

**Zusammenfassung des Impulsvortrags von Oliver Laux-Steiner für die Sparte der
Wirtschaftsarchive im Kontext des Tagungsthemas „Sammlungen – Pflicht, Chance und
Herausforderung für die Archivarbeit“**

Im Wirkungsfeld von Wirtschaftsarchiven stellen Sammlungen einen wichtigen Bestandteil der archivarischen Arbeit dar. Betrachtet man die Spanne der Sammlungsformen und -typen einzelner Archive, so stellt man fest, dass diese sehr vielfältig und breit aufgestellt ist. Oftmals sind Sammlungen und deren materiellen und historischen Ausmaße genauso abwechslungsreich und individuell wie jedes einzelne im nationalen und internationalen Wirtschaftsraum agierende Unternehmen. Daher erscheint es schwierig, Wirtschaftsarchiven ein spezielles Sammlungsprofil zuzuweisen oder eine generelle Aussage über die Sammlungstätigkeit zu treffen. Eines jedoch ist offensichtlich, was nicht von praktischen Nutzen für ein Unternehmen ist, wird nicht in einer Sammlung aufbewahrt.

Zum einen sind die in allen Archivsparten üblichen Sammlungstypen wie Zeitungen/Zeitschriften, Nachlässe, Plakaten und Grauer Literatur auch in Wirtschaftsarchiven zu finden. Diese sind oftmals von hoher Relevanz für das archivarische Tagesgeschäft und in der heutigen Zeit als Ergänzung zu den klassischen Archivbeständen nicht mehr weg zu denken.

Zum anderen verfügen Wirtschaftsarchive jedoch auch über durchaus außergewöhnliche Sammlungen – insbesondere in der Quellengattung der Realien – die für Archivare zugleich Herausforderungen als auch Chancen darstellen. Die Spanne dieser Sammlungen reicht hierbei von der Spardose, über eine nicht mehr im Tagesgeschäft benötigte Produktionsstätte und Produkt-Prototypen bis hin zum Automobil.

Das Impulsreferat möchte vorrangig die mannigfaltigen Nutzungsmöglichkeiten von Sammlungen im komplexen Gebilde von Wirtschaft und Unternehmen beleuchten und somit gleichzeitig die Rolle der Wirtschaftsarchive als Dialogpartner mit anderen unternehmensinternen Organisationseinheiten in den Blickpunkt rücken. Themen wie Vertrieb und Marketing, Aus- und Fortbildung und das schnelllebige Arbeitsfeld der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sollen die Schwerpunkte der Ausführungen darstellen. Angereichert werden die Aussagen durch die Vorstellung abwechslungsreicher praktischer Beispiele aus verschiedenen Wirtschaftsarchiven. Archivarische Herausforderungen, wie die Überlieferungsbildung, die Erschließung und die Bestandserhaltung sind in geringen Teilen auch Bestandteil des Kurzvortrags, werden inhaltlich aber nur peripher gewürdigt, um den zeitlichen und inhaltlichen Rahmen nicht über zu strapazieren.