

# ICT EN MEDIABELEID



17-9-2011

Op weg naar een professioneel museum

Met de overgang van het Donghamuseum naar De Looierij gaat het Dongense museum een nieuwe fase in, waarbij het noodzakelijk wordt meer professioneel te gaan opereren. ICT en Media zijn in de huidige maatschappij belangrijke pijlers voor een succesvolle aanpak van de bedrijfsvoering, communicatie en public relations.

# ICT en Mediabeleid

DE LOOIERIJ | HISTORIE AMBACHT KUNST

## Inhoud

<b>INLEIDING</b> .....	<b>2</b>
<b>ORGANISATIE</b> .....	<b>3</b>
Bestuursverantwoordelijkheid.....	3
Verantwoordelijkheden conservator.....	3
<b>COMMUNICATIE</b> .....	<b>3</b>
Externe communicatie en Public Relations.....	4
Publieke website.....	4
De functies van de website.....	4
Bereiken gebruikers met o.a. Social Media.....	5
Statistieken, vindbaarheid en klantgedrag.....	6
Lokale en regionale media.....	7
Interne communicatie.....	8
Intranet.....	8
Nieuwsbrieven.....	8
<b>BEDRIJFSVOERING</b> .....	<b>8</b>
Administratie.....	9
Beheer collectie.....	9
<b>KERNBEDRIJF MUSEUM</b> .....	<b>9</b>
Ondersteunende ICT-voorzieningen.....	9
Computers.....	10
Audiovisuele ondersteuning.....	11
Innovatieve toepassingen.....	11
Projecten.....	12
<b>INKOOP</b> .....	<b>12</b>
Hardware.....	12
Consultancy.....	12
Mediaproducties.....	12
<b>BEHEER</b> .....	<b>13</b>
Functioneel beheer .....	13
Contentmanagement website.....	13
Telefonie en E-mail.....	13
SLA- en licentiebeheer.....	14
Technisch beheer.....	14
ICT-beheer in het museum.....	14
Beveiliging .....	14
Extern ICT-beheer.....	14

**ACTIEPUNTEN..... 16****INLEIDING**

Hoe langer hoe meer worden ICT en media belangrijker in onze maatschappij. Zelfs bij een museum, dat van oudsher toch vaak terugkijkt is het inzetten van ICT en media in deze tijd een must om in contact te blijven en te komen met de maatschappij en daarbij ook bezoekers en partners te bereiken. Maar ook voor de bedrijfsvoering is het inzetten van ICT-middelen een must. Denk daarbij aan het voeren van de administratie, het bijhouden van de collectie en de onderlinge communicatie.

In de huidige situatie is het beleid en de uitvoering van ICT- en media-activiteiten teveel versnipperd.

In dit plan en tevens adviesnota wordt een visie gepresenteerd om dit ICT en Mediabeleid vorm te geven. Ook een museum dat grotendeels afhankelijk is van vrijwilligers zal moeten professionaliseren, omdat de omgeving dit vereist en het leidt tot effectievere en efficiëntere totale bedrijfsvoering. Een goed beleid is dus noodzakelijk, omdat toezichthouders, sponsors, subsidieverstrekkers en andere partijen als randvoorwaarde stellen en er steeds minder middelen beschikbaar komen. Taken en verantwoordelijkheden zullen duidelijk moeten worden belegd.

In deze eerste conceptversie, die zal worden voorgelegd aan het bestuur ter discussie en besluitvorming, staan de contouren in van mogelijke beleidskeuzes. Om daadwerkelijk het beleid uit te voeren zullen de genoemde ideeën en oplossingsrichtingen afzonderlijk nog verder moeten worden uitgewerkt.

Uitgangspunt is dat continuïteit en kwaliteit voorop staan, maar dan wel tegen een zo laag mogelijke prijs.

Rinus Krijnen

17 september 2011

## ORGANISATIE

### Bestuursverantwoordelijkheid

Het is van belang dat de organisatie van de informatievoorziening en media goed georganiseerd worden. Binnen het bestuur zal een bestuurslid benoemd moeten zijn, die verantwoordelijk is voor alles wat in dit werkgebied speelt. Hij/Zij beheert het budget (aanschaffen, vervangen en onderhouden) en is het aanspreekpunt voor de vrijwilligers, personeel; en de externe partijen, die betrokken zijn in dit werkgebied.

Bij een goedgekeurd onderhoudsplan met een budget kan dit bestuurslid autonoom binnen dit budget handelen. Dit om de continuïteit binnen het museum te waarborgen.

Daar waar het gaat om projecten of uitbreidingen op de standaardcollectie heeft dit bestuurslid, in de rol van hoofd informatievoorziening geen inhoudelijke verantwoordelijkheid. Hij/Zij is wel verantwoordelijk voor het (laten) uitzoeken van de ICT-consequenties en kosten van projecten en uitbreidingen.

Daarnaast dient er een bestuurslid te zijn die verantwoordelijk is voor de communicatie. Deze functionaris is eindverantwoordelijk voor digitale uitingen van "De Looierij", zoals de webcontent en de digitale nieuwsbrieven. Daarnaast heeft deze functionaris ook de verantwoordelijkheid voor de totale PR en communicatie.

### Verantwoordelijkheden conservator

De conservator heeft de taak om de museumcollectie te beheren en aan te vullen en adviseert hierbij aankopen, organiseert en maakt tentoonstellingen. In die verantwoordelijkheid ontstaan er wijzigingen in de bestaande collectie en tijdelijke tentoonstellingen. Soms voert de conservator deze taken zelf uit, maar in sommige gevallen, zoals het administratief beheren van de collectie, worden er ook vrijwilligers ingezet.

Vastgesteld moet worden welke medewerkers verantwoordelijkheid hebben om de collectie te beheren in het administratiesysteem. Het gaat hier om de Buurtbank en AdLib. Dit moet formeel worden vastgelegd.

## COMMUNICATIE

Een goede communicatie is voor een museum van cruciaal belang. Zeker omdat De Looierij een beetje uit de loop ligt van het dorp zal men de potentiële bezoekers op een actieve manier moeten benaderen. Ook de interne communicatie is van groot belang. Een museum is afhankelijk van een groot aantal vrijwilligers, die ieder hun steentje bijdragen om De Looierij tot een succes te maken. Met de huidige communicatiemiddelen is het eenvoudig snel een groot bereik te hebben. Het belangrijkste is hierbij dat diegenen die zijn belast met deze zo belangrijke communicatie zeer regelmatig op onderscheidende wijze de buitenwereld opzoeken. Dat kan zijn door een grote variatie aan te brengen in de wijze waarop wordt gecommuniceerd.

## Externe communicatie en Public Relations

Externe communicatie is belangrijk om contact te houden met het publiek, de sponsors, leveranciers en vaste klanten. Externe communicatie kan langs verschillende wijzen worden uitgevoerd.

