

# Stadsarchief in beweging

*het Stadsarchief Amsterdam*

*tussen 2006 en 2010*

29 juni 2006



## Inhoud

---

Voorwoord	5
1 Degelijk en betrouwbaar: een analyse van de organisatie	7
2 Verrassend geheugen van Amsterdam	9
3 Keuze voor vernieuwing	11
4 Open en actief	13
5 Proefperiode	17
Bijlage: overzicht van vernieuwde activiteiten met beoogde resultaten	20

*De citaten zonder bronvermelding komen uit*

*'Rapportage ideeën en vragen uit het De Bazelspel aan het projectteam', Ineke de Jonge, juni-sept. 2005*



## Voorwoord

---

*‘Stadsarchief: van binnen naar buiten’*

Het Gemeentearchief Amsterdam bezint zich op zijn positie: wat willen we, wat wordt van ons verwacht, wat stralen we uit en wat willen we uitstralen, wat zijn onze sterke en zwakke punten, welke externe ontwikkelingen zijn voor ons van belang, op wie richten we ons?

Alleen al in onze nieuwe naam komt die zoektocht naar onze positie en onze rol tot uitdrukking. We willen het archief van de stad zijn, niet alleen dat van het gemeentelijk apparaat. Het archief als geïntegreerd onderdeel van de Amsterdamse samenleving. Vandaar onze nieuwe naam: Stadsarchief Amsterdam.

Er is voor het Stadsarchief een wereld om op te reageren. Zo is de gemeentelijke administratie in een rap tempo aan het overschakelen van analoge naar digitale opslag van informatie. De digitale bestanden van nu zijn de digitale archieven van straks. Die gaat het Stadsarchief op een andere manier beheren, in een digitaal depot. Ook groeit het bezoek aan [www.gemeentearchief.amsterdam.nl](http://www.gemeentearchief.amsterdam.nl) explosief, terwijl het fysieke bezoek aan het Stadsarchief juist daalt.

Tussen deze ontwikkelingen door speelt dan ook nog de verhuizing van het Stadsarchief naar het gebouw De Bazel. Eindelijk komen de afdelingen van onze organisatie onder één dak. Eindelijk kunnen we de afdelingen efficiënter laten samenwerken. En eindelijk zullen we – in het hart van de stad – beter zichtbaar zijn voor het publiek.

Om voor de verbouw en inrichting van De Bazel krediet van de gemeente Amsterdam te kunnen krijgen, was het nodig een bouwplan te maken. En voor het maken van dat bouwplan moesten we een beeld hebben van de organisatie die we willen zijn, en van de diensten en producten die we willen aanbieden.

De ontwikkelingen leken wel over elkaar heen te buitelen, maar ze bleken uiteindelijk in elkaar te grijpen. Nu veel van onze inzichten – resultaten van werkgroepen, brainstormsessies, overleg, onderzoek – vorm krijgen, is het moment aangebroken vast te leggen waar we heen willen. In grote lijnen weten we dat wel. We zijn de weg naar de digitale, grenzeloze wereld en naar het creëren van bredere publieksdiensten in De Bazel al ingeslagen.

In dit boekje gaan we in op de consequenties voor onze dagelijkse praktijk – voorzover we die kunnen overzien – van de strategische keuzes die

we hebben gemaakt. We schetsen eerst een beeld van de organisatie zoals die is (1) en van de organisatie zoals we die graag zouden zien (2). Daarna benoemen we de strategische keuzes (3) en beschrijven we de consequenties van die keuzes (4): welke eisen stellen ze aan de organisatie?

In de bijlage staat een overzicht van de producten en diensten die het Stadsarchief in De Bazel gaat aanbieden en uitvoeren en de nieuwe taken die daarbij horen.

Tot slot

Hoofdstuk 4 benoemt globaal de eisen waaraan de vernieuwde organisatie dient te voldoen om haar doelstellingen te kunnen realiseren. De details daarvan zullen gaandeweg, in discussie met elkaar en met het gemeentebestuur, duidelijk worden. Daarvoor hebben we ieders inzet hard nodig.

