

Digitale Bilder und Filme im Archiv – Marketing und Vermarktung

66. Südwestdeutscher Archivtag

Karlsruhe-Durlach, 22. bis 23. Juni 2006

Historische Bild- und Filmbestände gehören zu den anschaulichsten und für Laien spektakulärsten Quellen, die Archive zu bieten haben. Um sie einer breiteren Öffentlichkeit, die Archive oft als „Hüter staubiger Papiere“ betrachtet, bekannt und zugänglich zu machen, sind jedoch zahlreiche Hürden rechtlicher und technischer Art zu überwinden. Der 66. Südwestdeutsche Archivtag, der in diesem Jahr in Karlsruhe-Durlach stattfand, befasste sich unter dem Titel „Digitale Bilder und Filme im Archiv – Marketing und Vermarktung“ mit den Möglichkeiten, die sich den Archiven durch die offensive Bekanntmachung ihrer Bildschätze eröffnen. Vor dem Hintergrund der zunehmenden Bedeutung digitaler Medien in der modernen Informationsgesellschaft wurden hierbei besonders diejenigen Bestände in den Blick genommen, die sich zur Digitalisierung eignen oder bereits in digitalisierter Form vorliegen. Dabei wurde nicht zuletzt nach der Bedeutung der Digitalisierung von Film- und Fotobeständen unter dem Gesichtspunkt der Vermarktbarkeit von Informationen aus Archivgut gefragt.

Im ersten Teil der Tagung standen zunächst archivische Filmbestände und die Möglichkeiten ihrer Vermarktung im Mittelpunkt. Im ersten Beitrag schilderte *Ulrich Nieß* (Stadtarchiv Mannheim), wie es mit Hilfe einer durch den Förderverein des Stadtarchivs vertriebenen DVD „Mannheimer Filmschätze 1907-1957“ gelang, den durch gezielte Sammlungstätigkeit aufgebauten Filmbestand des Stadtarchivs und damit auch das Archiv selbst einer breiteren Öffentlichkeit bekannt zu machen. Eine zentrale Voraussetzung für den Erfolg des Projektes war die enge Zusammenarbeit mit dem „Verein der Freunde des Stadtarchivs“. Der Förderverein beteiligte sich nicht nur an den hohen Kosten für die Digitalisierung, sondern übernahm auch den Verkauf der DVD. Indem anstelle des Stadtarchivs der Förderverein den Erwerb des ältesten Mannheimer Films übernahm, ergaben sich neue Freiräume für eine Vermarktung jenseits der Kameralistik. Dies erhöhte den Bekanntheitsgrad des Fördervereins, dessen Mitgliederzahl deutlich anstieg, und eröffnete diesem in der gezielten Mitarbeit an der Ermittlung, Sammlung und Erschließung neuer Filmbestände ein anspruchsvolles Betätigungsfeld.

Nieß wies aber auch sehr deutlich darauf hin, wie wichtig über die enge Zusammenarbeit zwischen Stadtarchiv und Förderverein hinaus der gezielte Aufbau von Schlüsselpartnerschaften etwa mit dem Regionalfernsehen, dem Stadtmarketing und einem professionellen Verlag sowie die Entwicklung eines umfassenden Werbekonzepts für den Verkaufserfolg waren. Vor dem Hintergrund eines wenig erfolgreichen Versuchs in den 1980er Jahren, die Filmbestände des Stadtarchivs über eine Videoreihe „Mannheim im Film“ zu vermarkten, riet er dringend dazu, Werbung und Vertrieb, aber auch die Digitalisierung von Filmen Profis zu überlassen und die Kosten möglichst auszulagern. Doch unterstrich Nieß auch, wie wichtig es sei, die Rechte an den Filmen in der Hand des Stadtarchivs zu behalten und Nutzungsrechte nur für konkrete Projekte zu vergeben.

