

JAARVERSLAG
2014

Brabants Historisch Informatie Centrum

's-Hertogenbosch, februari 2015

Jaarverslag 2014

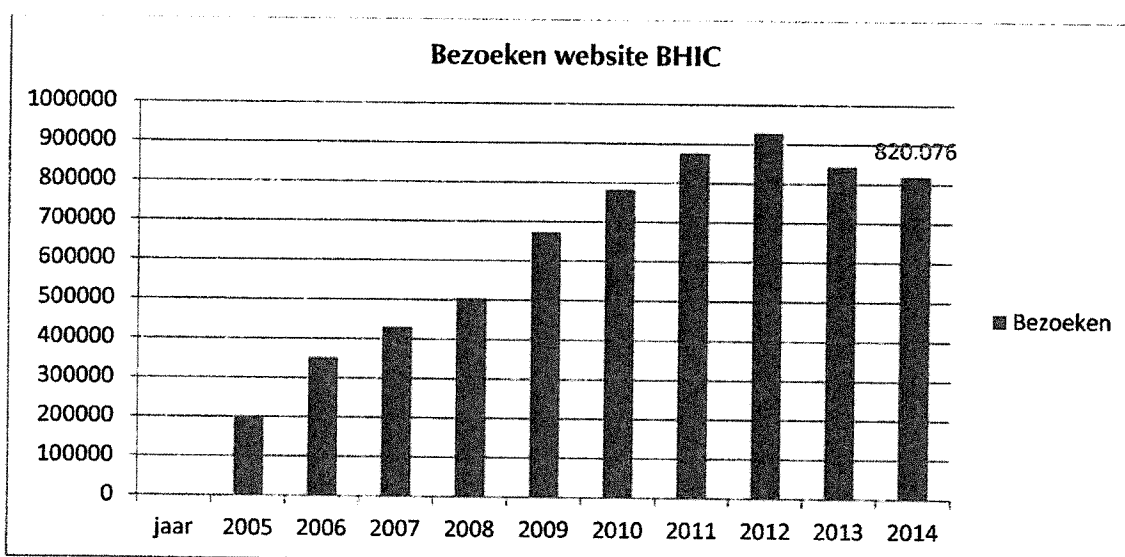
Dit is het tiende jaarverslag sinds de oprichting van het BHIC op 1 januari 2005. Bij aanvang is het BHIC (afgezien van indexeringen) met een groter budget begonnen, dan waarover het nu beschikt, maar desondanks zijn de bedrijfsresultaten nu aanzienlijk beter dan toen.

In al die jaren werd het BHIC gestuurd door een drieledige operationele missie: we willen 'meer publiek', we willen 'meer divers publiek', we willen 'meer tevreden publiek'. Wat is er van deze taakstellingen terecht gekomen?

1. meer publiek

het virtuele bezoek

De website van het BHIC is verreweg de belangrijkste publiekstrekker. Werd de site in 2005 nog maar 200.000 keer bezocht, in 2008 was dat aantal al gegroeid tot 500.000. In 2010 werd de mijlpaal van driekwart miljoen gehaald en voor het jaar 2012 werd gehoopt dat de magische grens van één miljoen bezoeken zou worden overschreden. Dat bleek toen niet het geval: de explosieve groei vlakke ten gevolge van de inkrimping van het budget sterk af en de teller bleef steken op 929.584 bezoeken. In 2013 zette de (inmiddels verwachte) daling in (843.950) en toentertijd werd voor 2014 een verdere krimp van het publieksbereik voorspeld tot het niveau van 2010. Gelukkig is die verwachting niet uitgekomen: in 2014 is weliswaar nog steeds sprake van een teruggang van het aantal bezoeken aan de website (820.076), maar de daling is veel kleiner dan verwacht (2,8%). Dit is goeddeels toe te schrijven aan een sterke groei van het aantal websitebezoeken in het laatste kwartaal van 2014. Hopelijk is die opwaartse richting een voorbode van verder herstel in 2015.



jaar	aantal	stijging	jaar	aantal	stijging	jaar	aantal	stijging
2005	199.080		2009	673.270	33%	2013	843.950	-9%
2006	352.987	77%	2010	782.204	16%	2014	820.076	-2,8%
2007	430.837	22%	2011	877.318	12%			
2008	505.068	17%	2012	929.584	6%			

De terugval in virtueel publieksbereik is deels natuurlijk toe te schrijven aan de opgelegde bezuinigingen: om de kortingen op te vangen zijn vacatures ten gevolge van het bereiken van de pensioengerechtigde leeftijd niet vervuld. Heel concreet betekende dit onder meer dat de projectgroep verantwoordelijk voor de vulling en actualisering van de website door het vertrek van de senior-medewerkers Gineke van der Ree en Henk Buijks formatief werd gehalveerd.

De daling van het aantal bezoeken is echter ook te wijten aan de overgang van Genlias naar WieWasWie. Dat vereist enige toelichting. Genlias was een landelijke genealogische database, gevuld met de genealogische gegevens van onder meer alle voormalige rijksarchieven (waaronder het BHIC). De stamboomonderzoeker hoefde dus niet naar alle afzonderlijke archieven te surfen, maar kon via www.genlias.nl alle data centraal doorzoeken. Maar ook via de website van het BHIC was Genlias te benaderen en dat had grote gevolgen: die BHIC-omgeving bleek zo publieksvriendelijk dat veel genealogen niet meer direct naar de Genlias-site gingen, maar voor hun onderzoek de voorkeur gaven aan www.bhic.nl. Dat heeft veel extra bezoeken aan onze website opgeleverd.

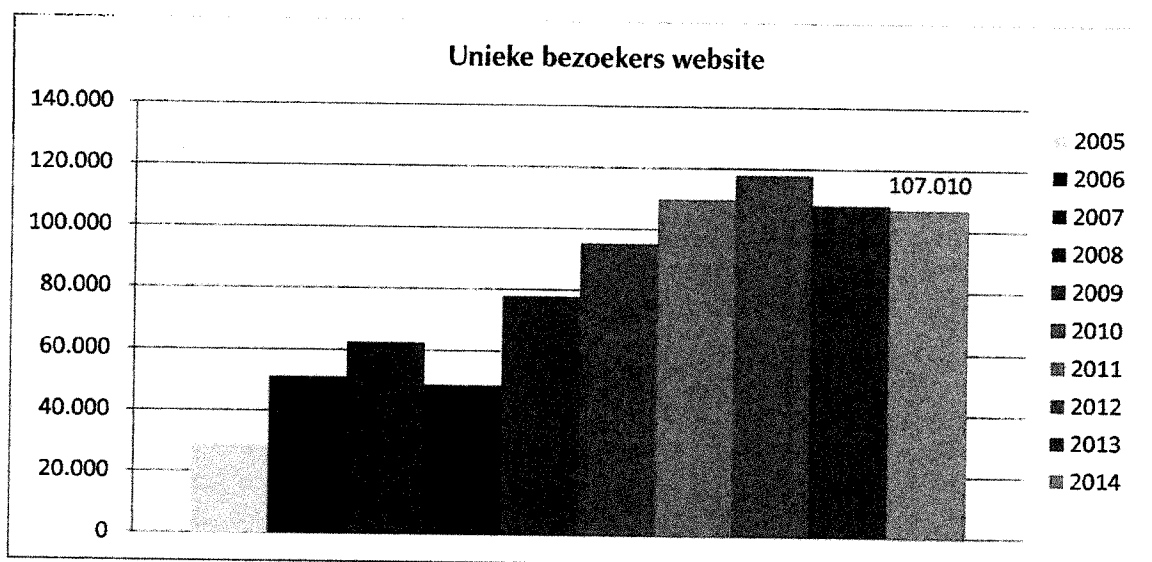
In de loop van 2013 is Genlias vervangen door een vernieuwde, beter functionerende database: WieWasWie. Technisch bleek het niet mogelijk om via de website van het BHIC in die database te werken, het BHIC kon enkel nog doorverwijzen naar www.wiewaswie.nl. Dat scheelt jaarlijks tienduizenden bezoeken.

