

## Casusbeschrijving DES

Wat we willen weten over de casus		Bron		
Aspect	Vraag	Documenten	Interviews	Workshops
Algemeen	Wat is de titel van de tentoonstelling en waar gaat deze over?			
	Wanneer start de tentoonstelling en hoelang loopt deze? (Vallen er vakantie of speciale feestdagen tijdens de looptijd? Zo ja, wordt daar nog iets extra's mee gedaan: extra marketing, in prijsstelling, etc.)			
	Wanneer is het idee voor de tentoonstelling ontstaan en wat was de aanleiding?			
	Zijn er eerder vergelijkbare tentoonstellingen geweest? Zo ja, welke en wat was de ervaring daarmee (succesfactoren, verbeterpunten), en zijn deze expliciet meegenomen bij deze tentoonstelling?			
	Zijn er wijzigingen voorzien in de tentoonstelling tijdens de looptijd van de tentoonstelling?			
	Hoeveel bezoekers worden er verwacht? Waar is deze verwachting op gebaseerd?			
	Wat zijn de openingstijden van het museum/tentoonstelling? Zijn er nog speciale openingsstellingen (bv. museumnacht)			
Doel/Strategie	Wat is het doel van de tentoonstelling?			
	Hoe sluit de tentoonstelling aan bij de missie en strategie van het museum?			
	Waarom is deze tentoonstelling bij dit museum? Hadden andere musea dit ook kunnen doen, kortom, wat is het unieke?			
	Waarom op dit tijdstip? (Waren er alternatieve momenten?)			
	Is er een relatie van de tentoonstelling met andere activiteiten in het museum? Zo ja, hoe worden die gelegd? Indien nee, waarom niet?			
	Hoe belangrijk is deze tentoonstelling voor het museum? En waar zit dat belang? (is het een trekker van bezoekers, is het innovatief, is het om de autoriteit te bevestigen, is het een goede pr mogelijkheid, etc...)			
	Wat is de belangrijkste argument/reden geweest dat er groen licht is gekomen voor deze tentoonstelling? En wie heeft dat groene licht gegeven? En welke overwegingen hebben daarbij gespeeld? Zijn bv. eerdere ervaringen van belang geweest?			
	Loopt het museum een risico met de tentoonstelling? Zo ja, welk en hoe wordt hier mee omgegaan?			
	Is er bij het bepalen van de tentoonstelling gebruik gemaakt van bepaalde business tools			

Wat we willen weten over de casus		Bron		
Aspect	Vraag	Documenten	Interviews	Workshops
	zoals bv. het Business Canvas? Zo ja, wat was de meerwaarde? Indien nee, waarom niet?			
Project	Hoe is het project om de tentoonstelling tot stand te brengen georganiseerd? (projectleider/stuurgroep etc., milestones/deadlines etc., activiteiten/deliverables etc.)			
	Wie zijn de stakeholders? En welke belangen hebben zij bij de tentoonstelling?			
	Hoe ziet de begroting eruit? Zijn er externe financierders? Zijn er 'onderdelen' van de tentoonstelling gesneuveld door een beperking van het budget? Zo ja, welke en waarom deze?			
	Wie is eindverantwoordelijk?			
	Welke interne afdelingen zijn er bij betrokken, en met hoeveel (tijd, fte), welke rol, taken en verantwoordelijkheden?			
	Welke externe partijen zijn er bij betrokken en met hoeveel (tijd, fte), welke rol, taken en verantwoordelijkheden?			
	Hoe vindt overleg/afstemming plaats (overlegstructuren, regelmaat)?			
	Hoe wordt projectinformatie gedocumenteerd?			
	Is er een SWOT gemaakt? Wie stuurt daarop en hoe?			
	Zijn er bepaalde indicatoren geformuleerd waaraan de tentoonstelling moet doen? (bezoekersaantallen, bezoekerstevredenheid, persaandacht, etc.). Zo ja, hoe, wanneer en door wie worden die geoperationaliseerd, gemeten en geëvalueerd? Is de evaluatie alleen aan het eind van de tentoonstellingsperiode of ook tussentijds?			
	Van welke algemene ondersteuning in het museum maakt het project gebruik, bijvoorbeeld ten aanzien van marketing, ICT, educatie, etc.			
	Worden onderdelen van de tentoonstelling uitgetest? Zo ja, welke? En hoe wordt met de resultaten omgegaan?			
	Zijn er (nu) al lessons learned in het project? Wat zou je anders doen de volgende keer?			
DNA - program	Welke collectie staat centraal in de tentoonstelling? Is dit een eigen collectie of worden er ook objecten 'geleend'? Zo ja, van wie? En is de collectie normaliter (buiten de tentoonstelling om) ook toegankelijk voor publiek?			
	Op basis van welke criteria worden objecten gekozen voor de tentoonstelling? En door wie?			
	Welke veranderingen zijn er geweest in de keuze van de objecten gedurende het			

