



ARKIVVERKET
RIKSARKIVET

Samdok

samla samfunnsdokumentasjon

RAPPORT 2017



Delprosjekt privatarkiv
PRIORITERT OPPGAVE

Oppgave PRIV 2017_6: Idébok om innsalg overfor private arkivskapere

Skjulte verdipapirer!



Privatarkiv O.H. Bøe,
Statsarkivet i Stavanger

Utarbeidet av
Torkel Thime

Rapportdato
15. desember 2017



SAMDOK delprosjekt:	Prioritert oppgave:	SAK (ePhorte):	Dato:	Side: 1 av 16
Forfatter:	Tittel: Sluttrapport 2017 – Idébok om innsalg overfor private arkivskapere			

OPPGAVE	<i>PRIV 2017_6: Idébok om innsalg overfor private arkivskapere</i>
Ansvarlig delprosjekt	<i>Privatarkiv, ansvarlig Ellen Røsjø</i>
Arbeidsgruppens leder	Torkel Thime
Arbeidsgruppens medlemmer	Terje Haram (LAB), Ine Fintland (AV-ARKIT), Torkel Thime (AV-ARKIT).
Målformulering	<ul style="list-style-type: none">Formålet er å lage en «idebok» - en salgs- og oppfølgingsveiledning, primært for de som arbeider med privatarkiver i bevaringsinstitusjoner. Veiledningen beskriver «salgsprosessen» og arbeidet med oppfølging for å sikre et samarbeid der alle parter er fornøyd, og som gir et godt resultat.
Relaterte aktiviteter/prosjekter	<u>AV</u> : Oppfølging av privatarkivstrategien <u>SAMDOK 2017</u> : PRIV 4 Bevarings- og formidlingsnettverk for næringssektorer
Sammendrag	<p><i>Private aktører er ikke pålagt å avlevere sine arkiv til bevaringsinstitusjon. Dersom vi skal få til slike ordninger, må arkiveierne overbevises om verdien av et slikt samarbeid. Det handler om tillit til oss som bevaringsinstitusjon og en forståelse av arkivenes potensial.</i></p> <p><i>Privatarkiv er helt nødvendige for en helhetlig samfunnsdokumentasjon. Samtidig er arbeidet med å motta, bevare og tilgjengeliggjøre store bedrifts- og organisasjonsarkiv kostbart. Offentlige midler strekker ikke til. Bidrag fra arkiveierne er ofte helt nødvendig.</i></p> <p><i>Disse utfordringene kan bare løses gjennom et aktivt «salgsarbeid». Private arkivskapere må overbevises om at et arkivsamarbeid vil være nyttig for alle parter. Gode relasjoner mellom bevaringsinstitusjon og arkivskaper må etableres og vedlikeholdes.</i></p> <p><i>Denne idéboka er et forsøk på å hjelpe de som arbeider i bevaringsinstitusjoner i dette arbeidet.</i></p>
Oppfølging / anbefalinger om videre arbeid	<ol style="list-style-type: none"><i>Idéboka bør distribueres digitalt til alle arkivinstitusjoner og museer som arbeider med privatarkiv, og i tillegg kunne lastes ned fra Arkivverkets nettsider.</i><i>Arkivverket bør, i samarbeid med andre arkiv, vurdere å opprette et "salgsteam" rettet mot store næringslivsaktører. Teamets oppgave vil være å etablere/vedlikeholde kontakt og tilrettelegge for avtaler om deponering/avlevering av arkiv, med særlig vekt på digitalt skapte arkiv.</i>
Vedlegg	



SAMDOK delprosjekt:	Prioritert oppgave:	SAK (ePhorte):	Dato:	Side: 2 av 16
Forfatter:	Tittel: Sluttrapport 2017 – Idébok om innsalg overfor private arkivskapere			

Innhold:

Skjulte verdipapirer!

Idébok for arkivinstitusjoner om innsalg overfor private arkivskapere

Innledning

1. Forarbeidet – Hva vil vi?
 - 1.1. Kartlegging – Hva gjør vi?
 - 1.2. Ikke alt kan planlegges – veien blir til mens du går
 - 1.3. Hva vi tilbyr?
 - 1.4. Arkiv er verdi! - Salgsargumenter
2. Markedsføring – bruk fantasien
 - 2.1. Bedriftsbesøk – etabler personlig kontakt
 - 2.2. Profilerings i media
 - 2.3. Materiell (brosjyrer, nyhetsbrev, internett)
3. Nettverksbygging
 - 3.1. Aktuelle arenaer
 - 3.2. Deltakelse i relevante fora
 - 3.3. Rådgivings- eller «venne»-gruppe
 - 3.4. Seminarer og kurs
4. Den første kontakten
 - 4.1. Hjemmeleksen før kontakt
 - 4.2. Skriftlig henvendelse med muntlig oppfølging
 - 4.3. Pågående, men ikke plagsom
 - 4.4. Realistiske forventninger
 - 4.5. Konkrete mål
5. Oppfølging – ting tar ofte tid
 - 5.1. Logg (hva ble sagt/avtalt, når kan ny kontakt tas?)
 - 5.2. Hold «kunden» fornøyd
 - 5.3. Hva med de som er negative (avgrens tidsbruken, vent noen år)
6. Avtaler
 - 6.1. Kontraktsutforming og innhold
 - 6.2. Varighet, revisjon og oppsigelse



SAMDOK delprosjekt:	Prioritert oppgave:	SAK (ePhorte):	Dato:	Side: 3 av 16
Forfatter:	Tittel: Sluttrapport 2017 – Idébok om innsalg overfor private arkivskapere			

Innledning

Denne lille boken gir noen tips om hvilke grep som må tas for å få til et samarbeid med private virksomheter omkring bevaring, tilgjengeliggjøring og formidling av deres arkivmateriale, og hva som kreves av en bevaringsinstitusjon for å framstå som en seriøs samarbeidspartner.

Veiledningen er primært skrevet for medarbeidere i arkiv og museum, men også for arkivmedarbeidere i bedrifter og organisasjoner som trenger argumenter for å bidra til at større deler av virksomhetens historiske arkiv blir bevart. Vi håper at alle som arbeider med privatarkivbevaring vil ha glede og nytte av de praktiske anbefalingene som er samlet her. Boka bygger på konkrete erfaringer og vil forhåpentligvis bidra til at flere privatarkiver blir bevart.

Privatarkiv er en helt vesentlig del av vår kulturarv. Et arkivvern som ikke også omfatter arkiv etter bedrifter, organisasjoner og privatpersoner er mangelfull. Det er ikke mulig å studere eller forstå det norske samfunn kun gjennom arkivmateriale fra offentlige virksomheter.

Arkivvernet for offentlige virksomheter (statlige, fylkeskommunale og kommunale) er regulert gjennom arkivloven. Loven pålegger alle offentlige virksomheter å avlevere sine bevaringsverdige arkiver til arkivdepot for ettertiden. En tilsvarende ordning finnes ikke for private virksomheter. Storting og departement har likevel understreket viktigheten av å bevare et rikt utvalg av privatarkiver (Kulturdepartementet, Meld.St. 7, 2012-2013, om arkiv).

Hovedutfordringen er å få private virksomheter til å samarbeide med bevaringsinstitusjonene om vern av deres arkiver. Det innebærer at virksomhetene er villige til å overlate sitt arkivmateriale til et arkivdepot og helst også bidra til å finansiere bevaring og tilgjengeliggjøring. Da må depotinstitusjonene kunne overbevise bedrifter og organisasjoner om at innsatsen er verdt ressursbruken. Det må kunne sannsynliggjøres at både virksomhetene selv og samfunnet for øvrig vil ha nytte av materialet.

Deler av arkivmaterialet kan inneholde taushetsbelagte personopplysninger og kommersielt sensitiv informasjon. Det å overlate slikt arkivmateriale fordrer tillit og tiltro til at depotinstitusjonene kan håndtere slik informasjon forsvarlig.

Store bedriftsarkiver er både komplekse og omfattende. Det krever både profesjonalitet, solide faglige og arealmessige ressurser å motta, tilgjengeliggjøre og forvalte et slikt materiale. Dette er ikke noe mindre institusjoner bør befatte seg med, med mindre man nøye har tenkt gjennom hva det vil kreve og er beredt til å prioritere oppgaven tilsvarende.