### Publieke website

De publieke website is hoe langer hoe vaker de eerste kennismaking met De Looierij als organisatie. Het is daarmee het uithangbord van het museum. Belangrijk is dat de website aantrekkelijk, wervend, informatief, overzichtelijk en altijd goed toegankelijk is. Daarnaast moet de website ook actueel zijn en voldoende aantrekkingskracht hebben, zodat bezoekers terug willen keren. Belangrijk is dus dat het contentbeheer goed geregeld is en dat bij reacties op artikelen of door het insturen van contactformulieren er adequaat gereageerd wordt.

Binnen de vrijwilligersgroep worden een aantal vrijwilligers aangewezen om de content op de website te beheren. Dit moeten er minimaal twee zijn. De één moet de ander kunnen vervangen en beiden moeten opgeleid zijn om met het CMS-tool waarin de website is gebouwd te kunnen werken.

De vrijwilligers die de website beheren zijn inhoudelijk niet verantwoordelijk voor de teksten (dat is het bestuurslid PR en Communicatie), maar ze zijn het wel als het gaat om het moment van plaatsing, aanpassing en verwijdering van het artikel en de evt. archivering.

### De functies van de website

In het begin van het internettijdperk was het vooral belangrijk aanwezig te zijn op internet, zodat ze informatie over je activiteit kunnen vinden. In de huidige tijd trek je daarmee niet zoveel bezoekers meer. Vooral als je met een website iets meer kan doen heeft dit gunstige effecten op het sitebezoek en krijg je meer terugkerende bezoekers. Bepaal uit de opsomming hieronder welke functionaliteit je de website wilt geven. Je kunt de website ook geleidelijk uitbreiden. De genoemde zaken zijn slechts een greep uit de mogelijkheden die je hebt met een website.

### CONTENT

Belangrijk is dat er relevante en actuele informatie op de website te vinden is:

- Content over het museum zelf: de indeling, de openingstijden en tarieven, de organisatie en werving vrijwilligers.
- Content over exposities (kunst, ambacht, collecties), zowel vaste collectie als projecten.
- Content over educatie
- Content overige activiteiten zoals gidswandelingen, bezoek kerktoren etc.

### MEDIA

Aan de publieke website moet eenvoudige mediacontent gekoppeld kunnen worden: filmpjes die gehost worden bij bijvoorbeeld YouTube of Vimeo, fotogalerijen en geluidsbestanden (MP3).

### TOEGANG

Toegangsmechanisme gebruikers zoals: opperlooiers, vrienden, vrijwilligers en eventueel bezoekers, waaraan verschillende rechten kunnen worden gekoppeld.

Een intranetkoppeling ten behoeve van vrijwilligers en bestuur zou tot de mogelijkheden moeten behoren. Door het beschikbaar stellen van een portaal voorkom je veel distributie van papier.

## RECLAME

De site zou met behulp van banners advertenties kwijt kunnen. Als er advertenties geplaatst worden zal er ook iemand belast moeten worden met advertenties verkopen.

## DOWNLOADS

Het moet kunnen dat bepaalde brochures of informatie beschikbaar gesteld worden via de website.

## FORMULIEREN, WAARONDER RESERVERINGEN

Het moet mogelijk zijn om formulieren te kiezen om bijvoorbeeld looier of opperlooier te kunnen worden

## WEBWINKEL

Zaken die ook te koop zijn in het museum kunnen ook aangeboden worden via de website. Klanten kunnen al ze zich bekend maken artikelen kopen. (Boeken, brochures bepaald type toegangskarten etc.) Aan de webwinkel dient er wel een betaalmodule te zitten, bijv iDEAL.

## EDUCATIE

Educatieve programma's via SmartBoards (interactieve schoolborden) vanuit de website beschikbaar stellen aan scholen als voorbereiding van een bezoek aan het museum. Je zou les- en werkprogramma's kunnen ontwikkelen rond het thema looien, de geschiedenis van Dongen of een tentoonstelling die er is. Deze lesprogramma's kunnen worden gedraaid, waarbij geen vrijwilliger daadwerkelijk bij de voorbereiding is betrokken, behalve door eenmalig de lesprogramma's op te zetten en vorm te geven.

## SERIOUS GAMING

Je zou op het web een spel kunnen (laten) ontwikkelen om spelenderwijs of in competitieverband iets te leren over een onderwerp van het museum.

## **Bereiken gebruikers met o.a. Social Media**

Social media zijn in de huidige samenleving niet meer weg te denken. Met social media maak je contact met de samenleving op een zeer effectieve, snelle manier. Het is bovendien gratis toegankelijk voor zowel de lezer als schrijver. Alhoewel een deel van de samenleving hier helemaal niets mee heeft, zal het deel van de samenleving dat dit wel heeft dagelijks toenemen. Door de grote verspreiding van tablets en PDA's zal de populariteit van social media in een hoog tempo doorzetten. Momenteel zijn Facebook, Twitter en Hyves de belangrijkste social media. Je ziet dat deze media ook tijdelijk populair blijven en weer worden ingehaald door nieuwe. Zo is Hyves nu aan het wegzakken ten koste van Facebook en staat er weer een nieuw medium Google+ in de startblokken. Het is belangrijk deze trends te volgen en tijdig te anticiperen. Het is ook van belang dat de website gekoppeld blijft aan de social media.

De Looierij heeft momenteel een eigen Twitteraccount maar nog geen Facebookaccount. Een social media-account moet worden beheerd door een medewerker van De Looierij. Uitingen op Twitter, Facebook of andere social media zijn ongeleide berichten naar de samenleving en zullen door de lezer worden geïnterpreteerd. Bij een aanstootgevend bericht kan dit leiden tot imagoschade.

Er dienen dus spelregels te worden gemaakt hoe dit wordt ingezet en er zal een gedragscode moeten worden opgesteld onder verantwoordelijkheid van PR en Communicatie.

Daarnaast kan er een requirement zijn dat social mediaberichten worden gegenereerd uit het CMS-tool. Dit betekent dat nieuwe berichten op de website automatisch een tweet of bericht in Facebook tot gevolg heeft. Voordeel hiervan is dat men niet hoeft na te denken bij het plaatsen van een bericht op de website, dat er ook nog een tweet of Facebookbericht geplaatst moet worden. Het nadeel van gegenereerde berichten is dat ze vaak te onpersoonlijk zijn en niet de aandacht van de volger krijgen.

## FACEBOOK

Facebook is een community-site waarbij het mogelijk is mensen samen te brengen rond De Looierij (vrienden). Naast korte berichten kunnen ook evenementen worden aangekondigd en kan men zich zodanig presenteren dat dit aantrekkingskracht heeft op de omgeving. Een zeer wijdverspreid medium, dat voor allerlei zaken wordt ingezet. Het is wel van belang goed nadenken hoe een Facebookaccount op te zetten. Belangrijk is hiervoor een moderator te vinden binnen de vrijwilligers.