Förderlich war der Verkaufserfolg der DVD auch für den weiteren Aufbau der Filmsammlung des Stadtarchivs, wurde doch der Förderverein und mit ihm das Stadtarchiv zum in der Öffentlichkeit sichtbaren Ansprechpartner für Privatpersonen, die alte Filme über Mannheim besitzen. Unter Mithilfe von ehrenamtlichen

Mitarbeitern des Fördervereins werden diese Filme gesichtet, gegebenenfalls erworben und erschlossen. Dass hierbei eine Bewertung unter Beachtung der Tektonik des Archivs und des historischen Aussagewerts der Filme stattfinden muss, versteht sich von selbst. Die Digitalisierung, die zwar im Moment noch kostenintensiv ist und zudem die Entwicklung eines Migrationskonzepts zur dauerhaften Aufbewahrung nach sich zieht, ist für Nieß unabdingbare Voraussetzung dafür, mit archivischen Filmbeständen in der Öffentlichkeit präsent zu sein und diese zu vermarkten. Vor dem Hintergrund der Erfahrungen aus dem Projekt „Mannheimer Filmschätze“ appellierte Nieß an alle Archive, die größere Filmbestände besitzen, diese zu digitalisieren und zu vermarkten.

Ein anderes Beispiel erfolgreicher Vermarktung von archivischen Filmbeständen präsentierte *Ernst Otto Bräunche* (Stadtarchiv Karlsruhe) anhand von 94 im Stadtarchiv Karlsruhe archivierten Folgen der zwischen 1957 und 1966 entstandenen Kino-Wochenschau „Karlsruher Monatsspiegel“. Die von dem gelernten Karlsruher Fotokaufmann Emil Meinzer in Eigenregie produzierten Filme, die über aktuelle Ereignisse in Karlsruhe berichteten und jeweils im Vorprogramm der Kinos gezeigt wurden, stellen eine einzigartige Quelle zur Karlsruher Stadtgeschichte dar. Da Meinzer im Auftrag der Stadtverwaltung tätig war, erhielt das Stadtarchiv von Beginn an zwei Kopien jeder Folge.

Durch gelegentliche Verwendung in Ausstellungen und in einer Produktion des SWR waren diese Filme noch bekannt, doch wurden erst mit dem im Herbst 2005 gestarteten Projekt des Stadtarchivs die Chancen einer großangelegten Vermarktung genutzt. Nachdem frühere Versuche nicht zuletzt an der starren Gebührenordnung des Stadtarchivs gescheitert waren, konnte nun mit Zustimmung des Finanzdezernenten ein Vertrag mit dem privaten Karlsruher Sender R.TV geschlossen werden, von dem beiden Seiten profitieren sollten: Der Regionalsender darf seither regelmäßig Sonntagabends eine Folge des „Monatsspiegels“ ausstrahlen. Im Gegenzug finanziert er die Digitalisierung und archivische Erschließung der Filme und stellt dem Stadtarchiv darüber hinaus kostenfrei Sendezeit für Werbespots zur Verfügung.

Zeitnah zur Erstaussstrahlung bietet das Archiv im Karlsruher Handel DVDs mit jeweils fünf Folgen des Monatsspiegels einem breiten Publikum zum Kauf an. Der Vertrieb erfolgte in der Pilotphase zunächst in Eigenregie, wurde jedoch jüngst einem Verlag übertragen. Ähnlich wie in Mannheim wurde hier die Erfahrung gemacht, dass die Zusammenarbeit mit Profis bei der Vermarktung von Datenträgern größere Erfolge verspricht, da ein Verlag höhere Auflagen in besserer Qualität herstellen kann. Generell werden, so Bräunche, durch einen Vertrieb in größerem Umfang die personellen Ressourcen des Archivs schnell überlastet.

Verglichen mit den (freilich vom Umfang her fiktiven) Einnahmesätzen der Gebührenordnung fallen die finanziellen Erträge des Stadtarchivs aus dem Vertrag mit dem Regionalsender geringer aus. Doch wird rasch deutlich, dass der Nutzen die rechnerischen Mindereinnahmen mehr als aufwiegt: Durch die Ausstrahlung der Filme in R.TV tritt das Stadtarchiv mit seinen Filmbeständen in verstärktem Maße ins Bewusstsein der Öffentlichkeit. Hinzu eröffnet der Vertrag dem Stadtarchiv die Möglichkeit, über vom Sender produzierte, professionelle Werbespots auf seine Veranstaltungen hinzuweisen. Auf Nachfrage aus dem Publikum betonte Bräunche, dass das Stadtarchiv als Inhaber der Rechte an den Filmen dem Sender jeweils nur die Nutzungsrechte für die Ausstrahlung an einem Tag überlasse.

