

Kundenorientierung im Wirtschaftsarchiv: Von der Krisenkommunikation zum modernen Clienting - Über ein Qualitäts- und Zeitmanagement zu einem archivspezifischen Serviceprofil

52. VdW-Lehrgang vom 20. bis 24. Juni 2004

Dies ist kein Slogan aus einer Tourismus-Broschüre über Heidelberg, sondern die Bestätigung, dass die Lehrgänge der VdW, organisiert und betreut von Dr. P. Blum, immer wieder die Reise nach Heidelberg lohnen. - Bereits vor dem offiziellen Lehrgangsbeginn im Zuge des ersten gemeinsamen Abendessens in den Räumen der Heidelberger Kulturbrauerei sehr aufgeschlossen über die Frage diskutiert: "Der Archivar/in - eine aussterbende Spezies?" Natürlich sind hierbei sehr unterschiedliche Positionen besprochen worden, und eine einheitliche Position konnte auch nicht gefunden werden. Was sich aber anhand dieser Diskussion abzeichnete war, die Teilnehmer dieser Gruppe würden sich sehr aktiv einbringen und somit zum vollen Erfolg der Weiterbildungs-Veranstaltung beitragen.

Und mit einer Podiumsdiskussion zum Thema: "Kundenorientierung im Wirtschaftsarchiv" ging es am darauf folgenden Tag weiter. Die Referenten, Dr. U. Soénius (Stiftung Rheinisch-Westfälisches Wirtschaftsarchiv zu Köln), Dr. M. Spoerer (Universität Hohenheim) und Dr. L. Meinzer (BASF, Ludwigshafen) vertraten zum Teil sehr unterschiedliche Auffassungen, wer mit dem Begriff "Kunde" im Wirtschaftsarchiv überhaupt gemeint sei und ob in allen Archiven die Kunden gleich wären. Vordergründig wurde auch die Frage diskutiert, ob und in welcher Form sich Wirtschaftsarchive nach "außen" öffnen können oder sollen. Es wurde zusammenfassend festgestellt, dass dies immer von den jeweiligen Firmenrichtlinien abhängig sei.

Im Anschluss an die Podiumsdiskussion referierte Dr. P. Blum (Stadtarchiv Heidelberg) über das Thema "Kundenorientierung im Archiv oder Knock-out des Archivars? - Neue Aufgaben, neue Anforderungen, neue Archivare?" Resultat des sehr interessanten Vortrags war: wir brauchen nach wie vor Archivare, diese aber müssen ihre Tätigkeit als Dienstleistung begreifen und viel offensiver auf Wünsche und Bedürfnisse ihrer "Kunden" reagieren. An dem sehr anschaulichen Beispiel der Image-Broschüre "Not only 4 kids", einer Gemeinschaftsproduktion von DaimlerChrysler Unternehmensgeschichte/Konzernarchiv und Stadtarchiv Heidelberg, konnte Dr. Blum die Möglichkeiten aufzeigen, die eine gezielte Öffentlichkeitsarbeit eröffnet. Dazu zählt unter anderem, neue erweiterte Zielgruppen für die Archive und ihre Bestände zu gewinnen. Natürlich ist dies immer davon abhängig, in wie weit sich ein Wirtschaftsarchiv auch nach "außen" öffnen und präsentieren möchte.

Der Nachmittag gehörte Theaterlehrerin und Stimmbildnerin S. Püschel. So genannte "Wiederholungstäter" (Teilnehmer, die bereits mehrfach einen Lehrgang in Heidelberg besuchten) wussten, was sich unter dem Thema "Richtig gut ankommen! - Übungen zu Sprecherziehung und Selbstpräsentation" verbirgt. Spielerisch Techniken zu Sprecherziehung und Selbstpräsentation lernen, das war das Ziel der dreistündigen Übungen. Einhellig wurden diese Übungen als sehr hilfreich für die Bewältigung z.B. von "Lampenfieber" bewertet. Die Teilnehmer waren an diesem Montag Gast der Friedrich Ebert Gedenkstätte und hatten am Nachmittag Gelegenheit, an einer Museumsführung (M. Braun) teilzunehmen.