## 1. Degelijk en betrouwbaar: een analyse van de organisatie

---

*'Bij het Stadsarchief, daar weet men alles van Amsterdam.'*

In 2004 is een SWOT-analyse (SWOT = strengths, weaknesses, opportunities and threats) van de organisatie uitgevoerd, met name om de 'doelgroepen' en 'producten' goed in beeld te krijgen. De analyse betrof een inventarisatie van sterke en zwakke punten (intern) en van kansen en bedreigingen (extern). Ze geeft inzicht in de positie van onze organisatie. De resultaten ervan vormen het kader voor de strategische keuzes van het Stadsarchief. Omdat het imago van het Stadsarchief veel zegt over de sterke en zwakke punten van onze organisatie, is ook daar onderzoek naar gedaan.

### Sterke, interne punten

Uit de resultaten van de SWOT-analyse is een topvijf van sterke punten samengesteld:

1. Toonaangevende website en beeldbank.
2. Ruime expertise op het gebied van archiefbeheer en de digitalisering daarvan.
3. Prachtige en bijzondere collecties en archieven (bijvoorbeeld de foto-collecties van Breitner, Olie en hedendaagse fotografen).
4. Grote betrokkenheid van de medewerkers.
5. Prachtige publicaties en mooie tentoonstellingen.

### Rijp voor verbetering

Uiteraard loopt niet alles op rolletjes. Zwakke punten zijn bijvoorbeeld:

1. Qua kennis en bemensing niet voldoende ingespeeld zijn op de digitale wereld.
2. Te weinig kennis bij de medewerkers van werk en producten van andere afdelingen.
3. Te weinig samenwerking op verschillende gebieden met andere gemeentelijke organisatieonderdelen en collega-instellingen.
4. De bedrijfscultuur bij het Stadsarchief is vriendelijk doch rommelig: het Stadsarchief zou een klantgerichter uitstraling mogen hebben.
5. Het ontbreekt het Stadsarchief aan een doordacht en effectief marketingbeleid.

### Externe ontwikkelingen

De topvijf van de belangrijkste externe ontwikkelingen luidt:

1. Toenemend gebruik van internet (het bezoek aan de website van het Stadsarchief bijvoorbeeld blijft groeien). In Nederland is dit snelle en makkelijk toegankelijke medium voor de meeste mensen de bron van informatie geworden.

2. Het ontstaan van een geïntegreerde en ondeelbare informatieketen binnen de gemeente Amsterdam. In november 2004 is Documentum door het gemeentebestuur aangewezen als de standaard voor een Document Management Systeem binnen het concern. Andreas is een digitaal systeem dat de bestuurlijke besluitvorming binnen de gemeente ondersteunt en aansluit bij Documentum. Om aan het eind van de informatieketen de digitale archieven en bestanden te kunnen beheren, wil het Stadsarchief aan het begin ervan partner zijn bij regie en besluitvorming.
3. Het steeds vaker vragen om en opzoeken van samenwerkingsverbanden door politiek, partners en publiek.
4. De veranderende bevolkingssamenstelling van de stad, waarbij het Stadsarchief extra inspanningen dient te leveren om met nieuwe doelgroepen in contact te komen.
5. De sterker wordende gerichtheid op het individu.

## Imago

De kwaliteitsmonitor voor archieven laat voor het Stadsarchief een stijgende lijn zien. Kreeg het Stadsarchief van de klanten een 7,2 in 2004, in 2005 scoorde het een 7,6. De waardering vertaalt zich slechts ten dele in een positief imago. Het Stadsarchief wordt gezien als een betrouwbare, degelijke en deskundige organisatie, maar ook als stoffig, conventioneel, gesloten en inefficiënt.

Dit beeld van het Stadsarchief, van de sterke en zwakke punten en van de ontwikkelingen waarop het gaat inspelen, vormt het kader voor een nieuwe koers.

## 2. Verrassend geheugen van Amsterdam

---

*'Er staat een lange rij wachtenden voor de nieuwe vondst in de Schatkamer'*

Voordat we konden bepalen waarop we de komende jaren het accent willen leggen, moesten we weten wat voor organisatie we willen zijn en voor wie we willen werken.

De werkgroep Imago formuleerde in 2003 een nieuwe missie en kernwaarden.

### Missie

Het Stadsarchief wil een toonaangevend dienstverlener zijn die een samenhangend pakket van innovatieve producten en diensten met informatie over Amsterdam aanbiedt. Dit doet het Stadsarchief door archiveren en collecties te verwerven, te bewaren, toegankelijk te maken en zich te presenteren aan een zo groot mogelijk publiek.

