

*Technologischer Fortschritt, soziale Veränderungen und ökologische Herausforderungen – wollen Kulturinstitutionen zukunftsfähig sein, sollten sie nicht nur auf diese aktuellen Trends reagieren, sondern diese aktiv mitgestalten, um eine lebendige und inklusive Kulturlandschaft zu fördern. Was sie dabei voneinander lernen können und welche Rolle externe Partner*innen wie Beratungsunternehmen spielen können, machen Silke Oldenburg vom Museum für Kunst & Gewerbe Hamburg, Stefan Charles, Kulturdezernent der Stadt Köln, sowie Frank Schellenberg, Geschäftsführer der actori GmbH, im gemeinsamen Interview¹ aus ihren verschiedenen Perspektiven deutlich.*

Wege zu einer zukunftsfähigen Kulturlandschaft

Das Gespräch führte Julia Jakob

Liebe Frau Oldenburg, lieber Herr Charles und lieber Herr Schellenberg, was zeichnet für Sie jeweils zukunftsfähige Kulturbetriebe aus?

Silke Oldenburg: Für zukunftsfähige Kulturbetriebe ist es essentiell, weiterhin relevant für die Menschen zu bleiben und sie zu erreichen. Dafür müssen wir uns – und ich spreche hier aus Sicht des Museums für Kunst und Gewerbe Hamburg – mit gesellschaftlichen Themen auseinandersetzen und Teilhabe ermöglichen. Das erfordert eine adäquate Infrastruktur, die viele Parameter beeinflussen. Als Museum mit sechshunderttausend Objekten benötigen wir beispielsweise zunächst ein Gebäude mit einer Ausstattung, die es ermöglicht, unsere Sammlungen – der Ausgangspunkt all unserer Aktivitäten – zu beherbergen. Technische Neuerungen und Digitalisierung sind dafür wichtige Aspekte. Zudem gilt es etwa immer wieder zu hinterfragen, über welche Kanäle und Tools wir kommunizieren, denn das Kommunikationsverhalten verändert sich. Wie erreichen wir die Menschen und wie können wir für sie ein attraktiver und relevanter Ort bleiben, den sie gerne aufsuchen?

¹ Besonderer Dank gilt Ian Thomas McMillan und Nora Pähler vor der Holte für den Impuls und die Koordination des Interviews.

Stefan Charles: Kultureinrichtungen müssen auf gesellschaftliche und umweltbezogene Veränderungen reagieren. Damit verbunden haben sie die Aufgabe, gesellschaftliche Veränderungen wie soziale und ökologische Nachhaltigkeit glaubhaft widerzuspiegeln. Dafür müssen wir aus der Logik herauskommen, lediglich Programme zu entwickeln und zu hoffen, dass sie Anklang finden. Wenn wir etwa über ökologische Nachhaltigkeit sprechen oder eine Ausstellung dazu planen, müssen wir selbst nachhaltig handeln. In Köln setzen wir uns zum Beispiel intensiv mit kultureller Teilhabe auseinander und überlegen, wie Angebote zugänglicher gestaltet werden können. Solche Entscheidungen müssen mit der Gesellschaft verhandelt werden, und diese Verhandlungsfähigkeit ist entscheidend für die Zukunftsfähigkeit.

„Zukunftsfähige Kultureinrichtungen müssen bereit sein, sich auf Veränderungen einzustellen. Dies betrifft Prozesse der Digitalität, Diversität oder Nachhaltigkeit.“

Frank Schellenberg

Frank Schellenberg: Ich möchte die genannten Aspekte noch um die Flexibilität und Innovationsbereitschaft innerhalb der Organisationen ergänzen: Denn zukunftsfähige Kultureinrichtungen müssen bereit sein, sich auf Veränderungen einzustellen. Dies betrifft Prozesse der Digitalität, Diversität oder Nachhaltigkeit. Zukunftsfähigkeit erfordert Organisationen, die sich anpassen und Neues ausprobieren können. Dies muss intern unterstützt und extern ermöglicht werden.

Inwieweit können Sie, Herr Schellenberg – als Kulturberatung – Kultureinrichtungen dabei unterstützen?

FS: Es gibt verschiedene Wege, wie wir Kultureinrichtungen unterstützen können. Zunächst helfen wir bei der Analyse von Situationen, um Probleme und Herausforderungen präzise zu identifizieren. Wir bringen kreative Impulse von außen ein, indem wir betrachten, wie andere Branchen oder Einrichtungen ähnliche Situationen lösen und was wir daraus lernen können. Die damit verbundene Vielzahl an Herausforderungen helfen wir, zu strukturieren und in umsetzbare Lösungen zu überführen.