Dette er ikke en veiledning om privatarkiv og privatarkivarbeid generelt. Her vil vi heller henvise til eksisterende litteratur, for eksempel «Privatarkiver» utgitt i Riksarkivarens skriftserie (nr. 11) i 2001.

Ine Fintland, Terje Haram og Torkel Thime

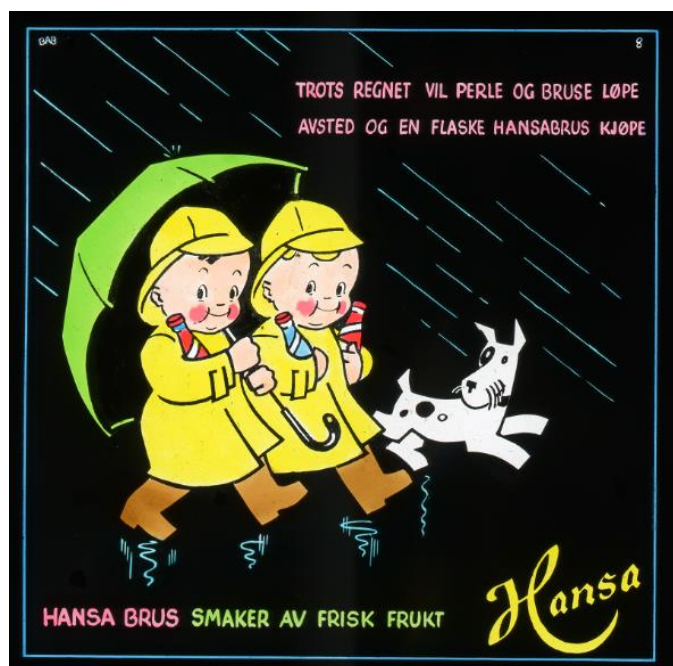


SAMDOK delprosjekt:	Prioritert oppgave:	SAK (ePhorte):	Dato:	Side: 4 av 16
Forfatter:	Tittel: Sluttrapport 2017 – Idébok om innsalg overfor private arkivskapere			

1. Forarbeidet – Hva vil vi?

De fleste bevaringsinstitusjoner har begrensede ressurser, og privat sektor er omfattende. Det er viktig å utforme en bevaringsstrategi – bestemme seg for hva slags arkiv vedkommende institusjon skal konsentrere seg om. Ellers blir oppgaven fort for omfattende og arbeidet lite målrettet. Man kan også risikere å begi seg inn på bevaringsområder som andre allerede tar seg av.

Derfor er det viktig, først av alt, å undersøke om de virksomheter man ønsker å samarbeide med inngår i interesseområdet til andre bevaringsinstitusjoner. I dag finnes det flere arkiv som arbeider nasjonalt med bestemte tema eller samfunnsområder. Arbeiderbevegelsens arkiv og bibliotek (ARBARK) bevarer arkiver etter foreninger knyttet til LO-systemet, Misjonsarkivet tar vare på arkiver knyttet til ytre og indre misjon, Skeivt arkiv – virksomheter innenfor homobevegelsen, Norsk olje- og gassarkiv virksomheter knyttet til petroleumsindustrien osv. Norsk helsearkiv og Samisk arkiv er også eksempler på en slik nasjonal tilnærming. Regionalt eller lokalt kan museer og/eller arkiv satse på bestemte virksomhetstyper innenfor et geografisk område. For å finne ut av slike ting kan man enten kontakte fylkeskoordinator for privatarkivarbeidet i vedkommende fylke eller ta kontakt med ansvarlig for privatarkiv i Arkivverket.



Hansamaskotene Perle og Bruse ble skapt av tegneren Carl Johan Skauge i 1934. Perle og Bruse ble gjengangere på etiketter, i avisannonser og på plakater i forskjellige utgaver og situasjoner. Det ble også laget timeplaner, diplomer, julesanghefter og postkort med Perle og Bruse som blikkfang. Privatarkiv Hansa Bryggeri, ArkiVest.

1.1. Kartlegging – Hva gjør vi?

Når man har avgrenset satsingsområdet, bør man avklare med andre bevaringsinstitusjoner som kan ha interesse innenfor dette feltet. Deretter kartlegges forekomst av virksomheter innenfor satsingsområdet. Kartleggingen kan gjøres mer eller mindre omfattende. Det er viktig å ha klart for seg hva den skal brukes til, slik at man ikke bruker mye tid og krefter på noe som viser seg å være unødvendig. I en virksomhet med begrensede ressurser kan det være viktig å minne seg selv på at det som ikke er nødvendig å gjøre, er det nødvendig ikke å gjøre.

Dersom kartleggingen primært skal brukes til å få kontakt med eksisterende virksomheter for mulig samarbeid om avlevering og deponering, er det ikke nødvendig å utarbeide en omfattende bestandsanalyse og historisk gjennomgang av vedkommende saksområde. Da er det viktigste å få en oversikt over saksområdet eller sektoren i dag. En slik oversikt vil da danne utgangspunkt for de kontakter som skal tas.



SAMDOK delprosjekt:	Prioritert oppgave:	SAK (ePhorte):	Dato:	Side: 5 av 16
Forfatter:	Tittel: Sluttrapport 2017 – Idébok om innsalg overfor private arkivskapere			

1.2. Ikke alt kan planlegges – veien blir til mens du går

Utsagnet om at «det viktigste med planer, er å vite hvor man har lagt dem», bygger nok på en vanlig erfaring om at ting ofte ikke går som planlagt. Planer om privatarkivbevaring er intet unntak. En prioritert liste over aktuelle virksomheter for arkivbevaring hjelper lite dersom kandidatene viser seg å være uvillige til å delta. Samtidig kan det dukke opp nye og uforutsette muligheter. Da er det viktig å være pragmatisk. Samarbeidmuligheter helt på siden av etablert bevaringsstrategi, bør man gå forbi. Men muligheter som er noenlunde innenfor satsingsområdet, bør følges, dersom de bringer oss nærmere målsettingen.

1.3. Hva vi tilbyr?

Før vi nærmer oss en mulig samarbeidspartner og arkivskaper, bør vi ha klart for oss hva vi kan tilby. Vi kan tilby tjenester som er vesentlige for en virksomhet. Men det er viktig å ikke love mer enn vi kan holde. Det er imidlertid nødvendig at man noen ganger våger å begi seg ut på dypt vann. Mottak av digitalt skapte arkiv er for eksempel et område der mange mener de ikke har nødvendig kompetanse og kapasitet. Noe kan man imidlertid alltid gjøre – og alt er bedre enn ingenting. Om ikke annet, kan man forsøke å få arkivskaper til å produsere databaserapporter basert på etablerte, systeminterne rapporter og spørringer, kopiere filer i en mappestruktur over til en ekstern disk osv. Har man først sikret materialet, kan man eksperimentere med ulike løsninger og eventuelt be mer kompetente bevaringsmiljøer om hjelp.

Utgangspunktet for vårt tjenestetilbud er selvsagt mottak av virksomhetens arkivmateriale. Det bør gjelde både papirbasert og digitalt skapt materiale. De fleste virksomheter i dag skaper nær sagt alt sitt arkiv digitalt. Har man ikke noe å tilby her, bør man avgrense tilbudet til eventuelle eldre arkiv og de deler av arkivmassen som fortsatt befinner seg på papir (gjærne dokumenter etter bedriftens styrende organer, kontrakter og ulike avtaler). Det må imidlertid understrekes at en depotinstitusjon som ikke kan tilby noe for digitalt skapt arkivmateriale vil etter hvert bli lite relevante. Dersom man ikke har tilstrekkelig kompetanse om digitale arkiv, bør man alliere seg med depotinstitusjoner som har.

Noen arkiver er velordnet i utgangspunktet, andre er mer kaotiske. Et visst ordningsarbeid må imidlertid alltid gjøres. Papirarkiver må som regel omemballeres og etiketteres. Ofte må man også fjerne skadelig materiale som metall og plast. Arkiv som er brakt i uorden, må dessuten ordnes. Digitalt skapt arkiv må konverteres til et bestandig arkivformat og plasseres i en arkivpakke (AIP) med en tjenlig struktur.

