

Handreichung zum Umgang mit Sozialen Netzwerken (*Social Media*) im Bereich der Historischen Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit im Archiv

**Zusammengestellt im Auftrag der BKK vom Joachim Kemper (Speyer), Ulrich Nieß
(Mannheim), Andrea Rönz (Linz am Rhein), Annekatri Schaller (Neuss) und Susanne
Schlösser (Mannheim) unter Mitarbeit von Gerold Bönnen (Worms) und Horst
Gehring (Bamberg)
(Unterausschuss Historische Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit)**

Inhalt

Einführung	2
1. <u>Soziale Plattformen</u>	5
1.1. Soziale Netzwerke	5
1.2. Mikroblogging	6
1.3. Fotoplattformen	8
1.4. Videoplattformen	10
1.5. Weitere archivrelevante Anwendungen	12
2. <u>Blogs</u>	13
3. <u>Crowdfunding</u>	16
4. <u>Crowdsourcing</u>	17
5. <u>Arbeitsorganisation 2.0</u>	18
Hinweise auf Literatur und Internetseiten zum Thema	21

Einführung

Social Media ist seit Jahren in aller Munde. Konzerne wie Facebook oder Google haben inzwischen eine Marktpräsenz und -wert, der verdeutlicht, dass das Agieren in den Sozialen Netzwerken breite Gesellschaftsschichten erreicht hat. So wächst seit Jahren der tägliche Zeitanteil, den Menschen in den Sozialen Netzwerken verbringen, kontinuierlich. Auch werden die Technologien und ihre Plattformen nicht mehr allein nur von jungen Menschen genutzt, sondern generieren ihre Wachstumsraten vor allem bei der älteren Generation.

Dabei steht das Schlagwort Soziale Netzwerke bzw. Social Media – ebenso wie die Begriffe Social Web, Web 2.0, partizipative oder kollaborative Medien – für eine Vielzahl von Technologien und Anwendungen. Ihnen allen ist gemeinsam, dass sie es ihren Nutzern ermöglichen, sich untereinander auszutauschen, zu kommentieren, zu bewerten oder auch gemeinsam einen Inhalt zu gestalten. Statt der bislang vorherrschenden Einwegkommunikation der klassischen Medien wird so ein Dialog mit dem Nutzer möglich. Darin liegen erhebliche Chancen für die Archive. Sie können die Arbeits- wie die Innovationskraft, aber auch das Wissen ihrer Community für ihre Arbeit nutzen, neue ehrenamtliche Unterstützung gewinnen. Die Besucher, Kunden und Nutzer werden aber dort abgeholt, wo sie sind: in ihrer Welt der Social Media.

Die Frage ist zu stellen, ob Archive bei einem weltweit beobachteten Trend abseits stehen wollen oder nicht. Auffallend ist die aktuell immer noch geringe Präsenz der deutschen Archive in diesen Medien. Dafür kann und wird es gewiss gute Gründe und Argumente geben. Bekanntlich wird die Debatte in der öffentlichen Verwaltung ebenfalls in Teilen sehr kontrovers geführt – zumeist am Beispiel der großen Plattformen und den dahinter stehenden Weltkonzernen. Nicht wenige Stadtverwaltungen und auch Landesministerien etwa sehen die Nutzung von Facebook äußerst skeptisch und haben teilweise ihren Verwaltungsstellen die Mitwirkung wegen grundsätzlicher, vor allem rechtlicher Bedenken wegen möglicher Missachtung von Urheber- und Nutzungsrechten verboten. Auch darf nicht übersehen werden, dass die vermeintliche Kostenfreiheit dieser Plattformen mit der Abgabe von Verwertungsrechten bei Kurzmeldungen (*Posts*) und Bildern, Videos usw. verbunden sind. So behält sich etwa das aktuell größte Videoportal des US-amerikanischen Unternehmens Google Inc. das Recht vor, hochgeladene Inhalte, also Videos, weiterzuverkaufen oder zu lizenzieren, ohne den Autor zuvor zu fragen oder zu informieren. Allerdings bleibt es jedem Archiv unbenommen, etwa bei seinen Bildern mit entsprechenden Creative-Commons-Lizenzen zu agieren, wie sie beispielhaft mit der Deutschen Digitalen Bibliothek abgeschlossen werden können.

Bei fast allen Anbietern von Sozialen Netzwerken sind massive Werbeblocks in Kauf zu nehmen, auf die der Anwender selbst keinen Einfluss nehmen kann. Inwieweit es dauerhaft bei einer kostenfreien Nutzung der Plattformen bleiben wird, ist außerdem nicht abzusehen.

Auch verändert das Web 2.0 die Arbeitswelt. So kann der Einsatz von Crowdsourcing im Dienstleistungsbereich große Nachteile für professionelle Anbieter bedeuten, deren Leistungen nun von Laien durchgeführt werden. Inzwischen vergeben Unternehmen immer mehr Onlineaufträge an eine Gruppe von Auftragnehmern, weil sie so schnellen Zugriff auf flexible Arbeitskapazitäten gewinnen. Im öffentlichen – und damit auch im archivischen – Sektor droht mithin die Gefahr, dass klassische Aufgaben über Ehrenamtliche oder proprietäre Arbeitsplätze abgewickelt werden.

Die aufgeführten Bedenken sind indes abzuwägen gegenüber dem Nutzen und den sich abzeichnenden gesellschaftlichen Veränderungen. Das Internet hat Möglichkeiten eröffnet, von denen Generationen von Archivarinnen und Archivare nur träumen konnten. Der digitale Dialog mit dem Nutzer hat durch die archivspezifischen Recherchesysteme, das Betreiben einer Homepage oder per Mailing längst stattgefunden. Dabei war es stets der Anspruch der Archive, eine professionelle Öffentlichkeitsarbeit zu betreiben und bildungspädagogische Impulse in die Gesellschaft zu setzen. Zur heutigen Realität gehört, dass die Gesellschaft in den Sozialen Netzwerken agiert.

Aber wie immer sich ein Kommunal- bzw. Kreisarchiv entscheidet, die Verfasser dieser Empfehlungen würden sich freuen, wenn die in dieser Handreichung genannten Möglichkeiten und Beispiele bei der Entscheidungsfindung Berücksichtigung finden – denn dafür sind sie gedacht. Sollten sich aber mehrere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eines Archivs an dessen Auftritt in den Sozialen Netzwerken beteiligen, so empfiehlt es sich, vorab *Guidelines* (interne Richtlinien) zu vereinbaren, damit ein professioneller und an den Zielen der eigenen Arbeit orientierter Auftritt sichergestellt wird.

