



Museumsentwicklungsplan Dortmund 2024



Strategie und Maßnahmen | März 2024



## **3 x 3 THESEN ZUR ZUKUNFT DER MUSEEN**

### **DEINE MUSEEN**

1. Die Museen der Stadt Dortmund stellen konsequent ihr Publikum in den Mittelpunkt ihrer Museumsarbeit. Sie unterstützen die Stadtgesellschaft dabei, *ihre* Museen nach *ihren* Bedürfnissen zu nutzen und mit zu gestalten.
2. Die Museen der Stadt Dortmund reagieren mit ihren Angeboten auf die Interkulturalität und Diversität der Gesellschaft, den Inklusionsanspruch und die Auflösung des traditionellen Bildungskanons. Mit ihren Angeboten wirken die Museen identitätsstiftend und fördern das Soziale in der Kultur.
3. Die Museen der Stadt Dortmund machen ihren Besucher\*innen ein an deren Interessen orientiertes Ausstellungs- und Vermittlungsangebot und bieten eine Plattform für den kulturellen Austausch. Die Museen wenden bei der Neuakzentuierung kultureller Bildung bewährte und innovative museale Formate und Methoden an. Allen Bildungsangeboten liegen wissenschaftliche Fakten zu Grunde.

### **IN DEN MUSEEN**

4. Die Museen der Stadt Dortmund übernehmen die Verantwortung für Erhalt, Pflege und wissenschaftliche Erforschung ihrer Sammlungen. Sie arbeiten bei der Kulturgutbewahrung im Sinne zukünftiger Generationen und folgen den Standards der ICOM. Zentrale Aufgaben sind die Erfassung sowie die Aufbewahrung unter konservatorisch angemessenen Bedingungen.
5. Die Museen der Stadt Dortmund entwickeln ihre Häuser kontinuierlich und zielgerichtet weiter. Sie gehen dabei verantwortungsvoll mit ihren räumlichen, technischen, finanziellen und personellen Ressourcen um und beachten die Anforderungen der Nachhaltigkeit, der Ökologie sowie des Umwelt- und Klimaschutzes.
6. Die Museen der Stadt Dortmund orientieren sich in allen Arbeitsbereichen an den Bedürfnissen ihrer Mitarbeiter\*innen. Sie sichern eine positive und kreative Arbeitsatmosphäre, reagieren auf Personalengpässe und hinterlegen neue Aufgabenfelder mit ausreichend Personalstellen.

### **FÜR DIE MUSEEN**

7. Die Museen der Stadt Dortmund stärken die Bedeutung und Stellung von Bildung und Vermittlung und den damit beschäftigten Personen in den Organisationsstrukturen und Betriebsabläufen. Dazu sind sie auch zu systemischen Reformen bereit.
8. Die Museen der Stadt Dortmund verstehen die Neuakzentuierung ihrer Bildungsangebote als innovatives Alleinstellungsmerkmal, mit dem sie die kulturelle Resonanz und den gesellschaftlichen Zusammenhalt verstärken. Sie begreifen diese Aufwertung von Bildung und Vermittlung als ihren Markenkern.
9. Die Museen der Stadt Dortmund werden in ihrer Entwicklung durch die Verwaltung und eine aktivierende Kulturpolitik unterstützt. Die kommunale Kulturpolitik gewährt den Museen die notwendigen Freiräume und überträgt ihnen die zur Bewältigung ihrer spezifischen Aufgaben erforderlichen Verantwortungsbereiche.

## HANDLUNGSFELDER

### 1. Deine Museen. Besucher\*innenorientierung

Die Museen in Dortmund nehmen einen vollständigen Paradigmenwechsel vor. Im Zukunftskonzept stehen die Besucher\*innen im Zentrum der Museumsarbeit. Statt Museen „für“ Besucher\*innen zu bieten, sollen sie „für, mit und von“ den Besucher\*innen gedacht und entwickelt werden. Die Museen bieten Plattformen für gesellschaftliche Diskurse im Rahmen ihrer Vermittlungs- und Bildungsarbeit. Dazu verstärken sie ihr Personal und nehmen eine systemische Transformation ihrer organisatorischen Strukturen vor.

#### 1.1. Gesellschaftlicher Diskurs

##### *Museen werden Orte des aktiven gesellschaftlichen und kulturellen Diskurses*

- Die Museen bieten Raum für eine aktive Auseinandersetzung mit aktuellen Fragen der Zeit. Sie stehen der Stadtgesellschaft offen und verstehen sich als Partner für externe Gruppierungen und Akteur\*innen, die sie bei ihren Anliegen unterstützen. Die Museen überschreiten dabei auch die thematischen Grenzen einer klassisch-musealen Geschichts-, Kunst- und Naturbetrachtung.
- Die Museen führen die Teildiskurse der individualisierten, diversen und transkulturell geprägten Stadtgesellschaft in ihren Programmen zusammen und positionieren sich als kollektive Denk- und Erfahrungsräume. Damit tragen sie zur Stärkung des gesellschaftlichen Zusammenhalts bei.
- Die Museen strukturieren gesellschaftliche Diskussionen mit faktenbasierten Programmbeiträgen, die auf wissenschaftlichen Forschungsergebnissen beruhen.
- Die Museen setzen bei ihren Programmen auch auf neue Formate und Methoden. Die Dynamik gesellschaftlicher Diskussionen muss sich in der Programmgestaltung der Museen widerspiegeln. Die Museen entwickeln dazu auch experimentelle Angebote, bei denen auch ein Scheitern möglich und gestattet ist.
- Die Museen kommunizieren mit der Stadtgesellschaft offen und auf Augenhöhe. Sie bemühen sich um eine verständliche Aufbereitung von Inhalten und geeignete sprachliche Ausdrucksweise.

#### 1.2. Teilhabe

##### *Teilhabe wird als Pfeiler der Museumsarbeit verankert*

- Die Museen gehen auf Gruppen und Multiplikator\*innen in der Stadtgesellschaft zu und beteiligen sie aktiv an der Museumsarbeit, um unterschiedliche gesellschaftliche Impulse und Perspektiven in die musealen Planungen einbeziehen zu können.
- Durch kontinuierliche Publikumsbefragungen, qualitative Evaluationen, partizipative Formate und Interviews mit Nichtbesucher\*innen werden die Angebote der Museen laufend überprüft und können im Sinne der Besucher\*innen stetig weiterentwickelt werden.
- Alle künftigen Projekte und Maßnahmen werden einer Eignungsprüfung unterzogen und danach bewertet, ob sie im Interesse des Publikums sind und dessen soziale und kulturelle Bedürfnisse berücksichtigen. Die Eignungsprüfung erlaubt die Priorisierung von Projekten.
- Alle Museen identifizieren jeweils primäre Zielgruppen, die sie mit ihrer Arbeit und ihren Angeboten vorrangig ansprechen möchten. Sie stehen im Mittelpunkt von Aktivitäten und Planungen.

