÖSS. Die Jubiläumsausstellung«

### MAKK Museum für Angewandte Kunst Köln

- Vermittlungsangebot »MAKKintro«
- Vermittlungsangebot »Flagge zeigen. Dem Kunststoff auf der Spur«

- »Hans Kotter / Licht – Farbe – Raum«
- »Design Gruppe Pentagon«
- »Künstlerblick. Clemens, Sigmund & Siecaup. 100 Jahre Sammlung Clemens«
- »Hélène Binet – Das Echo von Träumen. Gottfried Böhm zum 100. Geburtstag«

#### **Museum für Ostasiatische Kunst**

- »Kunst auf Lager«
- »Handelsgut global«

#### **Museum Ludwig**

- »Blinky Palermo. Die gesamten Editionen. Schenkung Ulrich Reininghaus«
- »Stille Ruinen. F. A. Oppenheim fotografiert die Antike«
- »Mapping the Collection«
- »Joachim Brohm. Ruhrlandschaften«
- »Einführung in ein neues Führungsthema: Ludwigs kleine Pflanzenkunde«
- »Russische Avantgarde im Museum Ludwig – Original und Fälschung«
- »Sisi privat. Die Fotoalben der Kaiserin«

#### **Museum Schnütgen**

- »Arnt der Bilderschneider – Meister der beseelten Skulpturen«

#### **NS-Dokumentationszentrum**

- Vermittlungsangebot »Die Südstadtführung – Unangepasste Jugend in Köln«

#### **Rautenstrauch-Joest-Museum**

- Einführung in den Themenbereich »Provenienzforschung« (Teil I: Geschichte und Methoden)
- »Die Schatten der Dinge #1«

#### **Römisch-Germanisches Museum**

- »Das Archäologische Jahr 2019«
- Vermittlungsangebot »Rund um den Roncalliplatz«

## **Anlage 10: Teilnahmen an Tagungen und externe Informationsveranstaltungen, Gremienarbeit**

- *Einstieg in die Webinar-Arbeit* | BKJ | 9. 11. | Teiln.: Christina Clever-Kümper
- *Konkrete Tools und ihre Funktionalität* | BKJ | 10. 11. | Teiln.: Christina Clever-Kümper
- *Mittendrin! Museale Vermittlung in und mit dem digitalen Raum, Jahrestagung des Bundesverbandes Museumspädagogik e. V.* | Bundesverbandes Museumspädagogik e. V. | online | 4. 12. | Teiln.: Christina Clever-Kümper, Dominik Fasel, Dr. Marion Hesse-Zwillus, Dr. Kathrin Jaschke, Ipek Sirena Krutsch, Caroline Stegmann-Rennert
- *Austauschtreffen Vielfalt in der Kultur* | Stadt Köln | 30. 1. | Teiln.: Dominik Fasel und Dr. Marion Hesse-Zwillus
- *Inklusives Museum: Das neue Leitbild des Historischen Museum Frankfurt* | kubia | online | 21. 4. | Teiln.: Dominik Fasel
- *Arbeitskreis Diversity* | Stadt Köln | 31. 1. und 2. 10. | Teiln.: Dominik Fasel
- *Religion im Museum. Kulturelles Handeln moderieren* | Museumsakademie Joanneum | online | 19. – 20. 10. | Teiln.: Dominik Fasel



