

Mitteilung

öffentlicher Teil

Gremium	Datum
Ausschuss Kunst und Kultur	11.12.2018

Sachstände der Leitprojekte Dez. VII mit Stand Dezember 2018

Leitprojekt „Stärkung der freien Szene als Akteur der Stadtgesellschaft“

Das Leitprojekt umfasst bis 2021 im Wesentlichen folgende drei Zielsetzungen:

Strukturstärkung: Damit die freie Szene den Anforderungen einer diversen Stadtgesellschaft gewachsen ist und mit einem diversen Veranstaltungsangebot den Bürgerinnen und Bürger begegnen kann, muss sie gefördert und unterstützt werden, professionelle Strukturen auszubauen und zu entwickeln. Ziel der Kulturförderung der freien Szene muss daher sein, bestehende Strukturen in Köln, die ein qualitativvolles Kultur- und Kunstprogramm bieten, mit höherer Förderung zu unterstützen, um einerseits die betrieblichen Aufwendungen zu unterstützen und gleichzeitig die Kunstschaaffenden angemessen entlohnen zu können. Gleichzeitig sollen dadurch internationale Kooperations- und Netzwerkarbeit befördert werden sowie durch die Bereitstellung von kreativen Freiräumen für die freie Szene künstlerische Weiterentwicklung und künstlerisches Wagnis gefördert werden. Um dies zu gewährleisten bedarf es der Entwicklung von neuen Förderformaten. Darüber hinaus berücksichtigt das Leitprojekt eine adäquate Erhöhung der strukturellen Aufwendungen für die städtischen Atelierhäuser, die in der Verwaltung des Kulturamtes sind sowie eine Anpassung der notwendigen Personalausstattung.

Ausbau kultureller Teilhabe: Eine weitere wichtige zukünftige Herausforderung liegt zudem in dem Ausbau kultureller Teilhabe durch die Förderung zielgruppenspezifischer Ansprache und Vermittlung durch die freie Szene. Ziel muss es sein, Zugangsbarrieren, die durch kulturelle Diversität entstehen können, durch eine möglichst einfache und transparente Ansprache an die Bürgerinnen und Bürger abzubauen. Das Kulturamt sieht deshalb seine Aufgabe darin, freie Kulturinstitutionen und Künstlerinnen und Künstler in ihrer Ansprache an ein diverses Publikum zu beraten und zu begleiten.

Vereinfachung des Förderverfahrens: Ein weiteres Ziel ist eine Vereinfachung und Beschleunigung des Antrags- und Bewilligungsverfahrens, sowohl für die Antragsstellerinnen und Antragssteller als auch für die Verwaltung. Dazu ist geplant, den gesamten Förderprozess zu digitalisieren, beginnend mit der Antragsstellung.

Folgende Maßnahmen wurden 2018 zur Zielerreichung bereits umgesetzt:

Anhebung des Förderetats aus dem Leitprojekt für die freie Szene von 857.600 Euro ab 2019. Das Budget wurde 2018 gezielt für die Steigerung von ausgewählten Betriebskostenzuschüssen in allen Sparten (siehe Beschlussvorlage) sowie für höhere Projektkostenzuschüsse verwendet. Mit der Erhöhung der Betriebskostenzuschüsse konnten z.B. konzeptionelle Planungen, die bisher aus Budgetgründen nicht umgesetzt werden konnten, auf den Weg gebracht werden (Neukonzeptionierung Comedia) oder wichtige neue Förderformate (Schreibräume für Autorinnen und Autoren und Autorenstipendien, Proberäume für neue Musik) initiiert werden. Eine Planung der Budgeterhöhungen für 2019 liegt dem Ausschuss Kunst und Kultur zur gleichen Sitzung in Form einer Beschlussvorlage vor.

Einrichtung des Referates für kulturelle Teilhabe, das sich den Themen Interkultur, Inklusion und Kultur sowie Kultur und Stadtentwicklung widmet. Für 2019 ist die Erarbeitung eines Förderkonzeptes

kulturelle Teilhabe geplant, das in einem partizipativen Verfahren mit den jeweiligen Szenen erarbeitet werden soll. Hierüber liegt dem Ausschuss Kunst und Kultur in gleicher Sitzung ebenfalls eine Mitteilung vor.

