



**HOGESCHOOL  
UTRECHT**

## Analyse van een Casus

Een gestructureerde inventaris van vragen voor de analyse van een casus



Versie: 1.1  
Datum: 16 oktober 2010

# Inhoudsopgave

Introductie .....	3
Doel .....	3
Context.....	3
Definitie.....	3
Aanpak .....	4
Gebruik.....	4
Verslaglegging .....	4
Voorbeelden .....	4
A. Basiskenmerken van de casus .....	5
B. Technologie .....	6
C. Organisatie.....	7
D. Financieel .....	8
E. Gebruikers.....	9
F. Crossmediaal.....	10
G. Usability.....	11
H. Intertekstualiteit.....	12
I. Communicatie & Marketing.....	13
J. Historische context.....	14
K. Sociaal-maatschappelijke context .....	15
Quick Scan .....	16
Colofon .....	17

# Introductie

## **Doel**

Het doel van dit document is om een gestructureerde set van vragen aan te reiken voor de analyse van een casus.

Het voordeel van het werken aan de hand van een gestructureerde vragenset is niet alleen dat de analyse meer systematisch kan worden uitgevoerd, maar nog belangrijker dat het eenvoudiger wordt om over verschillende casussen te communiceren en ze onderling te vergelijken. Door vooral dit laatste ontstaat er de mogelijkheid van een toetsend kader: door te kijken over alle casussen heen kunnen interpretaties plaatsvinden betreffende ontwikkelingen, sterktes en zwaktes, *best practices*, etcetera.

## **Context**

De context van deze gestructureerde vragenset is het onderzoek naar crossmedia dat wordt uitgevoerd door het Crossmedialab.

De selectie van vragen is gestuurd vanuit het onderzoek naar crossmedia, dit betekent dat de casussen die voor ogen staan zich begeven op het gebied van media, informatietechnologie en communicatie. Daarbij is er specifieke aandacht voor crossmediale kenmerken en eigenaardigheden. Deze vragen zijn grotendeels ondergebracht in de betreffende vragenrubriek, maar ook vragen in andere rubrieken zijn met dit oogmerk geselecteerd. Daarmee is niet gezegd dat de analysevragen ook niet van toepassingen kunnen zijn op andere casuïstiek, maar het moge duidelijk zijn dat voor het beschrijven van een medische of juridische casus andere vragen (ook) relevant zijn.

## **Definitie**

Onder een casus verstaan we een product, dienst en/of gebeurtenis die afgebakend is in tijd en/of ruimte.

Een belangrijke vraag is natuurlijk: wat verstaan we onder een casus? Het is lastig hiervan een 100% dekkende definitie te geven. Het gaat in ieder geval altijd om een concreet voorkomen dat afgebakend is in tijd en/of ruimte. Met een 'voorkomen' bedoelen we:

1. Producten: een iPhone, een televisieserie zoals *De Oorlog*, een tijdschrift, et cetera.
2. Diensten: Twitter, video-on-demand zoals uitzendingemist.nl, een navigatieroute door een museum, etcetera.
3. Gebeurtenissen: een reclame- of verkiezingscampagne, festivals, tentoonstellingen in musea, de Olympische spelen, een nieuwsgebeurtenis zoals de landing op de maan of het overlijden van Prinses Diana, etcetera.

Natuurlijk zijn er genoeg voorbeelden te verzinnen waar combinaties voorkomen. Voor de analyse is het aan te raden een duidelijke afbakening te kiezen. Hierbij kan ook gedacht worden vanuit een organisatie of bedrijf: 'Wat doet het stedelijk museum met *augmented reality*?' of 'Hoe gebruikt Sony 3D mogelijkheden in haar producten?'.

## **Aanpak**

Als aanpak is ervoor gekozen een pragmatische keuze te maken van vragen uit modellen en theorieën die de analyse van (nieuwe) diensten/producten tot doel hebben.

Geen enkele vraag is in principe waarde vrij of vrij van een (theoretische) context. Het is dan ook heel goed mogelijk vanuit een bepaald perspectief een casusanalyse uit te voeren (bijvoorbeeld vanuit een semiotisch perspectief of vanuit een feministisch perspectief) of vanuit een bepaalde methodiek (bijvoorbeeld *content analysis*). Deze inventaris probeert hierin juist niet dwingend te zijn maar de vragen meer 'neutraal' te formuleren, zodat zonder de theorie de vragen toch hanteerbaarheid en mogelijk zelfs een bepaalde vanzelfsprekendheid hebben. Hierbij kun je dan denken aan vragen over de maatschappelijke context, de technologische context, de historische context enzovoort. Overigens staan de categorieën niet allemaal haaks op elkaar, sommige vragen passen daarom ook in meerdere categorieën.

