



VdA - Verband deutscher
Archivarinnen und Archivare e.V.
Unterarbeitskreis FaMI / Fachwirt

Gekommen, um zu bleiben ...



Eine Handreichung mit Gestaltungshinweisen des Messestands auf der Archivistica 2014 in Magdeburg

Johanna Michel
Jessica Niendorf
Kristina Paul

Auszubildende zur Fachangestellten
für Medien- und Informationsdienste
Klasse MI 111

Louise-Schroeder-Schule
Oberstufenzentrum Bürowirtschaft
und Verwaltung
Lippstädter Straße 9-11
12207 Berlin



Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung: Gekommen, um zu bleiben ...	4
2	Der Messebau	5
2.1	Definition	5
2.2	Das Messedesign	5
2.2.1	Herstellung von Modulen	5
2.2.2	Kommunikationsschema für Messestände	5
3	Marketinginstrumente	7
3.1	Marktforschung	7
3.2	Produkt- und Leistungs politik	8
3.3	Kommunikations politik	8
3.4	Preis- und Distributions politik	8
4	Handreichung	10
4.1	Elemente in der Orientierungszone	10
4.1.1	Poster	10
4.1.2	Fotopräsentation der Archivpraktika	10
4.1.3	Verteilen von Flyern	10
4.2	Elemente in der Präsentationszone	11
4.2.1	Roll-Ups	11
4.2.1.1	Auslandspraktika	11



4.2.1.2	Ausbildungsarchive in Berlin und Brandenburg	11
4.2.1.3	„Archiv entdecken!“	11
4.2.2	Handbuch zur Ahnenforschung	12
4.2.3	Flyer und Broschüren	12
4.2.3.1	Flyer des Unterarbeitskreises FaMI/ Fachwirt des VdA	12
4.2.3.2	Messeflyer	12
4.2.3.3	„London Guide“	13
4.2.3.4	Broschüre zum Berufsbild	13
4.3	Skizze des Messestands	14
5	Anhänge erster Entwürfe	15
5.1	Roll-Ups	ab Seite 16
5.1.1	Poster	16
5.1.2	Auslandspraktika	17-18
5.1.3	Ausbildungsarchive in Berlin und Brandenburg	19-20
5.1.4	Projekt „Archiv entdecken!“	21-22
5.2	Messeflyer	23-24
6	Quellenverzeichnis	25
6.1	Schriftliche Quellen	25
6.2	Bildquellen	25



1 Einleitung: Gekommen, um zu bleiben ...

Der Ausbildungsberuf des Fachangestellten für Medien- und Informationsdienste (FaMI) wurde bereits im Jahr 1998 ins Leben gerufen, doch stellen wir immer wieder in unserem Berufsalltag fest, dass der FaMI im ABD-Bereich tatsächlich immer noch ein unbekanntes Wesen ist, was zur Folge hat, dass unsere berufliche Qualität weit unterschätzt wird!

Im Verband deutscher Archivarinnen und Archivare e.V. wurde im Jahr 2010 der **Unterarbeitskreis FaMI/ Fachwirt** durch den Arbeitskreis Ausbildung und Berufsbild ins Leben gerufen und sich zur Aufgabe gemacht, das Berufsbild in der Archivlandschaft zu festigen und darüber hinaus einen Kommunikationsaustausch zwischen ausgelernten FaMIs zu ermöglichen. Der Unterarbeitskreis möchte einem breiten Publikum zeigen, wie vielfältig FaMIs einsetzbar sind und offenbart dabei berufliche Perspektiven. Insbesondere die Fortbildung zum Fachwirt für Medien- und Informationsdienste wird durch den Unterarbeitskreis gefördert.

Zusammen mit dem sich jährlich ereignenden Deutschen Archivtag findet auch die Archivmesse „**Archivistica**“ statt, bei der sowohl Archivarinnen und Archivare als auch Firmen Produkte und Dienstleistungen zum Archivwesen anbieten. Auf der größten europäischen Fachmesse für das Archivwesen möchte der Unterarbeitskreis FaMI/ Fachwirt vom 24.09. bis 27.09.2014 in Magdeburg einen **Messestand** betreuen, der das Berufsbild des FaMI in der Archivlandschaft noch weiter in den Vordergrund rücken soll. Im Jahr 2012 hat der Unterarbeitskreis bereits einen Stand betreut und möchte in Magdeburg an die Erfolge anknüpfen, um FaMIs noch weiter zu etablieren und herauszukristallisieren, welche wichtige Basis wir im Berufsalltag einnehmen.

Im Rahmen des **Marketingprojekts** im OSZ Louise Schröder haben wir – Jessica Niendorf, Johanna Michel und Kristina Paul – uns der Aufgabe angenommen, eine **Handreichung** mit Hinweisen für die Gestaltung des Messestands zu konzipieren. An dem Projekt waren die Fächer Service und Beratung, Wirtschaftslehre und Medien- und Informationsdienste (MI) beteiligt. Im Verlauf dieses Konzepts werden wir auf allgemeine Hinweise bei der Konstruktion von Messeständen, Absprachen mit der Vorsitzenden des Unterarbeitskreises Christiane Bruns sowie Zielstellungen und Inhalte des Messestands eingehen. Zusätzlich werden wir aufzeigen, welche Elemente der Marketinginstrumente sich in unserem „Produkt“ wiederfinden. Im Anhang werden wir erste Entwürfe für Roll Ups und Flyer präsentieren.

Berlin, d. 21. Februar 2014

Johanna Michel, Jessica Niendorf und Kristina Paul



2 Der Messebau

2.1 Definition

Um einen Messestand erfolgreich gestalten zu können, ist es wichtig, sich zunächst über das Medium Messe zu informieren. Messen sind Ereignisse, bei denen ganze Wirtschaftszweige einen umfassenden Überblick über ihre Angebote geben. Sie finden periodisch statt und dienen zum Verkauf der gezeigten Produkte. Charakteristisch ist, dass eine qualifizierte Zielgruppe die Messe besucht und sich für die dargebotenen Messethemen interessiert. Diese Eigenschaft wird passenderweise dafür genutzt, mit den Messebesuchern ins Gespräch zu kommen und einen informativen Austausch zu erzeugen. Der Nachteil entsteht aber dadurch, dass Besucher erwartungsvoll eine Messe besuchen und von Reizen förmlich überflutet werden. Deswegen gilt es, zielgenau seine Produkte und Dienstleistungen zu präsentieren und trotzdem die Aufmerksamkeit des Besuchers zu erregen.

