

VSA-AAS

Verein Schweizerischer Archivarinnen und Archivare

Arbeitsgruppe Zugang und Vermittlung

Zugang und Vermittlung im hybriden Archiv

Grundfragen, Optionen und Potentiale für die Archive von morgen

Whitepaper

August 2017

Verfasser:

Martin Lüpold

Karin Huser

Beat Mahler

INHALTSVERZEICHNIS

1	Einleitung	2
2	Was sagen die Statistiken?	6
3	Welcher Archivtyp ist Ihr Archiv?	8
4	Digitalisierung als einfache Alternative zur physischen Benutzung?	16
5	Der physische Lesesaal	20
6	Beratung, Auskunft, Recherchedienst, Schulungen	23
7	Führungen, Ausstellungen, Vorträge, Publikationen & Co.	26
8	Erschliessung und gute Findmittel als Basis der Benutzung	29
9	Schlusswort – mit digitaler Fitness auf dem Weg zum hybriden Archiv	32

1 Einleitung

Vor dem Hintergrund der zunehmenden Transformation von Archivdienstleistungen hin zum virtuellen Lesesaal stellt das vorliegende Whitepaper Fragen nach dem Entwicklungspotenzial und der Zukunftsfähigkeit der bisherigen (konventionellen) Angebote im Bereich Zugang und Vermittlung.

Künftig werden die meisten Archive einen virtuellen Lesesaal¹ haben, in welchem sie den Benutzerinnen und Benutzern den Zugang zu digitalem Archivgut² anbieten. Auch Beratung sowie Vermittlungsaktivitäten werden zunehmend virtuell erfolgen. Gleichzeitig stehen die grossen Mengen an analogem Archivgut vom Mittelalter bis ins 21. Jahrhundert der Digitalisierung der archivischen Arbeitsprozesse im Weg. Es stellen sich übergeordnete Fragen: Ist der physische Lesesaal noch zeitgemäss? Würde man sich mit einem Verzicht auf physische Dienstleistungen Chancen vergeben? Wie steht es um die Opportunitätskosten?³ Auch jüngere und erst in Planung befindliche Archibauten verfügen über physische Benutzungs- und Vermittlungsräume oder sehen solche vor.⁴ Physische und elektronische Angebote werden sich bei vielen Archiven noch lange Zeit ergänzen. Die Archive müssen bei beschränkten Ressourcen einen Umgang mit dem physischen Archivgut finden, der mit Investitionen in die (Archivierung und) Zugänglichmachung elektronischer Unterlagen kompatibel ist.

Das hybride Archiv, die hybride Benutzung

Trendforschung und Innovationstheorien geht heute davon aus, dass neue Angebote die herkömmlichen Dienstleistungen nicht komplett ersetzen, sondern sie ergänzen.⁵ Die Zukunft ist hybrid. Das gilt nicht nur für die Archive, welche die richtige Balance zwischen neuen (digitalen) und bisherigen (physischen, konventionellen, analogen) Angeboten finden müssen. Das gilt laut der Trendforschung auch für die Kundschaft, die verschiedene Kombinationen von Angeboten nutzen will.⁶ Für die Archive bedeutet die hybride Zukunft, dass weiterhin beträchtliche Ressourcen nötig sind.⁷ Zwar wird nicht jedes konventionelle Angebot durch ein neues digitales Angebot verdoppelt, aber Archivierung wird durch Digitaltechnik nicht einfach kostenlos, im Gegenteil: Über längere Zeit werden sogar mehr Ressourcen benötigt, wenn neben den konventionellen Infrastrukturen und Angeboten auch noch digitale bezahlt sein wollen. Der Trägerschaft muss der Bedarf finanzieller Mittel erklärt werden, und den Benutzerinnen und Benutzern, dass nicht jede technische Innovation⁸ zu haben ist.

Für verschiedene Archive – staatliche, nichtstaatliche, grosse, kleine – können unterschiedliche Wege angezeigt sein. Das beginnt damit, dass hohe Benutzungszahlen nicht für alle Archive gleichermassen von Bedeutung sind: Archive, die primär als Dienstleister für ihre Aktenbildner funktionieren, sind in einer anderen Lage als stärker forschungsorientierte Spezialarchive. Grosse Archive haben in der Regel mehr IT-Ressourcen als kleine und können auf dem Weg zum virtuellen Lesesaal als Pioniere vorangehen. Folgende Kernfrage steht für uns im Vordergrund: Welche Angebote von Archiven werden in einer zunehmend digitalisierten Lebens- und Arbeitswelt relevant bleiben? Sind es nur das online zugängliche digital(isiert)e Archivgut und virtuelle Vermittlungsaktivitäten? Oder sollen Archive umso mehr ihre Rolle als Orte mit auch physischem Kulturgut herausstreichen und pflegen? Die Fragestellung hat verschiedene Facetten: Einerseits geht es um die Optimierung des Ressourceneinsatzes, andererseits um den Umgang mit sich verändernden Benutzungspraktiken. Es ist das Ziel des vorliegenden Papiers, Optionen und Potenziale aufzuzeigen und damit Archive bei der Analyse ihrer jeweiligen Situation zu unterstützen.

Einige Worte zur Terminologie

Als **konventionelle Angebote und Dienstleistungen** von Archiven gelten im vorliegenden Whitepaper die Offline- und Online-Angebote, die dem Zugang und der Vermittlung dienen, wobei aber ein virtueller Lesesaal mit Zugang zu digital(isiert)em Archivgut hier nicht als konventionell gilt.

Zugang zum Archivgut umfasst vor allem den Betrieb eines Online-Katalogs und eines (physischen) Lesesaals (mit fixen Öffnungszeiten oder auf Verabredung), ausserdem Zusatzdienstleistungen im Lesesaal (Recherche-Stationen, WLAN, Kopierer, Lese- und Abspielgeräte für Mikroformen und audiovisuelle Medien, Handbibliothek, Reprografie etc.) und den ganzen Digitalisierungs-Bereich. Weiter gehören dazu Schulungen sowie Beratung und Auskunft vor Ort, per E-Mail, Telefon oder über weitere Kanäle.

Zu **Vermittlung und Öffentlichkeitsarbeit** zählen Führungen, Veranstaltungen (z.B. Archivtage oder Museumsnächte), Ausstellungen (vor Ort oder online) und Publikationen (bzw. quellenkritische Editionen). Zur **Kommunikation** zählen die Webseite, ein Newsletter, die Nutzung von Social-Media etc. Diesen Vermittlungs-Angeboten ist gemeinsam, dass sie sich häufig nicht auf das Archivgut an sich beziehen, sondern auf die daraus resultierenden Geschichten oder auf die daraus erarbeiteten Ergebnisse der Geschichtsforschung. Der Übergang von Kulturvermittlung und Bildungsarbeit zur Öffentlichkeitsarbeit ist fließend. Viele Vermittlungsangebote und Kommunikationsplattformen sind multifunktional, je nachdem, welche Inhalte sie transportieren (Informationen zur Benutzung wie z.B. Öffnungszeiten, Veranstaltungshinweise, virtuelle Ausstellungen etc.) und auf welche Stakeholdergruppen sie zielen.⁹

Ein Vorgehen in drei Schritten

Das Whitepaper befasst sich nach einem kurzen Blick auf Statistiken zuerst mit den Fragen der Positionierung und der Angebotspalette eines Archivs und anschliessend mit einzelnen Aspekte solcher Angebote hinsichtlich Zugang und Vermittlung. Innerhalb der Kapitel geht das Papier in drei Schritten vor:

1. Es skizziert die Situation, die Herausforderungen und mögliche Reaktionsmuster im hybriden Zeitalter.
2. Es breitet einen Fächer von Optionen und Potenzialen aus, und zwar abgestuft für verschiedene Typen von Archiven.
3. Es stellt Fragen, die bei der Einschätzung der eigenen Institution helfen.

2 Was sagen die Statistiken?

Mit Bezug auf die Benutzung sind primär zwei Fragen von Interesse: Wie hat sich die Benutzung der Archive in den letzten Jahren generell entwickelt? Und wie entwickelt sich die Nutzung physischen Archivguts im Vergleich zu digital(isiert)em Archivgut?

Eine statistische Analyse ist dank der Schweizerischen Archivstatistik ab 2013 möglich, allerdings nur für die Kantonsarchive und das Bundesarchiv und für wenige Jahre. Eine aggregierte Betrachtung zeigt, dass die Zahl der «Benutzerinnen des Lesesaals» bis 2015 leicht sinkt; die Anzahl «schriftlicher Antworten» bleibt stabil. Die aggregierte Betrachtung verdeckt Unterschiede zwischen den einzelnen, grösseren wie kleineren Archiven, und sie müsste nationale oder kantonale Forschungskonjunktoren berücksichtigen. Eindeutig scheint das Sinken der «Benutzungstage im Lesesaal» bis 2015 – wohl zurückzuführen auf den Trend, Archivalien abzufotografieren und zu Hause oder im Büro zu studieren. Die Zahlen von 2016 zeigen aber teilweise wieder in andere Richtungen.¹⁰

Für einzelne Archive liegen längere Zahlenreihen vor; diese bestätigen die Befunde nur teilweise: Beim Staatsarchiv Basel-Stadt lag beispielsweise die Zahl der «Benützungen im Lesesaal» seit 1984 immer über einer bestimmten Marke; seit 1999 hat sie sich darunter eingependelt, um nach 2005 – trotz Einführung des Online-Katalogs in diesem Jahr – auf einem tieferen Niveau zu verharren.¹¹

Nun könnte man sagen, dass die Forschenden nur noch deswegen ins Archiv gehen, weil sie nicht vollständig online arbeiten können. Das müsste sich in einer Steigerung der Online-Nutzung niederschlagen. Zahlen zur Nutzung von digitalisiertem Archivgut liegen aber nur von wenigen Archiven vor und lassen keine klaren Aussagen zu Trends zu; eine massive, kontinuierliche Steigerung der Online-Nutzung ist aus den vorliegenden Zahlen nicht erkennbar. Nun kann man hier natürlich einwenden, dass bisher eben zu wenig oder das falsche Archivgut digitalisiert worden sei; wenn man aber davon ausgeht, dass die Benutzer digitalisierte Inhalte bevorzugen, könnte man indes erwarten, dass sie sich bei der Wahl ihrer Forschungsthemen auf das online zugängliche Material konzentrieren, was offenbar nicht der Fall ist.

