

Jaarverslag 2015

's-Hertogenbosch, februari 2016

Jaarverslag 2015

Evenals in de voorafgaande jaren werd het BHIC ook in 2015 weer 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 taakstellingen terecht gekomen?

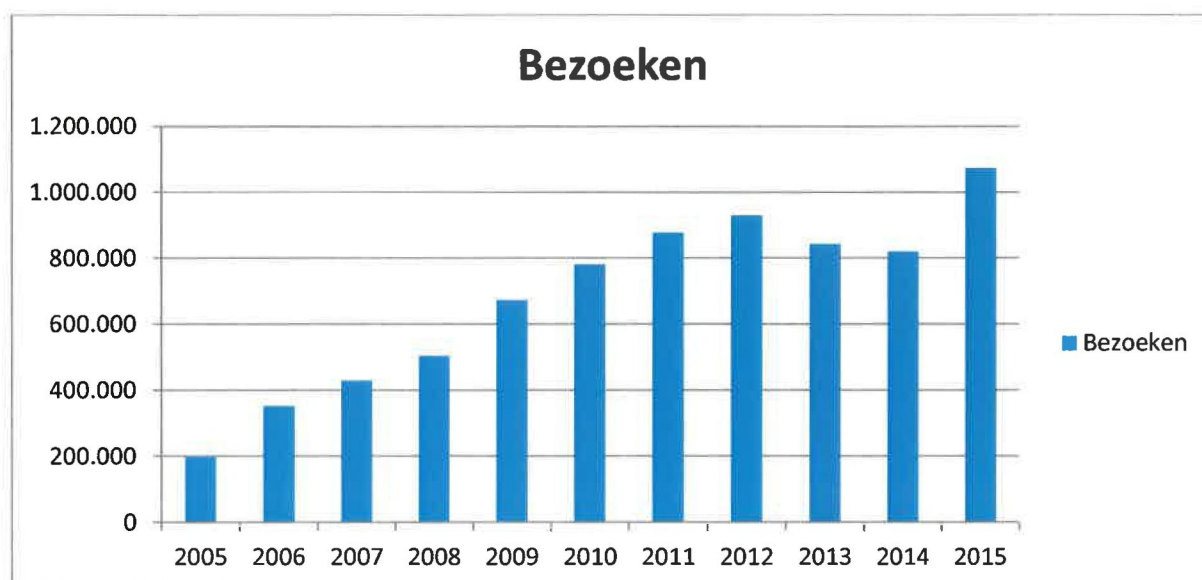
Om maar meteen met de deur in huis te vallen: nooit was het publieksbereik van het BHIC zo groot en zo divers als in 2015. En tevreden was het publiek ook: met een rapportcijfer van 8,1 behoorde het BHIC tot de top-3 van hoogst gewaardeerde archieven in Nederland. Alle reden tot jubel dus. Met die vreugdevolle samenvatting vooraf kan de toon van de rest van het jaarverslag weer gewoon zakelijk zijn.

1. meer publiek

het virtuele bezoek

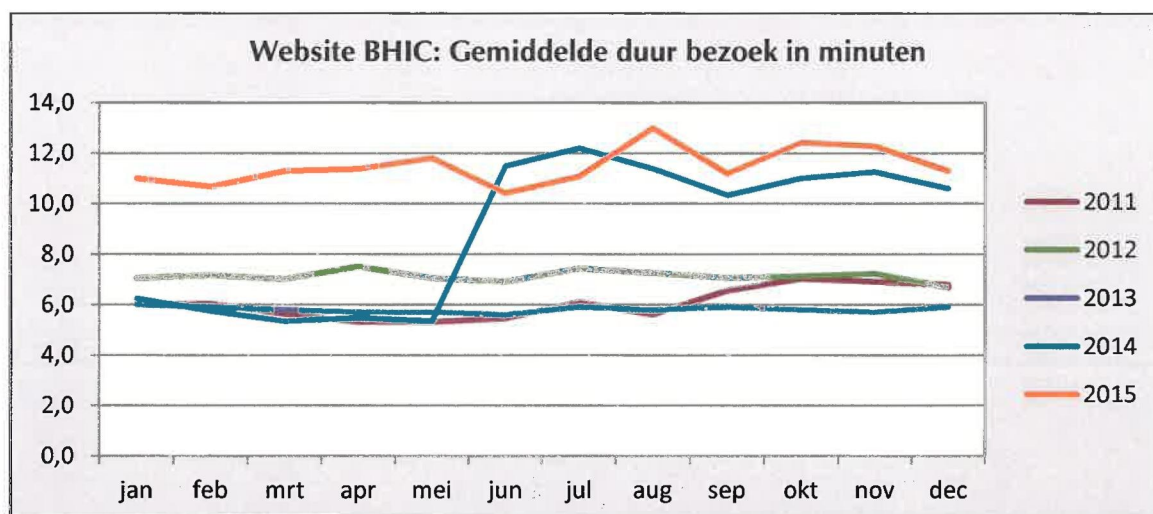
Medio 2014 werd de nieuwe website van het BHIC gelanceerd en vrijwel meteen tekende zich een stijging van het aantal bezoeken af. Deze trend zette zich nadien onverminderd voort met als uitkomst dat de website in 2015 in het totaal 1.075.000 keer werd bezocht. All time high: nog nooit was het digitaal bereik van het BHIC zo groot, de stijging ten opzichte van 2014 bedroeg zelfs meer dan 30%!

