

Das relevante Museum

Zukunft
kollaborativ
entwickeln

r März bis
November 2026

Ein Programm für Museumsteams
aus Deutschland, Österreich
und der Schweiz



NORDMETALL
Stiftung

SKKG
Stiftung für Kunst,
Kultur und Geschichte

r M Das relevante
Museum



Willkommen im Programmjahr 2026

**Das relevante Museum – kollaborativ die Zukunft
von Museen entwickeln**

Liebe Kolleginnen und Kollegen, willkommen zu einem neuen Jahr von „Das relevante Museum!“

2025 haben wir gemeinsam beachtliche Wegstrecken zurückgelegt – real, digital und gedanklich. Würden wir all unsere Wege zu Workshops, Treffen und Exkursionen summieren, käme wohl eine Tour quer durch Europa zusammen. Die Evaluation zeigt: Diese Wege haben Spuren hinterlassen. Viele von euch fühlen sich fachlich gestärkt, strategisch klarer und als Teil eines Netzwerks, das trägt. Das freut uns.

2026 öffnen wir das Fenster noch weiter und starten mit einer inspirierenden neuen Jahreskuratorin: Julie Aldridge.

Julie zählt zu den profiliertesten Stimmen der internationalen Kulturpraxis. Sie denkt strategisch, fragt beharrlich nach Wirkung und bringt einen publikumsorientierten Blick mit, der Mut und Neugier fördert. Mit ihr wollen wir zentrale Zukunftsfragen diskutieren: Wie bleibt ein Museum relevant? Wie entsteht eine lebendige Organisationskultur? Welche Experimente bringen uns näher zu den Menschen, für die wir arbeiten?

Neu begrüßen wir im Netzwerk das Kunstmuseum/die Kunsthalle Appenzell,

das Sust Museum Horgen, die Kunsthalle Emden sowie das Heimatschutzzentrum in der Villa Patumbah Zürich. Vier Häuser, die frische Perspektiven, neue Fragen und wertvolle Impulse in das Programm einbringen werden.

Ob wir 2026 erneut so viele Kilometer sammeln wie im letzten Jahr, bleibt offen. Sicher ist: Wir setzen auf Denkbewegungen, Kooperationswege und Aha-Momente, die uns und unsere Institutionen weiterbringen.

Wir freuen uns auf ein Jahr voller gemeinsamer Experimente, produktiver Irritationen und inspirierender Begegnungen. Auf ein Jahr der Relevanz, der Offenheit und des Lernens – willkommen 2026!

Euer Projektteam

Das relevante Museum

**Kirsten Wagner,
Katja Stark und Sandra Richter**
NORDMETALL-Stiftung

**Andreas Geis
und Christine Müller Stalder**
Stiftung für Kunst, Kultur und Geschichte
(SKKG)

Unser Kompass

Kollaborativ die Zukunft der Museen entwickeln

„Das relevante Museum“ ist unser Netzwerk, Wissenstransfer- und Transformationsprogramm. Gemeinsam haben wir das Ziel, für möglichst viele unterschiedliche Menschen bedeutungsvolle Museumserfahrungen zu kreieren. Wir setzen uns dafür ein, dass Museen wichtige Orte des Gemeinwohls bleiben und sich weiterentwickeln. Dabei orientieren wir uns an der ICOM Museumsdefinition von 2022*: Diversität, Inklusion und das Schaffen von Zugehörigkeit gehören zu unserem Grundverständnis.

Worauf wir achten

Damit unser Programm ein inspirierender Raum für alle bleibt, legen wir gemeinsam Wert darauf, dass ...

- wir kontinuierlich, selbstverantwortlich und aktiv mitgestaltend am Programm teilnehmen und uns bei Abwesenheit vertreten lassen,
- wir in den Teams Menschen aus unterschiedlichen Abteilungen und Verantwortungsebenen zusammenbringen,
- wir wohlwollend, wertschätzend und empathisch, mit aufrichtigem Interesse, aufeinander zugehen,
- wir miteinander einen sicheren, vertrauensvollen Raum schaffen, in dem wir gemeinsam Erfahrungen sammeln, diese teilen und uns gegenseitig inspirieren,
- wir offen für Neues sind und uns auf Experimente einlassen und aus ihnen lernen,
- wir im Scheitern eine Chance des Lernens und Verstehens sehen und offen über Hindernisse und Sackgassen sprechen,
- wir uns gegenseitig ermutigen, uns Zeit für Selbstreflexion im Prozess zu nehmen,
- wir Erfolge teilen und gemeinsam feiern.

*„Ein Museum ist eine nicht gewinnorientierte, dauerhafte Institution im Dienst der Gesellschaft, die materielles und immaterielles Erbe erforscht, sammelt, bewahrt, interpretiert und ausstellt. Öffentlich zugänglich, barrierefrei und inklusiv, fördern Museen Diversität und Nachhaltigkeit. Sie arbeiten und kommunizieren ethisch, professionell und partizipativ mit Communities. Museen ermöglichen vielfältige Erfahrungen hinsichtlich Bildung, Freude, Reflexion und Wissensaustausch.“ – ICOM Museumsdefinition von 2022, deutsche Fassung von 2023

TEILNEHMENDE MUSEEN IM PROGRAMMJAHR 2026

1. Altonaer Museum, Hamburg
2. Bernisches Historisches Museum
3. Deichtorhallen Hamburg
4. Heimatschutzzentrum in der Villa Patumbah, Zürich
5. Kunsthalle Bremen
6. Kunsthalle Emden
7. Kunsthalle Wilhelmshaven
8. Kunstmuseum/Kunsthalle Appenzell
9. Museum für Hamburgische Geschichte
10. Museum für Kunst & Gewerbe Hamburg
11. Museum Obwalden
12. Salzburger Freilichtmuseum
13. Stiftung Schleswig-Holsteinische Landesmuseen Schloss Gottorf
14. Stiftung Stadtmuseum Berlin
15. Sust Museum Horgen
16. Vorarlberg Museum, Bregenz
17. Weserburg Museum für moderne Kunst, Bremen