Aktuell werden die Möglichkeiten der Sozialen Netzwerke seitens der meisten Archive eher im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit genutzt, obwohl sie umfassende Möglichkeiten für die historische Bildungsarbeit bieten. Insofern bitten die Verfasser der Empfehlungen um Nachsicht, wenn die Beispiele noch weitgehend der Öffentlichkeitsarbeit entnommen sind.

Alle Beiträge folgen einem Grundschema. Sie geben zunächst eine kurze Definition („Was ist das?“), erläutern ihren Zweck („Für welche Zwecke eignet sich der Einsatz?“), verdeutlichen den dazu erforderlichen Ressourceneinsatz („Ressourcen, insbesondere Arbeitszeit,

mögliche Nutzungskosten etc.“) und zeigen uns bekannt gewordene Anwendungsgebiete („Anwender im Archivbereich“) im deutschen Archivwesen auf.

Zu guter Letzt: Empfehlungen für den Einsatz von Sozialen Netzwerken zu veröffentlichen, erscheint schon deshalb gewagt, weil Anbieter und Technologien kommen und gehen. Neue Plattformen treten auf und verschwinden wieder, weil die Etablierten ihre Angebotspalette entsprechend erweitern, Nutzeroberflächen regelmäßig verändern bzw. Mitbewerber auch wieder verdrängen. Von daher sind sich die Autorinnen und Autoren der Kurzlebigkeit mancher Teilaspekte dieser Empfehlungen durchaus bewusst. Und doch waren wir der Meinung, dass Empfehlungen angebracht sind. Sie sind ein Angebot, geben Hinweise, sind aber keine Handlungsanweisungen und auch kein Leitfaden. Auch bitten wir angesichts der Schnelllebigkeit der Medien um Nachsicht, wenn der eine oder andere Literaturhinweis bzw. Link nicht mehr aktuell ist.

1. Soziale Plattformen

1.1. Soziale Netzwerke

a) Was ist das?

Weit verbreitet sind in Deutschland derzeit nur Facebook und Google+.

Facebook wurde 2004 gegründet, ist mit knapp 1,4 Milliarden Nutzern weltweit (Stand Dezember 2014) das mit Abstand meist genutzte soziale Netzwerk und gehört zu den fünf am häufigsten besuchten Internetseiten der Welt. In Deutschland zählt Facebook rund 28 Millionen Nutzer (Stand Mai 2014), die größte Gruppe bilden noch die Personen im Alter zwischen 25 und 34 Jahren. Im Gegensatz zur klassischen, meist weitgehend statischen Homepage, die Informationen lediglich zur Verfügung stellt, ist ein soziales Netzwerk wie Facebook auf Kommunikation, Interaktion und Vernetzung ausgelegt. Nach erfolgter Registrierung und der Einrichtung eines individuellen Facebook-Auftritts lassen sich auf der eigenen Seite (Kurz-)Meldungen (*Posts*) und Fotos veröffentlichen, Links teilen und mittels eines Extra-Tools zu Veranstaltungen einladen. Ein *Post* ist oft nur die Hälfte wert bzw. erhält weit weniger Zuspruch, wenn er nicht mit einem Foto verbunden ist. Alle Einträge auf einer Seite können von anderen Facebook-Nutzern oder -Seiten positiv bewertet, kommentiert, ergänzt und weiterverbreitet werden. Es lassen sich außerdem (nicht öffentlich) Nachrichten senden und empfangen. Durch die Möglichkeit, andere Seiten zu abonnieren (mit *Gefällt mir* zu markieren), erhält der Adressat alle Informationen dieser Seite automatisch präsentiert. Über ausführliche Statistiken lassen sich zudem die Verteilung der Nutzer nach Geschlecht, Alter und Herkunftsort oder die Reichweite der Beiträge analysieren.

Ähnliche Möglichkeiten wie Facebook bietet Google+. Das seit 2011 bestehende soziale Netzwerk ist hinsichtlich der registrierten Nutzer zwar mittlerweile das zweitgrößte der Welt, aber dennoch deutlich weniger aktiv und verbreitet wie etwa Facebook oder Twitter. Google+-Seiten sind ähnlich aufgebaut wie Facebook-Auftritte, auch die Funktionen sind weitgehend identisch, es gibt die Möglichkeit, Seiten zu *plussen* und/oder in seine *Kreise* aufzunehmen.

b) Für welche Zwecke eignet sich der Einsatz?

Facebook eignet sich in jeder Hinsicht sehr gut für die interne und externe Kommunikation, um Informationen gezielt und tagesaktuell zu verbreiten, Politik, Verwaltung, Medien, Nutzern und Öffentlichkeit einen Einblick in das Archivwesen zu geben und die Bedeutung eines Archivs zu vermitteln, zur Kommunikation, Interaktion, Vernetzung und dem

Informationsaustausch, auch mit anderen ArchivarInnen, Archiven, kulturellen Institutionen oder verwandten Berufsgruppen. Dies setzt eine regelmäßige Nutzung (*Posts*, Antworten auf Kommentare etc.) seitens des Archivs voraus.

c) Ressourcen, insbesondere Arbeitszeit, mögliche Nutzungskosten etc.

Die Nutzung von Facebook/Google+ ist kostenlos. Es gibt allerdings die Möglichkeit, Beiträge gegen Bezahlung zur Werbung hervorzuheben. Der Arbeitsaufwand pro Eintrag beträgt üblicherweise nur wenige Minuten. Für eine sinnvolle Nutzung des Netzwerks sollte pro Arbeitswoche mindestens eine Stunde veranschlagt werden.

d) Anwender im Archivbereich

Derzeit (Stand August 2015) sind gut 70 deutschsprachige Archive auf Facebook vertreten. Die größte Gruppe bilden die Kommunalarchive, die mit den Stadtarchiven Amberg, Brilon, Bielefeld, Düsseldorf, Duisburg Halle a.d.S., Hameln, Heilbronn, Köln, Linz am Rhein, Mannheim und Speyer auch die aktivsten Institutionen mit den meisten Abonnenten (jeweils mehr als 500 *Gefällt mir-Angaben*) stellen. Unter den staatlichen Archiven sind vor allem das Landesarchiv Nordrhein-Westfalen und das Österreichische Staatsarchiv herauszuheben. Aber auch zahlreiche kirchliche Archive sowie Archive von Hochschulen, Wirtschaftsarchive und Archive wissenschaftlicher Institutionen sind mittlerweile auf Facebook zu finden. Auf Google+ sind Archive bislang kaum vertreten, regelmäßig aktiv sind dort nur das Hochschularchiv der RWTH Aachen, das Stadtarchiv Dessau-Roßlau und das Stadtarchiv Linz am Rhein.