Wat we willen weten over de casus		Bron		
Aspect	Vraag	Documenten	Interviews	Workshops
	ontwikkelproces van de tentoonstelling? En waarom? En zijn die veranderingen afgestemd in het project? En welke consequenties hebben die veranderingen gehad voor de tentoonstelling?			
	Welke informatie wordt bij de objecten gegeven? En hoe is dit afgestemd op de doelgroep en tentoonstelling?			
	Zijn er nog extra programmaonderdelen gekoppeld aan de tentoonstelling? (bv. lezingen, workshops, extra rondleidingen)			
	Is er een educatief programma bij de tentoonstelling? Zo ja, voor wie en hoe ziet dat eruit? Indien nee, waarom niet?			
DNA- prijs	Wat zijn de prijsstellingen voor een bezoek aan de tentoonstelling? Wijkt dit af van wat gangbaar is bij tentoonstellingen in het museum? Zo ja, waarom? Zo nee, waarom niet?			
	Wat is de verwachte opbrengst van de tentoonstelling van de kaartverkoop? Waar is die verwachting op gebaseerd? Worden de opbrengsten gedurende de tentoonstelling gemonitord? En bij tegenvallers worden er dan additionele acties ondernomen (bv. extra marketing?)			
	Zijn er kortingsacties voor bepaalde bezoekersgroepen? Waarom wel, waarom niet?			
DNA – Informatie & Marketing	Welke marketingmiddelen zijn ingezet? Waarom deze? (ervaring mee, kostenaspect, past bij doelgroep, past bij tentoonstelling)			
	Hoe crossmediaal is de marketingmix? <i>1 = twee of meer kanalen worden alleen genoemd maar bestaan naast/los van elkaar</i> <i>2 = de verschillende media worden in samenhang beschreven</i> <i>3 = de verschillende media worden in samenhang gekoppeld aan onderdelen van de marketingboodschap</i> <i>4 = de sterktes en eigenschappen van de verschillende media worden expliciet genoemd en gekoppeld aan de rol die ze vervullen in de marketingboodschap</i> <i>5 = er is een uitgebreide orkestratie van de verschillende media gekoppeld aan doelgroepen, momenten van contact, ondersteuning van de tentoonstelling, etc.</i>			
	Hoe zou je de uitstraling en 'tone of voice' van de marketinguitingen beschrijven?			