Programmtragende Stiftungen

18. Stiftung für Kunst, Kultur und Geschichte (SKKG), Winterthur
19. NORDMETALL-Stiftung, Hamburg

Tagungsort

20. Schloss Hasenwinkel, Bibow



Relevanz verankern

Das Programmjahr 2026 mit Julie Aldridge (in englischer Sprache)

In diesem Jahr widmen wir uns der Frage, wie wir Relevanz in Museen weiter stärken und dauerhaft in unserer Arbeit verankern können. Im Zentrum stehen zwei eng verbundene Schwerpunkte: die Entwicklung einer praktischen, publikumsorientierten Kampagne sowie die Verankerung dieses Selbstverständnisses in eurer Organisation.

Wir starten mit Methoden, um das eigene Publikum besser zu verstehen, und entwickeln darauf aufbauend eine eigene Kampagne. Gleichzeitig betrachten wir, wie publikumssensibles Arbeiten im Team geteilt, in Prozesse integriert und in Entscheidungen sichtbar werden kann. Das Programm bietet Raum für Austausch, Erprobung und Weiterentwicklung.



Julie Aldridge
Beraterin

Julie arbeitet international mit einer Vielzahl von heterogenen Kunst- und Kulturorganisationen zusammen und unterstützt Führungskräfte und Teams bei der Entwicklung von Strategien zur Verwirklichung ihrer Ziele. Sie erstellt für ihre Beratungskunden 360-Grad-Strategien, die einen Fahrplan bieten, mit dessen Hilfe die Mitarbeiter:innen der gesamten Organisation zusammenarbeiten können, um ihre Zielvorgaben in Bezug auf das Publikum zu erreichen.

→ juliealdrige.co.uk

Wir werden Relevanz in zwei Schlüsselbereichen untersuchen:

1) Erstellung praktischer, publikumsorientierter Kampagnen.

Wie können wir einen gemeinsamen, teamübergreifenden Ansatz sicherstellen, um unser ideales Publikum zu erreichen und anzusprechen?

Im Programmjahr werden wir schrittweise eine wirkungsvolle Kampagne erstellen, während wir Techniken und Prozesse erforschen, die du in deinem Museum immer wieder anpassen und anwenden kannst. Bitte bringe eine Idee für eine Kampagne mit, an der du arbeiten möchtest. Das Thema der Kampagne kannst du frei wählen, es könnte zum Beispiel sein:

- eine Ausstellungskampagne,
- eine Marken-/Evergreen-Kampagne,
- eine Lern-/Partizipationskampagne,
- eine digitale Kampagne,
- eine Kampagne zur Mitgliederengewinnung usw.

Wähle eine Kampagne, mit der du mehr Menschen erreichen und einbeziehen möchtest. Ein Toolkit zur Kampagnenplanung wird zur Verfügung gestellt. In den Workshops kannst du dich damit vertraut machen und nach und nach deine Ideen entwickeln.

Bitte beachte unbedingt, dass dies nicht nur für Marketing- bzw. Kommunikationsmitarbeiter:innen gedacht ist. Wir werden einen 360-Grad-Ansatz für die gesamte Organisation untersuchen, um Relevanz und Bedeutung zu entwickeln.

2) Schaffung einer publikumsorientierten Kultur und Gewohnheiten in eurer gesamten Organisation.

- Wie können wir mehr über die Bedürfnisse und Werte unseres Publikums erfahren? Nicht nur für ein einzelnes Projekt, sondern in unserem gesamten Museum?
- Wie können wir das, was wir über unser Publikum lernen, am besten mit unseren Kolleg:innen teilen?
- Wie können wir die Erkenntnisse über unser Publikum nutzen, um unsere Museumsarbeit zu verbessern, unser Publikum zu erweitern und bedeutungsvollere Verbindungen zu den Menschen aufzubauen?

Wie wirst du profitieren?

- Wissen, Erkenntnisse und Werkzeuge,
- Austausch darüber, was funktioniert (und was nicht!), mit Teilnehmenden aus anderen Museen und mit unseren geladenen Gastredner:innen,
- Gelegenheiten, sich zu vernetzen und gegenseitig zu unterstützen, Fachwissen auszutauschen und Herausforderungen gemeinsam zu lösen,
- Prozess zur Kampagnenplanung und ein Toolkit, das du so anpassen kannst, dass es für dein Team ideal funktioniert,
- kurzfristige, praktische Unterstützung bei der Entwicklung einer überzeugenden Kampagne, um mehr Menschen für ein bestimmtes Projekt, eine Ausstellung oder eine Initiative zu erreichen und zu begeistern,
- langfristige Erkenntnisse und Ideen, die dir dabei helfen, selbstbewusst wirkungsvolle, publikumsorientierte Veränderungen in deiner Organisation voranzutreiben.

Workshops & Impulse

Einführungssession mit Julie

Wir werden uns damit befassen, wie wir einen effektiven Ansatz für die publikumsorientierte Kampagnenplanung in unserem Team und zwischen den Abteilungen verankern können. Wir werden untersuchen, was gut funktioniert und was wir während dieses Programms verbessern und in den Fokus rücken möchten.

Ihr werdet in die ersten Schritte unseres Kampagnenplanungstoolkits eingeführt und erhaltet Einblicke, wie ihr damit einen gemeinsamen, teamübergreifenden Ansatz entwickeln könnt, um euer ideales Publikum anzusprechen und zu erreichen.