1.2. Mikroblogging: z.B. Twitter

a) Was ist das?

Twitter ist der aktuell mit Abstand erfolgreichste Kurznachrichtendienst weltweit. Aufgrund der einfachen Handhabung und der Möglichkeit, rasch und quasi in Echtzeit an die Öffentlichkeit zu gelangen und Informationen, Links, Fotos usw. zu posten, ist Twitter hervorragend für den Archivgebrauch geeignet. Twitter wurde im Jahr 2006 gegründet und hatte bereits im 3. Quartal 2013 weltweit über 232 Millionen aktive Nutzer. In Deutschland ist die Tendenz seit Jahren ebenfalls deutlich steigend – die Zahl der aktiven Twitterer liegt vermutlich im niedrigen Millionenbereich, während die Zahl derjenigen Personen, die bereits Twitter-Nachrichten konsumiert haben bzw. damit in Kontakt gekommen sind, erheblich größer ist (ca. 7 bis 11 Millionen?).

b) Für welche Zwecke eignet sich der Einsatz?

Twitter ermöglicht seinen Nutzern nach erfolgter Anmeldung, Nachrichten (*Tweets*) zu versenden, andere Nachrichten zu lesen bzw. diese zu *retweeten* (und damit selbst weiter zu versenden). Ein *Tweet* darf dabei maximal 140 Zeichen umfassen. Wie in anderen sozialen Netzwerken, ist der Kontakt mit den Nutzern (*Followern*) von entscheidender Bedeutung: *Tweets* können zunächst von den eigenen *Followern* gelesen werden und per *Retweet* weiter verbreitet werden. Umgekehrt ist darauf zu achten, einen größeren Kreis von *Accounts* zu definieren, denen man selbst folgt. Dies dient dazu, sich einen Kreis relevanter Informationen aufzubauen (z.B. aus Bereichen wie Kultur, Geschichte, internationales und nationales Archivwesen, Regionales, Medien usw.); umgekehrt wird es Ziel sein, archivische Zielgruppen und Multiplikatoren als *Follower* auf den eigenen Twitter-Auftritt (bzw. die *Tweets*) aufmerksam zu machen. Mittels Listen können die Twitterkonten, denen man folgt, nach verschiedenen Kriterien geordnet werden, was hilfreich für das Verfolgen bestimmter Themen ist. Besonders interessante *Tweets* können als *Favoriten* gekennzeichnet werden, um sie damit später erneut aufrufen zu können.

Kommunikation zwischen Twitterern ist über sogenannte Erwähnungen möglich, indem der Nutzername, *@Nutzername*, in einem *Tweet* genannt wird. Im Unterschied zu normalen *Tweets* bzw. solchen Erwähnungen können sogenannte Direktnachrichten (DM) nur an einen bestimmten Account verschickt werden. Diese Direktnachrichten sind nicht öffentlich und ein knapper, aber schneller Ersatz zu E-Mails. Zu den Besonderheiten von Twitter zählt der sogenannte *Hashtag*, ein Schlagwort. Der mit einem # versehene *Hashtag* (z.B. *#Archivtag*) ermöglicht den Nutzern das schnelle Wiederfinden in der manchmal großen Flut von *Tweets*. Vielfach wird z.B. von Tagungen mittels *Hashtag* berichtet; die Teilnehmer schreiben Kommentare, Fragen usw. und nutzen gleichzeitig den *Hashtag*. Bei Tagungen finden sich mittlerweile immer mehr sogenannte *Twitterwalls*, auf denen während der Konferenz die Nachrichten visualisiert werden.

Auch über Grenzen und Sprachen hinweg kann mittels eines *Hashtags* ein Thema oder Ereignis, z.B. der Internationale Archivtag, kommuniziert werden.

Twitter eignet sich im Archivumfeld einmal als weiteres Mittel der Öffentlichkeitsarbeit. Im besten Fall können zahlreiche Nutzer in großer Schnelligkeit bedient werden – Twitter ersetzt keine klassische Pressearbeit, ist aber derzeit das Mittel der Wahl für PR in den sozialen Medien. Archive können mit Twitter bzw. der Twitter-APP auch sehr schnell über aktuelles Geschehen, über Arbeiten im Archiv und z.B. über eigene Veranstaltungen berichten. Die Einbindung von Fotos ist problemlos möglich, Links können bequem integriert werden, wobei

überlange URLs gekürzt werden können. Beim *Posten* von Facebook-Nachrichten können diese auch automatisch als *Tweet* über Twitter gepostet werden. Dieser Weg (Facebook – Twitter) ist empfehlenswerter als der umgekehrte (also alle Tweets über Facebook parallel laufen zu lassen). Zu den wichtigen Hilfsmitteln im Umgang mit Twitter (aber auch z.T. mit weiteren Anwendungen) zählen sogenannte *Dashboards*: *Hootsuite* oder z.B. *Tweetdeck* bieten die bequeme Möglichkeit, mehrere Anwendungen parallel zu bearbeiten und parallel zu posten; zeitversetzte *Tweets* sind ebenso möglich. Insbesondere bei der Verwendung mehrerer *Accounts* bei Twitter sind *Dashboards* sehr empfehlenswert.

c) Ressourcen, insbesondere Arbeitszeit, mögliche Nutzungskosten etc.

Twitter ist eine kostenlose Anwendung. Wie bei den meisten Anwendungen der sozialen Medien verlangt die Arbeit mit Twitter einen gewissen Aufwand und Aufmerksamkeit; mindestens ein *Tweet* pro Tag ist sinnvoll. Der Arbeitsaufwand bei einer täglichen institutionellen Nutzung ist allerdings aufgrund des einfach zu bedienenden Mediums und der zwingend nötigen Kürze der *Tweets* relativ begrenzt. Bei einer gewissen Routine ist für einen *Tweet/Retweet* o.ä. kaum mehr als 2-3 Minuten zu veranschlagen; in einer Arbeitswoche vielleicht 30-45 Minuten.

d) Anwender im Archivbereich

Im Vergleich zu Facebook sind nur relativ wenige deutschsprachige Archive derzeit regelmäßig bei Twitter aktiv. Zu diesen zählen beispielsweise die Stadtarchive Frankfurt (aktuell mit den meisten *Followern*), Köln, Linz am Rhein, Mannheim, „Siwi“-Archiv und Speyer (um nur einige Beispiele aus dem kommunalen Bereich zu nennen). Nicht wenige ArchivarInnen nutzen Twitter allerdings zusätzlich als Privatpersonen bzw. beteiligen sich auf Konferenzen mit Tagungstweets an Diskussionen.

1.3. Fotoplattformen

a) Was ist das?