In de jaren 2006-2010 wil het Stadsarchief weer een stap verder komen. Van een aanbodgerichte dienstverlener, zoals de missie van 2003 ons omschrijft, willen we worden tot een vraaggerichte dienstverlener.

### Kernwaarden

- open en toegankelijk
- betrouwbaar kenniscentrum
- verrassend en innovatief.

### Doelgroepen

In de missie staat dat het Stadsarchief het tot zijn taak rekent de geschiedenis van Amsterdam aan een zo groot mogelijk publiek te presenteren. Het Stadsarchief richt zich dus op een zo groot mogelijke doelgroep, fysiek en virtueel. Fysiek in De Bazel, op de nieuwsgierige Amsterdammer, maar ook op de geïnteresseerde toerist die dit gebouw, als een van de belangrijke bezienswaardigheden in de stad, gezien moet hebben. En virtueel op [www.gemeentearchief.amsterdam.nl](http://www.gemeentearchief.amsterdam.nl), op klanten van de Beeldbank en de Archiefbank, op het onderwijs en op liefhebbers van historische interactie, en op de toevallige webpassant die via Google bij ons binnenkomt.



### 3. Keuze voor vernieuwing

*'Het Stadsarchief is dé informatieregisseur binnen het concern Amsterdam'*

De stad en de samenleving ontwikkelen zich voortdurend. Het Stadsarchief wil blijven passen in de nieuwe, digitale wereld en kiest daarom voor vernieuwing. Het wil beantwoorden aan de vraag en de informatiebehoefte van burgers en bestuur.

Het Stadsarchief heeft voor de komende jaren twee speerpunten gekozen: digitaliteit en De Bazel. Het Stadsarchief wil beide speerpunten realiseren, maar legt het primaat voor de periode 2006-2010 bij de digitaliteit.

#### Strategische keuzes

##### Wat betekenen deze strategische keuzes?

- Digitaliteit: het Stadsarchief wil een digitale beheerder van formaat zijn binnen het Concern Amsterdam en een digitale dienstverlener van formaat op het internet. In het digitaal beheer betekent dat: regie over de informatieketen van het Concern, door het leveren van standaarden en kennis. En voor de digitale dienstverlening: digitale levering on demand binnen een nieuw digitaal webconcept passend in het 'web2.0 tijdperk'. Niet alleen levering van informatie uit de archieven en collecties, maar vooral de levering van die archieven en collecties zélf. Hierbij dienen de mogelijkheden te worden benut die het nieuwe internet biedt.
- De Bazel: een breed palet van dienstverlening en presentatie aan de bezoekers van het Stadsarchief in De Bazel. Een palet, gebaseerd op de individuele beleving van het verleden in Schatkamer, filmzaal en tentoonstellingsruimte. Een optimale ondersteuning in Informatiecentrum en Studiezaal van de bezoeker in zijn zoektocht naar het verleden, hem geboden door zoeksystemen én goed toegerust personeel.

#### Vernieuwing in doelgroepen

Het Stadsarchief wil de geschiedenis van Amsterdam aan een zo groot mogelijk publiek laten zien. Dat mag zo zijn, maar dat betekent nog niet dat iedereen geïnteresseerd is in het Stadsarchief, laat staan dat iedereen gemakkelijk De Bazel binnenstapt. Daarom is het noodzakelijk om door middel van communicatie en marketingonderzoek inzicht te krijgen en te houden in de vraag en de wensen van potentiële bezoekers van het Stadsarchief in De Bazel.

In de digitale wereld zijn de drempels weliswaar lager, evengoed gaat het Stadsarchief ook daar nieuwe behoeften peilen en nieuwe producten

ontwikkelen om het webpubliek te blijven boeien en aan zich te blijven binden.

Om onze missie in De Bazel waar te maken, gaan we ons extra inspannen om de nu nog met het Stadsarchief onbekende doelgroepen te bereiken.

In eerste instantie willen we ons wat die groepen betreft richten op:

- alle Amsterdammers, met vooral een hartelijk welkom aan de nieuwe Amsterdammer
- scholieren en studenten – en natuurlijk ieder ander die graag iets nieuws wil leren
- iedereen met belangstelling voor de geschiedenis en de architectuur van Amsterdam.