## **Gebruik**

Aan het gebruik zijn geen specifieke voorwaarden gekoppeld. De 'analyticus', student en docent, kan zelf een selectie maken uit de vragen, zelf vragen toevoegen of een andere onderverdeling hanteren. Ook over de presentatie van de resultaten doet dit document geen uitspraak. Er is ook geen voorschrift in de volgorde waarin de vragen behandeld moeten worden.

De inventaris van analysevragen is een handreiking. Het staat iedereen vrij om daarmee om te gaan zoals gewenst is. Het is in ieder geval geen invulformulier, maar een aanzet om zelf ook na te denken en vragen te verzinnen. Er is geen voorwaarde aan het niveau van degene die de analyse uitvoert. Het niveauverschil komt veel meer tot uiting in de manier waarop het antwoord vergaard wordt en met welk detail het gerapporteerd wordt. Zo kun je over bijvoorbeeld de Tv-afstandsbediening even googelen wanneer deze uitgevonden is of je kunt er een uitgebreide (historische) analyse van maken en op promoveren (zoals ook gebeurd is). Resultaten van de analyse kunnen mondeling gepresenteerd worden, schriftelijk of via een multimediale presentatie. Dit document doet daar geen uitspraak over. Omdat de inventaris in totaal toch om een flink aantal vragen gaat, is er op het eind van dit document een 'Quick Scan' toegevoegd met een selectie van vragen die volgens ons een minimaal maar wel een totaalbeeld van een casus oplevert.

## **Verslaglegging**

Bij de verslaglegging van een casus op basis van deze inventaris dien je toe te voegen: een goede samenvatting van de casus, een algemene reflectie op de analyse afhankelijk van je beginvraag, bronnen die je gebruikt hebt om de casus te beschrijven en te analyseren. Gebruik ook beeldmateriaal om duidelijk te maken hoe de casus eruit ziet, werkt, gebruikt wordt, zoals bijvoorbeeld schermafdrukken, gebruikershandleidingen, plattegronden van een museum of festivalterrein et cetera. Maak er in ieder geval geen vraag en antwoordspel van, maar beschrijf de casus in een doorlopend pakkend verhaal dat de lezer/kijker inzicht geeft.

## **Voorbeelden**

Voorbeelden van casussen zijn te vinden op <http://www.crossmedialab.nl/impact> en op de wiki *History of the Future*: [http://crossmedialab.nl/wiki/hotf/index.php/Main\\_Page](http://crossmedialab.nl/wiki/hotf/index.php/Main_Page).

## **A. Basiskenmerken van de casus**

- A1 Wat is het?
- A2 Waar is het voor bedoeld?
- A3 Uit welke onderdelen bestaat het?
- A4 Welke waardepropositie ligt ten grondslag aan de casus?
- A5 Waarom zouden mensen dit willen hebben/doen?
- A6 Met welk doel is de casus ontworpen/gemaakt?
- A7 Welke unieke eigenschappen van de casus worden met name belicht?
- A8 Wat is de essentie van de casus?
- A9 Hoe drukt de slogan van de casus de essentie uit?
- A10 Welke informatie is er beschikbaar over de casus?

## B. Technologie

- B1 Welke technologie is relevant voor de casus?
- B2 Wordt er gebruik gemaakt van bepaalde open source technologie, standaarden en/of proprietary technologie?
- B3 Hoe werkt de casus technologisch gezien?
- B4 Van welke technologieën is de casus afhankelijk?
- B5 Is de technologie nieuw? Hoe vooruitstrevend is de gebruikte technologie?
- B6 Zijn er vergelijkbare technologische casussen?
- B7 Van welke enabling technologie maakt de casus gebruik? (denk aan *payment*, autorisatie, *security*, *profile management*)
- B8 Welke kwaliteitseisen en -wensen worden gesteld aan de technologie?
- B9 Laat de technologie personalisatie van de casus toe? Zo ja, in welke mate en op welke manier?
- B10 Gaat het om een open of gesloten technologisch systeem?
- B11 Moet de gebruiker zichzelf identificeren om gebruik te maken van de casus? (bv. inloggen)
- B12 Hoe is de privacy geregeld/gegarandeerd?

