



Universität Hamburg

DER FORSCHUNG | DER LEHRE | DER BILDUNG

*Tätigkeit als Werkstudentin bei der Stiftung Historische Museen Hamburg,
Museumsdienst Hamburg (insb. Lange Nacht der Museen Hamburg)*

Praktikumsbericht

vorgelegt bei:

Prof. Dr. Silke Boenigk

BWL, insbesondere Management von
Öffentlichen, Privaten & Nonprofit-Organisationen
Universität Hamburg

vorgelegt von:

Katharina Bunde

Inhalt

1. Beschreibung der Organisation, der Mission und ihrer Abteilungen
 - A. Die Stiftung Historische Museen Hamburg
 - B. Der Museumsdienst Hamburg
 - C. Die Langen Nacht der Museen Hamburg
2. Darstellung der ausgeübten Tätigkeiten
3. Darstellung des Arbeitsalltags
4. Eigene Stellungnahme

1. Beschreibung der Organisation, der Mission und ihrer Abteilungen

A. Die Stiftung Historische Museen Hamburg



HISTORISCHE MUSEEN HAMBURG

Die Stiftung Historische Museen Hamburg ist eine museale Einrichtung, zu welcher als Haupthäuser das Museum für Hamburgische Geschichte, das Altonaer Museum und das Museum der Arbeit gehören sowie sechs museale Außenstellen sowie der Museumsdienst Hamburg. Der Museumsdienst Hamburg wird weiter im Text noch genauer beschrieben. Die musealen Außenstellen sind das Hafenumuseum Hamburg, das Jenisch Haus, das Speicherstadtmuseum, die Kramer-Witwen-Wohnung, die Millerntorwache und das Heine Haus. Die Museen der Stiftung eint, dass sie alle die Geschichte Hamburgs und ihres Umlands repräsentieren und ein Spektrum der Vergangenheit um etwa das Jahr 800 bis zur heutigen Zeit zeigen. Die Stiftung des öffentlichen Rechts ist eine der größten musealen Einrichtungen Europas mit Bezug auf Stadt- und Regionalgeschichte. Seit 2008 sind die neun Museen miteinander durch die Stiftung verbunden und sind so in der Lage, die Geschichte Hamburgs und des Nordens zu bewahren. Die Satzung der Stiftung ist auf der Internetseite für jeden zugänglich, besonders interessant für diesen Bericht ist der Stiftungszweck:

§ 2

Zweck der Stiftung

(1) Zweck der Stiftung ist die Trägerschaft von drei hamburgischen stadt- und kulturgeschichtlichen Museen (Museum für Hamburgische Geschichte, Altonaer Museum in Hamburg – Norddeutsches Landesmuseum und Museum der Arbeit) als öffentliche Einrichtungen der Kultur, der Bildung, der Wissenschaft und der Geschichte.

(2) Die Stiftung hat die Aufgabe, die Sammlungen der in Absatz 1 genannten Museen zu bewahren und zu erweitern, sie durch Forschung, Dokumentation und Publikation zu erschließen und sie durch Ausstellungen und andere Veranstaltungen der Allgemeinheit zugänglich zu machen.

Abb. 1: Stiftungszweck

(Quelle: [https://www.historische-museen-](https://www.historische-museen-hamburg.de/uploads/historische_museen_hamburg/documents/3498/original/Satzung_SHMH_Stand_2013.pdf?1457535241)

[hamburg.de/uploads/historische_museen_hamburg/documents/3498/original/Satzung_SHMH_Stand_2013.pdf?1457535241](https://www.historische-museen-hamburg.de/uploads/historische_museen_hamburg/documents/3498/original/Satzung_SHMH_Stand_2013.pdf?1457535241))

Die inhaltliche und strategische Ausrichtung der Museen der Stiftung wird durch den Alleinvorstand Börries von Notz verantwortet. Zudem gibt es einen Stiftungsrat und ein Kuratorium.¹

