

Inhalt

Zusammenfassende Einleitung	02
Statistik	04
Struktur und Organisation	12
Auftrag, Aufgaben, Arbeitsschwerpunkte	14
SWOT-Analyse	16
Konkurrenzanalyse	17
Angebotsanalyse	18
Zielgruppenanalyse	19
Corporate Design, externe Kommunikation, Marketing	20
Publikationen	23
Fundraising	25
Förderkreis: Museumspädagogische Gesellschaft e.V.	26
Aus den Museen	27
Abteilung Museum Kreativ	35
Bericht der Verwaltung	38
Freie Mitarbeiter	40
Nachwuchsförderung	42
Kooperationen und Projekte	43
Überregionale Sichtbarkeit	47
Team	48

Zusammenfassende Einleitung

Mit diesem Bericht liegt eine Übersicht zur Tätigkeit des Museumsdienstes im zurückliegenden Jahr vor. Zugleich ist es die Bilanz des ersten Jahres unter einem neuen Direktor; sie verfolgt als Leitthemen die Frage, welche Veränderungen stattgefunden haben, ob der Claim „Wir machen Programm“ erste Wirkung gezeigt hat und welche Ziele für die Zukunft abgesteckt wurden.

Seit mehr als 40 Jahren ist es die Verbindung von wissenschaftlicher, pädagogischer und didaktischer Fundierung, persönlichem Engagement und der Bereitschaft, auf ein breit gefächertes Publikum aus Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen gewinnend einzugehen, die die Arbeit der Kölner Museumspädagogik prägen. Die festen und freien Mitarbeiter des Museumsdienstes Köln sorgen in annähernd 5000 Veranstaltungen jährlich für eine umfassende, lebendige und anregende Vermittlung des kulturellen Erbes in den städtischen Sammlungen Kölns. Dies geschieht in öffentlichen Angeboten, in gebuchten Veranstaltungen für Gruppen und in projektbezogenen Einheiten.

Die öffentlichen Angebote sind meist kostenlos (öffentliche Führungen in Ausstellungen oder ständigen Sammlungen), mitunter müssen sich die Besucher jedoch anmelden (Ferienprogramme; Kurse für Erwachsene). In Einzelfällen kann es zu einer Begrenzung der Teilnehmerzahl kommen (z.B.: Beschränkung auf 25 Teilnehmer bei Führungen in Großausstellungen; Beschränkung auf 15 Teilnehmer bei Kursen).

Die Nutzer der buchbaren Angebote sind in erster Linie Schulklassen und Privatgruppen. Anlass für den Museumsbesuch sind bei Erwachsenen zumeist aktuelle Sonderausstellungen, daher wird von ihnen das Führungsangebot dort stärker nachgefragt. Schulklassen besuchen ständige Sammlungen und Sonderausstellungen gleichermaßen. In seinen schulischen Angeboten achtet der Museumsdienst auf die lehrplanspezifische Relevanz, um der Funktion der Museen als außerschulischem Lernort vollständig gerecht zu werden.

Projektarbeit ist der dritte Angebotsbereich und zugleich ein relativ junger. Erst seit 2006 arbeitet der Museumsdienst verstärkt in Projekten, zumeist mit festen Kooperationspartnern, die im Tandem die Projekte mitorganisieren. Auf eine Drittmittelfinanzierung der Projekte wird dabei großer Wert gelegt. Die Zielgruppe der Projektarbeit sind zumeist Jugendliche, also für Museen schwierig zu gewinnende Besucher.

Mit seinen Programmen betreute der Museumsdienst Köln annähernd 100.000 Besucher. Dabei konnte insgesamt ein Wachstum von 1,6% verzeichnet werden, wobei die einzelnen Programmbereiche unterschiedlich starke Zuwächse zeigen. Dies verdankt sich den strukturellen Veränderungen, die einzelne Arbeitsbereiche in 2006 und 2007 durchlaufen haben. In Verbindung mit der verstärkten Nutzung von Marketinginstrumenten – vor allem verbesserte Kommunikation und Kundenbindung – sind in Zukunft deutliche Zugewinne zu erwarten.

JAHRESBERICHT

Zwischen 1. April 2007 und 1. April 2008 konnten insgesamt acht Stellen wieder- bzw. neu besetzt werden. Insbesondere die Stellenvakanzen der für einzelne Museen arbeitenden leitenden Museumspädagogen wurden beendet (Museum Ludwig, Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud, Museum für Ostasiatische Kunst und Museum für Angewandte Kunst).

Um eine strategische Neupositionierung zu erreichen, die angesichts des gesellschaftlichen Wandels, der neuen Anforderungen an die kulturelle Bildung, der engen finanziellen Möglichkeiten und der strukturellen Defizite des Museumsdienstes in den letzten Jahren notwendig ist, wurde nach dem Amtsantritt des neuen Direktors zum 1. April 2007 ein interner Diskussionsprozess über das eigene Selbstverständnis geführt, der in Überlegungen zu einem veränderten Außenauftritt, zur Definition von Handlungszielen und Leitlinien, zur Bestimmung von ersten Handlungsfeldern und zu einer Stärkung des Fundraising-Gedankens geführt hat. Als Handlungsprinzip hat sich dabei die Verschränkung von kultureller Vermittlungsarbeit und Kulturmarketing als äußerst fruchtbar erwiesen.

Als erste Maßnahme wurde von allen festen Mitarbeitern in einem gemeinschaftlichen Diskussionsprozess ein Selbstverständnis verabschiedet. Weiterhin wurde gemeinschaftlich ein Motto – im Marketing als „Claim“ bezeichnet – entwickelt, das inhaltlich und werblich die Aktivitäten des Museumsdienstes unterstreicht: „Wir machen Programm“. In dieser Aussage kommen drei wesentliche Elemente zum Ausdruck: WIR meint Teamarbeit und gemeinschaftlich abgestimmtes Handeln, MACHEN bezieht sich auf eine aktive, für den Besucher attraktive Vermittlungsarbeit, die den Transfer von Wissenschaft zu Öffentlichkeit leistet, ohne einen wissenschaftlichen Duktus zu pflegen; PROGRAMM steht für zielbewusstes, strategisches Handeln, zielgruppenspezifische Maßnahmen und die Bündelung von Ressourcen. Zukünftig werden die Einführung von Marketinginstrumenten, die Stärkung des Dienstleistungsgedankens und die Nutzung neuer Kommunikationsstrukturen in Verbindung mit aktuellen Themen und Methoden in der Vermittlung für eine Leuchtturmfunktion des Museumsdienstes im Bereich der kulturellen und interkulturellen Bildung sorgen.

Der Museumsdienst hat sein gesamtes Programm überarbeitet. Bei den öffentlichen Angeboten wurde natürlich dem breiten Ausstellungsprogramm der Museen Rechnung getragen. Grundüberlegung war eine Ausrichtung an tatsächlichen und potenziellen Zielgruppen, wobei zukünftig ein Wechsel von der Angebots- zur Nachfrageorientierung angestrebt ist.

Um das Programm besser zu kommunizieren, wurde das Internet wesentlich stärker genutzt als bisher, weiterhin das Erscheinungsbild verändert und Kundenbindungsmaßnahmen ergriffen. Flankiert werden die Maßnahmen von Besucherbefragungen, um die Nachhaltigkeit überprüfen zu können.

Die hier genannten Punkte sind im Folgenden detailliert ausgeführt, wobei bereits an der Statistik einzelne signifikante Erfolge und Defizite festzumachen sind.

Statistik

Die Statistik basiert auf Besucherzählungen zu den jeweiligen Veranstaltungen von Museumsdienst und Museumsschule. Dabei wird die Teilnehmerzahl jeder Veranstaltung erhoben oder durch Abrechnung bei gebuchten Angeboten ermittelt. Insgesamt konnte der Museumsdienst Köln zusammen mit der Museumsschule 4.955 (2006: 4.890) Veranstaltungen mit 99.359 (2006: 97.559) Teilnehmern durchführen. Damit wurden im Berichtsjahr 1,6 % mehr Personen betreut als im Vorjahr. Der seit 2005 zu verzeichnende Besucheranstieg scheint sich fortzusetzen.

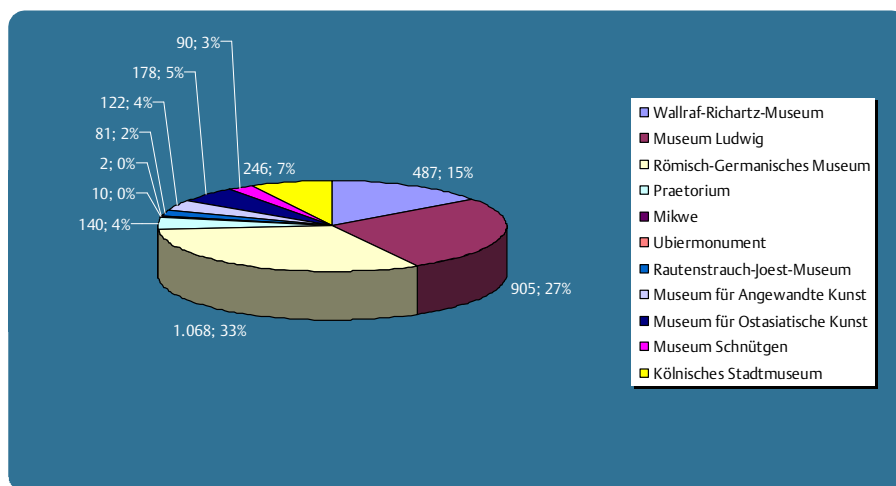
Veranstaltungen	2006	2007		Veränderung
a.) Museumsdienst				
Führungen	3.483	3.329	-154	- 4,4 %
Werkstätten	659	868	+ 209	+ 31,7 %
Kindergeburtstage	82	95	+ 13	+ 15,9 %
Einladung ins Museum	17	7	- 10	- 58,8 %
Lehrerfortbildung	24	17	- 7	- 29,2 %
Kreative Arbeit	80	103	+ 23	+ 28,8 %
Ergebnis Museumsdienst	4.345	4.419	+ 74	+ 1,7 %
b.) Museumsschule				
Unterrichtseinheiten	526	505	- 21	- 4,0 %
Lehrerfortbildung	19	31	+ 12	+ 63,2 %
Ergebnis Museumsschule	545	536	- 9	- 1,7 %
Gesamtergebnis	4.890	4.955	+ 65	+ 1,3 %
Teilnehmer	2006	2007		Veränderung
a.) Museumsdienst				
Führungen	69.759	66.569	- 3.190	- 4,6 %
Werkstätten	13.504	17.361	+ 3.857	+ 28,6 %
Kindergeburtstage	971	1.035	+ 64	+ 6,6 %
Einladung ins Museum	271	40	- 231	- 85,2 %
Lehrerfortbildung	332	194	- 138	- 41,6 %
Kreative Arbeit	1.082	1.281	+ 199	+ 18,4 %
Ergebnis Museumsdienst	85.919	86.480	+ 561	+ 0,7 %
b.) Museumsschule				
Unterrichtseinheiten	11.640	12.418	+ 778	+ 6,7 %
Lehrerfortbildung	236	458	+ 222	+ 94,1 %
Ergebnis Museumsschule	11.876	12.876	+ 1.000	+ 8,4 %
Gesamtergebnis	97.795	99.356	+ 1.561	+ 1,6 %

Führungen

Der Besucherfavorit bei geführten Gruppen war das Römisch-Germanische Museum, gefolgt von Museum Ludwig und Wallraf. Damit rücken die Bestände zur Archäologie an die Spitze. Insgesamt gingen die Zahlen bei den Besuchen von Kunstmuseen zwar zurück, das Wallraf konnte jedoch dank der Ausstellung „Tierschau – wie unser Bild vom Tier entstand“ einen deutlichen Anstieg verzeichnen.

Die beiden eigentlichen Gewinner waren das Museum für Angewandte Kunst und das Museum für Ostasiatische Kunst, die im Vergleich zu 2006 weit über 50% zulegen konnten. Zwar bedeutet dies in absoluten Zahlen nur einen geringen Anstieg (MAK: +973 Personen; MOK: + 2090 Personen), doch gemessen am Gesamtbesuchsaufkommen in diesen Häusern ist das für Museen und Museumsdienst gleichermaßen ein großer Erfolg.

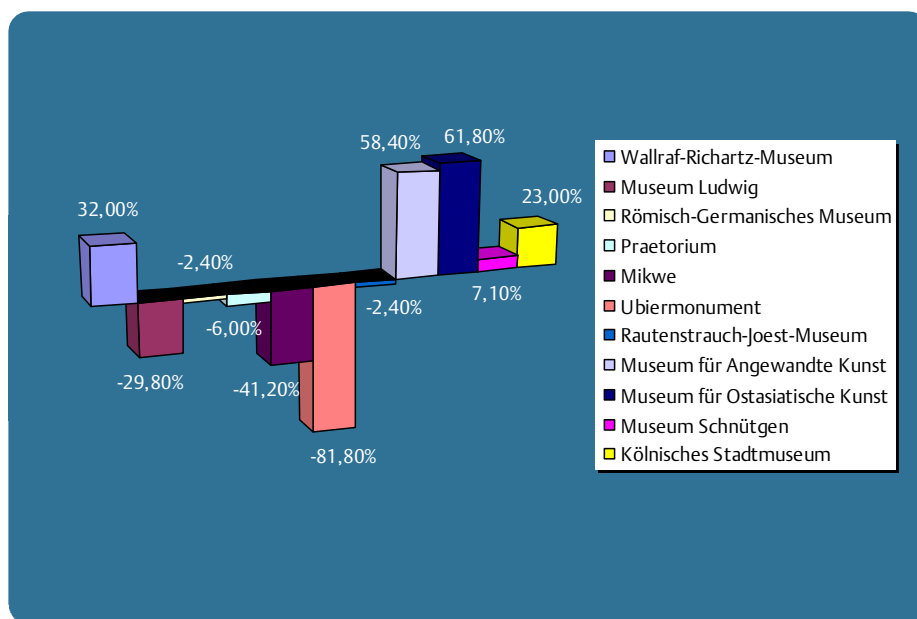
Führungsaufkommen in einzelnen Häusern



Die Gruppengröße der einzelnen Führungen schwankt stark und ist nur bedingt steuerbar. Die Größe ist abhängig von Thema, Uhrzeit und Umfeldkommunikation, jedoch auch von der Witterung. Im Schnitt haben die Gruppen eine Größe von 17 bis 20 Personen. Zunehmenden Erfolg verzeichnen die sonntags stattfindenden Familienführungen, bei denen Eltern und ihre Kinder zusammen kommen. Die Größe kann bei acht, aber auch bei achtzig Teilnehmern liegen. Da die Zugangsbarrieren zu diesem Angebot möglichst gering sein sollen, wird der Museumsdienst auch zukünftig keine Mindest- oder Höchstteilnehmerzahl ansetzen; ebenso wenig wird es für dieses Angebot Führungsgebühren geben. Eine Ausweitung des Angebotes kann hier Abhilfe schaffen.

