



Verband hessischer Kommunalarchivarinnen und Kommunalarchivare e. V.

Archivmarketing

Frühjahrstagung des Verbandes der hessischen Kommunalarchivarinnen und Kommunalarchive in Dreieich-Sprendlingen

Die diesjährige Frühjahrstagung des Verbandes hessischer Kommunalarchivarinnen und Kommunalarchivare e. V. fand am 26. März in Dreieich-Sprendlingen statt. Aus ganz Hessen waren die annähernd 60 Teilnehmerinnen und Teilnehmer bei noch nicht ganz frühlingshaftem Wetter angereist. Begrüßt wurden sie von Dr. Irene Jung, der Vorsitzenden des Verbandes.

Danach hieß Erster Stadtrat Martin Burlon die Gäste im Rathaus willkommen. Er führte aus, dass im Jahr 1977 im Zuge der Gebietsreform in Hessen die Städte Dreieichenhain und Sprendlingen und die Gemeinden Buchschlag, Götzenhain und Offenthal zu einer Stadt mit dem Namen *Dreieich* zusammengeschlossen wurden. Sprendlingen ist mit rund 20.000 Einwohnern der größte Ortsteil und zugleich Verwaltungssitz.

Thema der Tagung war das Archivmarketing. Klara Deecke von der Archivberatungsstelle des Landes Hessen referierte kompetent und zeigte anhand vieler Beispiele, welche praktischen Möglichkeiten der Anwendung im archivischen Alltag bestehen und welcher Nutzen daraus entstehen kann.

Ursprünglich in der Betriebswirtschaftslehre beheimatet, gehöre Marketing häufig noch nicht unbedingt zum Selbstverständnis der Archive. Archivmanagement orientiere sich zunächst einmal an dem gesetzlichen Auftrag der Überlieferungsbildung und strebe – im Unterschied zur freien Wirtschaft – nicht in erster Linie nach Profit. Einschneidende Kürzungen der Finanzhaushalte nähmen Archive aber zunehmend in die Pflicht, ihre Aufgaben einer breiten Öffentlichkeit zu vermitteln, um Archivträger bzw. Entscheidungsträger von der Notwendigkeit der Archive zu überzeugen und sich so ihrer Unterstützung und Förderung zu versichern. Archive sollten sich Gedanken darüber machen, welche Maßnahmen ergriffen

werden könnten, um ihre Bedeutung hervorzuheben und die archivischen Ziele der Erhaltung, Übernahme, Bewertung, Erschließung, Bereitstellung und Vermittlung gegenüber der Öffentlichkeit präsentieren zu können. Zur Verwirklichung der gesteckten Ziele stünden vier verschiedene Marketinginstrumente zur Verfügung, nämlich Angebots-, Distributions-, Kommunikations- und Gegenleistungsgestaltung, die die Möglichkeit eröffneten, gestaltend auf den Dienstleistungsmarkt einzuwirken. Zunächst wäre da die Angebotsgestaltung. Hier gehe es darum, gewonnene Erkenntnisse zu berücksichtigen, um Angebote zu gestalten, die dem Interesse der Nutzer entsprechen bzw. dieses wecken. Wichtig sei dabei, die jeweilige Zielgruppe nicht aus den Augen zu verlieren. Mache das Archiv der Behörde das Angebot der Beratung bei der Schriftgutverwaltung, könne dieses aus unterschiedlichen Leistungen bestehen: Begleitung bei der DMS-Einführung, Betreuung von Aktenplan, Fristenkataloge zur Aufbewahrung, Archivierung digitaler Unterlagen, geregelte Aussonderung nach Ablauf der Aufbewahrungsfristen, Recherche und Vorlage von Akten. Auch die Führung eines Zwischenarchivs könne von Vorteil sowohl für die Verwaltung als auch für das Archiv sein. Während die Verwaltung davon profitiere, dass dadurch die Registraturen von nicht mehr benötigtem Schriftgut entlastet würden, Raum zur Lagerung des Schriftguts eingespart würde und man auch Arbeitszeit für die Suche nach den Unterlagen einspare, bestünden die Vorteile für das Archiv darin, dass man die Unterlagen schon gesichert habe, die Bewertung frühzeitig erfolgen könne und die Akzeptanz des Archivs durch die wichtige Rolle im Lebenszyklus der Verwaltungsunterlagen steige.

