

4. JAHRGANG, 2022



OPEN ACCESS

ZEITARBEIT

Aus- und Weiterbildungszeitschrift für die Geschichtswissenschaften



4 / 2022





Historisches Archiv der Stadt Köln

@historischesarchivderstadtkoeln · Guter Zweck

Nachricht senden

Hallo! Was können wir für dich tun?

Startseite

#GRÜSSEAUDEMLESESAAL

Gefällt dir



SOCIAL MEDIA IM HISTORISCHEN ARCHIV DER STADT KÖLN

Hiram Kümper im Gespräch mit Claudia Tiggemann-Klein und Mirko Born-Nanni

Das Historische Archiv der Stadt Köln (HASTK) hat einen ausgesprochen regen Facebook-Auftritt, der viele Geschichtsinteressierte anzieht. Kein Wunder – denn hier kommen Geschichten direkt aus den trotz der Katastrophe von 2009 immer noch reichen Archivschätzen der Stadt. Die Texte sind eine gelungene Kombination aus O-Tönen, Geschichte und guten Abbildungen. Sie sind lehrreich, aber nicht belehrend. Für mich hat dieser Auftritt Vorbildfunktion in Sachen Archivkommunikation. Deshalb habe ich ein Gespräch mit Claudia Tiggemann-Klein und Mirko Born-Nanni geführt, die bei der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit HASTK für den Auftritt zuständig sind.

Welchen Stellenwert hat Social Media für die Archivkommunikation beim HASTK? War das ein bewusster planerischer Schritt – oder hat es sich so ergeben, also das Archiv eben einfach irgendwann angefangen, auch über Facebook & Co. zu kommunizieren?

Facebook stellt einen zentralen Baustein für die Archivkommunikation dar. Es wird zur raschen, niedrigschwelligen Information über Veranstaltungen, Ereignisse und Themen genutzt und dient in Zeiten der Einschränkungen durch die Corona-Pandemie gemeinsam mit unserem YouTube-Kanal auch der Veröffentlichung von aufgezeichneten Vorträgen bzw. als Streamingkanal bei größeren Symposien. Das Historische Archiv der Stadt Köln ist ausschließlich auf Facebook vertreten, Instagram und Twitter werden derzeit nicht betreut. Einen Facebook-Auftritt zu betreiben war im Jahr 2013 ein bewusster planerischer Schritt, um unser Angebot niederschwellig an ein breites Publikum zu vermitteln. Dabei wurde bewusst Facebook ausgewählt, weil dieses der Altersstruktur der Personen entsprach und entspricht, die unsere Angebote bevorzugt wahrnehmen. Von der Nutzer*innenstruktur her wäre auch Instagram eine Option, TikTok hingegen aufgrund der Interessen der Zielgruppe eher ungeeignet, da hier Aufwand und Nutzen in einem unausgewogenen Verhältnis stünden. Eine Social Media Plattform zu nutzen ist zudem ein Mittel unseres Konzeptes des Bürgerarchives, als das sich das Historische Archiv der Stadt Köln versteht: Bürgerarchiv definieren wir als einen Ort, an dem jeder*r mit Fragen an die eigene Geschichte und die seiner Umgebung Antworten erhält.

Claudia Tiggemann-Klein M.A. kam nach ihrem Studium der Geschichte und Chemie 2001 zunächst als Redenschreiberin zur Stadt Köln. Seit 2005 leitet sie die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Historischen Archiv der Stadt Köln und freut sich, seit September 2021 im Neubau des Archivs die besten Bedingungen für Ausstellungen, Vorträge und Veranstaltungen zur Verfügung zu haben.

Mirko Born-Nanni hat Journalismus (BA 2010) und Kommunalen Verwaltungsdienst - Allgemeine Verwaltung (LL.B. 2021) studiert. Er war zehn Jahre als Redakteur und Autor für verschiedene Redaktionen tätig, darunter als Online- und Social-Media-Redakteur mit dem Schwerpunkt Sport beim Kölner EXPRESS und als Drehbuchautor für Sat.1 und RTL. Seit 2021 ist er stellvertretender Leiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Historischen Archiv der Stadt Köln.



Spielt dabei auch die besondere Situation mit der archivischen Interimszeit während des Neubaus eine Rolle? Oder das Digitale Historische Archiv Köln (DHAK)?

Der Einsturz und seine Folgen, Möglichkeiten der Benutzung, die Angebote an den verschiedenen Standorten der Interimszeit, aber auch der Fortschritt beim Neubau, die Umzugsplanungen und der Umzug selber, sowie Eröffnung und die Angebote im Neubau sind und waren regelmäßig Themen im Facebook-Auftritt des HASTK. Auch das Digitale Historische Archiv und seine Angebote ist Inhalt der Post. Die genannten Themen sind aber einzelne Themen unter vielen Anderen und nicht die einzigen.