Statistische Erkenntnisse sind auf Zahlen angewiesen; Zahlenerhebungen aus den Jahresberichten von Archivinstitutionen sind nicht einfach, weil relativ wenige Zahlen publiziert werden und nicht durchwegs nach denselben Kriterien. Die Situation wäre besser, wenn einige Archive die Indikatoren der Archivstatistik oder vergleichbare Werte für einen längeren Zeitraum publizieren würden. Um das Verhalten der Benutzenden im hybriden Zeitalter besser zu kennen, braucht es insbesondere mehr Zahlen zur Nutzung von digitalisiertem Archivgut.

3 Welcher Archivtyp ist Ihr Archiv?

Optionen und Entwicklungspotentiale stehen in Abhängigkeit von der Art eines Archivs, für die sie skizziert werden. Dabei ergeben sich Unterschiede insbesondere aus der Grösse bzw. Ressourcenausstattung sowie der institutionellen Anbindung von Archiven.

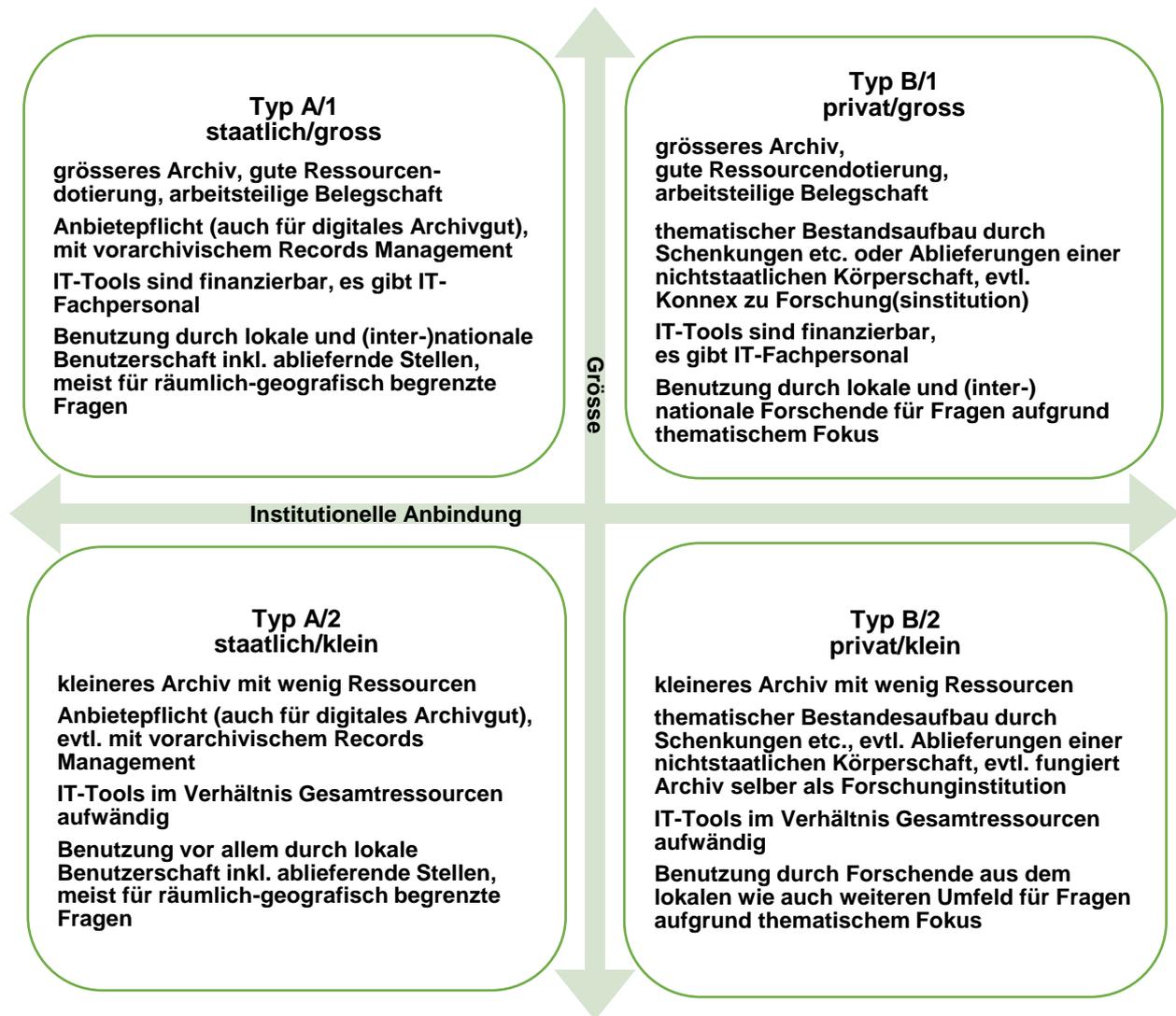
Grösse und Ressourcenausstattung sowie institutionelle Anbindung als Kriterien

Grösse und Ressourcen sind ein wichtiger Faktor: Die Transformation zu einem hybriden Archiv führt zu einem insgesamt grösseren Ressourcenbedarf. Zudem hat ein Archiv erst ab einer gewissen Grösse und Ressourcenausstattung zunehmend die Möglichkeit, Investitionen in eigene IT-Tools (Virtueller Lesesaal, aber auch Archivinformationssystem und digitales Langzeitarchiv) zu tätigen und diese selber zu pflegen. Umgekehrt haben kleine Archive vielleicht den Vorteil, dass sie ohne Rücksicht auf lange Entscheidungswege Innovationen ausprobieren und umsetzen können.

Bezüglich institutioneller Anbindung wird hier zwischen staatlichen und nichtstaatlichen Archiven unterschieden. Staatliche Archive haben einen anbietepflichtigen Sprengel, meist schon mit vorarchivischem Records Management und gesetzlichen Grundlagen. Zudem haben Archive von Kantonen und Gemeinden ein vergleichbares Spektrum an Beständen und Benutzenden. Sie stehen vor ähnlichen Herausforderungen und könnten zusammenarbeiten. Die Pflicht staatlicher Archive auch digitales Archivgut entgegenzunehmen, ist das beste Argument, um dafür zusätzliche Ressourcen auch betreffend IT-Personal begründen und einbringen zu können. Doch stehen auch nichtstaatliche Archive vor der Herausforderung, dass vermehrt digitales Archivgut angeboten wird und übernommen werden sollte. Die vielen Facetten nichtstaatlicher Archive werden hier vorläufig lediglich weiter hinsichtlich Grösse und Ressourcenstärke unterschieden. Natürlich sind weitere Kriterien für eine Typisierung denkbar: Ein Teil der nichtstaatlichen Archive übernimmt wie staatliche Archive systematisch (auch digitales) Archivgut einer abliefernden Stelle (z.B. Archive von Firmen, Schulen oder Nonprofit-Organisationen). Ein anderer Teil übernimmt Schenkungen/Deposita von Provenienzbeständen oder von Sammlungsgut zu einem thematischen Fokus (Spezialarchive); diese Archive stehen häufig in enger Verbindung zu einer Forschungsinstitution; und ein kleines Archiv, das einen Nachlass verwaltet, ist meist selber eine Forschungsinstitution.

Das nachfolgende Schema mit der Unterscheidung von vier Archivtypen dient dazu, darauf gestützt Entwicklungspotentiale separat für vier Archivtypen zu skizzieren.

Analyseschema: Unterscheidung von vier Archivtypen



Archivtypspezifisches zu Positionierung und Angebotspalette

- Grössere Archive (Typ 1) haben angemessene Ressourcen. Sie haben einen Pool an internem Knowhow, um Strategien auch für Zugang zu Archivgut und Vermittlung/Öffentlichkeitsarbeit zu erarbeiten oder Pilotprojekte umzusetzen. Insofern fungieren sie wie z.B. das Bundesarchiv (Typ A/1) oder das Archiv für Zeitgeschichte (Typ B/1) als Ideenlieferant für Herangehensweisen, an denen sich kleinere Archive (Typ 2) orientieren können. Denn in kleineren Archiven (Typ 2) bleibt mit wenig Personal allenfalls nicht genug Zeitbudget, um Entwicklungen im Archivwesen lückenlos zu rezipieren oder mitzugestalten.
- Grössere Archive (Typ 1) haben ihre Bestände in einem Archivinformationssystem verzeichnet und online nachgewiesen, was für kleinere Archive (Typ 2) häufig noch nicht gilt. Dieselbe Diskrepanz herrscht betreffend die Planung und Umsetzung elektronischer Langzeitarchivierung und des virtuellen Lesesaals. Es gibt Beispiele von Gemeindearchiven (v.a. Typ A/2), die das Archivinformationssystem eines Staatsarchivs mitbenutzen, was auch für IT-Tools betreffend digitale Langzeitarchivierung und virtueller Lesesaal denkbar ist. Und es gibt das Szenario, dass Gemeinden in Verbänden bzw. als Einkäufer bei einem öffentlich-rechtlichen oder privaten Anbieter Lösungen anstreben. Ähnliche Szenarien wären auch für nichtstaatliche kleine Archive (Typ B/2) denkbar.
- Grösse, Finanzkraft und Personaletats von staatlichen Archiven (Typ A) sind sehr unterschiedlich. Doch sind die Aufgaben, Bestandesprofile und Interessen nichtstaatlicher Archive (Typ B) vielfältiger, was auch für deren private Trägerschaften gilt. Daraus folgt, dass die Ausgangslage von Benutzenden und Stakeholdern bezüglich Zugang zum Archivgut bzw. bezüglich Vermittlung/Öffentlichkeitsarbeit weniger einheitlich sind als für staatliche Archive.

Die **Einschätzungsfragen a) bis g)** zu Voraussetzungen und zur allgemeinen Positionierung eines Archivs helfen bei seiner Verortung in der vielfältigen Archivlandschaft. Neben der Klärung der Voraussetzungen/Positionierung sollte die bisherige konventionelle Angebotspalette bezüglich ihrer künftigen Tauglichkeit überprüft werden.

Einschätzungsfragen zu Positionierung und Angebotspalette

a) Angebotspalette Zugang und Vermittlung

Es geht darum, die wichtigsten (physischen oder elektronischen) Angebote im Bereich Zugang und Vermittlung aus Archivsicht zusammenzustellen (Lesesaalbenutzung, Beratung, Anfragen, Bibliotheksbenutzung, Führungen, Ausstellungen, Social Media etc.), selbstverständlich immer im Einklang mit dem evtl. gesetzlichen Auftrag. Welche Angebote erwarten die bestehenden Stakeholder auch in Zukunft?

