

# HAAL MEER UIT JE ERFGOEDSITE

## GIDS MET PRAKTISCHE TIPS

Deze gids bevat praktische adviezen om je erfgoed site gebruiksvriendelijk in te richten.

De adviezen zijn gebaseerd op onderzoek onder gebruikers van digitaal erfgoed.

Volg de 5 interactieve stappen van de klantreis:

stap 1

**Gebruiker  
voor de start**

stap 2

**Gebruiker  
aan de start**

stap 3

**Gebruiker bij  
binnenkomst  
op je site**

stap 4

**Gebruiker  
aan de slag  
op je site**

stap 5

**Terugkom-  
bezoek en  
gebruik stimuleren**

Loop door de adviezen per stap.

In de secties Verdieping en Onderzoek vind je extra informatie.

Via het menu navigeer je gemakkelijk terug naar de Adviezen.

# Colofon

## Vormgeving

Buro Gom

## Realisatie

NDE-werkgroep met: Ben Bregman, Frank Meijer, Jet Blokhuis, Henriëtte Kosse, Linn Borghuis, Luud de Brouwer, Maaïke Napolitano, Maurits van der Graaf, Saskia van Bergen, Shannon van Muijden.

## Eindredactie

Sandra de Jong, Esther Hoppenbrouwers, Maurits van der Graaf.

### MENU

▶ Startpagina

#### Adviezen

- ▶ Gebruiker voor de start
- ▶ Gebruiker aan de start
- ▶ Gebruiker bij binnenkomst
- ▶ Gebruiker aan de slag
  - ▶ Adviezen voor je huidige site
  - ▶ Adviezen bij vernieuwing van je site
- ▶ Terugkombezoek en gebruik stimuleren

#### Verdieping

- ▶ Toelichting kanalenstrategie
- ▶ Hoe ziet dit eruit in webstatistieken?
- ▶ Functionele specificaties per gedragsprofiel
- ▶ Matrix functionele specificaties

#### Onderzoek

- ▶ Gebruiker voor de start
- ▶ Gebruiker aan de start
- ▶ Gebruiker bij binnenkomst
- ▶ Adviezen voor je huidige site
- ▶ Adviezen bij vernieuwing van je site
- ▶ Terugkombezoek

▶ Over deze gids

▶ Colofon

Dit is een uitgave van het Netwerk Digitaal Erfgoed, juni 2022  
Meer informatie is te vinden op [netwerkdigitaal erfgoed.nl](https://netwerkdigitaal erfgoed.nl).

De gebruiker gaat aan de klantreis naar digitaal erfgoed beginnen. Wil je dat hij of zij op jouw site komt? Wat zijn je doelstellingen met je site en welke doelgroepen wil je bedienen? Is een eigen site wel het juiste kanaal? Bepaal aan de hand van de vragen hieronder wat je wilt bereiken met je digitaal erfgoed.

## STEL JE DOELSTELLINGEN EN DOELGROEPEN VOOR JE DIGITALE ERFGOEDMATERIALEN VAST

### 1 Wat zijn je doelstellingen?

- Veel gebruikers bereiken omdat dat past in de missie van de organisatie.
- Fysiek bezoek stimuleren.
- Creatief gebruik en hergebruik van je materialen stimuleren.
- Gedenken/herdenken.
- Behoud van de collectie door terugdringen van het gebruik van originelen.
- Anders (bijvoorbeeld commerciële doelstellingen).

### 2 Welke doelgroep(-en) wil je bedienen?

- Algemeen publiek.
- Gebruik in het onderwijs.
- Professionals:
  - Wetenschappelijk onderzoekers.
  - Creatieve beroepen.
  - Erfgoedprofessionals.

### 3 Wat is het beste kanaal om de door jou gestelde doelen en doelgroepen te bereiken?

- Eigen site.
- Aggregator site/site die erfgoed informatie van verschillende bronnen bundelt.
- Wikimedia/Wikipedia.
- Sociale media.

► [Bekijk de uitleg over de kanalenstrategie](#)

#### MENU

► Startpagina

#### Adviezen

► **Gebruiker voor de start**

► Gebruiker aan de start

► Gebruiker bij binnenkomst

► Gebruiker aan de slag

► Adviezen voor je huidige site

► Adviezen bij vernieuwing van je site

► Terugkombezoek en gebruik stimuleren

#### Verdieping

► Toelichting kanalenstrategie

► Hoe ziet dit eruit in webstatistieken?

► Functionele specificaties per gedragsprofiel

► Matrix functionele specificaties

#### Onderzoek

► Gebruiker voor de start

► Gebruiker aan de start

► Gebruiker bij binnenkomst

► Adviezen voor je huidige site

► Adviezen bij vernieuwing van je site

► Terugkombezoek

► Over deze gids

► Colofon

## ADVIEZEN

### MENU

- ▶ Startpagina
- ▶ Adviezen
- ▶ Gebruiker voor de start
  - ▶ Gebruiker aan de start
  - ▶ Gebruiker bij binnenkomst
  - ▶ Gebruiker aan de slag
    - ▶ Adviezen voor je huidige site
    - ▶ Adviezen bij vernieuwing van je site
  - ▶ Terugkombezoek en gebruik stimuleren

### Verdieping

- ▶ Toelichting kanalenstrategie
- ▶ Hoe ziet dit eruit in webstatistieken?
- ▶ Functionele specificaties per gedragsprofiel
- ▶ Matrix functionele specificaties

### Onderzoek

- ▶ Gebruiker voor de start
- ▶ Gebruiker aan de start
- ▶ Gebruiker bij binnenkomst
- ▶ Adviezen voor je huidige site
- ▶ Adviezen bij vernieuwing van je site
- ▶ Terugkombezoek

- ▶ Over deze gids
- ▶ Colofon

## 4 Toets je keuzes op je digitale erfgoed en je middelen

Bij het vaststellen van de doelstellingen en de doelgroepen die je wilt bedienen, is het ook belangrijk om te toetsen of het digitaal erfgoedmateriaal en de middelen die jouw organisatie ter beschikking heeft passend zijn. Zie voor een eerste globale toets de tabel hieronder.

	Algemeen publiek	Professionals	Onderwijs
Ons aanbod bevat veel contextuele informatie (in de metadata of als verhalen).	✓		
Onze erfgoedmaterialen hebben een CC-licentie.	✓	✓	✓
We hebben hoge kwaliteit afbeeldingen en/of audiovisueel materiaal.		✓	✓
We hebben de middelen om lesmaterialen te ontwikkelen of om specifieke verzamelingen of dossiers voor educatieve doelen samen te stellen.			✓

## 5 Leg je doelstellingen vast in een informatiebeleidsplan

Zie voor een handreiking: <https://museumconsulenten.nl/informatieplanner/>.

De gebruiker start zijn/haar klantreis. Gaat jouw site bezocht worden? Hier tref je adviezen aan die die kans vergroten.

## ALGEMEEN PUBLIEK

---

### Indexering door zoekmachines:

- Stel je website open voor indexering door Google.
- Zorg voor een 'Search Engine Optimisation' van je website (SEO), in het Nederlands ook wel zoekmachineoptimalisatie genoemd. Dit betekent dat je je website zo aanpast, dat zoekmachines zoals Google deze beter kunnen indexeren en je site hoger op de resultatenpagina van Google komt.

### Betrouwbaarheid uitstralen

Laat de naam, de URL en het tekstfragment over je website en je collectie betrouwbaarheid uitstralen.

### Lemma in Wikipedia

Laat een lemma over je collectie in Wikipedia opnemen met een objectieve beschrijving en enkele afbeeldingen uit je collectie en uiteraard een hyperlink naar jullie site. Voorbeeld: [https://nl.wikipedia.org/wiki/Museum\\_Catharijneconvent](https://nl.wikipedia.org/wiki/Museum_Catharijneconvent).

### Filmpje op YouTube

Voor het bereiken van met name jongeren zijn ook YouTube-filmpjes behulpzaam.

## PROFESSIONALS

---

### Toelichting op de digitale collectie

Voor wetenschappers en erfgoedprofessionals is het essentieel om inzicht te hebben in de keuzes die gemaakt zijn bij het digitaliseren en de relaties tussen het gedigitaliseerde materiaal en de totale, fysieke collectie. Zorg dus voor een uitgebreide toelichting hierover op de site op een zodanige wijze dat de wetenschapper kan bepalen of onderzoek naar het digitale materiaal een mogelijk vertekend of eenzijdig beeld oplevert. Voorbeeld: <https://www.delpher.nl/over-delpher/wat-zit-er-in-delpher/wat-zit-er-in-delpher#7b8c9>.

## MENU

---

▶ Startpagina

### Adviezen

▶ Gebruiker voor de start

▶ **Gebruiker aan de start**

▶ Gebruiker bij binnenkomst

▶ Gebruiker aan de slag

▶ Adviezen voor je huidige site

▶ Adviezen bij vernieuwing van je site

▶ Terugkombezoek en gebruik stimuleren

### Verdieping

▶ Toelichting kanalenstrategie

▶ Hoe ziet dit eruit in webstatistieken?

▶ Functionele specificaties per gedragsprofiel

▶ Matrix functionele specificaties

### Onderzoek

▶ Gebruiker voor de start

▶ Gebruiker aan de start

▶ Gebruiker bij binnenkomst

▶ Adviezen voor je huidige site

▶ Adviezen bij vernieuwing van je site

▶ Terugkombezoek

▶ Over deze gids

▶ Colofon

## ADVIEZEN

### MENU

► Startpagina

#### Adviezen

► Gebruiker voor de start

► **Gebruiker aan de start**

► Gebruiker bij binnenkomst

► Gebruiker aan de slag

► Adviezen voor je huidige site

► Adviezen bij vernieuwing van je site

► Terugkombezoek en gebruik stimuleren

#### Verdieping

► Toelichting kanalenstrategie

► Hoe ziet dit eruit in webstatistieken?

► Functionele specificaties per gedragsprofiel

► Matrix functionele specificaties

#### Onderzoek

► Gebruiker voor de start

► Gebruiker aan de start

► Gebruiker bij binnenkomst

► Adviezen voor je huidige site

► Adviezen bij vernieuwing van je site

► Terugkombezoek

► Over deze gids

► Colofon

## Vragen stellen

Mensen uit de creatieve beroepen hebben behoefte om te weten bij wie ze terecht kunnen met specifieke vragen.

## Semi-professionals

Met name in de Geesteswetenschappen zijn er vele onderzoekers die als semi-professional kunnen worden aangeduid, omdat het onderzoek dat zij doen niet in een (betaald) dienstverband plaatsvindt. Hun onderzoek is vaak van hoge kwaliteit en hun gedrag is vergelijkbaar met dat van de andere professionals. Het knelpunt is soms de toegang tot bepaalde datasets of collecties, waarvan de toegang wel geregeld is voor bepaalde groepen professionals, maar niet voor deze groep. Wanneer een dergelijke beperkte toegang voor jouw site geldt, zorg dan voor een optie om deze semi-professionals toegang te bieden.

## ONDERWIJS

### Zorg voor aantrekkelijke onderwerpen voor het onderwijs:

- Kies onderwerpen waarover de instelling veel weet en veel te bieden heeft en die interessant zijn voor zowel algemeen publiek als onderwijs.
- Sluit aan op actualiteit, curriculum en/of lesmethoden.
- Maak selecties rondom een onderwerp: selectie van objecten, achtergrondartikelen.
- Leraren zoeken vaak relevante materialen bij een bezoek aan erfgoed met de klas.
- Aantrekkelijkheid voor leerlingen:
  - Maak verhalen persoonlijk.
  - Zorg voor lokaal materiaal.
  - Zoek verbinding met de actualiteit.
  - Bouw verrassingselementen in.
  - Creëer afwisseling.
  - Leg expliciete verbindingen tussen tekst en afbeelding/video.

### Lesmaterialen voor primair en voortgezet onderwijs

Voor het ontwikkelen van lesmateriaal voor het primair en voortgezet onderwijs is er een [stappenplan Digitale cultuureducatie](#) ontwikkeld. Daarom wordt dit verder niet behandeld in deze gids. We behandelen wel het aanbieden van digitaal erfgoedmateriaal voor het onderwijs.

► **Lees de onderzoeksresultaten waarop dit gebaseerd is**

Ja hoor, de gebruiker heeft de site aangeklikt. Lees hier hoe je voorkomt dat-ie meteen weer wegklikt.

## ALGEMEEN PUBLIEK

### Maak een ‘snelle scan’ door de gebruiker mogelijk door een overzichtelijke lay-out:

- Overzichtelijke structuur.
- Gebruik van kopjes.
- Afwisseling van tekst en afbeeldingen/audiovisueel materiaal.
- Duidelijke navigatie door de website.

#### Digitale toegankelijkheid

Digitale toegankelijkheid betekent dat alle mensen - dus ook mensen met een beperking - volledig gebruik moeten kunnen maken van websites, online diensten en apps. Dit is belangrijk voor alle websites, dus ook voor erfgoed sites. Zie voor een overzicht: <https://www.digitoegankelijk.nl/>.

### De gebruiker komt vaak binnen op een detailpagina - richt deze daarom in als een landingspagina

Omdat de zoekactie meestal in Google plaatsvindt, komt de gebruiker vaak binnen op een pagina over een object of iets dergelijks. Detailpagina's zijn dus heel vaak landingspagina's. Om de gebruiker te verleiden om verder op je site te kijken naar andere collectie-items, is het belangrijk om links op elke detailpagina te plaatsen die verder navigeren op je site mogelijk maken. Dit kan ook door contextgebonden suggesties (bijvoorbeeld drie suggesties van gerelateerde objecten of verhalen). Technisch kunnen deze suggesties gegenereerd worden door middel van onder andere Linked Open Data, widgets of een andere functie in de software van je website. Voorbeeld: <https://www.collectiegelderland.nl/streekmuseumtiel/object/1df716d1-2820-1f90-a5e1-193152cff51e>.

### Niet-Nederlandse bezoekers

In de webstatistieken wordt ook weergegeven hoeveel bezoekers niet uit Nederland komen. Dit kan aanleiding geven om de site meertalig te maken met bijvoorbeeld de toevoeging van Engels.

### Pagina ‘over deze site’

Een uitleg over de eigen instelling ('over ons'), de totstandkoming van de collectie en de site (colofon) vinden gebruikers zeer belangrijk en het verhoogt in hun ogen de betrouwbaarheid van de geboden informatie.

## MENU

▶ Startpagina

### Adviezen

▶ Gebruiker voor de start

▶ Gebruiker aan de start

▶ **Gebruiker bij binnenkomst**

▶ Gebruiker aan de slag

▶ Adviezen voor je huidige site

▶ Adviezen bij vernieuwing van je site

▶ Terugkombezoek en gebruik stimuleren

### Verdieping

▶ Toelichting kanalenstrategie

▶ Hoe ziet dit eruit in webstatistieken?

▶ Functionele specificaties per gedragsprofiel

▶ Matrix functionele specificaties

### Onderzoek

▶ Gebruiker voor de start

▶ Gebruiker aan de start

▶ Gebruiker bij binnenkomst

▶ Adviezen voor je huidige site

▶ Adviezen bij vernieuwing van je site

▶ Terugkombezoek

▶ Over deze gids

▶ Colofon

## ADVIEZEN

### MENU

▶ Startpagina

#### Adviezen

▶ Gebruiker voor de start

▶ Gebruiker aan de start

▶ **Gebruiker bij binnenkomst**

▶ Gebruiker aan de slag

▶ Adviezen voor je huidige site

▶ Adviezen bij vernieuwing van je site

▶ Terugkombezoek en gebruik stimuleren

#### Verdieping

▶ Toelichting kanalenstrategie

▶ Hoe ziet dit eruit in webstatistieken?

