

Jahresbericht 2014

Zahlen, Programme, Projekte



Der Jahresbericht ist dreigeteilt. Der Überblick fungiert als Executive Summary für den eiligen Leser (S. 4–6). Die detaillierten Ausführungen im zweiten Teil (S. 7–35) dienen der inhaltlich tiefergehenden Analyse von Strategien, Programmen und Projekten des Muse-umsdienstes und seines Fördervereins. Den abschließenden dritten Teil bildet der Anhang mit Einzeldaten und Statistiken (S. 36–55).

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

Jahresbericht 2014

Zahlen, Programme, Projekte

1. Jahresbericht – Überblick

Profil

Die fünf Säulen musealer Arbeit sind Sammeln, Bewahren, Forschen, Ausstellen und Vermitteln. Das Vermitteln steht in Köln seit 50 Jahren gleichberechtigt neben den anderen Aufgaben. 1965 wurde dafür eine eigene Institution gegründet. Seither leistet der Museumsdienst Museumspädagogik für die Museen der Stadt Köln.

Seine wissenschaftlichen Mitarbeiter entwickeln Programme für alle, die ins Museum kommen. Das Hauptgewicht der Arbeit liegt bei Schulen aller Art. Teil des Museumsdienstes ist die Museumsschule. In dieser gemeinsamen Einrichtung der Stadt Köln und der Bezirksregierung unterrichten Lehrkräfte direkt am außerschulischen Lernort Museum.

Weitere Ziele der persönlichen, medial gestützten und kreativen Vermittlung sind Themen für Familien, Programme des lebenslangen Lernens und Projekte, die der gesellschaftlichen Vielfalt Rechnung tragen. Besucher unterschiedlicher Herkunft sollen mit Kunst und Kultur vertraut werden und ihre Relevanz für die Gesellschaft von heute erleben.

Der anhaltende Erfolg des Museumsdienstes ist der Verbindung von Vermittlung und Kulturmarketing zu verdanken, ein in der Kulturellen Bildung neuer Ansatz. Der Museumsdienst kann dies verknüpfen, denn er verantwortet zugleich Kommunikation und Marketing für den Kölner Museumsstandort. Dazu gehören Fragen der Besucherorientierung.

Alle Leistungen dienen den Museen der Stadt Köln. Punktuell kommt es zur Zusammenarbeit mit Institutionen in anderer Trägerschaft. Als Teil des Dezernats für Kunst und Kultur erfüllt der Museumsdienst weitere Aufgaben der Kulturellen Bildung und begleitet übergreifende Vermittlungs- und Kommunikationsmaßnahmen.

Kennzahlen 2014

- 26 feste Mitarbeiter (unverändert)
- 135 freie Mitarbeiter (2013: 137)
- 8 Lehrkräfte in der Museumsschule (unverändert)
- 2014: 7.836 Veranstaltungen (2013: 7.623)
- 146.326 betreute Gäste (2013: 146.832)
- 10 projektorientierte Schulpartnerschaften (2013: 12; 2012: 10)
- € 110.000 Drittmittel durch Anzeigenakquise, Fundraising und Sponsoring (2013: € 126.000; 2012: € 65.000)

Schwerpunkte 2014 – Bildung und Vermittlung

Der Erfolg des Museumsdienstes ist seit Jahren stabil und steigend. Wie im Vorjahr nutzten 15 % der Besucher 2014 ein Angebot des Museumsdienstes – 2001 waren es lediglich 6 %. Inhalte und Kommunikationswege treffen offenbar das Interesse des Publikums. Der Erfolg bemisst sich aber nicht nur in Besucherzahlen. Andere Indikatoren wie Erwähnungen in der Presse, Vernetzungsgrad oder die Zahl der Publikationen weisen in die gleiche Richtung: nach oben.

Neu ist die Betreuung der artothek, die im Herbst 2014 startete. Ziel wird die Erschließung der Einrichtung für die Zielgruppe Kindergärten und Schulen sein. Im Kölnischen Stadtmuseum kam es zu einer Schwerpunktsetzung für die Generation 60+. Das MAKK zeigte die Ausstellungen *Rolf Sachs: Typisch deutsch?* und *A Party for Will* zu Shakespeares 450. Geburtstag – zwei für die Zielgruppe Schule intensiv aufbereitete Themen. Im Museum für Ostasiatische Kunst konnte das Kursangebot intensiviert werden. Die Ausstellung *Paul Klee und der Ferne Osten* bot aber zugleich die Chance, Schulen in größerem Umfang anzusprechen. Das Museum Ludwig stand ganz im Zeichen von *Ludwig Goes Pop* mit umfangreichen Programmen für Schulen. Für Familien wurde das neue ART LAB auf den Weg gebracht. Die Energie der Vermittlungsarbeit im Museum Schnütgen floss in die Sonderausstellung *Die Heiligen Drei Könige*, zu der ein Förderprojekt der RheinEnergie Stiftung für Grundschulen und Familien inhaltlich betreut wurde. Die Arbeit im NS DOK konzentrierte sich auf Bildungsprogramme zu zwei Auschwitz-Ausstellungen. Im Rautenstrauch-Joest-Museum spielten Fortbildungsveranstaltungen für Multiplikatoren eine große Rolle. Aus Anlass des 40. Geburtstages des Römisch-Germanischen Museums gab es ein umfangreiches Programm zu den Sonderausstellungen und eine Neufassung der bestehenden Angebote. Unter den Ausstellungen des Wallraf-Richartz-Museums wurde *Die Kathedrale* am intensivsten bespielt. Dazu kam ein Projekt mit Jugendlichen zum Thema *Freundschaft*.

Programmatische Inhalte in den einzelnen Kultur- einrichtungen

Leitziele und Strategien des Museumsdienstes

Das Motto des Museumsdienstes lautet: *Wir machen Programm*. Leitziele sind die Vermittlungsarbeit für Jugendliche, für Familien, für Senioren und für Menschen mit Migrationshintergrund. Dahinter stehen vier Strategien: Qualitätssicherung, Audience Development, Partizipation und Empowerment. Praktisch heißt das: Entwicklung, Durchführung und Evaluierung von Events und Dauerangeboten für Familien, Sprachintegration, Partizipationsangebote für Jugendliche und Angebote für demenziell veränderte Menschen. Die Ziele prägen insbesondere die Projektarbeit.

Schwerpunkte 2014 – Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Das vielfältige Angebot der städtischen Museen wurde kontinuierlich über Pressearbeit an die wichtigsten Redaktionen im regionalen und bundesweiten Umfeld vermittelt (Pressemitteilungen, Pressekonferenzen, Bilddatenbank). Hinzu kam die aktive Themensetzung über Pressereisen und gezielte Platzierungen. Zentral gab der Museumsdienst Broschüren und Newsletter zu Ausstellungen und Veranstaltungen heraus, die sich an verschiedene Zielgruppen richteten (Reiseveranstalter, Journalisten, Erwachsene, Familien), betreute das Museumsportal www.museenkoeln.de, vertrat den Standort auf mehreren Messen und organisierte übergreifende Events. Inhaltlich bestimmten das Themenjahr *Heiliges Köln* und die Diskussion um den Markenkern Köln die Arbeit.

Schwerpunkte 2014 – Weitere kulturelle Bildung

Der Museumsdienst war in die Fortschreibung des städtischen Gesamtkonzepts *Kulturelle Bildung* in Köln eingebunden. Zu nennen sind vor allem das Projekt *Kulturrucksack NRW* (Steuerungsgruppe; Jury) und *musenkuss-koeln.de* (Arbeitsgruppe; Redaktionsteam) sowie die inhaltliche Beratung der Rhein-Energie Stiftung Kultur (Vorjury). Das Konzept *Schreibwerkstätten im musealen Kontext* wurde fortgeschrieben.

2. Schwerpunkte 2014

2.1 Bildung und Vermittlung

Den Hauptanteil hier bilden die Arbeit in den Sonderausstellungen, die permanente Fortentwicklung der Standardangebote, die Schaffung übergreifender Angebote und die Bindung von Multiplikatoren.

Kölnisches Stadtmuseum

- Veranstaltungsformate, Reihen und Fortbildungen für die Generation 60+
- Vermittlungsangebote für drei Sonderausstellungen (*drunter und drüber – Der Eigelstein; Köln in unheiligen Zeiten – die Stadt im Dreißigjährigen Krieg und Köln 1914 – Metropole im Westen*)
- Etablierung des Veranstaltungsformates: *Zeitzeugen erinnern sich*

Museum für Angewandte Kunst Köln

- Vermittlungsangebote für vier Sonderausstellungen (*Herzkammer. Die Grafische Sammlung des MAKK, Rolf Sachs: Typisch deutsch?, A Party for Will! Eine Reise in das Shakespeare-Universum und Köln 1914. Metropole im Westen*)
- Schulische Projektwochen, Besuche von Sprachintegrationsklassen, Studienseminaren und Lehrerkollegien
- Projekt *Von Venedig nach Valencia* mit abschließendem Familienfest
- Museumspädagogische Schulung des ehrenamtlichen Arbeitskreises

Museum für Ostasiatische Kunst

- Neufassung der öffentlichen Vermittlungsangebote für alle Zielgruppen mit Schwerpunkt auf kreativen Angeboten
- Vermittlungsangebote für zwei Sonderausstellungen (*Von Istanbul bis Yokohama und Vom Japonismus zu Zen. Paul Klee und der Ferne Osten*)

Museum Ludwig

- Konzeption von Vermittlungsangeboten für zwei Sonderausstellungen (*Pierre Huyghe und Ludwig goes Pop*)
- Entwicklung neuer Programme für die Sammlung
- Entwicklung des ART LAB (interaktiver Raum in der ständigen Sammlung)
- Konzeption und Durchführung von mehreren gender- bzw. sprachorientierten Schulprojekten

Museum Schnütgen

- Konzeption und Durchführung von Vermittlungsangeboten für eine Sonderausstellung (*Die Heiligen Drei Könige – Mythos, Kunst und Kult*)
- Genderorientierte und methodische Seminare für Multiplikatoren (mehrere Hochschulen; Bildungswerk muslimischer Frauen und Mädchen)

NS-Dokumentationszentrum

- Konzeption und Durchführung von Vermittlungsangeboten für zwei Sonderausstellungen zum Thema Auschwitz
- Konzeption und Durchführung des Schülergedenktagess zur Befreiung des Konzentrationslagers Auschwitz

Rautenstrauch-Joest-Museum mit JuniorMuseum

- Projektleitung und Ausstellungskonzeption zu einer Ausstellung (*Made in Oceania. Tapa – Kunst und Lebenswelten*); Ausarbeitung des Begleit- und Vermittlungsprogramms
- Studientag für Leitungskräfte von Kindertagesstätten
- Multiplikatorenfortbildungen zur Erschließung neuer Zielgruppen

Römisch-Germanisches Museum

- Veranstaltungsformate, Reihen und Fortbildungen für die Generation 60+
- Konzeption von Vermittlungsangeboten für drei Sonderausstellungen (*14 AD – Römische Herrschaft am Rhein; 40 Jahre Römisch-Germanisches Museum Köln* und *Der Berliner Skulpturenfund und Archäologie der Moderne in Köln*)
- Didaktisch-methodische Fortbildungen für Multiplikatoren
- Überarbeitung bestehender didaktischer Angebote

Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud

- Projektleitung und Ausstellungskonzeption zu *Rubens, du & ich. Freundschaftsbilder*
- Konzeption von Vermittlungsangeboten für fünf Sonderausstellungen (*Die Zeichnungen des Giulio Cesare Bedeschini, Liebermanns Rasenbleiche, Max Klinger: Opus II, Der Abklatsch: Eine Kunst für sich* und *Die Kathedrale. Romantik – Impressionismus – Moderne*)
- Konzeption und Durchführung von mehreren gender- bzw. sprachorientierten Schulprojekten
- Genderorientierte und methodische Seminare für Multiplikatoren

Museumsübergreifende Vermittlungsarbeit

- Veranstaltungsreihe LeseWelten e.V.
- Gedichtwettbewerb *lyrix* in Kooperation mit Deutschlandradio Kultur
- Projekte zur mehrsprachigen Museumslandschaft
- Fortführung der drittmittelgeförderten Projekte *KiTA ins Museum* und *OGS ins Museum* (Sal. Oppenheim Stiftung)
- Konzeption und Fundraising des Projekts *museumsbus koeln*
- Fortbildungsreihe *Museumslabor*
- Methodenseminare für Multiplikatoren und Studierende
- Entwicklung eines Programms in *Leichter Sprache* für die Kunstmuseen

Der Erfolg der Vermittlungsarbeit lässt sich an neun Parametern messen:

1. Besuchs- und Veranstaltungszahlen

2. Projektarbeit

3. Drittmittel

4. Medienpräsenz

5. Sichtbarkeit der Einrichtung

6. Nachwuchsförderung

7. Qualitätssicherung

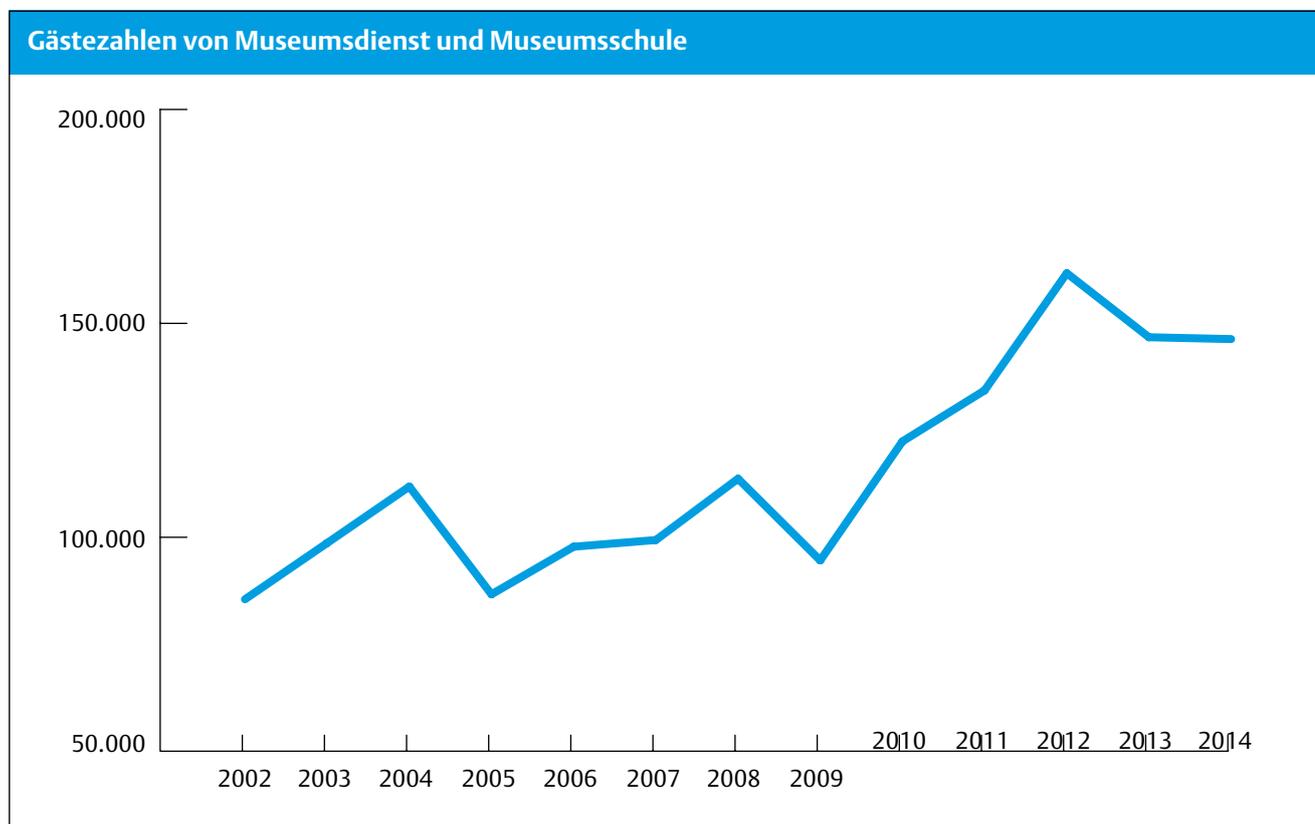
8. Publikationen

9. Kooperationen und Projekte im Bereich Kulturelle Bildung

Nachfrageorientierung und Außenkommunikation

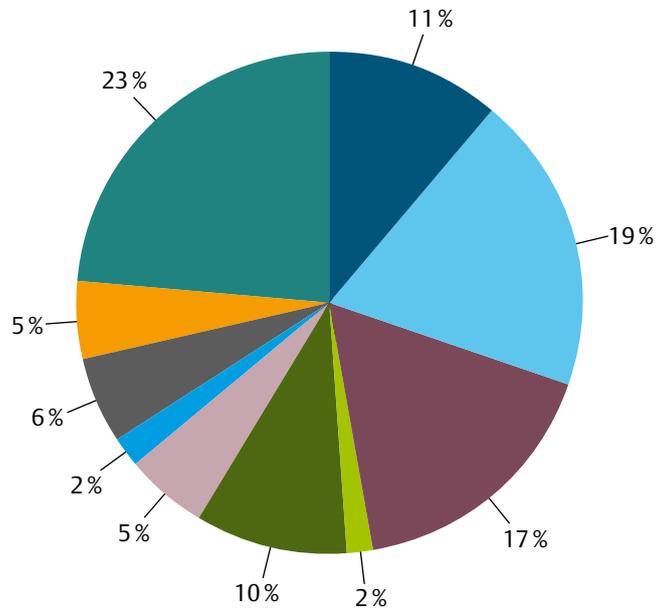
1. Besuchs- und Veranstaltungszahlen (Anlagen 1.1 und 1.2)

Die Anzahl der Besuche in den städtischen Museen blieb im Vergleich zum Vorjahr fast gleich (2014: 977.054; -0,34 %). Auch die Zahl der Gäste und Veranstaltungen von Museumsdienst und Museumsschule erreichte Vorjahresniveau (146.326; -0,35 %). Bezogen auf die Gesamtbesuchszahl der Museen der Stadt Köln hat die Vermittlung eine deutlich höhere Quote als zu Beginn des Jahrzehnts und verdoppelte sich in den letzten zwölf Jahren von 7,3 % (2002) auf knapp 15 % im letzten Jahr. Der langfristige Anstieg ist der höheren Nachfrageorientierung und der besseren Außenkommunikation zu verdanken.



