de signkom.de
Werbung für Medien
Jens Brockmann
René von Falkenburg
mail@designkom.de

www.deutschespressemuseum.de

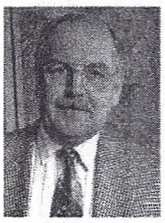
BlattWerk

EXTRA AUSGABE

25. März 2004 VEREIN DEUTSCHES PRESSEMUSEUM HAMBURG Extra-Ausgabe

Personalie

Schon in seiner Zeit als Anzeigenleiter des STERN hat Rolf Grimm ein Museum für die Presse in Deutschland vermisst – gegen Ende seiner Berufstätigkeit hat



Manager mit Vision: Rolf Grimm

er sogar davon geträumt, selbst ein solches zu gründen. Inzwischen sind die Visionen konkreter geworden, die er als Vorsitzender des Vereins DEUTSCHES PRESSEMUSEUM HAMBURG so skizziert:

Das Pressemuseum soll

– einer breiten Öffentlichkeit die gesellschaftliche, politische und wirtschaftliche Rolle der "periodischen Presse" in Deutschland in unserer heutigen Zeit darstellen.

– die 400-jährige Vergangenheit der deutschen Presse ebenso aufzeigen wie die Zukunftstendenzen, insbesondere auch im multimedialen Umfeld.

– die meinungsbildende Rolle der Presse in der modernen Demokratie deutlich machen, wie es beispielsweise das NEWSEUM in Washington eindrucksvoll praktiziert.

– zum Erreichen dieser Ziele alle modernen museumspädagogischen Erkenntnisse berücksichtigen, die Einbeziehung interaktiver Techniken ist dabei eine Selbstverständlichkeit.

(Fortsetzung auf Seite 2)

Hamburg als Standort für ein Deutsches Pressemuseum

„Druckerschwärze hat eine Autorität, von der andere Farben nur träumen können"

Es ist schon eigenartig, dass es in Deutschland Zeitungs-, Buch-, Film- und andere Museen gibt, die sich mit der Historie und der Gegenwart befassen, aber keines, das der „periodischen Presse" im weiteren Sinne gewidmet ist.

Das gilt auch – und ganz besonders – für Hamburg, wo seit dem 17. Jahrhundert Pressegeschichte geschrieben wird. Hier erschien 1618 (!) mit der *Wöchentlichen Zeitung* eine der ersten Periodika auf deutschem Boden. Der *hamburgische unpartheyische Correspondent* erreicht um 1800 eine Auflage von mehr als 50.000 Exemplaren – zu einem Zeitpunkt, als es die Londoner Times gerade auf 8.000 Exemplare brachte.

150 Jahre später: Britische Presseoffiziere erteilen nach Ende des II. Weltkriegs politisch unbelasteten Hamburgern erste Lizenzen. Und verlegerisch denkende Persönlichkeiten wie Rudolf Augstein, Alfred Bauer, Gerd Bucerius, Kurt Ganske, John Jahr, Henri Nannen, Axel Springer u. a. gestalten daraus eine Presselandschaft, die an Größe, Vielfalt, Qualität und wirtschaftlichen Erfolg weltweit ihresgleichen sucht. Heute werden in Hamburg mehr als die Hälfte der in Deutschland verkauften Zeitungen und Zeitschriften produziert, wie auch andere „Kennziffern" und die Namen der großen Titel die überragende Rolle als Pressestandort dokumentieren.

Und die wirtschaftliche Kraft, die publizistische Ausstrahlung und die Zukunftsorientierung der Hamburger Verlage sollte eine Garantie dafür sein, dass es – trotz des Anspruchs anderer Medienstandorte – auch zukünftig bei dieser Dominanz bleiben sollte.

Was liegt näher, als diese „Leistungen" in einem Museum zu dokumentieren und für eine interessierte Öffentlichkeit zugänglich zu machen, wobei natürlich auch andere Aspekte wie z. B. die politische, gesellschaftliche und wirtschaftliche Rolle der Presse überhaupt visualisiert werden sollten.

Diese und andere Überlegungen haben zur Gründung des Vereins DEUTSCHES PRESSEMUSEUM HAMBURG geführt, der sich zum Ziel gesetzt hat, in Hamburg ein Museum dieses Namens zu etablieren.

Der Verein Deutsches Pressemuseum Hamburg

Der Verein wurde im November 2001 von Redakteuren, Verlagsmanagern und Fachleuten aus anderen Bereichen gegründet und im Januar 2002 in das Vereinsregister Hamburg eingetragen. Die Gemeinnützigkeit ist im vollen Umfang zuerkannt.