Mit ihrem Referat "Der "Goldene Ventilator" oder Kundenorientierung in einem Wirtschaftsarchiv" eröffnete Johanna Gisler von WWZ-Bibliothek und Schweizerischem Wirtschaftsarchiv (SWA) der Uni Basel den zweiten Seminartag. Durch die Verzahnung der Dienstleistungen von Archiv, Dokumentation und Bibliothek wird dort eine einmalig umfassende Information zu Wirtschaftsfragen für die gesamte Schweiz, aber auch für Kunden aus dem europäischen Ausland angeboten. Der "goldene Ventilator" ist eine Auszeichnung, die der Einrichtung für ihre besondere Kundenorientierung verliehen wurde. Frau Gisler erläuterte anhand zahlreicher Beispiele das beeindruckende

Dienstleistungsspektrum, das mit Blick auf die sich seit längerem abzeichnenden Substitutionsphänomene wie z.B. Orientierung auf elektronische Medien und Informationsangebote, ständig weiterentwickelt wird.

Wie Kundenorientierung auch in einem noch jungen Bankarchiv konsequent umgesetzt wird, zeigte Cornelia Erbe vom Historischen Archiv der Dresdner Bank, in dessen Tätigkeit sie umfassenden Einblick gab. Auch unter den Bedingungen noch zahlreicher zu erschließender Bestände und den zusätzlichen erheblichen Einschränkungen durch das Bankgeheimnis ("Kundendaten gibt es nahezu in jeder Akte") wird von Anfang an der Servicegedanke betont. Beispiel: Kundenbindung durch positive Rückmeldung mittels kleinerer Zusatzleistungen, auch wenn das eigentliche Anliegen negativ beschieden werden muss (z.B. bei alten Wertpapieren Hinweis auf Sammlermarkt). Ein besonders wirksames Instrument der frühzeitigen externen und internen Positionierung wurde anhand der vom Archiv initiierten Gründung der Eugen-Gutmann-Gesellschaft vorgestellt. Sie bietet allen aktiven und ehemaligen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie der interessierten Öffentlichkeit ein Forum für die Diskussion historischer Fragen mit aktuellem Bezug und wird mit ihren vielfältigen Aktivitäten vollständig vom Archiv betreut.

Für Gerda Tschira, Gründerin des Carl Bosch Museums und großzügige Gastgeberin, zählen zur Kundenorientierung neben der persönlichen Betreuung als wichtige Elemente auch Sauberkeit, gepflegte Ausstattung und freundliche Atmosphäre.

Kundenorientierung im Wirtschaftsarchiv kostet auch Zeit. Am Zeitmanagement setzte deshalb der Seminarblock des Nachmittages "Don't hurry - be happy" des Experten für Zeitsouveränität und Bestsellerautors Prof. Dr. L. Seiwert an. Störfaktoren bei der Bewältigung des Berufsalltags und Schwächen im persönlichen Zeitmanagement wurden im Wechsel von Vortrag und Aktion erarbeitet. Vieles hat man schon lange gewusst oder erahnt - hier wurde es noch einmal explizit aufgezeigt, strukturiert und das individuelle Zeitmanagement-Profil ermittelt. Bei der Diagnose allein blieb es nicht. Möglichkeiten einer konsequenten Tagesplanung wurden aufgezeigt und geübt, ebenso wie Wege zur allmählichen Stärkung des persönlichen "Time Mastery-Profiles": Unverzichtbar für die erfolgreiche Umsetzung: die regelmäßige Selbstkontrolle. Als Korsett darf das Zeitmanagement nicht verstanden werden. Flexibilität ist weiterhin unabdingbar - wichtigster Satz: "es kommt darauf an!"

Den Tagungsort wechseln, dies lässt sich im geschichtsträchtigen Heidelberg mit einer historischen Outdoor-Führung verbinden. Kundiger Führer war Dr. D. Bahls. Ziel das Haus der Burschenschaft Frankonia mit seinem Korporationsarchiv. Dr. G. Berger und Archivarin Dr. A. Lindig gewährten in teils vergnüglichen Vorträgen und einer engagierten Führung durch Archiv und Bibliothek Einblick in die archivarische Nischenarbeit eines Spezialarchivs.

