

# Jahresbericht 2017

## Zahlen, Programme, Projekte



# Jahresbericht 2017

## Zahlen, Programme, Projekte

Der Jahresbericht des Museumsdienstes erfüllt mehrere Funktionen. Er dient als Sachbericht gegenüber den Zuwendungsgebern und Förderern, gibt den Mitgliedern des Fördervereins Auskunft über die Aktivitäten der Museumspädagogischen Gesellschaft e.V. und erfüllt das Informationsbedürfnis von Partnern und Kollegen aus Bildung und Vermittlung. Demzufolge besteht er aus mehreren Teilen. Nach einem zusammenfassenden Überblick (1) zu den Aktivitäten 2017 gibt die Kurzversion des Bildungskonzeptes (2) einen generellen und statistischen Überblick zu Bildung und Vermittlung in den Museen der Stadt Köln. Der Abschnitt zu übergreifenden Maßnahmen in Marketing und Kommunikation (3) referiert den Beitrag des Museumsdienstes für den Museumsstandort. Der Bericht des Fördervereins (4) nimmt das ehrenamtliche Engagement in den Fokus. Einzeldaten und Statistiken finden sich im Anhang (5).

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in der Regel nur die männliche Form aufgeführt. Selbstverständlich ist die weibliche Form immer miteingeschlossen.

Die Namen folgender städtischer Einrichtungen werden abgekürzt:

AZ	Archäologische Zone / Praetorium
JRM	JuniorMuseum
KSM	Kölnisches Stadtmuseum
MAKK	Museum für Angewandte Kunst Köln
MD	Museumsdienst Köln
ML	Museum Ludwig
MOK	Museum für Ostasiatische Kunst
MS	Museum Schnütgen
NS DOK	NS Dokumentationszentrum
RGM	Römisch-Germanisches Museum
RJM	Rautenstrauch-Joest-Museum
WRM	Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud

Weitere Abkürzungen

BpB	Bundeszentrale für Politische Bildung
BVMP e.V.	Bundesverband Museumspädagogik e.V.
KKM	Käthe Kollwitz Museum
KTM	KölnTourismus GmbH
LVMP e.V.	Landesverband Museumspädagogik e.V.
RVK	Regionalverkehr Köln GmbH
SA	Sonderausstellung
TCM	Traditionelle Chinesische Medizin
TN	Teilnehmer
ZfL	Zentrum für Lehrerbildung
ZMI	Zentrum für Mehrsprachigkeit und Integration

# 1. Jahresbericht – Überblick

## Leitbild

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

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

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

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

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

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

## Einführung

Der Museumsdienst Köln gehört seit seiner Gründung 1965 zu den wichtigsten Institutionen der Kulturellen Bildung in Köln. Die damals erste museumspädagogische Facheinrichtung der Bundesrepublik zählt heute zu den drei größten in Deutschland. Der Museumsdienst arbeitet für die neun städtischen Museen Kölns und verantwortet neben der Vermittlung das Marketing und die Kommunikation für den Museumsstandort. Für das Dezernat für Kunst und Kultur erfüllt er weitere Aufgaben der Kulturellen Bildung und ist Ansprechpartner bei Fragen der Besucherorientierung.

Basis der Kölner Vermittlungsarbeit sind die Bestände der städtischen Museen, deren historische, kunst- und kulturhistorische Sammlungen von der Vorgeschichte bis in die Gegenwart reichen und lokale, regionale, internationale und außereuropäische Ausrichtung besitzen. Das Sammeln, Bewahren, Erforschen, Ausstellen und Vermitteln von Kunst, Kultur und Geschichte sind komplementäre und sich wechselseitig stimulierende Arbeitsfelder. Die Kölner Museumspädagogik ist eng in die Programmatik und Konzeption der Präsentationen eingebunden.

Die in Dauer- und Sonderausstellungen erschlossenen Sammlungen und die ergänzenden Leihgaben werden im Rahmen unterschiedlicher verbaler und medialer Vermittlungs- und Veranstaltungsformate beleuchtet und befragt. In den Angeboten des Museumsdienstes spiegeln sich Vielfalt und Interessen einer durch Zuwanderung geprägten Stadtgesellschaft und die Zusammensetzung der auswärtigen Besucherschaft Kölns. Daraus resultiert ein breites Portfolio an öffentlichen Angeboten und buchbaren Veranstaltungen für Gruppen.

Sie umfassen Programme und Projekte für alle Zielgruppen, von Familien mit Kleinkindern über Kindergarten- und Schulgruppen, erwachsene Individualbesucher oder Gruppenreisende bis zu Hochaltrigen und demenziell veränderten Mitmenschen. Die Arbeit mit Schulklassen nimmt den dabei größten Raum ein. Die Bildungsarbeit umfasst alle verbalen und medialen Methoden. Im Zuge der Verwaltungsreform soll eine breitere Streuung, eine Erweiterung der Zielgruppen durch Intensivierung von Lebenslangem Lernen, inklusiven und diversitätssensiblen Angeboten erreicht werden.

Zu Streuung des Bildungsangebots nutzt der Museumsdienst einen zielgruppenspezifischen Kommunikationsmix in den Kanälen Pressekommunikation, Internet und Social Media, Printpublikationen und Newsletter. Für den Museumsstandort konzipiert und realisiert der Museumsdienst übergreifende Werbe- und Kommunikationskampagnen, Messeauftritte, Pressereisen und Events. Dies ist im Rahmen des Verbundprojekts »Museen, Menschen, Medien« zu intensivieren. Zudem ist zusammen mit den Museen eine Digitalstrategie zu entwickeln.

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



# 24

**feste Mitarbeiter**

zum 31.12.2017  
(+1)

# 149

**freie Mitarbeiter**

(+6)

# 8

**Lehrkräfte**

in der Museumsschule  
(± 0)

# 1.008.047

# 156.684

betreute Gäste in 2017

2016: 145.946  
2015: 153.332  
(+ 7,36 %)

Museumsbesuche in 2017

2016: 906.119  
2015: 974.967  
(+ 11,25 %)

Anteil 2017 in Prozent

# 15,5

2016: 16,1 %  
2015: 15,7 %  
(-3,73 %)



# 8.258

## Veranstaltungen gesamt in 2017

2016: 7.782  
2015: 8.289  
(+ 6,12 %)

# 6.478

## Führungen

2016: 5.996  
2015: 6.706  
(+8,04%)

# 55

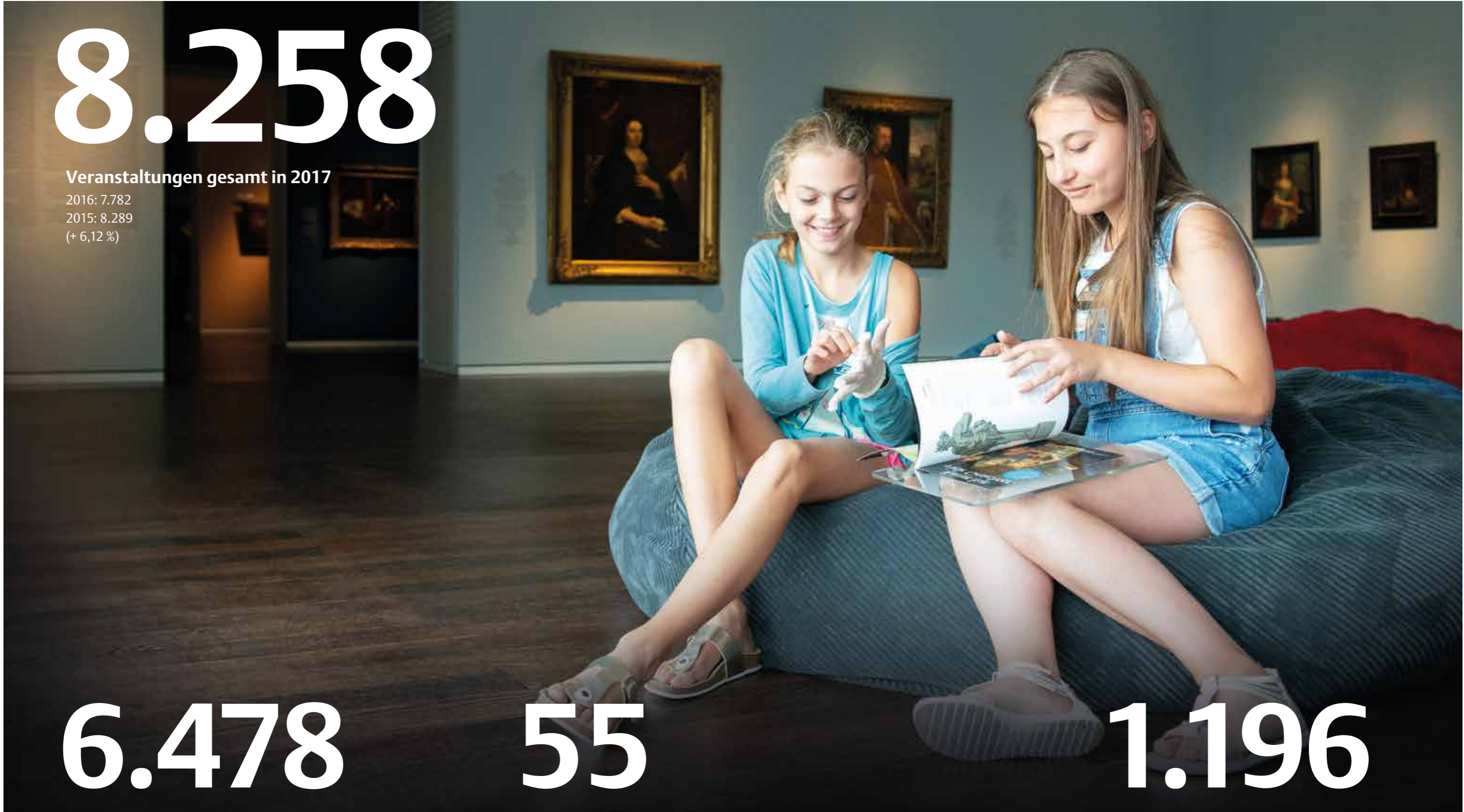
## Multiplikatoren- fortbildungen

2016: 86  
2015: 81  
(-36%)

# 1.196

## Kreativveranstaltungen

2016: 1.220  
2015: 1.063  
(-1,9%)



# 500

## Kinder in mehrtägigen Kursen bei »OGS ins Museum«

2016: ca. 390 Grundschüler\*innen  
 2015: ca. 390 Grundschüler\*innen  
 (+ 28,2%)



# 21

## projektorientierte Schulpartnerschaften

2016: 21  
 2015: 14  
 (± 0)

# 3.250

## Jugendliche im Projekt museumsbus.koeln

2016: ca. 1660 Schüler\*innen  
 2015: ca. 2350 Schüler\*innen  
 (+ 95,8%)



Sachmittel im Wert von €

**230.000**

**110.000**

€ **Drittmittel**

durch Anzeigenakquise, Fundraising und Sponsoring  
2016: € 210.000  
2015: € 70.000

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



# 3.049.677

Seitenaufrufe museenkoeln.de

2016: 3.026.455

2015: 2.390.564



# 13

Publikationen zu Ausstellungen und Veranstaltungen

2016: 11

2015: 11

# 10.471

Abonnenten der Newsletter

2016: 9.300 (adressbereinigt)

2015: 9.500

# 12

## Vorträge und Lehrveranstaltungen

2016: 26  
2015: 24

# 66

## Kooperationspartner

2016: 61  
2015: 55

# 30+42

## Fortbildungen (intern + extern)

2016: 35+37  
2015: 30+40



## Kennzahlen 2017

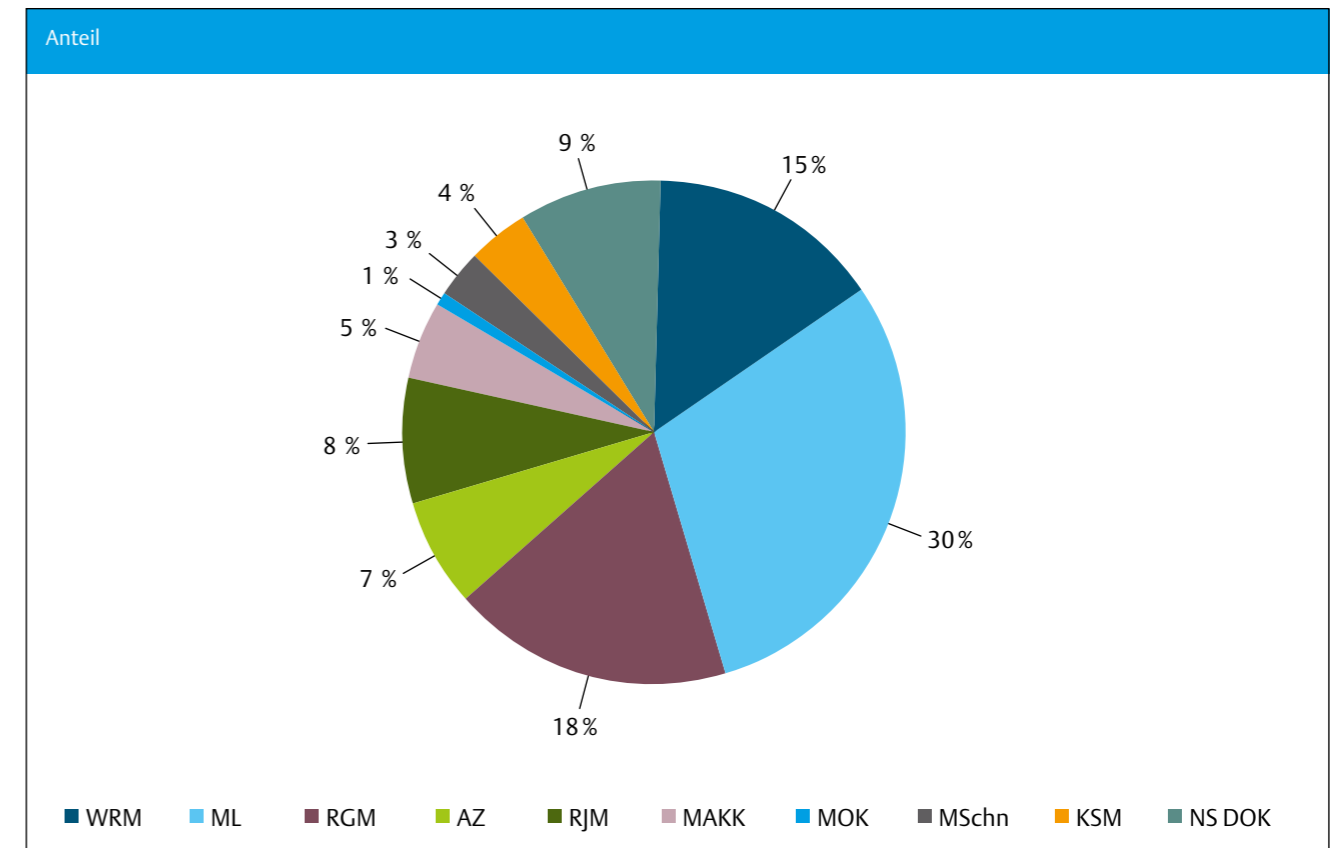
- 24 feste Mitarbeiter zum 31.12.2017 (+1)
- 149 freie Mitarbeiter (+ 6)
- 8 Lehrkräfte in der Museumsschule; ± 0
- 2017: 8.258 Veranstaltungen (2016: 7.782; 2015: 8.289); + 6,46 %
- 156.684 betreute Gäste (2016: 145.946; 2015: 153.332); + 7,36 %
- 1.008.047 Museumsbesuche (2016: 906.119; 2015: 974.967); + 11,25 %
- Anteil 2017: 15,5 % (2016: 16,1 %; 2015: 15,7 %); - 0,6 %:
- 10 partizipative Schulprojekte (2016: 11; 2015: 10; 2014: 10); - 1
- € 110.000 Drittmittel durch Anzeigenakquise, Fundraising und Sponsoring (2016: € 210.000; 2015: € 70.000); - 48%
- Sachmittel im Wert von € 230.000 (Stellung von 2 Fahrzeugen für das Projekt museumsbus.koeln); ± 0

## Schwerpunkte 2017 – Bildung und Vermittlung

2016 waren 156.684 Besucher bei den Veranstaltungen des Museumsdienstes zu Gast, 7,36 % mehr als 2016. In absoluten Zahlen gemessen, nutzten so viele Menschen wie noch nie ein Angebot des Museumsdienstes (Anteil an der Gesamtbesucherzahl: 15,5 %: 2016: 16,1 %; 2002: 7,3 %). Die prozentual größten Wachstumsbereiche finden sich im RJM, im WRM und beim Ubiermonument. Erfolg ist aber nicht nur in Besucherzahlen zu messen. Andere Indikatoren wie die Teilnahme an Tagungen, Erwähnungen in der Presse, Vernetzungsgrad oder die Anzahl von Vorträgen und Publikationen und die Höhe der Drittmittel sind ebenfalls Parameter der Erfolgsmessung. Auch sie weisen nach oben. Gerade das Fundraising konnte der Museumsdienst auf hohem Niveau stabilisieren.

Die gesamtstädtischen Veränderungsprozesse, die Oberbürgermeisterin Henriette Reker mit der Verwaltungsreform angestoßen hat, waren auch für den Museumsdienst relevant. Im Bereich Bildung und Vermittlung wurde eines von vier Reformprojekten installiert mit dem Ziel des Ausbaus von drei Arbeitsbereichen: Outreachmaßnahmen, Diversifizierung der Bildungsangebote und Sicherung der Qualität. In diesem Zusammenhang wurde der interne Diskussionsprozess um Methoden, Formate und Zielgruppen intensiviert, um 2018 dann konkrete Maßnahmen zu ergreifen.

Museumsübergreifend wurde das Kindergartenprogramm vollkommen neu gestaltet. Die kostenfreien Outreachprojekte »museumsbus koeln« und »KulturGut finden« für Kitas, OGS-Gruppen und Sek I konnten erfolgreich fortgeführt werden. Das im Programm »Kultur macht stark« realisierte Projekt »Köln mit allen Sinnen«, das OGS-Gruppen in die Museen führte, wurde erfolgreich abgeschlossen. Nach der Neufassung von Angeboten zu Sprachförderung und Mehrsprachigkeit (2015-16) kam es 2017 zu einer Neuausrichtung von Angeboten für Menschen mit Behinderungen.

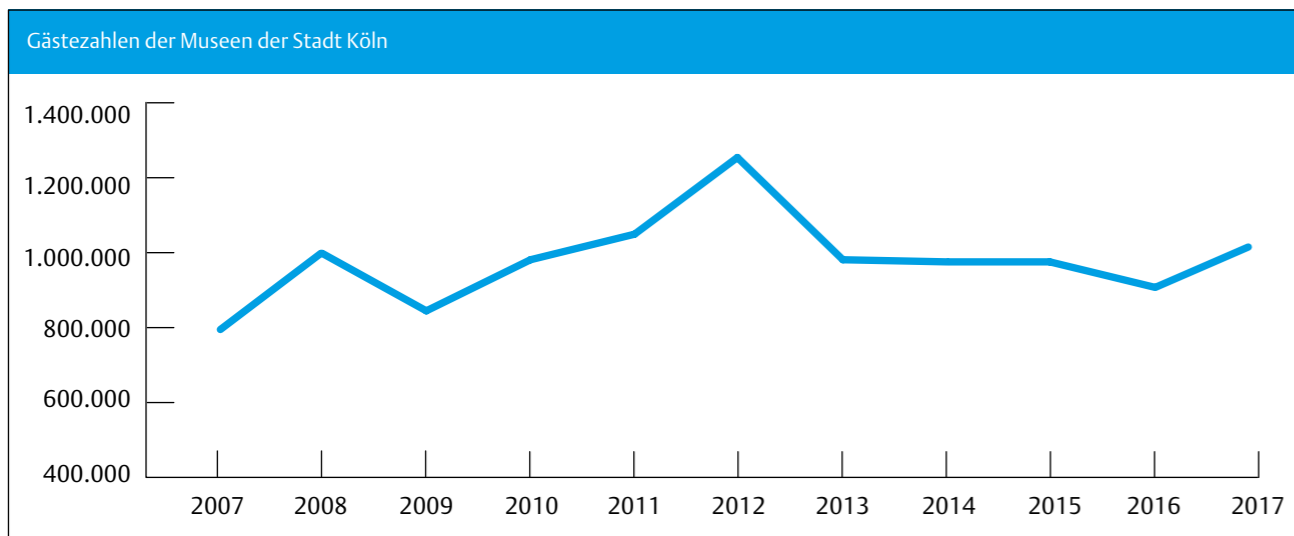
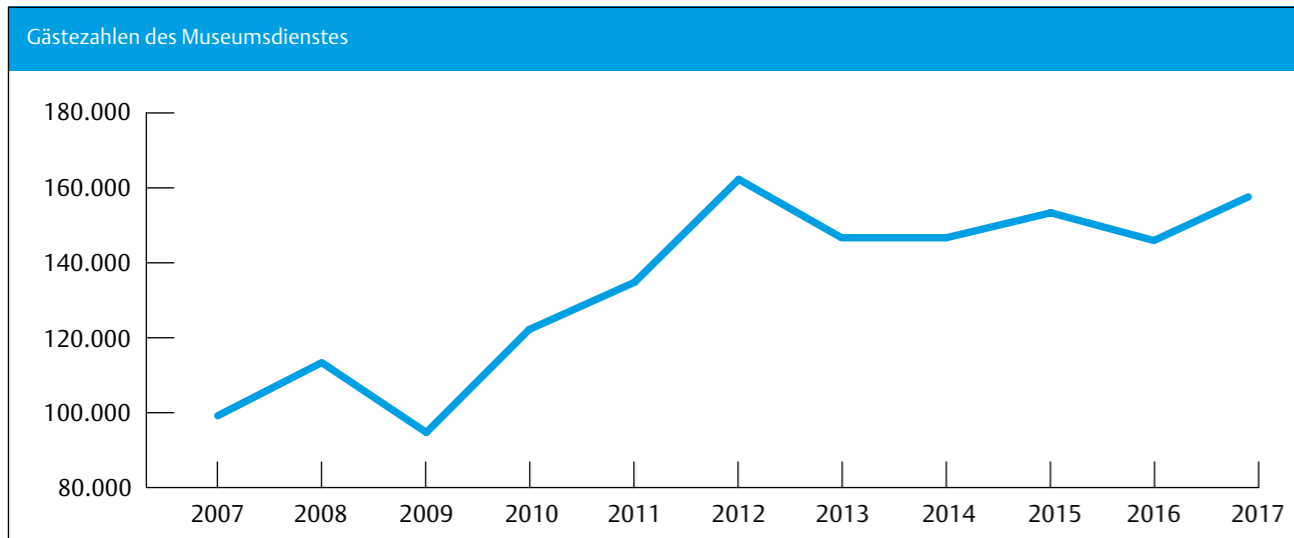


Hausbezogen lagen die Schwerpunkte auf einem Ausbau der Kreativangebote für alle Besucher (offene Atelierangebote in ML und RJM; Design im MAKK; Kurse in MAKK, MOK und RGM), auf dem Ausbau von Schulpartnerschaften und -angeboten (MAKK und NS DOK), der Nutzung von Hands On-Medien (RJM) und der museumspädagogischen Bespielung von Sonderausstellungen (KSM, ML, MS, RGM und WRM). Bei der artothek lag der Schwerpunkt in der Gewinnung von Kitas und Förderschulen. Alle Prozesse wurden von Hospitationen und Reflexionsphasen begleitet.