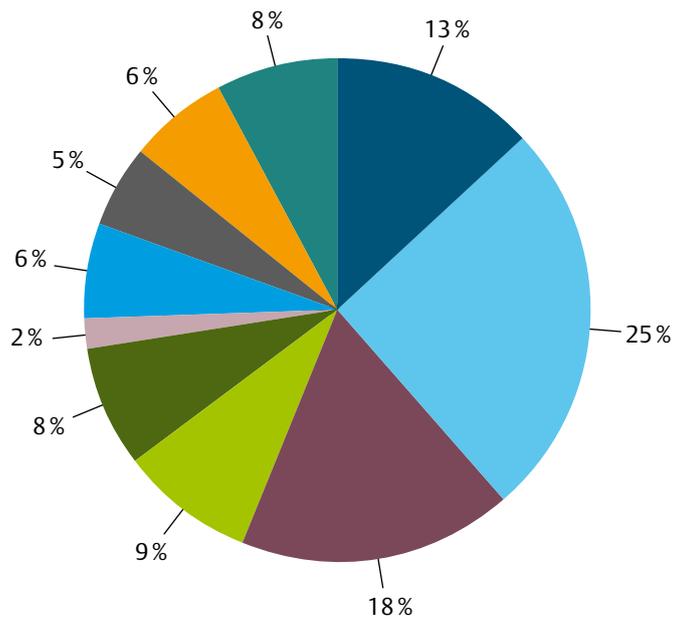
Die Verteilung der Veranstaltungen entspricht meist dem Anteil des Museums am Gesamtbesuchsaufkommen. Ausnahmen bilden das NS-Dokumentationszentrum mit einem höheren und die Archäologische Zone bzw. das Museum Ludwig mit einem niedrigeren Anteil. Im ersten Fall liegt das an der überproportionalen Nachfrage von Bildungsangeboten durch Schulklassen, im zweiten an den zahlreichen Einzelbesuchern ohne Führung oder an Gruppen mit eigenem Guide.

Gesamtverteilung der Veranstaltungen



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

Besucherzahlen der Museen



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

Drei Vermittlungsformen

Die Jahresstatistik weist drei Angebotsformen aus. Bei Führungen und Unterrichtsgesprächen (insgesamt 6.896 Veranstaltungen; 2013: 6.613) liegt das NS-Dokumentationszentrum deutlich an der Spitze, gefolgt von Römisch-Germanischem Museum und Museum Ludwig. Multiplikatorenfortbildungen konnten um 39 % wachsen (auf 139) und konzentrierten sich 2014 vor allem auf das MAKK und das Museum Ludwig. Kursangebote wie Werkstätten, Ferien- und Wochenendkurse und Kindergeburtstage umfassten insgesamt 828 Veranstaltungen (-9,9 %), wovon wiederum die meisten (520) schulisch ausgerichtet waren. Am erfolgreichsten war das Museum Ludwig, gefolgt von Römisch-Germanischem und Rautenstrauch-Joest-Museum.

Befragt man die Zahlen dieser personalen und kreativen Vermittlungsformen näher, so lassen sich Erkenntnisse über das Besucherverhalten gewinnen.

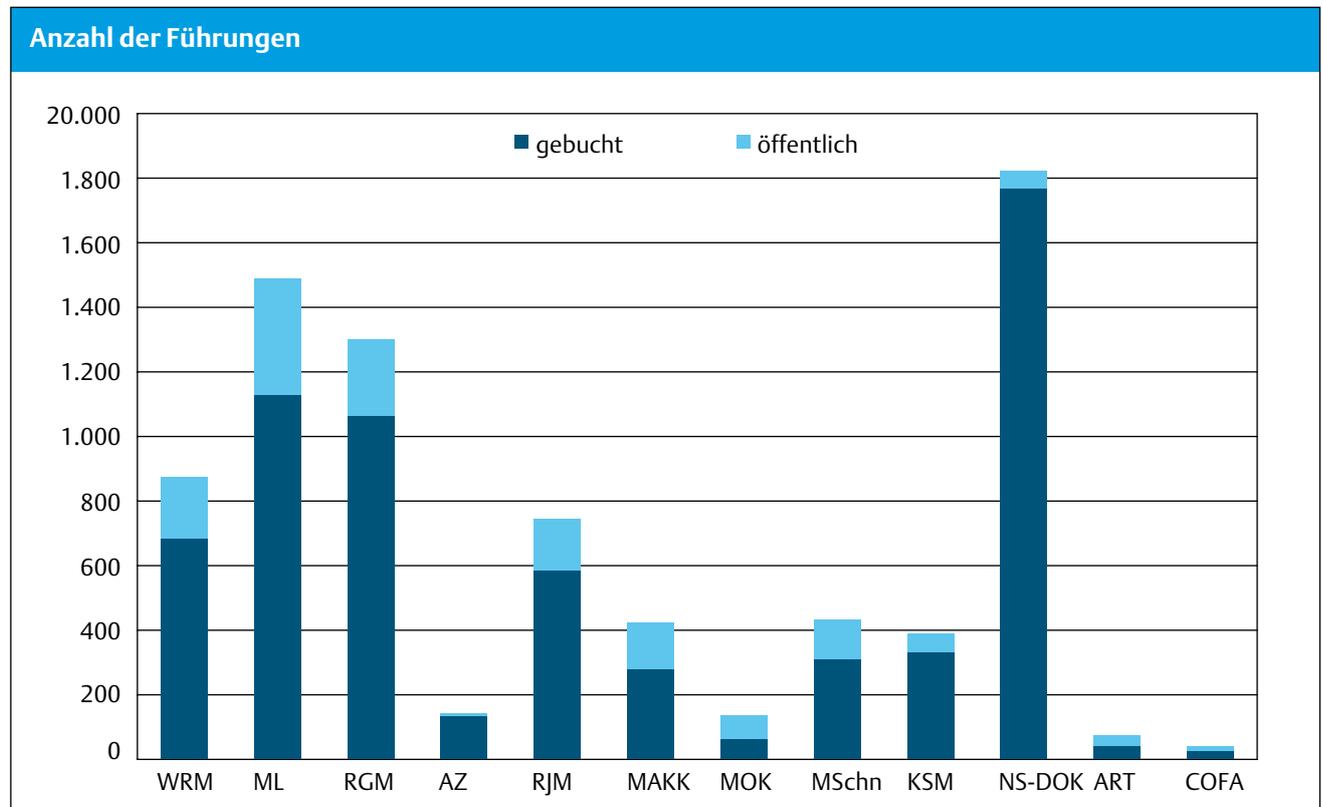
→ Programme für erwachsene Einzelbesucher und Gruppen

Rolle und Bedeutung von Führungen

Nach wie vor den größten Anteil hat die klassische Führung. Der Museumsdienst bietet für Gruppen knapp 50 Führungsthemen zu den Sammlungen und jeweils neu entwickelte Themen zu fast allen Sonderausstellungen an, die gebucht werden können. Für Individualbesucher gibt es fast jeden Tag öffentliche und kostenlose Veranstaltungen. Sie nahmen 2014 etwa 10 % des Gesamtangebots ein (2014: 736; 2013: 610). 12.736 Menschen nahmen daran teil – das sind 23,4 % mehr als 2013, was sich aus dem höheren Anteil von großen Sonderausstellungen erklärt. An Sonntagen und den einmal monatlich stattfindenden KölnTagen sind die Führungen bewusst niederschwellig gehalten. Am beliebtesten bei den Erwachsenengruppen waren die Ausstellungen *Heilige Drei Könige*, *Ludwig goes Pop* und *Die Kathedrale*.

Besondere Veranstaltungen: das Akademieprogramm

In den meisten Vermittlungsangeboten begegnen sich Erwachsene aus unterschiedlichen Generationen. Ein quantitativ kleines, qualitativ feines Segment dabei ist das kostenpflichtige Akademieprogramm. Es garantiert mit Kunstgesprächen, fremdsprachigen Führungen, Dialogsituationen, Exkursionen und Überblicksseminaren ein intensives Bildungserlebnis (2014: 76 Veranstaltungen; 2013: über 50). Eine besondere Rolle dabei spielt *Bild|Er|Leben*, bei der Studierende der Psychologie ehrenamtlich und kostenfrei in den Museen psychologische Bildbetrachtungen anbieten (Museum Schnütgen, Museum Ludwig und Wallraf-Richartz-Museum).



Kreative Kurse für Erwachsene fanden in vier verschiedenen Museen statt. Es wurden 46 (2013: 52) ein-, zwei- oder mehrteilige Kurse angeboten, von denen 33 (2013: 41) stattfanden. Im Angebot waren so unterschiedliche Kurse wie Bollywoodtanz, japanische Pinselschrift oder Gamelanmusik aus Indonesien. Insgesamt nahmen 266 Gäste an den in der Regel von Künstlern durchgeführten Kursen teil. Der Rückgang gegenüber dem Vorjahr erklärt sich aus der viermonatigen Schließungszeit des Museums für Ostasiatische Kunst, das im Kursbereich sehr beliebt ist.

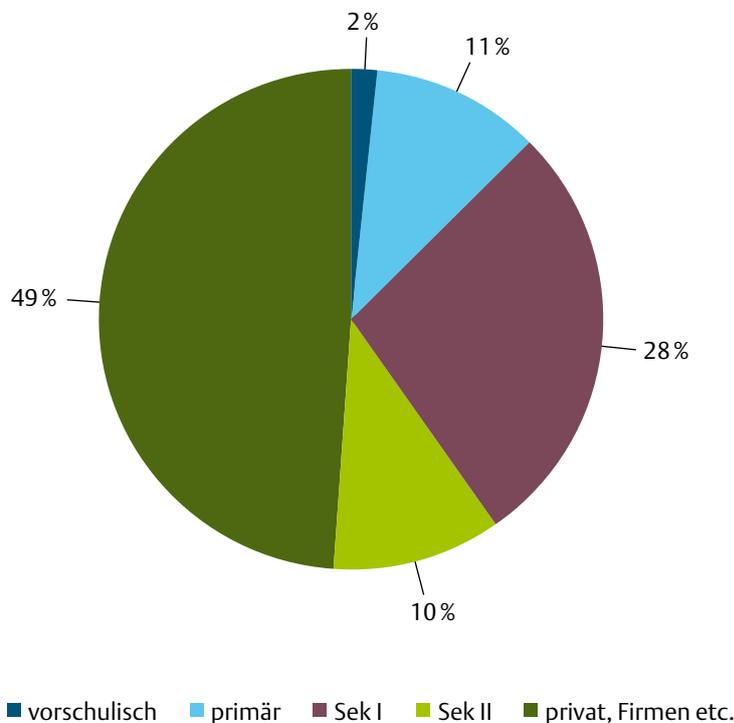
Kreative Kurse für Erwachsene

→ Angebote für Kindergärten und Schulen und Lehrkräfte bzw. Erzieher Standardangebote für Schulklassen

Die wichtigste Zielgruppe der Kulturellen Bildung im Museum sind Schulklassen. Sie sind jedoch nicht einfach zu erreichen. Angebote haben nur dann Erfolgchancen, wenn sie lehrplanrelevant sind. Zudem muss die Lehrkraft den Museumsbesuch begründen – angesichts der verkürzten Oberstufe im Gymnasium und der zunehmenden Ausweitung der Ganztagschule kein leichtes Unterfangen. Vor allem Klassen der gymnasialen Sekundarstufe II haben kaum noch Gelegenheit zum Museumsbesuch. Ausnahme: Veranstaltungen zur Vorbereitung auf das Zentralabitur.

Lehrplanrelevante Angebote für Schulklassen

Gesamtverteilung nach Zielgruppen



Ansprache unterschiedlicher Schulformen

Etwa die Hälfte aller Veranstaltungen von Museumsdienst und Museumsschule wurden von Vorschulen, Schulen oder Fach- und Hochschulen gebucht. Dabei sind die einzelnen Schultypen unterschiedlich stark vertreten. Gymnasien sind am häufigsten zu Gast, gefolgt von Grund- und Realschulen. Mit 2 % sind Kindergärten und Kindertagesstätten in etwa so stark wie in den Vorjahren. Die Kindergärten kommen nahezu alle aus Köln, reisen vereinzelt aber auch aus einer Entfernung bis zu 100 km an. Unter den Grundschulen waren ein knappes Viertel auswärtige Gäste: Sie kommen aus der Region bis 50 Kilometer. Für Förderschulen, deren Schüler meist den Sekundarstufen I und II entstammen, fehlen in der Region entsprechende Angebote, daher ist Köln attraktiv und der Einzugsbereich entsprechend groß. Bei Realschulen, Gesamtschulen, Gymnasien und Berufsbildenden Schulen nimmt der Prozentsatz auswärtiger Schulen kontinuierlich zu. Sie besuchen die Kölner Museen oft im Rahmen eines Klassenausflugs, buchen aber keineswegs nur Überblicksthemen, sondern suchen auch gezielt Angebote, die den Schulunterricht ergänzen. Daraus ist zu schließen, dass die Kommunikationsmaßnahmen und die Angebotspalette erfolgreich sind.

Schulklassen und Kindergärten kommen in der Regel nicht zu Sonderausstellungen. Ihr Anteil steigt selten über 3 % (2013; vgl.: 2012: 1 %). Das kann nicht verwundern. Anders als bei vielen Sonderausstellungen ist der Eintritt in die Kölner Sammlungen generell kostenlos, aber noch wichtiger ist die leichtere Anbindung an den Lehrplan. Vor allem in den Fächern Kunst, Geschichte und Sachunterricht bieten die Sammlungen wertvolle Ergänzung, unmittelbares Anschauungsmaterial und echte Inspiration für den Unterricht. Zudem sind sie immer verfügbar. Sammlungen, die eine Anbindung an den Schulunterricht erlauben, sind per se attraktiver, wie die hohen Nutzerzahlen von NS-DOK, Museum Ludwig, Römisch-Germanischem Museum und Rautenstrauch-Joest-Museum belegen. Klassen der Primarstufe gehen überproportional häufig in das Kölnische Stadtmuseum, das Rautenstrauch-Joest-Museum und das Museum für Ostasiatische Kunst. Das MAKK und seine Bestände sind für Berufsbildende Schulen interessant. Die unterschiedlichen Profile der Sammlungen sind die Grundlage für die schulbezogenen Kommunikationsmaßnahmen des Museumsdienstes.

Fortbildungen des Museumsdienstes für Erzieherinnen und Lehrkräfte

Die Zahl der Fortbildungen ist um fast ein Viertel gestiegen. Insgesamt 37 öffentliche und 79 gebuchte Fortbildungen (gesamt 2013: 75) wurden von 1.957 Multiplikatoren wahrgenommen (2013: 1.408). Hervorzuheben ist eine Fortbildungsreihe für muttersprachliche Lehrkräfte, die an verschiedenen Museen stattfand. Dank der Schulungen kommen sie nun vermehrt in die Museen. Eine zweite Reihe erfolgte mit einer Arbeitsgemeinschaft von inklusiven Schulen, bei der der Museumsdienst zusammen mit Lehrkräften Materialien in *Leichter Sprache* entwickelte.

Museumsbus Köln

Der Museumsbus fuhr von 2008 bis Oktober 2013 Schulen im Rhein-Sieg- und Rhein-Erft-Kreis, im Kreis Euskirchen, Rheinisch-Bergischen Kreis, Oberbergischen Kreis sowie Leverkusen, Bonn und Köln an und bot den Klassen 5 bis 8 kostenfrei die Möglichkeit, bei einem Ausflug in das Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud Kunst hautnah zu erleben. Der Erreichungsgrad des Projekts war enorm: von 354 Schulen im angefahrenen Gesamtgebiet waren 47,7 % im Museum! Diese hervorragenden Ergebnisse ermutigten die Beteiligten, eine Fortsetzung anzustreben – dann jedoch für alle Kölner Museen – zumal die Resonanz der Schulen äußerst positiv wahr.

2014 konnten mit der Kulturstiftung der Kreissparkasse Köln, der Kreissparkasse Köln sowie der Museumspädagogischen Gesellschaft neue Sponsoren für eine Fortführung des Projektes bis Mitte 2017 gewonnen werden. Die Zusammenarbeit mit der *Regionalverkehr Köln (RVK)* als Projektpartner sowie der Kölnischen Rundschau als Medienpartner kann ebenfalls bis 2017 fortgeführt werden. Geplant ist eine Fortführung des Projektes für alle städtischen Museen sowie das Käthe Kollwitz Museum Köln ab Januar 2015. Für die Leitung des Projektes konnte eine Stelle beim Museumsdienst Köln eingerichtet werden.

Muttersprachliche Lehrkräfte besuchen vermehrt die Museen aufgrund spezieller Fortbildungen

Sponsoren ermöglichen Projekt bis Mitte 2017

Verbesserung der Bildungsqualität und Förderung von Chancengleichheit

Projekte der Sal. Oppenheim-Stiftung

Das von der Sal. Oppenheim Stiftung bis 2017 unterstützte Projekt *OGTS ins Museum* ermöglicht Kindern in Einrichtungen der Offenen Ganztagschulen die kostenlose Teilhabe am kulturellen Leben ihrer Stadt. Während der Oster-, Sommer- und Herbstferien können die Jugendlichen in jeweils dreitägigen Workshops nicht nur eines der Museen kennenlernen, sondern sich auch in ihrem Umfeld mit Kultur und Geschichte der Stadt Köln auseinandersetzen. Das Angebot dient der Verbesserung der Bildungsqualität und der Förderung von Chancengleichheit. Auf den eintägigen Museumsbesuch folgen zwei Projekttag in der Schule. So können die Jugendlichen das ausgewählte Thema praktisch-kreativ vertiefen. Teilnehmende Museen sind das Kölnische Stadtmuseum, das Museum für Angewandte Kunst Köln, das Museum für Ostasiatische Kunst, das Museum Ludwig, das NS-Dokumentationszentrum, das Rautenstrauch-Joest-Museum, das Römisch-Germanische Museum sowie das Wallraf-Richartz-Museum. Zielgruppe sind Offene Ganztagschulen aus dem belasteten Sozialraum. In den Oster-, Sommer, und Herbstferien 2014 haben 20 Gruppen mit insgesamt ca. 400 Kindern an den Angeboten teilgenommen.

