

Virtuele musea soms nog 'n doolhof

In de jaarlijkse websitetest van Informatie Professional, waarin sites van Nederlandse organisaties langs de IP-lat worden gelegd, zijn ditmaal de sites van veertig Nederlandse musea onderwerp van studie.

In de afgelopen jaren werden in *Informatie Professional* de sites van zes typen organisaties tegen het licht gehouden: wetenschappelijke en openbare bibliotheken, corporate websites, WebWegWijzers, kranten en – in 2003 – archieven. Voor de uitslagen van deze tests, zie onze website *IP Online*.

De museale sector leek de redactie van dit blad een natuurlijke opvolger na de duik in de wereld van het archiefwezen. Musea richten zich op informatie- en kennisoverdracht en kunnen bovendien in de virtuele wereld een extra dimensie aan hun core business toevoegen. Wij, het IP-panel, waren erg benieuwd hoe de museale sites het doen qua functionaliteit, gebruikersvriendelijkheid en dergelijke. Hoe uitnodigend, uitdagend en effectief zijn de sites?

SELECTIE VAN TESTSITES

Zoals altijd is het kiezen van de te testen sites een Herculesklus. Omdat Nederland inmiddels ruim 1000 musea kent, betekent het maken van een lijst van 40 websites vooral veel weglaten. Welke keuzecriteria je ook hanteert, er vallen altijd ten minste 960 musea buiten de boot. Bij het samenstellen van de lijst hebben we eerst gekeken naar de museumcategorie, waarbij we vier, binnen de museumwereld gangbare groepen hanteerden: cultuurhistorisch, natuurhistorisch, techniek & transport en kunst. De verdeling van de 'testmusea' over deze vier categorieën komt in verhouding redelijk overeen met de werkelijke verhouding. Volkenkundige en maritieme musea, die vaak als een afzonderlijke categorie worden genoemd, brachten we onder bij respectievelijk cultuurhistorisch en techniek & transport. Het aantal musea binnen deze categorieën (circa 12-15), was te klein om als zelfstandige groep te handhaven. Dat geldt overigens ook voor musea die vallen onder de disciplines archeologie, oorlog- en verzetsmusea, moderne kunst, kunst (gemengd), industrieel en wetenschappelijk. Het tweede criterium betrof de omvang van het museum, afgemeten aan het budget. Hierbij hebben we de indeling

van de Nederlandse Museumvereniging aangehouden. Dit criterium bood ons de mogelijkheid om een evenwichtige spreiding te krijgen tussen grote en kleine musea. Ondanks onze pogingen zo objectief mogelijk kandidaten te prikken, zitten er naar verhouding weinig kleinere instellingen onder de 'testmusea'. Een oorzaak kan zijn dat kleine musea lang niet altijd een website hebben of geen lid zijn van de Nederlandse Museumvereniging. Deze mix van criteria heeft al met al tot een redelijke regionale verdeling geleid.

DE TEST: VRAGEN EN METHODE

We zitten nu vijf jaar na de eerste IP-test.¹ Vijf jaar waarin de ervaringen en kennis over webdesign- en onderhoud zijn gegroeid en waarin veel organisaties internet hebben ontdekt en omarmd. Leggen we de lat dan ook hoger bij deze test? Nee en ja. Nog steeds testen we op functionele vragen die voor elke site, ongeacht de soort organisatie en doelgroep, relevant zijn. En nog steeds voeren we de test uit vanuit de functie van een informatioprofessional die voor ogen houdt dat een klant hem of haar om advies/hulp kan vragen bij het zoeken naar informatie. Maar de verwachting dat er op bepaalde vragen goed wordt gescoord, is bij het panel wel hoger geworden.

Functionele kwaliteit testen

Zoals gezegd vormen functionele vragen een belangrijke categorie in de IP-websitetest. Een goed opgezette en ingerichte museale site vergemakkelijkt het leven van de bezoeker van de site, ongeacht of het een vakantieganger is die een uitje plant of een docent die materiaal zoekt voor de lessen. De functionele vragen van onze test betreffen – zoals gebruikelijk – de navigatie/layout, de gebruikersondersteuning, de toegankelijkheid en de betrouwbaarheid.²

Inhoudelijke kwaliteit testen

Inhoudelijke vragen zijn voor het grootste deel op maat gesneden voor sites van musea. De basistaken van de



FOTO: EGON VIEBRE

musea zijn hierbij een eerste leidraad geweest. Die taken zijn: het verwerven, behouden, onderzoeken, presenteren en registreren van en informeren over objecten en de marketing & PR.³ Daarnaast hebben we ons laten inspireren door een onderzoek van het Sociaal Cultureel Planbureau naar de wijze waarop musea en theaters zich op internet presenteren.⁴ Mede onder politieke druk zijn musea veel nadruk gaan leggen op educatie, op het commercieel uitbuiten van de locatie (verhuur en arrangementen) en op sponsoring. We hebben in de vragen deze elementen dan ook opgenomen; niet om te oordelen of een museum in de trend meegaat, maar om te zien welke informatie hierover via de site te vinden is.

Testmethode

Dit jaar hadden we de luxe van een groter panel en daar hebben we ons voordeel mee gedaan. Elk team (twee personen) heeft een deel van zowel de functionele als de inhoudelijke vragen op alle sites getest. Op deze manier hebben alle panelleden de veertig sites goed kunnen bekijken. De vragensets zijn bediscussieerd om eenduidigheid in inter-

pretatie te krijgen. Per set vragen waren twee teams beschikbaar die hun antwoorden hebben vergeleken om een eindoordeel te vellen.

Een aantal sites wordt zowel in Flash als in html aangeboden. We hebben in ieder geval de html-sites getest (testen van de ondergrens en niet de high-end) en in sommige gevallen ook de Flash-site.

Testperiode

Het panel heeft in de maanden april-juni 2004 de sites getest. In de eerste ronde zijn de functionele vragen getest, in een tweede ronde de inhoudelijke vragen. Tussen beide rondes zat een pauze van enkele weken.

RESULTATEN UIT FUNCTIONELE RONDE

Navigatie en lay-out

Hoe prettig is het navigeren op museumwebsites? Voorgesteld is dat veel geteste sites klein van omvang zijn. Ze bestaan uit slechts enkele pagina's, met als uitblikker de site van het *Nationaal Glasmuseum Leerdam*: één pagina die

ondergeschikt is aan de commerciële website van het moederbedrijf. Dit echt minimale formaat is een uitzondering, meestal hebben we te maken met een degelijke html-framestructuur met een menu waaraan telkens één inhoudelijke pagina hangt. Deze ondiepe structuur is prima om doorheen te navigeren voorzover het menu niet te veel rubrieken bevat en de pagina's een redelijke lengte houden.

Een pluspunt van deze sobere opmaak is dat de hoofdstructuur helder en continu zichtbaar blijft. Dat maakt dat deze sites vaak goed gescoord hebben op deze punten. Los

wordt daar niet meer naar gelinkt. Deze selectie werkt prettig in de navigatie. Het blijkt ook een handige manier om aandacht te vragen voor speciale nieuwsberichten of zelfs voor een gebruikersenquête (*Natuurhistorisch Museum Maastricht*). Het enige wat lastig is, is de verwarring tussen homepage en *splash screen*: met *home* kom je wel eens terug naar de *splash screen*.

De leesbaarheid van de websites hangt af van lettertype, kleurcontrast, opmaak van de tekst en het gebruik van afbeeldingen of motieven in de achtergrond. Een te klein lettertype of te veel tekst komt vaak voor, als ook een zwarte

De site van Museum Boijmans van Beuningen bestaat geheel uit pop-ups. Dat maakt het bezoek tot een duizelingwekkende ervaring

van het feit of een site eenvoudig of ingewikkeld is, het is een vereiste dat de grove structuur van de site continu zichtbaar blijft.⁵ De grote meerderheid van de sites houdt zich daar ook aan. In de enkele gevallen die op dit punt negatief zijn beoordeeld, verdwijnt de navigatiebalk tijdelijk van het scherm. Daarnaast is slechts één op de vijf sites voorzien van een sitemap en/of een zoekmachine.

We vinden dat het mogelijk moet zijn om vanaf elke plek van de site terug te keren naar de homepage en in de meeste gevallen kan dat ook. Incidenteel strand je in de aankondiging van een tentoonstelling (*Verzetsmuseum Friesland*). Het gebruik van 'homepage' of 'home' is binnen de geteste sites gangbaar, al dan niet in combinatie met het pictogram van een huis. Maar men zoekt naar manieren om dat te omzeilen door een omschrijving als 'algemeen' of 'welkom' te gebruiken. Minder duidelijke omschrijvingen vinden wij 'Wie zijn wij' of 'Op bezoek', zeker als de betreffende link geen eenduidige, prominente plaats heeft op het scherm. In twaalf gevallen zijn we op *splash screens* gestuit: de pagina die nog vóór de homepage verschijnt, doorgaans sober en zonder hoofdstructuur van de site. In de meeste gevallen wordt de bezoeker voor een keuzevraag gezet: in welke taal hij of zij de site wil bekijken of in welke versie (html/Flash). In de meeste gevallen is de splash screen eenmalig en

of donkere achtergrond met gekleurde letters. De musea die op deze vraag slecht scoren, combineren verschillende storende elementen, zoals op de site van het *Armando Museum*. Deze site is overwegend zwart en rood van kleur, maar op cruciale punten is er gekozen voor donkergrijs op de zwarte achtergrond: bij de link naar de homepage en bij de taalkeuze op de *splash screen*. Er bestaan weliswaar methodes voor de internetgebruiker om het lettertype te vergroten of het kleurcontrast om te keren, maar dat zou niet nodig hoeven zijn.⁶

De Flash-versie van de site van het *Teylers Museum* is erg fraai, maar door de drukke kleurvlakken en plaatjes die als achtergrond worden gebruikt, dreigt het overzicht te worden ondergesneeuwd. Idem voor het *Rijksmuseum van Oudheden*. Voorbeeldig vonden we in dit kader de site van het *Bonnefantennuseum*: lichte achtergrond met instelbare letters zonder schreef.