### Veranstaltungen 2017

gestiegen:  
ML  
NS DOK  
PRAE + UM  
RJM  
WRM

rückläufig:  
KSM  
MAKK  
MOK  
MS  
RGM  
Sonstige



## Schwerpunkte 2017 – Marketing und Kommunikation

Die bereits erwähnte Verwaltungsreform wird auch die Kommunikationsziele, -strategien und -maßnahmen des Museumsdienstes beeinflussen, denn zukünftig sollen übergreifende, den Standort betreffende Leistungen verstärkt erbracht werden. Im Vorgriff auf die Umsetzung ab 2018 wurden daher folgende Eckpunkte für das Reformprojekt »Marketing und Kommunikation« benannt: die Erhöhung der Sichtbarkeit des Museumsstandortes, die Intensivierung der Onlinepräsenz und die Verbesserung des Marketings auf der Rheinschiene.

Ziel der Pressearbeit des Museumsdienstes war es, das vielfältige Angebot des Museumsstandortes als Ganzes nach außen zu tragen und an die wichtigsten Redaktionen im regionalen und bundesweiten Umfeld zu vermitteln. Zusätzlich wurden die großen Sonderausstellungsthemen von drei Museen (ML, WRM und RJM) mit einer Pressereise im BeNeLux Raum platziert und durch proaktive Pressearbeit flankiert. Weitere Pressethemen waren die kommunikative Begleitung von Events (Museumsfest, Museumsnacht) und von Bildungsthemen.

Die übergreifende PR des Museumsdienstes umfasst zielgruppenspezifisch ausgerichtete Broschüren und Newsletter zum Museumsstandort. 2017 kam es zu einem Relaunch mit dem Ziel eines neuen Bildkonzepts. Weiterhin vertrat der Museumsdienst den Standort auf mehreren Messen, ging Kooperationen mit neuen Kulturpartnern vor Ort ein, intensivierte die Aktivitäten auf [museenkoeln.de](http://museenkoeln.de), Facebook und Twitter und organisierte übergreifende Events. Dank der Einbindung in die Beiräte von KölnTourismus und Stadtmarketing e.V. konnte die Zusammenarbeit intensiviert werden.

Inhaltlich bestimmte das von KölnTourismus ausgegebene Schwerpunktthema #urbanCGN die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Im diesem Rahmen sollten neben den altbekannten und traditionellen Kölnsujets moderne Themen aufgegriffen und Sehenswertes abseits der touristischen Pfade in den Fokus gerückt werden. In diesem Kontext konnten die Aktivitäten in den Social Media insgesamt intensiviert werden. Neue Kooperationen mit Kölner Kulturpartnern sorgten für eine bessere Vernetzung vor Ort und eine bessere Wahrnehmung in den sozialen Netzwerken.

## Schwerpunkte 2017 – Netzwerk Kulturelle Bildung

Der Museumsdienst war in die Fortschreibung des städtischen Gesamtkonzepts Kulturelle Bildung in Köln eingebunden. Die Federführung hierzu liegt seit 2011 beim Amt für Schulentwicklung. Von stadtweiter Relevanz sind hier vor allem die Projekte Kulturrucksack NRW und Musenkuss Köln. Die damit verbundene Internetplattform [museenkuss-koeln.de](http://museenkuss-koeln.de) hat sich zum Ziel gesetzt, das Kölner Internetportal für Angebote der kulturellen Bildung zu werden. Der Museumsdienst war von Anfang an Teil der Planungsgruppe und stets in die Genese eingebunden.

Seit 2015 offeriert die Plattform kulturelle Bildungsangebote für Kinder- und Jugendliche (von fünf bis zwölf Jahren) in unterschiedlichen Kunstsparten und spartenübergreifenden Formaten. Das Angebot wächst beständig, zuletzt um die Bereiche Fortbildungen und Vermittlungsangebote für Multiplikatoren der kulturellen Bildung. Zukünftig wird auch die Zielgruppe der Erwachsenen und Senioren Angebote der Kulturellen Bildung auf Musenkuss Köln finden. Im Rahmen der strategischen Neuausrichtung des Kulturentwicklungsplanes ist eine Erhöhung der Reichweite anzustreben.

In die Landesfördermaßnahme Kulturrucksack NRW, das Projekte im Sozialraum für die Zielgruppe der 10–14jährigen außerhalb von Schule ermöglicht, ist der Museumsdienst dauerhafter Kooperationspartner und Teil der Fachjury. Der Kulturrucksack NRW startete 2012 mit ca. 50 Projekten. 2017 beteiligen sich 231 Kommunen, fast die Hälfte aller Kommunen in NRW. Nach fünf Jahren Praxis zeigt sich, dass das Programm nicht nur das Angebotsspektrum erweitert hat, sondern, dass die teilnehmenden Kommunen auf vielfältige Weise von den geschaffenen Kooperationen profitieren.

Das Programm versteht sich als Impuls der Landesregierung für lokale und überregionale Netzwerke der kulturellen Bildung speziell für die genannte Altersgruppe. Damit ist der Kulturrucksack auch ein wichtiges Instrument, um Kinder und Jugendliche aus bildungsfernen Schichten an Kunst und Kultur heranzuführen. Voraussichtlich bis Ende 2018 kann Köln mit jährlich rd. € 190.000 für Kulturrucksackprojekte rechnen, bei einem jährlichen Eigenanteil von € 50.000. 2017 konnten insgesamt 43 Projekte umgesetzt werden (2016: 49; 2015: 52).

Weitere Aufgaben des Museumsdienstes im Netzwerk sind die Projektberatung der RheinEnergie Stiftung Kultur und die Zusammenarbeit mit der Kölner Freiwilligenagentur bzw. der dort verankerten Initiative LeseWelten. In Kooperation wurde ein übergreifendes Projekt für geflüchtete Kinder und ihre Familien auf den Weg gebracht. Im Rahmen der Vorbereitungen zum Kulturentwicklungsplan wird es zu einer stärkeren Vernetzung der Partner der Kulturellen Bildung in Köln kommen, so dass weitere spartenübergreifende Vorhaben zu erwarten sind.

## 2. Ziele, Aktivitäten, Maßnahmen 2017

### 2.1 Bildung und Vermittlung

#### Leitlinien

Die Bildungsarbeit des Museumsdienstes basiert auf den Sammlungen und Sonderausstellungen der Museen der Stadt Köln. Angebote für alle Zielgruppen werden in der Regel so konzipiert, dass die Auseinandersetzung mit den Sammlungen im Mittelpunkt steht. Ergänzt werden sie von Angeboten zu Sonderausstellungen, die ein viel beachtetes und gerade von Erwachsenen sehr gut angenommenes Segment bilden. Wo dies möglich ist, erfolgen Brückenschläge zwischen den Museen und dem Stadtraum.

Der hohe und stetig wachsende Zuspruch beim Publikum verlangt jedoch weitreichende und weitsichtige Steuerung. Die Ausrichtung der Aufgaben an übergreifenden Zielen und eine strategische Planung, die Evaluierung von Maßnahmen und ein hohes Kostenbewusstsein sind unabdingbar. Vor diesem Hintergrund haben die Mitarbeiter 2015 aus Anlass des 50-jährigen Bestehens ein Bildungskonzept entwickelt, an dem sich Programme, Projekte und Veranstaltungen ausrichten.

Die Kölner Museumspädagogik setzt sich mit den Kölner Sammlungen in ihrer Gesamtheit auseinander und ist an den Interessen des Publikums ausgerichtet. Sie fördert den aktiven Umgang mit Wissen und Werten, vermittelt Selbstkompetenz, ermöglicht Teilhabe, spiegelt die gesellschaftliche Vielfalt, ist für alle Altersstufen wirksam und bezieht eine Vielzahl von Kooperationspartnern ein. All diese Prinzipien prägen das Motto der Einrichtung: Wir machen Programm.

#### Bildungsprozesse

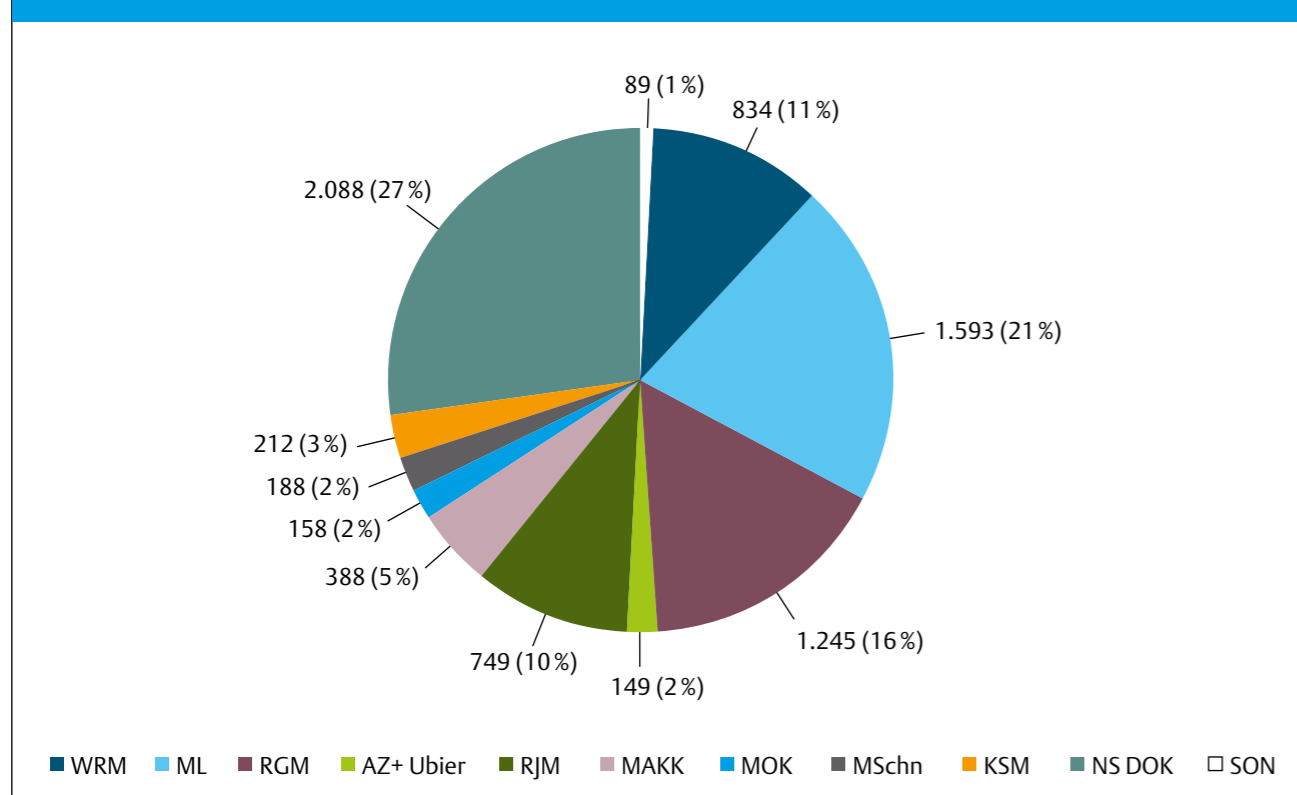
Die kulturelle Überlieferung aus zwei Jahrtausenden und eine breite Vielfalt der Künste sorgen in Köln für eine ungewöhnliche Dichte von Museen und Sammlungen und deren Verzahnung mit unterschiedlichen Kunstsparten. Allerdings liegen Museen für die wenigsten Menschen in unmittelbarer Nachbarschaft – sie müssen gezielt aufgesucht werden. Daher kommt der Idee, das Museum als Ort in die Lebenswirklichkeit des Besuchers zu implementieren, große Bedeutung zu.

Leitlinien seit 2015:  
 Sammlungsbezug  
 Nachfrage- und Kompetenzorientierung  
 Empowerment  
 Partizipation  
 Diversität  
 Lebenslanges Lernen  
 Vernetzung

In der Vermittlung muss sich der gesamte Erwartungshorizont der Besucher eines Museums spiegeln: Wissen und Verständnis, Fähigkeiten, Werte und Normen, Vergnügen, Inspiration und Kreativität, Aktion, Verhalten und Weiterentwicklung. Deshalb eröffnet der Museumsdienst dem Publikum Wege, mit allen Sinnen Kunst und Kultur wahrzunehmen, die eigenen Erkenntnisse zu verbreitern und zu vertiefen und selbstbestimmt neue Handlungsperspektiven zu erschließen.

Daraus resultieren methodische Vielfalt im Angebot und Kompetenzentfaltung in der Nachfrage. Um die Dimensionen der Kölner Bestände für ein Publikum, das sich in seinen Interessen und seinem Vorwissen ständig weiter ausdifferenziert, erfahrbar und verständlich werden zu lassen, müssen die musealen Präsentationen und deren mediale und personale Vermittlung spezifischen Anforderungen gerecht werden. Dies bezieht inklusive Präsentationsformen und partizipative Verfahren ein.

Gesamtverteilung der Veranstaltungen 2017



## Orte

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

Die Kölner Museumspädagogik im Bereich des kulturellen und historischen Erbes zielt darauf ab, dem Bedürfnis der Besucher nach ›Authentizität‹ entgegenzukommen, ohne auf eine imitierende Rekonstruktion von Geschichte zu setzen. Vielmehr geht es in der Arbeit für die drei Museen um Erkenntnisgewinn zu Prozessen der Vergangenheit und Handlungsperspektiven für Gegenwart und Zukunft.

Dies prägt die rezeptive und aktive Auseinandersetzung mit originalen Zeugnissen. Ihre Verortung in politische, soziale, kulturelle, ökonomische und ökologische Prozesse erfolgt dialogorientiert, wobei die materialen Qualitäten sinnlich erfahrbar gemacht werden. Daher zielt die Vermittlungsarbeit im Kölner Stadtmuseum und im Römisch-Germanischen Museum auch auf die handwerkliche und experimentelle Aneignung historischer Kulturtechniken.

Aus der Gegenüberstellung von historischen Zusammenhängen und Prozessen der Gegenwart kann das Verständnis für Geschichte geweckt und vertieft werden. Eine besondere Bedeutung kommt dabei der Aufarbeitung der NS-Geschichte zu, die den Prämissen politischer Bildung folgt. Das NS DOK bietet in der Kombination von Gedenkstätte und Museum die Chance, die NS-Zeit als Beispiel von Stadtgeschichte zu zeigen – auch vor Ort im Veedel.

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

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

Die Kölner Vermittlungsarbeit macht deutlich, dass Kunst zu allen Zeiten an politische, wirtschaftliche, religiöse und gesellschaftliche Umstände gebunden war und erst in jüngerer Zeit als autonom betrachtet wird. Daher wird in Köln der schöpferische Prozess als zeitgebunden begriffen und die jeweiligen Entstehungsbedingungen von Kunst vermittelt.

Gleichwohl gilt es, vor dem Hintergrund von politisch-gesellschaftlichen Funktionen von Kunst und Kultur, deren ästhetischen Eigenwert zu betonen und den Besuchern auch die Möglichkeit zu geben, selbst kreativ zu werden. Daher sind schöpferisch ausgerichtete Praxisangebote für alle Alters- und Zielgruppen elementarer Bestandteil der Vermittlung in den Kunstmuseen. Darin sieht der Museumsdienst einen Königsweg zu einem transkulturellen Dialog.

Auch die artothek gehört zu den vom Museumsdienst betreuten Einrichtungen. Deren zahlreiche Ausstellungen vermitteln einen Einblick in junge Positionen der bildenden Künste und der Medienkunst. Zugleich kann das Publikum dort Kunstwerke entleihen – ein für die Vermittlung interessantes Feld, bei dem es darum geht, die Zielgruppe der Kinder und Jugendlichen zu erschließen und im Umgang mit Kunst vertraut zu machen. Die geschieht über Projekte, Fortbildungen und öffentliche Events.

2017 im Fokus:  
 Als Köln in Trümmer lag (KSM)  
 Grabkammer Köln Weiden (RGM)  
 Tastführung (RGM)

2017 im Fokus:  
 Kooperation mit Gedenkstätte  
 Vogelsang | Kindersprechstunde

2017 im Fokus:  
 Designvermittlung (MAKK) | Pop  
 Lab, Foto Lab (ML) Für Liebhaber  
 des Barock | Druckwerkstatt zu  
 Rembrandt (WRM)

2017 im Fokus:  
 Comic-Workshop (MS)

2017 im Fokus:  
 POP LAB und FOTO LAB (ML)  
 Expedition Mittelalter (MS) | Visual  
 Thinking Strategies, Kunstver-  
 mittlung mit Musik (WRM)

2017 im Fokus:  
 Angebote Primarstufe Fortbildun-  
 gen für Erzieher und Lehrer

### Außereuropäische Sammlungen (MOK, RJM)

Zu den Kölner Museen zählen zwei Häuser mit außereuropäischem Bezug. Das Museum für Ostasiatische Kunst widmet sich den Künsten in China, Japan und Korea, das Rautenstrauch-Joest-Museum zeigt die Kulturen der Welt unter ethnologischen Prämissen mit einem vergleichenden, themenzentrierten Ansatz. Beide Häuser erfordern eine jeweils eigenständige Herangehensweise in der Vermittlungsarbeit.

Im Museum für Ostasiatische Kunst setzt der Museumsdienst auf Angebote, die dem Wissenserwerb zu ostasiatischen Gesellschaften, ihrer Kulturgeschichte und ihrer künstlerischen Wertesysteme dienen. Hier kommt den kreativen Angeboten eine sehr wichtige Rolle zu. Dabei steht die Schulung in tradierten künstlerischen Techniken im Fokus. Ein zweiter Schwerpunkt sind Angebote, die Elemente des Qi Gong oder der Traditionellen Chinesischen Medizin integrieren.

Das Rautenstrauch-Joest-Museum versteht sich als Ort des interkulturellen Dialogs, in dessen Inszenierung übergreifende und aktuelle Fragen der conditio humana behandelt werden. Daher geht es in der personalen und kreativen Vermittlung des Museumsdienstes um die Rezeption gegenwärtiger kultureller Praktiken, deren Bedeutung innerhalb der Herkunftsgesellschaften und ihren transkulturellen Gehalt. Ein idealisierender und romantisierender Blick wird vermieden.

### Museumspädagogische Räume

Kunst- und kulturpädagogische Angebote brauchen Räume mit Werkstattausstattung und Lagermöglichkeiten für Werkzeug, Material und Hands On-Objekte, andere Formate erfordern Seminar- und Präsentationsräume. Daher unterhält der Museumsdienst in fast allen Museen museumspädagogische Kursräume und kann in drei Museen zudem Ausstellungsflächen (ML, NS DOK, und RJM) für Projekt- und Themenpräsentationen nutzen.

Zusätzlich schaffen die Museen für ihre Sonderausstellungen oder auch in Bereichen der Dauerausstellungen Atelierräume oder Aktionsflächen, in denen das Publikum sich dem Thema eigenständig oder im Rahmen von Veranstaltungen nähern und selbst kreativ arbeiten kann. So wird die Haltung des Publikums sichtbar, und jeder Teilnehmer hat die Möglichkeit eigene Ideen und Schöpfungen einzubringen. Im RJM kann der Museumsdienst den Bereich »Blickpunkt« für partizipative Ausstellungen nutzen.

### Programme im Outreach

Der Begriff »Outreach« bezeichnet strategische Bildungsmaßnahmen einer Institution (Museum, Theater, Konzerthaus etc.), die dazu dienen, Gesellschaftsgruppen einzubeziehen, die aus unterschiedlichen Gründen nicht aus eigenen Stücken das Kulturangebot wahrnehmen. Outreach bedeutet jedoch mehr als die Schaffung von kulturellen Bildungsangeboten außerhalb des Museumsraums im Sinne einer aufsuchenden Kulturarbeit. Es ist auch ein wirkungsvolles Marketinginstrument.

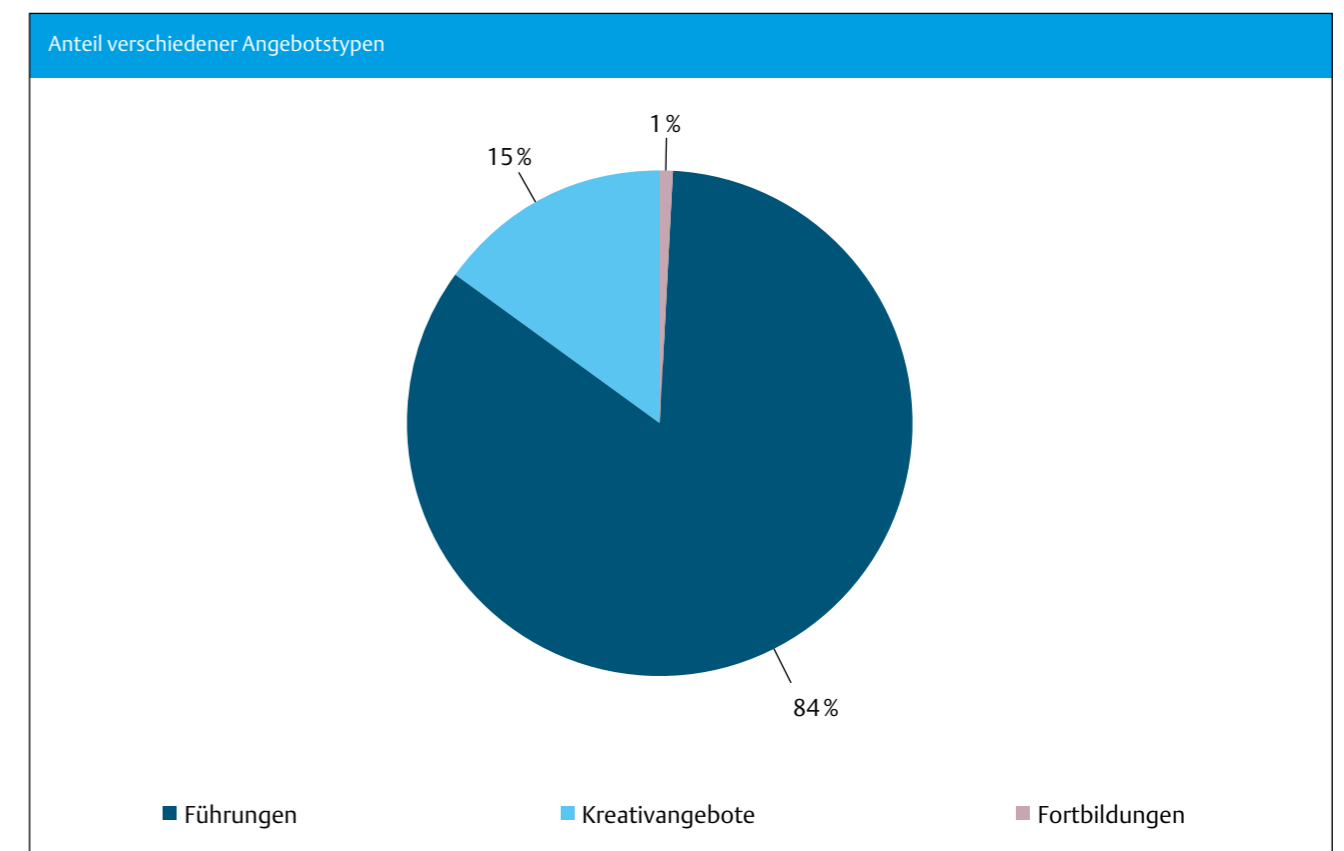
2017 im Fokus:  
Chinesische Tuschkmalerei  
Japanische Kalligraphie  
Kumihimo

2017 im Fokus:  
Pilgern im Kulturvergleich

2017 im Fokus:  
Foto LAB, Ateliers zu »Otto Freundlich« und »James Rosenquist« (ML)  
Comic-Werkstatt (MS) | Pilgerwerkstatt (RJM)

Das Outreach Management des Museumsdienstes ist in der Abteilung Bildung und Vermittlung verankert und betreut drei Projekte, die sich an Schulen, Kitas und Einrichtungen der Offenen Ganztagsbetreuung wenden: museumsbus.koeln, KiTa ins Museum und OGS ins Museum. Alle Outreach-Maßnahmen sind in das große Vorhaben »Museen, Menschen, Medien« der 2017 gestarteten Verwaltungsreform der Stadt Köln eingebettet und werden in diesem Kontext um das Vorhaben eines mobilen Museums erweitert.

