

ingediend op **1758** (2022-2023) – Nr. 1  
21 juni 2023 (2022-2023)

## **Verslag van de hoorzitting**

namens de Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media  
uitgebracht door Cathy Coudyser en Katia Segers

over het virtuele museum van Vlaanderen

---

*Samenstelling van de Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media:*

*Voorzitter:* Meyrem Almaci.

*Vaste leden:*

Cathy Coudyser, Marius Meremans, Freya Perdaens, Wilfried Vandaele, Manuela Van Werde;  
Filip Brusselmans, Johan Deckmyn, Klaas Sloomans;  
Karin Brouwers, Orry Van de Wauwer;  
Steven Coenegrachts, Stephanie D'Hose;  
Meyrem Almaci, Jeremie Vaneeckhout;  
Hannes Anaf.

*Plaatsvervangers:*

Andries Gryffroy, Kathleen Kerkels, Philippe Muylers, Kris Van Dijck, Karl Vanlouwe;  
Immanuel De Reuse, Jan Laeremans, Ilse Malfroot;  
Maaïke De Rudder, Tinne Rombouts;  
Els Ampe, Bart Tommelein;  
Björn Rzoska, Tine Van den Brande;  
Katia Segers.

*Toegevoegde leden:*

Onno Vandewalle.

## INHOUD

I.	Toelichting .....	4
1.	Stand van zaken .....	4
2.	Planning 2023 .....	6
II.	Bespreking .....	7
1.	Vragen en opmerkingen uit de commissie .....	7
1.1.	Katia Segers .....	7
1.2.	Karin Brouwers .....	8
1.3.	Johan Deckmyn .....	9
1.4.	Cathy Coudyser .....	9
1.5.	Meyrem Almaci .....	11
2.	Antwoordenronde .....	12
	Gebruikte afkortingen .....	20

Bijlage: zie de [dossierpagina](#) van dit document op [www.vlaamsparlement.be](http://www.vlaamsparlement.be)

Op donderdag 4 mei 2023 hield de Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media een hoorzitting over het virtuele museum van Vlaanderen.

De presentatie bij de toelichting is te vinden op de [dossierpagina](#) van dit commissieverslag op [www.vlaamsparlement.be](http://www.vlaamsparlement.be).

## I. Toelichting

*Luc Delrue*, secretaris-generaal van het Departement CJM, stelt dat het virtuele museum van Vlaanderen goed op schema zit. Zoals beloofd zijn er al concrete verwezenlijkingen zichtbaar vanaf eind 2022.

De verdere uitrol van het project zal tot in de volgende regeerperiode strekken. In 2024 zou het museum effectief beschikbaar moeten zijn. De secretaris-generaal hecht dan ook veel belang aan de steun van het Vlaams Parlement.

### 1. Stand van zaken

*Willem Putzeys*, projectleider van het virtuele museum van Vlaanderen, bevestigt dat het museum de op de hoorzitting van 16 december 2021 aangekondigde planning heeft kunnen aanhouden (*Parl.St.* VI.Parl. 2021-22, nr. 1152/1).

Na de benchmarking, het gebruikersonderzoek en een verkenning met de brede erfgoedsector heeft het departement concepten uitgetekend en deze vervolgens bij verschillende partners – waaronder het onderwijs en een ontwerp bureau – afgetoetst om de kernfunctie van het museum te bepalen. Recent hebben de initiatiefnemers de Henry van de Velde Award voor beste digitale productconcept in de wacht gesleept. Vervolgens hebben ze aan de hand van prototypes verschillende formats van digital storytelling geëvalueerd, onder andere op vlak van gebruikerservaring, technologie en redactionele vereisten. Parallel hebben ze een technische architectuur en een technisch groeipad bepaald. Nog in 2022 hebben ze ten slotte een beheersplan uitgewerkt voor de toekomstige organisatie, die de verdere groei van het museum na zijn realisatie voor haar rekening kan nemen. Vanaf het begin van 2023 is op deze fundamenteën de bouw van het museum van start kunnen gaan.

Eind 2021 waren het departement en de erfgoedsector samen aan het verkennen hoe het virtuele museum een plaats kan krijgen binnen het erfgoedveld. Bij de ontwerpdagen in februari 2022 zijn ze een positionering overeengekomen die mooi spoorde met de bevindingen uit het gebruiksonderzoek betreffende de stimulansen en drempels die het publiek met betrekking tot het erfgoed tegenkomt. De uitdaging zal erin bestaan de drempel voor het publiek te verlagen, het op weg te zetten naar het erfgoed en zijn interesse ervoor te prikkelen. In 2022 heeft het departement een communicatiestrategie ontwikkeld voor een breed publieksbereik. Daartoe hoorde onder meer een gezicht voor het museum en een naam. De naam mag Willem Putzeys nog niet verklappen, maar hij kan wel de oproep aan het publiek al meegeven: 'ontdek elke vierkante meter Vlaamse geschiedenis'.

Het museum nodigt uit om elke dag een nieuw stukje geschiedenis en erfgoed van Vlaanderen te ontdekken op smartphone, in de vorm van korte digitale belevingen in verschillende formaten. De bezoeker kan zich laten verrassen door suggesties. Het museum vraagt de bezoeker om iets over zijn interesses en locatie te vertellen en personaliseert op basis daarvan zijn aanbod.

Het museum nodigt iedereen uit om erfgoed in de omgeving fysiek te ontdekken. Het is thuis en op elke locatie bereikbaar. Het zet de bezoeker op weg naar de geschiedenis om de hoek, en beperkt zich dus uitdrukkelijk niet tot de grote

kunststeden. Met een aanbod aan digitale belevingen in verschillende formats speelt het museum in op de verschillende interesses en voorkeuren van zijn gebruikers. Daarbij put het uit een hele waaier aan mogelijkheden van de digitale technologie. Het gaat om korte belevingen, opgevat als teasers om erfgoed verder te ontdekken. Op die manier zijn de inspanningen op creatief, redactioneel en technisch vlak goed in te schatten, wat helpt om te stroomlijnen en kosten te besparen. Die aanpak zal het mogelijk maken om elke dag nieuwe belevingen toe te voegen.

De belevingen zullen variëren van vooral informatief naar vooral entertainend. Voor de ontwikkeling van de prototypes heeft het departement samengewerkt met architecten, productontwikkelaars, gamesspecialisten en digitale ontwerpers. Zo ontstaan verschillende manieren om het erfgoed tot leven te brengen.

De spreker benadrukt dat het museum niet de intentie heeft om al bestaande digitale en fysieke erfgoedinitiatieven te dupliceren. Wel zal het ernaar verwijzen. Evenmin pretendeert het museum dat het de fysieke erfgoedervaring kan digitaliseren. Het kan die wel aanvullen, en is er in eerste instantie op uit om daarmee de mensen te prikkelen tot een reëel bezoek aan het erfgoed.

De technische architectuur van het virtuele museum wordt momenteel gebouwd. Enerzijds betreft het een publiekstoepassing, een app voor een smartphone, het meest algemeen verspreide digitale toestel ter wereld. Anderzijds gaat het om een redactietoepassing, die het museum zal voeden met nieuwe belevingen en om technische componenten die het gebruikersgedrag helpen analyseren met het oog op een gepersonaliseerd aanbod.

