



Tentoonstellingsvoorstel
Information Guide

OPDRACHTOMSCHRIJVING

Ontwikkeling van een tentoonstellingsconcept en bijbehorende scenografie rond Apple- en Philips-producten. De locatie hiervoor is de Corda campus, Hasselt. Deze tentoonstelling zal te bezichtigen zijn van februari 2017 tot en met april 2017.

CONCEPT

Een eerste achterliggende idee voor deze tentoonstelling is een thematische aanpak, eerder dan een louter functionele (producten gebundeld volgens functie) of chronologische presentatie (producten gebundeld volgens ouderdom). Thema's die aan bod zullen komen zijn idee-ontwikkeling, productie, de producten zelf, de branding, de gebruikers, en het innoverende aspect binnen de twee merken.

Een ander achterliggend idee voor deze tentoonstelling is de gelijkwaardigheid van de Apple- en Philips-producten. Er zal dus geen vergelijking gemaakt worden tussen de twee verzamelingen van producten maar er zal eerder vanuit bovenvermelde thema's ingezoomd worden op datgene wat ze gemeenschappelijk hebben of betekend hebben.

Een laatste achterliggende idee is de relatie die deze thema's hebben met de algemene werking van de Corda Campus zelf. Voor de Philips-producten zijn hier heel wat historische redenen voor maar ook inhoudelijk kunnen er linken gelegd worden tussen de thema's die door de producten aan bod gaan komen en de ontwikkeling van de Corda Campus (ontwikkeling van ideeën/producten, branding, innovatie, ...).

Om deze achterliggende ideeën tot uiting te laten komen, werd het tentoonstellingsconcept 'De Fabriek' bedacht (zie Visual Guide). De fabriek wordt hierbij niet louter beschouwd als een fysieke ruimte waarin geproduceerd wordt maar ook als een virtuele ruimte waarin plaats is voor idee-ontwikkeling en waarin mogelijkheden gecreëerd worden voor sociale verandering. De tentoonstellingsruimte zal deze fabriekssfeer uitstralen maar tegelijk gebaseerd zijn op een hedendaagse scenografische aanpak. Ook zal er nagedacht worden over een pakket van randevenementen die de Corda Campus en zijn bewoners optimaal kunnen betrekken bij de tentoonstelling en die netwerkbevorderend werken.



PLAN VAN AANPAK

(zie ook Visual Guide)

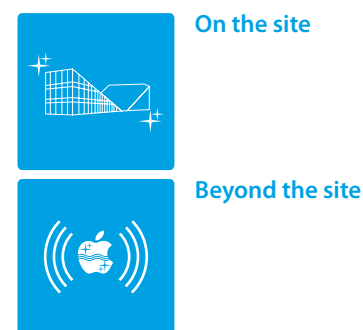
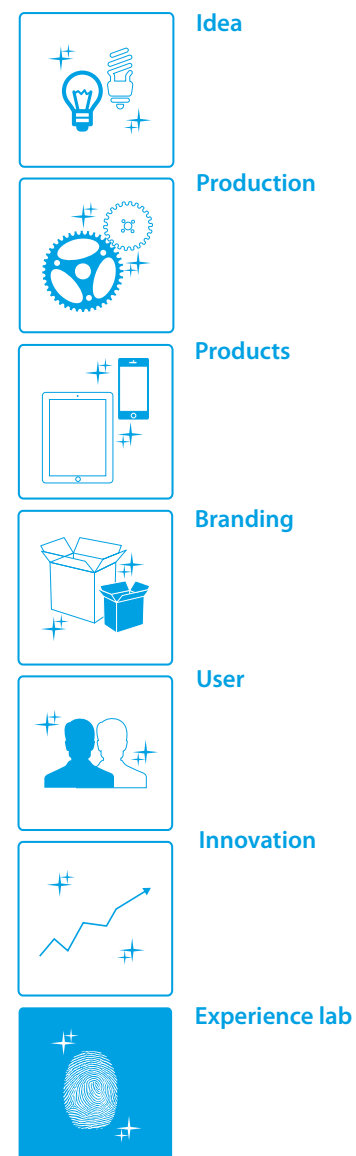
'De Fabriek' binnen de tentoonstellingsruimte

