



Themaportals in de praktijk

Vijf deskundigen delen hun tips

Versie: 1.0 | april 2020
Auteur: Geraldine Molema



**netwerk
digitaal
erfgoed**



Met dank aan de geïnterviewden:

Michiel Goosen (Van Gogh Museum)
Wouter Loeff / Peer Verbruggen (Erfgoed Brabant)
Vincent de Keijzer (Kunstmuseum Den Haag)
Anneclaire van Veelen / Lisa Whittle (Modemuze)
Ingmar Vroomen (Muziekweb)

En andere collega's uit het Netwerk Digitaal Erfgoed die een bijdrage hebben geleverd



**netwerk
digitaal
erfgoed**

Inhoudsopgave

Inleiding	3
Tip 1: Vind niet opnieuw het wiel uit	4
Tip 2. Stel een adviesraad samen en voorkom blinde vlekken	5
Tip 3. Start pas een themaportal als je doelgroep daarom vraagt	6
Tip 4. Gebruik een visuele data mapping tool	8
Tip 5: Gebruik universele identifiers	10
Colofon	11

Inleiding

Van Netwerk Oorlogsbronnen en Delfts Aardewerk tot Utrecht Altijd. Thematische portals zijn niet meer weg te denken in erfgoedland. Maar wat is het succesrecept voor het opzetten en onderhouden van zo'n portal? Over die vraag bogen zich op 27 november 2019 verschillende projectleiders en andere vertegenwoordigers van portals en aggregatoren. Deze bijeenkomst vond plaats in het kader van de Week van het Digitaal Erfgoed.

Naderhand zijn telefonische interviews afgenomen met vijf sprekers of aanwezigen van die dag. Waar hebben deze deskundigen veel aan gehad en wat zouden zij wellicht anders doen als ze opnieuw konden beginnen? Op de volgende pagina's delen zij hun tips over toepassingen, methoden en denkwijzen.

Tip 1: Vind niet opnieuw het wiel uit

Michiel Goosen is hoofd collectie-informatie bij het Van Gogh Museum, onder meer medeverantwoordelijk voor de ontwikkeling van het platform Van Gogh Worldwide.

'Een van de projecten waaraan wij werken is Van Gogh Worldwide, een digitaal platform met wetenschappelijke kennis en informatie over het werk van Vincent van Gogh. Het platform is bedoeld voor wetenschappers en is een initiatief van het Van Gogh Museum, het Kröller-Müller Museum en het Nederlands Instituut voor Kunstgeschiedenis (RKD).'

Nederlandse collecties

'We starten met de ruim driehonderd schilderijen en negenhonderd werken op papier uit Nederlandse collecties van het Van Gogh Museum en het Kröller-Müller Museum. Daaraan voegen we informatie toe van het RKD. En hopelijk komen daar straks ook nog Vincents brieven bij. In de loop van 2020 hopen we Nederlandse musea, kennisinstituten en particulieren aan te kunnen sluiten op dit platform en Van Gogh Worldwide te kunnen lanceren. Daarna gaan we wereldwijd!'

Nationale Strategie Digitaal Erfgoed

'Voor Van Gogh Worldwide hebben we de Nationale Strategie Digitaal Erfgoed als uitgangspunt genomen. We volgen bijvoorbeeld de DERA (Digitaal Erfgoed Referentie Architectuur)-principes. Zo wordt het erfgoed online beter zichtbaar voor bezoekers. En alle data blijven bij de bron, dus in het beheer van de erfgoedinstelling die ze levert. Hierdoor blijven die data ook actueel.'

Maatwerk of standaardoplossing?

'We stelden ons de vraag: kiezen we bij de technische infrastructuur voor maatwerk of een standaardoplossing? Na veel wikken en wegen hebben we gekozen voor maatwerk. Hierdoor kun je wel afhankelijk raken van één softwareleverancier. Kleinere organisaties zou ik dan ook adviseren: vind niet opnieuw het wiel uit. Kijk eerst om je heen. Welke kennis en techniek zijn er al? En maak daar gebruik van. Een mooi voorbeeld vind ik Tresoar, een online bewaarplaats van de geschiedenis van Friesland. Zij zijn veel bezig met het innovatief hergebruik van digitale erfgoed-informatie. Tresoar stelt aan geïnteresseerden zijn kennis en techniek beschikbaar. Maak daar gebruik van.'

| 'Betrek collega's bij het verzamelen van metadata'

Metadata Monday

'Veel organisaties zien als een berg op tegen grote metadataprojecten. Een collega in Amerika bedacht hiervoor een mooie oplossing. Iedere maandagmiddag tussen 12 en 14 uur organiseert hij *Metadata Monday*. Hij reserveert een ruimte met computers en zorgt voor een grote schaal met broodjes. Zijn collega's die aanschuiven, krijgen dan een afbeelding op hun computerscherm gepresenteerd met de vraag: wat zie je? Zo verzamelt hij stap voor stap metadata. En daarbij maakt hij slim gebruik van de kennis van zijn collega's.'