Et arkiv må også beskrives. Dette er helt essensielt dersom opplysninger skal kunne gjenfinnes. Beskrivelsen vil både være virksomhetens og eventuelle eksterne brukeres inngang til arkivet. Beskrivelsen bør gjøres digitalt tilgjengelig, fortrinnsvis gjennom Arkivportalen.no.

Dette er de helt grunnleggende tjenestene som en bevaringsinstitusjon må tilby virksomheten eller arkivskaperen. Men mange virksomheter ønsker også tjenester utover dette.

Det vil ofte være behov for mer eller mindre omfattende arkivundersøkelser. Bevaringsinstitusjonen må da som et minimum kunne tilby tilbakelån av arkiver eller lesesalsfasiliteter. Ofte vil man ønske at bevaringsinstitusjonen foretar undersøkelsene for virksomheten.

Tilbakelån er både tidkrevende og en risikofaktor. Digital kopiering og distribusjon vil være både mer effektiv og tidsbesparende. Papirbaserte arkiv har den ulempe at de er vanskelige å distribuere. Digitalisering og formidling av slike arkiv over nett (der sensitivitetskrav er sikret) kan med fordel være en del av tjenestene som tilbys.

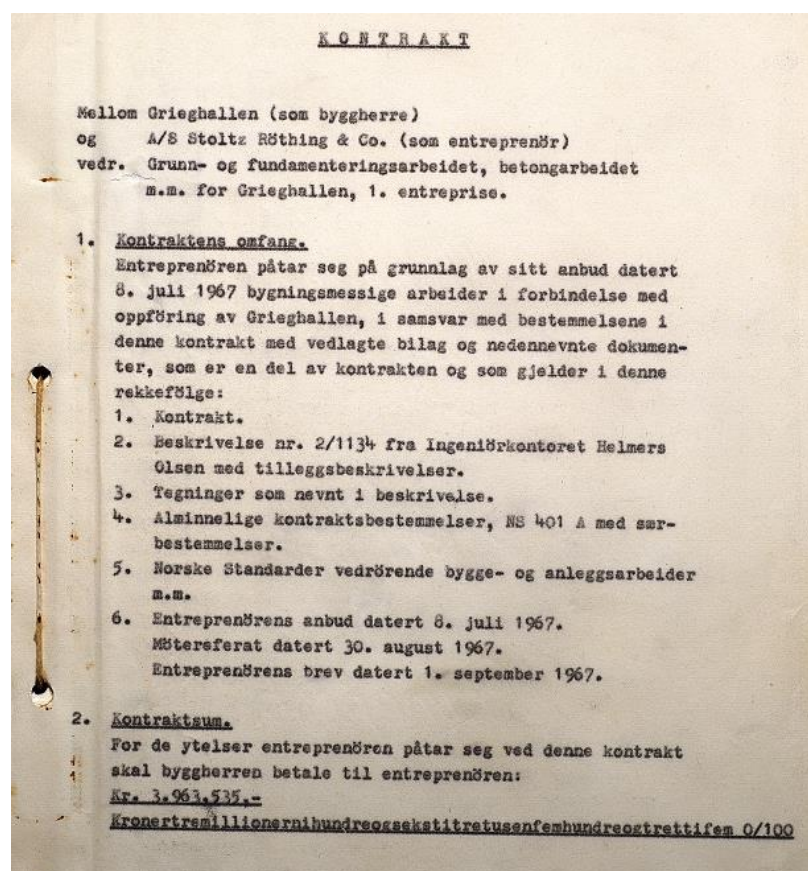
Poenget med arkivbevaring er at det skal brukes. Brukerne kan både være arkivskaperens egne ansatte og eksterne (hobbyhistorikere, forskere og studenter). Digital formidling og tilgjengeliggjøring er et helt vesentlig redskap. Skanning av papirarkiver og tilgjengeliggjøring av arkivmateriale på nett bør derfor være en del av tjenestene som tilbys.



SAMDOK delprosjekt:	Prioritert oppgave:	SAK (ePhorte):	Dato:	Side: 6 av 16
Forfatter:	Tittel: Sluttrapport 2017 – Idébok om innsalg overfor private arkivskapere			

For virksomheter som avleverer sine arkiver, kan det være særlig attraktivt å motta formidlingstjenester som har til siktemål å formidle virksomhetens historie og kultur til egne ansatte og eksternt. En slik tjeneste kan være å lage en oversikt over små og store hendelser i virksomhetens historie og formidle disse ved å knytte hendelsene til aktuelle arkivstykker som finnes i det avleverte materialet.

Alle disse oppgavene tar tid og krever ressurser og bør prissettes. Med mindre arkivinstitusjonen har egne ressurser, bør man forsøke å få vedkommende arkivskaper eller arkiveier til å betale for tjenestene. Desto flere tjenester vi kan tilby, desto mer attraktiv og profesjonell vil bevaringsinstitusjonen framstå. Virksomheten vil da kunne velge de tjenester som synes interessante. Trolig vil det begynne med de helt grunnleggende (som må være med uansett) og så vil man etterspørre de andre etter hvert.



Privatarkiv Stoltz Entreprenør AS, ArkiVest.

1.4. Arkiv er verdi! - Salgsargumenter

Det er aldri enkelt å vite hva slags argumenter som virker overbevisende når man skal overtale en virksomhet til å bruke tid og penger på eget arkivmateriale. For de fleste framstår arkivene som en (tidsbestemt) nødvendig, men temmelig kjedelig, materie. Når arkivene har tjent sine operative behov, anses de ofte som en nokså unødvendig kostnad. Bevaringsinstitusjonens utfordring er å overbevise virksomhetene både om arkivenes verdi, både internt (operativt, juridisk, identitetsbygging, markedsføring) og for samfunnet omkring.

Verdi for virksomheten

Vi skal først se på den virksomhetsinterne nytten. Her skal vi ganske kort liste opp noen sentrale argumenter for at virksomheten selv vil ha glede av et velordnet og trygt oppbevart arkiv. Listen er selvsagt ikke uttømmende.

- ✓ God kontroll over, og enkel tilgang til egne arkiver på kort og lang sikt: Et usortert og ubeskrevet arkiv plassert i et fjernarkiv vil nesten utelukkende være en kostnad. Et velordnet og godt beskrevet arkiv vil være en viktig ressurs.



SAMDOK delprosjekt:	Prioritert oppgave:	SAK (ePhorte):	Dato:	Side: 7 av 16
Forfatter:	Tittel: Sluttrapport 2017 – Idébok om innsalg overfor private arkivskapere			

- ✓ Reduserte lagringskostnader (effektiv dokumentlagring): Etter ompakking av et papirarkiv (gjør fra ringpermer til arkivbokser) vil ofte volumet reduseres med 40-50 prosent.
- ✓ Robust langtidslagring av digitalt skapte arkiver på tvers av teknologiskifter: Konvertering fra proprietære formater til åpne standarder gjør systemene lesbare over mye lenger tid og muliggjør konvertering til nye plattformer etter hvert som utviklingen krever det.
- ✓ Lavere lisensutgifter på lite brukte datasystemer: Mange datasystemer som er avviklet beholdes primært fordi man ikke helt tar sjansen på å kassere opplysninger som kan vise seg å være nødvendige i en gitt situasjon. Ved å konvertere til maskin- og programvareuavhengige formater kan programvarelisenser avsluttes med tilhørende besparelser, uten tap av informasjon.
- ✓ Bruke arkivene i intern kultur- og identitetsbygging: Arkivene er virksomhetens sjel i den forstand at de inneholder autentiske spor etter de aktiviteter som er utført. Arkivene tilbyr «tidsreiser» for ansatte og bidrar til å skape en bevissthet om den flokken man tilhører.
- ✓ Markering av milepæler og viktige hendelser i bedriftens historie: Viktige hendelser kan illustreres for eksempel på virksomhetens intranettsider med hjelp av autentiske dokumenter som ble skapt i forbindelse med hendelsene.
- ✓ Arkiver som verktøy i merkevare- og omdømmebygging: De fleste virksomheter har nettsider som blant annet inneholder informasjon om virksomhetens historie. Her er arkivmateriale ofte en ubenyttet ressurs som skaper nærhet og troverdighet til den historie som fortelles.
- ✓ Viktig del av bransjens strategi for samfunnskontakt: Åpenhet og ansvarlighet er honnørord og nevnes ofte når virksomheten skal redegjøre for sitt samfunnsansvar. Corporate Social Responsibility (CSR) er her et nøkkelord, der tilgjengelige arkiver er et svært viktig element.
- ✓ Virksomhetens historiske arkiv dokumenterer forretningsmessige prosesser. Et godt vern av arkivene formidler at man tar ansvar og etterrettelighet på alvor.