Het virtuele museum mag geen eiland worden. Daarom zal het worden geïntegreerd met allerlei digitale bouwstenen voor onder andere het erfgoed domein waarin de Vlaamse overheid investeert. Het burgerprofiel zal een van de mogelijkheden bevatten om een gebruikersprofiel aan te maken. Digitale erfgoedgerelateerde data van allerlei collecties zullen vanaf het begin in het museum worden geïntegreerd, net als erfgoedgerelateerde UiT-evenementen.

In de ontwikkeling van de eerste versie van het museum lopen nog enkele parallelle proeftrajecten, onder andere betreffende de ondersteuning van redacteurs met generatieve AI-tools. Ook onderzoekt het initiatief de mogelijkheden van een gedeeld cultuurprofiel waarin naast het virtuele museum ook de museumpas, UiTinVlaanderen en Digitaal Podium een plaats krijgen. Ook de mogelijkheden van data-uitwisseling met allerlei datacollecties in open standaarden worden onderzocht. Het virtuele museum, dat zich zal specialiseren in het vertellen van digitale verhalen, zal oog hebben voor metadatamodellen zoals OSLO om de uitwisseling zo gestandaardiseerd mogelijk te laten verlopen en daardoor vlot toegankelijk te zijn voor de publiekswerking van andere instellingen.

Het museum wil alles op punt hebben voor een verdere integratie met het erfgoedlandschap in 2024. Die verdere groei veronderstelt een organisatie, die het team in een beheersplan uitgetekend heeft. De focus zal op drie kernactiviteiten liggen. Ten eerste zal er promotie nodig zijn, aangezien mensen niet zomaar vanzelf de weg naar een virtuele museum zullen vinden. Om bezoekers aan te trekken en vervolgens ook te houden, zijn promotie en een communicatiestrategie noodzakelijk. Ten tweede zal redactie de kerntaak van het virtuele museum worden. Die wil het in goede samenwerking met de erfgoedpartners verzorgen. De derde kernactiviteit behelst het technische beheer en het up-to-date houden van het platform. De technologie en de gebruikersverwachtingen zijn voortdurend in beweging. Nieuwe formats zullen dus onvermijdelijk een deel van de toekomstige werking uitmaken.

De beschreven organisatie heeft alleen zin als ze steeds meer waarde kan creëren voor een groeiende groep betrokkenen. Het departement heeft daartoe een zakelijk model getekend en is dat nog aan het verfijnen. Hoewel er een groot aantal stakeholders te definiëren zijn, vertrekt het beheersplan specifiek van de relaties met de kernactoren.

Voor de erfgoedsector zal het virtuele museum een permanent toegangskanaal zijn en een platform voor zijn content en evenementen. Het zal met de sector inzichten over de gebruikers uitwisselen en expertise in digital storytelling, en hem technische bouwstenen aanreiken. Voor de overheid helpt het museum haar investeringen in erfgoed te valoriseren, waaronder die in digitale erfgoedtoepassingen. Voor het publiek wil het museum de drempel naar het erfgoed verlagen, en het aanbod zoveel mogelijk op zijn interesses afstemmen. Het virtuele museum wordt geen pakket dat staat voor hét museum van Vlaanderen, maar krijgt voor elke bezoeker een individuele invulling. Ten slotte heeft het museum ook al mogelijkheden onderzocht om op termijn het verkeer naar de lokale economie te helpen groeien. Het biedt een kanaal voor partners die zich willen associëren met cultuur, geschiedenis en erfgoed, en het publiek daarvoor willen bereiken.

## **2. Planning 2023**

In het begin van 2023 heeft het departement het technische traject gegund. Samen met de technische partners ontwikkelt het nu het platform. Parallel daarmee werkt het al sinds eind 2022 voort op het redactionele spoor met de creatie van een eerste set van belevingen, die het museum in de eerste versie van de lancering naar buiten wil brengen. Ten slotte is het museum op basis van zijn beheersplan op zoek naar bestaande organisaties met een werking waarin zijn exploitatie het beste kan worden ingepast.

In het begin van 2024 wil het departement de Vlaamse Regering een soft launch aanbieden, die ze zal houden voor een beperkt publiek met de sector, de politieke wereld en de pers. De lancering voor het grote publiek zal in maart 2024 gebeuren. Het projectteam werkt samen met een groot aantal partners. De ambities voor het virtuele museum oogsten een groot enthousiasme. Het team wil zekerheid dat iedereen op tijd klaar zal zijn met de verschillende sporen.

Het departement heeft een groeipad getekend voor de samenwerking met de sector op het redactionele spoor. Het heeft dat groeipad met de sector besproken op zijn trefdag in november 2022. Het redactionele groeipad voorziet in een eigen redactie van de museumorganisatie, dat een wisselwerking aangaat met een netwerk van erfgoedpartners. Die zullen minstens voorstellen kunnen brengen voor de redactie over hun museum. Die voorstellen zullen dus van onderuit kunnen komen.

Aanvankelijk hadden de initiatiefnemers nog een permanente commissie in gedachten, die dan de invulling zou bepalen, maar gezien de enorme hoeveelheid erfgoed en alle bewegingen en evoluties in dat landschap, vindt het team de geschetste samenwerking een betere optie. Op de vermelde trefdag waren de deelsectoren en verschillende rollen goed vertegenwoordigd, bijvoorbeeld: het immateriële en het roerende en onroerende materiële erfgoed; de beoefenaars; musea, archieven en erfgoedgemeenschappen enzovoort. Ze hebben zich bereid getoond om al in 2023 voorstellen voor de invulling van het museum aan te brengen. Ze hebben zelfs al gastredactie overwogen, een nog nauwer samenwerkingsverband. Op zijn oproep in het begin van 2023 heeft het museum van meer dan tachtig organisaties meer dan 120 voorstellen voor verhaalininput ge oogst. Samen met het redactieteam werkt het projectteam aan de input daarvan voor de lancering.

De oproep is geen eindpunt maar een openstaande uitnodiging aan de sector om bij te dragen aan het museum. Willem Putzeys dankt alvast alle bijdragers en de deelnemers aan het vaste sectoroverleg die de oproep naar alle organisaties hebben uitgedragen.

'Groei' en 'groeipad' zijn vaak gehoorde termen in de aankondigingen over het virtuele museum van Vlaanderen. De projectleider hoopt dat hij de commissie ervan heeft kunnen overtuigen dat zijn team alles in het werk stelt om in het begin van 2024 al het nodige voor de opstart in gereedheid te brengen, opdat de volgende Vlaamse Regering dan groen licht zou geven voor de voortzetting van het project.

*Luc Delrue* vult aan dat het Departement CJM een aantal grote digitale projecten aan het ontwikkelen is, zoals het Verenigingsloket. De digitale transformatie is een gezamenlijk traject van het departement en de culturele sector om massaal data samen te brengen en daarmee de marketing van de organisaties te versterken. Door meer kennis te ontwikkelen over wat de cultuurbelever bezighoudt, worden daartoe de nodige connecties mogelijk. Ook in dit project van dataontwikkeling is het virtuele museum van Vlaanderen een belangrijke component, aangezien het een connectie met het publiek tot stand brengt. De culturele sector – en vooral de erfgoedsector – zou er absoluut bij gebaat zijn zijn publiekswerking te verbeteren.

## **II. Bespreking**

### **1. Vragen en opmerkingen uit de commissie**

#### 1.1. Katia Segers

*Katia Segers* dankt Willem Putzeys voor de update. Het commissielid is alvast blij omdat het idee voor een fysiek museum van Vlaanderen nu helemaal van de baan is. Zo hoeven er geen oorlogen te ontstaan over welke topstukken bestaande musea daaraan zouden moeten afstaan.

