

NotizBlatt

Ordentliche Mitgliederversammlung

Die Mitglieder des Deutschen Pressemuseums Hamburg e. V. sind eingeladen zur Ordentlichen Mitgliederversammlung am Donnerstag, 08. April 2010 um 18.30 Uhr. Ort der Versammlung ist wie stets in den letzten Jahren das Hotel Mercure Hamburg City. Neben der Vorstellung von Ausstellungskonzept und Betreibermodell wird ein zentraler Tagesordnungspunkt die Neuwahl des Vorstands sein.

Vorstandswahlen

Dieter Köring und Hans Schmidt-Clausen werden nach mehreren Jahren Vorstandsarbeit nicht mehr kandidieren. Nachrücken soll auf Vorschlag des Vorstands Helfried Schulke (65). Der Verlagskaufmann war über Jahrzehnte bei großen Verlagen als Anzeigenleiter tätig. Dort verantwortete Schulke Flaggschiffe wie Schöner Wohnen, Brigitte, Für Sie und Petra. Bei der Verlagsgruppe Handelsblatt war Helfried Schule Verkaufsdirektor für den Sender n-tv und Verlagsrepräsentant. In Hamburg ist Schulke gut vernetzt und engagiert sich unter anderem in der Bürgerstiftung und im Marketing Club.

Impressum

Deutsches Pressemuseum Hamburg e. V.
Rothenbaumchaussee 80 c
20148 Hamburg

Telefon: 040 / 38 65 50 83

Fax: 0 40 / 41 83-10

www.deutschespressemuseum.de

Verantwortlich i.S.d. Presserechts:
Holger Werner
werner@deutschespressemuseum.de

Ein Aushängeschild für die Branche und für Hamburg Detaillierte Pläne für Ausstellung und Machbarkeit des Pressemuseums

Es ist soweit. Nach einem Jahr intensiver Arbeit legt der Verein Deutsches Pressemuseum Hamburg eine detaillierte Studie über die Konzeption der Ausstellung des Museums vor. Obendrein gibt es präzise Zahlen und Kalkulationen zur Einrichtung und zum Betrieb eines solchen Pressemuseums.

Damit ist eine entscheidende Voraussetzung für die Realisierung erfüllt. Der Verein wird die Konzeptstudie jetzt bekannt machen und für die Umsetzung werben – der Ball liegt dann bei der Politik, der Verlagswirtschaft und den Mäzenen.

Die Macher

Hinter der umfangreichen Studie steht geballtes fachliches Know-how: Der renommierte Experte Dr. Jürgen Reiche, Ausstellungsdirektor beim Haus der Geschichte in Bonn, konnte vom Verein für das Projekt gewonnen werden. Jürgen Reiche erarbeitete zusammen mit dem Vorstandsmitglied Dr. Schanett Riller die Inhalte und das Zahlenwerk.

Die Ideen für die praktische Umsetzung stammen von der Coordination Ausstellungen GmbH. Das Berliner Unternehmen ist spezialisiert auf Gestaltung, Einrichtung und Corporate Design von Museen und sorgt seit Jahren regelmäßig für Aufsehen im deutschen Ausstellungsmarkt. Coordination stattete gleich mehrere der erfolgreichsten deutschen Museen aus, darunter das Zeitgeschichtliche Forum in Leipzig. Auch für große

Konzerne sind die Berliner tätig, sogar die Dauerausstellung im Foyer des Bundeskanzleramts wurde von Coordination erdacht und umgesetzt.

Präzise geplant

Der Verein Deutsches Pressemuseum verfügt jetzt über ein detailliertes Konzept für eine erlebnisorientierte und publikumswirksame Ausstellung, die der Presse als Aushängeschild dienen kann. Darin finden sich zum Beispiel Pläne zur Besucherführung und zur Nutzung der einzelnen Räume. Alles wird genau beschrieben und in attraktiver Weise visualisiert.

Die Machbarkeitsstudie integriert Analysen zu Standort, Marketing und Finanzierung des Pressemuseums. Eine Grobkostenschätzung liefert Zahlen zu Einrichtung und Betrieb. Konkrete Besuchsprognosen

sind genauso aufgeführt wie aktuelle Vergleichsdaten deutscher und Hamburger Museen. Auch Fragen nach der Organisation und Rechtsform bleiben nicht unbeantwortet. Das Pressemuseum soll als gemeinnützige Stiftung in öffentlich-privater Partnerschaft betrieben werden.

Konkret ausgerichtet ist die Konzeptstudie auf ein Gebäude in der Hamburger Speicherstadt mit 2400 qm Gesamtfläche. Der Entwurf lässt sich aber ohne weiteres auf andere Standorte übertragen.