- [Einstieg in die Webinar-Arbeit](#) | mehr als lernen e.V. | online | 3. 11. | Teiln.: Dominik Fasel
- [Praxistag Globales Lernen/BNE 2020 »Grenzen verstehen – Vielfalt Raum geben im Museum«](#) | Bündnis Eine Welt Schleswig-Holstein | online | 9. 11. | Teiln.: Dominik Fasel
- [Online-Seminare strukturieren, Lerntypen & Methodenmix](#) | mehr als lernen e.V. | online | 23. 11. | Teiln.: Dominik Fasel
- [Vorstandssitzungen des BVMP und des LVMP NRW e. V.](#) | div. Termine | Dr. Matthias Hamann
- [Forschungs- und Tagungsreihe sowie Arbeitstreffen »Future Museum«](#) | Fraunhofer IAO, Stuttgart, MUSEUM BOOSTER, Wien | online | div. Termine | Teiln.: Martin Hegel
- [Culture Community Workshop NFDI4Culture der DFG](#) | online | 9. 9. | Teiln.: Martin Hegel
- [Projektmanagement für erfahrene Projektleitende](#) | Personal- und Verwaltungsmanagement der Stadt Köln | online | 17.–18.11. | Teiln.: Martin Hegel
- [Sind alle da? Entwicklung partizipativer und inklusiver Angebote in Kunst und Kultur](#) | kuba | 20. 8. | Teiln.: Dr. Marion Hesse-Zwillus
- [Planung und Organisation von größeren Onlineveranstaltungen](#) | ba – Bundesakademie für Kulturelle Bildung Wolfenbüttel | online | 25. 8. | Teiln.: Dr. Marion Hesse-Zwillus
- [Stadtarbeitsgemeinschaft Behindertenpolitik](#) | Stadt Köln | div. Termine | Teiln.: Dr. Marion Hesse-Zwillus
- [Kultur für alle? Kultur mit allen! Milieuübergreifende kulturelle Bildungskonzepte](#) | kubi-online | online | 30.11.–1.12. | Teiln.: Dominik Fasel
- [Herbsttagung](#) | Deutscher Museumsbund, Arbeitskreis Presse- und Öffentlichkeitsarbeit | online | 20. 11. | Teiln.: Marie-Luise Höfling
- [Archäologie im Rheinland](#) | Rheinisches Landesmuseum Bonn | 2.–3. 2. | Teiln.: Dr. Kathrin Jaschke
- [Dramatisierung von Texten, Gedichten, Märchen – vom Kreativen Schreiben zur Kreativen Aktion](#) | EAG & FPI, Hückeswagen | 27. 2. – 1. 3. | Teiln.: Susanne Kieselstein
- [Impulscoaching](#) | KOBI Dortmund | 31. 8.–4. 9. | Teiln.: Susanne Kieselstein
- [Kreative Schreibwerkstätten für Menschen unterschiedlicher kognitiver Voraussetzungen](#) | kuba | 5. 11. | Teiln.: Susanne Kieselstein
- [StadtRäume – Kulturgeschichtliche Annäherungen an die Zwischenkriegszeit im Rheinland \(und Europa\)](#) | Thomas-Morus-Akademie | 10.–12. 7. | Teiln.: Ipek Sirena Krutsch
- [Einstieg in Video-Besprechungen](#) | BKJ | online | 5. 11 | Teiln.: Ipek Sirena Krutsch
- [Besprechungen, Diskussionen und Abstimmungen moderieren](#) | BKJ | online | 12. 11. | Teiln.: Ipek Sirena Krutsch
- [Partnerschaft für Demokratie Köln](#) | Demokratie Leben | 26. 2. | Teiln.: Dr. Dirk Lukaßen
- [Beiratssitzung](#) | Theater ImPuls, Köln-Porz | 26. 2. | Teiln.: Dr. Dirk Lukaßen
- [Let's GIM – Generationen im Museum](#) | GIM | online | 16. 6. | Teiln.: Caroline Stegmann-Rennert
- [Kreative Angebote für Menschen mit Demenz und Einwanderungsgeschichte](#) | Düsseldorf | 18. 9. | Teiln.: Caroline Stegmann-Rennert
- [5. Fachtagung Kunst- und Kulturpädagogik](#) | online | 26. 11. | Teiln.: Caroline Stegmann-Rennert
- [Kongruente Kommunikation](#) | Stadt Köln | 11.–12. 2. | Teiln.: Angelika von Tomaszewski
- [Adäquat auf Rassismus reagieren](#) | NS-Dokumentationszentrum Info- und Bildungsstelle gegen Rechtsextremismus (ibs) | 13. 2. + 18. 2. | Teiln.: Angelika von Tomaszewski
- [Warum Kultur auf YouTube fehlt und es mehr Erklärvideos dazu geben sollte](#) | Kultur Management Network | 1. 12. | Teiln.: Angelika von Tomaszewski

