



'ICT-gebruik in musea, digitalisering nog in kinderschoenen'

Else Laura Rademaker

In welke mate maken Nederlandse musea gebruik van ICT bij hun kernactiviteiten? Deze vraag staat centraal in een onderzoek dat in 2007/2008 is uitgevoerd in opdracht van de Museumvereniging en DEN. Het onderzoek is een vervolg op een studie uit 2002, zodat ontwikkelingen in de laatste vijf jaar goed zichtbaar zijn geworden. Het onderzoek geeft uitersten te zien. Aan de ene kant toont het aan dat inmiddels bijna ieder museum actief is op het web. Een hoopvolle uitkomst! Sinds 2002 is het aantal musea met een website gegroeid van 81 naar 99 procent. Aan de andere kant wordt geconstateerd dat het ICT-beleid in de musea nog ernstig te kort schiet. Door ICT-beleid kan een instelling het digitaliseringsproces duurzaam inbedden in organisatie en werkprocessen. Dat is belangrijk, bijvoorbeeld om investeringen te borgen. In dit artikel zijn de uitkomsten en de betekenissen van het onderzoek nader toegelicht.

HET ONDERZOEK

De twee hoofdvragen tijdens het onderzoek ICT-gebruik in musea waren: Op welke wijze gebruiken Nederlandse musea ICT voor museumspecifieke toepassingen en welke trends en ontwikkelingen zijn waarneembaar in de toepassing van ICT door musea? De resultaten van dit onderzoek zijn vergeleken met die van een eerder onderzoek uit 2002, ICT gebruik in musea; Een internationale vergelijking [noot 1]. Het vervolgonderzoek ICT-gebruik in musea is uitgevoerd in de loop van 2007 [noot 2]. De cijfers van 2007 zijn gebaseerd op ingevulde enquêtes van 143 Nederlandse musea.

UITKOMSTEN

Punt van zorg: Beleid en ICT

Slechts dertig procent van de onderzochte musea geeft in het voorjaar van 2007 aan over een informatiebeleidsplan te beschikken, meestal als onderdeel van het algemene beleidsplan. Dit betekent dat 70 procent van de onderzochte instellingen géén beleid heeft ontwikkeld voor de inzet van ICT en nieuwe media. Het geëigende instrument voor het vastleggen van ICT-beleid is het informatieplan. Zo'n plan is een onmisbare schakel bij de voorbereiding op digitaliseringsactiviteiten. Het bestaat uit drie onderdelen: een informatiebeleidsplan, dat de samenhang aanbrengt tussen het algemene instellingsbeleid en de inzet van ICT, een digitaliseringsplan, dat het ICT-beleid vertaalt naar operationele spelregels en een duurzaamheidsplan, waarin de instelling de strategieën voor duurzame digitale toegankelijkheid van de collectie beschrijft. Uit het onderzoek blijkt dat slechts 21 procent van de onderzochte

instellingen een strategie voor digitale duurzaamheid heeft ontwikkeld. Bijna veertig procent heeft een digitaliseringsplan.

De overgrote meerderheid heeft ICT-beleid dus niet expliciet geformuleerd. Als musea geen heldere wensen en plannen voor ICT in hun organisatie formuleren blijven hun digitaliseringsactiviteiten incidentgedreven. Hierdoor zal het moeilijker zijn om aan te sluiten bij samenwerkingsprojecten en lopen de musea de kans dat ze met verouderende systemen en procedures werken. Ten opzichte van 2002 is het aantal musea dat ICT-beleid in een informatieplan of digitaliseringsplan heeft geformuleerd in 2007 niet toegenomen.

'Digitaliseren met Beleid'

Sinds 2006 is het voor musea mogelijk financiering te krijgen voor het opstellen van informatiebeleid, dankzij de subsidieregeling 'Digitaliseren met beleid'. De resultaten hiervan zijn nog niet zichtbaar in dit onderzoek; daarvoor kwam het net te vroeg. Met 'Digitaliseren met beleid' wil het ministerie van Onderwijs Cultuur en Wetenschap (OCW) het digitaliseringsproces duurzaam inbedden in organisatie, beleid en werkprocessen [noot 3].

