MUSENKUSS
www.musenkuss-koeln.de

NIEDERSCHRIFT
zum siebten Treffen der interdisziplinären Facharbeitsgruppe „Musenkuss“

Ort: jfc Medienzentrum e.V., Hansaring 82, 50670 Köln
Zeit: Mittwoch, 28.10.2015, 10:00-12:20 Uhr

Teilnehmerinnen / Teilnehmer

Heike	Bihlmeier	KultCrossing
Sandy	Craus	MuKuTaThe
Melanie	Delvos	Comedia Theater Köln
Jörg	Kaminke	Koordinierungsstelle Kulturelle Bildung
Susanne	Kieselstein	Museumsdienst der Stadt Köln
Linda	Müller	Tanzvermittlung NRW
Thomas	Rietz	Auszubildender Stadt Köln
Dörte	Schlottmann	jfc Medienzentrum
Franziska	Sörgel	Redaktion Musenkuss Köln
Jutta	Vollmer	Kölner Graphikwerkstatt e.V.
Ingeburg	Zimmermann	Jugendkunstschule Rodenkirchen

Verteiler:

Bachem	Andrea	GGS Martinusstraße
Reinhilde	Biefang	Amt für Kinder, Jugend und Familie
Jeanette	Gelhaar	Amt für Kinder, Jugend und Familie, Jugendpflege
Lilo	Gennies	Schulsozialarbeit Köln
Thomas	Gläßer	Offene Jazz Haus Schule
Matthias	Dr. Hamann	Museumsdienst der Stadt Köln
Ulrike	Heuer	Amt für Schulentwicklung
Stephanie	Jekel	Koordinierungsstelle Kulturelle Bildung
Martina	Ketterer	Tanzvermittlung NRW
Lothar	Kienzler	Theater ImPuls
Rabea	Dr. Müller	Atelier Artig
Gerda	Sieben	jfc Medienzentrum
Jutta Maria	Staerk	Comedia Theater
Heinz-Jürgen	Wojke	Bezirksjugendpfleger
Ruth	Dr. zum Kley	Kölner Künstler Theater

TOP	Thema	Info
	Niederschrift des sechsten Treffens	Die Niederschrift zur letzten Sitzung wurde von den Mitgliedern der Facharbeitsgruppe genehmigt. Stand der Umsetzung: • Aktuell sind 57 Anbieter auf Musenkuss vertreten. • Die Schulung der Einrichtungen mit Schwerpunktangeboten für Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene ist damit weitgehend abgeschlossen.

		• Institutionen, deren Aufnahme auf dem sechsten Treffen beschlossen wurde, werden sukzessive geschult und aufgeschaltet.
1	**Stand der Dinge**	**Bisherige Ergebnisse 2015** Frau Sörgel und Herr Kaminke stellen die Ergebnisse aus 2015 dar (*vgl. hierzu Anlage 1*). **Werbung und Veranstaltungen** Die Teilnahme am Digital Education Day – die aus anderen Töpfen besonders gefördert wurde – eröffnete die Möglichkeit, 300K Postkarten nachzudrucken und eine minimale Präsentationsausstattung für Musenkuss, ein roll-up und ein Webebanner, anzuschaffen. Frau Sörgel und Herr Kaminke nahmen 2015 an insgesamt sieben (?) Veranstaltungen teil, bei denen die Internetplattform Musenkuss präsentiert wurde. Aus der Teilnahme an zwei Regionalkonferenzen vor jeweils rund 150 Schulleiterinnen und Schulleitern aller Schulformen ging als Ergebnis ein Verteiler von 16 ernsthaft interessierten Lehrkräften und Schulleitungen hervor. Sie bieten sich als Multiplikatoren und Dialogpartner an. Der Digital Education Day im BarCamp-Format brachte die Musenkuss-Redaktion mit den Entwicklern von Schulsoftware zusammen. Für den Kölner Raum wird das System UCloud für die Schulrechner derzeit installiert, in dessen Favoriten-Leiste Musenkuss einen festen Platz bekommen wird, und dies, nach Aussage des Leiters der städtischen IT-Entwicklungsabteilung, zuverlässig zeitnah. Zum ersten Mal kamen dort auch das Roll-up und das Werbebanner zum Einsatz. Dessen Anschaffung wird als grundsätzlich positiv angesehen. Für ein zweites Exemplar wurde jedoch eine grafischere Lösung gewünscht, die mehr textlichen Inhalt (bis 14 Worte) transportiert. **Externe Redaktionsstelle** Der mit Frau Sörgel bestehende Werkvertrag wurde zwischenzeitig verlängert. Frau Sörgel ist zunächst bis 31.03.2016 als Redakteurin für Musenkuss-Köln verfügbar. Die Einrichtung einer festen halben Stelle wurde zwischenzeitlich beantragt. **Neues von der Software** In Planung ist ein eigenes Analysetool für Musenkuss, mit dem die Redaktion selbst gewählte Parameter abfragen kann. Es wurde gefragt, inwieweit dieses Tool neben Aussagen über die Plattformnutzung auch Parameter beinhalten soll, die Daten für das Marketing der Anbieter abfragen. Zum Beispiel Klicks pro Angebot oder die Verweildauer der Nutzer auf den einzelnen Seiten. Dies wird von der Facharbeitsgruppe geschlossen gewünscht.
2	**Handlungsbedarf Öffentlichkeitsarbeit**	*Bitte lesen Sie hierzu auch die Seite 2 der Anlage 1* Für 2016 ist ein Antrag auf die Teilnahme an drei Stadtteilkampagnen gestellt worden. Während einer Stadtteilkampagne werden jeweils zwei Wochen lang ca. 900 Exemplare eines A4-Plakates in den öffentlichen Verkehrsmitteln Kölns präsentiert. Ein Großteil der Diskussion behandelte Optik, Inhalt und Botschaft dieses Plakates, da hiermit Musenkuss zum ersten Mal keinem Fachpublikum sondern allen Kölnern und Kölnerinnen vorgestellt würde. Einstimmig (bei einer Enthaltung) wurde die Wahl von Hänneschen und Bärbelchen als Plakatmotiv von der Facharbeitsgruppe abgelehnt. Zweck der Musenkuss-Webseite ist gerade die Vielfalt der Stadt auszudrücken und zum Ausprobieren von etwas Neuem anzuregen. Dies sieht die Facharbeitsgruppe bei