## Anlage 11: Publikationen und Redaktionsarbeit

### Eigene Publikationsreihen

- Matthias Hamann (Hrsg.), Andrea Imig und Ipek Sirena Krutsch (Red.): Zeit für uns. Mitmach-Heft für Kinder und Familien, Sommer 2020.
- id.: museenkoeln – Führungen und Kurse, Tertialprogramm Mai – Aug. 2020 (coronabedingt nur 1 Ausgabe erschienen).
- id.: museenkoeln – Führungen und Kurse, Monatsprogramme Sep – Dez. 2020
- id.: museenkoeln – Kinderprogramm Jan. – Aug. 2020.
- Matthias Hamann (Hrsg.) und Marie-Luise Höfling (Red.): »museenkoeln – Das Magazin«, 1 / 2020 (Thema Energie) und »museenkoeln – Das Magazin«, 2 / 2020 (Thema Metropole).

### Wissenschaftliche Beiträge, Buchpublikationen und Kurzführer

- Christina Clever-Kümper u. a., Museum multisensual – Ausstellung als Event: Herausforderungen der Museumsarbeit in der Erlebnisgesellschaft, in: Steffen Ronft (Hrsg.), Eventpsychologie, Berlin: Springer, 2020, S. 819 – 843.
- Matthias Hamann, Julia Müller: Keine großen Worte – das Outreachkonzept des Museumsdienst Köln, in: Tilman Fischer (Hrsg.): Erbe und Auftrag 2.0. 175 Jahre Rheinische Musikschule Köln, Köln 2020, S. 177 – 182
- Kathrin Jaschke u. a.: Auf Achse mit den Römern. Reisen in römischer Zeit, Führer und Schriften des LVR-Archäologischen Parks Xanten 25, Oppenheim 2020.
- Susanne Kieselstein: Die Metropole kommt ins Rollen, in: Stadt Köln (Hrsg.): museenkoeln – Das Magazin, 2 / 2020, S. 50 – 52.
- Ipek Sirena Krutsch u. a.: Kölnisches Stadtmuseum. Mit den Bläck Fööss in Kölle op Jöck, Köln 2020
- Ipek Sirena Krutsch (Korr. und Lektorat): Begleitheft »Köln 1945. Alltag in Trümmern« für das Kölnische Stadtmuseum, Köln 2020
- Ipek Sirena Krutsch (Korr. und Lektorat): Türkisches Begleitheft »Bon Voyage, Signac!« für das Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud, Köln 2020
- Dirk Lukaßen: Das Bild als Gedächtnis. Zum Stellenwert historischer Fotoüberlieferung in der Gedenkstättenarbeit, in: Klaus Ceynowa, Barbara Schneider-Kempf und Frank Scholze (Hrsg.): Zeitschrift für Bibliothekswesen und Bibliographie, Band 67, Heft 5 / 6 (2020): Bildquellen im Fokus – Die Vermittlung fotografischer Sammlungen in Gedächtniseinrichtungen, S. 284 – 301.
- Julia Müller: Impuls: Keine großen Worte – das Outreachkonzept des Museumsdienstes Köln, in: Standbein Spielbein, 113 / 2020, S. 58 – 59.
- Julia Müller: Das Outreach-Projekt museenkoeln IN DER BOX. Aufsuchende Vermittlungsarbeit des Museumsdienstes Köln, in: Rheininform – Informationen für rheinische Museen, 2 / 2020, S. 18 – 21.
- Eva Schwering: Flagge zeigen! Ein neuer Schulworkshop von MAKKfuture, in: Der Overstolze. Mitteilungsblatt der Overstolzengesellschaft, Nr. 26, Köln 2020, S. 20 – 21.
- Eva Schwering: Das MAKK in den Zeiten von Corona, in: Der Overstolze. Mitteilungsblatt der Overstolzengesellschaft, Nr. 27, Köln 2020, S. 16.
- Stephanie Sonntag u. a. (Hrsg.): Meisterwerke aus dem Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud. Das Buch zur Sammlung, Köln 2020.
- Stephanie Sonntag (Hrsg.): Poesie der See, Begleitheft für Kinder (Wallraf Junior), Köln 2020.

