



HISTORY

SELLS?

Geschichte und Marke(ting)

Kongress

22. bis 23. Oktober 2015

Historisches Rathaus, **Münster**

History sells?

*Wissenschaft und Marketing
im Spannungsfeld zwischen
Authentizität und Geschichtsboom*

Noch nie zuvor hat Geschichte im Stadtmarketing eine solch bedeutende Rolle gespielt wie heute. Kaum eine Stadt, die nicht auf ihre Geschichte in der Eigendarstellung Bezug nimmt oder historische Ereignisse und Personen zur Vermarktung aufgreift. Wie vermarkten Städte ihre Geschichte „richtig“ und wie sehen neue Ansätze zum zukünftigen Umgang mit Stadtgeschichte aus?

Über dieses Spannungsfeld zwischen historischem Stadtmarketing, Geschichtsboom, der Sehnsucht nach Authentizität und wissenschaftlich fundierter Geschichtsdarstellung diskutieren im Oktober 2015 erstmals gemeinsam Experten aus Wissenschaft und Marketing auf einem zweitägigen Kongress in Münster.

Der interdisziplinäre Kongress richtet sich daher gleichermaßen an Wissenschaftler, insbesondere Historiker und an Stadtmarketing- und Touristikexperten, Soziologen, Stadtentwickler, Stadtplaner, Kommunikations- und Kulturwissenschaftler sowie Agenturen.



Tagungsort

Tagungsort ist das Historische Rathaus mit seinem gotischen Giebel aus dem 14. Jahrhundert, das im Zentrum des Prinzipalmarktes im Herzen der münsterschen Altstadt liegt.



Links neben dem Rathaus befindet sich das Stadtweinhaus mit seiner Renaissance-Fassade von 1615/16. Von der vorgesetzten Laube, dem Sentenzbogen, wurden Urteile und Bekanntmachungen verkündet. Münster hat sich in der Weltgeschichte als Stadt des Westfälischen Friedens einen Namen gemacht. Der im Rathaus befindliche Friedenssaal symbolisiert diesen Ort des Friedensschlusses. Fünf Jahre lang verhandelten die europäischen Mächte in Münster und Osnabrück, bis sie den Dreißigjährigen Krieg in Europa beenden konnten. Der 24. Oktober 1648 war der offizielle Tag des Friedensschlusses. Dieses große Ereignis wurde vom Sommer 1648 bis zum Frühjahr 1649 mit zahlreichen Staatsakten und Festveranstaltungen gefeiert – und bis heute ist Münster als Stadt des Westfälischen Friedens untrennbar mit diesem Ereignis verbunden.

Mit der jährlichen Veranstaltungsreihe „Münster 1648 – Dialoge zum Frieden“ bezieht sich die Stadt Münster auf diese Verhandlungen. Dabei würdigt sie nicht nur das historische Ereignis und seine Wirkungsgeschichte. In diesem Kontext findet auch die erstmals durchgeführte Veranstaltung „History sells? – Geschichte und Marke(ting)“ im Rathaus des Westfälischen Friedens statt.

Programm

Donnerstag, 22.10.2015

Moderation: Sven Felix Kellerhoff

Leitd. Redakteur Zeit- und Kulturgeschichte, DIE WELT, WELT am Sonntag

- 10.30 – 11.00 Uhr



Get together
Foyer (Kaffee, Tee)
- 11.00 – 11.15 Uhr



Grußwort
Markus Lewe
Oberbürgermeister der Stadt Münster
- 11.15 – 12.00 Uhr



**Auf der Suche nach Orientierung?
Ein Blick auf den anhaltenden
Geschichtsboom**
Prof. Dr. Alfons Kenkmann
*Professor für Geschichtsdidaktik, Universität
Leipzig und Sprecher des Arbeitskreises
„1648 – Dialoge zum Frieden“, Münster*
- 12.00 – 12.30 Uhr



**Christine zieht in die Hanse
Zum Verhältnis zwischen Stadt-
marketing und Stadtgeschichte**
Bernadette Spinnen
*Leiterin Münster Marketing,
Vorstand Bundesvereinigung City- und Stadt-
marketing Deutschland (bcsd e.V.)*
- 12.30 – 13.00 Uhr