Als ein weiteres Marketinginstrument nannte die Referentin die Distributionsgestaltung, die den Weg des Produktes vom Anbieter, also dem Archiv, zum Benutzer betreffe und sich mit gestaltenden Maßnahmen der Absatzwege auseinandersetze. Hier gehe es um benutzungsfreundliche Öffnungszeiten, die Erreichbarkeit des Archivs, die Bearbeitungsdauer von Anfragen und die Internetangebote. Zunehmend spielten hier Sharing-Plattformen, Blogs, Web 2.0 und Crowdsourcing eine Rolle. Wie sich ein Archiv in Facebook präsentieren kann, zeigte an dieser Stelle der Leiter des Limburger Stadtarchivs, Dr. Christoph Waldecker¹. Als drittes Marketinginstrument wurde die Kommunikationsgestaltung genannt, die sich auf die Darstellung der angebotenen Produkte gegenüber den jeweiligen Zielgruppen bezieht. Werbung, Öffentlichkeitsarbeit, interne Kommunikation, Kontaktpflege und Imagepflege spielen hier eine Rolle. Denkbar sind hier z. B. die

¹ S. auch: Waldecker, Christoph: Stadtarchiv Limburg jetzt mit Facebook-Seite in: Archivnachrichten aus Hessen, 2013/2, S. 51

Nutzung von archivischen Nachrichtenportalen, Veröffentlichungen in der jeweiligen Lokalzeitung oder in Fachzeitschriften oder die Darstellung und Arbeitsweise des Archivs in einem Imagefilm. Gerade die Pressearbeit trage sehr dazu bei, dass das Archiv in der Öffentlichkeit und auch in der eigenen Verwaltung wahrgenommen würde. Nicht zu unterschätzen sei auch der Effekt, dass politisch Verantwortliche dadurch die Möglichkeit hätten, sich in Verbindung mit dem Archiv positiv darzustellen, was sich wiederum positiv auf die Sensibilisierung für archivische Belange auswirken könnte.

Als viertes und letztes Marketinginstrument wurde schließlich die Gegenleistungsgestaltung genannt. Sie umfasst die Maßnahmen, die mit dem Preis als Gegenleistung für die angebotenen Produkte in Verbindung stehen. Zwar seien öffentliche Archive nicht profitorientiert, trotzdem bedeute die Gegenleistungsgestaltung eine Legitimierung beim Archivträger, denn schließlich wolle die Verwaltung wissen, inwieweit sie davon profitiere, wenn sie ein Archiv unterhalte. Natürlich seien da in erster Linie die Leistungen der Schriftgutverwaltung für die gesamte Kommunalverwaltung zu nennen (Betreuung Aktenplan, Begleitung DMS-Einführung, Zwischenarchiv, geregelte Aussonderung nach Ablauf der Aufbewahrungsfristen, Recherchen und Vorlagen von Akten). Durch Kassation und Aufbewahrung der jeweils richtigen Unterlagen würden Kosten und Arbeitszeit gespart, Rechtsicherheit geschaffen und die Sachbearbeitung entlastet. In diesem Bereich sei auch die historische Bildungsarbeit in Form von Publikationen, Ausstellungen, Vorträgen und Führungen, Archivpädagogik, oder auch Gedenktafeln als Leistung für den Archivträger anzusiedeln.

Die sich an den Vortrag von Frau Deecke über das Archivmarketing anschließende Diskussion machte deutlich, dass Marketingstrategien durchaus auch auf Archive übertragbar sind und dort bereits Anwendung finden.

Am Nachmittag der Frühjahrstagung der hessischen Kommunalarchivarinnen und Kommunalarchivare bestand die Gelegenheit zum Besuch des jüdischen Friedhofs in Sprendlingen und später führte der Stadtarchivar von Dreieich, Reinhard Pitterling, noch durch das Stadtarchiv.

Die nächste Arbeitstagung des Verbandes der hessischen Kommunalarchivarinnen und Kommunalarchivare wird am 8. Oktober in Frankfurt stattfinden und unter dem Motto „Wie helfe ich mir selbst?! Bestandserhaltung mit kleinem Etat“ stehen.