

Bildungs-, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Bewegungsarchiven

Wer kennt das nicht: Ein lang geplanter, gut vorbereiteter Vortrag im Archiv, für den man sich die Schuhsohlen abgelaufen hat, um ReferentInnengelder locker zu machen und Exponate in Vitrinen ausstellen zu können? Für den man die seit langem brachliegende Homepage aktualisiert hat, sogar eine/n JournalistIn der Lokalzeitung zu einem Vorgespräch einladen konnte, die dann auch tatsächlich einen kleinen Artikel am Tag der Veranstaltung in der Zeitung unterbringen konnte - und dann kommen nur Menschen, die dem Archiv ohnehin bereits bekannt sind.

Hiermit ist wahrscheinlich ein klassisches Szenario beschrieben, das das Spannungsverhältnis deutlich macht, in dem sich die Archive, Bibliotheken und Dokumentationsstellen mit ihrer Bildungs-, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bewegen. Der Aufwand ist oft groß und das Ergebnis in statistischen Angaben gemessen nur gering. Aber rein betriebswirtschaftliches Denken und Handeln ist hier völlig fehl am Platze, denn für die Bewegungsarchive spielt Bildungs-, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit aus den unterschiedlichsten Gründen eine ausgesprochen große Rolle. Viele verstehen ihre gesamte Arbeit als ein Zusammenspiel von Archiv, Bildung und Politik. Ihrem politischen Selbstverständnis nach mischen sich Archive auch in aktuelle Politik ein. Ein wichtiges Mittel sind hier öffentlichkeitswirksame Veranstaltungen zu politischen Anlässen und Aktionen mit Dokumenten des Archivs. So beteiligen sie sich z.B. mit Ausstellungen von Anti-AKW-Plakaten an den Protestaktionen der Anti-AKW-Bewegung.

Daneben gibt es Archive, Bibliotheken und Dokumentationsstellen, deren An- bzw. Einbindung in eine politische Bewegung eher gering ist und dies aus unterschiedlichen Beweggründen. Einmal gibt es die aktive Bewegung so nicht mehr, aber es gibt ArchivarInnen, oft mit Bewegungsbiografien, die sich beispielsweise um das Gedächtnis der Friedensbewegung oder der Neuen Frauenbewegung bemühen. Zum anderen gibt es Archive, die Wert auf eine größere Unabhängigkeit zu ihren MaterialgeberInnen legen.

Aller dieser unterschiedlichen politischen Selbstverständnisse ungeachtet arbeiten Bewegungsarchive häufig projektbezogen mit öffentlichen Geldern, was sie immer verpflichtet, die Ergebnisse der Archivierungsarbeiten in Form von Veranstaltungen, Ausstellungen und Publikationen der Öffentlichkeit zugänglich zu machen.

Dieser Beitrag über Bildungs-, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in einer Handreichung für Archive, Bibliotheken und Dokumentationsstellen hat nicht den Anspruch, die politische Bedeutung von Bildungsarbeit in Theorie und Praxis der Arbeit der Bewegungsarchive wissenschaftlich auszuleuchten. Auch soll die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit nicht unter vergleichbaren Fragestellungen betrachtet werden. Dazu wäre eine wissenschaftliche Arbeit notwendig. Der Beitrag will vielmehr handwerklich-technische Hilfestellung geben und Erfahrungswerte mitteilen. So erklärt sich auch die Koppelung von Bildungs-, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in diesem Text. Nicht weil diese Bereiche inhaltlich notwendig zusammengehören, werden sie hier zusammen behandelt, sondern weil in der praktischen Arbeit der Bewegungsarchive oft kaum eine Grenzziehung zwischen der Konzeption und Durchführung einer Ausstellung und der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für diese Ausstellung möglich ist.

Was ist Bildungsarbeit im Bewegungsarchiv?

Bildungsarbeit in Bewegungsarchiven ist der freiwilligen Erwachsenenbildung zuzurechnen und abzugrenzen von Ausbildung. Damit ist sie, anders als z.B. Ausbildung, nicht direkt zur beruflichen Qualifizierung und Nutzung bestimmt.

Die Bewegungsarchive definieren ihren Bildungsauftrag im Sinne von Zugänglichmachung der Bestände für Fort- und Weiterbildung gesellschaftspolitisch Interessierter und Engagierter. Zu den Zielgruppen zählen neben Erwachsenen auch Schulen und Jugendliche.