### **1.3. Systemische Transformation**

#### ***Museen passen ihre Strukturen an die Aufgaben an***

- Die Museen richten ihre Finanz- und Personalpolitik sowie ihre Raumplanungen auf die künftige Publikumsorientierung hin aus. Dazu wird der Bereich Bildung und Vermittlung in den Häusern aufgewertet, es werden neue Personalstellen geschaffen, die Schwerpunkte der Budgetplanung angepasst und Richtlinien für zukunftsorientierte Fort- und Weiterbildungen des Personals erstellt.
- Mitarbeitende im Bereich Bildung und Vermittlung werden in alle Entscheidungsprozesse der Museen mit einbezogen. Das betrifft mittel- und langfristige Ziele und Maßnahmen für die Orientierung und Weiterentwicklung der Häuser ebenso, wie kurzfristige Entscheidungen zum Programmangebot.
- In der Programmplanung erhält die Vermittlung größtmögliche Freiheit sowie ein eigenes Budget.

## 2. In den Museen. **Effizienz und Ressourcenschonung**

Die Weiterentwicklung der Dortmunder Museen erfolgt verantwortungsvoll und nachhaltig. Die Museumsstandorte reagieren auf inhaltliche Lücken und schließen sie.

Ihren Kernaufgaben im Hinblick auf die Erfassung, Erhaltung und wissenschaftliche Erforschung ihrer Sammlungsbestände kommen die Museen in vollem Umfang nach. Ein investiver Ausbau dieses Tätigkeitsbereichs erfolgt maßvoll und bedarfsorientiert.

### 2.1. Sammlungen

- Die Sammlungsbestände bilden eine zentrale Säule der Dortmunder Museen. Die Objekte sind Eigentum der Stadt und ihrer Bürger\*innen und müssen daher sorgsam bewahrt und gepflegt werden. Zu dieser Verantwortung stehen die Museen und beachten alle entsprechenden Standards.
- Die städtischen Museen führen ihre Sammlungen zusammen und bewahren sie sicher und konservatorisch angemessen in einem neuen Zentraldepot auf.
- Das Zentraldepot generiert künftig Synergien im Museumsbetrieb, etwa in der Energiebilanz oder beim Personal durch die Bündelung von Depotaufgaben (z.B. Monitoring / Restaurierung).
- Die Museen legen ihre Sammlungspolitik für die kommenden Jahre durch Sammlungskonzepte fest, die insbesondere auch den weiteren Sammlungsausbau und Strategien des Entsammelns regeln.
- Im Bereich Sammlungspflege treffen die Museen ihre Entscheidungen nach Kriterien der Effizienz und Dringlichkeit. Das gilt insbesondere für die Erfassung noch nicht inventarisierter Bestände. Dafür erstellen die Museen einen priorisierten Handlungsfahrplan, der Maßnahmen nach Notwendigkeiten wertet. Ziel ist es, die museale Arbeit in höchster Qualität weiterzuentwickeln und dabei Ressourcen zu schonen.
- Die Museen bemühen sich darum, deponierte Sammlungsbestände öffentlich sichtbar zu machen und nutzen dazu insbesondere digitale Möglichkeiten. Sie orientieren sich dabei an ihren finanziellen und personellen Kapazitäten.

### 2.2. Museen und Standorte

Die Stadt Dortmund hat in den zurückliegenden Jahren in erheblichem Maße in ihre musealen und museumsähnlichen Einrichtungen investiert und weitere Investitionen für die kommenden Jahre auf den Weg gebracht. Damit unterstreichen Stadt und Kulturpolitik ihr besonderes Interesse und Engagement für die städtische Museumslandschaft. Der Erfolg, den diese Investitionen nach sich ziehen, zeigt sich bereits am zuletzt sanierten und neu aufgestellten Naturmuseum, das sich zu einem der beliebtesten städtischen Häuser mit weit über 100.000 Besucher\*innen im Jahr entwickelt hat.

Diese zukunftsgerichtete Museumspolitik setzt die Stadt auch künftig fort. Dabei werden alle derzeit bestehenden Museen weiter gestärkt und gezielt auf ihre Publikumsorientierung hin umstrukturiert: Konzentration und Bündelung der Mittel und Kräfte statt Ausweitung und Diversifizierung der Standorte und Angebote bei gleichbleibenden Ressourcen.

**Das Naturmuseum** behält konsequent den Kurs als niedrigschwelliges Museumsangebot für breite Bevölkerungskreise mit lokalem / regionalem Schwerpunkt bei. Familien und Kleingruppen in der Freizeit sowie Schulklassen sind wesentliche Zielgruppen, die in der Ausstellung mit interaktiven Angeboten angesprochen werden. Sie können an vielfältigen und individuellen Erlebnis-, Vermittlungs- und Bildungsangeboten teilnehmen. Damit entspricht das Museum bereits jetzt wesentlichen Aspekten des geforderten Paradigmenwechsels, der in der gesamten städtischen Museumslandschaft eine konsequente Besucher\*innenorientierung anstrebt. Eine Aufstockung des Vermittlungspersonals ist erforderlich, um dem wachsenden Besucher\*innenzustrom zu entsprechen.

**Das Westfälische Schulmuseum** richtet sich beim aktuellen Umbau deutlich auf Schulklassen als Zielpublikum aus. Der Paradigmenwechsel hin zu verstärkter Besucher\*innenorientierung ist damit bereits angelegt und muss im künftigen Betrieb konsequent umgesetzt werden. Das Schulmuseum überzeugt bereits heute mit einer überregionalen Anziehungskraft und soll sich künftig verstärkt auch als vitales und aktivierendes Kulturangebot im Nahraum (Stadtteil) profilieren.

**Die Mahn- und Gedenkstätte Steinwache** erhält eine neue Dauerausstellung, die konsequent den Haftort in den Mittelpunkt rückt, sowie einen Erweiterungsbau, der die Möglichkeiten der Vermittlungs- und Bildungsarbeit insbesondere mit Gruppen deutlich verbessern wird. Die Bauplanung sieht die dafür nötigen Funktionsräume vor. Damit leitet die Gedenkstätte eine fortschrittliche, besucher\*innenorientierte Entwicklung ein, die den Paradigmenwechsel der städtischen Museumslandschaft kennzeichnet. Ein Namenswechsel sollte die Stärkung der Bildungsarbeit, gegenüber der Mahnung und des Gedenkens, auch nach außen deutlich zu Ausdruck bringen.