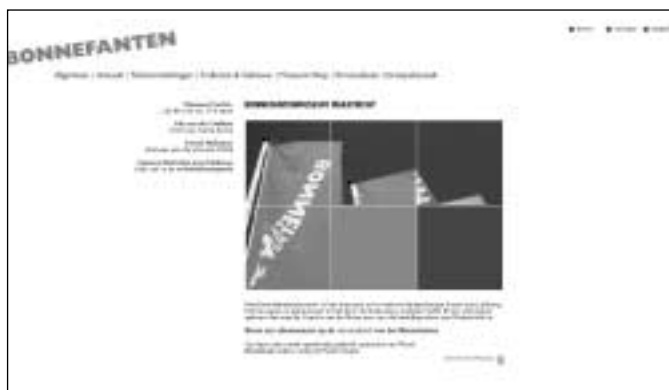
Dat een kunstmuseum zich wil onderscheiden door een bijzondere vormgeving is begrijpelijk, maar de vraag is of het niet ten koste gaat van de communicatie van informatie. In het geval van *Museum Boijmans van Beuningen* bestaat de site geheel uit *pop-ups*. Dat maakt het bezoek tot een duizelingwekkende ervaring. In dezelfde extreme categorie vinden we de site van *Museum De Paviljoens*. De vormgeving is te vergelijken met ingescande krantenknipsels. Standaard rubrieken als agenda, museum of tentoonstellingen zijn hier dan ook ver te zoeken. Navigeren wordt een opgave: een ware speurtocht door onheldere rubrieken en naar links die niet opvallen. Een enkele tester noemt dit 'spannend'. Maar als 'website' zakt hij bij beoordeling op leesbaarheid door het ijs.

Toegankelijkheid

Ook in deze test hebben we de vraag naar webtoegankelijkheid voor visueel of anderszins gehandicapten opgenomen.⁷ En helaas hebben we ook nu weer moeten constateren dat het hiermee onder de door ons geteste sites slecht gesteld is. Bij de controle van de sites met behulp van *Bobby*⁸ blijkt dat vijf sites een 'ja, mits' hebben op level 1. Het is dan nog de vraag of de site ook echt toegankelijk is. Zo kreeg *Museum Boijmans van Beuningen*



Natuurhistorisch Museum Maastricht: gebruikersenquête op de 'splash screen'



Bonnefantenmuseum: voorbeeldig door de lichte achtergrond met instelbare letters zonder schreef

van Bobby een 'ja', maar toen de testers het javascript uitzetten, werkte de site niet meer. De missers van de overige 35 musea liggen voornamelijk bij het ontbreken van titels bij de frames en/of het ontbreken van altteksten bij plaatjes. Ook in de virtuele wereld lijkt de gehandicapte bezoeker verstoken van toegang tot de collecties. De campagne *Drempels weg*⁹ schijnt aan (vele?) musea niet besteed te zijn.

Websites kunnen bestaan uit de toepassing van verschillende media: tekst, foto's, film en geluid. Echter, niet iedere gebruiker is van een bonte kermis gediend. Er moet dus de mogelijkheid bestaan om bepaalde multimediale toepassingen te omzeilen. Indien een website geheel in Flash is gemaakt maar het bewegend beeld stil te zetten is, hebben we dit positief beoordeeld.¹⁰ Sommige musea laten achtergrondgeluiden horen (krekels bij het *Natuurhistorisch Museum Maastricht* of het geluid van een varend schip bij het *Fries Scheepvaart Museum*), maar dat is op de pc uit te schakelen. Uiteindelijk hebben we getest op de volgende punten: bewegend beeld dat niet uit te zetten is, introducties die niet overgeslagen kunnen worden en het gebruik van pop-ups. Niet alleen worden pop-ups vaak als irritant ervaren, maar internetters maken steeds meer gebruik van systemen die de pop-ups onderdrukken omdat deze worden toegepast bij reclame. Het kan dus gebeuren dat belangrijke informatie aan de gebruiker voorbijgaat. Uiteindelijk blijkt dat de meeste sites (33) deze storende toepassingen niet kennen.

Even snel een uitdraai maken met behulp van een printversie kan slechts bij vier sites. De printbutton van *Museum* viel ons overigens pas op, op de pagina die met de hand was uitgeprint! Bij de helft van de sites moet de bezoeker het nodige handmatig instellen. Websitebouwers zouden printbuttons moeten geven of hun sites zo moeten bouwen dat ze schaalbaar zijn en dus met iedere papierinstelling te printen zijn.

De museale wereld kent een (inter)nationaal publiek en probeert dat goed te bedienen, getuige de vele sites die meertalig zijn. Gezien de moeite die het zou kosten om de gehele site te vertalen, vinden we een 'een-op-een vertaling' vooral belangrijk voor de agenda en de algemene informa-

tie. En dan blijkt dat veertien musea in ieder geval een Engelse vertaling hebben van deze onderdelen, eentje voor alleen Duits heeft gekozen en een die Duits én Engels heeft. Frans komt, behalve bij het *Rijksmuseum*, niet voor. Dit museum spande de kroon met algemene praatjes in de vier 'standaard' talen (Nederlands, Engels, Frans, Duits) plus Italiaans en Spaans!

Bij een zoekopdracht in Google met behulp van de naam van het museum, werd voor elk museum de website als eerste resultaat gevonden. De Googleleer wordt op zijn wenken bediend. Maar we hebben de lat iets hoger gelegd en gekeken of er over de vindbaarheid van de homepage echt is nagedacht. Is derhalve de url logisch, de naam van het museum in de title tag opgenomen, of zijn er trefwoorden toegekend in de meta-tags? Indien op twee of meer van deze zaken positief wordt gescoord, zijn wij pas tevreden. Uiteindelijk vallen acht musea bij deze vraag door de mand. Het vermelden waard is de oplossing van *Museum De Paviljoens*. Dit museum heeft gekozen voor een website die alleen maar bestaat uit een plaatje waarin de tekst is verwerkt. Om toch vindbaar te zijn, is de tekst van de website opgenomen in de meta-tags. Minpuntje daarbij is dat na een wijziging van het plaatje de tekst niet is aangepast...

Gebruikersondersteuning

Voor gebruikers is het prettig als zij op eenvoudige wijze kunnen reageren. Zo moet een bezoeker met één klik op een e-mailadres of formulier (lieft op de homepage of via een altijd zichtbaar icoontje) de organisatie kunnen bereiken. Bij dertig musea was dit het geval. Er was slechts één museum dat niet direct bereikbaar was, namelijk het *Techniekmuseum HEIM*. Het mailadres was weliswaar te vinden op de homepage maar niet aanklikbaar.¹¹ De voorkeur van de musea lag voor het overgrote deel bij het aanbieden van een e-mailadres (26). Overigens bieden de grotere musea op diverse plaatsen op de website 'content'-specifieke reactiemogelijkheden aan, waar gebruikers met specialistische vragen terecht kunnen. Soms werd het de gebruiker echter onnodig lastig gemaakt doordat het e-mailadres onderaan een omvangrijke homepage was geplaatst (bij *Museum EnergeticA*).

Helaas hebben we moeten constateren dat niet alle musea op de voorgelegde vragen reageerden. Zo ontvingen we in totaal drieëndertig antwoorden. Van de respondenten antwoordde het merendeel binnen één dag en alle antwoorden waren na vier dagen binnen. Een antwoord na tien werkdagen stelden we gelijk aan géén antwoord. Van dertig musea ontvingen we adequate antwoorden of werden we op juiste wijze doorverwezen. In slechts drie gevallen werd onze vraag te mager afgedaan. De reacties van de musea vallen uiteen in twee groepen: de eerste is klantvriendelijk en helder, ongeacht de vraag en de vragsteller. Kortom professioneel. Bij de tweede, kleinere groep is dat veel minder: de reactie is verontwaardigd, twijfelachtig of verkokerd (bijvoorbeeld: 'wie bent u en in welke functie dat u durft te vragen naar een stuk uit het depot?'). Beide groepen komen voor onder kleine én grote musea. →



Pieter Vermeulen Museum: bezoeker moet over breedband beschikken om de meest recente brief – 3,9 MB groot – te kunnen lezen

We hebben een testvraag opgenomen naar online hulppagina's, maar alle musea scoorden negatief op deze vorm van gebruikersondersteuning.¹² Als het de werking van de site betreft, gaat men er blindelings van uit dat alles voor zich spreekt. En dat is niet altijd terecht. Enkele websites zijn zo vormgegeven dat de doorsnee gebruiker wel enige behoefte aan uitleg heeft. Er zitten sites bij (zoals die van het *Kröller-Müller Museum*) die dermate 'eigenwijs' zijn, dat aanwijzingen ook voor ervaren surfers nuttig zouden zijn. Kortom, dit aspect doet af aan de informatieverlening.