Mit dem Vortrag von *Konrad Krimm* (Landesarchiv Baden-Württemberg, Generallandesarchiv Karlsruhe) wandte sich die Tagung der digitalen Präsentation archivischer Fotobestände im Internet zu. Aus gutem Grund werden archivische Fotobestände innerhalb der „klassischen“ Tektonik einer Bestandsstruktur dargestellt, eröffnet doch erst der Entstehungskontext das volle Verständnis. Doch sind die Grenzen bei Fotobeständen fließender als bei Akten, denn diese reichen thematisch oft weit über die räumlichen und sachlichen Grenzen hinaus, die ein Nutzer beispielsweise in einem Staatsarchiv erwartet. Willkürliche Sammlungen, Nachlässe oder Firmenarchive bergen oft thematisch wie räumlich stark diversifizierte Inhalte. Auch suchen Benutzer häufig gezielt nach Fotobeständen über die archivischen Sprengelgrenzen oder Behörden-

zuständigkeiten hinweg. Ein direkter Zugang als zweiter Weg zu den Fotobeständen im Archiv kann deshalb die Benutzung erheblich erleichtern.

Angestoßen durch das Beispiel des Staatsarchivs Basel, das eine Übersicht über seine Fotobestände vorlegte, und vor dem Hintergrund der Verwaltungsreform, die die baden-württembergischen Staatsarchive in einem großen Landesarchiv zusammenführte, entstand die Idee eines sachsystematischen Inventars der Fotobestände für das gesamte Landesarchiv Baden-Württemberg. Die neue Datenbank stellt die Fotobestände und -teilbestände der Staatsarchive in einer eigenen, auf das ganze Land bezogenen Systematik vor und verknüpft sie zugleich mit den Online-Beständeübersichten der einzelnen Häuser. Die systematische Gliederung teilt die Bestände in genetische Kategorien ein. Unterschieden werden fotografische Nachlässe, Sammlungen sowie archivische Sammlungen. Unter „Sammlungen“ werden hierbei sowohl die Fotobestände staatlicher Dienststellen gefasst, deren Untergliederung sich wiederum an der sachlichen Aufgabenverteilung der Verwaltung orientiert, als auch die Fotobestände in den Archiven von Vereinen und Verbänden, Firmen, Adelsarchiven und Privatleuten. Der Überblick über die häufig sehr unsystematisch entstandenen archivischen Sammlungen erfolgt nach Staatsarchiven.

In das Inventar wurden alle Bestände aufgenommen, die ganz oder zu einem großen Teil aus Fotos bestehen. Die Grenzziehung lag aber im Endeffekt im Ermessen der Staatsarchive. Bestände, die Fotos nur als Teile von Akten enthalten, wurden nicht berücksichtigt, ebenso wenig archivische Sammlungen von Reproduktionen anderer Archivalien.

Im Ergebnis macht das Inventar 150 Bestände mit ca. 750.000 Fotos aus allen Staatsarchiven des Landesarchivs der Öffentlichkeit zugänglich. In der Präsentation werden nähere Angaben zu Entstehungsgeschichte, inhaltlichen Schwerpunkten, Umfang und Bedeutung des jeweiligen Foto(teil)bestandes geboten und diese mit drei bis vier ausgewählten Beispielsbildern verknüpft. Verlinkt ist die Präsentation mit der Beständeübersicht des jeweiligen Archivs sowie gegebenenfalls mit den verfügbaren Online-Findmitteln.

Unter dem Titel „Fotorecht im Archiv“ befasste sich *Hanns Peter Frenz* (Bildarchiv Preußischer Kulturbesitz, Berlin) mit Rechtsfragen beim Erwerb, der Publikation und der Weitergabe von Fotografien. Die Klärung der Rechtslage stellt eine fundamentale Voraussetzung für die Vermarktung und Digitalisierung von Bildern aus archivischen Fotobeständen dar. Zusätzliche Relevanz gewinnt das Thema durch die Anpassung des deutschen Urheberrechts im Zuge der Harmonisierung des Europäischen Rechts seit dem 1. Juli 1995.