Welches sind unsere Kernangebote?	Spontane Nennung: - ... - ...	Sind diese wirklich unverzichtbar?
Welches sind wichtige ergänzende Angebote?	Spontane Nennung: - ... - ...	Sind diese wirklich unverzichtbar?
Was haben wir ausserdem noch im Angebot? Worauf könnten wir allenfalls verzichten?	Spontane Nennung: - ...	Was hindert uns daran? Welche Angebote erbringen wir nur, weil sie historisch gewachsen sind?
Ist die Nutzung von Website und Online-Archivkatalog in den letzten 5-10 Jahren steigend oder fallend?	Zahlen der Archivstatistik oder des Jahresberichts in einer Excel-Grafik darstellen: Website <input type="checkbox"/> Steigende Tendenz <input type="checkbox"/> Sinkende Tendenz Katalog <input type="checkbox"/> Steigende Tendenz <input type="checkbox"/> Sinkende Tendenz	Wenn die Zahl sinkt: Sind die Website und der Katalog zu wenig benutzerfreundlich? Wie verhält sich diese Kurve zu den Benutzungen? Was bieten wir für Benutzende, die schlecht mit dem Online-Archivkatalog zurechtkommen (Recherchekurse, Quick Access zu ausgewählten Beständen). Sollten gewisse Informationen in Social Networks statt auf der Website sein?
Welche Projekte haben wir im Bereich ZuV?	Nennung aufgrund Projektliste oder Jahresziele: - ... - ...	Die Projekte/Jahresziele sagen etwas über die Gewichtung der betroffenen Bereiche aus, z.B. wieviele Projekte betreffen Übernahme, Erschließung, ZuV?

b) Entwicklung der Angebote

Neben dem Status quo interessieren auch kürzliche Veränderungen der Angebote.

Welche Angebote wurden in den letzten 2-3 Jahren neu eingeführt?	Angebote nennen, wenn zutreffend: - ... - ...	Sind das Kernangebote oder ergänzende Angebote?
--	---	---

An welche wünschenswerten neuen Angebote haben wir kürzlich gedacht / denken wir immer wieder mal?	Angebote nennen, wenn zutreffend: - ... - ...	Wäre das ein Ersatz von alten Angeboten oder ein Zusatzangebot?
Welche Angebote wurden in den letzten 2-3 Jahren aufgegeben?	Angebote nennen, wenn zutreffend: - ... - ...	Weshalb? Zuwenig Ressourcen? Zuwenig Nachfrage?
Welche Angebote sollten wir verbessern?	Angebote nennen, wenn zutreffend: - ... - ...	z.B. thematische Führungen zu aktuellen Themen statt einer klassischen „Einführung ins Archiv“
Welche möglichen Verbesserungen bei bestehenden Angeboten kommen uns spontan in den Sinn?	Verbesserungs-Vorschläge nennen: - ... - ...	Wenn man immer wieder an gewisse Massnahmen denkt – wie gross ist der Umsetzungsaufwand?
c) Nutzung der Angebote		
Es geht darum, im Sinne eines Brainstorming die wichtigsten Einschätzungen zusammenzutragen.		
Welche Angebote werden gut genutzt?	Subjektive Einschätzung: - ... - ...	Sind das die Kernangebote?
Welche Angebote werden schlecht genutzt?	Subjektive Einschätzung: - ... - ...	Woran liegt es? Sind es unattraktive Angebote, oder sind sie nur zu wenig bekannt?
d) Kundengruppen und Stakeholder		
Die erste Frage bezieht sich auf die zentralen Stakeholdergruppen über alle Dienstleistungen des Archivs; die weiteren Fragen beziehen sich nur auf Zugang und Vermittlung (ZuV). Welchen Stellenwert haben ZuV (im Sinne von Forschung, Bildung, Kulturauftrag) im Vergleich Dienstleistungen zu anderen Stakeholdern (z.B. Records Management bei den anbietepflichtigen Stellen)?		
Welches ist <i>generell</i> unsere wichtigste Kundschaft, die anbietepflichtigen Stellen (RM), die Lesesaal-KundInnen oder die Online-Nutzerinnen und Nutzer?	Zielgruppe nennen, z.B. aufgrund von gesetzlichem Auftrag /Strategie/ Mission/ Leitbild etc.: - ...	Bei kleineren staatlichen Archiven sind unter Umständen die aktenbildenden Stellen wichtiger. Die übrigen Stakeholder (historische Forschung, Geschichtsinteressierte, Familienforschende) sollen aber nicht vernachlässigt werden.
Welche Zielgruppen sprechen wir bezüglich ZuV explizit an?	Auflistung, z.B. aufgrund von Aussagen auf der Website: - ... - ...	„Bei uns sind alle willkommen“ oder Angebote für spezifische Gruppen, die z.B. besonders viele Nutzungstage oder benutzte Archivalien generieren?

Welche neuen Stakeholder-Gruppen können evtl. mit neuen oder veränderten ZuV-Angeboten angesprochen werden?	Spontane Nennung: - ... - ...	z.B. historische Forschung, Laien/Geschichtsinteressierte, Genealogen oder ganze Schulklassen?
Welche Kundengruppen sind bezüglich ZuV gut bedient?	Spontane Nennung: - ... - ...	z.B. historische Forschung, Laien/Geschichtsinteressierte, Genealogen, SchülerInnen?
Welche Kundengruppen sind <i>bezüglich ZuV</i> weniger gut bedient? Gibt es Kundengruppen, die weggefallen sind?	Spontane Nennung: - ... - ...	z.B. Historische Forschung, Laien/Geschichtsinteressierte, Genealogen, SchülerInnen?
Wie könnte man unsere Institution am ehesten charakterisieren?	Spontane Formulierung oder gemäss Rechtsgrundlagen: - ...	z.B. Dienstleister für die Aktenbildner? Kulturinstitution? Bildungsinstitution? Forschungsinstitution? Forschungsunterstützung?
<p>e) Wichtige Elemente aus SWOT- und STEP-Analyse</p> <p>Die SWOT-Analyse (Stärken, Schwächen, Chancen, Gefahren) und die STEP-Analyse (Sociological, Technological, Economic and Political Factors) sind bekannte Mittel zur Selbsteinschätzung. Hier geht es lediglich darum, anhand einiger Elemente daraus herauszufinden, ob vielzitierte Einflussfaktoren, wie das Benutzerverhalten (Medienwandel) das Verhalten der Trägerschaft (Spardruck) tatsächlich auch im eigenen Fall zutreffen, oder ob Herausforderungen anderswo liegen.</p>		
Spüren wir Änderungen im Nutzerverhalten – bleiben Nutzergruppen aus gesellschaftlichen oder technologischen Gründen weg?	Spontane Einschätzung: ...	Wurde einmal eine Befragung bestehender Kunden gemacht, um Bedürfnisse/Erwartungen zu klären?
Spüren wir Änderungen bei der Finanzierung (Spardruck) bzw. der Ressourcendotierung?	Spontane Einschätzung: ...	Wäre die Trägerschaft grosszügiger eingestellt, wenn die Nutzerzahlen höher wären oder höher würden?
Welche Angebote sind gemäss den Rechtsgrundlagen (Archivgesetz, Archivverordnung, Reglement) zwingend?	Gemäss Rechtsgrundlagen auflisten: - ... - ...	Umfassender und bezogen auf die Stakeholder gefragt: Ist gemäss Rechtsgrundlagen der Dienst am Aktenbildner oder der Dienst am forschenden Kunden prioritär?
Auf welche (schlecht genutzten) Angebote könnten wir aufgrund der Rechtsgrundlagen verzichten?	Liste der wichtigen Angebote mit Rechtsgrundlagen vergleichen	Gibt es vergleichbare Archive, die auf solche Angebote verzichten, und hat das deren Reputation geschadet?

f) Positionierung in der Archivlandschaft, Breite und Tiefe der Bestände

Jedes Archiv ist anders. Je nachdem empfehlen sich andere Strategien, wie (gut) sich die ZuV-Angebote an den Mann und an die Frau bringen lassen.

Komplexität der Tektonik: Haben wir eine relativ einfache Bestandes-Struktur oder eine vielfältige Bestände-Landschaft?	<p>Unsere Tektonik hat</p> <ul style="list-style-type: none"> ... Hauptäste ... Ebenen <p>Wir haben eine</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> einfache Struktur <input type="checkbox"/> komplexe Struktur 	Sind wir ein monothematisches Archiv? Ein Staatsarchiv oder Gemeindearchiv mit einfacher Aufgabenstruktur in einem ländlichen Kanton? Ein breit aufgestelltes Archiv, z.B. grosser Kanton mit sowohl Stadt wie Land, mit ausdifferenzierter Verwaltung und diversifiziertem Wirtschafts- und Kulturleben bzw. einer international bedeutsamen Vergangenheit oder Gegenwart?
Welche Themen deckt das Archiv ab? Welche Bestände gibt es nur hier, für welche Themen muss man in unser Archiv kommen? Welches ist das Alleinstellungsmerkmal (Unique selling proposition bzw. USP)?	<p>Geografischer Raum:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ... <p>Thema oder Themen¹²:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ... - ... 	Wenn sich die Bestände auf einen geografischen Raum beziehen – welches sind Besonderheiten dieses geografischen Raums (im Zeitverlauf)? Sind diese Besonderheiten für die Benutzenden genügend klar?
Handelt es sich um ein abgeschlossenes historisches Archiv oder um ein Archiv mit stetigem Zuwachs?	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Abgeschlossen <input type="checkbox"/> Mit Zuwachs 	Hier geht es darum zu erfahren, welche Bedeutung ZuV gegenüber dem vorarchivischen Bereich hat. Zusatzfrage: Ist der Zuwachs für die aktuelle Nutzung zugänglich (Öffentlichkeitsprinzip? Schutzfristen?)
Wie ist der Standort zu charakterisieren? Ist der Standort für die physische Benutzung geeignet?	<p>Gut? Schlecht? Mit ÖV und Privatauto erreichbar? Zentral? Peripher? Städtisch? Ländlich?</p> <ul style="list-style-type: none"> - ... - ... 	Wichtig sind vor allem die Konsequenzen des Standorts, z.B. die Erreichbarkeit oder das Vorhandensein von Stamm- oder Laufkundschaft infolge Nachbarschaft einer Hochschule oder Bibliothek o.ä.

g) Personelle Ressourcen

Es geht darum, einen groben Überblick über das Verhältnis der Ressourcen für ZuV zu anderen archivischen Funktionen zu bekommen sowie über die IT-Kapazitäten. Die Zahlen lassen sich in einem einfachen Excel-Kuchendiagramm darstellen. Auch bei einem kleinen Archiv lohnt es sich, den Aufwand für verschiedene Aufgaben zu eruieren. Ansatzpunkte für Vergleiche bieten die Jahresberichte ähnlicher Archive. Besteht Spielraum für die Veränderung von Stellenprofilen?