De spreker dicht de virtuele museumvariant een zeker potentieel toe om een meerwaarde te bieden aan de Vlaming. Eerst polst ze nog eens of de naam echt nog niet mag worden meegedeeld.

Waardering heeft *Katia Segers* voor de keuze om met verschillende formats van digital storytelling te werken, net als voor de doelstelling om geen bestaande initiatieven te dupliceren. Haar vraag is echter wat het museum precies zal toevoegen. Er is sprake van een app die mensen informeert en prikkelt met betrekking tot erfgoed in de omgeving waar ze zich bevinden.

Wat wordt de rol van de kunsten? De projectleider heeft het vooral gehad over erfgoed en geschiedenis. Hoe zal de samenwerking met de Vlaamse musea verlopen? Hoe gedetailleerd worden de toelichtingen op de app? Stel dat iemand zich bij een bezoek aan Antwerpen door de app laat overtuigen om het KMSKA te bezoeken. Zal hij de app dan binnen kunnen gebruiken als een soort audiogids? Dreigt er dan geen concurrentie met de bestaande en niet noodzakelijk gratis audiogidsen van de musea?

Er is sprake van een integratie met het burgerprofiel, de UiTPAS en de museumpas. *Katia Segers* merkt in dat verband op dat nog altijd honderd Vlaamse gemeenten niet in het UiTPAS-systeem zitten. Een link met het burgerprofiel vindt het commissielid wel een interessant idee, zeker gezien de ambitie om alle Vlamingen met de app op hun smartphone te bereiken. De secretaris-generaal had het over het beter leren kennen van de cultuurbelever, maar ook voor de bevordering van de

cultuurparticipatie bieden AI, datacollectie en dergelijke innovaties enorme mogelijkheden. Zo zou het project ook mensen die daar anders nooit komen, naar musea en erfgoed kunnen bewegen. Hoe wil het departement het virtuele museum inzetten voor de cultuurparticipatie van iedereen? Hoe dan ook is een app nooit een middel om echt iedereen te bereiken, aangezien sommige mensen digitaal niet onderlegd zijn. De coronacrisis heeft de nog uitdrukkelijk bestaande realiteit van een groter dan vermoede digitale kloof duidelijk gemaakt.

Hoe zullen de initiatiefnemers de conformiteit van het museum met de GDPR-regels waarborgen?

De promotiecampagne zal op gang geschoten worden voor een select publiek, met net voor de volgende verkiezingen dan de publiekslancering, tot glorie van de Vlaamse Regering, veronderstelt Katia Segers. Het commissielid wil graag wat meer uitleg over de aanpak van de promotie.

## 1.2. Karin Brouwers

*Karin Brouwers* dankt Willem Putzeys voor de interessante uiteenzetting, waaruit grote vorderingen blijken ten opzichte van de eerste hoorzitting. De structuur komt al duidelijk in zicht. De app ziet er veelbelovend uit en zal mensen triggeren om musea en ander erfgoed te bezoeken. Komen er daarnaast ook een website en andere tools? Karin Brouwers vermoedt dat het project een wereldprimeur zou kunnen zijn door de introductie van een dergelijke tool over een hele regio. Voor afzonderlijke musea bestaan dergelijke tools al. Ze zijn soms zelfs zo goed dat het fysieke museumbezoek bijna overbodig wordt. Hoe uniek is deze tool precies?

Blijkbaar is het de bedoeling om naast het culturele ook het onroerende erfgoed te ontsluiten. Was dat steeds het opzet? Worden Toerisme Vlaanderen en het agentschap Onroerend Erfgoed bij het museumproject betrokken? Zullen ze het helpen financieren en ontwikkelen?

Met alle informatie van vandaag zou de website van het museum wel eens verwarrend kunnen worden. Zal de spreekwoordelijke kat er haar jongen nog terugvinden? Zal iemand er bijvoorbeeld gemakkelijk kunnen navigeren naar pakweg het porselein dat zijn interesse wegdraagt? Kan hij dan meteen een ticket boeken voor een museum dat dit in huis heeft?

Blijkbaar staat nog niet vast waar de beheersentiteit van het museum onderdak zal vinden. Wordt dat dan niet automatisch de Vlaamse administratie? Of denkt het team veeleer aan een middenveldorganisatie, en zo ja welke? Hopelijk komt het hele beheer uiteindelijk niet bij een specifiek museum terecht, oppert de spreker, die er immers van uitgaat dat het beheer aan een neutrale instantie wordt toevertrouwd. Of komt er een heel aparte structuur? Dat lijkt volgens Karin Brouwers ook weer niet nodig.

Het virtuele museum voor de cultuur en geschiedenis van Vlaanderen heeft de Vlaamse begroting al een aardige duit gekost. Het gaat nu al om ongeveer 1 miljoen euro. Hoeveel zullen de jaarlijkse exploitatiekosten bedragen?

Zullen ook tijdelijke exposities te vinden zijn in het museum? Indien het niet voldoende up-to-date blijft, zullen de gebruikers afhaken. Zal AI daarin een rol spelen? Het lijkt haast onvermijdelijk het geval met een zo groots opgevat platform.

Hoe garandeert het museum de blijvende medewerking van de belangrijkste spelers? 7 procent van de sector is uit gebrek aan interesse weggebleven bij de trefdag. Ging het om belangrijke spelers? Wat als pakweg Museum M zou willen afzien



van verdere medewerking? Hoe garanderen de initiatiefnemers dat de belangrijkste spelers bij hun verhaal betrokken blijven?

Ten slotte peilt Karin Brouwers nog naar het privacyaspect bij het verzamelen van data op Mijn Burgerprofiel. Hoe zal de overheid omgaan met de kennis over wie precies wat heeft bezocht? Net als voor alle digitale ontwikkelingen moet de overheid bezorgd zijn over het GDPR-bestendige karakter daarvan. Zal de burger zich voldoende beschermd weten?

### 1.3. Johan Deckmyn

*Johan Deckmyn* dankt de sprekers voor de presentatie. Het Vlaams Belang is steeds een koele minnaar van het virtuele museum geweest. Hoewel de fractie het initiatief interessant vindt op zich, had ze een voorkeur voor een fysiek museum. Enkele steden en gemeenten waren trouwens al begonnen met de voorbereiding.

Als drempelverlaging de doelstelling is, wat dan met het bereik? Een fysiek museum verlaagt toch ook drempels, aangezien een deel van het publiek altijd buiten het digitale bereik zal blijven. Een link met een fysiek te bezoeken plaats zou voor dit virtuele museum dan ook een meerwaarde zijn.

Mensen zullen niet vanzelf de weg vinden naar het virtuele museum, dat dus de nodige promoties behoeft. Hoe willen de beheerders hun museum dan promoten? Kunnen er geen aanknopingspunten komen in de fysieke musea?

Zal het project zich zowel op cultuur als op geschiedenis focussen, en in welke verhouding? Op welke manier zal het Vlaams zijn, met een identiteitscomponent? Als de input bottom-up zal gebeuren, op welke manier zal de selectie van de onderwerpen dan verlopen? Wie zal met andere woorden instaan voor de inhoudelijke invulling, en aan de hand van welke criteria?

Wat met de verhouding tussen cultureel en ander erfgoed?

Het commissielid wil graag wat meer uitleg bij de vooropgestelde timing.

Hoeveel van het beschikbare budget is intussen al uitgegeven? Heeft het departement al een zicht op het recurrente jaarlijkse prijskaartje na de lancering?

