



**kommunikativ.
innovativ.
professionell.**

Herausgeber
**Museumsstiftung Post
und Telekommunikation**
Robert-Schuman-Platz 3
53175 Bonn

www.museumsstiftung.de
2019



MSPT

**kommunikativ.
innovativ.
professionell.**



Lichthof MKB

MSPT

3

Die Museumsstiftung Post und Telekommunikation (MSPT) hat einen klaren Auftrag. Dieser Auftrag ist im Stiftungsgesetz verankert und beschreibt, was wir zu tun haben. Wie wir diese Aufgabe erfüllen sollen, steht hingegen nicht im Gesetz.

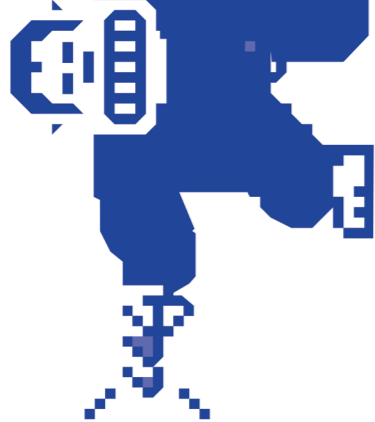
Deshalb haben wir als Ergänzung zu den gesetzlichen Grundlagen dieses Leitbild erarbeitet. Es hält unsere Zielvorstellung und unsere Philosophie fest. Damit hilft es uns, nach innen eine Identität aufzubauen und nach außen ein eigenständiges Profil zu zeigen. Gleichzeitig soll uns das Leitbild als Richtschnur dienen, um die verschiedenen Leistungen unserer Institutionen auf einer gemeinsamen Basis weiterzuentwickeln und zu verbessern. Gelebt wird das Leitbild im Arbeitsalltag – in jeder Handlung, in jedem Projekt, in jedem Auftritt.



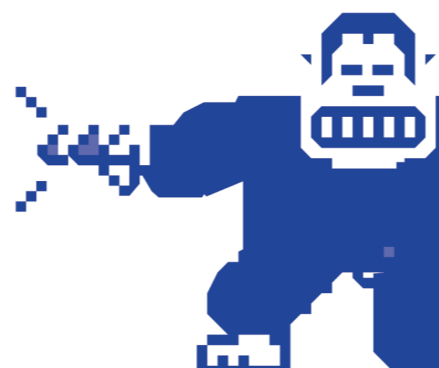
Erdgeschoss Neubau MKF



Telefonvitrine MKN



Unsere Leitsätze für eine erfolgreiche und nachhaltige Arbeit



Keyvisual Ausstellung, no pain no game

UNSER AUFTRAG

5

Die Museumsstiftung Post und Telekommunikation führt drei Museen, das Archiv für Philatelie sowie zwei Sammlungsdepots. Zweck der Stiftung ist die Sammlung, Erschließung und Darstellung der gesamten Entwicklung der Nachrichtenübermittlung in den Bereichen Post und Telekommunikation. Dazu werden Originalobjekte in ihren historischen Bezügen gezeigt und mit aktuellen Entwicklungen in Beziehung gesetzt. Die Stiftung nutzt ihre Museen und Sammlungen ganz gezielt um:

Orientierung und Identitätsstiftung zu bieten und zu befördern,

als außerschulischer Lernort Kompetenzen und Wissen zu vermitteln,

Orte aktueller Diskurse zu sein und den aktiven Dialog zu fördern,

Interesse und Verständnis für Kommunikation und ihre Geschichte zu wecken.



Heinrich von Stephan
(1831 – 1897)

UNSERE ZIELGRUPPEN



Die Museen, das Archiv und die weiteren Aktivitäten der Stiftung richten sich an eine breite Bevölkerung. Die primären Zielgruppen sind Schulklassen, Familien mit Kindern sowie Interessierte mit Bezug zu den einzelnen Themen. Um die Zielgruppen optimal ansprechen zu können, vermitteln wir unsere Themen auf drei verschiedenen Ebenen:

auf der spielerischen Ebene

durch interaktive Angebote,

auf der informativen Ebene

durch anschauliche Darstellung komplexer Zusammenhänge und Fakten,

auf der animierenden Ebene

mit Partizipation der Besuchenden durch eigene Aktivitäten, Erfahrungen und Einsichten.