## **C. Organisatie**

- C1 Wie is eigenaar van de casus? En wie is er verantwoordelijk voor?
- C2 Door wie is de casus ontwikkeld?
- C3 Door wie wordt de casus uitgevoerd?
- C4 Welk netwerk van partijen is nodig om de casus te leveren aan de klant?
- C5 Welke activiteiten en rollen zijn nodig voor de realisatie van de casus?
- C6 Welke verhoudingen en afspraken zijn er tussen alle deelnemende partijen?
- C7 Is er sprake van een nieuwe samenwerking van partijen?
- C8 Is er sprake van een nieuwe manier van samenwerking?
- C9 Hoe zijn issues met betrekking tot eigendom en auteursrecht geregeld?
- C10 Is er sprake van customer support? Zo ja, hoe is dit georganiseerd?
- C11 Hoe vindt de verkoop plaats van de casus?
- C12 Hoe vindt de distributie plaats van de casus?
- C13 Welke reputatie/imago hebben de verschillende partijen?
- C14 Is er sprake van een monopolist?

## **D. Financieel**

- D1 Wie financiert de casus?
- D2 Hoe is deze financiering geregeld?
- D3 Wie betaalt er voor de casus?
- D4 Hoeveel betaalt de klant/eindgebruiker?
- D5 Hoe kan de klant/eindgebruiker betalen voor de casus?
- D6 Wat zijn de inkomstenbronnen van de casus?
- D7 Welke kostenposten zijn er?
- D8 Bij welke partijen zitten de kosten en de verdiensten in de keten?
- D9 Hoeveel zou een klant of eindgebruiker voor de casus willen betalen?
- D10 Welke omzet wordt/werd verwacht en welke omzet is daadwerkelijk gehaald?
- D11 Welke investeringen zijn nodig?
- D12 Welke afschrijvingskosten zijn er?
- D13 Welke exploitatiekosten zijn er?

## **E. Gebruikers**

- E1 Voor welke doelgroep/klant/eindgebruiker is de casus bedoeld?
- E2 Zijn klant en eindgebruiker dezelfde?
- E3 Door welke doelgroep/klant/eindgebruiker wordt de casus daadwerkelijk gebruikt?
- E4 Is dit effect gemeten van de casus op de doelgroep/klant/eindgebruiker? Zo ja, wat was dit effect?
- E5 Hoe vaak gebruikt de doelgroep/klant/eindgebruiker de casus?
- E6 Is bekend wat de klant/eindgebruiker/doelgroep van de casus vindt? Hoe deze gewaardeerd wordt?
- E7 Is de doelgroep/klant/eindgebruiker tevreden met de beschikbaarheid van de casus?
- E8 Is de doelgroep/klant/eindgebruiker tevreden met de kwaliteit van de casus?
- E9 Zijn er voor de doelgroep/klant/eindgebruiker alternatieven voorhanden?
- E10 Zijn er verschillen bij de doelgroep/klant/eindgebruiker in de manier waarop de casus gebruikt wordt?
- E11 Wat zijn voor de doelgroep/klant/eindgebruiker de unieke onderscheidende voordelen van de casus ten opzichte van alternatieven?
- E12 In welke context wordt de casus gebruikt?
- E13 Welke vaardigheden moet de doelgroep/klant/eindgebruiker hebben, of worden verondersteld, om de casus te gebruiken/te ondergaan?
- E14 Wat heeft de klant/eindgebruiker eraan?
- E15 Welke motivatie wordt verondersteld bij de doelgroep/klant/eindgebruiker om de casus te gebruiken/ te ondergaan?
- E16 Heeft de doelgroep/klant/eindgebruiker voortdurend de mogelijkheid om van de casus gebruik te maken?
- E17 Heeft de doelgroep/klant/eindgebruiker zich georganiseerd in een community mbt. de casus?
- E18 Worden een bepaalde doelgroep/klant/eindgebruiker uitgesloten van de casus?

## **F. Crossmediaal**

- F1 Wordt er gebruik gemaakt van meerdere media?
- F2 Welke eigenschappen van de verschillende media worden vooral gebruikt?
- F3 Hoe verwijzen de media naar elkaar?
- F4 Is er een volgorde in de tijd bij de inzet van de verschillende media?
- F5 Is er sprake van een crossmediale strategie?
- F6 Overheerst een bepaald medium?
- F7 Welke rol speelt de (activiteit van de) klant/gebruiker in de casus?
- F8 Is er sprake van crossmedia? Wat is de reden hiervoor om dit in te zetten en wat wil men ermee bereiken?
- F9 Hoe is de communicatie/het verhaal verdeeld over de verschillende media?
- F10 Welke interactie is op welk moment via welk medium mogelijk/noodzakelijk?
- F11 Welke verhaal vertelt de casus? En hoe is de informatie hierover gestructureerd?
- F12 Welke vormen van informatie worden er gegeven in de casus? En via welke media?