Bildungsarbeit von Bewegungsarchiven umfasst die direkte persönliche Vermittlungsarbeit und/oder die Anleitung anderer zu selbständiger Arbeit mit den Materialien und Dokumenten des Archivs.

Das Repertoire an Veranstaltungsformen ist beeindruckend und vielgestaltig, wobei es in seiner konkreten Ausgestaltung immer zeit-, themen- und zielgruppenabhängig ist. Es umfasst z.B. einmalige Vorträge, Veranstaltungsreihen, Workshops, Erzählcafés, Angebote zur Erarbeitung von Stadtrundgängen oder auch die Beteiligung an Veranstaltungen anderer.

Das Besondere ist hier, dass neben die archivische, bibliothekarische und dokumentarische Arbeit an und mit den Beständen die Vermittlungsarbeit tritt. Pädagogische, didaktische Fertigkeiten und Erfahrungen sind gefragt. Gutes Veranstaltungsmanagement, die geschickte und motivierende Durchführung einer Veranstaltung sind ebenso wichtig wie das inhaltliche ExpertInnenwissen, z.B. über die lokale Frauenbewegung und ihre Dokumente oder Aktivitäten der Anti-Atombewegung und ihre Plakatproduktion. Da aber kein Bewegungsarchiv über ei

nen Archivpädagogischen Dienst oder über eine Abteilung für Öffentlichkeitsarbeit verfügt, machen die engagierten ArchivarInnen fast immer alles selbst. Sie sind oft alles in einer Person: ArchivarIn, WissenschaftlerIn, Vortragende/r, JournalistIn und politisch Engagierte/r.

Eine gelungene Veranstaltung ist fast wie ein Kunstwerk. Sie sollte nicht unbedingt nur perfekt organisiert und beworben sein, sondern auch Lust, Vergnügen und Spaß bereiten, zu politischer Arbeit anregen und Leute mobilisieren. Wie organisiere ich nun eine solche Veranstaltung unter den Bedingungen eines kleinen Bewegungsarchivs, das in erster Linie mit ehrenamtlichen MitarbeiterInnen arbeitet?

Wie plane und organisiere ich eine Veranstaltung, wie führe ich sie durch?

Aus Erfahrung wissen wahrscheinlich alle, dass ein Konzept irgendwann im Verlauf der heißen Arbeitsphase aus den Augen geraten kann und nur noch Krisenmanagement angesagt ist, aber an dieser Stelle möchte ich dennoch für ein Planungskonzept plädieren. Es besteht aus drei Teilen und sollte idealtypischerweise ständig bei der Arbeit präsent sein. Im Folgenden stelle ich dieses Konzept vor, wobei die drei Teile des Konzepts in der Praxis natürlich zusammenspielen und im Prinzip gleichzeitig bearbeitet werden müssen. Der Systematisierungsvorschlag in Teil 1, 2 und 3 soll die Komplexität eines Veranstaltungsprojekts deutlich machen und Tipps und Hilfestellung für die Bearbeitung an die Hand geben, indem er alle anfallenden Aufgaben in eine sinnvolle Struktur bringt. Also stehen Arbeitsschritte, die in die inhaltlich-organisatorische Planungsphase gehören in Teil 1. Im Teil 2 finden sich die für die konkrete Umsetzungsphase wichtigen Arbeiten. Teil 3 behandelt Finanz- und Personaleinsatzfragen sowie Fragen von Kooperationen.

Das Planungskonzept sollte Basis für sämtliche Arbeiten vor, bei und nach einer Veranstaltung sein. Es sollte für kleine wie große Vorhaben eingesetzt werden können und allen Beteiligten als Orientierungshilfe dienen.

Planungskonzept Teil 1

→**Anlass/Motivation** sollten genau geklärt und schriftlich formuliert werden. Das dient zum einen der Selbstvergewisserung und hilft gleichzeitig bei der Einwerbung finanzieller wie ideeller Unterstützung.

Die **Zielgruppe** genau zu definieren, gehört zu den konzeptionellen Planungen. Nur so kann ein auf sie abgestimmtes Angebot organisiert werden.

Sich Gedanken über den **Ort/Raum** zu machen und eventuell frühzeitig festzulegen, ist aus organisatorischen Gründen wichtig. Darüber hinaus können für bestimmte inhaltliche Projekte Orte symbolischen Charakter haben und unverzichtbar für eine Veranstaltung sein.