## TWITTER

Momenteel is er al een twitteraccount, maar nog niet echt in gebruik. Met Twitter bereik je door tweets volgers die hebben aangegeven dat ze je interessant vinden. Bovendien door het gebruik van hashtags (#) gekoppeld aan een woord in de maximaal 140 tekens tellende berichttekst voedt men de zoekmachine van Twitter, waardoor geïnteresseerden op het zoekcriterium met de hashtag jouw tweets zullen vinden en mogelijk follower (volger) willen worden. Iedereen met internet kan op Twitter komen. Eenmaal volger, dan krijg je alle berichten van de Looierij automatisch aangeboden. Het is ook mogelijk een verwijzing (link naar een artikel of document) aan te brengen in een tweet. De beperking van 140 tekens is tevens het grote voordeel. In tegenstelling tot mail worden de korte berichten wel door volgers gelezen en afhankelijk van de aantrekkelijkheid gebeurt dit ook met de bijlagen.

## YOU TUBE

You Tube is niet meer weg te denken op het internet en wordt in brede kring gebruikt. Meestal om filmpjes te bekijken, maar je kunt You Tube ook gebruiken als een social medium, waarbij je aankondigingen doet in de vorm van een videoboodschap. Het aankondigen van tentoonstellingen en activiteiten kunnen door een videoboodschap een breed publiek trekken. Ook kan YouTube gebruikt worden om op de site een aantal zaken toe te lichten of voor verdieping te zorgen bij de collectie (Zie ook QR-codes).

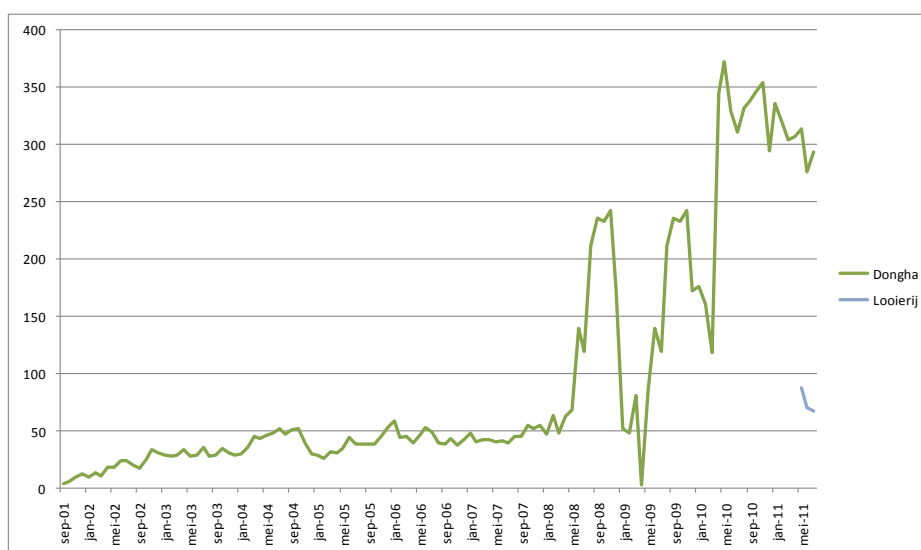
## MOBIEL INTERNET

Internet op de mobiele telefoon wordt in Nederland hoe langer hoe populairder. Ook al zullen de kosten op korte termijn stijgen. Dit zal hooguit voor een lichte stagnatie zorgen. Van alle telefoons die verkocht worden is ongeveer 50% voorzien van een data-abonnement. Het nadeel van internet gebruiken op de mobiele telefoon zijn de beperkingen van het scherm. Vaak moet je gaan inzoomen om de site te kunnen overzien en sommige plugins zullen ook niet werken. Hoe langer hoe vaker zie je dat voor de kleine schermen en tablet-PC's afzonderlijke presentatielagen worden gegenereerd. Het voordeel is dat de gebruiker op z'n mobieltje een overzichtelijke website krijgt gepresenteerd. Misschien niet direct, maar binnen een aantal jaren zal de Nederlander meer internet bereiken via een mobieltje dan van achter de PC. Daar moet je met je website wel op in kunnen spelen.

## **Statistieken, vindbaarheid en klantgedrag**

### STATISTIEKEN

Om het bezoek op de site te kunnen meten is het statistisch vastleggen van het bezoek een goede graadmeter. Ook wanneer De Looierij zou gaan overwegen om advertenties te plaatsen (banning) is het van belang dat de adverteerders weten hoe vaak de site of banner wordt bezocht. Een goed statistisch pakket geleverd door de hostingpartij (Zimniak) is van belang.



Afbeelding 1: Unieke bezoekers Dongha Museum en De Looierij 2001-2011 per maand

Er zitten twee dips in de grafiek. In april 2009 en april 2010 heeft de Concepts-site er drie weken uit gelegen (!). Vooral sinds 2008 zie je een sterke stijging omdat door inzet van breedband (via TV) het gebruik van internet sterk is toegenomen. Het aantal bezoeken in het algemeen is maar zeer matig.

#### VINDBAARHEID EN KLANTGEDRAG

Het is van belang dat De Looierij goed te vinden is op het internet. Zoek je op “Looierij” in Google dan is “De Looierij” nu de vijfde hit; op het zoekcriterium “De Looierij”, “Dongha museum” en “Museum Dongen” dan is De Looierij de eerste hit. Dit is prima.

Virtual behaviour (Virtueel klantgedrag) volgen is een nieuwe tak van sport in de ICT. Daarmee kun je onderzoeken en volgen hoe over De Looierij binnen social media en op het internet wordt gedacht. Dit kan van belang zijn als blijkt dat er een negatieve teneur dreigt of er een vorm van stemmingmakerij is. Hierop kan dan adequaat via de social of vertrouwde media worden gereageerd.

Wellicht nu nog te vroeg en te kostbaar om in te zetten, maar over een aantal jaren zal dit meer gemeengoed gaan worden.

#### Lokale en regionale media

De meeste bezoekers, sponsors en potentiële bezoekers komen uit Dongen en omstreken. Niet iedereen zoekt het museum op via internet of een social medium en daarom is het van belang om de conventionele media ook in te schakelen bij berichtgeving. Dit om een zo breed mogelijk publiek te bereiken.

#### KABELKRANT

Eén van de conventionele media is de kabelkrant. De kabelkrant is onlangs verhuisd van het analoge TV-kanaal naar een digitaal TV-kanaal bij Ziggo, waarmee het technisch gezien meer mogelijkheden heeft. Het is geen lokale TV-omroep, maar heeft nu wel de mogelijkheid om bewegende beelden uit te zenden. Maak altijd gebruik om in ieder geval persberichten aan de kabelkrant KK9 door te geven.

