



**DE SLIMSTE
REGIO VAN
DE WERELD**



**EINDRAPPORTAGE
BRAINPORT REGIO EINDHOVEN
'DE SLIMSTE REGIO VAN DE WERELD'**



INHOUDSOPGAVE

1. AANLEIDING
2. PROJECT 'BRAINPORT REGIO EINDHOVEN, DE SLIMSTE REGIO VAN DE WERELD'
3. GEFORMULEERDE DOELSTELLINGEN
4. RESULTATEN AWARDJAAR
5. FINANCIËLE EVALUATIE
6. BORGING RESULTATEN

BIJLAGEN

- A. Telling, showing, labelling
- B. Cofinanciering
- C. Advies – Actielijn 'Nationaal werven studenten techniek' februari 2012

1. AANLEIDING

Brainport Regio Eindhoven werd door het Intelligent Community Forum (ICF) op 3 juni 2011 in New York uitgeroepen tot 'Intelligent Community of the Year 2011'. Direct na het winnen van de award werd het project 'Brainport Regio Eindhoven, de slimste regio van de wereld' gestart om deze award te benutten als communicatiedrager voor regiobranding en acquisitie. Richtinggevend voor de invulling en uitvoering van het project was het overleg met de strategische Klankbordgroep, bestaande uit bestuurders uit de Triple Helix (overheid, onderwijs- en kennisinstellingen en bedrijfsleven) van Brainport Regio Eindhoven.



2. PROJECT 'BRAINPORT REGIO EINDHOVEN, DE SLIMSTE REGIO VAN DE WERELD'

Met het project 'Intelligent Community of the Year 2011 – Brainport Eindhoven Region' werd, gedurende één jaar, de titel 'de slimste regio van de wereld' gekapitaliseerd door de communicatie centraal in te richten en door als Triple Helix, gedurende het awardjaar één gezamenlijk verhaal te vertellen zowel in het Nederlands als het Engels met als kernboodschap: "Brainport Regio Eindhoven, de slimste regio van de wereld!" / "Brainport Eindhoven Region, the world's smartest region".

In juli 2011 is een werkgroep samengesteld bestaande uit m.n. communicatievertegenwoordigers van verschillende stakeholders uit de regio (Kamer van Koophandel, TU/e, Fontys Hogescholen, ROC, gemeente Eindhoven, gemeente Veldhoven, gemeente Helmond, Eindhoven365, SRE, Brainport Development). Deze werkgroep heeft gedurende het jaar op een campagneachtige manier bewoners, overheden en bedrijven bekend gemaakt met en trots gemaakt op de regio en nationale en internationale doelgroepen aangesproken en bekend gemaakt met toptechnologie regio Brainport Regio Eindhoven.

3. GEFORMULEERDE DOELSTELLINGEN

In het projectplan 'Brainport Regio Eindhoven, de slimste regio van de wereld' (oktober 2011) werden, binnen 5 actielijnen, de volgende doelen geformuleerd:

- Draagvlak en 'exposure' om regiotrots bij bewoners, bedrijven en instellingen te bevorderen;
- Een voedingsbodem creëren voor de acquisitie van (intern)nationale bedrijven die noodzakelijk zijn voor de verdere ontwikkeling van ons ecosysteem;
- De award kan ook als kapstok dienen voor Brainport 2020 acties (m.n. op het domein basics) waarvoor hulp van de nationale overheid noodzakelijk is;
- Bijdragen aan het werven van meer kenniswerkers;
- Bijdragen aan het werven van studenten op alle niveaus;
- Bijdragen aan de keuze voor een bèta technische studie.

Brainport Regio Eindhoven heeft in de nota Brainport 2020 de ambitie uitgesproken om samen met Zuidoost-Nederland in 2020:

- Tot de top 3 van toptechnologie regio's in Europa en de top 10 in de wereld te behoren;
- Haar bijdrage aan de BV Nederland met 40 miljard te verhogen tot 136 miljard per jaar;
- De economie in Zuidoost-Nederland bijna twee keer zo snel te laten groeien dan gemiddeld;
- Bijna volledige werkgelegenheid te realiseren.

De effectiviteit van de strategie en uitvoering van deze ambitie staat of valt met de bekendheid en betrokkenheid bij Brainport Regio Eindhoven. Brainport is immers slechts in staat deze doelstellingen te realiseren met de inspanning van en samenwerking met tal van personen en organisaties. Een herkenbaar imago van Brainport Regio Eindhoven in de wereld versterkt de exportpositie van bedrijven, omdat ook het imago van bedrijven zelf hierdoor wordt versterkt. Dit draagt bij aan de verhoging van de toegevoegde waarde. Topvoorzieningen op het gebied van sport en cultuur kunnen een wezenlijke bijdrage leveren aan een onderscheidend vestigingsklimaat, een krachtige regionale identiteit en grotere internationale uitstraling. Een goed imago versterkt de positie van Brainport Regio Eindhoven als vestigingslocatie voor buitenlandse High Tech- en R&D-bedrijven en internationale kenniswerkers.