2.2 Das Messedesign

2.2.1 Besonderheiten bei der Herstellung von Modulen

Da die einzelnen Messestände Produkte von Unternehmen präsentieren, muss sich die Gestaltung dem Corporate Design unterordnen. Bei Messebausystemen, bestehend aus sogenannten Modulen, sollte darauf geachtet werden, dass sie

- transportabel,
- in wenigen Tagen auf- und abbaubar,
- stabil,
- wiederverwendbar und
- von Laien aufgebaut werden können. Die Module sollten zudem so konstruiert sein, dass sie individuelle Gestaltungsmöglichkeiten auf der Messe selbst bieten können.

2.2.2 Kommunikationsschema für Messestände

Bei der Planung von Messeständen muss man beachten, dass verschiedene Zonen vorhanden sind, die später relevant dafür sind, möglichst viele interessierte Messebesucher an den Stand zu führen. Folgende Zonen sind bei der Vorbereitung zu bedenken:

1. Orientierungszone

Die Orientierungszone ist der äußerste Bereich eines Messestandes. Das Publikum orientiert sich hier und sollte schnell erkennen, was dieser Stand anbietet; gleichzeitig entscheidet es, ob er den Stand betritt oder nicht. Aus diesem Grund sollte in diesem Bereich etwas platziert werden oder stattfinden, was die Aufmerksamkeit der wirklich Interessierten weckt und sie dazu verführt, sich genauer zu informieren.



2. Präsentationszone

Die Angebote werden in der Präsentationszone so ausgelegt, dass sich Besucher selbstständig darüber informieren können. Dabei sollten die Standbetreuer bzw. Berater bei Fragen stets zur Verfügung stehen.

3. Besprechungszone

Die Besprechungszone ist der hinterste öffentlich zugängliche Bereich eines Messestands. Hier sollten Sitzmöglichkeiten zur Verfügung stehen, um vertiefende Beratungs- und Informationsgespräche führen zu können.

4. Funktionszone

Die Funktionszone ist der publikumsfernste Raum. Hier befinden sich Lagerungsmöglichkeiten, Garderobe und evtl. ein sozialer Bereich mit einer kleinen Küche.

Diese typische Ausgestaltung ist erst ab einer gewissen Standgröße möglich! Da es sich beim Messestand des Unterkreises um einen Kleinstand handelt, werden wir uns auf die Orientierungs- und Präsentationszone beschränken.

Auch erhielten wir die Information, dass der Unterkreis einen sogenannten Reihenstand erhält. Dieser ist nach einer Seite offen und grenzt mit drei Seiten an benachbarte Stände. Dieser bietet wenig Freiräume bei der Gestaltung, spart aber hohe Standgebühren.



3 Marketinginstrumente

Bezüglich der Einbindung verschiedener Marketinginstrumente bei der Gestaltung des VdA-Unterarbeitskreisstandes „FaMI/Fachwirt“ entwickelte sich bei unserem ersten Kundengespräch mit Frau Bruns, Frau Hohrmann und Frau Müller-Heiden eine kurze Diskussion über die Möglichkeit, diese auch tatsächlich anwenden zu können. Da sich der Stand inhaltlich um den FaMI-Beruf dreht und die Zielstellung verfolgt, ihn noch präsenter zu machen und auf seine Vielzahl an Einsatzmöglichkeiten hinzuweisen, können die Marketinginstrumente hier nicht an konkreten, mit bestimmten Eigenschaften versehenen und in bestimmte Preisklassen einzugliedernden Produkten eingesetzt werden. Es stellte sich jedoch schnell heraus, dass innerhalb des Public Marketing, welches für nicht-kommerzielle Zwecke meist in Einrichtungen des öffentlichen Dienstes stattfindet, einige Marketinginstrumente durchaus sinnvoll eingesetzt werden können. Auch um unsere Zielstellung zu erreichen, bei möglichst vielen Messebesuchern Interesse an dem Stand zu wecken, war die Auseinandersetzung mit den Marketinginstrumenten eine hilfreiche Grundlage und Anleitung. Auf folgende drei Instrumente haben wir uns schließlich bei der Planung des Standes berufen:

3.1 Marktforschung

Das Marketinginstrument der Marktforschung sollte uns während der ersten Schritte des Projektes bei der **Konkurrenzbeobachtung** behilflich sein. Hier haben wir anfangs auf der Internetseite des VdA Fotos von sämtlichen Ständen, die auf den Archivmessen der letzten zwei Jahre präsent waren, analysiert: Wir hielten unsere Eindrücke mit positiver und negativer Kritik fest, um sie für unseren eigenen Stand bestmöglich umsetzen zu können bzw. sie gleich von vornherein zu vermeiden. Weiterhin konnte Frau Bruns uns beim ersten Zusammentreffen schon einige Tipps für den groben Aufbau des Standes geben. Außerdem **befragten** wir sie als Auftraggeberin zu ihren Vorgaben, den (finanziellen) Mitteln des Unterarbeitskreises bzw. des VdA sowie zu den Materialien, die bereits vorhanden sind oder noch organisiert werden müssen (schon fertige Flyer, Laptops zum Abspielen audiovisueller Medien usw.). Während der Bearbeitung des Projekts profitierten wir darüber hinaus von Frau Bruns' **Beratungsfunktion** und ihren persönlichen Erfahrungen.

In unserem Falle sollte das Marketinginstrument der Marktforschung also in erster Linie dazu dienen, eine **Markterkundung** durchzuführen: Wir sammelten auf **unwissenschaftliche** bzw. **unsystematische** Weise möglichst viele Informationen, indem wir Kundengespräche führten, uns über einen möglichst professionellen Standaufbau bei Messen belesen haben und durch die Analyse der Fotos von Ständen auf den Messen der letzten beiden Jahre sowie durch Berichte von Frau Bruns und Frau Hohrmann Quellen „aus erster Hand“ einholten.



3.2 Produkt- und Leistungspolitik

Zu bewerben gilt es einzig den FaMI - dass er die Arbeit in einem Archiv durch seine Kenntnisse und Fähigkeiten perfekt unterstützen und es somit nur vorteilhaft sein kann, ihn - wenn noch nicht geschehen - im eigenen Archiv zu integrieren!

3.3 Kommunikationspolitik

Die Messebesucher sollen am Stand „FaMI/Fachwirt“ durch verschiedene **Flyer** und andere **Auslagen, Roll-Ups**, einen **Laptop mit einer Bilderpräsentation** und natürlich durch die **Standbetreuer** selbst informiert werden. Inhaltlich geht es dabei um die Möglichkeit eines Auslandspraktikums während der FaMI-Ausbildung, um die Öffentlichkeitsarbeit des Bundesarchivs anhand des ausgewählten FaMI-Projektes „Archiv entdecken!“ und um das Aufzeigen der Ausbildungsarchive im Raum Berlin/Brandenburg. Die Tätigkeit des Unterarbeitskreises wird durch einen bereits vorhandenen Roll-Up dargestellt. Zusätzlich werden beim Stand verschiedene Auslagen zu finden sein, welche die (an unserem OSZ) stattgefundenen FaMI-Projekte nochmals unterstreichen werden (Näheres dazu im Punkt 4 der Handreichung).