Wat we willen weten over de casus		Bron		
Aspect	Vraag	Documenten	Interviews	Workshops
	Wat zijn de verschillende acties voor, tijdens en na de tentoonstelling?			
	Welke informatie over de tentoonstelling is beschikbaar online, in het museum en op mobile?			
	Welke merchandise is er in de museumwinkel beschikbaar? Is dit ook online beschikbaar om te bestellen? En waarom is gekozen voor deze merchandise?			
	Verzamelt het museum contactgegevens van bezoekers? Zo ja, waarom en wat gebeurt daarmee?			
	Is er aandacht voor de tentoonstelling in de locatie en/of nationale media? Wordt dit gebruikt in de verdere marketing op bv. de website?			
	Waar kan iemand informatie vinden over de tentoonstelling?			
DNA- Locatie & Setting	Waar ligt het museum? En is het 1 gebouw/vestiging of zijn er meerdere?			
	Liggen er andere faciliteiten vlak in de buurt? (winkels, hotels, restaurants etc)			
	Is het museum van buiten herkenbaar als museum? (entree, naam op gevel, etc.)			
	Wat is er aan gedaan om bij binnenkomst de bezoeker een welkom gevoel te geven?			
	Waar ligt de tentoonstellingsruimte in het museum (locatie tov. hoofdingang, toiletten, etage etc.)			
	Hoe groot is de ruimte van de tentoonstelling? En hoe is deze ingedeeld (ingang, uitgang, ramen, vaste wanden, etc.)			
	Hoe is de ruimte voor de tentoonstelling veranderd: tijdelijke wanden, geverfd, belichting veranderd, ramen afgeplakt, verhoging geplaatst, etc.? En waarom?			
	Zijn er nog speciale kenmerken van de ruimte waar de tentoonstelling rekening mee moest houden, bv. in het kader van brandveiligheid, temperatuurregulatie ivm. Objecten, etc.			
	Zijn er nog specifieke kenmerken aan de ruimte ivm. de tentoonstelling (temperatuur, geur, licht, plaatsing grote objecten, aanleg ict/schermen etc.)			
	Welke uitstraling moet de ruimte hebben?			
DNA - Bereikbaar	Is het museum goed bereikbaar? (auto, openbaar vervoer, routing in stad naar museum, wegwerkzaamheden)			
	Zijn er speciale voorzieningen voor mensen die slecht ter been zijn / gehandicapt?			

Wat we willen weten over de casus		Bron		
Aspect	Vraag	Documenten	Interviews	Workshops
	Zijn er speciale afspraken met vervoerders? (bv. gratis parkeren bij bezoek, dagtrip NS)			
	Wordt er verwacht dat er bepaalde drukke bezoekmomenten zijn? Zo ja, welke zijn dit en hoe wordt daar mee omgegaan?			
DNA-Animation	Hoeveel mensen kunnen er tegelijkertijd in de tentoonstellingsruimte zijn? ('range' vragen) Bij welk aantal is het echt druk? En worden er maatregelen genomen als de ruimte te vol wordt? Wie beslist dat en welke maatregelen worden dan genomen?			
	Hoe lang duurt naar verwachting een gemiddeld bezoek aan de tentoonstelling?			
	Kun je makkelijk heen en weer lopen in de tentoonstelling of is er een dwingende route? Zijn er duidelijke looppaden en looprichtingen?			
	Krijgen bezoekers een plattegrond van de tentoonstellingsruimte? (Welke informatie staat hierop en is deze afgestemd op de doelgroep?)			
	Wordt er verwacht dat bepaalde onderdelen van de tentoonstelling populair zullen zijn bij het publiek? Zo ja welke onderdelen? En wordt daarop geanticipeerd?			
	Welke interactiemomenten zijn er? En hoe zijn die opgenomen in de tentoonstellingsruimte (waar, hoe vormgegeven, positie ten opzichte van elkaar, etc.)? Hoe zijn die interacties herkenbaar voor het publiek en welke instructie is er bij?			
	Hoe zou je het interactieniveau van de bezoekers in de tentoonstelling willen typeren? 1 = 'Individual consumes Content' 2 = 'Individual interacts with Content' 3 = 'Individual interactions are networked in aggregate' 4 = 'Individual interactions are networked for social use' 5 = 'Individuals engage with each other socially'			
	Wordt er een verhaal verteld in/met de tentoonstelling? Zo ja, wat is de 'mate van narrativiteit': 1 = er wordt alleen verwezen naar een verhaal (of collectie) 2 = het verhaal wordt beschreven/toegelicht (context, personages, verhaallijn) 3 = er worden duidelijke narratieve principes gebruikt (protagonist, spanningsboog, flashbacks, archetypes, etc.) 4 = het verhaal is een sturend principe in de oplossing			