▶ Functionele specificaties per gedragsprofiel

▶ Matrix functionele specificaties

#### Onderzoek

▶ Gebruiker voor de start

▶ Gebruiker aan de start

▶ Gebruiker bij binnenkomst

▶ Adviezen voor je huidige site

▶ Adviezen bij vernieuwing van je site

▶ Terugkombezoek

▶ Over deze gids

▶ Colofon

## Homepage

Wees je er bij de inrichting van de homepage (die vaak veel aandacht krijgt en veel discussie oproept) van bewust dat veel gebruikers niet via de homepage binnenkomen, maar via een detailpagina.

▶ Lees meer bij **Hoe ziet dit eruit in de webstatistieken?**

## PROFESSIONALS

### Rechtenvrij materiaal

Geef duidelijk aan of iets rechtenvrij is met behulp van CC-licenties of met een rechtenverklaring (zie: <https://rightsstatements.org/page/1.0/?language=nl>).

### Indien aanbod tegen betaling

Geef duidelijkheid over de kwaliteit van de materialen, zoals resolutie, herbruikbaarheid en dergelijke.

### Metadatering toelichten

Een toelichting over de opzet van de metadata, in hoeverre de gebruikte termen overeenkomen met andere thesauri of termenlijsten en de consistentie ervan (inclusief mogelijke inconsistenties). Zie voor de mogelijkheden van het verbinden van de door jullie gebruikte termen met andere termen het [termennetwerk](#).

### Indien eigen zoekmachine:

- Het verdient aanbeveling om deze (zoveel mogelijk) te harmoniseren met zoekmachines van vergelijkbare erfgoedsites.
- Een zoekmachine met facetten – voorbeeld: <https://collectie.umu.nl/collectie/>.
- Een ‘generous interface’ die het mogelijk maakt op andere manieren te zoeken dan de ‘standaard’ zoekvragen over wie, wat, waar en wanneer. Het gaat bijvoorbeeld om zoeken op kleur of alle foto’s met een bepaald voorwerp. Deze zaken worden in toenemende mate mogelijk gemaakt door toepassingen van Artificial Intelligence. Voorbeeld: <https://www.collectiegelderland.nl/>.



## ADVIEZEN

### MENU

▶ Startpagina

#### Adviezen

▶ Gebruiker voor de start

▶ Gebruiker aan de start

▶ **Gebruiker bij binnenkomst**

▶ Gebruiker aan de slag

▶ Adviezen voor je huidige site

▶ Adviezen bij vernieuwing van je site

▶ Terugkombezoek en gebruik stimuleren

#### Verdieping

▶ Toelichting kanalenstrategie

▶ Hoe ziet dit eruit in webstatistieken?

▶ Functionele specificaties per gedragsprofiel

▶ Matrix functionele specificaties

#### Onderzoek

▶ Gebruiker voor de start

▶ Gebruiker aan de start

▶ Gebruiker bij binnenkomst

▶ Adviezen voor je huidige site

▶ Adviezen bij vernieuwing van je site

▶ Terugkombezoek

▶ Over deze gids

▶ Colofon

## ONDERWIJS

### Digitaal erfgoedmaterialen voor het onderwijs

Je kunt voor het onderwijs digitaal erfgoedmateriaal aanbieden dat leraren kunnen gebruiken voor het ontwikkelen van eigen lessen of dat leerlingen kunnen gebruiken voor het maken van bijvoorbeeld werkstukken. Hierbij geldt dat hoe jonger de leerlingen zijn die je beoogt te bereiken, hoe belangrijker een didactische/pedagogische laag is. Dit betekent veelal een aparte selectie van materialen. Voor leerlingen in het primair onderwijs is dit noodzakelijk: een selectie van materialen die geschikt zijn voor deze leeftijdsgroep is essentieel. Voor leerlingen in het voortgezet onderwijs kan deze ‘laag’ al dunner zijn, voor studenten in het hoger onderwijs is deze veelal niet nodig.

### Indien eigen zoekmachine:

- Zorg voor filters met namen van entiteiten (plaatsnamen, persoonsnamen, en dergelijke).
- Zorg dat de zoekmachine tolerant is voor spellingsvarianten.

▶ **Bekijk de onderzoeksresultaten waarop deze adviezen gebaseerd zijn**

# Gebruiker aan de slag op je site – de tweede stap en verder

De gebruiker is binnengekomen op je site en heeft een snelle scan gedaan om te bepalen of hij/zij verder gaat kijken op jouw site. Gaat de gebruiker inderdaad verder op je site kijken en hoe gaat hij/zij zich dan gedragen? De adviezen zijn in twee delen opgesplitst:

## Stap 4a Adviezen voor je huidige site

► Bekijk de quick wins om je huidige site te verbeteren.

Wist je dat veel gebruikers niet via de homepage maar via een detailpagina op je site komen. Zijn je detailpagina's daarvoor goed ingericht?

## Stap 4b Adviezen bij vernieuwing van je site

► Bekijk de adviezen voor een fundamentele aanpak op basis van gedragsprofielen als je je site gaat vernieuwen.

Wist je dat er acht Gedragsprofielen Digitaal Erfgoed zijn en dat er specifieke functionaliteit nodig is om zo'n gedragsprofiel mogelijk te maken?

### MENU

► Startpagina

#### Adviezen

- Gebruiker voor de start
- Gebruiker aan de start
- Gebruiker bij binnenkomst
- **Gebruiker aan de slag**
  - Adviezen voor je huidige site
  - Adviezen bij vernieuwing van je site
- Terugkombezoek en gebruik stimuleren

#### Verdieping

- Toelichting kanalenstrategie
- Hoe ziet dit eruit in webstatistieken?
- Functionele specificaties per gedragsprofiel
- Matrix functionele specificaties

#### Onderzoek

- Gebruiker voor de start
- Gebruiker aan de start
- Gebruiker bij binnenkomst
- Adviezen voor je huidige site
- Adviezen bij vernieuwing van je site
- Terugkombezoek

► Over deze gids

► Colofon

## ALGEMEEN PUBLIEK TOT MEER GEBRUIK VERLEIDEN

### Detailpagina's

De gebruiker komt vaak binnen op de detailpagina. Deze webpagina moet dus goed werken en onder meer een aanbod opleveren van links naar andere pagina's.

### Content is king

Hoe meer digitaal erfgoed op je site, hoe meer het gebruikers aantrekt en hoe langer deze gebruiker zal blijven.

### Online tentoonstellingen

Wisselende, online tentoonstellingen van de hoogtepunten van de collectie rond verschillende thema's worden zeer aantrekkelijk gevonden door gebruikers. Dit betekent dat het belangrijk is om je collectie-registratiesysteem ('de achterkant') zo in te richten dat zo'n online tentoonstelling gemakkelijker te realiseren is.

#### Voorbeelden verleiden tot meer gebruik

Een historisch museum dat online topografische kaarten aanbiedt van verleden tot heden. De gebruiker die binnenkomt op één kaart wordt verleid om ook de kaarten uit andere tijden te bekijken.

## AANTREKKELIJK PRESENTEREN

### Afbeeldingen:

- **Context en licentie bij afbeeldingen**

Het is van belang om foto's en afbeeldingen met minimaal de basisinformatie over hun context aan te bieden en duidelijkheid te geven over wat de gebruiker ermee mag doen (licentie en auteursrechten).

- **Hoge kwaliteit afbeeldingen**

Veel gebruikers verliezen zich in mooie afbeeldingen of in historische films; we noemen dit het gedragsprofiel 'Intens beleven'. Een hoge kwaliteit van de afbeeldingen op je site zal dit gedragsprofiel stimuleren.

## MENU

▶ Startpagina

### Adviezen

▶ Gebruiker voor de start

▶ Gebruiker aan de start

▶ Gebruiker bij binnenkomst

▶ Gebruiker aan de slag

▶ **Adviezen voor je huidige site**

▶ Adviezen bij vernieuwing van je site

▶ Terugkombezoek en gebruik stimuleren

### Verdieping

▶ Toelichting kanalenstrategie

▶ Hoe ziet dit eruit in webstatistieken?

▶ Functionele specificaties per gedragsprofiel

▶ Matrix functionele specificaties

### Onderzoek

▶ Gebruiker voor de start

▶ Gebruiker aan de start

▶ Gebruiker bij binnenkomst

▶ Adviezen voor je huidige site

▶ Adviezen bij vernieuwing van je site

▶ Terugkombezoek

▶ Over deze gids

▶ Colofon

## ADVIEZEN

### MENU

- ▶ Startpagina
- Adviezen**
- ▶ Gebruiker voor de start
- ▶ Gebruiker aan de start
- ▶ Gebruiker bij binnenkomst
- ▶ Gebruiker aan de slag
  - ▶ **Adviezen voor je huidige site**
  - ▶ Adviezen bij vernieuwing van je site
- ▶ Terugkombezoek en gebruik stimuleren

### Verdieping

- ▶ Toelichting kanalenstrategie
- ▶ Hoe ziet dit eruit in webstatistieken?
- ▶ Functionele specificaties per gedragsprofiel
- ▶ Matrix functionele specificaties

### Onderzoek

- ▶ Gebruiker voor de start
- ▶ Gebruiker aan de start
- ▶ Gebruiker bij binnenkomst
- ▶ Adviezen voor je huidige site
- ▶ Adviezen bij vernieuwing van je site
- ▶ Terugkombezoek

- ▶ Over deze gids
- ▶ Colofon

- **Download-optie**

Bezit je de rechten op je foto's of afbeeldingen? In dat geval zal een downloadfunctie gebruikers in staat stellen deze te hergebruiken of in hun eigen creaties te verwerken. Zorg wel voor een goede beschrijving van de rechten en de eventuele voorwaarden waaronder je beelden zijn te gebruiken. Voorbeeld: <https://digitalcollections.universiteitleiden.nl/view/item/1605062>.

## Verhalen

Verhalen vertellen is belangrijk bij het presenteren van erfgoedmateriaal en wordt door gebruikers zeer gewaardeerd. Knelpunt bij het presenteren is dat verhalen niet passen in collectieregistratiesystemen en dus los daarvan op de website gepresenteerd dienen te worden. Oral history – meestal gesprekken op video of audio – wordt vaak op videoplatformen zoals YouTube of Vimeo gezet en via een ingesloten HTML-code gepresenteerd op de website ('embedden'). Voorbeelden: <https://thingsthattalk.net/en> en <https://www.erfgoedleiden.nl/collecties/uw-verhalen>.

## ZOEKEN EN VINDEN FACILITEREN

### Zoekfunctie (of niet)

Een zoekfunctie op de site zelf staat hoog op het wensenlijstje van veel gebruikers. Een goede zoekmachine (met bijvoorbeeld facetten) is echter geen sinecure en vaak kostbaar. Een goede structuur en navigatie van je site (onder meer door het gebruik van veel onderlinge links) is hierbij de eerste en belangrijkste stap.

### Linken met andere sites

Om de gebruiker keuzes te bieden om meer sporen te volgen kun je je site/collectie-items linken met andere collecties en andere sites, bijvoorbeeld door middel van Linked Open Data. (Zie voor een toelichting over linked data [deze video](#).) Zo kunnen gebruikers een detailpagina op je site bekijken om vervolgens links te volgen die hen naar andere sites brengen. Dit lijkt op het eerste gezicht voor je eigen site minder aantrekkelijk – de gebruiker surft meteen weer weg – maar aangezien de hyperlinks beide kanten op werken, zullen er ook bezoekers op je site komen vanwege de hyperlinks op andere sites of in andere collecties naar jouw site. Deze gebruikers – en het Netwerk Digitaal Erfgoed – zien digitaal erfgoed als één samenhangend geheel, waar je collectie een belangrijk onderdeel van uitmaakt.

## ADVIEZEN

### MENU

- ▶ Startpagina
- Adviezen**
- ▶ Gebruiker voor de start
- ▶ Gebruiker aan de start
- ▶ Gebruiker bij binnenkomst
- ▶ Gebruiker aan de slag
  - ▶ **Adviezen voor je huidige site**
  - ▶ Adviezen bij vernieuwing van je site
- ▶ Terugkombezoek en gebruik stimuleren
- Verdieping**
- ▶ Toelichting kanalenstrategie
- ▶ Hoe ziet dit eruit in webstatistieken?
- ▶ Functionele specificaties per gedragsprofiel
- ▶ Matrix functionele specificaties
- Onderzoek**
- ▶ Gebruiker voor de start
- ▶ Gebruiker aan de start
- ▶ Gebruiker bij binnenkomst
- ▶ Adviezen voor je huidige site
- ▶ Adviezen bij vernieuwing van je site
- ▶ Terugkombezoek
- ▶ Over deze gids
- ▶ Colofon

## INTERACTIE MET GEBRUIKERS

### Online vragen stellen

Een deel van de gebruikers stelt het op prijs om vragen te kunnen stellen over wat zij hebben gevonden of zoeken. Het lezen van en reageren op deze vragen vereist menskracht van je organisatie, maar aan de andere kant kan het waardevolle informatie opleveren over je collectie en hoe de presentatie ervaren wordt. De opties variëren van een online chatmogelijkheid (vereist zeer veel menskracht) tot een e-mailadres of een online formulier voor reacties.

#### Voorbeeld online vragen stellen

Het Museum Boijmans van Beuningen heeft hiervoor de rubriek ‘vraag maar raak’ bij elk schilderij. Zie bijvoorbeeld bij dit schilderij van Van Gogh wat er zoal gevraagd wordt.

<https://www.boijmans.nl/collectie/kunstwerken/3905/portret-van-armand-roulin>

### Cocreëren

Samen met gebruikers je collectie verder ontsluiten gebeurt online via specifieke websites zoals [velehanden.nl](http://velehanden.nl) of [hetvolk.org](http://hetvolk.org). Recentelijk hebben sommige collectieregistratiesystemen dergelijke opties voor crowdsourcing aan hun systemen toegevoegd (zie ook het Gedragsprofiel ‘Cocreëren in een community’).

## WISSELWERKING DIGITAAL EN FYSIEK

### Fysiek bezoek stimuleren

Uit de NDE-onderzoeken (zie [Over deze gids](#)) blijkt dat er een duidelijke wisselwerking is tussen digitaal en fysiek bezoek aan erfgoed. Het een roept het andere op. Daarom is het van belang – als je organisatie ook fysieke tentoonstellingen of evenementen heeft – deze op je site te presenteren en op deze fysieke evenementen ook naar je site te verwijzen.

## PROFESSIONALS

### Voldoe, voor zover mogelijk, aan de kwaliteitseisen van de verschillende groepen professionals:

- Kwaliteit met betrekking tot volledigheid, herleidbaarheid, mate van detail, uitgebreide metadata. Voor wat betreft het aanbieden van data is het FAIR-principe voor wetenschappers belangrijk, zie o.a.: <https://www.uu.nl/en/research/research-data-management/guides/how-to-make-your-data-fair>.
- Kwaliteit met betrekking tot toepassingen: previews, hoge resolutie, 3D beschikbaarheid, snel en eenvoudig downloadbaar.

## ADVIEZEN

### MENU

▶ Startpagina

#### Adviezen

▶ Gebruiker voor de start

▶ Gebruiker aan de start

▶ Gebruiker bij binnenkomst

▶ Gebruiker aan de slag

#### ▶ Adviezen voor je huidige site

▶ Adviezen bij vernieuwing van je site

▶ Terugkombezoek en gebruik stimuleren

#### Verdieping

▶ Toelichting kanalenstrategie

▶ Hoe ziet dit eruit in webstatistieken?

▶ Functionele specificaties per gedragsprofiel

▶ Matrix functionele specificaties

#### Onderzoek

▶ Gebruiker voor de start

▶ Gebruiker aan de start

▶ Gebruiker bij binnenkomst

▶ Adviezen voor je huidige site

▶ Adviezen bij vernieuwing van je site

▶ Terugkombezoek

▶ Over deze gids

▶ Colofon

### Maak de auteursrechtelijke status van je materialen inzichtelijk:

- Een duidelijke toelichting hoe om te gaan met auteursrechten in relatie tot het (her)gebruik van het object.
- Data dienen zoveel mogelijk open te zijn om voor nieuw onderzoek te (her)gebruiken.

### Biedt opties aan om je collectie te laten verrijken

Maak het mogelijk om dat wat de professionals onderzocht of geproduceerd hebben toe te voegen aan je digitale erfgoedcollecties of datasets.