Die Förderung des Kulturamtes soll durch die *Einrichtung von geänderten Förderfristen* für Projekte ab 2020 flexibler und bedarfsgerechter ausgerichtet werden. Dem Ausschuss für Kunst und Kultur liegt mit der gleichen Sitzung eine Beschlussvorlage zur Änderung der Förderfristen des Kulturamtes vor. Ziel ist es, dem Bedarf der freien Szene nach Planungssicherheit und Flexibilität in der Projektförderung des Kulturamtes gleichermaßen Rechnung zu tragen.

Die *Vereinfachung des Förderprozesses des Kulturamtes* ist Teil des Verbundprojektes der Verwaltungsreform zum Gesamtstädtischen Fördermittelmanagement. Hierzu ist u.a. eine Digitalisierung des Förderprozesses geplant. 2018 wurde mit der Konzeptionierung begonnen und bereits folgende Maßnahmen wurden umgesetzt: Sollkonzeption des Förderprozesses sowie der gesamtstädtischen IT-Strategie, Beteiligung der freien Szene an geplanten Änderungen (Design Thinking Methode).

Die *Erhöhung der strukturellen Aufwendungen* für die städtischen Atelierhäuser konnte 2018 noch nicht in gewünschtem Umfang umgesetzt werden. Aufgrund des Ressourcenengpasses bei der Gebäudewirtschaft muss die Bauunterhaltung durch das Kulturamt organisiert werden. Die sich daraus ergebenden organisatorischen und planerischen Änderungen verzögern sich, so dass dann ab 2019 der geplante Mittelabfluss erfolgen wird.

Leitprojekt „Museen, Menschen, Medien“

Das Leitprojekt „Museen, Menschen, Medien“ ist offiziell am 10.10. 2018 mit einem großen Kick Off Meeting gestartet. Bis dahin wurden die Handlungsfelder, die das Projekt umfassen wird, benannt. Die Koordination liegt bei 4522-Museumsdienst, die einzelnen Schritte werden eng mit den Museen, den museumsnahen Instituten KMB und RBA sowie VII/4 (Referat für Museumsangelegenheiten) abgestimmt.

Das Gesamtvorhaben hat folgende Ziele:

nach innen: Entlastung der Museen und Übernahme und Intensivierung bestimmter Aufgaben an zentraler Stelle

nach außen: strategische Gewinnung und Bindung von Publikum sowie Verbesserung des Images des Museumsstandortes.

Das Gesamtvorhaben setzt sich aus vier Teilprojekten (TP) zusammen:

Shared Services

Digitale Agenda für die Museen der Stadt Köln

Marketing und Kommunikation für den Museumsstandort

Bildung und Vermittlung für den Museumsstandort

Parallel werden gemeinsam von allen Museen übergreifende Themen verfolgt (Planung und Etablierung eines modernen Zentraldepots; Verbesserung der Personalausstattung; Verbesserung der baulichen Situation). Diese Themen werden von den jeweils für zwei Jahre amtierenden Sprechern der Museumsdirektoren bearbeitet. Die im Leitprojekt umzusetzenden Strategien und Maßnahmen sind nachfolgend beschrieben.

TP 1: Shared Services

Unter Shared Services sind Dienstleistungen zu verstehen, die zentralisiert und nach einheitlichen Standards umgesetzt werden. Für die Museen sollen die Bereiche Datenschutz, WLAN, Umstellung der IT-Systeme (Digitale Infrastruktur) sowie der Bereiche Vergabe und Beschaffung nach dem Prinzip der Shared Services ausgerichtet und bearbeitet werden. Hierzu sind vier Stellen eingerichtet worden. Im Einzelnen bedeutet dies:

Datenschutz: Die neuen datenschutzrechtlichen Vorgaben verlangen von den einzelnen Dienststellen einen erheblichen Arbeitsaufwand, der von jedem Haus momentan nur zu Lasten anderer Verwaltungsaufgaben erledigt werden kann. Dank einer Zentralisierung können die Museumsverwaltungen entlastet und für den Verbund der städtischen Museen ein einheitlicher Standard im Datenschutz hergestellt werden.

WLAN: Die Museen verfügen über keine ausreichende WLAN-Ausstattung. Im Zuge der Shared Services werden die entsprechenden Netze aufgebaut, die für digitale Anwendungen des Personals (in den Depots und den Ausstellungsräumen) sowie für die Besucher dienen.