Is de koffiemok met het topstuk van de collectie inderdaad slechts 'one click away' in een webwinkel die 24 uur per dag toegankelijk is? Dat valt nog tegen. Slechts zestien musea beschikken over een webwinkel waar via een aanklikbaar mailadres of een webformulier tot aankoop kan worden overgegaan. Die musea die (nog) niet beschikken over een webwinkel verwijzen in de regel naar de in het museum gevestigde winkel.

Betrouwbaarheid

Wat is eigenlijk betrouwbaarheid? In hoeverre kun je, alleen op grond van de website, uitspraken doen over hoe waarheidsgetrouw de informatie op de site is? Het museum bezoeken en kijken wat er klopt van de voorgespiegelde werkelijkheid op de site, is in het kader van een website-test niet te realiseren. Feitelijk is het oordeel op betrouwbaarheid meer een oordeel over de eventuele aanspreekbaarheid van de makers van een site. Dat hebben we op drie manieren getest.

Allereerst: wordt duidelijk aangegeven wie achter de site zit? Wie op een site een niet-werkende zoekmachine of duidelijk onjuiste informatie aantreft, wil dat graag door kunnen geven aan de verantwoordelijke voor het onderhoud van de site. Bij slechts zes sites wordt een e-mailadres van een dergelijke site-verantwoordelijke opgegeven. In enkele gevallen word je overigens via het colofon naar de homepage van de – extern ingeschakelde – sitebouwers gestuurd. Wordt de zoeker geacht zelf in die andere website te gaan zoeken naar een mogelijkheid om de makers van de site aan te spreken?

De vraag over inhoudelijke verantwoording was aanleiding voor een fikse discussie in het panel tussen 'rekkelijken' en 'preciezen'. De rekkelijken vonden dat de aanwezigheid van een colofon met de namen van de makers, het copyright en af en toe een disclaimer afdoende inhoudelijke verantwoording was. De preciezen, die het pleit tenslotte in hun voordeel beslecht hebben, vonden dat daarvoor wel wat meer nodig was: een inhoudelijke verantwoording vertelt de bezoeker van de site wat wel en niet op de site te vinden is, zodat deze weet wat hij of zij kan verwachten. Een korte opmerking over doel en scope van de site kan veel onduidelijkheid en zinloze zoekacties voorkomen. Helaas bieden slechts twee sites (*Rijksmuseum* en *Museum Boerhaave*) een dergelijk handvat voor de bezoeker. Bij de overige sites word je kennelijk geacht dat zelf te kunnen opmaken uit de site, de categorieën en de menu's.

Hoe goed de makers ook bereikbaar zijn en hoe duidelijk een site ook is, uiteindelijk gaat het om de informatie die de bezoeker aantreft. De finale toetssteen voor betrouwbaarheid is dan ook de vraag of de informatie op de site recent is. Dit is getoetst op die onderdelen van de site, waaraan de actualiteit snel af te lezen is. Dit betreft de rubrieken agenda en nieuws/actueel.

In bijna zeventig procent van de gevallen lijkt dit onderdeel in orde te zijn. Agenda's blijken bijna zonder uitzondering actueel. Soms is een afgesloten tentoonstelling nog niet verwijderd, maar grosso modo is dat in orde. Overigens zet een aantal musea geen agenda neer, maar gebruikt de site als veredelde folder. In dat geval is deze vraag met 'nee' beantwoord.

Bij de nieuwsrubrieken troffen we wat meer variatie aan. Sommige nieuwsrubrieken vertonen een archieffunctie, zonder dat expliciet te benoemen. Een enkele site heeft een agenda en nieuwsfunctie opgezet, maar het onderhoud ervan is kennelijk aan de aandacht ontglipt. Zo troffen we bij het *Nationaal Onderwijsmuseum* nieuwsbrieven en tentoonstellingsaankondigingen tot mei 2003 aan. Dat het ook anders kan bewijst de site van *Het Nederlands Spoorwegmuseum*. Ondanks de sluiting van het museum wegens grootscheepse verbouwing, wordt de website voortdurend gevoed met actuele informatie over de verbouwing. Waarmee dat museum een van de weinige is die de kracht van een website uitbuit, namelijk om buiten het museumgebouw en de exposities om een dynamische informatievoorziening naar de publieksgroepen te garanderen.

RESULTATEN UIT INHOUDELIJKE RONDE

Praktische informatie

Uit het genoemde onderzoek *Cultuur op het web* blijkt dat 99 procent van de musea basisgegevens als openingstijden, entreprijzen en een routebeschrijving op hun website presenteren. Onze verwachtingen over die basisgegevens waren dus hooggespannen. Uiteindelijk blijken 36 musea deze informatievoorziening prima voor elkaar te hebben. Dat bij het *Fries Natuurmuseum* en *Het Nederlands Spoorwegmuseum* dit soort informatie ontbreekt, is logisch omdat deze musea op dit moment gesloten zijn in verband met

verbouwing. De vraag naar de openingstijden hebben we na de test uit de tabel verwijderd omdat elk museum dat prima op de site heeft vermeld.

Naast deze basisgegevens hebben we ook gezocht naar informatie over reguliere activiteiten als rondleidingen, agenda's voor bijzondere evenementen en over de aanwezige faciliteiten, zoals een restaurant of museumwinkel. Op de meeste websites (respectievelijk 29 en 33) kan de potentiële bezoeker hierover informatie vinden. Of het erg is om juist die ene lezing te missen of onaangenaam verrast te worden door de afwezigheid van een café, laten we graag over aan het oordeel van de bezoeker zelf.

Als we op de sites mogen afgaan, dan is er een trend dat musea hun locatie commercieel benutten voor zaken buiten hun core business. Vele musea geven op de site aan dat zalen te huur zijn, er gedineerd kan worden onder de topstukken, er kinderfeestjes te vieren zijn met Donald Duck, of dat er een bijzondere trouwlocatie is. Ook kunst lenen blijkt in een enkel geval mogelijk (werken uit de collectie van *Bonnefantten Kunstuitleen*).

Communicatie en informatie

Wat de nieuwste aanwinst in de collectie is, zou naar onze mening in een nieuwsrubriek te vinden moeten zijn. Die aparte nieuwspagina is op 29 sites aanwezig. Met een aparte pagina bedoelen wij een speciaal ingerichte pagina, die ook als zodanig herkenbaar is door de aanduiding 'Nieuws' of 'Actueel'. Bij sommige musea is zo'n pagina er niet, terwijl op de homepage wel enig nieuws wordt gepresenteerd. Een voorbeeld hiervan is *Ecodrome Zwolle*.

Een kleiner aantal musea (15) heeft specifieke informatie voor de pers, meestal in de vorm van persberichten. Soms maakt een museum daar veel werk van. Het Rijksmuseum biedt bijvoorbeeld, naast de persberichten, foto's aan in twee verschillende formaten. Deze zijn te downloaden na het invullen van een pop-up scherm (naam, adres, e-mail, enzovoort). Hoewel gesuggereerd wordt dat deze informatie verplicht moet worden ingevuld, kan dit makkelijk omzeild worden door zomaar wat in te tikken.¹³

Afgaande op de websites laten musea hun gasten niet graag aan het woord, want slechts drie musea beschikken over een virtueel gastenboek

Hoewel enkele musea aangeven geen echte nieuwspagina te hebben, bieden zij soms wel een nieuwsbrief, zoals het *Pieter Vermeulen Museum*. Je moet als bezoeker wel over breedband beschikken om de meest recente brief te kunnen lezen, aangezien die 3,9 MB groot is. Twee musea bieden geen algemene nieuwsbrief, maar een educatieve nieuwsbrief (*Filmmuseum* en *Naturalis*).

In totaal hebben twaalf musea een nieuwsbrief op de website.¹⁴ Hiervan bieden zeven de mogelijkheid om je via e-mail of een webformulier hierop te abonneren. *Teylers Museum* laat je als potentiële nieuwsbrieflezers lelijk zoeken, aangezien de nieuwsbrief zelf niet op de website staat,



Achterhoeks Museum 1940-1945: een uitgebreid gastenboek met veel hartverwarmende boodschappen

terwijl de aanmelding voor de elektronische versie (die het museum wel verspreidt) onder de niet zo voor de hand liggende rubriek 'Contact' is verstopt. Het *Bonnefantten Museum* weet ook verwarring te scheppen. De nieuwsbrief is er wel, maar op de betreffende pagina kun je je alleen maar afmelden, en niet aanmelden. Voor dat laatste moet je blijkbaar weer naar de homepage.

De sites worden door meer dan de helft van de musea (25) als marketing tool ingezet om vrienden van het museum te werven. Het *Rijksmuseum* wil blijkbaar alleen maar bedrijven en instellingen als vriend, want op de site wordt alleen melding gemaakt van partnerships, projectsponsorships en corporate hospitality onder de rubriek sponsoring. Bij het *Nationaal Glasmuseum Leerdam* is het lidmaatschap veel breder, namelijk dat van de stichting Glas en Kristal. Wat ons verder opviel, is dat het niet altijd duidelijk is waar je de vriendenvereniging kunt vinden, bijvoorbeeld omdat de naamgeving of plaats erg onduidelijk is. Wie zou nu *Museum Boerhaave* associëren met de *Caeciliastichting*?