Vanaf 2014 heeft de stamboomonderzoeker die geïnteresseerd is in de genealogische gegevens van het BHIC dus twee afzonderlijke ingangen: de site van het BHIC en de site van WieWasWie. In het verleden is het gebruik van de BHIC-bronnen via Genlias vanwege dubbeltellingen en technische complicaties nooit in het jaarverslag vermeld, vanaf 2014 is dat wel mogelijk:

	Bhic	WieWasWie	Totaal
Aantal bezoeken	820.076	495.092	1.315.168
Aantal pageviews	9.799.692	4.717.014	14.516.706

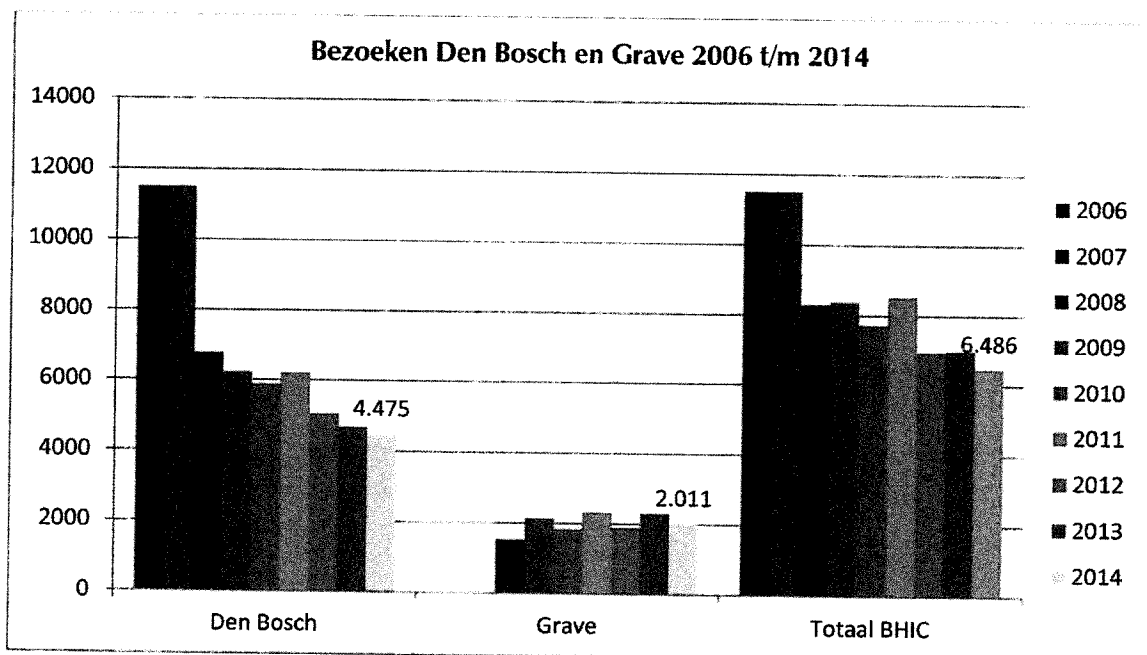
de virtuele bezoeker

Het aantal **bezoeken** aan de BHIC-website is exact vast te stellen, veel lastiger is de precieze bepaling van het aantal individuele **bezoekers**. Sommige klanten bezoeken de site immers maar een enkele keer, andere gebruikers zijn daarentegen dagelijks op de website te vinden. De calculatie van het aantal individuele gebruikers geschiedt via zgn. 'cookies'. Veel organisaties nemen deze cookiegetallen zonder meer over en schermen in hun jaarverslagen met gigantische aantallen individuele gebruikers. Daarbij wordt echter geen rekening gehouden met het feit dat veel gebruikers cookies weigeren (elk bezoek telt dan als een unieke bezoeker) of vanaf meerdere pc's werken. Het BHIC hanteert al jaren diverse filters om dubbeltellingen te voorkomen. Voor 2014 bedraagt het gecorrigeerd aantal individuele bezoekers 107.010, een daling van amper 1% ten opzichte van 2013. De gemiddelde bezoekfrequentie per gebruiker komt daarmee uit op bijna acht keer per jaar, dat is tamelijk doorsnee voor een informatieve website à la het BHIC.