Die enorme score geeft tegelijkertijd te denken: natuurlijk is de nieuwe website een stuk aantrekkelijker en ook veel beter vindbaar op het internet, natuurlijk worden we ook steeds effectiever in het promoten van de site, maar 30% meer is wel heel veel meer. Registratie en analyse van de cijfers gebeurt op dezelfde wijze als in voorafgaande jaren, dus daar kan het niet aan liggen. Maar mogelijk dat de complexe structuur van de site, die ook in andere opzichten volledig afwijkt van de oude, voor een deel verantwoordelijk is voor de stijging. Dat is niet geheel uit te sluiten.

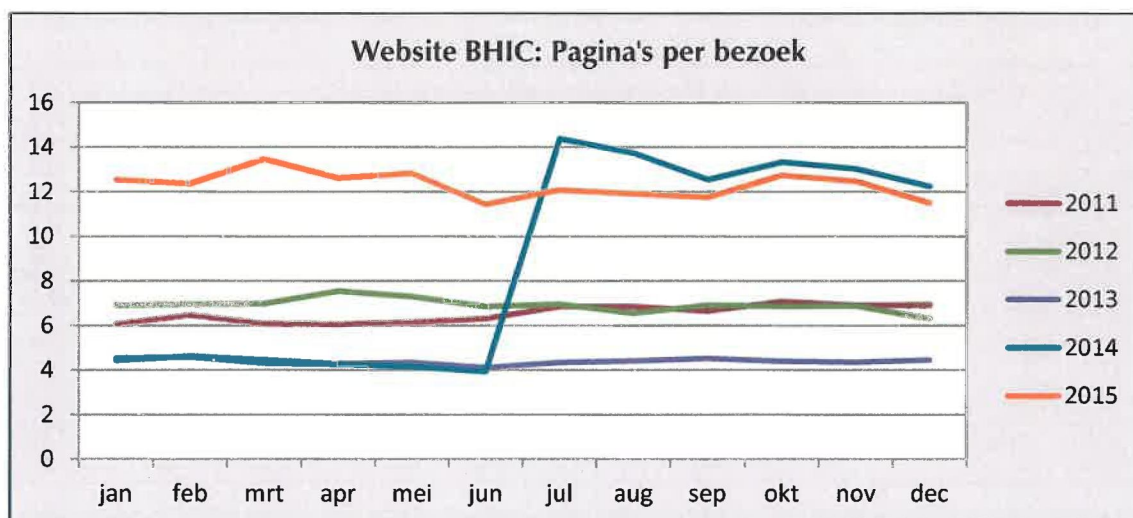


Niet alleen het gebruik van de website is gestegen, maar ook de intensiteit van dat gebruik: een bezoek aan de oude website duurde gemiddeld zes minuten, op de nieuwe website is die

verblijfsduur per bezoek bijna verdubbeld tot elf minuten. Ook hier kunnen technische factoren een rol spelen, al blijft het onmiskenbaar dat de nieuwe site een grotere 'kleefkracht' heeft.



Per visite bekijkt de gebruiker ook meer pagina's: vroeger waren dat er vier per bezoek, tegenwoordig ruim twaalf.



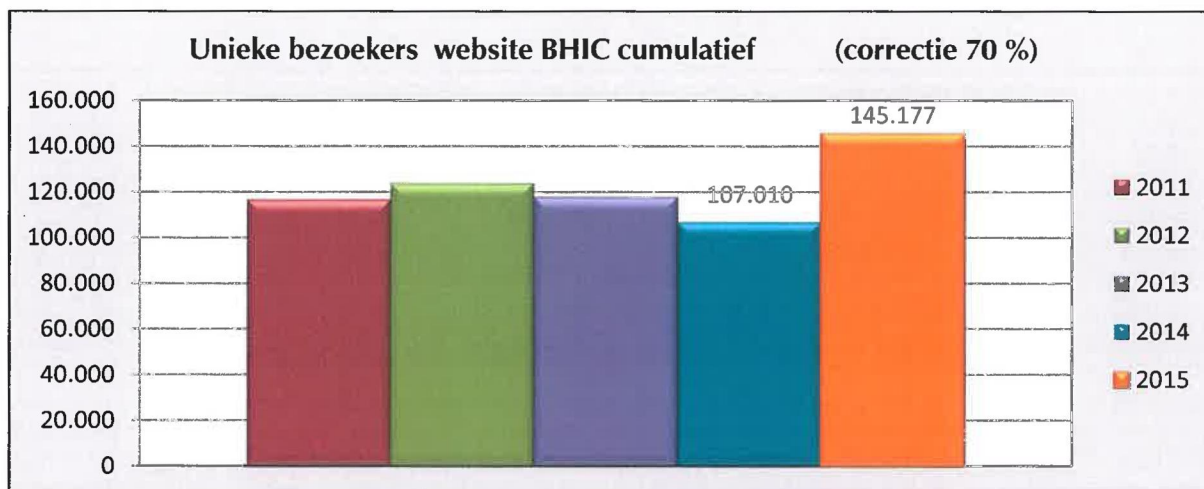
Het digitaal bereik van het BHIC beperkt zich niet tot de eigen website. Ook via andere kanalen wordt de historische content van het BHIC aangeboden. Het beste voorbeeld is WieWasWie, de nationale genealogische database, waarin ook alle genealogische gegevens van het BHIC zijn opgenomen. In het verleden is de raadpleging van de BHIC-bronnen via externe websites nooit vermeld vanwege dubbeltellingen en technische complicaties. Vanaf 2014 is het echter mogelijk de 'schone' bezoekaantallen van WieWasWie te becijferen:

Aantal bezoeken	Bhic	WieWasWie	Totaal
2014	820.076	495.092	1.315.168
2015	1.079.079	485.577	1.564.656

In 2015 werden de bronnen van het BHIC dus maar liefst anderhalf miljoen keer digitaal geraadpleegd. Een imposante score.

de virtuele bezoeker

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 2015 bedraagt het gecorrigeerd aantal bezoekers aan de eigen website ruim 145.000.



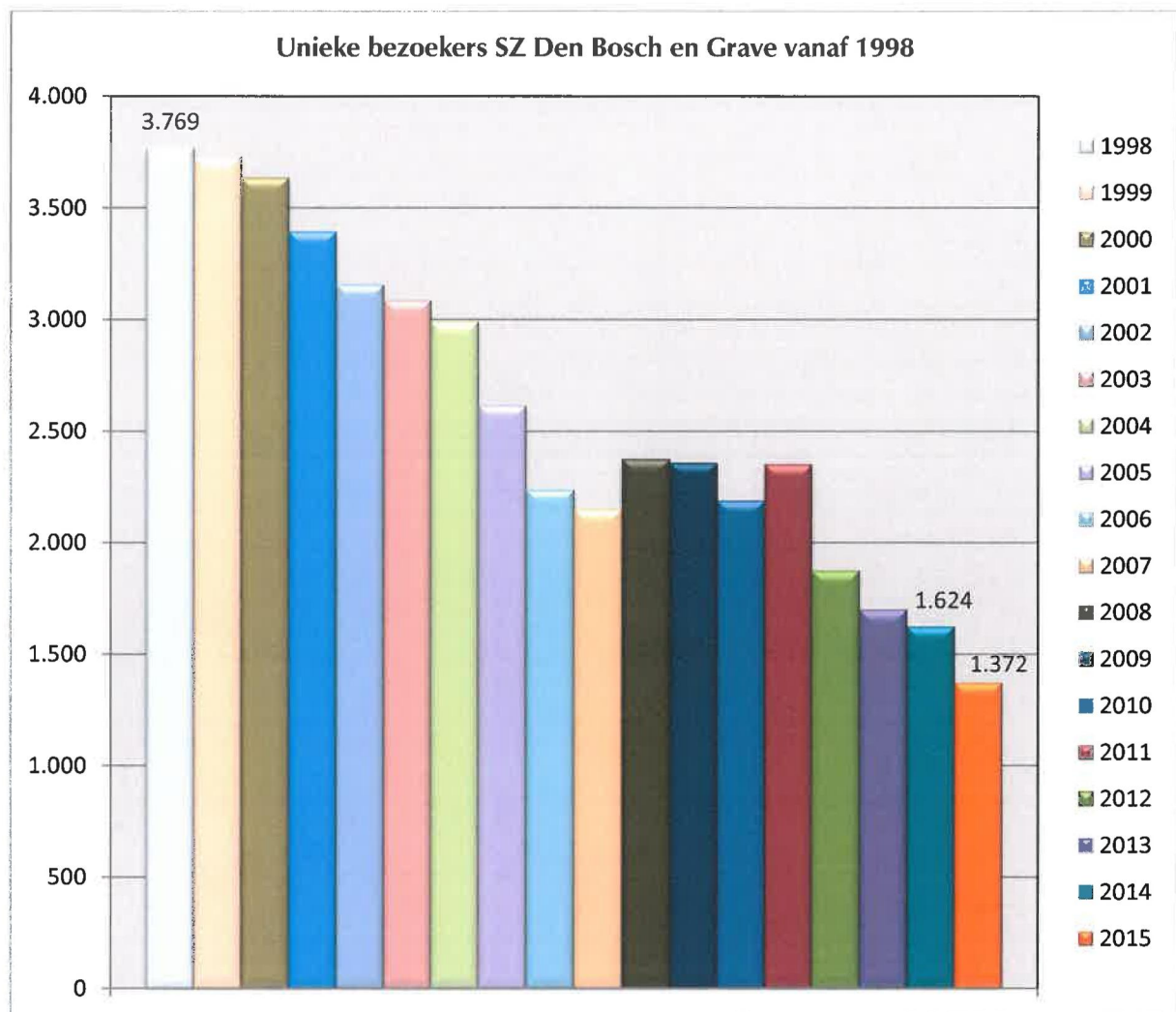
het fysieke bezoek

In schril contrast met de explosief gestegen virtuele bezoeken, staat de constante daling van het aantal fysieke bezoeken aan de studiezalen in Den Bosch en Grave. Deze neerwaartse lijn is een landelijk verschijnsel waarin vooralsnog geen trendbreuk wordt verwacht. Ook in 2015 zette deze tendens zich voort: er werden 6.035 bezoeken geteld. Een daling van 7% ten opzichte van 2014.

De teruggang in het aantal bezoekers is nog dramatischer: in totaal bezochten in 2015 nog maar 1.372 individuen de studiezalen. Deze daling deed zich in Den Bosch en Grave nagenoeg gelijkelijk voor: 15% ten opzichte van 2014.

Deze cijfers lijken erop te wijzen dat vooral het aantal incidentele studiezaalbezoekers sterk afneemt. Wat resteert is een harde kern van liefhebbers die regelmatig naar het archief komt. Zodra deze overwegend wat oudere, vaste bezoekers gaan uitvallen, zal het aantal bezoeken versneld achteruit gaan.