Darüber hinaus wird es vor allem Aufgabe der Standbetreuer sein, die Aufmerksamkeit möglichst vieler Messebesucher auf sich zu ziehen - durch **gezieltes Verteilen von Flyern** und eine **kompetente Beratung am Stand** selbst.

3.4 Preis- und Distributionspolitik

Die Preispolitik und die Distributionspolitik sind letztlich die beiden Marketinginstrumente, die für unsere Planung nicht relevant sein werden:

In unserem Falle wäre unter der Preispolitik konkret die Bezahlung eines FaMIs für seine Tätigkeit im Archiv zu verstehen – eine Aussage darüber zu treffen, ist natürlich nicht Ziel unseres Standes, da unsere Intention schlicht aus einer tieferen Integration des Berufes als um das Anschaffen eines materiellen Wertes besteht. Auch für unsere Werbung können wir keine gewisse Preisgrenze beachten; die Roll-Ups und Flyer werden von der Hausdruckerei des BStU gedruckt, die Laptops werden voraussichtlich vom BStU zur Verfügung gestellt. Von finanziellen Mitteln für Giveaways, wie z.B. Kugelschreiber, die wir gern an unserem Stand angeboten hätten, können wir leider nicht profitieren, wie sich im ersten gemeinsamen Gespräch herausgestellt hat.

Auch die Distributionspolitik findet bei der Standgestaltung keine Anwendung – hier ist wieder auf das Fehlen eines materiellen Wertes hinzuweisen; es wird in diesem Sinne kein Produkt



vertrieben, für das ein Weg von seiner Entstehung bis hin zum Abnehmer gesucht werden muss. Logistik, Vertriebsstrategien und Vertriebsprozesse spielen bei unserem Messestand keine Rolle.



4 Handreichung

4.1 Elemente in der Orientierungszone

4.1.1 Poster

In der Orientierungszone ist es wichtig, die Aufmerksamkeit des Messebesuchers zu erregen. Daher möchten wir ein Poster in der Nähe des Gangs aufstellen, auf dem das Eingangsfoto vergrößert dargestellt ist sowie ein Fließtext mit dem Motto des Stands und der Name des Ausstellers, in diesem Falle der Unterarbeitskreis FaMI/ Fachwirt des VdA. Besonders das Foto soll unsere Intention verdeutlichen und visuell zusammenfassen, was den Besucher an diesem Stand erwartet. Das Motiv – eine Person steht zwischen verschiedenen Archivalien – soll ausdrücken, dass FaMIs aufgrund der hohen Arbeitslast im Archiv gebraucht werden, um diese nur annähernd bewerkstelligen zu können. Die Standfestigkeit soll suggerieren, dass der FaMI diese Aufgaben übernehmen kann und gleichzeitig aussagen, dass der FaMI sich in der Berufswelt einen festen Platz erarbeitet hat und diesen nicht aufgeben wird. Auch die Wahl des Schuhs wurde nicht zufällig getroffen: Da Chuck Taylor All Stars zumeist von jungen Menschen getragen werden, möchten wir durch diesen Weg ausdrücken, dass besonders junge FaMIs in Archiven zu finden sind und durch neue Ideen und Courage mit Klischees aus dem Berufsalltag eines Archivs aufräumen können.

Das Foto ist deswegen im Rahmen dieser Messe doch etwas Ungewöhnliches und insofern glauben wir, dass es die Aufmerksamkeit vieler Besucher erregen wird, um zu erfahren, welche Informationen dieser Stand bietet.

4.1.2 Fotopräsentation der Archivpraktika

Neben dem Foto soll während der Messe im Hintergrund eine Fotopräsentation der Auslandspraktika im Archiv abgespielt werden. Auch hier werden wir uns an das Corporate Design des VdA orientieren und eine entsprechende Vorlage verwenden. Unter den einzelnen Fotos soll eine kurze Beschreibung erscheinen, wo das Foto aufgenommen wurde und was zu sehen ist. Bisher konnten wir Fotos vom Auslandspraktikum in Innsbruck, London sowie Stockholm zusammentragen. Jedoch müssen wir zunächst die FaMIs um Erlaubnis bitten, um die Fotos für diesen Zweck verwenden zu können.

4.1.3 Verteilen der Flyer

Auf der Archivistica 2012 in Köln haben Standbetreuer des Unterarbeitskreises Flyer an Besucher direkt verteilt, um sie an den Stand zu führen. In diesem standen Informationen zum Thema „Raus aus dem Staub mit Social Media“. Wir haben uns von dieser Idee leiten lassen und



wollen dies mit unserem diesjährigen Thema umsetzen. Welche Informationen in unserem Flyer enthalten sein werden, sind unter dem Punkt „4.2.3.2 Messeflyer“ näher erläutert.

4.2 Elemente in der Präsentationszone

4.2.1 Roll-Ups

4.2.1.1 *Auslandspraktika*

Zunächst beleuchten wir die Auslandspraktika auf zwei Roll-Ups, die vor allem während der Ausbildung vorgenommen wurden. Aufgrund des Berufsbildungsgesetzes wird es Auszubildenden ermöglicht, ein Praktikum im Ausland zu absolvieren. Gefördert wird dies durch das „EU-Bildungsprogramm für lebenslanges Lernen in Deutschland“ und dem Bundesministerium für Bildung und Forschung. Die Organisation erfolgt durch den Betrieb oder durch die Berufsschule in Kooperation mit dem Auszubildenden.

Der Zweite beleuchtet die Vorteile eines Auslandspraktikums. Dabei gehen wir auf Vorzüge wie den kulturellen Austausch, Verbesserung der Sprachkenntnisse und das Kennenlernen von Unterschieden zwischen den Archiven ein.

4.2.1.2 *Ausbildungsarchive in Berlin und Brandenburg*

Auf zwei Roll-Ups möchten wir den Messebesuchern zeigen, in welchen Archiven FaMIs in „unserer“ Region Berlin und Brandenburg ausgebildet werden. Dazu haben wir zwei Karten desselben Designs verwandt und diese in blau, also der Farbe des VdA, gestaltet. Die einzelnen Archive sind in der Karte mit einem gelben Punkt gekennzeichnet, in dem sich eine laufende Nummer befindet. Neben der Karte befindet sich eine Legende, aus der zu entnehmen ist, um welches Archiv es sich handelt. Der Messebesucher wird somit nicht mit Textinformationen überlastet. Dies sahen wir bei der letzten Messepräsentation in Köln 2012 als Problem an, da die Roll-Ups sehr textlastig waren und diese zusätzlich nicht so angeordnet waren, dass sich Besucher problemlos die Informationen aneignen konnten. Dies versuchen wir in diesem Jahr zu ändern.