### Audio / Augmented Reality / Download-Material / Filme / Games / Webpublikationen (19)

- Christina Clever-Kümper: Ganz schön viel Gewusel! Arnts Gehilfe berichtet über den Georgsaltar seines Meisters (Film) | Skript und Betretung
- Christina Clever-Kümper: Paula Print im Museum Schnütgen: Die bunten Vögel aus Glas | Film | Skript und Umsetzung



- Christina Clever-Kümper und Kim Mildebrath: 360-Grad-Rundgang Museum Schnütgen (AR) | Skript, Betreuung und Umsetzung
- Christina Clever-Kümper und Timo Grubig: Zähne, Krallen, Achterbahn: So zeichnest du deinen Drachen aus dem Mittelalter (Film) | Skript, Betreuung und Umsetzung
- Marie-Luise Höfling: Alles anders seit Corona? museenkoeln im Gespräch | Audio | Konzept und Moderation
- Dr. Andrea Imig: Arbeiten am Relaunch der Kinderwebseite MAKK (Web) | Contenterstellung und Redaktion
- Dr. Kathrin Jaschke: Bunte Bänder. Weben wie die Römer | Film | Skript, Betreuung und Umsetzung
- Dr. Kathrin Jaschke: Paula Print im Römisch-Germanischen Museum: Tunika basteln für dein Stofftier | Film | Skript und Umsetzung
- Ipek Sirena Krutsch: Mit Brief und Siegel. Mittelalterliche Siegel selbst herstellen | Film | Skript und Umsetzung
- Ipek Sirena Krutsch: Spiele-App für die Bläck Fööss-Ausstellung des Kölnischen Stadtmuseums | Game | Konzeption und Contenterstellung
- Ipek Sirena Krutsch: KSM Heimspiel. Die Gummiwarenfabrik Clouth in Köln-Nippes | Film | Mitarbeit
- Ipek Sirena Krutsch: KSM Heimspiel. Müller-Aap | Film | Mitarbeit
- Ipek Sirena Krutsch mit Jens Börnicke: Kölnisches Stadtmuseum. Bye, bye 50 Jahr Bläck Fööss: Ein Stop-Motion-Video mit Playmobilfiguren | Film | Skript und Umsetzung
- Ipek Sirena Krutsch: Kölnisches Stadtmuseum. 50 Jahr Bläck Fööss | Live-Führung online | Konzept und Umsetzung
- Ipek Sirena Krutsch: Kölnisches Stadtmuseum. Hinger d'r Britz im Hänneschen Theater | Live-Führung online | Konzept und Umsetzung
- Eva Schwering: Stop-Trick: Movie Makers (Film) | Skript und Umsetzung
- Eva Schwering: Design kann man begreifen (Film) | Skript und Umsetzung
- Caroline Stegmann-Rennert: Beiträge für das Bild der Woche auf museenkoeln
- Caroline Stegmann-Rennert: Paula Print im MOK (Film) | Skript und Umsetzung
- Caroline Stegmann-Rennert: Auf weißem Gold – Porzellanmalerei im chinesischen Stil (Film) | Skript und Umsetzung
- Angelika von Tomaszewski: Kunst mit Struktur: Arbeiten wie der Künstler Max Ernst | Film | Skript und Umsetzung
- Dr. Stephanie Sonntag: Paula Print im Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud: Poesie der See | Film | Skript, Betreuung und Umsetzung

### **Ausstellungsbeschriftung / Texte / Begleit- und Unterrichtsmaterialien (inkl. Downloadmaterial) 18**

- Björn Föll und Angelika von Tomaszewski: 2D>3D>2D> Kunst in neuer Dimension | PDF | Contenterstellung und Redaktion
- Christina Clever-Kümper: Fabelhafte Fabelwesen | PDF | Konzept, Text und Bildbearbeitung
- Christina Clever-Kümper: Sonderausstellung, Arnt der Bilderschneider – Meister der beseelten Skulpturen | Begleitheft | Contenterstellung und Redaktion
- Dominik Fasel: Deutsch-türkisches Unterrichtsmaterial für Lehrkräfte im RJM | PDF | Koordination und Redaktion
- Dr. Andrea Imig: Rallye zur Design-Abteilung im MAKK | Begleitheft | Contenterstellung, Koordination und Redaktion
- Dr. Andrea Imig und Ipek Sireka Krutsch (Red.): museenkoeln – Zeit für uns. Mitmach-Heft für Familien zu den städtischen Museen Kölns (deutsch und türkisch) | Begleitheft und PDF | Contenterstellung und Redaktion