Gravierende Veränderungen der Rechtslage ergeben sich insbesondere aus der durch die EU-Regelungen vorgegebenen Nivellierung der urheberrechtlichen Definition des „Lichtbildwerkes“. Wurden unter diesen Begriff bislang nur Fotografien mit einer deutlich erkennbaren künstlerischen Gestaltungshöhe gefasst, so gilt nun jedes Bild als Lichtbildwerk, das auch nur ein Mindestmaß an Gestaltungswillen erkennen lässt. Frenz illustrierte dies mit dem Beispiel eines kleinen Jungen, der seine Eltern ablichtet, und hierbei natürlich Blickwinkel, Bildausschnitt etc. wählt, was nach der neuen Begriffsfassung bereits als Gestaltungswille zu verstehen ist. Für solche Lichtbildwerke aber sieht das Urheberrechtsgesetz einen Schutz der Eigentums- und Nutzungsrechte des Urhebers bis 70 Jahre nach dessen Tod vor, während „Lichtbilder“ bereits 50 Jahre nach Veröffentlichung bzw. Herstellung gemeinfrei werden. Da nach der engen Auslegung der neuen Regelung allenfalls noch fotografische Reproduktionen von Gemälden oder Archivalien als „Lichtbilder“ zu betrachten sind, ist das neue Urheberrecht auf nahezu alle Fotografien anzuwenden.

Für die archivische Praxis bedeutet dies, dass selbst Fotobestände, deren Fotografien bisher als gemeinfrei betrachtet werden konnten, nun wieder unter den Schutz des Urheberrechts fallen. Dies hat gravierende Auswirkungen auf den Erwerb, die Digitalisierung (als urheberrechtlich relevante Form der Vervielfältigung) und vor allem auf jede Form der Weitergabe an Dritte einschließlich der kommerziellen Vermarktung. Das Urheberrecht schützt den Schöpfer eines Werkes vor der unbefugten wirtschaftlichen Auswertung seines Werkes und vor der Verletzung seiner ideellen Interessen am Werk. Im einzelnen stehen dem Urheber die Urheber-

persönlichkeitsrechte (das Veröffentlichungsrecht, das Recht auf Anerkennung seiner Urheberschaft und auf Namensnennung) und die Verwertungsrechte (Vervielfältigungsrecht, Verbreitungsrecht, Ausstellungsrecht, Senderecht etc.) zu. Anders als die Urheberpersönlichkeitsrechte können die Nutzungsrechte dabei an Dritte übertragen werden.

Für den Umgang der Archive mit der Urheberrechtsproblematik gab Frenz eine Reihe praktischer Hinweise. So sollten die Archive schon beim Erwerb von Fotosammlungen darauf achten, sich die Nutzungsrechte in räumlich, zeitlich und inhaltlich möglichst unbeschränkter Form übertragen zu lassen, insbesondere aber das Recht, Nutzungsrechte an Dritte einzuräumen, da sonst eine Weitergabe an Nutzer kaum möglich ist. Bei der Digitalisierung gerade älterer Fotobestände kann es sich als problematisch erweisen, dass nach gegenwärtiger Rechtslage eine Übertragung der Nutzungsrechte immer nur für die zum Zeitpunkt der Übertragung bekannten Nutzungsarten möglich ist. Ist eine Digitalisierung geplant, so empfiehlt es sich, die Urheber des Werkes ausfindig zu machen, um sich die zusätzlichen Rechte an der neuen Nutzungsform nachträglich übertragen zu lassen.

Für die Details des sehr inhaltsreichen Vortrags sei auf den demnächst erscheinenden Tagungsband sowie auf die am Ende dieses Beitrags ausgewiesene Internetseite verwiesen. Während Frenz im Fazit dringend anmahnte, die Regelungen des Urheberrechts beim Umgang mit Fotobeständen nicht außer acht zu lassen, um rechtliche Konflikte zu vermeiden, wurde in der Diskussion deutlich, wie problematisch es gerade im Falle älterer archivischer Fotobestände sein kann, den Urheber der Werke ausfindig machen zu wollen. Als Lösung wurde angeregt, im Falle nicht feststellbarer Urheberschaft den Nutzer darauf hinzuweisen, dass Nutzungsrechte nur sehr eingeschränkt übertragen werden können, und ihn zu verpflichten, gegebenenfalls entstehenden Ansprüchen des Urhebers selbst zu begegnen. Als Sonderfall wurde außerdem noch das Urheberrecht an Fotos aus Behördenbeständen thematisiert, die im Auftrag der Behörde von deren Mitarbeitern angefertigt wurden. Bis auf das Recht auf Namensnennung liegen die Rechte in diesem Fall bei der Behörde.