4.2.1.3 *„Archiv entdecken!“*

Ebenfalls zwei Roll-Ups möchten wir einem besonderen Nutzungsprojekt dreier FaMIs aus dem Bundesarchiv widmen. Im vergangenen Jahr haben sie im Rahmen des Marketingprojekts ein Konzept für die Öffentlichkeitsarbeit bei Kindern in Archiven entwickelt und Archive als außerschulische Lernorte definiert. Zielgruppenorientiert haben sie spielerische und entdeckende Lernelemente verarbeitet und zusätzlich Vorbereitungen für Archivführungen dieser speziellen Zielgruppe getroffen.



Ihr Marketingprojekt entstand auf der Grundlage Beate Sturms Transferarbeit „Schüler ins Archiv!“. Zwei Maskottchen namens Pennino und Spoti führen die Kinder durch das Programm.

4.2.2 Handbuch zur Ahnenforschung

Aus eigenen Erfahrungswerten heraus haben wir festgestellt, dass man als Besucher eher an einen Stand herantritt, wenn er verschiedene Angebote zur Mitnahme oder zum Lesen bereitstellt. Aus diesem Grund haben wir nach bereits bestehenden Projekten der Vorjahre recherchiert und ein Ergebnis gefunden, dass zum Messe motto passt und eine historische Hilfswissenschaft näher beleuchtet.

Simon Chilla und zwei andere FaMIs haben im Jahr 2010 im Rahmen des Projekts „Herstellen und Gestalten von Informationsdiensten“ ein Handbuch zur Ahnenforschung im Stadtarchiv Potsdam erstellt. Der vollständige Titel des Handbuchs lautet „Den Ahnen auf der Spur. Ahnenforschung im Stadtarchiv Potsdam“.

Inhaltlich werden umfangreiche Aussagen zu Informationen zum Stadtarchiv Potsdam, zur Benutzung, zu relevanten Quellen zur Genealogie und Rechtsgrundlagen getroffen. Das Handbuch soll zunächst lediglich als Exponat ausgelegt werden. Nach Ende des Projekts besteht die Möglichkeit, mit Herrn Chilla ein persönliches Gespräch zu führen, bei dem ggf. auch Exemplare zur Mitnahme bereitgestellt werden können.

4.2.3 Flyer und Broschüren

4.2.3.1 Flyer des Unterarbeitskreises FaMI/ Fachwirt des VdA

Der Unterarbeitskreis erklärt in seinem Flyer seine Aufgaben und seine Ziele, die bereits in der Einführung genauer erläutert wurden. Daneben wird das Berufsbild des FaMI und des Fachwirts erläutert und entsprechende Voraussetzungen zu Weiterbildungsmöglichkeiten aufgeführt. Zusätzlich werden Kontaktdaten und die Vorsitzende des Unterarbeitskreises, Frau Bruns (BStU), genannt.

4.2.3.2 Messeflyer

Unser Messeflyer soll die Informationen, die an unserem Stand präsentiert werden, übersichtlich zusammenfassen. Der Flyer soll, wie bereits oben unter Punkt „4.1.3 Verteilen der Flyer“ beschrieben, direkt an Messebesucher verteilt werden. Der Flyer besteht aus sechs Seiten und auch dieser ist dem Corporate Design angepasst.

Auf dem Deckblatt soll der Name des Ausstellers, das Motto und das eingangs beschriebene Bild zu sehen sein. Schlägt man nun die erste Seite auf, wird auf der linken Seite das Thema Auslandspraktikum behandelt. Hier werden wir uns auf drei nennenswerte Praktika beziehen und kurz erläutern, wo der FaMI seine Ausbildung absolviert hat, wann und wo er sein Praktikum realisierte und zusätzlich ein aussagekräftiges Foto vom Aufenthalt hinzufügen.



Dabei vermeiden wir, den Nachnamen zu nennen und ein Foto der Person zu verwenden. Die Standorte der Ausbildungsarchive sind auf einer Berlin-Karte gekennzeichnet, die auf der nächsten Seite zu finden ist. Zusätzlich sind auch andere Ausbildungsarchive markiert und werden namentlich genannt.

Rechts daneben wird ein Nutzerprojekt von FaMIs im Bundesarchiv beleuchtet, bei dem diese eine Archivführung für Kinder nach der Modulvorlage Beate Sturms konzipiert haben. Die Arbeit im Archiv wird anschaulich und zielgruppengerecht erklärt. Aufgrund der Tatsache, dass dieses Projekt zum Motto des Deutschen Archivtags inhaltliche Übereinstimmung aufweist, wollten wir dieses Ergebnis einem größeren Publikum präsentieren.

Ein weiteres Projekt, das dem Messemotto angepasst ist, behandelt das Thema Ahnenforschung in Form eines Handbuchs. Das Handbuch wird in der Präsentationszone als Exponat ausgelegt und findet den Weg deshalb in den Flyer, da es auf sehr anschauliche Weise zeigt, mit welchen archivwissenschaftlichen Themen sich FaMIs auseinandersetzen und in welcher Art und Weise sie diese einem öffentlichen Publikum zur Verfügung stellt.

Auf der letzten Seite des Flyers finden sich abschließend Kontaktadressen des Unterkreises FaMI/ Fachwirt des VdA, des Bundesarchivs und des OSZ Louise Schroeder. Bei den verwandten Bildern gaben wir direkt darunter die Literaturangabe an.