Gezien deze ontwikkeling zijn in 2012 de openingstijden al drastisch gereduceerd en zal per 1 januari 2017 de studiezaal in Grave sluiten. Om diezelfde reden is in 2015 de studiezaal in Den Bosch heringericht: alle meubilair staat op wieltjes waardoor de zaal buiten openingstijden geschikt is gemaakt voor commerciële verhuur.



Het aantal fysieke bezoeken en bezoekers vermindert dus jaar na jaar. Betekent dit op termijn het einde van het fenomeen studiezaal? Nee. Voor raadpleging van de niet-gescande archiefstukken is en blijft de studiezaal de – ook wettelijk voorgeschreven - voorziening. Bovendien is het de thuisbasis van een groep gedreven onderzoekers die geheel belangeloos voor het BHIC belangrijke bronnen ontsluiten, zoals resoluties van de Raad van State, schepencollages en notarisarchieven. Op die manier is in de afgelopen jaren de website verrijkt met meer dan een half miljoen akten en beschrijvingen en draagt de studiezaal dus substantieel bij aan het digitaal bereik en succes van het BHIC.

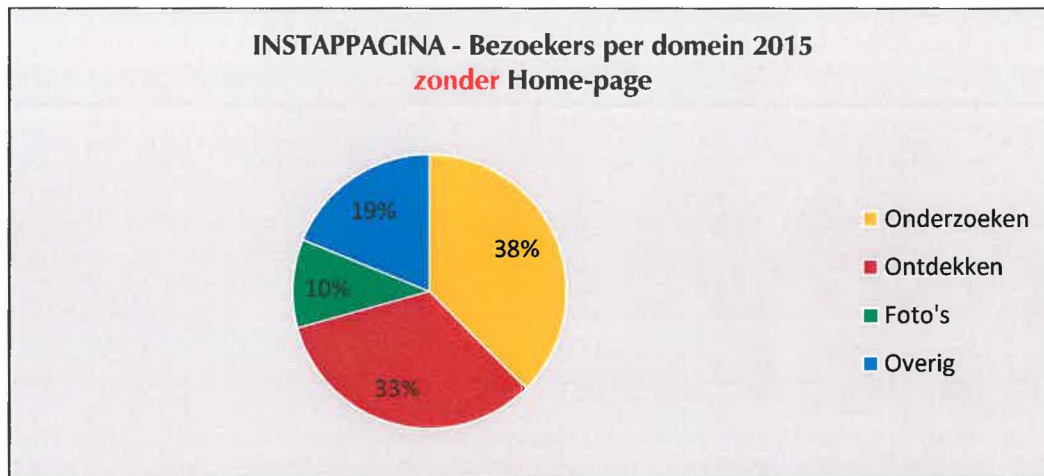
2. meer divers publiek

Het archief 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.

Diversificatie in het publieksbereik 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 in het verleden twee nieuwe

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 blijvend aan zich te binden? Gemeten naar het aantal bezoekers is dat heel aardig gelukt: 38% van het website-publiek komt primair voor het 'zware' onderzoeksdomein, terwijl ruim de helft in eerste instantie meer geïnteresseerd is in de lichtere onderdelen zoals foto's bekijken (19%) en verhalen over de eigen leefomgeving (33% ontdekken).