### 1.4. Cathy Coudyser

*Cathy Coudyser* herinnert zich hoe al kort na het Vlaamse regeerakkoord duidelijk is geworden dat de regering voor een virtueel museum opteert. Het museum komt tegemoet aan verschillende doelstellingen. Ten eerste zal het een pionier zijn op het vlak van digital storytelling. Momenteel is de erfgoedsector een digitale inhaalbeweging aan het uitvoeren. Hoe kan hij die met dit virtuele museum rijmen? Hoe kan het museum de drempel verlagen opdat niet alleen de gebruikelijke culturele meerwaardezoekers de weg vinden? Ook de man in de straat moet worden bereikt.

Terecht is al heel wat voorbereiding in dit pionierswerk gekropen. Zowel het grote publiek als de erfgoedsector moeten inderdaad bij de ontwikkeling worden betrokken. De uitkomst van de bevragingen is steeds dat het project complementair moet zijn met het al bestaande aanbod van de erfgoedsector en dat voor het publiek de Vlaamse erfgoedsector in ruime zin ontsloten moet worden, met naast de musea ook de erfgoedbibliotheken en -archieven. Het zal mogelijk worden om vlot zaken met elkaar te linken, bijvoorbeeld archiefstukken met roerend of onroerend erfgoed. Dit alles kan de beleving van het geschiedkundige verhaal aanzienlijk vergemakkelijken. Cathy Coudyser verwacht dan ook een grote meerwaarde van het virtuele museum.

Intussen worden er volop concepten en prototypes ontwikkeld. Er komt een app die op basis van algoritmes mensen zal triggeren, bijvoorbeeld gebaseerd op de interesses die uit de smartphone van de betrokkene blijken.

Onderhoudt het project in zijn ambitie om te verbreden en verdiepen contact met de VRT? VRT MAX beschikt bijvoorbeeld al over algoritmes om te verbreden. Zullen ze ook bruikbaar zijn voor het virtuele museum? Wie bijvoorbeeld vooral een specifieke periode uit de geschiedenis volgt, zou daardoor plots ook een link naar een heel ander tijdvak zien verschijnen.

De formats van digital storytelling moeten inderdaad van zeer informatief tot vooral entertainend met zelfs spelelementen variëren. Vlaanderen beschikt over gespecialiseerde bedrijven. Welke rol is er in het beheersmodel voor gameontwikkelaars? Howest levert alumni met grote expertise op dat vlak af. Welke connectie daarmee acht het museum mogelijk in de totstandkoming van zijn app?

Het platform zelf zal worden geïntegreerd op dezelfde fundamenten als de digitale bouwstenen van de erfgoedsector. In de lopende erfgoedronde werken alle organisaties aan hun digitale inhaalbeweging, waarin de ene al wat verder staat dan de andere. Hoe valt dit alles te stoomlijnen op het platform?

Voorts peilt het commissielid naar de uitwisseling van data met de evenementen van UiTinVlaanderen, UiTPAS, museumpas enzovoort. Een geïntegreerde aanpak zou Mijn Burgerprofiel een aanzienlijke meerwaarde opleveren.

In de eerste hoorzitting was er nog sprake van vensters op bepaalde tijdsperiodes, waarbij men als het ware het digitale museum van een bepaalde organisatie binnenwandelt en wordt ondergedompeld in de mode, de politiek en de samenleving van een bepaalde era. Het Verhaal van Vlaanderen heeft dat op zijn manier eveneens mogelijk gemaakt op tv. Behoort iets dergelijks nog steeds tot de doelstellingen van het museum?

Wat zal met het oog op de lancering prioriteit krijgen? Er zal toch een bepaalde selectie nodig zijn. Zijn er fases vastgelegd waarin bepaalde zaken beschikbaar moeten worden?

Welke link leggen de sprekers met de Vlaamse canon?

In welke entiteit wil men het kernteam onderbrengen, wil ook Cathy Coudyser weten. Gaat het om het departement of bijvoorbeeld FARO? Of bijvoorbeeld meemoo als de digitale kernspeler bij uitstek voor de erfgoedsector?

Hoe zullen de app en website up-to-date worden gehouden na hun lancering? Het onderliggende businessmodel vergt inderdaad bepaalde overheidsinvesteringen. Het onderhoud zal geld kosten. Is dat bedrag al geraamd? Verwachten de sprekers ook opbrengsten? Is een betalend gedeelte denkbaar, naast het gratis algemene aanbod? Of zouden de ontwikkelaars hun innovatieve format misschien in het buitenland willen verkopen? Hoe kan de financiering duurzaam worden? Uiteraard is het nooit de bedoeling om winsten te maken, maar bedrijven erbij betrekken zou ook de algemene betrokkenheid bij het erfgoed kunnen doen toenemen.

Welke mogelijkheden worden verkend met betrekking tot de plaatsing van de beheersentiteit?

In kunststeden is erfgoed te vinden op zowat elke straathoek. Landelijke gemeenten beschikken dan weer over minder opvallend erfgoed, bijvoorbeeld een kapelletje in het veld. Hoe kan het evenwicht gegarandeerd worden? Ondanks het goede werk van de erfgoedcellen zijn er op dat vlak nog blinde vlekken. Sommige

gemeenten veronderstellen dat ze te weinig erfgoed hebben of ontberen de politieke wil om er iets mee te doen. Hoe kan het museum garanderen dat het erfgoed in heel Vlaanderen zichtbaar wordt?

Zal de website onderwijsvriendelijk zijn? Daaraan besteedt de erfgoedsector doorgaans veel aandacht.

Het platform zou een uitnodiging kunnen zijn voor buitenlandse toeristen. Onderhoudt het museum contacten met Toerisme Vlaanderen? Dat agentschap is momenteel aan de slag met onder meer kastelen, abdijen en culinair erfgoed. Is de buitenlandse toerist vanaf het begin een prioritaire doelgroep of is het de eerste prioriteit om alle Vlamingen te bereiken?

#### 1.5. Meyrem Almaci

*Meyrem Almaci* dankt de sprekers voor de mooie toelichting en duidelijke stand van zaken. Uit die toelichting onthoudt ze de ambitie om drempels te verlagen. Zal de app zelf daartoe het middel vormen, of zal het museum nog andere initiatieven ontplooiën om mensen over de drempel trekken die anders nauwelijks iets van het virtuele museum zouden merken? Hoe wil het museum ervoor zorgen dat het meer mensen dan de klassieke cultuurliefhebbers bereikt?

Technisch zal het museum vooral bestemd zijn voor smartphones. Een website voor een pc is blijkbaar niet de eerste doelstelling. Het zou bij wijze van spreken de cultuurapp worden, naar analogie met de bestaande wandelapp. De website zal hooguit hetzelfde aanbieden, maar statischer.

In verband met open data en metadata wil het museum de OSLO-standaarden toepassen. Hoe past het museum dan in het ontwerp van decreet betreffende de digitale transformatie van de cultuursector (*Parl.St. VI.Parl. 2022-23, nr. 1672/1*), dat een nagenoeg identieke opdracht toevertrouwt aan meemoo, publiq en Cultuurconnect? Of geeft het museum zelf eveneens uitvoering aan dat decretale streven? In dat geval betreurt Meyrem Almaci dat daarover niets is gezegd in de hoorzitting met de vermelde organisaties over de visienota van de minister-president betreffende de digitalisering van de cultuursector (*Parl.St. VI.Parl. 2022-23, nr. 1729/1*), en dat het evenmin wordt vermeld in het ontwerp van decreet dat de regering intussen heeft ingediend (*Parl.St. VI.Parl. 2022-23, nr. 1672/1*). Waarom komt het virtuele museum in die hele oefening en het debat daarover niet ter sprake?