Startpunt van de tentoonstelling, nadat bezoekers van de parking via duidelijke signalen geleid worden naar de inkomhal, waar een 'garagebox' opgebouwd zal worden, gelijkvormig met het begin van het ontstaan van Apple. Bezoekers maken hier een profiel aan op een uit te lenen i-pad. Afhankelijk van hun profiel krijgen ze een aangepaste rondleiding. Doordat bezoekers zich hiervoor dienen te registreren kan informatie op maat aangeboden worden (Vb. leeftijdsafhankelijke informatie) en heeft Corda Campus zicht op wie interesse toonde in de tentoonstelling. In deze garagebox kunnen ook nog enkele andere producten getoond worden, nieuwigheden, zodat bezoekers en bewoners van Corda deze kunnen uittesten. Vanuit de rechterraimte worden bezoekers via een visuele signalisatie geleid naar de linkerraimte waar de eigenlijke tentoonstelling van de producten start.

De presentatie van de producten binnen de tentoonstellingsruimte zal gebeuren aan de hand van een transportband met een vanuit de fabrieksfeer typerende vormgeving. Hierdoor gaat de looprichting binnen de tentoonstellingsruimte ook meteen duidelijk gemaakt kunnen worden. De te doorlopen thema's worden telkens aangeduid aan de hand van dezelfde iconen die ook deel gaan uitmaken van alle communicatie-instrumenten die gebruikt zullen worden binnen en buiten Corda Campus (zie volgende deel).

-Idea: presentatie van producten die de manier idee-ontwikkeling en de visie achter de twee merken kan illustreren en duiden.
-Production: presentatie van producten, filmpjes en getuigenissen die de toeschouwer een blik gunnen achter de schermen en toelaten hoe deze producten gefabriceerd en geassembleerd werden.
-Products: presentatie van enkele iconische Apple- en Philips-producten, zoals de iMac en de Philicorda.
-Branding: presentatie van de manieren waarop beide merken gepresenteerd worden naar potentiële gebruikers toe.
-User: presentatie van enkele producten die tonen op welke manier de gebruikers in het achterhoofd werden gehouden bij de ontwikkeling van nieuwe technologieën binnen de Apple- en Philips-producten.
-Innovation: presentatie van enkele producten die tonen hoe de Apple- en Philips-producten niet alleen ontstonden vanuit technologische vernieuwing maar ook de aanleiding vormden tot sociale vernieuwing en hun impact op andere bedrijven.

Binnen de tentoonstellingsruimte zal er ook een kleinere ruimte gecreëerd worden waarin de besproken en geïllustreerde concepten concreet beleefd kunnen worden. Deze belevingsruimte zal vooral een doe-ruimte zijn waarbinnen de toeschouwers zelf aan de slag kunnen gaan (Experience Lab). Dit Experience Lab wordt opgezet in samenwerking met de PXL-IT dienst (o.l.v. Steven Palmaers.)



'De Fabriek' op de site van Corda Campus

Naast de concrete presentatie van de producten zelf in de tentoonstellingsruimte moet de tentoonstelling een eigen leven beginnen leiden op Corda Campus. De Fabriek is immers niet enkel een fysieke productieruimte maar ook een samenwerkingsmodel binnen onze maatschappij. Daarom kan er een heel pakket aan randevenementen op touw gezet worden die netwerkbevorderend werken, die een gezonde publiekswerking in de hand werken en daardoor naast technologische vernieuwing ook culturele vernieuwing mogelijk maken.

Deze randactiviteiten worden gekozen in overleg met de verschillende partners en ifv een zo breed mogelijk doelpubliek (7-99 jaar). Ze laten Corda toe om op basis hiervan inkomsten te genereren.

-Uitnodigen van enkele gastsprekers die op één of andere manier gelinkt zijn aan de Philips-site of de Apple-producten (productontwerpers Philips & Apple, ingenieur en tekenaar van handleidingen Philips, ...) in een unieke setting met aangepast diner.

-Geleide bezoeken (door bv. Peter Hinssen) gekoppeld aan een aangepaste versnapering in de cordabar
-Filmavond (Vb. Steven Jobs: the man in the machine), gekoppeld aan een lezing/debat.

-Workshops voor kinderen: Aangepaste technologische workshops gelinkt aan de tentoonstelling worden aangeboden door een ervaren team (bv. Zaklamp maken, computerspel ontwerpen, ...)