Afgaande op deze cijfers is het BHIC erin geslaagd om een nieuw en breed publiek te veroveren. 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 wie er de oude jaarverslagen op naslaat, zal zien dat we dat we dat resultaat al sinds 2009 realiseren. Het werd dus tijd voor een verdergaande diversificatie.

Om die reden is in 2015 begonnen met een nieuw domein, dat vooral bedoeld is voor een breed publiek dat nauwelijks historische belangstelling heeft, maar wel verleid kan worden met interessante onderwerpen. Een mooi voorbeeld is de in juli 2015 gelanceerde website "De auto van m'n opa", een database van 50.000 Brabantse autobezitters in de periode 1906-1951. In een half jaar werd de site ruim 30.000 keer bezocht en werden er meer dan 1.000 foto's en persoonlijke herinneringen door het publiek aan toegevoegd. Afgaande op de reacties is het publiek zeer geschakeerd: van echte autofreaks tot mensen die in het familiealbum toevallig een fotootje aantreffen van een gemotoriseerde voorvader. In ieder geval was het voor velen de eerste kennismaking met een archief.

In 2016 zullen meer van dit soort thematische databases via de website worden getoond. Op het programma staan onder meer de thema's: Brabantse kerken, Brabantse clubs in het betaald voetbal (1954-heden), neergestorte vliegtuigen in Brabant (1940-1945) en Brabantse modeontwerpers. Een gevarieerd aanbod dat in staat moet zijn om een publiek van divers pluimage aan te trekken.

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. Om de resultaten op dat terrein 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 2015 is dit onderzoek gehouden, maar alvorens de uitkomsten daarvan te geven, eerst een stukje voorgeschiedenis.

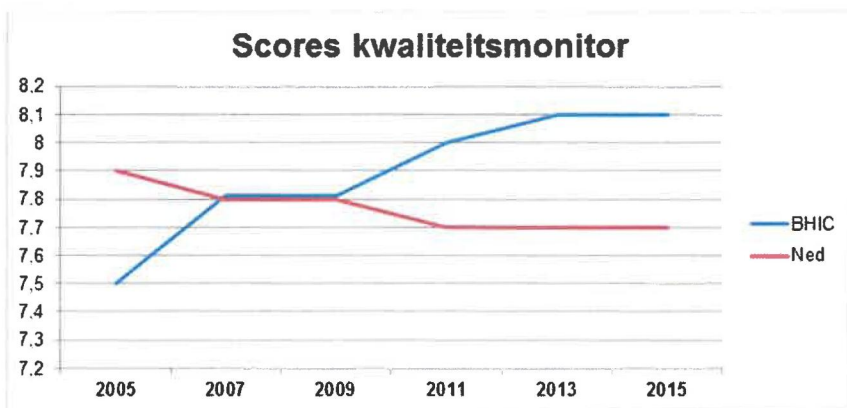
In de enquête van 2005 kreeg het BHIC een 7,5 als samenvattend rapportcijfer. Vergeleken met de andere archieven bevonden we ons toen niet in de staart van het peloton, maar net voor de bezemwagen: het was toen de laagste waardering in Nederland.

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.

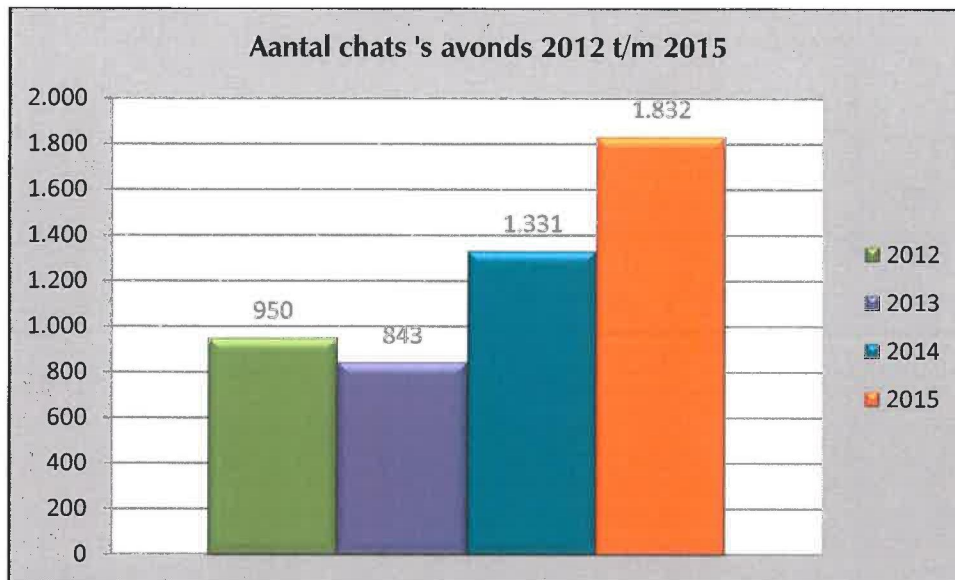
In 2011 nestelde het BHIC zich door een flitsende demarrage in de kopgroep die toen nog uit vijf archieven bestond. Waar de almaar kritischer consument steeds lagere cijfers uitdeelde (het landelijk gemiddelde daalde naar 7,7), beoordeelde diezelfde klant het BHIC steeds positiever: het rapportcijfer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