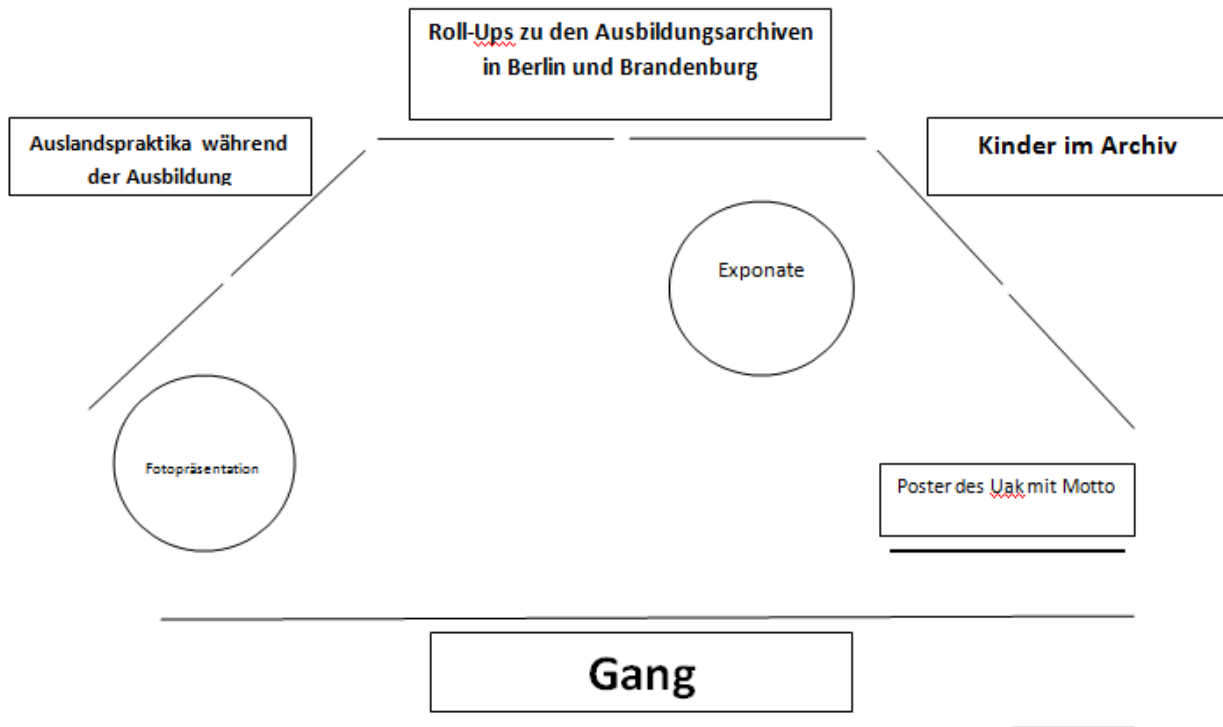
4.2.3.3 „London Guide“

Im Rahmen des Schulprojekts „Herstellen und Gestalten von Informationsdiensten“ entstand im Jahr 2010 ein London Survival Guide, in dem anschaulich beschrieben wird, was zu beachten ist, wenn man für längere Zeit in London leben wird. Von Bewerbungen über Wohnungssuche bis zu Ausgelmöglichkeiten deckt der Guide alle wichtigen Lebensbereiche ab. Der London Guide ist sehr anschaulich gestaltet und formuliert. Auch er soll als Exponat ausgelegt werden und soll neben dem bereits Präsentiertem verdeutlichen, welche Bandbreite von Fähigkeiten ein FaMI in der Ausbildung erlernt. Auch möchten wir dadurch den Versuch wagen, ein etwas anderes Bild unseres Berufs zu zeigen.

4.2.3.4 Broschüre zum Berufsbild

Der Flyer vom Unterkreis des VdA erläutert nur kurz, welche Aufgaben FaMIs übernehmen und welche Möglichkeiten es nach der Ausbildung bestehen. Da wir aber hoffen, dass der ein oder andere Messebesucher mehr Informationen zum Berufsbild selbst fordert, möchten wir eine Broschüre zum FaMI auslegen. Auch diese ist im Rahmen des Projekts „Herstellen und Gestalten von Medien- und Informationsdiensten“ im Jahr 2011 entstanden und überzeugt durch ein anschauliches Design sowie einen flüssigen Sprachstil, der die Informationen zum Beruf kompakt zusammenfasst und zusätzlich auf weiterführende Quellen verweist.

4.3 Skizze des Messestands



Die wesentlichen Informationen sind bereits im vorangestellten Konzept erwähnt. Jedoch möchten wir an dieser Stelle einige Anordnungen näher erläutern:

Die Übersichtskarte mit den Ausbildungsarchiven soll direkt gegenüber des Gangs liegen, damit der Messebesucher sofort visuell angesprochen wird. Ein Roll-Up mit viel Text würde den Besucher nicht ansprechen – trotz des vielversprechenden Inhalts.

Ein Poster oder ein Roll-Up soll direkt an den Gang gestellt werden, damit der Besucher auf den ersten Blick erkennt, wer der Aussteller ist und unter welchem Motto die Vorbereitungen liefen. Das Foto dient hierbei als Eye-Catcher. Uns ist aufgefallen, dass das 1. Roll-Up in Köln verdeckt hinter Mobiliar stand und wir möchten nun versuchen, die Anordnung so zu ändern, dass das Interesse von mehr Messebesuchern geweckt wird.

Die Sitzflächen haben wir bisher nicht eingezeichnet, da wir keinerlei Informationen zu der Größe des Standes bekommen haben und deshalb schwer einschätzen können, wie viel Freifläche zwischen den Roll-Ups bleibt. Sie sollten zumindest so platziert werden, dass der Fließtext nicht verdeckt wird und dass Besucher trotzdem ohne Hindernisse die Roll-Ups betrachten kann.



5 Anhänge erster Entwürfe

Auf den folgenden Seiten befinden sich unsere ersten Entwürfe der Roll-Ups und des Flyers. Bezüglich des Flyers möchten wir darauf hinweisen, dass uns für diesen bis zur Fertigstellung der Handreichung eine Vorlage mit entsprechendem Corporate Designs des VdA fehlte und der Flyer deshalb bis zum Beginn der Archivistica am 24. September 2014 noch einmal überarbeitet werden wird.



VdA - Verband deutscher
Archivarinnen und Archivare e.V.
Unterarbeitskreis FaMI / Fachwirt

Gekommen, um zu bleiben...





Gekommen, um zu weilen:

Auslandspraktikum während der FaMI-Ausbildung

Auf Grundlage des Berufsbildungsgesetzes besteht die Möglichkeit, während der Ausbildung ein Auslandspraktikum zu absolvieren.

Die Auslandsaufenthalte werden vom „EU-Bildungsprogramm für lebenslanges Lernen in Deutschland“ sowie vom Bundesministerium für Bildung und Forschung gefördert. Diese Dachorganisationen fassen mehrere Förderprogramme zusammen, so z.B. auch das „Leonardo da Vinci Mobilität“-Stipendium, welches die Finanzierung der Praktikumsvorbereitung, der Reise, der Unterkunft und des Aufenthalts unterstützt.

Organisieren kann das Auslandspraktikum entweder der Betrieb oder die Berufsschule gemeinsam mit dem Auszubildenden. Die Teilnahme am Programm wird mit dem „europass Mobilität“ dokumentiert.



Gekommen, um zu weilen:

Auslandspraktikum während der FaMI-Ausbildung

In aller Regel kehren FaMIs, die ein Auslandspraktikum wahrgenommen haben, voller Begeisterung und mit vielen neuen Eindrücken in ihr Ausbildungsarchiv zurück. Die gesammelten persönlichen Erfahrungen sind natürlich ganz individuell und es gibt nach der Rückkehr eine Menge zu erzählen! So unterschiedlich die Erlebnisse während der acht bis zwölf Wochen auch sein mögen, fest steht: Eine Bereicherung ist dieser Schritt allemal!