Ebenfalls bis September 2017 fördert die Sal. Oppenheim Stiftung das Vorschulprogramm *KulturGut finden – KiTas ins Museum*. Das für Kölner Kindertagesstätten kostenfreie Angebot bietet den jüngsten Besuchern eine spannende und altersgerechte Auseinandersetzung mit Kunst und Kultur. Damit unterstützt das Programm den Selbstbildungsprozess der Vorschüler. Mit handlungsorientierten Methoden und zielgruppengerechten didaktischen Materialien können Kinder das Museum als aktiven Lern- und Erlebnisort für sich entdecken. Das Angebot wurde im Oktober 2014 in Zusammenarbeit mit dem Jugendamt der Stadt Köln im Rahmen einer Fortbildung den Leiterinnen und Leitern der Städtischen Kindertagesstätten vorgestellt. Die Resonanz auf die acht vorgestellten Angebote war durchweg positiv. 11 KiTa-Gruppen mit insgesamt 171 Vorschülern haben 2014 an dem Projekt teilgenommen.

Museumsschule baut Kooperationen mit Schulen aus

Museumsschule

In der Museumsschule Köln arbeiten acht Kolleginnen und Kollegen aus dem aktiven Schuldienst. Sie halten stundenweise Unterricht in den Museen, entwickeln Projekte und Fortbildungen gemeinsam mit dem Museumsdienst und setzen sie um.

2014 nahmen 10.905 Schülerinnen und Schüler am Unterricht im Museum teil (2013: 10.726; +1,6 %). Die Lehrerfortbildungen waren deutlich besser besucht als im Vorjahr (28 mit 576 TN; 2013: 25 mit 412; +40 %). Relevant waren auch Planung, Begleitung und Durchführung von Projektwochen mit Museumsbesuchen.

Dazu einige Beispiele: Die Michael-Ende-Grundschule aus Köln Ehrenfeld wurde mit vier Klassen als neue Projektschule in den Kunstmuseen geführt. Aus der Lehrerfortbildung *Dix und Giacometti* entwickelte sich eine Kooperation mit dem Leistungskurs Kunst des Paul-Klee-Gymnasiums Overath, aus der die Schülersausstellung *Dix und ich* im Museum Ludwig hervorging. Oberstufenschüler des Elisabeth-von-Thüringen-Gymnasiums führten eine

Austauschschülergruppe aus Madrid in englischer Sprache durch das Wallraf-Richartz-Museum. Im Projekt *Ich ist etwas anderes* arbeiteten Schülerinnen und Schüler des Gymnasiums Kreuzgasse und der GGS Pfälzer Straße mit der Künstlerin Marit Merten. Das Projekt nahm am Wettbewerb *Kinder zum Olymp* teil. Ein weiteres Projekt mit der Künstlerin wurde in Kooperation mit dem Seminar für Kunst und Kunsttheorie der Universität Köln für Schülerinnen und Schüler der Sekundarstufe I und II zum Thema *Blut. Zur Repräsentation einer Körperflüssigkeit in der Kunst* entwickelt.

Die Museumsschule war zudem an der Arbeit und Pflege von didaktischem Material (Begleitheft *Römer – Straßen – Köln. Durch Zeit und Raum*; Entdeckerrucksack im Rautenstrauch-Joest-Museum) beteiligt und führte diverse Familienführungen und -workshops an Sonntagen, Thementagen und beim Museumsfest durch.

2014 setzte sich der Austausch mit Museumspädagogen an den historischen Museen, am Jüdischen Museum und an den Kunstmuseen der Stadt Frankfurt fort.

→ Angebote für Familien

Kinder und Familien gehen vor allem ins Museum, um dort einen Teil ihrer Freizeit zu verbringen, daher sind Wochenenden und Ferienzeiten besonders beliebt für den Museumsbesuch. An Wochentagen bleibt oft wenig Zeit, da die schulische Einbindung von Kindern und Jugendlichen immer stärker wird. In der verbleibenden Freizeit konkurrieren Museen jedoch mit anderen Veranstaltern. Die Zielgruppe Familie ist heiß umkämpft.

Am offensichtlichsten ist dies bei den 125 Kindergeburtstagen, deren Anzahl nach deutlichem Anstieg in den Vorjahren 2014 um ein Viertel zurückging. Hier sind neue Themen zu schaffen. Auch kreative Angebote am Wochenende oder in den Ferien werden gern wahrgenommen. Die MuseumKinderZeit wurde von Sonntag auf Samstag verlegt, womit die Zahl der Termine um ein Viertel stieg. Auch die Teilnehmerzahl stieg deutlich (+51 %), entgegen dem Abwärtstrend der vorausgegangenen Jahre. Eine zweite Kreativreihe wird von Sponsoren finanziert und war daher kostenlos. Die *Globetrotter* (ab Okt.: *Junge Entdecker*) fanden 51 Mal statt und zogen 415 Kinder an (+8,36 %). In den Ferien um Ostern, im Sommer und im Herbst waren 44 Kurse im Programm (2013: 40), die von 320 Kindern besucht wurden (2013: 272). Diese vergleichsweise geringe Zahl erklärt sich daraus, dass viele Kinder in den Ferien im Offenen Ganztage untergebracht sind, die Eltern also die Freizeitgestaltung nicht selbst bestimmen.

**Begehrte Zielgruppe:
Familien**

Museumsfest - Attraktion für alle Besucherschichten

Stets beliebt sind Führungen für Familien. Immer sonntags fand 2014 eine Familienführung statt – vor teilweise sehr großen Gästegruppen. Das Familienprogramm wurde ergänzt durch Lesungen mit der ehrenamtlichen Initiative *LeseWelten e.V.*, Führungen an den KölnTagen und große Familienevents. Neben dem größten familienorientierten Event, dem Kölner Museumsfest mit ca. 14.674 Gäste (-53 %), organisierte der Museumsdienst mehrere große Einzelveranstaltungen. Im Dezember 2014 kam es im MAKK zum vierten interkulturellen Familientag: diesmal ein deutsch-italienisch-spanisches Event. Diese Veranstaltung zog 450 Besucher an. Die zweisprachigen Führungen von Kindern auf Deutsch, Italienisch und Spanisch waren der zentrale Programmpunkt. Dazu kamen Kurse und Lesungen für die ganze Familie. Weitere Familientage fanden im Wallraf-Richartz-Museum zur Ausstellung *Die Kathedrale* (dreimal sonntags) und im Museum Schnütgen (vier Adventswochenenden) zu den *Heiligen Drei Königen* statt. 700 kleine und große Besucher waren zu den Events in den Museen unterwegs.

Die Kommunikation erfolgt webbasiert, über zielgruppenspezifische Hefte und Newsletter, eine Medienpartnerschaft mit dem Familienmagazin Känguru, die Tagespresse und Gewinnspiele.

→ Programme für Senioren

Soziale Aspekte sind entscheidend

Bei den Veranstaltungsformaten für die Zielgruppe Senioren stehen soziale Aspekte im Mittelpunkt. Freizeitgestaltung, Treffen mit Gleichgesinnten, Teilhabe am kulturellen Diskurs prägen seit vielen Jahren den wöchentlichen Seniorentreff. Das Publikum ist motiviert, interessiert und anspruchsvoll, daher hatte jede Veranstaltung ein anderes Thema.

Ein neues Format, passend zur Stadtgeschichte, findet seit letztem Jahr im Kölnischen Stadtmuseum statt: *Zeitzeugen erinnern sich*, insbesondere an das Köln der Nachkriegszeit. In Kooperation mit *Efl – Erfahrungswissen für Initiativen* fanden an den KölnTagen acht Veranstaltungen statt, die auf großes Interesse stießen und jeweils über 40 Teilnehmer hatten.

Stärker im Sozialbereich sind die Programme für Menschen mit Demenz angesiedelt. Zu vier Museen hat der Museumsdienst zusammen mit *dementia + art* Führungsthemen entwickelt, die die kulturelle Teilhabe fördern sollen. 2014 fanden dazu 39 Veranstaltungen (2013: 23; 2012: 12) statt. Sie waren zum Teil drittmittelfinanziert.

2013 wurden zwei neue Kooperationen mit Bildungseinrichtungen für Senioren begonnen. Der Museumsdienst konzipierte Studiengangmodule zur Kulturpädagogik für die Generationen-Akademie Rheinland im Rahmen der Ausbildung *Studium 50plus* und entwickelte für *Zeit für Wissen* mehrmonatige Kurse. Sie wurden 2014 erweitert und von Mitarbeitern des Museumsdienstes durchgeführt

2. Projektarbeit (Anlage 2)

Projekte sind Keimzellen für Innovation. Hier entstehen neue Methoden und Formate. Wie in den Vorjahren lagen die Schwerpunkte der Projektarbeit auf Qualitätssicherung, Audience Development, Empowerment und Partizipation. Die Projekte sind zumeist über Drittmittel finanziert.

→ Projekte im Bereich Fortbildung (Qualitätssicherung)

Um die Qualität der Vermittlungsarbeit zu sichern und auszuweiten, organisierte der Museumsdienst jenseits seines Fortbildungsprogramms für eigene Kräfte Veranstaltungen für weitere Multiplikatoren. Hierzu zählten fachwissenschaftliche Fortbildungen für *KölnTourismus* in den historischen Museen, Kommunikationstrainings für Studierende zum Thema *Design und Designgeschichte*, Fortbildungsreihen für Muttersprachenlehrkräfte und für Dozentinnen des Muslimischen Bildungswerkes. Die Finanzierung erfolgte in der Regel über Drittmittel.

In Kooperation mit der Regionalen Arbeitsstelle zur Förderung von Kindern und Jugendlichen aus Zuwandererfamilien (RAA) entstand eine Reihe von drittmittelgeförderten Projekten für den DaZ-Unterricht (*Deutsch als Zweitsprache*) und zur Förderung der Mehrsprachigkeit. Das Zentrum für Mehrsprachigkeit und Integration (ZMI) finanzierte mehrere Projekte für Herkunftssprachenlehrerinnen. Mit dem Jugendamt wurden Fortbildungen für Kräfte aus Kindergärten und Offenen Ganztagschulen konzipiert. In Zusammenarbeit mit der Arbeitsgemeinschaft *Leichte Sprache* entstanden neue Unterrichtsmaterialien für die Kölner Kunstmuseen.

Fortbildung für Multiplikatoren

→ Projekte für Familien (Audience Development)

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

Unterstützung beim Spracherwerb durch niederschwellige Freizeitangebote

2014 setzte der Museumsdienst seine Kooperation mit der Caritas Integrationsagentur fort und lud das ganze Jahr über afrikanische Frauen mit ihren Kindern zu Museumsbesuchen ein. Im Dezember fand im MAKK ein deutsch-italienisch-spanischer Familientag statt. Diese Veranstaltung zog über 450 Gäste an. Zuvor hatten Schülerinnen und Schüler aus dem Herkunftssprachenunterricht über zwei Schulhalbjahre hinweg zweisprachigen Ciceroneführungen in italienischer, bzw. spanischer und deutscher Sprache erarbeitet. Diese Führungen waren nun der Clou des Familientages. So konnte ein erstmals 2012 angewandtes Konzept erfolgreich fortgesetzt werden.

→ Projekte für Jugendliche und junge Erwachsene (Empowerment)

In Projekten spiegelt sich die Lebenswelt der Jugendlichen

Mit Beginn der Pubertät halten viele Jugendliche Museen für wenig attraktive Orte. Die Altersgruppe der 12- bis 20-jährigen ist aber dann zu gewinnen, wenn der Museumsbesuch mit der eigenen Lebenswirklichkeit zu tun hat, einen persönlichen Aspekt bietet und keinen abstrakten, passiven Bildungskonsum darstellt. Bei kulturraffinen Milieus ist dies vergleichsweise einfach, wie die erneute Teilnahme des Museumsdienstes beim Wettbewerb *lyrix* auf Deutschlandradio Kultur zeigt. Besuche im Museum für Ostasiatische Kunst schufen die Grundlage für eigene, vom Museumsbesuch inspirierte Gedichte.

Die Begegnung mit Kunstwerken kann die Selbstreflexion fördern und die Bestimmung der eigenen Position unterstützen. In mehreren Workshops war dies das Ziel der Arbeit mit Jugendlichen einer monoedukativen Klasse 7 der Ursulinenrealschule: *7c Goes POP* (Museum Ludwig). In mehreren Workshops beschäftigten sich die zwölfjährigen Jungen mit einer Auswahl von Werken. Mit sehr großem Interesse thematisierten sie männliche Idole und entwarfen treffsicher genderspezifische Bilderwelten.

Im sozialen Brennpunkt angesiedelt waren zwei Projekte mit dem Internationalen Verein für Frieden und Gerechtigkeit Pro Humanitate. Beide wurden über das Förderprogramm Kulturrucksack NRW finanziert. Bei *Hikayeci – Kölner Geschichtenerzähler* erlebten 14 Kinder und Jugendliche im Alter von 10 bis 14 Jahren in verschiedenen Museen typisch Kölner Geschichten und Aspekte des kulturellen Erbes. Ihre Herkunftskultur – türkisch, mazedonisch, albanisch, romanes, russisch und italienisch – sorgte in den Werkräumen für eine breit gefächerte Auseinandersetzung mit den unterschiedlichen Themen. Das Projekt *1451 – Die Pest in Köln* mündete hingegen in einem Theaterstück. Es kam in der St. Theodorkirche in Köln-Vingst zur Uraufführung. Thema war das Leben im spätmittelalterlichen Köln und die Pestepidemie von 1451. Beide Projekte erzeugten ein sehr positives Feedback.

→ Projekte und Trainees mit Jugendlichen und Schulklassen (Partizipation)

Überlegungen zum *partizipativen Museum* bestimmen seit einigen Jahren den internationalen museologischen Diskurs. Der Museumsdienst setzt das vor allem mit Schulklassen und Jugendlichen um. Nach dem Ende einer dreijährigen Förderung von Trainees für Schulklassen konnte der Museumsdienst seine Projekte zur Partizipation von Jugendlichen in den Museumsalltag 2014 über Eigenleistung mit Schulpartnerklassen ausgleichen. Kinder und Jugendliche werden durch museumspädagogische Methoden in die Lage versetzt, eine aktive Rolle im Museumsgeschehen zu spielen und andere Besucher anzusprechen. So fand im Dezember im MAKK ein Familientag statt, der durch die einjährige Ausbildung von Grundschulern vorbereitet worden war. Auch der erfolgreich laufende *Colonia-Code* (Römisch-Germanisches Museum), bei dem Neunklässler eines Gymnasiums die Schulanfänger in die Welt der Römer einführen, fand zum wiederholten Mal statt.

Das Engagement im Bereich der Partizipation zahlt sich aus. Das Projekt *Schülertrainees* (2011–2013) wurde vom Deutschen Museumsbund für den Kulturpreis der Länder vorgeschlagen.

Nominierung für den Kulturpreis der Länder

→ Projekte der medialen Vermittlung (Partizipation)

Es fanden zwei Projekte der medialen Vermittlung statt. Bei *Rubens, Du & Ich* reflektierten Jugendliche das Thema Freundschaft, das in Zeiten von Social Media eine neue Dimension bekommen hat. Am Ende stand eine Fotoausstellung als Kommentar zu einem Freundschaftsbild von Rubens und Texte über Freundschaft und Beziehung. Ein Tweetup zum Kölner Museumsfest war hingegen eine konkrete Auseinandersetzung mit der Ausstellung *Pierre Huyghe* im Museum Ludwig. Blogger und Twitterfans lösten kreative Aufgaben zur Ausstellung und teilten sich über die sozialen Netzwerke mit – eine Aktion mit bundesweitem Echo.

Soziale Medien als Experimentierfeld

→ Schulpartnerschaften (Partizipation)

Seit 2008 verfolgt der Museumsdienst das Konzept von Schulpartnerschaften. Schule und Museumsdienst orientieren sich an den Vorgaben des Mustervertrages des Landes NRW zu Bildungspartnerschaften: Die Partner bekennen sich zur Entwicklung neuer Zugänge und Vermittlungsformen. 2014 kam es zu 13 Kooperationsprojekten (2013: 14) mit 10 Kölner Schulen.

Bildungspartnerschaften

**Hoher Anteil von
Drittmitteln****3. Drittmittel**

Der Museumsdienst verfügt über keine Eigenmittel für Vermittlungsprogramme, daher sind Drittmittel sehr wichtig. 2014 konnten etwa € 110.000 eingeworben werden (2013: € 120.000; 2012: € 65.000). Wesentlichen Anteil an der Akquise hat der Förderverein des Museumsdienstes, die Museumspädagogische Gesellschaft e.V., die mit ca. € 7.500,00 einen Sockelbetrag für Zustiftungen leistet.

**Anstieg der Bericht-
erstattung****4. Medienpräsenz**

2014 kam es wiederum zu einer ausgiebigen Berichterstattung über den Museumsdienst. Sie resultiert aus einer engen Zusammenarbeit mit Schlüsselmedien (Kölner Stadtanzeiger mit Exklusivberichten; Kölnische Rundschau als Partner der Reihe KunstCocktail; Abschluss von Medienpartnerschaften für eine Ausstellung; Medienkooperation mit dem Familienmagazin *Känguru*) und Internetagenturen. Offensiv wurden einzelne Projekte und Events nach außen getragen. So fand die Arbeit des Museumsdienstes in etwa 40 Beiträgen (Print, Audio und Internet) ihren Niederschlag.

**Nationale und
internationale Vernetzung****5. Sichtbarkeit (Anlagen 5.1–5.2)**

Der steigende Vernetzungsgrad wird an der Anzahl der Kooperationspartner und an Einladungen zu Tagungen und Workshops ablesbar. Die Anzahl der Kooperationspartner ist mit 62 annähernd auf dem Stand des Vorjahres (2013: 64; 2012: 47). Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Museumsdienstes hielten im In- und Ausland 29 Vorträge (2013: 32). Besonders zu erwähnen sind ein Fachkräfteaustausch mit Japan, die bundesweite Beachtung des Bereichs *Museen und Deutsch als Fremdsprache* und die Gutachterrolle des Museumsdienstes bei der Evaluierung von Studiengängen (Universität Oldenburg). Sichtbarkeit zeigt sich auch in überregionalen Wettbewerben. Im fünften Jahr war Köln Partner beim Wettbewerb *lyrix* von Deutschlandradio Kultur.