Een nieuwe doelgroep voor het Stadsarchief is de belangstellende binnen- en buitenlandse toerist die het gebouw wil bewonderen. Speciale aandacht van het Stadsarchief verdienen de stadsdelen, diensten en bedrijven binnen het Concern Amsterdam.

### Vernieuwing in producten

Het Stadsarchief zal nieuwe producten gaan ontwikkelen voor virtuele en fysieke bezoekers. In 2006 is gestart met een publieksonderzoek dat meer informatie oplevert over de juiste product-marktcombinaties. Ook zullen er nieuwe producten komen voor de stadsdelen, bedrijven en diensten van het Concern Amsterdam. Standaarden voor digitalisering van beeldmateriaal bijvoorbeeld, of voor creatie en beheer van digitaal archief. Producten die afhankelijk zijn van de verdere uitbouw van de expertise van het Stadsarchief op digitaal terrein.

## 4. Open en actief

*'Vier afdelingshoofden, acht sectiehoofden:  
een te zware managementlaag?'*

Bij elke organisatie is voortdurend sprake van een aanpassing van de taken aan gewijzigde omstandigheden. Ook bij het Stadsarchief, nu nog aan de Amsteldijk, voltrekt zich zo'n proces. Maar met de keuze voor vernieuwing (zie 3) zal daar de komende jaren in verhevigde mate sprake van zijn. Dat proces zal onze aandacht volledig opeisen. Op dit moment is het Stadsarchief namelijk nog niet goed genoeg toegerust om de beide strategische doelstellingen te kunnen bereiken. Het is ook onzin te veronderstellen dat dit na de verhuizing wel meteen het geval zal zijn. Dat is een proces van jaren, waarin het Stadsarchief steeds verder toegroeit naar de strategische doelstellingen. In die periode probeert het – ongetwijfeld met vallen en opstaan – aan de eisen voor een vernieuwd Stadsarchief te voldoen.

Die eisen zijn:

- een goed toegeruste organisatie
- een geschikt gebouw
- voldoende financiële middelen
- een stevig communicatie- en marketingbeleid.

Hieronder gaan we op elk aspect afzonderlijk in.

### Organisatie

We gaan onze organisatie onder de loep nemen. De integratie van het Stadsarchief in de digitale wereld en de uitbreiding van onze producten en diensten in De Bazel maakt dat noodzakelijk. Een aantal taken zal van inhoud veranderen en bestaande taken zullen in omvang toenemen, afnemen of wellicht verdwijnen. Dat betekent dat taken en formatie opnieuw op elkaar afgestemd worden.

### Toelichting

Meedoen in de digitale wereld betekent dat er in alle afdelingen een verbreding van kennis en deskundigheid zal plaatsvinden. Naast kennis van de collectie en Amsterdam is nu ook kennis van informatiebeheer en -structuren onontbeerlijk. De afdeling Verwerving en Concerndiensten zal haar expertise in de vorming en het beheer van de digitale archieven van het Concern gaan uitbreiden. Zo kan het Stadsarchief gaan voorzien in een breed gevoelde behoefte bij de gemeentelijke onderdelen en zijn adviesrol binnen het concern Amsterdam versterken.

De afdeling Archief- en Collectiebeheer krijgt steeds meer te maken met digitale archieven (bijvoorbeeld via Andreas en digitale bouwdoSSIers) in plaats van de traditionele 'papieren' archieven. Én met een steeds groei-

ende vraag van het publiek naar gedigitaliseerde archieven en collecties. Van de medewerkers vraagt dat een andere en nieuwe deskundigheid. Van de afdeling vraagt dat een gestroomlijnde bedrijfsvoering, goed afgestemd op de digitale dienstverlening.

En ten slotte: de afdeling Publieksdiensten zal zich richten op een voortdurend toenemende digitalisering van dienstverlening en presentatie. Op het web én in De Bazel. Met de bouw van de Archiefbank, de vernieuwing van de Bibliotheek en de introductie van de Bewegende Beeldbank wordt op het web een volgende stap gezet in de omschakeling naar volledige digitale dienstverlening.

