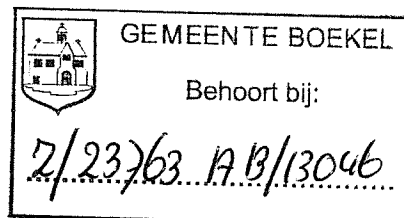


Jaarverslag
2013



Brabants Historisch Informatie Centrum

's-Hertogenbosch, februari 2014

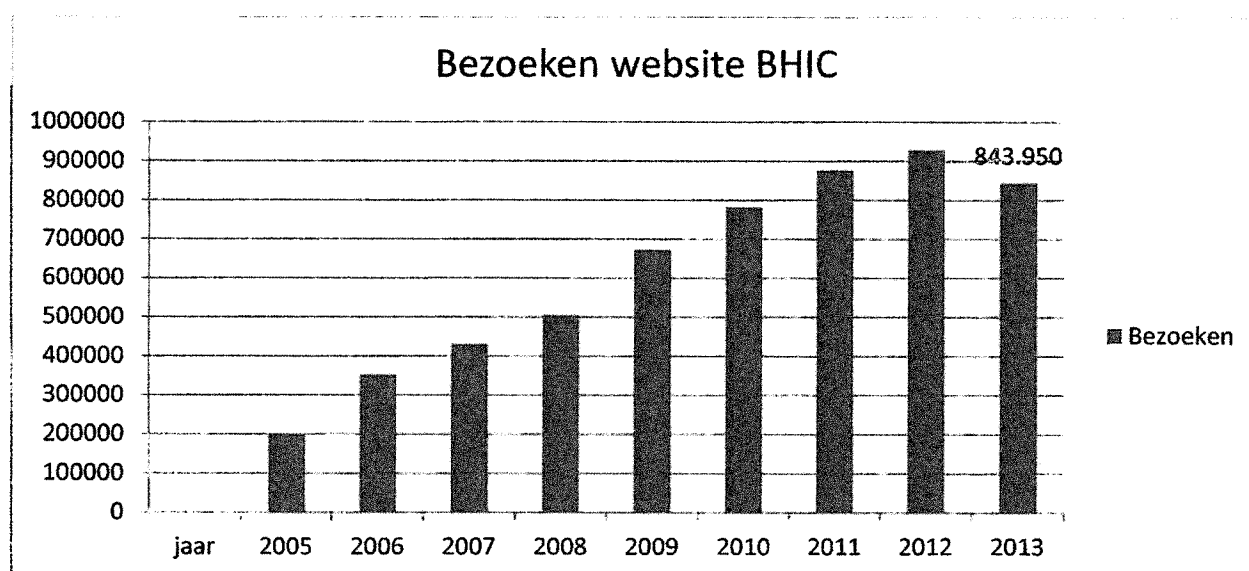
Jaarverslag 2013

Net als in de voorafgaande jaren werd het BHIC ook in 2013 gestuurd door een driedelige operationele missie: we willen 'meer publiek', we willen 'meer divers publiek', we willen 'meer tevreden publiek'. Wat is er van deze doelstellingen terecht gekomen?

1. meer publiek

de virtuele klant

Sinds de oprichting van het BHIC in 2005 is het virtuele publieksbereik enkel gestegen: elk jaar waren er weer meer mensen die de website van het BHIC bezochten. In 2013 is echter een einde gekomen aan deze lange periode van onafgebroken groei. Voor het eerst moest een daling worden genoteerd: de teller bleef steken op 843.950 bezoeken, een terugval tot onder het niveau in 2011, een daling van maar liefst 9,2%.