Zusatzqualifikationen

internationale
Fachkompetenz

**interkulturelle
Erfahrungen**



**allgemeine
Lebenserfahrung**

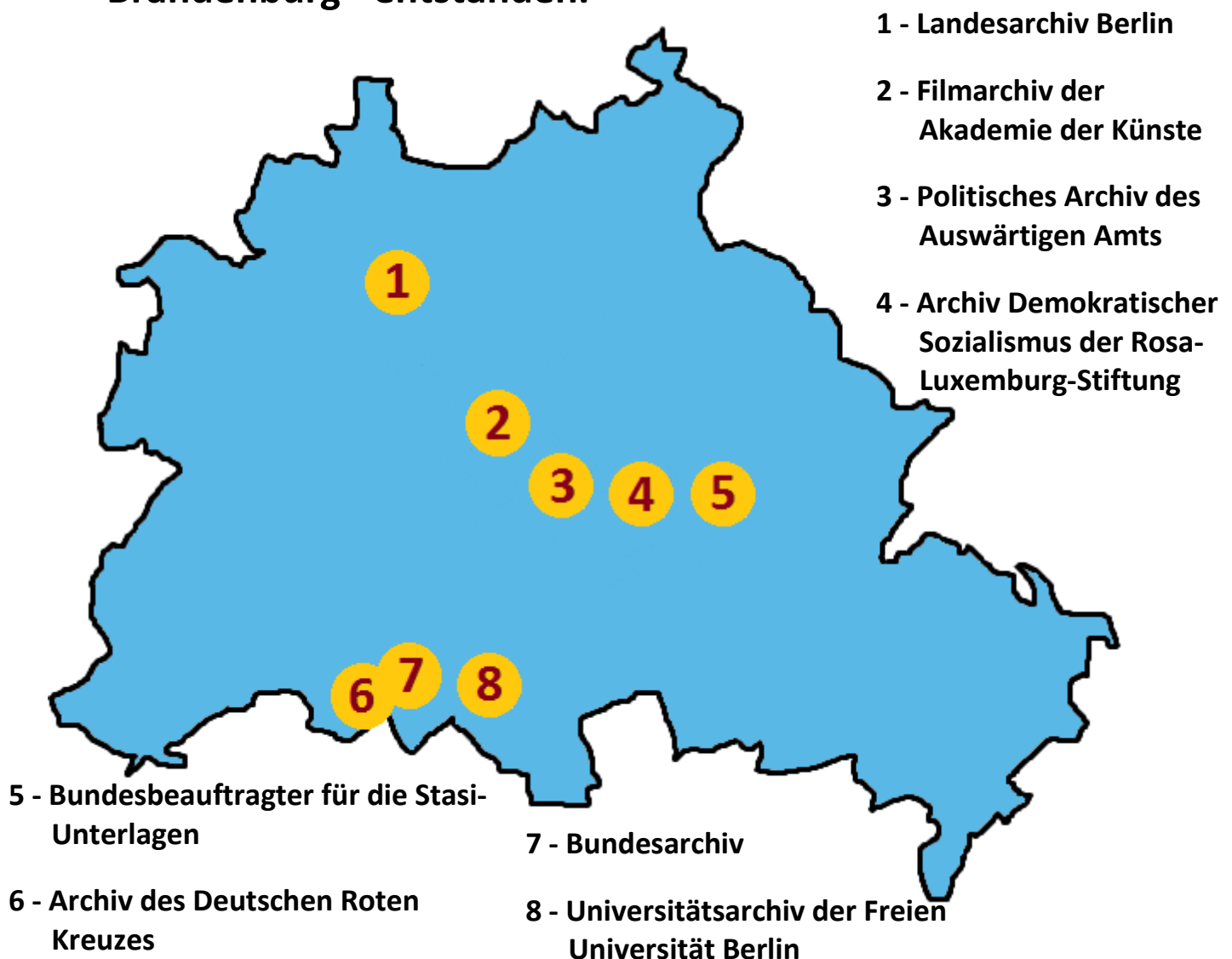
Sprachkenntnisse
verbessern, neue
Sprache lernen