#### LOKALE WEBSITES

Dongen kent momenteel drie lokale websites: Dongenhomespot.nl, Dongen.Nieuws.nl en Dongen Dichtbij van BNDeStem. Vooral de eerste twee sites brengen alle nieuws dat ze krijgen aangeboden. Maak hier



goed gebruik van, want bijv. DongenHomespot kent dagelijks gemiddeld meer dan 500 unieke bezoekers.

#### NARROWCASTING

Narrowcasting wordt in Dongen momenteel nog uitsluitend (ongeveer) toegepast in het gemeentehuis. Het is het tonen van beeld op (grote) schermen in openbare ruimten of buiten, waarbij de eigenaar van het scherm bepaalt wat er te zien is. De gemeente heeft een tijdje het idee gehad om dergelijke narrowcastingschermen te plaatsen. Narrowcasting wordt ook weleens ingezet bij grote evenementen (volgens mij heeft makelaar v.d. Bosch een groot buitenscherm) en toegepast als een kabelkrant. Het Donghamuseum zou ook content kunnen maken, die geschikt is voor het tonen van narrowcasting. Dit in de vorm van ideële reclame.

#### KRANTEN EN TIJDSCHRIFTEN

Tijdschriften over Dongen zijn er niet echt, maar er worden een aantal huis-aan-huisbladen bezorgd (Het Kanton en het Weekblad voor Dongen) en de regionale dagbladen BNDeStem en het Brabants Dagblad. Het onderhouden van een goede relatie met de plaatselijke pers zorgt ervoor dat er regelmatig stukjes in de kranten kunnen verschijnen.

### Interne communicatie

Het is van belang om vrijwilligers en bestuur goed op de hoogte te brengen en houden over de voortgang in De Looierij. Regulier zullen er vergaderingen zijn waarin stukken worden verspreid en regelmatig zullen medewerkers, vrijwilligers en bestuur op de hoogte van ontwikkelingen worden gebracht.

#### Intranet

Wanneer het mogelijk wordt om vrijwilligers als gebruikers op te voeren op de website kan er een intranet worden ingericht. Delen van de website kunnen worden afgeschermd voor specifieke gebruikers en de website gebruiken om documenten te delen. Dit voorkomt het verspreiden van documenten op papier. Gebruikers krijgen een username en password. Ook voor evt. aankopen is een persoonlijke toegang aan te bevelen (Ken uw klant).

#### Nieuwsbrieven

Via een mailbestand van alle medewerkers kunnen nieuwsbrieven worden verspreid.

Hierbij gaan we ervan uit dat iedere betrokkene via een mailadres bereikbaar is. In het uiterste geval wordt de nieuwsbrief uitgeprint en bezorgd.

Het CMS-tool zou moeten kunnen ondersteunen bij het verzenden van mail in de vorm van nieuwsbrieven.

### BEDRIJFSVOERING

Met de bedrijfsvoering bedoelen we de financiële huishouding, het beheer van de collectie en de correspondentie, die in het museum wordt gevoerd. Hiervoor worden door specifieke medewerkers of vrijwilligers pakketten gebruikt. Het is van belang dat deze informatie niet toegankelijk is voor ongeautoriseerde medewerkers. Voor dit doel worden pc's gebruikt, die voorzien moeten zijn van een autorisatieschil, zodat men minimaal persoonlijk moet inloggen met username en password. Aangezien het reconstrueren van deze administratie kostbaar is, zal men deze moeten backuppen en de backup buiten het pand moeten bewaren. Dit kan via een externe harddisk, USB-schijf, maar veiliger is dit in the cloud of bij een provider te doen. Hier moet een proces worden afgesproken en een besluit over worden genomen.

De administratieve medewerkers kunnen volstaan met één centrale (multifunctionele) netwerkprinter, mits de taken in elkaars nabijheid plaatsvinden. Als er meer pc's worden gebruikt is het handig om een peer-to-peer netwerk te leggen tussen de pc's en de printer, zodat vanaf alle werkplekken direct kan worden geprint.

### **Administratie**

In het museum worden administratieve taken uitgevoerd. Daarbij maakt men gebruik van standaardpakketten, zoals kantooradministratiesoftware en een tekstverwerker. Externe papieren correspondentie dient zorgvuldig te zijn opgemaakt en daarvoor moeten er tekstsjablonen worden ingezet om de gebruiker te helpen bij de opmaak. Als deze er al zijn, moeten ze breed verspreid worden. De sjablonen voor externe communicatie moeten voldoen aan een aantal vormafspraken, om als rechtsgeldig te worden aanvaard. Zo zal het bankrekeningnummer en het inschrijvingsnummer van de KvK ergens in de kantlijn moeten worden opgenomen.

Wil De Looierij overwegen geen kleurenprinter in te zetten, dan zou men ervoor kunnen kiezen om het basis briefpapier met kleurenlogo en sponsorvermelding voor te laten drukken en dit in één van de printerbakken te doen. Nadeel van het gebruik van voorgedrukt papier is, dat wanneer er iets verandert, de voorraad van dit papier waardeloos wordt en het basis briefpapier opnieuw moet worden gedrukt.

### **Beheer collectie**

De collectie wordt geadmistreerd in een daarvoor bestemde toepassing AdLib. Momenteel wordt de collectie standalone geadmistreerd op een pc en een backup gemaakt op een USB-stick.

Vastgesteld moet worden welke medewerkers verantwoordelijkheid dragen om dit bestand te onderhouden. Dit moet formeel worden vastgelegd.

## **KERNBEDRIJF MUSEUM**

Een museum zonder ICT-middelen in te zetten is in de huidige tijd ondenkbaar. Puur statisch weergeven van de tentoongestelde collectie past niet meer in het huidige tijdsbeeld. Bezoekers verwachten geprikkeld te worden door verrassing en moeten keuzes kunnen maken hoe diep men geïnformeerd wil worden bij het zien van de tentoongestelde collecties. Gebruikelijk waren al de beschrijvingen naast de tentoongestelde spullen, maar hoe langer hoe meer gaat men hierin verder om de bezoeker meer te betrekken en trachten te boeien. Met een sterke visuele en auditieve aanpak blijven de scènes ook langer hangen en leren de bezoekers ook meer. Zo worden vaak situaties in scene gebracht of ondersteund met een filmpje, al dan niet bedienbaar door de bezoeker zelf. Geavanceerder is om de scene te mengen met projecties, waardoor een nog meer levendige voorstelling ontstaat. Zeker omdat De Looierij voornamelijk een themamuseum is, zou men de bezoeker een soort costumer journey willen bezorgen door het thema heen. Dat doet men door de collectie in een logische looproute op te stellen, maar kan ook technisch ondersteund worden. De kunst hiervan is om de juiste maatvoering te vinden. Er zijn tal van zeer kostbare mogelijkheden, maar vaak zijn veel goedkopere en eenvoudigere middelen te vinden om dit effect ook te kunnen bewerkstelligen. Hier moet een balans in worden gevonden, waarbij het belangrijk is dat de conservator de juiste afwegingen kan maken van het gebruik van deze middelen binnen het beschikbaar gestelde budget.