Samfunnsmessig nytte og ekstern bruk:

Arkiv skapes for å tjene arkivskaperens operative behov. Men når dette behovet ikke lenger eksisterer, vil andre kunne bruke materialet til helt andre og viktige formål.

- ✓ Grunnlagsmateriale for forskning: Arkivmateriale brukes som grunnlagsmateriale for ny kunnskap og forståelse innenfor en rekke fagfelt.
- ✓ Synliggjøre bransjens og den enkelte bedrifts rolle i samfunnet både sentralt og lokalt: Det hevdes ofte at næringslivets betydning for samfunnsutviklingen underkommuniseres og at manglende kunnskap om viktige sektorer innenfor norsk næringsliv svekker både dets omdømme og rekruttering. Dersom forskere, journalister og andre utelukkende henviser til offentlige arkiver når de skal formidle kunnskap, blir framstillingen nødvendigvis skjev. Skal næringslivets egen versjon og deres virkelighetsforståelse bli tilgjengelig, spiller arkivene en vesentlig rolle.
- ✓ Privatarkiver generelt, og bedriftsarkiver spesielt, er kilder til å forstå den historiske utviklingen både lokalt, regionalt og nasjonalt. Noen bedrifter har vært bærebjelker i et lokalsamfunn eller en region, både økonomisk, sosialt og kulturelt.
- ✓ Bedriftsarkiver spesielt har også stor potensiell verdi for enkeltpersoner. Her dokumenteres ansettelsesforhold, helse, yrkesskader, pensjonsgrunnlag, miljøpåvirkning osv.
- ✓ Tilgjengeliggjøre arkiver som ikke inneholder sensitive opplysninger til elever, studenter, forskere og andre: Bruke arkivmateriale til å vise næringens rolle lokalt, nasjonalt og globalt. Et bevart bedriftsarkiv er på mange måter en bauta over de menneskene som bygde og drev virksomheten, og dermed også bidro sterkt til et livskraftig lokalmiljø og et velferdssamfunn.



SAMDOK delprosjekt:	Prioritert oppgave:	SAK (ePhorte):	Dato:	Side: 8 av 16
Forfatter:	Tittel: Sluttrapport 2017 – Idébok om innsalg overfor private arkivskapere			

2. Markedsføring – bruk fantasien

Vårt tilbud og våre tjenester kan være så gode de vil, men det hjelper lite dersom de ikke er kjent for potensielle interessenter. Vår erfaring er at det gjøres for liten innsats for å synliggjøre våre tjenester. Her er det bare å bruke fantasien. Dette trenger heller ikke koste all verden, og det er ikke en innsats som må gjøres av såkalte kommunikasjonseksperter. Det mest virksomme er etter vår mening at faglig dyktige personer, med entusiasme og formidlingsglede, aktivt deltar i å spre vårt budskap. Og budskapet må være enkelt og tydelig. Vi henvender oss ikke til vår indre krets og den etablerte «menighet», men for å nå de som ikke kjenner eller er seg bevisst arkivenes betydning.

2.1. Bedriftsbesøk – etabler personlig kontakt

Ikke noe kan erstatte den personlige kontakten. Dersom vårt mål er å ta imot flere bedriftsarkiver, og få bedriftene til å betale for de kostnader dette medfører, må vi snakke med de ansvarlige personer der. Vi skal si mer om hvordan man gjerne kan gå fram for å få til et første møte, for det er ikke alltid like lett. Her skal vi nøye oss med å si noe om hvem fra bedriften som bør delta og hva som bør være på agendaen.

Det å levere fra seg arkiver til en ekstern institusjon er en alvorlig sak. Vi snakker ofte om arkivmateriale som inneholder personsensitive og kommersielt viktige opplysninger. Dette er opplysninger som på ingen måte må komme på avveie eller misbrukes. Beslutninger må tas på høyt nivå i bedriften og av personer som har myndighet til å treffe slike avgjørelser. Derfor er det viktig at de som fatter beslutninger, så langt som mulig, deltar i et møte. Desto flere ledd det er mellom de man treffer i et orienteringsmøte og de som fatter beslutninger, desto større sjanse er det for at budskapet blir utydelig og at misforståelser oppstår.

Følgende funksjoner fra bedriften eller organisasjonen bør være representert, på så høyt nivå som mulig:

- Daglig leder (aktuelt i mindre virksomheter)
- Juridisk avdeling (juridisk direktør)
- Avdeling for administrasjon (administrasjonsdirektør – har ofte overordnet ansvar for arkivtjenesten)
- Avdeling for kommunikasjon og samfunnskontakt (informasjonsdirektør – trolig den avdeling som i størst grad vil se nytten av intern arkivbruk for å bygge merkevaren, en god bedriftskultur og – identitet, samt nytten av ekstern arkivbruk for langsiktig utvikling av omdømme osv.)

Arkiv- og IT-tjenesten må gjerne også være med, men de er trolig ikke så viktige i et første møte. Når kontakten først er opprettet og et samarbeid er etablert, vil disse avdelingene være selvsagte samarbeidspartnere.

Det må her også understrekes at de som møter virksomheten fra depotinstitusjonen bør være erfarne og kompetente personer med nødvendige fullmakter til å treffe beslutninger på vegne av institusjonen.

Mange bedrifter har sjelden eller aldri hatt kontakt med bevaringsinstitusjoner og kjenner disse dårlig. Derfor vil det være naturlig å starte møtet med en presentasjon av arkivinstitusjonen, de tjenester vi tilbyr og hvilke muligheter dette gir både for virksomheten og eksterne brukere (forskere og andre). Videre bør man gjennomgå hva en avtale om samarbeid vil omfatte og hvilke forpliktelser arkiveier og arkivinstitusjon påtar seg. Det er her ikke minst viktig å klargjøre det økonomiske bidrag man forventer fra bedrift eller organisasjon. Én time er ofte tilstrekkelig til å formidle budskapet. Det er gjerne vanskelig å be om mer tid. Vi har å gjøre med travle mennesker. Erfaringen er likevel at et godt møte der vi sannsynliggjør de store gevinstene som ligger i et samarbeid og arkivenes store potensial, kan vare både to og tre timer – fordi nysgjerrigheten er vekket.

Dersom man har som mål å dekke et godt og representativt utvalg av virksomheter, kan man ikke sitte og vente på at noen tar kontakt. Initiativet må tas av bevaringsinstitusjonen. Legg en plan for hver måned eller halvår som inneholder navn på de virksomheter man ønsker å møte. Så er det bare å ta kontakt!



SAMDOK delprosjekt:	Prioritert oppgave:	SAK (ePorte):	Dato:	Side: 9 av 16
Forfatter:	Tittel: Sluttrapport 2017 – Idébok om innsalg overfor private arkivskapere			

2.2. Profilering i media

Redaksjonell omtale i aviser og eller oppslag er også svært nyttig. Her kan man gjerne lage en ferdig pressemelding som sendes til aktuelle medier eller nettsteder (for eksempel mynewsdesk). Det er også ofte nødvendig å kontakte journalister direkte for å nå fram. Dersom det er mulig å knytte arkivinfo til aktuelle saker som media er opptatt av, er det ofte det beste.