**Das mondo mio Kindermuseum** erhält im geplanten neuen Eingangszentrum zum Westfalenpark neue Räume, in denen das Museum die erfolgreiche Ansprache von Kindern als Zielgruppe unter deutlich verbesserten räumlichen und technischen Bedingungen fortsetzen kann. Damit wird das Profil des Museums als innovativer und partizipativer Erlebnisort gestärkt. Die organisatorische Einbindung in die Sport- und Freizeitbetriebe isoliert die Mitarbeitenden des mondo mio Kindermuseums vom Fachkollegium der in den Kulturbetrieben vertretenen städtischen Museen. Die Stadtverwaltung wird daher aufgefordert, die mittelfristige Einbeziehung des mondo mio Kindermuseums in die Zuständigkeit der Kulturbetriebe zu prüfen.

**Das Museum Ostwall (MO) im Dortmunder U** ist ein kultureller Leuchtturm der Stadt und wird als solcher konsequent weiter ausgebaut. Das Museum und seine Kunstsammlung sind Teil des Dortmunder U, das sich als Zentrum für Kunst, Kultur und Kreativität begreift. Das MO konzentriert sich auf die moderne und zeitgenössische Kunst Dortmunds, bietet aber auch darüber hinausweisende Ausstellungsprojekte von landes- und bundesweiter Strahlkraft. Das Dortmunder U muss zur Erfüllung dieser Aufgaben eine hohe Aufenthaltsqualität im Gebäude und auf dem Gelände anstreben.

- Die Besucher\*innen sollen das Dortmunder U als kulturelles Gesamtangebot wahrnehmen. Die Differenzierung der enthaltenen Institutionen in unterschiedlichen Trägerschaften wird daher nicht forciert. Stattdessen wird eine konsequent an der Dachmarke orientierte, gemeinsame Besucher\*innenansprache vorgebracht. Das Gesamtprogramm soll sich wechselseitig ergänzen.

- Zur Vervollständigung des Gesamterlebnisses und zur Steigerung der Aufenthaltsqualität ist ein geeignetes gastronomisches Angebot unabdingbar. Ausstellungsbesucher\*innen benötigen einen Cafébetrieb im Erdgeschoss, der während der Öffnungszeiten des Gebäudes die Grundversorgung sicherstellt. Das Restaurant auf dem Dach (Brauturm) kann davon unabhängig auch weiterhin als Event-Location fungieren.
- Im Erdgeschoss des Dortmunder U wird ein attraktiver Museumsshop eingerichtet und betrieben.
- Auch auf dem Vorplatz und im Umfeld des Museums wird die Aufenthaltsqualität erhöht. Dazu geeignet ist eine attraktive Anlage, die Sitzmöglichkeiten ebenso umfasst wie einen Pavillon mit Kiosk. Da die laufenden Bauarbeiten die Aufenthaltsqualität im Museumsumfeld stark beeinträchtigen, sollen sie zügig zu Ende geführt werden.
- Der Restaurantbereich im Keller des Gebäudes hat sich als nicht wirtschaftlich erwiesen. Daher soll der Gastraum künftig kulturell genutzt werden und einer zusätzlichen musealen oder museumsähnlichen Einrichtung zur Verfügung stehen. Geprüft werden die Unterbringung des Bereichs „Digitale Kultur“, des Brauereimuseums oder eines Comic-Museums (siehe unten).
- Das Museum Ostwall setzte seine Dauer- und Sonderausstellungen zur Kunst des 20. und 21. Jahrhunderts mit lebensnahen Bezügen und in Zusammenarbeit mit der Stadtgesellschaft fort. Dabei schöpft das MO auch sein Potenzial für Ausstellungen von überregionaler und nationaler Strahlkraft aus.

**Der schauraum comic & cartoon** bleibt unter den aktuellen Bedingungen als Ausstellungsfläche gegenüber dem Hauptbahnhof bestehen. Räumliche, personelle, organisatorische und strategische Veränderungen sind zur Weiterführung des aktuellen Wechselausstellungskonzepts nicht notwendig.

- Die Möglichkeit zur Übernahme einer bedeutenden Comic-Sammlung würde die Voraussetzungen grundlegend verändern. Aus dem „schauraum“ würde dann ein Museum mit eigenem Sammlungsbestand erwachsen, über dessen Standort und organisatorische Anbindung neu verhandelt werden müsste. Der Verbleib im Geschäftsbereich Dortmunder U wäre nur dann zielführend, wenn das Museum auch im Gebäude des Dortmunder U untergebracht würde. Bei einem Standortwechsel scheint die Einbindung in den Geschäftsbereich Museen angemessen.

**Das MKK** entwickelt sich – analog dem neu gestalteten Naturmuseum – zu einem Pfeiler des musealen Angebots für die Dortmunder Stadtgesellschaft. Im MKK soll die Zusammenarbeit mit Communitys, Gruppen, Initiativen und Einzelpersonen ein Höchstmaß an Partizipation anstreben. Darüber hinaus soll die Attraktivität des großen Hauses massiv erhöht werden. Unumgänglich ist dazu eine klarere Strukturierung der inhaltlichen Themen und eine umfassende Modernisierung des Gebäudes, der Gebäudetechnik, der Räumlichkeiten und ihrer Funktionen sowie sämtlicher Ausstellungen. Inhaltlich ruht das MKK auf zwei Säulen: einer ästhetisch-künstlerischen und einer stadtgeschichtlichen, die bis in die Gegenwart reicht.

- Für die Stadtgeschichte wird ein neuer Ausstellungs- und Schauraum im Löwenhof auf der gegenüberliegenden Seite der HansasträÙe mit einer NutzfläÙe von 1.500 m<sup>2</sup> bis 2.000 m<sup>2</sup> eingerichtet. Die FläÙe befindet sich im Erdgeschoss, ist barrierefrei, minimiert jede Art von Hemmschwellen und präsentiert sich maximal offen. Die AusstellungsfläÙe beherbergt eine innovative und multimediale Präsentation, die einen Überblick zur geschichtlichen Entwicklung der Stadt Dortmund seit ihren Anfängen bietet. Die Präsentation sieht ihre Aufgabe nicht in der Ausstellung von Exponaten, sondern setzt verstärkt auf unterhaltsame, interaktive und inklusive Informationsangebote (Edutainment). Sie ist flexibel und lässt auch Raum für Interventionen und neue Themen. Außerdem ist sie Ausgangspunkt für (geführte) Stadterkundungen und personale Vermittlungsprogramme. Auf zusätzliche Funktionsräume (z.B. zur Vermittlung) wird verzichtet. Sie werden im MKK vorgehalten. Zur Leitung des Ausstellungs- und Schauraums wird eine Vermittlungsstelle eingerichtet. Sie wird inhaltlich von der zugeordneten Kurator\*innenstelle im MKK unterstützt.
- Der ästhetisch-künstlerische Themenschwerpunkt, der den Großteil der Sammlung des MKK ausmacht, verbleibt im Hauptgebäude HansasträÙe 3. Dort werden „ästhetische Universen“ aus allen Epochen der Kunst- und Kulturgeschichte bis hin zur Gegenwart präsentiert. Durch die Auslagerung der Büroräume der Mitarbeitenden und die Verbringung von Sammlungsgut und Räumen zur Sammlungspflege ins neue Zentraldepot stehen den Themenschwerpunkten im MKK künftig neu beispielbare, großzügige FläÙen zur Verfügung. In den Ausstellungsbereichen sollen zudem speziell ausgewiesene FläÙen für wechselnde Interventionen und Sonderpräsentationen vorgehalten werden. Diese können auch zur Präsentation der Ergebnisse neuer, partizipativer Museumsprojekte genutzt werden. Eine große WechsellausstellungsfläÙe ermöglicht zudem die Präsentation umfangreicher Sonderausstellungen. Die Rotunde wird zur zentralen Plattform für stadtgeseÙschaftliche Diskurse, Veranstaltungen und größere Vermittlungsformate. Für die Arbeit mit Gruppen und Schulklassen werden weitere Vermittlungsräume im Gebäude untergebracht. Auch ein gastronomisches Angebot soll im MKK wieder etabliert werden.
- Das Hauptgebäude des MKK und die externe AusstellungsfläÙe im Löwenhof werden im Straßenraum erkennbar miteinander verzahnt, um Besucher\*innen visuell den Zusammenhang der beiden Standorte zu signalisieren und ihnen Orientierung beim Wechsel zwischen den Standorten zu bieten.