### **Ondersteunende ICT-voorzieningen**

Om een in het oogspringende scene of tentoonstelling op te zetten zal men eerst vast moeten stellen wat het getoonde of uit te beelden is, waarom het moet worden tentoongesteld en hoe men dit op het publiek wil laten overkomen. Daarbij stelt men ook vast of het een statische voorstelling wordt of dynamisch. Bij dynamisch kan het betekenen dat objecten bewegen (draaischijven, robots en machines

die moeten werken) of dat de bezoeker met behulp van ICT en media-ondersteuning gevraagd wordt de voorstelling te bedienen of een interactie doet met de voorstelling. Het bedienen is vaak niet meer dan het aan- of uitzetten van de middelen. Bij deze vorm van presentatie is enkel de besturing een punt van aandacht. Zet de bezoeker zelf de voorstelling aan, wordt het bediend door detectie of draait het continu.

Wanneer interactie gevraagd wordt zal de bezoeker keuzes krijgen voorgeschoteld: doe ik het wel, doe ik het niet, hoe ver ga ik hierin? Veel onderdelen van de tentoonstelling zullen met behulp van pc's, tv- en projectieschermen, geluid, beamers en touchscreens worden ondersteund. Belangrijk hierbij is ook de maatvoering van al deze middelen. Het museum moet geen kermis worden en de middelen moeten elkaar niet in de weg zitten door bijvoorbeeld geluidsoverlast van elkaar. Niet alleen bij de opstelling maar ook bij de inrichting hiervan moet hiermee rekening gehouden worden. Er zullen middelen ingezet kunnen worden om onderlinge geluidsoverlast te beperken: volume laag, demping, koptelefoons, geluidsdouches, antigeluid.

Het is van belang om een goede inventarisatie te maken van de beschikbare hulpmiddelen. Een lijst met gegevens over de ICT- en mediavoorzieningen: Merk, type, aanschafdatum, prijs, garantie, leverancier, afschrijfdatum, logboek beheer, functionele en technische beschrijving. Deze lijst is onder beheer bij de coördinator media en moet regelmatig besproken worden in verband met investeringsafwegingen zoals vervanging en uitbreiding.

Daar waar kwetsbare ICT-voorzieningen zijn ingezet op belangrijke onderdelen van het museum moet men afwegen wat reserve-apparatuur beschikbaar te houden, zodat snel kan worden gehandeld wanneer bijvoorbeeld een scherm of pc uitvalt. Het is dus van belang dat computers (ongeveer) dezelfde gebruiksmogelijkheden hebben om uitwisselbaar te kunnen zijn. Daarmee wordt bedoeld dat de versie van het besturingssysteem en de audio en video-instellingen op elkaar aansluiten.

#### WENSEN EN EISENFORMULIER ICT-HULPMIDDELEN

Als een scene of tentoonstelling wordt ontworpen zal de conservator en de medewerkers moeten vaststellen wat men wil inzetten aan mediamiddelen. Daarvoor zal een apart formulier moeten worden ontworpen waarop exact staat wat men wil bereiken en eventueel hoe. Deze lijst moet met een vrijwilliger die belast is met de coördinatie van de mediamiddelen in het museum worden doorgenomen, zodat een lijst met requirements ontstaat. Daarop kan deze coördinator verder nagaan welke ICT-hulpmiddelen er voor nodig zijn en prijsopgave gaan doen.

Nadat dit is gedaan en op haalbaarheid en budget is afgestemd met de conservator wordt dit in de begroting van de scene of tentoonstelling opgenomen, zodat het bestuur een besluit kan nemen.

#### **Computers**

Er zijn nogal wat scenes die worden ondersteund met computers waarop een film of presentatie staat die de scene ter plekke ondersteunt. Dat kan geïntegreerd zijn in de scene of er buiten. Veelal worden hiervoor computers gebruikt. Deze computers kunnen in principe stand-alone ingezet worden. Hierbij moet worden nagedacht over de besturing van het geheel. Kunnen voorstellingen door de medewerkers met één knop of handeling worden aan- of uitgezet of moet dit per ingezet middel worden gedaan? Bij computers betekent het vaak dat uitzetten van het apparaat nog wel zonder problemen kan door de stroom eraf te halen, maar aanzetten betekent vaak dat men in menu's keuzes moet maken. Als alle ict-middelen op deze laatste wijze moeten worden bediend is het een hele toer om het museum op te starten. Aan- en uitzetten moet eigenlijk met één knop kunnen. Bij het ontwerp van de voorstelling moet hier rekening mee worden gehouden.

## WIFI

In het museum is internet aanwezig. Om bezoekers te ondersteunen tijdens het bezoek, bijvoorbeeld bij de leestafel of het gebruik van QR-codes is het prettig dat de bezoeker gebruik kan maken van gratis internet. Een WIFI-hotspot brengt uitkomst wanneer de bezoeker iets wil opzoeken. Aangezien interactie hoe langer hoe belangrijker wordt, is dit een goede en aantrekkelijke service, die relatief goedkoop is in te richten. Het is wel aan te bevelen dit te doen door een code af te geven i.p.v. een onbeveiligd netwerk.



Afbeelding 2

## Audiovisuele ondersteuning

Geluid en beeld zijn in een modern museum niet weg te denken. Er wordt gebruik gemaakt van beamers, versterkers, pc's, videoschermen en mediaplayers om scènes en tentoonstellingen van extra informatie te voorzien of interactie mogelijk te maken. Beamers hebben lampen met een beperkte levensduur. Hier moet zorgvuldig mee worden omgesprongen en in ieder geval of een reservelamp of reservebeamer beschikbaar zijn bij uitval.

## Innovatieve toepassingen

Een museum kan ook niet zonder innovatie. Juist de ICT geeft mogelijkheden om veel meer mensen te bereiken, die zich niet standaard tot de doelgroep rekenen. Door met ICT-middelen deze mensen te trekken krijg je een verjonging van het publiek. Telkens zijn er weer nieuwe dingen die ervoor zorgen dat je met deze schijnbaar onbereikbare groep contact kunt leggen. Het is van belang om deze innovaties te volgen en ook proberen zo snel en effectief mogelijk in te zetten. Je zult dus iets aan trendwatching moeten doen om te ontdekken wat er speelt en wat het voor De Looierij kan betekenen.

## GEBRUIK QR-CODES



Afbeelding 3: een QR-code

We hebben eerder bedacht om wellicht de looproute van het museum te ondersteunen met hulpmiddelen, zoals tablet-PC's. Daarop zou dan een verdieping te zien zijn van de tentoongestelde scènes in het museum.