Workshop 1 mit Julie:

Was ist für das Publikum wichtig?

In dieser Sitzung wird ein von Morris Hargreaves McIntyre (MHM) entwickeltes Segmentierungsinstrument vorgestellt, das von Museen und Kulturorganisationen weltweit eingesetzt wird, um das Verständnis für die Werte und Motivationen des Publikums zu vertiefen.

Die Segmente unterscheiden sich voneinander durch tief verwurzelte Überzeugungen über die Rolle, die Kunst und Kultur im Leben der Menschen spielen. So könnt ihr den Motivationstyp der Menschen erfassen und Strategien entwickeln, um die Besucher:innen stärker einzubinden.

Ein Video der Diskussionsübung aus dieser Sitzung wird anschließend zur Verfügung gestellt. Damit könnt ihr das Gespräch mit anderen Kolleg:innen in eurem Museum wiederholen und eine gemeinsame Sprache für das Publikum sowie ein tieferes Verständnis für die Werte des

Publikums unter einer breit gefächerten Gruppe von Mitarbeiter:innen entwickeln.

Was müsste sich ändern oder weiterentwickelt werden, damit wir mehr Menschen erreichen und einbinden können?

Workshop 2 mit Julie:

Kollaborative Kampagnen

Wem hört euer ideales Publikum zu und wem vertraut es? In diesem Workshop werden kollaborative Ansätze untersucht, um potenzielle Zielgruppen persönlich und online anzusprechen. Wie könntest du mit anderen zusammenarbeiten, um Menschen dabei zu helfen, die Relevanz ihrer Sammlung zu entdecken?

Wie könntest du mit anderen zusammenarbeiten, um die Wirkung ihrer Kampagnen zu verstärken und überzeugende Angebote und Kommunikationsmaßnahmen zu entwickeln, die über eure üblichen Zielgruppen hinausgehen?



Esme Ward

Direktorin des Manchester Museums

Esme Ward ist Direktorin des Manchester Museums an der Universität Manchester, das zum Europäischen Museum des Jahres 2025 gekürt wurde. 2018 wurde sie als erste Frau zur Direktorin des Museums ernannt und hat es zu einem inklusiveren, fürsorglicheren und fantasievolleren Kulturraum gemacht, der sich auf soziale Gerechtigkeit, das Wohlergehen der Gemeinschaft und den Aufbau von Verständnis zwischen den Kulturen konzentriert. Sie bringt ihre über 25-jährige Erfahrung als Pädagogin und Kulturmanagerin im Bereich Museen und Kulturerbe ein.

Impuls 1 mit Esme:

Zuhören und auf das Publikum eingehen, um bedeutsame Museumserlebnisse zu schaffen

Wie können wir den Bedürfnissen und Werten des Publikums aufmerksam zuhören und diese Erkenntnisse nutzen, um Aktivitäten im gesamten Museum anzuregen?

Unser Gast, **Esme Ward**, Direktorin des Manchester Museums (Großbritannien), wird folgende Themen beleuchten:

- Was bedeutet Relevanz für das Manchester Museum?
- Welche einfachen, aber wirkungsvollen Fragen stellen sie sich selbst und anderen?
- Welchen Rahmen braucht es, um dem Publikum zuzuhören, darauf zu reagieren und gemeinsam mit ihm etwas zu schaffen?
- Und wie gestalten sie das Museum aktiv neu, um es zu einem inklusiveren, fantasievolleren und fürsorglicheren Museum zu machen?

Im Anschluss gibt es viel Zeit für Austausch und Inspiration für eure eigenen Projekte und Organisationen.

Impuls 2 mit Ellie:

Die Relevanz der Sammlung für neue Zielgruppen aufzeigen

Unser Gast in dieser Sitzung, **Ellie Wyant**, Senior Communications Managerin der National Gallery in London, wird über das innovative Projekt „200 Creators“ sprechen.

Durch die Zusammenarbeit mit einer bunten Mischung von Content-Schaffenden hilft diese Initiative der National Gallery, ihre Sammlung zu feiern und neuen Zielgruppen die Möglichkeit zu geben, deren Relevanz für sich zu entdecken.

Ellie wird uns die wichtigsten Erkenntnisse aus diesem Programm vorstellen – wie können wir zusammenarbeiten, um mehr Menschen auf sinnvolle Weise anzusprechen? In der Impuls-Session wird es Zeit geben, sich mit Ellie auszutauschen und gemeinsam zu erkunden, wie diese Erkenntnisse eure eigenen Projekte und Organisationen inspirieren können.



Ellie Wyant

Communications Manager der National Gallery

Ellie Wyant ist Senior Communications Manager (Social and Communities) bei der National Gallery. In den letzten zehn Jahren hat sie die Social-Media-Community der Galerie auf über 5,5 Millionen Follower:innen auf mehreren Plattformen ausgebaut, darunter über 2,3 Millionen auf Instagram. Im Rahmen des 200-jährigen Jubiläums des Museums hat sie das „200 Creators Network“ ins Leben gerufen, das erste Netzwerk dieser Art im Kulturbereich, das 200 Content-Ersteller:innen und ihre Communities zusammenbringt, um sich von dem Museum, der Sammlung und sogar ihren Mitarbeiter:innen inspirieren zu lassen. Sie setzt sich leidenschaftlich dafür ein, die Sammlung digital zum Leben zu erwecken und das Publikum von heute durch fesselndes Storytelling und manchmal überraschende Zugänge zu den Gemälden der Galerie zu begeistern.