Wie ist das Feedback? Ich sehe immer viele Likes und oft auch interessierte Kommentare. Stiften die Posts auch Kommunikation auf anderen Kanälen an, die man nicht so direkt sieht – also vielleicht Besuche vor Ort?



Das Feedback ist zum allergrößten Teil positiv. Die Nutzer*innen sind interessiert am aktuellen Geschehen im Archiv. Gerade während der letzten Jahre, als das Historische Archiv über viele Standorte verstreut war, konnten wir die Informationen über Facebook gebündelt rausgeben. Auch der Bau des neuen Archivgebäudes und letztendlich die Begleitung des Umzugs via Facebook waren Postings, die auf ein reges Interesse gestoßen sind. Daraus resultierte natürlich eine große Neugierde auf den Neubau und entsprechend auch Anfragen für Führungen im selbigen. Ein weiteres Thema sind auch Postings von bisher nicht identifizierten Stücken aus unserem Bestand. Gerade bei Foto-Nachlässen haben wir oft den Fall, dass die fotografierte Örtlichkeit nicht geklärt ist. Facebook bietet sich hier an.

Wie sind bei Euch die Abläufe im Team? Macht immer eine*r einen Post alleine oder durchläuft das eine richtige Schleife?

Unsere Facebook-Redaktion besteht aus insgesamt vier Kolleg*innen aus den verschiedenen Bereichen des Historischen Archivs. So werden alle Sachgebiete abgedeckt. Wir treffen uns alle zwei Wochen zu einer Konferenz und besprechen die aktuelle Situation, reden über potentielle Themen und Anlässe, zu denen sich Postings anbieten. Neben den tagesaktuellen Themen arbeiten wir mit einer Jahresplanung: Welche Feier- und Gedenktage gibt es? Skurrile Mottotage sind ebenfalls Themen, zu denen in den einzelnen Sachgebieten nach passenden Archivalien im Bestand gesucht wird. Themen außer der Reihe werden via Konferenz oder Mail-Absprache besprochen, bearbeitet und freigegeben.

Wie werden die Archivalien für die Posts ausgewählt?

Je nach zu bespielendem Thema wird in den Beständen der einzelnen Sachgebiete ein passendes Archivale herausgesucht. Dies geschieht über direkte Nachfrage im Sachgebiet.

Dabei können jedoch aufgrund von noch bestehenden Urheberrechten nicht alle passenden Archivalien auch für einen Facebook-Post genutzt werden. Diese sind daher im Vorfeld immer zu prüfen und sorgen leider ab und auch dafür, dass das bestpassendste Posting nicht bzw. anders gemacht werden muss. Darüber hinaus werden auch Archivalien, die einem im Arbeitsalltag »über den Weg laufen« und sich aus verschiedenen Gründen für Facebook eignen, gesammelt.

Mirko Born-Nanni und Claudia Tiggemann-Klein betreuen zusammen mit zwei anderen Kolleginnen den Facebook-Auftritt am HASTK.

Bestehen Zusammenhänge zwischen der Online-Kommunikation und der Digitalstrategie des Archivs – soll also z.B. mittelfristig direkt auf Digitalisate verlinkt werden?

Ja, das ist geplant. So sind wir in der Lage, das Angebot und den Bestand des Historischen Archivs noch mehr Nutzer*innen bekannt und greifbar zu machen und somit unserem Anspruch, ein Bürgerarchiv zu sein, gerecht werden.

Verratet Ihr mir zwei oder drei Eurer Lieblingsposts?

Einer unserer Lieblingsposts ist der vom »[23. September 2021](#). In diesem Post wurden einige Kuriositäten gezeigt, die im Rahmen der Bergung nach dem Archiveinsturz ihren Weg in die Werkstätten gefunden haben. Darunter Spielkarten, Teebeutel und Flyer. Dieser Post zeigt auf, wie kompliziert die Identifizierung und Wiederzuordnung sowie die Restaurierung des Archivguts sind.

Daneben ist es auch immer wieder erstaunlich zu sehen, welche Zusammenhänge Archivalien mit So hatten wir erst am »[11.11. zum Karnevalsauftakt](#) einen Petrus mit »Pappnase«. Das Stadtsiegel von 1434 wurde offenbar zwischenzeitlich so gelagert, dass Petrus' Nase platt gedrückt wurde und so zumindest optisch zum karnevalistischen Treiben passte.

<https://www.facebook.com/historischesarchivderstadtkoeln>