4. RESULTATEN AWARDJAAR

De innovatieve prestaties van Brainport Regio Eindhoven in 2011 blijven in internationale vergelijkingen veelal op een vergelijkbaar niveau als een jaar eerder. De regio scoort sterk op het onderzoekssysteem en de intellectuele prestaties, het aantal innovatieve bedrijven en R&D. De regionale economie groeide in 2011 met 3,2% en dat is ver boven het Nederlandse gemiddelde van 1,2%. De export leverde hier een sterke bijdrage aan. Deze steeg met 7%. De groei van de economie resulteerde in veel nieuwe banen in de speerpuntsectoren van Brainport Regio Eindhoven. In High Tech Systems & Materials steeg het aantal banen met 3.600, een groei van 10%. In Automotive kwamen er 1.200 banen bij, een groei 19%. Ook op andere onderdelen ontwikkelde de arbeidsmarkt zich positief. De meest recente werkloosheidscijfers van het UWV geven aan dat de werkloosheidscijfers in Zuidoost-Brabant de afgelopen maand april weer zijn gedaald. (Uit: Brainport Monitor 2012)

ACTIELIJN 1 – TROTS IN DE REGIO

Metten van bekendheid -> mee laten lopen als vraag in monitoring naamsbekendheid Brainport regio Eindhoven van sector Communicatie Brainport Development. (Uit: Projectplan 'Brainport Regio Eindhoven, de slimste regio van de wereld' oktober 2011)

EFFECT

Meting van naamsbekendheid in opdracht van afdeling Communicatie Brainport Development heeft niet plaatsgevonden in 2012.

Door een studente Fontys Commerciële Economie is in de periode januari – mei 2012 onderzoek gedaan naar de waarde van de award, met als hoofdonderzoeksvraag: Voor welke doelgroepen is de uitverkiezing 'Brainport regio Eindhoven, Slimste regio van de wereld' economisch interessant en hoe kan de regio hier ook na het awardjaar op inspelen?

Één van de uitkomsten uit het marktonderzoek is:

Van de in februari 2012 ondervraagde hightech bedrijven uit Brainport Regio Eindhoven:

- wist 100% dat de regio in 2011 werd benoemd tot 'Slimste regio van de wereld';
- wist 40% wat deze benoeming inhield en was bekend met de inhoud van de award;
- heeft 25% de award actief en enthousiast ingezet in de communicatie, profilering en/of zichtbaarheid.

(Uit: Marktonderzoeksrapport, L. Naessens, 2012)

Het awardjaar werd door de werkgroep vooral ingezet om overheden, bewoners en bedrijven bekend te maken met en vervolgens trots te maken op hun regio en nationale en internationale doelgroepen bekend te maken met toptechnologie regio Brainport Regio Eindhoven.

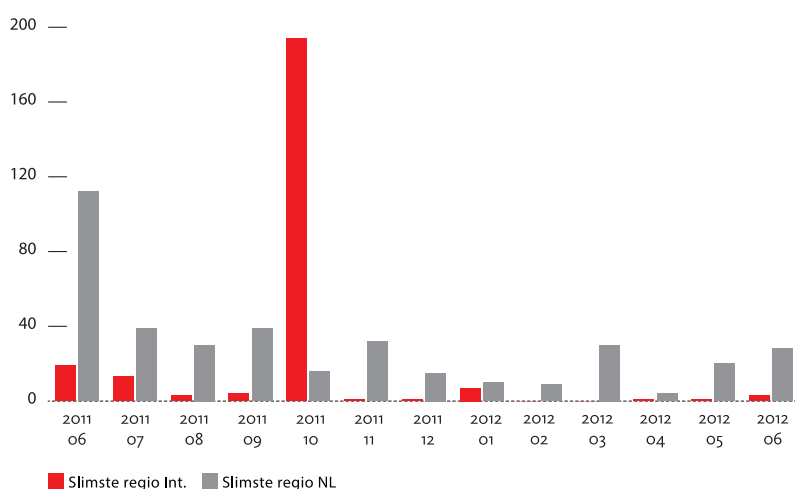
Wat is er bereikt?

- ① De Triple Helix (bij monde van alle organisaties die zijn verenigd in de werkgroep) communiceren op heldere en eenduidige wijze over 'Brainport Regio Eindhoven, de slimste regio van de wereld' en het bewijs (smart evidence) dat daaraan ten grondslag ligt;
- ② De Triple Helix in Brainport Regio Eindhoven heeft, via het werkgroepoverleg, een beter beeld van de activiteiten die een ieder organiseert en die eenvoudig benut kunnen worden om deze regio te promoten. Activiteiten en nieuwsfeiten worden op elkaar afgestemd om synergie te bereiken en altijd te verwijzen naar de kracht van de regio;

- ③ Brainport Regio Eindhoven heeft er na het awardjaar een grote groep enthousiaste ambassadeurs bij die (op basis van geleverde input door de werkgroep) eenzelfde positieve boodschap verkondigen;
- ④ Een analyse van alle gegenereerde (free) publicity in het afgelopen jaar laat zien dat 'Brainport Regio Eindhoven, de slimste regio van de wereld' minimaal 5 keer per maand en maximaal 210 keer per maand werd aangehaald in verschillende nieuwsartikelen nationaal en internationaal. Voor een 5 tal artikelen (nationale dagbladen/vakpers) is de mediawaarde berekend (artikel NRC, Metro, Elsevier, special S+RO, special Bright). Deze komt uit op € 85.000,-