Workshop 3 mit Julie:

Das Storyboard der Kampagne

In dieser Ideenfindungssitzung werden Ideen aus unserem bisherigen Programm zusammengetragen und kreative Denkansätze für eure Kampagne untersucht, z. B.

- Wer ist euer ideales Publikum?
Für wen wollt ihr Relevanz schaffen?
- Wie könntet ihr eine Kampagne gestalten, die die Aufmerksamkeit eurer idealen Zielgruppe auf sich zieht?
- Was müsste sich ändern, um mehr Menschen einzubeziehen?
- Wie könntet ihr mit anderen zusammenarbeiten, um neue Zielgruppen sinnvoll anzusprechen?
- Wie könntet ihr das Wissen über die Werte, Hoffnungen und Bedürfnisse eurer Zielgruppe in die Kampagne einfließen lassen, um etwas Unwiderstehliches zu schaffen?

Abschlusssitzung mit Julie:

Reflexion über das Gelernte, Erkundung der nächsten Schritte

In unserer Abschlusssitzung werden wir unsere Erkenntnisse über das Publikum teilen, um Inspiration für unsere nächsten Schritte zu gewinnen. Außerdem werden wir gemeinsam überlegen, wie wir die neuen Tools und Ansätze weiter verankern und umsetzen können.

- Was wolltest du für das Publikum bewirken?
- Wie würdest du den Erfolg messen?
- Wie kannst du das Gelernte am besten mit Kolleg:innen im Museum teilen?
- Welche Gewohnheiten oder neuen Ansätze möchtest du in deine Kampagnenplanung und in deine Organisation einbauen?
- Wie kannst du weiterhin publikumsorientierte Veränderungen in deinem Museum vorantreiben?

Persönliche Begegnungen in Hasenwinkel

Anfang September beziehen alle Teams wieder für drei Tage das Schloss Hasenwinkel in Mecklenburg-Vorpommern. Während dieser Arbeitstage nehmen wir uns freie Zeit für strategische Überlegungen und neue Ideen für eure eigenen Museen und das Netzwerk. Der zweite Tag trägt den Titel „Inclusion Innovation Day“. Konzipiert und durchgeführt wird er von Mel Larsen. Am letzten Vormittag stellen wir das Netzwerk ins Zentrum und entwickeln gemeinsam das Programm weiter.

Zur Anreise: Wie in den vergangenen Jahren wird von uns die gemeinsame zweistündige Busanreise ab Hamburg Hauptbahnhof ermöglicht. Wir bereiten einiges für euch vor, so dass die Anreise bereits Teil des Gesamterlebnisses ist.

→ www.tagungsschloss.de

Hasenwinkel Inclusion Innovation Day

In englischer Sprache

Entwickelt und vertieft euren Ansatz zur Inklusion.

- Gewinnt wertvolle neue Ideen und Erkenntnisse aus einer Reihe von explorativen, kreativen und spielerischen Denktechniken.
- Dieser Tag soll euren Ansatz zur Problemlösung und Innovation erweitern und verfeinern.
- Euch wird dabei geholfen, Strategien rund um eure wichtigsten Ziele zur Einbeziehung eures Publikums zu entwickeln oder zu verfeinern und interne Hindernisse zu erkunden, die einer Einbeziehung aller im Wege stehen.



Mel Larsen

Business Growth Coach und Beraterin

Mel begleitet Kulturorganisationen, Kreative und Unternehmer:innen dabei, ihrer großen Vision zu vertrauen und Strategien zu entwickeln, um Kunden, Einkommen und Wirkung zu vervielfachen. Sie hat weltweit Coachings, Schulungen, Vorträge und Beratung angeboten, unter anderem in den USA, Australien, Neuseeland, Ghana, der Karibik, Zentralasien, Osteuropa, den Niederlanden, Griechenland, Skandinavien, Russland und Südafrika. Mel gründete drei erfolgreiche, von der Community organisierte, Festivals in Streatham, Südlondon. Zu ihren Beratungskunden zählen Führungskräfte von mittleren bis großen Kulturorganisationen sowie Kleinunternehmer und Freiberufler aus vielen kreativen, sozialen und ganzheitlichen Bereichen.

→ www.mellarsen.com –
Beratung für Zielgruppenentwicklung
→ www.dreamprojectcoach.com –
Coaching für Unternehmer:innen

Programm

Teilnahme obligatorisch

Di, 03. März 2026 9:00 bis 9:45 Uhr	Willkommen durch das DrM-Team	→ Online (De)
--	--	----------------------------------

Mi, 11. März 2026 14:00 bis 15:30 Uhr	Programmauftakt	→ Online (Eng)
--	------------------------	-----------------------------------

Mi, 25. März 2026 14:00 bis 15:30 Uhr	Impuls 1 mit Esme Ward, Direktorin des Manchester Museums	→ Online (Eng)
--	--	-----------------------------------

April bis September	Individuelle Coachings	→ Online (De/Eng)
---------------------	-------------------------------	--------------------------------------

Mi, 15. April 2026 14:00 bis 16:00 Uhr	Workshop 1 – Was ist für das Publikum wichtig?	→ Online (Eng)
---	---	-----------------------------------

Mi, 6. Mai 2026 14:00 bis 16:00 Uhr	Workshop 2 – Kollaborative Kampagnen	→ Online (Eng)
--	---	-----------------------------------

Mi, 20. Mai 2026 14:00 bis 15:30 Uhr	Impuls 2 mit Ellie Wyant, leitende Kommunikations- managerin der National Gallery	→ Online (Eng)
---	--	-----------------------------------

Mi, 10. Juni 2026 14:00 bis 16:00 Uhr	Workshop 3 – Das Story- board der Kampagne	→ Online (Eng)
--	---	-----------------------------------