### Formate



Die zunehmend pluralistisch aufgefüllte Besucherschaft und der Anstieg der mobilen Mediennutzung stellt den Museumsdienst vor vielfältige Aufgaben in beiden Bereichen der Vermittlung: der personalen und der medialen. In beiden Feldern gibt es auf Dauer angelegte Programme und befristete Projekte. Programme der personalen Vermittlung sind in der Regel über Gebühren oder Haushaltsmittel finanziert, Projekte über Drittmittel. Die Finanzierung medialer Vermittlungsangebote erfolgt über die Museen.

Verhältnis:  
Programmanteil 95%  
Projektanteil: 5%

### Personale Vermittlung

Das Hauptgewicht der Bildungsarbeit des Museumsdienstes liegt auf der personalen Vermittlung. Der direkte Dialog mit dem Publikum in individuell abgestimmten Führungen, Workshops, Kursen oder Gesprächen lässt sich kompetenz- und nachfrageorientiert gestalten. So kann eine Ausrichtung an den Besucherinteressen erfolgen. Entdecken, Erleben, Wohlfühlen, Entspannen und Lernen stehen im Zentrum. Zugleich sorgt der Austausch mit Besuchern für nachhaltige Weiterentwicklung.

Die personale Vermittlung entscheidet oft unabhängig von der objektiven Qualität einer Ausstellung oder eines Museums darüber, ob Gäste ihren Besuch als gelungen bewerten. Vor diesem Hintergrund hat das Qualitätsmanagement einen großen Stellenwert. Der auf Honorarbasis arbeitenden Kollegenschaft, deren Zusammensetzung die Gesellschaft spiegeln soll, werden daher kontinuierlich Fortbildungsmöglichkeiten angeboten, die auf inhaltliche, methodische und performative Kompetenzen abzielen.

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

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

Der zweite Bereich der personalen Vermittlung umfasst die **handlungsorientierten Angebote**. Für Museumsbesucher sind Vermittlungsprogramme, bei denen sie selber erforschen, entdecken oder gestalten können, besonders motivierend. Ebenfalls objektbezogen, werden hierbei neben den kognitiven Zugängen weitere Erkenntnis- und Wahrnehmungsmöglichkeiten genutzt. So verstärken sich Lernprozesse, die das Verständnis für die musealen Inhalte und die wissenschaftlichen Arbeitsmethoden erleichtern.

Unter handlungsorientierter Vermittlung sind alle Formate zu verstehen, bei denen die Besucher selbst aktiv werden und dabei spielerische, experimentelle, handwerkliche oder kreative und künstlerische Zugänge erproben bzw. nutzen. Handlungsorientierte Formate im Portfolio des Museumsdienstes sind **mehrstündige Werkstätten** für Kindergärten und Schulklassen, **Kurse** für Kinder, Jugendliche und Erwachsene an den Wochenenden, abends oder in den Ferien, **offene Ateliers** zu Ausstellungen oder Events und **Geburtstage** für Kinder.

Anzahl 2017:  
Fest angestellt: 11  
Freiberuflich 150 (+5),  
darunter zahlreiche  
Künstler

Formate:  
Führungen  
Fortbildungen  
Lesungen  
Zeitzeugengespräche  
Akademieprogramm

2017 im Fokus:  
Sonderausstellungen  
(MAKK, ML und MS)  
Veranstaltungen für Erzieher  
(alle Museen)

Formate:  
Werkstätten  
Kurse  
Offene Ateliers  
Kindergeburtstage

2017 im Fokus:  
Köln mit allen Sinnen  
(KSM, MAKK, ML, RJM)

### Mediale Vermittlung

Gerne nutzen Museumsgäste Ausstellungsbeschriftungen, Audioguides oder andere digitale Präsentationen, Handreichungen, Kinderführer und ähnliches. Bei Bedarf entwickelt das wissenschaftliche Personal des Museumsdienstes daher Vermittlungsmedien für Dauer- und Sonderausstellungen. Aus Sicht des Museumsdienstes ist bei der Vermittlung durch Medieneinsatz zwischen Pflicht- und Kürprogramm zu unterscheiden. Zur Pflicht zählen Ausstellungsbeschriftungen und Audioguides.

Für Ausstellungstexte sollten Standards gelten, die auf eine leichte Verständlichkeit, einen barrierefreien Zugang und Zweisprachigkeit abzielen. Bei diesen Standards orientiert sich der Museumsdienst an den aktuellen Erkenntnissen der Didaktik. Gleiches gilt für Begleithefte zu Ausstellungen für Kinder und Erwachsene, die der Museumsdienst bei Bedarf konzipiert, wobei er auf langjährige Erfahrungen zurückgreifen kann. Texte in Einfacher Sprache werden in den kommenden Jahren verstärkt bereitgestellt.

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

Die Erstellung von Materialien für Lehrkräfte und Schulklassen wird der Museumsdienst zusammen mit der Museumsschule unter der Voraussetzung einer entsprechenden Finanzausstattung in den nächsten Jahren mit gleicher Intensität fortführen und dabei auf eine Verzahnung von analogen und digitalen Formaten im Sinne des Blended Learning achten. Gleiches gilt für mediengestützte Angebote für Menschen mit körperlichen oder kognitiven Einschränkungen.

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

Zu den medialen Vermittlungselementen zählen auch Entdeckerrucksäcke, Materialien zur Ausleihe an den Informationstheken und die Erfindung der Museumstasche. Sie ist das Ergebnis von jahrelanger Erfahrung und engem Austausch mit Peer Groups und kommt in den Kunstmuseen zum Einsatz. Die Museumstasche ermöglicht kreatives Schreiben, Schauspielübungen, Sprach- und Suchspiele. Sie eignet sich besonders für nonverbale Vermittlung, Sprachförderung und niederschwellige Angebote.

Formate:  
Objektlabels  
Ausstellungstexte  
Audioguides  
Multimedialguides  
Apps  
Didaktisches Material  
Ausstellungsbegleiter

2017 im Fokus:  
Kinderbuch zu Design (MAKK)

2017 im Fokus:  
What's App Guide (MAKK)  
Biparcours (NS DOK, RGM)

2017 im Fokus:  
Konzept von Schüler heften  
(KSM, MS) | Pilgerheft (RJM)

2017 im Fokus:  
Tastobjekte für Menschen mit  
Sehbehinderungen (MAKK)  
Kokoskiste (RJM)

2017 im Fokus:  
Fortbildungen mit der  
Museumstasche (ML, WRM)



2017 im Fokus:  
Schülerausstellungen  
(ML, NS DOK, RJM)

### Vermittlung in Projekten

Projekte sind Keimzellen für Innovation. Daher verfolgt der Museumsdienst diesen Bereich sehr intensiv. Hier entstehen neue Methoden und Formate. Die Schwerpunkte der handlungs- und medienorientierten Projektarbeit liegen in den Bereichen Qualitätssicherung, Audience Development, Empowerment und Partizipation. Dabei ist zwischen Projekten für Multiplikatoren, Familien, Jugendliche und junge Erwachsene sowie Schulklassen zu unterscheiden.

### Zielgruppen

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

Für den Museumsdienst ist es daher von zentraler Bedeutung, die Museen der Stadt Köln nicht ausschließlich als Lernort zu vermitteln und damit ein tradiertes Verhaltensmuster fortzuschreiben, das sich im 19. Jahrhundert ausgebildet hat und vielerorts noch immer für den Museumsbesuch gilt: das Museum als wichtiger, aber langweiliger Ort der Hochkultur. Vielmehr sind Museen Erlebnisorte und sollten als solche auch rezipiert werden können. Die Vermittlungsarbeit hat daran den entscheidenden Anteil.

### Kindergärten

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

Ein speziell auf Kompetenzförderung im Vorschulalter ausgerichtetes Angebot lädt die »Museumsanfänger« dazu ein, mit Formen und Farben zu experimentieren, Objekte durch Bewegung lebendig werden zu lassen oder Bilder in Klänge zu verwandeln. In den Führungen erhalten die Kinder Anregungen, die Welt der Kunst und Kultur in ihrer Vielfalt kennenzulernen. Dabei werden ganzheitliche Bildungsprozesse und für die kindliche Entwicklung wichtige Kompetenzen gefördert.

Mit Ausnahme des NS DOK ist ein Vorschulprogramm in allen Museen buchbar. Die Finanzierung der ein- oder zweistündigen Veranstaltungen erfolgt durch Teilnahmepauschalen. Für Kindergartengruppen aus belasteten Sozialräumen hat der Museumsdienst ein weiteres Angebot aufgelegt: »KulturGut finden – Kitas ins Museum«. Das kostenfreie Outreach-Programm

2017 im Fokus:  
Ausbau von kompetenzorientierten Angeboten.

bietet eine spannende und altersgerechte Auseinandersetzung mit Kunst und Kultur und unterstützt den Selbstfindungsprozess.

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

### Schulklassen

Jährlich besuchen über 70.000 Schüler die pädagogischen Vermittlungsprogramme in den städtischen Museen. Sie sind damit die wichtigste Zielgruppe des Bildungsauftrages. Schulen sind jedoch nicht einfach zu erreichen. Die Veränderungen von Schulstrukturen erschweren den Besuch außerschulischer Lernorte. Angebote haben dann Erfolgschancen, wenn sie lehrplanrelevant sind und kompetenzorientiert sind, Qualität, und Nachfrageorientierung berücksichtigen.

Die Aufgabe, Museumsinhalte für die verschiedenen Zielgruppen bedarfsgerecht und kompetenzorientiert auszuarbeiten und zu evaluieren, liegt bei den Wissenschaftlern des Museumsdienstes. Schule ist dabei eine von mehreren Zielgruppen, allerdings mit sehr großem Differenzierungsbedarf. Die Programme werden für alle Schulformen und -stufen entwickelt und orientieren sich einerseits an den curricularen Vorgaben in NRW, andererseits an den Inhalten der Museen.

Der Museumsdienst kooperiert eng mit der Museumsschule. In dieser 1986 gemeinsam von Stadt und Bezirksregierung Köln gegründeten Abteilung unterrichten Lehrkräfte aus dem aktiven Schuldienst direkt am außerschulischen Lernort Museum. Die Museumsschule agiert aus der Warte der Schule, der Museumsdienst hingegen aus der Warte der Museen. Neben dem Unterricht im Museum ist die Museumsschule eingebunden in Fortbildungen, Publikationen und schulische Projektwochen.

Die Fachaufsicht bei der Museumsschule liegt bei den wissenschaftlichen Referenten des Museumsdienstes. Dies geschieht über die Einarbeitung der Kollegenschaft, die permanente Begleitung und Beratung der Museumsschule, gemeinsame Veranstaltungen im Tandem und durch eine feste bilaterale Konferenzstruktur. Die verschiedenen Elemente der Fachaufsicht laufen bei der Direktion des Museumsdienstes zusammen. Die Dienstaufsicht liegt beim Schulentwicklungsamt und bei der Bezirksregierung Köln.

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

Führungen des MD:

2017: 6.478  
2016: 5.996  
2015: 6.709

Workshops des MD:

2017: 762  
2016: 822  
2015: 623

Unterricht der MS:

2017: 12.880 TN  
2016: 11.318 TN  
2015: 10.414 TN

Fortbildungen der MS:

2017: 18  
2016: 28  
2015: 16

Einsatzorte der MS:

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

2017 im Fokus:

Sonderausstellungen  
James Rosenquist (ML)  
Im Spielerausch (MAKK)  
Köln mit allen Sinnen (alle Museen)

Die einzelnen Schultypen sind unterschiedlich stark vertreten. Gymnasien sind am häufigsten zu Gast, gefolgt von Grund- und Realschulen. Unter den Grundschulen kommt ein knappes Viertel aus der Region bis 50 Kilometer. Für Förderschulen, deren Schüler meist den Sekundarstufen I und II entstammen, fehlen in der Region entsprechende Angebote, daher ist der Einzugsbereich größer. Bei Realschulen, Gesamtschulen, Gymnasien und Berufsbildenden Schulen nimmt der Anteil auswärtiger Schulen zu.

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

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

Alle Programme sind über online buchbar, eine individuelle Beratung findet auf Anfrage statt. Neue Themen und Angebote werden über Informationsveranstaltungen für Multiplikatoren vorgestellt, zu denen die Lehrkräfte zählen. Sie werden zudem über einen Newsletter kommuniziert, der sich an interessierte Schulen und Lehrkräfte richtet. Demgegenüber beraten die Lehrer der Museumsschule individuell und führen ihren Unterricht in enger, direkter Kooperation mit den Lehrkräften durch.

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

### Multiplikatoren

Dank regelmäßiger Fortbildungen in den Museen lernen Lehrkräfte und andere Multiplikatoren neue Präsentationen, Fragestellungen und Methoden kennen, erwerben Kompetenzen für eine schülerorientierte Vermittlung am außerschulischen Lernort und vertiefen vorhandenes Wissen. Gleichzeitig tragen die Fortbildungen dazu bei, im Dialog mit den Lehrkräften schulische Bedarfe zu ermitteln. Auch für Erzieher aus dem KiTa-Bereich wurden Fortbildungen angeboten.

#### Anteil in Sonderausstellungen:

2017: 2%  
2016: 2%  
2015: 2%

#### Abonnenten:

2017: 3.200  
2016: 3.000  
2015: 2.900

#### Museumsbus Köln

2017: 2.164 TN  
2016: 2.044 TN  
2015: 1.994 TN

#### Fortbildungen gesamt

2017: 55  
2016: 86  
2015: 81

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

Die dritte Kategorie von Fortbildungen betrifft nichtschulische Multiplikatoren wie Gästeführer, Betreuungskräfte aus dem OGS-Bereich, Ehrenamtliche aus der Flüchtlingshilfe oder die sog. Arbeitskreise der Museen, die ehrenamtlich Führungen im Museum anbieten. In diesen Veranstaltungen stehen ein niederschwelliger Zugang und der Erlebnischarakter des Museums im Vordergrund. Zugleich dienen diese Fortbildungen der Qualitätssicherung bei externen Veranstaltungen in den Museen.

### Partnerschulen und Hochschulen

Langfristige Kooperationen mit Schulen, Universitäten und Bildungseinrichtungen sind für eine nachhaltige Entwicklung von Programmen und Konzepten entscheidend. Der Museumsdienst kooperiert mit mehreren Partnerschulen und Hochschulen in NRW und darüber hinaus, um innovative Konzepte zu entwickeln und gemeinsam zu realisieren. So können neue Themen und Methoden intensiv erprobt und, sofern sie sich bewähren, anschließend im Regelbetrieb eingesetzt werden.

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

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

### Offene Ganztageseinrichtungen

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

#### Studienseminare

2017: 5  
2016: 6  
2015: 5

#### 2017 im Fokus:

Fortbildungen zum Ubierelement | Museumsbesuche für Geflüchtete

#### 2017 im Fokus

Univ. zu Köln (Public History; Theaterwissenschaft)  
Univ. Kassel (Mehrsprachigkeit)  
Univ. Heidelberg (Mehrsprachigkeit)

#### Partnerprojekte

2017: 10  
2016: 11  
2015: 16

OGS ins Museum  
2017: 650 TN  
2016: 500 TN  
2015: 450 TN

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

MuseumKinderZeit  
2017: 35 (242 TN)  
2016: 36 (269 TN)  
2015: 40 (258 TN)

Junge Entdecker  
2017: 48 (493 TN)  
2016: 40 (397 TN)  
2015: 49 (474 TN)

LeseWelten  
2017: 290 TN  
2016: 270 TN  
2015: 210 TN

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

### Kinder und Familien

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

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

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

**LeseWelten** heißt eine Veranstaltungsreihe in den Museen, die Vorlesen und konkrete Erläuterungen zu Objekten miteinander verbindet. Der Museumsdienst kooperiert dabei mit der Initiative LeseWelten der Kölner Freiwilligenagentur e.V. Die monatlichen Vorlesestunden, wiederum sonntags, vermitteln Kindern ab 5 Jahren in jeweils einem der Kölner Museen den Spaß am Lesen. Sieben Museen sind beteiligt. Das Besondere dabei ist die enge Verbindung von Lesespaß und kindgerechter Führung.

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

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

### Erwachsene

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

Der Museumsdienst bietet für jedes Museum zahlreiche Führungsthemen an. Nach wie vor den größten Anteil hat die klassische Führung, in der sich Erwachsene aus unterschiedlichen Generationen begegnen. Der Museumsdienst offeriert Führungsthemen zu den Sammlungen und zu fast allen Sonderausstellungen, die gebucht werden können. Für Individualbesucher gibt es an allen Öffnungstagen öffentliche Veranstaltungen. Dank einer Ausweitung in MOK, RGM und MS konnte die Zahl erhöht werden.

Niederschwellige Formate werden insbesondere an den KölnTagen umgesetzt. Bei freiem Eintritt können Individualbesucher oder Gruppen aus Sozialeinrichtungen Bildungsangebote wahrnehmen, die keine kulturelle Vorerfahrung oder Spezialwissen erfordern. Der Museumsdienst hat partizipative Methoden zur Interaktion des Publikums entwickelt. Diese Veranstaltungen bieten einen geschützten Raum für Besucher, die über geringe Museumserfahrung verfügen.

Stärker eventorientiert ist der **Lange Donnerstag** im Museum Ludwig, ein spartenübergreifendes Event mit Performances, Lesungen, Kabarett, Film, Theater, Live-Musik und Künstlergesprächen. Einem breitgefächerten Publikum wird dank eines Förderers ohne zusätzliche Veranstaltungskosten die Teilnahme an einem lebendigen Kulturerlebnis ermöglicht. Ein ebenfalls breites Angebotsportfolio kennzeichnet die Events Museumsfest und Museumsnacht.

Zahlreiche Gäste erwarten jedoch auch anspruchsvolle Bildungsveranstaltungen. Diese sind im kostenpflichtigen **Akademieprogramm** zusammengefasst. Es garantiert mit Kunstgesprächen, fachwissenschaftlichen Führungen, interdisziplinären Dialogen, psychologischen Bildbetrachtungen, Exkursionen und Überblicksseminaren ein intensives Besucherlebnis. Das Akademieprogramm findet seine Schwerpunkte in KSM, MOK, NS DOK und RGM.

Kindergeburtstage  
2017: 168 (2.054 TN)  
2016: 159 (1.930 TN)  
2015: 181 (2.192 TN)  
Auf Familientage wurde 2017 verzichtet.

Formate:  
Führungen  
Akademieprogramm  
Kurse  
Exkursionen

Öffentliche Führungen  
2017: 873  
2016: 719  
2015: 764

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

Museumsfest:  
2017: 11.184 TN  
2016: 14.500 TN  
2015: 21.576 TN

Akademieveranstaltungen  
2017: 70  
2016: 64  
2015: 66

Formate für Senioren:  
SeniorenTreff  
Zeitzeugenführungen  
Kreatives Schreiben  
Malkurse

Demenzführungen  
2017: 33  
2016: 41  
2015: 40

Kreativkurse finden in sechs  
Museen statt.  
2017: 68  
2016: 59  
2015: 50

Museumspädagogen:  
festangestellt: 11  
freiberuflich: 149 (+6)

Messparameter:  
Statistik | Projektarbeit  
Drittmittelakquise | Medien-  
präsenz | Sichtbarkeit |  
Nachwuchsförderung | Qualitäts-  
sicherung | Publikationen  
Kooperationen

Bei den Veranstaltungsformaten für die Zielgruppe Senioren spielen soziale Aspekte eine große Rolle. Freizeitgestaltung, Treffen mit Gleichgesinnten und Teilhabe am kulturellen Diskurs – diese Aspekte prägen seit vielen Jahren den wöchentlichen **SeniorenTreff**. Das Publikum ist motiviert, interessiert und anspruchsvoll. Über Kooperationen werden weitere Personenkreise sukzessive erschlossen. Dazu gehören auch **Veranstaltungsreihen mit Zeitzeugen** und niederschwellige **Kreativkurse**.

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

In den letzten Jahren stark gewachsen ist der Bereich der kreativen Angebote für Erwachsene (Verdoppelung seit 2014). Künstlerische Zugänge ermöglichen eine differenzierte Rezeption, fördern eigene kreative Fähigkeiten und verbinden den Museumsbesuch intensiv mit dem eigenen Leben. Im Angebot finden sich so unterschiedliche Kurse wie Bollywoodtanz, Festejo (afro-peruanischer Tanz), Schmuckgestaltung, Möbelbau, Malerei, japanische Techniken oder Gamelanmusik aus Indonesien.