**Verbindung zu Hochschule
und Wissenschaft****6. Nachwuchsförderung (Anlagen 6.1–6.2)**

Vorträge, Praktika und Lehrveranstaltungen belegen die enge Verbindung zum Hochschulbereich. Die Förderung des wissenschaftlichen Nachwuchses erfolgt über Praktika (2014: 11; 2013: 14). Praktikanten können später freie Mitarbeiter werden, daher ist dies auch Personalrecruiting. 2013 hatten die Museumspädagogen acht Lehraufträge an Hochschulen in Bochum, Heidelberg, Köln und Wien (2013: 11; 2012: 14).

7. Qualitätssicherung (Anlagen 7.1–7.2)

Vermittlungsarbeit erfordert ständiges Qualitätsmanagement in Form von Evaluierungen und Fortbildungen. Das Team der festen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nahm an 24 Veranstaltungen zu Bildungsfragen oder an wissenschaftlichen Tagungen teil (2013: 20; 2012: 15). Für den Kreis der freiberuflichen Vermittler fanden 34 Fortbildungen (2013: 41; 2012: id.) statt. Daneben gab es regelmäßigen Erfahrungsaustausch und zwei Gesamtversammlungen für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Zudem fanden unentgeltliche Schulungen für die sog. Arbeitskreise statt. Darin engagieren sich etwa 150 Kölnerinnen und Kölner in sieben Kölner Museen. Sie hielten 2014 über 630 öffentliche Führungen im Museum für Angewandte Kunst Köln, im Museum Schnütgen, im Kölnischen Stadtmuseum, im Rautenstrauch-Joest-Museum, im Römisch-Germanischen Museum, im Wallraf-Richartz-Museum und im Museum Ludwig.

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

**Aus- und Weiterbildungs-
pakete für freiberufliche
Kräfte, Ehrenamtler und
Stadtführer**

8. Publikationen (Anlage 8)

In vier Museen (KSM, MAKK, RGM, MSchn) arbeiteten die Museumspädagogen an den wissenschaftlichen Begleitpublikationen zu Ausstellungen mit. Zudem entstand eine Fülle von Veröffentlichungen zur Vermittlung. Alle Publikationen zur Vermittlung sowie die Veranstaltungsprogramme und den Internetauftritt museenkoeln.de sichtet ein Redaktionsteam. Dies erstreckt sich auch auf Publikationen im Bereich der medialen Vermittlung, wie interaktive Stationen, Such- und Lernspiele, Museumskoffer und Hands-On-Materialien in den eigenen museumsdidaktischen Sammlungen ebenso wie Texte (Ausstellungsbeschriftung, Kinderkataloge und -führer, Lehrerhandreichungen, Kurzführer) und multimediale Einheiten (Audio-Guides, PC-Stationen). Realisiert wurden zwölf Printpublikationen (2013: 11; 2012: 14), eine Audioführung (2013: 3; 2012: 4), zwei Filme zu museumspädagogischen Projekten (2013: 3; 2012: 5) und vier Hands on-Projekte (2013: 6; 2012: id.). Zudem betextete der Museumsdienst drei Ausstellungen (2013: 7; 2012: 2).

**Begleitpublikationen und
weitere Medien**

Vernetzung und spartenübergreifende Kooperationen

9. Projekte und Kooperationen im Bereich der Kulturellen Bildung (Anlage 9)

In einzelnen Projekten kam es zur Zusammenarbeit mit anderen Anbietern der Kulturellen Bildung. Zudem arbeitet der Museumsdienst eng mit dem Schulentwicklungsamt und dem Jugendamt zusammen, um das Konzept *Kulturelle Bildung in Köln* weiter zu entwickeln. Insgesamt konnte das weit gespannte Netzwerk auch 2014 bedient werden. Es kam zur Zusammenarbeit mit 62 Kooperationspartnern (2013: 64; 2012: 47). Vernetzung und spartenübergreifende Kooperationen werden auch weiterhin die Arbeit prägen.

Aufgabe der Presseabteilung

2.2 Marketing und Kommunikation 2014

Die Aufgaben Kommunikation und Marketing für die Museen sind auf unterschiedlichen Schultern verteilt. Jedes Haus verantwortet die Kommunikationskampagnen für die eigenen Ausstellungen und alle imagebezogenen Maßnahmen für sich selbst. Hier übernimmt die Presseabteilung des Museumsdienstes bei Bedarf einzelne Aufgaben und berät in Kommunikationsfragen.

Seine Kernaufgabe hat die Abteilung hingegen bei der Bewerbung des gesamten Museumsstandortes Köln, also für die Gesamtheit der Museen. Dies geschieht über Informationsbroschüren für unterschiedliche Zielgruppen, das Webportal museenkoeln.de und kontinuierliche Pressearbeit.

Zum Museumsdienst gehörte bis 2014 auch das Graphikstudio für die Museen. Das Büro war vielfach in Gestaltungsprozesse eingebunden. So wurden im letzten Jahr dort die Materialien zu allen Ausstellungen der artothek, mehrerer Ausstellungen der Museen und der Museumsschule, zwei große Ausstellungskataloge und zahlreiche kleinere Drucksachen und Anzeigen entworfen. Auch die halbjährige Ausstellungsvorschau entstand im Graphikstudio. Hinzu kamen gestalterische Arbeiten für das Dezernat für Kunst und Kultur. Der Leiter des Graphikstudios wurde Ende 2014 in den Ruhestand versetzt.

1. Maßnahmen im Marketing

Die Maßnahmen im Marketing gliedern sich in Messeauftritte, Kooperationen mit Kommunikations- und Vertriebspartnern und Pressereisen.

→ Messeauftritte

Auftritt auf der ITB Berlin (März) Die Museen der Stadt Köln präsentierten sich auf der ITB am Gemeinschaftsstand der Städte Düsseldorf-Köln-Bonn (NRW-Halle 8.2). Kooperationspartner am Stand war das Schokoladenmuseum. Der Auftritt erfolgte in enger Abstimmung mit KölnTourismus. Im Fokus standen die großen Ausstellungen der Jahre 2014 und 2015: *Ludwig goes POP* (Museum Ludwig), *Paul Klee und der Ferne Osten* (Museum für Ostasiatische Kunst), *Die Kathedrale* (Wallraf) und *Die Heiligen Drei Könige* (Museum Schnütgen). Eigens für das touristische Fachpublikum erstellte Materialien zu den Ausstellungshighlights und zum Museumsstandort (Planungshilfe für Reiseveranstalter) lagen auf Deutsch und Englisch vor. Die Vorabkommunikation und Mailings an Reiseveranstalter sorgten für zahlreiche Termine auf der Messe (Themen: Incoming; Reisejournalisten; Onlinekommunikation). Der Messeauftritt wurde durch Medienarbeit begleitet (Fachpresse Touristik, Magazine, Informationsdienste, Onlineforen, freie Journalisten, Verbände).

RDA Workshop (Juli) Zum zweiten Mal war der Museumsdienst mit einem Messestand als Anschließender von KölnTourismus Marketing am Gemeinschaftsstand der Städte Köln, Bonn, Düsseldorf auf dem RDA Workshop. Die Veranstaltung ist die größte internationale Fachmesse für Bustouristik – neben der ITB die zweite Leitmesse für den touristischen Markt in Deutschland. Blickfang am Stand war die Werbung zu den Ausstellungshighlights *Die Heiligen Drei Könige* und *Ludwig goes Pop*. Mehr als 1.000 Busreiseveranstalter bekamen im Vorfeld Informationen zu den Ausstellungshöhepunkten und wurden an den Messestand eingeladen. KölnTourismus Marketing unterstützte die Kampagne mit einem eigenen Mailing. Vor Ort bekamen die Messegäste in kompakter, zielgruppengerechter Form die Informationen zu den Ausstellungshighlights 2014/15. Als Special für Reiseveranstalter gab es während der Messe attraktive Rabatten auf Führungen in den Museen. Der rege Zulauf am Stand war der Pressearbeit im Vorfeld zu verdanken. So waren die Kölner Museen Opener der Webpräsenz des RDA.

Kunstmessen Art Cologne (April) und Cologne Fine Arts (November) Auf beiden Messen vertrat der Museumsdienst die Museen der Stadt Köln und informierte mit der Aktion *Kulturbbeutel* über Ausstellungen und Veranstaltungen in den Museen. Zudem bot der Museumsdienst Köln Rundgänge mit Kunstvermittlern an. Die Präsenz erfolgte im Rahmen einer festen Kooperation mit der KölnMesse. Es wurden 109 Führungen organisiert und 3.000 *Kulturbbeutel* an die Messegäste ausgegeben.

Messeauftritt auf der Internationalen Tourismus-Börse in Berlin

Präsenz der Museen auf RDA-Workshop

Kooperation mit KölnMesse bei Art Cologne und Cologne Fine Arts & Antiques

→ Marketingkooperationen

Zusammenarbeit mit KölnTourismus

KölnTourismus KölnTourismus vertritt die Museen bei seinen Auftritten auf Auslandsmärkten (USA, RUS, GB) und wirbt für den Kulturstandort Köln. Hierfür liefert der Museumsdienst die passenden Informationen zu. Für die Kölnreisenden vor Ort verlegte KölnTourismus mit finanzieller Beteiligung des Museumsdienstes zum wiederholten Mal den *Museumsstadtplan*. In hoher Auflage produziert, informiert die Broschüre Touristen und Nichtkölnern zweisprachig über die gesamte Kölner Museumslandschaft. Die KölnCard wurde neu aufgelegt. Mit dieser bei Touristen beliebten City Card haben Touristen die Möglichkeit, vergünstigt die Museen zu besuchen. Für das Themenjahr *Heiliges Köln* wurde ein Hotelarrangement als Pauschalangebot mit Museumsbesuch aufgelegt.

Kulturpakete in Partnerschaft mit NRW Tourismus

NRW Tourismus Zum dritten Mal in Folge schloss der Museumsdienst übergreifend für die städtischen Museen eine Premiumpartnerschaft mit NRW Tourismus e.V. Gegenstand der Partnerschaft sind sogenannte *Kulturpakete*, mit Spezialkonditionen für Ausstellungsbesuche. In den Paketen wurden Ausstellungen im Kölnischen Stadtmuseum (*Drunter und drüber* und *Der Eigelstein*), im Museum für Ostasiatische Kunst (*Von Istanbul bis Yokohama*), im Wallraf (*Die Kathedrale*) und im Museum Schnütgen (*Die Heiligen Drei Könige*) beworben. Alle Angebote waren online über NRW Tourismus buchbar. Das Kulturpaket zu *Von Istanbul nach Yokohama* wurde im NRW Magazin als Beilage in der *Welt am Sonntag* vom 9.3.2014 (Aufl.: 180.000) veröffentlicht, jenes zu den *Heiligen Drei Königen* im NRW Magazin als Beilage in der *Welt am Sonntag* vom 14.9. (Aufl.: 180.000). Eine weitere Beilage erschien in der Wochenzeitung *Freitag* (vom 18.12.14) als Vorschau auf das Kulturjahr 2015 in NRW. Für Köln konnte *Sigmar Polke. Alibis* platziert werden.

Verbesserung digitaler Vertriebswege mit kölnticket

kölnticket In Kooperation mit kölnticket wurden die digitalen Vertriebswege für die beiden Produkte *Jahreskarte der Kölner Museen* und *MuseumsCard* verbessert. Beide sind nun online und an den Vorverkaufsstellen erhältlich. Ein erweiterter Onlinevertrieb für Eintrittskarten ist jedoch noch ein Desiderat.

→ Weitere Maßnahmen

Jahreskarte *Eine für alle* war das Motto einer Kampagne zur Bewerbung der Jahreskarte für alle Museen der Stadt Köln. Die zweiwöchige CityCards-Aktion startete am 18.12.2014. Die Karten wurden in 340 Stellen in Köln ausgelegt.

2. Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit

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

2014 wurden Schritte unternommen, um die verschiedenen Einzelmaßnahmen an ein Gesamtkonzept heran zu führen. Klammer für alle Institutionen und zugleich eingängiger Begriff ist *museenkoeln*. Dies ist international verständlich, vereint die Kultursparte mit dem Standort, ist eingeführt und kann zukünftig leicht mit der Top-Level-Domain *.koeln* verbunden werden: *museen.koeln*. Der Begriff brauchte aber eine graphische Klammer. Das 2014 in Anlehnung an das Corporate Design der Stadt Köln entwickelte System hat nun durchgängige Typographie, Farbpalette und Bildkonzept.

Übergreifende Publikationen haben seit 2014 neben den Printvarianten Webformate (als pdfs oder E-Magazines), die zentral auf *museenkoeln.de* bereitgestellt werden. Sie werden aus Content, der auf webbasierten Plattformen bereit gestellt wird, generiert. Als Basis der integrierten Kommunikation dient ein zentrales Content-Management-System.

→ Web 1.0 und Web 2.0

Museumsportal *museenkoeln.de* Ein Relaunch 2013 verfolgte das Ziel, ein Museumsportal für Köln zu schaffen, das städtische und nichtstädtische Museen gleichermaßen umfasst. Zudem sollte das Potenzial von Museen als soziale Räume gezeigt werden, denn sie bieten mehr als Sammlungen und Ausstellungen. Folglich stehen nun Angebote und interaktive Elemente im Fokus. Als Follow up wurde 2014 das Newslettersystem komplett neu aufgesetzt und das CMS im Hintergrund effizienter gestaltet.

Mobile Zugänge sind stark gestiegen. Desktop-Rechner werden von 72,7 % der Nutzer verwendet (2013: 81,5 %), Smartphones von 16,2 % (2013: 10,4 %) und Tablets von 11,1 % (2013: 8,1 %). Die mobile Seite von *museenkoeln.de* konnte 127.000 Besuche verzeichnen (2013: id.; 2012: 81.000; 2011: 21.000).

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

Kommunikationsmaßnahmen unter dem »Label« *museenkoeln*

museenkoeln.de

Twitter & Facebook

Social Media-Kommunikation wurde verstärkt. Die Web 2.0-Plattformen Twitter und Facebook wurden für übergeordnete Themen bedient. Zudem betreibt eine Reihe von Museen eigene Social Media-Auftritte. Für eigene Belange – Projektbeschreibungen, Methoden, Veranstaltungen – wurde die Kommunikation auf dem Blog des Museumsdienstes intensiviert. Dort wurden 74 Beiträge zu Projekten oder Vermittlungsmethoden gepostet (2013: 39). Zudem fand zum Museumsfest ein bundesweit wahrgenommener Tweet-up statt, also eine virtuelle Twitter-Party. Auf Twitter erfolgten monatlich im Durchschnitt über 50 Tweets und Retweets, dort hatte der Museumsdienst mehr als 1100 Follower (2013: 900; 2012: 400). Die Entwicklung einer Gesamtstrategie zu ECulture, also zur Vernetzung von Inhalten und digitalen Kommunikationskanälen, steht jedoch aus.

Sicherung der Domain-Endungen .koeln und .cologne

Top Level Domains (TLDs) Mit den neuen Domain-Endungen *.koeln* und *.cologne* zeigt die Domstadt Flagge im World Wide Web. Durch die neue Domain-Endung *.koeln* sind prägnante Internet-Adressen wieder erhältlich. Mit dem eigenen Namen als TLD wird Köln auch im Netz zu einer unverwechselbaren Marke. Der stetige Zuwachs an Adressen mit der Domain-Endung *.koeln* bedeutet permanentes Branding für die Stadt. Damit bekommt Köln einen festen Platz bei Internetnutzern in aller Welt. Der Museumsdienst hat für alle städtischen Museen und museumsnahe Einrichtungen die deutschen (*.koeln*) und englischen (*.cologne*) TLDs angemeldet und somit gesichert. Seit September 2014 stehen die Top Level Domains zur Nutzung zur Verfügung.

→ **Printpublikationen**

Nachfrageorientierte Ausrichtung der Printpublikationen

Die Publikationsfamilie von *museenkoeln* umfasst acht Titel in einer dreistufigen Hierarchie. Oben stehen zwei Broschüren zum Museumsstandort (als B2C), in der Mitte drei Publikationen zu Ausstellungen und Sammlungen (als B2C: *museenkoeln Ausstellungen*, *museenkoeln Stadtplan* und *museumszeitung koeln*; ab 2015). Die dritte Ebene bilden drei B2C-Publikationen für bestimmte Zielgruppen. Alle Publikationen sind nachfrageorientiert ausgerichtet. Sie werden durch drei zielgruppenspezifische Newsletter ergänzt.

B2B-Publikationen Zum zweiten Mal gab der Museumsdienst zwei Publikationen für Multiplikatoren aus der Tourismusbranche heraus. Als Business-to-Business-Format angelegt, firmieren die Broschüren in deutscher und englischer Sprachversion unter der Dachmarke *museenkoeln* und unterstützen Reiseveranstalter bei der Planung von Museumsbesuchen.

B2C-Publikationen wenden sich an ein breites Publikum oder an definierte Zielgruppen. *museenkoeln Ausstellungen* ist die halbjährlich erscheinende Übersicht zu allen Ausstellungen in den städtischen und großen nichtstädtischen Museen. *museenkoeln Stadtplan* dient der schnellen Orientierung und Information zu den Dauerausstellungen. Eine Museumszeitung ist für 2016 projektiert. Die dritte Ebene bilden Programme für einzelne Zielgruppen. Dreimal pro Jahr erscheinen das Programm zu Veranstaltungen in den Museen, zweimal das Kinderprogramm und einmal ein Heft zu kreativen Angeboten für Erwachsene. Weitere Printprodukte erweitern die Linie bei Bedarf (*Museumsfest*).

→ Newsletter

Drei verschiedene Newsletter informieren Multiplikatoren (Journalisten, Reiseveranstalter, Entscheider), allgemein Interessierte und Lehrkräfte bzw. Erzieherinnen und Erzieher über aktuelle oder kommende Veranstaltungen in den Kölner Museen. Der Newsletter für Multiplikatoren hat 2.500 Abonnenten, *museenkoeln aktuell* 6.000 und *museenkoeln Bildung* 3.000. Die Newsletter erscheinen in regelmäßigem Rhythmus als digitale Publikationen (wöchentlich bzw. zweimonatig).