## ONDERWIJS

### Digibord

Voor gebruik van materialen op het digibord is het belangrijk dat het aanbod werkt in een internetbrowser en dat de kwaliteit van de afbeeldingen hoog is (2000 pixels op de lange zijde).

### Vrij herbruikbare materialen

Dit is belangrijk voor de leraar om beelden en andere materialen in de eigen elektronische omgeving te kunnen zetten en te kunnen aanpassen. Voor leerlingen om het te gebruiken in werkstukken en opdrachten.

### Praktische en inhoudelijke adviezen per type materiaal:

#### Teksten:

- Taalgebruik:
  - B1-niveau voor de meeste leeftijdsgroepen.
  - Consistent taalgebruik.
  - Geen vakjargon.
- Val met de deur in huis: korte inleiding (4 tot 5 zinnen).
- Tussenkopjes om scannen van de tekst te vergemakkelijken.
- Geef concrete voorbeelden.
- Bij meer dan 1000 woorden is herhaling van belangrijke punten geoorloofd.

# ADVIEZEN

## MENU

▶ Startpagina

### Adviezen

▶ Gebruiker voor de start

▶ Gebruiker aan de start

▶ Gebruiker bij binnenkomst

▶ Gebruiker aan de slag

#### ▶ Adviezen voor je huidige site

▶ Adviezen bij vernieuwing van je site

▶ Terugkombezoek en gebruik stimuleren

### Verdieping

▶ Toelichting kanalenstrategie

▶ Hoe ziet dit eruit in webstatistieken?

▶ Functionele specificaties per gedragsprofiel

▶ Matrix functionele specificaties

### Onderzoek

▶ Gebruiker voor de start

▶ Gebruiker aan de start

▶ Gebruiker bij binnenkomst

▶ Adviezen voor je huidige site

▶ Adviezen bij vernieuwing van je site

▶ Terugkombezoek

▶ Over deze gids

▶ Colofon

## Afbeeldingen:

- Toegankelijk via internetbrowser.
- Minimaal 2000 pixels op de lange zijde (vanwege gebruik digibord).

## Video:

- Praktisch:
  - Minimaal 2000 pixels op de lange zijde (vanwege gebruik digibord).
  - Lengte video: 5-15 minuten; voor jonge kinderen is het beter de video aan de korte kant te houden.
- Inhoud:
  - Houd het concreet.
  - Signaleer belangrijke informatie.
  - Gebruik de kracht van herhaling.
  - Zorg voor afwisseling, maar behoud focus.
  - Gebruik goede audio.

## Audio:

- Praktisch:
  - Bewerkbare audio.
  - Format: MP3 of WAV.
  - Uitgebreide metadata, bij voorkeur met tijdcodes.
  - Lengte: maximaal 20 minuten.
- Inhoud:
  - Gesproken woord: verstaanbaar, geanimeerd, geen achtergrondlawaai; moeilijke woorden vermeden of uitgelegd; behapbare informatiedichtheid; heldere structuur.
  - Muziek: Top 40, R&B en hiphop sluiten het beste aan op de belevingswereld van leerlingen (als de auteursrechten dit toelaten).
  - Geluiden: natuuroptnames van vogels of soundscapes van restaurants, stations en dergelijke kunnen fantasie en associaties prikkelen.

▶ **Bekijk de onderzoeksresultaten waarop deze adviezen zijn gebaseerd**

# Adviezen bij vernieuwing van je site

Je vindt hieronder een uitleg wat de Gedragsprofielen Digitaal Erfgoed precies zijn, welke vragen je moet stellen om je site daarop te kunnen inrichten en een keuzematrix.

## WAT ZIJN GEDRAGSPROFIELEN?

Hieronder staat een matrix die je helpt bij het maken van keuzes bij de vernieuwing van je erfgoedsite. Deze adviezen zijn vooral van belang als je je erfgoedsite gaat vernieuwen en zijn gebaseerd op de Gedragsprofielen Digitaal Erfgoed. Enkele woorden vooraf:

### Wat zijn gedragsprofielen?

Het gedrag van gebruikers op erfgoedsites kan je indelen in acht gedragsprofielen. Enkele belangrijke gedragsprofielen zijn:



Het Gedragsprofiel 'Gericht informatie verwerven' – een gebruiker zoekt specifieke informatie.



Maar het kan ook dat de gebruiker rondkijkt op een site en stil blijft staan bij iets dat hem of haar interesseert: Gedragsprofiel 'Browsen & ontdekken'.



Of dat de gebruiker minutenlang een afbeelding bewondert: Gedragsprofiel 'Intens beleven'.



Of aan de slag gaat met digitale objecten om zelf iets te creëren: Gedragsprofiel 'Creëren met objecten'.

► **Bekijk de tabel hieronder voor een complete lijst van de acht Gedragsprofielen Digitaal Erfgoed**

## MENU

► Startpagina

### Adviezen

► Gebruiker voor de start

► Gebruiker aan de start

► Gebruiker bij binnenkomst

► Gebruiker aan de slag

► Adviezen voor je huidige site

► **Adviezen bij vernieuwing van je site**

► Terugkombezoek en gebruik stimuleren

### Verdieping

► Toelichting kanalenstrategie

► Hoe ziet dit eruit in webstatistieken?

► Functionele specificaties per gedragsprofiel

► Matrix functionele specificaties

### Onderzoek

► Gebruiker voor de start

► Gebruiker aan de start

► Gebruiker bij binnenkomst

► Adviezen voor je huidige site

► Adviezen bij vernieuwing van je site

► Terugkombezoek

► Over deze gids

► Colofon



### MENU

- ▶ Startpagina
- Adviezen**
- ▶ Gebruiker voor de start
- ▶ Gebruiker aan de start
- ▶ Gebruiker bij binnenkomst
- ▶ Gebruiker aan de slag
  - ▶ Adviezen voor je huidige site
  - ▶ **Adviezen bij vernieuwing van je site**
- ▶ Terugkombezoek en gebruik stimuleren
- Verdieping**
- ▶ Toelichting kanalenstrategie
- ▶ Hoe ziet dit eruit in webstatistieken?
- ▶ Functionele specificaties per gedragsprofiel
- ▶ Matrix functionele specificaties
- Onderzoek**
- ▶ Gebruiker voor de start
- ▶ Gebruiker aan de start
- ▶ Gebruiker bij binnenkomst
- ▶ Adviezen voor je huidige site
- ▶ Adviezen bij vernieuwing van je site
- ▶ Terugkombezoek
- ▶ Over deze gids
- ▶ Colofon

### Welk gedrag hangt af van de functionaliteit op je erfgoedsite

Of een gebruiker een bepaald gedrag kan vertonen op jouw erfgoedsite hangt sterk af van de functionaliteit die je site aanbiedt. Als die functionaliteit er niet is, kan de gebruiker dat gedrag immers niet vertonen.

### Een gebruiker vertoont vaak meerdere gedragsprofielen

Het blijkt dat gebruikers meerdere gedragsprofielen kunnen vertonen en vaak ook vertonen tijdens een klantreis. Zo kan iemand op zoek zijn naar de geboortedatum van Willem van Oranje en vervolgens geïnteresseerd raken in de vier echtgenotes van hem om vervolgens op een afbeelding van een schilderij van een echtgenote te stuiten en dit minutenlang bewonderen. Deze gebruiker is dus gewicht van het Gedragsprofiel 'Gericht informatie verwerven' (zoeken naar de geboortedatum) naar het Gedragsprofiel 'Browsen & ontdekken' (vier echtgenotes) en vervolgens naar het Gedragsprofiel 'Intens beleven' (het schilderij).

### JE KEUZES BEPALEN BIJ HET INRICHTEN VAN JE SITE OP BASIS VAN GEDRAGSPROFIELEN

Voor elk Gedragsprofiel Digitaal Erfgoed zijn functionele specificaties opgesteld. Wanneer je je erfgoedsite vernieuwt, adviseren we je de gedragsprofielen en de bijbehorende functionele specificaties als basis te nemen. Daarbij dien je je het volgende af te vragen:

#### Voor welk(e) gedragsprofielen kies je?

Het is belangrijk om een keuze te maken voor één of enkele gedragsprofielen bij de inrichting van een erfgoedsite. Een website die zich richt op het faciliteren van vele/alle gedragsprofielen wordt te ingewikkeld voor de gebruikers en zal er waarschijnlijk toe leiden dat geen van de gedragsprofielen echt goed wordt gefaciliteerd. De consequentie hiervan is dat, wanneer men meerdere gedragsprofielen en met adequate functionaliteit wil ondersteunen, er meerdere sites dienen te worden ingericht. De 'corporate' site dient dan als een soort switchboard voor de verschillende sites. Ook kan men overwegen om deel te nemen aan portals/aggregatorsites die specifieke gedragsprofielen faciliteren.

#### Voorbeeld keuze Gedragsprofielen

Een erfgoedinstelling had een website voor zowel algemeen publiek als voor leraren in het onderwijs. Het laatste bleek nauwelijks gebruikt te worden. Bij vernieuwing van de site werd besloten de lesmaterialen voor docenten in een aparte site onder te brengen. Deze site wordt nu zeer goed gebruikt.

## ADVIEZEN

### MENU

▶ Startpagina

#### Adviezen

▶ Gebruiker voor de start

▶ Gebruiker aan de start

▶ Gebruiker bij binnenkomst

▶ Gebruiker aan de slag

▶ Adviezen voor je huidige site

▶ **Adviezen bij vernieuwing van je site**

▶ Terugkombezoek en gebruik stimuleren

#### Verdieping

▶ Toelichting kanalenstrategie

▶ Hoe ziet dit eruit in webstatistieken?

▶ Functionele specificaties per gedragsprofiel

▶ Matrix functionele specificaties

#### Onderzoek

▶ Gebruiker voor de start

▶ Gebruiker aan de start

▶ Gebruiker bij binnenkomst

▶ Adviezen voor je huidige site

▶ Adviezen bij vernieuwing van je site

▶ Terugkombezoek

▶ Over deze gids

▶ Colofon

### Wat willen en doen je gebruikers nu?

Ook binnen een doelgroep kan je de vraag stellen ‘wat willen de gebruikers en wat doen ze daadwerkelijk op de site’. Daarbij ligt een kip-eiprobleem op de loer: omdat de site niet geschikt is voor een bepaald gedragsprofiel, kan daaruit al gauw de conclusie worden getrokken dat de gebruikers dat niet willen. Hier ligt overigens ook een kans: wanneer zou blijken dat gebruikers iets anders willen dan op dit moment geboden wordt, kan men de gebruikers vragen om mee te werken om het gewenste mogelijk te maken met behulp van crowdsourcing (Cocreëren in een community).

#### Voorbeeld onderzoek naar wat gebruikers willen

De website Geschiedenislokaal onderzocht d.m.v. een microsurvey op de site wat de gebruikers wilden. Leraren bleken vooral op zoek naar samenwerkingsopdrachten voor leerlingen en weinig te zien in de voorgenomen ontwikkeling van een digitaal spel. Zie: <https://www.den.nl/actueel/artikelen/1069/wat-willen-leraren-publieksonderzoek-van-de-digitale-scheurkalender-burgerschap-en-geschiedenislokaal>.

### Waarvoor zijn je content en data geschikt?

Het kan zijn dat jouw metadata veel meer geschikt zijn voor functionaliteiten ten behoeve van het Gedragsprofiel ‘Gericht informatie verwerven’ dan voor het Gedragsprofiel ‘Browsen en ontdekken’. Daarbij is het ook belangrijk dat de data op orde en herbruikbaar is, zodat het ook mogelijk wordt om deze aan te leveren aan andere sites (zoals aggregatoren of themagerichte portals), die mogelijk beter gepositioneerd zijn om een bepaald gedragsprofiel te faciliteren of meer publiek trekken.

### Op welke doelgroepen focus je?

In deze gids staat een matrix om je te helpen bij het maken van keuzes:


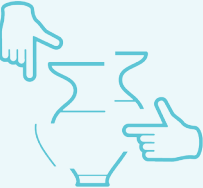


- We onderscheiden Consumerende gedragsprofielen, Participerende gedragsprofielen en Leren in onderwijsverband.
- Je ziet per gedragsprofiel de relevante doelgroepen en de eisen aan de content en data.
- Je kan per gedragsprofiel doorklikken naar de functionele specificaties (die vaak onderscheidend zijn ten opzichte van de functionele specificaties voor andere gedragsprofielen).



▶ **Matrix Functionaliteiten per Gedragsprofiel**

▶ **Lees meer over de onderzoeksresultaten waarop deze adviezen zijn gebaseerd**

KEUZEMATRIX GEDRAGSPROFIELEN

GEDRAGSPROFIEL	DOELGROEP	EISEN AAN DE CONTENT	LINK FUNCTIONELE SPECS
<b>Consumerende gedragsprofielen</b>			
 <p><b>Gericht informatie verwerven</b> Gerichte zoekacties, gedreven door specifieke, content-gerelateerde doelen, voortbouwende op vaak bij de gebruiker al bestaande kennis over specifieke onderwerpen of om vaardigheden (verder) te ontwikkelen.</p>	<p>Algemeen publiek Professionals Onderwijs</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Metadata met betrekking tot: wie, wat, waar en wanneer.</li> <li>• Informatie over de totstandkoming van de digitale collectie en site met het oog op betrouwbaarheid.</li> <li>• Bronvermeldingen, opdat gebruikers naar de gevonden items kunnen verwijzen en ze terug kunnen vinden.</li> <li>• Aanbevelingen voor verder kijken wenselijk.</li> </ul>	<p>► Functionele specs</p>
 <p><b>Browsen &amp; ontdekken</b> Dwalen om stil te staan bij en zich te verdiepen in objecten/zaken die interesse opwekken.</p>	<p>Algemeen publiek Professionals Onderwijs</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Metadata met betrekking tot: wie, wat, waar en wanneer en met contextuele informatie/toegekende thema's of tijdvakken.</li> <li>• Verwijzingen naar gerelateerde objecten binnen de eigen collectie of naar objecten daarbuiten faciliteren (onder meer te realiseren door Linked Open Data; meer hyperlinks met andere sites verhoogt de 'authority' van de eigen site en genereert meer verkeer.</li> <li>• Verhalen en daaraan gerelateerde verhalen worden aangeboden als suggesties voor verder browsen.</li> <li>• Visuele presentatie van het aanbod van materialen (door gebruik foto's/afbeeldingen) zal verder browsen &amp; ontdekken stimuleren.</li> </ul>	<p>► Functionele specs</p>

GEDRAGSPROFIEL	DOELGROEP	EISEN AAN DE CONTENT	LINK FUNCTIONELE SPECS
 <p><b>Intens beleven</b> Onderdompelende ervaring en/of contemplatieve, esthetische of spirituele ervaring, die ontspant en die 'de batterij weer oplaadt'.</p>	Algemeen publiek	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoge kwaliteit van afbeeldingen, video, geluid etc. is wenselijk.</li> <li>• Tonen van highlights van de collectie.</li> </ul>	▶ <a href="#">Functionele specs</a>
<b>Participerende gedragsprofielen</b>			
 <p><b>Creëren met objecten</b> Iets creëren op basis van content op het internet of uploaden eigen creaties online.</p>	Algemeen publiek Professionals	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoge kwaliteit van afbeeldingen, video, geluid etc. is wenselijk.</li> <li>• CC-licentie: een Creative Commons-licentie maakt de gebruiker duidelijk wat de mogelijkheden zijn voor hergebruik van het object.</li> </ul>	▶ <a href="#">Functionele specs</a>
 <p><b>Creëren met datasets</b> Creëren van apps of verrijkte datasets op basis van erfgoeddata.</p>	Algemeen publiek Professionals	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CC-licentie vereist.</li> <li>• Persistente identifier per object (URI).</li> <li>• Beschikbaar als Linked Open Data.</li> <li>• Beschikbaar gestelde datasets (via downloads of API) dienen zoveel mogelijk te voldoen aan standaarden voor specifieke data-elementen.</li> <li>• Gebruiker dient inzicht te kunnen hebben in de status van de dataset(s): wat is recentelijk toegevoegd, welke delen zijn statisch respectievelijk dynamisch, aan welke externe datasets is de data gelinkt en waar zijn die op te vragen?</li> </ul>	▶ <a href="#">Functionele specs</a>
 <p><b>Cocreëren in een community</b> Erfgoedbeoefening online d.m.v. cocreatieprojecten (metadata toevoegen, foto's beschrijven etc.)</p>	Algemeen publiek Professionals	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Meestal een verzameling materialen van hetzelfde type dat (nader) ontsloten dient te worden.</li> <li>• Duidelijke instructies en een mechanisme voor kwaliteitscontrole nodig.</li> </ul>	▶ <a href="#">Functionele specs</a>