Di, 8. September 2026 bis Do, 10. September 2026	Arbeitstreffen auf Schloss Hasenwinkel*	Persönliche Begegnung (De/Eng)
---	--	-----------------------------------

Mi, 11. November 2026 14:00 bis 15:30 Uhr	Jahresabschluss	→ Online (Eng)
--	------------------------	-----------------------------------

Coffee Breaks

Teilnahme optional

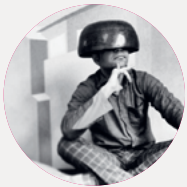
Die Coffee Breaks dienen dem informellen, kollegialen Austausch und werden mit Themen aus der DrM-Community bespielt. In diesem Jahr finden die Coffee Breaks alternierend am ersten Dienstag und Donnerstag im Monat statt, um eine flexiblere Teilnahme zu ermöglichen. → [\(Einwahllink\)](#)

Do, 5. März 2026, 9:00 bis 9:30 Uhr
Di, 7. April 2026, 9:00 bis 9:30 Uhr
Do, 7. Mai 2026, 9:00 bis 9:30 Uhr
Di, 2. Juni 2026, 9:00 bis 9:30 Uhr
Do, 2. Juli 2026, 9:00 bis 9:30 Uhr
Di, 4. August 2026, 9:00 bis 9:30 Uhr
Do, 3. September 2026, 9:00 bis 9:30 Uhr
Di, 6. Oktober 2026, 9:00 bis 9:30 Uhr
Do, 5. November 2026, 9:00 bis 9:30 Uhr

*Wichtiger Hinweis: Voraussetzung für die Einladung nach Hasenwinkel ist eine kontinuierliche Programmtteilnahme

Coachingangebote

In diesem Jahr habt ihr die Möglichkeit, individuell als Museumsteam mit einem Coach zusammenzuarbeiten. Im Rahmen von drei Coaching-Sessions von bis zu 1,5 Stunden könnt ihr gezielt auf eure Bedürfnisse eingehen und praxisorientierte Unterstützung erhalten.



Dr. Abhay Adhikari

Unternehmer und Berater aus den Niederlanden

Dr. Abhay Adhikari ist Gründer von Digital Identities, einem globalen Programm zur Schaffung neuer Modelle für kulturelle Teilhabe und soziale Wirkung. Derzeit berät Adhikari lokale und nationale Institutionen in den Niederlanden, Deutschland und Großbritannien bei der Entwicklung von Innovationsprogrammen mit Schwerpunkt auf Kultur und Kreativwirtschaft, u. a. das Museum de Lakenhal (Leiden), das Museum Rotterdam, das Linden-Museum (Stuttgart), das Übersee-Museum (Bremen) und das Ministerium für Bildung, Kultur und Wissenschaft (Niederlande). 2021 beriet er den Fonds Soziokultur bei der Entwicklung eines internationalen Mentoring-Programms für „Neustart Kultur“. Adhikari hat einen Forschungshintergrund im Bereich Biofeedback-Gaming und leitete Achtsamkeitsworkshops in Indien, Japan und Großbritannien. Für „Das relevante Museum“ war er 2020 Workshopleiter, 2021 Jahreskurator und seit 2024 bietet er individuelle Coaching-Sessions für die teilnehmenden Museen an.

→ dhyaan.design.com



Julie Aldridge

Beraterin aus Großbritannien

Julie arbeitet international mit einer Vielzahl von heterogenen Kunst- und Kulturorganisationen zusammen und unterstützt Führungskräfte und Teams bei der Entwicklung von Strategien zur Verwirklichung ihrer Ziele. Sie erstellt für ihre Beratungskunden 360-Grad-Strategien, die einen Fahrplan bieten, mit dessen Hilfe die Mitarbeiter:innen der gesamten Organisation zusammenarbeiten können, um ihre Zielvorgaben in Bezug auf das Publikum zu erreichen.

Zu ihren jüngsten Kunden zählen unter anderem das Museum of the Viking Age (Oslo), Turner Contemporary (Margate) und der Deutsche Bühnenverein (Köln).

Als ehemalige Direktorin der AMA (Arts Marketing Association) verfügt Julie über fundierte Kenntnisse über die Bandbreite und das Potential von Marketing, im Digitalen und im Audience Development.

→ juliealdrige.co.uk



Prof. Dr. Tom Koch

Kulturmanager und Hochschullehrer

Bis 2021 war Tom Koch als kaufmännischer Leiter der Weserburg Museum für moderne Kunst in Bremen selbst Teilnehmer von „Das relevante Museum“. Mittlerweile ist er Hochschullehrer und beschäftigt sich bevorzugt mit Organisationen und deren Zukunftsfragen.

Im Programmjahr 2025 hatte er als Jahreskurator das Zusammenspiel zwischen Museum und Publikum in den Blick genommen und dabei Themen wie Future Skills, Agiles Management, Community Building und Design for Belonging eingebracht.

→ tomkoch.prof



Christoph Brosius

Unternehmer und Berater

Spielerische Komplexitätsreduktion durch Game Thinking ist Christophs Thema. Dabei nutzt er seine 25-jährige Erfahrung in der Kreativwirtschaft. Von der Arbeit in der Druckerei der Eltern, über die Lehre zum Werbekaufmann bei Grey Worldwide sowie die Arbeit als Regieassistent und Aufnahmeleiter für TV und Hollywood Kino, bis hin zur Ausbildung zum Producer für Computer- und Videospiele. Er war Mitgründer der Game Thinking Agentur Die Hobrechts und ist Geschäftsführer des E-Mental-Health Entwicklers Circumradius. Im Podcast „Der Klang des Dienens“ geht er seinem Herzensthema Servant Leadership auf die Spur. 2024 war er der Programmkurator für „Das relevante Museum“ und erprobte mit uns den Werkzeugkoffer des Game Thinking im Museum.