**Das Deutsche Kochbuchmuseum** wird ins MKK integriert. Die Bibliothek des DKM wird gemeinsam mit der Bibliothek des MKK öffentlich zugänglich gemacht. Zugleich wird der Name aufgegeben. Zur Vermittlung des Sammlungsbestands setzt das MKK vornehmlich auf inklusive und interaktive Angebote zum Themenfeld Ernährung und daran anschließende Aspekte, wie Nachhaltigkeit oder Diversität. Bei der personellen Besetzung der Leitungsstelle für diese Abteilung des MKK stehen Vermittlungskompetenzen im Vordergrund. Bei der anstehenden Sanierung des MKK sind Räumlichkeiten (Küche, Gastraum) für interaktive Angebote im Themenfeld Ernährung vorzusehen. Zu prüfen sind Synergien mit einer künftigen Museumsgastronomie im MKK.



**Das Brauereimuseum** ist am aktuellen Standort in seiner Entwicklung gehemmt. Barrierefreiheit, Vermittlungsangebote, personelle Betreuung etc. lassen der Standort und das komplexe Betriebskonstrukt kaum zu. Weitere Investitionen, z.B. zur Erneuerung der mittlerweile veralteten Dauerausstellung, sind nicht zukunftsorientiert. Es gilt daher, neue Standortoptionen für den mittelfristigen Umzug des Museums zu prüfen, z.B. in den Keller des Dortmunder U (siehe oben), oder aber das Angebot eines eigenständigen Brauereimuseums einzustellen, die Sammlung zurück ins MKK zu überführen und das Thema Bier künftig im Schauraum zur Stadtgeschichte sowie in Sonderausstellungen zu behandeln.

**Das Kindermuseum im Adlerturm** spricht seine Zielgruppen trotz erheblicher baulicher Einschränkungen (Barrierefreiheit, Fluchtwege, Besuchsobergrenzen) hervorragend an und generiert beachtliche Besuchszahlen. Dazu tragen insbesondere das niedrigschwellige Angebot, die konsequente Publikumsorientierung und die klare Zielgruppenansprache (Kinder) bei. Es soll geprüft werden, welche Möglichkeiten zur Behebung der baulichen Nachteile bestehen – insbesondere im Hinblick auf einen Vermittlungsraum, der größere Gruppen fasst. Außerdem soll das Museum mit einer eigenen Leitungsstelle ausgestattet werden, die ausdrücklich aus dem Bereich Vermittlung besetzt wird.

**Das Hoesch-Museum** wird gezielt zu einem Stadtteilmuseum in der Nordstadt weiterentwickelt. Die identitätsstiftende Anknüpfung an das Unternehmen Hoesch wird gelockert und durch eine offenere Kommunikation ersetzt. Der inhaltliche Schwerpunkt verschiebt sich von der Industrie-, Stahl- und Kohlegeschichte weg, hin zu einer sozialgeschichtlicheren Ausrichtung, die die Arbeiter\*innen, die Gesellschaftsstrukturen und den Strukturwandel im Umfeld des Industriestandorts in den Blick nimmt. Damit wird die Besucher\*innenansprache verbreitert. Das Hoesch-Museum wird zugleich aus dem engen Verbund mit dem MKK gelöst und analog zum Westfälischen Schulmuseum zu einem eigenständigen Museum im Geschäftsbereich aufgewertet. Die neue Selbstständigkeit bildet sich auch personell ab. Es wird eine neue Vermittlungsstelle geschaffen. Langfristig wird die Vereinsträgerschaft aufgelöst und das Museum in die Kulturbetriebe der Stadt übernommen.

**Das Aufgabenfeld Kunst im öffentlichen Raum** wird zu einer eigenen Abteilung im Geschäftsbereich Museen aufgebaut. Die Abteilung übernimmt dazu neben der aktuellen Haupttätigkeit im Bereich Vermittlung auch die Aufgabengebiete Erhalt und Restaurierung sowie die inhaltliche Weiterentwicklung der Kunst im öffentlichen Raum von Dortmund. Die entsprechenden Verantwortlichkeiten werden aus den bisherigen Strukturen herausgelöst und den Kulturbetrieben zugeordnet. Die Verknüpfung mit einem dort künftig angesiedelten Liegenschaftsamt für Kulturimmobilien ist denkbar.

**Das Nahverkehrsmuseum Mooskamp** wird als vereinsbetriebenes Museum dabei unterstützt, zur IGA 2027 mit einer attraktiven Ausstellung in seinem neuen Gebäude und auf dem Freigelände aufwarten zu können. Bei der Ausstellung zur „Mobilität im Wandel“ handelt es sich um ein Ausstellungsformat, das mit Hilfe historischer Objekte den ÖPNV (v.a. die Straßenbahn) thematisiert und zugleich informativ und interaktiv zukunftsorientierte Mobilitätskonzepte präsentiert. Damit widmet sich das Vereinsmuseum einem Themenfeld, das jede Großstadt gleichermaßen betrifft und das keine spezifische Signifikanz für Dortmund aufweist. Somit spricht aktuell auch wenig dafür, das Nahverkehrsmuseum aus seiner Vereinsträgerschaft zu lösen und in die kommunalen Kulturbetriebe zu integrieren. Die anlassbezogene Ausstellung „Mobilität im Wandel“ und das dafür instandgesetzte Freigelände können durch den Verein auch nach dem Ende der IGS 2027 weiter betreut werden.