DE SLIMSTE

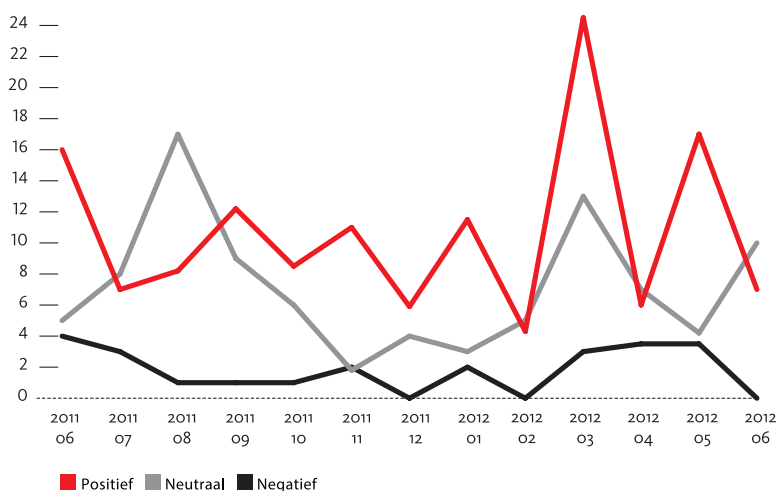
Aantal hits per maand



- ⑤ Op basis van analyse van social media (twitter, facebook, blogs, video's) wordt bovendien duidelijk dat de Brainport Trots sinds het awardjaar zeker geen zaak meer is van enkel ingewijden. Een analyse van het sentiment van de berichtgeving laat zien dat dit overwegend positief of neutraal was.

NIEUWS: SENTIMENT

Topics De Slimste regio per maand 06-2011 t/m 06-2012



- ⑥ Een uitgebreide analyse van momenten van en evenementen waar het label zichtbaar was en waar stakeholders en ambassadeurs de smart evidence toonden/vertelden, laat zien dat wij gedurende het awardjaar regionaal, nationaal en internationaal op honderden evenementen/bijeenkomsten etc. vertegenwoordigd waren. (zie bijlage A)

- ruim 50 bijeenkomsten/acties aansluitend bij actielijn 1 -> bereik inwoners, ondernemers, scholieren;
- ruim 20 bijeenkomsten/acties/lezingen aansluitend bij actielijn 2: bereik -> schoolkinderen basisonderwijs, voortgezet onderwijs, decanen en ouders;
- 5 bijeenkomsten/acties aansluitend bij actielijn 3: bereik -> VO scholieren en decanen landelijk;
- 18 bijeenkomst/acties aansluitend bij actielijn 4: bereik -> ambassadeurs, internationale pers, internationale bedrijven, buitenlandse studenten;
- ambassadeurs: stakeholders Brainport regio, maar ook directie ICF (10-tallen speeches waarin Brainport Regio Eindhoven wordt genoemd en geroemd).

De geschatte mediawaarde van de zichtbaarheid in de openbare ruimte (waaronder het doek aan de A2/A50, labeling Eindhoven Airport, VVVborden gem. Eindhoven) bedraagt € 170.000,-

- ⑦ Ultieme bewijsvoering voor het feit dat we echt 'de slimste regio van de wereld' zijn, wordt geleverd met de eerste Dutch Technology Week waar de regio (lees het bedrijfsleven en kennisinstellingen zelf) laat zien wat Brainport Regio Eindhoven zo slim maakt. Dat de eerste editie van de Dutch Technology Week in 2012 plaatsvond is toe te schrijven aan inspanningen van alle betrokkenen tijdens het awardjaar. De award heeft als vliegwiel voor de organisatie en het succes hiervan gefungeerd.

ACTIELIJN 2 – STIMULEREN KEUZE VOOR BÊTATECHNIEK

Metten op niveau VO: profielkeuze: % in 2011 en % in 2012;

Metten op niveau Fontys, TUE en ROC: voorinschrijvingen juni 2012 en aug/sept 2012: vergelijken met cijfers 2011.

(Projectplan 'Brainport Regio Eindhoven, de slimste regio van de wereld' oktober 2011)

EFFECT

Ook voor deze langere termijn doelstelling zijn vorderingen te melden. Zo nam het aantal vooraanmeldingen van studenten dit jaar toe ten opzichte van vorig jaar. Vanzelfsprekend is het feit dat deze regio in 2011 werd uitgeroepen tot 'slimste regio van de wereld' slechts een van de vele oorzaken van deze groei. Het vergt immers jarenlange consequente branding om daar de vruchten van te plukken als regio. Echter, een betere bekendheid van de regio gekoppeld aan de propositie 'slimste regio van de wereld' zal zeker bijdragen aan een positief beeld bij de student.

Vooraanmeldingen TU/e	2011	2012
jongens	507	541
meisjes	144	202
Totaal	651	743

Daarnaast blijkt uit cijfers van Novum (14 mei 2012) dat de TUE het in procentuele groei van populariteit ook beter doet dan de andere technische universiteiten.

Vooraanmeldingen	2012	stijging t.o.v. 2011
Delft	1900	3%
Twente	1522	4%
Eindhoven	963	14%

Inschrijvingen TU/e (31-08-2012)	2011	2012
man	954	1004
vrouw	198	304

Aantal vooraanmeldingen aanmeldingen Fontys Engineering

Sinds 2009 is de belangstelling voor het volgen van een technische opleiding bij Fontys Hogeschool Engineering in Eindhoven weer groeiende. Zowel bij de voltijdopleidingen Elektrotechniek, Mechatronica, Werktuigbouwkunde, alsook bij de deeltijdopleidingen Elektrotechniek en Werktuigbouwkunde en de Engelstalige opleiding Electrical Engineering is een opvallende instroomvergroting te zien.