En dan 2015. Hoewel we wisten dat het moeilijk zou zijn om de resultaten van 2013 te evenaren, is dat toch gelukt: wederom een score van 8,1, wederom een plaats in de top-3. Een hele mooie prestatie. Toch is er een belangrijke verschuiving: was er in 2013 nog een grote afstand tussen de koplopers en het peloton, in 2015 is het dringen om de koppositie: het BHIC voelt de hete adem in de nek van instellingen als het Drents Archief en het Nijmeegs archief. De concurrentie wordt dus sterker. En dat is een goede zaak, want het biedt de gelegenheid om van die concurrentie te leren. Ook in 2016 zal het BHIC dus weer werkbezoeken brengen aan archieven die op onderdelen beter presteren.

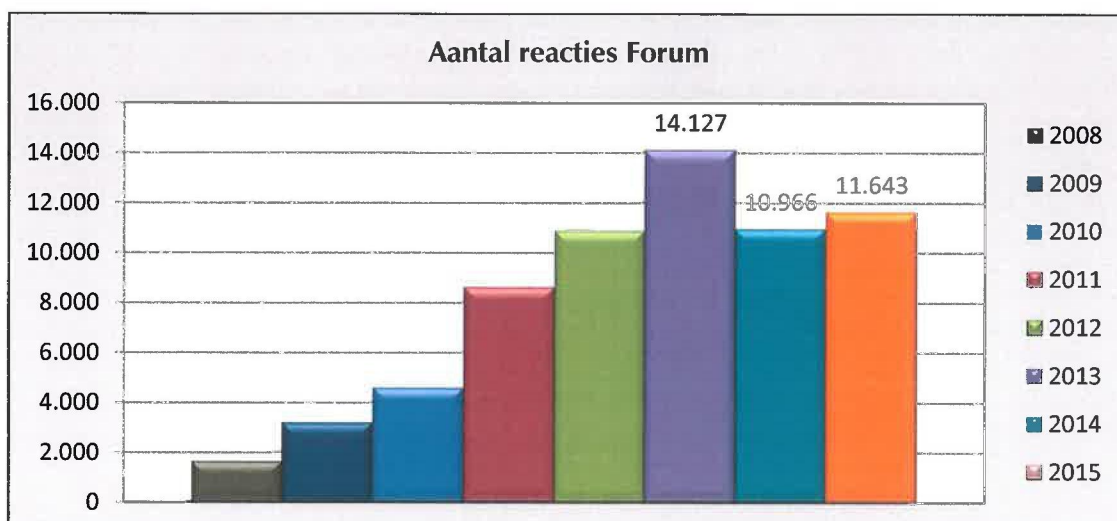


Een hoog gewaardeerd onderdeel in de digitale dienstverlening van het BHIC is de interactiviteit: het publiek reageert op wat wij doen en wij reageren terug. Een voorbeeld vormt de chat-service: op werkdagen tussen 19.00 en 22.00 uur is het BHIC virtueel bereikbaar.



Deze service wordt tegenwoordig aangeboden in samenwerking met het Regionaal Archief Tilburg, medewerkers van beide archieven wisselen elkaar af in de beantwoording van vragen. Deze 'buddychat' werkt uitstekend. Intern wordt er al langere tijd geëxperimenteerd met chatdiensten binnen openingstijden; die voorziening lijkt aan een grote behoefte te voldoen. In 2016 zal worden onderzocht of de chattijden structureel kunnen worden uitgebreid en of een videovariant (skype, face time) wenselijk is.

Ook binnen de website is er plaats voor interactiviteit. Naast het geschiedenisforum, is vooral het genealogische forum erg populair: vragen worden niet in eerste instantie door het BHIC beantwoord, maar door andere gebruikers die graag hun kennis met anderen delen. Een belangrijke vorm van community-building die op veel draagvlak kan rekenen. Des te opvallender is dat dit forumverkeer sinds de introductie van de nieuwe website scherp is gedaald. Dit heeft voornamelijk technische oorzaken: gebruikers hadden via RSS een soort abonnement op het forum, dat in de nieuwe website vervallen is. De community moet als het ware opnieuw worden opgebouwd.



De waardering voor de interactiviteit blijkt ook het succes van onze crowdsourcing. In 2014 werd het Boevenproject voltooid waarbij ruim 250 digitale vrijwilligers verspreid over geheel Nederland de inschrijvingsregisters van de Brabantse strafgevangenen in de periode 1821-1925 hebben geïndexeerd. Eind 2015 startte het vervolg: ditmaal gaat het om de Brabantse Huizen van Bewaring. Ruim 200 vrijwilligers zijn in de weer met zo'n 65.000 scans.