Als Vertreter einer kommerziellen Bildagentur informierte *Peter Clerici* (Ringier Dokumentation Bild, Zürich [RDB]) über die Bedingungen, aber auch die Schwierigkeiten, die den kommerziellen Bildermarkt prägen. RDB, eine Abteilung des großen Schweizer Verlagshauses Ringier AG, besitzt eines der größten Bildarchive im deutschsprachigen Raum mit ca. zehn Mio. physischen und 580.000 digitalen Bildeinheiten. Diese Bilder bietet sie sowohl intern den Redaktionen des Ringier-Verlags als auch externen Kunden zum Kauf an. Bis Mitte der 1990er Jahre Marktführer in der Schweiz, sieht sich das Unternehmen in den letzten Jahren einem Verdrängungswettbewerb ausgesetzt, der insbesondere vom Trend zum reinen Online-Geschäft bestimmt wird. Die Dominanz dreier großer amerikanischer Firmen auf dem global gewordenen digitalen Bildermarkt, aber auch die Konkurrenz von Billiganbietern bei gleichzeitigen Sparzwängen auf Seiten der Kunden stellen die Bildagenturen vor große Herausforderungen. Durch die gezielte Digitalisierung physischer Bildbestände, die Integration fremder Bildarchive, die Exklusivvertretung der großen Agentur Corbis, aktuelle Datenbanktechnologie und das Angebot der „Rights clearance“ (Klärung der Rechtslage bei der Bildverwendung für den Kunden) versucht RDB, in dieser Entwicklung zu bestehen. Dazu kommen eine neue Organisationsform und die Ausweitung des Marketings mit dem Ziel der Kundenbindung.

Zu den Folgen dieser Entwicklung gehört die vollständige Einstellung der Nutzung des analogen Bildarchivs, das wiederum nur in Auswahl durch Digitalisierung für eine zukünftige Verwertung erschlossen wird. Technische Herausforderungen sah Clerici insbesondere in der Vereinheitlichung von Erschließungssystematiken bei der Integration fremder Bildarchive in das eigene Angebot.

Im Anschluss an den Vortrag entspann sich eine rege Diskussion über die Folgen der Digitalisierung für die moderne Informationsgesellschaft, wobei der Gewinn an Verfügbarkeit einem Verlust von Vielfalt weitgehend unvermittelt gegenüberzustehen scheint. Die Stilllegung des physischen Archivs bei nur auswahlweiser Digitalisierung führe dazu, dass ein großer Teil des analogen Bildmaterials aus der öffentlichen Wahr-

nehmung und Nutzung verschwindet. Die kontroverse Diskussion über Vorzüge und Nachteile dieser Entwicklung kam zu keinem Ergebnis. Darüber hinaus wurden die Auswahlkriterien für die zu digitalisierenden Bilder thematisiert. Clerici verdeutlichte, dass man sich hierbei vor allem auf Bilder beschränke, an denen RDB alle Rechte besitze und die keine andere Agentur besitze, bekannte aber auch, dass ein gewisser persönlicher Ermessensspielraum der Dokumentarin zum Tragen komme.