Inschrijvingen Fontys technische opleidingen Eindhoven en Helmond	2009	2010	2011	2012
man	1139	1302	1475	1484
vrouw	153	178	228	225

Bezoekcijfers Open dagen Fontys Eindhoven/Techniek (maart 2012)	maart 2011	november 2011	maart 2012
	888	919	1311

Bezoekcijfers open dagen TU/e 30 en 31 maart 2012

30 maart 566 bezoekers (incl. ouders) en 31 maart 825 bezoekers (incl. ouders). De opkomst lag vorig jaar maart hoger, maar de bezoekersaantallen over het gehele jaar zijn weer net zo hoog als vorig jaar, en dat was toen een record.

Bezoekcijfers TU/e Masterevent 7 mei 2012

380 bezoekers (waarvan 20% meisjes), t.o.v. andere jaren 250. Dit betekent een groei van 52%.

Aanmeldingen ROC Eindhoven techniek afdelingen	2011/2012	% meisjes	2010/2011	% meisjes
	1975	5,05%	1899	4,07%

Bron: ROC Eindhoven, 10 augustus 2012

ACTIELIJN 3 – NATIONAAL WERVEN VAN STUDENTEN TECHNIEK

Opvragen van aantallen techniek studenten in 2011 en 2012.

(Uit: Projectplan 'Brainport Regio Eindhoven, de slimste regio van de wereld' oktober 2011)

EFFECT

Zie cijfers Actielijn 2.

In februari 2012 is o.l.v. de projectleider samen met communicatiemanagement van de TU/e en Fontys een advies uitgebracht aan het College van Bestuur van beide onderwijsinstellingen. Hierin werd de aanbeveling gedaan om open dagen en eigen campagnes tevens te koppelen aan de Dutch Technology Week middels een gezamenlijke boodschap: "Brainport Regio Eindhoven, the place to be om techniek te studeren". (zie bijlage C)

Tijdens de Dutch Technology Week is door ROC Eindhoven, Fontys en TU/e een gezamenlijk flyer ontwikkeld en verspreid; "Start jouw toekomst in de technologie in Eindhoven".

ACTIELIJN 4 – INTERNATIONALE PROFILERING: OVERHEDEN, DIPLOMATEN, BIG TEN REGIO'S EN

INTERNATIONALE PERS

Via Meltwater nagaan hoe vaak 'The smartest' voorkomt in berichtgeving in het buitenland;

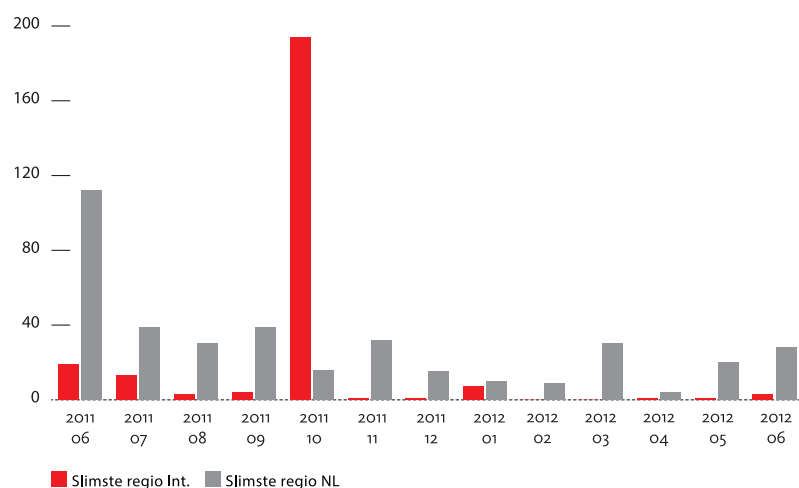
Is er toenemende interesse voor vestiging van buitenlandse bedrijven in de regio, hoe wordt de promotie van de slimste meegenomen en hoe slaat deze aan (op een kwalitatieve manier)?

(Uit: Projectplan 'Brainport Regio Eindhoven, de slimste regio van de wereld' oktober 2011)

EFFECT

DE SLIMSTE

Aantal hits per maand



Het bezoek van een Eindhovense delegatie aan China/Taiwan (september 2011 en april 2012), ICF Conferentie (21 oktober 2011), De Ambassadeursconferentie (24 januari 2012) zijn belangrijke ijkpunten in deze Actielijn 4.

Aantal gevestigde bedrijven uit het buitenland in onze regio	2010	2012	Vershil 2010/2012
Zuidoost-Brabant	436	467	7,10%
Zuidoost-Nederland	1312	1438	9,60%

Bron: BOM, LIOF

ACTIELIJN 5 – DIVERSE ICF ACTIVITEITEN

Opvragen bij het Intelligent Community Forum hoe ICF onze regio promoot 'The world's smartest region 2011'.

(Uit: Projectplan 'Brainport Regio Eindhoven, de slimste regio van de wereld' oktober 2011)

EFFECT

ICF Congres 21 oktober 2011

21 oktober 2011 organiseerde Brainport Development een conferentie rondom het bekendmaken van de 21 genomineerde regio's voor de ICF award 2012-2013. Deze conferentie is gecombineerd met een Eurocities congres. Ruim 300 bezoekers (waarvan 120 buitenlandse) namen deel aan een 'Open Innovation Cruise' door de regio, de conferentie en daarna aan een diner waar door Louis Zacharilla (ICF) de nominaties werden gepresenteerd.