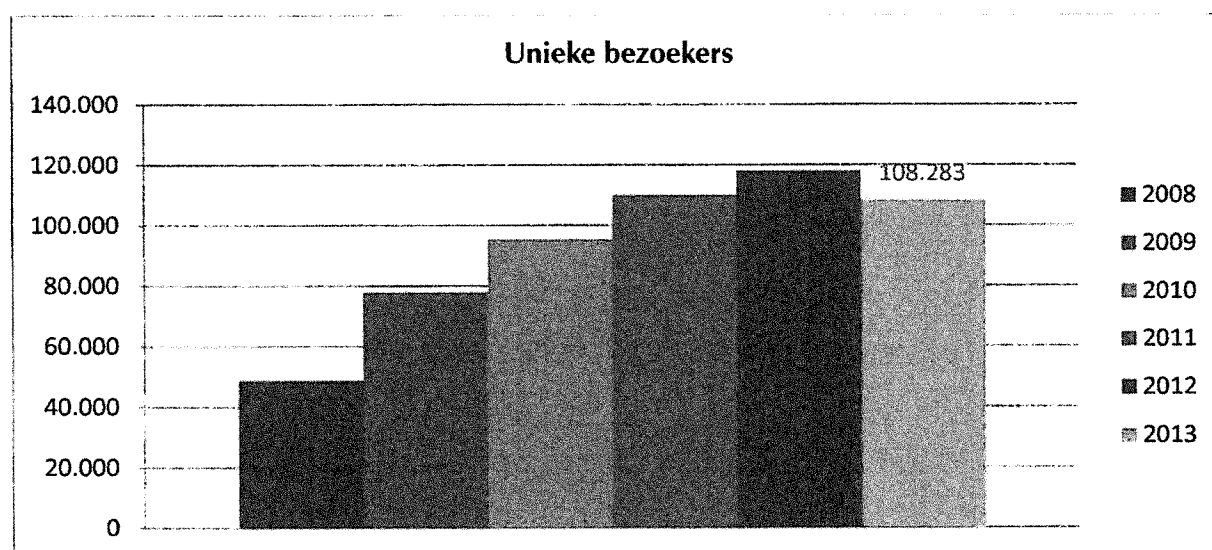


jaar	aantal	stijging	jaar	aantal	stijging	jaar	aantal	stijging
2001	25.150		2006	352.987	77%	2011	877.318	12%
2002	52.509	109%	2007	430.837	22%	2012	929.584	6%
2003	105.843	102%	2008	505.068	17%	2013	843.950	-9%
2004	161.284	52%	2009	673.270	33%			
2005	199.080	23%	2010	782.204	16%			

Geheel onverwacht kwam deze teruggang overigens niet, want al in 2011 waren er signalen dat het publieksbereik zijn maximale omvang naderde: de groei vlakte af en bij sommige prestatie-indicatoren (zoals de Lokale Pagina's) was er zelfs al sprake van een neerwaartse trend.

Deze omslag staat uiteraard niet los van de bezuinigingen die sinds 2010 zijn doorgevoerd en ook de komende jaren nog zullen doorwerken. Voor 2014 wordt dan ook een verdere krimp van het publieksbereik voorzien. Mogelijk dat deze negatieve ontwikkeling enigszins gecompenseerd kan worden door de nieuwe website die voorjaar 2014 gelanceerd zal worden.

Het aantal **bezoeken** aan de website is exact vast te stellen, veel lastiger is de precieze bepaling van het aantal individuele **bezoekers**. Sommige klanten bezoeken de site maar een enkele keer, andere gebruikers zijn dagelijks op de website te vinden. Vanuit het oogpunt van gebruikersgemak en laagdrempeligheid werkt de BHIC-site zonder inlogprocedures en wachtwoorden, een exacte identificatie is dus niet mogelijk. De calculatie van het aantal individuele gebruikers geschiedt op basis van 'cookies', waarna diverse filters worden toegepast om dubbeltellingen te voorkomen. Voor 2013 bedraagt het gecorrigeerd aantal individuele bezoekers ruim 108.000. De gemiddelde bezoekfrequentie per gebruiker komt daarmee uit op acht keer per jaar.