Benutzung und Beratung (Lesesaal, Magazindienst, Bibliothek)	... Stellenprozent (... Personen)	Sind diese Aufgaben auf bestimmte Mitarbeitende konzentriert oder auf diverse Mitarbeitende verteilt?
Vermittlung/Öffentlichkeitsarbeit	... Stellenprozent (... Personen)	Befasst sich 1 Person hiermit oder sind es verschiedene?

Informatik/Archiv informatik	... Stellenprozente (... Personen)	Befasst sich die Informatik auch mit Basis-IT?
Digitalisierung/Reprografie	... Stellenprozente (... Personen)	Stehen Digitalisierungs-Projekte oder Kundenaufträge im Zentrum?
Überlieferungsbildung, Erschliessung, Bestandserhaltung	... Stellenprozente (... Personen)	
Management, strategische Aufgaben	... Stellenprozente (... Personen)	Bestehen genügend Ressourcen für strategische Planung oder Innovationsmanagement?
Weitere Aufgaben (Sekretariat, Buchhaltung, Hausdienst)	... Stellenprozente (... Personen)	
Wo fehlen uns seit längerem Ressourcen?	Im Bereich ...	Gibt es die Möglichkeiten, Stellen umzuwidmen?

Nachdem mit den übergeordneten Aspekten betreffend Positionierung und Angebotspalette viele Themen angeschnitten worden sind, geht es im Folgenden darum, einzelne Aspekte von Angeboten hinsichtlich Zugang und Vermittlung näher unter die Lupe zu nehmen.

4 Digitalisierung als einfache Alternative zur physischen Benutzung?

Digitales Archivgut stellen die Archive heute und in Zukunft im virtuellen Lesesaal¹³ zur Verfügung. Wie aber werden die Nutzerinnen und Nutzer in Zukunft Zugriff auf das physische oder analoge Archivgut erhalten, also auf die ganze Palette von Aktenbündeln, Papierunterlagen, Bänden, Fotoalben, Plansammlungen etc.? Häufig löst diese Frage eine Diskussion über die Digitalisierung-Prioritäten aus.¹⁴ Von Benutzerseite hört man oft die Kernfrage „Und wann wird das alles digitalisiert?“ Wie auch immer die Antwort auf diese Frage lautet: Die Vision des vollständig retrodigitalisierten Archivs, die letztlich zur Schliessung des physischen Lesesaals führen könnte, lässt sich nicht gratis verwirklichen. Im Bereich der Retro-Digitalisierung würden immense Kosten anfallen.¹⁵

Was bedeutet es, wenn ein Archiv sich im Zuge einer e-only-Strategie entschliesst, auch das gesamte physische Archivgut in digitalisierter Form im virtuellen Lesesaal zur Verfügung zu stellen? Dies bedingt beträchtliche Investitionen in die Retrodigitalisierung. In einem ersten Schritt werden häufig benutzte oder wichtige Bestände wie Protokollserien oder Fotosammlungen in einem klassischen Digitalisierungsprojekt im Haus oder extern digitalisiert.¹⁶ In einem zweiten Schritt muss gewährleistet sein, dass auch das restliche Archivgut ebenfalls digital zur Verfügung gestellt werden kann. Dies kann entweder durch die gesamthafte Digitalisierung geschehen, oder das Archivgut wird gewissermassen «on demand» digitalisiert, sobald ein Benutzer Archivgut zur Einsicht bestellt.¹⁷ Diese Art von Digitalisierung «on demand» stellt bei einer e-only-Strategie eine (kostenlose) Basisfunktionalität dar. Wenn erst auf eine Kundenbestellung hin digitalisiert wird, muss eine Digitalisierungsinfrastruktur bereitstehen, die in der Lage ist, in nützlicher Frist auch Dutzende Schachteln mit heterogenen Dossiers inkl. Fotos oder Plänen in einer sinnvollen und nachnutzbaren Qualität bereitzustellen. Während es bei Archivgutbestellungen für Forschungsprojekte eine gewisse Vorlaufzeit gibt, werden Kundinnen und Kunden die Erwartung haben, ihr Archivgut ähnlich schnell wie bei einer klassischen Bestellung im physischen Lesesaal (sprich innerhalb von Stunden oder wenigen Tagen) zur Verfügung zu haben.

Ein Archiv kann die komplette Digitalisierung aus zwei Perspektiven erwägen, nämlich aus der betriebswirtschaftlichen Sicht der Effizienz (Einsparungen) oder aus der Sicht der Innovation. Wenn es darum geht, innovative Entwicklungen mitzugestalten oder darauf zu reagieren, stellt sich die Schwierigkeit, dass das zukünftige Benutzerverhalten naturgemäss nicht bekannt ist. Qualitative Umfragen bei Benutzenden weisen darauf hin, dass die Erwartung besteht, Unterlagen online konsultieren zu können, aber auch, dass die Möglichkeit zur physischen Konsultation von manchen nach wie vor geschätzt wird. Wenn man vom hybriden Kunden der

Marketing-Lehre ausgeht, würden die Benutzer je nach Intention und Fragestellung vielleicht einmal eine digitale, ein anderes Mal eine physische Konsultation bevorzugen.¹⁸

Der Aufwand für die Digitalisierung hängt letztlich davon ab, welchen Stellenwert die ZuV-Kunden im Vergleich mit anderen Stakeholdergruppen (z.B. abliefernde Stellen) für die Archivstrategie haben. Und das Archiv muss je nach Rechtsgrundlagen zwar den Zugang zum Archivgut gewähren, aber es ist vermutlich nicht verpflichtet, die Lesesaal-Benutzer vom Abfotografieren der Archivalien zu befreien.

Durch die Digitalisierung grosser Mengen von physischem Archivgut mutiert das Archiv vom Hort der Originale zur „Zertifizierungsstelle für Authentizität digitaler Kopien“. Dieses Szenario verdeutlicht, wie stark der Zugang zu digital(isiert)em Archivgut Rückwirkung auf das Grundverständnis von Archiven haben kann.

Archivtypspezifisches zur Digitalisierung (als Voraussetzung zum Zugang zu digitalisiertem Archivgut im virtuellen Lesesaal)

- Grössere staatliche Archive (Typ A/1) werden mittelfristig einen virtuellen Lesesaal einrichten, damit auch digital abgeliefertes Archivgut zugänglich wird.¹⁹ Für kleinere staatliche Archive (Typ A/2, z.B. Gemeindearchive) ist die Zukunft weniger klar. Vielleicht werden mit grösseren Archiven Leistungsaufträge vereinbart für elektronische Archivierung und für den Zugang zu digitalem Archivgut; für AIS-Mitbenutzung gibt es bereits Beispiele. Oder sie streben in Verbänden bzw. als Einkäufer bei einem öffentlich-rechtlichen oder privaten Anbieter Lösungen an.
- Mit dem vermehrten Vorhandensein von digital(isiert)em Archivgut ist mit der etappenweisen Etablierung eines Angebots von «Digitalisierung on Demand» auszugehen bzw. zumindest von einer Verstärkung der entsprechenden Nachfrage seitens der Benutzenden von Archiven. Solche «Digitalisierung on Demand» wiederum ist differenzierbar hinsichtlich Umfang des Angebots. Denkbar ist eine umfassende fallweise Digitalisierung von Bestellungen analoger Archivalien, die den konventionellen Lesesaal obsolet machen würde. Für die meisten Archive realistischer ist eine Eingrenzung des Angebots, abhängig von der Menge, von den Bestellern oder Verwendungszwecken bzw. für spezifische Bestände oder Archivalienarten. Nach gegenwärtigem Stand kann noch nicht abgeschätzt werden, mit welcher Zuwachsrate ein relevanter Anteil an digitalisiertem Archivgut via virtuellen Lesesaal angeboten werden wird. Das Bundesarchiv (Typ A/1) bewegt sich deutlich in diese Richtung. Aber auch grössere Archive Typ B/1 mit einem hohen Anteil an AV-Medien/Fotos bzw. mit für geografisch weit entfernte Forschende interessanten Beständen gehören zu den Promotoren, ebenso Firmenarchive, welche die Unterlagen für die firmeninterne Nutzung nur noch elektronisch zur Verfügung stellen. Im Falle kleiner Archive Typ 2 ist allenfalls eine lückenlose Bestandesdigitalisierung und entsprechender digitaler Zugang möglich. Ein Archiv wird nach diesem Vorgehen aber kaum noch Benutzende vor Ort begrüßen können. Für viele (mittelgrosse) Archive sowohl von Typ 1 wie Typ 2 scheint dagegen die umfassende Digitalisierung unrealistisch, ebenso auch die fallweise «Digitalisierung on Demand» von allen bestellten Archivalien.

Einschätzungsfragen zur Digitalisierung (als Voraussetzung zum Zugang zu digitalisiertem Archivgut im virtuellen Lesesaal)

Verfügen wir über einen funktionsfähigen virtuellen Lesesaal für Digitalisate mit Schutzfristen oder elektronische Unterlagen (born digital)?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	Ist ein solcher geplant oder bestehen keine Pläne? Fehlen die Ressourcen dafür?
Verfügen wir über Statistiken zur Nutzung von digitalisiertem Archivgut (auf eigenen Plattformen und auf Portalen)?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	Unter Umständen erheben und liefern Softwarehersteller und Portalbetreiber solche Statistiken nur, wenn ein entsprechender Druck seitens der Archive manifest wird.
Ist die Nutzung von digitalisiertem Archivgut seit Start der Digitalisierung steigend oder fallend?	Zahlen der Archivstatistik oder des Jahresberichts in einer Excel-Grafik darstellen: <input type="checkbox"/> Steigende Tendenz <input type="checkbox"/> Fallende Tendenz	Sind die richtigen Unterlagen digitalisiert? Sind die Digitalisate am richtigen Ort und benutzerfreundlich präsentiert?
Digitalisierungsprojekte, Digitalisierung on Demand		
Sind wichtige Bestände oder Bestandesteile digitalisiert und online zugänglich?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein?	Gibt es hierzu ein Konzept oder eine Prioritätenliste? Was fehlt?
Sind wir in der Lage, innert nützlicher Frist auch grössere ad-hoc-Scanaufträge auszuführen?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	Wer an Einschränkungen der physischen Benutzbarkeit im Lesesaal denkt, muss einen zeitnahen und nachhaltigen Prozess für «Digitalisierung on Demand» anbieten.
Gibt es Missverständnisse der Benutzer in Bezug auf Digitalisierung?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	Wissen die Benutzer, dass aus rechtlichen (und finanziellen) Gründen nicht alles frei digital zugänglich gemacht werden kann?