UNSERE GELDGEBER

7

Die Stiftung und all ihre Einrichtungen bestehen, weil sowohl die Deutsche Post als auch die Deutsche Telekom jedes Jahr mit großem finanziellem Engagement den Betrieb ermöglichen. Die Stiftung will diesem Engagement im Rahmen ihres gesetzlichen Auftrages Rechnung tragen. Dies erfolgt indem wir:

zu einem positiven Image des Themas beitragen, weil wir bewusst und aktiv das Themenfeld Kommunikation für die Unternehmen besetzen,

als hervorragende Orte der Bildung und des Diskurses das Renommee der Unternehmen stärken,

uns den Herausforderungen der digitalen Transformation widmen und den Veränderungen in den Bereichen Kommunikation und Mobilität, um den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern unserer Geldgeber die Herkunft und Tradition ihrer Arbeitgeber zu vermitteln (Zukunft braucht Herkunft),

als aktives und gut zugängliches Archiv auch für die Firmen wirken und schließlich

unsere Einrichtungen als Veranstaltungsorte für interne und externe Anlässe mit einzigartiger Atmosphäre anbieten.



Self Winding Stock Ticker 1903

UNSERE VISION | MISSION

Unser Selbstverständnis gründet in der Bedeutung unserer Arbeit:

Wir sind überzeugt, dass ein umfassendes Verständnis von Kommunikation das Zusammenleben der Menschen verbessert.

Zu diesem Verständnis tragen wir bei, denn:

Wir sind die Expertinnen und Experten für die Geschichte der Kommunikation und ihrer Bedeutung für Gegenwart und Zukunft.



Pre Bell Man Nam June Paik

UNSERE GRUNDHALTUNG

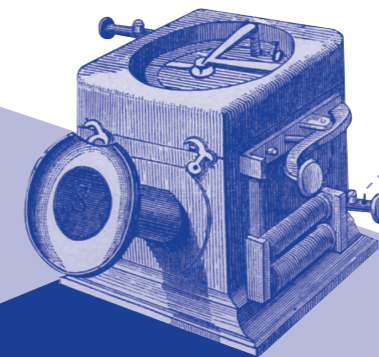
9

Im Zentrum unserer Arbeit steht die Kommunikation. Deshalb kommunizieren wir aktiv und kompetent mit unserem Publikum, mit der Öffentlichkeit und mit unseren Geldgebern.

Wir führen keine Monologe, sondern Dialoge – analog wie digital.
Wir wollen verstanden werden.

Unsere Arbeit fußt auf den Werten einer demokratisch verfassten Gemeinschaft.

Wir bemühen uns um einen offenen Austausch und bieten die Möglichkeit der Teilhabe.
Das drückt sich in jeder unserer Handlungen aus.



Philipp Reis (1834 – 1874)



UNSERE ARBEITSWEISE

Um Innovationen fördern zu können, müssen wir geistig und organisatorisch beweglich sein. Deshalb schaffen wir flexible Strukturen und setzen uns täglich von neuem für eine offene und kreative Atmosphäre ein.

Wir denken innovativ.

**Wir sind offen
und experimentierfreudig.**

Zu unseren Zielgruppen und Themen suchen wir immer wieder neue Zugänge. Dazu nutzen wir analoge wie digitale Möglichkeiten und bemühen uns um eine breite kulturelle Teilhabe.

Neugier prägt unseren Stil.



Gigantengruppe MKB

UNSERE AUSRICHTUNG



11

Wir begreifen die digitale Transformation als einen entscheidenden Umbruch unserer Zeit. Sie ist für uns methodisch wie inhaltlich ein zentrales Thema unserer Arbeit.