ICF directie

Door de directie van het ICF is in 2011 en 2012 op tientallen speeches ingegaan op Brainport Regio Eindhoven als 'The world's smartest region'. (zie bijlage A)



5. FINANCIËLE EVALUATIE

CONCEPT BEGROTING

Project BPP-11-099 Intelligent Community of the Year 2011 – Brainport regio Eindhoven

Versie 3

Datum 1-sep-11

Financiering	Minimale variant (EUR):	Maximale variant (EUR):
Gemeente Eindhoven	50.000	50.000
Gemeente Helmond	50.000	50.000
Gemeente Veldhoven	20.000	20.000
Samenwerkingsverband Regio Eindhoven	50.000	50.000
Brainport Development NV	50.000	50.000
Provincie Noord-Brabant	0	200.000
Bedrijfsleven (mn OEM)	0	200.000
Totaal (EUR)	220.000	620.000

Financiering	Minimale variant (EUR):	Maximale variant (EUR):
1. Actielijn Trots in de regio	55.000	100.000
Diverse adoptieprojecten	p.m.	
2. Actielijn stimuleren keuze techniek		20.000
Scholenactie	10.000	
3. Actielijn Nationaal werven van techniek studenten	0	10.000
4. Actielijn Internationale profilering	0	10.000
5. Actielijn Congres	50.000	70.000
Middelenplan (huisstijl, communicatiemiddelen etc.)	30.000	50.000
Projectmanagement		
Projectleider	50.000	50.000
Ondersteuning o.a. communicatiemedewerkers	25.000	50.000
	220.000	360.000

Daarnaast is er via cofinanciering 'in cash' en 'in kind' ruim € 380.000,- bijgedragen (zie bijlage B).

	in Euro
Voortraject juni/juli	900
Communicatiecampagne	48.000
Werven studenten en stimuleren keuze voor techniek	16.000
Congres 21 oktober	44.000
Verduurzaming titel	4.200
Internationale profilering	500
Projectleider/communicatie/secretariaat	106.400
Totaal (EUR)	220.000

6. BORGING RESULTATEN

Het traject dat uiteindelijk op 3 juni 2011 resulteerde in het winnen van de award, is in feite al in 2008 gestart. In 2009 en 2010, de jaren dat de regio wel was genomineerd, maar uiteindelijk de award niet won, is veel bereikt. Er was altijd wel een podium, een gelegenheid om het verhaal over de regio te vertellen.

- **Voortraject (vanaf 2009):** profilering en positiebepaling ten opzichte van 'gelijken' en een podium om het Brainport verhaal te vertellen;
- **Awardjaar:** zichtbaarheid, podium voor neerzetten smart evidence en verhaal werd geadopteerd en verspreid door ambassadeurs;
- **Na juni 2012:** hoe kunnen we blijvend dit podium creëren? Hoe kunnen we onze smart evidence blijvend over het voetlicht brengen?

DOELSTELLING NA JUNI 2012

Borgen in de regio, trots vasthouden en uitbouwen, de claim vasthouden.

Een aantal activiteiten voortkomend uit het awardjaar is geborgd in de 1e Dutch Technology Week. Maar er is meer dat we willen borgen:

- Met het winnen van de award kregen we een podium om onze smart evidence breed uit te dragen. Een podium via vakbladen, congressen, branche- en vakverenigingen, (social) media, evenementen en (buitenland(se)) bezoeken;
- Doel van uitdragen boodschap: projectlijnen uit het project 'Brainport Regio Eindhoven, de slimste regio van de wereld' die aansluiten op een aantal Brainport 2020 doelen;
- Communiceren van 1 boodschap;
- Begrip, kennis en wetenschap van activiteiten diverse stakeholders;
- Dutch Technology Week is nu 1 week, maar we willen blijvend en gedurende het jaar onze smart evidence uitdragen.

Wat het afgelopen jaar is opgebouwd, verdient een vervolg. Dit om ervoor te zorgen dat wij binnen de Brainport regio op dezelfde wijze blijven communiceren over de kracht van deze regio. De Dutch Technology Week is een fantastisch evenement als afsluiting van het awardjaar, maar biedt puur als week te weinig houvast om gedurende het jaar te benutten als communicatiemiddel / evidence voor de kracht van deze regio. Het is wel van belang nu al na te denken over de tweede editie van de Dutch Technology Week als één van de activiteiten voor borging van 'Brainport Regio Eindhoven, de slimste regio van de wereld'.

HOE BORGEN EN VERANKEREN WE DE BOODSCHAP VAN 'DE SLIMSTE REGIO'?

De boodschap van 'Brainport Regio Eindhoven, slimste regio van de wereld' is in het awardjaar intensief gecommuniceerd d.m.v. een eigen label en communicatieactiviteiten gericht op het bekend maken van de award en het communiceren van de proofpoints waarmee de award is verdiend.

Nu dit jaar voorbij is kunnen de partners in het project ervoor kiezen om de boodschap van 'slimste regio' niet d.m.v. eigenstandige communicatiemiddelen (folders, banners, bijeenkomsten, keycards etc) te communiceren, maar om de

boodschap te integreren in hun 'reguliere' communicatie. Zo heeft Brainport Development er voor gekozen om bijv. niet meer het eigenstandige label te voeren, maar om de boodschap te integreren in teksten en eventuele visuals. Daarbij krijgt de award meer of minder nadruk, afhankelijk van de doelgroep waar de communicatie zich op richt.