5 Der physische Lesesaal

Aus der Sicht der Kundinnen und Kunden ist der umfassende Online-Zugang auf digitalisiertes Archivgut zweifellos ein Vorteil, insbesondere für jene Kundenkreise, die bisher im physischen Lesesaal lediglich analoge Unterlagen abfotografieren, oder für Kundschaft aus dem Ausland²⁰ oder aus entfernten Landesteilen. Aus der Sicht des Archivs ist die Unterscheidung von Wünschbarem und Realisierbarem natürlich auch eine Ressourcenfrage. Angesichts der Kosten einer e-only-Strategie ist auch in fernerer Zukunft der Betrieb einer physischen Lesesaal-Infrastruktur eine wahrscheinliche Option. Dass auch bei aktuellen Archivbauten und -planungen Lesesäle und Räume für die Vermittlung mitgedacht werden, hat durchaus seine Gründe. Gerade staatliche Archive sind auch symbolische, repräsentative Orte. Auch gilt, dass sich nur im physischen Lesesaal analoge Originale konsultieren lassen; wenn Archivgut in digitalisierter Form vorgelegt wird, handelt es sich immer um Kopien. Zudem können bei digitalem Archivgut rechtliche Einschränkungen dazu führen, dass die Konsultation trotz allem vor Ort stattfinden muss: Von Schutzfristen betroffene oder urheberrechtlich geschützte Unterlagen dürfen möglicherweise nur auf einem Computer im physischen Lesesaal betrachtet werden, um unerlaubtes Kopieren zu verhindern.

Wie hoch die absoluten Kosten (oder der Kostenanteil) des physischen Lesesaal-Betriebs sind, kann sich von Archiv zu Archiv stark unterscheiden.²¹ Wenn die Frequenzen im physischen Lesesaal stimmen, gibt es wahrscheinlich gute Gründe, den bisherigen Benutzungsmodus nicht vollkommen umzukrempeln. Falls Umbauten anstehen, kann die Optimierung der physischen Infrastruktur ein Thema werden, etwa die Verkleinerung überdimensionierter Lesesäle oder die Zusammenlegung mehrerer Räume zugunsten eines Raums für Vorträge, Tagungen oder Ausstellungen. Wikipedia-Schreibwerkstätten oder Hackathons sind Beispiele für innovative Angebote, die auf der physischen Infrastruktur basieren können.

Archivtypspezifisches zum konventionellen Lesesaal

- Grössere Archive (Typ 1) mit einem virtuellen Lesesaal benötigen zwecks Benutzung physischer Bestände und zwecks Konsultation von Originalen weiter einen konventionellen Lesesaal. Dasselbe gilt häufig auch für die (bewilligte) Einsicht in digital(isiert)es Archivgut, das einer Schutzfrist untersteht oder mit urheberrechtlichen Einschränkungen.²² Für kleinere Archive (Typ 2) kann ein konventioneller Lesesaal zudem als Ort des Zusammentreffens mit lokalen Stakeholdern bzw. mit Forschenden eine wichtige Rolle auch für das Archiv selber haben.
- Der virtuelle Lesesaal senkt die Besucherzahlen des konventionellen Lesesaals. Die Voraussetzungen für die Kürzung von Öffnungszeiten sind aber je nach Archiv unterschiedlich. Grössere Archive (Typ 1) sparen mit Kürzung im Verhältnis zu ihren Gesamtressourcen wenig ein. Für kleinere Archive (Typ 2) kann diese aber eine spürbare Entlastung bringen. Viele Benutzende nutzen den Lesesaal nur punktuell und kurz, um Archivgut für die spätere Auswertung abzufotografieren. Doch gibt es auch Benutzende, die auf grosszügige Öffnungszeiten angewiesen sind. Und teils gibt es in Verwaltungen allgemein gültige Regeln zu Öffnungszeiten. Auch dann, wenn Kürzungen nur wenige Kunden tangieren, dürfen die Archive auf mehr Verständnis hoffen, wenn die Kürzung moderat ausfallen. Kleine Archive (Typ 2) kennen Besuche nur auf Voranmeldung. Diese erlaubt dem Archiv eine gezielte Beratung und Bereitstellung für Benutzende.
- Benutzungszahlen des virtuellen Lesesaals sollten analog zum konventionellen Lesesaal erhoben werden, damit ein Archiv seine Nachfrage trotz weniger Vor-Ort-Besuchen belegen kann. Relevant sind solche Zahlen nicht zuletzt bei anstehenden Neu- oder Umbauten, zur Abschätzung des tatsächlichen Raumressourcenbedarfs bzw. als Begründung hinsichtlich Budget/Trägerschaft.

Einschätzungsfragen zum physischen Lesesaal

<p>Ist die Zahl der Lesesaal-BenutzerInnen in den letzten 5-10 Jahren steigend oder fallend?</p>	<p>Zahlen der Archivstatistik oder des Jahresberichts in einer Excel-Grafik darstellen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Steigende Tendenz <input type="checkbox"/> Fallende Tendenz 	<p>Woran liegt es? Ständig wachsendes Online-Angebot, Desinteresse der Kundschaft, Medienwandel, oder Hürden bei der Benutzung (z. B. Baustelle vor der Haustüre, eingeschränkte Öffnungszeiten?)</p>
<p>Ist die Anzahl Benutzungstage in den letzten 5-10 Jahren steigend oder fallend?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Steigende Tendenz <input type="checkbox"/> Fallende Tendenz 	<p>Woran liegt es? Hat die Möglichkeit, das Archivgut mit der eigenen Kamera kostenlos zu fotografieren und erst zu Hause zu verarbeiten einen einschneidenden Einfluss?</p>
<p>Ist die Zahl der im Lesesaal vorgelegten Archivalien in den letzten 5-10 Jahren steigend oder fallend?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Steigende Tendenz <input type="checkbox"/> Fallende Tendenz 	<p>Wie setzt sich die Gesamtzahl zusammen – überwiegen viele, mengenmässig geringe Benutzungen oder wenige, aber umfangreiche Benutzungen, z.B. für Forschungsprojekte, Masterarbeiten oder Dissertationen?</p>
<p>Mit Blick auf die Zahlen zur Nutzung von digitalisiertem Archivgut: Substituiert oder ergänzt die Nutzung von Digitalisaten die physische Nutzung?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> physische Nutzung sinkt, aber digitale Nutzung steigt <input type="checkbox"/> physische und digitale Nutzung steigen beide <input type="checkbox"/> physische und digitale Nutzung sinken 	<p>Substitution: Die Kurven verlaufen gegenläufig, die Benutzer steigen auf digitale Kanäle um. Ergänzung: Die hybriden Kunden (bzw. der aggregierte hybride Kunde) wählen einmal das physische, einmal das digitale Angebot. Wenn beide Kurven fallen, liegen die Gründe wohl anderswo...</p>

6 Beratung, Auskunft, Recherchedienst, Schulungen

Anfragen bezeugen die Relevanz des Archivs als vertrauenswürdiger Informationslieferant. Während die Steigerung der Benutzung für viele Archive ein Desiderat darstellt, ist bei manchen Arten von Anfragen eine Reduzierung erwünscht. Zu unterscheiden ist zwischen Anfragen praktischer oder technischer Art und inhaltlich substantiellen Recherche-Anfragen. So bezieht sich ein beträchtlicher Teil der Benutzeranfragen auf die Handhabung der Findmittel und auf die Auffindbarkeit von Beständen. Durch besser gestaltete Online-Kataloge, den zeitnahen Nachweis aller Bestände im Katalog und allenfalls auch einem Angebot an Recherchekursen wird die Zahl solcher Anfragen reduziert. Bei der künftigen Gestaltung von Angeboten im Bereich von Beratung und Auskunft muss daher die Online-Präsenz des Archivs mitbedacht werden. Bei Digitalisierungsprojekten ist mitzudenken, dass das Vorliegen grosser Mengen digitalisierten Archivguts schon fast zwangsläufig zu vermehrten Fragen führt; ob diese Fragen an das Archiv gerichtet werden oder in Archivbenutzer-Foren diskutiert werden, steht auf einem anderen Blatt.

Ob das Archiv auch inhaltliche Auskünfte erteilen kann und will, muss im Einzelfall geprüft werden. Unter Umständen kann eine Liste von häufig gestellten Fragen auf der Website oder das Einpflegen häufig verlangter Informationen in ein Online-Nachschlagewerk die Anzahl von Fragen reduzieren. Auch der Verweis an andere Institutionen, etwa an eine Bibliothek, kann ein guter Weg sein. Wenn der Kunde nur eine Antwort auf eine Frage haben möchte, oder wenn der Kunde aus dem Ausland anfragt, dann kann eine Recherche durch das Archivpersonal und die Mitteilung der Antwort (anstatt der Zustellung von digitalisiertem Archivgut) die speditivere Lösung sein.

Beratung und Auskunft kann telefonisch, brieflich, per E-Mail, online oder vor Ort stattfinden. Aus Kundensicht ergänzen sich diese Kanäle: Der hybride Kunde stellt seine Anfrage je nachdem im Online-Chat oder schreibt eine E-Mail. Aus Sicht des Archivs muss die Vielzahl von Kanälen kein Problem sein, wenn Beratung und Auskunft so organisiert sind, dass z.B. alle Anfragen bei einer zentralen Stelle zusammenlaufen. Wenn ein Archiv sich auf einen Kanal konzentrieren möchte (z.B. auf einen Live-Chat), sollte dieser Kanal in Bezug auf zeitliche Verfügbarkeit, rasche Antwortzeiten sowie inhaltliche Kompetenz allfällige Vorteile anderer Kanäle kompensieren. Der Vorteil von Angeboten vor Ort ist, dass eine Auseinandersetzung mit dem Originaldokument, mit Hilfsmitteln oder Nachschlagewerken und persönliche Beratung unkompliziert möglich ist.