### 2.3. Organisationsstruktur

#### **Stärkung der Eigenverantwortung der Museen in Aufgabenbereichen mit museumsspezifischen Herausforderungen**

Die Anforderungen an Kultureinrichtungen, insbesondere an Museen, sind hochgradig spezifisch und erfordern spezielle Sach- und Fachexpertise. Das betrifft bauliche Belange ebenso, wie technische Einrichtungen, IT-Lösungen oder die Kommunikation mit der Öffentlichkeit. Vielfach sind die besonderen Anforderungen der Museen daher nur schwer in allgemeinen Verwaltungsstrukturen zu integrieren. Den Kulturbetrieben soll daher vermehrt die Verantwortung für solche spezifischen Aufgaben übertragen werden. Der Aufbau einer IT-Abteilung hat bereits begonnen. Sie wird sich auch den technischen Herausforderungen bei der Inventarisierung der Museumsobjekte annehmen. In vergleichbarer Weise übernehmen die Kulturbetriebe bzw. die Geschäftsbereiche auch Verantwortung für ihre Immobilien (spezifische Bauaufgaben und Betrieb) sowie für Marketing und der Kommunikation.

#### **Einrichtung einer Leitungsstelle für den Geschäftsbereich Museen und Besetzung mit einer Persönlichkeit, die über Managementfähigkeiten verfügt**

Der Geschäftsbereich Museen bündelt aktuell sieben Museen mit inhaltlich und organisatorisch höchst unterschiedlichen Ausrichtungen und Anforderungen. Um das komplexe Konstrukt zu leiten und den geforderten Paradigmenwechsel hin zu einer verstärkten Besucher\*innenorientierung voranzubringen, ist eine eigene Leitungsstelle erforderlich. Diese widmet sich der Steuerung des Geschäftsbereichs, wozu insbesondere die Umsetzung des MEP und die strategische Weiterentwicklung der Museumslandschaft gehören.

#### **Weiterentwicklung des Hoesch-Museum zu einem eigenständigen Stadtteilmuseum mit eigenen Budgetmitteln im Geschäftsbereich Museen**

Das Hoesch-Museum braucht als Stadtteilmuseum in der Nordstadt ein höheres Maß an Eigenverantwortung. Um der künftigen Rolle gerecht werden zu können, ist die selbstständige Entwicklung von neuen Projekten mit einem eigenen Budget erforderlich. Das Hoesch-Museum wird daher aus der Zuordnung zum MKK gelöst und analog zum Westfälischen Schulmuseum selbstständig. Es untersteht dann unmittelbar der Leitung des Geschäftsbereichs Museen.

#### **Verstärkung der Personaldecke im Bereich Bildung und Vermittlung durch die Schaffung neuer Stellen vorrangig in diesem Bereich**

Innerhalb der musealen Organigramme werden die Bereiche Bildung und Vermittlung gestärkt. Sie erhalten deutlichere Mitsprache- und Entscheidungsbefugnisse, bestimmen mit über die zukünftige Entwicklung der Museen, über neue Projekte, die Stellenbesetzung sowie die Verwendung von Mitteln bzw. ihre Verteilung an einzelne Bereiche. Sie erhalten Budgethoheit, die die Entwicklung auch innovativer und experimenteller Projekte und Angebote für die im Sinne des Paradigmenwechsels notwendige Ansprache der Stadtgesellschaft ermöglicht. Konkret werden zunächst die notwendigen Leitungsstellen für das Kindermuseum Adlerturm und den neuen Ausstellungs- und Schauraum zur Stadtgeschichte mit Personen aus dem Vermittlungsbereich besetzt. Auch die Betreuung der Bibliothek des

Deutschen Kochbuchmuseums wird künftig vornehmlich unter Gesichtspunkten der Vermittlung erfolgen. Das Naturmuseum und das Hoesch-Museum bedürfen zur Erfüllung ihrer Bildungsaufgaben zusätzliche Stellen für die Vermittlung.

### **Benennung von Diversitätsagent\*innen, die die Diversifizierung der Belegschaft voranbringen**

Die Diversifizierung der Belegschaft in den Museen ist eine Aufgabe aller Mitarbeitenden. „Diversitätsagent\*innen“ sollen zudem dabei helfen, die Museen noch gezielter für das Thema zu sensibilisieren. Sie werden in den einzelnen Museen ernannt und fungieren sie neben ihrer Haupttätigkeit als Ansprechpartner\*innen für Diversität. Sie werden bei Personalentscheidungen und Neubesetzungen hinzugezogen und bieten Fortbildungen für die Museumsmitarbeiter\*innen zum Thema an. Zudem investieren die Museen in die Ausbildung von Mitarbeiter\*innen, die zur Diversifizierung der Museumsteams beitragen können, etwa durch eine entsprechende Besetzung von Volontariatsstellen.

### **Einrichtung eines zentralen Besuchsservice mit digitalem Buchungs- und Ticketsystems und eines Datenpools für externe Guides**

Im Dortmunder U und im Geschäftsbereich Museen wird jeweils ein zentraler Besuchsservice geschaffen, der Besuchs- und Buchungsanfragen bearbeitet und Auskünfte erteilt. Der Besuchsservice koordiniert auch die Museums-Guides und bucht deren externen Dienstleistungen. Zum Service gehört auch ein digitales Buchungs- und Ticketsystem, das Besucher\*innen erlaubt, sich online zu Veranstaltungen und Führungen anzumelden und zugleich Veranstaltungs- sowie Museumstickets zu lösen. Im Sinne der Besucher\*innen wird geprüft, ob dieses Buchungssystem von allen Museen unabhängig von ihrer Verwaltungszuordnung angeboten werden kann. Dabei wird auch die Mahn- und Gedenkstätte Steinwache berücksichtigt.

### **Aufbau einer museumseigenen Belegschaft mit Kassen- und Aufsichtskräften (Museumsservice)**

Die Rekrutierung von geeignetem Kassen- und Aufsichtspersonal ist eine Herausforderung. Bei der Beauftragung externer Anbieter fehlen den Museen Möglichkeiten zu einer direkten Einflussnahme auf die externen Kräfte und den externen Kräften fehlt die Bindung an das Haus sowie Wissen über die präsentierten Inhalte. Bei der Beschäftigung von Festangestellten ist die Flexibilität in der Personalpolitik beschränkt. Dennoch wird der Aufbau eines Mitarbeitendenpools mit Kassen- und Aufsichtskräften unter dem Stichwort „Museumsservice“ innerhalb der Geschäftsbereiche Museen und Dortmunder U unter Einbeziehung der Mahn- und Gedenkstätte Steinwache empfohlen. Dabei ist auf die ausreichende Qualifikation und Motivation der Beschäftigten zu achten.

