

---

# **Kulturentwicklungsplanung für die Landeshauptstadt Düsseldorf**

Ergebnisprotokoll 2. Museumsworkshop  
»Der Museumslandschaft der Landeshauptstadt  
Düsseldorf ein gemeinsames Gesicht geben«  
am 26. Oktober 2016 im Kulturamt

---

Gutachten im Auftrag von

**:DÜSSELDORF**

November 2016

**Projektleitung:**

Dr. Patrick S. Föhl und Marc Grandmontagne (stellv.)

Institut für Kulturpolitik der  
Kulturpolitischen Gesellschaft

Weberstr. 59a

53113 Bonn

Internet: [www.kupoge.de](http://www.kupoge.de)



**Moderation/Protokoll:**

Dr. Patrick S. Föhl

Dipl. Pol. Alexandra Künzel

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Ziele und Methodik .....</b>	<b>4</b>
1.1	Zielsetzung des Workshops .....	4
1.2	Ablauf .....	5
1.3	Zu den Methoden .....	5
1.4	Auswertung .....	7
<b>2</b>	<b>Zentrale Ergebnisse aus den Arbeitsgruppen .....</b>	<b>8</b>
2.1	Gemeinsames Museumsdach oder -dächer? .....	8
2.2	Transformation bestehender Sichtbarkeits Elemente .....	10
2.3	Neue Sichtbarkeitsansätze .....	11
<b>3</b>	<b>Zusammenfassung und Ausblick .....</b>	<b>13</b>
3.1	Zusammenfassung.....	13
3.2	Ausblick .....	13
	<b>Quellenverzeichnis.....</b>	<b>14</b>

# 1 Ziele und Methodik

## 1.1 Zielsetzung des Workshops

Die Kulturentwicklungsplanung für die Landeshauptstadt Düsseldorf sieht als partizipativ angelegter Prozess eine Vielzahl verschiedener Beteiligungsformate<sup>1</sup> vor. Ziel des Beteiligungsprozesses ist es, die Kulturlandschaft der Landeshauptstadt Düsseldorf gemeinsam mit Kulturakteuren sowie Bürgerinnen und Bürgern zu diskutieren und für eine sich verändernde Stadtgesellschaft neu zu erschließen sowie gemeinsam Zukunftsperspektiven zu entwickeln.

Das Thema »Reform der städtischen Museumsinstitute« wird seit Jahren diskutiert und ist bis heute virulent. Zugleich zeigen die im Rahmen der KEP durchgeführten Experteninterviews und weitere Analysen auf, dass Kooperationspotenziale vor allem in den Feldern »Sichtbarkeit« und »Vermittlung« zu existieren scheinen. Diese betreffen die gesamte Museums- und Ausstellungslandschaft.

Im Rahmen des 1. Museumsworkshops, der am 14. Juni 2016 stattfand, wurden die Themen »Struktur«, »Sichtbarkeit« und »gemeinsame Stimme« als zentral herausgearbeitet.<sup>2</sup> Der 2. Museumsworkshop, dessen Ergebnisse nachfolgend skizziert werden, widmete sich vor allem der Vertiefung des Themas »Sichtbarkeit«, da hier sehr viel gemeinsames Potenzial vorhanden ist – dies bestätigen auch die Häuser. Zudem könnte eine Kooperation im Bereich der Sichtbarkeit einen ersten Baustein eines kooperativen Prozesses darstellen. Weiterhin galt es bei der Wahl des Themas zu berücksichtigen, dass der Museumsworkshop – wie der gesamte KEP-Prozess – parallel zu dem derzeit laufenden verwaltungsinternen Reformprozess »Verwaltung 2020«<sup>3</sup> stattfand. Vor diesem Hintergrund galt es, tragfähige Überlegungen anzustellen, die weitestgehend in Selbstorganisation der Institute und des Kulturdezernats/-amts umsetzbar sind (dies soll die Schaffung geeigneter Schnittstellen zwischen den beiden Prozessen jedoch nicht ausschließen<sup>4</sup>).