B. Der Museumsdienst Hamburg



Der Museumsdienst Hamburg ist Teil der Stiftung Historische Museen Hamburg. Er stellt den Besucher- und Buchungsservice für 24 Hamburger Museen bereit. Außerdem koordiniert er die museumspädagogischen Programme im Altonaer Museum, Museum für Hamburgische Geschichte, Museum der Arbeit sowie in den Außenstellen Hafenumuseum und Jenisch Haus. Jährlich nutzen etwa 25.000 Besucher die Programme des Museumsdiensts, zu denen unter anderem dialogische Führungen durch Guides durch die Museen zählen, aber auch spezielle Programme für Kinder und Familien. Besonders bemerkenswert ist das Projekt Kaleidoskop, ein Angebot für Menschen mit Demenz. Dies ist eine gemeinsame Initiative des Museumsdienst Hamburg und der Hamburger Museen gefördert durch die Körber-Stiftung und die Stiftung Kulturglück, welches Demenzerkrankten kostenfreie Führungen durch die Hamburger Museen ermöglicht. Ein weiteres Angebot, das der Museumsdienst bietet, ist die Lange Nacht der Museen Hamburg, über die im nächsten Abschnitt noch genauer informiert wird. Den Museumsdienst Hamburg gibt es seit dem Jahr 1979 und feiert somit im kommenden Jahr seinen 40. Geburtstag. Die Leitung des Museumsdiensts hat Vera Neukirchen inne.²

¹ www.historische-museen-hamburg.de

² www.museumsdienst-hamburg.de .

C. Die Lange Nacht der Museen Hamburg



Die Lange Nacht der Museen Hamburg (LNDMHH) wurde 2001 das erste Mal in Hamburg durchgeführt und hat somit dieses Jahr (2018) ihren 18. Geburtstag gefeiert. Das Event findet in der Regel im Frühjahr jedes Jahres statt - der Termin wird ein bis zwei Jahre im Voraus geplant. Dieses Jahr fand die LNDMHH am 21. April statt. An der LNDMHH nehmen jährlich über 50 Hamburger Museen teil, darunter jedes Mal die großen Häuser wie die Deichtorhallen, Hamburger Kunsthalle, Bucerius Kunstforum, Museum für Kunst und Gewerbe, Museum für Völkerkunde. Außerdem beteiligen sich zahlreiche weitere Museen. Dieses Jahr haben 59 Museen an der LNDMHH teilgenommen. Während der Langen Nacht der Museen gibt es einen Busshuttle, der über 9 verschiedene Routen die Besucher zu den verschiedenen Museen bringt. Dieser Busshuttle wird in Kooperation mit der Hochbahn Hamburg durchgeführt. Langjähriger Hauptsponsor der Langen Nacht der Museen ist British American Tobacco. Ein weiterer Sponsor ist Mumm. Es bestehen weitere Medienkooperationen zum Beispiel zu dem Radiosender Hamburg Zwei oder der AINO-App (auch bekannt als Heute in Hamburg). Diese weisen mit dem Näher kommenden Event ihre Hörer und Nutzer auf das Event hin. Jedes Jahr besuchen zwischen 20 und 30 Tausend Besucher die LNDMHH. Koordiniert und organisiert wird die Lange Nacht der Museen von Anna Eisenberg, die jedes Jahr von einer studentischen Hilfskraft unterstützt wird. Diese Aufgabe habe ich für die diesjährige Veranstaltung übernommen und beschreibe nun meine Aufgaben, um dadurch einen besseren Überblick über das Projekt zu bereiten. Weitere Informationen gibt es unter: www.langenachtdermuseen-hamburg.de.³

³ www.langenachtdermuseen-hamburg.de .

2. Darstellung der ausgeübten Tätigkeiten

Etwa genau ein halbes Jahr vor der Langen Nacht der Museen, im Oktober 2017, habe ich begonnen, das "Team Lange Nacht" zu unterstützen. Ein Event wie die LNDMHH will und muss gut und rechtzeitig vorbereitet werden. So war es bis zum Jahreswechsel wichtig alles um den Ticketverkauf, die Printmedien, teilnehmende Museen und das Programm der Museen auf den Weg zu bringen. Im Folgenden gehe ich näher auf diese Aufgaben und deren Wichtigkeit ein:

Printmedien

Jedes Jahr hat die LNDMHH ein neues Logo. Eine Grafik Agentur designt dazu mehrere Möglichkeiten, worauf hin wir dann als Team gemeinsam das diesjährige Logo - einen Dino - ausgewählt haben. Programmhefte, Hardtickets und Plakate der LNDMHH wird von ihnen gestaltet und daraufhin von Druckereien für die Lange Nacht der Museen gedruckt. Da diese Medien zu bestimmten Zeitpunkten fertig sein müssen, ist es wichtig, rechtzeitig die günstigste Druckerei ausfindig zu machen. Dazu ist es nötig, basierend auf Zahlen des vergangenen Jahres, Stückzahlen zu errechnen. Meine Aufgabe war es, in Kontakt mit verschiedenen Druckereien zu treten, um die günstigste Möglichkeit für uns auszuwählen. Weiterhin stand ich im Kontakt mit den Druckereien, wenn es zu Verzögerungen kam oder um ihnen die Druckvorlagen der Grafikagentur zu schicken.