De Bazel zelf zorgt vanzelfsprekend voor de meeste veranderingen bij Publieksdiensten. De openingstijden worden ruimer, het evenementenprogramma uitgebreider en de Schatkamer zal altijd open zijn. Daarbij gaat het zowel om een uitbreiding van bemensing als van taken. Nu zijn het nog met name de vakinhoudelijke mensen die een eerste contact met bezoekers hebben. Dat zullen in De Bazel gastheren en gastvrouwen worden. In de Schatkamer, filmzaal en tentoonstellingsruimte gaat het Stadsarchief zich veel uitgebreider presenteren dan tevoren. Dat vraagt meer capaciteit van Archief- en Collectiebeheer wat betreft restauratie, conservering en ontsluiting van de archieven en collecties.

Het accent bij Publieksdiensten zal op marketing en doelgroepenbeleid liggen. In verband hiermee voert een extern bureau een marktonderzoek uit. De resultaten daarvan zijn van belang bij de ontwikkeling van publieksactiviteiten in De Bazel en voor een effectief communicatietraject.

Het nieuwe publieksconcept in De Bazel raakt ook de afdeling Bedrijfsvoering. In verband met de ruimere openstelling en verhuizing naar een locatie in de binnenstad zal er meer beveiliging nodig zijn. Onderzocht wordt hoe en door wie de extra beveiligingstaken zullen worden uitgevoerd. Vanzelfsprekend heeft de keuze 'hoogste prioriteit voor digitaliteit' ook zijn effecten op het takenpakken van Bedrijfsvoering.

## Gebouw

De Bazel is een droomlocatie voor een organisatie als het Stadsarchief die meer diensten geïntegreerd en op een aantrekkelijke, zelfs uitdagende manier gaat aanbieden. Het voormalige bankgebouw biedt de ruimte om op een verrassende en toegankelijke manier informatie te presenteren, documenten te bestuderen, interessante presentaties te tonen en evenementen – boekenmarkt, WetenWeek, Museumnacht, maatschappelijke en historische debatten – te organiseren. De Bazel bevindt zich ook nog eens in het hart van de stad. Op loopafstand liggen voor de geschie-

denis van Amsterdam relevante plekken als Universiteitsbibliotheek, Amsterdams Historisch Museum, FOAM, Rijksmuseum en Spiegelstraat.

## Financiën

Voor de financiering van de eerste anderhalf jaar in De Bazel (de proefperiode, zie 5) heeft het Stadsarchief van de gemeente financiële middelen gekregen. Daarna, in 2008, moet duidelijk zijn op welke manier het Stadsarchief de nieuwe activiteiten structureel zal financieren. Hetzelfde geldt voor de middelen die nodig zijn voor het Stadsarchief om de gewenste prominente rol in de digitale wereld te spelen. Het Stadsarchief zal die financiële middelen zelf dienen te vinden door extra inkomsten te genereren en budgetten te verschuiven.

## Communicatie- en marketingbeleid

De communicatie- en pr-activiteiten van het Stadsarchief gaan deel uitmaken van een stevig beleid waarbij producten en diensten doeltreffend onder de aandacht van het publiek worden gebracht. De communicatie en marketing zullen dus zeker worden versterkt.

## Flexibiliteit

Van ons zal het flexibeliteit en inzet vragen om onze strategische doelstellingen te realiseren en zo van het Stadsarchief een bruisend kenniscentrum te maken. Belangrijk daarbij is ook dat we ervan doordrongen raken dat ons handelen altijd in dienst staat van de klant, of dat nu het publiek is of een collega bij de gemeente. De sfeervolle eigentijdse inrichting van De Bazel – met in het hart een ontmoetingscentrum (het forum) en verder een informatiecentrum, studiezaal, tentoonstellingsruimte, filmzaal, Schatkamer, Stadsboekwinkel, café en vergadercentrum – is daarbij een stimulans.



## 5. Proefperiode

---

*'Broodjes? Bazelburgers natuurlijk!'*

### Planning op hoofdlijnen

najaar 2006	opleiding gastheren en gastvrouwen
winter 2006/2007	verhuizing
half januari 2007	start proefperiode
april 2007	officiële opening
zomer 2008	eindevaluatie proefperiode

Als de deuren van De Bazel officieel opengaan, kan het publiek informatiecentrum, studiezaal, tentoonstellingszaal, Schatkamer, filmzaal, conferentiecentrum, café en boekwinkel bezoeken. Natuurlijk willen we dan alles goed geregeld hebben om onze activiteiten in het nieuwe gebouw zo goed mogelijk uit te voeren. Bijvoorbeeld de beveiliging van mensen, collectie en gebouw. Al langere tijd zijn we ons aan het voorbereiden, zodat we in 2007 in het nieuwe gebouw aan de nieuwe koers kunnen werken.