Zum 2. Museumsworkshop wurden alle Düsseldorfer Museen und Ausstellungsinstitute unabhängig von ihrer Trägerschaft / Zuordnung eingeladen, um sich ohne »Schere im Kopf« auszutauschen und eine offene Entwicklung von Ideen voranzutreiben. Der Einladung folgten knapp 30 Personen<sup>5</sup>.

---

1 Näheres zu Methoden und Vorgehensweise, s. <http://www.kep-duesseldorf.de/das-projekt/methoden/>.

2 S. Institut für Kulturpolitik 2016c.

3 Der Prozess Verwaltung 2020 sieht einen »Dienstbetrieb mit 20 Prozent weniger Personal als heute« vor, <https://www.duesseldorf.de/medienportal/presdienst-einzelansicht/pld/stadtspitze-stellt-projekt-verwaltung-2020-vor.html> (letzter Zugriff: 31.10.2016).

4 Eine solche Verzahnung von Prozessabläufen und -ergebnissen im Rahmen des KEP-Prozesses findet bspw. bereits mit dem Prozess »Interkulturelle Öffnung Düsseldorfer Kultureinrichtungen« statt.

5 Im Folgenden wird aus Gründen der besseren Lesbarkeit auf die gleichzeitige Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichwohl für alle Geschlechter.

## 1.2 Ablauf

Der 2. Museumsworkshop folgte diesem Ablauf:

09:00 Uhr	Begrüßung, Einführung in das Programm und kurzer Rückblick
10:00 Uhr	Arbeitsbeginn in drei parallelen Gruppen
12:00 Uhr	Vorstellung der Ergebnisse und Abschlussrunde

## 1.3 Zu den Methoden

### **Thematische Einführung und gemeinsame »Standortbestimmung«**

Nach der Begrüßung der Teilnehmenden durch Herrn Kulturdezernent Lohe warf der externe Projektleiter Dr. Patrick S. Föhl zunächst einen kurzen Blick zurück auf die Ergebnisse des 1. Museumswshops und erläuterte die Wahl des Themas »Sichtbarkeit« für den 2. Museumsworkshop. Danach stellte er mehrere Beispiele von Museumskooperationen vor (die Lübecker Museen, Kunstmeile Hamburg, Museen am Meer (Kiel) und das Museumsufer Frankfurt). Im Anschluss diskutierten die Workshopteilnehmer über die präsentierten Sichtbarkeitsbeispiele und stellten die Frage in den Raum, welche Möglichkeiten angesichts des Prozesses »Verwaltung 2020« gegenwärtig und in Zukunft zur Verfügung stünden. Im Laufe der Diskussion wurden verschiedene Vorschläge erwogen, wie eine gemeinsame Sichtbarkeitsstrategie personell aufgesetzt werden könnte (s. unten).

### **Arbeit in Kleingruppen und Ergebnispräsentation/-diskussion**

Nach der thematischen Einführung und einer sich anschließenden Diskussionsrunde wurden die Teilnehmenden gebeten, sich in drei etwa gleich große Gruppen zu formieren. Jede Gruppe erhielt dieselben Fragen bzw. Aufgaben zur Bearbeitung. Ihre Ergebnisse hielten die Gruppen auf farbigen Moderationskärtchen fest und brachten diese auf Flipchart-Papier an. Folgende Arbeitsaufträge bearbeiteten die drei Gruppen in genannter Reihenfolge:

#### 1. Gemeinsames Museumsdach oder -dächer:

Das »Museumsufer Frankfurt«, die »Lübecker Museen« oder die »Kunstmeile Hamburg« sind nur wenige Beispiele erfolgreicher Kooperationen von Museen im Feld der Sichtbarkeit / Vermittlung mit sehr unterschiedlichem Zuschnitt. Im Laufe des KEP-Prozesses sind u.a. die Themen »Museumsmeile« und »gemeinsame Sichtbarkeit« von großer Bedeutung gewesen. Vor diesem Hintergrund soll die Frage nochmals aufgerufen werden, welche gemeinsame Strategie oder ggf. Strategien für die Düsseldorfer Museen oder einen Teil davon Sinn machen würden.