Es gibt zudem viele unterschiedliche Gruppen, die in solchen Prozessen involviert und unterstützt werden müssen, sei es innerhalb der Einrich-

tung Mitarbeitende oder Externe wie Verwaltung, Politik und Öffentlichkeit. Oft braucht es Akteur*innen, die als neutrale Vermittler*innen zwischen unterschiedlichen Interessen agieren können. Auch dafür müssen die benötigten Ressourcen geklärt und Handlungsrahmen für Entscheidungen festgelegt werden.

Was würden Sie, Frau Oldenburg und Herr Charles, als aktuell größte Herausforderung in Ihrer jeweiligen Arbeit sehen? Und wie können externe Partner*innen und Berater*innen wie actori Sie dabei unterstützen?

SC: Wir arbeiten stark mit externen Partnern zusammen, unter anderem mit actori, um kulturelle Werte zu bewahren und für die Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Eine unserer Hauptaufgaben ist die Erhaltung der kulturellen Infrastruktur, was unsere Ressourcen stark beansprucht. Doch eine zukunftsfähige Einrichtung benötigt gleichzeitig Agilität, Veränderungswillen und Innovationskraft. Es ist wichtig, dass wir genug Ressourcen haben, um nicht nur Bestehendes zu erhalten, sondern auch zukunftsorientiert zu handeln. Große Herausforderungen wie die Sanierung von Einrichtungen erfordern ein hohes Maß an Planung und eine klare Kommunikation gegenüber der Bevölkerung und insbesondere der jüngeren Generation, um die Notwendigkeit und Kosten solcher Projekte verständlich zu vermitteln. Partner wie actori unterstützen uns dabei, durch Erfahrungswerte und Vergleichszahlen bessere Entscheidungen zu treffen. Wir fördern den Austausch unter Kultureinrichtungen, um Ressourcen effizienter zu nutzen. Transparenz in unseren Entscheidungen ist essentiell, um Verständnis und Unterstützung von Politik und Öffentlichkeit zu erhalten.

„Es ist wichtig, dass wir genug Ressourcen haben, um nicht nur Bestehendes zu erhalten, sondern auch zukunftsorientiert zu handeln.“

Stefan Charles

SO: Wir stehen ebenfalls vor der Herausforderung, unser 150 Jahre altes Gebäude am Hamburger Hauptbahnhof instand zu halten, das – ähnlich wie das Museum Ludwig in Köln – eng mit dem Bahnhofsviertel verbunden ist. Zusätzlich besteht die Notwendigkeit, unsere Rolle in der Stadtgesellschaft neu zu definieren und das Bewusstsein für die weltweite Bedeutung unserer Sammlungen zu stärken. Das ist vor allem in der Kommunikation eine enorme Herausforderung, da nicht allen bewusst ist, dass hier sechs-

hunderttausend Objekte lagern. Darüber hinaus stellt uns die aktuelle Diskussion über die Rolle der Museen und die Notwendigkeit, neue, ansprechende Formate zu entwickeln, vor die Herausforderung, unsere Kernkompetenzen zu bewahren und gleichzeitig neue zu entwickeln, um die nachgefragten, innovativen Angebote zu schaffen und beispielsweise aktiv an gesellschaftlichen Veränderungen teilzuhaben: So konfrontiert uns in Hamburg die Veränderung der Innenstadt und das Thema Obdachlosigkeit mit neuen Herausforderungen, wofür wir intensiv im Dialog mit städtischen Akteur*innen, um Lösungen zu finden. Einen Teil davon haben wir wie 2022/2023 in der Ausstellung „Who’s Next“ präsentiert.

„Wir stehen vor der Herausforderung, unsere Kernkompetenzen zu bewahren und gleichzeitig neue zu entwickeln, um die nachgefragten, innovativen Angebote zu schaffen und aktiv an gesellschaftlichen Veränderungen teilzuhaben.“

Silke Oldenburg

Zudem haben für mich insbesondere zwei Krisen in der Vergangenheit deutlich gemacht, wie tief die Verbundenheit der Menschen mit kulturellem Erbe ist und welche Unterstützung dabei aktiviert werden kann: der Brand der Herzogin Anna Amalia Bibliothek in Weimar 2004 und die Corona-Pandemie. Hier zeigte sich, dass Kulturerbe den Menschen wichtig ist und wie schmerzhaft es auch für Kulturakteur*innen ist, wenn Besucher*innen ausbleiben.