In het voorjaar van 2007 vindt de officiële opening plaats. Dan zal onze organisatie nog niet perfect opereren. Verhuizen én tegelijkertijd fors inzetten op vernieuwing en versterking van onze voortrekkersrol binnen het concern Amsterdam, dat is te veel om in één keer goed te doen. Al werkend binnen de kaders van de strategische doelstellingen, missie en kernwaarden zullen we ontdekken wat er nodig is aan deskundigheid en middelen en hoe we die het beste kunnen realiseren. Daarom gebruiken we de eerste anderhalf jaar als proefperiode voor De Bazel. Een jaar waarin we onszelf de tijd gunnen zaken te proberen. En die weer bij te stellen aan de hand van tussentijdse evaluaties. Ervaringen opdoen dus, en daaruit lering trekken.

### Doel

Tijdens de hele proefperiode evalueren we onze ervaringen en passen we waar nodig onze werkwijze aan. We willen op die manier komen tot de meest ideale bedrijfsvoering voor het bereiken van onze doelstellingen. Dát is het doel van de proefperiode. Tijdens de eindevaluatie zullen we vaststellen of dat gelukt is en wat de toekomstige bedrijfsvoering wordt. Daarbij streven we naar een werkwijze die een maximaal evenwicht biedt tussen vraag en aanbod en tussen publieksvriendelijkheid en beveiliging. Die werkwijze dient uiteraard te passen binnen de structurele begroting van het Stadsarchief en de mogelijkheden van De Bazel.

## Taken

De digitale ambities van het Stadsarchief zullen zich de komende jaren vertalen in een aantal concrete taken:

- het uitbreiden – kwalitatief en kwantitatief – van advies aan het Concern over digitaal informatiebeheer en concernbrede standaarden
- het inrichten, structureren én vullen van het digitaal depot
- het verhogen van de kwaliteit van het beheer en de toegankelijkheid van de archieven en collecties, onder andere door de huidige beheersystemen samen te smelten tot één systeem
- digitale dienstverlening via Archiefbank en Beeldbank
- restyling website in web2.0-sfeer.

Tijdens de proefperiode doet het Stadsarchief in De Bazel ervaring op met het vernieuwde publieksconcept en de openingstijden voor publieksfaciliteiten. Daarbij horen nieuwe taken en een uitbreiding van bestaande taken. Het gaat om onder meer:

- de nieuwe publieksformule in het informatiecentrum
- de inrichting en actualisering van de Schatkamer
- het organiseren van tentoonstellingen
- een doorlopende programmering van de filmzaal
- de ontwikkeling van het Bazelpakket (rondleidingen en evenementen).

## Functies

De huidige functiegroepen – assistent-medewerkers, eerste assistent-medewerkers, medewerkers, seniormedewerkers, sectiehoofden, afdelingshoofden en directeur – blijven tijdens de proefperiode gehandhaafd. Sommige functies zullen meer taken omvatten, andere minder. Op grond van de aangepaste en nieuwe taken wordt na de proefperiode met een extern deskundige bekeken of, en zo ja, voor welke functies een gewijzigde functiebeschrijving nodig is.

## Tot slot

Als we na anderhalf jaar hebben vastgesteld welke bedrijfsvoering het beste past bij onze doelstellingen, zetten we de volgende stappen. Het Stadsarchief blijft immers in beweging!