Kontakte knüpfen



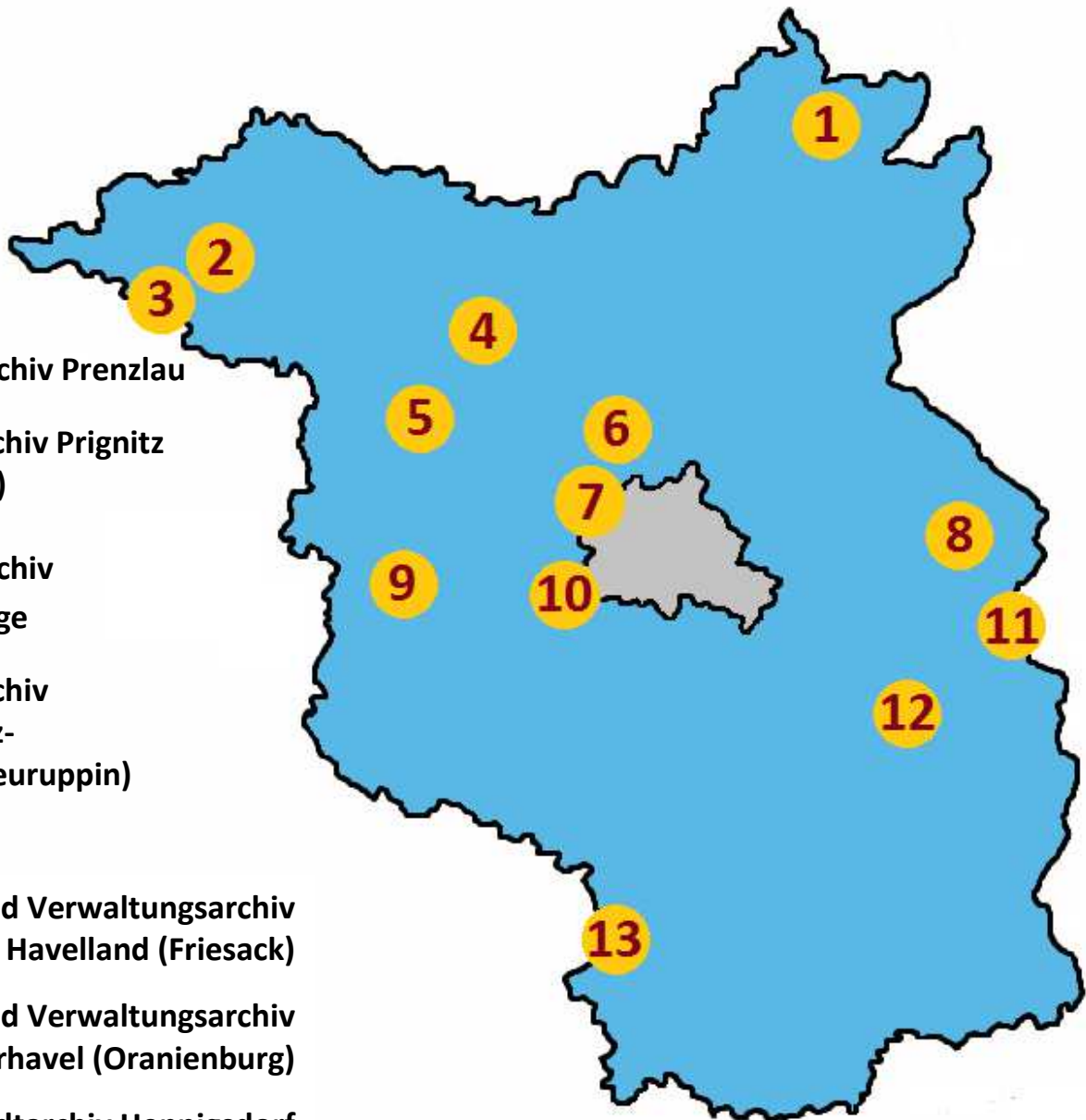
Ausbildungsarchive in Berlin

Projekte wie das vorgestellte „Archiv entdecken - Kinder im Archiv!“ sind wichtiger Bestandteil der schulischen FaMI-Ausbildung. Neben diesem Konzept der Bundesarchiv-FaMIs sind noch zahlreiche weitere berufsbezogene Informationsdienste in der Louise-Schroeder-Schule - dem zuständigen Oberstufenzentrum für alle FaMIs aus Berlin und Brandenburg - entstanden.





Ausbildungsarchive in Brandenburg



1 - Stadtarchiv Prenzlau

2 - Kreisarchiv Prignitz
(Perleberg)

3 - Stadtarchiv
Wittenberge

4 - Kreisarchiv
Ostprignitz-
Ruppin (Neuruppin)

5 - Kreis- und Verwaltungsarchiv
Havelland (Friesack)

6 - Kreis- und Verwaltungsarchiv
Oberhavel (Oranienburg)

7 - Stadtarchiv Hennigsdorf

8 - Kreisarchiv Märkisch-Oderland
(Seelow)

9 - Stadtarchiv Brandenburg

10 - Stadtarchiv Potsdam,
Brandenburgisches Landeshauptarchiv

11 - Bundesbeauftragter für die Stasi-
Unterlagen (Außenstelle Frankfurt/Oder)

12 - Archiv, Lese- und Medienzentrum
Oder-Spree (Beeskow)

13 - Kreisarchiv Elbe-Elster (Herzberg)



Archiv entdecken! Kinder im Archiv

Ein Projekt für die Öffentlichkeitsarbeit von
FaMIs aus dem Bundesarchiv, Standort Berlin

Beim Projekt „Marketing“ im Berliner Oberstufenzentrum
Louise Schroeder entwarfen drei FaMI-Auszubildende des
Bundesarchivs im Jahr 2013 ein Konzept für die
Öffentlichkeitsarbeit bei Kindern in Archiven. In ihrem Konzept
setzten sich die

Auszubildenden mit

- Archiven als außerschulische Lernorte,
- der Umsetzung von spielerischem und entdeckendem Lernen in Archiven und
- der effizienten Gestaltung und Vorbereitung von Schülerführungen im Archiv

auseinander.

Wir begrüßen alle
Kinder der
Klassenstufe 4 - 6 zu
einer Abenteuerreise
ins Bundesarchiv

**Archiv
entdecken!**

Unsere Kontaktdaten:
Bundesarchiv
Finckensteinallee 63
12205 Berlin
Telefon: 03018/7770-0
Fax: 03018/7770-111
E-Mail:
berlin@bundesarchiv.de

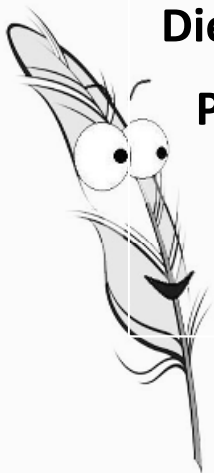


Archiv entdecken!

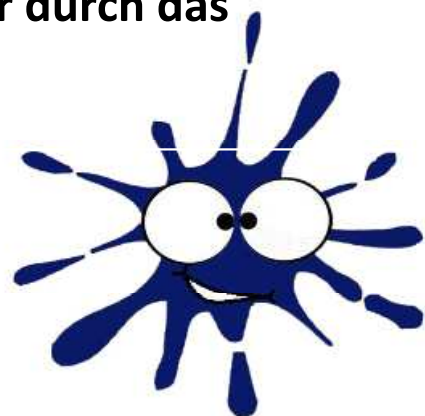
Kinder im Archiv

**Ein Projekt für die Öffentlichkeitsarbeit von
FaMIs aus dem Bundesarchiv, Standort Berlin**

**Angelehnt an die Transferarbeit „Schüler ins Archiv!“ von
Beate Sturm besteht die Konzeption der FaMIs aus
verschiedenen Basis- bzw. Kombinationsmodulen, die
die zeitintensive Planung und Organisation von Schüler-
führungen erleichtern sollen.**



**Die von den FaMIs selbst gestalteten Maskottchen
Pennino (ital. für „Schreibfeder“) und Spoti (ital.
für „Fleck“) sollen die Kinder durch das
Programm führen.**





Auslandspraktika

Zum Glück Tirol

Patrick K. ging ins deutschsprachige Ausland und absolvierte im Stadtarchiv Innsbruck sein Archivpraktikum.

„Für mich kamen nur deutschsprachige Länder in Frage, da ich in meiner Archivtätigkeit [...] mich in die jeweilige Überlieferungsform hineinfinden muss.“



London Calling

Isabel S. absolvierte im Jahr 2012 ihr Praktikum im Archiv des "Museum of London".

„Als Lernerfolge kann ich verbuchen, dass ich [...] einen differenzierten Blick auf die Aufbewahrung [...] von Archivgut erhalten habe.“



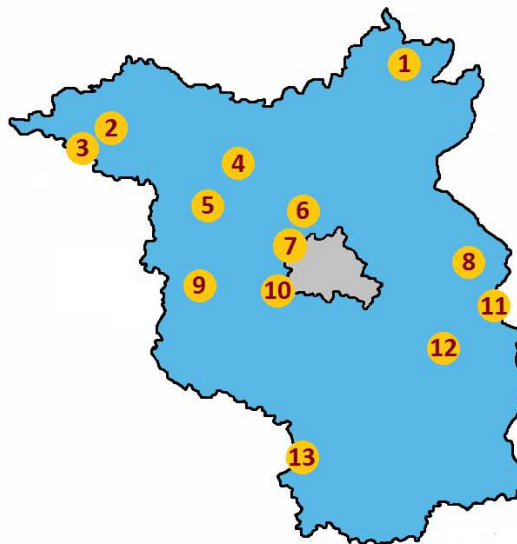
Jag Älsker Sverige!