Umstellung der IT-Systeme: Das Museumsnetz wird 2021 in das städtische IT-System integriert. Damit einher geht auch die Migration der Museumswebsites auf eine mit 12 abgestimmte Serverlandschaft.

Vergabe und Beschaffung: Mit der Verankerung der beiden Aufgaben in den Shared Services erfahren die Museen eine deutliche Entlastung, zugleich erfolgt eine regelkonforme Umsetzung der Vergaberichtlinien.

TP 1 hat ein bis August 2019 laufendes Vorprojekt: Die Machbarkeit eines Shared Service Centers soll geprüft und mit den Museen abgestimmt werden, zugleich sollen die notwendigen Schritte zur digitalen Umstellung der Museumskassen erfolgen (Vorbedingung zur Etablierung von eigenem Onlineticketing, E-Payment etc.)

TP 2: Digitale Agenda für die Museen

In diesem Teilprojekt ist die heterogene digitale Landschaft zu vereinheitlichen. Dies geschieht unter Beteiligung der Museen. Ziel ist die Schaffung einer homogenen Ausgabeplattform für die Objektdaten, um daraus eine Online Collection zu publizieren. An diese sind Arbeitsmöglichkeiten für Forschung und Lehre, Bildungsangebote für verschiedene Zielgruppen, aber auch Vermarktungstools anzuschließen sowie Schnittstellen in die Social Media zu schaffen. Vorbilder sind das Rijksstudio des Rijksmuseums in Amsterdam und die Online-Welt des Städel in Frankfurt, dort allerdings handelt es sich um einzelne Häuser, während in Köln der gesamte Museumsverbund vertreten sein wird (KMB und RBA mit der Datenbank Kulturelles Erbe Köln).

Um diese digitale Agenda bearbeiten zu können, ist im ersten Schritt eine Machbarkeitsstudie zur Homogenisierung der bestehenden digitalen Systeme und zur Herstellung einer Wirksamkeitskette zwischen den verschiedenen digitalen Angeboten der Einrichtungen zu erstellen. Diese Machbarkeitsstudie wird während der Vorprojektphase bis August 2019 erstellt. Hinzu kommen Pilotvorhaben, in denen Multimediaanwendungen in einzelnen Museen erprobt werden.

TP 3: Marketing und Kommunikation für den Museumsstandort

Um ein zeitgemäßes Marketing- und Kommunikationskonzept für den Museumsstandort Köln aufzubauen, wurde bei 4522-Museumsdienst eine entsprechende Abteilung gebildet, die sich seit November für die Handlungsfelder Marke (Schärfung der Dachmarke museenkoeln), Vertriebskanäle (Besucher lokal bis überregional, Tourismus), Direktmarketing (Besucherservice), Medienentwicklung (analoge/digitale Content-Entwicklung) sowie strategische Kooperationen Konzepte und Maßnahmen entwickelt und dadurch die bisherigen Tätigkeitsfelder Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie übergeordnete Werbemaßnahmen für die städtischen Museen ergänzt. Ziel ist die zielgruppenorientierte Positionierung von Museumsangeboten der Stadt Köln für die Besucher der Institutionen und Gäste der Stadt.

Als Vorprojekt entsteht die neue Publikation „museenkoeln – Das Magazin“, die zukünftig dreimal pro Jahr museale Inhalte für ein breitgestreutes Zielpublikum unter einem Leitthema aufbereitet. Heft 1 zum Thema „Aufbruch“ erscheint im März des kommenden Jahres und wird zur ITB 2019 in Berlin vorgestellt. Weiterhin wird das Thema Online Ticketing mit internationalen Vertriebspartnern konzipiert und umgesetzt.

In der neuen Abteilung wird auch das Thema von Fundraising für den Museumsstandort wahrgenommen werden. Dies ergänzt die Einwerbung von Drittmitteln seitens der Museen. Dort geschieht Sponsoring seitens der Wirtschaft (auf der Basis von gegenseitigen Leistungen), Fundraising in Form von Antragsstellungen bei Stiftungen oder Einrichtungen des Landes und des Bundes sowie das Fundraising der einzelnen Fördervereine. Übergreifend zu bearbeiten sind die Akquise von Fördermit-

teln des Landes, des Bundes, der EU und großer Stiftungen, soweit sie Maßnahmen betreffen, die für alle Museen relevant sind.