Das Hochladen von Fotos ist in den meisten Anwendungen der Sozialen Netzwerke (*social media*) möglich. Da ein *Post* mit Foto, etwa bei Facebook, viel größeren Zuspruch erhält, war es nur logisch, dass eigene Fotoplattformen zum Präsentieren und Teilen von Fotos aufkamen. Sie zählten von Anfang an zu den gängigsten Tools im Bereich des *Web 2.0*. Es handelt sich in der Regel um einfach zu bedienende Portale, die dem Nutzer die Möglichkeit bieten, einzelne Fotos oder auch komplette Foto-Serien online zu stellen. Die Fotos können

kategorisiert werden, einzelnen thematischen „Alben“ zugeordnet werden, kommentiert oder mit *Tags*, also Schlagworten, versehen werden. Ebenso ist das Teilen durch andere Nutzer sowie Plattformen möglich. Typische Fotoplattformen sind etwa Flickr und Pinterest, ebenso das aktuell rasch wachsende Instagram.

b) Für welche Zwecke eignet sich der Einsatz?

Bildsammlungen haben in den meisten Archiven einen hohen Stellenwert. Andererseits ist die tiefere Erschließung bzw. Identifizierung von Fotos oft ein großes Problem.

Fotoplattformen können dazu beitragen, die Bildbestände eines Archivs bekannter zu machen bzw. die Zugriffe darauf zu steigern, etwa durch Präsentation ausgewählter Fotos im *Web 2.0*. Insbesondere besteht die Möglichkeit, die Nutzer zur Mitarbeit an der Erschließung anzuregen (*Crowdsourcing*; siehe unter 4.) – beispielsweise bietet Flickr das *Taggen* und Kommentieren von Fotos an, die wiederum unter verschiedenen Lizenzen (v.a. *Creative Commons*) auf der Plattform präsentiert werden können. Auch die Anreicherung der Bildüberlieferung durch neue Fotos von Nutzern ist denkbar: Beispielsweise kann Instagram so genutzt werden, dass die Instagram-Plattform eines Archivs um aktuelle Fotos aus einer Stadt angereichert wird – der *Nutzercontent* wird somit Teil der archivischen (Online)Fotosammlungen. Museen nutzen derzeit den aktuellen *Selfie*-Trend dazu, Aufnahmen der Besucher im Museum (vor Exponaten usw.) zu erhalten. Auch hier erscheint durchaus eine Adaption im Archivbereich denkbar.

Fotoplattformen wie Flickr und Pinterest können schließlich auch für die Dokumentation von Veranstaltungen, für die Bereithaltung von Pressefotos sowie insbesondere auch für Ausstellungen bzw. für rein virtuelle Ausstellungen genutzt werden.

c) Ressourcen, insbesondere Arbeitszeit, mögliche Nutzungskosten etc.

Die meisten Anwendungen in diesem Bereich sind kostenlos nutzbar bzw. bereits in den kostenfreien Varianten gut verwendbar. Beispielsweise bietet die freie Flickr-Variante derzeit (Stand März 2015) bereits 1 TB Online-Speicherplatz für Fotos. Anders als Facebook oder Twitter, die regelmäßig (täglich bis wöchentlich) „bespielt“ werden sollten, wird das Nutzungsintervall bei Fotoplattformen geringer sein. Dennoch sollten die jeweiligen Anwendungen regelmäßig genutzt werden (durch ein neues Flickr-Album, eine neue Pinterest-„Pinnwand“ o.ä.) – der Richtwert wäre eine mindestens monatliche Nutzung. Fotoplattformen sollten im *Web 2.0*-Repertoire von Archiven nicht allein stehen: Tools wie Google+, Facebook oder Twitter sind nicht nur teils eng mit bestimmten Fotoplattformen verbunden; sie führen den Fotoplattformen erst die Nutzer zu. Die Bearbeitung von

„Pinnwänden“ (Pinterest) bzw. „Alben“ (Flickr) usw. benötigt oftmals mehr Arbeits- bzw. Ladezeit als in anderen Sozialen Netzwerken. Da die durchschnittliche Nutzungsintensität deutlich geringer sein dürfte als bei Facebook & Co., wird der Gesamtaufwand niedriger sein. Die Funktionalitäten hinsichtlich der nutzergenerierten Erschließung sind zwar beispielsweise bei Flickr sehr komfortabel, doch ist zu beachten, dass deren Ergebnisse nicht „automatisiert“ in die jeweilige archivische Datenbank übertragen werden kann; außerdem ist die Nutzung der entsprechenden Werkzeuge (Kommentare, Schlagworte usw.) bei Flickr nur bei Vorliegen eines Yahoo-Accounts möglich. Deshalb sollte man für die Erschließung von Bildern über *Web 2.0* immer weitere Kanäle (von E-Mails an das Archiv bis hin zu Facebook) berücksichtigen, um möglichst viele und qualitätsvolle Ergebnisse zu erzielen.

d) Anwender im Archivbereich

Das Stadtarchiv Speyer nutzt sowohl Flickr als auch Pinterest. Pinterest wird vor allem für die Präsentation ausgewählter kleiner Bestände und für kleine virtuelle Ausstellungen genutzt; daneben wird das Netzwerk auch immer wieder dafür genutzt, Meldungen aus anderen „Kanälen“ zu verbreiten. Da Pinterest immer noch einen Schwerpunkt im anglo-amerikanischen Raum hat, können hier auch entsprechende kulturell-archivische Gruppen angesprochen werden. Die Nutzung von Flickr spielt sich zwar auch in den Bereichen Ausstellungen und Bestandspräsentationen ab, doch wird diese Plattform auch für verschiedene Crowdsourcing-Aktivitäten (Identifizierung von Fotos) genutzt; ebenso stellt das Stadtarchiv auch immer wieder Fotoserien von Veranstaltungen online.

Zahlreiche größere Archive und verwandte Institutionen sind Mitglied der „Flickr Commons“, mit denen Fotosammlungen ohne Einschränkungen auf Flickr nutzbar gemacht werden sollen.

1.4. Videoplattformen

a) Was ist das?

Auf Videoplattformen werden hauptsächlich Webvideos zur Ansicht im Internet hochgeladen. Das heißt, die Nutzer schauen sich die Videos im Internet an, ohne sie auf die Festplatte ihres PCs herunterzuladen (*streaming*). Die Videoplattformen wie YouTube gibt es seit 2005, und sie gehören heute zu den meistgenutzten Internetseiten.