## 2. Transformation bestehender Sichtbarkeitselemente:

In Düsseldorf existieren schon diverse (kooperative) Sichtbarkeitselemente. Dazu zählen z. B. die »Düsseldorfer Nacht der Museen« oder die relativ veraltete Signalisation / Beschilderung in der Altstadt. Auf Grundlage einer Bestandsaufnahme des Bestehenden soll die Weiterentwicklung dieser Ansätze bearbeitet werden. Im Mittelpunkt findet sich hier die Frage, wo und welche Veränderungsbedarfe existieren.

## 3. Neue Sichtbarkeitsansätze:

Neben bestehenden Ansätzen entwickeln sich gerade auch durch die digitalen Möglichkeiten neue Formate in der Außendarstellung sowie im Feld der Kommunikation. Es stellt sich folglich die Frage, auch gerade vor dem Hintergrund der Diskussion um ein gemeinsames Dach, welche neuen Ansätze – ggf. auch gemeinsam mit anderen Sparten – entwickelt werden sollten. Hierzu können digitale Plattformen genauso zählen wie andere innovative Formen der Publikumsansprache.

Im Anschluss an die Bearbeitung der Arbeitsaufträge stellte ein Gruppensprecher den jeweils anderen Gruppen die Ergebnisse vor. Im Zuge dessen wurden die Ergebnisse aller Gruppen seitens der Workshopteilnehmer abschließend diskutiert und (teils gemeinsam) ergänzt.



Abb.: Workshopteilnehmer bei der Gruppenarbeit (Foto © Jürgen M. Wogirz).

## 1.4 Auswertung

Im Folgenden werden die zentralen Ergebnisse aus den drei Arbeitsgruppen entsprechend der Arbeitsaufträge vorgestellt (s. Kap. 2). Die Auswertung der Ergebnisse beruht auf schriftlichen Protokollen sowie der fotografischen Dokumentation der auf den Flipcharts festgehaltenen Ergebnisse. Das Papier schließt mit einer zusammenfassenden Betrachtung des gesamten Workshops (s. Kap. 3) und kann – ebenso wie alle weiteren Dokumente aus dem KEP-Prozess – hier heruntergeladen werden: <http://www.kep-duesseldorf.de/dokumente/>.

## 2 Zentrale Ergebnisse aus den Arbeitsgruppen

### 2.1 Gemeinsames Museumsdach oder -dächer?

#### Selbstverständnis: »Kommunikative Klammer« und Netzwerkgedanke

Im Laufe des KEP-Prozesses wurden die Themen »Museumsmeile« und »gemeinsame Sichtbarkeit der Museen« immer wieder thematisiert. Vor diesem Hintergrund wurden die Workshopteilnehmer gebeten, über gemeinsame Sichtbarkeitsstrategien für die Düsseldorfer Museen nachzudenken. Als Good-Practice-Beispiele erfolgreicher Museumskooperation dienten die Lübecker Museen, die Kunstmeile Hamburg, die Museen am Meer (Kiel), das Museumsufer Frankfurt und die RuhrKunstMuseen.

In allen drei Arbeitsgruppen wurde deutlich, dass sich ein gemeinsames Dach<sup>6</sup> als kommunikative Klammer verstehen sollte, mittels derer die Museen und Ausstellungshäuser unabhängig von ihrer Trägerschaft für (Nicht-)Besucher sichtbar werden können. Ein gemeinsames Dach sollte daher die Bereiche Marketing/PR und Vermittlung unter sich vereinen und hierfür eine passende Kommunikationskultur und -struktur befördern. Diese müsse eine Bündelung der internen und externen Kommunikation – sowohl mit Kooperationspartnern<sup>7</sup> als auch mit (potenziellen) Publika – zum Ziel haben. Es bedürfe hierfür eines oder mehrerer Ansprechpartner, die u. a. als Navigatoren fungieren (s. a. Ermöglichungsstrukturen). Einig waren sich die Workshopteilnehmer darüber, dass ein gemeinsames Dach stets dem Grundsatz der »Einheit in Vielfalt« entsprechen müsse.

