

WIE ENTWICKELE ICH EINE SOCIAL-MEDIA-STRATEGIE FÜR MEIN ARCHIV?

– ODER: DIE OPTIMALE KOSTEN-NUTZEN-RECHNUNG

von Antje Diener-Staeckling

Gut fünf Jahre nach der ersten Konferenz „Offene Archive“ 2012 in Speyer ist das Verhältnis der deutschen Archivwelt zu den Möglichkeiten der Sozialen Medien immer noch schwierig. Wie schwierig, zeigt eine Beobachtung aus der geschlossenen Facebook-Gruppe „Archivfragen“, in der seit einiger Zeit nicht nur zu diesen Themen im Kollegenkreis eingehend diskutiert wird. Hier wird bereits seit sieben Jahren eine wichtige Wirkungsweise der Web 2.0-Idee genutzt, die Vernetzung und der Austausch untereinander. An dieser Stelle treffen also Archivarinnen und Archivare aufeinander, die generell ein Interesse an Social-Media haben. Trotzdem war die Reaktion auf den Posting¹ einer Kollegin,² die aus einer Onlinepublikation für Unternehmen einen Posting über vielleicht (!) zukünftig von Facebook für die Reichweite Geld verlangen zu können, erstaunlich: Es wurde schließlich gefragt, welches Archiv, es sich denn leisten könne, für so etwas wie Facebook-Reichweiten Geld auszugeben?

Die Frage ist an dieser Stelle falsch gestellt. Wenn Facebook Gebühren für Reichweiten nehmen sollte (was es zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht zwingend tut), sollte die Frage sein: Wie hoch sind überhaupt diese Gebühren? Und darüber hinaus, wenn sie zu hoch sein sollten: Ist Facebook überhaupt das richtige Medium für mein Archiv? Nachdem sich die Archive bereits vor über zehn Jahren entschieden haben,³ sich nicht länger dem Internet zu verschließen, ist auch das Web 2.0 bzw. sind die Sozialen Medien, quasi unbemerkt aus dem Alltag einer Kulturinstitution nicht mehr wegzudenken.⁴ Bereits Erschließungsinformationen, die in Online-Findbüchern zugänglich gemacht werden, sind im Austausch mit dem Nutzer, der dadurch ge-

zielter suchen, bzw. Informationen weitergeben kann, ein Web 2.0-Angebot.⁵ Bei Plattformen wie YouTube oder bei Wikipedia wird aus dem bloßen Informationsnutzer ein kooperativer Austauschpartner.⁶

Die Vorteile der kollaborativen Nutzung von Web 2.0 liegen ganz im Sinne der inzwischen etablierten archivischen Öffentlichkeitsarbeit auf der Hand⁷:

- „Externe“ Vernetzung, also z. B. Austausch mit Kollegen und Nutzern⁸
 - „Interne“ Vernetzung und Austausch innerhalb der Stadt-/Kreisverwaltung und mit den historisch interessierten Vereinen
 - Herstellung und bewusste Steuerung einer für das Archiv geschaffenen Öffentlichkeit
 - gute Auswertungsmöglichkeiten und Feedback der eigenen Öffentlichkeitsarbeit aufgrund der fast in alle Web 2.0-Instrumente integrierten Nutzungsstatistiken
 - Vereinfachter Informationsaustausch und -transport (Ersatz für einen schwerer zu pflegenden Newsletter-Service/E-Mail-Verteiler)
 - eine moderne Selbstdarstellung für eine bessere Außen- und Innenpositionierung
 - Möglichkeiten zur kooperativen Produktion von Inhalten, z. B. einer Online-Quellen-Edition
 - Nutzung des kollektiven Wissens durch sogenanntes „Crowdsourcing“, z. B. bei der Erschließung von bisher nicht identifizierten Fotosammlungen durch gemeinsames Wissen⁹.
- Vor diesem Überblick der Möglichkeiten der Social Media Nutzung kann durchaus festgehalten werden, dass es sich dabei