-Aangepaste menukaart Cordabar
-Aangepaste officiële opening

'De Fabriek' buiten de site Corda Campus (communicatieplan)

Om ruchtbaarheid te geven aan deze eerste Corda tentoonstelling werken we samen met het eigengereide Hasseltse bureau Comosie. Een creatieve en communicatieve katalysator die onder meer zal instaan voor een bloggerstour (wat ze eerder al deden met www.limblogdesignstour.be) maar ook voor een connectie van de Corda campus met de Hasseltse binnenstad door middel van originele invulling (cfr. www.temporary-lane.com).

TIMING

3 oktober 2016:

indiening offerte Hogeschool PXL (Karen Wuytens) en Comosie

oktober 2016:

pitch

17 oktober 2016 (onder voorbehoud):

startmeeting samenwerkende partners

November 2016:

verdere conceptontwikkeling en onderzoek naar beide merken, ontwikkeling scenografische aanpak, inhoudelijke uitwerking van de thema's voor beide ruimtes, grafische vormgeving, ontwikkeling communicatieplan, ontwikkeling evenementenplan voor randactiviteiten

December 2016:

voorbereiding opbouw tentoonstelling, opstart communicatieplan

Januari 2017:

opbouw tentoonstelling, implementatie communicatieplan, implementatie evenementenplan, fotografie, in orde brengen verzekeringen, suppoosten aanstellen, ...

3 Februari 2017:

opening van de tentoonstelling (datum in overleg te bepalen)

Februari 2017 – April 2017:

De tentoonstelling zal vrij geopend zijn 7/7, van 9u- 17u. Uitvoering van het communicatieplan en evenementenplan.

BUDGETOMSCHRIJVING

Zie offerte PXL (scenografie en uitvoering) en Comosie (communicatie).

Het team van Hogeschool PXL bestaat uit ervaren onderzoekers en ontwerpers van PXL-MAD (School of Arts, Hasselt), dat het creatie aspect van de scenografie voor zijn rekening neemt, en PXL-IT (Toegepaste informatica) met hun specifieke technologische kennis om de Corda Campus en de tentoongestelde producten tot hun recht te laten komen.

Er werd door Hogeschool PXL bewust gekozen om te werken met het extern communicatiebureau Comosie om op vlak van publiekswerking een zo hoog mogelijk rendement te realiseren en hierdoor de doelstelling om de community uit te breiden te bereiken. Comosie bewees in het verleden reeds meermaals dat ze toonaangevend zijn en durven afwijken van de gebruikelijke communicatiekanalen.

Deze eerste culturele actie op de Corda Campus zal mede door hun inbreng toonaangevend zijn en een vruchtbare basis bieden voor toekomstige projecten. Met dit voorstel kozen we voor kwaliteit, ondanks de tijdelijkheid van de tentoonstelling. We werken samen met ervaren vaklui, kiezen voor Limburgse ondernemers en (Philips)producten daar waar mogelijk is. Verder kiezen we voor recupereerbare producten om geen onrecht te doen aan het concept van de tentoonstelling en het gedachtengoed van LRM en Corda. Dit allemaal met één doel: het ideeëngoed van Corda zichtbaar maken voor een zo groot en divers mogelijke groep van mensen .

De tentoonstelling zal daarom ook vrij te bezichtigen zijn, 7d/7d.

De voorgestelde randevents laten bovendien Corda toe om inkomsten te genereren.

Verder wordt de mogelijkheid om de tentoonstelling te laten rondreizen (bv. Philips Eindhoven) onderzocht, waardoor de kosten eventueel gedeeld kunnen worden.



scenografie van de tentoonstelling (grote zaal)	€9360
- plaatsbezoek en opmeting	
- overleg onderaannemers	
- research m.b.t. beide merken	
- conceptbepaling	
- uitwerking visualisatie	
realisatie van de tentoonstelling (grote zaal)	€48654
- concrete uitwerking	
- opbouw tentoonstelling	
<i>optioneel:</i>	
- <i>cube ism Switch of externe partner (gebruik i-pads, introductie tot tdstll, ...)</i>	€0
- <i>rondleiding op maat met i-pad nederlands (excl engels)</i>	€5616
- <i>2 minigames in tentoonstellingsbezoek van kinderen</i>	€2223
- <i>registratie van de bezoeker</i>	€760,5
- <i>surplus bij registratie van de bezoeker (datamining)</i>	€1872
scenografie van het experimental lab (kleine zaal)	€2340
- conceptbepaling	
- vormgeving	
- overleg met partners	
realisatie van het experimental lab (kleine zaal)	€7500
- concrete uitwerking	
- opbouw lab	
<i>optioneel:</i>	
- <i>voeldoos: herkennen van product (excl. bruikleen van een product)</i>	€409,5
- <i>teken je eigen product van de toekomst: muurbekleding en tekenlatten</i>	€1170
- <i>gamen: cdi computer philips</i>	€4095
- <i>schrijf je eigen succesverhaal</i>	€1170
- <i>chronologiespel (excl bruikleen van producten)</i>	€1755
- <i>bluescreen met mogelijkheid tot delen op FB</i>	€1872
- <i>maak je eigen hit</i>	€409,5
beveiliging	
- algemene verzekering	€585
- suppoost/ per dag/ per persoon	€96
- nepcamera's	€295,5