Neben der kommunikativen Ebene wurde auch der Vorschlag zur Einrichtung eines einrichtungsübergreifenden Ressourcenpools eingebracht, wodurch sich der Gedanke eines Netzwerks perspektivisch ausweiten ließe.

#### Gemeinsame Ermöglichungsstrukturen

Um eine dauerhafte und nachhaltige Sichtbarkeits- und Kommunikationsstrategie auf die Beine stellen zu können, waren sich die Workshopteilnehmer einig, dass die Gewährleistung einer stabilen Personalstruktur entscheidend sei. Wichtig sei hierbei insbesondere vor dem Hintergrund des Reformprozesses »Verwaltung 2020«, dass diese auf dem Engagement aller Beteiligten fuße. Es bedürfe eines fairen Stellenkonzepts, welches die individuellen Umstände der Häuser berücksichtigt. Ein konkreter Vorschlag hierzu wurde von einer Arbeitsgruppe vorgebracht: eine Stelle durch die kleinen Institute, eine Stelle

6 Die Errichtung mehrerer Museumsdächer wurde nicht erwogen bzw. nicht weitergehend verfolgt.

7 Die RuhrKunstMuseen ernennen bspw. im Turnus von zwei Jahren zwei Museumsleiter, die die Kommunikation gegenüber den Kulturämtern bündeln. Dadurch verringert sich der Kommunikationsaufwand seitens der Museen sowie der Kulturämter.



durch die großen Institute, eine Stelle durch die Stiftungen und eine Stelle durch Sachmittel. Diese gemeinsame Abteilung, so ein weiterer Vorschlag, könne im Kulturamt angesiedelt werden. Die Ansiedlung ist jedoch noch abschließend zu klären. Der erste Entwurf eines Aufgabenkatalogs für die gemeinsame Abteilung sieht folgende Aufgaben vor:

- Ansprechpartner und Schnittstelle für interne und externe Partner, insb. Museen und Ausstellungshäuser, DMT, Presse
- Betreuung des Kulturportals (hier wären dann auch Ressourcen aus anderen Kultursparten einzubringen) und/oder Museumsportals etc.
- Koordination von Kooperationen (Themen, Jubiläen)
- Koordination von Terminen (Laufzeit, Öffnungszeiten)
- Koordination eines Jour fixe für Museen und Ausstellungshäusern, die DMT und das Kulturamt zu diversen Abstimmungszwecken, z. B. abgestimmte Ausstellungsplanung und gemeinsame Formate.

### **Kulturportal und/oder Museumsportal**

Ein übersichtlicher Gesamtauftritt im Internet sollte, so das Ergebnis des Workshops, zentraler Bestandteil der gemeinsamen Sichtbarkeitsstrategie sein. Befürwortet wurde die Einrichtung eines Kulturportals, welches nicht nur Museen und Ausstellungshäuser, sondern alle Kultursparten abbilden sollte. Als Vorbild könne das »KulturPortal Frankfurt«<sup>8</sup> dienen. Überlegenswert wäre an dieser Stelle die Weiterentwicklung des bereits existierenden Kulturnavigators, der durch das Düsseldorfer Kulturleben führt. Parallel dazu könnte die Einrichtung eines eigenen digitalen Museumsportals sinnvoll sein, wie dies bspw. in Frankfurt am Main in Form der Internetpräsenz des »Museumsufers«<sup>9</sup> der Fall ist.