Wie uit de erfgoedsector zal precies in de redactie van het virtuele museum zeten? Wie worden de digital creators? Om hoeveel mensen zal het precies gaan? Waarom zijn er geen mensen uit de culturele sector afgevaardigd, terwijl het museum toch zowel cultuur als erfgoed betreft? Welke agentschappen worden erbij betrokken? Wat is de rol van de academische wereld? Een virtueel museum over de cultuur en geschiedenis zou toch minstens een stem moeten geven aan de vertegenwoordigers van de culturele en de geschiedkundige sector, en niet uitsluitend aan de erfgoedsector.

In verband met de aangekondigde groeiende waardecreatie vraagt Meyrem Almaci zich af hoeveel mensen het virtuele museum ambieert te bereiken, bovenop het bereik van het al bestaande aanbod. Is dat aantal überhaupt meetbaar? Welke parameters zijn er om de aangekondigde meerwaarde in beeld te brengen en te vermijden dat het debat daarover met louter ideologische en politieke argumenten wordt gevoerd?

Wat de beheersentiteit betreft, hoopt de spreker dat die onder de overheid blijft ressorteren. Ze vraagt of er ook nog andere opties worden overwogen. De Vlaamse

Regering heeft aangekondigd dat ze in de ontwikkeling van een museum van Vlaanderen zal investeren. Moet het museum daarna zelfbedruipend worden? Heeft het departement al bepaalde richtlijnen meegekregen? Staat al vast dat het een initiatief van de Vlaamse overheid zal blijven?

Voor het redactionele groeipad heeft Willem Putzeys thema's afgebakend. Maar hoe zal het museum 'Vlaanderen' definiëren en omschrijven? Wie zal dat bepalen? Gaat het museum, in het licht van de discussie over de Vlaamse canon, uit van de huidige bestaande culturele instellingen en cultureel erfgoed, of zal er een zekere flexibiliteit mogelijk zijn? Hoe statisch zal het museum met andere woorden zijn?

Meyrem Almaci illustreert haar vraag met het heel concrete voorbeeld van het Red Star Line Museum, met als heel specifiek thema de Vlaamse emigratie naar de Verenigde Staten. Intussen pleiten rectoren van Vlaamse universiteiten voor een verzetsmuseum, maar een erkende organisatie is dat vooralsnog niet. Kan een dergelijk initiatief ook zonder voorafgaande erkenning een plaats krijgen in het virtuele museum van Vlaanderen? Wie zal dat wanneer bepalen en op basis van welke selectie? Wat met de mensen van Congolese afkomst die met de geallieerden hebben meegevochten in de wereldoorlogen? Kunnen ook hun verhalen op de app terecht komen? Een vaste collectie daarover is nog niet beschikbaar. Wat met de diversiteit in de mijncités?

Wat met Brussel in het virtuele museum van Vlaanderen? Hoe zal het museum daarmee omgaan? Is iemand met een Brusselse invalshoek bij de ontwikkeling betrokken? Brussel geniet als Vlaamse hoofdstad nog altijd een grote aanwezigheid van Vlaanderen en zijn instellingen.

Zullen de vraag en het aanbod van de betrokken organisaties uiteindelijk bepalen wat al dan niet in het museum terecht komt? Hoe verloopt de selectieprocedure?

Bij de vermelde hoorzitting over de visienota digitalisering hebben publiek, Cultuurconnect en meemoo aangegeven dat de digitale transformatie enorme sommen geld zal kosten, alleen al met betrekking tot hun eigen collecties. Ze vragen de volgende Vlaamse Regering nu al om daar ernstig rekening mee te houden. Vergeleken met de drie vermelde organisaties is de uitdaging van het virtuele museum echter een veelvoud. Welke financiële raming is er al gemaakt voor de digitale ontsluiting van alle bestaande collecties op het moment dat het museum zijn volle wasdom bereikt? Hoe verhoudt het financiële aspect zich tot de vermelde digitale transformatie en de bijhorende ontsluiting in die context?

Het aantal organisaties dat oorspronkelijk is aangeschreven, stemt niet helemaal overeen met het aantal van hen dat uiteindelijk in de verhalen is meegenomen. Er zijn er 81 bevraagd, waarvan er maar 66 hebben geantwoord. 18 procent van de respondenten – en dat zegt nog niets over degenen die niet hebben geantwoord – heeft al aangegeven een dergelijke opdracht niet aan te kunnen. Dat is een toch wel aanzienlijk aandeel, oordeelt Meyrem Almaci, zeker met betrekking tot de evenwichten. Welk type organisaties heeft dit aangegeven? Of was er geen duidelijke overeenkomst tussen hen?

## 2. Antwoordenronde

De naam van het museum kan *Willem Putzeys* zoals gezegd nog niet meedelen, maar de projectleider geeft wel aan dat het een veel kortere naam wordt dan 'Het Museum voor de Cultuur en Geschiedenis van Vlaanderen', dat moeilijk te markeren zou zijn. Het komt aan de minister-president toe om het museum te lanceren en dan ook de naam bekend te maken.

Een aantal vragen ging over de toegevoegde waarde van het virtuele museum bovenop een eventuele duplicatie van het bestaande aanbod. Heel wat erfgoedinstellingen beschikken al over digitale applicaties. Een bekend voorbeeld is de virtuele rondleiding in de Sint-Baafskathedraal. Het virtuele museum ambieert geen dergelijke toepassingen, aangezien die virtuele aankleding alleen al evenveel heeft gekost als zijn hele traject. Het museum moet op zoek naar inhoud die veel goedkoper te creëren is, maar tegelijk het brede erfgoedveld goed afdekt en een groot publiek bereikt. Vandaar de inzet op korte formats.

Zoals het gebruikersonderzoek ook ondersteunt, heeft het virtuele museum niet het doel om exhaustief de inhoud van alle collecties te ontsluiten. Het museum wil prikkelen. Een verwijzing naar een bestaand museum zal geen totaaloverzicht van de hele collectie inclusief het depot bevatten. Ze zal vertrekken van bepaalde collectiestukken of verhalen die het betreffende museum met een tentoonstelling brengt. De hele collectie van het KMSKA zal met andere woorden niet in het virtuele museum terechtkomen. Zoiets zou trouwens in het vaarwater terechtkomen van dergelijke instellingen, die ook zelf aan hun digitale ontsluiting werken.

De belangrijkste vraag voor het virtuele museum is hoe het de drempel kan verlagen door in te spelen op meer interesses. Vlaanderen is gezegend met enorm veel erfgoed, dat zich bovendien niet tot de grote cultuursteden beperkt. Door daaruit geleidelijk steeds meer items selectief voor het voetlicht te brengen, kan het museum de aandacht van zijn virtuele bezoekers opwekken. De aanpak zal er dus niet in bestaan om alle erfgoed een plaats te geven.

Drempels verlagen is mogelijk door interessante verhalen naar voren te brengen. Zo vertellen in de Abdij van het Park prachtige glasramen het leven van Sint-Norbertus. Op zich is dat al een boeiend verhaal, maar de wereldwijde speurtocht naar die glasramen is zelfs nog boeiender. Dat wordt dan de invalshoek van de promotie door het virtuele museum van de mogelijkheid om die glasramen te gaan bekijken. Met andere woorden zal het verhaal dat rond bepaald erfgoed wordt geweven, soms verrassen en buiten het verwachtingspatroon vallen.