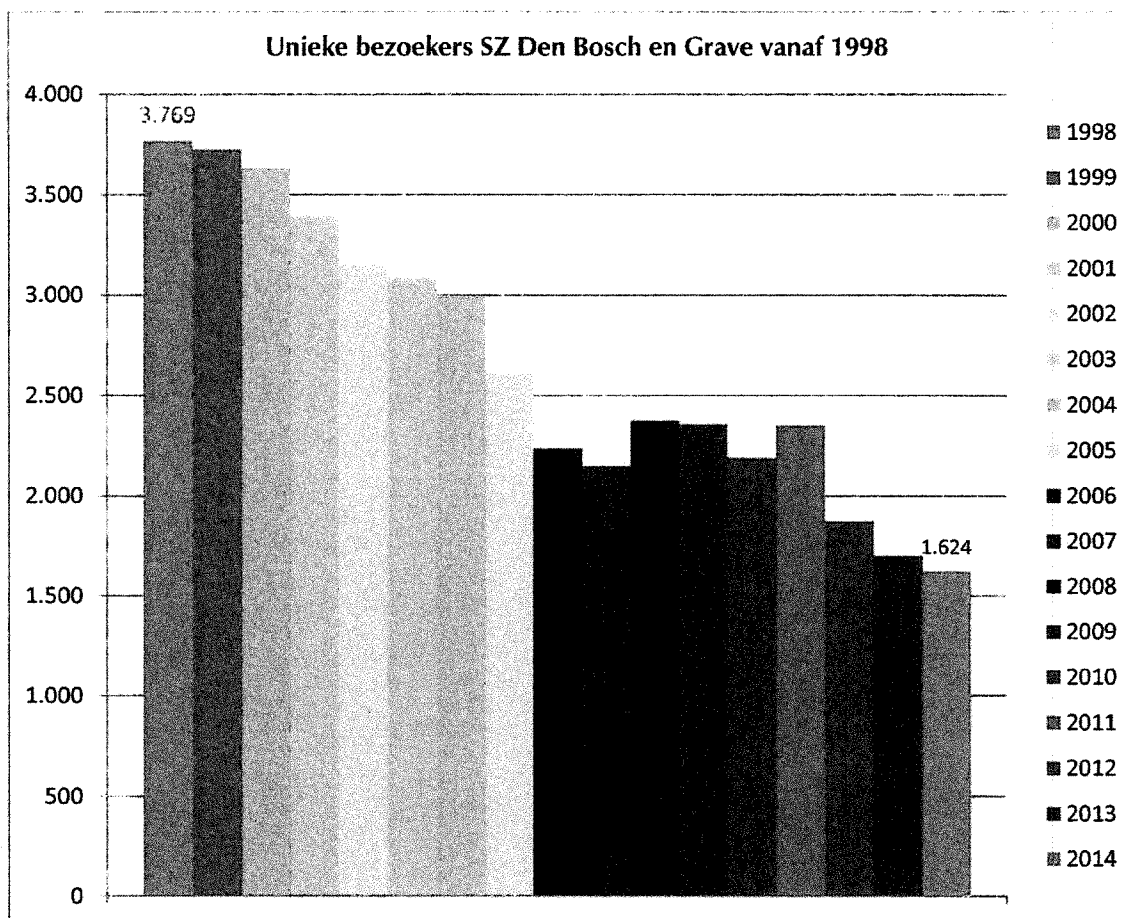
de fysieke klant

Sinds het begin van de registratie vertonen zowel het aantal bezoeken als het aantal bezoekers aan de studiezalen een neerwaartse lijn. Deze dalende tendens is een landelijk verschijnsel waarin vooralsnog geen trendbreuk wordt verwacht. Ook in 2014 zette de daling zich voort: er werden 6.486 bezoeken geteld (- 7,1%) door 1.624 bezoekers (- 4,7%).



Aantal bezoeken aan de studiezalen in Den Bosch en Grave

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	
Den Bosch	11.494	11.499	6.767	6.227	5.883	6.211	5.057	4.675	4.475	-4%
Grave	0	0	1.528	2.145	1.843	2.320	1.898	2.309	2.011	-13%
Totaal	11.494	11.499	8.295	8.372	7.726	8.531	6.955	6.984	6.486	-7.1%

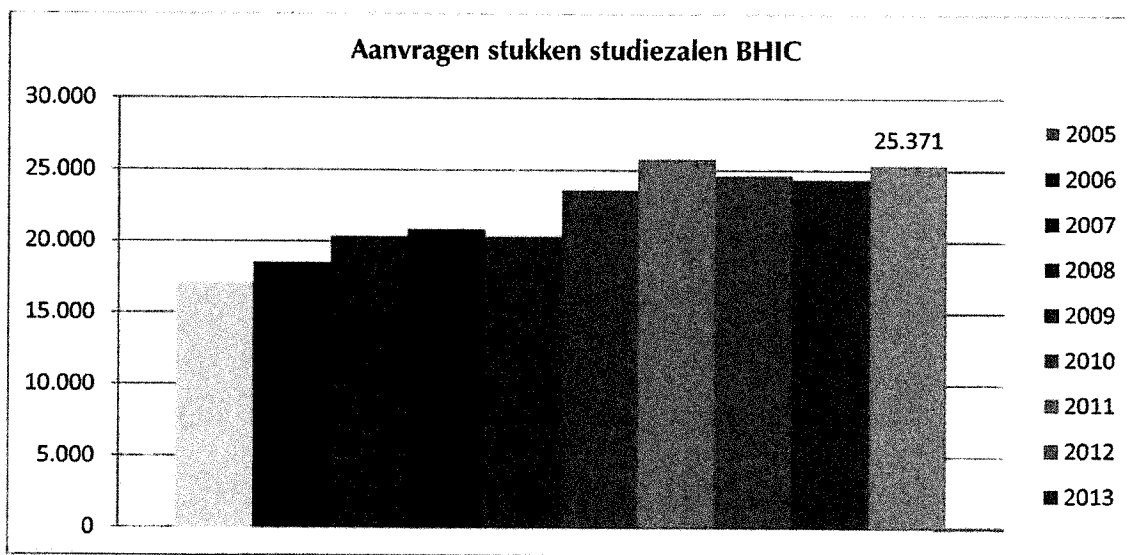


Het aantal fysieke bezoeken en bezoekers vermindert dus jaar na jaar. Hier is echt sprake van een structurele ontwikkeling. Betekent deze tendens op termijn het einde van het fenomeen fysieke studiezaal? Nee. Hoewel de daling zich ongetwijfeld ook de komende jaren nog zal voortzetten - hoe meer informatie digitaal beschikbaar is, des te minder fysiek publiek - blijft de studiezaal ook in de toekomst onmisbaar. Immers, volledige digitalisering van alle bronnen is alleen al vanuit kostenooptpunt de eerstkomende decennia een illusie; voor raadpleging van de niet-gescande archiefstukken is en blijft de studiezaal de - ook wettelijk voorgeschreven - voorziening.

Het verminderd gebruik van de studiezalen vraagt wel om een aangepast regime. Om die reden zijn per 1 januari 2012 de openingstijden van de studiezalen in Grave en Den Bosch met 35% drastisch verminderd: van in totaal 3.180 uur per jaar naar 2.050 uur. Ook de in 2014 aangekondigde sluiting van de studiezaal in Grave per 1 januari 2017 past in dat beleid. Dergelijke besluitvorming is emotioneel pijnlijk, maar rationeel volledig gerechtvaardigd.

Deze maatregelen stroken ook met de veranderende functie van de studiezalen. In 2005 beschouwde de gemiddelde bezoeker het archief nog als een tweede huis waar vele uren en dagen werden doorgebracht, tegenwoordig zien we steeds meer onderzoekers die op internet het voorbereidende werk hebben verricht en - met het boodschappenlijstje in de hand - enkel nog naar het archief komen om daar de stukken in te zien en te kopiëren waarvan geen scans beschikbaar zijn.

De oorspronkelijke (deels ook sociale) verblijfsfunctie van de studiezaal wordt dus steeds meer ingewisseld voor een (overwegend zakelijke) baliefunctie. Die ontwikkeling is ook op een andere wijze te illustreren. In 2005 werden er per studiezaalbezoeker gemiddeld vijf archiefstukken uit het depot opgevraagd. Met die werkvoorraad was de onderzoeker vervolgens tijden op de studiezaal bezig. In 2010 was het aantal aangevraagde stukken per persoon al gestegen naar 11, in 2014 naar bijna 16. Door een steeds kleiner wordend publiek worden steeds meer originelen opgevraagd. Dankzij voorbereidend thuiswerk op internet werkt de onderzoeker steeds sneller en efficiënter.