nicht um eine „zusätzliche“, sondern um eine „unterstützende“ Arbeit mit verschiedenen Instrumenten handelt, die helfen, „Eh-da“-Aufgaben im alltäglichen archivischen Arbeitsablauf zu erledigen. Als effektives und günstiges Mittel¹⁰ für die Öffentlichkeitsarbeit des Archivs und die Vermittlung von Informationen sind die Instrumente des Web 2.0 durchaus bedenkenswert. Deswegen sollte der Nutzen von Social-Media auch direkt in die Aufgabenerledigung der Mitarbeiter eines Archivs integriert werden. Nur so verliert der Gebrauch dieser Tools die Last einer zusätzlichen Aufgabe. Zu Beginn stellen die Einrichtung und besonders die Etablierung von Social-Media-Kanälen wie jedes andere neue Arbeitsinstrument einen gewissen Arbeitsaufwand dar, der nicht unterschätzt werden sollte.¹¹ Gehört dann aber die Arbeit z. B. am Facebook-Auftritt des Archivs zu den ganz normalen Arbeitsabläufen, sollte bei einer richtigen Planung¹² der Arbeitsprozesse nur wenig Mehrarbeit bedeuten. Eine deutliche Klärung der Zuständigkeiten hilft später auch den neuen z. B. Facebook-Auftritt des Archivs richtig zu pflegen. Ein Social-Media-Kanal, der mühevoll eingerichtet und etabliert wurde, muss weiter regelmäßig gepflegt werden, sonst war diese Mühe umsonst. Das Bespielen der Social-Media-Kanäle sollte aufgabenbezogen festgelegt¹³ und nicht allein personenbezogen verteilt werden.¹⁴

Grundsätzlich müssen und sollten nicht alle Social-Media-Tools gleichzeitig genutzt werden. Wie bei anderen, analogen Maßnahmen der archivischen Öffentlichkeitsarbeit¹⁵ macht es Sinn zu fragen, welche Kanäle sich für das eigene Archiv eignen. Klar abzurufen ist von der Idee, nur um als besonders innovativ in der eigenen Verwaltung zu gelten, alle Web-2.0-Kanäle gleichzeitig zu bespielen.¹⁶

Wichtig ist es auch zu erkennen, dass man nicht für immer bei einem bestimmten Kanal bzw. Web-2.0-Tool bleiben wird. Die moderne Medienlandschaft ist gerade im Bereich der Social Media einer ständigen Veränderung unterworfen. Aber fest steht: die Form des kommunikativen Austauschs und die neue auf einen Dialog mit dem Nutzer zielende Kommunikation, wird erhalten bleiben, aber die Kanäle werden sich im Laufe der Zeit verändern.

AUF DIE RICHTIGE PLANUNG KOMMT ES AN

Nach diesen Vorüberlegungen und der grundsätzlichen Entscheidung für die Nutzung eines Social-Media-Kanals sollte man mit der konkreten Projektplanung¹⁷ beginnen: Wie bei jedem anderen Projekt im Archiv auch, ist es vor dem Einsatz von Web 2.0 wichtig, sich über folgende Fragen klar zu werden¹⁸:

- Welche Ziele verfolge ich?
- Was brauche ich für die Zielerreichung?
- Wer ist in der Realisierungsphase einzubinden?
- Wer sind meine Zielgruppen?

Zunächst sollten mögliche erste Zielgruppen definiert werden, um sich anschließend über die einzelnen Web-2.0-Werkzeuge zu informieren.¹⁹ Wichtig ist es, sich im Vorfeld bewusst zu machen, dass ein sinnvoll eingesetztes Web-2.0-Instrument, das gut bespielt und gepflegt wird, effektiver ist als fünf verschiedene Kanäle, die nebeneinanderherlaufen, aber gar nicht oder kaum gepflegt werden.²⁰ Die Strategie sollte darauf angelegt sein, mit den gewählten Instrumenten bei möglichst überschaubarem Arbeitsaufwand möglichst hohen Output für das Archiv

zu erzielen.²¹ Wichtig ist es deswegen auch, Synergien zu nutzen und bei Bedarf Werkzeuge zu finden, die bei der Pflege der Social Media Kanäle eine nachhaltige Zeitersparnis bedeuten.