GEDRAGSPROFIEL	DOELGROEP	EISEN AAN DE CONTENT	LINK FUNCTIONELE SPECS
 <p><b>Gamen</b> Spelen gebaseerd op/ gebruikmakend van erfgoedmateriaal. Doel kan samenvallen met ander gedragsprofiel, bijvoorbeeld serious gamen met leerdoelen, games om metadata te creëren bij erfgoedobjecten en dergelijke.</p>	Algemeen publiek	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoge kwaliteit afbeeldingen of audiovisueel materiaal is wenselijk.</li> <li>• CC-licentie is vereist.</li> </ul>	▶ <a href="#">Functionele specs</a>
<b>Leren in onderwijsverband</b>			
 <p><b>Leren</b> Zowel kennis en vaardigheden verwerven als doen verwerven in een educatief kader (formeel/ non-formeel leren in tegenstelling tot informeel leren).</p>	Onderwijs	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gedrag als de Gedragsprofielen ‘Gericht informatie verwerven’ en ‘Browsen &amp; ontdekken’.</li> <li>• Voor het primair onderwijs en in mindere mate voor het voortgezet onderwijs is vaak een andere presentatie vereist: een redactionele aanpassing van taalgebruik en selectie van de aangeboden objecten zodat ze geschikt zijn voor bepaalde leeftijdscategorieën.</li> <li>• CC-licentie is wenselijk.</li> </ul>	▶ <a href="#">Functionele specs</a>

## TERUGKOMBEZOEK - DE GEBRUIKER VASTHOUDEN

**Hoe meer digitaal erfgoed op je site, hoe meer kans op terugkombezoek**

We zien dat gebruikers op de resultatenpagina van Google eerder gebruikte sites sneller aanklikken. De kans dat een site wederom in een resultatenpagina verschijnt is groter naarmate de online content van die site een grotere omvang heeft (mits goed gepresenteerd en ontsloten).

Hieronder hebben wij nog drie praktische adviezen, die niet zozeer op de onderzoeken als wel op ervaringen van erfgoedprofessionals gebaseerd zijn:

- **Gebruiker vasthouden door middel van een nieuwsbrief**  
Met een online nieuwsbrief en een mogelijkheid om daarop in te schrijven via de website kunnen geïnteresseerde gebruikers verbonden worden met je site en je organisatie. In de nieuwsbrief zelf dient ook aandacht te zijn voor wat er aan nieuwe items is te zien op de site.
- **Contactpagina**  
Een e-mailadres of een contactformulier om interactie met online bezoekers op gang te brengen is ook een manier om gebruikers te binden.
- **Sociale media**  
Actieve berichtgeving via sociale media genereert ook veel bezoek aan websites. Erfgoedinstellingen maken hiervan gebruik door de gezamenlijke sociale media campagne Geheugen van Nederland (zie kader).

**Geheugen van Nederland**

Een nationaal podium voor digitale collecties van erfgoedinstellingen. Geheugen van Nederland is een publiekscampagne op sociale media om het bereik en gebruik van digitaal erfgoed te stimuleren. In samenwerking met erfgoedinstellingen worden thematisch en op relevante momenten onderwerpen aan het grote publiek aangeboden. Het publiek komt in aanraking met de digitale collecties en raakt geïnteresseerd in de verhalen. Dat de interesse inderdaad wordt aangewakkerd blijkt onder meer uit het feit dat bezoekers die via de Geheugen van Nederland-campagne op een erfgoed site komen daar langer blijven dan andere bezoekers. Wanneer een erfgoedinstelling digitale collecties bezit, kan deze meedoen. Zie <https://geheugenvannederland.nl/>.

## MENU

▶ Startpagina

## Adviezen

▶ Gebruiker voor de start

▶ Gebruiker aan de start

▶ Gebruiker bij binnenkomst

▶ Gebruiker aan de slag

▶ Adviezen voor je huidige site

▶ Adviezen bij vernieuwing van je site

▶ **Terugkombezoek en gebruik stimuleren**

## Verdieping

▶ Toelichting kanalenstrategie

▶ Hoe ziet dit eruit in webstatistieken?

▶ Functionele specificaties per gedragsprofiel

▶ Matrix functionele specificaties

## Onderzoek

▶ Gebruiker voor de start

▶ Gebruiker aan de start

▶ Gebruiker bij binnenkomst

▶ Adviezen voor je huidige site

▶ Adviezen bij vernieuwing van je site

▶ Terugkombezoek

▶ Over deze gids

▶ Colofon

▶ Startpagina

#### Adviezen

▶ Gebruiker voor de start

▶ Gebruiker aan de start

▶ Gebruiker bij binnenkomst

▶ Gebruiker aan de slag

▶ Adviezen voor je huidige site

▶ Adviezen bij vernieuwing van je site

▶ **Terugkombezoek en gebruik stimuleren**

#### Verdieping

▶ Toelichting kanalenstrategie

▶ Hoe ziet dit eruit in webstatistieken?

▶ Functionele specificaties per gedragsprofiel

▶ Matrix functionele specificaties

#### Onderzoek

▶ Gebruiker voor de start

▶ Gebruiker aan de start

▶ Gebruiker bij binnenkomst

▶ Adviezen voor je huidige site

▶ Adviezen bij vernieuwing van je site

▶ Terugkombezoek

▶ Over deze gids

▶ Colofon

## GEBRUIK STIMULEREN DOOR PROMOTIE VAN JE SITE

### Drie triggers voor het gebruik van digitaal erfgoed

Wil je promotie maken voor je erfgoedsite? Uit onderzoek weten we dat er drie soorten triggers zijn voor gebruikers om digitaal erfgoed op internet te gaan gebruiken:

#### 1. Media

Items in het nieuws, televisie, tijdschriften, boeken, kranten, films, radio, etc. vormen een aanleiding om iets op internet te gaan zoeken.

#### 2. Fysiek bezoek erfgoed

Een voorgenomen bezoek aan erfgoed of een inmiddels afgerond bezoek vormt ook vaak een trigger voor een internetsessie. Uit alle onderzoeken komt deze verwevenheid van digitaal en fysiek naar voren. Dit betekent dat de verbinding tussen tentoonstellingen, lezingen of andere activiteiten met een digitale presentatie van erfgoed de diepgang en beleving van het gebruik intensiveert.

#### 3. Sociale omgeving

Gesprekken kunnen eveneens een trigger vormen voor een internetsessie. Bij kinderen en bij jongeren vormen ook de studie of een game de aanleiding hiervoor.

### Rol sociale media

Veel gebruikers geven aan sociale media te gebruiken bij het bekijken, beluisteren of delen van informatie over cultureel erfgoed. Daarbij werden genoemd (in volgorde van afnemende frequentie): Facebook, YouTube, Instagram, WhatsApp, Twitter, Pinterest, LinkedIn. De erfgoedinstellingen van het Netwerk Digitaal Erfgoed spelen hierop in met een gemeenschappelijke sociale media campagne onder de noemer Geheugen van Nederland (zie kader hierboven).

## ADVIEZEN

### MENU

▶ Startpagina

#### Adviezen

▶ Gebruiker voor de start

▶ Gebruiker aan de start

▶ Gebruiker bij binnenkomst

▶ Gebruiker aan de slag

▶ Adviezen voor je huidige site

▶ Adviezen bij vernieuwing van je site

▶ **Terugkombezoek en gebruik stimuleren**

#### Verdieping

▶ Toelichting kanalenstrategie

▶ Hoe ziet dit eruit in webstatistieken?

▶ Functionele specificaties per gedragsprofiel

▶ Matrix functionele specificaties

#### Onderzoek

▶ Gebruiker voor de start

▶ Gebruiker aan de start

▶ Gebruiker bij binnenkomst

▶ Adviezen voor je huidige site

▶ Adviezen bij vernieuwing van je site

▶ Terugkombezoek

▶ Over deze gids

▶ Colofon

## JONGEREN ANDERE EISEN?

De onderzoeken door het Netwerk Digitaal Erfgoed vonden plaats onder volwassenen, waaraan ook jongvolwassenen (tussen de 18 en 25 jaar) deelnamen. Bij deze jongvolwassenen vielen de volgende zaken op:

- **Triggers**

Als inspiratiebronnen worden studie en online games vaak genoemd.

- **Aan de start**

Jongere respondenten blijken Google anders te gebruiken. Ze zoeken vaker met Engelstalige zoektermen (dat zijn ze gewend vanuit hun studie) of typen een hele vraag in en krijgen dan een antwoord zonder sites te bezoeken.

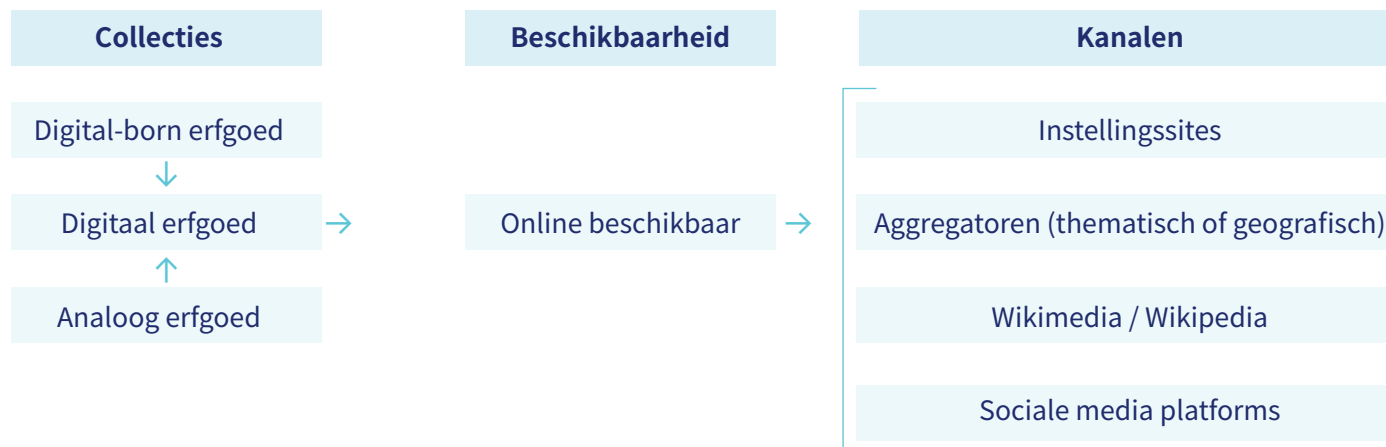
- **Gebruik:**

- Jongeren besteden minder tijd aan een zoektocht op internet: ‘ze gaan er niet snel voor zitten’.
- De klantreis wordt vaak tegelijk bij het triggermoment uitgevoerd (dus niet achteraf) en meestal via de smartphone.
- Het kost de jongvolwassenen weinig moeite om de informatie te vinden.
- Overigens is uit [ander onderzoek](#) bekend dat jongeren onder de 18 vaak wél moeite hebben met informatie zoeken.



**Meerdere kanalen**

Het is belangrijk te overwegen wat de beste kanalen zijn om je digitaal erfgoed aan te bieden om je doelen te realiseren. Dan kan met je eigen site, maar mogelijk ook door je erfgoed via andere kanalen beschikbaar te stellen (zie figuur hieronder). Zo maak je je collectie een onderdeel van het totale Nederlandse erfgoed.

**Aggregatoren/verzamelersites**

Er zijn diverse sites die regionaal en provinciaal digitaal erfgoed verzamelen en beschikbaar stellen en er zijn diverse sites die thematisch digitaal erfgoed verzamelen (zie het rapport over de aggregatoren in Nederland).

**Wikimedia**

Het is mogelijk om rechtenvrije materialen zoals afbeeldingen te uploaden naar Wikimedia. Deze afbeeldingen kunnen dan worden gebruikt door redacteurs van Wikipedia ter illustratie bij hun lemma's. De gebruikscijfers van Wikipedia zijn erg hoog en er zijn dan ook voorbeelden van erfgoedinstellingen die op deze manier een enorm bereik halen. Gebruikers van Wikipedia kunnen op de afbeelding klikken en komen dan weer op de site van de erfgoedinstelling die deze afbeelding heeft aangeleverd. In de praktijk komt er dus ook extra verkeer naar de eigen site via deze route.

## MENU

▶ Startpagina

## Adviezen

- ▶ Gebruiker voor de start
- ▶ Gebruiker aan de start
- ▶ Gebruiker bij binnenkomst
- ▶ Gebruiker aan de slag
  - ▶ Adviezen voor je huidige site
  - ▶ Adviezen bij vernieuwing van je site
- ▶ Terugkombezoek en gebruik stimuleren

## Verdieping

- ▶ **Toelichting kanalenstrategie**
- ▶ Hoe ziet dit eruit in webstatistieken?
- ▶ Functionele specificaties per gedragsprofiel
- ▶ Matrix functionele specificaties

## Onderzoek

- ▶ Gebruiker voor de start
- ▶ Gebruiker aan de start
- ▶ Gebruiker bij binnenkomst
- ▶ Adviezen voor je huidige site
- ▶ Adviezen bij vernieuwing van je site
- ▶ Terugkombezoek

- ▶ Over deze gids
- ▶ Colofon

## VERDIEPING

### MENU

---

▶ Startpagina

#### Adviezen

- ▶ Gebruiker voor de start
- ▶ Gebruiker aan de start
- ▶ Gebruiker bij binnenkomst
- ▶ Gebruiker aan de slag
  - ▶ Adviezen voor je huidige site
  - ▶ Adviezen bij vernieuwing van je site
- ▶ Terugkombezoek en gebruik stimuleren

#### Verdieping

- ▷ **Toelichting kanalenstrategie**
- ▶ Hoe ziet dit eruit in webstatistieken?
- ▶ Functionele specificaties per gedragsprofiel
- ▶ Matrix functionele specificaties

#### Onderzoek

- ▶ Gebruiker voor de start
- ▶ Gebruiker aan de start
- ▶ Gebruiker bij binnenkomst
- ▶ Adviezen voor je huidige site
- ▶ Adviezen bij vernieuwing van je site
- ▶ Terugkombezoek

- ▶ Over deze gids
- ▶ Colofon

### Nationaal Museum van Wereldculturen

De collectie van het Nationaal Museum van Wereldculturen is een samenvoeging van de collecties van het Tropenmuseum, Afrika Museum en Museum Volkenkunde. De herkomst van het overgrote deel van de collectie is van buiten Europa, ongeveer 40% komt bijvoorbeeld uit Indonesië.

Het museum heeft in de afgelopen jaren ongeveer 50.000 objectfoto's geüpload naar Wikimedia. Daarvan worden er zo'n 9.000 gebruikt in ongeveer 30.000 lemma's van Wikipedia. Het gaat om lemma's in de Engelstalige Wikipedia, maar ook in anderstalige versies van Wikipedia. Deze lemma's hebben per maand zo'n 20 miljoen pageviews. Klikken op de afbeeldingen brengt de bezoeker naar de site van het museum zelf. Dit leidt tot veel bezoekers aan de site uit landen als Indonesië.

### Sociale media

De campagne Geheugen van Nederland (een resultaat van samenwerking in het Netwerk Digitaal Erfgoed) stimuleert het gebruik van digitaal erfgoed door middel van verhalen op sociale media. Ook hier blijkt dat dit weer gebruik genereert op de sites van de aan de campagne deelnemende erfgoedinstellingen.