Welche Rolle spielen für Sie darüber hinaus die Zusammenarbeit mit anderen Kultureinrichtungen, um Ihren eigenen Kulturbetrieb und die Kulturlandschaft zukunftsfähiger zu machen?

SO: Die Zusammenarbeit spielt eine entscheidende Rolle. Wir arbeiten mit vielen Partnern aus verschiedenen Branchen zusammen, was allein durch das Teilen von Wissen sehr bereichernd ist. Besonders in der Museumslandschaft sehe ich großen Bedarf für offene Datenbanken, die Auskunft über Besuchendenzahlen und ähnliches geben. Eine Gesamtkulturbefragung in Hamburg hat gezeigt, wie wichtig diese Zusammenarbeit ist. Wir sollten unsere Daten nicht für uns behalten, sondern teilen, besonders weil wir als öffentlich geförderte Einrichtungen dazu verpflichtet sind. Es gibt vereinzelte Projekte wie in Berlin mit KulMon, aber muss noch ausgeweitet werden.

FS: Das ist sehr interessant, denn ich glaube, es geht nicht immer darum, dass wir die Mittel nicht haben, sondern um die strukturellen Voraussetzungen: Es gibt übergreifend viele Bedürfnisse nach Standards, die wir gemeinsam nutzen könnten. Oft wird zum Beispiel an verschiedenen Orten mit kleinen Budgets an denselben digitalen Herausforderungen gearbeitet. Wenn wir diese Budgets bündeln, wäre viel mehr möglich. Zusammenarbeit muss aus meiner Sicht verstärkt werden, um effizientere Lösungen zu schaffen.

Herr Charles sprach bereits an, dass Statistiken und Gutachten eine gute Grundlage für Transparenz schaffen. Wie wird das bisher gehandhabt und welche Erfahrungen haben Sie damit gemacht, insbesondere in Bezug auf die Kommunikation und die Kritik, dass Zahlen manchmal beschönigt oder zweckentfremdet werden?

SC: Wenn wir Zahlen erheben, ist unser Ziel, die Realität abzubilden, nicht sie zu beschönigen. Es sind dynamische Zahlen; uns interessiert die Entwicklung mehr als eine Momentaufnahme. Am Offenbachplatz werden gerade die Kölner Bühnen saniert – die Komplexität, dies in Zahlen auszudrücken, ist enorm. Gleichzeitig ist die Kenntnis der realen Zahlen entscheidend, um informierte Entscheidungen zu treffen. In den Museen passen wir in diesem Jahr unsere Jahresberichte an, um sie einheitlicher und transparenter zu gestalten. Wir wollen die Strategien der Häuser offen kommunizieren, um deren Ziele und den Weg dorthin nachvollziehbar zu machen. Es geht weit über Besucherzahlen hinaus; es geht um die Zukunftsführung der Kultureinrichtungen.

„Die Kenntnis der realen Zahlen ist entscheidend, um informierte Entscheidungen zu treffen.“

Stefan Charles

Neben der Sanierung der Kölner Bühnen stehen wir vor vielen weiteren Bau- und Sanierungsprojekten. Wir nutzen diese Phase, um zu überlegen, wie unsere Kultureinrichtungen in 10 bis 15 Jahren aussehen sollen. Dies umfasst Fragen nach der Zweckmäßigkeit von Sammlungs- und Ausstellungsflächen sowie die Schaffung von Begegnungsorten. Ein wichtiger Punkt ist die Verbesserung im Bildungsbereich, insbesondere in der museumspädagogischen Arbeit, die präsenter und sichtbarer gestaltet werden soll. Wir denken dabei auch über neue Berufsbilder nach und

welche Ressourcen dafür benötigt werden. Die Frage, ob etwa Museen die zusätzlichen Aufgaben alleine stemmen können, oder ob Allianzen mit Bildungs- und Wissenschaftseinrichtungen oder Künstler*innen nötig sind, diskutieren wir dabei intensiv. Dabei sind auch externe Studien relevant: So machte etwa Bloomberg in den USA im Jahr 2023 in einer Studie deutlich, dass Kultur messbare positive Veränderungen für die Gesundheit bewirken kann. In Köln versuchen wir demnächst, mit Wissenschaftler*innen und erfahrenen Einrichtungen diese Effekte durch Pilotprojekte intensiver zu erforschen.