# Bijlage: overzicht van vernieuwde activiteiten met beoogde resultaten

productgebied	huidige producten of te vernieuwen producten	(ver)nieuw(d)je activiteiten	beoogde resultaten
<b>A</b>	<p>Inspectie en verwerving overheidsarchieven</p> <p>Inspectie</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ toezicht houden op ontwikkeling en beheer van de Record Management Applicatie voor het Andreas-systeem en documentmanagement systemen (m.n. Documentum)</li> <li>■ actief stimuleren van vervroegde overbrenging belangrijke digitale bestanden</li> <li>■ ontwikkeling controleprogramma's en checklists</li> <li>■ contacten met afdeling Bedrijfsvoering (Facilitair) en ICT binnen de gemeente verbeteren en intensiveren</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ er zijn controleprogramma's en checklisten ontwikkeld en beproefd voor:                             <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Digitaal archief gevormd en beheerd buiten RMA (Record Management Applicatie)</li> <li>2. DMS (Document Management Systemen) en RMA-applicaties</li> </ol> </li> <li>■ stand van zaken digitale archief functie van alle beheerseenheden is beoordeeld</li> <li>■ permanent te bewaren digitale archieven worden binnen vijf jaar overgedragen</li> </ul>
<b>B</b>	<p>Adviesing en ondersteuning</p> <p>Adviesing en ondersteuning 'Digitaal advies' Cursussen</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ advies en ondersteuning bij identificeren, waarderen, ordenen en ontsluiten van ook digitale archieven van gemeentelijke diensten en stadsdelen</li> <li>■ adviseren bij het bepalen van strategieën en tactieken voor (digitaal) archiefbeheer, het ondersteunen van de organisaties bij de implementatie van nieuwe werkwijzen en systemen en het begeleiden en opleiden van de medewerkers bij de verandering</li> <li>■ mede ontwikkelen van standaarden en regelgeving voor (digitaal) archiefbeheer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 10.000 digitale advesuren, waarvan 2.000 ten behoeve van de inrichting van een DMS, in 2010</li> <li>■ jaarlijkse cursus 'digitaliteit' voor de DIV-medewerkers van het concern</li> <li>■ standaarden en regelgeving voor (digitaal) archiefbeheer</li> <li>■ beschikbaarstellen van bestanden (in eerste instantie technische archieven, zoals bijvoorbeeld de Bouw- en Woningtoezichtdossiers) die door meerdere organisaties binnen het concern gebruikt worden</li> </ul>
<b>C</b>	<p>Verwerving particuliere archieven</p> <p>Particuliere archieven en collectie(item)s w.o. beeldmateriaal, boeken, foto's en audiovisuele documenten</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ intensiveren van contacten met migrantenorganisaties</li> <li>■ verwerven migrantenerfgoed</li> <li>■ documentaire foto-opdrachten en topografische tekeningencommissie i.s.m. het Amsterdams Fonds voor de Kunst</li> <li>■ regelmatig aandacht voor nieuwe verwervingen i.h.k.v. vernieuwd marketing- en communicatiebeleid</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ naast reguliere verwerving jaarlijks verwerving van 2 migrantenarchieven en 100 stuks losse items m.b.t. dit onderwerp;</li> <li>■ drie foto-opdrachten per jaar en ca. 50 topografische tekeningen</li> <li>■ maandelijks publiciteit verwerving</li> </ul>

<b>D</b>	Beveiliging en beheer van archieven en collecties	Archief- en collectieconservering Archief- en collectiereproductie Beheersgegevens	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ inrichten, structureren en vullen digitaal depot</li> <li>■ naadloze aansluiting digitaal depot op verwerving en verstrekking digitale images en metadata</li> <li>■ vaststellen conformstandaarden voor digitaal (document)beheer</li> <li>■ digitaal (document)beheer voor concerparters</li> <li>■ inlopen achterstanden in behoud d.m.v. Deltaplan fase 2</li> <li>■ het verzorgen van de logistiek, de digitale reproductie en het verzorgen van archieven en collecties ten behoeve van de producten van de sectie Presentatie</li> </ul>	<p>Stadsarchief wordt het digitaal depot voor afgehandelde digitale dossiers van de gemeente Amsterdam (status 'semi-statisch' verdwijnt uiteindelijk voor digitale archieven; alleen dynamisch en statisch blijven bestaan)</p> <p>concernstandaarden die aansluiten op (o. a.) de eisen van het GAA</p> <p>toegang tot nieuwe marktsectoren en inkomstenbronnen</p> <p>in 2010 80% archieven en collecties geconserveerd op basisniveau</p>
<b>E</b>	Ontsluiting archieven en collecties	Ontsluitingsgegevens Extern gefinancierde projecten	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ realisatie van een RMA voor Andreas en Documentum</li> <li>■ van twee naar één metadatasysteem</li> <li>■ kwaliteitsslag metadata: saneren en verbeteren beschrijvingen, descriptor en hun onderlinge relaties</li> <li>■ inlopen achterstanden in toegankelijkheid d.m.v. Deltaplan fase 2</li> <li>■ bewerken van archieven en collecties van en voor derden</li> <li>■ extern gefinancierde collectiebewerking en micro-ontsluiting</li> <li>■ het leveren van deskundigheid ten behoeve van de producten van de sectie Presentatie</li> </ul>	<p>directe aansluiting tussen beheer en toegankelijkheid van archieven in dynamische en statische fase; daardoor dalend structurele beheerskosten</p> <p>geoptimaliseerde import, beheer en export metadata</p> <p>alle metadata op macro-, meso- en microniveau in één metadatasysteem</p> <p>in 2010 80% archieven en collecties toegankelijk op mesoniveau</p> <p>sterke marktpositie in bewerking bedrijfsarchieven en digitaal beheer</p> <p>toegang tot nieuwe marktsectoren en inkomstenbronnen</p>