Hieronder staat als voorbeeld de boilerplate die op elke brochure over Brainport Regio Eindhoven voorkomt:

Brainport Regio Eindhoven is een toptechnologische broedplaats voor innovatie en de thuisbasis voor bedrijven, kennis- en researchinstellingen van wereldklasse. Samen bedenken en maken zij de technologie van morgen die bijdraagt aan een veilige, groene en zorgzame samenleving en aan duurzame economische ontwikkeling van Nederland. Brainport, slimste regio ter wereld 2011, omvat Zuidoost-Brabant en is de spil van een netwerk dat zich over Zuidoost- Nederland en de landsgrenzen uitstrekt. De vijf speerpuntsectoren zijn High Tech Systems & Materials, Food & Technology, Automotive, Lifetec & Health en Design.

Op eenzelfde manier wordt fotomateriaal gebruikt; foto's van 'de slimste' activiteiten worden gebruikt in folders, op stands etc.



BIJLAGE A. TELLING SHOWING LABELING

WINNEN AWARD

Wat	Toolkit star slimste jaar banners, leaflets, usb sticks, shirts, plu's, pp
Wanneer	juni '11
Initiatief	Brainport Development
Uitgevoerd door	Brainport Development
Onderwijs/Bedrijfsleven:	Lokaal, inwoners, overheid
Actielijn	1

BANIEREN EINDHOVEN

Wat	banieren
Uitgevoerd door	Gemeente Eindhoven

INFORMATIEAVONDEN FONTYS

Wat	Keycards 'Ik studeer in de slimste regio'
Wanneer	mei en juni '11
Initiatief	Fontys
Uitgevoerd door	Fontys
Onderwijs/Bedrijfsleven:	PO/VO, HBO/WO
Actielijn	1

OPLEIDINGSBROCHURES FONTYS EN TU/E

Wat	Label op alle opleidingsbrochures
Wanneer	Opleidingsbrochures '12 '13
Initiatief	Fontys en TU/e
Uitgevoerd door	Fontys en TU/e
Onderwijs/Bedrijfsleven:	PO/VO, HBO/WO
Actielijn	1

FONTYS INTRODUCTIE FESTIVAL

Wat	Label op t-shirts, polsbandjes, promo en stand
Wanneer	22 augustus '11
Initiatief	Fontys
Uitgevoerd door	Fontys
Onderwijs/Bedrijfsleven:	HBO/WO
Actielijn	1

FONTYS ARRIVAL DAY

Wat	Banner, engelstalige leaflets, welkomstwoord CvB
Wanneer	25 augustus '11
Initiatief	Fontys
Uitgevoerd door	Fontys
Onderwijs/Bedrijfsleven:	HBO/WO
Actielijn	1

FONTYS OPEN DAGEN

Wat	Banners en flyers
Wanneer	nov '11, maart '12 en juni '12
Initiatief	Fontys
Uitgevoerd door	Fontys
Onderwijs/Bedrijfsleven:	PO/VO, HBO/WO
Actielijn	1 en 2

SCHOLENACTIE

Wanneer	22 - 31 aug 2011
Initiatief	Brainport Development
Uitgevoerd door	SRE burgemeesters
Onderwijs/Bedrijfsleven:	PO/VO, inwoners, overheid
Actielijn	1 en 2
Bereik	18 scholen PO 3 scholen VO
Resultaat	Pers

BEZOEK UN. EN GEM WUHAN CHINA

Wat	engelstalige leaflets, usb
Wanneer	eind sept
Initiatief	hoogleraar Tue
Uitgevoerd door	hoogleraar Tue
Onderwijs/Bedrijfsleven:	Internationaal
Actielijn	4

OPENING ACADEMISCH JAAR

Wat	visuals
Wanneer	05-sep
Initiatief	TU/e
Uitgevoerd door	TU/e
Onderwijs/Bedrijfsleven:	HBO/WO
Actielijn	1 en 3

REGIO BUSINESS DAGEN

Wat	tentoonstelling, leaflets
Wanneer	13 en 14 sept
Initiatief	Brainport/Helmond/Eindhoven/Veldhoven
Uitgevoerd door	Veldhoven
Onderwijs/Bedrijfsleven:	Lokaal, inwoners
Actielijn	1 en 2
Bereik	Ondernemers uit de regio



WERKBEZOEK ONDERNEMERS HELMOND AAN BRAINPORT

Wat	lezing, leaflets, banners
Wanneer	08-sept
Initiatief	Brainport en gem. Helmond
Onderwijs/Bedrijfsleven:	Lokaal, inwoners
Actielijn	1
Bereik	xx ondernemers
Resultaat	gebruik label etc.

CHINA/TAIWAN REIS

Wat	leaflets
Wanneer	sept
Initiatief	Brainport/Eindhoven
Onderwijs/Bedrijfsleven:	internationaal
Actielijn	4
Bereik	Buitenlandse overheden en ondernemers

PERSBERICHT CLEVERIT

Wat	persbericht
Wanneer	09-sept
Initiatief	CleverIT
Uitgevoerd door	CleverIT
Onderwijs/Bedrijfsleven:	Lokaal, internationaal
Bereik	nationale pers
Opmerking	De slimste regio in de praktijk betekent groeimogelijkheid

WORK LEISURE CARE FOR AGEING

AUTOTECH EVENT HELMOND

Wat	roll up banners
Initiatief	Verbindingscentrum Technific
Uitgevoerd door	Brainport Development
Onderwijs/Bedrijfsleven:	PO/VO
Actielijn	2
Bereik	750 basisschoolleerlingen

CULT & TUMULT VELDHOVEN

Wat	Techniek ontdekplein (banners, MadScience, fotoborden)
Wanneer	26 en 27 sept
Initiatief	Gem Veldhoven
Uitgevoerd door	Gem Veldhoven
Onderwijs/Bedrijfsleven:	Inwoners
Actielijn	1
Bereik	Inwoners
Resultaat	banieren + fotowanden voor kinderen
Opmerking	het MKB-bedrijf CleverIT hebben ze hier veel ervaring mee.