→ Events

Events sind ebenfalls Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit, führen neue Zielgruppen in die Häuser und bieten Chancen zu einer veränderten Wahrnehmung. Hausübergreifende Veranstaltungen werden vom Museumsdienst übergreifend beworben. Das Portfolio – Museumsnacht, Kölner Museumsfest, Tag des Offenen Denkmals, Interkulturelle Woche, Kinderfest der Philharmonie, Sprachenfest – wird seit 2013 um Interkulturelle Familientage erweitert.

Museumsnacht Köln Am 8. November 2014 veranstaltete der StadtRevue Verlag die 15. Kölner Museumsnacht – wie immer in Kooperation mit der Stadt Köln, doch zum ersten Mal unter der Schirmherrschaft des Oberbürgermeisters. Über 40 aktuelle Sonderausstellungen und mehr als 200 Veranstaltungen erwarteten die Besucherinnen und Besucher. Es gab 46 Stationen, die sich über ganz Köln verteilten. Im Kern standen wie in den Jahren zuvor die zehn städtischen Häuser. Die Museumsnacht zählt zu den bedeutendsten Highlights im Kölner Kulturherbst. Wie auch in den vorangehenden Jahren konnten etwa 20.000 Gäste begrüßt werden. Der Museumsdienst koordinierte zusammen mit der Pressestelle der Stadtrevue die Pressearbeit zum Event und organisierte die Führungen durch die Sammlungen und Ausstellungen.

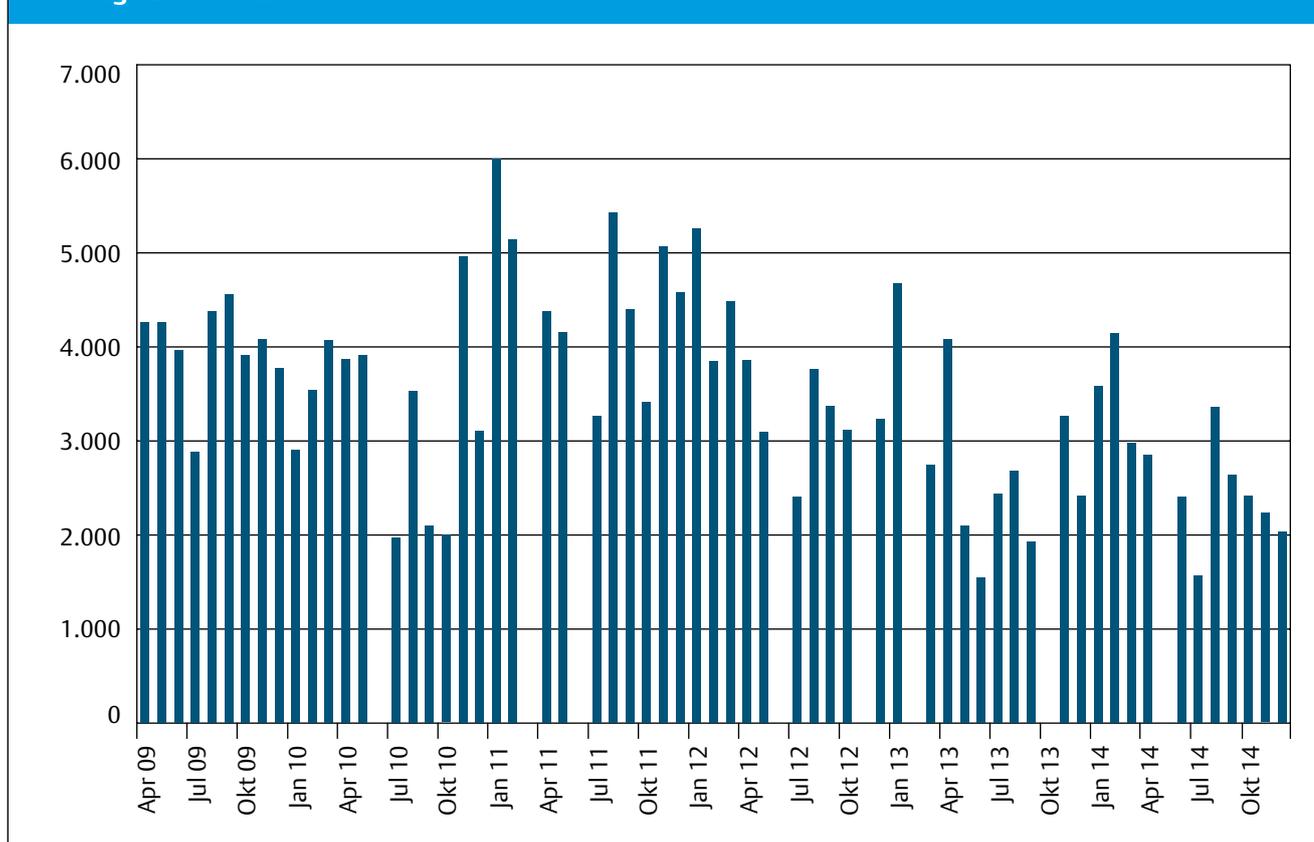
Digitale Publikationen für definierte Zielgruppen

Museumsnacht: Highlight im Kölner Kulturherbst

Stabile Entwicklung beim KölnTag

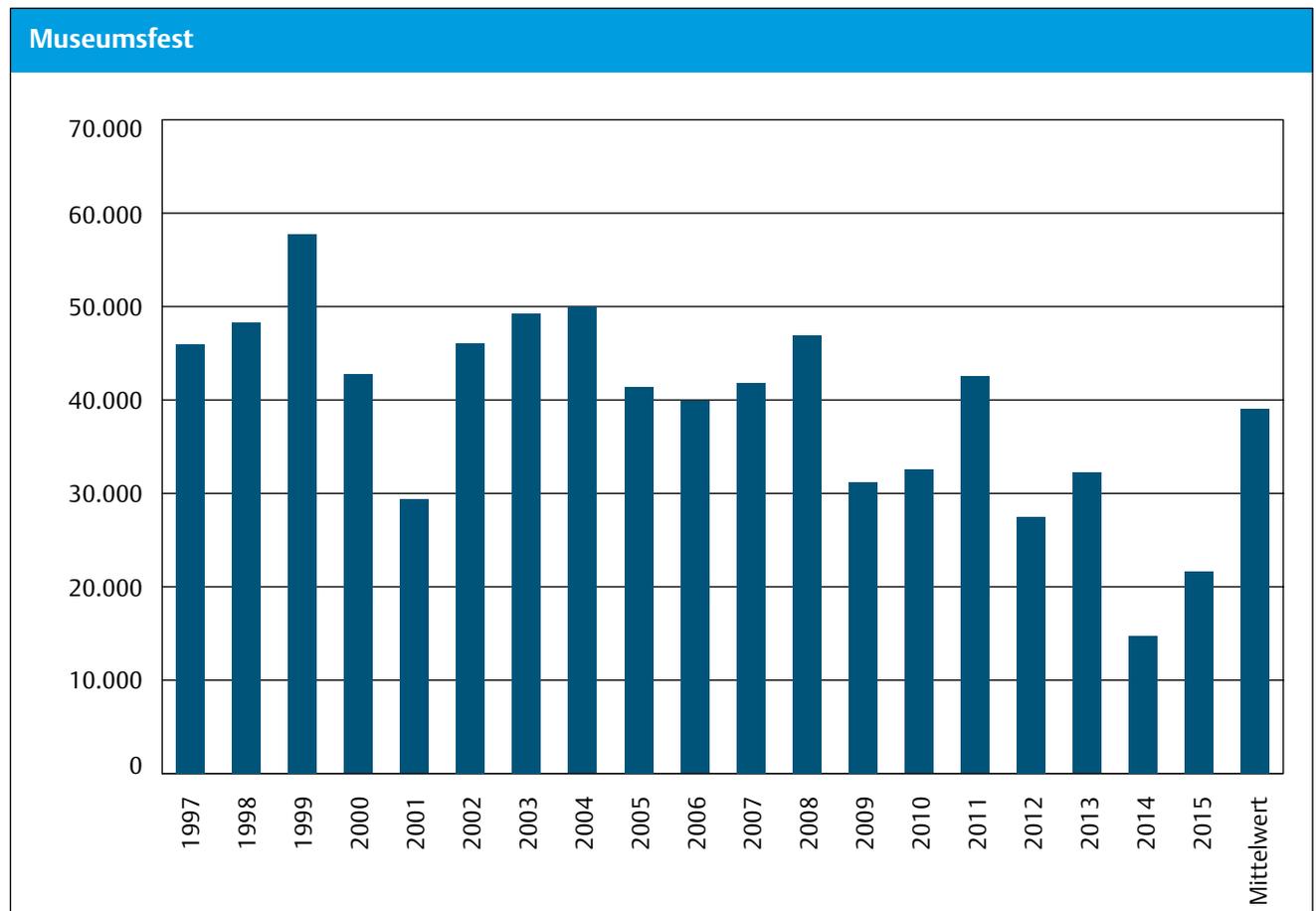
KölnTag 2014 fanden elf KölnTage statt. Da die Veranstaltung im lokalen Umfeld einen hohen Bekanntheitsgrad besitzt, wurde auf kostenintensive Werbekampagnen verzichtet. Die Kommunikation erfolgte weitgehend über die Tagespresse und über die eigenen Kanäle. 30.175 Kölnerinnen und Kölner nutzten den freien Eintritt in die Ständigen Sammlungen der städtischen Museen, die an diesen Tagen bis 22 Uhr geöffnet hatten. Verglichen mit den Besucherzahlen in den beiden Vorjahren (2013: 27.832; 2012: 36.375) ist festzustellen, dass diese mit durchschnittlich 2.743 Besuchern pro Monat etwas über dem Niveau des Vorjahres liegen und sich offenbar eingependelt haben.

KölnTage 2009 bis 2014



Kölner Museumsfest rückläufig

Das 18. **Kölner Museumsfest** fand am 18. Mai 2014 statt. Es beteiligten sich 23 Institutionen (2013: 24) mit zahlreichen Aktionen, Workshops, Führungen und Vorträgen. Parallel dazu fand der KulturSonntag des Kölner Stadtanzeigers statt. Das Fest richtete sich an Besucher aller Altersstufen, die durch Shuttle-Busse des RVK die einzelnen Stationen gut erreichen konnten. Es wurden 14.674 Museumsbesuche gezählt, 53 % weniger als im Vorjahr. Die KölnTage sind eine große Binnenkonkurrenz, denn sie bieten jeden Monat freien Eintritt. Zudem ist die Konkurrenz im Umland sehr stark.



KunstCocktail Bei der seit 2011 laufenden Reihe *KunstCocktail* – eine Kooperation zwischen Museumsdienst, Kölnischer Rundschau als Medienpartner, NetCologne als Sponsor und einzelnen Museen als Ausrichter – kam es zu vier exklusiven Abendveranstaltungen. Ausstellungsführungen und ein Get together von Gästen und Ausstellungsmachern sind eine Verbindung, die seit Jahren vom Publikum sehr gut nachgefragt wird. Vor allem aber kommt es im Umfeld jeweils zu Berichterstattung, so dass die Ausstellungen nochmals besprochen werden.

Interkulturelle Familientage Seit 2012 organisiert der Museumsdienst große Familienevents mit interkulturellem Schwerpunkt. Nach zwei Festen im Vorjahr gab es 2014 einen Event: Im MAKK fand am Nikolaustag ein Familiennachmittag statt. Etwa 450 Kinder und Erwachsene fanden den Weg ins Museum und beteiligten sich lebhaft an dem deutsch-italienisch-spanischen Vermittlungsprogramm.

**Abendveranstaltungen
mit Medienpartnerschaft**

**Familienevents als
neues Zugpferd**

3. Mediaplanung, Medienpartnerschaften

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

→ Medienpartnerschaften

2014 wurde auf Initiative des Museumsdienstes erneut eine Medienpartnerschaft mit der Kölnischen Rundschau geschlossen. Im Fokus stand die Ausstellung *Die Heiligen Drei Könige* im Museum Schnütgen. Ebenfalls mit der Kölnischen Rundschau und dem Unternehmen NetCologne als Sponsor fand die Reihe *KunstCocktail* ihre erfolgreiche Fortsetzung. Eine weitere Medienpartnerschaft besteht zwischen dem Museumsdienst und dem Familienmagazin Känguru, so dass museale Inhalte in dessen Kommunikationskanälen verstärkt erscheinen.

→ Mediaplanung

Punktuell war die Presseabteilung in die Kampagnen- und Kommunikationsplanung für Ausstellungen in sechs Museen einbezogen: Kölnisches Stadtmuseum, Museum für Angewandte Kunst, Museum für Ostasiatische Kunst, Museum Schnütgen, Rautenstrauch-Joest-Museum mit JuniorMuseum und Römisch-Germanisches Museum (Anlage 10).

4. Pressekommunikation

Die übergreifende Pressearbeit richtet sich an die wichtigsten Redaktionen im regionalen, bundesweiten und internationalen Zusammenhang. Über regelmäßige Pressemitteilungen, Pressekonferenzen, thematische Presstexte und eine Bilddatenbank werden Themen aktiv in der Presse platziert, Presseanfragen begleitet, Interviewwünsche vermittelt und Pressereisen betreut.

→ Pressereisen

Erschließung des niederländischen Besuchermarktes durch Kooperation

Zum Themenschwerpunkt *Heiliges Köln* fand eine eintägige Pressereise in Zusammenarbeit mit DB Niederlande statt. Niederländische Journalisten wurden von der DB nach Köln gebracht und von Museumskuratoren durch die drei Ausstellungen zum Themenschwerpunkt *Heiliges Köln* geführt: *Markus Brunetti / FACADES* im Museum für Angewandte Kunst Köln, *Die Kathedrale*, im Wallraf-Richartz Museum & Fondation Corboud und *Die Heiligen Drei Könige* im Museum Schnütgen. Ziel war die Berichterstattung in den niederländischen Medien. Die Kooperation dient der besseren Erschließung des niederländischen Besuchermarktes.

→ Kommunikationsthemen 2014

Hauptthemen der zentral verantworteten Pressekommunikation waren die Messeauftritte, Großevents wie Museumsfest, Museumsnacht und Familien-events, Veranstaltungsreihen, die KölnTage und einzelne Marketingthemen wie die Bewerbung der Jahreskarte.

2.3 Weitere Projekte der Kulturellen Bildung 2014

Die Kernaufgaben des Museumsdienstes sind Kommunikation und Vermittlung für die Museen der Stadt Köln. Doch die Sachkompetenz in Fragen der kulturellen Bildung, die Zusammenarbeit innerhalb der Stadt Köln und die Vernetzung mit Dritten sorgen dafür, dass daneben weitere Aufgaben entstehen oder wahrgenommen werden.

1. Kreatives Schreiben

Das Konzept *Kreatives Schreiben im Museum* wurde entwickelt, um Interessierten einen neuen Zugang zur Kunst zu bieten. Zielgruppe sind Erwachsene. Die Umsetzung der in 2014 pilothaft erprobten Werkstätten steht für 2016 an.

2. Leseförderung

LeseWelten ist eine Veranstaltungsreihe in den Museen, die Vorlesen und konkrete Erläuterungen zu Objekten miteinander verbindet. Die Kooperation mit der Initiative LeseWelten, der VorleseInitiative der Kölner Freiwilligen Agentur, wurde 2014 erfolgreich fortgesetzt. In monatlichen Vorlesestunden wurde Kindern (ab 5) in einem der Kölner Museen der Spaß am Lesen vermittelt. Das Besondere dabei ist der enge Zusammenhang zwischen Buch und den ausgestellten Objekten und Themen. Eine Ausweitung ist in Planung.

3. Vermittlung für die artothek – Raum für Kunst

Seit Herbst 2014 ist die artothek Teil der vom Museumsdienst betreuten Einrichtungen. In enger Zusammenarbeit mit der Leitung und in Abstimmung mit dem Kulturamt wurden erste Schritte zu einem Vermittlungskonzept eingeleitet. Fokuszielgruppen werden Lehrkräfte der Sekundarstufe II und pädagogische Fachkräfte im Elementarbereich sein.

4. Kulturelle Bildung im gesamtstädtischen Verbund

Die kooperative Zusammenarbeit mit der Koordinierungsstelle Kulturelle Bildung im Schulentwicklungsamt konnte 2014 konstruktiv fortgesetzt werden. Neben einer fundierten fachlichen Begleitung des Gesamtprozesses sind vor allem die Einbindung in die Fördermaßnahme *Kulturrucksack*, die Begleitung von *Musenkuss Köln* und die Beratung der RheinEnergie Stiftung Kultur hervorzuheben.

Die Landesfördermaßnahme *Kulturrucksack* ermöglicht Projekte im Sozialraum für die Zielgruppe der 10–14-jährigen außerhalb der Schule. Der Museumsdienst ist dauerhafter Kooperationspartner und Teil der Jury. Die Internetplattform *Musenkuss Köln* soll ein Internetportal für kulturelle Bildung werden. Der Museumsdienst war Teil der Planungsgruppe und damit eng in die Genese eingebunden. Die Plattform geht 2015 online.

2.4 Museumspädagogische Gesellschaft e.V.

Die Museumspädagogische Gesellschaft e.V. (MPG e.V.) und ihre über 400 Mitglieder unterstützen die Arbeit des Museumsdienstes Köln mit Spenden und Engagement. Das Fundraising umfasst Mitgliedsbeiträge und Spenden von Institutionen, die der Vorstand einwirbt. 2014 wurden folgende Mittel akquiriert und satzungsgemäß verausgabt:

- Mitgliedsbeiträge € 7.376,00
- Museumsnacht: € 2.240,00
- Sal. Oppenheim Stiftung: € 34.300
- Kulturrucksack NRW: *Kölner Geschichtenerzähler*: € 5.000,00
- Kulturrucksack NRW: *Die Pest in Köln*: € 4.960,00
- Annemarie und Helmut Börner Stiftung: € 1.500,00
- Dirk Baier Stiftung: € 1.800,00
- RotaryClub Köln-Dom (*Demenz-Projekt*): € 2.000,00
- Kulturstiftung Köln der Kreissparkasse Köln sowie Kreissparkasse Köln (*museumsbus koeln*): € 20.000

Die Projekte wurden vom Museumsdienst durchgeführt.