### Qualitätsmanagement

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

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

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

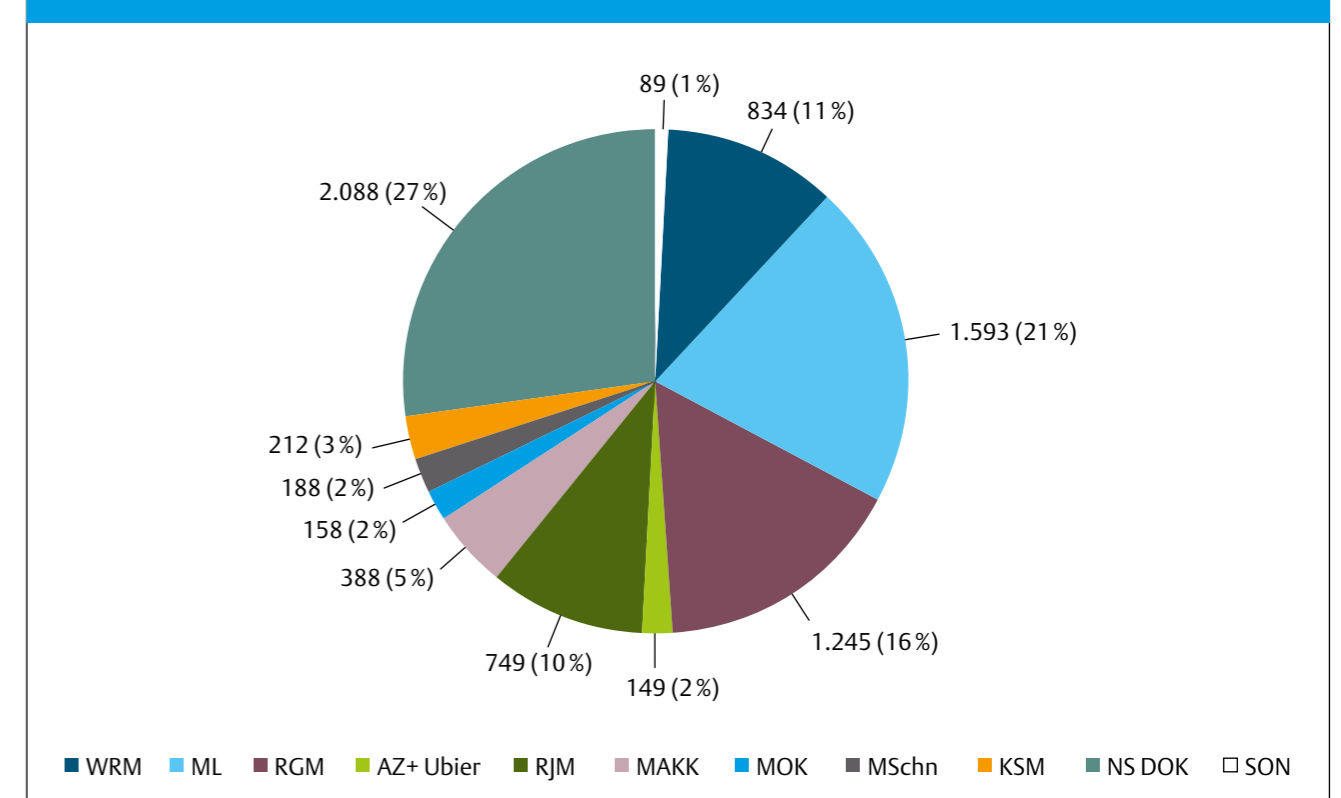
### Besuchs- und Veranstaltungszahlen

Die Besuche der städtischen Museen sind 2017 deutlich gestiegen, trotz der zeitweiligen, baulich bedingten Schließung einzelner Häuser. Dies ist den Sonderausstellungen zu verdanken. Bezogen auf die Gesamtbesuchszahl der Museen der Stadt Köln konnte der Museumsdienst seine Quote in den letzten zwölf Jahren von 7,3 % (2002) auf 15,5 % (2017) mehr als verdoppeln. Der seit Jahren anhaltende Anstieg ist der Nachfrageorientierung und der Außenkommunikation zu verdanken

Anlagen 2 und 3

Museumsbesuche:  
2017: 1.008.047; 11,2%  
2016: 906.119; -7%  
2015: 974.967; -0,2%  
Davon Gäste des MD:  
2017: 156.684; 15,5%  
2016: 145.946; 16,1%  
2015: 153.332; 15,7%

Gesamtverteilung der Veranstaltungen 2017



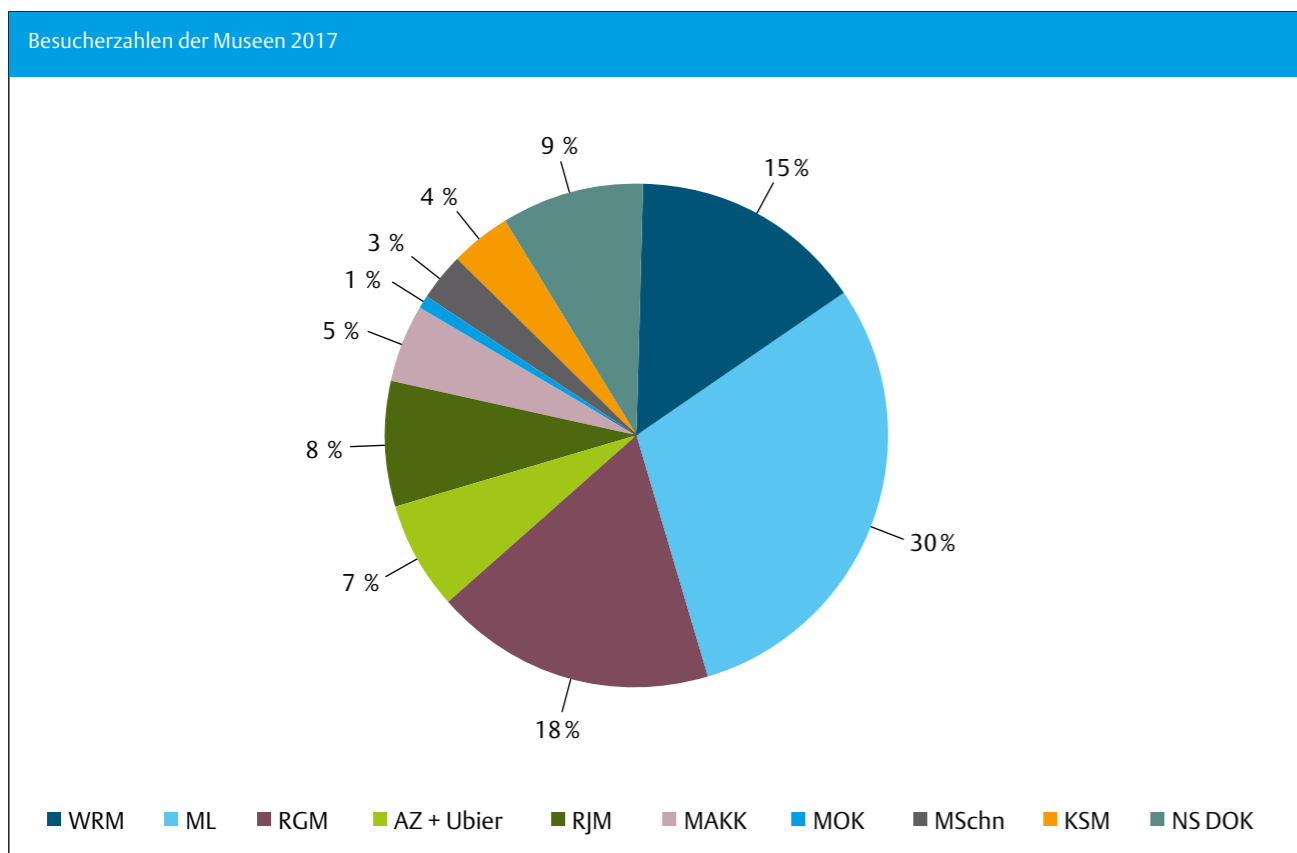
Die Jahresstatistik des Museumsdienstes gliedert sich in drei große Segmente. Bei Führungen und Unterrichtsgesprächen liegt das NS DOK deutlich an der Spitze, gefolgt von ML und RGM, allerdings trug die bevorstehende Schließung dieses Hauses zu einem Rückgang bei. Rückläufig waren die Zahlen auch in den zeitweilig geschlossen Museen KSM und MOK. Insgesamt wuchs der Anteil der Führungen und Unterrichtsgespräche um 7,8 %.

Führungen/Unterrichtsgespräche  
2017: 7.011  
2016: 6.466  
2015: 7.145

Angebot und Nachfrage im **Fortbildungsbereich** waren 2017 geringer als in den Vorjahren, als die Zahlen aufgrund der Veranstaltungen für Ehrenamtliche in der Flüchtlingshilfe höher lagen. Gleichwohl kamen 1.090 Multiplikatoren, um sich über Bildungsangebote zu informieren. Die Bedeutung von Fortbildungen lässt sich an der positiven Entwicklung des KiTa-Programms ablesen, dem jeweils Veranstaltungen für Erzieher vorangegangen sind.

**Kursangebote** wie Werkstätten, Ferien- und Wochenendkurse und Kindergeburtstage legten leicht zu, wenn auch in geringerem Maße als im Vorjahr. Waren 2016 die Angebote für Kita und OGS intensiviert worden, so lag der Schwerpunkt 2017 auf einer besseren Bewerbung der kreativen Kurse im Freizeitsegment – mit Erfolg: Die Teilnahmezahlen stiegen deutlich. Auch die Kindergeburtstage verzeichneten ein Plus an Gästen (6,4 %).

Kreativangebote  
2017: 1.251  
2016: 1.230  
2015: 1.063



**Projektarbeit**

*Projekte im Bereich Fortbildung*

Um die Qualität der Vermittlungsarbeit zu sichern und auszuweiten, organisierte der Museumsdienst Fortbildungsveranstaltungen für Multiplikatoren. 2017 waren dies Fortbildungsveranstaltungen und -reihen zu den Themenbereichen Deutsch als Zweitsprache, Inklusion, interkulturelle Lernen und Vorschulerziehung, nachdem in den Vorjahren die Veranstaltungen für Muttersprachenlehrkräfte und für freiwillige Helfer in der Geflüchtetenbetreuung dominiert hatten.

*Projekte und Trainees mit Schulklassen und Partnerschulen*

Überlegungen zum partizipativen Museum bestimmen seit einigen Jahren den museologischen und den museumspädagogischen Diskurs in ganz Europa. Der Museumsdienst setzt Partizipation oft mit Schulklassen um. Kinder und Jugendliche werden durch museumspädagogische Methoden in die Lage versetzt, eine aktive Rolle im Museumsgeschehen zu spielen und andere Besucher anzusprechen. Die Möglichkeiten und Formate sind unterschiedlich, werden aber oft mit festen schulischen Partner erprobt.

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

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

**Performances** und verwandte **Präsentationsformen** gab es zu kreativem Schreiben (»lyrix«), mit kreativen Entwürfen zum Rahmenthema Pilgern (»Pilgerwerkstatt«) und zu Darstellung des eigenen Bildes (»Das bin ich«). In allen drei Fällen standen Kinder und Jugendliche, die zu benachteiligten Zielgruppen gehören, im Mittelpunkt des Geschehens. Einige der Projekte finden bereits seit mehreren Jahren statt und können so Nachhaltigkeit entwickeln.

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

Anlage 4

2017 im Fokus:  
Kooperationen mit ZfL | artothek  
Vorschulangebote

Partizipative Projekte  
2017: 10  
2016: 11  
2015: 8

Schulpartner:  
2017: 27  
2016: 21  
2015: 14

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

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

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

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

*Projekte und Trainees für Jugendliche und junge Erwachsene*

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

*Projekte für Erwachsene*

Anders als bei jüngeren Zielgruppen ist die Einbindung von Erwachsenen in Projekte deutlich schwieriger. Familie, Beruf und andere Verpflichtungen stehen einer längerfristigen Bindung entgegen. Allerdings kann es dann gelingen, wenn ein spezifisches Bildungsinteresse vorhanden ist. So konnte die Reihe »Zeit für Wissen« bereits im vierten Jahr umgesetzt werden. Konzipiert wurde weiterhin der zweisprachige »Museums-Salon« für türkische Senioren, der 2018 starten wird.

**Drittmittel**

Der Museumsdienst verfügt über geringe Eigenmittel für Vermittlungsprogramme. Sonderprojekte müssen daher über Drittmittel realisiert werden. Wesentlichen Anteil an der Akquise hat die Museumspädagogische Gesellschaft e.V. als Förderverein des MD. 2017 konnten über € 110.000 eingewor-

OGS ins Museum:  
250 TN  
Köln mit allen Sinnen: 190 TN  
MiKibU: 60 TN

Anlage 3

ben werden. Der Großteil diente der Fortsetzung der Outreach-Projekte, v.a. »museumsbus.koeln«. Weiterhin wurden kleinere Reihen für Schulklassen aus sog. Sozialräumen und Projekte für OGS gefördert.

**Medienpräsenz des Museumsdienstes**

Der Museumsdienst bespielt seit 2016 zwei Kanäle auf Facebook: Museumsdienst Köln und museenkoeln. Als »Museumsdienst Köln« kommuniziert er mit dem Schwerpunkt auf Vermittlungsthemen, als »museenkoeln« mit dem Schwerpunkt auf Museums- und Ausstellungsthemen. 2017 wurde die Kommunikation in den sozialen Netzwerken intensiviert mit dem Ziel, Veranstaltungen und Themen bekannter zu machen. Zudem hat der Museumsdienst seinen Blog neu gestaltet.

Im Bereich der analogen Kommunikation konzentrierte sich die Pressearbeit auf Bildungsthemen und auf Großevents wie Museumsnacht und Museumsfest sowie auf die Berichterstattung zu den Projekten. Werblich war der Museumsdienst in lokalen Magazinen und auf regionalen Webplattformen vertreten. Zudem ging es 2017 um eine noch stärkere Vernetzung der Kulturreinrichtungen untereinander und mit Partnern wie KölnTourismus. Hier flossen Ergebnisse von Workshops aus 2016 ein.

**Sichtbarkeit**

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

**Nachwuchsförderung**

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

**Qualitätssicherung**

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

Finanzmittel:  
2017: € 110.000  
2016: € 210.000  
2015: € 70.000  
Sachmittel:  
€ 230.000 (Museumsbus)

Ausbau Social Media

#urbanCGN

Anlagen 5 und 6

Kooperationspartner:  
2017: 66  
2016: 61  
2015: 55

Anlagen 7 und 8

Praktika:  
2017: 5  
2016: 13  
2015: 13

Vorträge / Lehretätigkeit:  
2017: 12  
2016: 26  
2015: 24

Anlagen 9 und 10

Präsenz auf Tagungen:  
2017: 30  
2016: 35  
2015: 30

## Fortbildungen in eigener Sache:

2017: 42  
2016: 37  
2015: 40

## Fortbildungen für Gästeführer:

2017: 2  
2016: 1  
2015: 2

## Anlage 11

## Publikationen:

2017: 6  
2016: 11  
2015: 14

## Audio / Digitales / Film

2017: 12  
2016: 5  
2015: 6

## Ausstellungstexte

2017: 4 Projekte  
2016: 3 Projekte  
2015: 3 Projekte

## Plattform für Kulturelle Bildung

in Köln:  
[museenkuss-koeln.de](http://museenkuss-koeln.de)

Für den Kreis der freiberuflichen Vermittler finden fachwissenschaftliche und methodische Fortbildungen statt. Daneben gibt es regelmäßigen Erfahrungsaustausch und Gesamtversammlungen für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Besonders zu erwähnen sind dabei Fortbildungsreihen, die sich bestimmten Zielgruppen oder Aufgabenstellungen widmen. In diesem Zusammenhang war 2017 das Thema Traumasensibilisierung virulent. Weitere Schwerpunkte waren die Arbeit mit Hands On-Methoden und Designvermittlung.

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

**Publikationen**

Die Museumspädagogen arbeiten an den wissenschaftlichen Begleitpublikationen zu Ausstellungen mit und publizieren zu Fragen der Vermittlung und der Kulturellen Bildung oder fachwissenschaftlich. Alle vom Museumsdienst zu verantwortenden Publikationen zur Vermittlung sowie die Veranstaltungsprogramme und den Internetauftritt [museenkoeln.de](http://museenkoeln.de) sichtet ein internes Redaktionsteam. Didaktische Materialien als eigenständige Publikationen sind rückläufig, die Inhalte werden digital verbreitet.

Redaktion und Lektorat erstrecken sich auch auf Publikationen im Bereich der medialen Vermittlung, wie interaktive Stationen, Such- und Lernspiele, Museumskoffer und Hands-On-Materialien in den eigenen museumsdidaktischen Sammlungen ebenso wie Texte (Ausstellungsbeschriftung, Kinderkataloge und -führer, Lehrerhandreichungen, Kurzführer) und multimediale Einheiten (Audio-Guides, PC-Stationen). Die filmischen Projektpräsentationen stehen auf dem Youtube-Kanal des MD.

**Netzwerk Kulturelle Bildung**

In einzelnen Projekten, Veranstaltungen und Fortbildungen findet eine Zusammenarbeit mit anderen Anbietern der Kulturellen Bildung statt. Die fachliche Begleitung des Gesamtprozesses Kulturelle Bildung Köln wurde 2017 in der Zusammenarbeit mit der Koordinierungsstelle Kulturelle Bildung im Schulentwicklungsamt konstruktiv weitergeführt, ebenso wie die Einbindung in die durch das Land unterstützte Fördermaßnahme Kulturrucksack Köln.

Der Ausbau der Internetplattform [museenkuss-koeln.de](http://museenkuss-koeln.de) als Internetportal für kulturelle Bildung wurde praxisnah fortgesetzt. Der Museumsdienst war und ist Teil der Planungsgruppe und begleitet sukzessive den Ausbau und die Erweiterung des Angebots. 2018 soll die Plattform auch Angebote für die Zielgruppen junge Erwachsene und Senioren bereithalten. Wünschenswert wäre eine Intensivierung der Kommunikationsmaßnahmen.

## 2.2 Marketing und Kommunikation

### Aufgaben beim Museumsdienst

Wirkungsvolle Kommunikation und effektives Marketing für die Kölner Museumfamilie bestehen aus zwei Säulen: hausbezogener Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in jedem Museum, dem Rheinischen Bildarchiv sowie der Kunst- und Museumsbibliothek und hausübergreifenden Maßnahmen zu Marketing und Kommunikation des Museumsstandortes beim Museumsdienst. Zusammen bilden sie ein gutes Fundament für eine wirkungsvolle Kommunikationsarchitektur.

Kommunikationsaufgabe des Museumsdienstes ist die häuserübergreifende Öffentlichkeitsarbeit und Bewerbung des Museumsstandortes Köln für die Gesamtheit der städtischen Museen. Dies geschieht mit Informationsbroschüren zum Museumsstandort Köln für unterschiedliche Zielgruppen, das zentrale Webportal [museenkoeln.de](http://museenkoeln.de), das Bespielen von Social-Media-Kanälen sowie Pressearbeit zu übergeordneten Schwerpunktthemen für den Museumsstandort.

Die strategische Gesamtausrichtung zielt auf effektive Kooperationen, übergreifende Kampagnen und einen Schulterschluss mit anderen Kultureinrichtungen in Köln und der Region. Als Klammer für die Museen dient der Begriff [museenkoeln.de](http://museenkoeln.de). Der Museumsdienst schafft die Grundlage für Kooperationen mit Transportunternehmen, organisiert Pressereisen und pflegt Kooperationen mit Touristikpartnern auf drei Ebenen: Land, Regio und Stadt.

Stadtintern hat die Presseabteilung die Vernetzung zwischen den Kommunikationsabteilungen der städtischen Kulturinstitutionen vorangetrieben. Daraus resultieren gemeinsame PR-Auftritte an Hochschulen und Messen, standortbezogene Publikationen und Social Media-Projekte. Der Museumsdienst vertritt zudem die Museen in der Werbekonferenz der Stadt Köln. In eigener Sache betreibt die Einrichtung einen Blog zu Bildungsfragen und -angeboten, einen Twitter-Account und einen Youtube-Kanal.

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

## Mittelausstattung

2017: € 157.000  
2016: € 157.000  
2015: € 96.000

## Touristische Partner:

NRW Tourismus e.V.  
Region KölnBonn e.V.  
KölnTourismus GmbH  
Stadtmarketing Köln e. V.

## Favorisierte Hashtags

# museenkoeln  
# museumsdienst  
# koelnkultur

## Maßnahmen im Marketing

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

### Touristische Kooperationen

Für die Museen unabdingbar ist die Zusammenarbeit mit **KölnTourismus GmbH** – offizielle Tourismusorganisation für die Stadt Köln und somit erster Ansprechpartner für Besucher aus aller Welt in den Bereichen Leisure und Business. KölnTourismus wirbt weltweit für die Reisedestination und den Kongress-Standort Köln. Ziel ist neben der Steigerung des Images die Positionierung Kölns und der angrenzenden Region als attraktive Tourismusdestination.

KölnTourismus bearbeitet in seinem Auslandsmarketing für Köln Primärmärkte (B, D, GB, I, NL, LUX, USA), Sekundärmärkte (A, CH, E, F, RUS) und Zukunftsmärkte (BRIC-Staaten, SA, VAR). Dabei ist auch Köln als Kulturdestination Thema. Für den Museumsbereich liefert der Museumsdienst die passenden Informationen und Materialien zu und hat einen Sales Guide für die Museen erstellt, den KölnTourismus bei seinen Roadshows distribuiert.

Ein gemeinsames Produkt ist der zweisprachige »Museumsstadtplan«. Die Museen sind weiterhin Partner der KölnCard, des City Card Produkts von KölnTourismus. Für eine wirkungsvolle Zusammenarbeit mit den städtischen Partnern sollen die zweijährigen Schwerpunktthemen sorgen, die KölnTourismus setzt. 2016/2017 war das Thema #urbanCGN Anlass, auch die Museumsangebote in Kommunikation und Marketing einzubinden und Angebote zu platzieren.

**Tourismus NRW e.V.** Zum fünften Mal in Folge schloss der Museumsdienst übergreifend für die städtischen Museen eine Premiumpartnerschaft mit Tourismus NRW e.V. ab. Gegenstand der Partnerschaft sind sogenannte Kulturpakete mit Sonderkonditionen für Ausstellungsbesuche, die von Tourismus NRW zentral auf der eigenen Website sowie in mehreren Printpublikationen beworben werden. Einzelne Museen und Ausstellungen werden im Rahmen der Partnerschaft auch überregional platziert.

2017 erfolgten mehrere Maßnahmen zur Bewerbung der städtischen Museen durch Veröffentlichungen des NRW Landesmarketing im Rahmen der Produktmarke Kultur. Redaktionelle Veröffentlichungen erfolgten im Rahmen der Kooperation mit NRW Tourismus zu sechs Museen (KSM, MAKK, ML, MS, RJM, WRM) mit ihren Hauptausstellungen und zu einzelnen Themen (Kölner Museumsnacht). Hinzu kamen Kommunikationsmaßnahmen für den B2C-Bereich und im Newsletter von NRW Tourismus.

Kultur-Packages:  
Expedition Mittelalter (Museum Schnütgen) | Full House. Design by Stefan Diez (MAKK) | Zerbrechlicher Luxus (RGM) | Rosenquist (ML) | Tintoretto (Wallraf)

Presseberichte:  
Dein NRW #neuentdecken 3 u. 10 (jeweils Beilage in WamS, FAS, FAZ, Zeit; Auf: 183.000) | NRW Magazin 1 2017 (Vertrieb über National Geographic Deutschland, Auf: 100.000)

### Messebeteiligungen und Standpräsentationen

**ITB 2017.** Die Museen der Stadt Köln präsentieren sich jedes Jahr in der NRW Halle am Gemeinschaftsstand der Städte Düsseldorf-Köln-Bonn. 2017 orientierte sich die Standgestaltung der Kölner Museen im zweiten Jahr am touristischen Schwerpunktthema #urbanCGN und erfolgte in enger Abstimmung mit KölnTourismus. Eine gedruckte Übersicht der Ausstellungshighlights in den Jahren 2016 und 2017 sowie ein Sales Guide für Reiseveranstalter zum Museumsstandort (deutsch/englisch) bewarben den Museumsstandort.