'Bij het Van Gogh Museum zou ik misschien iets soortgelijks kunnen opzetten. Wij hebben bijvoorbeeld veel foto's die zijn gemaakt bij openingen. Metadata ontbreekt daarbij vaak. Wij weten bijvoorbeeld niet hoe mensen op die foto's heten. Collega's weten dat misschien wel. Wat zou het mooi zijn als zij na het inloggen zo'n beeld zien met de vraag: wie herken je op deze foto?'

Tip 2. Stel een adviesraad samen en voorkom blinde vlekken

Wouter Loeff is hoofdredacteur bij Brabants Erfgoed.

Het collectie- en verhalenportal van de provincie Noord-Brabant, Brabantserfgoed.nl, is in mei 2018 opgericht. 'Ons uitgangspunt is dat erfgoed voor iedereen is. Maar is dat ook écht zo? Wij dachten daar als redactie eens over na en kwamen erachter dat we dat, als hoogopgeleiden zonder migratieachtergrond, helemaal niet zelf kunnen beoordelen. Het is moeilijk om je blinde vlekken te achterhalen.'

Privilege Bingo

'Voordat je aan de slag kunt met je blinde vlekken, moet je wel weten dat je die hebt. Dat wij die hadden, werd ons duidelijk bij de kick-off van de Maand van de Geschiedenis. Een collega en ik volgden een workshop bij De Transketeers, een organisatie die voorlichting geeft over inclusiviteit. Tijdens de workshop speelden we "Privilege Bingo". We kregen vragen over onder meer etniciteit, sociaal-economische klasse, gender en seksualiteit. "Ben je man?" "Ging je als kind jaarlijks op vakantie?" Kon je een vraag met "ja" beantwoorden, dan zette je een kruisje. Tot onze verbazing bleken mijn collega en ik de meeste privileges te hebben.'

| 'We praten niet meer over mensen, maar mét mensen.'

Kritische bril

'Die bingo heeft ons aan het denken gezet. Vlak daarna hebben we onze adviesraad opgericht. De raad kijkt met een kritische bril naar onze content. Hoe inclusief is die? We leggen ze bijvoorbeeld teksten voor. Hoe kunnen we die beter en handiger formuleren? Ze denken ook met ons mee over het bereiken van nieuwe doelgroepen. We praten nu niet meer over mensen, maar mét mensen.'

Zij/Hij

'Een tijdje geleden realiseerden we ons ineens dat een groot deel van de verhalen op Brabants Erfgoed betrekking hebben op mannen. Van de tweehonderd biografieën gingen er bijvoorbeeld maar twintig over vrouwen. Na overleg met onze adviesraad zijn we op zoek gegaan naar verhalen over Brabantse vrouwen. Deze verhalen hebben we gepubliceerd tijdens de Maand van de Geschiedenis, die heel toepasselijk het thema Zij/Hij had. De verhalen over de vrouwen zorgden voor een recordaantal bezoekers.'

'Wat onze plannen zijn voor het komend jaar? We willen kijken hoe we onze pool van auteurs diverser kunnen maken. Op dit moment is slechts 26 procent vrouw. Terwijl onder onze bezoekers de man-vrouwverhouding evenredig is. Dat moet beter kunnen!'

Toevoeging van Peer Verbruggen, redacteur bij Brabants Erfgoed.

'Breng je aggregatiepartners bij elkaar. Laat ze samen kijken naar wensen, behoeften en mogelijkheden. Zo creëer je meer draagvlak.'

Tip 3. Start pas een themaportal als je doelgroep daarom vraagt

Vincent de Keijzer is projectcoördinator Nieuwe media bij het Kunstmuseum in Den Haag, onder meer als ontwikkelaar van Delftsaardewerk.nl.

‘Steeds meer musea starten een themaportal. Ze zijn trots op hun collectie en willen die delen. Ze hopen dat het publiek het themaportal interessant vindt, maar dat hebben ze niet altijd onderzocht. Vaak wordt zo’n portal dan geen succes. Bij het Kunstmuseum heb ik gemerkt dat een portal een veel grotere slagingskans heeft als het aansluit bij de wensen van het publiek.’