## MENU

▶ Startpagina

## Adviezen

- ▶ Gebruiker voor de start
- ▶ Gebruiker aan de start
- ▶ Gebruiker bij binnenkomst
- ▶ Gebruiker aan de slag
  - ▶ Adviezen voor je huidige site
  - ▶ Adviezen bij vernieuwing van je site
- ▶ Terugkombezoek en gebruik stimuleren

## Verdieping

- ▶ Toelichting kanalenstrategie
- ▶ **Hoe ziet dit eruit in webstatistieken?**
- ▶ Functionele specificaties per gedragsprofiel
- ▶ Matrix functionele specificaties

## Onderzoek

- ▶ Gebruiker voor de start
- ▶ Gebruiker aan de start
- ▶ Gebruiker bij binnenkomst
- ▶ Adviezen voor je huidige site
- ▶ Adviezen bij vernieuwing van je site
- ▶ Terugkombezoek

- ▶ Over deze gids
- ▶ Colofon

## Binnenkomst

- Het overgrote deel van de gebruikers komt binnen via Google.
- Een klein percentage gebruikers komt rechtstreeks binnen op een site ('direct search' – waarschijnlijk betreft het hier terugkombezoek), via links op andere sites ('referrals') of via sociale media.
- Bijhouden van je webstatistieken (o.a. aantal bezoekers, aantal paginaweergaven, aantal sessies en sessieduur) helpt je je site te beheren, te verbeteren en te onderhouden.

## Gebruik pagina's

- Bij de meeste sessies worden 2 tot 5 detailpagina's geraadpleegd.
- Over het algemeen is het gebruik van de detailpagina's verspreid over vele pagina's en zijn er geen detailpagina's die er qua gebruik bovenuit stijgen (anders gezegd: vrijwel alle detailpagina's worden 'een beetje' gebruikt).
- Detailpagina's met een tijdelijk piekgebruik zijn te relateren aan de publiciteit over een bepaald onderwerp.
- De pagina's die uitleg geven over de site ('over ons') worden veel geraadpleegd.

### Gericht Informatie verwerven – functionele specificaties

#### Functionaliteit need-to-have



- Elke detailpagina kan een landingspagina zijn voor gebruikers die via een Google-zoekactie binnenkomen. Dit betekent dat elke detailpagina geïndexeerd dient te zijn door Google en dat de detailpagina opties dient te bieden om verder te kijken op de site.
- Goede zoekoptie op de site zelf (voor direct referrals, en voor gebruikers die via Google op een detailpagina zijn geland en verder willen zoeken):
  - Met relevante resultaten (niet te veel, niet te weinig).
  - Gericht op wie, wat, waar, wanneer (op basis van metadata).
  - Doorzoekbaar maken van specifieke materialen (zoals kaartenmateriaal, bouwtekeningen e.d.). Dit stelt mogelijk specifieke eisen aan de zoekoptie op de site zelf.
- Digitale balie: een optie om een vraag te kunnen stellen.

#### Functionaliteit nice-to-have

- Zoekoptie ‘anders’: kleur, materiaal, beeldkenmerken, locatie. Kortom zaken die niet ontsloten zijn door de toegekende metadata. Deze ‘alternatieve’ zoekmogelijkheden worden in toenemende mate mogelijk door trefwoorden die gegenereerd worden door op Artificial Intelligence gebaseerde algoritmes, onder andere voor beeldherkenning. Dit is dus feitelijk geen aparte functionaliteit, maar een toevoeging aan de metadata door middel van AI.
- Het bepalen van de provenance en/of culturele waarde van een object vereist mogelijk specifieke functionaliteit.
- Optie downloaden/bestellen/reserveren van materialen.
- Mijn-omgeving (om resultaten te bewaren).

#### MENU

► Startpagina

#### Adviezen

- Gebruiker voor de start
- Gebruiker aan de start
- Gebruiker bij binnenkomst
- Gebruiker aan de slag
  - Adviezen voor je huidige site
  - Adviezen bij vernieuwing van je site
- Terugkombezoek en gebruik stimuleren

#### Verdieping

- Toelichting kanalenstrategie
- Hoe ziet dit eruit in webstatistieken?
- **Functionele specificaties per gedragsprofiel**
- Matrix functionele specificaties

#### Onderzoek

- Gebruiker voor de start
- Gebruiker aan de start
- Gebruiker bij binnenkomst
- Adviezen voor je huidige site
- Adviezen bij vernieuwing van je site
- Terugkombezoek

- Over deze gids
- Colofon

### MENU

▶ Startpagina

#### Adviezen

▶ Gebruiker voor de start

▶ Gebruiker aan de start

▶ Gebruiker bij binnenkomst

▶ Gebruiker aan de slag

▶ Adviezen voor je huidige site

▶ Adviezen bij vernieuwing van je site

▶ Terugkombezoek en gebruik stimuleren

#### Verdieping

▶ Toelichting kanalenstrategie

▶ Hoe ziet dit eruit in webstatistieken?

▶ **Functionele specificaties per gedragsprofiel**

▶ Matrix functionele specificaties

#### Onderzoek

▶ Gebruiker voor de start

▶ Gebruiker aan de start

▶ Gebruiker bij binnenkomst

▶ Adviezen voor je huidige site

▶ Adviezen bij vernieuwing van je site

▶ Terugkombezoek

▶ Over deze gids

▶ Colofon

## Gericht informatie verwerven – functionele specificaties

Aandachtspunten en ideeën voor de toekomst

- Zoekmachine op de site: uit het klantreisonderzoek blijkt dat de meeste gebruikers via Google op een detailpagina binnenkomen. In dat licht moet de toegevoegde waarde van een zoekmachine op de site gezocht worden in:
  1. Specifieke zoekopties voor de materiaalsoorten op de site.
  2. Andere zoekopties dan Google (bijvoorbeeld met filters of facetten).
  3. Transparantie over hoe de zoekresultaten tot stand zijn gekomen (bijv. door highlights van de zoektermen in de resultaten).
  4. Recommenderfunctie: de zoekresultaten dienen de mogelijkheid te bieden tot ‘verder kijken’. Opties zijn onder meer:
    - Linked data (triples) – bijvoorbeeld een link bij een schilderij naar meer informatie over de schilder op de RKD-site.
    - Beeldherkenning.
  5. Daarnaast is tolerantie voor spelfouten in de zoektermen belangrijk, evenals een adequate volgorde in de presentatie van de zoekresultaten.
- Microlearning: Regionaal Archief Tilburg gaat hiermee experimenteren. Dit zijn korte instructievideo’s op bepaalde elementen in de digitale archiefcollectie, waarin specifiek dat element wordt toegelicht.
- Toekomstideeën voor interfaces:
  - Gidsinterface: een interface die de gebruiker door de collectie leidt als een rondleiding en deze verder helpt bij zijn/haar zoekvraag.
  - ‘Kompas’: een kompas met alle interfaceopties die ‘meegaat’ op alle schermen.
- Overkoepelende, op linked data gebaseerde zoekmachine specifiek voor digitaal erfgoed.

## MENU

► Startpagina

### Adviezen

- Gebruiker voor de start
- Gebruiker aan de start
- Gebruiker bij binnenkomst
- Gebruiker aan de slag
  - Adviezen voor je huidige site
  - Adviezen bij vernieuwing van je site
- Terugkombezoek en gebruik stimuleren

### Verdieping

- Toelichting kanalenstrategie
- Hoe ziet dit eruit in webstatistieken?
- **Functionele specificaties per gedragsprofiel**
- Matrix functionele specificaties

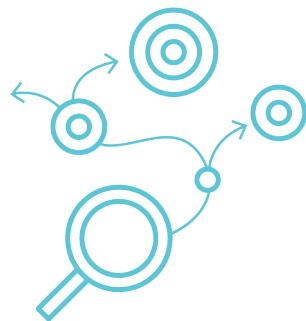
### Onderzoek

- Gebruiker voor de start
- Gebruiker aan de start
- Gebruiker bij binnenkomst
- Adviezen voor je huidige site
- Adviezen bij vernieuwing van je site
- Terugkombezoek

- Over deze gids
- Colofon

## Browsen en ontdekken – functionele specificaties

### Functionaliteit need-to-have



- Rangschikking van de collectie op bijvoorbeeld thema, geografie, chronologie en daaraan gekoppelde navigeropties.
- Doorklikken van algemene informatie of afbeelding naar meer specifieke/gedetailleerde informatie.
- Relevante resultaten downloaden (met name relevant voor afbeeldingen).

### Functionaliteit nice-to-have

- Recommenderfuncties op basis van gerelateerde items en/of ‘anderen bekeken ook’.
- Serendipiteitsmachine (‘verras me’).
- Bij video’s: na het afspelen van een video het automatisch opstarten van een andere, gerelateerde video.
- Online vragen stellen.

### Aandachtspunten/ideeën voor de toekomst

- Het verbinden van online erfgoedcollecties onderling door Linked Open Data krijgt steeds meer vorm, zie onder meer <https://termennetwerk.netwerkdigitaal erfgoed.nl/>.
- ‘Story telling’ zal met name dit gedragsprofiel stimuleren. Een post met een verhaal op sociale media zal veel lezers aanzetten tot ‘Browsen en ontdekken’.
- ‘Kompas’: een kompas met alle interfaceopties dat ‘meegaat’ op alle schermen.

## MENU

- ▶ Homepage
- Adviezen**
- ▶ Gebruiker voor de start
- ▶ Gebruiker aan de start
- ▶ Gebruiker bij binnenkomst
- ▶ Gebruiker aan de slag
  - ▶ Adviezen voor je huidige site
  - ▶ Adviezen bij vernieuwing van je site
- ▶ Terugkombezoek en gebruik stimuleren

## Verdieping

- ▶ Toelichting kanalenstrategie
- ▶ Hoe ziet dit eruit in webstatistieken
- ▶ **Functionele specificaties per gedragsprofiel**
- ▶ Matrix functionele specificaties

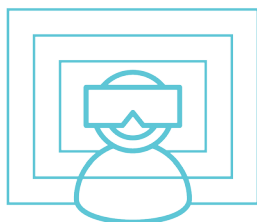
## Onderzoek

- ▶ Gebruiker voor de start
- ▶ Gebruiker aan de start
- ▶ Gebruiker bij binnenkomst
- ▶ Adviezen voor je huidige site
- ▶ Adviezen bij vernieuwing van je site
- ▶ Terugkombezoek

- ▶ Over deze gids
- ▶ Colofon

## Intens beleven – functionele specificaties

Functionaliteit need-to-have



- Uitvergroten/inzoomen (van erfgoed-als-afbeelding).
- Streaming (van erfgoed-als-video of -audio).

Functionaliteit nice-to-have

- Afbeelding manipuleren: naast uitvergroten en inzoomen ook 360° draaien en 3D-weergave (van erfgoed-als-afbeelding).
- Opmerkingen:
  - Intens beleven is een zeer specifieke wisselwerking tussen één object en één individu en daarom lastig te veralgemeniseren.
  - Kan in de discussie snel verward worden met emoties om een vondst bij 'Gericht informatie verwerven' of bij 'Browsen & ontdekken'.

Aandachtspunten/ideeën voor de toekomst

- Online intens beleven kan gezien worden als een alternatief voor gebruikers die vanwege beperkingen geen bezoek kunnen brengen aan het fysieke object.
- 'Kompass': een kompas met alle interfaceopties dat 'meegaat' op alle schermen.

## MENU

► Startpagina

### Adviezen

- Gebruiker voor de start
- Gebruiker aan de start
- Gebruiker bij binnenkomst
- Gebruiker aan de slag
  - Adviezen voor je huidige site
  - Adviezen bij vernieuwing van je site
- Terugkombezoek en gebruik stimuleren

### Verdieping

- Toelichting kanalenstrategie
- Hoe ziet dit eruit in webstatistieken?
- **Functionele specificaties per gedragsprofiel**
- Matrix functionele specificaties

### Onderzoek

- Gebruiker voor de start
- Gebruiker aan de start
- Gebruiker bij binnenkomst
- Adviezen voor je huidige site
- Adviezen bij vernieuwing van je site
- Terugkombezoek

- Over deze gids
- Colofon

## Creëren met objecten – functionele specificaties

Functionaliteit need-to-have

- Offline creëren faciliteren door download-functie met CC-licenties.



Functionaliteit nice-to-have

- Online creëren mogelijk maken door middel van online functies (verzamelingen/creaties uploaden).
- Remix-optie: collages maken, foto's/video's bewerken, zelf afbeeldingen en tekst kunnen toevoegen, datasets bewerken.
- Mijn-omgeving (bewaren resultaten; remixen).
- Online vragen stellen.

Aandachtspunten/ideeën voor de toekomst

- Een mogelijkheid om de met het erfgoedmateriaal gemaakte creaties op internet zichtbaar te maken zal stimulerend werken. Dit kan ook gerealiseerd worden door een hashtag mee te geven voor creaties op sociale media.
- Te stimuleren door wedstrijden en prijzen.
- Verzamelaars vormen een belangrijke, en in erfgoed geïnteresseerde groep binnen het algemeen publiek en kunnen onder dit gedragsprofiel geschaard worden.
- 'Kompas': een kompas met alle interfaceopties dat 'meegaat' op alle schermen.



## MENU

▶ Startpagina

### Adviezen

- ▶ Gebruiker voor de start
- ▶ Gebruiker aan de start
- ▶ Gebruiker bij binnenkomst
- ▶ Gebruiker aan de slag
  - ▶ Adviezen voor je huidige site
  - ▶ Adviezen bij vernieuwing van je site
- ▶ Terugkombezoek en gebruik stimuleren

### Verdieping

- ▶ Toelichting kanalenstrategie
- ▶ Hoe ziet dit eruit in webstatistieken?
- ▶ **Functionele specificaties per gedragsprofiel**
- ▶ Matrix functionele specificaties

### Onderzoek

- ▶ Gebruiker voor de start
- ▶ Gebruiker aan de start
- ▶ Gebruiker bij binnenkomst
- ▶ Adviezen voor je huidige site
- ▶ Adviezen bij vernieuwing van je site
- ▶ Terugkombezoek

- ▶ Over deze gids
- ▶ Colofon

## Creëren met datasets – functionele specificaties

Functionaliteit need-to-have

- Een goed beschreven API of downloadbare datasets.
- Hulp/technische ondersteuning voor het gebruik van de data.



Functionaliteit nice-to-have

- Inspirerende voorbeelden (door links) van andere creaties of een pagina op GitHub waar deze kunnen worden geüpload en bekeken.

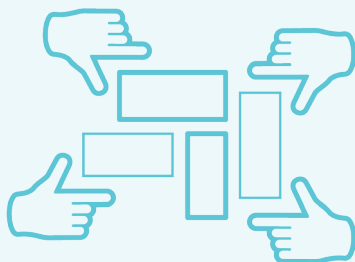
Aandachtspunten/ideeën voor de toekomst

- Het is te verwachten dat dit gedragsprofiel (nu nog door een beperkt percentage vertoond) in betekenis zal toenemen door betere hulpmiddelen en toenemende vertrouwdheid met deze technieken.
- Een mogelijkheid bieden om terug te leveren aan een instelling van wat er gecreëerd is. Instellingen dienen open te staan voor deze creaties van derden.
- Een en ander kan gestimuleerd worden door hackathons.
- Veel gebruikers met dit gedragsprofiel zijn wetenschappers.

## Cocreëren in een community – functionele specificaties

Functionaliteit

- Specifieke functionaliteit voor participeren in cocreatieprojecten (gericht op soort cocreatie en op kwaliteitscontrole).



## VERDIEPING

### MENU

▶ Startpagina

#### Adviezen

▶ Gebruiker voor de start

▶ Gebruiker aan de start

▶ Gebruiker bij binnenkomst

▶ Gebruiker aan de slag

▶ Adviezen voor je huidige site

▶ Adviezen bij vernieuwing van je site

▶ Terugkombezoek en gebruik stimuleren

#### Verdieping

▶ Toelichting kanalenstrategie

▶ Hoe ziet dit eruit in webstatistieken?