Nadeel van deze oplossing is dat het duur is, onhygiënisch, onderhoudsgevoelig en beheersmatig moeilijk. Je zou naast elke scene op een geplastificeerd vel papier een QR-code kunnen presenteren, waarmee de bezoeker met zijn eigen device (PDA, Tablet, misschien wel laptop)

QR-codes zijn codes die je op een poster, tijdschrift of wat dan ook kunt aantreffen. Het is de bedoeling om deze code met je PDA of mobiel met internet te spotten met de ingebouwde camera, waarop met behulp van de informatie van de code direct een website, beschrijving of filmpje te openen op de telefoon, PDA of tabletpc. En dat is dan de link naar de scene waar de bezoeker naar zit te kijken. Zo krijgt de bezoeker zelf de verdieping van de scènes de verdieping te zien op zijn eigen spullen, zonder moeite. Als je dan ook nog een Wifi-hotspot in het museum hebt, kunnen de meeste bezoekers gratis deze informatie inzien. De content van deze webadressen kun je bij je eigen provider hosten en eventueel wat afschermen.

QR-codes zijn gratis en rechtenvrij te genereren, dus deze actie kost niets, behalve de aanschaf van een WIFI-hotspot en het maken van de content.

## Projecten

In principe is het proces voor aanvragen van ICT en Mediamiddelen bij een project (een tentoonstelling bijv.) hetzelfde als bij een tentoonstelling van de vaste scènes. Ook hier dient een wensen- en eisenpakket worden voorgelegd om akkoord te worden bevonden. Het is wel zaak wat terughoudend te zijn bij extra aanschaf van ICT- of mediamiddelen. Hierbij moet men zoveel mogelijk denken in termen van hergebruik.

## INKOOP

Regelmatig zullen ICT- en mediahulpmiddelen moeten worden aangeschaft. Belangrijk is dit jaarlijks goed te begroten, om tegenvallers te voorkomen. Naast ICT- en mediamiddelen zullen wellicht ook externe partijen worden ingehuurd om De Looierij verder te helpen (consultatie) en het opzetten van mediaproducties voor het museum zelf of als ondersteuning in PR en communicatie. Het budget wordt beheerd door het bestuurslid dat belast is met informatiemanagement.

## Hardware

Aanschaf van hardware is een op zichzelf staande activiteit. Hoewel het aan te bevelen is met vaste leveranciers te werken, is dit geen must. ICT- en mediamiddelen kunnen erg uiteenlopend in prijs zijn en vanwege budgettaire overwegingen gekocht worden op de goedkoopste plek. Het is mede daarom van belang de middelen goed te inventariseren. Service en aanschaf zijn twee begrippen. We gaan ervan uit dat aangeschafte middelen een standaard garantieperiode kennen. In principe bij een storing het apparaat laten repareren door of via het originele verkooppunt. Bij aanschaf moet men goed letten op de specificaties. Vooral in vaste opstellingen is duurzaamheid van de middelen een belangrijke kwalificatie.

## Consultancy

Om bepaalde expertise in te huren zal De Looierij soms gebruik moeten maken van externe consultants. Consultancy is niet goedkoop. Vooraf moet het bestuur vaststellen of de kwaliteit niet kan worden ingezet door eigen vrijwilligers. Het is aan te bevelen op bepaalde kennisgebieden vrijwilligers te trachten aantrekken, om externe consultancy tot een minimum te beperken. Wordt er wel een externe consultant ingehuurd, dan moet de taakomschrijving helder en SMART zijn om onnodige kosten te voorkomen.

## Mediaproducties

Het maken van mediaproducties is een vak. Voor een aantal zaken kan volstaan met producties door vrijwilligers, maar voor een professionele productie zal De Looierij dit toch moeten uitbesteden. Op zich gelden hiervoor dezelfde voorwaarden als bij "Consultancy". Vooraf bepalen wat het budget is en dit ook afstemmen met het productiebedrijf. Hier is een goede relatie met de leverancier nog belangrijker, omdat de producent haarfijn moet aanvoelen wat de bedoeling wordt van de productie. Het museum hanteert een shortlist van mediaproductanten op basis van prijs, relatie en kwaliteit.

## BEHEER

Met beheer wordt bedoeld het in stand houden van de bestaande dienstverlening en het onderhouden ervan. Functioneel beheer wordt uitgevoerd door vrijwilligers en medewerkers door te werken met de beschikbare middelen. Technisch beheer zorgt ervoor dat de middelen technisch beschikbaar blijven of zodanig worden aangepast dat aan nieuwe functionele eisen kan worden voldaan. Technisch beheer wordt uitgevoerd door vrijwilligers, medewerkers en externe partijen.

### Functioneel beheer

De functioneel beheertaken liggen op het beheren van de ICT-middelen: Internet, telefonie en mail, maar ook het bijhouden van afspraken met leveranciers en licenties.

#### Contentmanagement website

Een belangrijke taak is het onderhouden van de website. In principe is dit een vrijwilligerstaak die bij verschillende vrijwilligers is belegd. De vrijwilliger hoeft geen echte technische kennis hebben, maar wel de artikelen moeten kunnen aanpassen. Daarvoor wordt het CMS-tool gebruikt dat qua complexiteit te vergelijken valt met een uitgebreide tekstverwerker. De contentmanagers moeten opgeleid zijn om dit werk goed te doen. In verband met de continuïteit is het belangrijk dat de contentmanagers elkaar kunnen vervangen bij vakantie ziekte of anderszins. Contentmanagers moeten worden opgeleid door learning on the job of een korte cursus bij de CMS-leverancier.

#### MODEREREN SOCIAL MEDIA

Als Twitter, Facebook, YouTube of Google+ wordt ingeschakeld zal er een moderator moeten worden benoemd die waakt over de tweets en facebookberichten om eventueel hierop te reageren. Hiervoor dient een gedragscode in acht genomen te worden: niet persoonlijk worden, niet schelden of beledigen, geen extreme gevoelens tonen.

#### Telefonie en E-mail

De telefoon moet worden opgenomen en anders doorgeschakeld worden naar een telefoonbeantwoorder. Ook e-mail naar De Looierij moet regulier worden geopend en beantwoord. Men moet afspraken maken wie de telefoonbeantwoorder afluistert. Dat kan dezelfde medewerker zijn die ook de mail beantwoordt.

Vastgesteld is dat er drie mailboxen zijn: info, conservator en vrienden.

De info@delooierij.nl-mail wordt tweemaal per week gelezen in het museum door een vaste groep vrijwilligers en bestuurders die dit met elkaar hebben afgestemd. De mail is op te halen vanaf de administratie-PC, via de gebruiker "Administratie". Er zijn een aantal submapjes gemaakt in de inbox van outlookmail: Alle leden van het bestuur hebben een mapje, en er zijn mapjes voor de administratie (Mieke), groepsbezoeken en groepsbezoeken op aanvraag, gidswandelingen en de conservator (Nancy).