Filme auf den Videoplattformen einstellen kann im Prinzip jeder, der einen Film digital zur Hand hat, sofern die Plattform einen so genannten *user-generated-content* anbietet. Dazu

muss man sich anmelden und kann dann in seinem *channel* Filme hochladen. Zunächst wird in der Regel nicht überprüft, ob der, der die Filme hoch lädt, auch die Urheber- bzw. Nutzungsrechte an dem Filmmaterial innehat, obwohl die Nutzerrichtlinien der jeweiligen Plattformen dies ausdrücklich vorsehen. Das stellt für die Betreiber der Videoplattformen ein Problem dar, ebenso wie die Tatsache, dass zunächst auch keinerlei Kontrolle der hochgeladenen Inhalte stattfindet. Nur wenn es Beschwerden über anstößige Inhalte oder Rechteverletzungen gibt, greifen die Betreiber ein und entfernen das Material.

Bei den Plattformbetreibern handelt es sich um Firmen, die ihr Angebot teilweise durch Werbung finanzieren und daher kostenlos anbieten können, teilweise aber auch Gebühren erheben.

In Deutschland gibt es drei häufig genutzte Videoportale:

- My video: mit *user-generated-content* und strengen Urheberrechtsvorschriften, Nutzung kostenlos durch Werbung;
- Vimeo: Neben der kostenlosen Nutzung eines Grundangebots gibt es hier auch die Möglichkeit, auf dem Portal kostenpflichtige Inhalte zu veröffentlichen. Das Portal ermöglicht die Erstellung sogenannter *persönlicher Streams*, in dem Videos anderer Benutzerprofile gesammelt, kommentiert und bewertet werden können.
- YouTube: ist das bekannteste, größte und meist genutzte Videoportal. Es gehört zu Google Inc., und wird kostenfrei angeboten. Videos können zu YouTube in verschiedenen Formaten hochgeladen werden. Die Beschränkung der Dateigröße für hochgeladene Filme liegt aktuell bei 20 GB, einzelne Filme dürfen in der Regel die Länge von 15 Minuten nicht überschreiten (Stand März 2015). Das eingestellte Angebot kann von anderen Nutzern kommentiert werden.

b) Für welche Zwecke eignet sich der Einsatz?

Derzeit werden von Archiven vor allem Imagefilme hochgeladen, ebenso historische Filme aus den Beständen und Berichte über Aktivitäten oder Projekte. Es gibt aber auch andere Anbieter, die Filme über Archive hochgeladen haben, z.B. zum Thema Ahnenforschung oder Schülerprojekte im Archiv.

c) Ressourcen, insbesondere Arbeitszeit, mögliche Nutzungskosten etc.

Anders als Facebook oder Twitter, die regelmäßig (täglich bis wöchentlich) „bespielt“ werden sollten, kann das Nutzungsintervall bei Videoplattformen gering sein. Dies könnte sich mit fortschreitender Digitalisierung der Filmbestände ändern.

d) Anwender im Archivbereich

Kanäle bei YouTube haben derzeit (Stand März 2015) u.a. die Stadtarchive Brackenheim, Duisburg, Linz am Rhein, Mannheim, Speyer und das Kreisarchiv Siegen-Wittgenstein (SIWI-Blog).

1.5. Weitere Anwendungen

Unter Ziff. 1.1. bis 1.4. wurden diejenigen Sozialen Netzwerke in die Empfehlungen einbezogen, die zum jetzigen Zeitpunkt häufig genutzt werden. Die Erfahrung im Bereich der digitalen Medien und Angebote – nicht nur in den Sozialen Netzwerken im engeren Sinne – lehrt aber, dass viele Tools nach einiger Zeit wieder verschwinden bzw. erheblich an Bedeutung verlieren werden, während andererseits neu entwickelte Angebote zu Trendsettern werden können. Es gilt daher aus Archivsicht, die Entwicklungen genau zu beobachten. An dieser Stelle seien nur ergänzend in einer kommentierten Liste weitere archivrelevante Anwendungen bzw. Themenkreise genannt (in alphabetischer Abfolge; die Liste erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit).

- APPs (Applikationen/APPs für mobile Endgeräte bzw. Smartphones): APPs kann ein Archiv zu bestimmten Quellen oder z.B. als thematischen Stadtführer anbieten. Beispiele sind der virtuelle Stadtführer „Speyer – Stadt der Protestation“ und der Bild- und Audiowalk „Verdrängt und ausgeplündert – Mannheimer Juden im Dritten Reich“.
- Foren (Webforen zum Austausch von Meinungen, für Fragen und Probleme – oft mit konkreten Oberthemen und Diskussionsbeiträgen)
- Foursquare/Swarm (standortbezogenes Soziales Netzwerk, durch das Orte empfohlen werden können): Archive können Standorte zum „Einchecken“ sein mit weiter gehenden Informationen/Fotos.
- Gaming (Onlinespiele): Sie sind bisher eher im Bereich der Bibliotheken und Museen zu finden. Ein archivnahes Beispiel bietet anhand von Beständen des Bundesarchivs das Spiel „CC Play – Das 20. Jahrhundert zum Puzzeln“.
- HistoryPin (soziales Netzwerk mit Schwerpunkt auf Geschichte).
- Geocaching (reale „Schatzsuche“, geleitet über GPS).
- Podcasts (Hörsendungen im Internet).
- RSS (Informationen zu Veränderungen auf Webseiten u. ä.).
- Scribd (Portal zum Hochladen und Teilen von Dokumenten).

- Slideshare (Portal zum Hochladen und Teilen von Präsentationen und PDF-Dokumenten).
- Social Bookmarks (Internet-Lesezeichen).
- Social News (Nachrichten-*communities*).
- Storify (Onlinedienst zur Einbindung und Verknüpfung von z.B. Fotos, Tweets oder Videos – Beispiel: Nutzung zur Zusammenstellung von Tweets zu einem bestimmten Hashtag).
- Tumblr (Blogging-Plattform).
- Vine (Kurzvideos in *Looping*-Form, d.h. Endlosschleife).
- Virtuelle Welten (dreidimensionale virtuelle Parallelwelten, z.B. „Second Life“).
- WhatsApp (Kurzmitteilungen). Damit können Textnachrichten, Bild-, Video- und Ton-Dateien sowie Standortinformationen zwischen zwei Personen oder in Gruppen ausgetauscht werden. Zur Nutzung von WhatsApp ist nach der Installation eine Registrierung unter Angabe der eigenen Telefonnummer erforderlich. WhatsApp ist im Gegensatz zu SMS kein eigener Dienst des Mobilfunkanbieters, sondern nutzt den Internetzugang und ist zugleich aber auch eng an das Telefon gebunden. Im April 2015 gab das Unternehmen bekannt, dass es weltweit 800 Millionen aktive Nutzer habe. Kritisch gesehen wird, dass WhatsApp auch auf Informationen über Nichtnutzer des Dienstes zugreift und diese speichert. Außerdem ist die Sicherheit der Nachrichtenübermittlung ungewiss. Der Einsatz im öffentlich-rechtlichen Verwaltungs- und Kulturbereich ist noch wenig verbreitet. Gleichwohl könnte sich WhatsApp zu einem Teil der Kommunikationsstrategie für Kultureinrichtungen entwickeln. So gehören das Neanderthal Museum in Mettmann, die Heilbronner Regionalzeitung Stimme.de sowie das Regionalportal infranken.de zu den Einrichtungen, die den Instant-Messaging Dienst bereits in ihre Arbeit integriert haben. Im archivischen Bereich ist den Autoren bislang kein Beispiel bekannt.