- 1 Als Posting ist hier ein Post, d. h. eine Veröffentlichung eines Beitrags oder eines Bildes im Internet, meist in einem Chat oder Forum gemeint.
- 2 <https://allfacebook.de/fbmarketing/new-newsfeed> (03.11.2017).
- 3 Karl-Ernst Lupprian und Lothar Saupe, Internetauftritte als Form archivischer Öffentlichkeitsarbeit, in: Jens Murken (Red.), *Archive und Herrschaft. Referate des 72. Deutschen Archivtags 2001 in Cottbus* (Der Archivar, Beiand 7), Siegburg 2002, S. 382-388.
- 4 Sebastian Bonset, In eigener Sache. Online-Marketing und Social Media für Kreative, Bonn 2017, S. 132.
- 5 Als Beispiel sei hier auf www.archivnrw.de verwiesen.
- 6 Mario Glauert, Archiv 2.0. Interaktion und Kooperation zwischen Archiven und ihren Nutzern in Zeiten des Web 2.0, in: *Archivpflege in Westfalen-Lippe* 70, 2009, S. 29-34 (http://www.lwl.org/waa-download/archivpflege/heft70/heft_70_2009.pdf) und Antje Diener-Staeckling, Alles kann, nichts muss. Warum Kommunalarchive die Möglichkeiten der Welt des Web 2.0 kennen und nutzen sollten: <https://archivamt.hypotheses.org/2510> (24.08.2015) und in: *Archivpflege für Westfalen-Lippe*, Heft 84, 2016, S. 36-60. Die Veröffentlichung „Alles kann, nichts muss, ...“ hatte eine ähnliche Ausrichtung wie dieser Text. Zielgruppe waren im damaligen Kontext aber die kleineren Kommunalarchive. Ähnlichkeiten zu den hier gemachten Ausführungen sind gewünscht und sollen zur Lektüre des (ursprünglichen) Blog-Textes anregen.
- 7 Mario Glauert, Archiv 2.0. Interaktion und Kooperation zwischen Archiven und ihren Nutzern in Zeiten des Web 2.0, in: *Archivpflege in Westfalen-Lippe* 70, 2009, S. 29-34 (http://www.lwl.org/waa-download/archivpflege/heft70/heft_70_2009.pdf).
- 8 Vgl. zur Nutzung insgesamt: Bastian Gillner, Liken, sharen, crowdsourcen. Neue Formen des Archivischen Nutzerkontaktes (Vortrag Landesarchivtag Sachsen-Anhalt 2015), <https://archive20.hypotheses.org/2416> (Abruf 24.11.2017).
- 9 Achtung! Die beiden letzten Punkte sind eher für fortgeschrittene Nutzer zu empfehlen.
- 10 In der einfachen Version sind Social-Media-Tools in den meisten Fällen kostenlos. Trotzdem ist das Verhältnis der Archive zu Ihnen zwiespalten, wie Bastian Gillner in seinem Vortrag bei der ersten Tagung „Offene Archive“ in Speyer 2012 feststellte: „es ist kostenlos, es ist weitverbreitet, es hat immense Potentiale – von so was lassen wir lieber die Finger!“, Bastian Gillner, Aufgewacht, aufgebrochen, aber noch nicht angekommen; <http://archive20.hypotheses.org/454> (Abruf 13.11.2017).
- 11 Bonset, In eigener Sache, S. 182.
- 12 Vgl. dazu u. a. Martina Wiech, *Strategisches Management für Archive*, in: Mario Glauert und Hartwig Walberg (Hrsg.) *Archivmanagement in der Praxis*, Potsdam 2001, S. 13-35.
- 13 Zur Personalplanung im Archiv vgl. auch: Gerd Schneider, *Aufgaben und Personalplanung in Archiven*, in: Mario Glauert und Hartwig Walberg (Hrsg.) *Archivmanagement in der Praxis*, Potsdam 2001, S. 37-55.
- 14 Hier besteht ebenfalls die Gefahr, dass der Kanal im Falle eines Weggangs einschläft.
- 15 Der „Klassiker“ zum Thema Öffentlichkeitsarbeit im Archiv: Alexandra Lutz, Vom „bloßen Geplapper“ zu „zwingenden Notwendigkeit“? Eine Untersuchung zu den Formen und dem Stellenwert der Öffentlichkeitsarbeit in staatlichen Archiven, in: *Archivarbeit zwischen Theorie und Praxis* hrsg. von Stefanie Unger, Marburg 2004 (= *Veröffentlichungen der Archivschule Marburg* 41), S. 187-220.
- 16 Bonset, In eigener Sache, S. 179.
- 17 Johannes Kistenich, *Projektmanagement im Archiv*, in: Mario Glauert und Hartwig Walberg (Hrsg.), *Archivmanagement in der Praxis*, Potsdam 2001, S. 115-131.
- 18 Antje Diener-Staeckling, Alles kann, nichts muss. Warum Kommunalarchive die Möglichkeiten der Welt des Web 2.0 kennen und nutzen sollten: <https://archivamt.hypotheses.org/2510> (24.08.2015), Abruf 03.11.2017.
- 19 Die Zielgruppengröße ist keine feste und ebenfalls einem Entwicklungsprozess unterworfen. Auch Sie kann sich im Laufe der Zeit verändern.
- 20 Bonset, In eigener Sache, S. 179, 182, 200-202.
- 21 Stefan Schröder hat sich in seiner Masterarbeit intensiv mit dem Thema der Strategieplanung beschäftigt, vgl. <http://archivamt.hypotheses.org/811> (Abruf 03.11.2017).