**Public History – Die Wissenschaft
auf dem Weg in die Öffentlichkeit.
Wie weit sind wir bereit zu gehen?**
Dr. Irmgard Zündorf
*Zentrum für Zeithistorische Forschung,
Potsdam*
- 13.00 – 14.00 Uhr



Mittagspause
Imbiss im Foyer

14.00 – 14.30 Uhr



Nürnberg als „Stadt des Friedens und der Menschenrechte“ – Transformationen von Stadtimage und lokaler Geschichtskultur

Prof. Dr. Charlotte Bühl-Gramer

Professorin für Geschichtsdidaktik, Friedrich-Alexander-Universität, Nürnberg-Erlangen

14.30 – 15.00 Uhr



Leipzig: Stadt der Friedlichen Revolution – zur Etablierung einer Marke

Dr. Frank Britsche

Historisches Seminar, Universität Leipzig

15.00 – 15.30 Uhr



Vom Heimatfest zum Stadtevent. Zur Veränderung der urbanen Festkultur in Berlin zwischen 1950 und 2000

Dr. Cornelia Kühn

Institut für Europäische Ethnologie, Humboldt-Universität Berlin

15.30 – 16.15 Uhr



Kaffeepause

Foyer

16.15 – 17.00 Uhr



Das Mittelalter als Brand in der aktuellen Geschichtskultur

Dr. Alexander Schubert

Historisches Museum der Pfalz Speyer

ab 19.00 Uhr



Abendprogramm

Empfang in der Bürgerhalle des historischen Rathauses mit kleinem Imbiss und Getränken

20.00 – 21.00 Uhr



Führungen durch den Friedenssaal

Anschließend Möglichkeit zum Get together im Restaurant Stuhlmacher (Selbstzahler)



Freitag, 23.10.2015

Moderation: Sven Felix Kellerhoff

Leitd. Redakteur Zeit- und Kulturgeschichte, DIE WELT, WELT am Sonntag

ab 8.30 Uhr



Get together

Foyer

9.00 – 9.30 Uhr



Stadtidentität als organisches Element der Stadtentwicklung

Karl Jasper

Ministerium für Bauen, Wohnen, Stadtentwicklung und Verkehr NRW

9.30 – 10.15 Uhr



Unlocking the potential of the (creative and) cultural industry

Jan Willem Sieburgh

ehem. Direktor Rijksmuseum Amsterdam

10.15 – 10.45 Uhr



WORKSHOP 1

Geschichte im Stadtwerbefilm – Brückenbauer für Identität, Image und Markenbildung?

Dr. Katrin Minner

Historisches Seminar, Neuere und Neueste Geschichte, Westfälische Wilhelms-Universität Münster



WORKSHOP 2

Wissenschaftskommunikation für Geisteswissenschaften – Wie der Exzellenzcluster „Religion und Politik“ Forschungsthemen in Münsters Stadtöffentlichkeit vermittelt

Viola van Melis

Leiterin Zentrum für Wissenschaftskommunikation, Exzellenzcluster „Religion und Politik“, Westfälische Wilhelms-Universität, Münster

10.50 – 11.20 Uhr



WORKSHOP 1

Magdeburg – Die Otto-Stadt

Prof. Dr. Matthias Puhle

Dezernent für Kultur, Schule und Sport, Stadt Magdeburg



WORKSHOP 2

Lutherstadt Wittenberg – Weltgeschichte erleben. Theater oder Musik oder Feste an den Originalschauplätzen der Reformation (Inszenierung der Orte vergangener Wirklichkeiten)

Johannes Winkelmann

*Geschäftsführer Lutherstadt Wittenberg
Marketing GmbH*

11.30 – 12.00 Uhr



Kaffeepause

Foyer

12.00 – 12.45 Uhr



Geschichte im Superlativ. Zur langen Ahnenreihe des Stadtmarketings

Prof. Dr. Gerd Althoff

*Exzellenzcluster „Religion und Politik“,
Westfälische Wilhelms-Universität Münster*

12.45 – 13.00 Uhr



Verabschiedung und Ausblick

Prof. Dr. Alfons Kenkmann

Bernadette Spinnen



MODERATION

Sven Felix Kellerhoff

*lt. Redakteur Zeit- und Kulturgeschichte,
DIE WELT, WELT am Sonntag*

Der Historiker und Autor zeichnet als Redakteur dafür verantwortlich, dass die Tageszeitung DIE WELT durch die Vielzahl und die Qualität ihrer historischen Beiträge derzeit unter den überregionalen Zeitungen Deutschlands als besonders profiliert wahrgenommen wird. Er beschäftigt sich schwerpunktmäßig mit Themen der Geschichte des 20. Jahrhunderts, als Autor verfasste er vielbeachtete Sachbücher, u.a. zu Berlin im Zweiten und zur Heimatfront im Ersten Weltkrieg sowie aktuell „Mein Kampf - Die Karriere eines deutschen Buches“.