PRIJZEN EXCL BTW

Voor meer informatie betreffende deze offerte kan u contact opnemen met:
 Karen Wuytens
 Hogeschool PXL
 Elfde Liniestraat 25
 3500 Hasselt
 0032 485950617
 Karen.Wuytens@pxl.be

Algemene voorwaarden voor wetenschappelijke dienstverlening door Hogeschool PXL

1. Voorwerp van de overeenkomst

Deze offerte heeft betrekking op een overeenkomst van wetenschappelijke dienstverlening, zoals bedoeld in artikel IV.71 van de Codex Hoger Onderwijs van 11 oktober 2013, deel 4, titel II, hoofdstuk IV. Deze overeenkomst betreft enkel en alleen dienstverlening en betreft geen wetenschappelijk onderzoek. Het concreet voorwerp van de dienstverlening wordt meer in detail beschreven in de offerte.

2. Vastleggen overeenkomst

De overeenkomst wordt vastgelegd door een ondertekend exemplaar van deze offerte te bezorgen aan PXL-Research, Elfde-Liniestraat 24, gebouw A, 3500 Hasselt.

3. Bedrag

De vermelde bedragen zijn exclusief BTW. In de vermelde bedragen is geen reisvergoeding inbegrepen. Voor vervoer met de eigen wagen zal, naast een vergoeding voor reistijd, een bedrag van € 0,414/kilometer (exclusief BTW) worden aangerekend.

4. Betaling

Facturen dienen betaald te worden binnen 30 dagen na factuurdatum, via overschrijving op rekening nummer BE41 3350 5720 7010 op naam van Hogeschool PXL. Niet naleving hiervan leidt tot onmiddellijke opschorting van de werkzaamheden. In onderling overleg kunnen de verschuldigde bedragen ook tussentijds worden gefactureerd.

5. Eigendomsrecht/Publicatierecht

De resultaten van deze opdracht zijn de exclusieve eigendom van de opdrachtgever. De opdrachtgever kan op geen enkele manier aanspraak maken op de methode die gebruikt is om tot deze resultaten te komen. De opdrachtgever mag de resultaten van de opdracht gebruiken in het kader van haar onderwijs en voor wetenschappelijke doeleinden (publicatierecht).

6. Onafhankelijkheid

Hogeschool PXL treedt op als onafhankelijk consultant en zal zelf bepalen welke van haar medewerkers zij inzet voor de dienstverlening bepaald in deze overeenkomst. De medewerkers van Hogeschool PXL zullen nooit beschouwd kunnen worden als werknemers van de opdrachtgever, of in welke zin dan ook onder het gezag of toezicht vallen van de opdrachtgever.

7. Niet-exclusiviteit

De opdrachtgever is ervan op de hoogte en aanvaardt dat Hogeschool PXL nog andere dienstverleningscontracten heeft afgesloten met andere bedrijven.

8. Geheimhouding

Gedurende de uitvoering van deze overeenkomst zullen medewerkers van Hogeschool PXL die deze informatie nodig hebben om deze overeenkomst uit te voeren, toegang hebben tot vertrouwelijke informatie van de opdrachtgever. Hogeschool PXL verbindt zich ertoe om deze gegevens niet te gebruiken buiten het kader van de uitvoering van deze overeenkomst, tenzij de opdrachtgever daartoe op voorhand schriftelijke toestemming gegeven heeft. Hogeschool PXL en haar medewerkers zullen erover waken de vertrouwelijke gegevens niet openbaar te maken, met dezelfde zorg en in dezelfde mate als zij haar eigen vertrouwelijke gegevens geheim houdt. W

Deze geheimhoudingsplicht is niet van toepassing indien de informatie:

- reeds gekend was voorafgaandelijk aan deze overeenkomst
 - bekend geworden is buiten toedoen van de opdrachtgever
 - reeds voor het grote publiek beschikbaar is door algemeen raadpleegbare bronnen
 - onafhankelijk door Hogeschool PXL ontwikkeld werd, zonder gebruik te maken van de vertrouwelijke informatie van de opdrachtgever
- Alle geheimhoudingsverplichtingen, zoals in dit artikel bepaald, komen te vervallen drie jaar na beëindiging van deze overeenkomst.