Ticketvorverkauf

Die Tickets für die Lange Nacht der Museen können über drei Wege erworben werden: im Museum selbst als Hardticket (ca. 2 Monate vor der Veranstaltung) und als Online-Ticket über den eigenen Ticketshop und über eventim. Meine Aufgabe war in diesem Bereich insbesondere der Kontakt zu der Firma eventim, welche für ihre Dienstleistung verschiedene Freigaben und Infos brauchten.

Teilnehmende Museen

Bis zu einer Deadline im November 2017 mussten alle Museen, die an der LNDMHH teilnehmen wollten, eine offizielle Anmeldung schicken. Dafür habe ich im Voraus das Anmeldeformular versandt, habe eintreffende Anmeldungen dokumentiert und

einige Museen an die Abgabe erinnert. Außerdem haben wir die Museen, die zum ersten Mal teilnehmen wollten, besucht.

Programm

Bis zum Jahreswechsel mussten alle Museen ihr detailliertes Programm für die Veranstaltung abgeben, in einer Onlinemaske. Dazu stand ich mit ihnen in Kontakt, um Infos und Erinnerungen an die Museen zu versenden.

Nach dem Jahreswechsel ging es insbesondere auf inhaltlicher Ebene weiter. So standen das Programmheft, Social Media Auftritt, Sponsorentouren, Versandt, Busshuttle und Pressearbeit bis zum Event im April auf dem Zettel. Hier ein kurzer Einblick:

Programmheft

Das Programmheft kann man sich als ein "hosentaschen-großes" Buch mit etwas über 300 Seiten vorstellen. Es umfasst das komplette Programm aus den 59 teilnehmenden Museen, Highlights, Karten etc. Dies wurde von der Grafik-Agentur gestaltet. Meine Aufgabe war das Korrekturlesen und Vereinheitlichen, Kürzen der Beschreibungstexte und Auffinden von Programmhilights.

Social Media Auftritt

Die LNDMHH ist auf Facebook, Twitter und Instagram vertreten. Die Plattform mit den meisten Abonnenten ist Facebook. Ich hatte die Aufgabe über die verschiedenen Kanäle Veranstaltungstipps zu geben oder über die kommende LNDMHH zu berichten. Die zwei Monate vor der Veranstaltung hatten wir eine zusätzliche Unterstützung im Team, die sich hauptsächlich um Social Media gekümmert hat. In dieser Zeit habe ich eher Kleinigkeiten im Bereich Social Media gemacht, konnte mich jedoch über den gesamten Zeitraum meiner Tätigkeit kreativ einbringen.

Sponsorentouren

Der Hauptsponsor der LNDMHH bekommt jedes Jahr zwei Sponsorentouren für jeweils 30 seiner Mitarbeiter. Jede Tour hat ein Motto, das ich in Absprache mit dem Sponsor ausgewählt habe und daraufhin passende Ausstellungen in den Museen

herausgesucht habe. Dieses Jahr gab es eine Tour mit USA Bezug und eine mit Europa Bezug. Daraufhin habe ich mit den jeweiligen Museen Kontakt aufgenommen, um die Zeiten abzusprechen und einen Guide zu buchen. Jede Tour hat 4 Museen umfasst und wurde während der LNDMHH mit einem privaten Busshuttle durchgeführt. Die kompletten Touren mitsamt Absprachen liegen in meiner Verantwortung und haben mir wegen der Kreativität der Aufgabe besonders viel Spaß gemacht.

Versandt

Als die oben erwähnten Printmedien bei uns eintrafen, war es meine Aufgabe, diese wieder zu verteilen. So habe ich z.B. Plakate abgezählt und gerollt, Hardtickets und Programmhefte an die Museen und Vorverkaufsstellen versandt.

Busshuttle

Die LNDMHH ist mit einem Busshuttle ausgestattet, der von der Hochbahn Hamburg ausgeführt wird. Dazu durfte ich an einem Treffen mit der Hochbahn teilnehmen, in der die Routen, Verbesserungen und Änderungen zum Vorjahr abgesprochen wurden. Im Nachhinein war es meine Aufgabe, die Änderungen auf einer Karte zu visualisieren und an unsere Grafikagentur weiterzugeben, die daraus den Busfahrplan entworfen haben.

