

Museumsgesellschaft RJM e.V.

Fördervereine als alternative Arbeitgeber
im Kulturbetrieb

Zukunfts- und Berufsorientierungstag des Zentrum Lateinamerika 24.01.2015

Iris Kaebelman M.A.

Kontakt: kaebelman@rjmkoeln.de

Museen als Arbeitgeber

- Museum ist klassischer und weiterhin begehrter Arbeitsort für viele Akademiker aus den Kultur- und Geisteswissenschaften
- Beinahe jedes Museum, jede kulturelle Einrichtung (Theater, Oper, Kunstsalons) hat einen Förderverein
- Aufgrund der immer knapper werdenden öffentlichen Mittel, steigt Bedeutung und Einfluss der Fördervereine
- Professionalisierung der Vereine und damit Stellenschaffungen gehen einher

Abteilungen im Museum



1. Wissenschaft
2. Kommunikation
3. Archiv
4. Verwaltung
5. Technik
6. Restaurierung

Arbeitsbereiche für
Absolventen von
Kulturstudiengängen

1. Wissenschaft

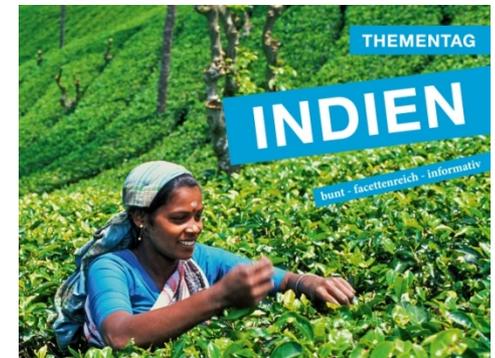
- Kuratorin/Kurator
- Aufgaben: erforscht und erweitert die Sammlung, betreut Ausstellungen
- ethnologische Museen gliedern alle nach regionalen Fachbereichen (Afrika, Asien)
- Klassischer Werdegang: Studium mit regionaler Spezialisierung, Kunstgeschichte gern gesehen, Volontariat, Promotion



2. Kommunikation



- a. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
 - b. Museumspädagogik
 - c. Marketing
 - d. Veranstaltungsmanagement
-
- Jobs, die möglich sind, wenn Zusatzqualifikationen vorhanden
 - alle Bereiche bekommen durch Neue Medien starke Impulse und zusätzliche Bedeutung



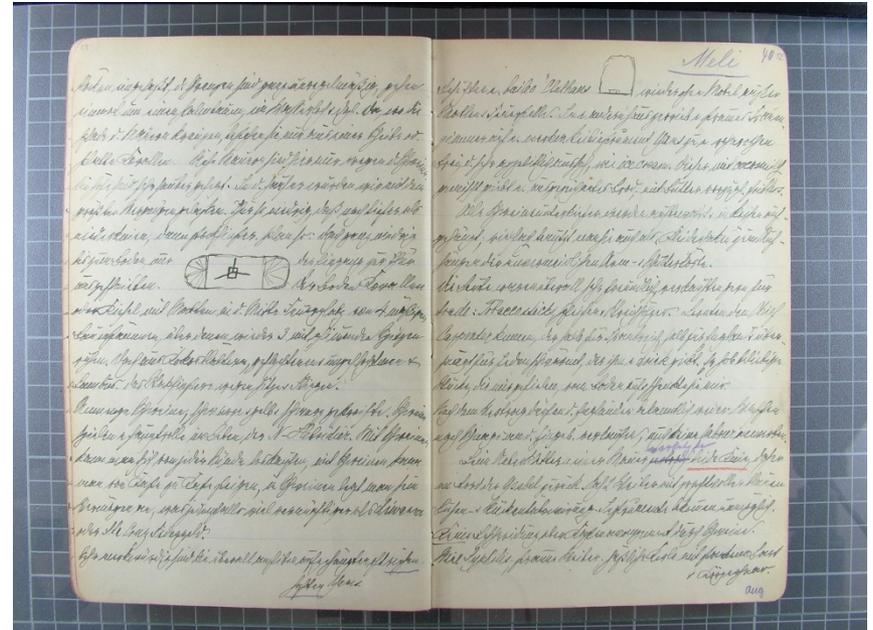
3. Archiv

a. Dokumentation

b. Fotoarchiv

c. Bibliothek

- Jobs, die möglich sind, wenn Zusatzqualifikationen vorhanden



Förderverein des RJM



- unterstützt das Museum seit 1904
- lange Jahre unter dem Vorsitz von Ludwig von Rautenstrauch
- derzeit etwa 740 Mitglieder
- ca. 100 ehrenamtliche Mitglieder in den Arbeitskreisen Shop, Information und Führungen

Meine Aufgaben beim Förderverein

- Öffentlichkeitsarbeit und Veranstaltungen, um Museum und Förderverein bekannter zu machen
- Akquise neuer Mitglieder
- Erschließung neuer Zielgruppen (jünger, weniger museumsaffin)
- „Halten“ der aktuellen Mitglieder



Veranstaltungsmanagement

- Strategische Überlegungen, Definition von Zielgruppen
- Zielgruppe 1: potentielle Mitglieder für den Verein
- Zielgruppe 2: Mitglieder des Vereins
- Konzeptentwicklung
- Planung und Durchführung, teilweise Moderation von Veranstaltungen
- Öffentlichkeitsarbeit und Bewerbung der VA
(Kontaktaufnahme zur Presse, Schreiben von PM, Konzeption von Werbematerial wie Plakaten, Postkarte etc.)
- Abrechnung, Einhalten von Budgetvorgaben

Öffentliche VA = potentielle Mitglieder



Politikinteressierte:
Diskussionen,
Vorträge



Familien mit
Kindern:
Kinderveranstaltungen



Kulturinteressierte:
Insiderführungen



Eventinteressierte: Mord im
Museum, Crime Cologne

Interne VA = Mitglieder

- spezielles Veranstaltungsprogramm
- Blick hinter die Kulissen: Führungen und Vorträge durch die WissenschaftlerInnen und RestauratorInnen des Hauses
- Exkursionen und Reisen



Mein Weg zum Job



- 4 Jahre Werkverträge in verschiedenen Bereichen des Museums
- Volontariat: Schwerpunkt Neue Medien, Recherche von Fotos und Filmen sowie Rechteklärung, Ausstellungsassistenz inklusive Ö-Arbeit und Erstellung des Rahmenprogramms
- Soft skills: vielseitig sein und über den Tellerrand schauen, besucherorientiert, ausdauernd, „rechnen können“

