



Medieninformation

Frankfurt, 12. Februar 2020

„Germania: Marke & Mythos“: Präsentation philatelistischer Raritäten und spannungsvolles Symbol der Germania

Ausstellung im Museum für Kommunikation Frankfurt



Am 1. Januar 1900 gab die Deutsche Reichspost eine Serie von neuen Briefmarken heraus, in deren Mittelpunkt Marken mit dem Motiv der „Germania“ standen. Diese Serie war insgesamt 22 Jahre lang in Gebrauch, eine für Briefmarken ganz ungewöhnlich lange Umlaufdauer. Dieser lange, historisch sehr wechselvolle Zeitraum erklärt aber auch, warum die „Germania“ bis heute zu den bekanntesten und

prägendsten Postwertzeichen Deutschlands gehört. Das Museum für Kommunikation zeigt Konkurrenzentwürfe und Probedrucke aus dem Bonner Archiv für Philatelie. Sie sind zum Teil erstmals überhaupt öffentlich zu sehen.

Die Germania-Briefmarkenserie

Die Einführung neuer Wertstufen hatte die Herausgabe neuer Briefmarken notwendig gemacht, die alten Postwertzeichen wurden als nicht mehr zeitgemäß empfunden. Die Reichsdruckerei in Berlin, die mit der Herstellung beauftragt worden war, veranstaltete unter ihren Entwerfern und Grafikern einen Wettbewerb für das neue Markenmotiv. Kaiser Wilhelm II. persönlich wählte den Entwurf des Künstlers Paul Eduard Waldraff aus, der als Motiv das Haupt der Germania mit der Reichskrone in einem vom Jugendstil beeinflussten Rahmen zeigt. Der Entwurf mit der nationalen Personifikation, für die dem Entwerfer die Schauspielerinnen Anna Föhring als Modell diente, wurde durchaus kontrovers aufgenommen.

Gleichwohl bestimmte das Markenbild für den langen Zeitraum von 22 Jahren auf den Briefen und Postkarten der Alltagskorrespondenz und somit als Teil des damals wichtigsten Kommunikationsmediums das (Selbst-)Bild des Deutschen Reichs im In- und Ausland. Dieser lange, historisch sehr wechselvolle Zeitraum erklärt aber auch, warum die „Germania“ bis heute zu den bekanntesten und prägendsten Postwertzeichen Deutschlands gehört.

Im Bonner Archiv für Philatelie der Museumsstiftung Post und Telekommunikation haben sich zahlreiche Konkurrenzentwürfe und Probedrucke aus dem Entwurfsprozess erhalten. Diese werden im Museum für Kommunikation Frankfurt zum Teil erstmals im Rahmen der Ausstellung **„Germania: Marke & Mythos“** gezeigt.



Das Germania-Motiv

Das seit dem Mittelalter bekannte Germania-Motiv, das schon in der Deutschen Romantik, während der Befreiungskriege und vor allem während der Deutschen Revolution von 1848 neue Aktualität erhält, hat dabei eine bis heute andauernde Wirkmächtigkeit und Aktualität. Auch in der modernen Alltagskultur taucht die Germania in den verschiedensten Formen und Formaten immer wieder auf. In der Ausstellung sind dafür stellvertretend etwa Werbeplakate für die Germania-Brauerei Chemnitz, für Germania-Fahrräder oder auch Ansichtskarten aus dem deutschen Sportvereinswesen zu sehen. Das Motiv lädt dazu ein, die Frage nach einer sich im steten Wandel befindlichen und vielfältig empfundenen nationalen Identität immer wieder neu zu stellen und Antworten kritisch zu hinterfragen.

Germania: Marke & Mythos

13. Februar 2020 bis 31. Mai 2020

Begleitprogramm

Expertenführung mit Andreas Hahn
am 11. März und 27. Mai 2020 jeweils mittwochs um 16.30 Uhr
Anmeldung (069) 6060 321 oder buchungen-mkf@mspt.de

Digitale Pressemappe

Pressefotos sowie weitere Informationen: www.mfk-frankfurt.de/pressemappen

Museum für Kommunikation Frankfurt

Schaumainkai 53
D-60596 Frankfurt am Main
www.mfk-frankfurt.de

Verkehrsverbindungen

Aus der Innenstadt: U-Bahn-Linien U 1, U 2, U 3, U 8, Haltestelle „Schweizer Platz“
Vom Hauptbahnhof: U-Bahn-Linien U 4, U 5, Haltestelle „Willy-Brandt-Platz“;
Straßenbahnlinie 16, Haltestelle „Otto-Hahn-Platz“

Öffnungszeiten

Dienstag bis Freitag 9 – 18 Uhr | Samstag, Sonn- und Feiertage 11 – 19 Uhr

Eintritt

6–17 Jahre: 1,50 EUR
6 EUR / Ermäßigt 4 EUR

Pressekontakt: Regina Hock, Telefon +49 (0)69 60 60 351, r.hock@mspt.de