De werkwijze is dat de mailbeheerders of bestuursleden eventueel thuis via webmail constateren dat er mail is ontvangen. Deze mail mag dan (behoudens spam), niet worden verwijderd, maar kan alvast wel door de betrokkene naar zichzelf worden doorgestuurd, als er een urgent bericht binnen komt. Door het checken via webmail voorkom je mogelijk een extra ritje naar het museum als je constateert dat er geen dringende zaken in de mailbox zitten.

Spelregels mail voor de mailbeheerder die tweemaal per week de mail officieel checkt.

- Binnenkomende mail ontdoen van SPAM
- Sorteren van de mail naar de inboxen van de medewerker waarvoor het bericht bestemd is.

- De berichten doorsturen naar de privémailadressen van de betrokkene.

Als een bestuurslid, de conservator of de administratrice in het museum is, kan hij of zij de eigen inbox checken en opruimen.

### **SLA- en licentiebeheer**

Met reguliere leveranciers dienen service level agreements (SLA) te worden opgesteld en ondertekend. Een SLA is een type overeenkomst waarin afspraken staan tussen aanbieder en afnemer van een dienst of product. Er wordt afgesproken wat de prestatie-indicatoren en kwaliteitseisen zijn van de te leveren dienst of product, om deze later te kunnen toetsen. In een SLA worden de rechten en plichten van beide partijen omschreven. Een SLA kan als afspraak bestaan tussen een externe (leverancier) en De Looierij.

Wanneer software niet freeware of shareware is, zal de software moeten worden aangeschaft. Deze licenties kunnen betrekking hebben op het besturingssysteem van computers, -meestal als OEM-pakket meegeleverd met de PC, dus niet van toepassing- officetoepassingen en specifieke toepassingen voor De Looierij zoals AdLib en de buurtbanksoftware. De licenties dienen te worden geregistreerd en te worden bijgehouden.

### **Technisch beheer**

Technisch beheer is in een aantal zaken uiteen te trekken. Het onderhoud van de ICT- en mediamiddelen in het museum en de zaken die buiten het museum bij derden worden bekeerd.

### **ICT-beheer in het museum**

In het museum zijn computers, schermen, printers en evt. routers geplaatst om de collectie en het museum op ICT-gebied te ondersteunen. Regelmatig zullen deze door de ICT- en mediabeheerder moeten worden gecheckt. Kleine reparaties, verandering van instellingen, verhelpen storingen en vervangen van lampen, cartridges etc. gebeurt door de beheerder. Als de beheerder constateert dat iets stuk is wat niet door hemzelf kan worden gerepareerd zorgt hij dat het betreffende apparaat wordt gerepareerd. Reparaties gaan ten laste van het onderhoudsbudget. In sommige gevallen dienen reserveonderdelen in het museum aanwezig te zijn.

Daar waar externe partijen moeten worden ingeschakeld om het beheer te ondersteunen wordt een SLA gesloten met een aantal vaste partners. Belangrijke criteria zijn inzetbaarheid, operationele betrouwbaarheid, prijs en kwaliteit.

### **Beveiliging**

Het museum is een inbrekersgevoelige plaats. Een alarminstallatie met doorvermelding is voor het museum onontbeerlijk. Eventueel kan men de kosten van doorvermelding (telefonisch via SMS) opvangen door een verantwoordelijke bestuurder of vrijwilliger als aanspreekpunt te benoemen. Er kan ook besloten worden om dit aan een schademeldcentrale uit te besteden.

Computers en andere media-apparaten dienen uit de directe bewegingsomgeving geplaatst te worden van de bezoeker om onoordeelkundig gebruik en storingen te vermijden.

### **Extern ICT-beheer**

Er is een besluit door Stichting Dongha Heem genomen om de gehele ICT rondom de website uit te besteden aan derden.

Dit heeft nogal wat consequenties. De belangrijkste reden om deze keuze te maken is, dat het lijkt dat door een abonnement te nemen tegen een vaste prijs, alle ICT-perikelen buiten de deur liggen en een

provider hierop kan worden aangesproken. In de praktijk is dit veel complexer. Door zowel hosting als het CMS-tool bij één provider te leggen verhoog je de afhankelijkheid. Als gebruiker word je afgeschermd van de hostingpartij, waarbij je intellectuele eigendom (de database) dus buiten je bereik ligt. Gaat de provider failliet, dan is het maar de vraag of je website in de lucht kunt houden.

In eerste instantie lijkt het wat de website gaat over de vormgeving te gaan. De meeste CMS-tools kennen een flexibele presentatielaag, waardoor in de meeste gevallen aan de wensen en eisen van de vormgever kunnen worden voldaan. Maar elk standaardoplossing kent zijn beperkingen. Als echt moet worden afgeweken van de standaard in te stellen parameters, praat men over maatwerk. Maatwerk valt buiten het abonnement en is per definitie duur. Het levert ook mogelijk problemen op bij een upgrade van het CMS-tool. Het is dan ook van belang dat de vormgever vooraf de beperkingen van het pakket onderschrijft om met de mogelijkheden rekening te houden. De kosten kunnen anders fors oplopen. (Hier is het bij de eerste implementatie in 2010 op mis gegaan.)

Over deze zaken ontstaat ook vaak onenigheid met de provider. De gebruiker denkt dat de aanpassingen binnen het servicepakket zitten, en is niet echt bereid voor een 'simpele' aanpassing te betalen of water bij de wijn te doen. Het is dus bij een abonnement van groot belang te weten wat wel en niet mogelijk is. De kosten van het abonnement laten namelijk maatwerk niet toe. De marges zijn simpelweg te klein.

Je neemt dus een standaarddienst af. Het aangeboden CMS-tool kent uiteraard beperkingen en "De Looierij" als gebruiker heeft uiteraard geen invloed op de ontwikkelingen binnen de CMS-omgeving. Ook het hebben van een testomgeving bij nieuwe ontwikkelingen betekent extra kosten. Dat houdt in dat mogelijke wensen of eisen die in de tijd ontstaan, mogelijk niet geïmplementeerd kunnen worden, wellicht ook omdat de ontwikkelingen van het CMS-tool dit (nog) niet aan kunnen. De vraag is natuurlijk of De Looierij ooit wijzigingen wil doorvoeren die met de dan ontwikkelde standaarddienst niet af te nemen zijn, maar het is wel een consequentie. Wil je namelijk perse iets doorvoeren waarin het CMS-tool niet voorziet, is dit slechts mogelijk door dure maatwerkoplossingen.

Het laatste nadeel is de afhankelijkheid die bij outsourcing ontstaat. Als de provider niet aan zijn financiële verplichtingen kan voldoen, heb jij er als gebruiker direct last van. Het gevolg zal zijn dat de provider niet aan de afgesproken dienstverlening (vastgelegd in een SLA, een servicelevel agreement) kan voldoen. Wat zijn de sanctiemogelijkheden van De Looierij?