Publieksvragen

‘Ons meest succesvolle themaportal is “Delftsaardewerk”. Het is gelanceerd vanuit zo’n publiekswens. Het portal is een samenwerkingsverband van vier musea en één kunsthandel. We kregen allemaal veel vragen over Delfts aardewerk. Hoeveel is deze vaas waard? Is dit Delfts aardewerk? Daarom besloten we onze kennis op een themaportal te bundelen.’

‘We vertellen op het portal bijvoorbeeld hoe je kunt zien of aardewerk echt Delfts is. En we lichten toe waarom en wanneer iets waardevol is. We doen overigens nooit uitspraken over de prijs. Mensen kunnen ook foto’s van hun aardewerk uploaden en vragen hierover stellen. Ons netwerk van kenners probeert deze vragen dan te beantwoorden. Publieksvragen zijn dus nog steeds de kurk waarop dit portal drijft.’

Aziatische keramiek

‘Bij een ander themaportal dat het Kunstmuseum met drie andere musea heeft ontwikkeld, over Aziatische keramiek, was de publiekswens veel onduidelijker. Kennelijk is dit thema minder herkenbaar voor het grote publiek dan Delfts aardewerk. Mensen blijken overigens wel nieuwsgierig naar de betekenis van Chinese tekens op het keramiek. Maar vooralsnog doen we daar niets mee op de site.’

| ‘Lever verrijkte informatie terug aan de bron’

‘Dit jaar lanceren we een nieuwe versie van “Delftsaardewerk”. Alle data blijven in het beheer van de instelling die ze levert. Stel dat Paleis Het Loo informatie aanlevert over een vaas en een van onze bezoekers vult deze informatie vervolgens aan. Ons systeem zorgt er dan voor dat deze “verrijkte data” weer terugkomen bij Paleis Het Loo, de bron. Zo blijven de data altijd actueel. Het sluit ook mooi aan bij de uitgangspunten van het Netwerk Digitaal Erfgoed.’

Vertraging

'Deze technische doorontwikkeling is overigens niet zonder slag of stoot gegaan. Onze uitgangspunten hadden we snel geformuleerd, maar de uitvoering bleek lastig. Wat wij wilden, bestond nog niet. We zouden het daarom zelf moeten bouwen, en dat was erg duur. Het project liep daardoor vertraging op. Maar die vertraging heeft uiteindelijk goed uitgepakt. In 2019 ontmoetten we in België een organisatie, Wikibase, die software bleek te hebben die precies deed wat wij wilden.'

Tip 4. Gebruik een visuele data mapping tool

Anne Claire van Veelen is Mint Datamapper bij Modemuze, in 2015 begon ze hier als content marketeer.

‘Modemuze is het online platform voor mode- en kostuumerfgoed. Het portal ontsluit de digitale collecties van twaalf musea op één online platform. Als Modemuze-redactie krijgen wij dus data aangeleverd vanuit twaalf collectiebeheersystemen.’

Technische tussenlaag

‘Als data mapper zorg ik ervoor dat de door musea aangeleverde collectiedata op de juiste manier te zien zijn op de site van Modemuze. Ik creëer een soort technisch tussenlaagje, waardoor de collectiedata worden begrepen door ons systeem. Ik gebruik hiervoor de mapping tool MINT. Om een voorbeeld te geven: de site Modemuze heeft sinds kort een dochtersite, Sieradenmuze. Als musea ons data aanleveren, zorgt data mapping ervoor dat het systeem weet wat er op Modemuze moet komen en wat op Sieradenmuze.’

‘MINT is een visuele tool. Dat vind ik echt een pluspunt. Alle informatie uit het collectiebeheersysteem wordt overzichtelijk als XML gepresenteerd. Ik heb geen kennis van programmeertalen, maar op deze manier kan ik als niet-ICT’er toch data mappen.’

| ‘Schoon je data op’

‘Ik wil graag over dit soort onderwerpen schrijven. Maar hoe steek ik dat in? Een van de grote krachten van de Modemuze-redactie is dat zij de tijd neemt om te sparren met bloggers. Sparren zorgt vaak voor nieuwe ideeën en verfrissende invalshoeken en dat leidt tot verdieping van een blog. Door de tijd te nemen voor bloggers, voelen zij zich gesteund en gehoord. En dat versterkt ons communitygevoel.’