Zweck des Vereins ist es, in Hamburg ein Pressemuseum vorzubereiten, dafür ein Betreiberkonzept zu entwickeln und zu verwirklichen.

Die Aufgaben des Vereins sind

- Gewinnung von (Förder-) Mitgliedern, die die Entwicklung des Museums durch aktive Mithilfe, meinungsbildend und/oder materiell unterstützen.
- Erarbeitung eines inhaltlichen Konzepts und dessen ständige Optimierung
- Organisatorische Vorarbeiten und Recherchen
- Zusammenarbeit mit lokalen, nationalen Institutionen (Behörden, Museen, Wissenschaft u. a.), die bei der Realisierung des Vereinszwecks behilflich sein können
- Aufspüren, Erwerb und Erfassung von Exponaten
- Entwicklung und Realisierung von Kommunikations- und Marketingaktivitäten, sowie sie dem Vereinszweck dienen.

Mitglieder des Vereins können alle Personen und Institutionen werden, die die Ziele des Vereins bejahen. Aktive Mitarbeit oder andere substantielle Beiträge sind erwünscht.

Der Vorstand besteht aus Rolf Grimm (Vorsitzender), Jens J. Meyer (Stellvertreter), Totila Zapf (Kassenwart), Heinz H. Behrens (Marketing), Andreas Köpke (Öffentlichkeitsarbeit).

Der einfache Weg zur Mitgliedschaft in unserem Verein

Per Fax unter **040/41 47 87-15**
Per Tel. unter **040/41 47 87-88**
Wir senden Ihnen Unterlagen zu.

Per Internet unter **www.deutschespressemuseum.de**
Unter dem Link „Mitgliedschaft" finden Sie ein PDF-Formular, das Sie bitte ausgefüllt per Fax an **040/41 47 87-15** senden.

Y/13 322

(Fortsetzung von Seite 1)

Das Pressemuseum soll

– ein Museum der Printmedien sein, und andere Medien nur insofern einbeziehen, als sie zum Verständnis des Phänomens "periodische Presse" beitragen.

– die Vorläufer der modernen periodischen Presse exemplarisch darstellen.

– sich auf Deutschland und den deutschsprachigen Raum konzentrieren.

– ganz besonders jüngere Zielgruppen – auch interaktiv – die Rolle der modernen Presse in einer freiheitlichen Gesellschaft deutlich machen und nicht primär ein Museum für das klassische Publikum sein.

Stimmen

„Das wirklich Gute im derzeitigen Stadium des Projekts oder Vereins erscheint mir die offensichtliche Anzahl von erfahrenen, praxisbezogenen, gestandenen Fachleuten, offensichtliche Gewähr dafür, dass es hier nicht bei akademischen Fingerübungen bleiben wird."

Klaus May, Stellv. Leiter der Staatlichen Pressestelle Hamburg

„Eine Person wie ich muss Ihr Museum natürlich mit bis zur Begeisterung gesteigertem Wohlwollen betrachten!"

Franziska Augstein

„Ihren Plan, ein Pressemuseum zu schaffen, das die periodischen Schriften der Pressehauptstadt Hamburg zum wichtigsten Gegenstand hat, kann ich nur begrüßen und Ihnen sagen, dass ich zu jeder Mitarbeit bereit bin."

Prof. Dr. Holger Böning, Deutsche Presseforschung, Universität Bremen

Impressum

DEUTSCHES PRESSEMUSEUM HAMBURG

Feldbrunnenstraße 7
20148 Hamburg

Telefon: 040/41 47 87-88
Fax: 040/41 47 87-15
www.deutschespressemuseum.de

Verantwortlich i. S. d. Presserechts:
Andreas Köpke
Redaktion:
Rolf Grimm, Ralf Wegner
Gestaltung:
Jens Brockmann Kommunikation
mail@designkom.de

Großzügige Spende ermöglicht spektakulären Ankauf

Wertvolle Zeitungssammlung erworben

Politik und Aktuelles vom Freitag, den 17. Januar: Diese über zweihundert Jahre alte Ausgabe des *Hamburgischen unpartheyischen Correspondenten* gehört jetzt zur Sammlung des Vereins.

Der Verein DEUTSCHES PRESSEMUSEUM HAMBURG freut sich über einen spektakulären Coup!