Schließlich erläuterte Clerici die technischen Daten der Digitalisierung: Die Dateien werden im JPG-Format mit einer Auflösung von 300 dpi und einer durchschnittlichen Dateigröße von 18 MB gespeichert. Dies orientiert sich an den Bedürfnissen der Zielgruppe aus dem professionellen Mediensektor. Auf die Frage nach dem Kostendeckungsfaktor erklärte der Referent, dass über die externe Vermarktung lediglich 50% der anfallenden Kosten der Unternehmenseinheit gedeckt werden könnten, den Fehlbetrag trage die Rignier AG als interne Nutzerin des Bildarchivs. Auf die aus archivischer Sicht interessante Frage nach einem Konzept für die Langzeitarchivierung der digitalisierten Bilder bekannte Clerici, dass man bei RDB noch nicht über ein solches verfüge. Der Tagungsleiter *Michael Wettengel* merkte an, dass die Frage der Langzeitarchivierung digitaler Bilder ein interessantes Thema für einen zukünftigen Archivtag sei.

Am Beispiel des Serviceangebots des Landesmedienzentrums Baden-Württemberg verdeutlichte *Susanne Pacher* (Landesmedienzentrum Baden-Württemberg) die gegenwärtigen Möglichkeiten digitaler Mediene distribution. Als vom Land und den Kommunen getragene Anstalt des öffentlichen Rechts entstand das Landesmedienzentrum mit seinen Standorten Karlsruhe und Stuttgart aus der Zusammenlegung der Landes bildstellen Baden und Württemberg. Es hat den gesetzlichen Auftrag, Medien mit landeskundlichem und landesgeschichtlichem Schwerpunkt für den schulischen und außerschulischen Bildungsbereich zu produzieren, zu sammeln und zu vermitteln.

Die digitale Mediene distribution umfasst bisher drei Säulen: Das landeskundliche Fotoarchiv, den Online-Katalog und den Server für die schulische Arbeit mit Medien (SESAM). Das Fotoarchiv, in dem den Nutzern zur Zeit 50.000 Fotografien digital über die Website zugänglich sind (mit einem physischen Bestand von zwei Mio. Bildern im Hintergrund) entstand seit 1924 aus dem Auftrag, landeskundliche und kulturhistorische Bilddokumente zu bewahren, zu erschließen und Bildungseinrichtungen zur Verfügung zu stellen. Durch die Zuarbeit des fotografischen Dienstes wie auch durch Recherchen und Erweiterungen erhält das Bildarchiv ständigen Zuwachs. Kostenlos zugänglich ist es den Lehrern an baden-württembergischen Schulen, während Landes- und kommunale (Bildungs-)Einrichtungen zu jeweils eigenen Sonderbedingungen und private Nutzer kostenpflichtig auf die Inhalte zugreifen können. Bereits digitalisierte Bilder können auf der Website abgerufen werden, andere müssen noch analog angefordert werden.

Der Online-Katalog ermöglicht die Recherche über mehr als 21.000 audiovisuelle Medientitel, die online bestellt werden können. Der Zugang ist aber immer noch analog, d.h. die Medien müssen beim Landesmedienzentrum oder einen der Stadt- oder Kreismedienzentren abholt werden. Seit 2003 steht den Lehrkräften der baden-württembergischen Schulen schließlich die Online-Distribution SESAM (Server für schulische Arbeit mit Medien) zur Verfügung, in der Medien zu bestimmten Themen in sogenannten Themenbanken bereitgestellt werden. Diese enthalten Filmsequenzen, Bilder, Grafiken, Karten und anderes didaktisches Material zu spezifischen Unterrichtsthemen in digitaler Form, die sich Lehrer herunterladen und für den eigenen Unterricht aufbereiten können. Die verfügbaren 12.000 Medien sind dokumentarisch voll erschlossen, Quellennachweise, aber auch das Rechtemanagement sind gesichert. Die Online-Distribution ist eng verzahnt mit dem System des konventionellen Verleihs, so dass bei der Suche neben den online verfügbaren auch immer die analog vorliegenden Medien angezeigt werden.

Die Erfahrungen des Landesmedienzentrums mit der digitalen Mediene distribution lassen sich dahingehend zusammenfassen, dass die Möglichkeiten der Online-Recherche auch zu einem Anstieg der analogen Distribution führen. Dabei liegt der Anteil der digitalen Distribution zur Zeit bei ca. 10%. Da derzeit die

Medien der drei genannten Bereiche immer nur auf dem jeweiligen Server und über die jeweilige Website abrufbar sind, wird nun an einer Metaapplikation gearbeitet, eine gleichzeitige Suche über alle drei Server ermöglichen soll.