Prof. Dr. Gerd Althoff

*Exzellenzcluster „Religion und Politik“,
Westfälische Wilhelms-Universität
Münster*



Vortrag: Geschichte im Superlativ. Zur langen Ahnenreihe des Stadtmarketings

Die Aufbereitung geschichtlicher Geschehnisse zur Profilierung von Personen, Gruppen, Völkern, Institutionen und nicht zuletzt auch Städten hat eine lange Tradition. Alleinstellungsmerkmale, aufsehenerregende Ereignisse, berühmte Personen, kurz: Superlative beherrschen das Feld und erweisen sich als besonders geeignet, Interesse zu wecken und Identität zu stiften. Vor der Moderne war dieses Feld durchsetzt mit Fiktionen, die keiner kritischen Nachprüfung standhielten. Aber auch heute werden Schwächen eher verschwiegen, Glanz wird durch Polieren erst erzeugt. Dieser Vorgang soll an Beispielen aus zwei Jahrtausenden vorgestellt werden, ohne den Anspruch zu erheben, richtig und falsch bei der Aufbereitung der Geschichte immer säuberlich trennen zu können.



Dr. Frank Britsche

Historisches Seminar, Universität Leipzig

Vortrag: Leipzig: Stadt der Friedlichen Revolution – zur Etablierung einer Marke

Das Ende der DDR wird vielfach mit den Massendemonstrationen des Jahres 1989 in Verbindung gebracht. Diese nahmen in der Messestadt Leipzig ihren augenscheinlichen Anfang – die Dynamik der Herbstereignisse von 1989 trug maßgeblich zum Fall des SED-Regimes bei. Diesen historisch bedeutenden Umstand würdigt die Stadt Leipzig in den letzten Jahren in herausgehobener Weise. Der Vortrag zeichnet Entwicklungslinien nach, wie die „Marke“ der „Friedlichen Revolution“ in den vergangenen 25 Jahren in Leipzig konstruiert, öffentlich erinnert und marketingstrategisch inszeniert wurde. Dabei wird auch zu fragen sein, wie etabliert diese „Marke“ ist und welche Perspektiven sich ihrer weiteren Entwicklung bieten.

Prof. Dr. Charlotte Bühl-Gramer

*Professorin für Geschichtsdidaktik,
Friedrich-Alexander-Universität,
Nürnberg-Erlangen*

Vortrag: Nürnberg als „Stadt des Friedens und der Menschenrechte“ – Transformationen von Stadtimage und lokaler Geschichtskultur



Zwei historische Referenzepochen sind es, mit denen sich Vorstellungen einer überlokalen Symbolrolle Nürnbergs verknüpfen: Spätmittelalter bzw. Renaissance als Nürnbergs „große Zeit“ und die NS-Zeit mit den „Nürnberger Gesetzen“, Reichsparteitagen und den „Nürnberger Prozessen“. Die Analyse zeigt die Historizität von städtischen Imagekonstruktionen, die mit der Benennung Nürnbergs als „Stadt des Friedens und der Menschenrechte“ einen vorläufigen Endpunkt der geschichtskulturellen Neukonstruktion erfahren hat. Die kritische Aufarbeitung der NS-Vergangenheit avancierte dabei auch zu einem touristischen Standortvorteil. Der Vortrag beleuchtet, wie, wann und warum durch die städtische Imagepolitik der Paradigmenwechsel vom Stigma zum Standortfaktor gelang.