### 3. Für die Museen. **Autarkie und Aktivierung**

Um die Umsetzung des geforderten Paradigmenwechsels effizient bewältigen zu können, erhalten die Museen größere Spielräume für eigenverantwortliches Handeln. Spezifische museale Herausforderungen gehen sie eigenständig an.

Die Kommunalverwaltung und ihre Abteilungen stellen Schnittstellen zu den Museen bereit. Sie aktivieren und unterstützen die Transformation der Museumslandschaft gemäß der konkreten Bedarfe der einzelnen Museen.

#### 3.1. Bildungs- und Vermittlungsarbeit

- Die Museen der Stadt Dortmund räumen im Zuge des Paradigmenwechsels den Arbeitsbereichen Bildung und Vermittlung eine größere und zentrale Bedeutung ein. Das spiegelt sich auch in den Organigrammen der Museen wider; Mitarbeitende aus dem Bereich Bildung und Vermittlung werden auf verantwortungsvollen Leitungspositionen eingesetzt.
- Die Stadt Dortmund fordert den Fachbereich Schule zur Zusammenarbeit mit den Bereichen für Bildung und Vermittlung in den Museen auf. Der Fachbereich unterstützt die Museen bei der Entwicklung von passgenauen Angeboten für Schulen mit dem Ziel, regelmäßiger Klassenbesuche in den Museen.

#### 3.2. Kommunikation und Marketing

- Die Museen der Stadt Dortmund stellen ihren publikumsorientierten Ansatz offensiv in den Mittelpunkt von Marketing und Kommunikation. Sie profilieren sich über ihre ausgeprägte Publikumsorientierung. Damit setzen sich die Dortmunder Museen an die Spitze eines kulturellen Transformationsprozesses.
- Ein professioneller Marketingprozess soll den Paradigmenwechsel der Museen begleiten, um ihre ausgeprägte Besucher\*innenorientierung als Markenkern in der Gesellschaft zu positionieren. Dazu werden ggf. unter Einbeziehung externer Fachleute spezifische Marketingkonzepte erarbeitet.
- Mit der Stadtgesellschaft kommunizieren die Museen klar, konkret und auf Augenhöhe. Sie sorgen für Transparenz gegenüber Partner\*innen, dem Publikum und der Öffentlichkeit und verwenden verständliche Formulierungen in allen Kommunikationsmedien. Damit setzen sie die 2019 begonnene und kulturpolitisch mitgetragene Öffnung der Museen durch die Abschaffung des Eintrittspreises konsequent fort.
- Die Kommunikation der Museen mit der Stadtgesellschaft wird intensiviert. Dazu müssen die Museen selbstständig agieren und reagieren und Inhalte auch kurzfristig auf verschiedenen Kanälen (print, digital, social media, Presse) kommunizieren können. Die Museen erhalten dafür eigene, fachlich qualifizierte Personalstellen. Ihre internen Kommunikations- und Entscheidungsprozesse mit den relevanten Schnittstellen zur Öffentlichkeit regeln die Museen individuell. Die Mahn- und Gedenkstätte Steinwache wird dabei mitberücksichtigt.

- Die Museen richten Schnittstellen zu den zentralen Verwaltungsinstanzen ein und nutzen sie für ihre Kommunikationsstrategie. Sie speisen kommunale Stellen mit Informationen. Schnittstellen zum zukünftigen Amt für Marketing und Kommunikation gewährleisten, dass die Museen auch im Stadtmarketing und in der städtischen Kommunikation verankert sind und präsent bleiben. Aus den Schnittstellen resultierende Synergien werden von Seiten der Museen eingefordert und genutzt.

### 3.3. Nachhaltigkeit

- Die Museen verstehen sich als Mitwirkende an der nachhaltigen Stadtentwicklung der Stadt Dortmund und liefern dazu ihren spezifischen Beitrag. Dies gilt insbesondere auch für den Umgang mit den Museumsgebäuden und deren Optimierung im Hinblick auf Klimaschutz. Ihre konkreten Nachhaltigkeitsziele entwickeln die Museen für ihre jeweiligen Standorte und stimmen die gemeinsame Zielorientierung mit den anderen Häusern ab.
- Um den spezifischen Anforderungen an die Museumsgebäude und Depots gerecht werden zu können, bedarf es geeigneter Planungs- und Kontrollprozesse im Betrieb sowie bei Sanierungen, Neu- und Umbauten. Dazu soll eine spezialisierte Liegenschaftsverwaltung für die musealen Immobilien und andere Kulturbauten (inkl. Kunst im öffentlichen Raum) innerhalb der Kulturbetriebe der Stadt Dortmund eingerichtet und personell ausgestattet werden.
- Die Museen berücksichtigen Aspekte des Klimaschutzes und der Nachhaltigkeit in allen Phasen ihrer täglichen Arbeit, etwa bei der Auswahl und Konzeption von Ausstellungsthemen, bei ressourcenschonenden Ausstellungsproduktionen und der Ausgestaltung der Vermittlungs- und Bildungsangebote. Dabei suchen die Museen nach Möglichkeiten der Zusammenarbeit zur Effizienzsteigerung.

### 3.4. Digitalisierung

- Digitalisierung spielt bei der Transformation der Museumslandschaft eine zentrale Rolle. Die Museen formulieren und priorisieren ihre Ziele, die mit der Digitalisierung erreicht werden sollen, und identifizieren die spezifischen Anforderungen. Die technische Umsetzung wird durch die IT-Abteilung innerhalb der Kulturbetriebe geplant.
- ⊖ Damit die Museen das durch die Digitalisierung erzeugte Potenzial in allen Arbeitsbereichen, insbesondere in der Vermittlungs- und Bildungsarbeit und bei der Kommunikation mit den Besucher\*innen nutzen können, sind mehr und unabhängige Handlungsspielräume notwendig. Unter Beachtung der zentralen IT-Sicherheit ist dafür der Aufbau eines dem städtischen Netz parallel gelagerten „Museumsnetzes“ anzustreben.
- Zur Entwicklung der Fachkompetenzen in den digitalen Bereichen werden die Mitarbeitenden in den Museen regelmäßig geschult und über aktuelle Entwicklungen informiert. Ziel ist es, die Potenziale der Digitalisierung in allen musealen Arbeitsbereichen optimal zu nutzen.

## MASSNAHMEN

Aus Leitzielen und Handlungsfeldern werden konkrete Maßnahmen abgeleitet. Deren Umsetzung liegt zum einen in den Händen der Museen und ihrer Mitarbeitenden und zum anderen im Kompetenzbereich der Kommunalpolitik. Nur gemeinsam kann Maßnahmenkatalog abgearbeitet werden.