Die Vorabkommunikation und gezielte Mailings an Reiseveranstalter sorgten für zahlreiche Gespräche mit Fachbesuchern auf der Messe (aus folgenden Bereichen: Incoming, Reisejournalisten, Agenturen für Onlinekommunikation). Der Messeauftritt wurde durch gezielte Medienarbeit (Fachpresse Touristik, Magazine, Informationsdienste, Onlineforen, freie Journalisten, Verbände) und eine Pressekonferenz begleitet (in Kooperation mit KölnTourismus GmbH).

**RDA Workshop.** Die Museen waren durch den Museumsdienst als Unteranschießer von KölnTourismus beim RDA Workshop präsent, der größten internationalen Fachmesse für Bustouristik. Der Museumsdienst bewarb am Gemeinschaftsstand der Städte Köln, Bonn und Düsseldorf die größeren Ausstellungen und Kultur-Events in Köln in den Jahren 2017 und 2018. Im Vorfeld erhielten ca. 2.000 Busreiseveranstalter Informationen zu den Ausstellungshöhepunkten.

**Kunstmessen.** Auf den beiden Kunstmessen ART Cologne (April) und Cologne Fine Arts (November) vertrat der Museumsdienst die Museen und informierte mit der Aktion »Kulturbeutel« über aktuelle und kommende Ausstellungen und Veranstaltungen in den Museen. Außerdem bot der Museumsdienst im Rahmen einer festen Kooperation mit der KölnMesse Rundgänge (Art Tours) mit Kunstvermittlern über die Messen an. Auch ein Kinderprogramm wurde angeboten.

**Tag der Begegnung.** Der Landschaftsverband Rheinland (LVR) organisiert jeweils im Frühling den »Tag der Begegnung«. Über 200 Aussteller bieten den Zehntausenden von Gästen ein buntes und vielfältiges Programm rund um das Thema Teilhabe. Gemeinsam zeigen alle Gäste und Akteure, wie eine inklusive Gesellschaft gelebt wird und feiern für ein besseres gesellschaftliches Miteinander. Der Museumsdienst war für die Museen zum vierten Mal mit einem Stand vertreten und organisierte Workshops.

**FeriencampMesse.** Ein Informationsangebot an Eltern ist die FeriencampMesse des Familienmagazins Känguru. Besucher können sich über Ferienangebote für Kinder und Jugendliche informieren – egal ob Sportcamp oder Zeltlager, Sprachreise oder Reiterferien, Musikfreizeit, Stadtranderholung oder eben Museumsworkshop. Der Museumsdienst informierte über Kinderkurse und Familienprogramme in den städtischen Museen.

**UniMesse der Kultureinrichtungen.** Der Museumsdienst Köln und das Studierendenwerk Köln haben jeweils zu Semesterbeginn die »Unimesse« veranstaltet. 16 Kölner Kultureinrichtungen konnten die Gelegenheit nutzen,

2017 im Fokus:  
Full House | Gerhard Richter | Otto Freundlich | Konrad der Große  
Im Spielrausch | James Rosenquist  
Tintoretto | Expedition Mittelalter

Führungen  
2017: 93  
2016: 91  
2015: 120

2017 im Fokus  
MAKK und ML

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



sich den Studierenden zu präsentieren. Vertreten waren u.a. die Akademie der Künste der Welt, die städtischen Museen, Bühnen Köln, Gürzenich-Orchester und Philharmonie, das Hänneschen Theater, die jungen Kunstfreunde und die Volkshochschule.

Eine vom Museumsdienst herausgegebene Broschüre für Studierende bündelte die Basisinformationen zur Kölner Kultur und bot einen Überblick über die wichtigsten Kulturtermine. Außerdem lockte ein Gewinnspiel. Beide Unimesen waren stark besucht, fanden gutes Feedback und wurden intensiv auf den Social Media Kanälen Facebook und Twitter begleitet. Die Unimesse ist die Gelegenheit für die Kölner Kultur, vor allem mit Erstsemestern ins Gespräch zu kommen.

### Anzeigen und andere werbliche Maßnahmen

**Anzeigenschaltungen.** Neben den üblichen Anzeigen hat der Museumsdienst einen achtseitigen Beileger zur Ankündigung ausgewählter Ausstellungen der städtischen Museen in 2018 produziert, der als eigenständige Broschüre dem Magazin der Kölner Philharmonie beigelegt wird (ET 1.12.2017). Außerdem wurde diese Broschüre als Überdruck von 5.000 Stück in den städtischen Museen sowie in ausgewählten Kultureinrichtungen in Köln, Bonn und Düsseldorf ausgelegt.

**Plakatkampagnen.** Der Werbenutzungsvertrag der Stadt Köln sieht eine Belegung der B-Seiten von Großwerbeflächen durch Kultureinrichtungen vor. Sog. Megalight- oder Citylightplakatierungen können zum Produktionspreis erfolgen. Die Koordination für die Museen erfolgte bis 2015 durch den Museumsdienst und wurde inzwischen den Museen übertragen. Auch andere Plakatierungen liegen in der Verantwortung der Museen, mit Ausnahme des Kölner Museumsfestes, das der Museumsdienst verantwortet.

### Kooperationen

**Musikfestivals.** Besucher des AmphiFestivals (22.-23.7.) konnten gegen Nachweis vergünstigt die städtischen Museen besuchen. Im Gegenzug wurde die Aktion den Festivalbesuchern im Vorfeld über soziale Netzwerke, die Internetseite, das Festivalprogramm und über den Newsletter des Festivals angekündigt und eine Übersicht zu den Ausstellungen geboten. Die Kooperation fand im zweiten Jahr statt. Sie ist eine von mehreren zur Erschließung neuer, jüngerer Zielgruppen.

**Eishockey WM in Köln.** Anlässlich der 2017 IIHF Eishockey-Weltmeisterschaft in Köln kooperierten die Museen (v.a. WRM) mit dem Sportamt der Stadt Köln. Konkret wurde »Paris erwacht« in die Stadtinformationskampagnen zur WM eingebunden. Im FanGuide mit allen veranstaltungsrelevanten Informationen und Terminen, wurde auf die Ausstellung hingewiesen. Zudem wurden die kulturellen Veranstaltungen an internationale Pressevertreter kommuniziert.

#### Anzeigen:

Känguru

Die Zeit

Sonderpublikation im Philharmonie

Magazin

### Ticketing

Im Ticketing der Kölner Museen sind zu unterscheiden: Einzel- und Gruppentickets für Dauer- und Sonderausstellungen bzw. Kombi- ein Zeittickets. Die Museen sind frei in der Gestaltung ihrer Preise für Sonderausstellungen, die Eintrittsregelung für die Dauerausstellung hingegen wird vom Rat der Stadt Köln festgelegt. Der Museumsdienst konzentriert sich im Rahmen seiner Marketingaktivitäten auf die Kombi- und Zeittickets. Sie gelten für alle Museen. Onlinetickets sind ein Desiderat.

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

Die **MuseumsCard** ist ebenfalls an verschiedenen Orten einsetzbar, funktioniert jedoch anders. Der Käufer einer MuseumsCard Single oder MuseumsCard Family kann zwei Tage lang die Museen inklusive ihrer Sonderausstellungen besuchen und zudem am ersten Tag den ÖPNV nutzen. Die MuseumsCard ist an allen Museumskassen und im Service Center von KölnTourismus erhältlich. Die Zielgruppe ist ein kulturaffines, touristisches Publikum, das vor allem aus der Region kommt.

**Jahreskarten** für die Museen der Stadt Köln gelten vom Kaufdatum an für zwölf Monate. Sie sind für die Dauerausstellungen und wahlweise auch inklusive der Sonderausstellungen erhältlich. Dabei gibt es einen Tarif für Vollzahler und einen reduzierten Preis, der sich vor allem an Studierende richtet. Die Käuferschaft ist weitgehend lokal und regional. Zukünftig soll das Ticketing professionalisiert und mit Data Base Marketing verknüpft werden.

#### Verkauf KölnCards

2017: 5.049

2016: 5.225

2015: 5.437

#### Verkauf MuseumsCards:

2017: 3.783

2016: 3.403

2015: 3.711

#### Verkauf Jahreskarten:

2017: 2.824

2016: 3.039

2015: 3.814

## Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit

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

Sichtbare Klammer für alle Häuser übergreifenden Aktivitäten und zugleich eingängiger Begriff ist museenkoeln. Dieser ist international verständlich, vereint die Kultursparte mit dem Standort, ist eingeführt und kann leicht zur Top-Level-Domain ausgebaut werden: museen.koeln. Der Begriff wird für übergreifende Publikationen, Anzeigen und das Kölner Museumsportal verwendet und umfasst städtische und nichtstädtische Einrichtungen gleichermaßen.

#### Vergleichbar sind

museenbasel

Museumsufer Frankfurt

Museumsportal Berlin

## Sitzungen:

2017: 982.400  
 2016: 1.028.450  
 2015: 699.449  
 Seitenaufrufe:  
 2017: 3.049.677  
 2016: 3.026.455  
 2015: 2.390.564

## Desktop:

2017: 57,6 %  
 2016: 59,7 %  
 2015: 66,1 %

## Smartphone/ Tablet:

2017: 42,6 %  
 2016: 40,3 %  
 2015: 33,9 %

## Twitter

2017: ca. 2.200 Follower  
 2016: ca. 1.700 Follower  
 2014: ca. 1.500 Follower

## Blogbeiträge:

2017: 25  
 2016: 60  
 2015: 61

**Web 1.0 und Web 2.0**

**museenkoeln.de** Das vom Museumsdienst verantwortete Museumsportal für Köln verantwortet städtische und nichtstädtische Museen gleichermaßen und präsentiert sich nutzerorientiert. Es zeigt das Potenzial von Museen als soziale Orte, denn es fokussiert auf die vielen Veranstaltungen. Folglich stehen Angebote und interaktive Elemente im Mittelpunkt. 2017 wurde das Portal ausgebaut, das CMS im Hintergrund effizienter gestaltet und Layoutanpassungen vorgenommen.

**Mobile Zugänge** sind in den vergangenen Jahren deutlich gestiegen, der klassische Desktop-Rechner als Informationsquelle ist rückläufig. Informationen werden mobil abgerufen und dienen der schnellen Orientierung und der vertieften Information vor Ort. Darauf ist museenkoeln.de mit seinem responsiven Design ausgerichtet. Die Informationshierarchie wurde 2017 angepasst. Ein Desiderat sind umfassende WLAN-Zugänge in den städtischen Museen.

**Virtuelle Besucher** 83,7 % der Besucher auf museenkoeln.de kommen aus Deutschland, gefolgt von USA, Niederlande, Großbritannien, Belgien, Frankreich, Schweiz, Österreich, Spanien, Italien. Während das wachsende Interesse Russlands bemerkenswert ist, zeigen sich die übrigen osteuropäischen und asiatischen Besuchermärkte wenig interessiert an den Kölner Museen. Dies deckt sich mit den Beobachtungen zum realen Verhalten dieser Besucher in Köln.

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

**Printpublikationen**

**Die Publikationsfamilie** von museenkoeln umfasst acht Titel in einer dreistufigen Hierarchie. Oben stehen zwei Broschüren zum Museumsstandort (als B2B), in der Mitte zwei Publikationen zu Ausstellungen und Sammlungen (als B2C), und unten drei B2C-Publikationen für bestimmte Zielgruppen. Alle Publikationen sind nachfrageorientiert ausgerichtet und folgen einem einheitlichen Corporate Design. Sie werden durch drei zielgruppenspezifische Newsletter ergänzt.

**B2B-Publikationen** Zum vierten Mal gab der Museumsdienst zwei Publikationen zum Ausstellungsprogramm 2017/18 und eine Imagebroschüre für Multiplikatoren aus der Tourismusbranche heraus. Die Broschüren in Deutsch und Englisch firmieren unter der Dachmarke museenkoeln und unterstützen Reiseveranstalter bei der Planung des Kölnbesuches. Sie enthalten Informationen zu allen Museen mit ihren Ausstellungen. Zum Einsatz kommen sie bei Reisemessen und im Direktmarketing.

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

**Newsletter**

Drei verschiedene Newsletter informieren Multiplikatoren (Journalisten, Reiseveranstalter, Entscheider), allgemein Interessierte und Lehrkräfte bzw. Erzieherinnen und Erzieher über neue Veranstaltungen in den Kölner Museen. Der Newsletter für Multiplikatoren hatte zum Jahresende 2.131 Abonnenten (2016: 1.900), museenkoeln aktuell 4.499 (2016: 4.400) und museenkoeln Bildung 3.341 (2016: 3.000). Die Newsletter erscheinen als digitale Publikationen wöchentlich bzw. zweimonatig.

**Events**

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

**Museumsnacht Köln** Am 4. November 2017 veranstaltete der StadtRevue Verlag in Kooperation mit der Stadt Köln und ihren Museen die 18. Kölner Museumsnacht. Zahlreiche attraktive Sonderausstellungen und mehr als 200 Veranstaltungen erwarteten die 20.000 Besucherinnen und Besucher an 44 Stationen, die sich über ganz Köln verteilten. Museen, Ausstellungsräume und Kulturorte verwandelten sich in Bühnen für Konzerte und Performances. Der Museumsdienst begleitete im Vorfeld die Pressearbeit.

**KölnTag** 2017 fanden zwölf KölnTage statt. Da die Veranstaltung im lokalen Umfeld einen hohen Bekanntheitsgrad besitzt, wurde auf kostenintensive Werbekampagnen verzichtet. Die Kommunikation erfolgte über die Tagespresse, Online-Portale, Newsletter sowie über die eigenen Social Media Kanäle und die Homepage museenkoeln.de. Die Besucherzahl lag mit durchschnittlich 3.262 Gästen pro Event deutlich höher als in den Vorjahren (2.494).

## Sonderpublikationen

Barrierefreie Angebote (Aufl.: 1.500) Beilage in Philharmonie Magazin (Aufl: 50.000)

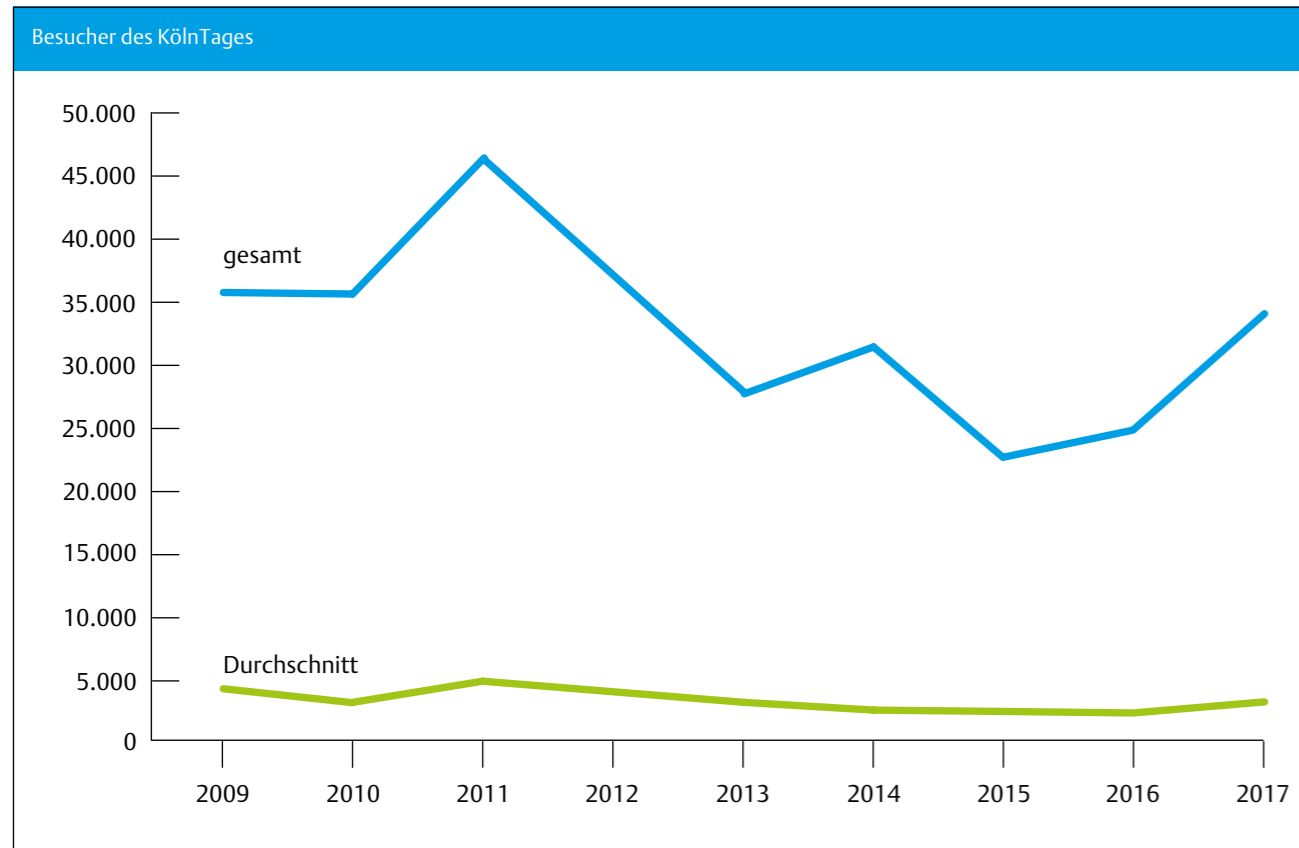
## Abonnenten gesamt:

2017: 10.471  
 2016: 9.300 (bereinigt)  
 2015: 9.500

Ein eigenes Programm für Kinder und Jugendliche fand zum 4. Mal statt.

## KölnTage:

2017: 39.153  
 2016: 24.944  
 2015: 22.843



Partner:  
2017: 24  
2016: 28  
2015: 25

Besucher:  
2017: 11.184  
2016: 14.500  
2015: 21.576

**Museumsfest.** Am 21. Mai luden die Kölner Museen zum 21. Kölner Museumsfest. Der Termin lag wie immer auf dem Internationalen Museumstag, dessen Motto »Spurensuche« sich auch im Kölner Programm spiegelte. Über 20 Institutionen beteiligten sich und organisierten mehr als 170 Veranstaltungen. Zu den Highlights zählten die Aktionen rund um die Ausstellung »Das Kind im holländischen 17. Jahrhundert«, bei der Kinder und ihre Arbeiten eine zentrale Rolle spielten.

**Weitere Events.** Im Rahmen des sogenannten Türöffnertages der Sendung mit der Maus am 03.10. bot der Museumsdienst Köln in der artothek Kindern kreative Angebote, mit denen sie sich die Kunstwerke dort kreativ-gestalterisch erschließen konnten. Beim Tag des Offenen Denkmals beteiligte sich der Museumsdienst regelmäßig mit Führungen, zum Beispiel durch die archäologischen Bodendenkmäler oder das Historische Rathaus.

## Medienpartnerschaften und Mediaplanung

Das Team des Museumsdienstes konzipiert und betreut Medienpartnerschaften und berät einige Museen bei der Kommunikations- und Werbeplanung ihrer Ausstellungen. Der Service reicht von punktueller Unterstützung bis zur Gesamtplanung von Kampagnen. Die Werbung konnte 2017 dank zusätzlich bereit gestellter Haushaltsmittel intensiviert werden. Sie wurde auf der Rhein-schiene und bundesweit geschaltet, um insbesondere die Aufmerksamkeit von kulturrainen Zielgruppen zu erreichen.

### Medienpartnerschaften

**Kölnische Rundschau.** Mit der Kölnischen Rundschau und dem Unternehmen NetCologne als Sponsor fand die seit neun Jahren laufende Reihe KunstCocktail ihre erfolgreiche Fortsetzung. Es kam zu vier exklusiven Abendveranstaltungen, die medial begleitet wurden. Ausstellungsführungen und ein Get together von Gästen und Ausstellungsmachern sind eine Verbindung, die seit Jahren vom Publikum sehr gut nachgefragt wird.

**Känguru** Eine weitere Medienpartnerschaft besteht zwischen dem Museumsdienst und dem Familienmagazin Känguru, so dass museale Inhalte in dessen Kommunikationskanälen verstärkt erscheinen. Darauf basieren auch die Kooperation bei der FerienCampMesse im Februar 2017 und die Planungen zu Ferienwochen in den Museen (Umsetzung ab 2017). Dank der Medienpartnerschaft kann die Zielgruppe Familien sehr wirkungsvoll erschlossen werden.

### Mediaplanung

Konkret war die Presseabteilung an der Kampagnen- und Kommunikationsplanung für Ausstellungen in drei Museen (MOK, RGM, RJM) einbezogen. Zudem kam es über das ganze Jahr hinweg zu Beratungsgesprächen für unterschiedliche Häuser. Entscheidender ist jedoch die übergreifende Schaltung von Anzeigen in überregionalen Medien und Portalen mit dem Ziel, die Sichtbarkeit und Reichweite der Museen zu erhöhen. Dies finanziert der Museumsdienst aus einem Budget.

Alle Ausstellungen der Museen der Stadt Köln wurden 2017 jede Woche im Ausstellungskalender der ZEIT beworben. Auf dem Online-Portal kunst-im-rheinland.de wurden vier Anzeigen geschaltet, mehrere Tipps und Bannerplatzierung im Gegenzug kostenfrei platziert. Im Heft der Philharmonie erschienen Anzeigen mit Ausstellungsübersichten, in Känguru und weiteren Familienmagazinen Kindergeburtstage und Ferienprogramme.

Anlage 12

## Pressekommunikation

Die übergreifende Pressearbeit richtet sich an die wichtigsten Redaktionen (von lokal über Feuilleton bis Special Interest) im regionalen, bundesweiten und internationalen Zusammenhang. Über regelmäßige Pressemitteilungen, Pressekonferenzen, thematische Presstexte und eine Bilddatenbank werden Themen aktiv in der Presse platziert, Presseanfragen begleitet, Interviewwünsche vermittelt und Pressereisen betreut. Die lokalen Veranstaltungsmagazine versorgt der Museumsdienst mit Informationen.

### Exklusiv-Newsletter BeNeLux

Mit zwei Exklusiv-Newslettern, die der Museumsdienst gemeinsam mit einer Spezial-Agentur herausgab, wurden Journalisten in den BeNeLux-Ländern über das Ausstellungsprogramm 2018 in den Museen der Stadt Köln informiert. Der erste Newsletter erschien Mitte Dezember 2017 und informierte über ausgewählte Ausstellungen im ersten Halbjahr 2018. Der zweite Newsletter wird vor der Sommerpause 2018 zu ausgewählten Ausstellungen im zweiten Halbjahr 2018 erscheinen.

### Kommunikationsthemen 2017

Hauptthemen der zentral verantworteten Pressekommunikation waren große Sonderausstellungen und Events, übergreifende Aktionen der #koelnkultur für die sozialen Netzwerke, Messeauftritte, Großevents wie Museumsfest und Museumsnacht sowie die Vorankündigung des Ausstellungsprogramms 2018 in den regionalen und überregionalen Medien sowie gezielt im BeNeLux-Raum. Hinzu kamen Einzelmaßnahmen zu Projekten im Bildungsbereich. Schließlich wurden die Ausstellungen in RGM, im RJM sowie Bildungsthemen von der Pressestelle aktiv begleitet.