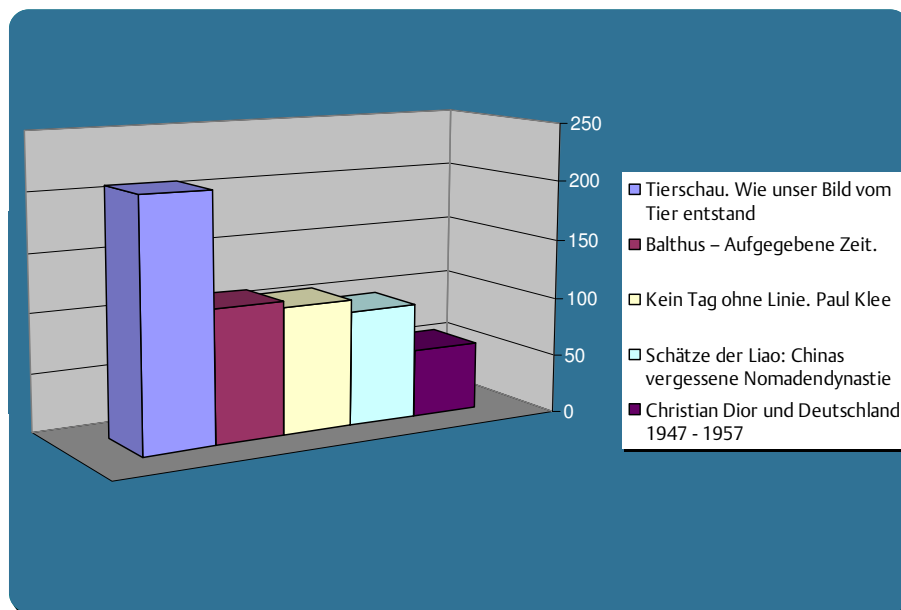
Bei der klassischen öffentlichen Führung, die in den Museen der Stadt Köln ebenfalls kostenfrei erfolgt und von Museumsdienst und den Museen angeboten und finanziert werden, kommt es immer wieder zu einem Überschreiten der im Grunde vertraglichen maximalen Gruppengröße. Dies gilt insbesondere für Wochenendveranstaltungen bei zugkräftigen Sonderausstellungen. Im Falle der Ausstellung „Piet Mondrian. Vom Abbild zum Bild“ wurde sonntags deshalb auf öffentliche Führungen verzichtet, stattdessen wurden Einführungsvorträge angeboten, der sehr gut angenommen wurden.

Führungen im Vergleich (Auswahl) 2007 zu 2006



Das Absinken der Nachfrage bei Führungen im Museum Ludwig ist wohl dem Erfolg der Ausstellung „Tierschau“ des Wallraf geschuldet, die auch im Bereich der Kreativangebote für den Museumsdienst sehr erfolgreich war. Die stark besuchte Sonderschau „Piet Mondrian. Vom Abbild zum Bild“, die das Museum Ludwig von Mitte Dezember 2007 an zeigte, wird sich erst in der Bilanz 2008 bemerkbar machen. Wie sehr der Zuspruch des Publikums von den Marketing- und Kommunikationsstrategien der Museen abhängig ist, zeigt der Erfolg der Sonderschau „Schätze der Liao“ im Museum für Ostasiatische Kunst. Die gut besuchte Ausstellung ließ auch die Buchungszahlen des Museumsdienstes steigen. Im Vergleich dazu konnte die besucherschwache Schau „Hotel California“ des Wallraf auch beim Museumsdienst keine nennenswerten Erfolge verzeichnen.

**Sonderausstellungen
Gruppenaufkommen**



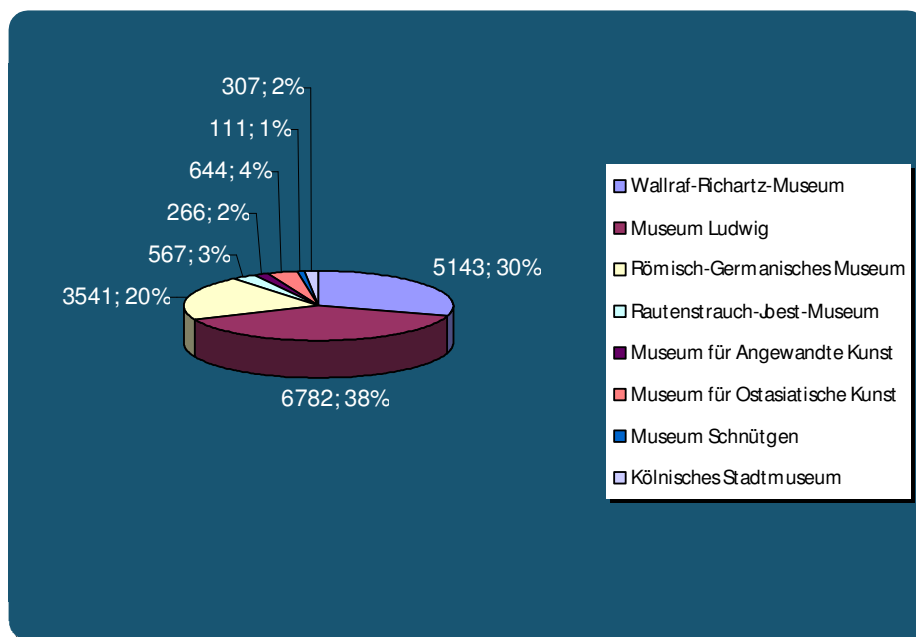
In 2008 besuchten etwa drei Viertel der vom Museumsdienst geführten Gruppen die ständigen Sammlungen der Museen, das letzte Viertel interessierte sich für Sonderausstellungen. Dabei waren auch in diesem Jahr Privatgruppen mit 79% deutlich in der Mehrzahl (2006: 70%); in absoluten Zahlen waren es jedoch etwa gleich viele Besucher (Führungen für Privatgruppen: 33.414; Besucher im Schulklassenverband: 33.155). Der Rückgang der Schulklassen im Führungsbereich (2007: -39,8%) geschah zugunsten der Werkstätten, die der Museumsdienst anbietet.

Die Zahl der Fremdsprachenführungen konnte mit 200 Veranstaltungen annähernd verdoppelt werden (2006: 108), wobei insbesondere Veranstaltungen auf Französisch gefragt waren. Die Besuchergruppen – Erwachsene und Schülergruppen gleichermaßen – kamen aus Frankreich und dem wallonischen Teil Belgiens. Zweitstärkste Sprachgruppe war englisch (2007: 72). Fremdsprachige Veranstaltungen sollen zukünftig verstärkt angeboten werden, wobei neben niederländisch insbesondere türkisch und russisch relevant werden. Entsprechende Programme sind in Arbeit.

Kreative Angebote

Wie schon 2006 erwies sich auch im letzten Jahr das Kreativangebot als der erfolgreichste und meist wachsende Programmbereich des Museumsdienstes. Dabei sind folgende Teilbereiche voneinander zu unterscheiden: 1. Werkstätten für Schulklassen, Kindergärten oder andere feste Gruppen von Kindern oder Jugendlichen; 2. kreative Angebote für einzelne Kinder und Jugendliche in den Ferien oder am Wochenende; 3. Kurse für Erwachsene.

Werkstätten des Museumsdienstes Teilnehmer und Prozentanteile



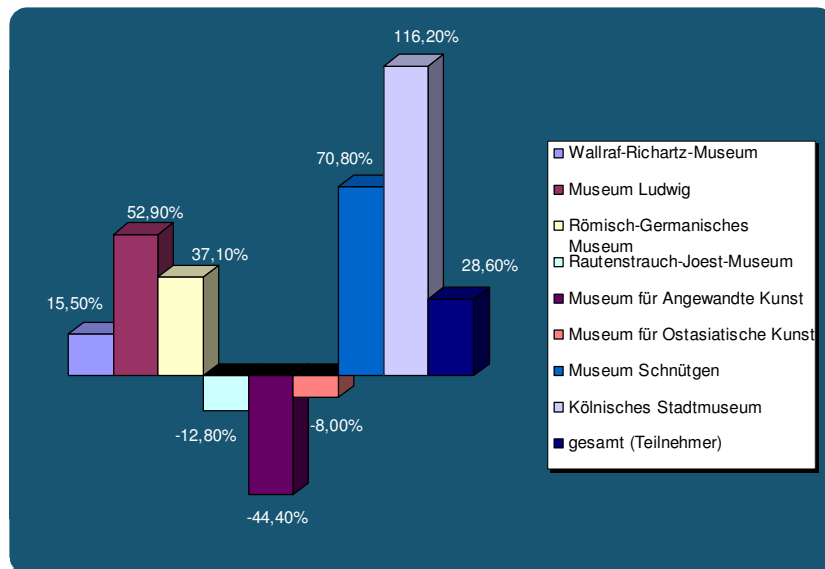
Die Dominanz der drei größten Museen im Programmbereich der Werkstätten erklärt sich aus dem generell höheren Besucheraufkommen, den logistischen Möglichkeiten in den Häusern und den vielfältigen methodischen Ansätzen des Museumsdienstes. Werkstattarbeit ist handlungsorientiert und setzt kreative Potenziale frei. Daher nutzen vor allem Klassen der Primarstufe und der Sekundarstufe I das Werkstattangebot. Im Verhältnis zu 2006 konnten die Besuchszahlen noch einmal deutlich gesteigert werden. Die höchsten Zuwachsraten in absoluten Zahlen verzeichnet dabei das Museum Ludwig. Im Stadtmuseum und im Museum für Angewandte Kunst schlägt sich der Zuwachs demgegenüber in wesentlich geringeren Zahlen nieder.

Dennoch ist der Erfolg festzuhalten. Er liegt in der Umstellung der Buchungsmodalitäten, der Verschlankung des Angebotes und der intensiveren zielgruppenspezifischen Kommu-

JAHRESBERICHT

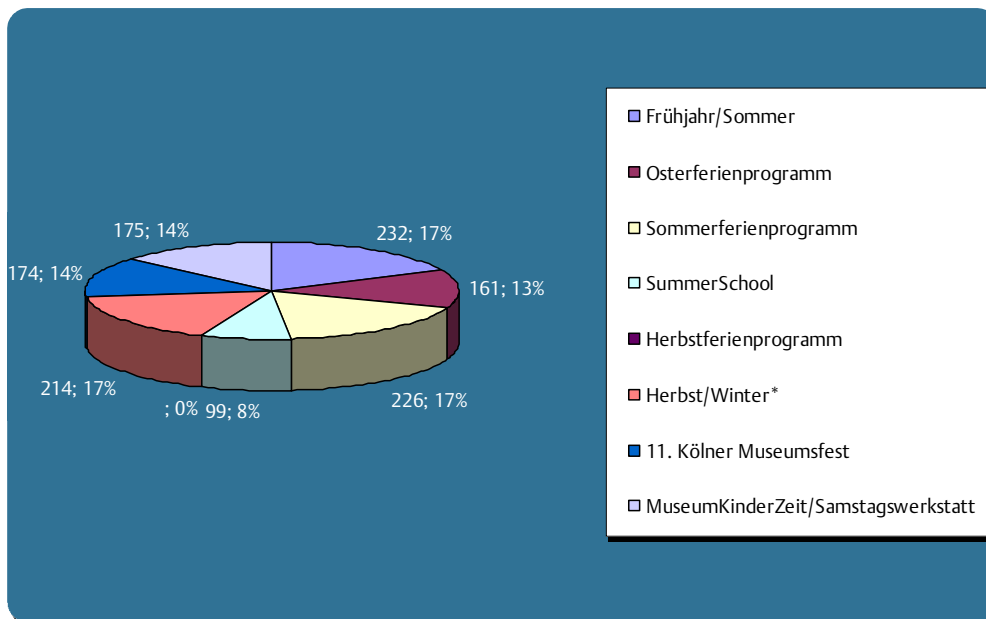
nikation begründet. Um in den anderen Häusern ähnliche Wachstumszahlen zu erreichen, müssen andere Fachlehrer angesprochen werden; bislang kamen vorwiegend Kunst- und Geschichtslehrer in die Museen. Eine Erweiterung des Fächerkanons ist jedoch bereits in Planung.

**Werkstätten des Museumsdienstes
 Verhältnis 2007 zu 2006**



Die weiteren Kreativangebote des Museumsdienstes wurden von 1.281 Besuchern wahrgenommen. Dabei handelt es sich durchweg um Programme für Einzelbesucher, die sich für die jeweiligen Kurse anmelden. Der Schwerpunkt liegt hier auf der Arbeit mit Kindern, die Veranstaltungen finden in der Regel am Wochenende oder in den Ferien statt. Daher muss sich das Angebot des Museumsdienstes in einem starken Konkurrenzumfeld behaupten. Gegenüber 2006 konnten jedoch eine Reihe von Sponsoren gewonnen werden, so dass die Veranstaltungen auch garantiert stattfinden. Damit wird Kundenbindung erreicht, wie sich am deutlichsten an der Reihe MuseumKinderZeit ablesen lässt. Sie findet nun als festes Angebot jeden Samstag statt. Über eine zeitweise Verdoppelung der Angebote ist nachzudenken.

Weitere Kreativangebote Verteilung



Während die Angebotspalette für Kinder sich durchaus erfolgreich am Markt behaupten kann, werden die Angebote für Erwachsene zwar wahrgenommen, doch handelt es sich hierbei oftmals um Stammpublikum. In diesem Angebotsbereich sind veränderte Kommunikation und verbessertes Marketing anzustreben. Zu bedenken ist jedoch, dass die Konkurrenz auf dem Kreativmarkt sehr groß ist.

Events

Bei Events sind verschiedene Bereiche zu unterscheiden. Zum einen fallen darunter auch die beiden Großevents „Lange Nacht der Museen“ und „Kölner Museumsfest“, zum anderen Angebote aus der Programmpalette des Museumsdienstes, die von Gruppen gebucht werden. Ein Klassiker in jedem museumspädagogischen Programm ist dabei der Kindergeburtstag. Hier konnte eine Steigerung um 15,9% erreicht werden (insgesamt 1039 Personen), obwohl die Reihe in der zweiten Jahreshälfte aus der Kommunikation genommen wurde. Die Angebote müssen überarbeitet, die Werbebroschüre neu aufgelegt werden. Gleiches gilt für die „Einladung ins Museum“, ein Eventangebot, das sich an private Gruppen richtet. Der zugehörige Flyer wird nicht mehr verteilt, da die Angebote weder inhaltlich noch kommunikativ mit den Vorstellungen der neuen Direktion konform gehen. Ein Rückgang der Buchungen wurde billigend in Kauf genommen.

Kölner Museumsfest

Die Organisation des 11. Kölner Museumsfest lag wie in den Vorjahren auch 2007 in den Händen des Museumsdienstes. Peter Mesenhöller koordinierte das Programm der über 20 beteiligten Museen. Wie auch in den Vorjahren, wurden das Museumsfest und der Internationale Museumstag, der diesmal unter dem Motto „Museen und Kulturelles Erbe“ stand, gemeinsam am 20. Mai 2007 begangen. Von 23 ausrichtenden Institutionen waren die Archäologische Zone, der Filmclub 813 und das Zentralarchiv des Internationalen Kunsthandels erstmals mit einem eigenen Programm beteiligt. Gegenüber 2006 (39.800 Besucher) konnte die Gesamtbesucherzahl auf 41.800 Personen gesteigert werden.