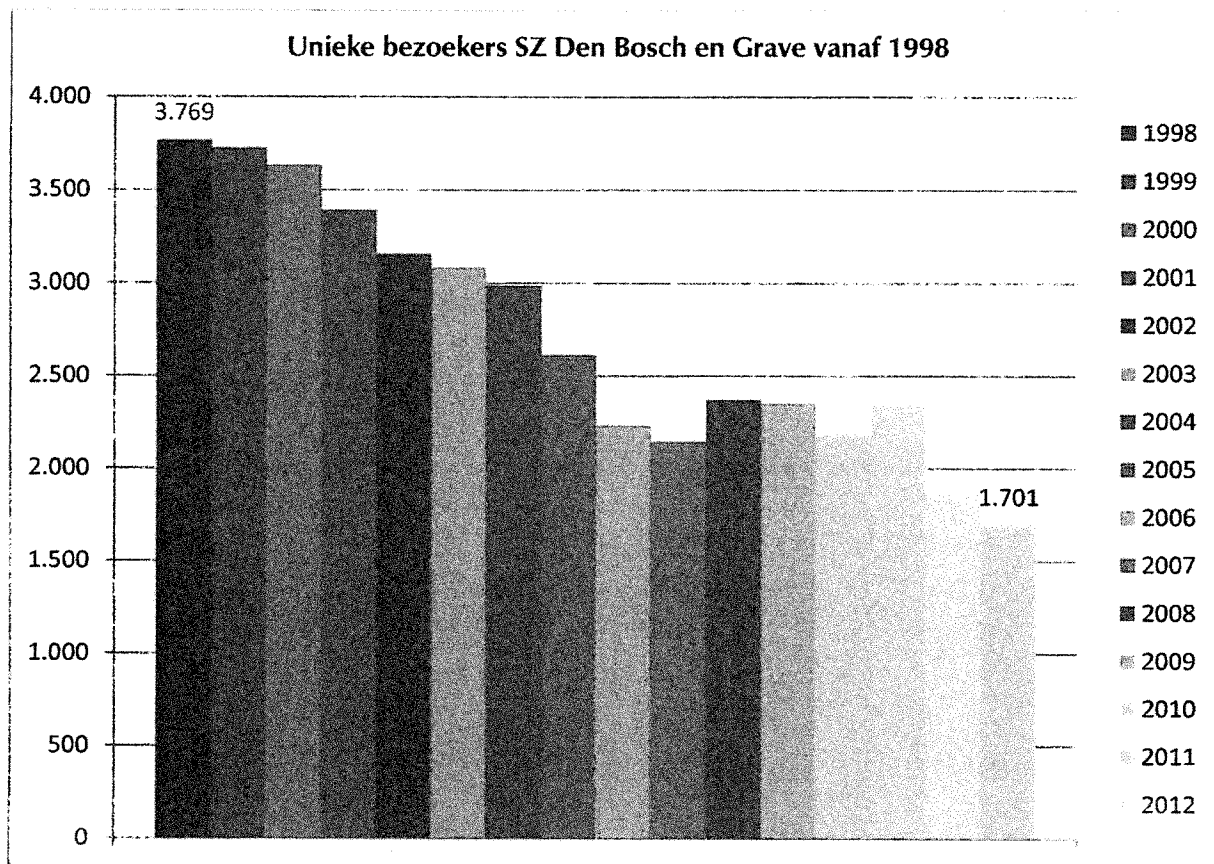


de fysieke klant

Naast het virtuele publiek kent het BHIC natuurlijk ook 'fysieke' klanten: de gebruikers die min of meer regelmatig te vinden zijn in de vestigingen in Den Bosch en Grave. Onderstaand overzichtje toont dat het studiezaalbezoek in Den Bosch een vrijwel constante neerwaartse lijn vertoont, terwijl in Grave de goede en de slechte jaren elkaar afwisselen. Per saldo is er een daling van 15% t.o.v. 2008.