Vastgesteld moet worden hoe je het intellectuele eigendom kunt behouden, zonder dat het de consequentie heeft alles opnieuw op te moeten zetten bij een eventueel faillissement van de provider. Meestal voeren CMS-providers niet zelf de hosting uit, maar gaan in zee met vaste partners. Daar draait de hardware. We zullen inzicht moeten hebben uit continuïteitsoogpunt hoe de verhoudingen zijn tussen provider en hostingpartij.

Het CMS-tool zelf beheren, zoals in de eerste opzet de bedoeling was, kent ook voor- en nadelen. Het voordeel is dat je zelf verantwoordelijk bent over de opmaak en opzet van de site en dat je daarmee kosten kunt besparen. Bij gebruikmaken van een open-source CMS-tool zijn er zelfs geen kosten verbonden aan het onderhouden van de CMS-omgeving. Wel dien je kennis van het CMS-tool in eigen huis te hebben. Niet alleen van de content, maar ook van beveiliging, updates etc. Dat is redelijk specifieke kennis en niet altijd beschikbaar onder vrijwilligers. Vandaar dat dit een groot risico is, waarvoor je te afhankelijk wordt van één of twee personen. Je zult dus wel moeten kiezen voor het uitbesteden van de website.

## TELEFOON EN INTERNET

De telefonie is standaard uitgevoerd en wordt gehost door: XXX. Aan de telefoon hangt een antwoordapparaat, dat op locatie moet worden afgeluisterd. Er zijn mogelijkheden telefonie in te richten waarbij op afstand het antwoordapparaat kan worden beluisterd. Als het huidige antwoordapparaat



regelmatig wordt afgeluisterd en de berichten op een correcte wijze worden opgevolgd kan de huidige configuratie volstaan. Het is wel van belang -uit klantvriendelijkheid- dat het afluisteren en beleggen van de opvolging zorgvuldig wordt gedaan.

Om met het internet verbinding te maken is een provider nodig. De Looierij zit bij HetNet om de verbinding met Internet te maken. In principe maakt het niet uit bij welke provider dit is ondergebracht. Mogelijk dat een contract met een alles-in-één pakket goedkoper kan uitpakken.

#### HOSTING WEBSITE

In het algemeen zullen hostingondernemingen niet gauw omvallen, omdat het bij bewezen diensten een weinig fluctuerend businessmodel kent. Als een hostingbedrijf in de problemen dreigt te komen, wordt de dienstverlening eigenlijk altijd overgenomen door een ander bedrijf. Dan veranderen er wel dingen, maar de continuïteit is meestal geborgd. Als je zelf de hostingpartij kiest heb je invloed op de database, de mailkoppelingen, de versies van de databases of taal. Hosting hoeft niet duur te zijn en een koppeling met een CMS-tool is geen must, al moeten de randvoorwaarden wel beschikbaar zijn bij de hostingpartij. Bij open source betekent dit dat je de versie van de taal (PHP) en de database (meestal MySQL) moet afstemmen met de eisen van het CMS-pakket.

#### TECHNISCH APPLICATIEBEHEER WEBSITE

Het onderhoud, functioneel uitbreiden en in de lucht houden van de website is de taak van technisch applicatiebeheer. Doordat de website extern gehost wordt ligt de verantwoordelijkheid hiervan bij de provider van het CMS-tool en de hosting. Over specifieke functionele wensen van De Looierij worden afzonderlijke afspraak gemaakt met de provider over kosten, maakbaarheid en timing.

#### NON-FUNCTIONELE REQUIREMENTS WEBSITE

De Looierij wil een website hebben die 7x24 uur per dag bereikbaar is.

De beschikbare datalimiet moet groot genoeg zijn om zonder uitbreiding van het abonnement alle gebruikers gebruik van de site te kunnen laten maken.

De bandbreedte van de website moet zodanig zijn dat de webpagina's vlot laden.

## ACTIEPUNTEN

- Beleggen informatiemanagement als bestuurstaak
- Beleggen PR en Communicatie als bestuurstaak
- Benoemen taken collectiebeheer onder verantwoordelijk van de conservator
- Benoemen contentbeheerders
- Opleiden contentbeheerder
- Vaststellen responsetermijnen op reacties en contactformulieren.
- Benoemen moderator social media en opstellen gedragscode (PR)
- Beleggen procedure beantwoording antwoordapparaat van de telefoon (PR)
- Opzetten facebook-account? Ja/Nee
- Opstellen SLA's o.a. met Hans Zimniak
- Licentiebeheer software opzetten.
- Overwegen advertenties te plaatsen op de site en zo ja, een advertentieverkoper aanstellen.
- Besluiten nemen over de reikwijdte van de content op de website: passief, interactief, downloads, formulieren, specials
- Bepalen hoe de media worden ingezet en randvoorwaarden worden hoe op te zetten.
- Besluit nemen of er een extra- of intranet via de website wordt geopend.
- Extern backuppen administratieve bestanden

- Benoemen administratieve medewerkers, vrijwilligers en opleiden in integer omgaan met de data en toegang.
- Overwegen samengaan telefonie en internetabonnement.
- Aanstellen coördinator media belast met inventarisatie ICT-voorzieningen en ondersteuning bij opzetten scenes en tentoonstellingen.
- Afweging aanschaf WIFI-Hotspot
- ICT budget jaarlijks specificeren en begroten (IM)
- Shortlist opstellen van leveranciers van ICT- en mediahulpmiddelen (IM)
- Opstellen shortlist mediaproducten (Conservator en IM)
- Benoemen e-mail beheerder om zorgvuldig en tijdig mailverkeer af te werken.
- Vormafspraken met betrekking tot nieuwsbrieven.
- Benoemen verantwoordelijke voor het onderhouden van de gebruikerslijsten van de ICT-middelen, maar ook onderhouden vrijwilligerslijst (IM)
- Afweging indelen functionele mailboxen.
- Benoemen technisch ICT- en mediabeheerder in het museum
- Besluiten inzet alarminstallatie en indien al gerealiseerd zorgen dat bij externe doorvermelding de SLA bekend is en wordt nageleefd.
- Benoemen contactpersoon beveiliging
- Contracteren externe ICT-beheerders (hardware)

#### EXTRA EISEN EN WENSEN CMS-TOOL

- Aan de publieke website moet eenvoudige mediacontent gekoppeld kunnen worden.
- Is het mogelijk dat social mediaberichten worden gegenereerd uit het CMS-tool.
- Hoe is intellectueel eigendom geborgd en wat als de provider failliet gaat.
- Is het mogelijk om een mobiele internetsite te genereren.
- Koppelen aan statistisch pakket om de populariteit van de site te monitoren.
- Toegang geven voor specifieke gebruikersgroepen zoals bestuur, personeel en vrijwilligers, maar ook sponsors, vrienden etc.
- Het CMS-tool zou moeten kunnen ondersteunen bij het verzenden van mail in de vorm van nieuwsbrieven.

#### VERDERE ACTIES

- Ontwikkelen requirementsformulier media-ondersteuning scenes en tentoonstellingen (Rinus)