▶ **Functionele specificaties per gedragsprofiel**

▶ Matrix functionele specificaties

#### Onderzoek

▶ Gebruiker voor de start

▶ Gebruiker aan de start

▶ Gebruiker bij binnenkomst

▶ Adviezen voor je huidige site

▶ Adviezen bij vernieuwing van je site

▶ Terugkombezoek

▶ Over deze gids

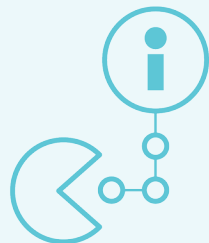
▶ Colofon

Aandachtspunten en ideeën voor de toekomst

- Toenemende belangstelling om via crowdsourcing collecties te ontsluiten.
- Met voorlopers als VeleHanden.nl en HetVolk.org worden goede resultaten behaald. Inmiddels hebben enkele collectieregistratiesystemen deze functionaliteit toegevoegd, waarmee naar verwachting dit steeds bereikbaarder zal worden voor erfgoedinstellingen.
- User-generated data (toevoegingen of correcties van gebruikers aan erfgoeddatasets) is een variant hierop, waar het community-aspect minder een rol speelt.

### Gamen – functionele specificaties

Functionaliteit



- Afhankelijk van het spel.

Aandachtspunten

- Niet alleen voor kinderen.
- Online gamers niet noodzakelijkerwijs geïnteresseerd in erfgoed.

### Leren – functionele specificaties

Functionaliteit



- De functionaliteit komt overeen met die van Gericht informatie verwerven en van Browsen & ontdekken. Het gaat voornamelijk om de geschiktheid van het aangeboden materiaal.

Lesmateriaal voor studenten hoger onderwijs

- Een voorbeeld van lesmateriaal: [Manuscripts in the classroom](#).
- Een voorbeeld van oefenmodules: [Abnormal Hieratic](#).

# Matrix functionele specificaties en Gedragsprofielen

Uit onderstaande matrix blijkt dat veel functionele specificaties specifiek zijn voor een of enkele gedragsprofielen.

Functionaliteiten per Gedragsprofiel Digitaal Erfgoed	1. Gericht informatie verwerven	2. Browsen & ontdekken	3. Intens beleven	4. Creëren met objecten	5. Creëren met datasets	6. Cocreëren in een community	7. Leren (als 1 en 2)	8. Gamen	Aantal gedragsprofielen
Optie downloaden/bestellen/reserveren	✓	✓		✓			✓		4
Mijn-omgeving (bewaren resultaten)	✓			✓			✓		3
Elke detailpagina is een landingspagina voor Google-zoekacties	✓						✓		2
Goede zoekoptie op de site zelf (wie, wat, waar, wanneer)	✓						✓		2
Doorzoekbaar maken van specifieke materialen	✓						✓		2
Zoekoptie 'anders': kleur, materiaal, beeldkenmerken, etc.	✓						✓		2
Provenance (herkomst object) bepalen	✓						✓		2
Rangschikking collectie op bijv. thema, geografie, chronologie		✓					✓		2
Navigeropties op thema, geografie, chronologie etc.		✓					✓		2
Recommenderfuncties		✓					✓		2
Serendipiteitsmachine ('verras me')		✓					✓		2

MENU

- ▶ Startpagina
  
- Adviezen
- ▶ Gebruiker voor de start
- ▶ Gebruiker aan de start
- ▶ Gebruiker bij binnenkomst
- ▶ Gebruiker aan de slag
  - ▶ Adviezen voor je huidige site
  - ▶ Adviezen bij vernieuwing van je site
- ▶ Terugkombezoek en gebruik stimuleren
  
- Verdieping
- ▶ Toelichting kanalenstrategie
- ▶ Hoe ziet dit eruit in webstatistieken?
- ▶ Functionele specificaties per gedragsprofiel
- ▶ **Matrix functionele specificaties**
  
- Onderzoek
- ▶ Gebruiker voor de start
- ▶ Gebruiker aan de start
- ▶ Gebruiker bij binnenkomst
- ▶ Adviezen voor je huidige site
- ▶ Adviezen bij vernieuwing van je site
- ▶ Terugkombezoek
  
- ▶ Over deze gids
- ▶ Colofon

## VERDIEPING

### MENU

▶ Startpagina

#### Adviezen

▶ Gebruiker voor de start

▶ Gebruiker aan de start

▶ Gebruiker bij binnenkomst

▶ Gebruiker aan de slag

▶ Adviezen voor je huidige site

▶ Adviezen bij vernieuwing van je site

▶ Terugkombezoek en gebruik stimuleren

#### Verdieping

▶ Toelichting kanalenstrategie

▶ Hoe ziet dit eruit in webstatistieken?

▶ Functionele specificaties per gedragsprofiel

▷ **Matrix functionele specificaties**

#### Onderzoek

▶ Gebruiker voor de start

▶ Gebruiker aan de start

▶ Gebruiker bij binnenkomst

▶ Adviezen voor je huidige site

▶ Adviezen bij vernieuwing van je site

▶ Terugkombezoek

▶ Over deze gids

▶ Colofon

### Functionaliteiten per Gedragsprofiel Digitaal Erfgoed

	1. Gericht informatie verwerven	2. Browsen & ontdekken	3. Intens beleven	4. Creëren met objecten	5. Creëren met datasets	6. Cocreëren in een community	7. Leren (als 1 en 2)	8. Gamen	Aantal gedragsprofielen
Bij video's: na afspelen automatisch opstarten andere video		✓					✓		2
Uitvergroten/inzoomen			✓						1
Streaming			✓						1
Afbeelding manipuleren: uitvergroten, inzoomen, 360° draaien, 3D			✓						1
Online creëren				✓					1
Remix-optie				✓					1
Een goed beschreven API of downloadbare datasets					✓				1
Hulp/technische ondersteuning voor het gebruik van de data					✓				1
Inspirerende voorbeelden van andere creaties					✓				1
Specifieke functionaliteit voor participeren in cocreatieprojecten						✓			1
Functionaliteit t.b.v. het specifieke online spel								✓	1

✓ : functionaliteit need-to-have

✓ : functionaliteit nice-to-have

## ALGEMEEN PUBLIEK

---

### Grote interesse

Een groot onderzoek van het Sociaal Cultureel Planbureau uit 2015 laat zien dat 80% van de Nederlanders geïnteresseerd is in fysiek erfgoed en dat 26% zelfs actief aan erfgoedbeoefening doet. Uit een later onderzoek ([Stand van het Nederlands Digitaal Erfgoed 2021](#)) blijkt dat deze interesse zich ook vertaalt naar digitaal erfgoed en een grote meerderheid (90%) het internet hiervoor gebruikt.

### Consumerende en participerende gebruikers

De meeste gebruikers zien zich als consumenten van het aanbod van digitaal erfgoed. Ongeveer 10% van de gebruikers uit het algemeen publiek ziet zich als een actieve deelnemer en wil participeren door ofwel een mening of belevenis te delen ofwel zelf iets toevoegen of creëren.

### Motivaties zijn leren en ontspannen

De belangrijkste motivatie om op internet naar erfgoed te zoeken is ‘leren en informeren’ en ‘ontspanning en inspiratie’.

### Verwevenheid fysiek en digitaal

Ook is er een belangrijke verwevenheid met fysiek erfgoed. Een aanzienlijk deel van de gebruikers surft op internet om een bezoek aan een kasteel, museum of andere instelling te plannen of heeft hier zojuist een bezoek gebracht en wil nog extra informatie verzamelen.

## MENU

---

▶ Startpagina

### Adviezen

- ▶ Gebruiker voor de start
- ▶ Gebruiker aan de start
- ▶ Gebruiker bij binnenkomst
- ▶ Gebruiker aan de slag
  - ▶ Adviezen voor je huidige site
  - ▶ Adviezen bij vernieuwing van je site
- ▶ Terugkombezoek en gebruik stimuleren

### Verdieping

- ▶ Toelichting kanalenstrategie
- ▶ Hoe ziet dit eruit in webstatistieken?
- ▶ Functionele specificaties per gedragsprofiel
- ▶ Matrix functionele specificaties

### Onderzoek

- ▶ **Gebruiker voor de start**
- ▶ Gebruiker aan de start
- ▶ Gebruiker bij binnenkomst
- ▶ Adviezen voor je huidige site
- ▶ Adviezen bij vernieuwing van je site
- ▶ Terugkombezoek

- ▶ Over deze gids
- ▶ Colofon

### MENU

▶ Startpagina

#### Adviezen

▶ Gebruiker voor de start

▶ Gebruiker aan de start

▶ Gebruiker bij binnenkomst

▶ Gebruiker aan de slag

▶ Adviezen voor je huidige site

▶ Adviezen bij vernieuwing van je site

▶ Terugkombezoek en gebruik stimuleren

#### Verdieping

▶ Toelichting kanalenstrategie

▶ Hoe ziet dit eruit in webstatistieken?

▶ Functionele specificaties per gedragsprofiel

▶ Matrix functionele specificaties

#### Onderzoek

▶ **Gebruiker voor de start**

▶ Gebruiker aan de start

▶ Gebruiker bij binnenkomst

▶ Adviezen voor je huidige site

▶ Adviezen bij vernieuwing van je site

▶ Terugkombezoek

▶ Over deze gids

▶ Colofon

## PROFESSIONALS

### WETENSCHAPPERS

Je kan wetenschappelijke onderzoekers onderverdelen in twee groepen:

#### 1. Onderzoekers digitale primaire bronnen

Deze onderzoekers maken gebruik van de nieuwe mogelijkheden van grote hoeveelheden digitaal beschikbare collecties. Zij zijn meestal gericht op het gedigitaliseerd erfgoed (in tegenstelling tot digital-born erfgoed). Het betreft inhoudelijk vergelijkbaar type onderzoek met 10-15 jaar geleden, alleen is de manier van zoeken en raadplegen veranderd. Deze groep stelt hoge eisen aan kwaliteit van de metadata en beeldkwaliteit.

#### 2. Digital scholarship

Door nieuwe toepassingen en technieken zijn er nieuwe vormen van onderzoek ontstaan onder de noemers Digital Humanities en Digital Scholarship. Deze onderzoekers maken gebruik van softwaretools om teksten, tekstcorpora, beeldmaterialen en audiovisuele bestanden te analyseren. In Nederland zijn veel van deze onderzoekers georganiseerd in CLARIAH. Een voorbeeld van een onderzoekomgeving is CLARIAH Media Suite - met geavanceerde zoekfunctionaliteit en analysetools.

### CREATIEVE BEROEPEN

Je kan creatieve beroepen als volgt onderverdelen:

#### Architectuur

Stedenbouw, landschapsarchitectuur, interieurarchitectuur.

#### Digitale cultuur

Culturele en artistieke producties of uitingen op gebied van digitale technologie, nieuwe media of games.

## ONDERZOEK

### MENU

▶ Startpagina

#### Adviezen

▶ Gebruiker voor de start

▶ Gebruiker aan de start

▶ Gebruiker bij binnenkomst

▶ Gebruiker aan de slag

▶ Adviezen voor je huidige site

▶ Adviezen bij vernieuwing van je site

▶ Terugkombezoek en gebruik stimuleren

#### Verdieping

▶ Toelichting kanalenstrategie

▶ Hoe ziet dit eruit in webstatistieken?

▶ Functionele specificaties per gedragsprofiel

▶ Matrix functionele specificaties

#### Onderzoek

▶ **Gebruiker voor de start**

▶ Gebruiker aan de start

▶ Gebruiker bij binnenkomst

▶ Adviezen voor je huidige site

▶ Adviezen bij vernieuwing van je site

▶ Terugkombezoek

▶ Over deze gids

▶ Colofon

### Vormgeving:

- Mode: inclusief accessoires en sieraden.
- Textiel-, glas- en keramiek vormgeving.
- Grafische vormgeving, zoals typografie, visuele communicatie, interactief en information design, animatie, illustratie, strip en graphic novel.
- Design: product-, meubel-industriële vormgeving; interieur- en ruimtelijk ontwerp, tentoonstellingsontwerp, lichtontwerp, scenografie, sociaal design.

### Motivaties zijn inspiratie en hergebruik

Het gaat om beroepen zoals game developer, modeontwerper, ontwerper, marketeer, beeld-researcher, filmmaker. Deze groep heeft vooral als doel inspiratie en hergebruik van digitale objecten.

### ERFGOEDPROFESSIONALS

#### Roerend, onroerend en immaterieel erfgoed

Professionals en semi-professionals in roerend, onroerend en immaterieel erfgoed met beroepen als: archeoloog, dataspecialist, archivaris, conservator, onderzoeker, kunsthandelaar, monumenteninspecteur.

#### Motivaties zijn onderzoek en hergebruik

Conservatoren en onderzoekers verrichten inhoudelijk onderzoek bij het opstellen van een publicatie of het maken van een tentoonstelling (onder andere bruikleenverkeer). Er is ook veel hergebruik van beelden voor tentoonstellingscatalogi en andere publicaties of voor het verifiëren van objectbeschrijvingen. Sommige beroepen zoeken mensen eveneens heel gericht informatie, maar ze doen dit ook vaak via hun eigen professionele netwerken.

- ▶ Startpagina
- Adviezen**
  - ▶ Gebruiker voor de start
  - ▶ Gebruiker aan de start
  - ▶ Gebruiker bij binnenkomst
  - ▶ Gebruiker aan de slag
    - ▶ Adviezen voor je huidige site
    - ▶ Adviezen bij vernieuwing van je site
  - ▶ Terugkombezoek en gebruik stimuleren
- Verdieping**
  - ▶ Toelichting kanalenstrategie
  - ▶ Hoe ziet dit eruit in webstatistieken?
  - ▶ Functionele specificaties per gedragsprofiel
  - ▶ Matrix functionele specificaties
- Onderzoek**
  - ▶ **Gebruiker voor de start**
  - ▶ Gebruiker aan de start
  - ▶ Gebruiker bij binnenkomst
  - ▶ Adviezen voor je huidige site
  - ▶ Adviezen bij vernieuwing van je site
  - ▶ Terugkombezoek
- ▶ Over deze gids
- ▶ Colofon

### De weg van erfgoed naar de klas

Er zijn globaal gesproken twee manieren om digitaal erfgoed naar de klas te brengen:

1. Door het ontwikkelen van lesmateriaal (door een uitgever of door de erfgoedinstellingen).
2. Door een leraar die eigen lesmateriaal ontwikkelt of leerlingen die een presentatie of een werkstuk maken en digitaal erfgoed gebruiken.

Voor het ontwikkelen van lesmateriaal wordt verwezen naar het [stappenplan](#) hiervoor.

### Verschillen primair en voortgezet onderwijs

Het belangrijkste educatieve aanbod van erfgoedinstellingen bestaat uit bezoeken. Vaak wordt erfgoedmateriaal ontwikkeld voor of rondom een bezoek. Bezoeken vinden vooral plaats bij het primair onderwijs, omdat groepsleerkrachten zelfstandig het rooster kunnen indelen. In het voortgezet onderwijs is dat veel minder gemakkelijk en daarom zijn leraren daar meer aangewezen op digitaal erfgoed.

### Motivaties zijn verrijking lesprogramma en aanspreken leerlingen

Digitaal erfgoed kan het lesprogramma verrijken en de leerlingen meer persoonlijk aanspreken. Het blijkt dat vooral regionaal gebonden erfgoed voor leerlingen interessant is, omdat dit meer aansluit op hun belevingswereld.

### Digitaal erfgoed inpassen in het curriculum

De aangeboden materialen moeten passen in het curriculum en aansluiten bij leerdoelen in het curriculum (zie [doelen en leerplankaders erfgoed](#) bij het SLO).