2. Blogs

a) Was ist das?

Blogs bzw. *Weblogs* sind Online-Aufzeichnungen in Form einer chronologisch abwärts geführten Abfolge von Einträgen. Blogs sind einfach zu nutzende und zu verfolgende Webseiten. Die thematische Bandbreite ist sehr groß – von persönlichen (tagebuchartigen) Einträgen, über Kultur und Bildung bis hin zur Politik bzw. politischen *Bloggern* ist vieles

vertreten. In Blogs können nicht nur kleine und größere Artikel/Beiträge publiziert werden: insbesondere Diskussion und Kommentare sind oftmals vorgesehen bzw. erwünscht. Mittlerweile haben sich Blogs auch als „offizielles“ Medium und Publikationsort im Internet durchgesetzt; auch die Deutsche Nationalbibliothek vergibt daher seit einiger Zeit ISSN-Nummern an verschiedene Blogs. Blogs und Blogbeiträge haben eine eindeutige URL, sind zitierfähig und per *RSS-Feed* abonnierbar.

Für Blogs existieren dezidierte Software-Tools wie WordPress, das eine große Verbreitung erlangt hat, weshalb Blogs in vielen Fällen auch als Ersatz einer Homepage dienen können. Daneben gibt es einige Portale, welche die einfache Eröffnung eines Blogs ermöglichen: Hervorzuheben aus Archivsicht ist das deutsch-französische geisteswissenschaftliche Blogportal „hypotheses“. Auch Google bietet beispielsweise mit „Blogger“ eine einfache (und ebenfalls kostenfreie) Möglichkeit, Blogs zu erstellen.

b) Für welche Zwecke eignet sich der Einsatz?

Im Archivbereich sind zahlreiche institutionelle Nutzungszwecke möglich. Sinnvoll ist die Blog-Nutzung im regionalen Bereich, also an der Schnittstelle von Landesgeschichte und Archiven. Ebenso möglich ist die Nutzung des Blogs zusätzlich zu einer Archivhomepage als institutionelles und teils breit aufgestelltes Blog. Gängig sind auch Blogs zu Projekten von Archiven (möglich wären auch Crowdsourcing-Projekte), sowie zu ausgewählten Quellen (evtl. begleitend zu Arbeiten an Beständen oder temporär zu ausgewählten Anlässen – Beispiel Erster Weltkrieg). Ebenso kann auf fachliche Spezialblogs hingewiesen werden. Häufiger anzutreffen sind derzeit auch Blogs zu Veranstaltungen, etwa regionalen Archivtagen. Besonders in den Fällen, in denen die eigentliche Homepage eines Archivs schwer zu verändern ist bzw. aktuelle Mitteilungen nur mit größerer zeitlicher Verzögerung online gestellt werden können, kann ein Blog Mittel der Wahl sein. Die Blog-Nachrichten können in aller Regel durch die Sozialen Medien erheblich „verbreitet“ werden.

c) Ressourcen, insbesondere Arbeitszeit, mögliche Nutzungskosten etc.

Die Eröffnung eines Blogs ist technisch einfach zu bewerkstelligen. Die Bearbeitung von Beiträgen ist ebenfalls einfach zu erlernen – die Freischaltung erfolgt sehr rasch durch die Freigabe des Textes durch den *Blogger* selbst. Kosten können evtl. anfallen (z.B. Hosting-Gebühren), es gibt aber zumeist kostenfreie Basispakete je nach Wahl des Blogportals bzw. der Tools. Da *Blogposts* oft etwas umfangreicher sind als Facebook- oder Twitter-Beiträge, wird der Arbeitsaufwand auch etwas höher sein. Andererseits wird ein Archiv, das ernsthaft *bloggt*, dies auch nur einmal pro Woche oder seltener machen (können).

d) Anwender im Archivbereich

Beispiele für die unter b) genannten Anwendungsgebiete sind: Siwiarchiv – der Blog der Archive im Kreis Siegen-Wittgenstein als Schnittstelle zwischen Landesgeschichte und Archiven, Blog des Stadtarchivs Linz am Rhein und Blog des LWL-Archivamts mit Wissensmanagement für regionale Archive als zusätzliches Angebot zur vorhandenen Homepage. Geplant ist auch ein gemeinsamer Blog der Archive in der Metropolregion Nürnberg (unter www.stadtarchive-metropolregion-nuernberg.de). Aktenkunde – Aktenlesen als Historische Hilfswissenschaft, Archivalia, Archive 2.0 – social media im deutschsprachigen Archivwesen, sowie der für die 2. Jahreshälfte vom VdA geplante Blog Archivwissenschaft sind Beispiele für Spezialblogs, die sich tiefer mit bestimmten fachlichen Themen auseinandersetzen.

3. Crowdfunding

a) Was ist das?

Der Begriff Crowdfunding – in Deutschland auch als Crowdfunding bezeichnet – setzt sich zusammen aus Crowd (= eine Menge von Menschen) und Funding (= Finanzierung). In Deutschland wird der Begriff öfters mit Schwarmfinanzierung übersetzt. Crowdfunding ist eine besondere Art, Projekte, Produkte oder Unternehmen, vor allem Startups, durch Fremdkapital zu finanzieren. Das Besondere beim Crowdfunding ist, dass das Geld nicht von wenigen exklusiven Investoren, sondern von vielen „kleinen“ Unterstützern bzw. Sponsoren kommt.