### 1. Deine Museen – Besucher\*innenorientierung

#### 1.1 Gesellschaftlicher Diskurs

Nr.	Konkrete Maßnahmen
1.1.1.	Kontaktaufnahme und -pflege zu gesellschaftlichen Gruppierungen und Akteur*innen (Community Kampagnen)
1.1.2.	Entwicklung neuer und innovativer Programmangebote zu aktuellen gesellschaftlichen Diskursen unter Einbeziehung externer Akteur*innen sowie auf Grundlage wissenschaftlicher Forschungsergebnisse

#### 1.2. Teilhabe

Nr.	Konkrete Maßnahmen
1.2.1.	Erstellung eines Konzepts zur kontinuierlichen Evaluation der Interessen und Bedarfe der Besucher*innen (z.B. Befragungen, Beobachtungen, Reaktionen, Netzwerk Bürger*innenbeirat), ggf. unter Hinzuziehung von externen Fachleuten
1.2.2.	Erarbeitung eines Kriterienkatalogs mit Checkliste zur Besucher*innenorientierung als Entscheidungsgrundlage für die Umsetzung von Projekten
1.2.3.	Erarbeitung einer Methodik zur Entwicklung von Projektvorschlägen mit dem Publikum
1.2.4.	Identifizierung und Festlegung der primären Zielgruppen in den Dortmunder Museen

#### 1.3. Systemische Transformation

Nr.	Konkrete Maßnahmen
1.3.1.	Entwicklung von konkreten Konzepten in allen Museen zur Stärkung des Bereichs Bildung und Vermittlung (Personalbedarf, Raumbedarf, Budgetbedarf, Organigramm)
1.3.2.	Neustrukturierung der Budgetverwaltung in den Museen unter Berücksichtigung der Besucher*innenorientierung
1.3.3.	Bereitstellung von Bildungs- und Vermittlungsbudgets zur Entwicklung eigenständiger Projekte
1.3.4.	Gezielte Fortbildungen für die Museumsmitarbeitenden zur Förderung von Kompetenzen in den Bereichen Diversität, Digitalität und Partizipation; Berücksichtigung neuer Kompetenzen bei Neueinstellungen

## 2. In den Museen – Effizienz und Ressourcenschonung

### 2.1 Sammlungen

Nr.	Konkrete Maßnahmen
2.1.1.	Fortführung der Planungen für das neue Zentraldepot; Bau und Einrichtung des Gebäudes; Einbringung der Sammlungen und Inbetriebnahme
2.1.2.	Erarbeitung zielgerichteter Sammlungskonzepte für alle Dortmunder Museen unter Berücksichtigung der Publikumsorientierung bei der Sammlungsarbeit; Einhaltung einer strikten Sammlungsdisziplin bei regelmäßiger Überprüfung der Sammlungspraktiken
2.1.3.	Vereinheitlichung der Inventarisierungsprogramme aller Dortmunder Museen
2.1.4.	Erreichen eines Inventarisierungsstandes, der den Umzug der Sammlungen ins Zentraldepot erlaubt (ggf. mit Unterstützung befristeter Personalstellen für die Inventarisierungsmaßnahmen)
2.1.5.	Fortführung der Sammlungsdigitalisierung zur Verbesserung der öffentlichen Zugänglichkeit
2.1.6.	Zur Inbetriebnahme des Zentraldepots Aufbau der Depotverwaltung durch Einrichtung von mindestens zwei neuen Personalstellen (Verwaltung und Technischer Dienst)

### 2.2. Museen und Standorte

Nr.	Konkrete Maßnahmen
	<b>Naturmuseum</b>
2.2.1.	Einrichtung einer neuen Personalstelle im Bereich Bildung und Vermittlung
	<b>Westfälisches Schulmuseum</b>
2.2.2.	Fertigstellung der Sanierungsmaßnahme und Neueinrichtung der Ausstellung
2.2.3.	Erarbeitung eines Veranstaltungsprogramms für Schulklassen und Bürger*innen im Stadtteil Marten
2.2.4.	Umwidmung einer wissenschaftlichen Personalstelle zu einer Personalstelle für Bildungs- und Vermittlungsarbeit (ggf. in Leitungsfunktion)
	<b>Mahn- und Gedenkstätte Steinwache</b>
2.2.5.	Erstellung des Anbaus mit Veranstaltungs- und Vermittlungsraum
2.2.6.	Neueinrichtung der Dauerausstellung
2.2.7.	Prüfung der Möglichkeiten zu einer Umbenennung der Einrichtung mit Blick auf die Intensivierung der Bildungs- und Vermittlungsarbeit
	<b>mondo mio Kindermuseum</b>
2.2.8.	Konzeption und Gestaltungsplanung der neuen Dauerausstellung unter Beteiligung externer Fachleute
2.2.9.	Umzug ins neue Eingangszentrum des Westfalenparks Einrichtung der neuen Dauerausstellung
2.2.10.	Prüfung einer organisatorischen Eingliederung des mondo mio Kindermuseums in den Geschäftsbereich Museen bei den Kulturbetrieben der Stadt Dortmund
	<b>Museum Ostwall im Dortmunder U</b>
2.2.11.	Zügiger Abschluss der Baumaßnahmen im Umfeld der Terrasse des Dortmunder U
2.2.12.	Attraktive Außengestaltung mit hoher Aufenthaltsqualität, wie z.B. Möblierung der Terrassenfläche mit Sitzgelegenheiten und Kiosk o.ä.