Wat we willen weten over de casus		Bron		
Aspect	Vraag	Documenten	Interviews	Workshops
	<i>5= bezoekers hebben een actieve rol in het verhaal en zijn nodig om het verhaal te vertellen.</i>			
DNA – Comfort aneminities	Zijn er in de tentoonstellingsruimte zitplekken om te rusten? Of vlakbij de tentoonstellingsruimte?			
	Zijn zaken als toiletten, nooduitgangen, eerste hulp goed aangegeven en beschikbaar?			
	Hoe vaak wordt er schoongemaakt?			
	Wat wordt er aan gedaan om bezoekers op hun gemak te laten voelen?			
	Zijn er zaken als een garderobe en een koffiecorner/restaurant aanwezig?			
	Zijn er speciale voorzieningen voor kleine kinderen (spelruimte, luiers verschonen etc.)?			
DNA – Staff	Is er personeel in de tentoonstellingsruimte aanwezig? Zo ja, hoeveel en zijn ze herkenbaar en hoe dan? Zijn ze op een bepaalde manier aangekleed? Hebben ze een specifieke instructie gekregen? Zo ja welke? Indien nee, waarom niet?			
	Krijgt het museum personeel dat in contact komt met bezoekers überhaupt training en instructie? Wat is de aard daarvan?			
	Geeft het personeel gedurende een tentoonstelling feedback over bezoekerservaringen aan de tentoonstellingsverantwoordelijke? Zo ja, wat wordt daar mee gedaan? Indien nee, waarom niet?			
	Is dit personeel in dienst van het museum of zijn dit (deels) vrijwilligers?			
DNA – Food&Drinks	Is er een restaurant in het museum?			
	Wordt er nog iets specials gedaan met eten en drinken op het menu in het kader van de tentoonstelling?			
DNA - Estheticus	Zijn er afspraken gemaakt over kleurstelling, fonts, Visuals etc. in de marketing en in de tentoonstelling?			
	Hoe zou je de algemene vormgeving willen typeren?			
	Is er in alle uitingen (marketingmiddelen, online, offline, in de tentoonstelling) rekening			

Wat we willen weten over de casus		Bron		
Aspect	Vraag	Documenten	Interviews	Workshops
	gehouden met deze uitgangspunten? Waar niet of minder?			
	Zijn er bij de het ontwerp alternatieve bekeken? Zo ja, waarom is gekozen voor de huidige vormgeving?			
Demografie	Op welke doelgroep is de tentoonstelling gericht? (leeftijd, inkomen, opleiding, sexe)			
	Is dit een nieuwe doelgroep voor het museum of een bestaande doelgroep waar het museum al ervaring mee heeft?			
	In hoeverre wordt informatie over bezoek inzichtelijk gemaakt voor bezoekers (bv. zoveel gezinnen hebben de tentoonstelling al bezocht)?			
Motivatie	Aan welke motivatie van de bezoekers probeert de tentoonstelling tegemoet te komen? Is dit expliciet geformuleerd? (zes motivaties: ontsnappen aan dagelijkse hectiek/sleur, samen zijn met vrienden/anderen, samen uit met familie, iets nieuws meemaken, leren, betekenis kunnen geven )			
	Is dit voor het museum een 'nieuwe' motivatie die wordt aangesproken of is de motivatie vergelijkbaar met andere/eerdere tentoonstellingen?			
	Hoe zie je die motivatie terug? (bv. in marketing, in aankleding, in inrichting etc.)			
	Wat is naar verwachting het meest aantrekkelijke voor de bezoeker om naar de tentoonstelling te komen?			
	Zijn er in de omgeving directe alternatieven voor bezoekers om aan hun motivatie 'tegenoet' te komen? (andere musea, evenementen, pretparken, etc.) En speelt dit nog meer of minder tijdens de tentoonstellingsperiode? Is daar rekening mee gehouden. Zo ja: hoe? Indien nee, waarom niet?			
	Waarom zouden mensen de tentoonstelling willen bezoeken?			
'Festigrafisch'	Wat is naar verwachting de samenstelling van de bezoekers: individuen, groepen, gezinnen, schoolklassen? En hoe groot zijn de groepen naar verwachting?			
	Is de verwachting dat het om nieuwe bezoekers voor het museum gaat of bezoekers die al eerder in het museum zijn geweest? (vragen naar verhouding)			
	Wat is naar verwachting de besteding van de bezoekers gedurende het bezoek (bv.			