# 3. Museumspädagogische Gesellschaft

## Ziele

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

## Mitgliederprogramm

Die Freunde der MPG e.V. konnten vergünstigt die Angebote des Kreativbereichs (68 Kurse) und des Akademieprogramms (ca. 70 Veranstaltungen) nutzen und machten davon reichlich Gebrauch. Für die Mitglieder wurde zudem ein Exklusivprogramm von zwölf Führungen zu aktuellen Ausstellungen angeboten, die von 238 Mitgliedern wahrgenommen wurden. Sie führten in alle städtischen Museen mit Ausnahme des NS DOK und in die Bundeskunsthalle Bonn (Ausstellung »Iran«).

Das Veranstaltungsprogramm ist ein entscheidender Grund dafür, Mitglied des Fördervereins zu sein. So konnte dem bundesweit spürbaren Trend, sich nicht mehr in Vereinsstrukturen zu binden, begegnet werden: Auch 2017 war die Mitgliederentwicklung ebenso wie in den Vorjahren stabil. Allerdings ist aufgrund des hohen Durchschnittsalters die Gewinnung von Mitgliedern mit einem Alter unter 60 Jahren unabdingbar, um eine Schrumpfung des Vereins zu vermeiden.

Teilnahme  
2017: 238  
2016: 275  
2015: 312

Mitgliederverwaltung:  
Manfred Hoffmann  
Mitgliederprogramm:  
Irene Grünendahl-Schmitz

## Vorstands- und Beiratstätigkeit

Der Vorstand traf sich zweimal (12.7. und 25.10), um über Vereinsinterna und Projekte zu beraten. Gegenstand der vereinsinternen Diskussionen waren insbesondere die großen Drittmittelprojekte museumsbus.koeln und »KulturGut finden« sowie das Mitgliederprogramm. Erörtert wurde weiterhin die Situation der Museen insgesamt und die Rolle des Museumsdienstes im Rahmen der Verwaltungsreform. Der Vorstand wurde bei der Mitgliederversammlung (29.11.) entlastet. Vorstandswahlen fanden nicht statt.

Vorstand der MPG e.V.:  
Prof. Dr. Heijo Klein (1. VS)  
Dr. Matthias Hamann (2. VS)  
Wolfgang Eckert (Schatzmeister)  
Gabriele Gentsch (Schriftführung)

Beirat der MPG e.V.:  
Sabine Dumont-Schütte  
Irene Grünendahl-Schmitz  
Harald Plamper

In der Regel tagt der Vorstand zusammen mit dem Beirat, der die Prozesse beratend begleitet. 2017 neu in den Beirat gewählt wurde Harald Plamper. Er ersetzt dort seither Gisele Herrmann, eine weitere Position im Beirat war 2017 vakant. Die Kassenprüfung lag bei Alexandra Nussbaum, die die ordnungsgemäße Kassenführung feststellen konnte. Zum Jahresende 2017 belief sich der Kassenstand auf knapp € 46.000. Damit verfügt der Förderverein über eine solide Finanzbasis.

## Fundraising

Die MPG akquiriert Mitgliedsbeiträge, Spenden und Drittmittel. Mit diesen Geldern finanziert sie wichtige Projekte für die Zielgruppen des Museumsdienstes, für Veranstaltungen, Publikationen und museumsdidaktische Materialien. 2017 wurden knapp € 110.000 akquiriert und satzungsgemäß verausgabt. Die zugehörigen Projekte wurden vom Museumsdienst konzipiert, durchgeführt und evaluiert, die Finanzsteuerung und das Berichtswesen lagen beim Förderverein. Die Spenden im Einzelnen:

- Mitgliedsbeiträge € 6.868,00
- Annemarie und Helmut Börner Stiftung: € 1.500,00 (allgemein)
- Dirk Baier Stiftung: € 1.000,00 (allgemein)
- In Dubio pro Arte e.V.: € 1.400,00 (Brennpunktschulen)
- Kiwanis Köln: € 700,00 (für MuseumKinderZeit)
- KölnMesse: € 5.000,00 (für Art Talks bei Kunstmesse)
- Kulturstiftung der Kreissparkasse Köln: € 20.000,00 (für museums-bus.koeln)
- Lachende Hätze: € 900,00 (allgemein)
- NetCologne: € 2.500 (für »KunstCocktail«)
- RheinEnergie Stiftung Kultur: € 4.200,00 (für Projekt »Pilgern«)
- Sal. Oppenheim Stiftung: € 52.250,00 (für »KulturGut finden«)
- Stadttrevue Verlag: € 2.900,00 (für Vermittlungsprogramm Museumsnacht)
- Sparkasse KölnBonn: € 10.000,00 (für Durchführung Kölner Museumsfest)

# 4. Anhang

## Anlage 1: Schwerpunkte der Vermittlungsarbeit 2017

### Museumsübergreifende Vermittlungsarbeit

- Konzeption und Umsetzung von Programmen für besondere Anlässe: Kölner Museumsfest | Museumsnacht | Familientage
- Fortbildungsreihe »Museumslabor« zu methodischen Innovationen
- Methodenseminare für Multiplikatoren und Studierende
- Konzeption von Vermittlungsangeboten und -projekten für Geflüchtete
- Fortführung der drittmittelgeförderten Outreach-Projekte »KulturGut finden. KiTA und OGS ins Museum« und »museumsbus.koeln«
- Methodenseminare für Erzieher und Berufsschüler
- Fortführung und Abschluss des drittmittelgeförderten OGS-Projektes »Köln mit allen Sinnen«
- Überarbeitung und Ausbau der Vermittlungsangebote für Vorschüler

### Kölnisches Stadtmuseum

- Konzeption und Durchführung und Evaluierung von Vermittlungsangeboten für Sonderausstellungen (drunter und drüber: Der Heumarkt; Konrad der Große. Die Adenauerzeit in Köln 1917-1933)
- Fortbildungen für Lehrkräfte der Sekundarstufen I und II
- Museumspädagogische und wissenschaftliche Schulung der Arbeitskreise I und II in den Sonderausstellungen »Der Heumarkt« und »Konrad der Große«
- Fortführung der Reihe »Als Köln in Trümmern lag – Zeitzeugengespräche am Köln-Tag«

### Museum für Angewandte Kunst Köln

- Konzeption, Durchführung und Evaluierung von Vermittlungsangeboten für Sonderausstellungen (IM SPIELRAUSCH: Von Königinnen, Pixelmonstern und Drachentöttern; Kölner Design Preis; FULL House: Design by Stefan Diez)
- Ausbildung und Betreuung von Studierenden des Institutes für Medienkultur und Theater (Univ. zu Köln) im Rahmen eines ausstellungsvorbereitenden Seminars (Anleitung für den Bereich Kunstvermittlung; Entwicklung und Umsetzung eines What'sAPP-Guides)
- Schulische Projektwoche zum Thema »Design« in Kooperation mit dem Friedrich-Wilhelm-Gymnasium Köln (Juli 2017)
- Kooperation zur Sonderausstellung »Design Preis« mit dem Dreikönigsgymnasium Köln, »Projekttag Design« der Jahrgangsstufe 7 (4 Klassen)

- Fortbildungen für Lehrkräfte der Primar- und Sekundarstufen I und II sowie von Erziehern
- Erweiterung des Angebotes der Kindergeburtstage im Bereich Design
- Ausbau der Vermittlung für Einzelbesucher durch ein Kinderbuch, Audio-guide und analogem Ausstellungsbegleiter (Start Mai 2018 zur Wiedereröffnung der Designabteilung) in Kooperation mit dem LVR-Zentrum für Medien und Bildung/Medienzentrum für die Landeshauptstadt Düsseldorf
- Kooperation mit der Abt. Theaterpädagogik der Oper Köln zur Sonderausstellung »Im Spielrausch«; Entwicklung eines Angebots »Schattenspieltheater«
- Museumspädagogischer Erfahrungsaustausch mit dem Museum für Kunst und Gewerbe Hamburg zum Ausbau der digitalen Vermittlung

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

- Konzeption, Durchführung und Evaluierung von Vermittlungsangeboten in der Sammlung (Japan-Galerie: Geschichten erzählen; Der japanische Teeweg; Korea-Galerie: Kostbarkeiten der Sammlung: Seladon, Porzellan, Lackarbeiten; China-Trakt: Kultur der chinesischen Gelehrten- und Beamtenelite des 15. bis 18. Jahrhunderts)
- Weiterentwicklung von kreativen Vermittlungsangeboten für Erwachsene zu den Themen: Chinesische Tuschkmalerei (Vogel- und Blumen- und Landschaftsmalerei), Chinesische Teezeremonie; Chinesische und japanische Kalligraphie, Kumihimo (Japanisches Seidenflechten)

#### **Museum Ludwig**

- Konzeption, Durchführung und Evaluierung von Vermittlungsangeboten und offenen Ateliers für Sonderausstellungen (Gerhard Richter. Neue Bilder; Otto Freundlich. Kosmischer Kommunismus; James Rosenquist. Eintauchen ins Bild)
- Relaunch des ART LAB und Umbau zum POP LAB mit Ausrichtung der Praxisstationen an den Sammlungsschwerpunkt Pop Art
- Neue Ausbildungsrunde von Studierenden für das Projekt kunst:dialoge am ML
- Schülersausstellung »Zwischen Nähe und Distanz« in Kooperation mit der Museumsschule und zwei Zentralabiturkursen anlässlich der Ausstellung »Gerhard Richter. Neue Bilder«

#### **Museum Schnütgen**

- Konzeption, Durchführung und Evaluierung von Vermittlungsangeboten für die Sonderausstellung »Expedition Mittelalter. Das verborgene Museum Schnütgen«
- Veranstaltungsformate für ‚Einsteiger‘ (KölnTag), Erwachsene (Wege durch die Sammlung) und Senioren (Seniorentreff)
- Medienpaket »Aus Angst wird Geld« mit Lehrerhandreichung und Schülermaterial mit Comic

- Konzeption, Durchführung und Evaluierung von Unterrichtseinheiten zu Ostern und zum Martinstag
- Fortbildungen für Lehrkräfte der Primarstufe und der Sekundarstufen I und II

#### **NS-Dokumentationszentrum**

- Konzeption und Durchführung des Schülergedenktag zur Befreiung des Konzentrationslagers Auschwitz in Zusammenarbeit mit dem Amt für Schulentwicklung
- Veranstaltungen zur Konzeption der Ausstellungen des Hauses für verschiedene Universitäten im Zusammenhang mit Seminaren zur Geschichtsdidaktik
- Betreuung mehrerer Schulpartnerschaften
- Entwicklung und Erprobung eines zweitägigen Kooperationsangebotes zwischen dem Lernort Vogelsang, dem NS-Dokumentationszentrum der Stadt Köln und der Info- und Bildungsstelle für Schüler der Jahrgangsstufen 8 bis 13
- Entwicklung und Erprobung des neuen Angebotes für Kinder im Alter zwischen 8 und zwölf Jahren: »Kinder-Sprechstunde«.

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

- Konzeption, Durchführung und Evaluierung von Vermittlungsangeboten zu den Sonderausstellungen (Tatort Kambodscha? Einer Fälschung auf der Spur; Wüste – Meer - Schöpfermythen. Aboriginal Art der Spinifex und Yolngu)
- Didaktisch-methodische Fortbildungen für Multiplikatoren zur Erschließung neuer Zielgruppen (Konzeption und Durchführung der Lesereihen »Orient« und »Hawaii« für Senioren)

#### **Römisch-Germanisches Museum**

- Didaktisch-methodische Fortbildungen für Multiplikatoren und Freie Mitarbeiter
- Konzeption, Durchführung und Evaluierung von Vermittlungsangeboten zu den Sonderausstellungen (Vorzeitgeschichte(n) – Köln in schriftlosen Zeiten; Pas de Deux – Römisch-Germanisches Kolumba)
- Didaktisch-methodische Fortbildungen zur Erschließung neuer Zielgruppen
- Konzeptionelle Überarbeitung des Führungsmoduls für Blinde und Sehbehinderte
- Konzeption eines Vermittlungsangebotes für Geflüchtete
- Konzeption von Vermittlungsangeboten in der Grabkammer Weiden

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

- Konzeption, Durchführung und Evaluierung von Vermittlungsangeboten zu den Sonderausstellungen (Die Kunst der Pause. Transparenz und Wiederholung; Paris erwacht! Hittorfs Erfindung der Place de la Concorde, 1917 – Erinnerungen an Luise Straus-Ernst; Eine graphische Revolution. Der italienische Farbholzschnitt; Heiter bis Wolzig. Naturschauspiele in der niederländischen Malerei; Tintoretto. A star was born)
- Didaktisch-methodische Fortbildungen für Multiplikatoren wie Lehrkräfte, Erzieher und Pädagogen der OGS sowie für freie Mitarbeiter
- Evaluation der personellen Vermittlung: Hospitation freier Mitarbeiter
- Neue methodische Ansätze zur Vermittlung der Dauerausstellung: Kunstvermittlung durch »Visual Thinking Strategies«, Kunstvermittlung mit Musik, Einblicke in die Methoden der Kunsttechnologie, Erweiterung der Hands-On-Materialiensammlung sowie der Ausstattung für die bildnerisch-praktische Vermittlungsarbeit
- Konzeption, Durchführung und Evaluierung von Vermittlungsangeboten für die Graphische Sammlung: Auswahl und Bereitstellung von Exponaten, Etablierung von Programmformaten, Einrichtung einer Druckwerkstatt
- Programmformate für neue Zielgruppen: KiTas, Geflüchtete

**Anlage 2: Gesamtstatistik Museumsdienst Köln 2014 bis 2016**

Veranstaltungen	2015	2016	2017	Veränderung 2016/17	
<b>a) Museumsdienst</b>					
Führungen	6.709	5.996	6.478	482	8,04 %
Kreative Arbeit	1.063	1.230	1.251	19	1,70 %
- davon Kurse	80	77	97	20	25,97 %
- davon MuseumKinderZeit	40	36	35	-1	-2,78 %
- davon Junge Entdecker	49	40	48	8	20,00 %
- davon Kindergeburtstage	181	159	168	9	5,66 %
- davon Werkstätten	623	822	762	-60	-7,30 %
- davon museumsbus.koeln	83	86	86	0	0,00 %
- davon projektbezogene Events	7	10	0	-10	-100,00 %
Lehrerfortbildungen	65	58	55	-3	-5,17 %
Ergebnis Museumsdienst	7.837	7.284	7.729	445	6,11 %
<b>b) Museumsschule</b>					
Unterrichtseinheiten	436	470	533	63	13,40 %
Lehrerfortbildungen	16	28	18	-10	-35,71 %
Ergebnis Museumsschule	452	498	551	53	10,64 %
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>8.289</b>	<b>7.782</b>	<b>8.280</b>	<b>498</b>	<b>6,40 %</b>
<b>Teilnehmer</b>					
<b>a) Museumsdienst</b>					
Führungen	121.511	108.972	120.618	11.646	10,69 %
Kreative Arbeit	20.179	24.264	22.557	1.707	-7,03 %
- davon Kurse	790	739	1.266	527	71,31 %
- davon MuseumKinderZeit	258	269	242	-27	-10,04 %
- davon Junge Entdecker	474	397	493	96	24,18 %
- davon Kindergeburtstage	2.192	1.930	2.054	124	6,42 %
- davon Werkstätten	13.541	18.124	15.598	-2.526	-13,94 %
- davon museumsbus.koeln (ab 2015)	1.994	2.044	2.164	120	5,87 %
- davon projektbezogene Events	930	861	0	-861	-100,00 %
Lehrerfortbildungen	949	791	740	-51	-6,45 %
Ergebnis Museumsdienst	142.639	134.127	143.175	9.058	-6,75 %
<b>b) Museumsschule</b>					
Unterrichtseinheiten	10.414	11.318	12.880	1.562	8,68 %
Lehrerfortbildungen	279	501	350	-151	-30,14 %
Ergebnis Museumsschule	10.693	11.819	13.230	1.411	11,94 %
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>153.332</b>	<b>145.946</b>	<b>156.405</b>	<b>10.469</b>	<b>7,17 %</b>

## Anlage 3: Veranstaltungen nach einzelnen Museen

Führungen für Gruppen und Schulklassen	2015	2016	2017	gebucht	öffentlich
Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud	599	600	666	528	138
Museum Ludwig	1.278	1.183	1.210	1.042	168
Römisch-Germanisches Museum	1.066	1.036	984	890	94
Ubierrmonument	0	16	24	18	6
Praetorium (Archäologische Zone)	123	122	125	119	6
Rautenstrauch-Joest-Museum	512	499	573	509	64
Museum für Angewandte Kunst Köln	300	301	284	158	126
Museum für Ostasiatische Kunst	193	215	92	25	67
Museum Schnütgen	368	172	153	92	61
Kölnisches Stadtmuseum	385	268	184	144	40
NS-Dokumentationszentrum	2.201	1.963	2.082	2.023	59
Messe Art Cologne	77	63	50	30	20
Messe Cologne Fine Arts	43	28	35	27	8
<b>Summe</b>	<b>7.145</b>	<b>6.466</b>	<b>6.462</b>	<b>5.605</b>	<b>873</b>

Kreativangebote (Kurse, Ferienangebote, Schulwerkstätten, Geburtstage, Events etc.)	2015	2016	2017	gebucht	öffentlich
Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud	129	146	162	149	13
Museum Ludwig	308	343	360	326	34
Römisch-Germanisches Museum	199	245	258	245	13
Ubierrmonument	0	0		0	0
Praetorium (Archäologische Zone)	0	0		0	0
Rautenstrauch-Joest-Museum	184	172	165	106	59
Museum für Angewandte Kunst Köln	80	105	101	83	18
Museum für Ostasiatische Kunst	81	79	66	43	23
Museum Schnütgen	20	29	30	20	10
Kölnisches Stadtmuseum	47	72	25	15	10
NS-Dokumentationszentrum	0	5	5	5	0
Käthe-Kollwitz-Museum	1	6	4	4	0
Sonstige	9	9	20	0	20
<b>Summe</b>	<b>1.063</b>	<b>1.220</b>	<b>1.196</b>	<b>996</b>	<b>200</b>

Fortbildungen (Multiplikatoren)	2015	2016	2017	TN
Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud	19	19	6	86
Museum Ludwig	26	34	23	318
Römisch-Germanisches Museum	17	3	3	53
Ubierrmonument	0	0	0	0
Praetorium (Archäologische Zone)	0	0	0	0
Rautenstrauch-Joest-Museum	7	10	11	127
Museum für Angewandte Kunst Köln	2	6	3	50
Museum für Ostasiatische Kunst	3	2	0	0
Museum Schnütgen	4	3	5	80
Kölnisches Stadtmuseum	6	5	3	20
NS-Dokumentationszentrum	6	4	1	6
Sonstige	1	0		
<b>Summe</b>	<b>81</b>	<b>86</b>	<b>55</b>	<b>740</b>

## Anlage 4: Übersicht zu Projekten und Schulpartnern

## Besondere Fortbildungen für Multiplikatoren

- Drei Fortbildungsveranstaltungen im Rahmen der Semesterkurse für das ZfL im KSM und MSchn (Kurse: Dr. Katja Schlenker) | Ltg.: Dr. Ulrich Bock
- Vorstellung des Schulprogramms des MSchn im Rahmen des Uniseminars »Einführung in die Didaktik der Geschichte: Heterogenität und Historisches Lernen« (Hist. Institut Uni Köln, Abt. für Didaktik der Geschichte, Frau Vera Tautorat) | Ltg.: Dr. Ulrich Bock, Frank Hartmann
- Fortbildung für Lehrer (Primarstufe, Sek I und II) im Rahmen der SA »Expedition Mittelalter« des MSchn | Ltg.: Dr. Ulrich Bock
- Fortbildung für Lehrer (Sek II), Vorbereitung auf das Zentralabitur im Fach Geschichte: Das »lange 19. Jahrhundert« im KSM | Ltg.: Dr. Ulrich Bock
- Arbeitsgemeinschaft Kunstmuseen für Lehrkräfte der Sekundarstufe II Koord. und Ltg.: Björn Föll
- Multiplikatorenveranstaltungen für ehrenamtliche Kräfte aus der Flüchtlingshilfe (MAKK, MOK, NS DOK, RGM, RJM) | Koord.: Dr. Matthias Hamann
- Vorstellung des neuen Programms für Kindertagesstätten und Grundschulen zur Designvermittlung im Museum für Angewandte Kunst Ltg: Dr. Andrea Imig und Dipl. Heilpäd. Julia Müller
- Lehrerfortbildung zur Sonderausstellung »Im Spielrausch«, Einführung in den Themenbereich »Szenisches Spiel«/Schattenspiel: | Ltg: Frank Rohde, Dr. Andrea Imig
- Fortbildung für Lehrer des Zertifikatskurses Latein »Inschriften des römischen Köln« | Ltg.: Dr. Kathrin Jaschke
- Fortbildung von Studierenden des Master-Studiengangs Public History zum Thema Konzeption des RGM und Möglichkeiten der Vermittlung Ltg.: Dr. Kathrin Jaschke
- Fortbildungen in der artothek zu den Themen »artothek und Schule« (Sek I und Sek II; Durchf.: Astrid Bardenheuer und Eva Schwering M. A.), »artothek und Primarstufe« (Durchf.: Astrid Bardenheuer/ Susanne Lang M. A.) und »artothek und Kita« (Durchf.: Astrid Bardenheuer und Renate Willmes) | Koord.: Susanne Kieselstein
- Fortbildungen für Studienreferendare für folgende Zentren für schulpraktische Lehrerbildung: Bonn, Engelskirchen, Köln, Leverkusen und Neuss | Ref.: Barbara Kirschbaum
- Interkulturelles Lernen im RJM für angehende Erzieher an KiTas (Berufskolleg Köln-Ehrenfeld) | Ltg.: Peter Mesenhöller
- Fortbildung für Lehrer in den Sonderausstellungen »Tatort Kambodscha? Einer Fälschung auf der Spur« und »Wüste – Meer – Schöpfermythen. Aboriginal Art der Spinifex und Yolngu« | Ltg.: Peter Mesenhöller
- Fortbildung für Lehrer zum Thema »Masken im Kulturvergleich« Ltg.: Peter Mesenhöller



- Fortbildung für Lehrer zum Thema »Der inszenierte Abschied: Tod und Jenseits« (Erzbistum Köln)
- Methodenfortbildungen für Erzieher im Museum Ludwig und Wallraf-Richartz-Museum | Leitung: Julia Müller
- Studientage für Mitarbeiter städtischer und nicht städtischer Kindertagesstätten | Ltg.: Julia Müller
- Multiplikatorenfortbildungen für Mitarbeiter aus Offenen Ganztagschulen in ML und WRM | Ltg.: Julia Müller
- Fortbildungen für Studienreferendare im NS DOK für folgende Zentren für schulpraktische Lehrerausbildung: Leverkusen, Neuss, Engelskirchen, Bonn, Köln | Ltg.: Barbara Kirschbaum
- Fortbildung für Lehrkräfte zur Sonderausstellung »Der Völkermord an den Sinti und Roma« | Ltg.: Barbara Kirschbaum und Patrick Fels
- Fortbildungsreihe für Muttersprachenlehrkräfte: Projekt zur Vermittlung von Herkunftskulturen im Kontext des Herkunftssprachenunterrichts (ML) | Ltg.: Karin Rottmann
- Fortbildungsreihe zu DaZ-Kursen für Dozentinnen des Muslimischen Bildungswerkes (MAKK und ML) mit dem Schwerpunkt Mutter-Kind-Programme | Ltg.: Karin Rottmann
- Fortbildung für Lehrer zum Zentralabiturthema »Rembrandt« | Ltg.: Björn Föll, Dr. Stephanie Sonntag
- Fortbildung für Studierende des Studiengangs Kunstvermittlung an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf zum Thema »Handlungsorientiertes Lernen mit allen Sinnen« als Coaching für die Vermittlungsarbeit mit geflüchteten Kindern
- Fortbildung für Lehrer zur Sonderausstellung »Otto Freundlich. Kosmischer Kommunismus« | Ltg.: Julia Müller, Angelika v. Tomaszewski M. A.
- Fortbildung für Lehrer zur Sonderausstellung »James Rosenquist. Eintauchen ins Bild«