→ www.christoph-brosius.de



Sarah Hövermann

Organisationsentwicklerin und Beraterin

Der berufliche Werdegang der Diplom-Designerin Sarah Hövermann hat sie zunächst von der Theaterfotografie zum Projektmanagement in eine Hamburger Kreativagentur geführt. Seit über vier Jahren exploriert sie agile Arbeitsweisen beim Unternehmen sipgate in Düsseldorf – zunächst als Scrum Master in einzelnen Teams, inzwischen als Agile Coach und Organisationsentwicklerin. In ihrer aktuellen Rolle geht es vor allem um die Zusammenarbeit in und zwischen Teams: Kommunikation fördern, Feedback unterstützen, Schnittstellenorganisation verbessern, Erwartungen klären oder Arbeitsprozesse hinterfragen. Ziel ihrer Arbeit ist es, Teams in ihrer Selbstorganisation zu stärken und darin zu befähigen, Verantwortung zu übernehmen. Sarah versteht sich als Impulsgeberin, Prozessbegleiterin, Coachin und Trainerin.



Rachel Wang

Unternehmerin und Beraterin aus Großbritannien

Rachel ist eine preisgekrönte Filmemacherin, Produzentin und Visionärin in der Kreativbranche. Sie ist neben Mark Currie die Gründungsdirektorin von Chocolate Films, London, einem Social-Unternehmen, das nicht nur Videoinhalte für viele Museen, Galerien und Theater produziert, sondern darüber hinaus ein umfangreiches Outreach-Programm aufgebaut hat. Dies zielt darauf ab, die nächste Generation von Filmemacher:innen hervorzubringen. Rachel engagiert sich zudem für die Einbindung von verschiedenen Zielgruppen. Sie ist seit sieben Jahren beratend im Bereich Medien und Digitales im Kuratorium der National Portrait Gallery tätig. Rachel war in unserem Programm 2019 Speakerin, 2023 Jahreskuratorin und seit 2024 bietet sie Coaching-Sessions für die teilnehmenden Museen an.

→ www.chocolatefilms.com

Die programmtragenden Stiftungen

Wer ist die NORDMETALL-Stiftung?

Die NORDMETALL-Stiftung mit Sitz in Hamburg stärkt Bildung und Wissenschaft, Gesellschaft und Kultur. Sie unterstützt Projekte und Programme, sowohl fördernd als auch operativ und setzt auf langfristige Kooperationen. Im Fokus stehen praxisnahe MINT-Angebote, Engagement für gesellschaftlichen Zusammenhalt sowie Kulturinstitutionen, die ihr Publikum in den Mittelpunkt stellen. Im Bereich Kultur setzt sich die Stiftung dafür ein, dass Museen und Musikfestivals gesellschaftlich relevant bleiben – durch die Menschen, die sie nutzen, und durch die Menschen, die in ihnen arbeiten. Mit Programmen zur Qualifizierung und Vernetzung unterstützt sie Museen, Kunsthäuser und Festivals dabei, Besucherorientierung strategisch und dauerhaft in ihrer Organisationskultur zu verankern. So entstehen kooperative Lernräume und Beziehungen, die wachsen und tragen: Institutionen binden ihr Publikum langfristig, stärken Teilhabe und Vielfalt – und leisten einen positiven Beitrag für den einzelnen Menschen und das Gemeinwohl.



Wer ist Kirsten Wagner?

Kirsten setzt sich dafür ein, dass sich noch mehr junge Menschen für Informatik und Technik begeistern, eine Gesellschaft gestärkt wird, die zusammenhält, und der Blick auf das Publikum in Museen und bei Musikfestivals konsequent in den Mittelpunkt rückt. Früher arbeitete sie für die Hamburgische Kulturstiftung. Seit 2011 ist sie Geschäftsführerin der NORDMETALL-Stiftung, die mit ihren Partnerinnen und Partnern strukturelle Veränderungen bewirken möchte. Darüber hinaus engagiert Kirsten sich für zeitgemäße Förderung durch Stiftungen.



Wer ist Katja Stark?

Katja verantwortet seit 2018 den Bereich Kultur bei der NORDMETALL-Stiftung. Sie arbeitet wertorientiert und kollaborativ in Netzwerken mit zahlreichen Museen und Musikfestivals, vor allem im norddeutschen Raum. Dabei steht die Verankerung authentischer Publikumsorientierung im Zentrum – mit modernen Instrumenten, Methoden und Prozessen, die neue Zugänge schaffen und eine Vielfalt von Stimmen abbilden.



Wer ist Sandra Richter?

Sandra ist Projektkoordinatorin im Bereich Kultur der NORDMETALL-Stiftung und an verschiedenen Museumsprojekten der Stiftung beteiligt. Nach ihrem Studium der Museumskunde und Kunstgeschichte setzt sich Sandra weiterhin für eine besucher- und wirkungsorientierte Museumsarbeit ein. Sie begleitet das Netzwerk „Das relevante Museum“ und unterstützt den partizipativen Entwicklungsprozess der „Museum Development Goals“, die einen Orientierungsrahmen für wirkungsorientierte Museumsarbeit bilden.

Wer ist die Stiftung für Kunst, Kultur und Geschichte?

Die Stiftung für Kunst, Kultur und Geschichte (SKKG) mit Sitz in Winterthur (Schweiz) wurde 1980 durch Bruno Stefanini gegründet. Sie pflegt und kuratiert eine einzigartige Sammlung von Kunstwerken und Objekten und fördert Projekte im Bereich Kulturerbe. Diese beiden Kernaufgaben – Sammeln und Fördern – sind darauf ausgerichtet, Kulturerbe zu erhalten und Menschen die Teilhabe daran zu ermöglichen.