Inmiddels hebben ruim vijftig musea gebruik gemaakt van deze subsidiemogelijkheid, zodat bij een volgende meting het aantal musea dat het informatiebeleid op orde heeft, aanzienlijk hoger zal liggen. DEN zorgt voor de monitoring van binnenkomende informatie- en digitaliseringsplannen in de Projectenbank digitaal erfgoed, zodat ook tussentijds de ontwikkeling van het museale ICT-beleid gevolgd kan worden [noot 4].

Gemiddeld budget voor ICT

In 2007 beschikt 29 procent van de onderzochte musea over een gespecificeerd structureel jaarbudget voor ICT. De hoogte van het budget ligt dan tussen de 1 en 5 procent van het totale budget. Dit wijkt niet sterk af van andere instellingen in de publieke sector. De kanttekening hierbij is dat maar liefst 71 procent van de musea geen specifieke budget voor ICT heeft, zodat feitelijk onduidelijk blijft hoe de investeringen van musea in ICT zich verhouden tot maatschappelijke trends.

Goed nieuws: veel museumwebsites

Bijna alle musea (99%) beschikten in 2007 over een website. 20 procent van de respondenten actualiseert de website dagelijks, 29 procent wekelijks, 34 procent maandelijks en 17 procent minder vaak dan maandelijks.

In 2002 was het aantal musea dat online zichtbaar was lager: 20 procent van de musea beschikte toen nog niet over een website. Toen lag de frequentie van actualisatie van de informatie op de site ook aanmerkelijk lager: Slechts 3,4 procent werkte in 2002 de site dagelijks bij, 20,5 wekelijks, 39,3 maandelijks en 36,8 procent deed dat sporadisch.

De informatie op de websites bestaat bij 66 procent niet alleen uit algemene informatie zoals contactgegevens en openingstijden maar ook uit beschrijvingen van de collecties. Opvallend is dat een groot percentage, 62 procent, de bezoeker de mogelijkheid biedt om vriend van het museum te worden. Daarmee wordt ingespeeld op de trend om digitale loyaliteitsprogramma's aan te bieden [noot 5].

De toename van het aantal musea met een website is goed nieuws. Ook de hogere frequentie van actualisering van de informatie op de sites stemt positief. Aan de analyse van

bezoekersaantallen en van het online gedrag van bezoekers wordt door veel musea echter nog niet voldoende aandacht besteed. Bezoekersstatistieken van de museumwebsites worden in 2007 door maar 57 procent van de respondenten bijgehouden. En niet iedereen die statistieken bijhoudt analyseert ze met regelmaat. Dat is een gemiste kans, want webstatistieken kunnen helpen bij de toepassing van bijvoorbeeld Search Engine Marketing (Zoekmachine marketing) en Search Engine Optimalisatie (SEO), belangrijke methoden om de vindbaarheid van de museale informatie te vergroten.

Andere ICT-diensten

67 procent van de ondervraagde musea biedt een nieuwsbrief per e-mail aan. 33 procent beschikt over een multimediale kiosk en 20 procent over PDA-tours. Andere diensten, zoals RFID, Pod-, Vod- of Narrowcasting, een digitale herinnering aan het bezoek aan de instelling, blogging of chatten worden nauwelijks door musea aangeboden [noot 6].

Samenwerking bij digitalisering

In 2007 werkt 33 procent van de musea samen met één of meer organisaties op het gebied van ICT. 23 procent zoekt op het gebied van digitalisering samenwerking met andere musea en 9 procent is betrokken bij (inter)nationale (innovatieve) projecten. 45 procent geeft aan dat gegevens van het museum ook beschikbaar zijn via portal sites. 22 procent wisselt collectie-informatie elektronisch uit met collega-instellingen en 25 procent heeft ICT als onderdeel van bruikleenprocedures. Musea werken vooral samen op het gebied van collectie-informatie.