Die Freunde der MPG e.V. konnten vergünstigt die Angebote des Kreativbereichs (ca. 30 Kurse) und des Akademieprogramms (ca. 30 Veranstaltungen) nutzen. Für die Mitglieder wurde zudem ein Exklusivprogramm von zwölf Führungen angeboten, die von 212 Mitgliedern wahrgenommen wurden. Das entspricht einer Auslastung von 88 % (2013: 91 %). Das Veranstaltungsprogramm ist ein entscheidender Grund dafür, Mitglied des Fördervereins zu sein. So konnte dem bundesweit spürbaren Trend, sich nicht mehr in Vereinsstrukturen zu binden, begegnet werden: Auch 2014 war die Mitgliederentwicklung stabil.

Der Vorstand wurde bei der Mitgliederversammlung am 15.12.14 im Amt bestätigt. Die Amtsinhaberinnen und -inhaber sind: Prof. Dr. Heijo Klein (1. Vorsitzender), Prof. Rainer Jacobs und Dr. Matthias Hamann (Stv. Vorsitzende), Wolfgang Eckert (Schatzmeister) und Gabriele Gentsch (Schriftführerin). Beisitzerinnen sind: Sabine Dumont-Schütte, Irene Grünendahl-Schmitz und Gisele Hermann. Zur Kassenprüferin ist Ute Medrow bestellt. Die Mitgliederverwaltung liegt bei Manfred Hoffmann. Die satzungsgemäßen Vorstandstreffen fanden am 30.04. und am 08.10. statt.

**Unterstützung durch
den Förderverein *Museumspädagogische Gesellschaft***

3. Anhang

Anlage 1.1: Gesamtstatistik Museumsdienst Köln 2012 bis 2014

Veranstaltungen	2012	2013	2014	Veränderung 2013/14	
a) Museumsdienst					
Führungen	7.088	6.152	6.383	231	3,62%
Kreative Arbeit	933	910	828	-82	-9,9%
– davon Kurse	77	84	76	-8	-9,52%
– davon MuseumKinderZeit	31	32	44	12	37,5%
– davon Globetrotter / Junge Entdecker	49	47	51	4	8,51%
– davon Kindergeburtstage	143	167	125	-42	-25,15%
– davon Werkstätten	633	561	520	-41	-7,31%
– davon projektbezogene Events	0	19	12	7	-36,84%
Lehrerfortbildungen	98	75	111	36	48%
Ergebnis Museumsdienst	8.119	7.137	7.327	185	2,52%
b) Museumsschule					
Unterrichtseinheiten	440	461	486	25	5,14%
Lehrerfortbildungen	25	25	28	3	10,71%
Ergebnis Museumsschule	465	486	514	28	5,45%
Gesamtergebnis	8.584	7.623	7.841	213	2,72%
Teilnehmer	2012	2013	2014	Veränderung 2013/14	
a) Museumsdienst					
Führungen	131.483	112.359	117.316	4.957	4,23%
Kreative Arbeit	17.656	21.927	15.572	-6.355	-40,81%
- davon Kurse	1.101	1.211	690	-521	-43,02%
- davon MuseumKinderZeit	159	235	355	120	51,06%
- davon Globetrotter / Junge Entdecker	543	383	415	32	8,35%
- davon Kindergeburtstage	1.236	2.188	1.597	-591	-27,01%
- davon Werkstätten	14.177	14.744	11.815	71	0,60%
- davon projektbezogene Events	0	6.166	700	-5.466	-88,65%
Lehrerfortbildungen	1.486	1.408	1.957	549	28,47%
Ergebnis Museumsdienst	150.606	135.694	134.845	-849	-0,63%
b) Museumsschule					
Unterrichtseinheiten	10.671	10.726	10.905	179	1,64%
Lehrerfortbildungen	452	412	576	164	28,47%
Ergebnis Museumsschule	11.123	11.138	11.481	343	2,99%
Gesamtergebnis	161.729	146.832	146.326	-506	-0,35%

Anlage 1.2: Veranstaltungen nach einzelnen Museen (Museumsdienst und Museumsschule)

Führungen für Gruppen und Schulklassen	2012	2013	2014	gebucht	öffentlich
Wallraf-Richartz-Museum	1.373	558	763	647	116
Museum Ludwig	1.446	1.220	1.181	1.080	101
Römisch-Germanisches Museum	1.015	1.139	1.096	1.038	58
Praetorium (Archäologische Zone)	145	157	140	133	7
Rautenstrauch-Joest-Museum	831	829	577	518	59
MAKK	230	237	372	258	114
Museum für Ostasiatische Kunst	147	95	98	38	60
Museum Schnütgen	381	104	379	288	91
Kölnisches Stadtmuseum	339	378	340	308	32
NS-Dokumentationszentrum	1.535	1.787	1.814	1.763	51
Messe Art Cologne	55	40	72	39	33
Messe Cologne Fine Arts	32	69	37	23	14
Summe	7.529	6.613	6.869	6.133	736

Kreativangebote (Kurse, Ferienangebote, Schulwerkstätten, Geburtstage, Events etc.)					
Wallraf-Richartz-Museum	85	153	87	17	70
Museum Ludwig	304	247	258	30	228
Römisch-Germanisches Museum	198	219	189	13	176
Praetorium (Archäologische Zone)	–	–	–	–	–
Rautenstrauch-Joest-Museum	206	131	145	60	85
MAKK	22	49	32	15	17
Museum für Ostasiatische Kunst	44	46	34	19	15
Museum Schnütgen	45	29	47	16	31
Kölnisches Stadtmuseum	28	36	36	13	23
NS-Dokumentationszentrum	–	–	–	–	–
Summe	932	910	828	–	–

Fortbildungen (Multiplikatoren)			
Wallraf-Richartz-Museum	23	39	23
Museum Ludwig	46	27	46
Römisch-Germanisches Museum	10	15	13
Praetorium (Archäologische Zone)	1	0	0
Rautenstrauch-Joest-Museum	24	21	18
MAKK	2	1	16
Museum für Ostasiatische Kunst	3	0	2
Museum Schnütgen	2	6	5
Kölnisches Stadtmuseum	8	10	11
NS-Dokumentationszentrum	3	6	4
Sonstige	1	1	1
Summe	123	126	139

Anlage 2: Projektübersicht

Projekte im Bereich Fortbildung

- Fortbildung der Stadtführer für KölnTourismus im Kölnischen Stadtmuseum und im Römisch-Germanischen Museum | Koord. und Ltg.: Dr. Ulrich Bock, Dr. Beate Schneider
- Fortbildungen angehender Kinderpflegerinnen im Kölnischen Stadtmuseum zum Thema: Führungen für Vorschulkinder (in Zusammenarbeit mit dem Berufskolleg Ehrenfeld, Bildungsgang Kinderpflege) | Ref.: Dr. Ulrich Bock
- Fortbildungen für Studienreferendare im Fach Geschichte im Kölnischen Stadtmuseum im Rahmen der Referendarsausbildung des Zentrums für schulpraktische Lehrerausbildung Köln (Dr. Frank Schweppenstette, Ina Belitz) | Ref.: Dr. Ulrich Bock
- Arbeitsgemeinschaft Kunstmuseen für Lehrkräfte der Sekundarstufe II | Koord. und Ltg.: Björn Föll
- Konzeption und Durchführung von drei Trimesterkursen zum Thema Aspekte der Migration in der 2000jährigen Geschichte Kölns, Die Entwicklung Kölns – von der antiken Colonia bis zur gründerzeitlichen Metropole und Die Welt blickt nach Köln – Große Momente Kölner Geschichte von Augustus bis Karl V. für Zeit für Wissen – Bildungsgesellschaft (Prof. Bernd Fodi) | Koord. und Ltg.: Dr. Ulrich Bock, Dr. Beate Schneider
- Fortbildungsreihe für Muttersprachenlehrkräfte: Projekt zur Vermittlung der Herkunftskulturen, mit spanischen und italienischen Herkunftssprachenlehrerinnen (Museum für Angewandte Kunst Köln) | Ltg.: Karin Rottmann
- Fortbildungsreihe zu DaZ-Kursen für Dozentinnen des Muslimischen Bildungswerkes (Museum Ludwig und Museum für Angewandte Kunst): Projekt zur Entwicklung von Mutter-Kind-Programmen; Ltg.: Karin Rottmann
- Arbeitsgemeinschaft mit Schulpartnern aus Förderschulen zum Thema Leichte Sprache (1/2014 im Wallraf-Richartz-Museum; 2/2014 im Museum Ludwig) | Koord. und Ltg.: Karin Rottmann
- Fortbildungsreihe Museumslabor – experimentelle Museumspädagogik | Koord. und Ltg.: Karin Rottmann
- Fortbildungen für Lehrkräfte der Sekundarstufe I im Rahmen der Zertifikatskurse Latein | Ltg.: Dr. Beate Schneider

Projekte für Familien

- Deutsch-italienisch-spanischer Familientag im Museum für Angewandte Kunst | Der Familientag am 6.12. war der Abschluss einer Lehrerfortbildungsreihe für den italienischen und spanischen Herkunftssprachenunterricht. Die beteiligten Grundschülerinnen und -schüler bekamen ihre Zertifikate und hielten mehrsprachige Führungen für das Publikum. Ergänzt wurde der Event durch offene Werkstätten und Lesungen. Insgesamt nahmen ca. 450 Gäste teil | Projektltg.: Karin Rottmann | Finanz.: Zentrum für Mehrsprachigkeit und Integration und Bezirksregierung Köln | Partner: Herkunftssprachenlehrer bilingualer Grundschulen

- Multikulturelle Familienarbeit im Museum (Rautenstrauch-Joest-Museum) | Die Ausstellung Made in Oceania thematisierte kulturelle Identität und interkulturelles Miteinander am Beispiel von Ozeanien. Zu dieser Gelegenheit fanden Workshops mit Familien aus Afrika und Asien statt, um deren Integrationsprozess zu reflektieren und zu unterstützen | Projekttg.: Karin Rottmann | Finanz.: RAA | Partner: Integrationsagentur der Caritas
- Familientage zur Ausstellung Die Kathedrale. Romantik – Impressionismus – Moderne (Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud) | An jedem ersten Sonntag im Monat fanden offene kreative Werkstätten für Kinder ab fünf Jahren statt. Das kostenfreie und niederschwellige Betreuungsangebot für Familien wurde sehr gut angenommen | Projekttg.: Stephanie Sonntag | Finanzierung: Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud

Projekte für Jugendliche und junge Erwachsene

- Workshop-Programm im Museum Ludwig | Zur Sonderausstellung Ludwig goes Pop entstand ein ausstellungseigenes Atelier mit fünf verschiedenen Workshopangeboten rund um das Thema Pop Art. Die Programme waren buchbar für Gruppen und Schulklassen, von der Primarstufe bis zur Sek II | Projekttg.: Angelika von Tomaszewski M.A.
- Rubens, Du & Ich (Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud) | Das Partizipationsprojekt band junge Erwachsene in die Vorbereitung einer Ausstellung ein. Inhaltlich konfrontierte es historische Freundschaftsbilder mit dem Begriff, den junge Erwachsene heute von Freundschaft haben. Die Arbeit reichte von Fotoshootings über die Etablierung einer Facebook-Kampagne bis zur Realisierung einer Ausstellung zu diesem Thema. Die Präsentation bestand aus eigenen, in kreativer Arbeit entstandenen Fotoarbeiten und einer reichen Text- und Bild-Dokumentation, die den gesamten Projektverlauf abbildete. Die Ausstellung animierte mit einer aufgestellten Fotobox zu einer Fortführung der Diskussion darüber, was Freundschaft ausmacht | Projekttg.: Dr. Stephanie Sonntag | Finanz.: Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud
- Hikayeci – Kölner Geschichtenerzähler | Auf den Spuren der Kölner Stadtgeschichte besuchten Kinder und Jugendliche zwischen 10 und 14 Jahren mit sehr unterschiedlichem kulturellen Hintergrund die historischen Museen, erarbeiteten römische Öllampen aus Ton und beschäftigten sich mit Kölner Sagen und Legenden. So konnten sie Aspekte der Kölner Geschichte und des Selbstverständnisses der Stadt entdecken | Ltg.: Rosi Loos, Jürgen Neitzert (OFM) | Finanz.: Förderprojekt Kulturrucksack NRW
- 1451 – Die Pest in Köln. 20 Kinder und Jugendliche machten sich auf den Weg in das späte Mittelalter. Bei mehreren Museumsbesuchen lernten sie die Lebenswelt des 15. Jahrhunderts kennen, von Essen über Kleidung bis zu Stadtbild und Tagesablauf. Schließlich erfahren sie von den Katastrophen, die die Menschen ereilen konnten – vor allem die Pest. Aus den Besuchen entstand ein Theaterstück, das in Köln-Vingst zur Aufführung kam | Ltg.: Rosi Loos, Jürgen Neitzert (OFM) | Finanz.: Förderprojekt Kulturrucksack NRW

Partizipatorische Projekte und Trainees mit Schulen

- Dix und Ich (Museum Ludwig). Ein Leistungskurs Kunst setzte sich im Museum Ludwig intensiv mit den Gemälden und Grafiken des Künstlers Otto Dix auseinander. Hiervon inspiriert entstanden in der Schule und im Atelier des Museums eigene, großformatige Selbstportraits der Schülerinnen und Schüler, die das Museum Ludwig vom 13.3. – 30.3.2014 in der Grafikabteilung zeigte. Ausstellungspräsentation und -eröffnung wurden mit hohem Engagement vom Leistungskurs selbst organisiert | Ltg.: Ann-Kristin Keßeler (Paul-Klee Gymnasium), Angelika von Tomaszewski (Museumsdienst), Björn Föll (Museumsschule Köln) | Finanz.: Museumspädagogische Gesellschaft e.V. | Partner: Paul-Klee Gymnasium, Overath
- Was hat das Hemd mit Politik zu tun? (NS-Dokumentationszentrum) | In diesem Ausstellungsprojekt hatten Schülerinnen und Schüler die Möglichkeit, gefangenen Widerstandsaktivisten ihre Menschenwürde zurück zu geben. Sie kleideten die Menschen, deren Biographie sie vorab kennen lernen konnten, wieder ein und gaben ihnen damit ihre Identität zurück | Ltg.: Barbara Kirschbaum (Museumsdienst und Birgit Kloppenburg (Museumsschule Köln) | Finanz.: NS-Dokumentationszentrum
- Jugend- und Schülergedenktag 2014 (NS-Dokumentationszentrum) | Am Projekt zum Gedenken an den Jahrestag der Befreiung des KZ Auschwitz beteiligten sich Kinder und Jugendliche aus über 10 Schulen. Sie zeigten auf vielfältige Weise die Ergebnisse ihrer Auseinandersetzung mit Verfolgung und Ausgrenzung – historisch und aktuell. 450 Schülerinnen und Schülern sahen die Ergebnisse als Gäste | Projektltg.: Barbara Kirschbaum | Koop.: Amt für Schulentwicklung, NS-Dokumentationszentrum und Museumsdienst
- Der Colonia Code (Römisch-Germanisches Museum) | Das fünftägige Trainee-Projekt folgt dem Prinzip Schüler führen Schüler. Für das Fach Latein bereiten sich ältere Schüler im Römisch-Germanischen Museum darauf vor, die Neulinge im Fach Latein zu begrüßen. 23 Profis einer 9. Klasse konnten 110 Jugendliche der fünften Jahrgangsstufe aus vier Klassen als Gäste begrüßen und in die antike Kultur Roms einführen | Ltg.: Dr. Beate Schneider, Omar El-Saeidi, Thomas Gampp | Finanz.: Museumsdienst Köln, Friedrich-Wilhelm-Gymnasium | Partner: Friedrich-Wilhelm-Gymnasium

Projekte der medialen Vermittlung

- Rubens, Du & Ich (Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud) | s.o.
- Tweetup zum 18. Kölner Museumsfest | Twittern im Museum – das war das Thema des dritten Tweetups, den der Museumsdienst beim Kölner Museumsfest realisierte. Bundesweit fanden am 17. Mai, dem Internationalen Museumstag, ähnliche Aktionen statt, die sich in den sozialen Netzwerken miteinander vernetzten. In Köln machte sich die Gruppe von Bloggern und Twitterfans auf den Weg in die Ausstellung Pierre Huyghe und schuf in einer Verbindung von kreativen Anteilen und Tweeds einen ganz eigenen Kommentar, der bundesweit stark wahrgenommen wurde | Ltg.: Anke von Heyl | Finanz.: Museumsdienst

Schulpartnerschaften

- Arbeitsgemeinschaft Leichte Sprache der Pestalozzi-Förderschule und der Förderschule am Römerturm | Konzeption mit Materialien in Leichter Sprache für den Besuch der Kunstmuseen
- Friedrich-Wilhelm-Gymnasium | Colonia Code, Schülertrainee-Projekt
- Gesamtschule Porz | Gestaltung von Zeitzeugen-Besuchen im Rahmen des Besuchsprogramms ehemaliger Zwangsarbeiterinnen und Zwangsarbeiter in Zusammenarbeit mit dem NS-Dokumentationszentrum
- Heinrich-Mann-Gymnasium | Projekt Sprachintegration im Museum mit der Internationalen Klasse der Schule (Flüchtlingskinder)
- Kollegschule Humboldtstraße | Projektwochen zu Rolf Sachs: Typisch deutsch (MAKK) und Körpersilhouetten (Wallraf-Richartz-Museum). Projekt zu Deutsch als Zweitsprache im Rahmen der EU-Förderung Innoclilig (Museum Ludwig)
- Kaiserin-Augusta-Schule, Köln | Lyrik-Projekt zur Sonderausstellung Von Istanbul bis Yokohama im Museum für Ostasiatische Kunst
- Königin-Luise-Schule Köln | Partnerschaft mit dem NS-Dokumentationszentrum und dem Amt für Schulentwicklung zur Ausrichtung des Jugend- und Schülergedentages Erinnern – eine Brücke für die Zukunft anlässlich der Erinnerung an die Befreiung des KZ Auschwitz
- Montessori-Gymnasium Köln | Bildungspartnerschaft Museum und Schule zwischen dem Gymnasium und dem NS-Dokumentationszentrum
- Schiller-Gymnasium Köln | Partnerschule der Info- und Bildungsstelle gegen Rechtsextremismus im NS-Dokumentationszentrum besonders im Hinblick auf die Gestaltung von Projekttagen zur Rechtsextremismus-Prävention
- Ursulinenrealschule und das Ursulinengymnasium des Erzbistums Köln | Genderorientiertes Projekt Ludwig goes Pop mit einer Jungenklasse des Jahrgangs 7 (Museum Ludwig). Projektwoche Auf den Spuren der Heiligen Ursula (Museum Schnütgen)

Anlagen zu 5.: Sichtbarkeit der Einrichtung

Anlage 5.1: Kooperationspartner des Museumsdienstes in 2014

- Amt für Kinder, Jugend und Familie, Abteilung Kindergärten
- Bühnen der Stadt Köln, Referat Theater und Schule
- Bundesakademie für Kulturelle Bildung, Wolfenbüttel
- Bundesverband Museumspädagogik e.V.
- Bundesverwaltungsamt Köln, Referat: Auslandsschule
- Bundeszentrale für politische Bildung
- Caritas-Verband
- CIAM (Zentrum für Internationales Kunstmanagement) Köln
- dementia + art e.V.