2.3. Materieell (brosjyrer, nyhetsbrev, nettsted)

Enkle og lettfattelige brosjyrer er en fin måte å etterlate seg mer varige spor, men har størst effekt om de overrekkes til folk man møter på konferanser, bedriftsbesøk eller tilsvarende møtesteder. Det bør være kortfattet

Nyhetsbrev fra Norsk olje- og gassarkiv, desember 2015

Kulturminne Valhall er ferdigstilt - se <http://www.kulturminne-valhall.no/>. Norsk oljemuseum, Nasjonalbiblioteket og Norsk olje- og gassarkiv har i samarbeid med BP Norge AS og Hess Norge AS laget nettsted og bevart et omfattende arkivmateriale.

I disse vanskelige tider er det ekstra gledelig at enda flere bevaringsverdige arkiver er sikret i våre magasiner, til sammen 30 hyllemeter arkiver fra:

- Amoco Norway
- IndustriEnergi
- Statoil ASA
- ExxonMobil
- BP Norge
- Hess Norge
- ABC-klubben

Vi ser en økende interesse for olje- og gassarkivene blant forskere, studenter, journalister, allmennheten og ikke minst i bedriftene. I desember deltar vi i intern bedriftshistorieformidling hos BP Norge og Hess Norge.

Norsk olje- og gassarkiv var blant innleiderne på konferansen "Drilling through the screen" i regi av Institutt for filmvetenskap ved Universitetet i Stockholm. Industriefilm fra petroleumssektoren var tema.

Norsk olje- og gassarkiv arrangerer sammen med Norsk Oljemuseum seminar for studenter og forskere om petroleumsdokumentasjon og forskningsbruk i Stavanger 17-18. februar. Vi samarbeider også med ONS om en egen historie- og arkivesjon under ONS-2016.

European Oil and Gas Archives Network (EOGAN) avholder sin årskonferanse den 16-18 juni i Calvello i det sørlige Italia. ENI er vertskap for konferansen. Sett av dagene og opplev både et flott faglig opplegg og olje- og gassproduksjon i hjertet av Italias svar på de sveitsiske alper.

Synspunkter og innspill vedrørende våre aktiviteter mottas med takk og kan sendes til toth@arkivverket.no

Norsk olje- og gassarkiv ønsker alle våre samarbeidspartnere en riktig god jull!

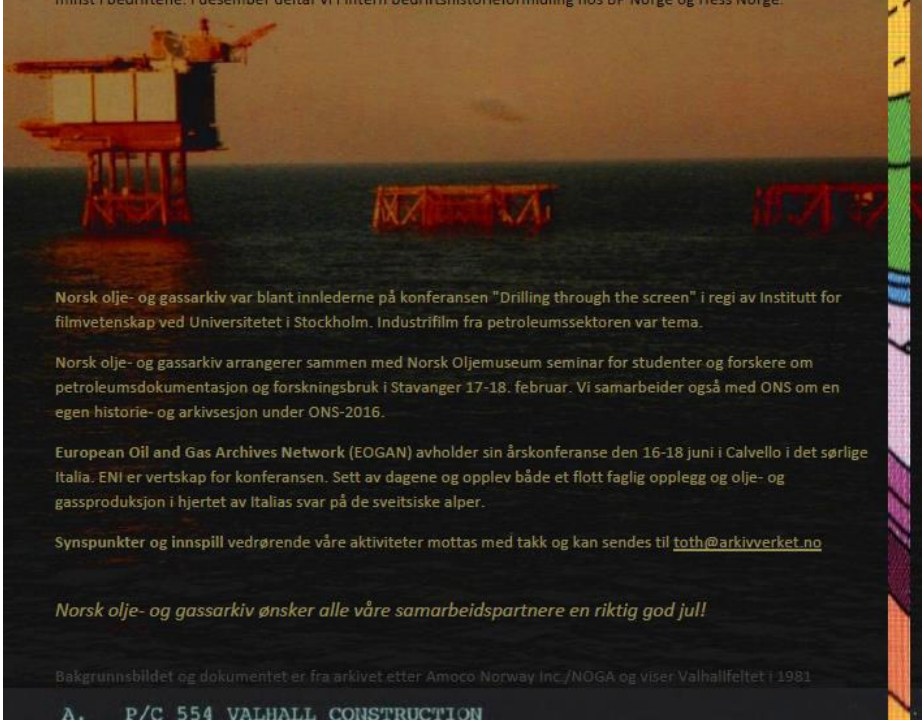
Bakgrunnsbildet og dokumentet er fra arkivet etter Amoco Norway Inc./NOGA og viser Valhallfeltet i 1981

A. P/C 554 VALHALL CONSTRUCTION

1. GENERAL

At the end of December all offshore installation work had been completed. McDermott had 30 people offshore on the quarters platform preparing for production hook-up. The Treasure Supporter having been through a three week maintenance/inspection program in Sandefjord returned to Valhall January 2, 1982. Production hook-up officially commenced January 4, 1982.

Construction milestones met in 1981 were as follows.



Nyhetsbrev fra Norsk olje- og gassarkiv, desember 2015.

og enkel informasjon – gjerne laget slik at de tiltrekker seg oppmerksomhet. Brosjyren må som et minimum inneholde en kortfattet visjon for vårt arbeide – gjerne som et blikkfang eller en overskrift. Bruk gjerne også et



SAMDOK delprosjekt:	Prioritert oppgave:	SAK (ePhorte):	Dato:	Side: 10 av 16
Forfatter:	Tittel: Sluttrapport 2017 – Idébok om innsalg overfor private arkivskapere			

par illustrasjoner som gir assosiasjoner til satsingsområdet og de tjenester som tilbys. Brosjyren må ikke inneholde for mye tekst, kun en kort presentasjon av din virksomhet, tjenester som tilbys og kontaktinformasjon.

Din arkivinstusjon kan også med fordel sende ut jevnlig nyhetsbrev til eventuelle samarbeidspartnere, der man forteller nyheter om pågående arbeid, milepæler som er nådd, markering av interessante/relevante historiske hendelser osv. Disse bør være svært kortfattede. Ikke mer enn én side – gjerne som en pdf-fil som sendes over nett. Det er viktig at slike nyhetsbrev kommer ut jevnt og hyppig, for eksempel kvartalsvis. Det bidrar til å feste kunnskap om arkivinstusjonen i mottakerens bevissthet.

Både brosjyre og nyhetsbrev bør henvise til nettsted som gir utfyllende informasjon om arkivinstusjonen og de tjenester den kan tilby.

For at våre tjenester skal feste seg i mulige interessenters bevissthet, er det viktig å vise seg fram hyppig. Innslag i media, deltakelse på konferanser, nyhetsbrev, bedriftsbesøk bidrar alle til at vi blir bedre kjent innenfor det miljøet vi ønsker å tjene. Det er summen av disse aktivitetene som sikrer at aktuelle aktører tenker på oss når en situasjon omkring arkivet oppstår.

Ha derfor alltid med en informasjonsbrosjyre, visittkort og lignende når du deltar i fora der potensielle «kunder» deltar. Dersom du har mulighet til å lage plakater, «roll-ups», bør disse vises så ofte som mulig.

Det handler kort sagt om å vise seg fram så ofte som mulig slik at navnet og tjenesten fester seg i folks bevissthet.

3. Nettverksbygging

Det å «selge» privatarkiv er på mange måter som enhver annen salgsjobb. For å lykkes må to grunnleggende ting være på plass: kvalitet i produktet som tilbys og en effektiv markedsføring som gjør produktet kjent. Et godt nettverk kan forbedre begge deler. Det kan være en kilde til ekspertise og kunnskap, samt en døråpner til potensielle kunder. Et godt produkt handler nemlig ikke bare om arkivfaglig kunnskap, men også kunnskap om den bransje eller sektor som man vil bevare arkivmateriale fra.

3.1. Aktuelle arenaer

Det er viktig å delta der næringen eller sektorens aktører befinner seg. Privatarkivarbeidet blir ingen suksess dersom man bare sitter på sitt kontor og lager strategier og planer. Det første man bør gjøre når man skal lage et nettverk, er derfor å skaffe seg en oversikt over de viktigste møtesteder og fora som finnes innenfor en bransje.

