

Sammlung Siekmann

Der ehemalige Journalist und Pressereferent der Stadt Recklinghausen, Kurt Siekmann, hat dem Institut für vergleichende Städtegeschichte 2003 eine umfangreiche Sammlung unterschiedlicher Medien zum Thema Rathaus geschenkt, welche sich fast ausschließlich auf Deutschland bezieht. Diese Sammlung umfasst ca. 3.200 **Ansichtskarten**, die in Teilen digitalisiert wurden und über eine Datenbank auf der Homepage des Instituts [<https://www4.ivv1.uni-muenster.de/litw3/Istg/Ansichtskarten/>] zu finden sind. Die zahlreichen übernommenen **Bücher** zu Rathaus-Themen sind in die Institutsbibliothek eingepflegt. Zahlreiche **Stadtpläne** werden derzeit in die vorhandene Kartensammlung integriert. Etwa 270 **Fotografien** von Rathäusern, sowohl Außen- als auch Innenaufnahmen aus verschiedenen Zeitschnitten, vervollständigen die Sammlung (siehe pdf der Liste).¹ Diese liegen noch nicht digital vor, sind jedoch vor Ort im Institut einzusehen.

Die Rathaussammlung beinhaltet auch darüberhinausgehendes Material in Form von **städtischen Broschüren** aus über 440 deutschen sowie einigen wenigen ausländischen Städten (Basel, Bregenz, Cheb, Danzig, Neuf-Brisach, Poznań, Rheinfelden, Wien).

Hierbei handelt es sich um Imagebroschüren, um Reiseführer, Rathausbroschüren, Gastgeberverzeichnisse mit städtischen Informationen, Bürgerinformationen, Jubiläumsbroschüren und integrierte Karten. Diese stammen hauptsächlich aus einem Zeitraum zwischen den 1970er Jahren und Anfang der 2000er Jahre, es gibt allerdings auch wenige ältere Broschüren (zum Beispiel zu Lemgo und Kochel am See).² Darüber hinaus gibt es einige Imagebroschüren von deutschen Inseln (z. B. Fehmarn, Helgoland) sowie von Landschaften, Regionen (z. B. Altmark, Husumer Bucht) und Verwaltungszusammenschlüssen wie Samtgemeinden (z. B. Samtgemeinde Flotwedel). Die Anzahl an Broschüren pro Stadt kann stark variieren. Von manchen Städten ist lediglich eine vorhanden, von anderen Städten gleich mehrere (siehe pdf der Liste).

Disziplinenübergreifende Forschungen, vor allem der letzten zwei Jahrzehnte, belegen, dass diese Form der grauen Literatur einen wichtigen Bestandteil zur Forschung von städtischen Image- und Identitätskonstruktionen darstellt, aber auch in anderen wissenschaftlichen Bereichen genutzt werden, zum Beispiel der Linguistik.³ Sie verdeutlichen, dass städtische Selbst-

¹ Der Fotobestand beinhaltet sowohl Fotografien, die von Kurt Siekmann angefertigt wurden, als auch Reproduktionen alter Aufnahmen. Es befinden sich gleichfalls einige Fotografien darunter, die andere städtische Orte und Plätze festhalten, wie z.B. Markt- und Brunnenplätze, Stadtansichten usw.

² In den meisten Fällen hat Kurt Siekmann auf den Broschüren das Datum des Empfangs oder Kaufs vermerkt, so dass dadurch der *terminus ante quem* feststeht.

³ Vgl. hierzu zum Beispiel: Torben Giese, *Moderne städtische Imagepolitik in Frankfurt am Main, Wiesbaden und Offenbach*, Frankfurt a. M. 2010; Jochen Guckes, *Konstruktionen bürgerlicher Identität. Städtische Selbstbilder in Freiburg, Dresden und Dortmund 1900–1960*, Paderborn 2011 (Forschungen zur Regionalgeschichte; 67); Sandra Schürmann, *Dornröschen und König Bergbau. Kulturelle Urbanisierung und bürgerliche Repräsentation am Beispiel der Stadt Recklinghausen*, Paderborn 2005 (Forschungen zur Regionalgeschichte; 53); Lisa-Fleur Gaiser, *Selbstdarstellung in der Tourismusbranche. Eine Analyse von Imagebroschüren ausgewählter Wintersportorte im Schweizerischen Graubünden*, Bachelorarbeit, Mittweide 2007; Jin Zhao, *Bilder als Kommunikationsmittel in deutschen und chinesischen Imagebroschüren*, in: *Literaturstraße 10* (2009), S. 353-366; Ders., *Interkulturalität von Textsortenkonventionen: Vergleich deutscher und chinesischer Kulturstile: Imagebroschüren*, Berlin

bilder Einfluss auf die Stadtentwicklung nehmen können, aber auch andersherum, dass Veränderungen oder Umbrüche innerhalb einer Stadt Auswirkungen auf Selbstbilder und ihre Repräsentationen haben. Auch eine (mögliche) Divergenz zwischen Außen-/Fremdwahrnehmung und Eigenwahrnehmung bzw. angestrebten Image können u.a. mithilfe von Imagebroschüren aufgezeigt werden.

Die im Institut vorliegende Sammlung von Stadtbroschüren ermöglicht weniger einen intensiven Blick auf eine einzelne Stadt, als vielmehr einen umfangreichen Vergleich zwischen vielen Städten. Da Stadtbroschüren in der Regel nur von den jeweiligen Stadtarchiven aufbewahrt werden und es somit problematisch ist, einen Vergleich zwischen vielen Städten anzustellen, bietet die vorliegende Sammlung eine gelungene Ergänzung für einen bestimmten Zeitschnitt. Dieser stellt in Bezug auf Stadtwerbung und städtische Selbstbilder einen bisherigen Endpunkt dar, weil in den 1970er und 1980er Jahren mit Etablierung des Stadtmarketings dieser Bereich (spätestens) kommunalisiert und professionalisiert worden ist.⁴

(zusammengestellt von Dörthe Gruttmann, 2017)

2008; Marianne Falck, Sprachliche Strategien der PR: Untersucht am Beispiel von Imagebroschüren, Magisterarbeit, Hamburg 2004.

⁴ Vgl. Vgl. Jens Brodzinski, Stadtmarketing: die Zielgruppe der Ortsansässigen im Fokus von "be Berlin", Hamburg 2009, S. 8. Allgemein zum Stadtmarketing: Armin Töpfer, Stadtmarketing. Herausforderung und Chance für Kommunen, Wiesbaden 1993.