Bei seinen eigenen Angeboten musste der Museumsdienst hingegen einen Rückgang hinnehmen. Während die Gesamtbesucherzahl um 4,9% stieg, verringerte sich die Zahl der Nutzer von Angeboten des Museumsdienstes um 22,8% (2007: 1843). Der Grund hierfür liegt in der sehr großen Programmauswahl ebenso wie im reduzierten Programmangebot des Museumsdienstes.

Lange Nacht

Unter dem Motto: „Die Lange Nacht tanzt“ fand am 3. November 2007 die achte Lange Museumsnacht von 19 bis 3 Uhr statt. Bereits weit vor 19 Uhr fanden sich über Hunderte Besucher an der zentralen Bus-Shuttle-Station am Kölner Neumarkt ein, um von hier aus die Museen in allen Richtungen der Stadt zu besuchen. Unter dem gemeinsamen Schwerpunktthema präsentierten sich fünf Kölner Ensembles, Kompanien und Projekte. Weiterhin wurden vielfältige Veranstaltungen aus den Bereichen Literatur, Film, Musik und Performance angeboten. Die zahlreichen Kurzführungen des Museumsdienstes in den einzelnen Häusern fanden regen Anklang und lockten mit einfallsreichen Führungsthemen wie „Take away – Design der mobilen Esskultur“, „Ganz schön gewagt: Erotik in der Malerei des Barock“ oder „Tabak und Meditation – Vergnügen und Askese in der japanischen Kultur“ viele Besucher an.

Über 20.000 Besucher strömten zur achten Langen Nacht. Davon konnten in den Veranstaltungen des Museumsdienstes 2040 Teilnehmer gezählt werden. Der Anstieg liegt wohl in der zielgruppenspezifischeren Programmgestaltung begründet: Die Führungen waren kürzer, flotter formuliert und noch stärker thematisch an die Performances der Museen gekoppelt.

Evangelischer Kirchentag

Anlässlich des Evangelischen Kirchentages erarbeitete der Museumsdienst ein zielgruppenspezifisches Führungsprogramm als freies Angebot. Es wurde sehr gut genutzt, detaillierte Zahlen liegen jedoch nicht vor. Die Projektsteuerung hatte Frau Dr. Schneider.

Struktur und Organisation

Der Museumsdienst hat 18 fest angestellte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (Stand: 01.04.2008). Der Direktor wird von seiner Stellvertreterin, Fr. Dr. Beate Schneider, in allen Belangen unterstützt; im Sekretariat arbeiten ihm Fr. Gisela Hamacher und Fr. Hildegard Wickerath auf jeweils halber Stelle im Jobsharing-Verfahren zu. Neben der Führung des Museumsdienstes ist Dr. Hamann verantwortlich für Marketing und Kommunikation. Mit Wirkung vom 01.04.08 ist Fr. Susanne Kieselstein für den Museumsdienst tätig und unterstützt die Direktion in Stabsstellenfunktion.

Die Direktion wurde von Januar bis März 2007 kommissarisch von Herrn Winfried Fischer geleitet (Museumsreferent der Stadt Köln), wobei ihn Fr. Dr. Schneider sehr unterstützte. Ihr oblagen vor allem die Supervision museumspädagogischer Projekte (verantwortliche Projektkonzeption, -koordination, und -steuerung), die Betreuung der Praktikanten, das Führen der Vorstellungsgespräche und die verantwortliche Endredaktion aller Publikationen des Museumsdienstes.

Jedes der acht Museen der Stadt Köln wird von einem leitenden Museumspädagogen betreut, der jeweils ein Team von freien Mitarbeitern verantwortlich führt. Seit dem 01.04.07 konnten dabei vier vakante Stellen besetzt werden, so dass nun jedes Haus wieder museumspädagogisch gestärkt werden kann. Dr. Ulrich Bock betreut zwei Einrichtungen (Kölnisches Stadtmuseum und Museum Schnütgen), die anderen Kolleginnen und Kollegen jeweils ein Haus:

- Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud: Fr. Dr. Stephanie Sonntag
- Museum Ludwig: Fr. Angelika von Tomaszewski
- Museum für Angewandte Kunst: Fr. Dr. Romana Breuer
- Römisch-Germanisches Museum: Fr. Dr. Beate Schneider
- Rautenstrauch-Joest-Museum für Völkerkunde: Hr. Peter Mesenhöller
- Museum für Ostasiatische Kunst: Fr. Annette Bügener

Die leitenden Museumspädagogen oder Referenten sind primärer Ansprechpartner der Museen und idealer Weise eng in die Abläufe eingebunden. Parallel dazu nimmt Fr. Karin Rottmann als Leiterin des Bereichs Kreative Arbeit eine Querschnittsaufgabe wahr und zeichnet für handlungsorientierte Angebote in allen Häusern verantwortlich.

Hinzu kommen Querschnittsaufgaben, die als Zusatzaufgabe von einzelnen Referenten wahrgenommen werden. Erstellung und Layout von Programmheften hat Fr. Dr. Breuer übernommen, die zugehörige Redaktion liegt bei Herrn Dr. Bock und jeweils einem weiteren Mitarbeiter (Turnusverfahren). Fr. Dr. Schneider ist leitende Redakteurin des Kölner MuseumsBulletins. Frau Dr. Sonntag ist kommissarisch mit der Behindertenpädagogik betraut. Die Organisation von Events wie der Langen Nacht der Kölner Museen oder das Kölner Museumsfest wechselt und wird jeweils von einem anderen Referenten wahrgenommen.

JAHRESBERICHT

In der Verwaltung arbeiten Hr. Linz als Leiter und – seit 2008 – Fr. Beate Hülsken als Mitarbeiterin. Die Aufgaben der Verwaltung sind die finanzielle Steuerung und Verwaltung, die Personalverwaltung und die EDV. Weiterhin ist Hr. Linz Zwischenvorgesetzter der Sachbearbeiterinnen.

Die Sachbearbeitung besteht aus zwei Abteilungen, die mit Wirkung vom 01.03.08 um eine halbe Stelle erweitert werden konnten. Damit arbeiten nun Fr. Regina Kühnelt und Fr. Ulrike Michel in der Sachbearbeitung Führungen und sind verantwortlich für die Annahme und Verwaltung von Führungsanfragen in allen Museen sowie die Kreativangebote im Römisch-Germanischen Museum, für die Vergabe von Aufträgen an feste und freie Mitarbeiter, die Vorbereitung der Rechnungsstellung und das Controlling der Bezahlung von freien Mitarbeitern.

Die zweite Abteilung der Sachbearbeitung besteht aus Fr. Andrea Njio und Fr. Hildegard Heinrich. Hier wird das gesamte kreative Angebot des Museumsdienstes operativ betreut. Dies reicht ebenfalls von der Annahme der Anmeldungen bis zur Kontrolle der Rechnungen Dritter.

Im Laufe des Jahres 2008 wird es zu einer Veränderung des Organigramms kommen. Insbesondere der Zuschnitt der Sachbearbeitung bedarf nachhaltiger Veränderungen, um einen sich stark wandelnden Markt besser bedienen zu können. Dabei lässt sich das Engagement der Mitarbeiterinnen nutzen, die eine Verbesserung der Kundenorientierung mittragen.

In mittel- und langfristiger Perspektive wird der Personalstamm nicht ausreichen, wenn der Museumsdienst für die in den nächsten Jahren anstehenden Aufgaben gewappnet sein will. Die Wiedereröffnung bzw. die Erweiterung der beiden Museen am Neumarkt, die Eröffnung der Archäologischen Zone, die wachsende Bedeutung der Querschnittaufgabe von kultureller Bildung im städtischen Kontext und der gesellschaftliche Wandel der Bevölkerung – Stichworte Integration, interkulturelle Bildung, alternde Gesellschaft, lebenslanges Lernen – stellen Anforderungen an die Einrichtung, die nur mit dem gezielten Schließen bestehender Lücken zu erfüllen sind.

Auftrag, Aufgaben, Arbeitsschwerpunkte

Um zu einer Neupositionierung zu kommen, hat der Museumsdienst in einem gemeinschaftlichen Diskussionsprozess eine Selbstverständnisdiskussion geführt, die wiederum in Überlegungen zur Etablierung eines Corporate Designs eingeflossen ist. Elemente eines Corporate Designs sind: Corporate Design, Corporate Wording und Corporate Behaviour.

Das neue Selbstverständnis des Museumsdienstes, das zukünftige Basis des Handelns ist, wurde in mehreren Arbeitssitzungen im Team erarbeitet. Es lautet

Als führende Einrichtung der Museumspädagogik in Deutschland entwickeln, organisieren und realisieren wir zentral die Vermittlungsarbeit für die Museen der Stadt Köln. Wir sind eigenständiger und gleichberechtigter Partner dieser Museen und direkte Schnittstelle zur Öffentlichkeit. Grundlage unserer Arbeit sind die Sammlungen und Ausstellungen in den Kölner Museen. Durch engen Dialog mit der Wissenschaft sorgen wir für aktuelle Inhalte, nachhaltige Bildung und Freude an der Kultur.

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

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

In unserer Arbeit verfolgen wir klare Ziele. Wir stellen der Öffentlichkeit unsere ganze Energie und Erfahrung zur Verfügung. Wir wahren wissenschaftliche Ernsthaftigkeit und setzen auf eine Vielfalt zeitgemäßer Vermittlungsformen. Der Respekt vor allen Kulturen ist ständige Prämisse unseres Handelns.

JAHRESBERICHT

Nach Verabschiedung des Selbstverständnisses erfolgte eine Diskussion der Kommunikationsstrategien und -instrumente. In der internen Kommunikation wurde die Meetingstruktur überarbeitet, das Mitteilungswesen per Mail und der Dialog der Mitarbeiter untereinander verstärkt. Die Neuausrichtung der externen Kommunikation erfolgte in Abhängigkeit von vier Analysen, die der Museumsdienst unternommen hat:

- Stärken und Schwächen-Analyse der eigenen Einrichtung (sog. SWOT-Analyse)
- Konkurrenzanalyse
- Angebotsanalyse
- Zielgruppenanalyse

Die Analyseergebnisse führen in 2008 zu neuen Zielsetzungen und münden in einer Neukonzeption. Die Ziele sind 2008 bis 2010 umzusetzen.

Die Verwirklichung dieser Ziele wird insgesamt im Sinne einer breiten kulturellen Bildungsarbeit geschehen, die Kernaufgabe der Einrichtung ist. Kulturelle Bildung, wie der Museumsdienst sie versteht,

- achtet auf den interkulturellen Dialog
- wirkt integrativ
- fördert Kompetenzen
- und gewinnt aus vernetztem Handeln ihre eigentliche Stärke.

Viele der im Folgenden formulierten Ziele sind Teil der Neukonzeption und sind kostenneutral gestaltbar oder aber durch veränderte Organisationsstrukturen implementierbar. Eine Reihe von Strategien wird jedoch in projektbezogene Maßnahmen münden, die einmalig oder als Daueraufgabe zu gestalten sind.

SWOT-Analyse

Mittels der SWOT-Analyse wurden Stärken, Schwächen, Möglichkeiten und Gefährdungen des Museumsdienstes bestimmt. Die Stärken des Museumsdienstes liegen in seiner Querschnittsaufgabe, der damit verbundenen Sachkompetenz und der Möglichkeit, die unterschiedlichen Sammlungen in Projekten und Reihenveranstaltungen miteinander zu verschränken; weiterhin in den Vorteilen einer zentralen Besucherbetreuung und damit in einem besucherorientierten Verhalten. Die Schwächen des Museumsdienstes sind sein unzureichender Bekanntheitsgrad bei manchen Zielgruppen, seine mangelnde Erreichbarkeit und die fehlende Finanzausstattung für Marketingmaßnahmen. Die Chancen liegen in einer Ausweitung der Methodik, der Einbindung weiterer Museen in den Aufgabenbereich und der gesellschaftspolitischen Aktualität seiner Kernaufgabe, der kulturellen Bildung. Risiken erwachsen dem Museumsdienst aus konkurrierenden Anbietern in den Museen.

Auf der Grundlage der SWOT-Analyse wurden folgende Ziele sowie die zugehörigen Strategien und Maßnahmen (eingerückt genannt) formuliert:

Organisatorisch

- neue Zuweisung von Aufgabenfeldern mit dem Ziel, insbesondere Querschnittsaufgaben personell und strukturell zu verankern
 - o kommissarische Betreuung von behindertenpädagogischen Projekten
 - o Schaffung eines festen Redaktionsteams für Publikationen
 - o Restrukturierung der Programme für ältere Mitbürger

Inhaltlich

- Verfestigung und Erweiterung von handlungsorientierten Vermittlungsformen
 - o Einbindung der Aufgabenbereiche Sprachvermittlung, Behindertenpädagogik, Religionspädagogik
 - o Erweiterung des Methodenrepertoires, vor allem im Hinblick auf
 - Erweiterung des schulrelevanten Angebots
 - lebenslanges Lernen

Strukturell

- Verbesserung der Erreichbarkeit
 - o Neustrukturierung der Abteilung Sachbearbeitung
- Verschlankung der Abläufe
 - o Effizientere interne und externe Kommunikation
- Implementierung eines Managements on Objectives („Führen mit Zielen“), auch jenseits von leistungsorientierter Bezahlung nach TVÖD

Konkurrenzanalyse

Der Museumsdienst bedient unterschiedliche Zielgruppen. Dabei ist er an keiner Stelle alleiniger Anbieter, sondern hat Konkurrenz. Im Gegensatz zu einigen Anbietern leistet der Museumsdienst jedoch kulturelle Bildungsarbeit für Schulen und soziale Randgruppen und finanziert dies bislang durch Angebote im Erwachsenenbereich. Konkurrenz hat der Museumsdienst

- im Bereich anderer außerschulischer Lernorte (Theater, Zoo etc.), woraus ein nach Marketinggesichtspunkten zu führender Wettbewerb erwächst.
- im Bereich anderer Anbieter von Museumsveranstaltungen (auch in den Museen der Stadt Köln), woraus sich eine Wettbewerbsverzerrung ergibt. Andere Anbieter bedienen nur eine Zielgruppe (zumeist Erwachsenengruppen), haben daher ein konzentriertes Angebot und damit eine höhere Marktdurchdringung.

Die Ergebnisse der Konkurrenzanalyse führen zur Formulierung folgender Ziele, Strategien und Maßnahmen:

- höhere Transparenz des Preisgefüges für Kunden und dessen Anpassung an den Markt unter Berücksichtigung der sozialen Verträglichkeit (bei Schulen und sozialen Randgruppen)
 - o Erarbeitung einer neuen Entgeltordnung auf der Basis von Pauschalpreisen)
 - o stärkere Bindung der freien Mitarbeiter
 - höhere und gerechtere Auslastung
 - Erarbeitung einer neuen Honorarordnung
 - Stärkung des Fortbildungsanteils
- aggressiveres Marktverhalten
 - o Überarbeitung der Kommunikationsmaßnahmen
 - o Anregung des Ausschlusses von Konkurrenten in Museen
- Handeln im Netzwerk: Erhöhung des Anteils an kommunalen und regionalen Kooperationen auf der Rheinschiene
 - o Regelmäßiger Austausch mit vergleichbaren Institutionen in Bonn und Düsseldorf
 - o Stärkere Präsenz in Gremien und Arbeitsgruppen auf Landes- und Bundesebene
 - o Stärkerer Dialog mit Partner aus der Wirtschaft
 - o Vernetzung mit Anbietern im Eventbereich

Angebotsanalyse

Der Museumsdienst betreut fast 5.000 Veranstaltungen jährlich, an denen ca. 100.000 Besucher teilnehmen. Dies geschieht derzeit durch acht feste und ca. 80 freie Mitarbeiter. Die Veranstaltungen werden von der Abteilung Sachbearbeitung angenommen, gebucht und organisiert; dies geschieht in zwei Bereichen mit jeweils 1,5 Stellen.