3.2. Deltakelse i relevante fora

De fleste næringer har en bransjeorganisasjon, gjerne innenfor NHO-systemet, og tilsvarende arbeidstakerforeninger. Det kan være en svært god begynnelse å kontakte dette systemet først, gjerne den del av apparatet som er opptatt av samfunnskontakt og kommunikasjon. Ofte har disse bransjeorganisasjonene såkalte fag- eller ekspertutvalg eller grupper som møtes jevnlig. Det er ikke umulig å slippe til for å informere om privatarkivarbeidet i slike sammenhenger. Innenfor Norsk olje- og gassarkiv var det således svært nyttig å få tilgang til forumet for informasjonsdirektører innenfor bransjen – en egen faggruppe. Det å nå nær sagt alle personer som var ansvarlig for samfunnskontakt fra de fleste medlemsbedriftene i bransjen var svært effektivt og ga uttelling både på kort og lang sikt. Tilsvarende profesjonelle nettverk som kan være nyttige i arkivsammenheng, er bransjefora innenfor jus og HR/administrasjon.

I tillegg har man gjerne ulike typer interesseorganisasjoner. Dersom disse er åpne for medlemskap, kan det være en god investering å delta som medlem og gjerne også som et aktivt sådant. Slike interesseorganisasjoner har ofte jevnlig møter eller konferanser for sine medlemmer. Disse bør man absolutt forsøke å delta i – og gjerne også aktivt i form av foredragsholder eller utstillter.



SAMDOK delprosjekt:	Prioritert oppgave:	SAK (ePhorte):	Dato:	Side: 11 av 16
Forfatter:	Tittel: Sluttrapport 2017 – Idébok om innsalg overfor private arkivskapere			

3.3. Rådgivings- eller «venne»-gruppe

Dersom det lar seg gjøre, vil det være svært nyttig å formalisere deler av nettverket i en rådgivings- eller vennegruppe. Her inviterer man inn sentrale personer, det være seg fra arkivskaperne (bransjen), aktuelle brukergrupper (akademia, skoler etc.), media og det politiske miljøet. Forskere med kompetanse på bedrifts- eller organisasjonshistorie og journalister kan være nyttige medspillere både i et formalisert nettverk, og/eller som støttespillere i konkrete initiativ.

En slik vennegruppe har ikke nødvendigvis noen formell juridisk status i forhold til arkivinstitusjonen, men ansvarliggjøres ved å gis en aktiv rolle i forhold til bevaringsarbeidet. Det er viktig å knytte til seg personer som har sentrale posisjoner. Det er nødvendig om de skal kunne fungere som døråpnere og gode rådgivere. Gode kandidater vil gjerne være eksisterende eller tidligere bransjetopper som har stor kunnskap om, og som nyter respekt innenfor næringen. Journalister og forskere som særlig har befattet seg med vedkommende næring, vil også kunne bidra både til faglig og salgsmessig suksess.

3.4. Seminarer og kurs

Vi har så vidt nevnt konferanser som nyttige fora for markedsføring og nettverksbygging. Det arrangeres et stort antall slike i løpet av et år. For å vite hva man skal delta på, bør man sette seg godt inn i både program og deltakerprofil. Et program som muliggjør deltakelse med eget innlegg vil kunne gi stor gevinst. Det er også viktig at man treffer personer med beslutningsmyndighet og ansvar for funksjoner som vil kunne nyttiggjøre seg de tjenester arkivene vil kunne tilby. Det trenger ikke nødvendigvis være de fremste fagfolkene innenfor en bransje, men de som har ansvar for samfunnskontakt og informasjonsarbeid, juridisk rådgiving og arkivdanning.

4. Den første kontakten

Når den bedriften som man ønsker å bevare arkivet etter er blinket ut, skal de ansvarlige personer i virksomheten overbevises. De skal overbevises, ikke bare om at arkivet deres trygt kan overføres, men helst også om at dette er noe de bør betale for. Den første kontakten bør derfor tas på høyt nivå. Overføring av arkiv og pengebruk er noe som sjelden bestemmes av bedriftens arkivtjeneste. I små og middelstore bedrifter vil det være naturlig å kontakte daglig leder først. I store bedrifter er det ofte mer effektivt å bevege seg ned på mellomledernivå – og da gjerne til de/den som har ansvar for administrative tjenester, kommunikasjon og gjerne også juridiske tjenester. Disse har gjerne det nærmeste forholdet til arkiv og de tjenester vi ønsker å tilby.

Noen sverger til å bruke personer man måtte kjenne innenfor virksomheten. Dersom disse ikke har nødvendig myndighet og ansvar, trenger ikke det å være en heldig tilnærming. Man risikerer i så fall gjerne at vårt tilbud formidles til de ansvarlige gjennom en person som ikke kjenner «produktet» vårt godt nok. Om man velger en slik tilnærming, bør man i alle fall sikre at en slik «vennetjeneste» begrenser seg til å få i stand et møte med de relevante personer.

4.1. Hjemmeleksen før kontakt

Før det første møtet bør man ha satt seg nøye inn i vedkommende virksomhet, både historikken og nåværende situasjon. Det kan også være hensiktsmessig å ta en prat med arkivtjenesten i forkant om hvordan denne er organisert og de utfordringer man eventuelt måtte ha. Man bør også sjekke om vedkommende bedrift eller organisasjon har avlevert materiale tidligere, til egen eller andre arkivinstitusjoner/museer eller lignende (sjekk for eksempel Arkivportalen.no).

4.2. Skriftlig henvendelse med muntlig oppfølging

Det er ikke alltid like enkelt å gjøre avtale med travle næringslivsledere. Det er heller ikke alltid lett å fange deres oppmerksomhet og interesse. Vi må nok også innse at arkiv ikke er det tema som umiddelbart fanger en bedriftsleders interesse.



SAMDOK delprosjekt:	Prioritert oppgave:	SAK (ePhorte):	Dato:	Side: 12 av 16
Forfatter:	Tittel: Sluttrapport 2017 – Idébok om innsalg overfor private arkivskapere			

Dersom man bare tar en telefon, vil man ofte oppleve at vedkommende ikke har tid til en samtale, at man får for liten tid til å forklare ærendet, med det resultat at man blir høflig avvist. Vi har god erfaring med å sende en kort epost i forveien. Epost-adressen til nevnte person finnes ofte på bedriftens nettside eller kan skaffes ved henvendelse til virksomheten. Eposten bør kort og poengtert redegjøre for vårt budskap. Brevet bør absolutt ikke overstige én side. Etter en kort redegjørelse for de tjenester man tilbyr og noen gode salgsargumenter, bør man be om et kort møte (1-2 timer er det maksimale man kan forvente) der tilbudet kan utdypes.

Erfaringsmessig vil de færreste ha lest eposten inngående. Mange har oversett den, nesten uansett hvor velformulert den måtte være. Man må huske at de fleste av oss mottar svært mange tilbud per epost, som vi knapt nok viser interesse og som går rett i papirkurven.

Derfor er det viktig å følge opp med en telefonsamtale bare et par dager etter at eposten ble sendt. Hovedpoenget her er å spørre om vedkommende har mottatt brevet. Mange vil svare litt unnvikende fordi dette ikke har festet seg. Man kan da tilby seg å sende den på ny og eventuelt tilby en ny samtale senere. Denne gang vil den temmelig sikkert bli lest. Dersom eposten er lest, kan det danne et fint utgangspunkt for en kort samtale, der hovedhensikten er å få til et påfølgende møte. Husk å spørre om vedkommende har et par minutter å avse. Dersom du ringer på et ubeleilig tidspunkt, kan det være fornuftig å avtale en prat på et senere tidspunkt.

Samarbeid med Norsk olje- og gassarkiv vedrørende arkiver fra Sotra Contracting AS

Olje- og gassnæringen er og vil i overskuelig fremtid være landets viktigste bransje. Den har påvirket og vil fortsatt forme vårt samfunn sterkere enn noen annen enkeltstående næring.

Vår visjon er å sikre de mest sentrale arkivene fra denne samfunnssektoren for fremtiden, både med tanke på industriens egen bruk, forskning og kulturformidling. Sektoren, og vår interesse, omfatter både olje- og gasselskap, leverandørindustrien, tilhørende organisasjoner og myndighetsorgan.