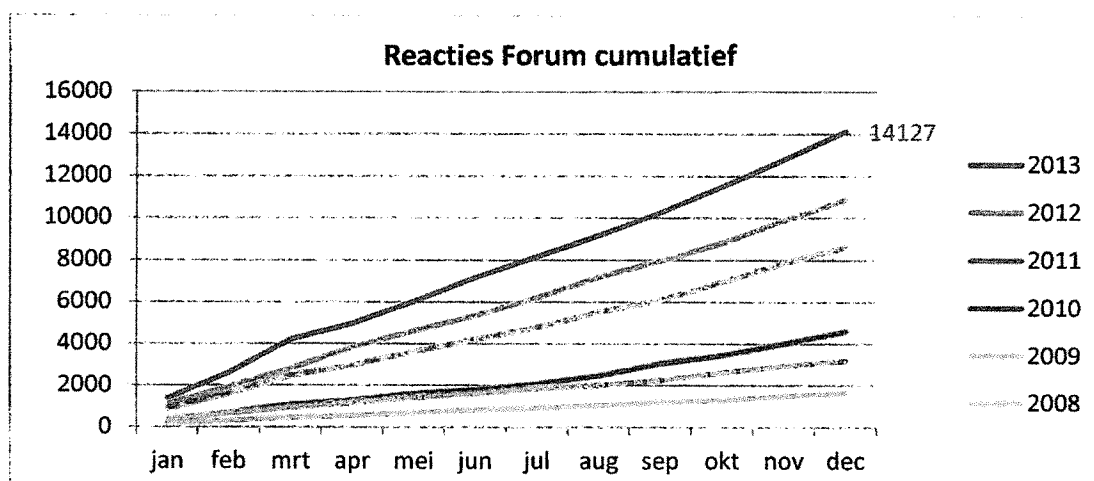
Aantal bezoeken aan de studiezaal in Den Bosch en Grave						
	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Den Bosch	6.767	6.227	5.883	6.211	5.057	4.675
Grave	1.528	2.145	1.843	2.320	1.898	2.309
Totaal	8.295	8.372	7.726	8.531	6.955	6.984

Ook het aantal individuele bezoekers vertoont een neerwaartse lijn. Dit is een landelijk verschijnsel, een trendbreuk wordt niet verwacht.



Deze afname wil overigens niet zeggen dat de omvang van de fysieke dienstverlening vermindert. Sterker nog: ondanks een dalend aantal studiezaalbezoekers blijft het aantal archiefstukken dat uit het depot wordt aangevraagd nagenoeg gelijk (24 à 25.000). Door de sterk gereduceerde openingstijden neemt de werkdruk daardoor wel toe: had een studiezaalmedewerker in 2008 nog te maken met ruim zes depotaanvragen per uur, in 2013 was dat al bijna het dubbele! Deze toegenomen werkbelasting in de studiezaal heeft ook gevolgen voor de digitale dienstverlening: medewerkers worden geacht ca. 40% van hun studiezaaltijd te besteden aan de website en juist die bijdrage staat de laatste jaren stevig onder druk.

Dit klemmt des te meer omdat het interactieve deel van de website (chatfunctie, blogs, forum) steeds meer tijd vraagt. Ter illustratie de groeicijfers van het forum (publieksreacties op verhalen, foto's en genealogische gegevens):



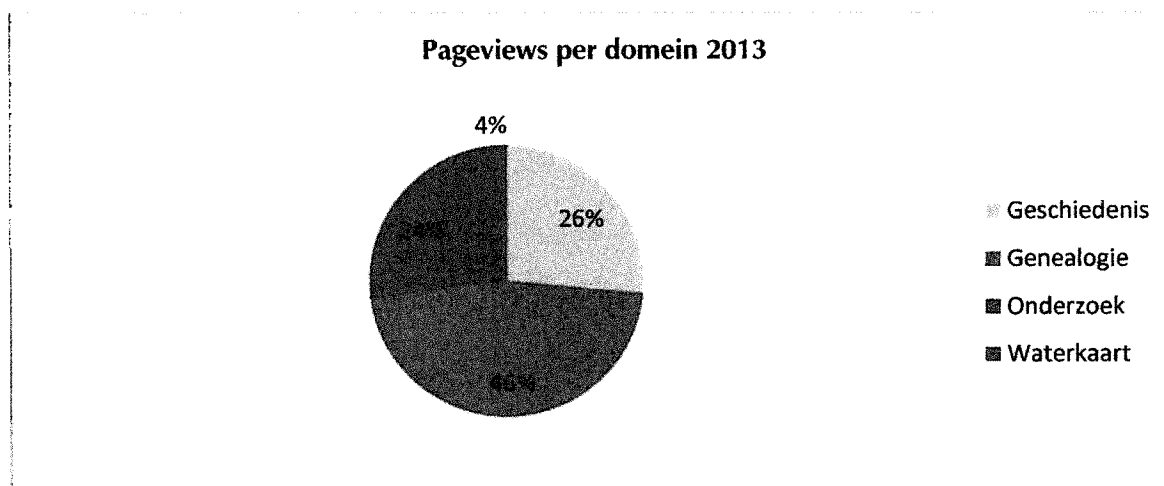
Kwamen er in 2010 nog maar amper 4.000 digitale reacties binnen, sindsdien groeit het aantal gestaag en explosief. In 2013 kwam het totale aantal reacties uit op 14.127, een stijging van bijna 30% t.o.v. 2012.