TP 4 Bildung und Vermittlung für den Museumsstandort

Im Rahmen von „Museen, Menschen, Medien“ geht es um eine breitere Öffnung der Museen auch und insbesondere durch Angebote der Kulturellen Bildung. Die zugehörigen Maßnahmen sind in TP 4 gebündelt. Es geht um den Ausbau von Outreach-Maßnahmen, um eine diversitätssensible Fortentwicklung der Vermittlungsprogramme und um die Qualitätssicherung der Bildungsprogramme.

Als Outreach-Projekte existieren bislang das mehrjährig angelegte Projekt „museumsbus.koeln“ und Programme für OGS-Einrichtungen. Die Laufzeit des Projekts museumsbus.koeln kann nun dank der Zusage des Logistik-Partners RVK (Regionalverkehr Köln GmbH) mit den bisher eingesetzten Fahrzeugen um sechs Monate verlängert werden (nun bis zum 30.06.2019 statt bis zum 31.12.2018). Danach müssen neue Fahrzeuge zum Einsatz kommen (für neue Abgasnormen zugelassen). Voraussichtlich im Mai 2019 startet das Outreachprojekt "Mobiles Museum Köln" mit der Präsentation einer mobilen Ausstellung und der Durchführung von museumspädagogischen Workshops in den Kölner Sozialräumen Finkenberg / Gremberghoven und Höhenberg / Vingst. Kooperationspartner vor Ort sind die jeweiligen Sozialraumkoordinatorinnen und Sozialraumkoordinatoren sowie Vertreterinnen und Vertreter von lokalen Schulen, Jugendzentren und Seniorenzentren. Das Projekt wird unterstützt von der Imhoff Stiftung und der Stiftung DuMont „wir helfen“.

Grundlage der diversitätssensiblen Fortentwicklung der Vermittlungsprogramme ist die Bearbeitung der Bereiche Diversity und Inklusion. Für beides sind Stellenbesetzungen im Gange, eine Umsetzung erfolgt in Quartal 1/2019. Zugehörige Maßnahmen wurden konzipiert und ab 2019 umgesetzt. In diesem Kontext ist auch das Thema Barrierefreiheit in den Museen fortzuführen. Weiterhin wurden bereits 2018 die Bildungsangebote für die Bereiche Lebenslanges Lernen und Kulturelle Bildung für die Vorschule (Kitas) intensiviert.

Teil der Qualitätssicherung der Bildungsarbeit ist die Anpassung der Honorarordnung. Dies konnte aufgrund des späten Starts der Gesamtprojekts in 2018 nicht umgesetzt werden (jetzt geplant im 1. Quartal 2019).

Zu einer breiteren Öffnung der Museen gehören auch besucherfreundliche Öffnungszeiten. Hierzu haben die Museen einen Vorschlag erarbeitet, dessen Finanzierbarkeit derzeit von VII/4 geprüft wird. Insbesondere geht es um eine Vereinheitlichung der Kernöffnungszeiten (10 bis 18 Uhr) und die Öffnung eines Hauses am Montag (Vorschlag: RGM nach Umzug an den neuen Standort).

Leitprojekt „Spartenübergreifendes Kulturmarketing“

Mit der Entwicklung eines professionellen Kulturmarketings soll die ganze Vielfalt städtischer und freier Kulturangebote über die Stadtgrenzen hinaus, aber auch innerhalb Kölns kommuniziert werden. Entsprechende Maßnahmen sollen verantwortungsvoll und intelligent für die Kölner Kultur werben und Kultur zugleich als harten Standortfaktor für das Stadtmarketing nutzen.

Die Ausschreibung für ein Kulturmarketing-Konzept ist erfolgt.

Anfang November 2018 tagte eine Juryrunde aus Vertretern der Verwaltung (Dezernat Kunst und Kultur, Kulturredaktion, Museumsdienst, Presseamt), dem Kulturrat und StadtMarketing Köln e.V. Diese Runde hat aus dem Kreis der Bewerber, die im Rahmen einer Präsentation ihr Konzept vorgestellt haben, eine Agentur ausgewählt.

Das vergabetechnische Verfahren läuft derzeit, ist aber noch nicht abgeschlossen.

Nach erfolgreicher Vergabe wird es im nächsten Jahr eine Kickoff-Veranstaltung mit den Kultur-Playern geben, bei der die nächsten Schritte erläutert werden.

gez. Laugwitz-Aulbach