Arbeidet er underlagt Riksarkivaren og skjer i nært samarbeid med Norsk olje og gass, universitets- og utdanningsinstitusjoner. Vi har allerede inngått avtaler med nær sagt samtlige store oljeselskaper i Norge.

Hvorfor bevare bedriftens arkiver ved Norsk olje- og gassarkiv?

Bedriftsintern nytte:

- Sikre god kontroll over, og enkel tilgang til egne arkiver på kort og lang sikt.
- Redusere lagringskostnader (effektiv dokumentlagring)
- Robust langtidslagring av digitale arkiver på tvers av teknologiskifter
- Spare lisensutgifter på lite brukte datasystemer
- Bruke arkivene i intern kultur- og identitetsbygging
- Markering av milepæler og viktige hendelser i bedriftens historie
- Arkiver som verktøy i merkevare- og omdømmebygging
- Viktig del av bedriftens strategi for samfunnskontakt

Samfunnmessig nytte og ekstern bruk:

- Grunnlagsmateriale for forskning omkring norsk olje- og gassvirksomhet
- Synliggjøre bedriftens rolle i samfunnet
- Tilgjengeliggjøre arkiver som ikke inneholder sensitive opplysninger til elever, studenter, forskere og andre

Forutsetninger:

- Bedriften har full kontroll med innsyn i og bruk av arkivene
- Spleiselag der bedriften bidrar økonomisk med engangsinvesteringene til uttrekk, ordning og tilgjengeliggjøring, mens Norsk olje- og gassarkiv drifter arkivet etter avlevering/deponering.

Vi vil gjerne fortelle dere mer om vårt arbeide, og diskutere mulig samarbeid omkring arkivene i din virksomhet.

Vi håper å høre fra dere igjen, og avtaler gjerne et møte for å gi en mer fylldig orientering. Kontakt undertegnede eller Janet Martin (e-post: janmar@arkivverket.no).

Med vennlig hilsen

Torkel Thime

Prosjektleder, Norsk olje- og gassarkiv

Statsarkivet i Stavanger Telefon: 51 50 12 80 - Mobil: 915 59 842
Besøksadresse: Bergelandsgt. 30, 4012 Stavanger
Epost: tolh@arkivverket.no
www.oliearkivet.no



E-post: sastavaenger@arkivverket.no Bergelandsgt. 30, 4012 Stavanger Telefon (+47) 51 50 12

Eksempel på skriftlig henvendelse til potensiell kunde.



SAMDOK delprosjekt:	Prioritert oppgave:	SAK (ePhorte):	Dato:	Side: 13 av 16
Forfatter:	Tittel: Sluttrapport 2017 – Idébok om innsalg overfor private arkivskapere			

4.3. Pågående, men ikke plagsom

Det første målet må være å få til et uforpliktende møte for å kunne formidle vårt budskap til relevante personer. Selv om bedriften man kontakter virker lunken, er det ikke frekt å insistere på et kort møte slik at alle parter er sikker på hva de eventuelt sier nei til.

De fleste pleier å gå med på det dersom de får bestemme tid, sted og varighet. Skulle vedkommende imidlertid være helt avvisende, må man selvsagt respektere det. I de fleste tilfeller vil det imidlertid gjerne være slik at man skal tenke gjennom saken, drøfte det internt eller komme tilbake på et senere tidspunkt. Da kan det være fornuftig å avtale hvor lang periode man skal vente før man tar en fornyet kontakt. Typisk kan man spørre om det er greit å ta kontakt om en ukes tid. Hvis vedkommende ser for seg at dette ikke er aktuelt med det første, får man heller nøye seg med å foreta en ny kontakt etter noen måneder eller mer.

Når man endelig har fått til en avtale, er det lurt å lage en innkalling i outlook. Slik sikrer man at avtalen ikke blir glemt av noen av de involverte.

4.4. Realistiske forventninger

Det er viktig å gi et korrekt bilde av de tjenester man kan tilby. Ingenting er verre enn å love ting som det senere viser seg man ikke kan innfri. Det betyr ikke at man ikke kan strekke seg litt utover det man faktisk i dag kan tilby, dersom man har realistiske muligheter for å innbake disse i nær framtid.

Det har alltid en god virkning å vise til gode referanser. Har man ytt tjenester til tilsvarende bedrifter eller organisasjoner tidligere, vil det være et godt salgstiltak å avklare med disse at andre kan ta kontakt for å høre hvordan disse har hatt nytte av tjenestene.

4.5. Konkrete mål

Den første kontakten resulterer sjelden i en avtale eller kontrakt. Den informasjon som er gitt, skal vurderes internt hos kunden. Man skal gjennomgå de tjenester som er tilbudt både for å vurdere hva virksomheten har behov for og de kostnader som følger med. Derfor vil resultatet av et første møte være begrenset til å avtale oppfølgende møter, dersom virksomheten fortsatt er interessert.

Det kan også være fornuftig å avtale en mer inngående kartlegging av hvilke behov som eksisterer, der bevaringsinstitusjonen deltar. Denne kartleggingen kan så danne grunnlag for en senere avtale.

5. Oppfølging – ting tar ofte tid

I de fleste tilfeller kan det ta lang tid fra den første kontakten til man inngår et samarbeid. Vi snakker noen ganger om år. I denne «ventefasen» er det viktig å føre en logg over de kontakter som er tatt og hva som til enhver tid er avtalt. Dette både for å være målrettet i de kontakter som tas, huske hva som ble avtalt sist, hvem man hadde kontakt med og ikke minst sikre at ikke henvendelsene oppfattes som utidig mas. En slik logg vil også gjøre det enkelt for andre å videreføre arbeidet dersom den eller de som var involvert i bevaringsinstitusjonen ikke lenger arbeider med saken.

Det viktige er at «kunden» får en opplevelse av at vi er profesjonelle, at vi står på og er proaktive og at vi er til å stole på.

Ny kontakt bør ikke tas før det er gått en viss tid eller etter avtale. Det er ikke noe godt salgstrekk å mase for ofte. De som er negative må respekteres. Har man gitt klar beskjed om at et samarbeide ikke er aktuelt, bør det gå en god tid før man tar ny kontakt. Man kan gjerne vente noen år eller eventuelt til det kommer nye personer inn i bedriften som kan tenkes å velge annerledes enn sine forgjengere.

Det er bedre å bruke tid på de som er positivt innstilt og der det finnes muligheter for samarbeid.



SAMDOK delprosjekt:	Prioritert oppgave:	SAK (ePhorte):	Dato:	Side: 14 av 16
Forfatter:	Tittel: Sluttrapport 2017 – Idébok om innsalg overfor private arkivskapere			

6. Avtaler

En avtale om samarbeid må gi et klart bilde av de tjenester som avtalen omfatter og hvilke rettigheter og plikter dette medfører både for bevaringsinstitusjon og «kunde». Avtalen må alltid utformes i to eksemplarer, der bevaringsinstitusjon oppbevarer den ene og kunden den andre. Avtalen må være undertegnet av person som har avtalemyndighet hos begge parter.

Vi skiller gjerne mellom **avlevering** og **deponering**. I det første tilfellet overgår eiendomsretten til bevaringsinstitusjonen, mens virksomheten beholder eiendomsretten ved deponering. Dette kan ha konsekvenser for de øvrige punktene i avtalen, særlig med tanke på kostnadsaspektet.

6.1. Kontraktsutforming og innhold

Mange bedrifter har et sett med elementer og vilkår som skal være med i kontrakten. Disse må selvsagt innarbeides så langt dette er mulig. For arkiv- eller bevaringsinstitusjonen er det viktig at følgende elementer er på plass:

For det første er det viktig at eierforhold er tydelig avklart. Den som avleverer eller deponerer må godtgjøre at dette er vedkommende sin eiendom og at man har alle rettigheter til materialet. Dette har ikke minst betydning for å avklare eventuelle copyright eller åndsverkrettigheter dersom materialet skal brukes eksternt.

Vanligvis forplikter bevaringsinstitusjonen seg til å oppbevare arkivene sikkert, gjerne i henhold til Arkivforskriften. Det må avklares hva som skal gjøres med materiale som etter deponering eller avlevering vurderes som kassabelt. Skal mottaker kunne kassere dette, eller skal det tilbakeføres til eier.