Das zukünftige Kulturportal sowie das Museumsportal müssten in jedem Fall zweisprachig (deutsch-englisch) oder sogar mehrsprachig konzipiert werden, auch die Berücksichtigung von Texten in »leichter Sprache« ist zu erwägen. Zudem sollten ein Veranstaltungskalender<sup>10</sup> und die Möglichkeit zur Buchung von Tickets integriert werden. Wechselnde Einblendungen einzelner Angebote/Ausstellungen könnten dazu dienen, deren Sichtbarkeit gegenüber neuen Zielgruppen zu erhöhen.

---

8 S. <http://www.kultur-frankfurt.de/> (letzter Zugriff: 02.11.2016). Das Kulturamt Düsseldorf steht mit dem Kulturamt der Stadt Frankfurt zum Zwecke eines Erfahrungsaustauschs bereits in Kontakt.

9 S. <http://www.museumsufer-frankfurt.de/> (letzter Zugriff: 02.11.2016).

10 Die Möglichkeit einer Verknüpfung mit bereits bestehenden Kalendern wie dem Veranstaltungskalender der DMT, dem Kultureventkalender NRW oder dem Eventkalender der Rheinischen Post sollte geprüft werden.

## **Mögliche Sichtbarkeitsnarrative**

Als mögliches Sichtbarkeitsnarrativ für die gesamte Museums- und Ausstellungslandschaft nannten die Workshopteilnehmer »Museen am Rhein Düsseldorf« mit Option zur schrittweisen Erweiterung um andere, am Rhein liegende Museen. Außerdem wurde die Idee einer »Straße der Romantik und Revolution« eingebracht, welche in erster Linie die Kulturinstitute auf der Bilker Straße vereinen würde. Es wurde ferner auch die Möglichkeit eines Museumsquartiers erwogen.

## **2.2 Transformation bestehender Sichtbarkeitselemente**

### **Kooperative Sichtbarkeitselemente mit digitalem Fokus**

Der Bedarf einer Überholung bzw. Transformation bestehender Sichtbarkeitselemente wurde vor allem im Hinblick auf Internetpräsenzen und -plattformen artikuliert. So seien die Kulturinstitute und andere Kulturakteure auf der städtischen Website für Kultur<sup>11</sup> gegenwärtig nur schwer zu finden, ferner seien die Homepages der Kulturinstitute unübersichtlich bzw. orientierten sich nicht ausreichend an den gängigen Nutzungsgewohnheiten. Hier äußerten einige Vertreter der Kulturinstitute den Wunsch nach mehr Autonomie bei der Gestaltung einer eigenen Homepage. Weiterhin sei, wie bereits erwähnt, vor dem Hintergrund der etwaigen Einrichtung eines Kulturportals die Umgestaltung des Kulturnavigators zu überlegen. Auch die Internetplattform »Art in Düsseldorf«, die im Rahmen der Quadriennale entstand, solle ebenfalls in die Überlegungen mit einbezogen werden.

Als weiterer Aspekt einer digitalen Sichtbarkeitsstrategie wurde die Weiterentwicklung des bisherigen d:kult-Angebots zu einer digitalen Ausstellungsstrategie (vgl. »Your Collection« des Museum of Modern Art) in Verbindung mit der Entwicklung von Dokumentationsprofilen für die einzelnen Häuser genannt.

### **Kooperatives Ticketing**

Auch für die bestehenden Kombiticket-Angebote wurde ein Transformationsbedarf lokalisiert. So müsse insbesondere die DüsseldorfCard<sup>12</sup> bekannter und sichtbarer gemacht werden. Bislang ist diese weder bei Kulturrezipienten noch bei Kulturproduzenten ausreichend bekannt, dies bestätigte sich auch im Rahmen des Workshops. Die DüsseldorfCard verbindet die Nutzung von Kulturangeboten (insb. Museen), Sport- und kulinarischen Angeboten mit der Nutzung des Öffentlichen Nahverkehrs und ist für einen, zwei oder drei Tage erhältlich. Dieses Angebot der DMT richtet sie sich in erster Linie an Touristen, könnte jedoch auch für andere Zielgruppen wie etwa neu zugezogene Düsseldorfer von Interesse sein.