EIN KURZER ABRISS ZUR SOCIAL MEDIA ÜBERLEGUNG DES LWL-ARCHIVAMTS

Als Beispiel sei hier die Social Media-Präsenz des LWL-Archivamts kurz vorgestellt: In ihrem Zentrum steht das archivamtblog, das auf der Kulturplattform hypotheses.org bereits seit 2014 besteht.²² Ursprünglich als Tagungsblog für den Westfälischen Archivtag gedacht, entwickelte es sich im Laufe der Zeit zu einem wichtigen elektronischen Nachschlagewerk im Rahmen der Archivberatung in Westfalen und Lippe. Zu wichtigen Fachthemen, wie z. B. Archivbau, Digitalisierung und elektronische Langzeitarchivierung wird hier regelmäßig publiziert. Daneben können hier und auf der Internetseite des LWL-Archivamts Stellenanzeigen aus dem Archivbereich veröffentlicht werden. Bereits seit Beginn und in den letzten Jahren immer häufiger wird das archivamtblog von Kolleginnen und Kollegen der kleineren Archive genutzt, um eigene kleine Artikel zu archivfachlichen und historischen Themen aus ihrem Archiv zu publizieren oder es für Pressemitteilungen zu Ereignissen vor Ort nachzunutzen (auch hier spielen Synergien eine wichtige Rolle). Schließlich fungiert das Blog vor allem als Multiplikator für Fachinformationen im Archiv. Über das Open-Source-Tool IfTTT (If this, than that)²³ ist es mit dem Twitterkanal und dem Facebook-Account des LWL-Archivamts verbunden. Dies bedeutet: Wenn etwas im Blog erscheint, wird über Twitter und Facebook auch darauf aufmerksam gemacht. Die Arbeitsweise wird also vereinfacht und der Gesamtarbeitsaufwand bei der Bespielung der Web-2.0-Kanäle reduziert. Es gibt weitere Tools, die ähnliches leisten und verschiedene Social Media-Kanäle miteinander vernetzen. Genannt seien hier beispielsweise hootsuite und TweetDeck²⁴.