- Dr. Andrea Imig, Susanne Kieselstein und Julia Müller: Wenn die Kunst kommt... Methodensammlung zur Auseinandersetzung mit Kunstwerken der arthotek – Raum für junge Kunst im Klassenraum | PDF | Contenterstellung und Redaktion
- Susanne Kieselstein: Kreatives Schreiben digital. Anregungen zu sechs Werken aus den Kölner Museen | PDF | Contenterstellung und Redaktion
- Dr. Kathrin Jaschke: Archäologie im Herzen der Stadt | PDF | Konzept und Umsetzung
- Susanne Kieselstein: Methodenheft zu Werken der arthotek für die Primarstufe | PDF | Contenterstellung und Redaktion
- Julia Müller: Schulaufgaben für alle Museen | PDF | Konzeption, Betreuung und Umsetzung
- Eva Schwering: Guten Appetit! Essen, Trinken und Feste feiern | PDF | Contenterstellung
- Eva Schwering: Flagge zeigen. Dem Kunststoff auf der Spur | PDF | Contenterstellung
- Eva Schwering: Mit den »10 Minuten Stühlen« on Tour | PDF | Contenterstellung
- Eva Schwering: Guten Appetit! Essen, Trinken und Feste feiern | PDF | Contenterstellung
- Stephanie Sonntag: Bon Voyage, Signac! Eine impressionistische Reise durch die eigene Sammlung | Ausstellungstexte | Contenterstellung
- Stephanie Sonntag: Bon Voyage, Signac! Eine impressionistische Reise durch die eigene Sammlung | Begleitheft | Contenterstellung
- Caroline Stegmann-Rennert: Kulturtrip nach China und Japan – Stationenlernen im MOK | PDF | Contenterstellung
- Angelika von Tomaszewski (Red.): Glossar zu »Mapping the Collection« | Begleitheft | Redaktion
- Angelika von Tomaszewski (Red.): »Andy Warhol Now« | Begleitheft | Contenterstellung
- Angelika von Tomaszewski: Timeline zu »Andy Warhol Now« | Ausstellungstexte | Contenterstellung

### **Hands On Materialien, Kreativräume**

- Museumsübergreifend | Beratung zu multisensorischen Hands-on-Materialien für die städtischen Kunstmuseen | Zielgruppe: MD
- Museumsübergreifend | museenkoeln IN DER BOX. Modulare Ausstellung und Hands On Material zum Thema »Zusammen Wohnen« | Zielgruppe: Kinder, Jugendliche und Erwachsene in den Kölner Sozialräumen
- Museumsübergreifend | Museumstasche. Materialien für partizipative Besuche in historischen Museum | Zielgruppe: div. Zielgruppen
- Museumsübergreifend | Tastobjekte, Tourguide-Systeme, Rollstühle und andere Materialien für die inklusive Vermittlungsarbeit in den Kunstmuseen | Zielgruppe: Menschen mit Behinderungen
- Outreach | Mit den »10 Minuten Stühlen« on Tour, Koffer mit Hands-on Material für das MAKK | Zielgruppe: ab Sekundarstufe II
- Kölnisches Stadtmuseum | Köln 1945. Die Denk-Werkstatt. Materialien und Labor zur Ausstellung »Köln 1945: Alltag in Trümmern« | Zielgruppe: Sekundarstufe I&II
- MAKK | Materialien zum Vermittlungsangebot »Flagge zeigen. Dem Kunststoff auf der Spur« | Zielgruppe: ab Klasse 8
- Museum Schnütgen und Rautenstrauch-Joest-Museum | Einrichtung einer Schattenspielbühne | Zielgruppe: Kinder und Jugendliche