- Deutsche Bahn
- Deutscher Altphilologenverband
- Deutscher Museumsbund
- Deutschlandradio (lyrix)
- Efi (Erfahrungswissen für Initiativen)
- Fachhochschule Köln, Institute of Conservation Sciences (CICS)
- Fachhochschule Münster, Fachbereich Design
- Fachhochschule Köln, Institute of Conservation Sciences (CICS)
- Generationenakademie Rheinland
- Goethe-Institut
- Heinrich-Heine Universität Düsseldorf, Seminar für Kunstgeschichte
- Historikerverband NRW
- Historisches Archiv der Stadt Köln, Abteilung Vermittlungsarbeit
- Ibk – Institut für Bildung und Kultur, Remscheid
- Institut für Lehrerfortbildung, Mülheim a.d. Ruhr
- Japanese Association of Museums
- Joblinge gAG
- Jugendjustizhilfe
- KISD – Köln International School of Design
- Kölner Graphikwerkstatt
- KölnMesse GmbH
- kölnmusik / Philharmonie (Abteilung Musikvermittlung)
- KölnTourismus GmbH
- Landesverband nordrhein-westfälischer Geschichtslehrer
- LVR-Institut für Landeskunde und Regionalgeschichte, Bonn
- Macromedia, Hochschule für Medien und Kommunikation
- Muslimisches Bildungswerk
- raa (Regionale Arbeitsstelle zur Förderung von Kindern und Jugendlichen aus Zuwandererfamilien)
- RDA Internationaler Bustouristik Verband e.V.
- Rheinische Musikschule
- Ruhr-Universität Bochum (RUB)
- Schulentwicklungsamt Köln
- SK Stiftung Kultur
- StadtBibliothek Köln
- Stadttrevue Verlag Köln
- Thalys International Partnerships
- Universität Bonn, Philosophische Fakultät, Kommunikationswissenschaften
- Universität zu Köln, Archäologisches Institut
- Universität zu Köln, Department Psychologie
- Universität zu Köln, Erziehungswissenschaftliche Fakultät, Deutsche Sprache und ihre Didaktik
- Universität zu Köln, Historisches Institut, Abt. für Didaktik der Geschichte
- Universität zu Köln, Humanwissenschaftliche Fakultät

- Universität zu Köln, Institut für Ethnologie
- Universität zu Köln, KölnerKinderUni
- Universität zu Köln, Seminar für Allgemeine BWL, Medien- und Technologiemanagement
- Universität zu Köln, Theaterwissenschaftliche Sammlung
- Universität Wien, Deutsch als Fremdsprache
- WDR, Kinderfernsehen (Die Sendung mit dem Elefanten)
- Zeit für Wissen Bildungsgesellschaft mbH
- ZfsL Bonn, Fachseminar Geschichte
- ZfsL Köln, Fachseminar Geschichte
- ZfsL Leverkusen, Fachseminar Geschichte, Latein
- ZMI (Zentrum für Mehrsprachigkeit und Integration)

Anlage 5.2: Sichtbarkeit bei Tagungen, Workshops und Hochschulveranstaltungen 2014

- Fortbildungen für Studienreferendare im Fach Geschichte im Kölnischen Stadtmuseum im Rahmen der Referendarsausbildung des Zentrums für schulpraktische Lehrerausbildung Köln (Ina Belitz) | Referent: Dr. Ulrich Bock
- Univ. zu Köln, Erasmus-Seminar Mythos Rhein für ausländische Studierende der Germanistik (Dr. Roberto di Bella), Sommersemester 2014 | Vortrag: Dr. Ulrich Bock
- Univ. zu Köln, Historisches Institut, Seminar für Geschichtsdidaktik (Herr Dr. Fabian Bien), Quellenarbeit im Geschichtsunterricht, Wintersemester 2014 | Vortrag: Dr. Ulrich Bock
- Target Groups of Museumsdienst Cologne, Incentive für Museumsmitarbeiter aus Enschede (NL) | Vortrag: Dr. Matthias Hamann
- Museumsdienst Köln – Profil und Aufgaben. Fortbildung für die Reinwardt Academy Amsterdam | Vortrag: Dr. Matthias Hamann
- Das Publikum von morgen. Motive und Motivationen des Museumsbesuchs. Treffen des Dachverbands deutscher Volkshochschulen, Köln | Vortrag: Dr. Matthias Hamann
- Evaluierung der Studiengänge Kunst, Medien, Geschichte, Gender der Carl-von-Ossietzky-Universität Oldenburg (AQAS) | Gutachter: Dr. Matthias Hamann
- Vermittlungsstrategien des Museumsdienstes Köln. Universität Würzburg, Professur für Museologie. Vortrag: Dr. Matthias Hamann
- Konzeption der Dauerausstellung des NS-Dokumentationszentrums – Aspekte der Vermittlung des Themas Nationalsozialismus. Historisches Institut der Universität zu Köln. Vortrag mit Führung: Barbara Kirschbaum
- Die pädagogische Arbeit des NS-Dokumentationszentrums mit dem Schwerpunkt Geschichtslabor. Universität zu Köln, Historisches Institut | Vortrag und Workshop: Barbara Kirschbaum

- Konzeption der Dauerausstellung und des Geschichtslabors im NS-Dokumentationszentrum Wollem de Kooning Academie Rotterdam | Führung und Vortrag: Barbara Kirschbaum
- Die speziellen didaktischen Herausforderungen bei der Behandlung des Themas Nationalsozialismus in den unterschiedlichen Altersstufen Universität Düsseldorf, Historisches Seminar | Vortrag und Führung mit didaktischem Schwerpunkt: Barbara Kirschbaum
- (Mit-)Organisation der internationalen Tagung Tapa – Art and Social Landscapes. Interdisciplinary Symposium on Oceanic Tapa, Rautenstrauch-Joest-Museum, 16.–17.01.2014, gefördert von der Thyssen Stiftung | Org.: Peter Mesenhöller
- (Mit-)Organisation der Jahrestagung der Pacific Arts Association Europe, Rautenstrauch-Joest-Museum, 03.–06.04.2014 | Org.: Peter Mesenhöller
- Gespräche über Museumspädagogik: Heutige Bildungsressourcen und didaktische Ausstellungsgestaltung (Beispiel RJM), Online-Konferenz des Goethe Instituts Santiago, Chile, November 2014 | Org.: Peter Mesenhöller mit Rita Böller
- Einführung in die Geschichtsdidaktik im ethnologischen Museum. Universität zu Köln, Historisches Seminar (Prof. Dr. Imke Sturm-Martin) | Schulung, Führungen und Vorträge: Peter Mesenhöller
- Geschichtsdidaktik und interkulturelles Lernen im ethnologischen Museum. Geschichtslehrerverband NRW, Sektion Außereuropäische Geschichte | Führungen durch das RJM (Praxisanteil): Peter Mesenhöller
- Aufgaben der Museumspädagogik in ethnologischen Museen | Seminar Museum Studies, Cologne African Studies Center, Masterprogramm CEA. (Culture and Environment in Africa), Universität zu Köln | Vortrag: Peter Mesenhöller
- Mehrsprachigkeit und Integration in der Vermittlungsarbeit an Museen | Sprachenfest des Zentrums für Mehrsprachigkeit und Integration, Köln | Infostand: Karin Rottmann
- Die Potentiale des Lernorts Museum. Guerillamethoden zur Tagung Educational Content in Museum Teaching, Olomouc | Vortrag: Karin Rottmann
- Außerschulischer Lernort Museum und DaZ-Unterricht | Lehrveranstaltung im Kontext der Lehrerbildung im Fachbereich Deutsche Sprache und ihre Literatur der Universität zu Köln | Museumsworkshop und Seminarveranstaltung: Karin Rottmann
- Programme für die Ferienkurse in Ganztagschulen | Veranstaltungen des Schulamtes Köln | Vortrag: Karin Rottmann
- DaF-Unterricht und Museum | Vortrag innerhalb des Lehrgangs für Ressortleiterinnen und -leiter von internationalen Schulen im Ausland des Bundesverwaltungsamtes | Vortrag: Karin Rottmann
- Fachtagung des Fachverbandes Textillehrer im Rautenstrauch-Joest-Museum | Co-Organisation und Vortrag: Karin Rottmann
- Univ. zu Köln, Archäologisches Institut: Seminar Archäologische Funde im Museum: Bildungs- und Vermittlungskonzepte, Öffentlichkeitsarbeit, Marketing (Dr. Beate Schneider).

- Fachtagung der Thyssen-Stiftung, Wissenschaftsdialog / Arbeitskreis Bodendenkmäler: Der Aha-Effekt. Archäologische Bodendenkmäler und ihr Publikum. Vortrag: Dr. Beate Schneider
- Bezirksregierung Düsseldorf (Hagen und Krefeld): Zertifikatskurse Latein: Einführung in die lateinische Epigraphik / Inschriften im Römisch-Germanischen Museum | Vorträge und Workshops: Dr. Beate Schneider
- Bezirksregierung Köln: Zertifikatskurse Latein: Einführung in die lateinische Epigraphik / Inschriften im Römisch-Germanischen Museum | Vorträge und Workshops: Dr. Beate Schneider

Anlagen zu 6.: Förderung des wissenschaftlichen Nachwuchses

Anlage 6.1: Praktika 2014

- Galina Giannikopoulos M. A. (Tut.: Dr. Beate Schneider), Philipp Hagdorn M. A. (Tut.: Dr. Beate Schneider), Christina Heibach Tut.: Marie-Luise Höfling), Shirin Katharina Kalcik (Tut.: Dr. Beate Schneider), Lisa Klaffki (Tut.: Dr. Beate Schneider), Rebecca Mirkhani (Tut.: Dr. Beate Schneider), Charlotte Pinon (Tut.: Barbara Kirschbaum), Helene Seydel (Tut.: Angelika von Tomaszewski M. A.), Ina Stenger (Tut.: Barbara Kirschbaum), Diana Schuster (Tut.: Angelika von Tomaszewski M. A.), Anna Viehoff (Tut.: Angelika von Tomaszewski M. A.)

Anlage 6.2: Lehraufträge von Mitarbeitern des Museumsdienstes 2014

- CIAM (Center for International Arts Management) | Lehrauftrag: Museumspädagogik (Dr. Matthias Hamann)
- Universität zu Köln, Seminar Museum Studies, Cologne African Studies Center, Masterprogramm Culture and Environment in Africa (Peter Mesenhöller)
- Universität Wien, Institut für Germanistik Deutsch als Fremd- und Zweitsprache, Seminar für Prof. Dr. Klaus-Börge Boeckmann: Deutsch als Zweitsprache in Lernprogrammen des Kunstmuseums | Vortrag und Workshop: Karin Rottmann
- Universität zu Köln, Seminar für Deutsche Sprache und ihre Didaktik: Sprachprogramme im Museum Ludwig für das Seminar von Prof. Dr. Magdalena Michalak, Workshop im Museum Ludwig und in der Hochschule: Karin Rottmann.
- Pädagogische Hochschule Heidelberg, Fakultät für Kulturwissenschaften/ Faculty II Abteilung Englisch: Let's Talk About Art (Englischprogramme des Museumsdienstes Köln) für das Seminar von Prof. Dr. Jutta Rymarczyk, Workshop im Museum Ludwig: Karin Rottmann

- Universität zu Köln, Archäologisches Institut, Lehrauftrag Museums-
pädagogik / Museumsdidaktik: Seminar Archäologische Funde im Muse-
um: Bildungs- und Vermittlungskonzepte, Öffentlichkeitsarbeit, Marke-
ting (Dr. Beate Schneider)
- Ruhruniversität Bochum, Optionalbereich | Lehrauftrag Sammeln und
Vermitteln (Karin Rottmann und Angelika von Tomaszewski M. A.)
- Ruhruniversität Bochum, Historisches Seminar | Lehrauftrag
Das Mittelalter lebendig machen (Karin Rottmann)

Anlagen zu 7.: Qualitätssicherung

Anlage 7.1: Fortbildungen für freiberufliche Mitarbeiter

Kölnisches Stadtmuseum (Koord.: Dr. Ulrich Bock)

- Das historische Zeughaus
- Der Nachlass des Hermann von Goch
- Köln in unheiligen Zeiten. Einführung in die Sonderausstellung
- Köln 1914. Metropole im Westen. Einführung in die Sonderausstellung

Museum für Angewandte Kunst Köln (Koord.: Dr. Romana Breuer)

- Markus Brunetti / FACADES. Einführung in die Sonderausstellung
- A Party for Will! Eine Reise in das Shakespeare-Universum.
Einführung in die Sonderausstellung
- Rolf Sachs typisch deutsch? – Eine Auseinandersetzung mit Eigenschaften
und Klischees. Einführung in die Sonderausstellung
- Köln 1914. Metropole im Westen. Einführung in die Sonderausstellung

Museum für Ostasiatische Kunst

(Koord.: Caroline Stegmann-Rennert M. A.)

- Von Istanbul bis Yokohama: Die Reise der Kamera nach Asien (1839–
1900). Einführung in die Sonderausstellung
- Mitleid und Meditation: Der Buddhismus des Großen Fahrzeugs in
Ostasien, Einführung in die Neupräsentation der Buddhismus-Sammlung
- Vom Japonismus zu Zen. Paul Klee und der Ferne Osten. Einführung in die
Sonderausstellung

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

- Unbeugsam und ungebändigt: Dokumentarische Fotografie um 1979.
Einführung in die Sonderausstellung
- Das Museum der Fotografie. Eine Revision. Einführung in
die Sonderausstellung
- Oscar Tuazon. Alone in an empty room. Einführung in
die Sonderausstellung
- Pierre Huyghe. Einführung in die Sonderausstellung
- Ludwig goes Pop. Einführung in die Sonderausstellung

- Andrea Büttner. 2. Einführung in die Sonderausstellung
- Mediator, Moderator, Entertainer = Kunstvermittler? Fortbildung zu den verschiedenen Anforderungsbereichen des Aufgabenfeldes Kunstvermittlung mit besonderem Augenmerk auf den Umgang mit Störfaktoren

Museum Schnütgen (Koord.: Dr. Ulrich Bock)

- Werkstattleitertreffen
- Die Heiligen Drei Könige. Mythos, Kunst und Kult. Einführung in die Sonderausstellung

NS Dokumentationszentrum (Koord.: Barbara Kirschbaum)

- Wessen Freund und wessen Helfer. Themenfortbildung im Zusammenhang mit der Sonderausstellung (mit Dr. Thomas Roth)
- Zeichnungen im KZ Auschwitz. Themenfortbildung (mit Dr. Jörn Wendland)
- Studienreise Krakau/Auschwitz
- Todesfabrik Auschwitz. Einführung in das Workshop-Angebot zur Sonderausstellung

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

- Einführungen in die neuen Führungseinheiten des RJM: Was ist tabu im Rautenstrauch-Joest-Museum?, Von Königen, Magiern und weisen Männern
- Besuch der Sonderausstellungen Abenteuer Orient – Max von Oppenheim und Afrikanische Meister – Kunst der Elfenbeinküste in der Bundeskunsthalle, Bonn

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

- Das archäologische Jahr 2013
- Muster und Ornament – museumsübergreifend / Diskussion und Ideen für neue Schülerwerkstätten im Nachklang unserer Tagung fashion@society
- VIA – Erlebnisraum Römerstraße: Einführung in das Projekt und die neue Präsentation im RGM
- Forum RGM – museumspädagogischer Erfahrungsaustausch
- 14 AD – Römische Herrschaft am Rhein. Einführung in die Sonderausstellung
- Untersuchungen zum römischen Rheinufer am Alenlager Burginatum
- Hölzerne Grabbauten und ein bemerkenswertes Brandgrabensemble von einem röm. Gutshof bei Erkelenz
- Der Berliner Skulpturenfund und die Archäologie der Moderne. Einführung in die Sonderausstellung

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

- Max Klinger: Opus II. Einführung in die Sonderausstellung im Graphischen Kabinett
- Liebermanns Rasenbleiche. Die verschwundene Wäscherin. Einführung in die Sonderausstellung
- Rubens, du & ich. Freundschaftsbilder. Einführung in die Sonderausstellung
- Der Abklatsch. Eine Kunst für sich. Einführung in die Sonderausstellung im Graphischen Kabinett
- Dürers Mysterien. Rätsel in seinem Graphischen Werk. Einführung in die Sonderausstellung im Graphischen Kabinett
- Die Kathedrale. Romantik – Impressionismus – Moderne. Einführung in die Sonderausstellung

Museumsübergreifend

- Muster und Ornament
- Ästhetische Feldforschung im Museum – offene Arbeitsformen in der Museumspädagogik
- Ausstellung in der SK-Stiftung: Jim Dine – My Tools