In der Diskussion wurde reges Interesse an einer Zusammenarbeit zwischen Archiven und dem Landesmedienzentrum bei der digitalen Mediendistribution bekundet. Dies wird auch von Seiten des Landesmedienzentrums gewünscht, das bereits erfolgreich mit der Abteilung Fachprogramme und Bildungsarbeit des Landesarchivs zusammenarbeitet, um Medien aus der Landes- und Kreisbeschreibung für den schulischen Unterricht aufzubereiten und anzubieten.

Im letzten Vortrag der Tagung fragte *Christoph Strauß* (Landesarchiv Baden-Württemberg, Staatsarchiv Freiburg) nach den Voraussetzungen, die Archive schaffen müssen, um ihre Bildbestände stärker in das Bewusstsein der Öffentlichkeit zu rücken und nicht zuletzt zu vermarkten. Als attraktive und für jedermann leicht zugängliche Quelle zu den verschiedensten gesellschaftlichen Lebensbereichen bieten gerade historische Fotobestände die Chance, neue Nutzergruppen für die Archive zu erschließen.

Als Zielgruppe nahm Strauß dabei die modernen Massenmedien in den Blick. Unter diesem Gesichtspunkt formulierte er vier Bedingungen an eine zeitgemäße Vermarktung archivischer Fotobestände: ubiquitäre Zugänglichkeit, schnelle Verfügbarkeit, enge Verknüpfung von Medium und beschreibenden Metadaten sowie schließlich die Zuverlässigkeit der Bildbeschreibungen. Das konkrete Fallbeispiel liefert dabei die umfangreiche Fotosammlung des Pressefotografen Willy Prager, ein einzigartiger zeitgeschichtlicher Quellenfundus mit insgesamt 300.000 Aufnahmen aus dem 20. Jahrhundert. Einer solchen Sammlung wohnt gerade im bildhungrigen Informationszeitalter ein beträchtliches wirtschaftliches Potential inne. Das Staatsarchiv Freiburg bemühte sich deshalb in den letzten Jahren schwerpunktmäßig, die Fotosammlung Prager zu digitalisieren und zu vermarkten.

Zur Umsetzung dieser Ziele ist die Digitalisierung der Bilder und deren Verfügbarkeit im Internet ein wesentlicher Schritt. Jedoch verwies Strauß auch auf die Schwierigkeiten, die sich für Archive ergeben, wenn sie sich als Anbieter für die Medien etablieren wollen. Dazu gehört die Erhöhung des Bekanntheitsgrades eines Bildbestandes ebenso wie die schnellen Arbeitsrhythmen der modernen Medienindustrie. Denn die Archive treten hier letztlich in Konkurrenz zu Bildagenturen, die binnen weniger Stunden die Wünsche ihrer Kunden befriedigen. Dem Ziel einer schnellen Verfügbarkeit stünden im Archiv jedoch immer wieder die komplizierten internen Arbeitsprozesse im Weg, etwa die Anträge, die vor einer Nutzung zu stellen und zu bearbeiten seien. Als Idealziel formulierte Strauß deshalb die Zusammenarbeit mit einer professionellen Bildagentur, die die Distribution vollständig übernehmen könnte. Diesem Vorhaben stünden jedoch momentan noch haushaltsrechtliche Bedenken im Weg.

In der Diskussion wurden die Hindernisse für eine schnelle Abwicklung von Fotobestellungen in Frage gestellt und insbesondere die Möglichkeit einer Trennung von Lieferung und Abrechnung angesprochen, wie sie im Bundesarchiv bereits praktiziert wird. Demgegenüber wurde auf die begrenzten Personalressourcen kleinerer Archive hingewiesen, die eine jederzeit zeitnahe Abwicklung unmöglich mache. Ein weiteres Problem sei der geringe Bekanntheitsgrad archivischer Fotosammlungen. In beiden Fällen könne eine Auslagerung an eine professionelle Bildagentur eine Lösung darstellen.