Pressearbeit

Der Museumsdienst hat eine Angestellte, die die Pressearbeit übernimmt. Ich habe sie unterstützt, indem ich zum Beispiel die Pressemitteilungen auf unserer Homepage aktualisiert habe oder geholfen habe, die Pressekonferenz vorzubereiten.

Nach der LNDMHH war es bis zu meinem Vertragsende meine Aufgabe, einen Pressespiegel aus allen zur Veranstaltung erschienen Artikeln und Fernsehbeiträgen zu erstellen.

Neben den aufgeführten Tätigkeiten gab es natürlich weitere, wie beispielsweise das Ausstellen von VOL-Scheinen, die ständige Aktualisierung unserer Homepage, Kommunikation und Treffen mit Museen, Partnern und Sponsoren u.v.m.

3. Darstellung des Arbeitsalltags

Während meiner Tätigkeit habe ich zwischen drei und vier Tagen wöchentlich á 6 Stunden gearbeitet. Mit dem näher kommenden Event wurde dies deutlich mehr, dies war jedoch in den Semesterferien. Täglich stand ich in Kontakt mit den teilnehmenden Museen, Partnern, Sponsoren oder aber den Druckereien, Eventim, unserer Grafik-Agentur, der Hochbahn und Dienstleistern für die LNDMHH wie z.B. Sanitätern. Des Weiteren habe ich mich täglich, insbesondere in den ersten vier Monaten, mit Social Media beschäftigt, um Aufmerksamkeit auf das Event zu richten. Des Öfteren hatten wir Team Meetings mit der Leiterin des Museumdiensts sowie der Projektleiterin, um über den neuesten Stand zu berichten, offene Fragen und Ideen zu diskutieren und gemeinsame Entscheidungen zu treffen. Diese Runden waren sehr schön, da ich als "nur" studentische Mitarbeiterin genauso Ideen eingebracht habe und mitentscheiden konnte. Bei jedem Treffen mit Partnern und Sponsoren dabei sein durfte ich dabei sein und habe so unsere Ansprechpartner von British American Tobacco, Hamburg Zwei und der Hochbahn kennengelernt. Außerdem war ich bei den Treffen mit den neuen Museen der LNDMHH dabei und habe so den Infopavillion Hannoverscher Bahnhof und das FC St. Pauli Museum mitsamt Ansprechpartner kennengelernt.

4. Eigene Stellungnahme

Die Mitarbeit im Team der Langen Nacht der Museen Hamburg, als Teil des Museumsdiensts, ist sehr geeignet, um das Masterstudium praktisch zu ergänzen. Besonders interessant fand ich dabei die Kooperation mit Sponsoren sowie die Sponsorenakquise. Ich habe gelernt, wie wichtig es ist, sich sehr gut um einen langjährigen Sponsoren zu kümmern und auch gemerkt, wie viel dem Sponsoren an der Kooperation liegt. Ich habe gehofft, durch die Mitarbeit auch mehr über das Stiftungswesen an sich zu erfahren. Da man den Museumsdienst jedoch als eher eigene Institution ansehen kann, war dies nicht der Fall. Ich konnte während meiner Tätigkeit zahlreiche Erfahrungen sammeln und bin sehr dankbar, dass mir sehr viel Verantwortung übertragen wurde. Besonders schön war, dass ich bei jedem Treffen mit Partnern und Sponsoren dabei sein durfte, denn dadurch konnte ich hilfreiche

Einblicke über Kooperationen von Nonprofit- und Profit-Organisationen gewinnen sowie unsere Ansprechpartner persönlich kennenlernen. Das Management und die Organisation von Kulturveranstaltungen ist eine Richtung, in die ich mich gerne beruflich gesehen weiter orientieren möchte, da sie sehr vielfältig ist. Ich kann jedem empfehlen, sich als studentische Angestellte wie ich für etwa 7 Monate zur Unterstützung des Teams zu bewerben oder aber ein etwa 6 wöchiges Praktikum mit Schwerpunkt Social Media beim Museumsdienst zu absolvieren, da es ein tolles Team ist und man sehr viel lernen kann.

An dieser Stelle möchte ich mich auch beim gesamten Team des Museumdienst Hamburgs für die schöne und lehrreiche Zeit bedanken.