Bei der Auswahl der Social-Media-Kanäle hat das LWL-Archivamt neben dem Blog zunächst Facebook²⁵ ausgewählt, um einen Kontakt mit dem Archivnutzer anzustreben. Diese Zielrichtung erfüllte sich nur zu einem Teil. Da es sich bei der Institution des Archivamtes nicht um ein Stadtarchiv handelt, unterscheiden sich auch die Nutzergruppen erheblich. Trotzdem wurde eine Reichweite der einzelnen Beiträge aufgebaut, die es durchaus rechtfertigt, den Kanal weiter zu betreiben: Es sind Archivmitarbeiterinnen und Mitarbeiter, aber auch aus Kommunalverwaltungen, die sich für den Facebook-Auftritt des LWL-Archivamts interessieren. Inzwischen gibt es aber auch die eigentlich gemeinten User: Archivnutzer, Schüler und Studenten, die sich für das Angebot interessieren.²⁶

Der Account beim Microblogging-Dienst Twitter fungierte ursprünglich in erster Linie als Multiplikator.²⁷ Das bedeutet, dieser Kanal transportierte bis zur Einführung von „archivamtaktuell“ (Newsletter des LWL-Archivamts: <https://www.lwl.org/LWL/Kultur/Archivamt/newsletter/>), vor allem newsletterartig Informationen, die zuvor auf dem Blog gepostet worden waren. Darüber hinaus diente der Kanal bereits zu Beginn und inzwischen immer stärker als Kommunikationsmedium auf Fachtagungen. Bei zentralen Veranstaltungen (zuletzt beim Deutschen Archivtag in Wolfsburg²⁸) findet hier inzwischen eine rege Diskussion unter den Fachkollegen statt²⁹, bei der sich verstärkt auch Mitglieder anderer Kulturinstitutionen (d. h. Bibliotheken und Museen) beteiligen. Die archivfachliche Diskussion wird durch Twitter über das Publikum der Fachtagung hinaus getragen und Archive und Archivare erhalten so eine

spatenübergreifende Aufmerksamkeit bzw. Bekanntheit, die in Zeiten knapper Gelder auch den Zugang zu den dringend benötigten Drittmitteln ebnet.³⁰

Neben diesen drei Hauptkanälen pflegt das LWL-Archivamt einen Instagram-Kanal aus zwei Gründen.³¹ Das Bildmedium Instagram ist im Gegensatz zu anderen Social Media-Kanälen als geradezu „träge“ zu bezeichnen. Interaktion findet statt, aber nicht in der hohen Frequenz von Twitter oder Facebook. Darüber hinaus ist Instagram mit seiner gängigen Nutzergruppe³² ein zukunftsträchtiges Medium, wenn sich der Kanal etabliert hat. Es könnte zukünftig geschehen, dass sich das LWL-Archivamt von nicht mehr zeitgemäßen, alten Kanälen verabschiedet und verstärkt auf Instagram aktiv wird. Instagram gehört bereits der Generation der rein mobil genutzten Werkzeuge an, die in der Zukunft gerade im Bereich der digitalen Kommunikation eine immer größere Rolle spielen wird.³³ Es wurde bereits darauf verwiesen, dass weder die Kanäle noch eine Social Media Nutzung insgesamt statisch, sondern einer steten Veränderung unterworfen ist.

Andere Social-Media-Kanäle wurden getestet, aber bisher nicht weiterbetrieben, weil sich der Aufwand nicht lohnt, bzw. noch nicht lohnte. Zum Beispiel ist Flickr³⁴ eine große Foto-Sharing-Plattform. Da aber das LWL-Archivamt bisher nur wenige Fotos in den Beständen hat, macht der Betrieb wenig Sinn.