Archivtypspezifisches zu Beratung, Auskunft, Schulung

- Falls Archivalien über einen virtuellen Lesesaal bestellbar werden, verstärkt sich die Notwendigkeit, dass für Benutzende Hinweise zum selbständigen Vorgehen bei Recherchen vorhanden sind. Eine Mehrheit von Archiven (v.a. Typ A/1) sind allerdings so komplexe, historisch gewachsene Gebilde, dass ein allgemeiner Weg, um ausgehend von einer Frage zu passenden Archivalien zu gelangen, auch für Profisuchende kaum oder nicht mit vernünftiger Zeilenanzahl beschreibbar ist. Besser machbar sind gezielte Suchhinweise für häufige Anliegen von Nichtprofis, was dem Archiv eine Entlastung von repetitiven Fragen bringt. Virtuelle Lesesäle müssen von einem Beratungsangebot begleitet sein, z.B. per Live-Chat, was es erlaubt, zumindest einen Teil der Fragen niederschwellig und speditiv zu erledigen. Benutzerforen haben den Vorteil, dass sich die Benutzenden ihre Fragen gegenseitig beantworten; hier kann ein Monitoring wünschenswert sein.
- Weiter bestehende Benutzungsangebote vor Ort bedingen eine Beratung oder mindestens die Ansprechbarkeit vor Ort. Schulungen vor Ort insbesondere für Studenten bleiben ein probates/sinnvolles Mittel, um über eine Einzelfall-Beratung vor Ort hinaus für zu erwartende Poweruser das Basis-Knowhow zu vermitteln. Wie virtuell die Prozesse für Beratung und Auskunft eingerichtet werden können oder sollen, hängt auch von der Grösse eines Archivs ab. Ein kleines Archiv (Typ 2) ist nicht ununterbrochen erreichbar für Live-Chat-Anfragen. Und von Benutzenden kann angenommen werden, dass sie von einer kleinen Institution eine persönlichere Beratung erwarten, als wenn sie sich an eine grosse Institution wenden.
- Niederschwellige Zugänglichkeit via E-Mail oder Social Media können eine Zunahme von Direktanfragen oder Rechercheanfragen aller Art zur Folge haben. Und auch die Beantwortung scheinbar banaler Anfragen kann recht aufwändig sein. Das Selbstverständnis von Archiven als nützliche Institution kann dabei an Grenzen der Verhältnismässigkeit stossen. Dabei können kleine Archive (Typ 2) ihren Aufwand für Auskünfte wohl weniger gezielt einschränken, ohne ihr Image der Nützlichkeit bei Stakeholdern anzukratzen.

Einschätzungsfragen zu Beratung, Auskunft, Schulung		
Ist die Zahl der schriftlichen Anfragen steigend oder fallend?	Zahlen der Archivstatistik oder des Jahresberichts in einer Excel-Grafik darstellen: <input type="checkbox"/> Steigende Tendenz <input type="checkbox"/> Fallende Tendenz	Woran könnte es liegen?
Welcher Anteil der Anfragen lässt sich durch Verweise auf den Archivkatalog beantworten?	...	Wie lange braucht der Besucher/die Besucherin auf der Webseite, bis er/sie den Online-Archivkatalog gefunden hat? Wieviele Klicks braucht es, bis er/sie Suchbegriffe eingeben kann?
Welche Art von Beratung ist häufig gefragt?	<input type="checkbox"/> Technische Beratung im Umgang mit dem Online-Archivkatalog <input type="checkbox"/> Hilfe beim Finden von Originalquellen (umfangreiche Recherchen) <input type="checkbox"/> Konkrete Fragen zu einzelnen Quellenstücken <input type="checkbox"/> Fragen nach grossen Mengen Daten (für Text Mining, Digital Humanities)? <input type="checkbox"/> Fragen zu Mikroformen, Kopierern, WLAN	Wären Recherchekurse für den Umgang mit dem Online-Archivkatalog nützlich? Könnte man mit FAQ, mit dem Verweisen auf eine Bibliothek oder auf Nachschlagewerke manche Fragen leicht beantworten? Wie hoch ist der Anteil von Standardfragen (die automatisiert beantwortet werden könnten)?
Welche Kanäle und Beratungsangebote werden gut genutzt?	<input type="checkbox"/> Anfrage vor Ort <input type="checkbox"/> E-Mail <input type="checkbox"/> Kontaktformular <input type="checkbox"/> Telefon <input type="checkbox"/> Social Media <input type="checkbox"/> Live-Chat	Könnte man auf einzelne Kanäle verzichten? Ist die Vielzahl von Kanälen ein organisatorisches Problem oder nicht?

7 Führungen, Ausstellungen, Vorträge, Publikationen & Co.

Archive gewährleisten nicht nur den Zugang zum Archivgut, sondern bieten Veranstaltungen an mit dem Fokus auf Geschichts-, bzw. Kulturvermittlung. Oft kümmern sich Archive auch um Publikationen oder Editionen.²³ Angebote der Geschichts- oder Kulturvermittlung wie Führungen oder Ausstellungen zielen auf das Erzählen von Geschichten rund um das Archivgut. Manchmal wird auch ein Bildungsauftrag verfolgt etwa bei Veranstaltungen für Schülerinnen und Schüler oder Studierende. Eine Abgrenzung zur Öffentlichkeitsarbeit ist kaum möglich. Beispielhaft sei dies hier bezüglich Social Media kurz ausgeführt. Social Media²⁴ sind ein Publikations- und Kommunikationskanal, aber eine Nutzung von Sozialen Netzwerken (Facebook, Twitter...), ist noch kein Angebot an sich. Für den Stellenwert von Social Media für Zugang und Vermittlung gelten ähnliche Kriterien wie auch bei anderen Angeboten: An wen richtet sich die Social-Media-Präsenz? Ist sie eher im Bereich der Vermittlung oder der Öffentlichkeitsarbeit angesiedelt? Ist sie ein Zusatzinstrument zur Website, indem sie sich auf die Weiterverbreitung von Mitteilungen, Veranstaltungshinweisen oder auch virtuellen Ausstellungen beschränkt? Oder sind ihre Inhalte derart, dass tatsächlich ein Dialog mit den Nutzenden stattfindet oder ein Dialog über das Archiv?

Alle Vermittlungsangebote zeigen der Trägerschaft die Nützlichkeit des Archivs. Gewisse Angebote wie Ausstellungen lassen sich auch digital durchführen, während bei einer Museumsnacht naturgemäss das physische Erlebnis vor Ort im Zentrum steht. Führungen zu aktuellen Themen oder die Teilnahme an einer Museumsnacht können Resonanz auch in den Medien hervorrufen und auf einen Schlag eine grössere Anzahl Besucherinnen und Besucher mit dem Archiv in Berührung bringen als Benutzende jährlich den Lesesaal betreten. Wenn Veranstaltungen zu wenig besucht sind, muss das Konzept überdacht werden. Falls doch ein Verzicht die Folge ist, können freiwerdende Ressourcen in geeignetere Angebote investiert werden. Wenn Ressourcen für Vermittlungsangebote knapp sind, bieten sich Kooperationen an, etwa mit historischen Vereinen oder im Falle von Spezialarchiven mit Bildungsinstitutionen. Für Angebote, die eine direkte Einsicht in Originale erlauben, wird immer ein Grundinteresse bleiben. Eine attraktive Führung für Studierende bzw. für Teilnehmende eines Vereins- oder Firmenausflugs kann auch der vermehrten Benutzung des Archivguts oder der Übernahme von Privatarchiven förderlich sein.

Archivtypspezifisches zu Vermittlung/Öffentlichkeitsarbeit

- Potentiale fürs weite Spektrum konventioneller öffentlichkeitswirksamer Vermittlungsangebote (Archivführung, Tag der offenen Tür, Museumsnacht, Tagung, Ausstellung, Publikation) sind abhängig von der bisherigen Positionierung des Archivs in der Kultur- und Bildungslandschaft. Dabei ist für nichtstaatliche Archive (Typ B) Vermittlung/Öffentlichkeitsarbeit wichtiger als für Archive Typ A, um Nützlichkeit zu demonstrieren und Goodwill zu generieren und bezüglich Stakeholdern bzw. Trägerschaft die Basis der eigenen Fortexistenz zu sichern. Das Angebot kann zwar evaluiert und hinsichtlich Stakeholder-Wirksamkeit optimiert werden. Doch ist Forschung teils weniger reinen Kosten-Nutzen-Erwägungen unterworfen als andere Bereiche der menschlichen Aktivität. Das Spektrum an Archiven Typ B ist allerdings weit und deren Stakeholder sehr unterschiedlich. Netzeffekte von Öffentlichkeitsarbeit/Vermittlung (Auswirkungen auf andere archivische Prozesse wie Übernahme oder Benutzung) sind nicht zu unterschätzen.
- Der Aufwand für eine dauernd wirksame virtuelle Präsenz rechtfertigt allenfalls Abstriche in der reinen Anzahl öffentlichkeitswirksamer Tätigkeiten vor Ort, ohne sie zu streichen. Für einige Angebote wie z.B. Ausstellungen oder Publikationen resultiert digital ein besserer Multiplikator. Auch ist etwa zu prüfen, ob Angebote nicht gebündelt und (crossmedial) für mehrere Kanäle erarbeitet werden. Zum Beispiel könnte pro Jahr ein Thema eine Bestandesgruppe oder eine Archivalienart ausgewählt werden und sich alle Kanäle der Vermittlung/Öffentlichkeitsarbeit darauf konzentrieren (z.B. Führung, Tagung, Online-Postings).
- Kooperationen mit anderen Akteuren sind eine grosse Chance für Archive. Organisationsaufwand kann auf mehrere Schultern verteilt werden, wenn z.B. eine Veranstaltung von mehreren Archiven oder auch Bibliotheken und Museen getragen wird. Die Zusammenarbeit mit Forschern, historischen Vereinen oder Verantwortlichen von Editionen liegt ebenfalls auf der Hand, vor allem wenn sich die Forschenden mit Quellen aus dem Archiv beschäftigen. Interessant scheint neben dem Einbezug von Archivbenutzern der Einbezug weiterer Stakeholder: z.B. könnte jährlich eine Persönlichkeit des öffentlichen Lebens auf dem Umfeld der aktenbildenden Stellen für einen Vortrag engagiert werden.
- Sämtliche Möglichkeiten, welche sich einem Archiv für virtuelle Vermittlungsaktivität bieten, können einen Eindruck vor Ort von den physischen Archivalien für die meisten Interessierten nicht ersetzen. Und hinsichtlich Stakeholdern/Trägerschaft ist idealerweise auch künftig darauf zu achten, dass Archive trotz ihrer zunehmend digitalen Arbeitsprozesse als Orte wahrgenommen werden, die weiterhin physische Archivalien aufbewahren. Denn wenn Archivalien zunehmend digitalisiert vorliegen, könnte sonst die Akzeptanz schwinden, z.B. Ersatzmagazinbauten zu finanzieren. Vor allem für ein ortsbezogenes kleines Archiv (Typ A/2) dürfte zudem der direkte persönliche Vor-Ort-Kontakt mit Stakeholdern wichtiger sein als für ein grösseres regionales Archiv Typ A/1.