## Anlage 12: Ausstellungen

- Kölnisches Stadtmuseum | Köln an der Seine / Köln am Rhein (24. 8. 2019 – 26. 1. 2020) | 50 Jahr Bläck Fööss (5. 5. – 27. 9. 2020) | Köln 1945. Alltag in Trümmern (7. 11. 2020 – 18. 4. 2021)
- MAKK | Norman Seeff: The Look of Sound (13. 9. 2019 – 8. 3. 2020) | Begreifbare Baukunst (13. 1. – 9. 2. 2020) | Design Gruppe Pentagon (13. 1. – 14. 6. 2020) | Hans Kotter: Licht-Farbe-Raum (11. 3. – 26. 4. 2020) | Künstlerblick. Clemens, Sigmund + Siecaup (6. 5. – 27. 9. 2020) | Hélène Binet – das Echo vom Träumen (23. 10. 2020 – 28. 3. 2021)
- Museum Ludwig | HIER UND JETZT im Museum Ludwig. Transcorporealities (21. 9. 2019 – 19. 1. 2020) | Lucia Moholy. Fotogeschichte schreiben (12. 10. 2019 – 2. 2. 2020) | Wade Guyton (16. 11. 2019 – 1. 3. 2020) | Blinky Palermo (18. 1. – 3. 5. 2020) | Stille Ruinen. F. A. Oppenheim fotografiert die Antike (15. 2. – 14. 6.) | HIER UND JETZT im Museum Ludwig – Dynamische Räume (6. 6. – 30. 8.) | Mapping the Collection (19. 6. – 11. 10.) | Joachim Brohm Ruhrlandschaften (27. 6. – 27. 9.) | Russische Avantgarde im Museum Ludwig (26. 9. 2020 – 7. 2. 2021) | Sisi privat (24. 10. 2020 – 21. 2. 2021) | Andy Warhol Now (12. 12. 2020 – 18. 4. 2021)
- Museum Schnütgen | Skulptur im Blick der Kamera (9. 11. 2019 – 16. 2. 2020) | Arnt der Bilderschneider (25. 6. – 20. 9. 2020)
- Museum für Ostasiatische Kunst | Trunken an Nüchternheit (13. 11. 2019 – 16. 8. 2020)
- NS-Dokumentationszentrum | Vergiss deinen Namen nicht – Die Kinder von Auschwitz (15. 9. 2019 – 23. 2. 2020) | Kriegsenden in Köln (6. 3. – 9. 8. 2020) | Die IG-Farben und das KZ Buna Monowitz (13. 3. – 24. 5. 2020) | Das kurze Leben des Felix Nußbaum (4. 6. – 9. 8. 2020) | Das Reichsarbeitsministerium 1933 – 1945 (21. 8. – 25. 10. 2020) | Einige waren Nachbarn (13. 11. 2020 – 28. 2. 2021)
- Rautenstrauch-Joest-Museum – Kulturen der Welt | Heilige und Asketen (11. 10. 2019 – 16. 2. 2020) | Die Baustelle (7. 12. 2019 – 23. 10. 2020) | Die Schatten der Dinge (11. 9. 2019 – 11. 4. 2021) | Resist! Die Kunst des Widerstands (27. 11. 2020 – 11. 7. 2021)
- Römisch-Germanisches Museum | keine Sonderausstellungen
- Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud | 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) | Poesie der See. Niederländische Marinemalerei aus dem 17. Jahrhundert (27. 3. 2020 – 11. 4. 2021) | Carlo Carlone. Ölskizzen aus der Zeit des Rokoko (27. 3. – 6. 9.) | Amor ist ewig – Trilogie I: Liebeslektüre zur Rubenszeit (14. 2. – 31. 5.) | Liebe am Abgrund – Trilogie II: Edvard Munch, Max Klinger und das Drama der Geschlechter (19. 6. – 20. 9.)
- Artothek | Lisa Busche, TOLERANTE (16. 1. – 22. 2.) | Alfons Knogl / Lukas Schmenger, ULTRA (5. 3. – 13. 6.) | Johannes Specks, BOMBOGENESE (2. 7. – 22. 8.) | Brigitte Dunkel, B. D. MEMORIAL FOR E. S., (3. 9. – 17. 10.) | Sonderausstellung von 12 Werken aus der Sammlung der artothek im Atrium des Historischen Rathauses (26. 8. – 2. 11.)