Insgesamt sollte aus den gängigen Social-Media-Tools ein Dienst gewählt werden, der für das eigene Archiv am Sinnvollsten erscheint. Legen Sie ruhig einen Test-Account an. Viele Accounts, z. B. bei Facebook lassen sich zu Beginn noch unsichtbar schalten. Wenn Sie im Testlauf bereits einige Erfahrungen mit dem Social Media Tool und seiner Funktionen gesammelt haben, sollte der Auftritt im Echtbetrieb getestet werden. Inzwischen sind zahlreiche, gerade kleine Archive auf Facebook präsent. Hier kann man sich für sein eigenes Archiv Anregungen holen. Wenn das eine Tool im Echtbetrieb funktioniert, macht es Sinn, über ein zweites Tool nachzudenken, z. B. Twitter, was durchaus wie gerade beschrieben nur als Multiplikatoren-Kanal genutzt werden kann.

Wichtig ist es für jedes Archiv insgesamt, die verschiedenen Social Media Tools kennenzulernen.³⁵ Nur auf diese Weise kann entschieden werden, ob ein Tool für die eigene Nutzung in Frage kommt, bzw. kommen könnte. Eine entscheidende Rolle spielt natürlich auch die Haltung des Archivträgers zu diesem Thema.³⁶ Gerade mit dem Medium Facebook können sich viele nicht anfreunden, wogegen ein Blog oft auf großes Interesse und Unterstützung stößt. Dies ist mit Sicherheit ein weiterer wichtiger Hinweis auf den Nutzen von Social Media. Gut eingesetzt kann eine Social Media Strategie auch nach innen in die Trägerverwaltung (oder Institution) wirken. Der Archivträger wird genau wie der Archivnutzer aufmerksam und nimmt das Archiv in „neuem Licht“ war. Der Blick „hinter die Kulissen“, z. B. ins meist unbekannte Magazin sollte deswegen, egal welches Medium schließlich gewählt wird,³⁷ zu einem Pflichtbeitrag gehören. In den letzten Jahren erwarten Archivträger eine immer stärkere Öffnung ihrer Archive nach außen.³⁸

Richtig eingesetzt kann eine gute Social Media Strategie nicht nur die klassische Öffentlichkeitsarbeit im Archiv unterstützen, sondern darüber hinaus auch, v. a. längerfristig auch die archivarische Arbeit bei ihren Kernaufgaben, z. B. die Erschließung von Fotos in der Cloud unterstützen.³⁹ Nach innen und außen wird eine gute Social Media Strategie längerfristig zur Öffnung

der Archive beitragen⁴⁰ und dafür sorgen, dass sie neben Bibliotheken und Museen als gleichwertige Kulturinstitutionen anerkannt werden, die heute und morgen die Sicherung des kulturellen Erbes mitgestalten.⁴¹

WHAT IS THE RIGHT SOCIAL MEDIA-POLICY FOR A SMALL ARCHIVE?

Surprisingly social media is something German Archives get used to. Recently there has been a serious discussion about what archives are able and willing to pay for social media. Of course the main opinion was that archives have no budget at all, but especially non for such things like facebook etc. All in all this seems to be the wrong attitude: It seems not to be the question what archives are willing to pay for, but how they should use social media. Like every project the use of social media needs a good management. Above that you should become familiar with the different tools of social media. When you think about using social media, you must not love, but know it.