---

11 S. <https://www.duesseldorf.de/kunst-und-kultur/die-duesseldorfer-kulturlandschaft.html> (letzter Zugriff: 02.11.2016).

12 S. <https://www.duesseldorf-tourismus.de/duesseldorfcard/> (letzter Zugriff: 02.11.2016).

Auch die Art:card bzw. Art:card junior<sup>13</sup>, die für die Dauer eines Jahres zum freien Eintritt in die Düsseldorfer Museen berechtigt, müsse zukünftig noch sichtbarer und attraktiver gemacht werden. Erste Ideen für eine erweiterte Nutzung sind: die Art:card als »Zahlungsmittel« bzw. zum Punktesammeln, ein Newsletter für Art:card-Inhaber oder spezielle Angebote in bestehenden Newslettern sowie Gewinnspiele o. ä. für Art:card-Inhaber.

### **Weitere kooperative Sichtbarkeits Elemente**

Auch das Wegeleitsystem zu Kulturorten bedürfe einer Überholung, so das Ergebnis des Workshops. Die Beschilderung müsse insb. in der Altstadt, aber auch im restlichen Stadtgebiet, auf den neuesten Stand gebracht und benutzerfreundlicher werden. Als Good-Practice-Beispiel wurde z. B. die Signalisation in Neuburg an der Donau angeführt. Mehr Service und Information könne bspw. auch durch zusätzliche digitale Hinweise geboten werden. Im Zuge einer Modernisierung sollte auch über Möglichkeiten der besseren Sichtbarkeit von Kulturbauten nachgedacht werden. Durch Hinweistafeln o. ä. könnte mehr Aufmerksamkeit und Interesse für die Gebäude sowie ggf. deren »Innenleben« geschaffen werden.

Weiterhin wurde die Düsseldorfer Nacht der Museen als zu transformierendes Sichtbarkeits Element angeführt. Die Veranstaltung müsse einzigartig positioniert werden und aktiver zur Publikumsgewinnung (Community/Audience Building/Empowerment) genutzt werden.

## **2.3 Neue Sichtbarkeitsansätze**

Die nachfolgend vorgestellten neuen Sichtbarkeitsansätze verstehen sich als Teile der weiter oben bereits beschriebenen gemeinsamen Sichtbarkeits- und Kommunikationsstrategie. Entscheidend für deren Umsetzung ist – so das Ergebnis des Workshops – die Begleitung der Maßnahmen durch eine personelle Struktur (s. oben).

### **Sichtbarkeitsansätze mit digitalem Fokus**

- Einrichtung eines Kulturportals und/oder Museumsportals (s. oben) inkl. App mit Beacon-Technologie<sup>14</sup>/Bündelung von Informationen und Services.
- Diffusion von Informationen auf Snapchat, Instagram, YouTube, Vimeo u. a. (ggf. durch einen gemeinsamen Kanal der Düsseldorfer Museen/Kultureinrichtungen), um Inhalte dorthin zu bringen, wo sich bereits Nutzer aufhalten.

---

13 S. <https://www.duesseldorf-tourismus.de/kunst-kultur/artcard/> (letzter Zugriff: 02.11.2016).

14 Hierbei handelt es sich um einen Sender, der mit Smartphones kommunizieren kann und den Nutzer ortsbezogen mit Informationen versorgt.

- Produktion von Clips etc. mit Schülern, Auszubildenden und Studierenden, um einen authentischen Umgang mit Inhalten und deren Vermittlung zu ermöglichen.
- Bereitstellung von WLAN in allen (städtischen) Kultureinrichtungen.