Die Analyse des bisherigen Angebots zeigt, dass es eine Überarbeitung des Programms und seiner Vermarktung geben muss. Ziel ist Nachfrage- statt Angebotsorientierung. Ein Teil der Maßnahmen wurde in 2007 bereits umgesetzt. Das Angebot bedarf jedoch der permanenten Evaluierung, was durch Feedbackaktionen und Besucherbefragungen auch geschieht (im Herbst 2007 eingeführt).

- Angebot und Nachfrage
 - o Straffung des Angebots
 - o Überarbeitung des eigenen Eventangebots
 - o Überarbeitung des Kursbereichs
 - o Straffung des Führungsangebots
- Externe Kommunikation
 - o Entwicklung eines PR- und Marketingkonzepts (bereits in der Umsetzung)
 - o Verabschiedung eines Selbstverständnisses/Leitbildes (bereits erfolgt)
 - o Verabschiedung eines Claims (bereits erfolgt)
 - o Entwicklung und Anwendung einer Corporate Identity mit Corporate Design und Corporate Wording (in der Umsetzung)
 - o Entwicklung von neuen Kommunikationsmaterialien (in der Umsetzung)
 - o Planerisches Fundraising mittels Anzeigen, Spenden und Sponsoring (in der Umsetzung)

Als weiteres Ergebnis der Angebotsanalyse wurden vier Handlungsfelder als Schwerpunktaufgaben benannt. Die beiden ersten zielen auf ein Publikum, das bislang noch nicht in den Museen vertreten ist. Die dritte und vierte Aufgabe erschließt das kulturtouristische Potenzial und stärkt die Kooperation von öffentlicher und privater Hand.

- Vermehrtes Angebot für Familien und Kleinkinder
 - o Eltern-Kind-Programm
 - o Ausweitung der Familienführungen am Sonntag
 - o „KulturBeutel“ (Besucher-Rucksäcke für Kinder in Museen)
 - o MuseumKindergarten (für Kindergartengruppen)
- Vermehrtes Angebot für Menschen mit Migrationshintergrund
 - o Sprachvermittlung, niedrigschwellige Angebote, nachholende Integration
- Verbessertes Angebot für Touristen
- Optimierung des Eventbereichs in engem Dialog mit den Museen

Zielgruppenanalyse

Der Museumsdienst Köln arbeitet für unterschiedliche Zielgruppen und richtet daran sein Angebot aus. Die bisherige Programmgestaltung hat die Bedürfnisse und Ansprüche der Zielgruppen oftmals zu wenig berücksichtigt. Weiterhin wurden Angebote wenig kostenorientiert formuliert.

Mit einer vermehrten Kenntnis der Besucher kann das Angebot verbessert werden. Aufgrund seines Auftrags und seiner Arbeitsweise ist der Museumsdienst in der Lage, Besucherforschung als Daueraufgabe wahrzunehmen. Dabei ist der Museumsdienst auch Dienstleister für die Museen. Diese sollten wissen, wer ihr Publikum ist, was es vorfindet und versteht, aber auch, was es erwartet.

Nötig sind deshalb Untersuchungen zu Veränderungen der Struktur des Museumspublikums und Wirkungsanalysen bestimmter (auch didaktischer und medialer) Angebote der Museen. Hierzu zählen Trendanalysen von Museumsbesuchen, Besucherbefragungen, Erhebungen zu Öffentlichkeitsarbeit und Werbung, Forschungen zu museumspädagogischen Angeboten und zur Nutzung neuer Medien im Museum.

Es ergeben sich folgende Ziele und Strategien:

- Anwendung eines Kosten-Nutzen-Ansatzes für das Programm des Museumsdienstes
 - o Probeweise Einführung von Gebühren für das sog. Akademieprogramm
 - o Abschaffung bestimmter Veranstaltungen
 - o Kostenorientierte Gestaltung bestehender Angebote
- Anwendung von milieuorientiertem Marketing (sog. Sinus-Milieus)
 - o Einführung von zielgruppenspezifischer Kommunikation (E-Mailing, nachfrageorientierter Verteileraufbau etc.)
 - o Nachfrageorientierung
- Besucherforschung
 - o Regelmäßige Befragungen in den Museen in Kooperation mit Hochschulen auf der Basis studentischer Projekte

Nur mit Kenntnis der Interessen der Besucher bzw. der Nichtbesucher wird eine umfassende zielgruppenspezifische Ausrichtung der kulturellen Bildung im Museumsbereich möglich sein. Darüber hinaus dienen die Erkenntnisse auch für Aufgaben in der Pressearbeit und im Marketing für die Museen der Stadt Köln, so dass der Museumsdienst auch hier seine Querschnittaufgabe erfüllen und indirekt als „Zulieferer“ dienen kann.

Corporate Design, externe Kommunikation, Marketing

Mit dem verabschiedeten Selbstverständnis lag im Herbst 2007 eine im Konsens erzielte Basis für die Etablierung eines Corporate Designs vor. Flankiert wurden die Überlegungen des Museumsdienstes vom Diskussionsprozess um die Namensfindung und die kommunikative Ausrichtung des Kulturzentrums am Neumarkt, in die der Museumsdienst als einer der zukünftigen Nutzer eingebunden war. Auch wenn die Diskussion letztlich ergebnislos blieb, konnte der Museumsdienst von den veranstalteten Workshops und Brainstormings profitieren.

In 2008 wurde die gestalterische Umsetzung von Selbstverständnis und Claim begonnen. Grundüberlegung dabei war, ein deutlich wieder erkennbares Grunddesign zu schaffen, das die „Marke“ Museumsdienst transportiert. Es wurde eine Variante gewählt, bei der der saisonalen Ausrichtung der jeweiligen Publikationen durch ein Farbkonzept Rechnung getragen wird, weiterhin der Absender immer klar erkennbar bleibt und die Materialien sich deutlich vom werblichen Umfeld abheben. Die Linie ist noch nicht voll entwickelt, sondern befindet sich in der Erprobung und Evaluierung.

Zukünftig wird das neue Corporate Design, das den Grundlinien des Corporate Designs der Stadt Köln folgen wird (Schrift, Proportionierung etc.) in allen Produkten des Museumsdienstes Anwendung finden.

Diese Produkte wurden in den letzten zwölf Monaten jedoch nicht nur äußerlich überarbeitet, sondern auch inhaltlich völlig neu strukturiert, so dass eine höhere Benutzerfreundlichkeit erreicht werden konnte.

Es handelt sich bei den Werbematerialien, die seit Herbst/Winter 2007/08 im Einsatz sind bzw. sukzessive zum Einsatz kommen werden, um

- zwei Halbjahresprogramme (Laufzeit: jeweils Jan. bis Juni bzw. Juli bis Dez.)
 - o sie enthalten das von 4522 angebotene Führungsprogramm für die Museen der Stadt Köln, weiterhin das Kreativprogramm für Kinder, Hinweise auf das Schulprogramm
 - o der Aufbau ist kalendarisch, womit ein Überblick über das jeweilige Tagesangebot entsteht
 - o einzelne Zielgruppen werden nochmals in Fokuskapiteln informiert (Familien, Senioren)
 - o die Finanzierung des Drucks erfolgt durch Anzeigen
- zwei Akademieprogramme (Laufzeit: jeweils Apr. bis Sept. und Okt. bis März)
 - o sie enthalten Schwerpunktveranstaltungen zu Einzelthemen, Sprachprogramme, Kreativangebote für Erwachsene und Jugendliche
 - o der Aufbau ist museumsbezogen
 - o die Finanzierung des Drucks erfolgt durch Anzeigen
- Programmhefte zu Projekten oder Reihen
 - o Entstanden sind Broschüren zu „SummerSchool 2007“ und „SummerSchool 2008“

JAHRESBERICHT

- Die Finanzierung des Drucks erfolgt im Rahmen der jeweiligen Projektfinanzierung
- Plakate
 - Bislang hatte der Museumsdienst keine Plakate. Sie sind jedoch wichtige Imageträger und machen Lust auf bestimmte Programme
 - Sie kommen zukünftig projekthaft zum Einsatz
 - Entstanden sind Plakate zu „AkademieProgramm“, SummerSchool“, „Let’s Talk about Art“
 - Die Finanzierung des Drucks erfolgt im Rahmen der jeweiligen Projektfinanzierung
- Anzeigen
 - Bislang wurden noch keine Anzeigen geschaltet; die entsprechenden Kosten müssen über Sponsoring aufgefangen werden.

Desiderate sind ein Imageflyer und Broschüren zu Reihen wie Kindergeburtstagen etc. Sie werden in 2008 entwickelt.

Weiter Maßnahmen der externen Kommunikation:

- digitale Newsletter für E-Mailing
 - Erstmals wurde die gesamte Kommunikation mit Schulen auf Newsletter und Mailverkehr umgestellt. Hierfür wurden digitale Adressverteiler aufgebaut, so dass nun themen- ausstellungs- oder museumsspezifische Mailings kostenfrei möglich sind. Dies führte zu einer deutlichen Steigerung bei einzelnen Programmen oder Maßnahmen (siehe auch: Statistik). Der Grund liegt in der zielgruppengenauen Positionierung von Information.
 - Zukünftig soll digitales Mailing auch in den Bereichen der Erwachsenengruppen, der Stammesbesucher und der Firmenkunden erfolgen. Voraussetzung hierfür ist allerdings ein digitales Buchungssystem, das in 2008 entwickelt und eingeführt werden soll.
- Website des Museumsdienstes
 - Zwischen August und Oktober 2007 wurde die Website des Museumsdienstes völlig neu strukturiert. Dies war möglich geworden, nachdem ein Content Management System eingeführt worden war, womit die einzelnen Institutionen und Museen ihre Webseiten selbst pflegen konnten.
 - Der neue Aufbau ist weniger inhaltsgeleitet als vielmehr nachfrageorientiert. Hierbei sind allerdings noch Nachbesserungen nötig. Insbesondere muss es zukünftig möglich sein, Buchungen für Veranstaltungen des Museumsdienstes direkt im Internet zu tätigen. Hierfür ist eine engere Verzahnung mit den Internetseiten der einzelnen Häuser nötig.
 - Unabdingbar für eine benutzerfreundliche Kommunikation ist die Bündelung von Informationen auf der Seite „museenkoeln.de“.

JAHRESBERICHT

- Pressearbeit
 - o In Ermangelung offensiver Pressearbeit seitens des Museumsreferates hat der Museumsdienst unter seiner neuen Führung beschlossen, passive Pressearbeit – wie bisher auch – mit Hilfe des Presseamtes zu betreiben, also für eine breite Streuung der Information per Pressemitteilung zu sorgen, zugleich aber aktiver bei Einzelthemen und in der Durchführung der Presseveranstaltungen zu sein.
 - o Von April 2007 bis April 2008 führte der Museumsdienst neun Pressekonferenzen durch, weiterhin eine Reihe von Pressegesprächen mit lokalen und überregionalen Medien. Mitarbeiter des Museumsdienstes traten im Fernsehen (Lokalzeit, Center TV) und Hörfunk (WDR 5, Radio Köln) auf, weiterhin waren die Meldungen verstärkt in digitalen Zusammenhängen vertreten (koeln.de; k-report.de; Online-Magazine). Die Kooperation mit der lokalen Presse ist sehr gut, Desiderat sind jedoch Stadtmagazine.
 - o Zwar wird die Zahl der Clippings wegen eines fehlenden Pressespiegels für die Museen nicht zentral erfasst, womit keine Aussage über die Verbreitung von museumsdienstrelevanten Meldungen getroffen werden kann. Der Museumsdienst versucht jedoch, sich selbst einen Überblick zu verschaffen – demnach findet jede presserelevante Nachricht zwischen drei und fünf Pressennennungen, was angesichts der lokalnachrichtlichen Begrenzung der meisten Informationen ein sehr guter Erfolg ist.

Ziel der Pressearbeit ist es zwar in erster Linie, das jeweils neue Programm publik zu machen, gefolgt von dem Bestreben, einzelne, herausragende Themen markant zu setzen (Projektarbeit); dahinter steckt jedoch die Strategie, den Namen des Museumsdienstes immer wieder zu kommunizieren, um den Absender museumskultureller Bildungsarbeit in den Blickpunkt zu rücken und damit die Marke zu stärken.

Publikationen

Zu den Aufgaben des Museumsdienstes zählt die nonverbale Vermittlung. Daher veröffentlicht der Museumsdienst, immer im Dialog mit den Museen, didaktisch konzipierte Publikationen. Dies können Kurzführer oder Ausstellungsbegleiter für Erwachsene sein, Ausstellungsbeschriftungen oder Kinderbücher und Arbeitshefte für den schulischen Bereich.

Im Berichtszeitraum entstanden folgende Publikationen

- Print:
 - o Peter Mesenhöller und Rita Böller: Im Schatten der Akazie. Handbuch für Forscherinnen und Forscher. Hrsg. v. Rautenstrauch-Joest-Museum für Völkerkunde und Museumsdienst Köln. Köln 2007
 - o Stephanie Sonntag: Wir sind einem Fälscher auf der Spur. Begleitheft für junge Besucher. Hrsg. v. Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud und Museumsdienst. Köln 2008
 - o Angelika von Tomaszewski: köln progressiv 1920-33. seiwert, hoerle, arntz. Hrsg. v. Museum Ludwig und Museumsdienst. Köln 2008
 - o Angelika von Tomaszewski: Piet Mondrian. Vom Abbild zum Bild. Hrsg. v. Museum Ludwig und Museumsdienst. Köln 2007
 - o Susanne Wischermann: Balthus. Aufgehobene Zeit. Hrsg. v. Museum Ludwig und Museumsdienst. Köln 2007
 - o Beate Schneider und Friederike Naumann-Steckner: Kinderbuch Römisch-Germanisches Museum (in Vorbereitung)
 - o Karin Rottmann (Red.): Standbein/Spielbein. Literatur im Museum, 78, 2007
 - o Karin Rottmann und Uschi Schröter: Für Kids – Ausstellungsbesuche mit Rahmenhandlung. In: Standbein/Spielbein, 78, 2007, 29-32
- Audio/digitale Präsentationen:
 - o Angelika von Tomaszewski: Audioführung Mondrian
 - o Angelika von Tomaszewski: Einführungspräsentation zu „Piet Mondrian“
 - o Ulrich Bock: Audioführung Museum Schnütgen (in Vorbereitung)
- Ausstellungsbeschriftung:
 - o Stephanie Sonntag: Beschriftung der Abteilung „Barock“ (WRM)

Ein zweiter publizistischer Bereich ist die Redaktion und Herausgabe des „Kölner MuseumsBulletins“. Darin erscheinen wissenschaftliche Beiträge, Berichte und aktuelle Meldungen aus den Kölner Museen. In seinem Inhalt spiegelt das Bulletin die Vielfalt der Kölner Sammlungen: Von den mittelalterlichen bis zu den zeitgenössischen freien und angewandten Künsten, von der Kunstgeschichte Ostasiens, über Archäologie und Stadtgeschichte zur Ethnologie.