## **G. Usability**

- G1 Communiceert de casus voldoende wat de klanten/eindgebruikers er kunnen vinden?
- G2 Wordt in de interface een overzicht geboden van de belangrijkste inhoud?
- G3 Sluiten de inhoud en presentatie goed aan op de doelen van de casus?
- G4 Is de indeling van de informatie logisch vanuit het perspectief van een nieuwe klant/eindgebruiker?
- G5 Is de navigatie door de casus duidelijk?
- G6 Is steeds duidelijk wat men moet doen om bepaalde handelingen te verrichten?
- G7 Houd de casus rekening met het gebruik door speciale groepen (blinden, gehandicapten, jonge kinderen, etcetera)?
- G8 Is de vormgeving functioneel en ondersteunend?
- G9 Welke interactie-elementen zijn er? En hoe zijn deze vormgegeven?
- G10 Wat voor type interface wordt er gebruikt? (denk ook aan haptische/sensorische interfaces)
- G11 Is het gemakkelijk informatie te vinden?
- G12 Hoe is het tekstgebruik? En de typografie?
- G13 Hoe is het beeldgebruik?
- G14 Hoe is het kleurgebruik?

## H. Intertekstualiteit

- H1 Hoe wordt er door klanten/eindgebruikers gesproken over de casus?
- H2 Hoe wordt er door het vakgebied gesproken over de casus?
- H3 Hoe wordt er in de media gesproken over de casus?
- H4 Behoort de casus tot een bepaald genre of conventie? Zo ja, hoe komen die terug in de casus?
- H5 Maken bepaalde herkenbare mensen/acteurs/archetypes onderdeel uit van de casus?
- H6 Verwijst de casus naar andere casussen in hetzelfde domein/genre of daarbuiten?
- H7 Verwijst de casus naar andere instanties (in dezelfde serie)?
- H8 Verwijst de casus naar zichzelf?
- H9 Wat voor symbolen, clichés en stereotypen komen er voor in de casus?
- H10 Welke opvallende zaken komen er niet aan bod in de casus?
- H11 Levert de casus op de een of ander manier kritiek op andere casussen?

## **I. Communicatie & Marketing**

- 11 Hoe is er over de casus gecommuniceerd door de 'aanbieder'?
- 12 Op wie was deze communicatie gericht? En door wie werd er gecommuniceerd?
- 13 Is er sprake van een communicatiestrategie rond de casus? Zo ja, hoe ziet deze er uit?
- 14 Waarover wordt er gecommuniceerd?
- 15 Welke marketingmiddelen zijn er ingezet?
- 16 Is er sprake van een marketingstrategie rond de casus? Zo ja, hoe ziet deze er uit?
- 17 Is er onderzoek beschikbaar over de effectiviteit van de communicatie en marketing rond de casus?

## **J. Historische context**

- J1 Wanneer is de casus ontwikkeld/geproduceerd/uitgerold/vermarkt/verdwenen/stopgezet?
- J2 Hoe heeft de casus zich ontwikkeld in de tijd?
- J3 Welke ontwikkelingen zijn er voorzien voor de toekomst?
- J4 Is dit een nieuwe casus of een verbeterde versie van een eerdere casus?
- J5 Welke hoogtepunten en dieptepunten heeft de casus gekend?
- J6 Wat is er nieuw aan de casus?
- J7 Welke (vergelijkbare) casussen gingen er aan de casus vooraf?
- J8 Welke (vergelijkbare) casussen kwamen er na de casus?
- J9 Welke invloed heeft de tijdsgeest gehad op de ontwikkeling en het gebruik van de casus?
- J10 Wat is de invloed geweest van de casus op de toekomst?

\* De historische context betreft hier zowel de historie van de casus zelf als de casus in relatie tot zijn tijd.

## **K. Sociaal-maatschappelijke context**

- K1 Waar is de casus ontwikkeld/geproduceerd/uitgerold/vermarkt/verdwenen?
- K2 Welke externe factoren hebben invloed gehad op de ontwikkeling en het succes/falen van de casus?
- K3 Hoe populair is de casus?
- K4 Is er een maatschappelijke discussie over de casus? Zo ja, wie voert deze discussie en wat zijn de argumenten?
- K5 Is de casus voor iedereen beschikbaar en toegankelijk? Zo niet, wie of wat verhindert dit?
- K6 Welke sociaal-maatschappelijke omstandigheden zijn cruciaal geweest voor de casus?
- K7 Welke invloed heeft de casus zelf gehad op sociaal-maatschappelijke ontwikkelingen?