Anlage 7.2: Teilnahme an externen Fortbildungen, Tagungen und Gremiensitzungen

- Inklusive Bildung im Museum. Fachtagung des LVMP NRW e.V., Kunst- und Ausstellungshalle der BRD, Bonn, 23. und 24.03.14 | Teiln.: Dr. Matthias Hamann
- Workshop der Kooperationsrunden Kultur und Tourismus des Region KölnBonn e.V., Siegburg, Stadtmuseum, 26.04.2013 | Teiln.: Dr. Matthias Hamann
- G 9-Treffen des Region KölnBonn e.V., Köln, 01.04. und 04.09.14 | Teiln.: Dr. Matthias Hamann
- Sitzung des Markenbeirats der Stadt Köln, 28.04 | Teiln.: Dr. Matthias Hamann
- Sitzung des Beirats von KölnTourismus, 08.05. und 01.10.14 | Teiln.: Dr. Matthias Hamann
- Jahrestagung des Deutschen Museumsbundes, 06.–08.05.2014 in Mainz | Teiln.: Dr. Matthias Hamann
- Kulturelle meets Politische Bildung. Expertenhearing der Bundeszentrale für Politische Bildung, 30.09. und 01.10.14 | Teiln.: Dr. Matthias Hamann
- German Japanese Expert Exchange Programme 2014, ausgerichtet vom BVMP e.V. und der Japanese Association of Museums, Japan, 02.11.–16.11.14 | Teiln.: Matthias Hamann
- Frühjahrstagung des AK Öffentlichkeitsarbeit beim Deutschen Museumsbund, Mainz, 08.05.14 | Teiln.: Marie-Luise Höfling

- Herbsttagung des AK Öffentlichkeitsarbeit beim Deutschen Museumsbund |
Teiln.: Marie-Luise Höfling
- Update MS Office 2010; Amt für Informationsverarbeitung, Schulungs-
zentrum, div. Termine | Teiln.: Marie-Luise Höfling
- AdressPlus VII/4; Amt für Informationsverarbeitung, Schulungszentrum,
div. Termine | Teiln.: Marie-Luise Höfling
- Kultur zwischern –Twitter –Impulse für die Kulturvermittlung; Pausanio
Akademie, Köln, div. Termine | Teiln.: Marie-Luise Höfling
- Seminar Schreibkrisen, ASH Berlin, 23.01.–25.01.2014 | Teiln.: Susanne
Kieselstein
- Seminar Schreibberatung, ASH Berlin, 28.02. und 01.03.2014, Berlin |
Teiln.: Susanne Kieselstein
- Seminar Szenisches Schreiben, ASH Berlin, 18.07. und 19.07. Teiln.:
Susanne Kieselstein
- Neue Fans finden und binden, pausanio akademie, Köln, 26.03 | Teiln.:
Susanne Kieselstein
- Facebook, Twitter, Blogs – Socialmedia für Einsteigende, Evangelische
Medienakademie Düsseldorf, 20.03 | Teiln.: Susanne Kieselstein
- Frühjahrstagung des AK Verwaltung beim Deutschen Museumsbund |
Teiln.: Klaus Linz
- Herbsttagung des AK Verwaltung beim Deutschen Museumsbund | Teiln.:
Klaus Linz
- Fortbildungsseminar Aquarellmalerei, Internationale Kunstakademie Trier,
div. Termine Okt | Teiln.: Karin Rottmann
- Jahres-Fachtagung LVR-Landesmuseum Bonn: Archäologie im Rheinland,
03. und 04.02 | Teiln.: Dr. Beate Schneider
- Fachtagung der Thyssen-Stiftung, Wissenschaftsdialog / Arbeitskreis
Bodendenkmäler: Die Konstruktion von Gedächtnis. Zu einer Standort-
bestimmung von Archäologie in der Stadt, 30. und 31.10. und 04. und
05.12 | Teiln.: Dr. Beate Schneider
- Fortbildung: Common Purpose. Matrix-Programm.10 Termine im Zeitraum
April 14 – Januar 15 | Teiln.: Angelika von Tomaszewski

Anlage zu 8.: Publikationen 2014

Printpublikationen / Kurzführer / zielgruppenspezifische Publikationen

- Ulrich Bock: Die Rüstung des Jan von Werth, in: Stefan Lewejohann (Hg):
Köln in unheiligen Zeiten. Die Stadt im Dreißigjährigen Krieg. Begleitband
zur Ausstellung des Kölnischen Stadtmuseums, Köln 2014, S. 230ff.
- Ulrich Bock: Die Heiligen Drei Könige. Mythos, Kunst und Kult. Begleitheft
zur Ausstellung des Museum Schnütgen, Köln 2014
- Ulrich Bock: Anbetungsgruppe vom Hochaltar des Kölner Domes, Anbetung
der Heiligen Drei Könige vom Dreikönigenpförtchen, Ursulaschrein (Alexan-
derschrein). Drei Katalogbeiträge, in: Die Heiligen Drei Könige. Mythos, Kunst
und Kult, Kat. zur Ausstellung im Museum Schnütgen, Köln 2014

- Marion Euskirchen, Stefan Kleuver, Beate Schneider: Römer-Straßen-Köln. Durch Raum und Zeit. Begleitheft für Familien und junge Leser zum EU-Projekt VIA Erlebnisraum Römerstraße(Köln 2014).
- Susanne Kieselstein: Spuren von Puppenspielen in Kindern und Heranwachsenden, eine literarische Annäherung. In: Puppen. Menschenbegleiter in Kinderwelten. Begleitband zur gleichnamigen Tagung, hrsg. von Insa Foken und Jana Mikota. Göttingen 2014, S. 55–61
- Barbara Kirschbaum, Aspekte zur Vermittlung des Themas Jugend im Nationalsozialismus unter besonderer Berücksichtigung der unangepassten Jugendlichen. Essay LaG-Magazin 06/13, <http://lernen-aus-der-geschichte.de/Lernen-und-Lehren/content/11257> [31.12.2013]
- Karin Rottmann und Rainer E. Wicke: Musik und Kunst im Unterricht Deutsch als Fremdsprache. In: Berlin 2013
- Beate Schneider: Aureus des Postumus / Fingerring aus Bergkristall, in: M. Trier / F. Naumann-Steckner (Hrsg.): 40 Jahre Römisch-Germanisches Museum 1974–2014 (Köln 2014) 62–63; 70–71.
- Stephanie Sonntag: Die Kathedrale. Romantik – Impressionismus – Moderne. Ein Ausstellungsbegleiter. Deutsch/English/Nederlands. Köln 2014.
- Angelika von Tomaszewski (Redaktion): Pierre Huyghe. Ausstellungsbegleiter zur Sonderausstellung Pierre Huyghe. Köln: ML 2014.
- Angelika von Tomaszewski und Ulrike-Helene Seydel: LUDWIG GOES POP. Ausstellungsbegleiter zur Sonderausstellung LUDWIG GOES POP. Köln: ML 2014
- Angelika von Tomaszewski und Ulrike-Helene Seydel: Do it now! Aktionsheft zur Sonderausstellung LUDWIG GOES POP.

Audio / digitale Präsentationen / Internet

- Ralf Dank: Erstellung und Redaktion des digitalen Newsletters museenkoeln mit 52 Ausgaben
- Waltraud Herz: Internetredaktion und Aktualisierung der Website museenkoeln.de
- Waltraud Herz: Erstellung und Redaktion des digitalen Newsletters Kik – Kultur in Köln mit 6 Ausgaben
- Daniel Müller: Erstellung von 8 Audiobeiträgen zur Ausstellung 14 A.D. im Römisch-Germanischen Museum
- Karin Rottmann: 54 Beiträge im Blog des Museumsdienstes Köln
- Karin Rottmann: Erstellung und Versand des digitalen Newsletters Bildung mit 15 Ausgaben
- Stephanie Sonntag (Redaktion): Die Kathedrale. Romantik – Impressionismus – Moderne. Audioguide. Deutsch/Englisch.
- Angelika v. Tomaszewski (Text): Audioguide zur Ausstellung Ludwig goes Pop

Ausstellungsbeschriftung / Texte / Unterrichtsmaterialien

- Barbara Kirschbaum, 14 Biographische Materialien zum KZ Auschwitz als pädagogische Materialien zur Wanderausstellung Todesfabrik Auschwitz

- Barbara Kirschbaum: Auschwitz – Versuch einer Annäherung – Materialien zu einem Gedicht von Dan Pagis (zur Verfügung gestellt auf: www.ns-dok.de)
- Stephanie Sonntag: Die Kathedrale. Romantik – Impressionismus – Moderne. Saaltexte. Deutsch/Englisch. Saal- und Objekttexte
- Angelika von Tomaszewski (Mitarbeit und Redaktion): Pop Art. LUDWIG GOES POP | Unterrichtsprojekte zu Pop Art für Klasse 7 bis 10 | Hrsg: Frankfurter Allgemeine Zeitung, Museum Ludwig, Museumsdienst Köln | Berlin, 2014.

Filme zu museumspädagogischen Projekten

- Karin Rottmann (Ltg.) und Judith Patzelt (Filmische Umsetzung): Innoclilig – Methoden des DaZ-Unterrichts im Museum (Finanzierung: ZMI)
- Stephanie Sonntag (Red.): Rosa. Eine Kleiderfarbe nur für Mädchen? Teileinspieler Alte Meister im Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud (Finanzierung: WDR Kinderfernsehen/Wissen macht ah!)

Hands On-Materialien

- Museum für Angewandte Kunst Köln | 1950er Jahre (Konz.: Dr. Romana Breuer) | Erweiterung der Sammlung im Hinblick auf Programme für demenziell veränderte Menschen | Zielgruppe: Demenziell veränderte Menschen
- Museum für Ostasiatische Kunst | Erweiterung der didaktischen Sammlung im Bereich Kleidung aus China und Japan, Manga | Zielgruppe: Kinder und Jugendliche, Familien.
- Römisch-Germanisches Museum | Erweiterung des Fundus rekonstruierter römischer Gewänder: KITA-Ensembles | Einrichtung von museumsdidaktischen Materialkisten für KiTas und Schulklassen
- Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud | Wallraf. Der Museumskoffer auf Rollen: Ergänzungen der Hands-Ons (Konz.: Dr. Stephanie Sonntag) | Zielgruppe: Kinder ab 4 Jahren

Anlage zu 10.: Ausstellungen 2014

- Kölnisches Stadtmuseum | Drunter und drüber: Der Eigelstein (13.12.13–27.04.14) | Köln in unheiligen Zeiten. Die Stadt im Dreißigjährigen Krieg (14.06.–05.10.14) | Köln 1914. Metropole im Westen (22.11.14–19.04.15)
- Museum für Angewandte Kunst Köln | Markus Brunetti / FACADES (20.08.–30.12.14) | A Party for Will! Eine Reise in das Shakespeare-Universum (15.03.–27.07.14) | Rolf Sachs typisch deutsch? – Eine Auseinandersetzung mit Eigenschaften und Klischees (13.01.–09.06.14) | Köln 1914. Metropole im Westen (22.11.14–19.04.15)

- Museum für Ostasiatische Kunst | Von Istanbul bis Yokohama: Die Reise der Kamera nach Asien 1839–1900 (17.05.–07.09.14) | Mitleid und Meditation: Der Buddhismus des Großen Fahrzeugs in Ostasien (17.05.14–01.02.15) | Vom Japonismus zu Zen. Paul Klee und der Ferne Osten (18.10.14–01.02.15)
- Museum Schnütgen | Die Heiligen Drei Könige. Mythos, Kunst und Kult (25.10.14–25.01.15).
- NS Dokumentationszentrum | Was hat das Hemd mit Politik zu tun? (Kleine Ausstellung im Gewölbe) 11.10.2013–12.01.2014 | Ein ganzes Leben in einer Hutschachtel – Berta Sander: eine jüdische Innenarchitektin aus Köln (08.11.2013–09.03.2014) | Arbeiten zum Jugend- und Schülergedenktag (Kleine Ausstellung im Gewölbe) 25.01.–09.02.2014. | Hair shirt army–Objekte von Tanja Ury (Kleine Ausstellung im Gewölbe) 14.02.2014–27.04.2014) | Wessen Freund und wessen Helfer? Kölner Polizei im Nationalsozialismus 04.04.2014 – 03.08.2014 | Es gibt hier keine Kinder – Auschwitz, Groß-Rosen, Buchenwald. (Kleine Ausstellung im Gewölbe). 09.05.2014–03.08.2014 | Boris Lurie – Kampf, Kunst, KZ. (26.08.2014–02.11.2014) | Todesfabrik Auschwitz – Topographie und Alltag in einem Konzentrations- und Vernichtungslager (21.11.2014–03.05.2015)
- Rautenstrauch-Joest-Museum – Kulturen der Welt | Made in Oceania. Tapa – Kunst und Lebenswelten (12.10.2013–27.4.2014).
- Römisch-Germanisches Museum | Alfred Seiland – Imperium Romanum (bis 30.3.2014) | 14 AD. Römische Herrschaft am Rhein (28.06.–19.10.2014) | 40 Jahre Römisch-Germanisches Museum Köln 22.04.–07.06.)

Team (Stand 2015)

Direktion

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

Museumspädagogik und übergreifende Kulturelle Bildung

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

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Marie-Luise Höfling (Ltg. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit)
Waltraud Herz (Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Internet)
Viktoria Sondermann (Werbe- und Mediaplanung, Events)

Verwaltung

Klaus Linz (Verwaltungsleiter)
Beate Hülsken (Verwaltungsmitarbeiterin)
Erika Jäger (Sachbearbeitung NS-Dokumentationszentrum)
Michael Jonetz (Sachbearbeitung Museum kreativ)
Regina Kühnelt (Sachbearbeitung Schulangebote)
Melanie Krauß (Sachbearbeitung Erwachsenenangebote)
Ulrike Michel (Sachbearbeitung Erwachsenenangebote)

Museumsschule

Rita Böller (für Rautenstrauch-Joest-Museum)

Björn Föll (für Museum Ludwig und Wallraf-Richartz-Museum)

Frank Hartmann (für Kölnisches Stadtmuseum und Museum Schnütgen)

Anja Hild (für Museum Ludwig und Wallraf-Richartz-Museum)

Stefan Kleuver (für Kölnisches Stadtmuseum und Römisch-Germanisches-Museum)

Birgit Kloppenburg (für Römisch-Germanisches Museum, Kölnisches Stadtmuseum und NS Dokumentationszentrum)

Alexa Schink (für Museum Ludwig und Wallraf-Richartz-Museum)

Christine Wolf (für Museum Ludwig und Wallraf-Richartz-Museum)

Freiberufliche Mitarbeiter und Honorarkräfte

Recha Allgaier, Dr. Ines Bachem, Vera Berber, Annette Binder,

Dr. Harald Bortz, Natascha Brandenburg, Walter Bruno Brix, Annika Burbank,

Lisa Busche, Dr. Till Busse, Dr. Eva-Maria Cahn, Karina Castellini M.A.,

Dr. Marta Cencillo Ramirez, Diane Ciesielski, Maurice Cox, Sonja Czoska,

Barbara Dörffler, Nicole Dorweiler M.A., André Dumont M.A.,

Kristina Eder M.A., Maria Eicker M.A., Omar El-Saeidi, Irene Ellegiers M.A.,

Kurt Erlemann, Dr. Jutta Ewers, Dipl.-Ing. Mareike Fänger, Patrick Fels,

Dr. Annette Frieske, Georg Gartz, Sybille Geisel, Ruth Gilberger, David Gilles,

Uta Deborah Gilsebach, Dr. Raymund Gottschalk, Markus Graf,

Gudrun Grauenson M.A., Dr. Hans-Jürgen Greggersen, Christian Günther,

Claudia Grötzebach M.A., Irene Grünendahl-Schmitz, Philipp Hagdorn M.A.,

Anke von Heyl M.A., Andrea Hillebrandt, Alexandra Holst, Angela Huemer,

Sanae Ilies, Felicitas Jobs, Gabriel Jonetz, Ute Kaldune, Rick Kam,

Dagmawit Kebede M.A., Julia Kellermann M.A., Stefanie Kemp,

Christina Kempcke-Richter M. A, Sarah Keppel, Carolyn Kipper M.A.,

Birte Klarzyk, Regina Kluck, Elina Knorpp, Paul Krause, Sibylle Kroll M.A.,

Julia Kreische M. A., Ipek Sirena Krutsch, Dr. Katja Lambert,

Susanne Lang M.A., Volker Laue, Marcus Leifeld, Silke Lemmes, Suzana Leu,

Eva Lobstädt M.A., Rosi Loos, Azziza Malanda M.A., Lorena Markowitsch,

Oliver Meißner, Gisela Michel M.A., Christina Nägler, Theres Nelles,

Dr. Iris Nestler, Dr. Stefan Neu, Dr. Gaby Oepen-Domschky, Dr. Marion Opitz,

Dr. Beate Ostermann, Mira Parthasarathy, Judith Patzelt,

Hanna Petri-Böhnke M.A., Theda Pflingsthorn, Charlotte Pinon,

Ludmilla Piters-Hofmann, Andrea Rauffauf-Schäfer M.A., Anja Reincke,

Cordula Reiter M.A., Heike Rentrop, M.A., Ilka Richter,

Dr. Erika Riedmeier-Fischer, Dr. Daniela Rösing, Dr. Hannelore Rose,

Sonya Roushdy, Julia Rückert M.A., GudrunSäuberlich-Spannagel M.A.,

Cristine Schell, Thomas Schiffer, Anna Schlieck, Jochen Schmauck-Langer,

Dagmar Schmidt, Dr. Uta Schmidt-Clausen, Marion Schulz,

Eva Schwering M.A., Monika Schwingeler, Masako Shôno-Sládek,

Hildegard Simon-Kisky, Dr. Dirk Soechting, Mara Stahl,

Dr. Elke Stoll-Berberich, Stanislaw Strasburger, Markus Thulin M.A.,

Sara Tochmanschan, Hôkô Tokoro, Dr. Ulrike Tomalla, Gregor Verhufen,

Dr. Alexander Vladykin, Martin Vollberg, Sascha Vredenburg, Katharina Wagner,
Nicola Walbrecht M.A., Ursula Werner, Martin Wieland M.A.,
Waltraud Windmüller, Laura Winkler M.A., Dr. Susanne Wischermann,
Dr. Antonia Wunderlich, Youwu Xu, Hartmut Zänder und Helga Zimmer.

Impressum

Jahresbericht des Museumsdienstes Köln 2014

Herausgeber: Matthias Hamann

Redaktion: Beate Schneider, Frank Neweling

Adresse: Museumsdienst Köln

Leonhard-Tietz-Str. 10

50676 Köln

museumsdienst@stadt-koeln.de

www.museenkoeln.de/museumsdienst

Wir machen Programm
Museumsdienst Köln

 museumpädagogische Gesellschaft

Museen der