Dr. Antje Diener-Staeckling

LWL-Archivamt

Jahnstr. 26, 48147 Münster

Tel. 0251 591-3897

E-Mail: antje.diener-staeckling@lwl.org

Internet: <http://www.lwl.org/LWL/Kultur/Archivamt/>

- ²² <https://archivamt.hypotheses.org/> (Abruf 13.11.2017).
- ²³ <https://ifttt.com/>, (Abruf 13.11.2017).
- ²⁴ <https://www.hootsuite.com> und <https://tweetdeck.twitter.com>, (Abruf 13.11.2017).
- ²⁵ <https://www.facebook.com/LWLArchivamt> (Abruf 13.11.2017).
- ²⁶ <http://www.lwl.org/LWL/Kultur/Archivamt/Fachinformationen/archivpaedagogik> (Abruf 16.11.17).
- ²⁷ <https://twitter.com/LWLArchivamt> (Abruf 13.11.2017).
- ²⁸ Die Tweets zum 87. Deutschen Archivtag wurden im Feedback zur Veranstaltung ausdrücklich erwähnt, vgl. <http://www.vda.archiv.net/aktuelles/meldung/500.html> (Abruf 27.11.2017).
- ²⁹ Vgl. hierzu das Tool storify mit dem sich einfach Tweets zu einem Thema zur Auswertung zusammenfassen lassen: <https://storify.com/> (Abruf 16.11.2017).
- ³⁰ Antje Diener-Staeckling, Zwischen Digitalisierung und Hatespeech-Auf der re publica 2017 <https://archivamt.hypotheses.org/5053> (18.05.2017), Abruf 3.11.2017.
- ³¹ <https://www.instagram.com/lwlarchivamt>
- ³² Drei Viertel der Nutzer von Instagram in Deutschland sind unter 30 Jahre alt, vgl. <https://www.crowdmedia.de/blog/instagram-nutzerzahlen-deutschland> (Abruf 4.12.2017).
- ³³ Bonset, In eigener Sache, S. 142.
- ³⁴ <https://www.flickr.com/> und Bonset, In eigener Sache, S. 173.
- ³⁵ Einen sehr guten Überblick über die verschiedenen Social Media-Tools bietet: Bonset, In eigener Sache, S. 32-179.
- ³⁶ Eine grundsätzliche Ablehnung des Archivträgers würde selbstverständlich bedeuten, dass eine weitere Beschäftigung mit dem Thema keinen weiteren Sinn mehr macht.
- ³⁷ Dies gilt sowohl für den internen, als auch den externen Nutzer: „Soziale Medien können dieses hermetische Schweigen über Arbeit und Archivgut durchbrechen. Regelmäßige Postings sorgen für Interesse am Archiv und eine Bindung von Nutzern.“, vgl. Bastian Gillner, Liken, sharen, crowdsourcen. Neue Formen des Archivischen Nutzerkontaktes (Vortrag Landesarchivtag Sachsen-Anhalt 2015), <https://archive20.hypotheses.org/2416> (Abruf 24.11.2017).
- ³⁸ Antje Diener-Staeckling, Herausforderungen als Chance – Neue und alte Herausforderungen an Kommunalarchive: <https://archivamt.hypotheses.org/5387> (27.07.2017), Abruf 16.11.2017.
- ³⁹ Antje Diener-Staeckling, Alles kann, nichts muss. Warum Kommunalarchive die Möglichkeiten der Welt des Web 2.0 kennen und nutzen sollten: <https://archivamt.hypotheses.org/2510> (24.08.2015), Abruf 03.11.2017.
- ⁴⁰ Bastian Gillner, Liken, sharen, crowdsourcen, Neue Formen des Archivischen Nutzerkontaktes (Vortrag Landesarchivtag Sachsen-Anhalt 2015), <https://archive20.hypotheses.org/2416> (Abruf 24.11.2017).
- ⁴¹ Das stellt Gerd Schneider bereits 2001 fest: „Nur wenn die Archive einen stärkeren Nutzen für ihre Träger generieren und einer breiten Öffentlichkeit als interessante Partner bekannt werden, verbessern sich ihre Chancen auf Unterstützung bei der Lösung ihrer gravierenden Probleme“. Die Öffentlichkeitsarbeit sei daher in den meisten Archiven neu auszurichten, vgl. Schneider, Aufgaben- und Personalplanung, S. 47.