Investeren in kennis van standaarden voor de uitwisseling van digitale informatie is een voorwaarde voor samenwerking op grotere schaal.

Collectieregistratie

Van de onderzochte musea in 2007 beschikt 87 procent over een geautomatiseerd collectieregistratiesysteem. Van de museale collecties is momenteel 83 procent geregistreerd. Hiermee wordt bedoeld dat informatie over objecten in de collecties gestandaardiseerd is vastgelegd. Dit kan overigens ook op papier zijn. Slechts 57 procent van de museale collecties is namelijk geautomatiseerd (d.w.z. in een database) geregistreerd. Ten slotte is 37 procent van de objecten in de museale collecties digitaal gereproduceerd in de vorm van één of meer digitale afbeeldingen. Overigens zijn lang niet alle digitale reproducties toegankelijk voor het publiek.

Een vergelijking met 2002 is moeilijk te maken, omdat de termen 'gedigitaliseerd' en 'digitaal geregistreerd' destijds anders werden geïnterpreteerd.

Toegenomen kennis van standaarden

In 2007 zegt 87 procent van de musea bekend te zijn met ontsluitingsinstrumenten als de Basisregistratie/ Historische voorwerpkaart. 59 procent kent de Art & Architecture Thesaurus, 28 procent kent RKD-Artists, 27 procent noemt Spectrum, 22 procent kent Dublin Core en 18 procent noemt andere standaarden.

In 2002 was de kennis van de meeste genoemde standaarden veel lager. Dit betekent dat de musea in 2007 beter op de hoogte zijn van bestaande standaarden. De Museumvereniging/SIMIN, de Museumconsulenten en DEN hebben de laatste jaren veel aandacht gevraagd voor het gebruik van standaarden in musea, en blijkbaar niet zonder succes. Meer dan de helft van alle musea gaat te rade bij een van deze ondersteunende organisaties.

Dit is een verheugende ontwikkeling. Standaardisatie speelt voor digitaal erfgoed een wezenlijke rol als het gaat om goede samenwerking tussen erfgoedinstellingen in het digitale domein.

De resultaten van het onderzoek ICT-gebruik in musea stimuleren de Museumvereniging als brancheorganisatie en DEN als kennisplatform nog beter in te spelen op de behoeften in het veld. Met name op het gebied van ICT-beleid zullen beide organisaties ondersteunende activiteiten opzetten.

Tot slot nog een eenvoudige tip aan musea: Abonneer u op (digitale) tijdschriften, nieuwsbrieven of nieuwsgroepen die relevant zijn voor ICT- en erfgoedbeleid. Uit het onderzoek blijkt namelijk dat slechts 30 procent over dit soort abonnementen beschikt. Het rapport ICT-gebruik in musea is gratis te downloaden via de website van DEN.

NOTEN

1. PWC Consulting, ICT gebruik in musea. Een internationale vergelijking 2002, Almere 2002: www.minocw.nl/documenten/cultuurict-doc-2003-ictgebrmusea20030331.pdf
2. Reekx advies i.s.m. Triarii, ICT-gebruik in musea, Groningen/Almere 2008: www.den.nl/docs/20080514104251
3. Op website SenterNovem: www.digitaliserenmetbeleid.nl
4. Themadossier informatieplannen: www.den.nl/kennis/thema/informatieplan
5. TNO, Verleden, heden en toekomst van het Digitale Erfgoed Nederland. Scorekaart voor toekomstvaste ontwikkeling van websites, 2005
6. In het artikel Museumwebsite: kansen voor entertainment, online verkoop en interactie' (DEN, Den Haag 2008) worden ideeën voor musea aangereikt om in te spelen op trends in de maatschappij.