Wir widmen uns den damit einhergehenden Änderungen des Kommunikationsverhaltens, der Mobilität und der demokratisch verfassten Gesellschaft. Die historische Entwicklung ist dabei Orientierung und Anker der Identitätsbildung.

Zukunft braucht Herkunft.

**Wir verbinden analoge
und digitale Erfahrungen.**

Dafür erweitern wir unsere Angebote so in den digitalen Raum, dass sie einen Mehrwert für Erkenntnis und Erlebnis haben. Die Begegnung im Museum und das authentische Erleben unserer einzigartigen Exponate sind unser Ausgangspunkt.

Villa und Neubau MKF

UNSERE LEISTUNG

Wir stellen hohe Ansprüche an die Qualität und an das wissenschaftliche Fundament unserer Arbeit. Dazu gehören:

Wir arbeiten professionell und nachhaltig.

Dabei streben wir ein rundum kompetentes Kommunikationsverhalten an.

Wir wollen als Experten bestehen.

Deshalb beweisen wir jederzeit eine hohe Professionalität in unserem Denken, Handeln und Auftreten.

Wir arbeiten nachhaltig und effizient.

Dazu etablieren wir ein Wissensmanagement und achten auf Synergien.

UNSERE INTERESSEN

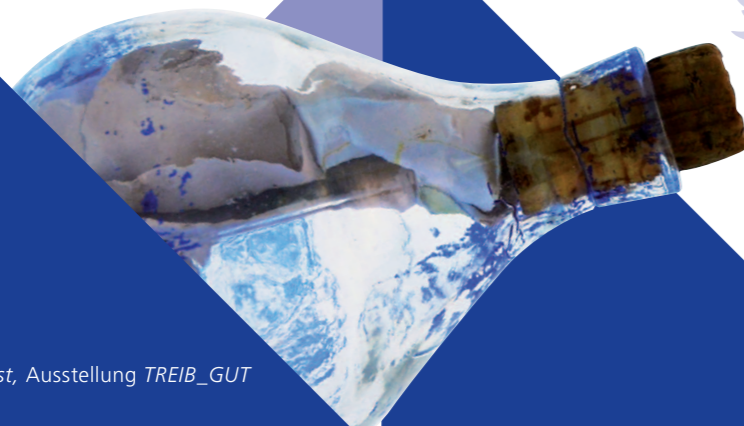
13

Wir kennen uns aus in der Entwicklung der Kommunikation. Darum vermitteln wir vor allem spannende Zusammenhänge zwischen gestern, heute und morgen.

Wir verknüpfen Geschichte mit Zukunft.

Wir wollen Prozesse und vernetzte Zusammenhänge verständlich machen.

Im Mittelpunkt steht dabei die Auswirkung der Geschichte auf Gegenwart und Zukunft.



Flaschenpost, Ausstellung TREIB_GUT



Hermes 1887



Erfahrungsraum Entschleunigung MKF

UNSER DIDAKTISCHER ANSATZ

Wir wollen Verständnis für die gesellschaftliche Bedeutung der Kommunikation und der dazu verwendeten Technologien wecken. Um dies optimal verständlich zu machen, nutzen wir bewährte und neue Technologien zur Vermittlung unserer Informationen.

Wir verbinden Mensch und Technik.

Für uns steht nicht die Technik im Mittelpunkt, sondern ihre Nutzung durch die Menschen. Das machen wir in unserer gesamten Arbeit digital wie analog erlebbar.

UNSER AUFTRITT

15

Unser Ziel ist es, Informationen in Form von sinnlichen und gleichzeitig lehrreichen Erfahrungen anzubieten. Entsprechend lebendig treten wir auf. Fakten und Exponate zeigen wir stets in einem Zusammenhang mit individuellen Geschichten oder gesellschaftlichen Ereignissen (Storytelling).

Wir vereinen Erlebnis und Information.