## Team (Stand 31. 12. 2020)

### Direktion

Dr. Matthias Hamann (Direktor)  
Karin Rottmann (Stv. Direktorin; bis 31. 5. 2020)  
Jürgen Hoop (Sekretariat)  
Dr. Manuela Spilker (Feedbackmanagement)

### Museumspädagogik und übergreifende Kunst- und Kulturelle Bildung

Christina Clever-Kümper M. A. (Ltg. Kunstvermittlung am Museum Schnütgen)  
Dominik Fasel (Ltg. Programme Diversität und Museum)  
Dr. Marion Hesse-Zwillus (Ltg. Programme Inklusion und Museum)  
Dr. Andrea Imig (Ltg. Museum und Outreach)  
Dr. Kathrin Jaschke (Ltg. Bildung und Vermittlung am Römisch-Germanischen Museum)  
Dipl.-Päd. Susanne Kieselstein (Ltg. Projekte Kooperationsbereich Kulturelle Bildung, Begleitung artothek, Kreatives Schreiben)  
Ipek Sirena Krutsch (Ltg. Bildung und Vermittlung am Kölnischen Stadtmuseum)  
Dr. Dirk Lukaßen (Ltg. Bildung und Vermittlung am NS- Dokumentationszentrum)  
Peter Mesenhöller (Ltg. Bildung und Vermittlung am Rautenstrauch-Joest-Museum)  
Dipl.-Päd. Julia Müller (Schulprogramme und Museum kreativ)  
Karin Rottmann (Ltg. Schulprogramme und Museum kreativ; bis 31. 5. 2020)  
Eva Schwering M. A. (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)  
Andrea Hocke (Besucherservice, Sachbearbeitung Erwachsenenangebote)  
Birte Klarzyk (Besucherservice, Sachbearbeitung NS-DOK)  
Regina Kühnelt (Besucherservice, Sachbearbeitung Schulangebote)  
Melanie Krauß (Besucherservice, Sachbearbeitung Erwachsenenangebote, Back Office)  
Tim Vermynen (Besucherservice, Sachbearbeitung Museum kreativ)  
Dr. Lena Weber (Medien- und Öffentlichkeitsarbeit, Social Media, Events)

### Verwaltung

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

### Shared Services

Marcus Drexelius (IT Services)  
Karin Hoffsummer (Datenschutz)  
Volker Macherauch (Vergabe und Beschaffung)

### 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\*innen 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 Pfungsthorn | 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 Shôno-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

### Abkürzungsverzeichnis

AZ Archäologische Zone / Praetorium	MiQua LVR-Jüdisches Museum im Archäologischen Quartier Köln
BFMF Begegnungs- und Fortbildungszentrum muslimischer Frauen e. V.	ML Museum Ludwig
BNE Bildung für nachhaltige Entwicklung	MOK Museum für Ostasiatische Kunst
BpB Bundeszentrale für Politische Bildung	MS Museum Schnütgen
BVMP Bundesverband Museumspädagogik e. V.	NS-DOK NS Dokumentationszentrum
B2B Business to Business	Red. Redaktion
B2C Business to Customer DMB Deutscher Museumsbund	RGM Römisch-Germanisches Museum
DMB Deutscher Museumsbund	RJM Rautenstrauch-Joest-Museum – Kulturen der Welt
KKM Käthe Kollwitz Museum	RVK Regionalverkehr Köln GmbH
KSM Kölnisches Stadtmuseum	SA Sonderausstellung
KTM KölnTourismus GmbH	TN Teilnehmerinnen und Teilnehmer
LVMP Landesverband Museumspädagogik NRW e. V.	WRM Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud
LVR Landschaftsverband Rheinland	ZfL Zentrum für LehrerInnenbildung der Universität Köln
MAKK Museum für Angewandte Kunst Köln	ZfsL Zentrum für außerschulische Lehrerausbildung
MD Museumsdienst Köln	ZMI Zentrum für Mehrsprachigkeit und Integration