Claudia M. ging für acht Wochen ins Stadtarchiv Stockholm.

„Da es erforderlich war, [...] mich mit Menschen, deren Sprache ich nur [...] bruchstückhaft konnte, zu arrangieren, wurde ich aufgeschlossener und selbstbewusster.“



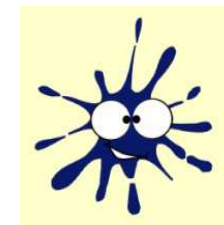
Ausbildungsarchive in Berlin und Brandenburg



“Archiv entdecken!”

Ein besonderes **Nutzerprojekt** dreier FaMIs aus dem Bundesarchiv möchten wir an dieser Stelle ausführlicher beschreiben.

Im vergangenen Jahr haben sie im Rahmen des Marketingprojekts ein Konzept für die **Öffentlichkeitsarbeit bei Kindern** in Archiven



entwickelt und diese als außerschulische Lernorte definiert. Zielgruppenorientiert haben sie **spielerische und entdeckende Lernelemente** verarbeitet und zusätzlich Vorbereitungen für Archivführungen dieser speziellen Zielgruppe getroffen.

Dieses Konzept lehnt sich an den Aufsatz von Beate Sturm „Schüler ins Archiv! Praxis und Konzeption von Archivführungen von Schulklassen“ an

Die zwei Maskottchen namens Pennino und Spoti (siehe Bild) führen die Kinder durch das Programm.





VdA - Verband deutscher
Archivarinnen und Archivare e.V.
Unterarbeitskreis FaMI / Fachwirt



VdA - Verband deutscher
Archivarinnen und Archivare e.V.
Unterarbeitskreis FaMI / Fachwirt

Gekommen, um zu bleiben ...



Kontakt

VdA - Verband deutscher Archivarinnen und Archivare e.V.

Wörthstraße 3
36037 Fulda
Telefon: +49 (0) 661/29109-72
Telefax: +49 (0) 661/29109-74
E-Mail: info@vda.archiv.net

Bundesarchiv

Finckensteinallee 63
12205 Berlin
Telefon: 03018/7770-0
Fax: 03018/7770-111
E-Mail: berlin@bundesarchiv.de

Louise-Schroeder-Schule Oberstufenzentrum Bürowirtschaft und Verwaltung

Lippstädter Straße 9 -11
12207 Berlin
Telefon: 030 90172-501
Fax: 90172-509
E-Mail: info@osz-louise-schroeder.de

„Den Ahnen auf der Spur“

Das Handbuch „Den Ahnen auf der Spur. Ahnenforschung im Stadtarchiv Potsdam“ wurde von Simon Chilla und zwei anderen FaMIs im Jahr 2010 im Rahmen des Projekts „Herstellen und Gestalten von Informationsdiensten“ erstellt.



Inhaltlich werden umfangreiche Aussagen zu -
Informationen zum Stadtarchiv Potsdam
- der Benutzung
- relevanten Quellen zur Genealogie und
- zu Rechtsgrundlagen getroffen.



6 Quellenverzeichnis

6.1 Schriftliche Quellen

Reimann, Norbert (Hrsg.): Praktische Archivkunde : ein Leitfaden für Fachangestellte für Medien- und Informationsdienste, Fachrichtung Archiv. 2. Aufl. Münster : Ardey, 2008. - ISBN 3-87023-255-2

Müller-Heiden, Barbara: Fachrichtung Bildagentur: Fachangestellte für Medien- und Informationsdienste; ein Leitfaden zur Ausbildung. Sinzheim: PIAG, 2009. – ISBN 978-3-921864-51-7

<http://de.wikipedia.org/wiki/Messebau> [Stand: 17. Februar 2014, 10:00 Uhr]

Bohnsack, Ulrike; Fleischer, Stefanie; Robbel, Andrea: London Survival Guide. 1. Aufl. Berlin, 2010

Konzeption „Archiv entdecken! Kinder im Archiv“ der Bundesarchiv-FaMIs Ralf Engel, Anna Lüders und Susan Sponholz

Chilla, Simon; Riediger, Michael; Wannagat, Julia: Den Ahnen auf der Spur. Ahnenforschung im Stadtarchiv Potsdam. 1. Auflage. Potsdam, 2010.

"FaMI"-Broschüre von Selda Gültekin, Sina Kaßler, Karoline Klann, Julia Kummerow, 2011

Praktikumsbericht Stadtarchiv Stockholm von Claudia Müller, 2010:

http://www.osz-louise-schroeder.de/Schweden__Stockholm_2010.pdf [Stand: 19.02.2014, 19:00 Uhr]

Praktikumsbericht Museum of London von Isabel Schönrock, 2012:

http://www.osz-louise-schroeder.de/England_London_2012_IS.pdf [Stand: 18.02.2014, 17:15 Uhr]

Praktikumsbericht Stadtarchiv Innsbruck von Patrick Krause, 2008:

http://www.osz-louise-schroeder.de/ALP_patrick_krause_bericht.pdf [Stand: 19.02.2014, 10:45 Uhr]

6.2 Bildquellen

http://www.akbk-horrem.de/files/europass_jpg.jpeg [Stand: 17.02.2014, 10:30 Uhr]

http://www.auf-reisen.de/de/images/b_karte_432841.gif

[Umriss der Brandenburgkarte, Stand: 17.02.2014, 11:15 Uhr]

<http://www.stepmap.de/landkarte/berlin-umriss-13226.png>

[Umriss der Berlinkarte, Stand: 17.02.2014, 11:15 Uhr]



Konzeption „Archiv entdecken! Kinder im Archiv“ der Bundesarchiv-FaMIs Ralf Engel, Anna Lüders und Susan Sponholz (entstanden beim Marketingprojekt 2013 im OSZ Louise Schroeder)

Cover des Handbuchs „Den Ahnen auf der Spur. Ahnenforschung im Stadtarchiv Potsdam“, 2010

http://de.123rf.com/photo_21643451_bunte-hauser-auf-einem-fluss-innsbruck-osterreich.html
[Stand: 15.02.2014, 19:00 Uhr]

http://de.123rf.com/photo_5719832_panorama-der-stockholm-schweden.html
[Stand: 15.02.2014, 18:30 Uhr]

<http://isabelgoestheisland.wordpress.com/page/2/> [Stand: 16.02.2014, 13:45 Uhr]