### **Sichtbarkeitsansätze für den öffentlichen Raum**

- Diffusion von Kultur-Infos an öffentlichen Orten: Flughafen, Messe, Hauptbahnhof (und bspw. Bahnhof Bilk), U-Bahnhöfen, in den KAP1-Büchereien etc.
- Ansagen zu Kultureinrichtungen/ -orten in den Verkehrsmitteln der Rheinbahn in Verbindung mit Haltestellenansage
- Ausarbeitung eines »Kultur-Stadtplans« und/oder eines Stadtplans für (romantische) Kultur-Flanierwege (Wanderwege).

### **Sichtbarkeitsansätze mit Fokus auf Kooperation**

- Aufbau überraschender Kooperationen (z. B. Aquazoo und Restaurierungszentrum)
- Internes Cross-Marketing durch Querverweise: Flyer und Poster in den jeweils anderen Häusern, Hinweise in Newslettern auf andere Häuser und deren Angebote
- Einrichtung eines Fördertopfes für Kooperationsvorhaben
- Auf Curricula basierte Kooperationsvereinbarungen mit Hochschulen/Instituten als außer-universitäre Lernorte
- Große Sichtbarkeitskampagne für »Museen und Schule«: z. B. »Schul-Tag« in Kooperation mit Schulverwaltungsamt, Direktorenkonferenz
- Gemeinsame Broschüre o. ä. aller Museen.

### **Sichtbarkeit durch Preisgestaltung und Ticketing**

- (Wieder-)Einführung des kostenfreien Eintritts in die Dauerausstellungen
- »Pay what you want« bzw. »Pay what you decide«<sup>15</sup> für Dauerausstellungen und ggf. weitere Kulturangebote
- Einführung eines »Kulturimpfpasses«.

---

15 Der Kulturnutzer legt die Höhe des Ticketpreises selbst fest. Hierbei handelt es sich um einen Ansatz, der u. a. zur Publikumsgewinnung (Audience Development/Building/Empowerment) beitragen kann. S. <http://www.internationalartsmanager.com/blog/pay-what-you-decide-make-it-work-for-you.html> (letzter Zugriff: 01.11.2016).

### **Weitere Sichtbarkeitsansätze**

- Weiterbildung für Vermittler und Kassenpersonal als Repräsentanten der Einrichtung zu Ansprechpartnern bzw. Navigatoren durch die Düsseldorfer Kulturlandschaft
- »Leichte Sprache« auf Websites und in Broschüren als Türöffner berücksichtigen.

## **3 Zusammenfassung und Ausblick**

### **3.1 Zusammenfassung**

Der Workshop machte deutlich, dass es seitens der Museen und Ausstellungshäuser die Bereitschaft und den Wunsch gibt, gemeinsam an einem Strang zu ziehen. Die aktuellen und zukünftigen Herausforderungen bedürften, so der Tenor der Workshopteilnehmer, einer gemeinschaftlichen Haltung und der verstärkten kollektiven Selbstorganisation. Dies zeigt sich sehr klar in den Überlegungen zu einer gemeinsam personell ausgestatteten »Sichtbarkeits- und Kommunikationsabteilung«, die auch vor dem Hintergrund des Reformprozesses »Verwaltung 2020« als tragfähig erscheint.

In den Museen und Ausstellungshäusern »schlummert« eine große Zahl guter Ideen und Potenziale, viele davon wurden im Rahmen von Workshops und Gesprächen bereits in den KEP-Prozess (und auch in vergangene und parallel laufende Prozesse) eingebracht. Der Aufbau einer gemeinsamen Marketingabteilung in Verbindung mit einem Jour fixe – und der entsprechende Rückhalt seitens der Kulturpolitik – sollte nun der nächste Schritt sein. Des Weiteren werden die erarbeiteten Punkte in den 3. Kulturworkshop (s. unten) und in den Abschlussbericht einfließen.