productgebied	huidige producten of te vernieuwen producten	(ver)nieuw(d)je activiteiten	beoogde resultaten
<b>F</b>	<p>Verlenen van informatie</p> <p>Informatiecentrum</p> <p>Studiezaal</p> <p>Website</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ nieuw publiekconcept maakt van het Informatiecentrum het ideale vertrekpunt voor al het onderzoek over Amsterdam; gastheren/gastvrouwen adviseren bezoekers over het gebruik van archieven en collecties, stimuleren ontmoeting en bieden gelegenheid tot uitwisseling van onderzoek en ideeën;</li> <li>■ het centrum is dagelijks geopend van dinsdag tot en met zondag</li> <li>■ overschakeling van raadpleging via microfilm naar digitale raadpleging</li> <li>■ verlenen van inzage in originele documenten</li> <li>■ volledige digitale dienstverlening via Archiefbank, Beeldbank en Bibliotheek</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 25.000 bezoekers</li> <li>■ 10.000 bezoekers</li> <li>■ 250.000 bezoekers met een jaarlijkse stijging van 10%; 8.000.000 pageviews met een jaarlijkse toename van 10%</li> </ul>
<b>G</b>	<p>Verkoop informatie en reproducties</p> <p>Leges</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ online levering op demand van gedigitaliseerde informatie uit archieven en collecties in standaardformaten</li> <li>■ reproducties in maatwerkformule op bestelling</li> <li>■ onderzoek op bestelling</li> </ul>	
<b>H</b>	<p>Presentatie en educatie</p> <p>Website</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ vernieuwd ontwerp waarbij wordt aangesloten op huisstijl en waarbij internet en intranet worden geïntegreerd</li> <li>■ regelmatig uitbreiding waardoor de Schatkamer een Amsterdam-encyclopedie wordt</li> <li>■ educatieve producten als 'Buurt en stad' volwassen Engelse versie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ een vernieuwde website: 450.000 bezoekers met een jaarlijkse toename van 10%; 11.000.000 pageviews met een jaarlijkse toename van 10%.</li> </ul>

Tentoonstellingen en evenementen	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ doorlopend is een tentoonstelling te bezichtigen; minstens drie tentoonstellingen per jaar plus bijbehorend programma; in de zomer een gasttentoonstelling; dagelijks geopend van dinsdag tot en met zondag</li> <li>■ uitbouwen marketing- en communicatiebeleid onder leiding van</li> </ul>	■ 40.000 bezoekers per jaar.
Schatkamer	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ speciaal daarvoor aan te trekken deskundige permanente en wisselende presentatie waarbij rekening wordt gehouden met de actualiteit; gaat gepaard met actualisatie van de PDA's (Personal Digital Assistants); dagelijks geopend van dinsdag tot en met zondag</li> </ul>	■ 10.000 bezoekers per jaar
Filmzaal	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Doorlopende filmvoorstellingen volgens cineacformule, waarvan programmering elk kwartaal wordt aangepast; dagelijks geopend van dinsdag tot en met zondag</li> </ul>	■ 5.000 bezoekers per jaar
Bazelpakket	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ pakket met opties / combinaties van rondleidingen door gebouw, Schatkamer, tentoonstellingen en werkruimten voor verschillende doelgroepen</li> </ul>	■ 10.000 bezoekers per jaar