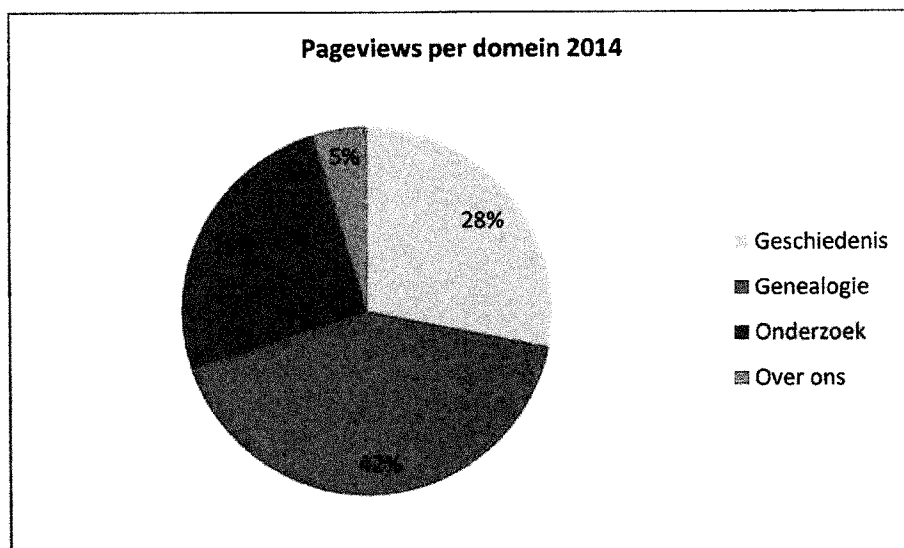
Gevolg van dit alles is wel dat door de sterk gereduceerde openingstijden de werkdruk voor het personeel sterk toeneemt: had een studiezaalmedewerker in 2008 nog te maken met zes depotaanvragen per uur, in 2014 was dat aantal al 12,4! Deze toegenomen werkbelasting in de studiezalen heeft ook effecten op de digitale dienstverlening: medewerkers worden geacht ca. 40% van hun studiezaaltijd te besteden aan de website; die bijdrage staat dus in toenemende mate onder druk.

2. meer divers publiek

De fysieke studiezaal kent van oudsher twee publieksgroepen: de historisch onderzoekers die vooral gebruik maken van originele documenten en de genealogen die in hun zoektocht naar voorouders voornamelijk werken met kopieën, scans, microfiches e.d. Beide groepen kenmerken zich door een grote deskundigheid, een gerichte zoekstrategie en de bereidheid om vele uren achtereen met hun onderzoek bezig te zijn. In deze publiekssamenstelling is de afgelopen tien jaar weinig veranderd.

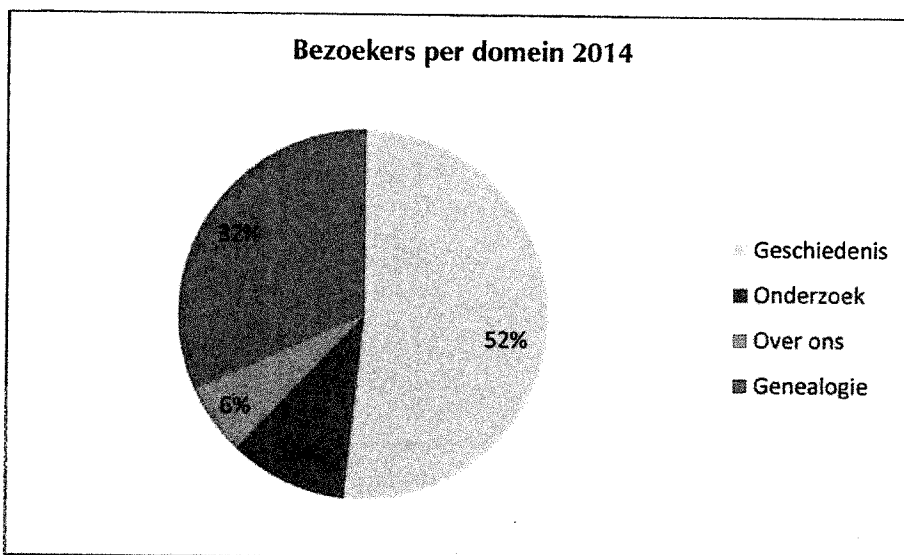
Het virtuele publiek kent een grotere diversificatie. In 2005 bestond het websitepubliek nog bijna voor 100% uit genealogen, simpelweg omdat het digitale aanbod vrijwel louter genealogisch was. Sindsdien is er hard gewerkt om ook andersoortig materiaal aan te bieden. De historisch onderzoekers werden gelokt door de beschikbaarstelling van meer specialistische bronnen als schepenprotocollen, notarisakten, resoluties van de Raad van Brabant e.d. De meer heemkundig geïnteresseerden werden bediend door de zogenaamde Lokale Pagina's: van 56 (voormalige) gemeenten in het verzorgingsgebied Noordoost-Brabant werden digitale geschiedenisboekjes vervaardigd.

In hoeverre is het BHIC erin geslaagd om deze drie publieksgroepen blijvend aan zich te binden? Gemeten naar het aantal pageviews, dus het aantal websitepagina's dat wordt geopend, is dat heel aardig gelukt:



De eigen website van het BHIC kende in 2014 bijna 10 miljoen pageviews, ruim 40% daarvan kwam voor rekening van de genealogen, bijna 30% werd gerealiseerd door de geïnteresseerden in lokale geschiedenis, 25% door historisch onderzoekers en 5% van de pageviews betrof informatie over het BHIC: openingstijden, routebeschrijving, tarieven e.d.

De populariteit van de drie domeinen kan echter ook worden uitgedrukt in aantallen bezoekers en dan ontstaat het volgende beeld:



Ruim de helft (ca. 55.000) van alle bezoekers aan de website komt primair voor lokale geschiedenis, bijna 1/3 van het publiek (34.000) is vooral genealogisch geïnteresseerd, terwijl 10% van de gebruikers (11.000) zich richt op historisch onderzoek. Afgaande op deze cijfers is het BHIC er inderdaad in geslaagd om een breed publiek te veroveren. Met name het grote aantal lokaal geïnteresseerden stemt tot grote tevredenheid: dit publiek (in termen van Twijnstra & Gudde 'ondiepe gravers' genoemd) wijkt namelijk het meeste af van de traditionele archiefgebruiker, de zgn. 'diepe gravers'. Het is veel minder geoefend, minder specialistisch, minder gedreven door onderzoeksdoel of hobby dan de genealogen en de historische onderzoekers. Wat dat betreft is hier echt sprake van een nieuw publiek.

Collega-archieven spreken met respect over de bestendige diversiteit die het BHIC in zijn publieksbereik heeft gerealiseerd. Hier en daar worden ook pogingen ondernomen om ons te na te volgen. Intern zijn we echter wat kritischer over de bereikte resultaten. Natuurlijk is het prachtig dat de helft van onze gebruikers afwijkt van het klassieke archiefprofiel, maar onderstaand overzicht geeft aan dat dit al vele jaren het geval is.

Ontwikkeling van de populariteit van de domeinen op basis van bezoekers

DOMEIN	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Geschiedenis	51%	50%	48%	46%	49%	52%
Genealogie	34%	35%	34%	35%	33%	32%
Onderzoek	9%	9%	13%	14%	10%	10%
Over ons	6%	6%	6%	6%	7%	6%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Voor andere archieven mag de 'ondiepe graver' nieuw publiek zijn, voor het BHIC allang niet meer. Het wordt dus tijd voor nieuwe uitdagingen, nieuwe diversificatie. In de slotparagraaf van dit jaarverslag wordt op die ambitie nader ingegaan.