		Hänneschen und Bärbelchen als nicht gegeben an. Man kam einstimmig darin überein, die Gestaltung dieses Werbeposters an eine Werbeagentur abzugeben. Als Vorgabe wurde erarbeitet, dass die Darstellung humorvoll sein soll, die kulturelle Vielfalt Kölns zum Ausdruck gelangt, ein markanter Spruch/Slogan integriert wird und die Dimensionen Zielgruppe, Format, Region und Zeitraum berücksichtigt werden. Ein entsprechendes Briefing wird erarbeitet, damit die Ausschreibung starten kann, sobald der städtische Haushalt 2015 genehmigt ist. Im Zuge der Diskussion um das Roll-up und der Stadtteilkampagne wurde auch grundsätzlich über die Postkarten als Werbemittel diskutiert. Dabei wurden diese von der Facharbeitsgruppe grundsätzlich als werbewirksam eingestuft. Es wurde jedoch vorgeschlagen, Karten zukünftig mit einem humoristischen Spruch zu versehen. Damit umgeht man die Einschränkung durch einzelne Fotomotive (Mädchen, Jungs, Altersgruppen, Sparten etc.). Welches sinnvolle Merchandising-Artikel für Gesamt-Musenkuss sein könnten, wurde ebenfalls diskutiert. München möchte die Produkte gerne auf ihre Nachhaltigkeit geprüft sehen. Köln möchte sinnvolle Geschenke. Buntstifte und Sattelschoner für Fahrräder wurden vorgeschlagen, das Thema jedoch insgesamt zurückgestellt. Von der Facharbeitsgruppe wurde ebenfalls vorgeschlagen, den Entwurf eines eigenen Maskottchens für Musenkuss in die weiteren Überlegungen mit einzubeziehen. **Kommunikation** Im kommenden Halbjahr wird die Musenkuss-Redaktion die Plattform den Arbeitskreisen offener Kinder- und Jugendarbeit in den verschiedene Stadtbezirken vorstellen sowie in den Gremien der Kita-Fachberater(innen). Von der Facharbeitsgruppe wird angeregt, Musenkuss auch den Wohlfahrtsverbänden, dem Jugendring und dem Landesjugendamt vorzustellen. Auch soll in diesem Zusammenhang die Zusammenarbeit auf der Rheinschiene ausgeweitet werden. Lehrer, Kinder und Jugendliche aus Nachbargemeinden greifen häufig auf Angebote in Köln zurück. Es wird daher gewünscht, dass die Kommunen stärker vernetzt arbeiten. Die AG gab ihre Zustimmung dazu, Postkarten und Flyer auch an die einschlägigen Stellen der Nachbarkommunen zu schicken. Ein längerer Grundsatzartikel in einer Fachpublikation (Schule NRW beispielsweise) zusammen mit Musenkuss-Düsseldorf ist in der festen Planung. Das Känguru-Magazin hat das Angebot unterbreitet, einmal im Monat ein Musenkuss-Projekt bzw. eine Musenkuss-Veranstaltung als Musenkuss des Monats im Rahmen eines Artikels (500 Anschläge und ein Foto) in zu veröffentlichen. Interessierte Institutionen können Fotos und kurze Beiträge einreichen.
3	**Sonstiges**	**Ausweitung** Der Aufbau eines **Künstlerpools** auf der Musenkuss-Seite wird von der Facharbeitsgruppe grundsätzlich gewünscht. Allerdings muss hierfür ein Konzept erarbeitet werden, das vorschlägt • unter welchen Qualitätskriterien Einzelkünstler als Anbieter für Musenkuss in Frage kommen und wie diese überprüft werden, • aus welchen Zusammenhängen Künstler angesprochen werden (Kulturrucksack, Kultur und Schule, Kulturamt, BBK-Künstlerlexikon) • wie intensiv die redaktionelle Betreuung gestaltet werden kann oder sollte.

		Hierfür wird die Redaktion ein Konzept erarbeiten, welches beim nächsten Treffen diskutiert wird. Die Ausweitung auf **Erwachsenenangebote** hat für die Facharbeitsgruppe geringere Priorität, soll jedoch sukzessive umgesetzt werden. Im Hinblick auf die Plakatkampagne in der KVB ist es daher ratsam, die Optik bis April etwas anzupassen. Ferner ist es für bisherige Anbieter mit der Kampagne sinnvoll, ihre Angebote für Erwachsene ebenfalls auf Musenkuss darzustellen. Neue, speziell auf Erwachsene spezialisierte Einrichtungen sollen zunächst nur vereinzelt angesprochen werden (v.a. bereits gestellte Anfragen). Mit der VHS wird ein gesondertes Vorgehen besprochen.

Ende der Veranstaltung gegen 12:20 Uhr

Anlagen:
Handout zu Ergebnissen und Zielen von Musenkuss (2015/2016)

Verantw. für das Protokoll:
F. Sörgel & J. Kaminke
30.10.2015