Wat we willen weten over de casus		Bron		
Aspect	Vraag	Documenten	Interviews	Workshops
	restaurant, shop)? Wordt dit gemonitord? Is dit meegenomen in de begroting?			
	Komen de bezoekers naar verwachting uit: de regio, landelijk of internationaal (toeristen)? Is deze verwachting onderbouwd?			
	Zijn de bezoekers van de tentoonstelling naar verwachting toevallige bezoekers, incidentele bezoekers of bezoekers die regelmatig naar musea gaan?			
Mentality	Is er gewerkt met 'persona' of bv. motivaction indelingen om de doelgroep scherp te krijgen? Waarom wel, waarom niet? En zo ja: op welke 'persona' is de tentoonstelling dan gericht?			
Beleving	Met welke woorden zou je de beleving van de bezoeker willen typeren?			
	Zijn er specifieke onderdelen van de tentoonstelling waar naar verwachting een specifieke beleving wordt nagestreefd? Zo ja, welke onderdelen en welke belevingen?			
	Welke memorabele belevingen wil de tentoonstelling aan de bezoeker 'meegeven'?			
	Welke emotie zou de tentoonstelling vooral moeten oproepen? (lijstje opnemen)			
	Wat is naar verwachting de meest beslissende factor van de tentoonstelling in de beleving van de bezoeker?			
Media	Welke media worden er ingezet in de tentoonstelling? (schermen, kinect, ipads, audio tour guides etc.)?			
	Hoe crossmediaal is de tentoonstelling? 1 = twee of meer kanalen worden alleen genoemd maar bestaan naast/los van elkaar 2 = de verschillende media worden in samenhang beschreven 3 = de verschillende media worden in samenhang gekoppeld aan onderdelen van de tentoonstelling 4 = de sterktes en eigenschappen van de verschillende media worden expliciet genoemd en gekoppeld aan de rol die ze vervullen in de tentoonstelling 5 = er is een uitgebreide orkestratie van de verschillende media gekoppeld aan doelgroepen, momenten van contact, ondersteuning van de tentoonstelling, etc.			



Wat we willen weten over de casus		Bron		
Aspect	Vraag	Documenten	Interviews	Workshops
	Is er een website? Wat is de inhoud daarvan en wat is de relatie met de tentoonstelling? (bv. is er uitwisseling van content)			
	Is er een app? Wat is de inhoud daarvan en wat is de relatie met de tentoonstelling? (bv. is er uitwisseling van content)			
	Wat is de rol van sociale media voor, tijdens en na de tentoonstelling?			
	Is er specifieke aandacht voor mond-tot-mond reclame? Zo ja, hoe wordt hier op gestuurd? Indien nee, waarom niet?			
	Wordt er gebruik gemaakt van nieuwe technologie?			
Tevredenheid	Waar wordt op gestuurd om bezoekers met een tevreden gevoel naar huis te laten gaan?			
	Welke verwachtingen worden er gewekt in de communicatie om bezoekers te trekken? (nadruk op objecten, interactie, gezellig dagje uit, iets leren, etc.)			
Kwaliteit	Welke kwaliteitseisen stelt het museum aan de verschillende onderdelen van de tentoonstelling, bv. ten aanzien van personeel, uitstraling, informatie, etc.?			
Loyaliteit	Heeft het museum een loyaliteitsstrategie en/of programma? Zo ja, hoe werkt dat door in de tentoonstelling? Indien nee, waarom niet?			
	Hoe wordt loyaliteit gemeten of gemonitord?			
Overige	Wat zou voor het museum de grootste teleurstelling zijn omtrent deze tentoonstelling? (te weinig bezoekers, negatieve pers, problemen met techniek etc.)			