Karl Jasper

*Ministerium für Bauen, Wohnen,
Stadtentwicklung und Verkehr NRW*

Vortrag: Stadtidentität als organisches Element der Stadtentwicklung

Aktuell steht die bundesweite Stadtentwicklung vor widersprüchlichen Herausforderungen – einer Gleichzeitigkeit von Wachstum und Schrumpfung. Hier hohen Flächenbedarf befriedigen, dort Leerstand und Schrumpfungprozesse in den Griff bekommen – beides bedarf eines orientierenden Maßstabs, um Fehlplanungen korrigieren und städtische Lebensqualität erhalten zu können. Als ein solcher Orientierungspunkt bietet sich an, was wir die Identität der Stadt nennen – abzulesen gerade an den historisch gewachsenen Kernen unserer Städte und Gemeinden: Sie sind Ausdruck eines über Generationen hinweg währenden wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Engagements der Stadtgesellschaft, ihrer kulturellen Vielfalt, ihrer Regeln, Ereignisse und Auseinandersetzungen.

Prof. Dr. Alfons Kenkmann

*Professor für Geschichtsdidaktik,
Universität Leipzig und Sprecher des
Arbeitskreises „1648 – Dialoge zum
Frieden“, Münster*

Vortrag: Auf der Suche nach Orientierung?
Ein Blick auf den anhaltenden Geschichts-
boom



„Wozu noch Historie?“ Diese Frage, gestellt vor 45 Jahren auf einem wissenschaftlichen Kongress in Köln, wäre heute aus der Zeit gefallen. Zu deutlich haben wir es seit Jahren mit einem wahren Boom von Geschichte in der Öffentlichkeit zu tun: Er stellt die Schwärmerei für das Authentische neben die Erfahrung von Geschichte als Event und Erlebnis. Die neue Geschichtsbegeisterung begegnet uns in einer Fülle von geschichtspolitischen und -kulturellen Formaten: Jubiläen, Preisverleihungen, Zeitzeugenveranstaltungen, Museumsgründungen, Straßennamendebatten, Spielfilme, Docu-tainments, Re-Enactments, Denkmalkontroversen, Rekonstruktionsbauten usw. Müssen wir schon von einem „Zuviel an Geschichte“ sprechen, die uns der Gefahr der „Geschichtsmüdigkeit“ zuführt?



Dr. Cornelia Kühn

*Institut für Europäische Ethnologie,
Humboldt-Universität Berlin*

Vortrag: Vom Heimatfest zum Stadtevent.
Zur Veränderung der urbanen Festkultur in
Berlin zwischen 1950 und 2000

Im Berlin der Nachkriegszeit wurden Volksfeste initiiert, die sich auf „Heimat“ und „Tradition“ bezogen – in unterschiedlicher Konzeption, wie zwei Beispiele zeigen: der „Stralauer Fischzug“ in Ost-Berlin und das „Steglitzer Heimatfest“ im Westen. Nach beginnenden Veränderungen der Festkultur in den 1960er und 1970er Jahren markiert 1987 die 750-Jahr-Feier in Ost- und West-Berlin einen Wendepunkt der Festgestaltung - mit Auswirkung auf Berliner Stadt- und Volksfeste seit den 90er Jahren. Anhand der Beispiele wird deutlich, wie bei Stadtfesten auf historisch-volkskundliche Wissensbestände zurückgegriffen wurde, welche Absichten mit der Deutung von Tradition verbunden waren und wie sich Inszenierungstechniken und Wirkungsdimensionen analysieren lassen.



Viola van Melis

Leiterin Zentrum für Wissenschaftskommunikation, Exzellenzcluster „Religion und Politik“, Westfälische Wilhelms-Universität, Münster

Workshop: Wissenschaftskommunikation für Geisteswissenschaften – Wie der Exzellenzcluster „Religion und Politik“ Forschungsthemen in Münsters Stadtöffentlichkeit vermittelt

Wissenschaftler des Exzellenzclusters „Religion und Politik“ der Universität Münster bringen regelmäßig ihre Expertise in Veranstaltungen und Debatten der Stadtgesellschaft ein. Das Zentrum für Wissenschaftskommunikation des Clusters fördert den Dialog der rund 200 Geistes- und Sozialwissenschaftler mit der Öffentlichkeit, neben der Medienarbeit organisiert und begleitet es Vortragsreihen, Podien, Ausstellungen, Film- und Konzerte, oft in Kooperation mit dem städtischen Wissenschaftsbüro. Der Workshop soll zeigen, wie die Partnerschaft zwischen Stadt und Wissenschaft gelingen kann, warum Geistes- und Sozialwissenschaftler Interesse an Forschungsvermittlung haben und wie Wissenschaftskommunikation Forschung zugleich differenziert und ansprechend aufbereiten kann.