ISTANBUL REIS

Wat	leaflets
Wanneer	27-30 sept
Initiatief	Brainport e.a.
Onderwijs/Bedrijfsleven:	Internationaal
Actielijn	4

ANNUAL MEETING CTMM

Wat	Label, banner
Wanneer	29 sept
Initiatief	CTMM (centre translational molecular medicine)
Uitgevoerd door	Brainport Development
Onderwijs/Bedrijfsleven:	Inwoners
Actielijn	4
Bereik	420 researchers - 15% uit buitenland

ONDERWIJSBEURS EINDHOVEN

Wat	banners en logo
Wanneer	30 sept en 1 okt
Initiatief	Fontys en Brainport Development
Uitgevoerd door	Fontys en Brainport Development
Onderwijs/Bedrijfsleven:	PO/VO, HBO/WO
Actielijn	1, 2 en 3
Resultaat	banners bij ingang en label bij diverse standhouders

TU/EXPERIENCE

Wat	banners
Wanneer	2 okt
Initiatief	TU/e
Uitgevoerd door	Brainport Development
Onderwijs/Bedrijfsleven:	Inwoners
Actielijn	1 en 2
Bereik	4.000 bezoekers
Resultaat	banners in auditorium

MARATHON EHOVEN

Wat	tentoonstelling en label
Wanneer	9 okt
Initiatief	gem Eindhoven
Uitgevoerd door	gem Eindhoven
Onderwijs/Bedrijfsleven:	Lokaal, internationaal, inwoners
Actielijn	1
Resultaat	labels en 'slimme tentoonstelling' in Hal van Honderd

NAT. BRANDING & INVESTMENT

Wat	Bestickerde Phileas
Wanneer	13 okt
Initiatief	gem Eindhoven
Uitgevoerd door	gem Eindhoven
Onderwijs/Bedrijfsleven:	Internationaal
Actielijn	4
Bereik	groep ambassadeurs en commerciële attachees van ambassades in Ned.

USB STICKS MET LOGO'S

Wanneer	vanaf sept 2011
Initiatief	gem. Veldhoven
Uitgevoerd door	gem. Veldhoven
Onderwijs/Bedrijfsleven:	Lokaal, inwoners, overheid
Actielijn	1
Resultaat	uitgereikt aan nieuwe bewoners en gemeentelijke activiteiten

GEHELE JAAR

Wat	roll up banners, posters
Wanneer	vanaf okt 2011
Initiatief	roll up banners, posters
Uitgevoerd door	roll up banners, posters
Onderwijs/Bedrijfsleven:	Lokaal, inwoners, overheid
Actielijn	1
Bereik	aan alle SRE gemeenten roll up banners en posters uitgereikt: bereik: alle inwoners

BANIEREN VELDHOFEN

Wat	banners en logo
Uitgevoerd door	gem. Veldhoven
Onderwijs/Bedrijfsleven:	Inwoners
Actielijn	1

INNOVATION TOUR

Wat	bustour langs innovatieve bedrijven
Wanneer	21-okt
Initiatief	Brainport Development
Uitgevoerd door	Brainport Development
Onderwijs/Bedrijfsleven:	Lokaal, internationaal, overheid
Actielijn	1 en 4
Bereik	120 deelnemers

ICF CONGRES

Wat	tentoonstelling, leaflets, banners
Wanneer	21-okt
Initiatief	Brainport Development
Uitgevoerd door	Brainport Development
Onderwijs/Bedrijfsleven:	Lokaal, internationaal, overheid
Actielijn	1 en 4
Bereik	170 deelnemers

DINER ICF NOMINATIES

Wat	tentoonstelling, leaflets, banners
Wanneer	21-okt
Initiatief	Brainport Development
Uitgevoerd door	Brainport Development
Onderwijs/Bedrijfsleven:	PO/VO, lokaal, internationaal, overheid
Actielijn	1, 2 en 4
Bereik	85 deelnemers

ICF NOMINATIES LIVESTREAMING

Wat	livestreaming ICF nominaties
Wanneer	21-okt
Initiatief	Brainport Development
Uitgevoerd door	Brainport Development
Onderwijs/Bedrijfsleven:	Internationaal
Actielijn	4
Bereik	167 views

WK BRIDGE

Wat	labels, banners
Wanneer	15 - 29 okt
Initiatief	gem. Eindhoven/Veldhoven
Uitgevoerd door	gem. Eindhoven/Veldhoven
Onderwijs/Bedrijfsleven:	Inwoners
Actielijn	4
Bereik	500-1000 bezoekers per dag

PERSTOUR WK BRIDGE

Wat	leaflets
Wanneer	21-okt
Actielijn	4
Resultaat	100 - 150 pers

INTERNAT. ARBEIDSMARKTDAG

Wat	banner
Wanneer	18 okt
Initiatief	KvK
Uitgevoerd door	KvK
Onderwijs/Bedrijfsleven:	HBO/WO, inwoners
Actielijn	1