## Quick Scan

Met de volgende beperkte set van vragen is een minimale maar redelijk complete analyse te maken van een casus.

- A1 Wat is het?
- A2 Waar is het voor bedoeld?
- A3 Uit welke onderdelen bestaat het?
- B1 Welke technologie is relevant voor de casus?
- B3 Hoe werkt de casus technologisch gezien?
- C4 Welk netwerk van partijen is nodig om de casus te leveren aan de klant?
- C5 Welke activiteiten en rollen zijn nodig voor de realisatie van de casus?
- D8 Bij welke partijen zitten de kosten en de verdiensten in de keten?
- E1 Voor welke doelgroep/klant/eindgebruiker is de casus bedoeld?
- E14 Wat heeft de klant/eindgebruiker eraan?
- F8 Is er sprake van crossmedia? Wat is de reden hiervoor om dit in te zetten en wat wil men ermee bereiken?
- F12 Welke vormen van informatie worden er gegeven in de casus? En via welke media?
- G3 Sluiten de inhoud en presentatie goed aan op de doelen van de casus?
- H3 Hoe wordt er in de media gesproken over de casus?
- H6 Verwijst de casus naar andere casussen in hetzelfde domein/genre of daarbuiten?
- H9 Wat voor symbolen, clichés en stereotypen komen er voor in de casus?
- I3 Is er sprake van een communicatiestrategie rond de casus? Zo ja, hoe ziet deze er uit?
- I6 Is er sprake van een marketingstrategie rond de casus? Zo ja, hoe ziet deze er uit?
- J1 Wanneer is de casus ontwikkeld/geproduceerd/uitgerold/vermarkt/verdwenen/stopgezet?
- J7/J8 Welke (vergelijkbare) casussen gingen er aan de casus vooraf? En kwamen er na?
- K6 Welke sociaal-maatschappelijke omstandigheden zijn cruciaal geweest voor de casus?

## Colofon

### Redactie:

Harry van Vliet  
Lisanne Groenendaal  
Thomas Tijdink

### Met bijdragen van:

Jelke de Boer, Dick Swart, Erik Hekman, Kees Winkel, Niniane Veldhoen, Matthijs Rotte, Rogier Brussee, Harry Smals, Yvonne Buma, Masoud Banbersta, Jeroen van Leeuwen, Yun Chen en Michiel Rovers.

Analyse van een Casus.

© Hogeschool Utrecht - Kenniscentrum Communicatie & Journalistiek / Crossmedialab.  
Oktober 2010.

Deze publicatie is een product van het Crossmedialab. Het Crossmedialab is de werkplaats van de Faculteit Communicatie & Journalistiek, Hogeschool Utrecht, waar toegepast onderzoek wordt verricht naar crossmediale ontwikkelingen op de terreinen media, cultureel erfgoed, marketing en onderwijs. Het Crossmedialab publiceert een deel van haar onderzoek in de zogenaamde 'Cell Cahiers' en in de reeks LabRats. Mocht u nog specifieke vragen hebben over dit onderzoek of over de activiteiten van het Crossmedialab, neem dan gerust contact op met de Hogeschool Utrecht, Lectoraat Crossmedia Content. Dit kan via <http://www.crossmedialab.nl> of via [harry.vanvliet@hu.nl](mailto:harry.vanvliet@hu.nl).



Naamsvermelding-NietCommercieel-GeenAfgeleideWerken 2.5 Nederland

De gebruiker mag het werk kopiëren, verspreiden, tonen en op- en uitvoeren onder de volgende voorwaarden:

- Naamsvermelding. De gebruiker dient bij het werk de naam van Hogeschool Utrecht te vermelden.
- Niet-commercieel. De gebruiker mag het werk niet voor commerciële doeleinden gebruiken.
- Geen afgeleide werken. De gebruiker mag het werk niet bewerken.
- Bij hergebruik of verspreiding dient de gebruiker de licentievoorwaarden van dit werk kenbaar te maken aan derden.
- De gebruiker mag uitsluitend afstand doen van een of meerdere van deze voorwaarden met voorafgaande toestemming van Hogeschool Utrecht.

Het voorgaande laat de wettelijke beperkingen op de intellectuele eigendomsrechten onverlet. Zie verder: <http://www.creativecommons.org/licenses>.