Planungskonzept Teil 2

→**Themen und Objekte/Exponate** frühzeitig festzulegen bzw. auszuwählen, ist für Ausstellungen wie Vorträge wichtig, weil eventuell langwierige Recherchen oder Ausleihen eingeplant werden und Terminkalender von ReferentInnen und ExpertInnen einkalkuliert werden müssen.

Der **Präsentationsform** sollte u.a. aus organisatorischen Gründen Aufmerksamkeit gelten. Ob Podium oder Ausstellung, Workshop oder Konferenz, Stehempfang oder Führung ist wichtig für die Raumwahl und für die Veranstaltungstechnik (Beamer, Pinnwand, Moderationskoffer, Bilderrahmen).

Für die **räumliche Gestaltung** z.B. größerer Ausstellungsprojekte sollten erfahrene Leute (wenn das Geld langt, auch durchaus Agenturen) zu Rate gezogen werden. Die auch räumliche Stimmigkeit einer Veranstaltung sollte nicht unterschätzt werden.

Planungskonzept Teil 3

→**Finanzen** dürfen kein Tabu sein. Man sollte sich zu Beginn eines Projektes darüber klar werden, ob Gelder für Werkverträge, Honorare, Fahrtkosten, Reproarbeiten, Ausstellungstechnik und Mieten benötigt werden. Angebote von Firmen einzuholen ist sinnvoll, weil so bei der Suche nach GeldgeberInnen genaue Angaben zum Finanzbedarf gemacht werden bzw. Anträge genau formuliert und gestellt werden können.

Personelle Ressourcen und **Verantwortlichkeiten** in einem Plan festzuhalten und auch festzulegen, macht großen Sinn, weil so gezielt MitarbeiterInnen mit besonderen Kenntnissen, Fertigkeiten oder Erfahrungen eingesetzt werden können und der Mangel an Geld und Engagierten ein wenig ausgeglichen werden kann.

Netzwerk und Umfeld einer Veranstaltung oder eines Projektes sind von Bedeutung, weil es eventuell Sinn macht, Kooperation mit anderen Initiativen einzugehen. So können manchmal inhaltlich-thematische oder auch organisatorische Zusammenhänge hergestellt werden, die das eigene politische Netzwerk fördern, festigen, erweitern und den Erfolg einer Veranstaltung mitbestimmen.

Eine einzige **Ansprechperson** sollte für die Dauer eines Projektes die Außenkontakte zu Interessierten, UnterstützerInnen, GeldgeberInnen pflegen, weil so auf der einen Seite ein guter Informationsfluss besser gewährleistet ist, und auf der anderen Seite die VeranstalterInnen insofern profitieren, als alle veranstaltungsrelevanten Informationen gebündelt bei einer Person ankommen bzw. abgerufen werden können.

Zusätzlich zu den Tipps und dem Strukturvorschlag aus dem Planungskonzept bietet es sich aus arbeitsökonomischen und Renommeegründen an, Veranstaltungen zu verstetigen, so z.B. Führungen durch das Archiv oder monatlich wiederkehrende Diskussionsveranstaltungen anzubieten. Sowohl inhaltliche Vorbereitung, Organisation als auch Durchführung können mit mehr Routine durchgeführt werden, was für alle folgenden Veranstaltungen auch heißen kann, dass der Aufwand geringer wird und die Kompetenz wächst.

Was ist Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Bewegungsarchiv?

An dieser Stelle möchte ich mich auf den Bereich von Öffentlichkeitsarbeit konzentrieren, der die offensive Werbung für das Archiv und seine Aktivitäten betreibt.

Der Aufbau von Kontakten zu den Netzwerken, in denen Archive sich politisch wie fachlich bewegen und die Kontaktpflege sind besonders wichtig. Hierzu gehört die Mitarbeit an Projekten, die Zusammenarbeit mit linken/alternativen Buchläden, DozentInnen und StudentInnen einschlägiger Fachrichtungen und Bibliotheken. Aufwendig, aber unabdingbar für eine gute Präsenz in den Medien, ist der Kontakt zu MultiplikatorInnen, die dabei helfen, Artikel in Zeitungen und Zeitschriften unterzubringen.