FS: Wir reden häufig über die Darstellung von Daten und Informationen gegenüber der Öffentlichkeit und Politik. Diese Perspektive ist wichtig, birgt aber auch das Risiko, durch eine zu starke Fokussierung auf einzelne Zahlen die Gesamtsituation misszuverstehen. Es wäre förderlich, wenn Kultureinrichtungen intensiver darüber nachdenken würden, welche Daten ihnen zur Verfügung stehen und was sie daraus lernen können. Das mag komplex klingen, aber es gibt zahlreiche Möglichkeiten, Informationen innerhalb einer Kultureinrichtung zu sammeln, die bisher oft ungenutzt bleiben. Beispielsweise könnten die Bewegungsmuster der Besucher*innen im Museum oder die verschiedenen Faktoren, die bei einem Konzert oder Theaterbesuch entscheidend sind, wie Uhrzeit oder Programm, analysiert werden. Diese Daten geben tiefe Einblicke in die Präferenzen und Verhaltensweisen der Besuchenden und helfen, Entscheidungen bezüglich der Gestaltung von Veranstaltungen oder Ausstellungen zu optimieren.

„Es wäre förderlich, wenn Kultureinrichtungen intensiver darüber nachdenken würden, welche Daten ihnen zur Verfügung stehen und was sie daraus lernen können.“

Frank Schellenberg

Das Ziel sollte allerdings nicht sein, sich nur nach Zahlen auszurichten, sondern die gewonnenen Informationen zu nutzen, um das eigene Produkt oder die Interaktion mit den Besucher*innen zu verbessern. Andere Branchen, auch solche, die der Kultur nicht unmittelbar zugeordnet werden, wie Medien, sind hier oft weiter. Ich spüre eine gewisse Zurückhaltung, sich dieser Datenanalyse zu öffnen, manchmal auch einfach aus Mangel an Möglichkeiten, diese Daten zu erfassen und sinnvoll einzusetzen. Ich sehe hier eine große Chance.

Inwieweit lässt sich diese Zurückhaltung oder gar Scheu abbauen, Herr Schellenberg? Welche Erfahrungen haben Sie in den letzten Jahren bei verschiedenen Zusammenarbeiten gemacht?

Frank Schellenberg: Die Scheu muss man etwas eingrenzen, da sie oft mit der Situation zusammenhängt, in der sich jemand befindet. Nicht jede*r verfügt über die zeitlichen Ressourcen oder Kapazitäten, sich neuen Dingen zu widmen. Oft ist es auch eine Frage des Know-hows und der Strukturen. Wenn neue Technologien und Möglichkeiten auftauchen, muss man verstehen, wie sie funktionieren, man muss sie einsetzen dürfen. Dafür muss man sich damit auseinandersetzen und Erfahrungen sammeln – auch dann, wenn diese vielleicht manchmal in die falsche Richtung führen. Hier braucht es eine gewisse Ergebnisoffenheit und Fehlertoleranz. Das hat auch viel mit der inneren Organisation und Arbeitsweise zu tun.

„Wenn neue Technologien und Möglichkeiten auftauchen, muss man verstehen, wie sie funktionieren, man muss sie einsetzen dürfen.“

Frank Schellenberg

Wir von actori können dabei helfen, Ideen zu entwickeln, indem wir analysieren, wo eine Einrichtung Informationen generiert, vielleicht sogar unbewusst, und wie man diese mit technologischen Mitteln, wie Software, erfassen, bündeln und auswerten kann. Es gibt mittlerweile auch AI-gestützte Tools, die die Auswertung historischer Verkaufsinformationen und anderer Daten übernehmen, um Faktoren zu identifizieren. KI kann eine Chance darstellen, indem sie Ressourcen aus administrativen Tätigkeiten freisetzt, die wir dann für Kunst, wissenschaftliche oder inhaltliche Arbeit nutzen können. Es geht dabei nicht darum, blindlings alles zu akzeptieren, sondern aktiv mitzugestalten und die Technologie so zu integrieren, dass sie unseren Zielen dient.

