

## **IHK jetzt „Außenstelle“ des Deutschen Plakat Museums**

Die Industrie- und Handelskammer für Essen, Mülheim an der Ruhr und Oberhausen (IHK) eröffnet Anfang Oktober d. J. die erste ständige Plakatausstellung in ihrem Gebäude. Kooperations- und Vertragspartner ist das Deutsche Plakat Museum (DPM) mit seiner hochwertigen Plakatkunst, das künftig Teil des neuen Essener Folkwang Museums sein wird.

Unter dem Titel „Plakat trifft Handel und Gewerbe“ wird bis zum Kulturhauptstadtjahr eine umfangreiche Sammlung von 80 - 100 reproduzierten Plakaten in den stark frequentierten Räumlichkeiten der IHK, die jährlich über 20.000 Besucher zählt, präsentiert. 2010 werden alle ausgestellten Exponate in einem „Plakatführer“ zusammenfassend dargestellt. Die IHK sieht in dieser „Außenstelle“ des DPM einen originären Beitrag der regionalen Wirtschaft zum Kulturhauptstadtjahr. Sie bietet die einmalige Chance, die Plakatkunst des Essener Museums einer breiten Öffentlichkeit aus aller Welt zu präsentieren.

„Im Plakat sehen wir ein zentrales Medium der Symbiose von Wirtschaft und Kunst. Es erlaubt zudem gute Einblicke in den Wandel von Industrie, Produktion, Dienstleistungen und Handelsgewohnheiten der vergangenen Jahrzehnte“, so IHK-Hauptgeschäftsführer Klaus Beckmann zur Intention dieser Ausstellung. Die verschiedenen Epochen der Plakatkunst seit ca. 1900 werden dabei eigenständig dargestellt.

René Grohnert, Leiter des Deutschen Plakatmuseums, ergänzt: „Die Idee, in der IHK eine ‚Außenstelle‘ des DPM einzurichten, erschien von Anfang an sehr verlockend. Zum einen dürfte sie die erste Ausstellung dieser Art überhaupt sein. Zum anderen sehen wir neue Möglichkeiten, das Museum mit Hilfe neuer Partner an unvermuteten Orten dauernd zu präsentieren. Die dazu angefertigten hochwertigen Reproduktionen

Nummer  
039/07

Datum  
27.09.2007

Ihr Ansprechpartner  
Heike Husung

E-Mail  
heike.husung@essen.ihk.de

Tel.  
02 01.18 92 - 270

Fax  
02 01.18 92 - 173



sind von den oft teureren und selteneren Originalplakaten kaum zu unterscheiden – eine wichtige Voraussetzung, um die graphische Qualität der Plakate nachvollziehen zu können.“

Flure und Konferenzräume werden etagenweise mit den Plakaten der jeweiligen Zeitabschnitte ausgestattet. Den Beginn machen Exponate der 20er und 30er Jahre auf der 2. Etage. „Themenschwerpunkte sind dabei Handelsprodukte, Dienstleistungen sowie Mobilität. Bis 2010 entsteht so ein interessanter Überblick zur Entwicklung des Plakats ab der Jahrhundertwende. Dabei wird auch besonderes Augenmerk auf Plakate mit Bezug zur lokalen Wirtschaft gelegt“, so Klaus Beckmann.