Einschätzungsfragen zu Vermittlung/Öffentlichkeitsarbeit

<p>Dienen Vermittlungs- und Kommunikationsaktivitäten v.a. der PR gegenüber der Trägerschaft, oder steht ein Bildungs- oder Kulturauftrag im Zentrum?</p>	<p><input type="checkbox"/> PR (Public Relations) <input type="checkbox"/> Bildungsauftrag <input type="checkbox"/> Kulturauftrag</p>	<p>Wird dieser Unterschied gemacht, oder sind die Aktivitäten «offen für alle»? Sind die entsprechenden Aktivitäten effektiv auf dieses Ziel und auf die entsprechenden Zielgruppen ausgerichtet?</p>
<p>Verbessern Publikationen den Bekanntheitsgrad des Archivs wirksam?</p>	<p><input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein</p>	<p>Publikationen, die Beiträge von Benutzenden aufnehmen, können zu vermehrtem Archivbesuch motivieren. Vielleicht ist aber auch kein Effekt festzustellen.</p>
<p>Welche Kanäle sind im Bereich Vermittlung/Öffentlichkeitsarbeit gut abdeckt?</p>	<p><input type="checkbox"/> Physische Kanäle <input type="checkbox"/> Online-Kanäle</p>	<p>Zum Gesamtangebot im Bereich Vermittlung/Öffentlichkeitsarbeit vgl. auch übergeordnete Fragen im Kapitel Positionierung/Angebotspalette.</p>
<p>Gibt es auf der Website attraktive Inhalte, die über Basisinformationen wie Öffnungszeiten und über Veranstaltungshinweise hinausgehen?</p>	<p><input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Ja Wenn ja, welche: ...</p>	<p>Denkbar sind z.B. eine virtuelle Ausstellung, eine «Archivalie des Monats», Hinweise auf neue Forschungen etc.</p>
<p>Haben wir genügend Ressourcen im Bereich Vermittlung/Öffentlichkeitsarbeit?</p>	<p><input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein</p>	

8 Erschliessung und gute Findmittel als Basis der Benutzung

Ein Bestand, der nicht im Online-Katalog erschlossen ist, wird von den Benutzenden nicht gefunden und auch nicht genutzt. Wenn wichtige Bestände unerschlossen bleiben, liegt der Schlüssel in der Prioritätensetzung. Die Differenzierung der Erschliessungstiefe kann helfen: Wenn alle Bestände auf Stufe «Bestand» im Online-Katalog erfasst sind und in grober Ordnung verpackt sind, ist eine Grundlage für eine Benutzung geschaffen. Ein Grobverzeichnis ist besser als gar kein Verzeichnis. Die Digitalisierung und Zugänglichmachung von unerschlossenem Archivgut ohne beschreibende Metadaten werden wenig befriedigend sein. Automatische Indexierungsverfahren oder Crowdsourcing können in manchen Fällen überlegenswert sein, werden aber gerade bei grösseren Mengen an unerschlossenem physischen Archivgut an Grenzen stossen.

Der Nutzen von Erschliessung ist unabhängig davon, ob es sich um physisches, digitalisiertes oder digitales Archivgut handelt. Nicht zu vernachlässigen ist die Erschliessung von digitalem Archivgut; bei der Festlegung der aus Records-Management-Systemen zu liefernden Metadaten könnte ein Seitenblick auf die künftige Benutzung von Nutzen sein.

Die Deskriptoren-Module der Archivinformationssysteme bieten weiteres Potenzial. Die Vergabe von einfachen Sachschlagwörtern wertet gerade bei heterogenen Beständen oder bei komplexen Verwaltungsstrukturen die «Suche über alle Felder» auf und erlaubt die von Benutzenden häufig gewünschte thematische Suche.

Für möglichst übergreifende Suchen bieten sich Anschlüsse an geeignete Archivportale an.²⁵ Ein weiteres probates Mittel sind elektronische Schnellzugänge zu gefragten und ergiebigen Beständen (Quick Access). Hingegen ist die Zurverfügungstellung der Katalogdaten (z.B. als Linked Open Data oder in einem Metadaten-Portal) zwecks Auffindbarkeit von Archivgut via kommerzielle Suchmaschinen nicht zwangsläufig im Interesse oder Fokus aller Archive.

Archivtyp-Spezifisches zu Erschliessung, Findmitteln (und Archivportalen)

- Nur erschlossenes Archivgut ist auffindbar. Auch der Zugang zu digital(isiert)em Archivgut im virtuellen Lesesaal setzt dessen vorherige Erschliessung voraus. Bei grösseren Archiven (Typ 1) erfolgt diese stets als stufige ISAD(G)-konforme Verzeichnung in einem Archivinformationssystem (AIS). Teilweise werden beispielsweise Foto-Bestände etc. auch mit flacheren Hierarchiven in einem einfachen System (Content Management System mit Client) separat angeboten, was einerseits ein Browsen durch Fotobestände ermöglicht, aber nicht mehr der Vorgabe/Forderung nach nur einem Zugriffspunkt entspricht. Falls ein kleineres Archiv (Typ 2) kein AIS hat, muss eine Importierbarkeit in ein Archivinformationssystem gewährleistet bleiben. Das Verzeichnis muss also eine stufige ISAD(G)-konforme Datenstruktur aufweisen (letztlich geht das sogar mit einer gut strukturierten Excel-Tabelle).
- Archivportale dienen der übergreifenden Suche nach Metadaten oder Inhalten. Auch für Archive, die nur Bestände zu einem Sprengel aufweisen (Typ A), ist es sinnvoll, Bestände auch in übergeordneten Portalen beispielsweise zwecks vergleichender Forschung nachweisbar zu machen oder betreffend in mehreren Archiven vorhandener Bestände zu Personen/Körperschaften. Zur Frage, was jeweils sinnvoll ist, gilt es, das VSA-Whitepaper Portale (2017) zu konsultieren. Vor allem für Archive mit thematischen Beständen bzw. Beständen privater Provenienz (Typ B), die meistens weniger infolge räumlich-geographisch begrenzten Fragestellungen genutzt werden und oft von weiter entfernten Benutzenden, ist es sinnvoll, Bestände in übergeordneten oder thematischen (bzw. Forschungs-) Portalen nachweisbar zu machen. Logischerweise nützen Archivbestände dann am meisten, wenn sie ortsunabhängig auffindbar oder sogar digital benutzbar sind.

Einschätzungsfragen zu Erschliessung, Findmitteln (und Archivportalen)

Ein angemessener Erschliessungsgrad ist Voraussetzung sowohl für die Benutzung und die Beratung als auch für die Digitalisierung.

Sind alle Bestände mindestens auf Stufe „Bestand“ im Archivkatalog erfasst?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein Anteil oder Anzahl der nicht erfassten Bestände: ...	Wäre der Aufwand wirklich so gross? Gibt es Verzeichnisse oder Listen, die relativ einfach in die Datenbank importiert werden könnten?
Sind alle Detailfindmittel erfasst?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein Anteil oder Anzahl der nicht vollständig erfassten Bestände: ...	Könnte man evtl. als Minimalmassnahme einfach die Papier-Detailfindmittel einscannen und mit der Aufnahme des Bestands verlinken?
Können Archivalien einfach online bestellt werden?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	Wie schwierig wäre die Einrichtung eines Online-Bestellschalters oder -Formulars? Damit liessen sich nicht nur der Benutzerkomfort, sondern auch die Magazinprozesse und evtl. sogar die Benutzungszahlen verbessern.
Sind Archivalien via geografisch übergreifende Portale (ArchivesOnline, Archivportal Europa) oder via thematische Portale (arCHeco...) zu finden?	<input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Ja Wenn ja, welche? ...	Auch für ein auf eine Region oder einen Ort beschränktes Archiv kann der Anschluss an ein Portal nützlich sein; und für besondere Unterlagen kann ein thematisches Portal sinnvoll sein
Gibt es Missverständnisse der Benutzer in Bezug auf Suchinstrumente und Portale? Wissen die Benutzer, was sie wo finden?	<input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Ja Wenn ja, welche? ...	Wenn es mehrere Recherchemöglichkeiten gibt, ist die Abgrenzung klar?

9 Schlusswort – mit digitaler Fitness auf dem Weg zum hybriden Archiv

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass wahrscheinlich viele Archive in Zukunft ein hybrides Geschäftsmodell haben werden, das sowohl einen virtuellen als auch einen physischen Lesesaal umfasst. Im hybriden Zeitalter überlagern sich Technologien; neue Technologien ergänzen die alten, lösen sie aber kaum komplett ab. Elektronische Interaktionen zwischen Menschen werden auch in Zukunft die physische Interaktion nur ergänzen, nicht aber ersetzen.

Wenn also der virtuelle und der physische Lesesaal sich ergänzen, aber nicht konkurrenzieren, will die Gestaltung der Angebotspalette gut überlegt sein: Welche Angebote erbringen wir elektronisch, welche physisch? Um auf die aktuellen Benutzerbedürfnisse einzugehen, müssen diese erst einmal auf repräsentative Art und Weise erhoben werden, wobei das Resultat aus Momentaufnahmen und von aus der bisherigen Entwicklung abgeleiteten Trends bestehen wird.