### **3.2 Ausblick**

Im Rahmen des dritten großen Kulturworkshops am 22. November 2016 können anhand der vier KEP-Handlungsfelder »Kulturpolitik, Kulturverwaltung sowie Kulturförder- und Dialogverfahren«, »Kulturelle Teilhabe«, »Sichtbarkeit« und »Modellprojekte der Transformation« alle bisherigen Maßnahmen in jeweils eigenen Inselbereichen kommentiert und ergänzt werden. Im Zuge dessen wird es auch eine Insel als »Open Space« geben. Dort besteht die Möglichkeit, zu virulenten Spezialthemen wie der Düsseldorfer Museumslandschaft die bereits erarbeiteten Maßnahmen weiter zu konkretisieren und ggf. neue Maßnahmen zu ergänzen.

## Quellenverzeichnis

### **Projektdokumente aus dem Kulturentwicklungsprozess (Berichte, Protokolle, Gutachten)**

Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (2016a): Kulturentwicklungsplanung für die Landeshauptstadt Düsseldorf. Auswertung offener Interviews. Autoren: Patrick S. Föhl und Alexandra Künzel. Online verfügbar unter: <http://www.kep-duesseldorf.de/dokumente/>.

Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (2016b): Kulturentwicklungsplanung für die Landeshauptstadt Düsseldorf. Auswertung leitfadengestützter Experteninterviews. Autoren: Patrick S. Föhl und Alexandra Künzel. Online verfügbar unter: <http://www.kep-duesseldorf.de/dokumente/>.

Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (2016c): Kulturentwicklungsplanung für die Landeshauptstadt Düsseldorf. Workshop »Kooperative Entwicklung der Museumslandschaft der Landeshauptstadt Düsseldorf«. Autorin: Lara Buschmann. Online verfügbar unter: <http://www.kep-duesseldorf.de/dokumente/>.

Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (2016d): Kulturentwicklungsplanung für die Landeshauptstadt Düsseldorf. Fotodokumentation Schülerworkshop in der Joseph-Beuys-Gesamtschule in Düsseldorf-Oberbilk. Autoren: Patrick S. Föhl und Dinah Bielicky. Online verfügbar unter: <http://www.kep-duesseldorf.de/dokumente/>.

Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (2016e): Kulturentwicklungsplanung für die Landeshauptstadt Düsseldorf. Ergebnisprotokoll Auftakt-Kulturworkshop. Autoren: Patrick S. Föhl und Alexandra Künzel. Online verfügbar unter: <http://www.kep-duesseldorf.de/dokumente/>.

Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (2016f): Kulturentwicklungsplanung für die Landeshauptstadt Düsseldorf. Explorative Netzwerkanalyse zur Visualisierung von Kommunikations- und Kooperationsstrukturen im Kulturbereich. Autor: Dr. Robert Peper. Arbeitsdokument, in Kürze online verfügbar.

Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (2016g): Kulturentwicklungsplanung für die Landeshauptstadt Düsseldorf. Zentrale Eckdaten der Kulturpublikumsentwicklung. Autor: Robert Peper. Arbeitsdokument, in Kürze online verfügbar.

Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (2016h): Kulturentwicklungsplanung für die Landeshauptstadt Düsseldorf. Ergebnisprotokoll 2. Kulturworkshop, inkl. erster Maßnahmenkatalog. Autoren: Alexandra Künzel und Patrick S. Föhl. Online verfügbar unter: <http://www.kep-duesseldorf.de/dokumente/>

Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (2016i): Kulturentwicklungsplanung für die Landeshauptstadt Düsseldorf. Ergebnisprotokoll Bürgerwerkstatt. Autoren: Patrick S. Föhl und Alexandra Künzel, in Kürze online verfügbar.

Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (2016j): Workshop »Kulturamt der Zukunft«. Autoren: Patrick S. Föhl und Alexandra Künzel. Arbeitsdokument, in Kürze online verfügbar.

Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft (2016l): Studierenden-Workshop an der Hochschule Düsseldorf. »Kunst und Kultur im Wandel – Perspektiven transformativer Kulturentwicklung in der Landeshauptstadt Düsseldorf«. Autoren: Patrick S. Föhl und Alexandra Künzel. Arbeitsdokument, in Kürze online verfügbar.