2. meer divers publiek

Het archief kent van oudsher twee publieksgroepen: de historische 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. Voor dit gespecialiseerde publiek zijn op de website twee domeinen beschikbaar: 'Onderzoek' en 'Stamboom'

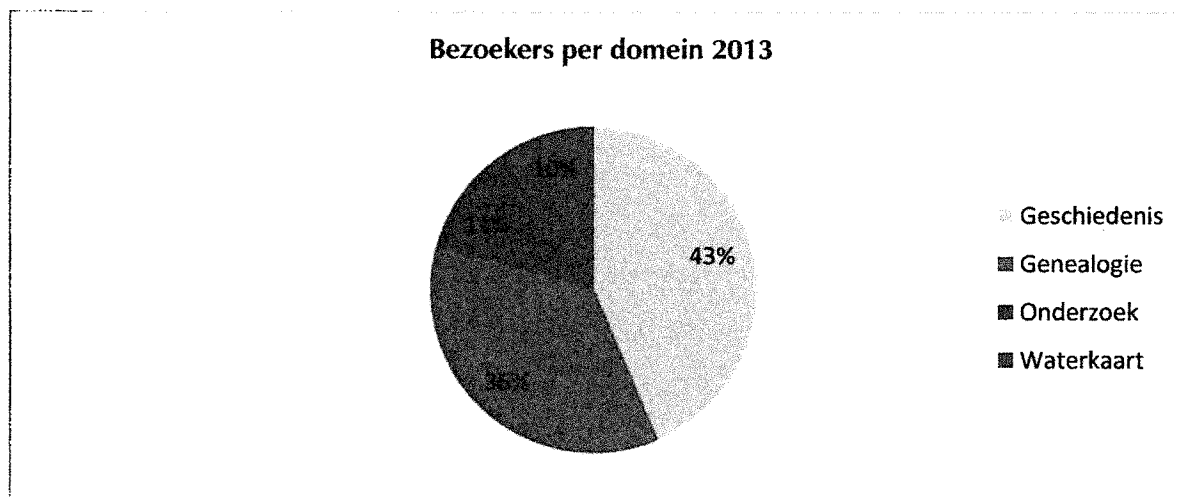
Diversificatie kan worden verkregen door het aantrekken van een andersoortig publiek: minder geoefend, minder specialistisch, minder gedreven door onderzoeksdoel of hobby. Ter wille van dit brede publiek zijn de afgelopen jaren twee websitedomeinen geïntroduceerd: 'Lokale geschiedenis' (sinds 2006) en 'Waterkaart' (sinds 2009). Op deze onderdelen kunnen gebruikers zich aangenaam verpozen met verhalen, anekdotes, foto's en films over hun eigen leefomgeving.

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



Van de vele miljoenen websitepagina's die jaarlijks door het publiek worden bekeken, komt het merendeel weliswaar voor rekening van de specialisten (genealogen en onderzoekers), maar het brede publiek is toch verantwoordelijk voor ruim een kwart van de pageviews. Dit correspondeert met het onderling afwijkend surfgedrag: specialisten zoeken net zo lang op de site tot zij de gewenste gegevens hebben gevonden, terwijl het 'gewone' publiek het vaak na een half uurtje surfen wel gezien heeft.

De populariteit kan echter ook worden uitgedrukt in aantallen bezoekers per domein en dan ontstaat een nog positiever beeld:



Ruim de helft van de individuele bezoekers (en dat waren er in 2013 ca. 108.000) komt primair naar de website om foto's te bekijken en verhalen te lezen over de eigen leefomgeving (geschiedenis en waterkaart), nog maar 1/3 van de websitebezoekers heeft genealogische interesse, slechts 11% is gericht op serieus onderzoek.