Dr. Katrin Minner

Historisches Seminar, Neuere und Neueste Geschichte, Westfälische Wilhelms-Universität Münster

Workshop: Geschichte im Stadtwerbefilm – Brückenbauer für Identität, Image und Markenbildung?



Stadt(werbe)filme sind - bereits seit den 1920er Jahren - aus der Selbstdarstellung von Kommunen nicht mehr wegzudenken. Mit der strategischen Konstruktion und Verbreitung von mentalen Bildern versuchen Städte, sich vorteilhaft in Szene zu setzen und für potentielle Zuzügler, Besucher und Firmen interessant und attraktiv zu bleiben. Das Hauptaugenmerk der filmischen Präsentationen liegt darauf, einen lebenswerten und zukunfts-trächtigen Standort mit günstigen Lebens-, Wohn- und Arbeits-/Wirtschaftsverhältnissen zu inszenieren. Die Filme arbeiten am Image der Orte und nehmen Aspekte der Identität auf. Geschichte kann dabei die Brücke zur städtischen Individualität und zum Kulturbewusstsein schlagen sowie einen Wiedererkennungseffekt bedienen.



Prof. Dr. Matthias Puhle

*Dezernent für Kultur, Schule und Sport,
Stadt Magdeburg*

Workshop: Magdeburg – Die Otto-Stadt

Seit 2010 gibt sich die Landeshauptstadt von Sachsen-Anhalt den Beinamen „Ottostadt Magdeburg“. Die zugehörige Kampagne setzt bei zwei Persönlichkeiten an, die zu ganz unterschiedlichen Zeiten die Geschichte der Stadt erheblich beeinflusst haben: Kaiser Otto der Große (912–973), der im Magdeburger Dom begraben ist, und Otto von Guericke (1602–1686), der als Erfinder, Diplomat und Bürgermeister in Magdeburg gewirkt hat. Eine Untersuchung im Auftrag der Stadt hatte herausgefunden, dass dieser historische Rückbezug identitätsstiftend wirkt als alle anderen in Erwägung gezogenen Attribute. Es wird der Frage nachgegangen, welche besonderen Bedingungen dazu geführt haben, dass „Geschichte“ als Image-träger für Magdeburg so wichtig geworden ist.

Dr. Alexander Schubert

Historisches Museum der Pfalz Speyer

Vortrag: Das Mittelalter als *Brand* in der aktuellen Geschichtskultur



Unter den großen kulturgeschichtlichen Ausstellungen, die alljährlich Hunderttausende in ihren Bann ziehen, zählen diejenigen mit Mittelalter-Thematik zu den erfolgreichsten. Ob Karolinger in Aachen, Ottonen in Magdeburg, Salier in Speyer, Staufer in Stuttgart oder Wittelsbacher in München und Mannheim: Allerorts versichert man sich mithilfe bedeutender Herrscherdynastien einer großen Vergangenheit – weit über die Museumsmauern hinaus. Mit Rahmenprogrammen vom Konzert bis zum Stadtfest, Touristik, Merchandising, kulinarischen Spezialitäten, TV-Produktionen und Buchvorstellungen dient die ‚Marke‘ Mittelalter nicht mehr ausschließlich der Geschichtsvermittlung und Identitätsstiftung, sondern schließt imagebildende Faktoren und merkantile Interessen ein.

Jan Willem Sieburgh

ehem. Direktor Rijksmuseum Amsterdam



Vortrag: Unlocking the potential of the (creative and) cultural industry

Both the creative and the cultural industry are working at a sub-optimal level. Their potential is bigger and it is even bigger if they work together and in sync. Innovative and sometimes groundbreaking ideas can change perceptions and can create a much larger public engagement for cultural (and historical) institutions and sites. This is not (just) a theoretical presentation on the subject of marketing a museum (or historical site) but much more it is a talk introducing hands-on examples of successful and hopefully inspiring cases. If all works out the way it should this presentation will change your mindset and approach to the tasks ahead of you.