Mensen triggeren op een verrassende manier is een kunst op zich, die in de erfgoedsector nog niet zo sterk aanwezig is. De term 'infotainment' klonk er bijna als heiligschennis. Het projectteam vraagt niet aan de sector om zelf verhalen te schrijven maar om onderwerpen aan te brengen, samen met de specifieke plannen voor 2024. Vandaar dat het museum heel zorgvuldig een redactieteam heeft opgebouwd met mensen die publieksgeschiedenis en de bijhorende verhalen goed kunnen selecteren en weergeven.

Bij straatinterviews hebben mensen veelal aangegeven dat algemene termen als erfgoed en geschiedenis hen niet erg aanspreken, maar na enig doorvragen toonden de meesten wel interesse in specifieke onderwerpen. Daarop wil het museum inspelen met een breed aanbod.

Zoals gezegd mikt het virtuele museum niet op het hele verhaal en de hele diepgang die het aanbevolen fysieke museum zal brengen, maar op een kort eigen verhaal met triggereffect, dat de drempel van het bezoek aan dat museum zal verlagen.

Een breed publiek bereiken is een moeilijke opgave. Vandaar de inzet op erg gevarieerde formats, van heel informatief tot entertainend met een spelkarakter. Afhankelijk van onder meer de leeftijd zal het ene meer inslaan dan het andere.

Het virtuele museum wordt niet alleen een smartphoneapp maar ook een website met ongeveer dezelfde mogelijkheden. Het maakt gebruik van het meest laagdrempelige format voor digitale informatie: een webapplicatie. Daaroverheen komt

dan inderdaad nog een extra laagje met de mogelijkheden van een smartphone. Om die reden zullen de mensen ook worden uitgenodigd om een app te installeren. Voor 80 procent van het aanbod van het virtuele museum zal die echter niet nodig zijn. Sommige mensen ervaren immers al een drempel als ze een app voor hun smartphone moeten opzoeken en installeren. Een browser ter beschikking stellen via een bibliothekennetwerk is echter net zo goed een manier om het museum te ontsluiten. Voor het departement was de beschikbaarheid van een internetsite een belangrijke voorwaarde met betrekking tot drempelverlaging.

Overigens zijn smartphones wel degelijk wereldwijd de meest gebruikte digitale toestellen, meer dus dan laptops, pc's en tablets. Het zou dan ook een foute aanpak zijn om het museum niet voor smartphone te optimaliseren. Zoals al voor de meeste overheidstoepassingen ingeburgerd is, zal het appontwerp echter eveneens een gebruik op een groter scherm mogelijk maken.

Het virtuele museum is niet meteen een manier om de digitale kloof te dichten. Het is wel een interessante optie dat fysieke musea hun bezoekers ook op weg helpen naar het digitale museum, maar dat zal de kloof niet op zijn eentje dichten.

In het voorbereidingsproces is wel de nodige aandacht gegaan naar de toegankelijkheid voor mensen met een auditieve of visuele beperking.

Vervolgens gaat Willem Putzeys in op de vragen over de promotiecampagne. Hij treedt de stelling bij dat er niet bijzonder veel cijfermateriaal beschikbaar is over de cultuurconsumptie van vandaag. Het beschikbare onderzoek uit de jongste tien tot vijftien jaren heeft aan het licht gebracht hoe het publiek dat de weg naar het erfgoedaanbod weet te vinden, amper evolueert. Steeds betreft het gemiddeld wat oudere mensen, met wat meer vrije tijd en een blanke huidskleur. Met zijn verschillende formats heeft het museum dus vooral mensen voor ogen die niet in die specifieke doelgroepen thuishoren.

De communicatiestrategie gaat niet uit van een big bang waarin het museum zichzelf voor de schijnwerpers zet in maart 2024. Een gerichte doelgroepenwerking zal zinvoller en goedkoper zijn. Die moet dan gebruikmaken van de specifieke communicatiekanalen van de doelgroepen. Dit veronderstelt dan ook aangepaste toegangspagina's, afgestemd op het gebruikersprofiel. Zo is een specifieke toegangspagina denkbaar voor leerkrachten, die ook te bereiken zijn op specifieke kanalen. Een grote mediacampagne en een postercampagne in alle bushokjes en trams zouden veel duurder uitvallen. Het project wil op voorhand geen kanalen uitsluiten maar zoekt het meest kostenefficiënte promotiemiddel. De projectleider beoogt doelgroepgerichte campagnes.

Een andere vraag betrof het aantal mensen dat het museum beoogt. Het team heeft statistieken over de cultuurconsumptie en de bevolking geraadpleegd om prognoses te kunnen maken over de initiële bezoekersaantallen en de groei daarvan. Die cijfers heeft het gekoppeld aan de doelgroepgerichte campagnes. Het is niet meteen de verwachting dat op dag één van de lancering al een miljoen Vlamingen het museum zullen bezoeken.

De campagnes zullen geen eenmalige operatie worden, maar worden blijvend gevoed met steeds nieuwe inhoud in het aanbod. Op basis daarvan worden dan doelgroepen getriggerd. Van de andere kant zal het virtuele museum ook proberen om de bestaande bezoekers te laten terugkomen. Gamificationstechnieken als beloningen zullen daarin een rol spelen, maar ook nieuwsbrieven die inspelen op wat het museum over zijn gebruikers leert. Veel eenmalige bezoekers lokken is niet zo moeilijk, de kunst is om hen vervolgens te blijven boeien.

In dat verband is ook gepolst naar de GDPR-consequenties. Wat met de algoritmes van VRT MAX? Het virtuele museum wil inderdaad de inzichten die het in de interesses van mensen verwerft, delen met de sector. Het gaat dan om dataverzameling en -analyse en de rapportering en deling daarvan. In die context onderzoekt het team het legale aspect. Gelukkig beschikt de Vlaamse overheid ter zake al over een kader. Alleszins moet het vragen van gegevens aan mensen steeds te verantwoord worden zijn. Op zich zal een gebruikersprofiel niet noodzakelijk zijn om het museum te bezoeken, maar de organisatie zal wel op een eenvoudige manier in de vraag om een profiel aan te maken, het nut daarvan verduidelijken. Wie de permissie later wil intrekken en zijn gebruikersgegevens gewist wil zien, zal dat ook eenvoudig voor mekaar krijgen. Die mogelijkheid heeft ook een zekere kostprijs voor de organisatie, net als de inbraakbeveiliging op het gegevensverkeer tussen het museum en zijn gebruikers.

Het museum zal de gebruikersgegevens vooral gebruiken voor een gericht aanbod. Het beoogt alleszins geen verdienmodel op basis van de verkoop van gebruikersdata zoals mailadressen gekoppeld aan interesses. Het delen van inzichten met andere instellingen betreft het soort zaken dat ook opduikt in rapporten: wat interesseert types gebruikers, tot hoever willen ze zich verplaatsen enzovoort. De gegevens worden telkens geanonimiseerd en verraden niets op het niveau van de individuele gebruiker.

De app zal inderdaad aan zijn gebruikers vragen om hun woonplaats of locatie te delen. Het gaat echter maar om een van de mogelijkheden, en impliceert niet dat smartphonemeldingen over erfgoed in de buurt het voornaamste doel vormen. Het virtuele museum zal net zo goed thuis of in de klas bruikbaar zijn, met digitale belevingen die ook los van die locaties mogelijk blijven.