Grundelement ist dabei, dass der *Funder* einen *Benefit* erhält, der von der Unternehmensbeteiligung bis hin zu Spendenbescheinigungen etc. reichen kann. Beim Crowdfunding gilt das Alles-oder-Nichts-Prinzip: Nur wenn der angestrebte Betrag bis zum festgesetzten Datum zusammenkommt, fließt das Geld der Unterstützer auch wirklich. Falls nicht, erhalten die Initiatoren nichts – die Kampagne ist gescheitert. In Deutschland gibt es viele WEB-basierte Angebote bzw. Plattformen für Crowdfunding, z.B.:

- Startnext besitzt nach eigener Darstellung die größte Crowdfunding-Community für kreative und nachhaltige Ideen im deutschsprachigen Raum. Künstler, Kreative, Erfinder und Gründer stellen ihre Ideen auf Startnext vor und finanzieren sie mit der direkten Unterstützung von vielen Menschen. Hierbei sind auch gemeinnützige Projekte möglich, d.h. es können beispielsweise Spendenbescheinigungen ausgestellt werden, sofern eine als gemeinnützig anerkannte Organisation dahinter steht (z.B. ein Förderverein eines Archivs).
- Kickstarter ist vor allem im Kreativbereich äußerst populär.

b) Für welche Zwecke eignet sich der Einsatz?

Im deutschen Archivsektor scheint Crowdfunding noch nicht angekommen zu sein, obwohl es prinzipiell möglich wäre, sei es für die Finanzierung eines Buchs, eines Films, einer technischen Anlage usw.

c) Ressourcen, insbesondere Arbeitszeit, mögliche Nutzungskosten etc.

Ein Starter muss einiges an Zeit und auch an Geld investieren, um sein Projekt vorzustellen. In der Regel werden kleine Imagefilme, mindestens Folien und Text erstellt, zudem müssen

genaue Regeln aufgestellt werden, wie hoch die erforderliche Summe ist, was bei Überzahlung des Projekts an ideellem oder materiellem Gegenwert versprochen wird usw.

d) Anwender im Archivbereich

Im deutschen Archivbereich konnte bislang (Stand August 2015) lediglich zwei archivnahe Projekte ermittelt werden: Eva Olthof, Archiveresonance.net - an archive of memories und der Fördervereins des Stadtarchivs Mannheim ISG auf bwcrowd (<https://www.bwcrowd.de/>), wo ein erfolgreiches Crowdfunding für ein kostenlos an Mannheimer Schulen zu verteilendes Kinderbuch zur Stadtgeschichte durchgeführt wurde.

4. Crowdsourcing

a) Was ist das

Der Begriff Crowdsourcing setzt sich zusammen aus Crowd (= eine Menge von Menschen) und Outsourcing (= Ausgliederung von Aufgaben und Bereichen). Gemeint ist die Übertragung oder Auslagerung von Aufgaben an eine Menge von Ehrenamtlichen oder geringfügig bezahlte Arbeitskräfte im Internet.

In Deutschland gibt es einige häufig genutzte Webangebote, die auf Crowdsourcing basieren oder als Plattform für Crowdsourcingangebote wie Wikipedia oder Flickr dienen. Wikipedia wurde 2001 gegründet, um ein kostenfreies Onlinelexikon in zahlreichen Sprachen anzubieten. Inzwischen ist es das meistbenutzte Online-Nachschlagewerk der Welt. Das Prinzip ist denkbar einfach: In Mehrautorenschaft von unentgeltlich arbeitenden Freiwilligen werden Artikel konzipiert, verfasst und nach dem Prinzip des kollaborativen Schreibens fortwährend gemeinschaftlich korrigiert, erweitert und aktualisiert. ARTigo ist zum Beispiel ein Online-Spiel mit dem Ziel, Kunstwerke mit Schlagworten zu versehen. Eine vergleichbare Anwendung im Archivbereich wäre denkbar.

b) Für welche Zwecke eignet sich der Einsatz?

Aktuell konzentrieren sich die deutschsprachige Crowdsourcingprojekte im Archivsektor vorwiegend auf die Übertragung von Daten (Transkription) in Datenbanken und die Erschließung von Bildern durch Freiwillige. Noch weitgehend unbekannt sind Auftragsvergaben, z.B. Übersetzungsdienste.

c) Ressourcen, insbesondere Arbeitszeit, mögliche Nutzungskosten etc.

Crowdsourcing ist letztlich nicht zum Nulltarif zu haben. Denn es bedarf einer entsprechenden technischen Infrastruktur, z.B. für die Bereitstellung digitaler Inhalte und entsprechender elektronischer Editionswerkzeug, sofern gängige Plattformen wie Flickr nicht in Frage kommen. Es entstehen mindestens Kosten für die Qualitätssicherung und das Management der vielen externen Helfer.

d) Anwender im Archivbereich:

- Das Digitale Historische Archiv Köln. Es will ein Werkzeug bieten, mit dem man differenzierte Angaben zu nicht identifizierten Archivalien machen kann. Diese Informationen sollen den Weg für eine Zuordnung des Archivguts ebnen, die Identifizierung von Archivalien mit anderen Nutzern gemeinschaftlich vorantreiben.
- Dateneingabesystem (DES) des Vereins Computergenealogie. Ursprünglich konzipiert für Verlustlisten des 1. Weltkriegs steht das Programm auch für andere Projekte offen, z.B. Adressbücher. Kooperationspartner sind u.a. das Landesarchiv Baden-Württemberg, das Historische Archiv Köln.
- Das Stadtarchiv Speyer u.a. nutzt Flickr zur Bilderschließung. Das Staatsarchiv Hamburg stellte in Flickr Urkunden aus der Sammlung Paul Trummers ein.

5. Arbeitsorganisation 2.0

a) Was ist das?

Unter Arbeitsorganisation 2.0 sind webbasierte Dienste und Werkzeuge zu verstehen, die der Kommunikation sowie dem Informations- und Datenaustausch dienen. Die Anwendungen können lediglich intern, also innerhalb eines Archivs bzw. einer Verwaltung, genutzt werden. Mindestens genauso sinnvoll kann die Nutzung allerdings zwischen Archiven bzw. örtlich getrennten (Projekt)Partnern, Nutzergruppen oder Personen sein. Die Verwendung der meisten Werkzeuge in diesem Bereich ist kostenfrei bzw. es existieren auch kostenfreie Varianten, die in aller Regel komfortabel nutzbar sind.

b) Für welche Zwecke eignet sich der Einsatz?

Zu den typischen Instrumenten der Arbeitsorganisation 2.0 zählen beispielsweise *Dashboards*, mit denen die *Social-Media*-Anwendungen effektiver organisiert und synchronisiert werden können. Ein Schwerpunkt liegt dabei sehr oft auf der Nutzung mehrerer Twitter-Accounts, zum Beispiel *Tweetdeck* oder *Hootsuite*.

Im privaten wie geschäftlichen Bereich spielen *Chats* und Videotelefonie/konferenzen wie Skype oder Google *hangouts* eine nicht unerhebliche Rolle – auch eine dienstliche Nutzung für Zwecke des Archivs kann Sinn machen. Auch die öffentliche Verwendung ist vorstellbar, indem etwa über *hangouts on air* (Google) Livesendungen im Internet oder Interviews zu bestimmten Themen durchgeführt werden können. Ein *Chat* kann auch ganz einfach für Fragen der Nutzer an das Archiv verwendet werden.