Bernadette Spinnen

*Leiterin Münster Marketing,
Vorstand Bundesvereinigung City- und
Stadtmarketing Deutschland (bcSD e.V.)*

Vortrag: Christine zieht in die Hanse
Zum Verhältnis zwischen Stadtmarketing
und Stadtgeschichte

Städte erscheinen heute vielfach als ähnlich, was ihre ökonomischen, sozialen und kulturellen Angebote betrifft. In ihrer Geschichte hingegen unterscheiden sie sich signifikant. Aber diese Geschichte ist oft nur Historie – ohne Wirkung in die Gegenwart. Aufgabe eines nachhaltigen Stadtmarketings könnte es sein, die – womöglich erst auf den zweiten Blick sichtbaren – Stränge der Stadtgeschichte frei zu legen und für ein gegenwärtiges und authentisches Stadtimage zu nutzen. Warum Stadtgeschichte ein zentrales Thema des Stadtmarketings ist, welche Konflikte es bei der „Übersetzung“ der Geschichte gibt, wie sie trotzdem gelingen und wie die Kommunikation mit Stadthistorikern dabei helfen kann - mit diesen Fragestellungen befasst sich der Vortrag.

Johannes Winkelmann

Geschäftsführer Lutherstadt Wittenberg Marketing GmbH



Workshop: Lutherstadt Wittenberg – Weltgeschichte erleben

Alle waren hier: Martin Luther und Philipp Melanchthon mit anderen Reformatoren wie Bugenhagen oder Eber, die beiden Cranachs, Paul Gerhardt, Lessing und Novalis. Im 16. Jahrhundert trugen Wittenbergs Studenten die neuen Ideen weiter – von hier aus verbreitete sich die Reformation in alle Welt. Auch heute kommen jährlich Tausende von Besuchern, um die Originalschauplätze der Reformation kennenzulernen. Hier atmet man Geschichte: Auf knapp einem Kilometer kommt man an den wichtigsten Baudenkmalen und Orten vorbei, die durch Stadtführungen, Feste, Theaterstücke, bildende Kunst und Musik lebendig „inszeniert“ werden. Die anschauliche Vermittlung der Geschichte erreicht ein breites Publikum, von seriös bis populär – Weltgeschichte als Erlebnis.



Dr. Irmgard Zündorf

Zentrum für Zeithistorische Forschung, Potsdam

Vortrag: Public History - Die Wissenschaft auf dem Weg in die Öffentlichkeit. Wie weit sind wir bereit zu gehen?

Geschichtsdarstellungen im öffentlichen Raum – außerhalb von Universitäten und Schulen – gibt es schon länger als den Begriff der Public History. Doch seit relativ kurzer Zeit hat die universitäre Wissenschaft diesen Bereich für sich entdeckt. In Seminaren oder gar eigenständigen Public History-Studiengängen werden geschichtskulturelle Angebote analysiert oder auch selbst entwickelt. Es stellen sich Fragen wie: Kann Wissenschaft seriöse Einsichten in Geschichte vermitteln – und zugleich unterhalten? Wie weit können geschichtswissenschaftliche Forschungsergebnisse in populäre Medien überführt, gekürzt, verändert und mit zusätzlichen Materialien versehen werden? Gibt es ethische Grenzen oder Minimalstandards der öffentlichen Geschichtsvermittlung?

Veranstalter

bcsd

Bundesvereinigung
City- und Stadtmarketing
Deutschland e.V.

MÜNSTER – ALLIANZ FÜR WISSENSCHAFT

1648 – DIALOGE ZUM FRIEDEN

MÜNSTER
MARKETING

 **1648** 2015
Dialoge zum Frieden

Mit freundlicher Unterstützung der Sparkasse Münsterland Ost.

History sells? – Geschichte und Marke(ting)

Veranstaltungszeitraum: 22. – 23. Oktober 2015
Veranstaltungsort: Historisches Rathaus, Münster
Anschrift: Prinzipalmarkt 10, 48143 Münster
Teilnahmegebühr: 49,- Euro (Studenten: 29,- Euro)
Anmeldeschluss: 5. Oktober 2015
Anmeldung unter: www.historysells.de

Kontakt:

Münster Marketing
Kongressbüro
Klemensstraße 10
48143 Münster

Tel. +49 (0) 251 492 - 1648
Fax +49 (0) 251 492 - 7759
Mail kongress@stadt-muenster.de

www.historysells.de



Konzeption: Prof. Dr. Alfons Kenkmann und Bernadette Spinnen, Gerold Leppa, Jürgen Block (bcsd e.V.)