## ALGEMEEN PUBLIEK

**Google is het startpunt van de meeste klantreizen:**

- 1 tot 3 zoektermen worden ingetypt.
- Selectie van een site:
  - Dit gebeurt via de getoonde tekstfragmenten op de resultatenpagina van Google.
  - Enkelen kiezen direct voor het eerste zoekresultaat.
  - Bij de selectie is de betrouwbaarheid van de site in de ogen van de gebruiker belangrijk.
  - Eerder gebruikte sites worden sneller aangeklikt.
- De resultatenpagina van Google vormt ook het terugkeerpunt als de gebruiker meerdere sites in één sessie bezoekt.

**Wikipedia speelt ook een rol:**

- Sommige gebruikers nemen Wikipedia als startpunt.
- Anderen gebruiken eerst Google om te zoeken, maar kiezen dan vaak Wikipedia als eerste te bezoeken site.

**Jongeren nét iets anders:**

- Typen soms een hele vraag in.
- Oudere leeftijdscategorieën jongeren gebruiken vaak Engelstalige termen.
- YouTube wordt ook als zoekingang gebruikt.

## PROFESSIONALS

## INFORMATIEBEHOEFTE

**Wetenschappers:**

- Behoefte aan inzicht in de keuzes die gemaakt zijn bij het digitaliseren. Gedigitaliseerd materiaal is makkelijker te onderzoeken dan fysiek materiaal, maar keuzes in de digitalisering kunnen een vertekend of eenzijdig beeld opleveren van de onderzoeksresultaten.
- Wetenschappers vinden het belangrijk dat het materiaal herleidbaar is tot de bron (het fysieke origineel) en zien graag een index van de gehele collectie (dus ook het niet-gedigitaliseerde deel).

## MENU

▶ Startpagina

## Adviezen

- ▶ Gebruiker voor de start
- ▶ Gebruiker aan de start
- ▶ Gebruiker bij binnenkomst
- ▶ Gebruiker aan de slag
  - ▶ Adviezen voor je huidige site
  - ▶ Adviezen bij vernieuwing van je site
- ▶ Terugkombezoek en gebruik stimuleren

## Verdieping

- ▶ Toelichting kanalenstrategie
- ▶ Hoe ziet dit eruit in webstatistieken?
- ▶ Functionele specificaties per gedragsprofiel
- ▶ Matrix functionele specificaties

## Onderzoek

- ▶ Gebruiker voor de start
- ▶ **Gebruiker aan de start**
- ▶ Gebruiker bij binnenkomst
- ▶ Adviezen voor je huidige site
- ▶ Adviezen bij vernieuwing van je site
- ▶ Terugkombezoek

▶ Over deze gids

▶ Colofon

## ONDERZOEK

### MENU

---

▶ Startpagina

#### Adviezen

- ▶ Gebruiker voor de start
- ▶ Gebruiker aan de start
- ▶ Gebruiker bij binnenkomst
- ▶ Gebruiker aan de slag
  - ▶ Adviezen voor je huidige site
  - ▶ Adviezen bij vernieuwing van je site
- ▶ Terugkombezoek en gebruik stimuleren

#### Verdieping

- ▶ Toelichting kanalenstrategie
- ▶ Hoe ziet dit eruit in webstatistieken?
- ▶ Functionele specificaties per gedragsprofiel
- ▶ Matrix functionele specificaties

#### Onderzoek

- ▶ Gebruiker voor de start
- ▶ **Gebruiker aan de start**
- ▶ Gebruiker bij binnenkomst
- ▶ Adviezen voor je huidige site
- ▶ Adviezen bij vernieuwing van je site
- ▶ Terugkombezoek

- ▶ Over deze gids
- ▶ Colofon

### Creative beroepen:

- Linking pin: er is behoefte om aan te kloppen bij iemand voor een specifieke vraag over digitaal erfgoed.
- Overzicht: behoefte aan een totaaloverzicht van het digitaal erfgoed aanbod.
- Gebruik: voor inspiratie en voor concrete toepassingen eigen producties (hergebruik).

### Erfgoedprofessionals:

Veelal gerichte vragen vanuit hoog kennisniveau met de eigen collectie als startpunt.

## ZOEKEN EN VINDEN

### Vindbaarheid:

- Google meestal eerste zoekingang.
- Versnipperd aanbod over verschillende instituten en collecties wordt als problematisch gezien door met name mensen in de creatieve beroepen.
- Behoeft aan overzicht wat er digitaal beschikbaar is bij de creatieve beroepen. Wetenschappers en erfgoedprofessionals weten meestal wel wat waar te vinden is.

### Beperkingen simpel zoekinterface:

Met een simpele zoekinterface is de context van het zoekresultaat vaak onduidelijk.

## ONDERWIJS

---

### Zoeken en vinden door leraren:

- Overweldigend, divers en versnipperd aanbod maakt een effectieve zoekfunctie, die aansluit op de thema's die relevant zijn voor het onderwijs, wenselijk.
- Leerkrachten gebruiken voor het onderwijs relevante zoektermen en zien ook graag een aanduiding voor leeftijdscategorieën of leerniveaus.
- Zoekgedrag leraren:
  - Op specifieke platforms met lesmaterialen: [Wikiwijs](#), [LessonUp](#).
  - Via Google: met zoektermen relevant voor het onderwijs.
  - Via sociale media: Facebookgroepen met collega's, YouTube voor video's.

## ONDERZOEK

### Zoeken en vinden door leerlingen:

- Google en YouTube als startpunt.
- Zoekvragen bij jonge leerlingen bestaan uit 1 tot 2 zoekwoorden. Bij oudere leerlingen zijn de zoekvragen complexer en bevatten ze vaker Engelstalige termen of juist hele zinnen.

### MENU

---

▶ Startpagina

#### Adviezen

- ▶ Gebruiker voor de start
- ▶ Gebruiker aan de start
- ▶ Gebruiker bij binnenkomst
- ▶ Gebruiker aan de slag
  - ▶ Adviezen voor je huidige site
  - ▶ Adviezen bij vernieuwing van je site
- ▶ Terugkombezoek en gebruik stimuleren

#### Verdieping

- ▶ Toelichting kanalenstrategie
- ▶ Hoe ziet dit eruit in webstatistieken?
- ▶ Functionele specificaties per gedragsprofiel
- ▶ Matrix functionele specificaties

#### Onderzoek

- ▶ Gebruiker voor de start
- ▶ **Gebruiker aan de start**
- ▶ Gebruiker bij binnenkomst
- ▶ Adviezen voor je huidige site
- ▶ Adviezen bij vernieuwing van je site
- ▶ Terugkombezoek

▶ Over deze gids

▶ Colofon

## ALGEMEEN PUBLIEK

---

### Detailpagina is vaak de landingspagina

De gebruiker typt in Google enkele termen in en komt daardoor in veel gevallen binnen op een specifieke pagina (ook wel detailpagina genoemd) en dus niet via de homepage. Detailpagina's zijn dus vaak de eerste webpagina van de site voor een gebruiker (ook wel landingspagina genoemd).

### Snelle scan

De gebruiker maakt een snelle scan van de pagina die de website toont en checkt deze op relevantie voor zijn zoekvraag.

### Behoeftte aan overzicht

Voor deze snelle scan vinden gebruikers het belangrijk om kopjes bij teksten aan te treffen met daaronder niet te veel of te weinig informatie. Afwisseling van tekst en beeld wordt als zeer prettig ervaren.

### Betrouwbaarheid belangrijk

Veel gebruikers checken vervolgens wie verantwoordelijk is voor de site met het oog op de betrouwbaarheid van de geboden informatie. Namen van musea, archiefinstellingen of overheden worden als betrouwbaar gezien. Ook toetsen sommige gebruikers bij andere sites of de gevonden informatie wel correct is.

### Zoektocht roept andere vragen op

Bij veel klantreizen surfen gebruikers verder omdat hun aandacht is getrokken door iets anders interessants buiten datgene wat zij bij aanvang zochten. Zij veranderen dus van spoor tijdens hun internetsessie en raadplegen daartoe meerdere sporen en meerdere sites. Deze multi-site/multi-track-klantreizen zijn eerder regel dan uitzondering vanwege het switchen naar een ander onderwerp en van gedrag tijdens de klantreis.

### Behoeftte fysiek bezoek erfgoed

Een bezoek aan een website kan er ook toe leiden dat gebruikers een fysiek bezoek willen brengen aan de instelling waar het erfgoed is gevonden.

## MENU

---

▶ Startpagina

### Adviezen

- ▶ Gebruiker voor de start
- ▶ Gebruiker aan de start
- ▶ Gebruiker bij binnenkomst
- ▶ Gebruiker aan de slag
  - ▶ Adviezen voor je huidige site
  - ▶ Adviezen bij vernieuwing van je site
- ▶ Terugkombezoek en gebruik stimuleren

### Verdieping

- ▶ Toelichting kanalenstrategie
- ▶ Hoe ziet dit eruit in webstatistieken?
- ▶ Functionele specificaties per gedragsprofiel
- ▶ Matrix functionele specificaties

### Onderzoek

- ▶ Gebruiker voor de start
- ▶ Gebruiker aan de start
- ▶ **Gebruiker bij binnenkomst**
- ▶ Adviezen voor je huidige site
- ▶ Adviezen bij vernieuwing van je site
- ▶ Terugkombezoek

- ▶ Over deze gids
- ▶ Colofon

## ONDERZOEK

### MENU

▶ Startpagina

#### Adviezen

▶ Gebruiker voor de start

▶ Gebruiker aan de start

▶ Gebruiker bij binnenkomst

▶ Gebruiker aan de slag

▶ Adviezen voor je huidige site

▶ Adviezen bij vernieuwing van je site

▶ Terugkombezoek en gebruik stimuleren

#### Verdieping

▶ Toelichting kanalenstrategie

▶ Hoe ziet dit eruit in webstatistieken?

▶ Functionele specificaties per gedragsprofiel

▶ Matrix functionele specificaties

#### Onderzoek

▶ Gebruiker voor de start

▶ Gebruiker aan de start

▶ **Gebruiker bij binnenkomst**

▶ Adviezen voor je huidige site

▶ Adviezen bij vernieuwing van je site

▶ Terugkombezoek

▶ Over deze gids

▶ Colofon

## Afhaken van gebruikers

Gebruikers haken af (dissatisfiers) bij een website wanneer:

- de website niet overzichtelijk is vormgegeven;
- ze te veel tekst zonder kopjes moeten lezen;
- er technische mankementen optreden;
- ze de geboden informatie niet betrouwbaar achten.

## PROFESSIONAL

### Diversiteit in interfaces belemmering:

- Met simpele zoekinterfaces is de context van het zoekresultaat vaak onduidelijk. Daarom is er ook behoefte aan geavanceerde zoekopties.
- De veelheid aan verschillende types interfaces met eigen inrichting qua structuur, indexering en zoekfuncties gaat ten koste van toegankelijkheid en gebruiksvriendelijkheid van digitaal erfgoed. Meer uniformiteit is wenselijk, maar ook meer zoekmogelijkheden (bijvoorbeeld door generous interfaces die bijvoorbeeld op kleur zoeken mogelijk maken).

### Barrières toegang

Sommige bestanden zijn niet openbaar, maar alleen tegen betaling of met een lidmaatschap toegankelijk. Wel is er soms bereidheid om te betalen, mits er aan de eisen aan het materiaal (zoals herbruikbaarheid, hoge resolutie) wordt voldaan.

### Metadata

Goede en uitgebreide metadata vergemakkelijken het werken van professionals met digitaal erfgoed. Het is van belang om de basis op orde te hebben met complete metadata. Daarnaast is informatie over de herkomst van een object (de provenance) voor deze gebruikersgroep van belang.

## ONDERZOEK

### MENU

▶ Startpagina

#### Adviezen

▶ Gebruiker voor de start

▶ Gebruiker aan de start

▶ Gebruiker bij binnenkomst

▶ Gebruiker aan de slag

▶ Adviezen voor je huidige site

▶ Adviezen bij vernieuwing van je site

▶ Terugkombezoek en gebruik stimuleren

#### Verdieping

▶ Toelichting kanalenstrategie

▶ Hoe ziet dit eruit in webstatistieken?

▶ Functionele specificaties per gedragsprofiel

▶ Matrix functionele specificaties

#### Onderzoek

▶ Gebruiker voor de start

▶ Gebruiker aan de start

▶ **Gebruiker bij binnenkomst**

▶ Adviezen voor je huidige site

▶ Adviezen bij vernieuwing van je site

▶ Terugkombezoek

▶ Over deze gids

▶ Colofon

## ONDERWIJS

**Overzichtelijke vormgeving** met een hiërarchie met hoofd- en subonderwerpen.

### Aanbod aantrekkelijk voor het onderwijs:

- Het is belangrijk om thematische selecties (dossier) met voor het onderwijs geschikte materialen aan te bieden. Het gaat om digitale erfgoedmaterialen die geselecteerd zijn op hun geschiktheid voor bepaalde leeftijdscategorieën met betrekking tot het onderwerp, het taalgebruik, de afbeeldingen en dergelijke. Het gaat meestal om 5 tot 20 foto's, video's, kunstobjecten en/of archiefstukken per selectie.
- Je kan je selecties ook aanbieden op de daarin gespecialiseerde site [geschiedenislokaal.nl](https://www.geschiedenislokaal.nl).
- Maak je selecties makkelijk vindbaar met metadata of labels met indicaties voor leeftijdscategorieën of leerniveaus. Zie voor een uitgebreide uitleg over voor onderwijs relevante termen pagina 27 - 36 van de publicatie 'Zo zorg je dat leraren en leerlingen jouw digitale lesmateriaal goed kunnen vinden'.
- Zoekmachine met filters voor namen van entiteiten (persoonsnamen of geografische aanduidingen) en die spellingsvarianten doorzoekbaar maakt.

## ALGEMEEN PUBLIEK

---

### De top-3 activiteiten op de site:

- Zoeken van informatie, afbeeldingen, video's en kaartmateriaal.
- Lezen van artikelen.
- Bekijken van online afbeeldingen en video's.

### Actief gebruik op je site (als dat gefaciliteerd wordt)

Kleine percentages van de gebruikers (tot ongeveer 10 %) noemen activiteiten waarbij ze zelf iets toevoegen, zoals het spelen van games, uploaden van eigen creaties en deelnemen aan discussies of online vragen stellen.

## PROFESSIONAL

---

### Kwaliteitseisen verschillen tussen professionals

De kwaliteit van het materiaal dient voldoende te zijn voor een specifieke toepassing. Het gaat om aspecten als volledigheid, resolutie, rechtenvrije inzetbaarheid. Als voorbeeld verschillende kwaliteitseisen:

- Gamedeveloper: previews, hoge resolutie, 3D beschikbaar, snel en eenvoudig downloadbaar.
- Wetenschapper: volledigheid, herleidbaarheid, mate van detail, uitgebreide metadata.

### Omgaan met rechten

Er is grote behoefte aan een duidelijke en uniforme set van spelregels over hoe om te gaan met auteursrechten in relatie tot het (her-)gebruik van het object.

### Herbruikbaarheid data

Voor wetenschappers is het hergebruik van data voor nieuw onderzoek belangrijk.

### Opslaan van zoekresultaten

Een optie om zoekresultaten tussentijds op te slaan in een 'Mijn-omgeving' of te kunnen downloaden.

## MENU

---

▶ Startpagina

### Adviezen

▶ Gebruiker voor de start

▶ Gebruiker aan de start

▶ Gebruiker bij binnenkomst

▶ Gebruiker aan de slag

▶ Adviezen voor je huidige site

▶ Adviezen bij vernieuwing van je site

▶ Terugkombezoek en gebruik stimuleren

### Verdieping

▶ Toelichting kanalenstrategie

▶ Hoe ziet dit eruit in webstatistieken?