#### Partizipatorische Projekte mit Schulen

- *Die vier Elemente. Musisch-kreative Projektstage* (WRM) | Ltg.: Museumsschule | Finanz.: Eigenmittel | Partner: GGS Irisweg, Porz-Zündorf  
Im Rahmen der schulischen Projektwoche vor den Sommerferien kam es zu mehreren Veranstaltungen zum Rahmenthema »Die vier Elemente«. Das Projekt lag in Händen der Museumsschule.
- *Museen entdecken. Musisch-kreative Projektstage* (ML) | Ltg.: Museumsschule | Finanz.: Eigenmittel | Partner: GGS Irisweg, Porz-Zündorf  
Fünf Gruppen aus einer Grundschule im Kölner Osten besuchten im Rahmen von musisch-kreativen Projekttagen die Kunstmuseen der Stadt und begegneten teilweise erstmals Werken der Hochkultur im Original.
- *Zwischen Nähe und Distanz* (ML und Bezirksregierung Köln) | Ltg.: Björn Föll (Museumsschule) und Angelika von Tomaszewski M. A. (Museumsdienst Köln) | Finanz.: Eigenmittel  
Passend zur Ausstellung »Gerhard Richter. Neue Bilder« und zum Abitur-

- thema »Künstlerische Sichtweisen und Haltungen zwischen Distanz und Nähe« erarbeiteten zwei gymnasiale Kunstkurse eigene Reflexionen zu Gerhard Richters Werk. Die Werke der jungen Künstler wurden in der Bezirksregierung Köln ausgestellt. Die Resonanz war sehr positiv.
- *Bilder bewegen* (WRM) | Ltg.: Anja Hild, Alexa Schink und Christine Wolf  
Finanz.: Museum | Partner: Gymnasium Kreuzgasse, Marit Mertin (Künstlerin), Andrea Schultens (Filmemacherin) und Steffi Krohmann (Mediendesignerin)  
Das Kunstprojekt mit Geflüchteten und Migrantenkindern fand im Rahmen des Ausstellungsprogramms zu »Republik der Kinder« statt. Es entstand ein Trickfilm mit dem Titel »Unterwegs«, eine Ausstellung eigener Bilder in der Barockabteilung des Museums und ein Kinderbuch.
- *Colonia Code* (RGM) | Ltg.: Dr. Kathrin Jaschke, Omar El Saeidi, Thomas Gampff | Partner: Museumsdienst und Friedrich-Wilhelm-Gymnasium  
Das mehrtätige Trainee-Projekt folgt dem Prinzip Schüler führen Schüler. Jugendliche der 8. und 9. Klasse vermittelten in kurzen Spielszenen Inhalte des RGM an die Neuankömmlinge der 5. Klasse. 45 Schüler führten 200 Klassenkameraden.
- *Lyrix* (Museum Ludwig) | Ltg.: Anke von Heyl | Finanz.: Bundeswettbewerb »lyrix« | Partner: Berufskollegs Humboldtstraße, Deutschlandradio Kultur  
19 Schülerinnen und Schüler der Internationalen Förderklasse am Berufskolleg Humboldtstraße Köln präsentierten eine Performance mit Gedichten, die sie für den Wettbewerb »lyrix« zu Kunstwerken im Museum Ludwig erarbeitet hatten.
- *Jugend- und Schülergedenktag 2017* (NS DOK) | Ltg.: Barbara Kirschbaum  
Finanz.: Eigenmittel | Partner: Amt für Schulentwicklung, NS DOK, Museumsdienst und Museumsschule  
Am Gedenktag der Befreiung des KZ Auschwitz beteiligten sich Kinder und Jugendliche aus über zehn Schulen und zeigten die vielfältigen Ergebnisse ihrer Auseinandersetzung mit Verfolgung und Ausgrenzung – historisch und aktuell. 300 Schülerinnen und Schülern sahen die Ergebnisse.
- *Pilgerwerkstatt* (JRM) | Ltg.: Peter Mesenhöller und Georg Gartz | Finanz.: Rhein-Energie Stiftung Kultur  
Schüler der Sek II pflanzten und gestalteten säkulare Pilgerorte (Fußballstadion, Popkonzert, GamesCom). Die einzelnen Werke vereinten sich im JuniorMuseum zu einer künstlerischen Installation, die im Verlauf der Ausstellung immer stärker wachsen konnte. An den Wochenenden war das Projekt offen für alle Gäste.
- *Von Menschen und Freunden* (ML) | Ltg.: Anja Hild | Finanz.: Eigenmittel | Partner: Paul-Kraemer-Schule für Geistige Entwicklung, Frechen, Hauptschule Herberthskaul, Frechen und GGS Grefrath  
In dem inklusiven Kooperationsprojekt der drei Schulen entstanden Werke zum Thema Freundschaft. Sie wurden in der Stadtbibliothek Köln ausgestellt. Weitere Kooperationspartner waren das Museum – Keramion, Frechen und die Künstlerin Antje Feger

- **»Das bin ich«** - Entwicklung und Durchführung einer Unterrichtsreihe für den Kunstunterricht an Förderschulen für geistige Entwicklung (ML) | Ltg.: Julia Müller, Angelika von Tomaszewski M. A. | Finanz.: Eigenmittel | Partner: Schule auf dem Sandberg (Förderschule für Geistige Entwicklung)  
In Zusammenarbeit mit der Fachschaft Kunst der Schule wurde eine mehrtägige Projektreihe zum Thema Porträt entwickelt und durchgeführt. Die Unterrichtsreihe ist übertragbar auf andere Schulen und wird in ein dauerhaft buchbares Schulprogramm überführt.

#### Schulpartner

Dreikönigsgymnasium Köln (MAKK, ML, WRM) | Friedrich-Wilhelm-Gymnasium (MAKK, RGM) | Pestalozzi-Förderschule (ML) | Heinrich-Mann-Gymnasium (ML, MOK und WRM) | HS Baadenberger Straße (ML) | GGS Hauptstraße (ML) | GGS Humboldtstraße (ML) | KHS Großer Griechenmarkt (ML) | GGS Ernstbergstraße (ML) | KGS Trierer Straße (ML) | KHS Falckensteinstraße (ML) | Katharina-Henoth-Gesamtschule (ML) | Berufskolleg Humboldtstraße (ML, RJM) | KGS Mainzerstraße (WRM) | GHS Nürnberger Straße (ML) | Gesamtschule Porz (NS DOK) | Königin-Luise-Schule Köln (NS DOK) | Montessori-Gymnasium Köln (NS DOK) | Gymnasium Schaurtestraße Köln (NS DOK) | Schiller-Gymnasium Köln (NS DOK) | Gymnasium Kerpen (NS DOK) | Gesamtschule Bergheim (NS DOK) | Richard-Riemerschmid-Berufskolleg (NS DOK) | Paul Klee Gymnasium Overath (ML) | Schule am Sandberg (ML) | Berufskolleg Bergheim (ML) | Förderschule für Geistige Entwicklung Kolkrahenweg (MOK)

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

- **Migrantenkinder bekommen Unterstützung** (RJM) | Ltg.: Peter Mesenhöller | Finanz.: Wir helfen e.V. und MPG e.V. | Partner: Museumsdienst Köln und MiKibU e.V. Bergisch Gladbach  
Migranten- und Flüchtlingskinder im Primarschulalter besuchten mehrfach das RJM – für viele von der erste Museumsbesuch überhaupt. Sie suchten Tiere und seltene Materialien und setzen die Impressionen kreativ um.
- **OGS ins Museum** (7 Museen) | Ltg.: Julia Müller | Finanz.: Sal. Oppenheim Stiftung | Partner: Schulentwicklungsamt der Stadt Köln  
Die niedrigschwelligen Ferienangebote richteten sich an Kinder mit wenig Museumserfahrung und beinhalteten neben einem Museumsbesuch mehrere Projekttag in der OGS. 2017 nahmen 22 Gruppen mit jeweils 15-20 Kindern teil.
- **Museobilbox – Köln mit allen Sinnen** (MAKK, RGM, RJM und WRM) | Ltg.: Julia Müller | Finanz.: BVMP e.V. aus Förderfonds »Kultur macht stark« | Partner: Schulentwicklungsamt der Stadt Köln  
Jeweils vier Kindergruppen aus drei Kölner Brennpunktschulen nahmen an dem durch Mittel des Bildungspakets »Kultur macht stark« geförderten Projekt teil. In mehrtägigen Workshops ging es um »Hören«, »Schmecken« und »Riechen«. Am Ende des Projektes gestalteten die Teilnehmer in Kleingruppen »Museobilboxen«, in denen sie ihre Arbeitsergebnisse präsentierte (»Sehen«).

- **Kinderfest/Oper Köln/Staatenhaus Rheinpark** | Ltg.: Dr. Andrea Imig | Finanz.: Eigenmittel | Partner: Museumsdienst, Oper Köln und MAKK  
Bei dem einmal pro Jahr stattfindenden Kinderfest betreut der Museumsdienst für das MAKK erstmalig einen Stand und bot ein offenes Werkstattprogramm an, das von dem familiären Publikum des Events sehr gut angenommen wurde.
- **»Tag der Begegnung« im Rheinpark** | Ltg.: Dr. Andrea Imig | Finanz.: Eigenmittel | Partner: Museumsdienst, LVR und MAKK  
Bei dem inklusiven Fest betreute der Museumsdienst für das MAKK einen Stand und bot ein offenes Werkstattprogramm aus dem Bereich »Werkstatt Primar- und Förderschule« an, das bei den Gästen sehr gut ankam.

#### Projekte und Trainees für Jugendliche und junge Erwachsene

- **Offene Ateliers** zu den Ausstellungen »Otto Freundlich« und »James Rosenquist« (Museum Ludwig) | Ltg.: Angelika von Tomaszewski M. A. | Finanz.: Museum | Partner Museum Ludwig  
Zu beiden Sonderausstellungen entstanden ausstellungseigene Ateliers mit verschiedenen kreativen Praxisstationen, inspiriert von den Techniken der Künstler. Ein eigens entwickeltes Workshop-Programm war buchbar für Gruppen und Schulklassen, von der Primarstufe bis zur Sek II. An den Wochenenden wurde der Raum begeistert von Besuchern jeden Alters genutzt, um selbst künstlerisch tätig zu werden. Betreut wurde das Atelier dann von den jungen Studierenden aus dem Vermittlungsteam der kunst:dialoge.
- **Trainees für Studierende des Institutes für Medienkultur und Theater der Universität zu Köln** (MAKK) | Ltg.: Dr. Andrea Imig und Prof. Dr. Peter Marx | Finanz.: Museum | Partner: Museumsdienst, MAKK, Uni Köln  
In diesem die Sonderausstellung »Im Spielrausch« begleitenden Projekt im SS 2017 wurden Studenten im Bereich Kunstvermittlung angeleitet. Sie kommen in der zweiten Jahreshälfte in der Sonderausstellung zum Einsatz. Zudem wurde mit einer Gruppe des Seminars ein Audioguide (What'sAPP-Guide) entwickelt und realisiert.
- **kunst:dialoge** (ML) | Ltg.: Angelika von Tomaszewski M. A. und Sophie Roberts | Finanz.: Museum | Partner: Museumsdienst und Museum Ludwig  
In diesem mehrjährig angelegten Projekt werden Studierende der Fächer Kunst und Kunstgeschichte zu Kunstvermittlern ausgebildet. Sie kommen sowohl in der Sammlung als auch bei den Sonderausstellungen zum Einsatz und stehen dabei für die Besucher für Fragen aller Art zur Kunst bereit. Das Projekt wurde 2015 an den Museumsdienst (Leitung Kunstvermittlung ML) angebunden.
- **Collage** (ML) | Ltg.: Anja Hild | Finanz.: Eigenmittel | Partner: Alanus-Hochschule  
Kunstprojekt mit Erstellen kurzer Collagefilme mit Studierenden der Alanus-Hochschule und dem Differenzierungskurs Kunst/Neue Medien (Gymnasium Elisabeth von Thüringen, Stufe 9) zur Ausstellung »James Rosenquist. Eintauchen ins Bild«

### Projekte für Erwachsene

- *Zeit für Wissen* (alle Museen) | Konz.: Dr. Ulrich Bock | Finanz.: TN | Partner: »Zeit für Wissen« – Bildungsgesellschaft  
Zusammen mit dem Partner wurden zwei Trimesterkurse zu den Themen »Alles Immis: Aspekte der Migration in der 2000jährigen Geschichte Kölns« und »Highlights der Kölner Museen« konzipiert und durchgeführt.
- *Museums-Salon* | Konz.: Caroline Stegmann-Rennert M. A. | Finanz.: Eigenmittel  
Planung eines neuen Vermittlungsangebots für Senioren mit türkischem Migrationshintergrund in sechs Museen (MOK, WRM, RGM; MAKK, ML, RJM) gemeinsam mit deutsch-türkischen Ehrenamtlerinnen; Durchführung ab 2018

### Anlage 5: Kooperationspartner 2017

Amphi Festival GmbH | Amt für Kinder, Jugend und Familie, Abteilung Kindergärten | Bildungswerk Muslimischer Frauen und Mädchen | Benedeluxe, Presse- und PR-Agentur im Kultur- und Tourismusbereich | Bühnen der Stadt Köln, Referat Theater und Schule | Bundesakademie für Kulturelle Bildung, Wolfenbüttel | Bundesverband Museumspädagogik e.V. | Bundesverwaltungsamt Köln, Referat: Auslandsschulen | Caritas-Verband | c/o pop Festival & Convention | dementia+art e.V. | Deutscher Altphilologenverband | Deutscher Museumsbund | Efl (Erfahrungswissen für Initiativen) | Fachhochschule des Mittelstands (FHM) GmbH | Goethe-Institut | Heinrich-Heine Universität Düsseldorf, Seminar für Kunstgeschichte | Historikerverband NRW | Ibk – Institut für Bildung und Kultur, Remscheid | Institut für Lehrerfortbildung, Mülheim a.d. Ruhr | Jugendkunstschule Rodenkirchen e.V. | KIK – Kultur für junge Leute | Kölner Freiwilligenagentur e.V. | Kölner Studierendenwerk | KölnMesse GmbH | kölnmusik / Philharmonie | KölnTourismus GmbH | Kommunales Integrationszentrum der Stadt Köln | Kunst im Rheinland | Landesverband Museumspädagogik NRW e.V. | Landesverband nordrhein-westfälischer Geschichtslehrer | LVR-Institut für Landeskunde und Regionalgeschichte, Bonn | LVR Zentrum für Medien und Bildung | Pädagogische Hochschule Freiburg, Institut für deutsche Sprache und Literatur | Pädagogische Hochschule Heidelberg, Fakultät für Kulturwissenschaften, Institut für Fremdsprachen und ihre Didaktik (Abteilung Englisch) | Philologenverband NRW, Düsseldorf | Projekt 2508 GmbH | Pro Retina Deutschland e.V. | RDA Internationaler Bus-touristik Verband e.V. | Rheinische Musikschule | Schokoladenmuseum | Schulentwicklungsamt der Stadt Köln | SK Stiftung Kultur | StadtBibliothek Köln | Sportamt der Stadt Köln | Stadttrevue Verlag Köln | Technische Hochschule Köln, Institute of Conservation Sciences (CICS) | Tourismus NRW e.V. | Universität Bonn, Institut für Sprach-, Medien- und Musikwissenschaft Abteilung für Interkulturelle Kommunikation und Mehrsprachigkeitsforschung mit Sprachlernzentrum (IKM) | Universität Bonn, Philosophische Fakultät, Kommunikationswissenschaften | Universität Kassel, FB 02 Geistes- und Kulturwissenschaften (Deutsch als Fremd- und Zweitsprache) | Universität zu Köln, Archäologisches Institut | Universität zu Köln, Department Psychologie | Universität zu Köln, Erziehungswissenschaftliche Fakultät, Deutsche Sprache und ihre Didaktik | Universität zu Köln, Historisches Institut, Abt. für Didaktik der Geschichte | Universität zu Köln, Humanwissenschaftliche Fakultät | Universität zu Köln, Institut für Medienkultur und Theater | Universität zu Köln, Lehrstuhl für Neuere und Neueste Geschichte | Universität zu Köln, Lehrstuhl Public History | WDR, Kinderfernsehen (Die Sendung mit dem Elefanten) | Zeit für Wissen Bildungsgesellschaft mbH | ZfsL Bonn, Fachseminar Geschichte | ZfsL Köln, Fachseminar Geschichte | ZfsL Leverkusen, Fachseminar Geschichte, Latein | ZfsL Köln, Fachleitungen für Sachunterricht | ZMI (Zentrum für Mehrsprachigkeit und Integration)

### Anlage 6: Aktive Teilnahme an Tagungen und Workshops

- Konrad Adenauer und Köln. Zwei thematische Führungen durch die Sonderausstellung »Konrad der Große« im Kölnischen Stadtmuseum im Rahmen der Tagung »Köln, Konrad und Du« im NS-DOK, anlässlich des Jugendpolitiktages (17./18.10.), Organisator: Konrad-Adenauer-Stiftung, Bonn | Dr. Ulrich Bock
- Der Museumsdienst Köln. Präsentation für DASA Dortmund | 26.9. | RJM Dr. Matthias Hamann
- Der Museumsdienst Köln. Präsentation für Kulturbetriebe Aachen 16.11. | RJM | Dr. Matthias Hamann
- Der Museumsdienst Köln. Präsentation im Rahmen der Tagung »Kulturelle Bildung und Gesellschaft« | Goethe-Institut Prag | 21.-23.11. Dr. Matthias Hamann
- Arbeit mit multiethnischen Lerngruppen | Alte Synagoge Essen 11.09.2017 | Barbara Kirschbaum
- Orte und Räume der Generationsvermittlung – außerschulisches Lernen von Kindern | Universität Siegen | 05./06.10.2017 | Barbara Kirschbaum
- Fachtagung Sinti, Roma und Gadge | Zentrum für Medien und Bildung Düsseldorf | 08.11.2017 | Barbara Kirschbaum
- Mehrsprachigkeit und Integration in der Vermittlungsarbeit an Museen« Universität Kassel | Vortrag: Karin Rottmann

### Anlage 7: Praktika 2017

Johannes van den Boom (Tut.: Julia Müller) | Julia Koop (Tut.: Dr. Andrea Imig und Julia Müller) | Cornelius Kückelhaus (Tut.: Barbara Kirschbaum) | Anne-Kathrin Segler (Tut.: Angelika von Tomaszewski M. A.) | Dilara Uygun (Tut.: Dr. Stephanie Sonntag)

### Anlage 8: Lehraufträge und Hochschultätigkeit

- Universität Siegen, Department Erziehungswissenschaft, Bereich Sachunterrichtsdidaktik | Begleitung des Dissertationsprojektes »Perspektive von Kindern auf das Erleben des Lernortes Museum« | Rita Böller
- Universität zu Köln, Institut für Medienkultur und Theater | Berufsbild Museumspädagogik | Dr. Matthias Hamann
- Universität zu Köln, Lehrstuhl Public History | Seminar »Bild der Woche. Digitale Strategien von Museen | Dr. Matthias Hamann
- Fachhochschule des Mittelstandes (FHM), FB Medien, Unternehmenskommunikation und Journalismus | Eventkommunikation und Werbung. Die Kölner Museumslandschaft als praktisches Beispiel für Museumskommunikation | Marie-Luise Höfling

- Universität zu Köln, Historisches Seminar | Vortrag mit Führung: Konzeption der Dauerausstellung des NS-Dokumentationszentrums – Aspekte der Vermittlung des Themas Nationalsozialismus | Barbara Kirschbaum
- Universität zu Köln, Ringseminar am ZfL (Ringseminar im Rahmen der Bildungspartner NRW: »Gedenkstätten und Schule«) | Barbara Kirschbaum
- Universität zu Köln, Historisches Seminar, Einführung in die Geschichtsdidaktik im ethnologischen Museum | Schulung, Führungen und Vorträge Peter Mesenhöller
- Universität zu Köln, Lehrstuhl für Neuere und Neueste Geschichte, Vom Musentempel zum Science Centre: Eine Geschichte des Museums | Führungen und Vorträge | Peter Mesenhöller
- Universität zu Köln, Fachbereich Deutsche Sprache und ihre Literatur Außerschulischer Lernort Museum und DaZ-Unterricht | Lehrveranstaltung im Kontext der Lehrerbildung | Museumsworkshop und Seminarveranstaltung | Karin Rottmann
- Universität zu Köln, Fachbereich Deutsche Sprache und ihre Literatur Außerschulischer Lernort Museum und DaZ-Unterricht | Lehrveranstaltung im Kontext der Lehrerbildung | Museumsworkshop und Seminarveranstaltung | Karin Rottmann
- Pädagogische Hochschule Heidelberg, Fakultät für Kulturwissenschaften / Faculty II Abteilung Englisch | Lehrauftrag: Die Museumstasche im Englischunterricht: Englischprogramme des Museumsdienstes Köln | Karin Rottmann
- TH Köln, KISD (Cologne International School of Design), Mandarin for Designers | Caroline Stegmann-Rennert M. A.

