

Museum Ludwig

Projekte und Maßnahmen

Projekt im Jahr 2020

Im ganzen Haus bzw. in den Wechselausstellungsräumen wird die Sammlung aus vielfältigen Perspektiven neu betrachtet und präsentiert.

- Highlights wie die Werke der Pop Art, des Expressionismus oder von Pablo Picasso
- Bereiche der Sammlung, die sich im Depot befinden und seltener, vielleicht bisher noch nie gezeigt worden sind.

Maßnahmen:

- Konzeptionelle Mitarbeit aller Kuratorinnen und Kuratoren
- Zeit für die Recherche, für das Studium der vielen tausend Arbeiten
- Intensive Restaurierung vieler Werke.

Projekte bis 2021

Zwei Ausstellungen von Privatsammlungen, die der Sammlung des Museum Ludwig (teilweise) als Schenkung übertragen wurden und werden.

Zur Kontextualisierung der Sammlung zählt auch die kunsthistorisch- technische Untersuchung auf Authentizität: In einer Ausstellung im 2019/ 2020 werden die Ergebnisse unserer Untersuchungen bei unserer Sammlung der Russischen Avantgarde gezeigt: Original und Fälschung.

Querschnittshemen und Maßnahmen

Einige der von genannten „Querschnittsthemen“ sind für das Museum Ludwig sehr relevant.

Diese sind vor allem:

- **Inklusion (und Demographie)**
Wir haben die Agentur „Eine Welt der Vielfalt“ beauftragt, mit unserem Team einen Workshop „Diversity-Grundlagentraining“ zu machen, der die Wertschätzung jeglicher Differenz betont. Der zweitägige Workshop findet im September 2017 statt.

Das Museum Ludwig bewirbt sich anschließend 2018 bei der Bundeskulturstiftung für das Projekt 360° - Fonds für Kulturen der neuen Stadtgesellschaft -, um über einige Jahre einen Diversitätsagenten einzustellen.
- **Internationalität**
Das Museum Ludwig ist ein *International Player* und setzt seine Kooperationen mit Museen und Künstlern in aller Welt fort - mit zunehmend globaler Ausrichtung. Auch der wachsende Tourismus prägt unsere Arbeit.
- **Partizipation und Teilhabe/ Vermittlung**
Übersetzung von Wandtexten auf arabisch
Flyergestaltung in „einfachem Deutsch“
Einrichtung eines interaktiven PopLab neben der PoP Art Sammlung
- **Soziale Medien/ Digitalisierung**
Sämtliche Informationen müssen schnell und praktisch auffindbar sein.
Die Websites müssen interaktiv sein und ständig aktualisiert werden.

Zusatzprogramme, die junge Zielgruppen über soziale Netzwerke wie Facebook, Twitter oder Youtube erreichen.

Das Museum Ludwig bietet ihren Besuchern und Besucherinnen den Service, ein Onlineticket als Eintrittskarte über KölnTicket zu erwerben. Dieser Service wird zunehmend in Anspruch genommen. Für die Entwertung dieser Onlinetickets ist ein Scanner notwendig, der ausschließlich von DERTICKETSERVICE.DE GmbH & Co. KG leihweise für einen monatlichen Mietpreis von 36 Euro zur Verfügung gestellt werden kann. Es erscheint dringend notwendig, dass alle Kölner Museen diesen Service der Onlinebuchung anbieten und ein von KölnTicket unabhängiges Online-Verfahren eingerichtet wird.

- **Marketing**

Konzeption und Umsetzung der regelmäßiger projektspezifischer Kommunikationsmaßnahmen sowie die inhaltliche Betreuung der laufenden Publikationen.

Darüber hinaus müssen weiterhin für das Museum bedeutend wichtige öffentlichkeitswirksame Aufgaben im Rahmen der Kooperationsvereinbarungen mit Sponsoren und auch Partnerschaften im Bereich Kulturtourismus kontinuierlich erledigt werden.

Für die Umsetzung und Organisation aller Marketingaktivitäten für die Ständige Sammlung und die Sonderausstellungen muss ein ausreichendes Budget zur Verfügung gestellt werden.