De digitale belevingen zullen 'calls to action' bevatten voor bezoeken aan gerelateerde evenementen en tentoonstellingen. Het team zal inderdaad onderzoeken of mensen daarop doorklikken, maar ook de beleving zelf bevat een eigen verhaal en spelelement. Die zullen de bezoekers ook thuis of op de trein kunnen beleven, zonder zich in de onmiddellijke nabijheid van pakweg het KMSKA of een interessant landelijk kapelletje te bevinden.

*Luc Delrue* benadrukt dat het museum de bestaande digitale verhalen niet zal vervangen. Het zal bijvoorbeeld geen digitale producten ontwikkelen voor het KMSKA. In eerste instantie ambieert het virtuele museum een aanscherping van het erfgoedbewustzijn in Vlaanderen. Op een laagdrempelige manier wil het de mensen overal in Vlaanderen het gevoel geven dat ze erfgoed in hun onmiddellijke omgeving kunnen vinden. Het kan dan gaan van uiterst lokale micro-initiatieven tot de initiatieven met een landelijk belang. Daartoe zal het museum de leefwereld van de mensen van vandaag zo dicht mogelijk moeten benaderen. Een publiek toegankelijke databank die exhaustief alle bestaande erfgoed bevat, is niet de doelstelling en evenmin mogelijk.

Zoals gezegd wil het museum vooral prikkelen en interesse opwekken, zonder daarbij doelen voor ogen te hebben die buiten zijn budgettaire mogelijkheden vallen. Ook de communicatie van de musea zelf verzorgen is uitdrukkelijk geen opdracht. Wel wil het museum kleine erfgoedtrajecten, die het momenteel erg moeilijk hebben, ondersteunen.

Naar aanleiding van het initiatief is de vraag naar de behoeften heel fundamenteel aan bod gekomen. Het antwoord is dat kleine erfgoedspelers behoefte hebben aan promotie maar daar niet toe in staat zijn, wegens geen middelen daarvoor bij lokale erfgoedgemeenschappen. Het doel is dus stap voor stap, op een realistische manier, iedereen met het erfgoed in zijn gemeente te connecteren. Indien het museum erin slaagt om elke dag een nieuw item te presenteren, zet het 365 stappen

per jaar vooruit. Wie de erfgoedsector kent, zal beseffen hoe gigantisch een dergelijke vooruitgang wel zou zijn.

*Willem Putzeys* gaat in op de verschillende vragen over het beheer en de entiteiten die daarvoor instaan. Op dit moment voert het departement verkennende gesprekken. Het heeft op basis van het beheersmodel onderzocht wat het museum nodig heeft om goed te functioneren. Het heeft bepaalde landelijk ondersteunde spelers voor ogen. Het gaat niet specifiek om erfgoedinstellingen, al hebben ze wel de vereiste capaciteiten in huis op het vlak van inhoud, technologie en digitale marketing om een mooie thuisbasis te bieden aan het kleine team dat zal instaan voor de exploitatie. Het departement wil de volgende Vlaamse Regering een kleine shortlist voorleggen op basis van een sterkte- en zwakteanalyse uit de huidige verkenningfase.

Het departement zelf zal in de aanloop naar de volgende regeerperiode een rol blijven spelen in het beheer van het museum. De volgende regering beslist dan over het voortzetten ervan en over de partij die de exploitatie voor haar rekening neemt.

*Luc Delrue* vult aan dat alleen organisaties in aanmerking komen die de erfgoedsector kennen en met een zekere warmte bejegenen, en die over de vereiste technische marketingknowhow beschikken. Het departement zal alle relevante spelers aanspreken die aan dat profiel beantwoorden. De secretaris-generaal zal geen lijstje opsommen maar veronderstelt dat de leden van de commissie zich wel een beeld kunnen vormen van wie in aanmerking komt. Alleszins wordt het een bestaande speler: geen nieuw op te richten organisatie maar een dienstverlener die nu al in de sector actief is.

*Willem Putzeys* heeft tot zijn blijheid kunnen ondervinden dat er vanuit die hoek wel degelijk spontane interesse is gebleken. Het departement heeft dus zelf geen eenzijdig initiatief hoeven te nemen om die contacten te leggen.

Er waren ook vragen naar de samenwerking met externe partners als Toerisme Vlaanderen en de academische wereld. Hoe zal het kernteam op basis van inhoudelijke en creatieve voorstellen zijn keuzes maken? De meeste actoren waarmee het projectteam spreekt, zijn te situeren in de brede erfgoedsector. Deze omvat ook het immateriële erfgoed. Beoefenaars zijn zowel professionele als vrijwillige erfgoedwerkers. Ook het onroerende erfgoed is vertegenwoordigd in de stuurgroep. Het departement werkt bijvoorbeeld samen met Herita en individuele beheerders. Die hebben present getekend op de trefdag en hebben bijdragen aangeleverd in opvolging van de oproep.

Uit de vragenronde blijkt dat de commissieleden het verschil maken tussen erfgoed en cultuur. Dat is vooral een gevolg van de definities. Uiteraard zal ook het kunstenerfgoed inhoudelijk deel uitmaken van het virtuele museum. De kunstenmusea en het kunstenpatrimonium dat zich in universiteiten en elders bevindt, zullen er een plaats in krijgen. De stuurgroep heeft wel een – grijze – grens getrokken voor de podiumkunsten van vandaag. Die vormen vooralsnog geen erfgoed en worden ook niet als dusdanig erkend. Het virtuele museum heeft niet onmiddellijk de ambitie om daaraan ook een plek te geven. Maar de grens is grijs: indien voorstellingen toch interessant blijken om in een bepaald verhaal te worden opgenomen, zal het museum dat ook doen. Met andere woorden: het museum zal de podiumkunsten niet actief benaderen maar sluit ze evenmin uit. Om een jong publiek aan te trekken, zouden ze heel relevant kunnen zijn. Daarin stelt het team zich heel pragmatisch op.



*Luc Delrue* geeft aan dat het gigantische aanbod veronderstelt dat er op een bepaald moment keuzes worden gemaakt. Het museum zal op basis van een vrij flexibel systeem moeten selecteren. Een commissie zou op geregelde tijdstippen de analyse maken van de te selecteren inhoud. Een dergelijke commissie moet gezien de dagelijks geplande updates snel kunnen beslissen. Het zal bijvoorbeeld niet mogelijk zijn om steeds opnieuw een tiental professoren te contacteren met de vraag of een bepaald item de volgende dag in de update mag zitten. Zoiets zou het dynamische karakter tenietdoen. Wel zal het museum werken met een relevante groep, die het ook zal bekendmaken en die op een democratische manier zal worden samengesteld. Essentieel wordt het publieke karakter van die opdracht. Die expertgroep zal op geregelde tijdstippen kritisch onderzoeken wat het museum wel of niet heeft gepubliceerd, en met welke motivering. In de dagelijkse praktijk zal een content manager binnen een goed afgebakend kader met de nodige krijtlijnen en evenwichten, operationeel beslissen over de updates. De evenwichten behelzen onder meer de verhouding tussen grote en kleine spelers. Het kader dat daarvoor wordt ontwikkeld, zal flexibel aanpasbaar zijn. *Luc Delrue* herhaalt dat de periodiek geplande inhoudscontrole een publiek en democratisch kader meekrijgt.