Das Kölner MuseumsBulletin wurde für den Jahrgang 2007 vollständig ausgesetzt. Es erscheint zukünftig dreimal jährlich, in neuem Layout und neuem Konzept. Mit der ersten

JAHRESBERICHT

Ausgabe, die am 15. Mai 08 erscheint, wird zugleich eine neue Produktionsstruktur getestet. Bisher erfolgten Redaktion des Bulletins, Anzeigenakquise und Einwerbung von Drittmitteln sowie Vertrieb durch den Museumsdienst, das Layout durch den Museumsdienst und eine beauftragte Druckerei. Die Aufgaben teilten sich der Direktor und seine Stellvertreterin, hinzu kamen leitende Museumspädagogen für die Redaktion. Mit diesem System waren sehr viele Ressourcen des Museumsdienstes gebunden.

Das zukünftige Konzept sieht vor, eine Agentur mit Anzeigenakquise und Layout zu betrauen. Somit ist die Direktion des Museumsdienstes nicht mehr mit dem Einwerben von Finanzmitteln beschäftigt, wird entlastet und kann sich stärker den Inhalten und der Redaktion widmen. Die Druckabwicklung erfolgt im Dialog zwischen Agentur und Druckerei. Die Finanzierung der Publikation erfolgt durch Abonnenten, Zuwendungen der Fördervereine, Anzeigenschaltung und Einzelheftverkauf. Um letzteren zu steigern, sieht das neue Konzept ein erweitertes Vertriebsnetz vor: Einbeziehung der Museumsshops, Vertrieb über Kundennetze der Anzeigenpartner, Werbemittel.

Inhaltlich wird das neue Kölner MuseumsBulletin auf ca. 80 Seiten die Vielfältigkeit der Kölner Museumslandschaft demonstrieren. Als Verbindung von wissenschaftlicher Publikation und aktuellem Magazin hat die Zeitschrift ein Alleinstellungsmerkmal und dient nicht nur der Beförderung des „Public Understanding of Science“, sondern auch der kommunikativen Unterstützung des Museumsstandorts Köln.

Fundraising

Mit planerischem Fundraising wurde im Sommer 2007 begonnen. Es sind im Wesentlichen drei Bereiche, die darunter zu fassen sind:

- Einwerbung von Sponsorengeldern und Sachleistungen
 - o Im Berichtszeitraum konnten ca. € 40.000 eingeworben werden für folgende Maßnahmen:
 - Finanzierung der öffentlichen Sonntagsführungen im MOK durch Di Xing Asian Lifestyle
 - Finanzierung der Reisekosten für Frau Tokoro (Kumihimo-Kurse) durch Toyota Deutschland GmbH
 - Verschiedene kleinere Projekte durch Kreissparkasse Köln
 - Support bei verschiedenen Events durch Foto Lambertin
 - Einwerbung von projektbezogenen Drittmitteln
 - o Im Berichtszeitraum konnten Drittmittel für folgende Projekte eingeworben werden:
 - SummerSchool:
€ 20.000 (für Projektzeitraum 2007-08)
bei RheinEnergie Stiftung Kultur
 - „Let’s Talk About Art“
€ 6.500
bei PWC-Stiftung
 - Diverse Projekte bei dem Förderkreis des Museumsdienstes, der Museumspädagogischen Gesellschaft e.V. (MPG)
in Höhe von € 8.000
- Anzeigenakquise
 - o Im Berichtszeitraum wurden die Programmbroschüren des Museumsdienstes zu großen Teilen durch Anzeigen finanziert. Anzeigenpartner waren: Sparkasse KölnBonn, Kreissparkasse Köln, Buchhandlung Kösel, Provinzial Versicherung, Central Krankenversicherung, Auktionshaus van Ham, Ford GmbH

Ende 2007 wurde eine Fundraisingstrategie entwickelt, die ab 2008 in die Umsetzung geht. Dazu gehört

- die Überarbeitung der Mediadaten für die Anzeigenakquise, die zukünftig auch unter Beteiligung einer Werbeagentur geschehen wird
- die Entwicklung von Packages für Sponsoren
- die Ausweitung des Anteils von drittmittelfinanzierten Projekten
- die stärkere Vernetzung des Museumsdienstes („Friendraising“)

Das Fundraising des Museumsdienstes zielt also nicht nur auf die Akquise von Mitteln, sondern auch die Positionierung der Einrichtung. Fundraising ist Sache des Direktors, wobei er dabei wirkungsvoll von den Referenten unterstützt wird.

Förderkreis: Museumspädagogische Gesellschaft e.V.

Obwohl der frühere Direktor des Museumsdienstes, Prof. Dr. Noelke, 2006 in den Ruhestand ging, führte er als stellvertretender Vorsitzender die Geschäfte der Museumspädagogischen Gesellschaft e.V. (MPG) weiter. Inzwischen ist Herr Dr. Hamann in den Vorstand eingetreten und hat diese Aufgabe übernommen. Herr Prof. Noelke hat sein Amt zur Verfügung gestellt.

Die MPG finanziert durch Spenden und Mitgliedsbeiträge Projekte des Museumsdienstes, ist also im Fundraising-Mix ein wichtiges Instrument. Mit knapp 200 Mitgliedern allerdings ist die Schlagkraft nicht sehr hoch, wenngleich jährlich Projektmittel in Höhe von ca. € 8.000 ausgeschüttet werden können. Über die Projekte, die der Direktor des Museumsdienstes und seine Mitarbeiter beim Vorstand der Gesellschaft einreichen, wird zweimal jährlich entschieden. Es handelt sich dabei um die Unterstützung von Veranstaltungsreihen („Dialog der Künste“, „MuseumKinderZeit“), um Anschaffungen für Workshops und um Ankäufe für die sogenannten Anfass-Sammlungen. Die Zuwendungen ermöglichen die Sicherung von Projekten, deren Durchführung ansonsten gefährdet wäre.

Um die Wirksamkeit der MPG zu erhöhen, werden zukünftig verstärkt Marketinginstrumente zum Einsatz kommen. Zur Mitgliederbindung und zur Neuakquise findet einmal monatlich eine Exklusivveranstaltung statt, weiterhin haben Mitglieder Vergünstigungen bei Programmen des Museumsdienstes.

Eine erste Konsolidierung scheint erreicht, die Mitgliedszahlen steigen. In 2008 wird es um eine weitere Stärkung gehen; insbesondere wird die MPG jedoch in der Sponsorenakquise tätig werden und auch Projektmittel einwerben.

Aus den Museen

Jedes der Museen der Stadt Köln wird von einer/m leitenden Museumspädagogin/en betreut. Die vielfachen Aufgaben lassen sich in mehrere Bereiche bündeln: permanente Aufgaben, Sonderaufgaben, Nachwuchsförderung, Mitarbeiterbetreuung.

Zu den permanenten Aufgaben zählen die Erarbeitung von Angeboten in den öffentlichen Programmen (Halbjahresprogramm und Akademieprogramm) und jene von buchbaren Angeboten für verschiedene Zielgruppen, weiterhin die Durchführung von Führungen und besonderen Veranstaltungen (des Museumsdienstes oder des Museums). Das gesamte Programmangebot wurde überarbeitet, zielgruppenspezifisch neu formuliert und publiziert. Ziel war eine stärkere Publikumsorientierung. Die neu gefassten Themen sind im Folgenden nicht einzeln aufgeführt. Sie finden sich auf der Website des Museumsdienstes.

Weiterhin betreuen die Kolleginnen und Kollegen die Ständigen Sammlungen und die Sonderausstellungen, nehmen Sonderaufgaben wahr, die als Querschnittsaufgaben für den gesamten Museumsdienst relevant sind und beraten Externe bei museumspädagogischen Fragen. In Einzelfällen sind Projekte im Verantwortungsbereich der leitenden Museumspädagogen angesiedelt. Sie werden hier nur genannt und später detaillierter ausgeführt.

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

Permanente Aufgaben

Didaktische Betreuung von Sonderausstellungen

Die Idee und das Leben – Deutsche Meisterzeichnungen von Runge bis Liebermann

- Museumspädagogische Beratung in der Konzeptphase
- Vorschläge für die Einrichtung zweier didaktischer Räume in der Ausstellung, für Individualbesucher und für Gruppen
- Vernetzung des Kurators mit der Leitung Kreative Arbeit in der Planungsphase
- Erstellen eines buchbaren Programms in Zusammenarbeit mit der Leitung Kreative Arbeit
- Öffentlichkeitsarbeit (Ankündigung des Programms bei der Pressekonferenz)

Impressionismus. Wie das Licht auf die Leinwand kam:

- Planung der Ausstellungsarchitektur; Beratung aus museumspädagogischer Sicht
- Museumspädagogisches Werkstatt-Programm: Vernetzung und Koordination zwischen den Kuratoren und der Leitung Kreative Arbeit
- Ausstellungstexte: Lektorat und Redaktion
- Ausstellungsbegleiter für Jugendliche: Konzept, Verfassen des Textes und Koordination

JAHRESBERICHT

Didaktische Betreuung der ständigen Sammlung

Barock-Abteilung

- Gesamtkonzeption (s.u. „Sonderaufgaben“)
- Gruppierung und Hängung: Museumspädagogische Beratung im Hinblick auf optimale Bespielmöglichkeit
- Ausstellungstexte: Verfassen von Objekt- und Saaltexten, Gesamtedaktion

Durchführung von Sonderveranstaltungen

- „Kunstpause“
- Sonderveranstaltung zum „Tag der Schenkung“ (7. Oktober 2007)

Sonderaufgaben

Projektleitung: Neukonzeption Barockabteilung

- Erstellen eines Konzepts für eine thematische Gruppierung des Bestands
- Benennung aller Räume mit Überschriften und Erläuterung des jeweiligen Themas
- Vorschläge für Leihgaben, interaktive Stationen und „Hands-Ons“
- Verfassen von Objektbeschriftungen und Saaltexten
- Koordination zwischen Wissenschaftlern, Übersetzer und Gestalter
- Endredaktion der Texte (in Zusammenarbeit mit Kollegen des Hauses und des Museumsdienstes)
- Koordination der Gesamtrealisierung (Korrespondenz für Dauerleihgaben, Kommunikation innerhalb des Hauses: mit Direktion, Hausverwaltung und Technik)

Weitere Aufgaben / Projekte

- Fachliche Betreuung der fünf Museumslehrerinnen sowie Weiterbildung und Versorgung mit Information über Ausstellungen und Projekte des Museums:
 - o Anja Hild, Anita Kloten, Ira Lenke, Alexa Schink, Christine Wolf
- Informationskommunikation, jour fix und Betreuung und Supervision der freien Mitarbeiter; Ausarbeitung des Fortbildungsprogramms; Einarbeitung neuer freier Mitarbeiter; Evaluation der Führungen und Workshops
- Nachwuchsförderung
 - o Betreuung von Praktikanten

Museum Ludwig (Angelika v. Tomaszewski)

Permanente Arbeit

Didaktische Betreuung von Sonderausstellungen

„Leute wie wir“ Grafiken von Sister Corita aus den 1960er Jahren

- Konzeption und Durchführung von öffentlichen Führungen

Balthus. Aufgehobene Zeit. Gemälde und Zeichnungen 1932-1960

- Konzeption und Durchführung von öffentlichen Führungen

Chargesheimer. Bohemien aus Köln 1924-1971

- Konzeption und Durchführung von öffentlichen Führungen

Piet Mondrian. Vom Abbild zum Bild

- Konzeption und Durchführung von öffentlichen Führungen
- Museumspädagogische Beratung in der Konzeptphase
- Erstellen eines buchbaren Werkstatt-Programms und Ferienprogramms in Zusammenarbeit mit der Leitung Kreative Arbeit
- Ausstellungsbegleiter: Konzept, Verfassen des Textes und Redaktion (in Zusammenarbeit mit Kollegen des Hauses und des Museumsdienstes)
- Audioguide: Konzept, Verfassen des Textes, Gesamtedaktion und Koordination
- Vortrag: Konzept, Verfassen des Textes und Erstellen der Power-Point-Präsentation

Didaktische Betreuung der ständigen Sammlung

- Absprache mit Direktor, Kuratoren und Restaurierung zu geplanten Umhängungen
- Museumspädagogische Beratung im Hinblick auf eine optimale Bespielmöglichkeit für die Programme des Museumsdienstes
- Werkbeschriftungen

Durchführung von Sonderveranstaltungen

- „Kunstpause“
- Sonderveranstaltung zum „Tag der Schenkung“ (7. Oktober 2007)
- Premium-Lehrerveranstaltung zur Ausstellung „Piet Mondrian. Vom Abbild zum Bild“

Sonderaufgaben

Lange Nacht 2007

- Organisation des Führungsprogramms

JAHRESBERICHT

- Absprache der Führungsthemen und -zeitpunkte mit Kuratoren, Referenten und freien Mitarbeitern, Abstimmung der Führungen mit dem Rahmenprogramm der „Stadtrevue“

Weitere Aufgaben / Projekte

- fachliche Betreuung der Lehrerinnen der Museumsschule
- Betreuung des Seniorentreffs
- Informationskommunikation, jour fix und Betreuung der freien Mitarbeiter
- Hospitation der freien Mitarbeiter
- Informationskommunikation, jour fix und Betreuung und Supervision der freien Mitarbeiter; Ausarbeitung des Fortbildungsprogramms; Einarbeitung neuer freier Mitarbeiter; Evaluation der Führungen und Workshops
- Nachwuchsförderung:
 - o Betreuung von Praktikanten
 - o Coaching im Projekt „Kunst:dialoge“
- Betreuung der „Kunst:dialoge“ im Museum Ludwig
- Betreuung von „Bild/er/leben“ in Museum Ludwig und Wallraf

Museum für Angewandte Kunst (NN.)

Die museumspädagogische Stelle im MAK war 2007 vakant und wurde deshalb von Herrn Dr. Bock mitbetreut. Somit war das Museum eingebunden in alle Programme und wurde bespielt, es kam jedoch nicht zu neuen Projekten. Ansprechpartnerin im Museum war Frau Dr. Maria Damm.