Afgaande op de websites laten musea hun gasten niet graag aan het woord, want slechts drie musea beschikken over een virtueel gastenboek. De virtuele realiteit staat echter in

schril contrast met het fysieke museum, waar altijd wel een gastenboek ligt. Een mooie uitzondering is het *Achterhoeks Museum 1940-1945*. Daar troffen we een uitgebreid gastenboek met veel hartverwarmende boodschappen.

Organisatie

Een museum kan met zijn website vooral de bedoeling hebben om het potentiële publiek te stimuleren het museum te bezoeken. Maar de website biedt ook de mogelijkheid om andersoortige informatie te verstrekken, die meer gericht is op professioneel geïnteresseerde mensen zoals onderzoekers of beleidsmakers. Bovendien is volgens de definitie van

	Mauritshuis	Rijksmuseum	Museon	Nationaal Onderwijsmuseum	Filmarchief Smalfilmmuseum	Filmmuseum	Rijksmuseum van Oudheden	Thermen
Cultuurhistorisch								
FORMELE CRITERIA								
Navigatie / lay-out								
Wordt de homepage voorafgegaan door een splash screen? (T = taalkeuze, V = versie, O = overige)	nee	ja, T	nee	ja	nee	nee	nee	nee
Is er een zoekmachine op de gehele website?	ja	ja	ja	nee	nee	nee	nee	nee
Is er een sitemap?	nee	ja	ja	nee	nee	nee	nee	nee
Blijft de hoofdstructuur zichtbaar binnen de gehele website?	nee	ja	ja	ja	nee	nee	ja	ja
Kun je vanaf iedere pagina terug naar de beginpagina?	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja
Is in een oogopslag duidelijk wat de link naar de thuispagina is?	nee	ja	ja	ja	ja	ja	ja	nee
Is de functie van de basispictogrammen direct te herkennen?	n.v.t.	n.v.t.	ja	ja	ja	ja	n.v.t.	ja
Is het scherm goed leesbaar?	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	nee
Toegankelijkheid								
Is de website toegankelijk voor visueel gehandicapten?	nee	nee	ja	nee	nee	nee	nee	nee
Zijn multimediale toepassingen te omzeilen?	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
Zijn de diverse pagina's goed af te drukken?	nee	nee	ja	ja	ja	ja	ja	ja
In welke talen is de site te lezen?	ne, en	ne, en, fr, du, it, sp	ne, en	ne, en	ne, en	ne, en	ne, en	ne, en
Is dit een 1 op 1 vertaling?	ja	ja (voor ne en en)	nee	ja	nee	nee	nee	ja
Is er nagedacht over de vindbaarheid van de homepage?	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja
Gebruikersondersteuning / dienstverlening								
Is er een formulier/e-mailadres voor vragen en kritiek/feedback? (E = e-mail, F = formulier)	ja, E	ja, E	ja, E	ja, E	ja, E	ja, E	ja, E, F	ja, E
Hoe snel wordt de e-mail beantwoord (werkdagen)?	1	2	1	1	niet	2	1	1
Is het antwoord inhoudelijk voldoende, met suggesties en verwijzingen?	ja	nee	ja	nee	n.v.t.	ja	ja	ja
Kan je wat via de website bestellen via formulier/e-mail? (E = e-mail, F = formulier)	nee	ja	nee	nee	nee	ja, E	nee	nee
Betrouwbaarheid								
Is er een e-mailadres van verantwoordelijke voor het onderhoud van de site?	nee	ja	ja	nee	nee	nee	nee	nee
Wordt op de site een inhoudelijke verantwoording gepresenteerd?	nee	ja	nee	nee	nee	nee	nee	nee
Is de informatie up-to-date?	ja	ja	nee	nee	ja	ja	ja	ja
INHOUDELIJKE CRITERIA								
Praktische vragen								
Staat er een routebeschrijving/kaart? (O = OV, A = auto)	ja, OV, A	ja, OV, A	ja, OV, A	ja, OV, A	ja, OV, A	nee	ja, OV, A	ja, OV, A
Staan er entreprijzen?	ja	ja	ja	ja	ja	nee	ja	ja
Staat er informatie over reguliere activiteiten? (R = rondleiding, C = cursus/workshop)	ja, R	ja, R, C	ja, R, C	ja, R, C	ja, R, C	nee	ja	ja, R
Is er een agenda voor bijzondere evenementen?	nee	ja	ja	nee	ja	ja	ja	ja
Worden er beschikbare faciliteiten genoemd? (W = winkel, Fo = foyer, R = restaurant, F = filmzaal, O = overig)	nee	ja, W, R, O	ja, F, R, O	ja, O	ja, O	nee	ja, O	ja, W, R, O
Communicatie & voorlichting								
Is er een aparte pagina met nieuws over het museum?	ja	ja	ja	ja	ja	ja	nee	ja
Is er duidelijk herkenbare informatie voor de pers?	nee	ja	ja	nee	nee	nee	ja	ja
Is er een nieuwsbrief?	ja	ja	ja	ja	ja	nee	ja	nee
Zoja, is het mogelijk hierop te abonneren? (T = telefoneren, E = e-mail, F = formulier)	ja, E	ja, F	ja, E	ja, E	ja, E	n.v.t.	ja, F	n.v.t.
Kan men op de site lid van de vriendenclub of donateur worden?	ja, E	nee	ja, E	ja, E	ja, E	nee	ja, E	ja, E
Is er een platform om meningen uit te wisselen? (G = gastenboek, F = forum)	nee	nee	ja, G	nee	nee	nee	nee	nee
Organisatie								
Zijn er beleidsstukken beschikbaar? (B = beleidsplan, J = jaarverslag, M = mission statement)	nee	ja, M, J (download)	ja, M, J (download)	ja, M	nee	nee	ja, M, J (download)	ja, M, J (download)
Staat er iets over de historie van het museum?	ja	ja	ja	nee	nee	nee	ja	ja
Is er een overzicht van de medewerkers?	nee	ja	ja	nee	ja	ja	ja	ja
Staan er vacatures?	nee	ja	ja	nee	nee	nee	nee	ja
Collectie & presentatie								
Wordt de collectie gepresenteerd? Zoja, hoe? (T = pl. tekst, B = brows, D = db)	ja, B	ja, B, D	ja, B	ja	ja	ja, T, B	ja, B	ja, B
Wordt er achtergrondinformatie gegeven over de collectiestukken?	nee	ja	ja	nee	ja	ja	nee	ja
Zijn er afbeeldingen van de collectiestukken?	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja
Is het mogelijk om reproducties van de collectiestukken te gebruiken?	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee
Wordt er een virtuele presentatie gegeven van het museum?	nee	ja	nee	nee	nee	nee	nee	ja
Is er uitgebreidere informatie over tentoonstellingen?	ja	ja	ja	nee	nee	nee	nee	ja
Is er een archief van afgelopen tentoonstellingen?	nee	ja	ja	ja	ja	nee	nee	ja
Onderzoek & educatie								
Is er praktische informatie beschikbaar over de bibliotheek/mediatheek?	nee	ja	nee	nee	ja	ja	ja	ja
Zoja, is deze toegankelijk voor het publiek?	n.v.t.	ja	n.v.t.	n.v.t.	ja	ja	ja	ja
Is de bibliotheekcatalogus online te raadplegen?	nee	ja	nee	nee	ja	nee	ja	ja
Wordt er (digitaal) lesmateriaal aangeboden?	ja	ja	nee	ja	nee	ja	ja	ja
Zoja, wordt daarin onderscheid gemaakt?	ja	ja	n.v.t.	ja	n.v.t.	ja	ja	ja
Zijn er pagina's speciaal gemaakt voor kinderen?	nee	nee	ja	ja	nee	nee	nee	ja

Museum Boerhaave www.museumboerhaave.nl	Teylers Museum www.teylersmuseum.nl	Bijbels Openluchtmuseum www.bijbelsopenluchtmuseum.nl	Bijbelsmuseum www.bijbelsmuseum.nl	Afrika Museum www.afrikamuseum.nl	Wereldmuseum Rotterdam www.wereldmuseum.rotterdam.nl	Achterhoeks Museum Rotterdam www.achterhoeksmuseumrotterdam.nl	Verzetmuseum 1940-1945 www.verzetmuseum.nl	Glasmuseum Friesland www.glasmuseum.nl	Nationaal Glasmuseum Hoogeveen www.leerdamkristal.nl/ned/museumnra.htm	Museum Energetica www.energetica.nl	Museum Leerdam www.museumleerdam.nl	Techniekmuseum HEIM www.techniekmuseumheim.nl
--	--	--	---------------------------------------	--------------------------------------	---	---	---	---	---	--	--	--