Bei einer Versteigerung des renommierten Auktionshauses Ketterer gelang es, eine wertvolle Zeitungssammlung nach Hamburg zu holen, die insgesamt 2.100 Zeitungstitel aus den Jahren 1632 bis 1952 umfasst.

Darunter befinden sich neben pressehistorisch interessanten deutschen Titeln wie z. B. die *Staats- und Gelehrten-Zeitung des hamburgischen unpartheyischen Correspondenten* aus dem Jahre 1768, der *Hildesheimer Relations-Courier* von 1769 und die *Berlinischen Nachrichten von Staats- und Gelehrten Sachen* (1776) auch entsprechende Pendants aus anderen europäischen Ländern, so die *Gazette* (Paris, 1632), *The Newes* (London, 1664) und der *Amsterdamer Argus* von 1720.

Der Erwerb dieser Sammlung wurde durch eine Spende des Münchner Zeitungsverlegers Dr. Dirk Ippen (u. a. Zeitungsgruppe MÜNCHNER MERKUR) ermöglicht, bei dem sich der Verein auch auf diesem Weg noch einmal bedankt !

Konzept- und Machbarkeitsstudie mit positiven Ergebnissen

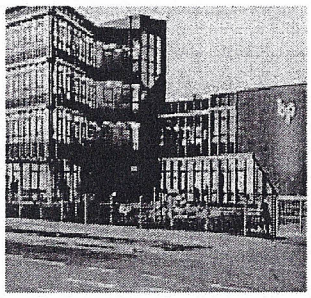
Durch eine zweckgebundene Spende der ZEIT-Stiftung war es dem Verein möglich, eine Studie auszuschreiben, deren Aufgabe es sein sollte,

– die Voraussetzungen für ein Pressemuseum am Standort Hamburg zu prüfen und

– ein Konzept für ein solches Museum zu entwickeln.

Im Hamburger Einzugsgebiet leben 11,4 Millionen Personen (Primärmarkt); hinzu kommen 7,8 Millionen (Sekundärmarkt), die zusammen als aktivierbares Nachfragepotenzial für ein Museum gesehen werden. Die Hamburger Kunsthalle hat eine jährliche Besucherfrequenz von 300.000, das Gewürzmuseum kann im Jahr circa 70.000 Besucher begrüßen – eine Besuchsprognose für ein Pressemuseum liegt zwischen diesen Werten.

Erste Exponate am Höltigbaum



Raum für Exponate: Buch- und Presse-Großvertrieb in Hamburg

Der „Buch- und Presse-Großvertrieb Hamburg" (bp) hat dem Verein DEUTSCHES PRESSEMUSEUM HAMBURG einen Raum zur Verfügung gestellt, der der (Zwischen-) Lagerung von Exponaten dienen soll, die später Bestandteil des geplanten Museums sein sollen. Inzwischen sind erste Sammlungen am Höltigbaum, wo bp zuhause ist, eingegangen und werden dort gesichtet und erfasst.

Sollten Sie selbst Sammlungen, Einzelexemplare oder andere „Stücke" haben, die nach Ihrer Meinung in ein Pressemuseum gehören, rufen Sie bitte Jens J. Meyer an, der im Vorstand für den Bereich „Exponate" zuständig ist (Tel. 040/32 55 23 45, Fax 32 55 23 44).

In der Presse

Dokumente für Pressemusum gesucht

Das Hamburger Abendblatt vom 26. März 2003 über die letzte Mitgliederversammlung:

Die Pläne für das Deutsche Pressemuseum in Hamburg (wir berichteten) reifen heran. Wie gestern vor der Mitgliederversammlung des Vereins DEUTSCHES PRESSEMUSEUM HAMBURG e .V. bekannt gegeben wurde, ist dem Verein vom ZEIT-Verlag bereits ein ganz besonderes Exponat angetragen worden: das komplette Arbeitszimmer von Marion Gräfin Dönhoff, der im März 2002 gestorbenen ZEIT-Herausgeberin.

„Das Aufspüren von Exponaten ist zurzeit eine unserer Hauptaufgaben", sagt Rolf Grimm (66), Vorsitzender des Vereins Deutsches Pressemuseum. „Wir arbeiten dabei gegen die Zeit, denn immer mehr Druck- und Fotodokumente werden durch die voranschreitende Digitalisierung der Archive vernichtet." Ein endgültiges Konzept läge genauso wie eine stehende Finanzierung allerdings noch nicht vor. Durch zwei Sponsoren seien jetzt Lager- und Büroräume gefunden worden, die der Verein vorerst nutzen kann •