Römisch-Germanisches Museum (Dr. Beate Schneider)

Permanente Arbeit

Didaktische Betreuung von Sonderausstellungen

„Frömmigkeiten“

- Konzeption und Durchführung von öffentlichen Angeboten (Führungen und Akademieprogramm)

„Auge in Auge – Kaiserbilder aus einer norddeutschen Privatsammlung“

- Konzeption und Durchführung von öffentlichen Angeboten (Führungen und Akademieprogramm)

JAHRESBERICHT

„Kosmos der Zeichen – Schriftbild und Bildformel in Antike und Mittelalter“

- Konzeption und Durchführung von öffentlichen Führungen

Didaktische Betreuung der Ständigen Sammlung

- Beratung von Gruppenleitern, Lehrern, Erziehern und Agenturen zu Thema und Durchführung der gebuchten Veranstaltung sowie für Events mit Sonderthemen
- Mitwirkung an der Didaktik zur Ständigen Sammlung und zu Sonderausstellungen
- Inhaltliche und methodische Betreuung „Museum kreativ“
 - o Schüler-Workshops, Kindergeburtstage
 - o MuseumKinderZeit
- Neukonzeption der Führungsthemen und Workshops

Sonderaufgaben

Redaktion des „Kölner MuseumsBulletins“

- Konzeption des Relaunches des Kölner MuseumsBulletins
- Text und Bildredaktion, Lektorat, Satz der Zeitschrift

Weitere Aufgaben / Projekte

- Programmkoordination zum Evangelischen Kirchentag
- Kommunikation innerhalb des RGM: Direktionsebene, Verwaltung, Haustechnik
- Informationskommunikation, jour fix und Betreuung und Supervision der freien Mitarbeiter; Ausarbeitung des Fortbildungsprogramms; Einarbeitung neuer freier Mitarbeiter; Evaluation der Führungen und Workshops
- Wissenschaftliche Betreuung des Arbeitskreises RGM
- Weiterbildung des Arbeitskreises Museum Schnütgen im RGM
- Lehrerfortbildungen
- Koordination von VIP-Veranstaltungen
- Werkstätten RGM und Seminarraum: Nutzung, Zustandskontrolle, Anträge für Beschaffungen
- kommissarische museumspädagogische Betreuung des Praetoriums (Supervision der freien Mitarbeiter, deren Einsatz und Fortbildung)
- fachliche Betreuung des Museumsschullehrers
- Endredaktion von Veröffentlichungen und Programmen

Museum Schnütgen und Kölnisches Stadtmuseum (Dr. Ulrich Bock)

Permanente Arbeit

Didaktische Betreuung von Sonderausstellungen

Richard Moest (KStM)

- Konzeption und Durchführung von öffentlichen Führungen und Sonderveranstaltungen

Rheinische Glasmalerei (MSchn)

- Konzeption und Durchführung von öffentlichen Führungen und Sonderveranstaltungen

Der Meister und der Mangaka (WRM)

- Konzeption und Durchführung von öffentlichen Führungen und Sonderveranstaltungen

Sonderaufgaben

Redaktion

- Redaktionstätigkeit für beide Halbjahres- und Akademieprogramme sowie das Museumsfestprogramm

Projekt „Zweite Heimat Köln“

- Ausbildung der türkischen, indischen und russischen Führer im KStM und Mitwirkung bei der Koordination zwischen KStM, MD und VHS (Integrationskurse und FM-Schulung)

Vertretung im MAK

- In Vertretung der vakanten Museumspädagogenstelle im MAK zusammen mit Frau Karin Rottmann Projektierung und Koordination des Veranstaltungs- und Rahmenprogramms für die schließlich nicht realisierte Sonderausstellung „Von schönen Kröten und schwankenden Pyramiden“

Weitere Aufgaben / Projekte

- Informationskommunikation, jour fix und Betreuung und Supervision der freien Mitarbeiter; Ausarbeitung des Fortbildungsprogramms; Einarbeitung neuer freier Mitarbeiter; Evaluation der Führungen und Workshops
- Wiss. Betreuung und Fortbildung der Arbeitskreise I und II des KStM sowie des Arbeitskreises MSchn
- Betreuung der Bibliothek des Museumsdienstes (Bestandspflege, Integration der Neuzugänge sowie Abwicklung des Leihverkehrs mit der KMB)
- Mitarbeit bei der internen Organisation (u.a. Führungsbesetzung, Konferenzen)

JAHRESBERICHT

- Programmbeteiligung am Evangelischen Kirchentag (KStM) im Rahmen des MD
- Konzeption und Durchführung von Veranstaltungen im KStM und MSchn im Rahmen des Museumsfestes und der Langen Nacht der Museen
- Vermittlung, Mitorganisation und Eröffnung der Sonderausstellung „Ein Stern hat wohl noch Licht – Vom Antlitz des Anderen“ der Kölner Künstlerin Maria-Antonia Bußhoff im NS-Dokumentationszentrum

Rautenstrauch-Joest-Museum für Völkerkunde (Peter Mesenhöller)

Permanente Aufgaben

Didaktische Betreuung der Ständigen Sammlung

Eine Betreuung fand angesichts der Schließung des Hauses nicht mehr statt.

Didaktische Betreuung von Sonderausstellungen

Im Schatten der Akazie. Forschung in den Wüsten Afrikas

- letzte Sonderausstellung des RJM im alten Domizil; Kooperation mit dem Sonderforschungsbereich 389 „Kultur- und Landschaftswandel im ariden Afrika“ an der Universität zu Köln
- Redaktion des zweisprachigen Ausstellungsbegleiters
- Adaption der Ausstellungsdidaktik im Hinblick auf schulisches Lernen (Primarstufe und Sekundarstufe I)
- Realisierung des sog. „Forscherkoffers“ für exploratives Lernen in der Ausstellung
- Entwicklung einer „archäologischen Grabungskiste“, die Hands on-Techniken und Methoden archäologischer Praxis vermittelte.
- Lehrerfortbildungen in Kooperation mit dem Generalsekretariat der „United Nations Convention to Combat Desertification“ (UNCCD), Bonn
- Angebot einer Veranstaltung zur Vorbereitung auf das Zentralabitur im Fach Geographie

Sonderaufgaben / Projekte

Juniormuseum im Neubau des Rautenstrauch-Joest-Museums für Völkerkunde am Neumarkt

- Der Museumsdienst zeichnet verantwortlich für die Konzeption und Ausstattung des sog. Juniormuseums. Der logistische, operative und finanzielle Betrieb wurde im Laufe des Jahres 2007 in die Hände des Rautenstrauch-Joest-Museums gelegt.
- Die Planungen des „Juniormuseums“ wurden zur Ausschreibungsphase vervollständigt, wobei ein besonderer Schwerpunkt dem zukünftigen Einsatz von „Neuen Medien“ galt.
- In Zusammenarbeit mit Atelier Brückner und der Medienproduktion „Jangeld Nerves“, beide Stuttgart, wurde ein Konzept zur (filmischen) Vorstellung von fünf Protagonis-

JAHRESBERICHT

ten aus Deutschland, Japan, der Türkei, Kanada und Sierra Leone entwickelt, die sich und das thematisierte Initiationsritual bzw. Fest in Minuten-Clips vorstellen. Vertiefende Informationen hierzu werden an drei Computerterminals im Medienraum abrufbar sein.

- Die Einrichtung der entsprechenden „Lebensräume“ (Zimmer) konnte durch Ankäufe und Schenkungen ergänzt werden. Besonders zu erwähnen ist hier ein Schattenfiguren-Set aus dem türkischen „Karagöz-Theater“, das eine Beschneidungsszene darstellt.

Weitere Aufgaben / Projekte

- Informationskommunikation, jour fix und Betreuung und Supervision der freien Mitarbeiter; Ausarbeitung des Fortbildungsprogramms; Einarbeitung neuer freier Mitarbeiter; Evaluation der Führungen und Workshops
- Fachliche Betreuung der Lehrerin der Museumsschule

Museum für Ostasiatische Kunst (Annette Bügener M.A.)

Die Referentenstelle war von Dezember 2006 bis Mai 2007 vakant und wurde am 1. Juni 2007 mit Frau Annette Bügener aus Frankfurt am Main neu besetzt.

Permanente Arbeit

Didaktische Betreuung der Ständigen Sammlung

- Digitalisierung der Anfass-Sammlung; mittelfristiges Ziel (bis Ende 2008): Bearbeitung der textilen Objekte sowie fotografische Erfassung aller Objekte; langfristiges Ziel: Bearbeitung der vom RJM übernommenen Objekte japanischer Volkskunst (mingei).
- Neuerwerbungen für die Anfass-Sammlung aus Mitteln des Museumsdienstes

Didaktische Betreuung von Sonderausstellungen

- „Zhou Jun – ein chinesischer Tuschmaler der Gegenwart“
- Entwicklung eines Begleitprogramms

Weitere Aufgaben / Projekte

- Redaktionelle Mitarbeit
- Informationskommunikation, jour fix und Betreuung und Supervision der freien Mitarbeiter; Ausarbeitung des Fortbildungsprogramms; Einarbeitung neuer freier Mitarbeiter; Evaluation der Führungen und Workshops

Abteilung „Museum kreativ“ (Fr. Karin Rottmann)

Permanente Aufgaben

- Didaktische Betreuung der Werkstätten der Museen, sowie inhaltliche Ausgestaltung der Programmangebote.
- Methodische Reflexion: Mit diesen Aufgaben eng verbunden sind methodische Fragestellungen wie die Programme zeitgemäß und zielgruppenspezifisch aufbereitet werden können. Neben bildnerisch-praktischen Schwerpunkten etablieren sich zunehmend auch theaterpädagogische, musikalische, therapeutische, sprach- und literaturdidaktische Arbeitsformen in museumspädagogischen Vermittlungsformen.
- Fortbildung der freiberuflichen Mitarbeiter.
- Betreuung der Schülerwerkstätten (Klassen 1-13 aller Schultypen):
 - o 2007 konnte die Belegung der Schülerwerkstätten des Museumsdienstes Köln weiter ausgebaut werden. Gezielt wurden Emailangebote an die Schulen verschickt, womit ein Anstieg der Buchungen erfolgte. Ein sehr positiver Effekt ergab sich durch die Veröffentlichung der Schulangebote in den Ausstellungsflyern der Sonderausstellungen.
 - o Es wurden verschiedene Arbeitsformen im Werkstattbereich praktiziert:
 - zusätzliche, für die Sonderausstellungen eingerichtete Werkstätten
 - neuartige Angebote im Kontext der Techniken und Arbeitsmethoden, so ein Schattenspielworkshop zu „Tierschau“ und ein naturwissenschaftlich-künstlerischer Workshop (ebenfalls zu „Tierschau“)
 - bildnerisch-praktische Workshops in der Sammlung, z.B. der Porträtzeichenkurs „Mit Hörnerhaube und Mühlsteinkragen“ oder in der Sonderausstellung „Rheinische Glasmalerei“ im Museum Schnütgen.
 - o Im Kontext der Angebote zu großen Ausstellungen in den Kunstmuseen ML und WRM ist die Belastungsgrenze in der Buchung von Werkstätten erreicht worden. Vor diesem Hintergrund werden große Ausstellungen nicht mehr so intensiv beworben und stärker kontingentiert.
 - o Für das Jahr 2007 ist die Bilanz der Schülerwerkstätten für das Museum Ludwig, das Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud und das Römisch-Germanische Museum gut bis sehr gut. Eine Sättigung der Bedürfnisse ist zu erwarten. Erste Anzeichen dafür sind an der fehlenden Nachfrage nach Schülerwerkstätten in der Ausstellung „Die Idee und das Leben - Deutsche Meisterzeichnungen von Runge bis Liebermann“ abzulesen.
 - o Demgegenüber ist die Belegung der Werkstätten in den anderen Museen der Stadt grundsätzlich sehr schlecht. Dies hat mehrere Gründe:
 - Das Raumangebot (MS; KStM, MOK) und die technische Ausstattung (MS, KStM) sind unzureichend. Für die Schulen ist es daher zu aufwändig, bzw. zu teuer, eine Werkstatt zu buchen, bzw. das Ambiente ist zu unattraktiv.
 - Das Lehrerinteresse ist wegen fehlender curricularer Grundlagen, bzw. einer unzureichenden Ausbildung (z.B. im Bereich Design) bei Programm-Angeboten (MAK) im bildnerisch-praktischen Bereich

JAHRESBERICHT

- (MOK) nicht oder kaum vorhanden. Die Erfahrung hat gezeigt, dass museumspädagogische Fortbildungen dieses Manko nur unzureichend ausgleichen können.
- Das Problem ist dem Museumsdienst seit langer Zeit bekannt. Es gilt nach wie vor, geeignete Konzepte (im Grundschul-, Vorschulbereich und außerschulischen Bereich) im Team für die kreative Arbeit (auch außerhalb der bildnerisch-praktischen Techniken) zu entwickeln. In jedem Fall ist für ein ausreichendes Raumangebot (KStM; MOK; MS) und eine vernünftige technische Ausstattung (KStM, MS) zu sorgen.
- Betreuung von Werkstätten für außerschulische Gruppen
- 2007 ist das Angebot für den außerschulischen Bereich konzeptionell weiter ausgebaut worden:
 - Der Museumsdienst bietet Workshops in allen städtischen Museen für die Betreiberorganisationen der offenen Ganztagschule an. Vor allem werden unsere Angebote in den Ferien genutzt. Wünschenswert wäre die regelmäßige Bewerbung dieser Zielgruppe.
 - Aufgrund der Probleme der Honorarordnung konnte das Kindergartenprogramm des Museumsdienstes immer noch nicht weiter ausgebaut werden. Erste Überlegungen fanden im Zusammenhang mit Kursangeboten für Kindergärten statt und warten auf Umsetzung.
 - Erste Konzepte für Workshops in der Fortbildung sowie bei Events für Firmen wurden 2007 entwickelt und sind bei Anfragen abrufbar.
- Werkstätten im Kursprogramm (Einzelbesucher)
- 2007 konnte das Kursprogramm durch neue Programme gestärkt werden. Einen sehr positiven Effekt ergab sich durch die Veröffentlichung der Workshopangebote in den Ausstellungsflyern der Sonderausstellungen. Dies hat eine Trendwende bewirkt.
 - Das Programmschema wurde (ab Herbst 2007) vereinheitlicht. Im Programm „MuseumKinderZeit“ finden regelmäßig am Samstagnachmittag Kinderworkshops in wechselnden Museen statt. Nach Einführung wurde das Programm sofort sehr gut angenommen. (Das neue Programmangebot wird von der Museumspädagogischen Gesellschaft finanziert)
 - Die Workshops der Ferienprogramme wurden besser aufeinander abgestimmt. Es ist nun möglich, die Kurse durchgängig in verschiedenen Museen zu belegen oder sowohl am Vormittag als auch am Nachmittag Programmangebote zu finden.
 - Neu im Programm ist eine Workshopreihe für Familien zu Konzerten des Gürzenich-Orchesters. (Kooperation mit dem Gürzenich-Orchester)
 - Mit den Workshops zur „SummerSchool“, den „Abiturkursen“ und den bildnerisch-praktischen Workshops für „Mappenkurse“ konnte endlich ein funktionierendes Jugendprogramm in den Museen der Stadt etabliert werden.