Techniek & transport (vervolg op p. 28)

ja, T	ja, T	ja, V	nee	nee	nee	nee	nee	nee	ja, T, O	nee	nee	nee	nee
nee	nee	ja	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee
nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee
ja	ja	ja	nee	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	n.v.t.	ja	ja
ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	nee	ja	ja	n.v.t.	ja	ja
nee	nee	ja (html)/nee (flash)	ja	nee	nee	ja	ja	ja	ja	ja	n.v.t.	ja	ja
ja	n.v.t.	ja	nee	n.v.t.	ja	ja	ja	n.v.t.	ja	ja	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
nee	ja	nee	ja	nee	nee	nee	nee	ja	nee	nee	ja	nee	ja
n.v.t.	nee	ja	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
ja	nee	ja	nee	ja	ja	ja	ja	nee	nee	nee	nee	ja	nee
ne, en	ne, en	ne, en	ne, du	ne, en	ne, du	ne, en	ne, en	ne	ne, en	ne, en	ne, en	ne, en	ne
nee	nee	nee	nee	ja	ja	nee	n.v.t.	nee	ja	ja	ja	n.v.t.	n.v.t.
ja	ja	ja	ja	ja	ja	nee	ja	nee	ja	ja	nee	ja	nee
ja, F	ja, E	ja, F	ja, E	ja, E	ja, E	ja, F, E	ja, F, E	ja, E	ja, E	ja, E	ja, E	ja, E	nee (ja)
1	1	1	1	1	3	3	niet	1	niet	1	1	1	1
ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	n.v.t.	ja	n.v.t.	ja	ja	ja	ja
ja, F	ja, E	ja, F	ja, F	nee	ja, F	ja, E	nee	nee	nee	nee	ja	n.v.t.	n.v.t.
nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee
nee	ja	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee
nee	ja	ja	nee	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja
ja, OV, A	ja, OV	ja, OV, A	ja, OV, A	ja, OV, A	ja, OV, A	ja, OV, A	ja, A	ja, OV, A	ja, OV, A	ja, OV, A	nee	ja, OV, A	nee
ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	nee	ja	nee
ja, R	ja, R	ja, R	ja, R	ja, R	ja, R	ja, R	ja, R	ja, R	nee	ja, C	nee	ja, R	ja, R
ja	nee	ja	ja	ja	ja	ja	nee	nee	nee	ja	nee	nee	nee
ja, W, R	ja, W, O	ja, W, R, O	ja, R, O	ja, R	ja, W, R, O	ja, W, R, O	ja, W	ja, W	nee	ja, W, R, O	ja, W	ja, R, O	nee
ja	ja	ja	ja	nee	ja	nee	nee	ja	ja	ja	ja	ja	ja
nee	ja	ja	ja	nee	nee	nee	nee	nee	ja	nee	nee	nee	nee
nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	ja	nee	nee	nee	ja	nee
n.v.t.	n.v.t.	ja, F	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	nee	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	nee	n.v.t.
nee	ja, F	nee	ja, F	ja, E	ja, F	ja, E	nee	ja, F	nee	nee	ja, F	ja, F	nee
nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	ja, G	nee	nee	nee	nee	nee	nee
nee	nee	nee	ja, M	ja, M, J (download)	ja, M	ja, M, B	nee	ja, M	ja, M	ja, M	nee	ja, M, J	nee
nee	nee	ja	nee	ja	nee	ja	ja	nee	ja	ja	ja	ja	nee
nee	nee	ja	nee	nee	ja	ja	nee	nee	nee	nee	nee	ja	nee
nee	nee	nee	ja	nee	nee	ja	nee	nee	nee	nee	nee	ja	nee
nee	ja, D	ja, B	ja	ja, B	ja, B	ja, B	ja, T, B	nee	ja, T	ja, T	nee	nee	nee
nee	nee	ja	nee	ja	ja	ja	ja	nee	nee	nee	nee	nee	nee
nee	ja	ja	nee	ja	ja	ja	ja	ja	nee	nee	ja	ja	ja
ja	ja	ja	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee
nee	ja	ja	ja	nee	nee	nee	nee	ja	nee	nee	nee	nee	nee
nee	ja	ja	nee	ja	nee	nee	n.v.t.	ja	nee	nee	nee	nee	nee
nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	n.v.t.	nee	nee	nee	nee	nee	nee
ja	ja	ja	nee	nee	nee	ja	nee	ja	nee	nee	nee	ja	nee
ja	ja	ja	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	ja	n.v.t.	ja	ja	n.v.t.	n.v.t.	ja	n.v.t.
nee	ja	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee
nee	ja	ja	nee	ja	nee	ja	nee	ja	ja	nee	nee	nee	nee
n.v.t.	nee	ja	n.v.t.	ja	n.v.t.	ja	n.v.t.	ja	ja	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
nee	nee	ja	ja	ja	ja	ja	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee

het International Council of Museums (ICOM)¹⁵ een museum een organisatie ‘in dienst van de gemeenschap’, dus enige openheid over de eigen organisatie en het eigen beleid mag je wel verwachten. Daarom testten we hoe de musea hun organisatie op het web presenteren. Ten aanzien van de *mission statement* zijn we erg coolant geweest. Als de site enig inzicht biedt in waar een musea

om profijt te hebben van zo’n database (bijvoorbeeld bij het *Nederlands Textielmuseum* en *Museum Boerhaave*). Daarbij geeft het zoekresultaat weinig publieksvriendelijke informatie, zoals achtergronden en geschiedenis van een object. Een browsbare collectie is dan eigenlijk geschikter, vanwege de zelfverkennende en associatieve mogelijkheden. De websites van het *Rijksmuseum* en het *Teylers Museum* bie-

De meeste musea volstaan met het tonen van een aantal (top)stukken, meestal meer ter verluchting van de site dan om een zo goed mogelijk beeld te geven van wat een museum in huis heeft

naar streeft, dan werd dat positief beoordeeld. Voor een dieper inzicht in de plannen en resultaten van musea moet je duidelijk (nog) niet op de sites zijn. Alleen het *Wereldmuseum Rotterdam* en *Het Nederlands Spoorwegmuseum* zetten hun beleidsplan, al dan niet te downloaden, op de website. Het beschikbaar stellen van jaarverslagen is eveneens geen gemeengoed. Bij slechts zes musea kun je een exemplaar downloaden. Voor de geduldigen onder ons is ook bij *Museum EnergeticA* een jaarverslag te vinden, maar dan wel na erg lang scrollen bij de pagina Actueel.

Collectie

De collectie vormt het hart van een museum; het opbouwen, behouden en presenteren van de collectie zijn de kernactiviteiten van elk museum. Vooral het laatste, de presentatie van collectiestukken, biedt – zou je zeggen – ongekende mogelijkheden voor een website. De meeste musea volstaan echter met het tonen van een aantal (top)stukken, meestal meer ter verluchting van de site dan om een zo goed mogelijk beeld te geven van wat een museum in huis heeft. Het zijn lokkertjes die de bezoeker van de site moeten verleiden tot een fysiek bezoek aan het museum. Op die manier vervult de site slechts de functie van een elektronische brochure (zie *Industriemuseum* en *Provinciaal Natuurhistorisch Museum Natura Docet*).

Gelukkig zijn er ook musea die ontdek hebben dat de collectie op de site van toegevoegde waarde kan zijn en mogelijkheden biedt die de fysieke presentatie in een gebouw niet kent: verschillende dwarsverbanden leggen tussen collectiestukken en de bezoeker zelf associatieve verbanden laten leggen.

De wijze van presenteren van de collectie hebben we onderscheiden in platte tekst (de brochureachtige variant), een collectie die browsbaar is en een collectie die ondergebracht is in een database.

Een database lijkt in eerste instantie misschien de meest geavanceerde en ideale manier om een collectie te presenteren. Het is op verschillende kenmerken doorzoekbaar en biedt gestructureerd feitelijke gegevens aan. Toch is het eigenlijk ook wat gemakzuchtig: het is niet veel meer dan de objectdatabase, die door museummedewerkers gebruikt wordt, aanbieden aan de bezoeker. Maar die heeft als leek andere wensen. Je moet vaak goed weten waar je naar zoekt

den daar goede voorbeelden van. Je kunt op een thematische wijze door de collectie bladeren (onderwerpen, stromingen, kunstenaars). Tevens kun je via gevonden collectiestukken een andere rode draad oppakken en zo al associërend de collectie verkennen. Ondertussen wordt veel informatie aangeboden: over het object zelf en over de context. Zo doorloopt een bezoeker één of meerdere zelf gekozen routes door het virtuele museum.

Tijdelijke tentoonstellingen worden op de site meestal gepresenteerd met een enkele afbeelding en wat tekst over inhoud en doel van de tentoonstelling. De grote musea besteden daar duidelijk meer aandacht aan dan de kleinere: soms worden er zelfs aparte websites gebouwd rond een tentoonstelling (*Natuurhistorisch Museum Maastricht*). Wat opvalt, is dat geen van de geteste musea zich waagt aan virtuele exposities: tentoonstellingen die alleen op het web bestaan en geen equivalent hebben in de fysieke wereld van het museum.

Omdat bijna alle musea op de een of andere manier wel aandacht geven aan hun collecties en objecten, leggen we bij de vraag naar achtergrondinformatie de lat hoger. Een bezoeker moet meer over het object aantreffen dan alleen een titel, maten, inventarisnummer of een plaatje en titel. Websites als die van het *Thermenmuseum*, *Ecodrome Zwolle* of het *Bijbels Openluchtmuseum* nemen hier een uitzonderingspositie in omdat die niet (alleen) objecten tentoonstellen. Zij bieden de bezoeker de mogelijkheid om kennis te maken met ons erfgoed door middel van allerlei activiteiten. Voor deze musea zijn we dus wat ruimer met het begrip ‘collectie’ omgegaan. Al met al was bij 27 museasites de informatie te summier en zijn ze op deze horde gestruikeld.