Op de aanvullende vraag van *Meyrem Almaci* naar de inhoudelijke aanpak van de lancering in 2024 antwoordt *Willem Putzeys* dat het departement al vanaf het voorjaar van 2022 een eerste set van criteria heeft voorgelegd aan de sector en vervolgens heeft verfijnd. Het definieert daarin bepaalde kernbegrippen en legt de reikwijdte van het museum vast. Die gegevens leiden de selectie. Op de trefdag heeft het departement aan de sector de vraag voorgelegd naar de werkbaarheid van die criteria. Het kreeg geen volledige instemming, maar wel de erkenning dat dit op zijn minst een manier van werken is. De criteria zijn terug te vinden op de website van het project. Ook de definitie van kernbegrippen is daar te vinden. Het gaat om vragen als:

- wat verstaan we onder geschiedenis;
- wat is de reikwijdte in de tijd;
- hoe begrijpen we Vlaanderen;
- hoe begrijpen we cultuur;
- aan welke thema's denken we zoal?

Het projectteam test momenteel hoe goed die criteria functioneren voor een concrete redactionele invulling en zal de bevindingen dan opnieuw aan de erfgoedsector voorleggen. In het najaar van 2023 voorziet het daarvoor in een nieuw overlegmoment met de brede erfgoedsector.

Deze werkwijze objectiveert de keuzes niet noodzakelijk maar verantwoordt op zijn minst de manier waarop ze tot stand komen. De vermelde commissie zal vervolgens de relevantie bewaken.

Zelf zal het virtuele museum niet bepalen wat erfgoed is. Het gaat ervan uit dat de thema's die de sector aanreikt, wel tot het erfgoeddomein zullen behoren. Een in steen gebeitelde definitie zal het niet gebruiken.

*Luc Delrue* gaat in op de vaak gehoorde vragen over de kostprijs. De secretaris-generaal beklemtoont dat het departement binnen het aangereikte budget werkt.

*Willem Putzeys* preciseert dat het budget 1 miljoen euro per jaar bedraagt voor in totaal drie jaar. Door slim aan te besteden, heeft het departement het merendeel daarvan voor de bouw en de invulling van het virtuele museum kunnen reserveren.

*Luc Delrue* verduidelijkt dat het budget tot aan de opstart 3 miljoen euro bedraagt. Vanaf dan komt een recurrente werking op gang. Het is nog te vroeg om daar een precies cijfer mee te verbinden. De secretaris-generaal wil de budgettaire keuzes niet maken in plaats van de minister. Het departement zal het project alleszins met

het nodige realisme benaderen. Het zal sowieso niet om miljoenen euro's recurrent per jaar gaan, zal wel iedereen beseffen.

Het departement werkt samen met gespecialiseerde organisaties aan een businessplan. Het gaat ervan uit dat de organisatie een bron van inkomsten zal moeten hebben. De ontwikkeling van het museum zal alleszins niet gebeuren op de kap van de erfgoedsector. Er mag geen vestzak-broekzakoperatie plaatsvinden die de erfgoedsector voor de inkomsten van het museum laat opdraaien. Het departement wil daarvoor de correcte commerciële context onderzoeken, wat een uitdaging zal worden. Men mag er niet van uitgaan dat de financiering puur uit publieke middelen moet komen.

In de huidige constellatie halen musea gemiddeld 85 procent van hun middelen uit subsidies en 15 procent uit eigen inkomsten. Voor de podiumkunsten bedraagt de subsidie 60 procent. Voor het virtuele museum hoopt de secretaris-generaal op minstens 50 procent eigen inkomsten. Het instrument zal de sector moeten stimuleren om zelf exemplarisch te werken en initiatief te ontplooiën om eerlijke en billijke inkomsten te genereren. De intentie om eigen inkomsten te genereren is absoluut aanwezig, stelt Luc Delrue.

*Willem Putzeys* bevestigt dat het projectteam bepaalde openingen op dat vlak bestudeert en becijfert. Er zal geen toverformule mogelijk zijn die in één klap een aanzienlijk deel van het museum helpt terug te verdienen, maar het team heeft wel bepaalde scenario's voor ogen die aansluitend bij de missie van het museum een zeker terugverdieneffect zouden teweegbrengen.

Men zal ook onderzoeken of het museum een platform kan worden voor het aanstormende digitale talent in Vlaanderen. Het projectteam heeft in het concepttraject samengewerkt met Howest en de Thomas More Hogeschool, naast heel wat creatieve agentschappen.

Ook voor zijn game-elementen zal het museum opteren voor oplossingen die de unieke kostprijs per beleving zo laag mogelijk houden. Het streeft naar een maximale stroomlijning om zijn regelmatige aanvulling te blijven garanderen.

De projectleider kreeg nog enkele technische vragen. In verband met de verschillende snelheden in de digitale transformatie van de sector, merkt hij op dat zijn team aanvankelijk had gehoopt op een grote golf te kunnen meesurfen. Maar in de praktijk gaat de sector op verschillende snelheden een bepaalde richting uit. Het project probeert met zijn proeftrajecten aansluiting te vinden bij bestaande projecten, zoals CoGent en de Antwerpse datahub.

Van AI zal worden onderzocht hoe een en ander kan worden geïntegreerd in het werk van de redacteurs, zonder de controle te verliezen op wat ze uiteindelijk genereert.

*Luc Delrue* stelt dat het project uniek is door onder meer de samenwerking die het op regioniveau tot stand brengt. Vlaanderen heeft daarmee al buitenlandse interesse opgewekt, onder meer uit Scandinavië.

Het digitale dataysteeem en de rol daarin van meemoo maken deel uit van de projectenpool van het departement. Willem Putzeys zit geregeld samen met meemoo en Cultuurconnect met het oog op de nodige connectiviteit en meerwaardecreatie. Het virtuele museum is geen alleenstaand verhaal maar is helemaal geïntegreerd in de digitale ontwikkelingstrajecten van het Departement CJM. De optimale data-ontsluiting voor het publiek en de onderlinge verbinding van de betrokken spelers worden samen met organisaties als publiq onderzocht. Die aspecten zullen de

toekomst van het culturele landschap gaan bepalen, met daarin een cruciale rol voor het digitale verhaal.

De digitale transformatie van de Vlaamse cultuursector wekt in heel Europa interesse op. Vlaanderen speelt immers een voortrekkersrol met zijn creativiteit en geëngageerde inzet. Ook het Verenigingsloket maakt deel uit van het digitale traject.

De secretaris-generaal wijst Meyrem Almaci erop dat het virtuele museum wel degelijk voorkomt in het vermelde ontwerp van decreet betreffende de digitalisering van de cultuursector, als onderdeel van de totale ontwikkeling. Voor Luc Delrue wordt vooral de connectie met het publiek cruciaal. Op dit moment bezoeken 2,5 miljoen Vlamingen minstens één museum of erfgoedplaats per jaar. Met alle initiatieven hoopt het departement dit aantal tot 3 à 4 miljoen op te krikken.

Meyrem ALMACI,  
voorzitter

Cathy COUDYSER  
Katia SEGERS,  
verslaggevers

**Gebruikte afkortingen**

AI	artificiële intelligentie
CJM	Cultuur, Jeugd en Media
FARO	Vlaams steunpunt voor cultureel erfgoed
GDPR	General Data Protection Regulation
Howest	Hogeschool West-Vlaanderen
KMSKA	Koninklijk Museum voor Schone Kunsten Antwerpen
meemoo	Vlaams instituut voor het archief
OSLO	Open Standaarden voor Linkende Organisaties