Wie immer perfekt organisiert, wurden die Teilnehmer am nächsten Tag mit einem Shuttlebus vom Hotel abgeholt und in das Landesmuseum für Technik und Arbeit in Mannheim gefahren. Hier sollte ein weiteres "Highlight" des Lehrgangs folgen. Regina Zelms (PASO - Partnerin für Seminare und Seminarorganisation, Frankfurt a.M.) konnte in einem zweigeteilten Workshop zum Thema "Der Kunde im Mittelpunkt - Und damit immer im Weg? und "Qualitäts- und Krisenmanagement als Bestandteil aktiver Kundenorientierung im Unternehmensarchiv - Wie die Qualität der Kundenzufriedenheit messen und auftretende Konflikte lösen?" ihre professionelle Seminalgestaltung unter Beweis stellen. Die aufgeschlossene Atmosphäre eines Workshops zu Themen, die alle Teilnehmer so oder ähnlich tagtäglich in ihrem Arbeitsprozess erleben, hat zum optimalen Erfolg dieses Lehrgangsblocks beigetragen. Frei nach der Devise von L. Seiwert, "... nur das, was ich selber erarbeite, bleibt mir lange im Gedächtnis ..." konnten viele Problemsituationen angesprochen und Lösungsvorschläge erarbeitet werden. Fragestellungen wie z.B.: Kundenorientierung - was ist das? Was gehört dazu? Was erwarten unsere Kunden heute von uns als Dienstleister usw.? führten zu regen Diskussionen. Alle Teilnehmer konnten wie immer von der praxisnahen Vermittlung profitieren und wurden angeregt, das ein- oder andere in ihren Archiven umzusetzen.

Wenn schon Gelegenheit besteht, in den Räumen eines Museums ein Seminar zu besuchen, gehört natürlich zum Abschluss einer solchen Veranstaltung eine Hausführung (durch Dr. Th. Herzig). Zumal das Mannheimer Museum mit dem Science Center ELEMENTA 1, Wissenschaft zum Anfassen ermöglicht. Gerade letzteres wurde von vielen Teilnehmern als Auflockerung nach einem sehr erfolgreichen, aber dennoch anstrengenden Seminartag empfunden.

Archivische Öffentlichkeitsarbeit sowie Transparenz und Optimierung der archivischen Aufgaben im Sinne eines Qualitätsmanagements sind ein wichtiges Standbein der Kundenorientierung und Kundenbindung. Unter diesem Focus gestalteten R. Borstel und M. Pohlenz (Unternehmensgeschichte/Archiv Bayer AG, Leverkusen) den letzten Seminarblock am Donnerstag, der in den modernen Räumen des Universitätsarchivs stattfand. R. Borstel brachte seine langjährige Erfahrung aus der Unternehmenskommunikation in dieses Thema ein. In Workshopmanier wurde anhand konkreter Fallbeispiele ein umfassender Ideenkatalog mit vielfältigen Anwendungsmöglichkeiten für die interne und externe Öffentlichkeitsarbeit erarbeitet. Daraus lässt sich für jedes Archiv nach den jeweiligen Gegebenheiten etwas entwickeln. Auf wirkungsvolle und praktische Umsetzungsmöglichkeiten auch bei kleinem Etat wurde dabei Rücksicht genommen.

Großen Anklang fand auch die Darstellung eines für Archive nur auf den ersten Blick ungewöhnlich erscheinenden Qualitätsmanagement-Handbuchs, hat doch das Qualitätsmanagement nach ISO in Dienstleistungsbereichen längst Einzug gehalten. M. Pohlenz stellte dieses in Archiven bislang einmalige Projekt des Bayer-Archivs vor. Einer Einführung, die u.a. Ziele, Produkte, Lieferanten und Kunden des Archivs darstellt und als "Grundsatzprogramm" für das Archiv angesehen werden kann, folgt die etwas umfangreichere Beschreibung der Regeln, nach denen die Geschäftsprozesse im Archiv ablaufen, und der Zuständigkeiten (mit Qualifikationsvoraussetzungen des Personals). Diese Transparenz mit Ausrichtung auf Kundenorientierung und Qualität schafft Vertrauen bei Führung wie Kunden und eine Basis für die zielorientierte Steuerung und Weiterentwicklung der Dienstleistungen. Als zusätzlicher Effekt ist der Dienstleister Archiv auf weitere Anforderungen vorbereitet (z.B. Organisationsuntersuchungen).

In der Abschlussbesprechung zeigten sich die Teilnehmer rundum zufrieden mit dem Lehrgang, mit der Vielfalt der Themen gleichermaßen wie mit den unterschiedlichen, abwechslungsreichen Präsentationsformen und -orten. Die Fülle der gemeinsamen Veranstaltungen und die gemeinsame Hotelunterbringung unterstützten das gegenseitige Kennenlernen und den Aufbau eines Netzwerkes. "Und immer wieder Heidelberg ..." ,das bedeutet: immer wieder interessant, bereichernd, gute Kontakte und Spaß. Wie die wachsende Zahl der Wiederholungstäter zeigt, können die Teilnehmer des 52. VdW-Lehrgangs den Besuch dieser einmaligen praxisbezogenen Weiterbildungsmaßnahme nur weiterempfehlen.

Walburga Baier/Bärbel Kern, Bonn/Bremen