Grijpen musea de mogelijkheid aan om reproducties van de collectiestukken via de site beschikbaar te maken? Er blijken slechts in beperkte mate tools beschikbaar om een reproductie te downloaden of op te vragen. Een extreem voorbeeld vinden we het *Rijksmuseum* met zijn twaalfhonderd topstukken. Een leuke gadget is bij het *Teylers Museum* te vinden: daar kun je afbeeldingen van objecten met een e-card naar vrienden sturen.

En hoe zetten musea hun sites in om mensen te verleiden om naar de tijdelijke tentoonstellingen te komen? Of hoe geven ze informatie over tentoonstellingen die eerder heb-

ben plaatsgevonden? Ook hier vinden we dat er meer geboden moet worden dan de 'standaard' omschrijving van wat de tijdelijke tentoonstelling inhoudt en wanneer die te bekijken is. Het blijken dan vooral de grotere musea te zijn die extra informatie aanbieden, bijvoorbeeld met een persbericht, met extra informatie over het onderwerp dat in de tentoonstelling wordt getoond, of met interessante links.

Onderzoek en educatie

In het kader van onderzoek en educatie is informatie over zaken als openingstijden, aanwezigheid van een leeszaal, toegankelijkheid etcetera van de museumbibliotheek onontbeerlijk. Bij websites waarbij er meteen een knop 'Bibliotheek, Informatiecentrum' o.i.d. verschijnt, is deze info snel te vinden. In sommige gevallen vergt het uitvoerig spuurwerk. Uiteindelijk heeft vijftig procent van de sites een 'ja' gekregen, terwijl het panel weet dat er enkele geteste musea zijn die wel een bibliotheek hebben, maar daar geen melding van maken op hun website. Jammer!

Wat is er nu handiger dan voor je onderzoek of schoolwerk alvast via internet de catalogus van de museumbibliotheek te raadplegen? Bij sommige musea is de bibliotheekcatalogus raadpleegbaar via een samenwerkingsverband en/of een andere website met een eigen url (zie ook kader). Bij de twee voorbeelden die wij hiervan hebben aangetroffen (de maritieme musea met hun website 'Maritiem Digitaal' en het Nederlands Textielmuseum met de website 'Collectie Digitaal') is deze vraag met 'ja' beantwoord. Uiteindelijk blijkt op zeven sites een bibliotheekcatalogus digitaal beschikbaar te zijn. Dat lijkt een klein percentage, maar afgezet tegen de tien musea die een (klein deel van) collectiedatabase beschikbaar stellen, komt het in een wat ander daglicht te staan.

Bijna elk museum heeft activiteiten voor het onderwijs. Daarvoor is vrijwel altijd lesmateriaal ontwikkeld. Het was dan ook teleurstellend om te constateren dat nog niet de helft van de musea dit lesmateriaal ook digitaal beschikbaar maakt op hun website. En als ze het doen, dan zoek je vergeefs naar de zo belangrijke leeftijdsvermelding en/of het opleidingsniveau.

De nodige sites vermelden overigens dat ze speurtochten hebben. Toch hebben we die, hoe educatief en leuk deze ook mogen zijn, niet onder 'digitaal lesmateriaal' geschaard.

Het panel is overigens blij verrast door het feit dat een kwart van de musea een aparte website heeft ontwikkeld voor kinderen, of een aparte educatieve site op Kennisnet heeft gemaakt (bijvoorbeeld *Museum Boijmans van Beuningen*). Deelnemers in het panel waren graag opnieuw jong geweest, alleen al om de leuke activiteiten op de websites van musea te kunnen ervaren.

CONCLUSIES

Bont gezelschap

Het testpanel is van mening dat de fysieke musea grosso modo goed gestructureerde omgevingen zijn, waar het publiek op doordachte wijze door collecties en gebouwen

Samenwerking musea t.a.v. aanbieden databases/informatie

Bij het testen van een website ga je uit van de informatie die een museum via die website aanbiedt. Maar wat te doen als een museum bepaalde informatie via een samenwerkingsverband op internet aanbiedt? We liepen tegen dit probleem aan bij het beantwoorden van de vraag of een museum via de website ook objectinformatie met behulp van een database aanbiedt. Strikt genomen moet je bij enkele musea dan 'nee' zeggen, terwijl ze deze gegevens elders op internet wel aanbieden. De museumsector kent namelijk inmiddels al een aantal samenwerkingsverbanden, waarvan een paar zelfs behoorlijk groot; denk aan *Het Geheugen van Nederland*, de *Cultuurwijzer*, *IGEM* (Internet Gelderse Musea) of *Maritiem Digitaal*.

Als het goed is, vermeldt een museum de samenwerking zelf op de website. Toch is dit niet zo vanzelfsprekend. Zo is een deel van de collectie van het *Mauritshuis* toegankelijk via het Geheugen van Nederland, maar op de eigen website maakt dit museum hiervan geen melding. Laat staan dat er sprake is van een doorverwijzing naar de betreffende collectie op de site van het Geheugen van Nederland.

In het colofon van het Geheugen van Nederland staan nog vijf andere musea uit onze testlijst genoemd als deelnemer. Bij alleen het *Rijksmuseum* vinden we een duidelijke vermelding. Bij de overige vier treffen we óf een 'ongemotiveerde' verwijzing naar het Geheugen (als 'interessante' site) aan, óf helemaal niets. Wat deze vier enigszins vrijpleit, is dat ze weliswaar deelnemen aan het Geheugen van Nederland, maar dat de digitalisering van collecties klaarblijkelijk nog niet gereed is en daarom nog niets op de website van het Geheugen wordt aangeboden.

Vermoedelijk bevinden de volkenkundige musea zich in een vergelijkbare situatie. Hun collecties zitten waarschijnlijk in de database van de Stichting *Volkenkundige Collectie Nederland*. Nergens vinden we een vermelding naar deze gemeenschappelijke website en nergens zien we een overzicht van deelnemende musea. Aangezien de database van de Stichting Volkenkundige Collectie Nederland al heel lang niet meer dan een foutmelding geeft, lijkt ons dit een verstandige benadering. Lang niet alle musea laten zich op hun website dus duidelijk uit over hun 'digitale' samenwerking. Men zwijgt, plaatst slechts een verwijzing in een overzicht van interessante links, of verstopt de mededelingen in het nieuwsarchief. Of dit voortkomt uit onbenulligheid, schaamte voor het resultaat, of bewust beleid konden wij niet vaststellen. Wij vonden het in ieder geval een beetje vreemd.

wordt begeleid. In de virtuele wereld biedt de museale sector voor de bezoekers eerder een bonte kermis met saaie of juist waanzinnige attracties.

Doel van de sites?

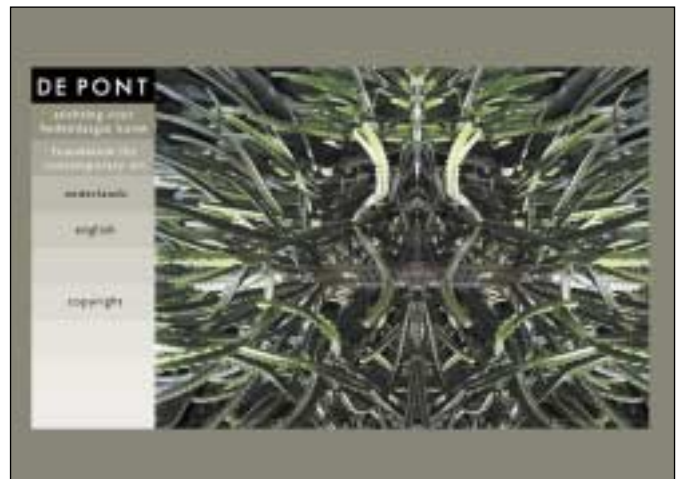
Klaus Muller stelt in een artikel in *Museumvisie*:¹⁶ 'Musea benutten het web eerst als promotiemiddel en vervolgens als interface waarmee ze hun opgeslagen collectie kunnen