Es ist ratsam, möglichst eine ArchivmitstreiterIn, die gute persönliche Kontakte und Interesse an der Darstellung des Archivs in der Öffentlichkeit hat, für diese Arbeit zu gewinnen. Dadurch gewinnt die Archivarbeit nach außen hin an Berechenbarkeit und nach innen an Konstanz und Routine. Auch wenn viele sich als Team oder Kollektiv verstehen, ist diese Arbeitsteilung dennoch zu empfehlen. Die Aufgabe kann ja im jährlichen oder zweijährlichen Wechsel ausgeübt werden.

Intensive und besonders verlässliche Medienarbeit - gemeint sind hier insbesondere die Printmedien, aber auch das Fernsehen und der Rundfunk - ist von ganz großer Bedeutung. Sie trägt mit dazu bei, dass die Bewegungsarchive in der Öffentlichkeit wahrgenommen werden. Sie kann darüber hinaus vor allem in finanziell angespannten Zeiten und schwierigen politischen Situationen die Öffentlichkeit mobilisieren helfen und mit zur Überlebensstrategie für Archive werden.

Jede/r von uns hat sicherlich schon einmal die Erfahrung gemacht, dass die Presse neue und aktuelle Themen bevorzugt. In Archiven wird aber nun einmal nicht eine Neuigkeit nach der anderen produziert, so dass die ständige Präsenz in der Presse als sichere, verlässliche Werbung kaum möglich ist. Hinzu kommt, dass Pressearbeit ein hartes Geschäft ist, das Geduld und Hartnäckigkeit erfordert und bei dem man unter Umständen für jeden Artikel neue Kontakte knüpfen muss, denn die Fluktuation in den Redaktionen der Szene-Medien wie der etablierten Presse ist sehr hoch. Man kann sich glücklich schätzen, wenn ein und die-/derselbe JournalistIn über längere Zeit zuständig und interessiert ist und auch schon mal einen Beitrag über das Archiv unterbringt.

Neben gelegentlichen größeren Sonderbeiträgen sei an dieser Stelle auf die Tageskalender der Lokalzeitungen hingewiesen. Es gibt Anzeigenschaltungen, die Geld kosten. Normalerweise ist die Anzeige im Tageskalender der Lokalzeitung jedoch kostenfrei. Also sollten die Öffnungszeiten des Archivs regelmäßig, wenn möglich täglich untergebracht werden. Nach dem Motto "steter Tropfen höhlt den Stein" wissen dann irgendwann alle von der Existenz der Einrichtung, auch wenn sie darüber hinaus von den Beständen und der Arbeit des Archivs keine genaue Vorstellung haben. Besondere Veranstaltungen müssen gesondert angekündigt werden. Zusätzlich sollten zur Werbung für diese besonderen Veranstaltungen Artikel mit Illustration in der Zeitung untergebracht werden. Stadtteilzeitungen wie z.B. die Anzeigenblätter haben oft einen kleinen redaktionellen Teil. Sie nehmen meist unzensiert alles und haben eine sehr große LeserInnenschaft, weil sie kostenlos verteilt werden.

An dieser Stelle möchte ich einige Vorschläge aus dem handwerklichen Repertoire des Journalismus machen, die für das Verfassen einer guten Pressemitteilung und eines informativen Veranstaltungshinweises wichtig sind. Drei wesentliche Vorüberlegungen sollten vor der Textproduktion angestellt werden:

- Was interessiert die LeserInnen?
- Welche Informationen sollen vermittelt werden?
- Wie wird die Information von den Medien (Printmedien, online-Publikationen, Rundfunk, Fernsehen) präsentiert?

Die journalistischen Faustregeln für den Aufbau einer Pressemitteilung lauten:

- Wichtiges an den Textanfang: Wer, was, wann, wo?
- Das Neue oder Besondere an einer Veranstaltung herausstellen
- Bei personenbezogenen Meldungen Namen und Vornamen nicht vergessen
- Kurze Sätze, keine Fremdwörter, keine Abkürzungen

Die Faustregeln für den Aufbau von Zeitungsberichten/Artikeln sind:

- Akzente setzen, keine langen Niederschriften verfassen
- Kurz und knapp formulieren
- Konkret und beispielhaft schreiben
- Bei den LeserInnen wenig als bekannt voraussetzen und Inhalte kurz erklären
- Viele kurze Berichte/Artikel über mehrere Tage und Wochen verteilt sind günstiger als ein einmaliger längerer Bericht