3. meer tevreden publiek

Het BHIC stelt zich niet alleen tot doel een zo groot mogelijk en een zo divers mogelijk publiek aan zich te binden, ook aan de tevredenheid van de gebruikers wordt grote waarde gehecht. Sinds de oprichting van het BHIC zijn er diverse veranderingstrajecten doorlopen die allemaal gericht waren op een betere binding met en een hogere waardering door het publiek.

Om de effecten van die inspanningen te meten doet het BHIC al sinds 2005 mee aan de zogenaamde 'Kwaliteitsmonitor', een tweejaarlijkse landelijke enquête naar het publieksoordeel over de fysieke en digitale dienstverlening van Nederlandse archieven. Een kort overzicht van de uitkomsten tot nu toe.

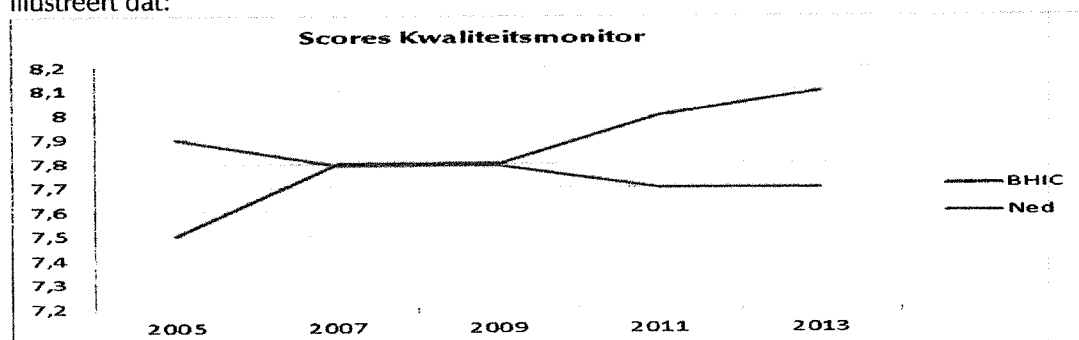
In 2005 kreeg het BHIC een 7,5 als samenvattend rapportcijfer. Vergeleken met de andere archieven bevonden we ons toen niet in de staart van het peloton, maar net voor de bezemwagen: het was toen de laagste waardering in Nederland.

In de jaren daarna (2007 en 2009) veroverden we een vaste plaats in het peloton, het eindoordeel (7,8) was precies gelijk aan het Nederlands gemiddelde. Niet uitgesproken goed, niet uitgesproken slecht, maar gewoon heel behoorlijk. Zeker als wordt bedacht dat het voor grotere archieven als het BHIC altijd moeilijker is om hoog te scoren dan voor kleinere archieven, die vaak op een kleine maar zeer trouwe schare fans kunnen rekenen. Niet verwonderlijk dat we al in 2009 mega-archieven als die van Amsterdam, Rotterdam, Den Haag en Utrecht achter ons lieten.

In 2011 nestelde het BHIC zich door een flitsende demarrage in de kopgroep die toen nog uit vijf archieven bestond. Waar de almaar kritischer consument steeds lagere cijfers uitdeelde (het landelijk gemiddelde daalde naar 7,7), beoordeelde diezelfde klant het BHIC steeds positiever: het rapportcijfer bedroeg 8,0.

In 2013 nam het BHIC definitief afstand van het peloton. De gemiddelde landelijke waardering bleef hetzelfde (7,7), de appreciatie voor het BHIC steeg naar een onwaarschijnlijk hoge score: 8,1. Slechts twee instellingen scoorden hoger: het gemeentearchief Schouwen-Duiveland en het regionaal archief Tilburg (8,2).

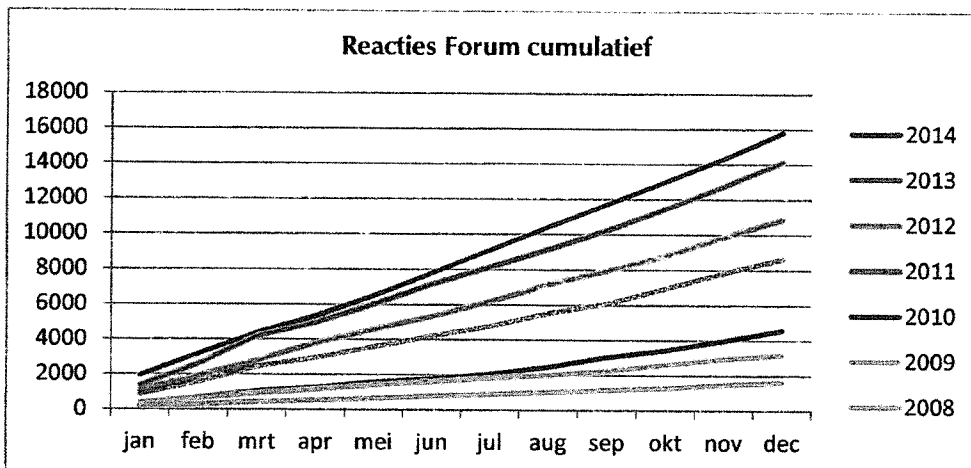
Die prachtige uitkomst is het resultaat van een jaren durend proces. Onderstaande grafiek illustreert dat:



Van hekkensluiter naar koploper; gepaste trots is op zijn plaats.

Voor 2014 zijn geen enquêtegegevens beschikbaar, de kwaliteitsmonitor wordt pas weer in 2015 gehouden. Voor een beoordeling van de publiekswaardering zijn we dus aangewezen op andere data. Hieronder volgen wat indicaties voor een onveranderd hoge publiekswaardering:

- de interactiviteit van de BHIC-site wordt nog steeds zeer op prijs gesteld door het publiek. Dat blijkt onder meer uit het zgn. Forum waar bezoekers gegevens uitwisselen, vragen stellen en reageren op verhalen, foto's e.d. Deze Forumreacties groeien nog steeds in aantal, in 2014 waren het er 15.800 (+ 12%), dat is ruim 60 per werkdag.