Was das vorliegende Whitepaper an optionalen Wegen und an Potentialen skizziert, dürfte für die alltägliche Arbeit vor allem von kleineren Archiven noch keine zentrale Rolle spielen. Das hybride Archiv wird sich in ziemlich verschiedenen Tempi und Ausprägungen verwirklichen.

Gefragt ist in jedem Fall digitale Fitness. Nach Archivinformationssystemen und Office-Software (seit den 1980er Jahren), Archiv-Websites (seit den 1990er Jahren), Online-Katalogen (seit den 2000er Jahre) und Portalen (2010er Jahre)²⁶ geht es nun vielerorts um Aufbau und Betrieb von Infrastrukturen für Records Management, digitale Archivierung, virtueller Lesesaal, Digitalisierung von Archivgut. IT-Kompetenz kann über verschiedene Kanäle erworben werden. Für Archive ohne eigenen Informatiker bzw. ohne IT-Abteilung bieten sich externe Dienstleister oder Kooperationen mit anderen Archiven an. Die Nutzung von Open-Source-Software kann für kleine Archive mit nur wenigen IT-Ressourcen eine benutzerfreundliche Variante sein. Und die Weiterbildung des Personals zu IT-Themen ist immer eine Option. Doch gilt es, die Prioritäten richtig zu setzen, die Ressourcen am richtigen Ort zu konzentrieren, sich nicht zu verzetteln. Digitale Trends und Prozesse sind kein Selbstzweck, sondern sie müssen immer in Übereinklang mit den strategischen Leitlinien stehen.

Anmerkungen und Literaturhinweise

¹ „Anforderungsprofil für den virtuellen Lesesaal“ (VSA, 2016).

² In diesem Papier sprechen wir von digitalem Archivgut (born-digital, genuin elektronisches Material, z.B. elektronische Unterlagen aus Records-Management-Systemen oder digitale Bilder und Filme) und von digitalisiertem Archivgut (retrodigitalisiertes analoges oder physisches Material, z.B. Pergamenturkunden, Papierunterlagen, analoge Fotos etc.).

³ Die Wirtschaftswissenschaft verwendet den Begriff der Opportunitätskosten oder Alternativkosten, um vergebene Chancen zu quantifizieren – z.B. muss eine Familie, die sich ein Haus gekauft hat, keine Miete mehr bezahlen; aber sie hat auch kein Geld mehr, um eine Weltreise zu machen («entgangene Erträge oder Nutzen im Vergleich zur besten, nicht realisierten Handlungsalternative») (Quelle: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/opportunitaetskosten.html>, Abruf 7.8.2016).

⁴ Die Situation der Bibliotheken ist ein wenig anders – bei neuen Hochschulbauten dürfen grosszügige Lesesäle als Symbol von Bildung und Forschung selten fehlen. Der Lesesaal wissenschaftlicher Bibliotheken ist nicht nur ein Ort der Konsultation von Büchern und E-Medien, sondern vor allem auch ein Lern- und Arbeitsort; gewissermassen ein dritter Ort neben zuhause und Arbeit/Schule in Anlehnung an: Oldenburg, Ray. *The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Community Centers, Beauty Parlors, General Stores, Bars, Hangouts, and How They Get You Through the Day*. New York 1989, sowie: Oldenburg, Ray. *Celebrating the Third Place: Inspiring Stories about the "Great Good Places" at the Heart of Our Communities*. New York 2000.

⁵ Zum Beispiel wurde das Bargeld durch die Erfindung der Kreditkarte nicht obsolet.

⁶ Die Marketing-Wissenschaft spricht im Zusammenhang mit hybriden Konsumenten von Multi-Channel-Strategien, vgl. z.B. Gerrit Heinemann, *No-Line-Handel - Höchste Evolutionsstufe im Multi-Channeling*, Wiesbaden: Springer Gabler, 2013. Kurz gefasst: «Dieselbe Person wünscht je nach aktueller persönlicher Situation bedarfsgerechte Angebote über unterschiedliche Absatzkanäle.» (August-Wilhelm Scheer, *The Big Change. Auswirkungen der neuen Technologien von Industrie 4.0. - Neue Wertschöpfungsketten für den Handel*, in: *Handel 4.0 : Die Digitalisierung des Handels – > Strategien, Technologien, Transformation / herausgegeben von Rainer Gläß, Bernd Leukert*. Berlin, Heidelberg: Springer, 2017, S. 51-58 hier S. 54).

⁷ Dies gilt natürlich nicht nur für Zugang und Vermittlung, sondern auch für andere Prozesse wie die Übernahme oder die Erschliessung.

⁸ Debatten um die Zukunft von Zugang und Vermittlung orientieren sich stark an der strategischen Achse der Innovation; die Achse der Effizienz (sparsame Mittelverwendung nach richtigen Prioritäten) und der Governance (Organisationsstrukturen) spielen aber selbstredend auch eine Rolle: Neue Angebote sind nicht kostenlos zu haben, und sie müssen auch umsetzbar sein.

⁹ Auswahl möglicher Stakeholder: Forschende und Studierende, Laienhistoriker/-innen, Genealogen, SchülerInnen, Medienschaffende, von administrativen Massnahmen Betroffene, die Trägerschaft im engeren Sinne (Verwaltung, Regierung, Parlament, Trägerstiftung, Trägerverein), die aktenbildenden Stellen, die Marketingabteilung, die Rechtsabteilung etc.

¹⁰ <http://www.adk-cda.ch/archivstatistik/>

¹¹ Staatsarchiv Basel-Stadt, Jahresberichte 2001 (S. 7) und 2009 (S. 19).

¹² Eine übersichtliche und gut vergleichbare Möglichkeit besteht darin, Themen nach der DDC-Klassifikation aufzulisten: <http://deweysearchde.pansoft.de/webdeweysearch?catalogs=DNB#>

¹³ Der virtuelle Lesesaal wird hier nur mit Blick auf den Zugang zu digitalisiertem Archivgut behandelt.

¹⁴ Als jüngstes Beispiel: Becker, Irmgard Christa (Hg.) (2015). *Digitalisierung im Archiv - neue Wege der Bereitstellung des Archivguts: Beiträge zum 18. Archivwissenschaftlichen Kolloquium der Archivschule Marburg*. Marburg.

¹⁵ Gemäss einer Studie von 2010 würde die Digitalisierung aller physischen Archivalien in Europa ungefähr gleich viel kosten wie die Entwicklung eines neuen, hochkomplexen Kampfflugzeugs. Zitiert in Reed, Barbara (2015). *Reconceptualising access: sustainability in the digital future*. In: *Digitalisierung im Archiv - Neue Wege der Bereitstellung des Archivguts*. Irmgard Christa Becker (Hg.). Marburg. 60: 49-60.

¹⁶ Der Jahresbericht 2014 des Archivs für Zeitgeschichte weist aus, dass über 10 Prozent des AfZ-Gesamtbestands in digitaler Form vorliegen, dies als Folge aufwändiger Digitalisierungsprojekte für Millionen von Schriftgut-Seiten, während die meisten Schweizer Archive keine systematische Digitalisierung von Aktenbeständen betreiben.

¹⁷ Erwähnt sei hier die Einschätzung von Mario Glauert, Brandenburgisches Landeshauptarchiv Potsdam, der nach der Kosten-Nutzen-Relation der Digitalisierung fragte und zum Ergebnis kam, «dass die vielfach noch angestrebte Volldigitalisierung aller Archivbestände langfristig höchst unwahrscheinlich sei und dass der Trend von der derzeit verfolgten Digitalisierung ganzer Bestände hin zu einer bedarfsweisen, allein vom Benutzerwunsch gesteuerten und finanzierten Digitalisierung einzelner Archivalien „on demand“ gehen werde.»

Quelle: http://www.afz.lvr.de/media/archive_im_rheinland/fortbildungen/rheinischer_archivtag/2012-06-21_22_46_RheinArchivtag-Bericht.pdf

¹⁸ Systematische Benutzerbefragungen gibt es im Archivbereich nur selten; für das vorliegende Whitepaper spielten daher qualitative Hinweise eine Rolle, etwa Ergebnisse einer Benutzerumfrage in Staatsarchiv Zürich (2016) oder die Debatten auf dem Podium der VSA-Fachtagung in Appenzell (2016).

¹⁹ Dazu wurde vom VSA 2015 Version 1.0 des Papers „Konzept und Anforderungskatalog virtueller Lesesaal“ veröffentlicht.

²⁰ Für Benutzer aus dem Ausland gibt es Alternativen zur (für den Benutzer kostenlosen oder kostenpflichtigen) Digitalisierung – neben der möglicherweise ohnehin nötigen Anreise etwa die Erteilung eines Rechercheauftrags an ein Archiv oder z.B. an einen ortsansässigen Historiker oder Studenten.

²¹ Die Auslagerung von Magazinen aus teuren Innenstadtlagen in ein billigeres Hochregallager an einem peripheren Standort (vgl. die 2016 in Betrieb genommene Kooperative Speicherbibliothek in Büron, ein Projekt mehrerer Bibliotheken) ist auch für Archive eine Option (sofern die Benutzbarkeit mittels Digitalisaten oder anderweitig gewährleistet bleibt), die Verlagerung des Lesesaals an einen solchen peripheren Ort ist weniger praktikabel.

²² Ein Beispiel für solche Nutzung sind auch die Benutzungs-Stationen von Memoria.v und Nationalphonotek.

²³ Als neueres Beispiel an der Schnittstelle von Ausstellung und Edition sei das Alptransit-Portal erwähnt.

²⁴ https://de.wikipedia.org/wiki/Social_Media

²⁵ «Whitepaper Archivportale» (VSA, 2017).

²⁶ Als Beispiele für diese Entwicklung seien erwähnt: Einführung Scope Archiv im Staatsarchiv Basel-Stadt 1999; Aufbau des Wirtschaftsarchivportals arCHeco um 2002; LiveGang von archivesOnline 2010; LiveGang von Archivportal Europa 2012. Hintergrund ist der Aufstieg des Internets gegen die Jahrtausendwende (vgl. Google-Gründung 1998, Platzen der Dot-com-Blase 2000); der Aufstieg der Sozialen Netzwerke begann um 2005 (Web 2.0; z.B. Gründung Facebook 2004); im Bereich der Smartphones gilt die Einführung des iPhone 2007 als Meilenstein.