***Wir schaffen Raum für
Erlebnisse und Erfahrungen***
und vermitteln so bleibende Eindrücke.

UNSER ERSCHEINUNGSBILD

Unser Erscheinungsbild stellt einen geschlossenen und gleichzeitig attraktiven Auftritt sicher. Dazu gehören eine einheitliche Namensgebung, ein bewusster Umgang mit Farben und Typografie sowie der charakteristische Einsatz von Farbflächen. Die visuelle Gestaltung spiegelt den institutionellen Rahmen als Stiftung und gibt der Individualität der Themen und Standorte Raum. Die Marke verweist auf unsere Geldgeber. Formal nimmt sie das Thema Museum auf. Die Marke steht entweder allein oder in Kombination mit einem Namen.

Wir treten kompetent auf.

UNSER ZUGANG

17

Wir stellen als Datensätze bereits digitalisierte Objekte und Archivalien im Internet zur Verfügung. Damit gewährleisten wir den digitalen Zugang zu Quellen der Kommunikationsgeschichte.

Dieser offene Zugang zu Erkenntnissen aus den Sammlungen trägt zur Demokratisierung von Wissen bei und fördert das Verständnis von Zusammenhängen von vergangener, gegenwärtiger und zukünftiger Kommunikation.

Wir stellen unsere Inhalte offen zur Verfügung.

sammlungen.museumsstiftung.de



Schwarzer Einser 1849



Abbildungen

- 2 Lichthof MKB © MSPT, Foto: Sandra Wildemann
- Erdgeschoss MKF © MSPT, Foto: Stefanie Kösling
- 3 Telefonwand MKN © MSPT, Foto: Mile Cindric
- 4 Keyvisual – Ausstellung *no pain no game*, 2015/16 © tba
- 5 Heinrich von Stephan © MSPT
- 6 *Kinder im Raum der Töne* MKN © MSPT, Foto: Tilman Weishart
- 7 Self Winding Stock Ticker – US-amerikanischer Börsendrucker 1903 © MSPT
- Keyvisual – Ausstellung *MEDIENGESCHICHTE | N neu erzählt!*
- 8 Nam June Paik *Pre Bell Man* Replik 1990/2019
- 9 Philipp Reis (1834 – 1874) © MSPT
- 10 Jim Avignon *supervisor* – Ausstellung A BIGGER BROTHER
- Gigantengruppe* MKB © MSPT
- 11 Villa und Neubau MKF © MSPT, Foto: Christian Kandzia
- 12 Flaschenpost, Ausstellung *TREIB_GUT Flaschenpost* 2016 © Joachim Römer
- Hermes 1887* MKF © MSPT
- 13 *Erfahrungsraum Entschleunigung* MKF © MSPT, Foto: Sven Moschitz
- 14 Morseschreiber, F. H. Brüggemann, 1853 © MSPT
- Keyvisual – Ausstellung *BERÜHRT – VERFÜHRT. Werbekampagnen, die Geschichte machten*, 2016/17 © MSPT
- 15 *Handvermittlung*, Vielfachumschalter ZB 11, 1926 MKF © MSPT, Foto: Anselm Buder
- Roboter* MKB © MSPT, Foto: Kay Herschelmann
- 16 Flyer Museumsstiftung 2018 © MSPT
- 17 Fotoarchiv Sammlungsdepot © MSPT, Foto: Bert Bostelmann
- Schwarzer Einsler* 1849 © MSPT
- 19 Leitungsdraht der ersten Telefonversuche von Bell und Watson – 1875 © MSPT



Museum für Kommunikation Berlin

Leipziger Straße 16 | 10117 Berlin
(0 30) 202 94 0 | mfk-berlin@mspt.de
www.mfk-berlin.de

Museum für Kommunikation Frankfurt

Schaumainkai 53 | 60596 Frankfurt am Main
(0 69) 60 60 0 | mfk-frankfurt@mspt.de
www.mfk-frankfurt.de

Museum für Kommunikation Nürnberg

Lessingstraße 6 | 90443 Nürnberg
(0 911) 230 88 0 | mfk-nuernberg@mspt.de
www.mfk-nuernberg.de

Archiv für Philatelie

Robert-Schuman-Platz 3 | 53175 Bonn
(0 228) 185 150 | afp@mspt.de
www.sammlungen.museumsstiftung.de