Es gibt also viele unterschiedliche Ansätze, und es muss je nach Einrichtung der beste Weg gefunden werden. Ein externer Berater oder Beraterin kann durch seine Erfahrungen aus anderen Einrichtungen beitragen und Beispiele liefern, wie Herausforderungen gemeistert wurden. Dies kann die erste Scheu nehmen und ein realistisches Bild davon vermitteln, was nötig ist, um Projekte erfolgreich anzustoßen.

Damit wären wir bei den Trends und künftigen Entwicklungen im Kulturbereich: Wie sehen Sie die Zukunft in Ihrer Arbeit und wie bereiten Sie sich darauf vor?

SC: Wenn wir über Zukunftstrends sprechen, denke ich, dass die Zukunftsfähigkeit davon abhängt, wie wir auf gesellschaftliche Veränderungen reagieren. Dies beinhaltet u.a. den Umgang mit neuen Technologien wie KI. Mit Blick auf die hohe Dichte an Kultureinrichtungen in Deutschland müssen wir überlegen, wie wir diese Einrichtungen weiterentwickeln und steuern wollen. Trotzdem gibt es große Unterschiede zwischen dem urbanen und ländlichen Raum. Wie können wir also alle kulturell versorgen? In Köln beispielsweise haben viele Menschen eine internationale Familiengeschichte, weshalb wir überlegen, wie wir kulturelle Teilhabe ermöglichen und dabei auch innovative Ansätze berücksichtigen. Darüber hinaus haben wir in den letzten zwei Jahren im Bereich der ökologischen Nachhaltigkeit gearbeitet und Klimabilanzen für unsere Kultureinrichtungen erstellt. Durch Schulungen haben zahlreiche Mitarbeiter*innen aus verschiedenen Einrichtungen gelernt, wie sie diese Bilanzen verbessern können. Auch diese Entwicklung erachte ich als essentiell für die Zukunft der Kulturlandschaft.

„Mit Blick auf die hohe Dichte an Kultureinrichtungen in Deutschland müssen wir überlegen, wie wir diese Einrichtungen weiterentwickeln und steuern wollen.“

Stefan Charles

FS Wir müssen zudem überlegen, wie wir die Kulturpolitik und -förderung zukünftig gestalten wollen, um weiterhin eine Vielfalt des Angebots zu gewährleisten. Dafür braucht es unterschiedliche Strategien, je nach Bereich. Dabei müssen wir auch berücksichtigen, wie wir mit zunehmendem Wettbewerb umgehen, der die (Freizeit-)Budgets der Menschen beeinflusst. Es ist wichtig, von erfolgreichen kommerziell orientierten Kulturanbietern zu lernen und zu überlegen, wie wir deren Ansätze möglicherweise adaptieren können, um unser eigenes Angebot zu verbessern und die Menschen besser zu erreichen.

SO: Ich erachte darüber hinaus den Übergang von produktzentrierten zu menschenzentrierten Ansätzen für die Zukunft relevant. In meiner Rolle in der Kommunikation sehe ich, wie bereichernd es ist, die

Besuchendenerfahrungen direkt zu verstehen. Wir müssen dafür unsere Angebote so gestalten, dass sie für die Menschen relevant und ansprechend sind, und unsere Institutionen zu diskriminierungsfreien Orte machen, die allen offenstehen. Wir sollten auch überlegen, wie wir in unseren Häusern Orte der Begegnung schaffen können – ohne die Verpflichtung eines Museumsbesuchs.

„Wir müssen bei allem, was wir tun, darauf achten, dass wir das Vertrauen, das wir haben, nicht aufs Spiel setzen. Denn Kulturinstitutionen sind Orte, die noch einen Vertrauensvorschuss genießen.“

Silke Oldenburg

Das Ziel sollte zudem sein, Sammlungen nicht nur lokal zugänglich zu machen, sondern auch digital, um sie einem breiteren Publikum zugänglich zu machen. Dabei müssen wir auch darauf achten, dass wir das Vertrauen der Öffentlichkeit nicht verlieren, indem wir weiterhin zuverlässige und geprüfte Inhalte liefern. Wir müssen bei allem, was wir tun, darauf achten, dass wir das Vertrauen, das wir haben, nicht aufs Spiel setzen. Denn Kulturinstitutionen sind Orte, die noch einen Vertrauensvorschuss genießen. Dabei ist es wichtig, dass unsere Inhalte trotz der Anziehungskraft neuer Formate verlässlich und gut geprüft bleiben. Für unsere Online-Aktivitäten, wie das Bereitstellen von Objektdaten und Open Access, bedeutet das etwa, zu entscheiden, welchen Datensatz wir wie schnell freigeben. Priorisieren wir die Menge der online verfügbaren Inhalte oder die Qualität? Das führt oft zu einer gewissen Langsamkeit, der wir mit Transparenz entgegenwirken können, indem wir beispielsweise klar kommunizieren, dass dies der aktuelle Stand ist und wir offen für Ergänzungen sind.