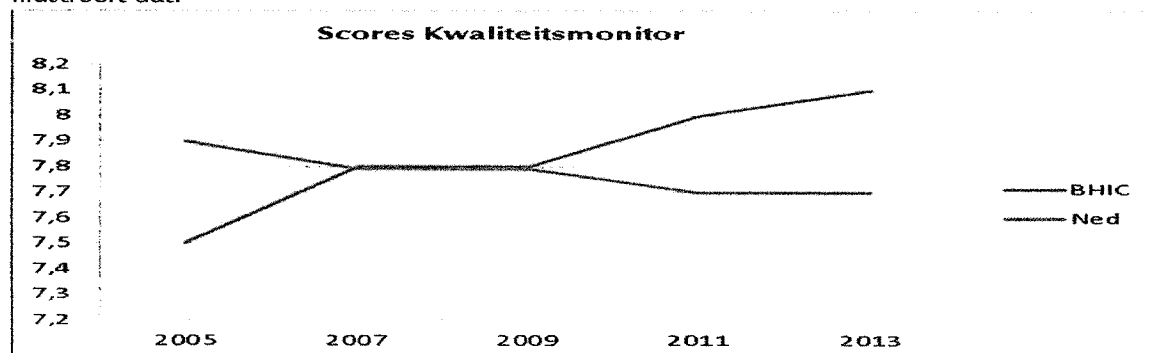
Afgaande op deze cijfers is het BHIC erin geslaagd om een nieuw en breed publiek te veroveren. Maar het betekent niet dat nu op de lauweren kan worden gerust. Dit nieuwe publiek mist namelijk de stevige interne motivatie van de specialisten. Voortdurende activering van de latente interesse is daarom noodzakelijk.

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. Ook in 2013 is dit onderzoek gehouden en de uitkomst was bijzonder positief: Het BHIC kreeg als overall waardering het cijfer 8,1 en behoort daarmee tot de top drie van de best beoordeelde archieven in Nederland!

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



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.

Nu, twee jaar later, heeft het BHIC definitief afstand genomen 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).

Natuurlijk is het buitengewoon prettig dat de vergelijking met andere archieven voor het BHIC zo positief uitvalt, maar bij benchmarking gaat het niet om de vraag of je het beter doet dan anderen. Dat is in wezen zelfs irrelevant. Concurrentieanalyse heeft tot doel om – aan de hand van collega-instellingen – te achterhalen of het eigen vermogen (zoals geld, personeel, bedrijfsmiddelen) wel optimaal wordt ingezet en voldoende rendement oplevert. Dat was ook de reden dat het BHIC in voorafgaande jaren op werkbezoek is geweest bij beter presterende archieven om te zien of er iets te leren viel.

De cruciale vraag is dus of het BHIC ondertussen werkt naar vermogen, of het metterdaad de resultaten boekt die het aan zijn stand verplicht is. Het antwoord kan niet anders dan bevestigend luiden. Het BHIC is op 38 punten beoordeeld en vooral op de belangrijkste indicatoren is de waardering torenhoog en nauwelijks te verbeteren. Zo scoren zowel de kwaliteit en afhandelingssnelheid van schriftelijke en telefonische vragen, als de vriendelijkheid en deskundigheid van de studiezaalmedewerkers ver boven de 8. Datzelfde geldt voor de aanvraagprocedure en de levertijd van depotstukken, voor de kwaliteit van gegeven antwoorden, voor de bereikbaarheid en het navigatiegemak van de website e.d. Vooral voor de inzet van social media en de faciliteit om buiten kantoor tijden met medewerkers te kunnen chatten is de waardering ongekend: 9,8.

Voor zover bekend zijn er geen archieven in Nederland die in de volle breedte zo positief worden beoordeeld. Dan rijst de vraag waarom het BHIC dan niet met afstand het meest gewaardeerde archief in Nederland is. De verklaring is simpel: het BHIC scoort op twee – voor het publiek uiterst belangrijke - indicatoren buitengewoon laag, te weten de openingstijden en de tarieven voor het downloaden van scans.

In beide gevallen gaat het om bewust beleid. In 2012 zijn de openingstijden drastisch beperkt van 3180 naar 1880 uur per jaar. Dat is een gerechtvaardigd besluit dat uiteraard niet op instemming van het publiek kan rekenen. Dat verklaart de daling in waardering: van 8,0 naar 7,2. Nog negatiever is het publieksoordeel over het gevoerde downloadbeleid. Het BHIC is een van de

archieven die bewust nog steeds vasthoudt aan het principe van betaalde scans, terwijl heel veel instellingen, zoals het regionaal archief Tilburg, de scans gratis ter beschikking stellen. Een en ander leidt tot een groot verschil in waardering: Tilburg krijgt op dit onderdeel het rapportcijfer 8,2, het BHIC slechts een 6,6.