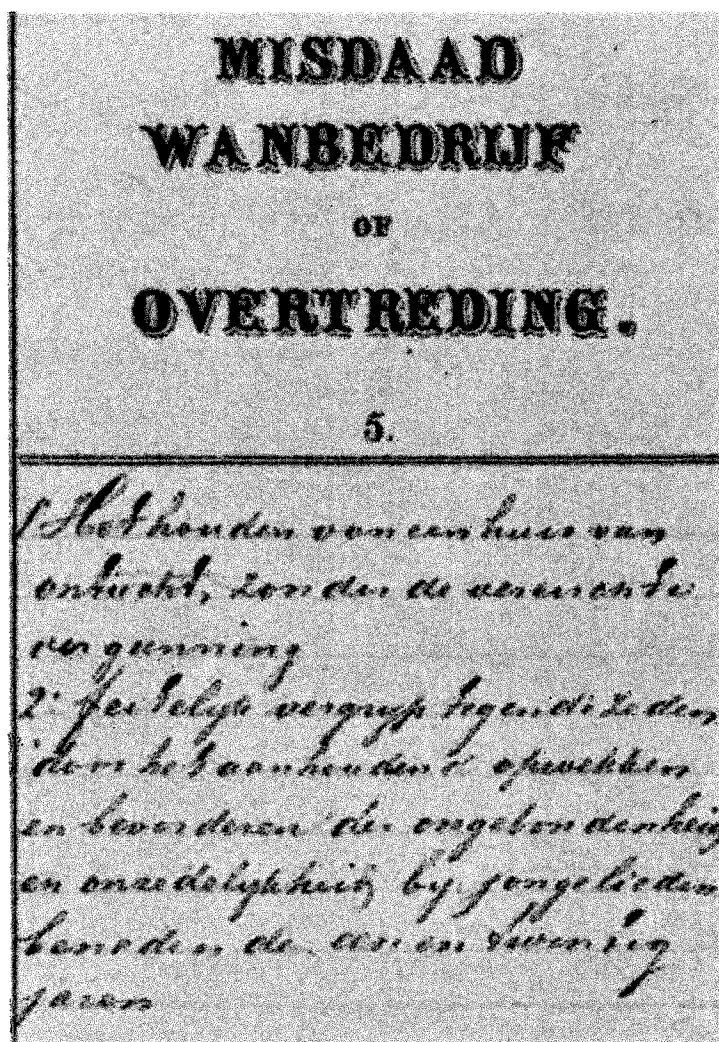
- de interactiviteit van de website en de daaraan gekoppelde community-building was ook de doorslaggevende reden voor de Koninklijke Nederlandse Vereniging van Informatieprofessionals om het BHIC de IVI-Award 2014 toe te kennen. Deze prijs is in het leven geroepen om innovatie in de informatiebranche te stimuleren. Naast de eer was aan de prijs ook een geldbedrag van 12.500 Euro verbonden voor innovatiesupport. Uit het juryrapport:

"Hier is een regionaal samenwerkingsverband van archieven en collecties waar de functies informatie en ontmoeting en debat met nieuwe middelen worden vormgegeven. De samenwerkingspartners verbinden de collecties daadwerkelijk met mensen, en transformeren ze tot verhalen. Dat is goed uitgevoerd en schaalbaar. BHIC doet ook daadwerkelijk aan crowdsourcing, op natuurlijke wijze vervlochten met de bestaande site. Een profiel is ook echt een plek om kennis en content in te brengen. De site is daarmee een inspiratiebron voor de landelijke infrastructuur."

- de waardering voor de interactiviteit blijkt inderdaad ook uit het grote succes van onze crowdsourcing. Als voorbeeld kan het Boevenproject worden genoemd. Het BHIC beschikt over de inschrijvingsregisters van de Brabantse strafgevangenen in de periode 1821-1925. Deze bron die een schat aan informatie biedt over de gevangenen (beroep, misdrijf, burgerlijke staat, geloof, signalement, gedrag van de veroordeelde e.d.) was al gescand, maar enkel toegankelijk op datum. Met behulp van ruim 250 digitale vrijwilligers verspreid over geheel Nederland zijn in het bestek van minder dan drie maanden tienduizenden scans geïndexeerd. De database is nu doorzoekbaar op naam, misdrijf e.d.

Vooraf het hoge tempo waarin dit project werd afgerond is heel bijzonder. De ervaring leert dat bij andere archieven op een veel langere doorlooptijd moet worden gerekend. Natuurlijk betreft het hier een aansprekend onderwerp (Boeven vangen!), maar de vrijwilligers voelden zich tijdens hun werk vooral gewaardeerd door de steun en de aandacht van het BHIC. Naar hun eigen

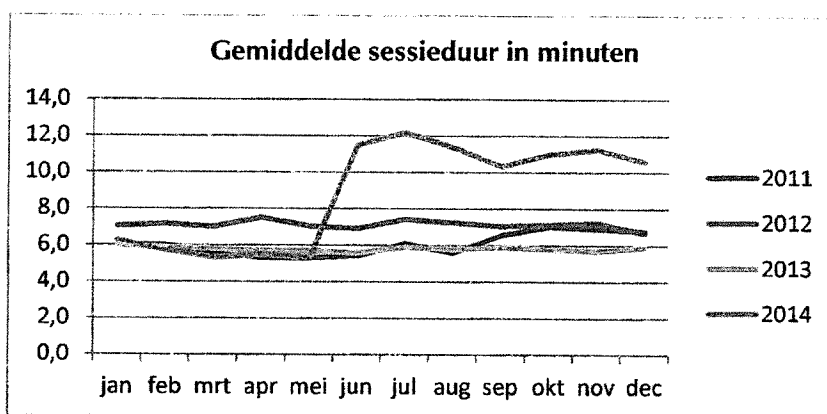
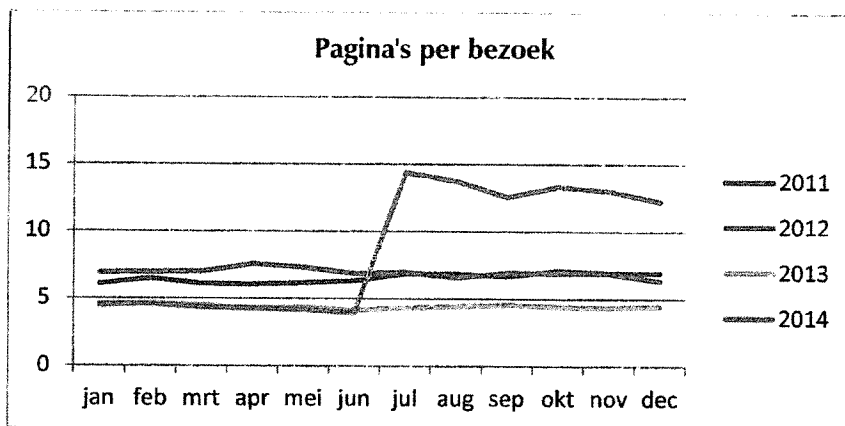
zeggen kregen ze meteen antwoord op hun vragen (ook om 11 uur 's avonds), werden tussentijdse resultaten direct teruggekoppeld, voelden ze zich met andere woorden ook op afstand sterk verbonden met de organisatie. Positieve klantbejegening blijkt ook bij digitale contacten de sleutel tot succes.



Uit het gevangenisregister van 's-Hertogenbosch. De gevangene is Hendrika Scheffer in 1837

- medio 2014 werd na een voorbereidingstijd van ruim anderhalf jaar de nieuwe website van het BHIC gelanceerd. Een spannend avontuur omdat een radicale verandering van de oude, vertrouwde digitale omgeving ook tot publieksuitval kan leiden. Dat verschijnsel heeft zich gelukkig niet voorgedaan. De opzet van de nieuwe site was o.m. een betere integratie van de beschikbare informatie, opdat de bezoeker een rijker aanbod krijgt en ook verleid kan worden tot het aanklikken van zoekresultaten die wat meer associatief zijn.

Vooralsnog lijken we daarin geslaagd. Het aantal geraadpleegde pagina's per bezoek verdubbelde en ook de gemiddelde sessieduur steeg van 6 naar ruim 10 minuten. De verwachting is dat deze cijfers gaandeweg 2015 wat zullen afvlakken, maar op een hoger niveau zullen eindigen dan bij de oude website. Het publiek waardeert kennelijk nog steeds onze digitale dienstverlening.