FS: Das ist auch für mich ein wichtiger Punkt, denn Museen sind nachweislich eine der vertrauenswürdigsten Einrichtungen, direkt nach Familie und Freund*innen, wie eine Studie des Museumsbundes bestätigte. Damit spielen Museen in der aktuellen gesellschaftlichen Diskussion eine wichtige Rolle, besonders wenn es darum geht, was richtig oder falsch ist und wie verschiedene Perspektiven auf gesellschaftliche, soziale oder politische Fragen verstanden werden können.

SC: Handlungsfelder für Kultureinrichtungen sehe ich in der Zukunft neben der Förderung mentaler Gesundheit auch im Bereich der Information Literacy, also der Fähigkeit, mit Informationen umzugehen. Ich finde es spannender, Menschen zu befähigen, Informationen selbstständig einzuordnen, statt nur zu vermitteln, wem man vertrauen kann. Wir sollten daher überlegen, wie wir die Inhalte unserer Kultureinrichtungen besser zugänglich machen, insbesondere auch im Bereich von KI.

Zum Abschluss: Was wünschen Sie sich jeweils für die Kulturlandschaft der Zukunft?

FS: Ich wünsche mir eine Kulturlandschaft, die weiterhin überrascht und sowohl Denkanstöße als auch emotionale Erlebnisse bietet, zugänglich an vielen verschiedenen Orten.

SO: Ich wünsche mir, dass Kultureinrichtungen Orte sind, die Menschen Halt und Orientierung bieten. Sie sollten ermächtigen, zu diskutieren und Dinge zu hinterfragen, und als geschützte Orte des Diskurses dienen, die in unserer Gesellschaft zunehmend fehlen.

„Kultureinrichtungen sollten ermächtigen, zu diskutieren und Dinge zu hinterfragen, und als geschützte Orte des Diskurses dienen, die in unserer Gesellschaft zunehmend fehlen.“

Silke Oldenburg

SC: Kunst ist grundlegend für die Freiheit der Menschen, und unsere Gesellschaft sollte Künstler*innen umfangreiche Entfaltungsmöglichkeiten bieten. Ich wünsche mir daher eine Welt, in der Künstler*innen eine noch wichtigere Rolle in unserem Alltag spielen und uns tiefgreifend beeinflussen. Dafür sollten Kulturinstitutionen optimale Rahmenbedingungen bieten, indem sie sich dafür einsetzen, dass die Kultur frei von Einfluss bleibt. Denn die Unterdrückung oder Steuerung der Kultur ist oft ein Akt antidemokratischer Kräfte.



Silke Oldenburg ist Kulturmanagerin und Dozentin. Seit 2011 ist sie am Museum für Kunst und Gewerbe Hamburg tätig, zuvor war sie an der Klassik Stiftung Weimar. Sie lehrt u.a. am Institut für Kultur- und Medienmanagement in Hamburg. 2022 gründete sie zusammen mit Freunden die Ostfriesland Biennale – ein internationales Kunstfestival in Norddeutschland.



Stefan Charles geboren 1967 im Kanton Freiburg, Schweiz, begann seine Karriere in der Musikindustrie in Berlin. Er hatte Leitungsfunktionen bei einer Veranstaltungsgesellschaft, der Zürcher Hochschule der Künste und dem Kunstmuseum Basel inne. Er absolvierte mehrere Studiengänge und war von 2017 bis 2020 beim SRF tätig. Seit August 2021 ist er Beigeordneter für Kunst und Kultur in Köln.



Frank Schellenberg ist Historiker und Musikkaufmann. Von der Veranstaltungsbranche wechselte er 2006 in die Beratung von Kultur- und Bildungseinrichtungen und der Öffentlichen Hand. Seither hat er zahlreiche Kund*innen bei der Lösung strategischer, baulicher und wirtschaftlicher Fragestellungen unterstützt. Zudem fungiert er als Sachverständiger in Architektenwettbewerben und Gastdozent an ausgesuchten Hochschulen.