### Anlage 9: Interne Fortbildungen (wissenschaftlich und methodisch)

#### Kölnisches Stadtmuseum (Koord.: Dr. Ulrich Bock)

- Museumspädagogischer Erfahrungsaustausch
- Der Friedhof Melaten und seine Grabdenkmäler
- Einführung in die Sonderausstellung »Konrad der Große«

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

- Einführung in die Sonderausstellung: FULL HOUSE. Design by Stefan Diez
- Fortbildung: Glas und Keramische Techniken
- Fortbildung: Designvermittlung und Vorschüler plus museumspädagogischer Erfahrungsaustausch
- Einführung in die Sonderausstellung "Im Spielrausch"

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

- Japan-Galerie: Geschichten erzählen; Der japanische Teeweg
- Korea-Galerie: Kostbarkeiten der Sammlung – Seladon, Porzellan, Lackarbeiten
- China-Trakt: Kultur der chinesischen Gelehrten- und Beamtenelite des 15. bis 18. Jahrhunderts

**Museum Ludwig (Koord.: Angelika von Tomaszewski)**

- Gerhard Richter. Neue Bilder. Einführung in die Sonderausstellung
- Otto Freundlich. Kosmischer Kommunismus. Einführung in die Sonderausstellung
- Kunst ins Leben! Der Sammler Wolfgang Hahn und die 1960er Jahre. Einführung in die Sonderausstellung
- Werner Mantz. Architekturen und Menschen. Einführung in die Sonderausstellung
- James Rosenquist. Eintauchen ins Bild. Einführung in die Sonderausstellung
- Die humane Kamera. Heinrich Böll und die Fotografie. Einführung in die Sonderausstellung
- HIER UND JETZT im Museum Ludwig. Reena Spaulings. Einführung in die Sonderausstellung

**Museum Schnütgen (Koord.: Dr. Ulrich Bock)**

- Einführung in die Sonderausstellung »Expedition Mittelalter«

**NS-Dokumentationszentrum (Koord.: Barbara Kirschbaum)**

- Einführungsveranstaltungen zum Kooperationsangebot Lernort Vogelsang/NS-Dokumentationszentrum
- Einführung in die Sonderausstellung »Rassendiagnose Zigeuner – der Völkermord an den Sinti und Roma«
- Einführung in die Sonderausstellung »Massenerschießungen – der Holocaust zwischen Ostsee und dem Schwarzen Meer 1941–1944«
- Einführung in die Sonderausstellung »Maljy Trostenez«

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

- Einführung in die Sonderausstellungen »Tatort Kambodscha? Einer Fälschung auf der Spur« und »Wüste – Meer – Schöpfermythen. Aboriginal Art der Spinifex und Yolngu«
- Museumspädagogischer Erfahrungsaustausch
- Erprobung der »Museumstasche« für den Gebrauch in kulturhistorischen Museen
- Einführung in die Führungseinheit »Mit Leyla durch den Orient« für KiTas

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

- Das archäologische Jahr 2016
- Das Praetorium und die Archäologische Zone/Jüdisches Museum – Ausgrabung und Museumskonzept
- Führung über die Ausgrabung an der Antoniterkirche
- Objekte vielfältig erklären – Methoden der Geschichtsvermittlung
- Einführung in die Sonderausstellungen »Vorzeitgeschichte(n) – Köln in schriftlosen Zeiten und »Pas de Deux – Römisch-Germanisches Kolumba«

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

- Die Kunst der Pause. Transparenz und Wiederholung.
- Paris erwacht! Hittorfs Erfindung der Place de la Concorde
- 1917 – Erinnerungen an Luise Straus-Ernst
- Eine graphische Revolution. Der italienische Farbholzschnitt
- Heiter bis Wolkgig. Naturschauspiele in der niederländischen Malerei
- Tintoretto. A star was born

**Museumsübergreifend (Koord.: Dipl.-Heilpäd. Julia Müller)**

- Die Arbeit mit der Museumstasche
- Überarbeitung der schulischen Museumsprogramme
- Projektreise zur Neukonzeption der Kindergartenprogramme
- Fortbildungsreihe zu stress- und traumasensibler Arbeit mit geflüchteten Menschen in Kooperation mit medica mondiale e.V.

**Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (Koord.: Marie-Luise Höfling)**

- Workshops zur Entwicklung einer vernetzten Multimedia-Strategie
- Mediaworkshop zu Instagram für die Kölner Museen
- Mediaworkshop zu Problemlösung im Bereich Social Media

## Anlage 10: Externe Tagungen und Gremiensitzungen

- Mitgliederversammlung und Vorstandstreffen des LVMP NRW e.V. | div. Termine | Teiln.: Dr. Matthias Hamann
- Mitgliederversammlung und Vorstandstreffen des BVMP e.V. | div. Termine | Teiln.: Dr. Matthias Hamann
- G 9-Treffen des Region KölnBonn e.V., Köln | mehrere Termine | Teiln.: Dr. Matthias Hamann
- Sitzungen des Beirats von KölnTourismus | div. Termine | Teiln.: Dr. Matthias Hamann
- Kulturkonferenz des LVR | 6.2. | Brühl | Dr. Matthias Hamann
- Treffen des AK Bildung und Vermittlung im Rahmen der Jahrestagung des DMB, Berlin | 9.5. | Teiln.: Dr. Matthias Hamann
- Evaluierung des Studienganges Kulturmanagement an der Universität Bremen | 28.-29.5. | Bremen | Dr. Matthias Hamann
- Treffen der Fachgruppe Besucherforschung des Deutschen Museumsbundes | 31.5.-1.6. | Wolfenbüttel | Dr. Matthias Hamann
- AUDIENCING Lab «Diversität im Publikum» der Zukunftsakademie NRW | 30.11. | Bochum | Dr. Matthias Hamann
- Mitgliederversammlung der Akademie Remscheid | 29.9. | Remscheid | Dr. Matthias Hamann
- Deutsch-Finnisches Forum | 16.-18.10. | Berlin | Dr. Matthias Hamann
- Generation 60plus. Fachgruppentreffen des BVMP e.V. | 26.10. | Münster | Dr. Matthias Hamann
- Fachausschusssitzungen des Deutschen Kulturrats | Berlin | div. Termine | Dr. Matthias Hamann
- Networking am Rhein | Netzwerktreffen von Convention Cologne | div. Termine | Teiln.: Dr. Matthias Hamann und Marie-Luise Höfling
- AK-Treffen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Rahmen der DMB-Jahrestagung | 10.5. | Kunstgewerbemuseum Berlin | Teiln.: Marie-Luise Höfling
- Expertinnen- und Experten-Workshop zur Verbesserung der Angebote für blinde und sehbehinderte Menschen | 23.11. | LVR-Freilichtmuseum Lindlar | Dr. Andrea Imig
- Fachkonferenz »Mit allen Sinnen – Das inklusive Museum« | Historisches Museum Frankfurt | 12.-13.12. | Dr. Andrea Imig
- Archäologie im Rheinland | 6.-7.2. | LVR-Landesmuseum Bonn | Dr. Kathrin Jaschke
- Museum and the Internet (MAI) | 15.-16.5. | Museum König Bonn | Dr. Kathrin Jaschke
- Mobile Reporting | Fortbildung der Medienakademie Essen | 9.-10.10. | Teiln.: Susanne Kieselstein
- KEP Köln | Runde Tische: »Vermittlung von Kunst und Kultur und historischem Erbe« sowie »Kulturmarketing« | 13.7. und 21.9. | Teiln.: Matthias Hamann, Marie-Luise Höfling und Susanne Kieselstein

- Beiratssitzung »Demokratie Leben« | 28.6. | Teiln. Barbara Kirschbaum
- Frühjahrs- und Herbsttagung des AK Verwaltung beim Deutschen Museumsbund | div. Termine | Teiln.: Klaus Linz
- InklusCamp, kubia - Kompetenzzentrum für Kulturelle Bildung im Alter und Inklusion, Dortmund | 10.5. | Caroline Stegmann-Rennert M. A.
- Wem gehört das Museum? Fragen und Bedingungen musealer Vermittlung im globalen Kontext | Symposium K21 Düsseldorf 18. – 20.1.2017 | Teiln.: Julia Müller und Angelika von Tomaszewski M. A.
- Hallo Vermittlung! Konferenz zur Kunstvermittlung, Deichtorhallen Hamburg, 3.-4.4. | Dr. Stephanie Sonntag
- Wissensplattform Kulturelle Bildung Online | Bundesakademie für Kulturelle Bildung Wolfenbüttel e.V. | 26.–27.4. | Teiln.: Angelika von Tomaszewski M. A.

## Anlage 11: Publikationen 2017

### Publikationen / wissenschaftliche Beiträge / Kurzführer / Beschriftungen

- Ulrich Bock: Objekt- und Überblickstexte für die Sonderausstellung »Expedition Mittelalter« des Museum Schnütgen
- Ulrich Bock: Einführungstext für das Lehrerheft »Köln im Mittelalter« sowie Mitarbeit am Schülerarbeitsheft »Köln im Mittelalter« für das Kölnische Stadtmuseum und das Museum Schnütgen (in Zusammenarbeit mit der Museumsschule, erscheint 2018)
- Kathrin Jaschke, Immer eine gute Grundlage – Versorgung und Infrastruktur in den germanischen Provinzen. In: LWL-Römermuseum Haltern am See (Hrsg.), Triumph ohne Sieg. Roms Ende in Germanien. Ausstellungskatalog Haltern, LWL-Römermuseum. Darmstadt 2017, 136-144
- Peter Mesenhöller (2016): Pilgern – Sehnsucht nach Glück? Aufgaben- und Stempelheft zur gleichnamigen Sonderausstellung des RJM
- Stephanie Sonntag: »Kunstvermittlung im Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud: Einblicke in die Praxis des Museumsdienstes Köln.« In: Was ist Kunstvermittlung? Geschichte – Theorie – Praxis, hrsg. v. Ulli Seegers, Düsseldorf (university press) 2017, S. 79-88
- Stephanie Sonntag: Tintoretto. Mit Willi auf den Spuren eines genialen Malers. Eine Rallye für Kinder. Köln 2017

### Audio / Digitales / Filme

- Ulrich Bock: Beitrag zu »Geschichte interaktiv. Das moderne Medienkonzept für den Unterricht. Mittelalter III. Spätmittelalter (dokumentARfilm GmbH, Münster 2017)
- Ulrich Bock und Andrea Imig: Internetredaktion und Aktualisierung der Website museenkoeln.de/museumsdienst
- Ralf Dank: Erstellung und Redaktion des digitalen Newsletters museenkoeln mit 51 Ausgaben

- Matthias Hamann, Andrea Imig, Kathrin Jaschke, Caroline Stegmann-Rennert, Angelika von Tomaszewski, Studierende des Lehrstuhls Public History der Univ. zu Köln: Beiträge für das Bild der Woche auf museenkoeln.de
- Waltraud Herz: Internetredaktion und Aktualisierung der Website museenkoeln.de
- Waltraud Herz: Erstellung und Redaktion des digitalen Newsletters KiK – Kultur in Köln mit 6 Ausgaben
- Matthias Hamann, Marie-Luise Höfling, Susanne Kieselstein, Barbara Kirschbaum, Andrea Imig, Julia Müller, Carolin Stegmann-Rennert, Lena Weber: Beiträge im Blog, im Facebook-Auftritt und im Twitter-Account des Museumsdienstes Köln
- Marie-Luise Höfling, Lena Weber: Betreuung der Social Media Kanäle zu museenkoeln.de und Museumsdienst auf Facebook und Twitter
- Susanne Kieselstein: SchreibBlog – Kreative Schreibimpulse zu aktuellen Ausstellungen
- Susanne Kieselstein: 3x2 Fragen – Audio-Interviews
- Barbara Kirschbaum: Mitarbeit bei der wdr-Kinderfunk-Produktion »Wenn die anderen Zigeuner zu mir sagen schäme ich mich« (Sendung KiRaKa 08.10.2017)
- Julia Müller: Erstellung und Versand des digitalen Newsletters Bildung mit 15 Ausgaben

#### **Ausstellungsbeschriftung / Texte / Unterrichtsmaterialien**

- Julia Müller und Karin Rottmann: Museumstasche. Materialien für partizipative Besuche in Kunstmuseen für die Hand der Museumsvermittler | Zielgruppe: alle.
- Julia Müller: Hand On Materialien zum (1) Thema Klang / Radio (MAKK), zum (2) Thema Fühlen / Materialkunde (Rautestrauch-Joest-Museum) und zum Thema (3) Esskultur / Stillleben (Wallraf-Richartz-Museum) | Zielgruppe: OGS
- Stephanie Sonntag: Von Dürer bis van Gogh. Sammlung Bührlé trifft Wallraf. Wandtexte | Zielgruppe: Erwachsene
- Angelika von Tomaszewski: James Rosenquist. Eintauchen ins Bild | Wandtexte | Zielgruppe: Erwachsene

#### **Hands On Materialien**

- Museumstasche. Materialien für partizipative Besuche in Kunstmuseen für die Hand der Museumsvermittler
- Museumsübergreifend für die Zielgruppe OGS | Hand On Materialien zum (1) Thema Klang / Radio (MAKK), zum (2) Thema Fühlen / Materialkunde (Rautestrauch-Joest-Museum) und zum Thema (3) Esskultur / Stillleben (Wallraf-Richartz-Museum)
- Museum für Angewandte Kunst | Neuordnung und Erweiterung der Tastobjekte für buchbare Angebote | Zielgruppe: blinde und sehbehinderte Menschen

- Museum für Ostasiatische Kunst | Erweiterung der didaktischen Sammlung in den Bereichen: Kinderliteratur mit Bezug zu Ostasien | Zielgruppe: Kinder und Jugendliche; Entwicklung von Bildtafeln für das Kamishibai-Koffertheater | Zielgruppe Vorschulkinder; Hands-On und Didaktische Schautafeln/Schaukasten zu den Themen: Porzellan, Seide, Huanghuali-Holz; Seidenspinner, Netsuke und Inro, Teekultur | Zielgruppen: Erwachsene, Kinder und Jugendliche, Familien
- Rautestrauch-Joest-Museum | Konzeption von Hands on-Materialien für KiTas »Mit Leyla durch den Orient« (mit Julia Müller)
- Römisch-Germanisches Museum | Neuordnung und Erweiterung der Tastobjekte für buchbare Angebote | Zielgruppe: blinde und sehbehinderte Menschen
- Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud | Erweiterung der Hands On Medien für die Dauerausstellung | Zielgruppe: Kinder ab 4 Jahren

## Anlage 12: Ausstellungen 2017

- Kölnisches Stadtmuseum | drunter und drüber – der Heumarkt. Schauplatz Kölner Geschichte 3 (10.12.2016-1.5.2017) | Konrad der Große. Die Adenauerzeit in Köln 1917-1933 (1.7.-19.11.)
- Museum für Angewandte Kunst Köln | FULL House: Design by Stefan Diez (17.1.-11.6.) | ökoRAUSCH Festival für Design & Nachhaltigkeit (12.-21.5.) | Kölner Design Preis (27.10.-19.11.) | IM SPIELRAUSCH: Von Königinnen, Pixelmonstern und Drachentöttern (19.8.-4.2.2018)
- Museum Ludwig | Gerhard Richter. Neue Bilder (9.2.-1.5.2017) | Otto Freundlich. Kosmischer Kommunismus (18.2.-14.5.2017) | HIER UND JETZT im Museum Ludwig. Reena Spaulings (3.6.-1.8.) | Kunst ins Leben! Der Sammler Wolfgang Hahn und die 1960er Jahre (24.6.-24.9.) | Werner Mantz. Architekturen und Menschen (14.10.2017-21.1.2018) | James Rosenquist. Eintauchen ins Bild (19.11.2017-11.3.2018)
- Museum Schnütgen | Expedition Mittelalter. Das verborgene Museum Schnütgen (20.10.2017-28.1.2018)
- NS-Dokumentationszentrum | Jugend im Gleichschritt!? Hitlerjugend zwischen Anpassung und Widerstand (16.9.2016-12.3.2017) | Jugend- und Schülergedenktag (21.1.-5.2.) | Massenerschießungen. Der Holocaust zwischen Ostsee und Schwarzem Meer (7.4.-25.6.) | »Russenlager« und Zwangsarbeit. Bilder und Erinnerungen sowjetischer Kriegsgefangener (5.5.-25.6.) | Rassendiagnose Zigeuner – der Völkermord an den Sinti und Roma (7.6.-8.10.)
- Rautenstrauch-Joest-Museum – Kulturen der Welt | Pilgern – Sehnsucht nach Glück? (8.10.2016-9.4.2017) | Tatort Kambodscha? Einer Fälschung auf der Spur (2.6.-6.8.) | Wüste – Meer – Schöpfermythen. Aboriginal Art der Spinifex und Yolngu (10.11.2017-4.3.2018)
- Römisch-Germanisches Museum | Zerbrechlicher Luxus. Köln – Zentrum römischer Glaskunst (3.7.2016-26.3.2017) Vorzeitgeschichte(n) (1.4.-1.5.) | Pas de Deux – Römisch-Germanisches Kolumba (15.9.2017-20.8.2018)
- Wallraf-Richartz-Museum & Fondation Corboud | Die Kunst der Pause. Transparenz und Wiederholung (24.3.-11.6.) | Paris erwacht! Hittorfs Erfindung der Place de la Concorde (7.4.-9.7.) | 1917 – Erinnerungen an Luise Straus-Ernst (23.6.-10.9.) | Eine graphische Revolution. Der italienische Farbholzschnitt (22.9.2017-14.1.2018) | Heiter bis Wolkgig. Naturschauspiele in der niederländischen Malerei (1.6.2017-5.2.2018) | Tintoretto. A star was born (6.10.2017-28.1.2018)
- artothek – Raum für junge Kunst | Ulla Bönnen, There is a silver lining to every cloud (12.1.-18.2.) | Silke Bröskamp, Wir sind so weit gekommen (2.3.-15.4.) | Gerrit Frohne-Brinkmann, WE HAVE A T-REX (8.4.-24.6.) | Carolin Eidner, A Creature of Doubt and Delay (6.7.-26.8.) | Patrick Rieve (7.9.-21.10.) | René Kemp, Oh, What fresh hell is this? (2.-25.11.) | Şirin Şimşek (7.-23.12.)



## Team (Stand 31.12.2017)

### Direktion

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

### Museumspädagogik und übergreifende Kulturelle Bildung

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

### Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

- Marie-Luise Höfling (Ltg. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit)
- Waltraud Herz (Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Internet)
- Dr. Lena Weber (Werbe- und Mediaplanung, Events); seit 1.11.

### Verwaltung

- Klaus Linz (Verwaltungsleiter)
- Beate Hülsken (Verwaltungsmitarbeiterin)
- Michael Jonetz (Sachbearbeitung Museum kreativ)
- Birte Klarzyk (Sachbearbeitung NS DOK); seit 1.10.
- Regina Kühnelt (Sachbearbeitung Schulangebote)
- Melanie Krauß (Sachbearbeitung Erwachsenenangebote)
- Ulrike Michel (Sachbearbeitung Erwachsenenangebote)

### Museumsschule

- Rita Böller (für RJM)
- Björn Föll (für ML und WRM)
- Frank Hartmann (für KSM und MS)
- Anja Hild (für ML und WRM)
- Stefan Kleuver (für KSM und RGM)
- Birgit Kloppenburg (für RGM, KSM und NS DOK)
- Alexa Schink (für ML und WRM)
- Christine Wolf (für ML und WRM)

### Freiberufliche Kollegen und Honorarkräfte

Dr. Birgitt Aldermann | Recha Allgaier-Honal | Dr. Ines Bachem | Dr. Andreas Baumerich | Annette Binder | Merle Bode | Sophie-Laura Boße | Walter Bruno Brix | Annika Burbank | Dr. Till Busse | Dr. Eva-Maria Cahn | Laura Capalbo | Karina Castellini M. A. | Francis Vitalia Cuéllar Cassaretto de Kissel | Diane Ciesielski M. A. | Maurice Cox | Sonja Czoska | Pia Damm M. A. | Anna Döbelin M. A. | Nicole Dorweiler M. A. | André Dumont M.A. | Kristina Eder M. A. | Maria Eicker M. A. | Irene Ellegiers M.A. | Omar El-Saeidi | Freya Elvert | Kurt Erlemann | Dr. Jutta Ewers | Dipl.-Ing. Mareike Fänger | Corinna Fehrenbach | Patrick Fels | Katharina Feyrer | Georg Gartz | Sybille Geisel | David Gilles | Uta Deborah Gilsebach | Ilja Gold | Dr. Raymund Gottschalk | Markus Graf | Mareike Grönweg (PR und ÖA) | Dr. Hans-Jürgen Greggersen | Claudia Grötzebach M. A. | Irene Grünendahl-Schmitz | Christian Günther | Philipp Hagdorn M.A. | Anke von Heyl M. A. | Andrea Hillebrandt | Alexandra Holst | Angela Huemer | Sanae Ilies | Dulce Jimenez | Felicitas Jobs | Angelika Jung | Ute Kaldune | Rick Kam | Christina Kempcke-Richter M. A. | Sarah Keppel | Carolyn Kipper M.A. | Jennifer Kirchhoff M. A. | Hans-Peter Kirchmann | Birte Klarzyk | Regina Kluck | Aaron Knappstein | Jacqueline Knöll | Elina Knorpp | Paul Krause | Julia Kreische M. A. | Lisa Kröger M. A. | Sibylle Kroll M. A. | Ipek Sirena Krutsch | Cornelius Kückelhaus | Dr. Katja Lambert | Susanne Lang M. A. | Volker Laue | Marcus Leifeld | Silke Lemmes | Eva Lobstädt M. A. | Rosi Loos | Tina van de Luijster | Azziza Malanda M. A. | Lorena Markowitsch | Oliver Meißner | Gisela Michel M. A. | Ulrike Michel | Nico Mokros | Christina Nägler | Therese Nelles | Dr. Iris Nestler | Dr. Gaby Oepen-Domschky | Dr. Petra Oepen | Dr. Marion Opitz | Dr. Beate Ostermann | Mira Parthasarathy | Judith Patzelt | Cordula Patzig | Celeste Pfahler | Dr. Hanna Petri-Böhnke M. A. | Theda Pfingsthorn | Charlotte Pinon | Ludmilla Piters-Hofmann | Fabian Reeker | Anja Reincke | Cordula Reiter M. A. | Heike Rentrop M. A. | Giulia Repetto M. A. | Ilka Richter | Dr. Daniela Rösing | Dr. Hannelore Rose | Sonya Roushdy | Julia Rückert M. A. | Gudrun Säuberlich-Spannagel M. A. | Tilman von Schaewen | Cristine Schell | Anna Schlieck | Jochen Schmauck-Langer | Dagmar Schmidt | Hauke Schmidt | Dr. Uta Schmidt-Clausen | Marion Schulz | Rainer Schulze | Eva Schwering M. A. | Monika Schwingeler | Anna Sellmann M. A. | Dr. Masako Shôno-Sládek | Vera Sleeking | Dr. Dirk Soechting | Mara Stahl | Marius Stelzmann | Dr. Elke Stoll-Berberich | Markus Thulin M. A. | Sara Tofmachschan | Hôkô Tokoro | Dr. Alexander Vladykin | Dipl.-Ing. Martin Vollberg | Sascha Vredenburg | Katharina Wagner M. A. | Nicola Walbrecht M. A. | Kristine Walther | Ursula Werner | Martin Wieland M. A. | Renate Willmes | Waltraud Windmüller | Laura Winkler M. A. | Michael Winter | Dr. Susanne Wischermann | Dr. Antonia Wunderlich | Lili Yuan | Hartmut Zänder | Helga Zimmer

## Impressum

Jahresbericht des Museumsdienstes Köln 2017

Herausgeber: Matthias Hamann

Redaktion: Ulrich Bock

Adresse: Museumsdienst Köln

Leonhard-Tietz-Str. 10

50676 Köln

[museumsdienst@stadt-koeln.de](mailto:museumsdienst@stadt-koeln.de)

[www.museenkoeln.de](http://www.museenkoeln.de)

[www.museumdienst.koeln](http://www.museumdienst.koeln)

Fotos:

© Museum Ludwig, Cologne / Museumsdienst Köln, Photo: Nathan Ishar

Alle gezeigten Personen haben ihr Einverständnis gegeben, Fotogenehmigungen liegen im Büro Presse ab.

Wir machen Programm  
**Museumsdienst Köln**

 museumpädagogische Gesellschaft

Museen der