JAHRESBERICHT

- Workshops für Erwachsene werden seit dem Herbstprogramm 2007 nicht mehr im Halbjahresprogramm, sondern im Akademieprogramm beworben. Auf dieser Grundlage werden die Angebote zukünftig besser spezifiziert werden können, so dass kreative Jugendprogramme, Angebote für junge Erwachsene, Kreativkurse für Erwachsene und Seniorenkurse gezielter von den Kunden wahrgenommen werden können.
 - Neben den Angeboten in den terminlich festgelegten Programmen im Halbjahres- und Akademieprogramm können auch Kreativprogramme, wie beispielsweise „Kindergeburtstage“, thematische Workshops, Events oder Workshops als Firmenfortbildungen individuell gebucht werden.
 - Außerhalb des Kursprogramms und der Angebote für private Nutzer werden im Zusammenhang des Museumsfestes und der Langen Nacht Workshops für Kinder, bzw. für junge Erwachsene angeboten.
- Organisation
- Nachdem 2006 die Sachbearbeitungsebene für den Arbeitsbereich „kreative Arbeit“ ausgebaut worden ist (nicht nur Verwaltung Kursprogramm, sondern auch Schülerwerkstätten exklusive der Workshops für das Römisch-Germanische Museum) und sich erste Erfolge zeigten, wurde der Arbeitsbereich weiter spezifiziert und erweitert:
 - Gezielte Bewerbung durch E-Mailing an Schulen, Lehrer und private Nutzer.
 - Beschluss, dass nach Erweiterung der Sachbearbeitungsstelle um eine weitere halbe Stelle, das Workshopprogramm des RGM durch den Bereich „Kreative Arbeit“ betreut wird.
 - Organisatorische Trennung der Werkstätten für Museumsschule und Museumsdienst.

Sonderaufgaben / Projekte

- Reine Drittmittelprojekte
- „SummerSchool“
 - teilfinanziert durch die RheinEnergieStiftung Kultur
 - „Let’s Talk About Art“
 - teilfinanziert durch die PWC-Stiftung Jugend und Kultur
 - „MuseumKinderZeit“
 - teilfinanziert durch die Museumspädagogische Gesellschaft e.V.
 - „Workshopprojekt für Förderschulen“
 - finanziert von der Stiftung Dormagen-Guffanti
- Weitere Projekte
- Backpacks („KulturBeutel“) für Familien als Besucher im Museum Schnütgen
 - Exponatec - Messestand mit Workshops für Erwachsene, Kinder und Familien
 - Finanziert von KoelnMesse
 - „Der kleine Prinz“ (im Rahmen des Kinderkulturherbstes)

JAHRESBERICHT

- Medienpartner: Kölnische Rundschau
- Malwettbewerb zur Ausstellung „Tierschau“
 - Medienpartner: Kölnische Rundschau
- Malwettbewerb des Erzbistums Köln
 - Jurymitgliedschaft des Museumsdienstes

Bericht der Verwaltung

Bereich Personal

Die vakante Stelle des Direktors wurde zum 01.04.2007 besetzt. Die Verwaltung des Museumsdienstes hat den kommissarischen Leiter organisatorisch beim Stellenbesetzungsverfahren unterstützt und bei der Einarbeitung des neuen Direktors aktiv mitgewirkt.

Vor dem Landesarbeitsgericht Köln wurde in zweiter Instanz ein arbeitsrechtliches Verfahren zugunsten der Stadt Köln entschieden.

Mehrere externe Stellenbesetzungsverfahren konnten erfolgreich abgeschlossen werden. Zwei Museumspädagogenstellen für das Museum Ludwig und das Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud konnten unbefristet besetzt werden, eine weitere vakante Museumspädagogenstelle für das Museum für Angewandte Kunst wurde zur Besetzung im Januar 2008 erfolgreich vorbereitet. Im Museum für Ostasiatische Kunst wurde die vakante 0,5 Stelle im Rahmen der Vertretung einer beurlaubten Museumspädagogin bis zum 30.06.2008 ebenfalls extern besetzt. Eine vakante 0,5 Stelle im Vorzimmer des Direktors konnte zum 01.01.2008 unbefristet extern besetzt werden.

Zwei in 2006 angemeldete Stellenbedarfe für die Bereiche Verwaltung und Kreative Arbeit (jeweils 0,5 Stellen) wurden mit der Genehmigung des Haushaltsplans durch die Bezirksregierung Köln zur Besetzung freigegeben und intern ausgeschrieben.

In Vorbereitung auf die Einführung eines leistungsorientierten Entgelts nach § 18 des Tarifvertrags für den öffentlichen Dienst (TVöD) nahm der Verwaltungsleiter an einer Fortbildung zum Abschluss von Zielvereinbarungen teil.

Der Verwaltungsleiter musste in der Funktion des Vertreters des Arbeitgebers bei Behindertenfragen nicht tätig werden.

Bereich Finanzen

Das Haushaltsjahr 2007 war durch folgende Besonderheiten geprägt:

- Im Berichtsjahr traten im 3. und 4. Quartal Liquiditätseingänge infolge des erhöhten und in seiner Auswirkung nicht vorhersehbaren Finanzbedarfs bei den Sachmitteln im ersten Halbjahr ein, die sich auf die Handlungsfähigkeit massiv auswirkten. Es mussten deshalb Anträge auf überplanmäßige Ausgaben gestellt werden, die vom Rat der Stadt Köln noch genehmigt werden müssen (am 29.01.2008 erfolgt).
- Die Vorbereitungen zur Einführung des Neuen Kommunalen Finanzsystems (NKF) nahmen in der zweiten Jahreshälfte breiten Raum ein und waren von mehrtägigen Fortbildungsmaßnahmen geprägt. Die Einführung des NKF wird die Kameralistik durch die Kaufmännische Buchführung abgelöst, was ein vollständiges Umdenken bei allen Beteiligten erfordert.
- Das Rechnungsprüfungsamt (RPA) führte bei den Museen, den Museumsdienst und Kunst- und Museumsbibliothek/Rheinische Bildarchiv eine Prüfung der Forderungsverwaltung durch und legte hierzu einen Prüfbericht vor, der neben dem Rechnungsprüfungsausschuss auch dem Ausschuss Kunst und Kultur / Museumsneubauten zur Kenntnis gegeben wurde.

Bereich Organisation / EDV

Bis auf Verwaltung und Direktionsvorbüro waren alle Rechner bei 4522 einschl. Museumsschule am sog. „Wissenschaftlichen Netz“ angeschlossen, das von einer ehemaligen ABM-Kraft administriert wurde. Diese Lösung erwies sich als dauerhaft nicht praktikabel und war mit personell bedingten Unwägbarkeiten behaftet. Eine Verbesserung konnte nur erreicht werden, indem so viele Rechner als möglich an das städtische Netz (CologneAreaNetwork – CAN) angeschlossen werden. Vor dem Hintergrund der verfügbaren finanziellen Mittel wurde eine Umstellung zunächst ohne den Bereich Museumsschule vollzogen.

Die Umstellung erfolgte in zwei Phasen. Zunächst wurden die Sachbearbeitungen Führungen und Kreative Arbeit umgestellt, die Museumspädagogen folgen in der zweiten Phase. Die Administration erfolgt unter Einbindung des Amtes 12, und wird künftig durch einen Kraft im Museumsreferat erfolgen, sobald die dort vakante und ausgeschriebene Stelle besetzt sein wird.

Freie Mitarbeiter

Pool der freiberuflichen Mitarbeiter

Der Museumsdienst Köln hat über 80 freiberufliche Mitarbeiter, die Aufträge auf Honorarbasis übernehmen. Nur so kann die Programmfülle bewältigt werden. Zumeist führen freie Mitarbeiter die Programme aus, die von festen angestellten Museumspädagogen entwickelt wurden. Allerdings achtet der Museumsdienst darauf, das Potenzial der freiberuflichen Kräfte zu nutzen, ihre Ideen und Verbesserungsvorschläge einzubringen und in Projekten auch zu konzeptionellem Teamwork zu kommen.

Allerdings ist die Einnahmesituation der freien Mitarbeiter nicht sehr gut; eine Anhebung der Stundensätze ist dringend geboten und wird mit der nächsten Änderung der Honorar- und Entgeltordnung für die Museen angestrebt; dies bedarf der Zustimmung des Rates der Stadt Köln. Deshalb erweitert der Museumsdienst den Pool seiner freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auch nur behutsam: bei Spezialausbildungen, besonderen Sprachkenntnissen etc. Die Gruppe soll nicht beliebig vergrößert werden, um die Verdienstmöglichkeiten des einzelnen zu verbessern.

Die freien Mitarbeiter im Einzelnen:

Christian Aberle	Dr. Sonja Ackermann	Dr. Ines Bachem
Dr. Andreas Baumerich	Cordula Becker M.A.	Vera Berber
Harald Bortz	Reintje Brenders	Dr. Romana Breuer
Walter Bruno Brix	Sigrun Brock	Ellen Buchwald
Dr. Till Busse	Dr. Eva-Maria Cahn	Mia Casas-Rustemeyer
Karina Castellini	Dr. Marta Cencillo Ramirez	Dr. Maria Damm
André Dumont	Maria Eicker M.A.	Irene Ellegiers M.A.
Dr. Jutta Ewers	Mareike Fänger M.A.	Annette Frieske
Dr. Klaus Fritze	Georg Gartz	Dr. Aphrodite Georgiou
Ruth Gilberger	Rosa Girards	Dr. Raymund Gottschalk
Dr. Hans-Jürgen Gregersen	Claudia Grötzebach M.A.	Eva Hempel M.A.
Dr. Brigitte Hundsalz	Andrea Imig	Elke Kania M.A.
Sarah Keppel	Ulrike Kühnemund	Susanne Lang
Dr. Daniela Lange	Saskia Lauth	Eva Lobstädt
Gloria Logermann M.A.	Dr. Susanne Marx	Gisela Michel
Ulrike Michel	Sybille Mucke	Dr. Iris Nestler
Dr. Gaby Oepen-Domschky	Mira Parthasarathy	Theda Pflingsthorn
Ilka Richter	Dr. Erika Riedmeier-Fischer	Dr. Hannelore Rose
Julia Ruttmann M.A.	Marie-Luise Salden	Gudrun Säuberlich-Spannagel M.A.
Suyin Scheid-Hennig M.A.	Irmgard Schifferdecker	Karla Schlaepfer-Karst
Dagmar Schmidt	Rudolf Schmidt	Dr. Uta Schmidt-Clausen
Dr. Dirk Schmitz	Marion Schulz	Rainer Schulze
Monika Schwingeler	Christine Schell	Tanja Seegler
Dr. Dirk Soechting	Ingala Spillmann	Caroline Stegmann-Rennert M.A.
Dr. Wolfer Stumpfe	Dr. Julia Stuppe	Hôkô Tokoro
Ulrike Tomalla	Takayasu Ueda	Anna Uhlmann
Stefanie Vincenti M.A.	Nicola Walbrecht	Martin Wieland
Dr. Susanne Wischermann	Hiroko Yoshikawa-Geffers	Anna Ziel

Fortbildungen

Um Qualitätsstandards zu setzen, aber auch um freie Mitarbeiter zu motivieren, setzte der Museumsdienst seine Fortbildungen zu Themen von Sonderausstellungen, zu museumspädagogischen Methoden und neuen Forschungsergebnissen fort. Die Teilnahme ist nicht verpflichtend, dennoch erscheinen die Mitarbeiter zahlreich.

AZ	Die archäologische Zone – Topographie und Kontinuität zwischen Antike und Mittelalter
Kreativ	Sprachförderung im Museum - Konzept für die Arbeit mit Menschen mit Migrationshintergrund
Kreativ	Stimmtraining Bühnen der Stadt Köln
Kreativ	Besuch der Exponatec; Einladung zur Tagung „Literatur im Museum
KKM	Spätexpressionismus. Einführung in die Ausstellung
KStM	Das Rollenbild der Frau seit den 1950er Jahren im Spiegel der Barbie-Puppe
KStM	Das Zentralabitur NRW im Fach Geschichte. Möglichkeiten der Einbindung der Ständigen Ausstellung des KStM in die Unterrichtsvorbereitungen der Jahrgangsstufen 12/13
MAK	Christian Dior. Einführung in die Ausstellung
ML	Balthus. Einführung in die Ausstellung
ML	Chargesheimer. Einführung in die Ausstellung
ML	Piet Mondrian. Vom Abbild zum Bild. Einführung in die Ausstellung
MOK	Museumspädagogischer Gedankenaustausch
MOK	Zhou Jun - ein chinesischer Tuschkünstler der Gegenwart. Einführung in die Ausstellung
RGM	Frömmigkeiten. Einführung in die Ausstellung
RGM	Kosmos der Zeichen. Einführung in die Ausstellung
RGM	Brunhildes Gürtel. Zu Frauengürteln der Merowingerzeit
RGM	Museumspädagogischer Gedankenaustausch
RGM	Neue Forschungen zum frühen Christentum in Köln (2 Termine)
RGM	Das Archäologische Jahr 2008
SK Stiftung	Die Photographische Sammlung der SK Stiftung Kultur Konzeption, Sammlung, Ausstellungsprogramm (mit Besuch der Sonderausstellung „Daido Moryama. Retrospektive“)
WRM	Hotel California. Einführung in die Ausstellung
WRM	Neupräsentation Barockabteilung
WRM	Die Idee und das Leben. Einführung in die Ausstellung

Nachwuchsförderung

Betreuung von Praktikanten

Der Museumsdienst bietet zwei Formen von Praktika: im Bereich Museumspädagogik und im Bereich Marketing/Kommunikation. Mit der Änderung der Studienordnungen und der Zunahme der Praxisanteile kam es zu einem deutlichen Anwachsen der Praktikumsanfragen. Der Museumsdienst bildet aus, soweit dies in seinen Möglichkeiten steht. Voraussetzung ist die abgeschlossene Zwischenprüfung bzw. eine fortgeschrittene Semesterzahl im B.A.-Studium. Jede Praktikantin und jeder Praktikant wird von einem Tutor, dem jeweiligen leitenden Pädagogen des betreffenden Museums, begleitet.

Museumspädagogische Praktika in 2007

Susanne Lang (ML, RGM, kreativ)
Sophie Müller (Abteilung Kreative Arbeit)
Ilka Richter (RGM)
Marcel Oeben (MSchn)
Philip Schröders (kreativ)
Tanja Seegler (RGM)
Olga Sorokina, Olga (ML)
Christine Wolf (WRM)
Anna Ziel (RGM)

Praktika in Marketing/Kommunikation in 2007

Milena Fischer-Dünkel (Direktion)
Caroline Gaus (Direktion)

Lehrtätigkeit

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Museumsdienstes halten Seminare und Übungen zu museumspädagogischen Themenstellungen. In unregelmäßigen Abständen besuchen Universitätsgruppen die Museen, um sich über Aspekte der kulturellen Bildung und der Ausbildung zu informieren. Hier berät der Museumsdienst fachlich und organisatorisch

Ruth Gilberger: Sonderpädagogik unter museumspädagogischen Aspekten (Montag Stiftung)
Dr. Beate Schneider: Archäologie und Museumspädagogik (Universität zu Köln)

Projekte und Kooperationen

Der Museumsdienst arbeitet im Netzwerk und wird dies in den kommenden Jahren verstärken. Entscheidend ist dabei weniger die institutionelle Kooperation als vielmehr der Austausch in operativen, methodischen und inhaltlichen Belangen. Networking dient jedoch immer auch der Erschließung neuer Zielgruppen und der Verbesserung der eigenen Position.