Die Vermarktung digitaler Bilder und Filme erwies sich in Karlsruhe-Durlach als aktuelle und facettenreiche Herausforderung für die archivische Arbeit und vor allem als vielversprechende Chance der modernen Archivnutzung. In den Vorträgen und der regen Diskussion wurde zum einen deutlich, dass die Vermarktung von Bild- und Filmbeständen wesentlich dazu beitragen kann, den öffentlichen Bekanntheitsgrad der Archive zu steigern. Sie sprechen sowohl das Interesse einer breiten Öffentlichkeit an, die über alte Filme und Bilder einen unkomplizierten Zugang zur eigenen Zeitgeschichte sucht, können aber auch ein Mittel sein, um

Multiplikatoren aus dem Mediensektor als Nutzer von Archivgut zu gewinnen. Im Erfolgsfall entsteht den Archiven durch die Präsenz ihrer Bilder in den Massenmedien eine große Werbewirkung.

Voraussetzung für eine zeitgemäße Präsentation der archivischen Bildbestände ist die Digitalisierung und die Verfügbarkeit der Digitalisate über Internetauftritte. Aus den bisherigen Erfahrungen südwestdeutscher Archive mit der Vermarktung digitaler Film- und Bildbestände scheint sich aber abzuzeichnen, dass die Herausforderungen heute weniger auf dem Feld der technischen Umsetzung, als der zielgruppenorientierten Vermarktung von Fotobeständen liegen. Angesichts knapper Personalressourcen stoßen die Archive dabei schnell an ihre Grenzen, wollen sie nicht andere Kernaufgaben zurückstellen. Deshalb scheint es ratsam, für solche Vermarktungsvorhaben Schlüsselpartnerschaften mit professionellen Vermarktern wie Verlagen und Bildagenturen einzugehen. So können die Kosten der Vermarktung ausgelagert werden und die Archive profitieren von der Erfahrung und der etablierten Marktstellung professioneller Anbieter. Bei einer solchen Partnerschaft sind jedoch die archivischen Interessen und Kompetenzen nie außer acht zu lassen. Insbesondere sollten die Archive die Rechte an ihren Bildern und Filmen nicht aus der Hand geben.

Damit verbindet sich eine Herausforderung ganz anderer Art, die den Archivtag beschäftigt: die grundstürzenden Nivellierungen im Urheberrecht, die vor allem die archivischen Fotobestände betreffen. Durch die Einstufung historischer Fotobestände als Lichtbildwerke werden rückwirkend die Rechte der Urheber massiv gestärkt, oftmals sogar erst neu belebt. Die Diskussion über den praktischen Umgang mit diesem Problemkreis ist in vollem Gange. Schließlich wurde deutlich, dass zukünftig auch die Frage der Langzeitarchivierung digitalisierter Bilder stärker in den Blick genommen werden muss. Der 66. Südwestdeutsche Archivtag hat deutlich gemacht, welche Chancen sich Archive eröffnen, die ihre historischen Bild- und Filmbestände offensiv und nutzerorientiert vermarkten. Die eigenen Schätze nicht nur zu bewahren, sondern auch zu präsentieren, bleibt eine ständige Herausforderung für die tägliche Arbeit der Archive.

Weitere Informationen:

<http://www.fotorecht.de>; <http://www.landesarchiv-bw.de/fotoinventar>; <http://www.lmz-bw.de>

Kathrin Enzel und Christoph Volkmar

Kontakt:

Dr. Kurt Hochstuhl

Geschäftsführender Präsident des Südwestdeutschen Archivtags

Staatsarchiv Freiburg

Colombistraße 4

79098 Freiburg

Tel.: 0761/3806011

E-Mail: kurt.hochstuhl@la-bw.de

Copyright

Arbeitsgemeinschaft historischer Forschungseinrichtungen in der Bundesrepublik Deutschland e.V., 2006.

Kein Teil dieser Publikation darf ohne ausdrückliche schriftliche Genehmigung der AHF in irgendeiner Form reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

AHF, Schellingstraße 9, 80799 München

Telefon: 089 – 13 47 29, Fax: 089 – 13 47 39

E-Mail: info@ahf-muenchen.de, Website: <http://www.ahf-muenchen.de>

Empfohlene Zitierweise / recommended citation style:

AHF-Information. 2006, Nr.128

URL: <http://www.ahf-muenchen.de/Tagungsberichte/Berichte/pdf/2006/128-06.pdf>