Gezien deze uitgangspunten zal het BHIC dus niet snel het best gewaardeerde archief van Nederland worden. Dat is ook helemaal niet erg, want zoals gezegd: het is het gevolg van bewuste keuzes. Veel belangrijker dan deze klassering is de vraag of het BHIC zodanig is voorbereid op ontwikkelingen in het archiefwezen dat het ook in de toekomst kan rekenen op een groot publieksbereik en een hoge gebruikerstevredenheid. Aan dat vraagstuk is de laatste paragraaf van dit jaarverslag gewijd.

Vooruitzichten

Sinds de oprichting van het BHIC heeft zich een fundamentele verandering in het gedrag van het publiek voorgedaan. In 2005 maakte de helft van alle archiefbezoekers nog uitsluitend gebruik van de fysieke studiezalen; het internet vormde voor deze groep een onbekende wereld. Onder de BHIC-bezoekers is dat type klant inmiddels vrijwel uitgestorven: amper 1% ziet af van de digitale dienstverlening en beperkt zich tot de faciliteiten van de fysieke studiezaal. Parallel aan deze ontwikkeling staat de gestage groei van het aantal mensen dat voor archiefonderzoek uitsluitend het internet gebruikt en nooit meer een fysieke studiezaal bezoekt. In 2005 was die groep landelijk gezien nog zeer klein, slechts 3%. In het BHIC vormt deze groep tegenwoordig een ruime en nog steeds groeiende meerderheid.

Digitale dienstverlening vormt dus de toekomst, dat zal niemand ontkennen. Dat betekent dat de internetsite een nog volwaardiger, attractiever en betrouwbaarder medium dient te worden dan het nu al is. Om dat te bereiken moet minstens aan een drietal voorwaarden worden voldaan:

- de interactiviteit van de website van het BHIC wordt door de gebruikers zeer op prijs gesteld en ook daadwerkelijk geprezen. Dat blijkt niet alleen uit de hoge waardering in de Kwaliteitsmonitor, maar ook uit de gestage groei van het aantal reacties op het forum en de grote populariteit van de chatfunctie buiten kantooruren. Deze ontwikkeling zal zich naar verwachting voortzetten en vraagt in de nabije toekomst een grotere personele inzet. Hiertoe zal bij gelijkblijvend budget door interne functieverhuizingen ruimte moeten worden gecreëerd.
- het overgrote deel van het virtuele publiek van het BHIC is vooral geïnteresseerd in de geschiedenis van de afgelopen eeuw. Foto's en films vormen daarbij de belangrijkste en ook de meest attractieve informatiedragers. Het BHIC heeft op dit ogenblik onvoldoende capaciteit en deskundigheid op het gebied van beeldmateriaal. Na het vertrek van de beheerder van de provinciale foto- en filmbank (onderdeel van de Brabant Collectie) is die expertise zelfs op provinciaal niveau verdwenen. Het is zaak dat het BHIC die leemte opvult. Ook hier geldt dat door interne verschuivingen personele ruimte moet worden gecreëerd.
- de website is een dynamisch platform dat voortdurend moet worden aangevuld en geactualiseerd. Uitbreidingen en aanpassingen vergen nu steeds de inhuur van externen. Dat kost tijd en geld. Het is noodzakelijk en ook rendabel om de vereiste basisvaardigheden in eigen huis te hebben. Zodra zich vacatures voordoen, moet worden bezien of oude functies (deels) kunnen vervallen, zodat ruimte ontstaat voor nieuwe invullingen.

Uit het bovenstaande blijkt dat het BHIC voor grote uitdagingen staat. De belangrijkste wapens in die strijd zijn flexibiliteit en creatieve intelligentie. Dankzij de medewerkers zijn die eigenschappen in de organisatie goed vertegenwoordigd. Wat dat betreft mag het BHIC met recht vermogend worden genoemd. Er is dus alle reden om de toekomst met vertrouwen tegemoet te zien.

Februari 2014
René Bastiaanse