	Techniek & transport (vervolg)				Kunst (gemengd)			
FORMELE CRITERIA								
Navigatie / lay-out								
Wordt de homepage voorafgegaan door een splash screen? (T = taalkeuze, V = versie, O = overige)	nee	nee	nee	ja, T	nee	ja, V	nee	
Is er een zoekmachine op de gehele website?	nee	ja	nee	nee	nee	ja	ja	
Is er een sitemap?	nee	ja	nee	ja	nee	nee	ja	
Blijft de hoofdstructuur zichtbaar binnen de gehele website?	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	
Kun je vanaf iedere pagina terug naar de beginpagina?	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	
Is in een oogopslag duidelijk wat de link naar de thuispagina is?	nee	ja	ja	nee	ja	ja	nee	
Is de functie van de basispictogrammen direct te herkennen?	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	ja	n.v.t.	ja	ja	
Is het scherm goed leesbaar?	nee	nee	ja	ja	ja	ja	nee	
Toegankelijkheid								
Is de website toegankelijk voor visueel gehandicapten?	nee	ja	nee	nee	nee	ja	ja	
Zijn multimediale toepassingen te omzeilen?	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	nee	nee	ja	nee	
Zijn de diverse pagina's goed af te drukken?	nee	ja	nee	nee	nee	ja	nee	
In welke talen is de site te lezen?	ne, du	ne, en,	ne	ne, en	ne, en	ne, en, du	ne, en	
Is dit een 1 op 1 vertaling?	nee	ja	n.v.t.	ja	nee	ja	nee	
Is er nagedacht over de vindbaarheid van de homepage?	ja	ja	ja	ja	ja	ja	nee	
Gebruikersondersteuning / dienstverlening								
Is er een formulier/e-mailadres voor vragen en kritiek/feedback? (E = e-mail, F = formulier)	nee, E, F	nee, E, F	ja, E, F	ja, E	ja, E	ja, E	ja, F, E	
Hoe snel wordt de e-mail beantwoord (werkdagen)?	1	niet	niet	4	1	1	niet	
Is het antwoord inhoudelijk voldoende, met suggesties en verwijzingen?	ja	n.v.t.	n.v.t.	ja	ja	ja	n.v.t.	
Kan je wat via de website bestellen via formulier/e-mail? (E = e-mail, F = formulier)	n.v.t.	ja	n.v.t.	n.v.t.	ja, E	ja, F	nee	
Betrouwbaarheid								
Is er een e-mailadres van verantwoordelijke voor het onderhoud van de site?	nee	nee	nee	nee	ja	ja	nee	
Wordt op de site een inhoudelijke verantwoording gepresenteerd?	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	
Is de informatie up-to-date?	ja	ja	ja	ja	nee	ja	ja	
INHOUDELIJKE CRITERIA								
Praktische vragen								
Staat er een routebeschrijving/kaart? (O = OV, A = auto)	ja, OV, A	ja, OV, A	ja, OV, A	n.v.t.	ja, OV, A	ja, OV, A	ja, OV, A	
Staan er entreprijzen?	ja	ja	ja	n.v.t.	ja	ja	ja	
Staat er informatie over reguliere activiteiten? (R = rondleiding, C = cursus/workshop)	ja, C	ja, R, C	ja, R	n.v.t.	ja, R	ja, R	ja, R	
Is er een agenda voor bijzondere evenementen?	ja	ja	ja	n.v.t.	ja	ja	ja	
Worden er beschikbare faciliteiten genoemd? (W = winkel, Fo = foyer, R = restaurant, F = filmzaal, O = overig)	ja, R	ja, W, R, O	nee	n.v.t.	ja, W, R, O	ja, W, R	ja, W, R, F, O	
Communicatie & voorlichting								
Is er een aparte pagina met nieuws over het museum?	nee	ja	ja	ja	ja	ja	ja	
Is er duidelijk herkenbare informatie voor de pers?	nee	nee	nee	ja	ja	ja	ja	
Is er een nieuwsbrief?	nee	nee	nee	nee	ja	ja	ja	
Zoja, is het mogelijk hierop te abonneren? (T = telefoneren, E = e-mail, F = formulier)	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	nee	ja, F	ja, F	
Kan men op de site lid van de vriendenclub of donateur worden?	ja, F	ja, F	ja, F	nee	ja, E	ja, E	ja, E	
Is er een platform om meningen uit te wisselen? (G = gastenboek, F = forum)	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	
Organisatie								
Zijn er beleidsstukken beschikbaar? (B = beleidsplan, J = jaarverslag, M = mission statement)	ja, M	nee	ja, M	ja, B (download), J	nee	ja, M, J (download)	nee	
Staat er iets over de historie van het museum?	nee	nee	nee	ja	ja	ja	ja	
Is er een overzicht van de medewerkers?	nee	ja	nee	ja	nee	nee	nee	
Staan er vacatures?	nee	nee	nee	ja	ja	nee	nee	
Collectie & presentatie								
Wordt de collectie gepresenteerd? Zoja, hoe? (T = pl. tekst, B = brows, D = db)	nee	ja, D	ja, D	ja, B	ja, B	ja, B	nee	
Wordt er achtergrondinformatie gegeven over de collectiestukken?	nee	nee	ja	nee	nee	nee	nee	
Zijn er afbeeldingen van de collectiestukken?	nee	ja	ja	ja	ja	ja	nee	
Is het mogelijk om reproducties van de collectiestukken te gebruiken?	nee	ja	nee	nee	nee	ja	ja	
Wordt er een virtuele presentatie gegeven van het museum?	nee	nee	nee	ja	nee	nee	nee	
Is er uitgebreidere informatie over tentoonstellingen?	nee	nee	nee	nee	nee	ja	ja	
Is er een archief van afgelopen tentoonstellingen?	nee	ja	nee	nee	ja	ja	ja	
Onderzoek & educatie								
Is er praktische informatie beschikbaar over de bibliotheek/mediatheek?	nee	ja	ja	ja	nee	ja	ja	
Zoja, is deze toegankelijk voor het publiek?	n.v.t.	ja	ja	ja	n.v.t.	ja	ja	
Is de bibliotheekcatalogus online te raadplegen?	nee	ja	ja	nee	nee	nee	nee	
Wordt er (digitaal) lesmateriaal aangeboden?	nee	nee	nee	ja	ja	ja	ja	
Zoja, wordt daarin onderscheid gemaakt?	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	nee	nee	ja	ja	
Zijn er pagina's speciaal gemaakt voor kinderen?	ja	ja	nee	ja	nee	nee	ja	

Moderne kunst							Natuurhistorisch						
ja, T	ja, T	nee	nee	ja, T	ja, T	nee	nee	nee	nee	ja	ja, T, V, O	ja, O	nee
nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	ja
nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	ja	nee	ja	nee	ja
ja	nee	ja	ja	ja	nee	nee	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja
ja	ja	ja	ja	ja	nee	nee	ja	ja	ja	nee	ja	ja	ja
nee	ja	ja	nee	ja	nee	nee	ja	ja	nee	nee	nee	nee	ja
n.v.t.	ja	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	ja	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	ja
ja	nee	ja	nee	ja	nee	ja	nee	ja	nee	ja	nee	ja	ja
nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee
nee	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
ja	nee	nee	nee	nee	nee	nee	ja	ja	nee	nee	ja	nee	ja
ne, en	ne, en	ne, en	ne, en	ne, en	ne, en	ne, en	ne	ne	ne	ne	ne, en	ne	ne, en
ja	ja	nee	nee	nee	ja	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	ja	n.v.t.	nee
ja	ja	ja	ja	ja	nee	nee	ja	ja	ja	ja	nee	ja	ja
ja, E	ja, E	ja, E	ja, E	ja, E, F	ja, E	ja, E	ja, F	ja, F	ja, F	ja, E	ja, E	ja, E, F	ja, E
1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	niet	1	2	4
ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	n.v.t.	ja	ja	nee
nee	nee	ja, F	nee	nee	nee	ja, E	nee	ja, F	ja, F	nee	nee	n.v.t.	ja, F
nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	ja
ja	nee	nee	nee	ja	ja	nee	n.v.t.	ja	nee	nee	ja	nee	ja
ja, OV, A	ja, OV, A	ja, OV, A	ja, OV, A	ja, OV, A	ja, OV, A	ja, OV, A	ja, OV, A	ja, OV, A	ja, OV, A	ja, OV, A	ja, OV, A	ja	ja, OV, A
ja	ja	ja	nee	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	n.v.t.	ja
ja, R, C	ja, R	ja, R	ja, R	ja, R, C	ja, R	ja, R	ja, R	ja, R	ja, R	ja, R	ja	n.v.t.	ja, R, C
ja	ja	nee	nee	ja	nee	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja
ja, W, R, O	ja, W, R, O	ja, W, R, O	nee	ja, R, O	ja, W, R	ja, Fo, O	ja, F	ja, W	nee	ja, R, O	n.v.t.	ja, F, O	
ja	nee	ja	nee	ja	ja	ja	nee	nee	nee	nee	ja	ja	nee
nee	nee	nee	nee	ja	nee	nee	nee	ja	nee	nee	nee	nee	ja
ja, F	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	nee	nee	nee	n.v.t.	n.v.t.	nee
ja, E	nee	ja, E	nee	nee	nee	ja, E, F	nee	nee	nee	ja, F	nee	ja, E	ja, F
nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	ja, G	nee	nee
ja, M	nee	nee	nee	ja, M	nee	ja, M	ja, M	ja, M	ja, M	ja, M	ja, M	nee	ja, M
ja	ja	ja	nee	ja	ja	ja	nee	ja	ja	ja	nee	ja	ja
nee	nee	nee	nee	ja	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	ja	ja
nee	nee	nee	nee	nee	ja	nee	nee	ja	nee	nee	nee	nee	ja
ja, B	ja, T	nee	nee	ja, B	nee	nee	nee	nee	nee	nee	ja, B	ja, T	ja, T
ja	nee	nee	nee	ja	nee	nee	nee	nee	nee	nee	ja	nee	nee
ja	nee	nee	nee	ja	ja	ja	nee	nee	nee	nee	ja	nee	nee
nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee
ja	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	ja	nee	nee
nee	nee	nee	nee	ja	nee	nee	nee	nee	nee	nee	ja	nee	ja
ja	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee
ja	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	ja	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	ja	ja	nee	ja	n.v.t.	ja
nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	ja
ja	nee	nee	nee	nee	ja	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee
ja	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	ja	nee	nee



Nederlands Spoorwegmuseum: mooie animaties



De Pont: goede afbeeldingen

tonen. In beide gevallen gaan musea ervan uit dat hun site per definitie een onderdeel van hun activiteiten is, namelijk om basis- en educatieve informatie aan publiek, personen en onderwijs te verstrekken... Op dit moment geven museum sites daarom weinig meerwaarde aan de getoonde objecten in vergelijking met de kijk- en leerervaring in traditionele museumruimtes. In plaats van informatieinterpretatie beperken musea zich op het net tot informatieverstrekking.'