Harembroek

“Onze samenwerkingspartners zijn er ook van overtuigd dat het consequent gebruik van namen voordelen biedt. Regelmatig zit ik om de tafel met datamanagers en conservatoren. Maar hoe kom je nu tot eenduidige termen? Dat is in dit vakgebied niet altijd eenvoudig. Neem bijvoorbeeld een *hammer pant*. Is dit een broek? En omschrijf je die als harembroek of *hammer pant*? Daarom starten we nu met het omschrijven van het materiaal en de techniek waarmee een kledingstuk is gemaakt. Daarover bestaat weinig discussie. Katoen is katoen.”

“Ik wil graag over dit soort onderwerpen schrijven. Maar hoe steek ik dat in? Een van de grote krachten van de Modemuze-redactie is dat zij de tijd neemt om te sparren met bloggers. Sparren zorgt vaak voor nieuwe ideeën en verfrissende invalshoeken en dat leidt tot verdieping van een blog. Door de tijd te nemen voor bloggers, voelen zij zich gesteund en gehoord. En dat versterkt ons communitygevoel.”

| 'Behandel alle redacteurs als gelijken'

'Op Modemuze bloggen professionals én niet-professionals met uiteenlopende achtergronden. Je vindt er blogs van stagiaires, conservatoren, verzamelaars, kunsthistorici en mensen met een modeopleiding. "Iedereen is gelijk" is een belangrijk uitgangspunt voor ons. Iedereen heeft recht op zijn eigen blik op een onderwerp. Dit is geen *exact science*. Wij vinden het essentieel dat bloggers in gesprek blijven met elkaar. Als een conservator bijvoorbeeld een aanvulling heeft op een blog van een verzamelaar, zoeken wij naar een constructieve manier om die aanvulling te laten zien.'

Verrassende onderwerpen

'Onze diversiteit zorgt ook voor verrassende onderwerpen en invalshoeken. Onze best *post* gaat bijvoorbeeld over kledingstukken uit het Midden-Oosten, de kaftan en *takchita*. Dit blog is geschreven door een modedesigner in spe met een Marokkaanse achtergrond. Conservatoren kiezen niet snel zo'n onderwerp. Zij zijn vaak geschoold in de westerse kunstgeschiedenis.'

Toevoeging van Lisa Whittle, projectmanager digitale publieksparticipatie bij Modemuze

| Bekijk iedere gebruiker vanuit een democratisch perspectief

'Alle bezoekers zijn gebruikers van het platform of de portal. Potentiële gebruikers kun je beter vanuit dat kader benaderen of onderzoeken. Alle gebruikers zijn ook experts op een eigen gebied en ambassadeur in een eigen netwerk. Vooral online kunnen zij hun achterban inlichten over en verbinden met de kennis op een themaportal.'

Tip 5: Gebruik universele identifiers

Ingmar Vroomen is projectmanager bij Muziekweb in Rotterdam.

'Muziekweb maakt veel gebruik van universele *identifiers*, ook wel uri's genoemd [uniform resource identifiers]. Op deze manier kunnen collecties makkelijk met elkaar worden verbonden. Cd's, muziekdvd's en lp's van de Muziekwebcollectie kunnen verschillende identifiers hebben. Hoe unieker zo'n identifier, hoe beter. Een voorbeeld is de streepjescode van een cd: de EAN (European Article Numbering) of UPC (Universal Product Code). Deze zijn uniek.'

Collecties verbinden

'Van ieder object uit de Muziekwebcollectie wordt de code in de database opgeslagen. Dat gebeurt telkens op dezelfde manier en ook op een vaste plaats. Als een andere collectie ook deze codes heeft opgeslagen, kunnen de collecties op eenvoudige wijze worden vergeleken en verbonden met elkaar.'

| 'Met universele identifiers kunnen geen misverstanden ontstaan'

Streamingsdiensten

'Een ander voorbeeld is de ISRC, de International Standard Recording Code. Dit is een unieke en permanente identificatie van een opname. De code wordt in iedere cd "meegebakken", maar ook gegeven aan digitaal uitgebrachte muziek. Muziekweb kan deze ISRC in de database opslaan en hem zo koppelen aan de muziek van streamingdiensten. Ook hier kan dus dankzij de identifier een koppeling worden gemaakt.'