Ausstellungskonzept und Machbarkeitsstudie werden auf der Ordentlichen Mitgliederversammlung erstmals öffentlich vorgestellt. Man darf gespannt sein auf den Vortrag von Dr. Jürgen Reiche und Dr. Schanett Riller. hw

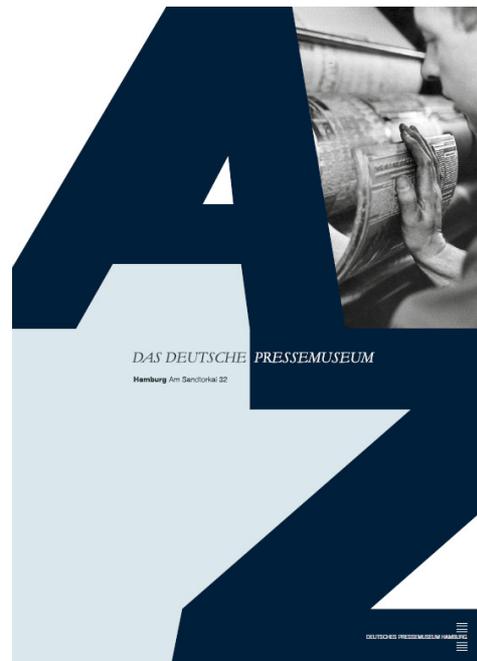


Bild: Coordination Ausstellungen GmbH

Von A wie Augstein bis Z wie Zeitungskiosk Das Ausstellungskonzept für das Deutsche Presse-museum Hamburg

„Meine Idee war immer: Menschen unterhaltsam informieren“, beantwortete Henri Nannen die Frage, warum er den Stern gegründet habe. Das Magazin wurde zu einem der erfolgreichsten Europas. „Unterhaltsam informieren“ lautet auch die Devise des geplanten Deutschen Presse-museums in Hamburg, das jetzt in den Endspurt seiner Realisierung tritt. Kurzweilig und erlebnisorientiert will es Schlaglichter auf Geschichte und Gegenwart der Medien in Deutschland werfen. Wie macht man eine Zeitung? Wie funktioniert Journalismus? Woher kommen die Nachrichten? Wie hängen Vertriebssystem und Medienvielfalt zusammen? Was ist eigentlich Öffentlichkeit, wer stellt sie her und wozu brauchen wir sie?

Lebendige Ausstellung

Ständig wechselnde Schlagzeilen auf großen Leuchtbändern bilden den Eingangsbereich einer Ausstellung, die den Museumsbesucher tagesaktuell aus seinem Alltag abholt. Auf mehr als 1000 Quadratmetern folgt ein Parcours, der den Besucher von „Schöner Wohnen“ zur „Weltbühne“ geleitet, von Demokratie und Pressefreiheit zu Propaganda und Massenmanipulation, von Stars und Sternchen zu Internet und I-Pad. Von A wie Augstein oder Auflage über B wie Burda oder Bertelsmann, C wie Chefredakteur oder Cicero-Affäre, D wie Druckerei oder DuMont bis zu Z wie Zeitungskiosk. Das Deutsche Presse-museum zieht einen inspirierenden Spannungsbogen von der ersten Zeitschrift der Geschichte bis zum Digital Life

Design.

Dazwischen schlüpft der Besucher in die Rolle des Reporters, des Redakteurs, des Layouters oder er kann sich in der Bluebox als Star neben Paris Hilton auf das Cover seiner Lieblingszeitschrift montieren lassen. Interaktiv, lebendig und aktuell rückt das Presse-museum die Medien in den Fokus der Diskussion und Reflexion.

Branchentreffpunkt

Auch „Macher“ kommen auf ihre Kosten. Die Jugendpresse Deutschland, der Dachverband junger Medienmacher im Lande, bekommt eine Stätte für seine Events. Fachtagungen und Podiumsveranstaltungen bringen Nachwuchsjournalisten mit erfahrenen Kollegen und Publikum zusammen. Als erste Institution in Deutschland bietet das Pres-

semuseum zudem eine zentrale Dokumentation deutscher Pressegeschichte und ermöglicht Studierenden der Medienwissenschaften den Zugang zu den Beständen von Journalisten, Fotografen und Verlegern.

Der Standort

In einem Umfeld von Verlagen, Nachrichten- und Werbeagenturen, Journalisten- und Grafikdesignschulen, wie es die Medienmetropole Hamburg bietet, will das Presse-museum 2012 seine Pforten öffnen. Umgeben von Museen, Konzerthäusern und Freizeiteinrichtungen soll es zentral an der neu entstehenden Kulturmeile der zweitgrößten Stadt Deutschlands zwischen Hafencity und Innenstadt liegen. Mehrere tausend Menschen aus Hamburg und aller Welt kommen hier täglich vorbei. Wer möchte, kann sich zukünftig an diesem deutschlandweit einzigartigen Medientreffpunkt über Ausstellungen, Veranstaltungen und Mitmachprogramme an die großen und kleinen Fragen der Informationsgesellschaft heranführen lassen.

Presse lebt. Sie ist im Wandel. Wohin sie sich entwickelt und wie Pressefreiheit und Demokratie dabei zueinander stehen, diskutiert das Deutsche Presse-museum. Wenn sich in den nächsten Monaten Sponsoren und Stifter finden, die sich engagieren und einbringen, kann es ab 2012 tatsächlich heißen: „Willkommen im Gegenwartslabor Deutsches Presse-museum.“ *sr*



Bild: Coordination Ausstellungs GmbH