Allen bisher beschriebenen Schwierigkeiten zum Trotz: Eine intensive Pressearbeit lohnt sich ganz besonders bei Lokalzeitungen, die immer noch eine große Verbreitung haben. Und keine Scheu vor dem ersten Telefonat bei der Redaktion der Lokalzeitung, dem "Stadtblatt" etc. und der Frage nach der/dem zuständigen JournalistIn. Denn nicht nur das Archiv ist abhängig von einer gewissen Präsenz in der Presse, auch die Presse ist abhängig von interessanten, wichtigen Aktivitäten, über die sie berichten kann. Also nicht nur wir möchten etwas, sondern wir haben oft auch Interessantes anzubieten.

Neben Kontaktaufbau und -pflege sind die Klassiker der Öffentlichkeitsarbeit nach wie vor von großer Bedeutung. Dazu gehören alle allgemeinen schriftlichen Infos über das Archiv und seine Aktivitäten, die als Hand-outs bei Veranstaltungen eingesetzt werden können, wie z.B. Selbstdarstellungsbroschüren oder -faltblätter. Eine gute Selbstdarstellung sollte einen möglichst hohen Wiedererkennungswert haben - über Form, Farbe oder Logo - kurz und knapp beschreiben, wer das Archiv ist, welches Sammlungsprofil es hat, welche Bestände eingesehen werden können und welche sonstigen Aktivitäten es gibt, welchen Service man in An

spruch nehmen kann, wann und wie es zu erreichen und wer die Kontaktperson ist.

Zu den Grundlagen einer guten Öffentlichkeitsarbeit gehört ein guter und aktueller Adressverteiler sowohl für klassische als auch für elektronische Post. Auch wenn dies oft als unnötige Arbeit angesehen wird, erfahrungsgemäß zahlt sich die Investition in den Aufbau und die Pflege eines Adressverteilers schnell aus.

Wie bewältige ich die komplexen Arbeitsanforderungen?

Eine Antwort auf diese Frage ist sicherlich Arbeitsteilung innerhalb des Archivteams. Sie macht es möglich, dass engagierte ArchivmitarbeiterInnen ihre Vorlieben und Stärken gezielt einsetzen können. Eine zweite mögliche Antwort heißt Konzentration und Beschränkung, d.h. manchmal müssen Bewegungsarchive auch Abstand nehmen von lieb gewonnenen Hochglanzflyern, Vielfarbdrukken und Präsenzen auf allen "Hochzeiten" der modernen Mediengesellschaft, auf allen Demos und Aktionstagen. Eine dritte Lösungsmöglichkeit liegt in Kooperationen mit befreundeten Archiven und Netzwerken. Ein Minimum an Präsenz in der Öffentlichkeit sollte aber unbedingt eingehalten werden. Es ist nämlich nichts schädlicher für ein Archiv, als nicht zugänglich zu sein und keine aktuelle Bestandsübersicht zu haben. Immer notwendig ist es auch, dass eine persönlich ansprechbare Person bekannt ist.

Wer gibt Tipps und Infos zu Bildungs-, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit?

An dieser Stelle möchte ich eine Auswahl an wichtigen Ansprechadressen vorstellen, die sich ausserhalb der uns vertrauten Netzwerke befinden und zu denen viele von uns bisher keinen oder kaum Kontakt hatten. Einige Adressen können zum Einstieg genutzt werden, andere dagegen machen direkt klassische Fachangebote, die als Handwerkszeug von uns einmal kritisch ausprobiert werden sollten.

Einen Einstieg in die klassische Archivszene bietet die Website des Verbandes deutscher Archivarinnen und Archivare (VdA): www.vda.archiv.net. Direkt zum Arbeitskreis Archivpädagogik und Historische Bildungsarbeit des VdA und dessen Mitteilungsblatt geht es über die Seite: www.archivpaedagogen.de. Die Angebote sind am Bedarf staatlicher, kommunaler und anderer kleinerer Archive, wie z.B. Verbandsarchive orientiert, aber dennoch findet sich hier auch das eine oder andere fachliche Angebot für ein Bewegungsarchiv.