2.2.13.	Planung, Konzeption und Einrichtung eines Museumsshops im EG inkl. Betriebskonzept
2.2.14.	Planung und Einrichtung eines Tagescafés im EG inkl. Betriebskonzept
2.2.15.	Prüfung alternativer musealer Nutzungen für den Gastraum im Kellergeschoss
	<b>schauraum comic &amp; cartoon</b>
2.2.16.	Prüfung der Optionen und Folgen für den Standort und die strukturelle Einbindung in den Geschäftsbereich des Dortmunder U bei Übernahme der Comic-Sammlung A. Braun; bei Standortwechsel ggf. strukturelle Einbindung in den Geschäftsbereich Museen
	<b>Museum für Kunst und Kulturgeschichte</b>
2.2.17.	Herstellung von Planungssicherheit bezüglich der Sanierung des Löwenhofs unter Berücksichtigung eines ebenerdigen Ausstellungsraums für die Stadtgeschichte (ca. 1.500 m <sup>2</sup> )
2.2.18.	Entwicklung eines Ausstellungs- und Vermittlungskonzepts für eine multimediale und interaktive Präsentation zur Stadtgeschichte mit geeigneten Informationsangeboten (Edutainment)
2.2.19.	Einrichtung einer Personalstelle für die Leitung der stadtgeschichtlichen Präsentation mit Schwerpunkt auf Vermittlungs- und Bildungsarbeit
2.2.20.	Erarbeitung eines Leitbilds und eines innovativen Museumskonzepts für das MKK
2.2.21.	Entwicklung eines Funktionsflächen- und Sanierungskonzepts in Zusammenarbeit mit einem Architekturbüro für das Hauptgebäude
2.2.22.	Sanierung des Hauptgebäudes und Ertüchtigung der technischen Ausstattung
2.2.23.	Überplanung des Straßenraums im nördlichen Abschnitt der HansasträÙe
	<b>Deutsches Kochbuchmuseum</b>
2.2.24.	Angliederung der Bibliothek des DKM an die Fachbibliothek des MKK mit öffentlicher Nutzbarkeit
2.2.25.	Erarbeitung von Angeboten (z.B. Ausstellungen, Workshops etc.) zu den Themenfeldern „Ernährung, Genuss, Nachhaltigkeit, Diversität“ innerhalb des Gesamtprogramms des MKK
	<b>Brauereimuseum</b>
2.2.26.	Erarbeitung konkreter Entwicklungsoptionen bzw. -varianten von der Standortverlagerung bis Rückführung der Bestände ins MKK
	<b>Kindermuseum im Adlerturm</b>
2.2.27.	Einrichtung einer Personalstelle für die Leitung mit Schwerpunkt in der Vermittlungs- und Bildungsarbeit
2.2.28.	Herstellung von Barrierearmut in Teilbereichen des Museums
2.2.29.	Überprüfung von Optionen zur Schaffung eines barrierefrei zugänglichen Raums für Vermittlungsarbeit (z.B. Pavillon)
2.2.30.	Prüfung eines Neubaus / Anbaus für die Nutzung als Foyer, für Veranstaltungs- und Vermittlungszwecke und zur barrierefreien Erschließung des Turms und seiner Ausstellungsebenen
	<b>Hoesch-Museum</b>
2.2.31.	Einrichtung einer Personalstelle für Vermittlungs- und Bildungsarbeit
2.2.32.	Ausweisung eines Raums für Vermittlungsarbeit
	<b>Kunst im öffentlichen Raum</b>
2.2.33.	Das Aufgabenfeld Kunst im öffentlichen Raum wird zu einer eigenen Abteilung im Geschäftsbereich Museen aufgebaut
2.2.34.	Identifizierung der zur Pflege der KiöR nötigen Sachaufgaben und Verlagerung der Personalstellen zur neuen Abteilung
	<b>Nahverkehrsmuseum Mooskamp</b>
2.2.35.	Entwicklung und Umsetzung einer interaktiven Ausstellung „Mobilität im Wandel“ für die IGA 2027



### 2.3. Organisationsstruktur

Nr.	Konkrete Maßnahmen
2.3.1.	Ausbau der IT-Abteilung bei den Kulturbetrieben und Qualifizierung im Hinblick auf museale Aufgaben
2.3.2.	Einrichtung einer Abteilung für die Kultur-Immobilien bei den Kulturbetrieben mit Expertise für die speziellen Anforderungen an die die Weiterentwicklung und Bestandspflege der Kulturbauten, insbesondere der Museen
2.3.3.	Einrichtung einer übergeordneten Leitungsstelle für den Geschäftsbereich Museen in den Kulturbetrieben und Besetzung mit einer Persönlichkeit mit Managementenerfahrung
2.3.4.	Ausgliederung des Hoesch-Museums aus dem Verbund mit dem MKK und Etablierung als eigenverantwortlich agierendes Museum analog zum Schulmuseum. Perspektivische Übernahme der Trägerschaft durch die Stadt Dortmund.
2.3.5.	Ernennung von Diversitätsagent*innen in den Museen, die auf Diversität in der Personalpolitik achten
2.3.6.	Einrichtung von Personalstellen für einen zentralen Besuchsservice der Museen bei den Zentralen Diensten und im Dortmunder U
2.3.7.	Einrichtung eines geeigneten digitalen Buchungssystems für die Anforderungen der Museen in Dortmund (ggf. zusammen mit einer eigenen Museumswebsite)
2.3.8.	Prüfung der Realisierbarkeit eines kommunalen Museumsservice mit festangestellten Kassen- und Aufsichtskräften

### 3. Für die Museen – Autarkie und Aktivierung

#### 3.1 Vermittlungs- und Bildungsarbeit

Nr.	Konkrete Maßnahmen
3.1.1.	Überarbeitung der Organigramme in den Museen im Hinblick auf eine Aufwertung der Stellen für Bildung und Vermittlung innerhalb der Hierarchien
3.1.2.	Einrichtung einer direkten Kontaktstelle zwischen den Dortmunder Museen und dem Fachbereich Schule (Dezernat 4)

#### 3.2. Kommunikation und Marketing

Nr.	Konkrete Maßnahmen
3.2.1.	Erarbeitung eines umfassenden Marketingkonzepts (ggf. durch externe Fachleute) für die Museen im Geschäftsbereich
3.2.2.	Einbeziehung der Mahn- und Gedenkstätte Steinwache in das Marketingkonzept
3.2.3.	Überprüfung und ggf. Korrekturen aller Kommunikationsmedien im Hinblick auf Verständlichkeit der Sprache und Inhalte
3.2.4.	Einrichtung einer direkten Kontaktstelle zwischen den Museen und dem Amt für Marketing und Kommunikation (Dezernat 1)

#### 3.3. Nachhaltigkeit

Nr.	Konkrete Maßnahmen
3.3.1.	Durchführung von Stromverbrauchs- und Klimadatenmessung an den einzelnen Museumsstandorten zur Ermittlung grundlegender Daten und des konkreten Handlungsbedarfs
3.3.2.	Inanspruchnahme einer professionellen Energieberatung für Bestandsbauten ohne kurzfristige Sanierungsaussicht (z.B. Adlerturm, Hoesch-Museum, MKK) zur Ermittlung von Einsparmöglichkeiten und zur Erstellung einer CO <sub>2</sub> -Bilanz
3.3.3.	Durchführung eines internen Nachhaltigkeitschecks zur Ermittlung von Optimierungspotentialen, ggf. unter Hinzuziehung von Fachleuten
3.3.4.	Schulungen der Mitarbeiter*innen zur Sensibilisierung für nachhaltiges Handeln

#### 3.4. Digitalisierung

Nr.	Konkrete Maßnahmen
3.4.1.	Erarbeitung einer Digitalisierungsstrategie auf Grundlage von priorisierten Digitalisierungszielen
3.4.2.	Aufbau eines unabhängigen IT-Netzes für die Museen durch die IT-Abteilung der Kulturbetriebe
3.4.3.	Weiterbildung des Museumspersonals zur IT-Nutzung und Datensicherheit

© Alle Rechte vorbehalten.

Dr. J. Ramming, M.A. | D. Stonus, M.A.  
Schießhausstraße 15 97072 Würzburg

**frank**konzept

... neuer Schub für die Kultur.