In de community-building spelen sociale media een grote rol. In de enquête van 2013 kreeg dit aspect van de dienstverlening van het BHIC de hoogste score van alle archieven. In 2015 ligt de waardering nog boven het Nederlandse gemiddelde, maar vormen we geen deel meer van de top-5. Hier is kennelijk sprake van de wet van de remmende voorsprong. In 2016 zal worden gezien of en hoe die achterstand kan worden ingelopen.

Ten slotte: hoe interactief de digitale dienstverlening ook moge zijn, het publiek heeft ook behoefte aan fysieke ontmoetingen. Dat bewijst het succes van de zogenaamde 'lokale avonden': om de 2 maanden bezoekt het BHIC een dorp in de regio om daar - gebruikmakend van foto's, films en de website - nader in te gaan op de geschiedenis van de betreffende plaats. Ondanks het feit dat we dit al tien jaar doen, blijft de animo groot: zelden zijn er minder dan 100 mensen aanwezig. Omdat we inmiddels alle dorpen hadden bezocht, moest er in 2015 ter voorkoming van doublures wel een geheel nieuw avondvullend programma worden ontwikkeld. Het accent ligt nu minder op de plaatselijke en meer op de Brabantse geschiedenis na 1945; de herkenning van het publiek is er niet minder om. De opkomst is zelfs gestegen, omdat de bijeenkomsten voortaan altijd i.s.m. de KBO of de heemkundekring worden gereorganiseerd.

4. een bijzondere klantengroep: de deelnemers aan het BHIC

Naast de individuele burger is er nog een bijzondere klantengroep en dat zijn de overheden die hun archieven bij het BHIC hebben ondergebracht, te weten het rijk, de provincie Noord-Brabant, 16 gemeenten en twee waterschappen. Voor deze partijen worden de archiefwettelijke taken uitgevoerd: het goed, geordend en toegankelijk beheren van de overgedragen stukken.

In 2015 is in opdracht van het Ministerie van OCW, het IPO en het VNG een internet-enquête gehouden onder de stakeholders over de efficiency en de publieksactiviteiten van de twaalf RHC's in den lande. Het BHIC eindigde met een waardering van 7,87 op de derde plaats na Groningen (8,29) en Overijssel (8,00). In 2013 is door het BHIC een overzicht gemaakt van de kosten die aan de gemeentelijke partners in rekening worden gebracht: in Overijssel was dat € 11,73 per inwoner, in Groningen € 10,68, terwijl het BHIC landelijk gezien zowat het laagste tarief heeft: € 3,71 per inwoner. Kennelijk verricht het BHIC zijn archieftaken goed, maar ook goedkoop.

Het rijk, de zestien gemeenten en de twee waterschappen zijn deelnemer aan de gemeenschappelijke regeling van het BHIC. Door de nieuwe Wet Gemeenschappelijke Regelingen waren in 2015 bestuurlijke aanpassingen benodigd: het bestuur dat uit zes leden bestond (3 leden benoemd door de minister, 3 leden gekozen door de regiopartners) is per 1 januari 2016 uitgebreid tot acht (4 rijk, 4 regio). Voor de bestuursamenstelling zie de jaarrekening.

De provincie is geen deelnemer aan de gemeenschappelijke regeling, de zakelijke betrekkingen zijn geregeld in een dienstverleningsovereenkomst met tarieven die in het Bestuursakkoord 2011-2015 tussen rijk, IPO en VNG zijn vastgesteld. Een belangrijke wijziging is dat per 1 januari 2016

de Commissaris van de Koning als portefeuillehouder optreedt. Daarnaast wordt met ingang van diezelfde datum de functie van provincie-archivaris uitgevoerd door het BHIC.

De grootse uitdaging in het toekomstig archiefbeheer vormt zonder twijfel 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.

Er wordt door het Nationaal Archief hard gewerkt aan de ontwikkeling van dit digitale magazijn. Minstens zo belangrijk als dat technische hoogstandje is de voorbereiding van de diverse overheden op het gebruik van het elektronisch depot. Aan welke eisen moet de huidige en toekomstige digitale opslag bij gemeenten, waterschappen en provincies voldoen om straks een soepele overgang van de bestanden naar het e-depot mogelijk te maken? En hoe zit dat met bestanden die vroeger al digitaal gearchiveerd zijn? Zijn die wel zonder meer geschikt voor invoer in het e-depot? Welke aanpassingen zijn er nodig? Hoe kan dat snel en goedkoop?

Door de focus op de technische ontwikkeling van het e-depot is er van rijkswege weinig aandacht voor deze praktische problemen. Om die reden is het BHIC in oktober 2015 samen met het Regionaal Archief Tilburg een heel concreet project gestart. Beide instellingen betalen gezamenlijk een externe projectleider die eens per week les komt geven aan twee medewerkers van Tilburg en twee van het BHIC. Deze scholing is niet louter theoretisch, maar bovenal praktijkgericht. Dankzij een aansluiting op het al functionerende deel van het e-depot van het Nationaal Archief kan de werkelijkheid worden nagebootst. Het archief van Tilburg zal hiervoor bestanden uit hun gemeente gebruiken, het BHIC gebruikt overheidsbestanden uit zijn werkgebied. Naast de scholing in het klasje worden de medewerkers geacht ieder halftime verder te oefenen en opdrachten uit te voeren.