Die SKKG macht aus Erbe Zukunft. Aus Verantwortung für Raum und Kultur stellt sie Fragen und findet gemeinsam mit Partner:innen neue Antworten. Mit Liebe zum Kulturerbe, Interesse an neuen Formen des Zusammenlebens und Mut zum Wagnis unterstützt sie Museen und verwandte Kulturinstitutionen, die sich für mehr Partizipation beim Sammeln, Bewahren und Vermitteln einsetzen.



Wer ist Andreas Geis?

Andreas verantwortet die Förderung der Stiftung für Kunst, Kultur und Geschichte und hat ihre wirkungsorientierte, lernorientierte und partizipative Förderlogik geprägt. Er verbindet Kunst- und Sozialwissenschaften mit strategischem Management und entwickelt Förderansätze, die Museen in ihrer gesellschaftlichen Verantwortung stärken. Er mag Museen, die sich öffnen, Haltung zeigen und ihr Publikum ernst nehmen.



Wer ist Christine Müller Stalder?

Christine arbeitet seit 2022 in der Förderung der Stiftung für Kunst, Kultur und Geschichte. Dort begleitet sie Projekte von Museen, die neue Wege der Partizipation im Kulturerbe erproben und gestaltet gemeinsam mit den Kolleginnen aus Hamburg das Programm „Das relevante Museum“ mit. Ihr künstlerischer Hintergrund und ihre Erfahrung aus der Kunst- und Kulturvermittlung prägen ihren Ansatz, Museen gemeinsam mit Menschen weiterzudenken. Besonders interessiert sie, wie Museen zu offenen, lebendigen Orten werden, die Menschen zusammenbringen und empowern.



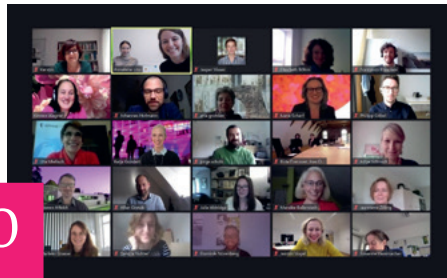
Unsere Change Story – ein Programm im Wandel

„Das Relevante Museum“ entwickelt sich kontinuierlich weiter und findet neue Formen des Lernens und Zusammenarbeitens. Gemeinsam mit euch gestalten wir einen lebendigen Entwicklungsprozess und orientieren uns dabei an euren Bedürfnissen. Was 2019 als zweitägiges Symposium in Hamburg begann, ist heute ein kreatives, kollaboratives Programm und Netzwerk, an dem Museen aus Norddeutschland, Berlin, der Schweiz und Österreich teilnehmen. Mit jährlich wechselnden Expert:innen, die das Programm kuratieren, und internationalen Gästen, die inspirierende Impulse setzen, haben wir in den vergangenen Jahren gemeinsam viel bewegt.



2019

Den Auftakt bildet das zweitägige Symposium „Das relevante Museum. Strategien des Audience Development“ mit Workshops britischer Museums-innovator:innen – darunter Julie Aldridge und Rachel Wang – in Hamburg. Etwa 70 Museumsexpert:innen aus Hamburg und Bremen nehmen teil.



2020

Nach partizipativer Weiterentwicklung wird ein Jahresprogramm mit Workshop und sechs digitalen Sessions mit Ivana Scharf (Outreach-Expertin aus Deutschland bzw. Österreich) und Gästen durchgeführt. Außerdem findet das zweitägige digitale Symposium „Arbeitsraum für besucherfokussierte Strategien“ mit jeweils 15 Museumsexpert:innen in neun Workshops statt, das in Zusammenarbeit mit Ivana Scharf und Julie Aldridge (Beraterin aus Großbritannien) entstanden ist.



2021

Als Jahreskurator setzt Abhay Adhikari (Berater aus den Niederlanden) auf strategische Entwicklung und digitale Teilhabe. Es finden ein digitaler Neujahrsempfang, drei virtuelle Impulssitzungen und drei individuelle Coachings für jedes Museum statt. Zudem wird ein dreitägiger Workshop in Mecklenburg-Vorpommern (Schloss Hasenwinkel) etabliert. 30 Museums-expert:innen aus zehn Museen aus Norddeutschland, Berlin, Österreich und der Schweiz nehmen teil.



2022

Die Förderung der Stiftung für Kunst, Kultur und Geschichte (SKKG) aus Winterthur ermöglicht weiteren Schweizer Museen die Teilnahme am Programm. Dirk von Gehlen (Autor und Journalist aus Deutschland) legt als Programmkurator den Schwerpunkt auf Neue Narrative, Perspektivwechsel und Kommunikation. 45 Teilnehmende aus 15 Museen der D-A-CH-Region beteiligen sich an drei digitalen Impulssessions, einem Workshop zu Change Management und individuellen Coaching-Sessions.

2023

Mit „A Year in Action“ unterstützt Rachel Wang (Filmproduzentin und Museumskuratoriumsmitglied aus Großbritannien) 18 Museumsteams dabei, ihre konkreten besucherorientierten Vorhaben zu realisieren. An ihren Coachings nehmen 48 Personen institutionsübergreifend zu den Themen Partizipative Programme, die Neuerzählung der Sammlungsobjekte und Medienstrategien teil. Zudem entsteht während der Arbeitstage im Schloss Hasenwinkel eine filmische Zusammenfassung des Programmjahres:

→ „A Year in Action – Relevant Museum 2023“

2024



Christoph Brosius (Gründer und Berater für Game Thinking) setzt den Schwerpunkt auf spielerische Komplexitätsreduktion und erarbeitet, gemeinsam mit den Teilnehmenden, Methoden und Werkzeuge aus dem Game Design, die sich für die Museumsumwelt anwenden lassen. Die Ansätze zielen darauf ab, Motivation und Aufmerksamkeit zu fördern sowie soziale Interaktion und Verhaltensänderungen zu unterstützen. 53 Personen aus 17 Museen der D-A-CH-Region nehmen teil.