Ausstellungen, Projekte und Projektanträge lassen sich gut über kollaborative Arbeitsumgebungen sowie Wissensmanagement-Tools bearbeiten. Ein Beispiel ist Google Drive. Die Anzahl der nutzbaren Anwendungen sowie von *Cloud*-Lösungen wie Dropbox ist sehr groß. Für größere oder längere Arbeitsvorhaben empfehlen sich regelrechte Projektmanagement-Anwendungen, z.B. Zoho, sowie natürlich immer auch die Verwendung von Wiki-Lösungen: Diese sind an die verschiedensten Nutzungsmöglichkeiten anpassbar; mehrere Dokumente können beispielsweise miteinander vernetzt und gemeinsam bearbeitet werden, Multimediadateien können ebenfalls abgelegt werden. Sie sind auch für einen langfristigen Einsatz gut geeignet. Kostenlose Lösungen sind auf dem „Markt“ vorhanden. Das bekannteste Beispiel für ein funktionierendes Wiki ist die Wikipedia.

Hinzu kommen Anwendungen, die sich eher für den persönlichen Einsatz eignen – etwa zur Verwaltung von Aufgaben, Terminen und Tätigkeiten, zum Beispiel wie *Remember the milk* oder Online-Kalender bzw. Anwendungen zur Terminfindung (Doodle).

c) Ressourcen, insbesondere Arbeitszeit, mögliche Nutzungskosten etc.

Die meisten Anwendungen in diesem Bereich sind kostenlos nutzbar bzw. bereits in den kostenfreien Varianten gut verwendbar. Sie haben den Zweck, Arbeitsprozesse zu verbessern sowie neue Möglichkeiten der Kommunikation und Zusammenarbeit zu eröffnen. Sie machen bei allen Beteiligten (z.B. bei „kollaborativ“ an verschiedenen Orten tätigen Nutzern) jedoch ein gewisses Umdenken erforderlich – die Anwender müssen sich auf die neuen Tools und deren technische Eigenheiten einlassen, was zweifellos etwas Zeit kostet. Der Nutzen wird nach einiger Zeit in aller Regel aber bei weitem überwiegen. Einige der angeführten Werkzeuge ermöglichen auch, die Haushaltsmittel der sie nutzenden Einrichtungen zu schonen. Es soll allerdings auch darauf hingewiesen werden, dass aufgrund von IT-Sicherheitsbedenken nicht alle Stadtverwaltungen die Nutzung dieser Tools erlauben. Er muss vorab also jeweils geklärt werden, was die IT-Administratoren in der eigenen Verwaltung zulassen.

d) Anwender im Archivbereich

Im Stadtarchiv Speyer werden einige der genannten Anwendungen genutzt. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verwenden beispielsweise Google Drive und Dropbox zur raschen und gemeinsamen Bearbeitung von Projekten, Publikationen und Ausstellungen. Bei Ausstellungen hat sich die Nutzung der Tools besonders bewährt, weil neben dem Archiv auch externe Grafiker bzw. Kuratoren mitarbeiten und auf die Texte und Bilder zugreifen können. Im Archiv wird außerdem ein *Social-Media-Dashboard* verwendet, mit dessen Hilfe die verschiedenen Twitter-Accounts rasch und einfach gesteuert werden können.

Hinweise auf Literatur und Internetseiten zum Thema

- Einen guten Überblick zu den Möglichkeiten, die Archiven bzw. Archivverwaltungen im Bereich der Sozialen Medien offen stehen, bietet z.B. diese Zusammenstellung:
<http://www.archives.gov/social-media/>.
- Mehr zu common creative-Lizenzen findet sich bei:
Till Kreuzer: [Open Content Lizenzen. Ein Leitfaden für die Praxis](#) (PDF; 2,6 MB).
Deutsche UNESCO-Kommission e. V.
Reto Mantz: [Open Access-Lizenzen und Rechtsübertragung bei Open Access-Werken](#) (PDF; 560 kB).
Ellen Euler, Paul Klimpel und John H. Weitzmann: Eine gute Grundlage. Rechtliche Voraussetzungen der Kooperation mit der Deutschen Digitalen Bibliothek. Berlin 2014. https://www.deutsche-digitale-bibliothek.de/static/de/sc_documents/DDB_Broschuere_RechteGuide_2014_final_lo_w.pdf
- Anbieter für solche Lizenzen finden sich unter:
<https://creativecommons.org/licenses/?lang=de> und <http://de.creativecommons.org/>
- Für den musealen Bereich hilfreich: Axel Vogelsang, Bettina Minder und Seraina Moor: Social media für Museen: Ein Leitfaden zum Einstieg in die Nutzung von Blog, Facebook, Twitter & Co für die Museumsarbeit. 2011 Hochschule Luzern.
- Einen Überblick über die Nutzung von Facebook durch deutschsprachige Archive gibt:
Uwe Heizmann: Deutschsprachige Archive bei Facebook (Stuttgart/Potsdam 2012), in: Multimediale Geschichte, hg. von dems., online unter http://www.multimediale-geschichte.de/werke/heizmann_uwe_-_dtspr_archive_b_facebook.pdf
- Zahlreiche weiterführende Hinweise zum Umgang mit Twitter, auf die hier nachdrücklich verwiesen sei, bietet die umfangreiche Anleitung von:
Mareike König „Twitter in der Wissenschaft: Ein Leitfaden für Historiker/innen“, online abrufbar unter <http://dhdhi.hypotheses.org/1072>.
- Die im Text genannten Blogs finden sich unter folgenden Webadressen:
Aktenkunde: <http://aktenkunde.hypotheses.org/>
Archivalia: <http://archiv.twoday.net/>
Archive 2.0: <http://archive20.hypotheses.org/>
LWL Archivamt: <http://archivamt.hypotheses.org/>
Stadtarchiv Linz; <http://archivlinz.hypotheses.org/>
Archive im Kreis Siegen-Wittgenstein: <http://www.siwiarchiv.de/>

- Eine ausführliche Beschreibung mit zahlreichen weiteren Anregungen und Beispielen zur Arbeitsorganisation findet sich bei:
Julia Bergmann/Jürgen Plieninger, Arbeitsorganisation 2.0 – Tools für den Arbeitsalltag in Kultur- und Bildungseinrichtungen, Berlin u.a. 2012 (de Gruyter;
Online-Version: OA, <http://www.degruyter.com/view/product/179705>)