Dit arbeidsintensieve project moet er toe leiden dat het BHIC vanaf medio 2016 over voldoende deskundigheid en praktische ervaring beschikt om gemeenten en waterschappen te begeleiden in hun toekomstig gebruik van het e-depot. Die doelstelling betekent wel een forse investering: naast de kosten van de projectleider zijn er ook structurele personeelslasten van een nieuw aangestelde medewerker. Formeel zouden deze kosten doorberekend kunnen worden aan de partners - het betreft immers een nieuwe wettelijke taak - maar in de praktijk zou het wat vreemd zijn een rekening te versturen voor een voorziening waar nog geen gebruik van wordt gemaakt. Er zat dus niets anders op dan een fulltime vacature elders in de organisatie te gebruiken voor deze functie. Een strategische keuze die in een kleine organisatie als het BHIC niet zonder gevolgen is voor de planning van 2016.

Tot slot

De behaalde resultaten in 2015 rechtvaardigen een hoog halleluja-gehalte: het archiefbeheer, de fysieke en digitale dienstverlening staan op een hoog peil. Toch is er reden tot zorg: ook in 2015 zijn we er niet in geslaagd om tal van projecten die al jarenlang zijn ingepland, te realiseren. Daarbij gaat het om producten die essentieel zijn voor de inhoudelijke kwaliteit van de website, zoals de actualisering van de lokale pagina's, de rubricering van de fotocollectie, de lancering van provinciale themakaarten en de introductie van een heel nieuw domein: Brabant in beelden, de geschiedenis van Brabant in foto's en films. Waarom lukt het ons toch maar niet om die noodzakelijke productontwikkeling door te voeren? Een korte toelichting.

Aanvankelijk kende het BHIC vier senior-historici die zich fulltime bezighielden met het schrijven van verhalen voor de website. Zo kreeg mede dankzij hun werkzaamheden elk van de 56

(voormalige) gemeenten in het werkgebied een eigen digitaal geschiedenisboek. Tegenwoordig bevatten die zogenaamde Lokale Pagina's in totaal bijna 6.000 verhalen en vormen ze een belangrijke publiekstrekker van de website.

Deze onderzoeksafdeling – in de wandelgangen 'het Projectenbureau' - is door de bezuinigingen in de periode 2009-2014 onevenredig zwaar getroffen: de vereiste besparingen werden door het BHIC gerealiseerd door het niet vervullen van vacatures en die vacatures deden zich op dat moment - toevallig - voor bij het onderzoeksbureau: de capaciteit werd gehalveerd.

In de afgelopen jaren is met veel kunst- en vliegwerk en gestuurd door opbeurende motto's als 'schaarste maakt creatief' (jaarverslag 2010) en 'sober maar niet somber' (jaarverslag 2012) geprobeerd deze drastische reductie op te vangen. In de stellige verwachting dat er in de periode 2014-2016 via natuurlijk verloop elders in de organisatie personele ruimte zou ontstaan die het tekort in het Projectenbureau kon opvullen.

Die vacatureruimte deed zich in 2015 inderdaad voor, maar noodgedwongen moest toen de eerder beschreven strategische keuze worden gemaakt om het e-depotteam te versterken. Heel concreet betekent dit dat het BHIC ook in 2016 geen volwaardig onderzoeksinstituut meer is. En dat is uiterst betreurenswaardig want het BHIC is de enige instelling in de provincie die op grote schaal wetenschappelijke historische informatie geschikt maakt voor een breed publiek. Het is dan ook de opgave voor de komende jaren om het Projectenbureau weer te versterken. Zonder die innovatieve productontwikkeling verliest het BHIC terrein.

Na deze noodkreet een oprecht dankwoord. Ik citeer uit een oud jaarverslag:

" De medewerkers van het BHIC vormen - naast de archieven – de grootste schat van de organisatie. Dat menselijk kapitaal is eenvoudig in Euro's uit te drukken: salarissen, opleidingskosten, arbo. De jaarrekening getuigt daarvan. Maar al die cijfers houden geen rekening met de onschatbare waarden: de enorme betrokkenheid die er is bij het werk, de positieve bezieling, de bereidheid ook om nieuwe wegen in te slaan, vorm te geven aan het archief-nieuwe-stijl. Dat kapitaal is niet op de balans terug te vinden, maar het is er wel. Het maakt het BHIC tot een zeer 'vermogende' organisatie."

Nu, bijna 10 jaar later, is dat nog steeds zo. Aan dat onschatbare vermogen zijn de positieve bedrijfsresultaten van 2015 bovenal te danken.



24 februari 2016
René Bastiaanse