▶ Functionele specificaties per gedragsprofiel

▶ Matrix functionele specificaties

### Onderzoek

▶ Gebruiker voor de start

▶ Gebruiker aan de start

▶ Gebruiker bij binnenkomst

▶ **Adviezen voor je huidige site**

▶ Adviezen bij vernieuwing van je site

▶ Terugkombezoek

▶ Over deze gids

▶ Colofon

## ONDERZOEK

### MENU

---

▶ Startpagina

#### Adviezen

- ▶ Gebruiker voor de start
- ▶ Gebruiker aan de start
- ▶ Gebruiker bij binnenkomst
- ▶ Gebruiker aan de slag
  - ▶ Adviezen voor je huidige site
  - ▶ Adviezen bij vernieuwing van je site
- ▶ Terugkombezoek en gebruik stimuleren

#### Verdieping

- ▶ Toelichting kanalenstrategie
- ▶ Hoe ziet dit eruit in webstatistieken?
- ▶ Functionele specificaties per gedragsprofiel
- ▶ Matrix functionele specificaties

#### Onderzoek

- ▶ Gebruiker voor de start
- ▶ Gebruiker aan de start
- ▶ Gebruiker bij binnenkomst
- ▶ **Adviezen voor je huidige site**
- ▶ Adviezen bij vernieuwing van je site
- ▶ Terugkombezoek

- ▶ Over deze gids
- ▶ Colofon

## Verrijken collecties

Er is behoefte aan mogelijkheden om wat professionals onderzocht of geproduceerd hebben toe te voegen aan de digitale erfgoedcollecties en/of datasets. Dit kan een belangrijke meerwaarde voor de eigen collectie betekenen.

## ONDERWIJS

---

### Digibord

De erfgoedmaterialen (met name afbeeldingen en video's) dienen bruikbaar te zijn voor projectie op een digibord.

### Herbruikbaar en rechtenvrij

Materiaal dient herbruikbaar en rechtenvrij te zijn, zodat een leerkracht deze materialen in de eigen elektronische omgeving kan plaatsen.

### Makkelijk in te zetten materiaal voor leraren

Leraren zoeken vooral materiaal dat ze gemakkelijk en snel kunnen inzetten in een les volgens thema's in een lesmethode of gekoppeld aan een fysiek bezoek aan erfgoed.



# Adviezen bij vernieuwing van je site - wat we weten uit onderzoek over de gedragsprofielen

## WAT WE UIT ONDERZOEK WETEN VAN DE GEDRAGSPROFIELEN VAN HET ALGEMEEN PUBLIEK OP JE SITE

Hoe een gebruiker zich gedraagt is afhankelijk van de rol die hij of zij op dat moment heeft (ouder, hobbyist, professional etc.). Juist het soort gebruik en gedrag is cruciaal voor de ontwikkeling en functionaliteit van digitale erfgoedvoorzieningen en eindgebruikersdiensten. Daarom heeft het Netwerk Digitaal Erfgoed de verschillende soorten van online gedrag in kaart gebracht en ingedeeld in ‘Gedragsprofielen Digitaal Erfgoed’ (zie tabel hieronder). We verdelen deze onder in ‘consumerende’ gedragsprofielen (die verreweg het meest frequent voorkomen) en ‘participerende’ gedragsprofielen, die minder frequent voorkomen en meestal specifieke functionaliteit vereisen en in het Gedragsprofiel ‘Leren in onderwijsverband’.

MENU

- ▶ Startpagina
- ▶ Adviezen
  - ▶ Gebruiker voor de start
  - ▶ Gebruiker aan de start
  - ▶ Gebruiker bij binnenkomst
  - ▶ Gebruiker aan de slag
    - ▶ Adviezen voor je huidige site
    - ▶ Adviezen bij vernieuwing van je site
  - ▶ Terugkombezoek en gebruik stimuleren




Verdieping

- ▶ Toelichting kanalenstrategie
- ▶ Hoe ziet dit eruit in webstatistieken?
- ▶ Functionele specificaties per gedragsprofiel
- ▶ Matrix functionele specificaties

Onderzoek

- ▶ Gebruiker voor de start
- ▶ Gebruiker aan de start
- ▶ Gebruiker bij binnenkomst
- ▶ Adviezen voor je huidige site
- ▶ **Adviezen bij vernieuwing van je site**
- ▶ Terugkombezoek

- ▶ Over deze gids
- ▶ Colofon

GEDRAGSPROFIEL	OMSCHRIJVING	
<b>Consumerende gedragsprofielen</b>		
	Gericht informatie verwerven	Gerichte zoekacties, gedreven door specifieke, content-gerelateerde doelen, voortbouwende op vaak bij de gebruiker al bestaande kennis over specifieke onderwerpen of om vaardigheden (verder) te ontwikkelen.
	Browsen & ontdekken	Dwalen om stil te staan bij en zich te verdiepen in objecten/zaken die interesse opwekken.
	Intens beleven	Onderdompelende ervaring en/of contemplatieve, esthetische of spirituele ervaring, die ontspant en die ‘de batterij weer oplaadt’.

## ONDERZOEK

### MENU

► Startpagina

#### Adviezen

- Gebruiker voor de start
- Gebruiker aan de start
- Gebruiker bij binnenkomst
- Gebruiker aan de slag
  - Adviezen voor je huidige site
  - Adviezen bij vernieuwing van je site
- Terugkombezoek en gebruik stimuleren

#### Verdieping

- Toelichting kanalenstrategie
- Hoe ziet dit eruit in webstatistieken?
- Functionele specificaties per gedragsprofiel
- Matrix functionele specificaties

#### Onderzoek

- Gebruiker voor de start
- Gebruiker aan de start
- Gebruiker bij binnenkomst
- Adviezen voor je huidige site
- **Adviezen bij vernieuwing van je site**
- Terugkombezoek

- Over deze gids
- Colofon

### GEDRAGSPROFIEL

### OMSCHRIJVING

#### Participerende gedragsprofielen



Creëren met objecten

Iets creëren op basis van content op het internet of uploaden eigen creaties online.



Creëren met datasets

Creëren van apps of verrijkte datasets op basis van erfgoeddata.



Cocreëren in een community

Erfgoedbeoefening online door middel van cocreatieprojecten (metadata toevoegen, foto's beschrijven etc.).



Gamen

Spelen gebaseerd op/gebruikmakend van erfgoedmateriaal. Doel kan samenvallen met ander gedragsprofiel, bijvoorbeeld serious games met leerdoelen, games om metadata te creëren bij erfgoedobjecten en dergelijke.

#### Leren in onderwijsverband



Leren

Zowel kennis en vaardigheden verwerven als doen verwerven in een educatief kader (formeel/non-formeel leren i.t.t. informeel leren).

## ONDERZOEK

### MENU

- ▶ Startpagina
- Adviezen**
  - ▶ Gebruiker voor de start
  - ▶ Gebruiker aan de start
  - ▶ Gebruiker bij binnenkomst
  - ▶ Gebruiker aan de slag
    - ▶ Adviezen voor je huidige site
    - ▶ Adviezen bij vernieuwing van je site
  - ▶ Terugkombezoek en gebruik stimuleren
- Verdieping**
  - ▶ Toelichting kanalenstrategie
  - ▶ Hoe ziet dit eruit in webstatistieken?
  - ▶ Functionele specificaties per gedragsprofiel
  - ▶ Matrix functionele specificaties
- Onderzoek**
  - ▶ Gebruiker voor de start
  - ▶ Gebruiker aan de start
  - ▶ Gebruiker bij binnenkomst
  - ▶ Adviezen voor je huidige site
  - ▶ **Adviezen bij vernieuwing van je site**
  - ▶ Terugkombezoek
- ▶ Over deze gids
- ▶ Colofon

## WAT WE UIT ONDERZOEK WETEN VAN DE GEDRAGSPROFIELEN VAN DE PROFESSIONALS OP JE SITE

### Meest voorkomende gedragsprofielen bij professionals

Gericht informatie verwerven Creëren met datasets	Wetenschappelijk onderzoekers digitale primaire bronnen Onderzoekers digital humanities/digital scholarship
Gericht informatie verwerven Browsen & ontdekken Creëren met objecten	Creatieve beroepen
Gericht informatie verwerven Cocreëren in een community	Erfgoedprofessionals

## WAT WE UIT ONDERZOEK WETEN VAN DE GEDRAGSPROFIELEN VAN ONDERWIJSGEBRUIKERS OP JE SITE

Het Gedragsprofiel Leren is van toepassing.

## Eerder gebruikte sites worden eerder weer aangeklikt

Eerder gebruikte sites worden sneller aangeklikt, wanneer deze verschijnen in de resultatenpagina van Google.

## Wat doen gebruikers met de resultaten van hun internetsessie?

- Een deel van de gebruikers doet er niet veel mee: zij lezen het en nemen het voor kennisgeving aan.
- Een deel van de gebruikers doet er wel wat mee: zij bewaren de resultaten, gebruiken het voor een artikel, opleiding of stamboomonderzoek.
- Een klein deel van de gebruikers deelt de resultaten met anderen.

### MENU

▶ Startpagina

#### Adviezen

▶ Gebruiker voor de start

▶ Gebruiker aan de start

▶ Gebruiker bij binnenkomst

▶ Gebruiker aan de slag

▶ Adviezen voor je huidige site

▶ Adviezen bij vernieuwing van je site

▶ Terugkombezoek en gebruik stimuleren

#### Verdieping

▶ Toelichting kanalenstrategie

▶ Hoe ziet dit eruit in webstatistieken?

▶ Functionele specificaties per gedragsprofiel

▶ Matrix functionele specificaties

#### Onderzoek

▶ Gebruiker voor de start

▶ Gebruiker aan de start

▶ Gebruiker bij binnenkomst

▶ Adviezen voor je huidige site

▶ Adviezen bij vernieuwing van je site

▶ **Terugkombezoek**

▶ Over deze gids

▶ Colofon

# Over deze gids

## DOEL EN DOELGROEPEN

---

### Specifieke kenmerken gebruik digitaal erfgoed

Onderzoek van het Netwerk Digitaal Erfgoed heeft aangetoond dat online gebruik van erfgoed enkele specifieke karakteristieken heeft:

- De klantreizen (ook wel customer journeys) naar erfgoed.
- Het online gedrag van gebruikers (in te delen in Gedragsprofielen Digitaal Erfgoed).

### De informatie in deze gids is gebaseerd op:

---

Algemeen publiek:

- [Kwalitatief onderzoek naar klantreizen digitaal erfgoed, februari 2020](#); Netwerk Digitaal Erfgoed.
- [Gedragsprofielen Digitaal Erfgoed \(2019\)](#); Netwerk Digitaal Erfgoed.
- [Gedragsprofielen digitaal erfgoed: de onderzoeksresultaten tot dusver](#); Netwerk Digitaal Erfgoed.
- [Samenvatting onderzoek klantreizen digitaal erfgoed](#); Netwerk Digitaal Erfgoed.
- [Gedragsprofielen Digitaal Erfgoed - functionele specificaties](#); Netwerk Digitaal Erfgoed.
- [Maak je erfgoedsite gebruiksvriendelijk: een handleiding](#); Netwerk Digitaal Erfgoed.

Professionals:

- [Marktonderzoek gebruikersgroepen Wetenschap, Creatieve bedrijven & beroepen en Erfgoedsector \(Vraagarticulatie\)](#); BMC & Cultural Motion, 2020.
- [Tussenrapportage: Professional user community](#); BMC & Cultural Motion.

Onderwijs en digitaal erfgoed:

- Website Kennisnet: [resultaten van het programma Digitaal erfgoed voor het onderwijs](#).
- Website DEN: [stappenplan Digitaal erfgoed in het onderwijs](#).
- [Zo zorg je dat leraren en leerlingen jouw digitale lesmateriaal goed kunnen vinden](#); DEN Kennisinstituut cultuur & digitale transformatie.
- [Aantrekkelijke digitaal aanbod voor het onderwijs - checklist voor culturele instellingen](#); DEN Kennisinstituut cultuur & digitale transformatie.
- [Hoe beschikbaar en bruikbaar is digitaal erfgoed voor het onderwijs?](#); DEN Kennisinstituut cultuur & digitale transformatie.

Overige onderzoeken:

- [Stand van het Nederlandse digitaal erfgoed](#) – 1-meting naar aanleiding van het Intensiveringsprogramma 2019-2021; Ministerie van OCW.
- 

## MENU

---

▶ Startpagina

### Adviezen

- ▶ Gebruiker voor de start
- ▶ Gebruiker aan de start
- ▶ Gebruiker bij binnenkomst
- ▶ Gebruiker aan de slag
  - ▶ Adviezen voor je huidige site
  - ▶ Adviezen bij vernieuwing van je site
- ▶ Terugkombezoek en gebruik stimuleren

### Verdieping

- ▶ Toelichting kanalenstrategie
- ▶ Hoe ziet dit eruit in webstatistieken?
- ▶ Functionele specificaties per gedragsprofiel
- ▶ Matrix functionele specificaties

### Onderzoek

- ▶ Gebruiker voor de start
- ▶ Gebruiker aan de start
- ▶ Gebruiker bij binnenkomst
- ▶ Adviezen voor je huidige site
- ▶ Adviezen bij vernieuwing van je site
- ▶ Terugkombezoek

▶ **Over deze gids**

▶ Colofon

## MENU

---

▶ Startpagina

### Adviezen

- ▶ Gebruiker voor de start
- ▶ Gebruiker aan de start
- ▶ Gebruiker bij binnenkomst
- ▶ Gebruiker aan de slag
  - ▶ Adviezen voor je huidige site
  - ▶ Adviezen bij vernieuwing van je site
- ▶ Terugkombezoek en gebruik stimuleren

### Verdieping

- ▶ Toelichting kanalenstrategie
- ▶ Hoe ziet dit eruit in webstatistieken?
- ▶ Functionele specificaties per gedragsprofiel
- ▶ Matrix functionele specificaties

### Onderzoek

- ▶ Gebruiker voor de start
- ▶ Gebruiker aan de start
- ▶ Gebruiker bij binnenkomst
- ▶ Adviezen voor je huidige site
- ▶ Adviezen bij vernieuwing van je site
- ▶ Terugkombezoek

▶ **Over deze gids**

▶ Colofon

## Alle resultaten gebundeld

In deze gids zijn de resultaten van een reeks gebruikersonderzoeken van het Netwerk Digitaal Erfgoed, en de daarop gebaseerde adviezen en technische specificaties om websites met digitaal erfgoedmateriaal optimaal in te richten, gebundeld.

## Doelgroepen

Deze gids is bedoeld voor de circa 1.500 tot 2.000 erfgoedinstellingen in Nederland die hun digitaal erfgoed beschikbaar stellen of willen stellen.

## DEFINITIES

---

### Digitaal erfgoed

Gedigitaliseerd en/of digital-born erfgoedmateriaal en/of informatie over digitaal erfgoed (verhalen, data).

### Onderscheid erfgoedsites en corporate sites:

- Sommige websites van erfgoedinstellingen zijn ‘corporate’ sites met bezoekersinformatie, informatie over de organisatie etc. Voor deze sites is de hier gepresenteerde informatie niet relevant.
- Veel sites van erfgoedinstellingen zijn ofwel erfgoedsites die als belangrijkste doelstelling het presenteren van digitaal erfgoed hebben, ofwel gemengde sites (met corporate informatie én digitaal erfgoed informatie). De hier gepresenteerde informatie ondersteunt een voor gebruikers optimale inrichting van deze gemengde of erfgoedsites.

## ANDERE SITES EN PUBLICATIES M.B.T. HET BEHEER VAN DIGITAAL ERFGOED

---

We verwijzen graag naar de volgende sites met informatie over het beheer van digitaal erfgoed:

- Het [Spoorboekje digitalisering erfgoedcollecties](#) met adviezen om je op weg te helpen wat betreft digitalisering.
- [Regeljerechten.nl](#) met een beslismodel auteursrechten.
- Het [datasetregister](#) geeft inzicht in de beschikbaarheid van datasets in het erfgoedveld en stimuleert daarmee het gebruik.
- [Duurzaamheid onderwijsmaterialen](#) met een stappenplan voor culturele instellingen waarmee je duurzaam digitaal lesmateriaal kunt ontwikkelen.
- [Erfgoedkit.nl](#) is een catalogus met hulpmiddelen om erfgoed digitaal te ontsluiten.