Nordrhein-Westfalen ist das einzige Bundesland, das über Archivberatungseinrichtungen in

den Landschaftsverbänden Rheinland und Westfalen-Lippe verfügt, die unabhängigen Archiven mit Rat und Tat zur Seite stehen. Sie sind für alle kommunalen und nichtstaatlichen Archive zuständig, beraten und unterstützen in Fragen des Archivaufbaus, der Organisation, der Archivtechnik und der Bewertung von Archivalien. Im Zusammenhang mit Bildungs-, Öffentlichkeits- und Pressearbeit sind hier insbesondere die Fortbildungsprogramme interessant, die beide Archivberatungseinrichtungen anbieten und die den MitarbeiterInnen nichtstaatlicher Archive offen stehen. InteressentInnen anderer Bundesländer können, wenn Kapazitäten frei sind, dieses Fortbildungsprogramm ebenfalls in Anspruch nehmen. Bedarf an speziellen Fortbildungen kann jederzeit angemeldet werden. Das Rheinische Archiv- und Museumsamt/Abteilung Archivberatung des Landschaftsverbandes Rheinland ist über die Seite: www.Lvr.de zu erreichen, das Westfälische Archivamt des Landschaftsverbandes Westfalen-Lippe über: www.lwl.org/LWL/Kultur/Archivamt. Die Archivschule Marburg, eine der großen Ausbildungsstätten für ArchivarInnen, bietet zusätzlich zur klassischen Ausbildung ein frei zugängliches Fortbildungsprogramm an, das unter: www.uni-marburg.de/archivschule eingesehen werden kann. Der Fachbereich Archiv, Bibliothek, Dokumentation der Fachhochschule Potsdam bietet ebenfalls ein Weiterbildungsprogramm an, das über: www.fh-potsdam.de zu finden ist.

Die Bundesakademie für kulturelle Bildung in Wolfenbüttel: www.bundesakademie.de bietet Fortbildungen im musealen und künstlerischen Bereich, z.B. zu Ausstellungsmanagement oder kreativem Schreiben. Die Akademie Remscheid: www.akademieremscheid.de ermöglicht im Bereich Medien-Öffentlichkeitsarbeit Weiterbildungsangebote, die auch für ArchivarInnen und DokumentarInnen unserer Szene von Interesse sein können. Umbruch, das Bildungswerk für Friedenspolitik und gewaltfreie Veränderung mit Sitz in Köln und Dortmund www.umbruch-bildungswerk, bietet umfangreiche und vielfältige Fortbildungen in Presse- und Öffentlichkeitsarbeit an, um politisch Aktive z.B. in der Kampagnenplanung und ihrer Durchführung zu schulen.

Die sechs politischen Stiftungen in der Bundesrepublik haben auf Bundes- und/oder auf Länderebene Fort- und Weiterbildungsangebote, zu deren Standardangeboten Schulungen in Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, d.h. u.a. allgemeine Trainings zur Stärkung der Medienkompetenz, konkrete Text-Trainings oder Foto-Trainings gehören. Einige Stiftungen bieten zusätzlich zur klassischen Bildungsveranstaltung mit Präsenz "e-learning - Fortbildungsakademien" an.

Das genaue Studium der Angebote lokaler Erwachsenenbildungseinrichtungen wie der Volkshochschulen und Bildungswerkstätten lohnt sich durchaus, da auch diese gute und preisgünstige Schulungen in Presse- und Öffentlichkeitsarbeit anbieten. Schulungen zu Veranstaltungsplanung und -durchführung finden sich ebenfalls häufig im Programm. Falls sie es noch nicht im Programm haben, kann man Bedarf an einem solchen Angebot anmelden.

Und last but not least möchte ich beispielhaft einige Adressen aus Bewegungsarchivzusammenhängen nennen - für viele bereits vertraut - die selbst keine Fortbildungen anbieten, aber aufgrund ihrer Szene-Kenntnisse sicherlich gute und passende Tipps geben können: Der Dachverband deutschsprachiger Frauen/Lesbenarchive www.ida-dachverband.de, der Zusammenschluss ostdeutscher Ökologie-Gruppen www.grueneliga.de, das Informationszentrum 3. Welt www.iz3w.org, das Archiv für soziale Bewegungen in Baden www.soziologie.uni-freiburg.de und das Archiv Aktiv www.archiv-aktiv.de.

Anne Vechtel, Archiv Grünes Gedächtnis, Berlin