9. Garantie en aansprakelijkheid

Er wordt door Hogeschool PXL geen enkele garantie gegeven met betrekking tot de resultaten. Hogeschool PXL garandeert op geen enkele wijze de commerciële bruikbaarheid van de resultaten, noch dat het gebruik van de resultaten of de achtergrondkennis geen inbreuk zal maken op de intellectuele eigendomsrechten van derden. De opdrachtgever mag de resultaten van de opdracht gebruiken in het kader van haar onderwijs en voor wetenschappelijke doeleinden. De opdrachtgever erkent en aanvaardt dat Hogeschool PXL niet aansprakelijk is voor om het even welke schade welke de opdrachtgever zou lijden bij de toepassing van of het gebruik van de in het kader van deze overeenkomst gerealiseerde resultaten of verschaft achtergrondkennis, en de opdrachtgever vrijwaart Hogeschool PXL tegen mogelijke aanspraken van derden die verband zouden kunnen houden met het project of de achtergrondkennis of de achtergrondkennis van de opdrachtgever. In geen geval is een partij aansprakelijk voor indirecte schade aan de andere partij, met inbegrip maar niet beperkt tot gederfde winsten, contracten en opportuniteiten. Er is voldaan aan de Verordening EG nr. 69/2001 van de Commissie van 12 januari 2001 betreffende de toepassing van de artikelen 87 en 88 van het EGverdrag op de "de minimis"-steun.

Voor akkoord:

Datum: 30/9/2016

Astrid Hannes
 Directeur Beleidscoördinatie,
 Onderzoek en Dienstverlening
 Hogeschool PXL



Het communicatieplan moet in overleg met Corda nog duchtig verfijnd worden, omdat het in de tentoonstelling-
scriteria niet duidelijk aangegeven is waar de focus op ligt.

Doelgroepencommunicatie vergt immers een duidelijk doel. Zullen de bezoekersaantallen als graadmeter worden
genomen en ligt daarbij de focus op Limburg of kiest men er voor het brede Belgische publiek aan te trekken?
Nationale communicatie vergt immers andere inspanningen dan regionale, om nog maar te zwijgen van het
Euregionale potentieel waarvoor een nog andere communicatie-strategie van belang is. De vraag is ook of het
uitgangspunt moet zijn om Corda als hightech campus te versterken, want een imago-ondersteunende strategie
impliceert ook al een andere aanpak.

Basis Tentoonstellingscommunicatie

Website € 4.700

- copywriting
- vertaling
- integratie sociale media
- inclusief opzet voor randprogramma

Visuals / fotografie € 1.700

- fotografie voor persbeelden
- billboards
- afgeleiden in visuele communicatie

Offline communicatie € 2.800

- copywriting algemene perstekst
- copywriting uitnodigingen
- copywriting tentoonstellingsgids
- inclusief adaptatie geënt op kinderen
- vertalingen exclusief
- copywriting randprogramma

Grafisch € 2.000

- opmaak flyers/posters

Inner-city communicatie € 1.500

- Connecteren van de Hasseltse binnenstad met Corda
- Teaser pand(en) met Apple/Philips
excl.pandhuur

Bestickering & visual advertising € 6.000

- panden
- fuel Advertising / billboards in Limburg

Organisatie Bloggerstour € 4.500

- internationale media-katalysatie
- sponsoring
- overnachting

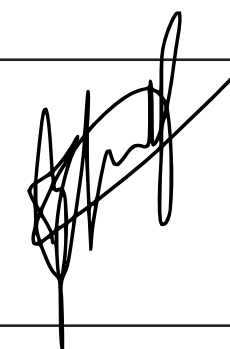
Persmappen € 750

- uitwerken van teaser-gift (excl.productie)
- exclusief verzendkosten

Voor meer informatie betreffende deze offerte kan u
contact opnemen met:

Christiaan Kastrop
0032 494148788
christiaan@comosie.be
Christophe De Schauvre
0032 477757295
christophe@comosie.be

Voor akkoord:
Datum: 29-09-2016



Christiaan Kastrop