Aan de hand van deze IP-test kunnen we onderschrijven dat museale sites vaak virtuele brochures zijn, al dan niet in een designjasje gestoken.¹⁷ Dat geldt voor zowel kleinere als grotere musea. We constateren ook dat het niet alle musea even goed lukt om het web als effectief promotiemiddel in te zetten: in de museale virtuele wereld is de toegankelijkheid van sites het kind van de rekening. Waar de eenduidigheid in vorm (bijvoorbeeld pagina's met uniforme achtergrondkleuren) en de aanduidingen (vrijwel altijd Collectie en Tentoonstellingen) een gestructureerde presentatie veinzen, blijken de nodige sites in werkelijkheid zoekplaatjes of doolhoven, vooral door de gekozen vormgeving. Bezoekers met een visuele beperking zullen snel afhaken en mensen met niet te veel geduld ook. Met het verstrekken van de praktische informatie zit het bijna over de hele linie goed – en dat mag onderhand ook wel. Ook in de ondersteuning van bezoekers verdienen veel musea een compliment voor de snelle en adequate beantwoording van de e-mail. Zoekmachines, online hulppagina's moeten nog met een lantaarntje worden gezocht en die zouden juist bij de soms zo warrige sites geen overbodige luxe zijn. Ten aanzien van de informatieverstrekking over (tijdelijke) tentoonstellingen en educatief materiaal hebben we ook moeten constateren dat er nog onvoldoende gebruikgemaakt wordt van de mogelijkheden van internet voor een dynamische informatievoorziening. Een gemiste kans. Uit deze IP-test blijkt dat het tonen van collecties (de tweede fase) nog geen breed ingevoerde praktijk is. Nog niet ieder museum beschikt over een collectiedatabase met digitale afbeeldingen van collectiestukken en bijbehorende content – toch veelal de bron van een goede webpresenta-

tie. De vraag is of het digitaal aanbieden van een collectie een (te) kostbare aangelegenheid is die vooral kleinere musea zich niet kunnen veroorloven. Of heeft het er meer mee te maken dat musea nog niet goed weten hoe en waarom internet hiervoor in te zetten is? Is hier wellicht nog iets van de aloude angst voelbaar dat te veel van de collectie weggeven (via hoogwaardige afbeeldingen met relevante informatie) het fysieke bezoek aan het museum zou ontmoedigen? Maar het rondlopen in een museum is natuurlijk heel anders dan het rondklikken in een virtueel museum. Anders, maar niet 'minderwaardig'. We houden in ieder geval een pleidooi voor het kiezen van een browsebare collectie in plaats van een collectiedatabase. En musea, als jullie samenwerken bij het aanbieden van databases/informatie, maak dat dan a.u.b. kenbaar op de site. Maak van de bezoeker geen spoorzoeker!

Volgende stap?

En hoe zouden musea een volgende stap kunnen nemen? Hoe kunnen ze verder gaan dan het inzetten van een geheel nieuw medium als was het gelijk aan de oude vertrouwde communicatiemiddelen? Op dat glad ijs willen we ons als testpanel niet begeven. Op een enkele opmerking na. Verwar vorm niet met functie! Hoe mooi een website ook is vormgegeven, als het doel van de site informatieverstrekking is dan dient de ontwerper zich toch echt naar dit doel te richten. Als je als museum een puur kunstzinnige site wilt maken, zou ons advies zijn om op de splash screen te melden dat het hier een 'Gesamtkunstwerk' o.i.d. betreft. Dan weet de bezoeker dat en verwacht hij of zij geen site die simpel en rechttoe rechtaan communiceert over allerlei zaken. Het panel wil in dit kader graag een lans breken voor het overnemen van een conventie uit de drukwerkwereeld ('inleiding' of 'woord vooraf') om de lezer tijdverspilling of teleurstelling te besparen.

TOT SLOT

Het bekijken waard!

Misschien dat u uit de voorbeelden bij de verschillende vragen al een voorkeur heeft voor een site. Zo niet, dan bevelen wij u de volgende musea aan voor een virtueel bezoek:



Van Abbemuseum: vormgeving zit boodschap en gebruik van website niet in de weg



Bijbels Openluchtmuseum: mooie pictogrammen

- Het *Nederlands Spoorwegmuseum* vanwege de mooie animaties, plus de wijze waarop een museum dat niet bereikbaar is toch aanwezig kan zijn.
- *Bijbels Openluchtmuseum*, vanwege de vormgeving (pictogrammen), de wandeling (als een soort ganzenbord) en de hiërogliefen.
- *De Pont* vanwege de strakke vormgeving zonder poespas, het goede overzicht over de collectie, veel achtergrondinformatie over de kunstenaars en goede afbeeldingen.
- *Van Abbemuseum* vanwege de mooie vormgeving die de boodschap en het gebruik van de website niet in de weg zit (als je tenminste over Flash beschikt).

Noten

1. De eerste IP websitetest betrof de wetenschappelijke bibliotheken, gepubliceerd in *Informatie Professional* nr. 5, mei 1999.
2. In de eerdere testen was het ondersteunen van Netscape of Explorer nog een issue. Aangezien iedereen zo'n beetje over Explorer beschikt, hebben we – uit pragmatisme – daarop getest. Echter, nu er meer virussen via browsers worden verspreid (en Explorer extra kwetsbaar is), zou het gebruik van andere browsers weer kunnen toenemen.
3. Een beknopte toelichting op de taken van musea is te vinden op *IP Online*, www.informatieprofessional.nl.
4. 'Cultuur op het web', Sociaal Cultureel Planbureau, 2002.
5. Zie ook Kassenaar en Van Rijswijk in hun 'Handboek Website Usability', 2003.

6. Bepaalde kleuren zou je volgens Nielsen (*Functioneel Webdesign*, Pearson Education, 2000) niet moeten gebruiken.
7. Zie ook het Marianne Welmens en Paul Nieuwenhuysen, 'Het controleren van toegankelijkheid van websites', *Informatie Professional*, nr. 7/8, 2004, jrg. 8.
8. <http://bobby.watchfire.com/bobby/html/en/advanced.jsp>.
9. www.drempelsweg.nl.
10. Een Flash-website levert waarschijnlijk wel problemen op bij de toegankelijkheid voor visueel gehandicapten, maar dat hebben we als zodanig niet getest.
11. Mogelijk dat het bewust beleid is om spam te weren (de adressen worden niet als e-mailadres herkend door een harvester).
12. De vraag is derhalve niet in de matrix opgenomen.
13. Dit voor de privacyfreaks onder ons.
14. In het al vermelde SCP-onderzoek was dat drie procent van de onderzochte musea. Dat is in twee jaar tijd dus veel meer geworden.
15. 'A museum is a non-profit making, permanent institution in the service of society and of its development, and open to the public, which acquires, conserves, researches, communicates and exhibits, for purposes of study, education and enjoyment, material evidence of people and their environment. [...]' (<http://icom.museum/definition.html>)
16. Klaus Müller, 'De virtuele expansie', *Museumvisie* 2002/4, p. 38-41
17. Wellicht omdat de verantwoordelijkheid van een site in handen is van Marketing & PR?

Het IP-testpanel

Anja Bastenhof (informatiespecialist Letterenbibliotheek Universiteit Utrecht), Eva Habets (bibliotheektechnisch medewerker, Technische Universiteit Eindhoven), Piekje Hooghoff (informatiemanager, Amsterdam School of Real Estates), Babette Huijsmans (informatiespecialist, ABN AMRO Bank N.V.), Corine Noordzij (informatiespecialist, Hill & Knowlton Nederland), John van de Pas (historicus en ICT-consultant), Bea Pijn-Blom (bibliotheektechnisch medewerker Humaniora, Vrije Universiteit Amsterdam), Else Laura Rademaker (medewerker (digitale) communicatie, Vereniging Digitaal Erfgoed Nederland), Petra van der Ree (Bibliothecaris, Nederlands Architectuurinstituut), Saskia Schrijver (contentbeheerder, Sociale Verzekeringsbank),

Harmen Sikkenga (informatiespecialist, RUG Bibliotheek Economie/Bedrijfskunde/Ruimtelijke Wetenschappen), Lucas Veegeer (coördinator, Stichting Gelders Erfgoed), Ester Velthuis (contentmanager, Historisch Centrum Overijssel), Marijke Verstappen (directeur, Hotei Management & Advies), Martien Versteeg (Vakreferent Beeldende Kunsten-Algemene Cultuurwetenschappen, Universiteit van Amsterdam), Suzanne van Waardenberg (mediathecaris, Murmelliusgymnasium, Alkmaar), Ivo Zandhuis (zelfstandig adviseur automatisering bij instellingen voor cultureel erfgoed). En met dank aan Jan Molendijk en Willemijn van der Meer voor hun bijdragen.