Seit 2006 ist auch die projektorientierte Arbeit gewachsen. So konnten vermehrt Drittmittel für einzelne Projekte akquiriert werden. Projekthaftes Arbeiten erfordert innerhalb der Dienststelle neue Arbeitsprozesse, die sich gut mit Managementprozessen wie „Führen durch Ziele“ in Einklang bringen lassen. Zukünftig strebt der Museumsdienst eine Erhöhung des Drittmittelanteils an. Die Projekte im Einzelnen:

Bild/er/leben (in WRM und ML); Frau Dr. Sonntag, Frau von Tomaszewski

- Partner: Psychologisches Institut der Universität zu Köln, Dipl. Psych. Hans-Christian Heiling und Prof. Dr. Herbert Fitzek
- Projektanteil: Vorbereitung einer neuen Veranstaltungsreihe für das Akademieprogramm ab 1/2008
 - o Kunstwerke machen dem Betrachter Angebote, die Welt und sich selbst besser zu verstehen. Im Mittelpunkt der Veranstaltung, die sich jeweils nur einem einzelnen Werk widmet, steht das individuelle Erleben. In Begleitung von Studenten der Psychologie sind die Museumsbesucher zu einer Reise eingeladen, die sie dem Kern des Werkes näher bringt und Antworten auf die Frage gibt, was Kunst über die eigene Wirklichkeit zu sagen hat.

Kunst:dialoge (in ML); Frau von Tomaszewski

- Partner: Projekt Kunst:dialoge; Projektleitung: Paola Malavassi, Museum Ludwig
- Projektanteil: Training der Kunstvermittler
 - o Das Projekt ist auf Studentinnen und Studenten der Kunstgeschichte ausgerichtet, die im Museum Ludwig ein Kunstvermittlungstraining erhalten. Neben dem Kunstvermittlungstraining wird ein Sprach- und Präsentations-training durchlaufen. Nach abgeschlossener Ausbildung erfolgt der Einsatz der Teilnehmenden bei unterschiedlichen Veranstaltungen im Cicerone-Prinzip. Der Schwerpunkt in der Ausbildung liegt dementsprechend auf Kunstvermittlung auf gleicher Augenhöhe im Dialog mit dem Besucher. Zielgruppe der jährlichen Hauptveranstaltung „Junge Nacht“ sind junge Erwachsene. Die Ausbildung wird von Frau v. Tomaszewski, Referentin des Museumsdienstes, in beratender Funktion begleitet. Ein weiterführendes Projekt der Kunst:dialoge, das dasselbe Prinzip auf Schüler der Oberstufe überträgt, wird von ihr gemeinsam mit der Leitung der Kunst:dialoge erarbeitet und geleitet.

JAHRESBERICHT

„Let's Talk About Art“ (in ML); Fr. Rottmann

- Partner: PWC-Stiftung Jugend und Kultur (€ 6.200 für ein Jahr)
- Projekt: Ausarbeitung von Sprachprogrammen für Schulen
Es handelt sich um ein Englisch-Programm für 7.-9. Jahrgänge aller Schulformen und wird von 2 Amerikanerinnen betreut, die insgesamt 3 verschiedene Workshopangebote erarbeitet haben.

migration audio archiv (in RJM); Hr. Mesenhöller

- Partner: RJM und migration audio archiv
- Projektanteil: Einbettung in Juniormuseum
 - o Gemeinsam mit dem Rautenstrauch-Joest-Museum wird der Museumsdienst im Neubau eine Kooperation mit dem Kölner „migration audio archiv“ durchführen: Das Ehrenfelder Büro sammelt und publiziert seit mehreren Jahren Migrationsgeschichten und macht so zahlreiche Facetten der Migration der vergangenen 50 Jahre in Deutschland hörbar. Im Medienraum des „Juniormuseums“ werden in Zukunft zwei sog. Audiolounges stehen, intelligente Hörmöbel, über die etwa 20 biographische Erzählungen von jugendlichen Migranten abrufbar sein werden.

Spurensuche (in AZ, KStM, MOK, RJM); Hr. Mesenhöller

- **Partner: VHS Köln und Hauptschule Nürnberger Straße**
- Projektanteil: Konzept und Durchführung von Museumsbesuchen für Jugendliche aus sozialem Brennpunkt
 - o Zusammen mit der VHS Köln und der Hauptschule Nürnberger Straße wurde das Projekt „Spurensuche“ initiiert, das vom Deutschen Volkshochschul-Verband gefördert wird. Über sechs Monate werden ab 2008 Jugendliche einer 7. Hauptschulklasse im Alter von 14 bis 17 Jahren den Kölner Stadtraum mit dem Ziel erforschen, neue Zugänge zu unterschiedlichen Kulturen und Lebensweisen herzustellen, Informationen zusammenzutragen und zu analysieren. Die Ergebnisse des Projekts werden in Form einer multimedialen Präsentation ab Herbst 2009 im „Juniormuseum“ zu sehen sein.

SummerSchool zur Berufsorientierung für Jugendliche in den Museen der Stadt Köln wird (in Museen der Stadt Köln); Fr. Rottmann

- Partner: RheinEnergieStiftung Kultur (für 2 Jahre mit 40.000 € gefördert)
- Projekt: Workshops für Jugendliche
 - o Es handelt sich um ein Workshopprogramm in den Sommerferien, in dem Fachleute aus Berufen im Umkreis der Museen ihre Professionen vorstellen. Das Programm wurde von den Jugendlichen gut angenommen und findet seine Fortsetzung in 2008.

JAHRESBERICHT

„Workshopprojekt für Förderschule“

- Partner: Stiftung Dormagen-Guffanti
- Projekt: Workshops für Jugendliche einer Förderschule geistiger Entwicklung
 - o Über 2 Jahre und 20 Termine verteilt, besucht eine Kunst-Arbeitsgemeinschaft der Pestalozzischule, einer Förderschule geistiger Entwicklung, unterschiedliche Museen und Sonderausstellungen mit dem Ziel, die Museen der Stadt erlebnisorientiert kennen zu lernen. Das Projekt wird mit 3.200 € von der Stiftung finanziert.

Ständige Kooperationen

- Bühnen der Stadt Köln, Referat „Theater und Schule“
 - o Herr Frank Rohde/ Frau Silja Barthes
 - o Gegenseitige Programmberatung, gemeinsame Fortbildungen
- Bundesagentur für Arbeit
 - o Herr Dr. Lachmann
 - o Berufsorientierung im Museum
 - o gegenseitige Beratung und Fortbildungen
- Bundesverwaltungsamt Köln, Referat: Auslandsschule
 - o Herr Rainer Wicke
 - o Projekt „DaF und außerschulischer Lernort“ – gegenseitige Beratung, gemeinsame Fortbildungen
- Deutscher Altphilologenverband
 - o Thematische Sonderveranstaltungen zur ständigen Sammlung und zu den Sonderausstellungen
- Foto Lambertin
 - o Unterstützung bei Werbung
 - o Fotoaktionen beim Museumsfest
- Nationalmuseum Kairo
 - o Museumspädagogische Kooperation
 - o Etablierung und Förderung der Museumspädagogik in Ägypten; Schulung ägyptischer Museumspädagogen, Austausch mit freien Mitarbeitern
- Schulamt Köln, JugendArtGalerie
 - o Frau Marlis Sauer
 - o Projekte im Zusammenhang mit Malwettbewerben
 - o Beratung und Unterstützung
- SK Stiftung Kultur, Referat „Kinder- und Jugendbuch“
 - o Frau Uschi Schröter
 - o Gemeinsames Projekt zum Kinderkulturherbst „Erzähl mir was“
- Universität Bonn, Philosophische Universität. Kommunikationswissenschaften

JAHRESBERICHT

- Herr Dr. Paul Meyermann
 - Projekt „DaF im Museum“, gegenseitige Beratung und Fortbildungen
- Universität zu Köln, Forschungsstelle Sprachentwicklung und Sprachdidaktik der und Regionale Arbeitsstelle zur Förderung von Kindern und Jugendlichen aus Zuwandererfamilien
 - Unterrichtseinheiten zur Arbeit im Wallraf-Richartz-Museum Köln
- Universität zu Köln, Erziehungswissenschaftliche Fakultät, Deutsche Sprache und ihre Didaktik
 - Frau Dr. Gabriele Kniffka
 - Projekt „DaZ“ „Ferienschule“ gegenseitige Beratung und Fortbildungen

Überregionale Sichtbarkeit des Museumsdienstes

Um den Museumsdienst Köln wieder zu einer führenden Einrichtung der Museumspädagogik in Deutschland zu machen, ist die nationale und internationale Präsenz seiner Mitarbeiter ebenso wichtig wie die Vermittlung seines Know Hows. Dies geschieht in Vorträgen, Publikationen und fachlichen Beratungen im wissenschaftlichen Kontext.

Teilnahme an Tagungen, Kongressen und Fortbildungen

Ausland:

Tagung zum EU-Projekt DIDART, Middelburg und Rotterdam, NL (Nov. 07)

- Austausch und gemeinsame Projekterarbeitung europäischer Museumspädagoginnen und Museumspädagogen (Fr. von Tomaszewski)

Tagung zu Thema „Deutsch als Fremdsprache im Museum“, Germanistische Fakultät der Universität Lissabon und des Goethe-Institutes (März 2007)

- Einwöchige Seminarleitung in Kooperation mit der Universität Bonn (Fr. Rottmann)

ICOM-Tagung Wien (Sept. 07)

- Präsenz bei CECA-Sektion (Fr. Rottmann)

Inland:

Fachtagung „Alte Meister – oder: Wie Ältere Kompetenzen in kultureller Bildung leben und nutzen“ der Bundesakademie für kulturelle Bildung Wolfenbüttel (28.-30.11.07)

- Teilnahme (Dr. Bock)

Bundeskongress der Kunstpädagogik, Dortmund (2.-4.3.07)

„(Un)Vorhersehbares in kunstpädagogischen Situationen. Kunst – Kultur – Bild: In Kontexten lernen“ und Vortrag daselbst zum Thema „Schule und Museum. Focus: Zentralabitur in NRW“

- Vortrag (Dr. Bock)
- Leitung von zwei Workshops zum Thema theaterpädagogische Methoden und Museumspädagogik im Kontext der Kunstpädagogik (Fr. Rottmann)

Museumspädagogik für die Vorschule (Mai 2007)

- Vortrag und Workshops zum Thema für das Jugendamt Köln (Fr. Rottmann)

Tagung „Netzwerkbildung“ im Lehmbruckmuseum in Duisburg (Sommer 2007)

- Workshopleitung zum Thema „Neue Methoden in der Museumspädagogik“ (Fr. Rottmann)

Tagung „Lesen und Lernen. Bildungspartner NRW 2007. Lernen fördern – Partner gewinnen – Schule stärken“ im Kongresszentrum Westfalenhallen Dortmund (7.Nov. 2007)

JAHRESBERICHT

- Workshopleitung „Schreiben lernen mit allen Sinnen: Kooperation von Museum und Schule“, in Kooperation mit der Universität zu Köln und der RWTH Aachen (Fr. Rottmann)

Fachtagung „Design im Kunstunterricht“, veranstaltet vom Verband der Kunstpädagogen in Saarbrücken. (Nov. 2007)

- Vortrag zum Thema „Museumspädagogik zum Thema Design im Kontext der Kunstpädagogik“ (Fr. Rottmann)

Fachtagung des Bundesverbandes Museumspädagogik in Frankfurt zum Thema „Qualitätssicherung in der Bildungsarbeit der Museen. (Januar 2007)

- Teilnahme (Fr. Rottmann)

Kongress „Kinder zum Olymp“, Saarbrücken (Sept. 07)

- Teilnahme (Fr. Rottmann)

Jahrestagung des Bundesverbandes Museumspädagogik (Sept. 2007)

„Vermittlung XXL“, Münster, Landesmuseum (September 2007)

- Teilnahme (Dr. Hamann, Fr. Rottmann)

Das Museum als Integrationsort - Best-Practice-Projekte in Kultureinrichtungen

Fachtagung des AsKI e.V. am 15. Juni 2007 in Frankfurt am Main

- Teilnahme (Dr. Hamann)

Team

Direktion:

Leiter
Dr. Matthias Hamann

Stellv. Leiterin
Frau Dr. Beate Schneider
Telefon: Tel. 221-23467
E-Mail: beate.schneider1@stadt-koeln.de

Sekretariat
Frau Gisela Hamacher
Frau Hildegard Wickerath
Telefon: Tel. 221-24764
E-Mail: museumsdienst@stadt-koeln.de

Verwaltung:

Verwaltungsleitung
Herr Klaus Linz
Telefon: 221-27749
Telefax: 221-27661
E-Mail: klaus.linz@stadt-koeln.de

Mitarbeit:
Frau Beate Hülsken
Telefon: 221-98295
Telefax: 221-27661
E-Mail: beate.huelsken@stadt-koeln.de

Sachbearbeitung Führungen
Frau Regina Kühnelt
Telefon: 221-23468
Frau Ulrike Michel
Telefon: 221-27380

Sachbearbeitung Kreative Arbeit
Frau Andrea Njio
Telefon: 221-24077
Frau Hildegard Heinrich
Telefon: 221-91549
Telefax der Sachbearbeitungen: 221-24544
E-Mail der Sachbearbeitungen: service.museumsdienst@stadt-koeln.de

JAHRESBERICHT

Museumspädagogik:

Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud
Dr. Stephanie Sonntag
Telefon Büro im Museumsdienst Köln: 221-23964
Telefon Büro im Museum: 221-25551
E-Mail: stephanie.Sonntag@stadt-koeln.de

Museum Ludwig
Frau Angelika von Tomaszewski M.A.
Telefon Büro im Museumsdienst Köln: 221-24034
Telefon Büro im Museum: 221-23705
E-Mail: angelika.vontomaszewski@stadt-koeln.de

Museum für Angewandte Kunst
Frau Dr. Romana Breuer
Telefon Büro im Museumsdienst Köln: 221-24034
Telefon Büro im Museum Ludwig: 221-23705
E-Mail: romana.breuer@stadt-koeln.de

Römisch-Germanisches Museum
Frau Dr. Beate Schneider
(Stellv. Leiterin und Redaktion Kölner Museums-Bulletin)
Telefon im Büro im Museumsdienst Köln: 221-23467
Telefon Büro im Museum: 221-26369
E-Mail: beate.schneider@stadt-koeln.de

Rautenstrauch-Joest-Museum für Völkerkunde
Herr Peter Mesenhöller
Telefon im Museum: 33694-25
E-Mail: md.mesenhoeller@rjm.museenkoeln.de

Museum für Ostasiatische Kunst
Frau Annette Bügener M.A.
Telefon im Museum: 221-28625
E-Mail: buegener@museenkoeln.de

Kölnisches Stadtmuseum und Museum Schnütgen
Herr Dr. Ulrich Bock
(sowie Betreuung der Handbibliothek des Museumsdienstes Köln)
Telefon im Museumsdienst Köln: 221-23727
E-Mail: ulrich.bock@stadt-koeln.de

JAHRESBERICHT

Leitung Museum Kreativ
Frau Karin Rottmann
Telefon: 221-25496
E-Mail: karin.rottmann@stadt-koeln.de

Sonderaufgaben

Frau Susanne Kieselstein
Telefon: 221-27874
E-Mail: susanne.kieselstein@stadt-koeln.de