Videre forplikter vanligvis bevaringsinstitusjonen seg til å utarbeide en arkivoversikt over det mottatte materialet. Det bør spesifiseres hvor detaljert denne oversikten skal være, og hvordan denne skal tilgjengeliggjøres.

Det bør videre spesifiseres hvordan arkivmaterialet skal være tilgjengelig, både for den som har levert fra seg materialet og eventuelt andre brukere. Normalt vil arkivene være tilgjengelig på arkivinstitusjonens lesesal, men det kan også avtales rammer for tilbakelån eller arkivundersøkelser som arkivinstitusjonen foretar.

Ofte vil den som leverer fra seg arkivene ha behov for å stille betingelser for bruk av materialet. Arkivene kan inneholde personsensitive eller kommersielt sensitive opplysninger, eller det kan være andre grunner for at man ønsker å begrense adgangen. I slike tilfeller bør man avtale hvem som godkjenner innsynsbejæringer og eventuelt hvilke formelle krav som skal stilles til søkeren. Dersom den som avleverer arkivene er en bedrift eller større organisasjon, bør det avtales hvilken funksjon i virksomheten det er som skal avgjøre en innsynssøknad. Ofte blir et slikt ansvar plassert i juridisk avdeling eller hos administrasjonsleder.

Det er fornuftig å avtale hvor lang tid eventuelle bruksrestriksjoner eller adgangsbegrensninger skal gjelde. Dersom det ikke er mulig å beslutte et bestemt antall år, eller når slike begrensninger skal opphøre, bør man i alle fall fastsette et tidspunkt når dette skal vurderes på ny.

Man bør innarbeide en bestemmelse i avtalen om at virksomheten plikter å informere arkivinstitusjonen hvem som overtar myndigheten til å bestemme innsyn dersom denne omorganiseres, fusjonerer eller avvikles.

Ved deponering bør det også avtales hvordan en eventuell tilbakeføring av arkivmateriale skal skje, varselsperiode og kostnader ved en eventuell tilbakeføring.

De ulike tjenestene må kostnadsbestemmes, og det må avtales hvordan disse skal betales. Typiske elementer her er utgifter til emballasje, pakking, flytting, ordning, katalogisering, makulering, restaurering digitalisering,

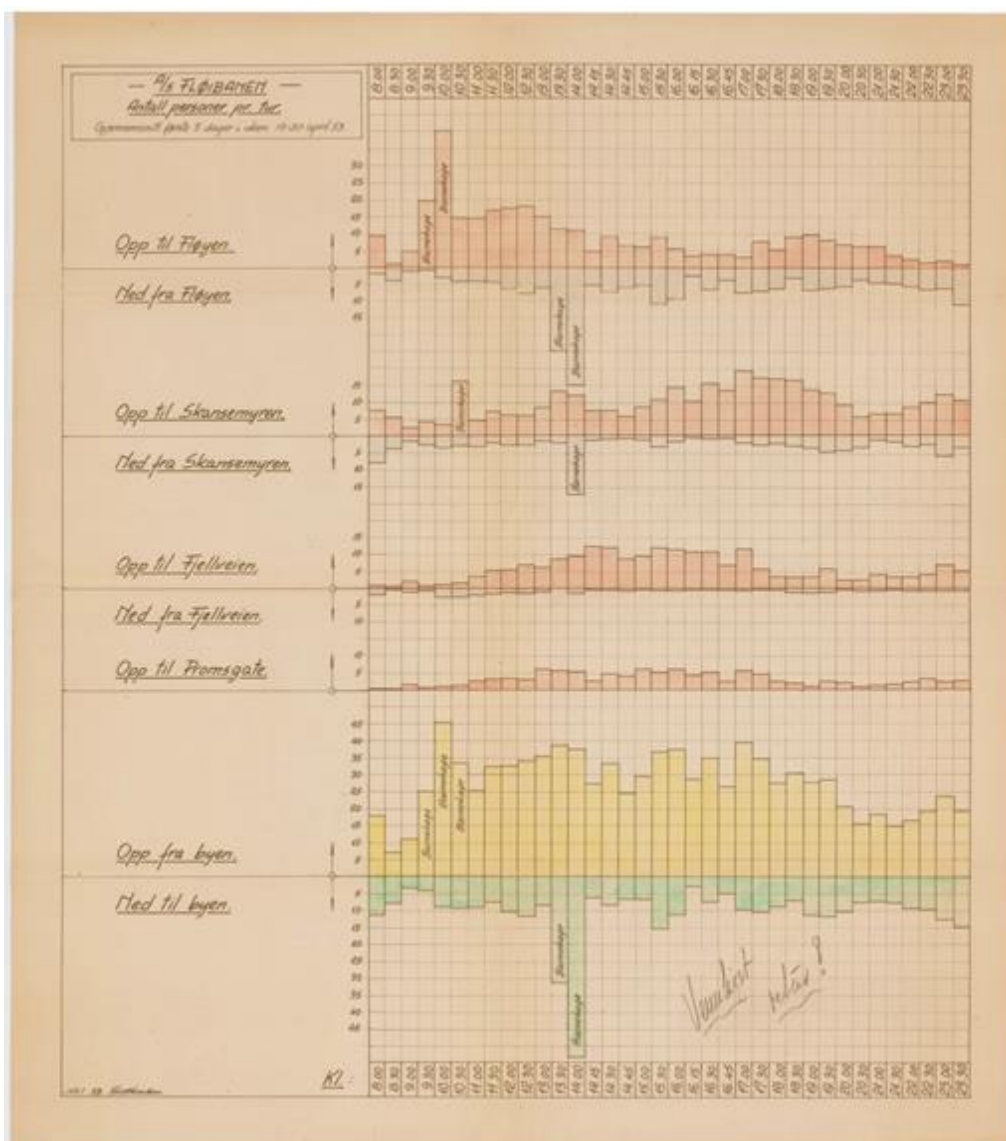


SAMDOK delprosjekt:	Prioritert oppgave:	SAK (ePhorte):	Dato:	Side: 15 av 16
Forfatter:	Tittel: Sluttrapport 2017 – Idébok om innsalg overfor private arkivskapere			

betjening, utlån og oppbevaring. I noen tilfeller vil oppdraget også kunne være formidling, historieskriving og lignende.

6.2. Varighet, revisjon og oppsigelse

En avtale må ha bestemmelser om hvorvidt, og i så fall hvor ofte, den skal revideres. Videre må den inneholde bestemmelser om eventuell oppsigelse. Det kan tenkes at man ønsker å endre deponeringen til en avlevering eller at man ønsker å endre bestemmelsene om adgangsbegrensning. Det er mange gode grunner til å sette revisjonstidspunktet til 10 år. Revisjoner bør ikke skje for ofte. Det skaper bare merarbeid for alle parter. Behovet for endringer i avtalen vil vanligvis også oppstå først etter at det er gått en del år.



Den grafiske oversikten viser gjennomsnittlig antall av- og påstigninger på Fløibanen i Bergen, mandag til fredag i to uker i april 1953. Som vi ser trekker barnehager på tur i morgentimene opp statistikken. Mellomstasjonene har også sin andel passasjerer.

Privatarkiv Fløibanen AS, ArkiVest.



SAMDOK delprosjekt:	Prioritert oppgave:	SAK (ePhorte):	Dato:	Side: 16 av 16
Forfatter:	Tittel: Sluttrapport 2017 – Idébok om innsalg overfor private arkivskapere			

Videre lesing

V. Lange, D. Mangset og Ø. Ødegaard, Privatarkiver. Bevaring og tilgjengeliggjøring, Riksarkivaren Skriftserie 11. Oslo 2001.

Janet Birkedal Martin: Presentasjon av Norsk olje og gassarkiv, i Norsk Arkivforum 23, Oslo 2016.

Geir S. Braut, Ine Fintland, Janet Birkedal Martin: Living in a Box, or a Genie in a Bottle? Archives as a Backbone for Corporate Storytelling, i Journal of Management and Strategy, Vol. 4, No 3, 2013.

(<http://www.sciedu.ca/journal/index.php/jms/article/view/3165>)