2025



Im Jahr der Reflexion und Vertiefung begleitet Tom Koch (Das relevante Museum – Alumnus und Professor an der Hochschule Emden/Leer) 18 Museumsteams dabei, die Schwerpunkte der vergangenen Jahre mit neuen Methoden zu verbinden und aus neuen Perspektiven zu betrachten. 55 Teilnehmende arbeiten zu Future Skills, Agilität, Community Building und Design for Belonging. Den Abschluss bildet ein LEGO® SERIOUS PLAY® Workshop im Schloss Hasenwinkel, in dem die Teams gemeinsame visionäre Erfolge für das relevante Museum der Zukunft entwickeln.

Außerdem wurde 2025 eine externe Evaluation des Programms „Das relevante Museum“ durchgeführt. EDUCULT untersuchte die Entwicklung des Netzwerks sowie die Wirkung auf teilnehmende Personen und Institutionen. Dabei wurde der bisherige Programmverlauf reflektiert, erzielte Wirkungen sichtbar gemacht und Empfehlungen für die Weiterentwicklung abgeleitet.

Die Evaluation zeigt: Das Programm „Das relevante Museum“ schafft Räume für Reflexion, Austausch und Innovation abseits des Arbeitsalltags.

Es fördert die Vernetzung über Länder- und Abteilungsgrenzen hinweg, stärkt Team- und Organisationsentwicklung sowie Selbstbewusstsein und Wertschätzung. Zudem unterstützt es eine dialogische, partizipative Haltung gegenüber Publikum und Gesellschaft.

Alle Ergebnisse findet ihr hier:

→ https://www.nordmetall-stiftung.de/wp-content/uploads/2025/10/DrM_Evaluationsbericht2025_Online_final.pdf



2026

Neben dem inspirierenden Programm von Julie Aldridge nehmen wir in diesem Jahr zwei weitere Module in Angriff, die „Das relevante Museum“ erweitern.

Eine neue Website

Wir wollen in der ersten Jahreshälfte eine Webseite launchen, die unser Netzwerk, unsere Werte und unsere Art zu arbeiten repräsentiert. Dafür gehen wir gerne in den Austausch mit euch und nehmen wertvolle Anregungen auf.



Das relevante Museum wird zur Community

Der Zusammenhalt und die gemeinsamen Werte des relevanten Museums wirken weit über die aktive Teilnahme am Programm hinaus. Deshalb möchten wir 2026 den Auftakt wagen, ein Alumni-Netzwerk zu entwickeln – aus der Überzeugung heraus, dass alle, die einmal Teil des relevanten Museums waren, diesem Netzwerk langfristig verbunden bleiben.

Ehemalige Teilnehmende sind eingeladen, diesen neuen Bereich mitzugestalten und mit Leben zu füllen. Gemeinsam wollen wir erproben, wie sich, auch nach aktiver Teilnahme, die „Das relevante Museum-Community“ als Ort des Austauschs, der Inspiration und der gegenseitigen Unterstützung gestalten lässt.



Erfahrungen teilen

Wir legen großen Wert darauf, unsere Geschichten von Transformation und Entwicklung zu teilen, nicht nur im Netzwerk sondern auch mit einer erweiterten Fach-Community. Dabei freuen wir uns immer, wenn ihr Einblicke in eure Häuser geben möchtet.

Newsletter

Seit März 2021 erscheint monatlich unser Newsletter „Spotlighting Museums“ bei Substack, der Beispiele guter Praxis beleuchtet, innovative Ansätze aufzeigt und auf dynamische Netzwerke und zukunftsweisende Publikationen verweist. Die Impulse werden in deutsch und englisch veröffentlicht und geben zudem kompakte Einblicke in einzelne Aktivitäten des Programms „Das relevante Museum“.

„Spotlighting Museums“ erreicht eine interessierte internationale Fach-Community zwischen 700 und 1100 monatlichen Leser:innen aus dem Museumssektor, der Kulturpolitik sowie aus Forschung und Lehre. 2026 wird „Spotlighting Museums“ jeden zweiten Monat erscheinen.

Meldet euch hier an:

→ <https://spotlightingmuseums.substack.com>

Instagram

Auf unserem Instagram-Kanal **@das.relevante.museum** gibt es Einblicke in das Jahresgeschehen. Hier entsteht ein kleines Projektarchiv, das die Inspiration aus den letzten Jahren enthält. **Folgen lohnt sich!**



Herausgeber:

NORDMETALL-Stiftung

Haus der Wirtschaft

Kapstadtring 10

22297 Hamburg

www.nordmetall-stiftung.de

Stiftung für Kunst, Kultur und Geschichte

Neuwiesenstrasse 15

CH-8400 Winterthur

www.skk.ch

Projektverantwortliche:

NORDMETALL-Stiftung:

Kirsten Wagner, Geschäftsführerin

Katja Stark, Bereichsleitung Kultur

Sandra Richter, Projektkoordinatorin

Stiftung für Kunst, Kultur und Geschichte:

Andreas Geis, Leiter Förderung

Christine Müller Stalder, Projektleiterin

Förderung

Gestaltung:

Kay Krause & fizzy mint



Das relevante
Museum