- Al negen jaar lang gaat het BHIC om de 2 maanden de regio in om daar zgn. 'lokale avonden' te organiseren. In het plaatselijke buurtcentrum of zalencentrum gaan we - gebruikmakend van foto's, films en de website - nader in op de geschiedenis van het betreffende dorp. Nu zou je verwachten dat deze formule na enige tijd aan succes gaat inboeten. Maar dat is niet het geval, het publiek komt nog steeds in grote getale (100 personen gemiddeld). Het interactieve karakter van de avond (gezamenlijk foto's van commentaar voorzien, een quizje) is daar mede debet aan. Het bewijst dat ook in het digitale tijdperk behoefte blijft aan fysieke contactmomenten die de binding tussen BHIC en publiek bevestigen en versterken.

Tot slot. Als directeur krijg ik met enige regelmaat en geheel ongevraagd mailtjes van BHIC-gebruikers waarin zij hun tevredenheid uitspreken over de geboden dienstverlening. Onderstaand berichtje is wat dat betreft exemplarisch

beste Hr. Bastiaanse,

Jarenlang heb ik met mijn vrouw in verband met haar genealogisch onderzoek meegereisd en vele archieven bezocht. Ook bezochten wij archieven in gemeenten in Limburg, maar ook in Duitsland.

Ik wil u, ook namens mijn vrouw, complimenteren met uw team, dat de werkzaamheden in de Citadel verricht! Dat geldt niet alleen voor routinematige vragen, maar ook ingeval van specifiek zoekwerk, ook als dat niet direct lukt. Kortom, niet alleen deskundig, maar ook klantvriendelijk en ter zake doend; correct; ook als het even niet meezit!

Wij vinden, dat u het met uw team getroffen heeft, als wij een en ander vergelijken met andere archiefinstellingen. Wij wensen u en uw team fijne feestdagen toe.

Natuurlijk is dit mailtje uiterst subjectief, maar het raakt precies de kern waar het gaat om de oorsprong van ons succes. Die ligt bij de medewerkers en hun intrinsieke behoefte om het publiek tevreden te stellen en te houden. Wat dat betreft zien we de uitkomsten van de kwaliteitsmonitor 2015 met vertrouwen tegemoet.

4. de bijzondere klant: de deelnemers aan het BHIC

Naast de individuele burger die fysiek of virtueel klant is van het BHIC heeft het BHIC een bijzondere klantengroep en dat zijn de deelnemers aan de gemeenschappelijke regeling: het Rijk, de zeventien gemeenten en de twee waterschappen. Het BHIC voert voor deze overheden de archiefwettelijke taken uit en doet dat zo goed maar ook zo goedkoop mogelijk.

Een belangrijke ontwikkeling vormt het e-depot: de archiefbewaarplaats voor digitale archiefbescheiden van overheden. Dit is een nieuwe wettelijke taak die ook aanvullende budgetten van de deelnemers zal vergen. Op dit moment zijn het Nationaal Archief en de RHC's in de diverse provincies bezig met de inrichting van een dergelijke digitale voorziening. In eerste instantie is de focus daarbij gericht op de rijkscollecties, maar toegezegd is dat dit depot ook voor deelnemende overheden (provincie, gemeenten en waterschappen) beschikbaar zal komen.

Lange tijd was onduidelijk wanneer dat e-depot er zou zijn en wat het deelnemers zou gaan kosten. Langzamerhand worden de contouren zichtbaar:

- volgens de planning zal het e-depot van het BHIC begin 2017 operationeel zijn. Dat wil zeggen dat de hard- en software aanwezig is en naar behoren functioneert. Voordat provincie, gemeenten en waterschappen op dit systeem kunnen worden aangesloten moet er intern bij die partijen echter wel het nodige gebeuren. Hun eigen digitale documentenbeheer moet immers op orde zijn. Het BHIC zal het halfjaarlijkse overleg met de DIV-ambtenaren gebruiken om daarover de nodige informatie te verstrekken.
- volgens landelijke richtlijnen zal de aansluiting op het rijks e-depot voor andere overheden de volgende kosten met zich meebrengen: 30.000 Euro eenmalig per aansluiting, mogelijk een beperkt jaarlijks abonnement en voorts jaarlijks 1.600 Euro per overgebrachte terrabyte. De eerste ervaringen met de gemeente Haarlem leren dat het gebruik van dat externe e-depot de gemeente intern grote besparingen kan opleveren.

5. vooruitzichten

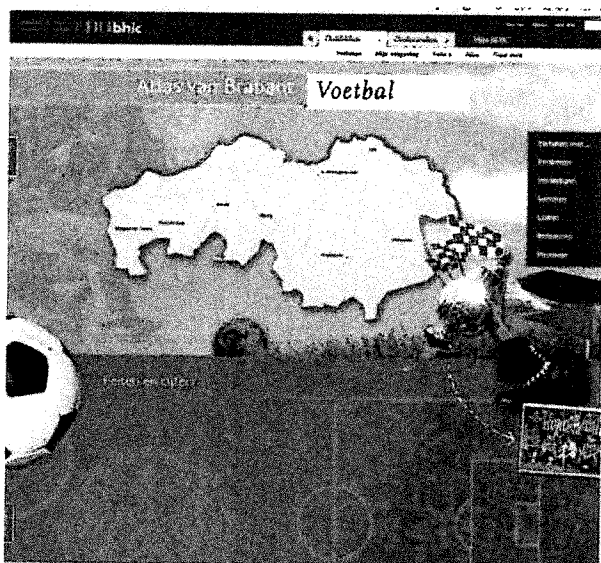
De kortingen (inclusief de 9% in 2017) zijn in de meerjarenbegrotingen verwerkt. Hopelijk betekent dit het einde van de reeks bezuinigingen en kunnen vrijkomende vacatures ten gevolge van het bereiken van de pensioengerechtigde leeftijd voortaan weer gebruikt worden om via taakverschuiving de organisatie meer toekomstbestendig te maken. De digitalisering van de maatschappij gaat in een hoog tempo en het is zaak dat het BHIC in die ontwikkeling meegaat. Herschikking en herdefinitie van taken is daarbij onmisbaar.