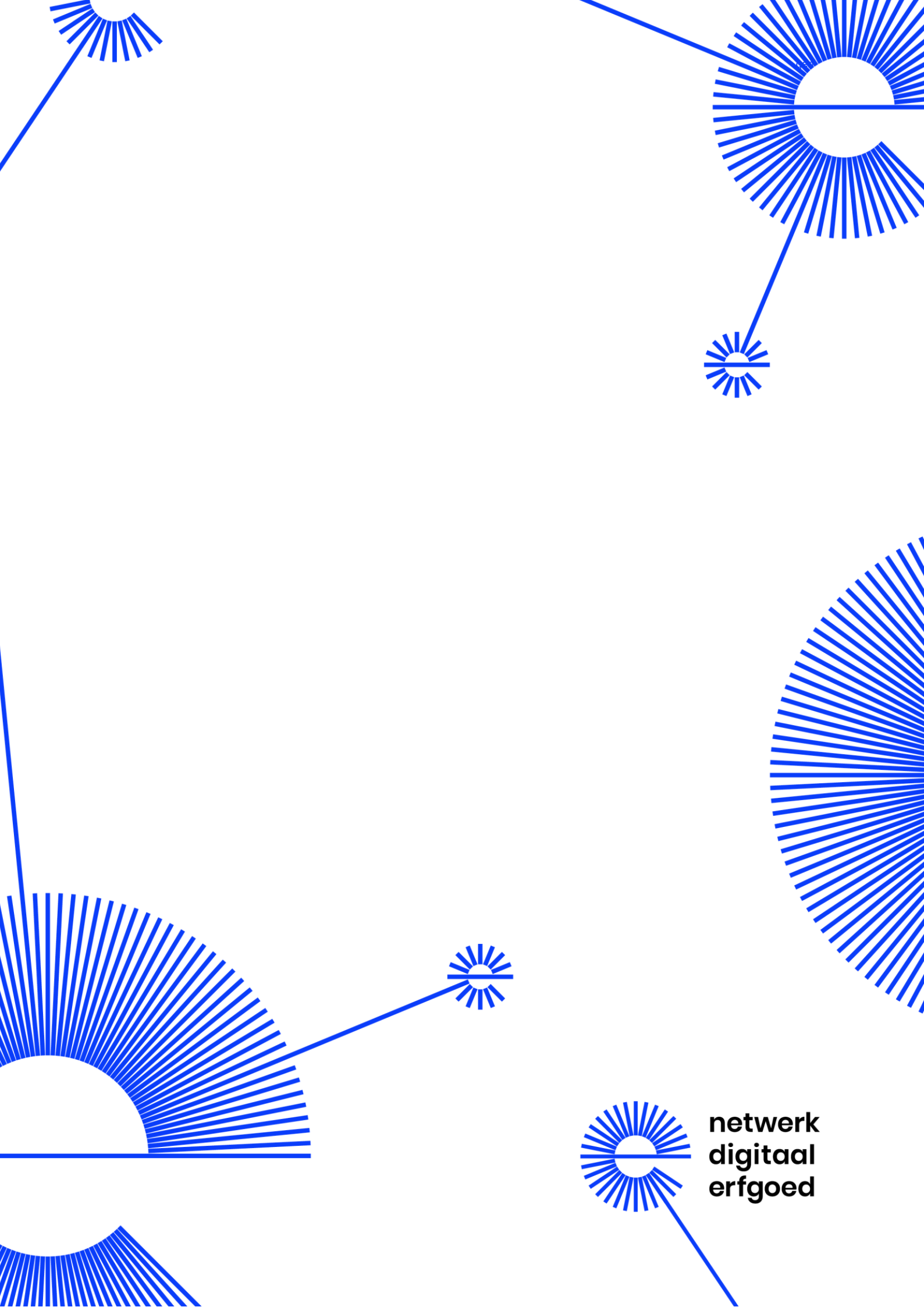
Namen

'Als je deze identifiers gebruikt, kunnen er ook geen misverstanden ontstaan door bijvoorbeeld spellingsvarianten, typfouten of taalverschillen. Zeker voor namen van personen zijn zulke identifiers een uitkomst. Voorbeelden hiervan zijn ISNI (International Standard Name Identifier) of VIAF (Virtual International Authority File). Ook al is een naam geschreven in een andere taal of geschrift, dankzij de identifier is meteen duidelijk dat het toch om dezelfde naam gaat. Het gebruik van universele identifiers heeft dus grote voordelen.'

Colofon

Dit is een uitgave van het Netwerk Digitaal Erfgoed, april 2020.

Meer informatie is te vinden op www.netwerkdigitaalerfgoed.nl
Reageren kan altijd: info@netwerkdigitaalerfgoed.nl



**netwerk
digitaal
erfgoed**