Eerder is gesproken over de samenstelling van het virtuele publiek. Het BHIC kent op dit ogenblik grofweg drie publieksgroepen: de historisch onderzoekers, de genealogen en de lokaal geïnteresseerden. Het is zaak om de komende jaren dit publieksbereik verder te diversificeren. Drie projecten kunnen daarbij helpen:

1. sinds 2012 is de provincie Noord-Brabant via een dienstverleningsovereenkomst aangesloten bij het BHIC. Zoals in het verleden voor de andere partners van het BHIC speciale bronnen op

de website zijn ontsloten (gemeenten → lokale pagina's, waterschappen → waterkaart, rijk → burgerlijke stand), moet ook voor deze overheidslaag een aparte plaats op de website worden ingericht. Het wordt de Atlas van Brabant, waar de 20^{ste}-eeuwse geschiedenis van Brabant in themakaarten wordt gepresenteerd. Een paar voorbeelden om aan te geven hoe gevarieerd het aanbod zal zijn:

- de kloosterkaart. Wie klikt op één van de ruim 200 iconen verspreid over de kaart van Brabant krijgt informatie over zowel het gebouw als over de orde of congregatie die er actief was. In woord en beeld wordt zo een indruk gegeven van de katholieke achtergrond van Brabant.
- de voetbalkaart. Sinds 1954 kent Nederland betaald voetbal, ca. 20 Brabantse clubs hebben sindsdien aan die competitie meegedaan. Een aanrader voor wie geïnteresseerd is in de geschiedenis van Dosko, Longa, BVV e.d.
- Brabantse modeontwerpers. Marlies Dekkers, Addy van den Krommenacker, Victor & Rolf, Mart Visser, Jan Taminau; het zijn de meer bekende namen van een reeks van Brabantse modeontwerpers. Van Lady Gaga tot koningin Maxima, van Leontien Borsato tot de vrouw van Louis van Gaal: allemaal hebben ze Brabantse creaties in de kast hangen.



De Atlas van Brabant wordt een informatief, maar ook een zeer gevarieerd en onderhoudend instrument om een publiek van divers pluimage aan te trekken. De totale omvang wordt geschat op 60 kaarten, sommige zullen heel uitgebreid zijn (de kerkenkaart, neergestorte vliegtuigen, textielindustrie e.d.), andere zijn minder bewerkelijk ((wielerrondes, internaten, winkelketens e.d.). Per jaar kunnen er ca. zes kaarten worden geproduceerd. De eerste twee worden gelanceerd in mei 2015 (Lourdesgrotten en Militaire vliegvelden).

2. er is een breed publiek dat geen expliciete historische belangstelling heeft, maar wel verleid kan worden met informatie die betrekking heeft op de eigen familiegeschiedenis. "Had jouw Brabantse grootvader een auto?" is een voorbeeld van een vraag die nieuwsgierigheid opwekt. Het antwoord kan worden gevonden in de nieuwe mini-website van het BHIC: Brabantse kentekens 1906-1951. In die periode werden kentekens nog door de provincie uitgegeven, alle Brabantse nummerborden begonnen met de letter N. De database bevat nu 20.000 kentekens (met vermelding van eigenaar en woonplaats) en vele honderden foto's en achtergrondverhalen. Het is de bedoeling dat het publiek deze collectie aanvult met verder beeldmateriaal en persoonlijke anekdotes. De archieven in Groningen, Friesland en Drenthe hebben al een dergelijke kenteken-site, het blijkt daar een belangrijke publiekstrekker.

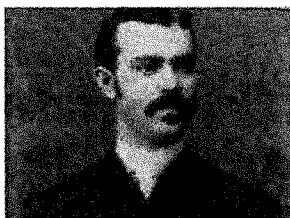
*Het Waaslandse magazine
in 1911*

Overzicht dertig vordering



*Een Packard in
Dordrecht*

Dagboekantekeningen van een vrouw achter
het stuur



*De eerste Nederlandse
autofabriek kwam uit
Breda*

Josephus Jacobus Bogaers (1869-1930)



*De Merck van Adolf van
den Bergh*

Een elektrische koets



*De eerste Nederlandse
autofabriek*

Marinus Entrop (1874-1967)



De Silver Ghent van 1911

Een vorstelijke voertuig



De kentekensite gaat uiteindelijk maximaal 99.000 nummerborden bevatten, waarvan er naar verwachting 5.000 verrijkt zullen zijn met foto en/of persoonlijke herinneringen. De doorlooptijd van die completering wordt geraamd op vijf jaar. De website zal worden gelanceerd in april/mei 2015.



3. foto's oefenen een grote aantrekkingskracht uit op een breed publiek dat geen specifieke historische belangstelling heeft. Op de website van het BHIC zijn er ca. 200.000 gratis te bekijken. Die database wordt dan ook druk bezocht, maar kent één groot nadeel: de collectie is zo groot en zo verscheiden dat mensen na een paar honderd foto's al stoppen met bladeren. Om een zinvolle selectie te maken, moeten de bezoekers trefwoorden invullen en dat is nou precies

wat een heleboel mensen niet doen: ze hebben namelijk helemaal geen directe zoekvraag, willen alleen maar leuke foto's bekijken.

Om die groep toch aan het BHIC te binden is er een nieuwe mini-website in de maak: Brabant in Beelden. De site bevat uitsluitend fotoverhalen, elk verhaal bestaat uit minimaal 80% beelden en maximaal 20% taal. Soms gaat het over één bijzondere foto die wordt toegelicht met detailopnamen, soms gaat het over een samenhangende serie, soms is de selectie thematisch, dan weer chronologisch. Op die manier kunnen de onderwerpen sterk variëren: de bevrijding van Brabant in 1944 in 25 foto's, de Heilige Communie 1920-1970, het interieur van een kruidenierswinkel anno 1952, grote gezinnen in beeld, van wasbord tot wasmachine enz. enz.



parochie, het boerenleven, mensen

N.C.B. Emigratiecursus in Zeeland, 1950.

Wat doe je in de vroege jaren vijftig in Nederland, vrij algemeen armoede, groot gebrek aan woonruimte emigreren!



mensen

Moeder zorgt voor het eten

Vanaf de jaren zestig begon mondjesmaat de emancipatie van de vrouw. Maar voor die tijd waren de verhoudingen nog duidelijk



feesten & folkloro, mensen

Het Rijke Roomse Leven in Brabant 1900-1965

Brabant was van oudsher een katholieke provincie 90% van alle inwoners was katholiek Het dagelijks leven was doordrenkt met geloof



De website wordt gelanceerd zodra ze minimaal 50 fotoverhalen bevat (najaar 2015), net als bij de kentekensite en de themakaarten wordt voor verdere vulling ook de hulp van het publiek ingeroepen.

Met het bovenstaande nieuwe, gevarieerde en overwegend lichtvoetige aanbod hopen we de komende jaren het publieksbereik van het BHIC te vergroten en verder te diversificeren.

Tot slot

Het BHIC is een archief. Maar het is niet zonder reden dat die aanduiding in onze naam ontbreekt: voor de buitenwacht zijn we sinds 2005 het Brabants Historisch Informatie Centrum. Die historische informatie is geen doel op zich, maar een middel voor de klant om persoonlijke doelen te verwezenlijken. Bij de ene gebruiker staat de zinvolle vrijetijdsbesteding centraal, bij de ander is het motief meer sociaal: gegevens worden verzameld, opdat ze gedeeld kunnen worden. Bij sommige klanten gaat het om de relatie met de eigen lokale leefomgeving, anderen definiëren hun plaats in de familiegeschiedenis. En vaak gaat het ook gewoon om herbeleving van het verleden, het koesteren van herinneringen.

In al die gevallen is er sprake van zingeving, van gevoelens van verbondenheid. Maatschappelijk is dat van grote waarde. Wat ons betreft blijft ook de komende 10 jaar de operationele missie van kracht: meer publiek, meer divers publiek, meer tevreden publiek. Want die klant, daar draait het om. Die vormt onze inspiratiebron. At your service.

Februari 2015
René Bastiaanse