MAILING KVK

Wat	KvK nieuwsbrief over De slimste
Wanneer	21 okt
Initiatief	KvK
Uitgevoerd door	KvK
Onderwijs/Bedrijfsleven:	Lokaal, inwoners
Actielijn	1
Bereik	23.000 ondernemers



KVK NIEUWE INSCHRIJVINGEN

Wat leaflets
Wanneer tot juni 2012
Initiatief KvK
Uitgevoerd door KvK

Onderwijs/Bedrijfsleven: Lokaal
Bereik 4.500 nieuwe ondernemers

BORDEN GEMEENTE HELMOND

Uitgevoerd door gem. Helmond
Onderwijs/Bedrijfsleven: Inwoners
Actielijn 1

DDW

Wat plattegrond: label
Wanneer 22 okt - 30 okt
Onderwijs/Bedrijfsleven: Lokaal, internationaal, inwoners
Actielijn 1
Bereik 180.000 bezoekers

ONTDEKFABRIEK DDW

Wat fotowanden, sokkel + 1000 ansichtkaart
Wanneer 22 okt - 30 okt
Onderwijs/Bedrijfsleven: PO/VO, inwoners
Actielijn 1 en 2
Bereik 7.500 bezoekers

TIJDENS DDW BEZOEK BUITENLANDSE JOURNALISTEN

Wat tentoonstelling
Wanneer 25-okt
Initiatief Brainport Development
Uitgevoerd door Brainport Development
Onderwijs/Bedrijfsleven: Internationaal
Actielijn 4

BIBLIOTHEKEN EHOVEN

Wat ansichtkaarten BrainTrigger
Wanneer begin nov
Initiatief Brainport Development
Uitgevoerd door Brainport Development
Onderwijs/Bedrijfsleven: PO/VO, inwoners
Actielijn 1 en 2
Bereik 4.000 kaarten

METRO

Wat 1p. Adv. + 1 pag tekst
Wanneer 31-okt
Initiatief Brainport + gem Eindhoven
Uitgevoerd door Brainport Development
Onderwijs/Bedrijfsleven: HBO/WO, lokaal, inwoners, overheid
Actielijn 1 en 3

FOOD 4 FUTURE

Wat roll up banners, leaflets
Wanneer 31 okt
Initiatief groene campus
Onderwijs/Bedrijfsleven: PO/VO, lokaal, overheid
Actielijn 1
Bereik er 150 bezoekers, helft regionale op food georiënteerd bedrijven, onderwijs en overheid. De andere helft van de bezoekers bestond uit scholieren die deelnamen aan de Food 4 Future – wedstrijd. Na de bekendmaking van de winnaar en de pauze zijn de leerlingen gegaan en bleven er ongeveer 60 mensen over voor de opening /lancering van het Food & Fresh Lab (onder de aanwezigen Wethouder van Mierlo en gedeputeerde van Heugten).

PERSDAG

Wat TENTOOSNTELLING
Wanneer 03-nov
Initiatief Brainport Development
Uitgevoerd door Brainport Development
Onderwijs/Bedrijfsleven: Internationaal
Actielijn 4

GLOSSY SLIM!SMART

Wat 5000 glossys over de slimste regio
Wanneer 04-nov
Initiatief PION Media
Uitgevoerd door Stakeholders regio
Onderwijs/Bedrijfsleven: Lokaal
Actielijn 1
Bereik 5.000



STARTERSDAG KVK

Wat	Beurswand en tentoonstelling
Wanneer	05- nov
Initiatief	Kamer van Koophandel
Uitgevoerd door	Kamer van Koophandel
Onderwijs/Bedrijfsleven:	Lokaal
Actielijn	1
Bereik	1.600 bezoekers

ONTDEKFABRIEK INTERNATIONAL WEEKEND

Wat	fotowanden, sokkel + ansichtkaart
Wanneer	05 en 06 nov
Onderwijs/Bedrijfsleven:	Internationaal, inwoners
Actielijn	1, 2 en 4

AANKONDIGING CONGRES

Wat	label op leaflet
Wanneer	16 nov
Initiatief	DPI
Uitgevoerd door	DPI
Onderwijs/Bedrijfsleven:	Lokaal, internationaal

ONDERNEMERSCONGRES

Wat	stand, leaflets
Wanneer	10 nov
Initiatief	Synpact
Uitgevoerd door	Brainport Development
Onderwijs/Bedrijfsleven:	Lokaal
Actielijn	1
Bereik	1.200 ondernemers

UITREIKING IR NOORDHOPPRIJS

Wat	Banner + leaflets
Wanneer	10 nov
Initiatief	VDL
Uitgevoerd door	VDL
Onderwijs/Bedrijfsleven:	Lokaal
Actielijn	1 en 2

INTERNATIONAAL ONDERNEMERSCONGRES

Wat	stand, leaflets, lezingen
Wanneer	11-nov
Initiatief	Synpact
Uitgevoerd door	Brainport Development
Onderwijs/Bedrijfsleven:	Lokaal
Actielijn	1 en 2
Bereik	1.200 ondernemers

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP WEEK

Wat	Banners, labels op alle uitingen
Wanneer	13 nov
Initiatief	Brainport Development
Uitgevoerd door	Brainport Development
Onderwijs/Bedrijfsleven:	HBO/WO, lokaal
Bereik	1200 studenten/ondernemers nationaal/ regionaal

CONGRES SPORT, WETENSCHAP & TECHNOLOGIE

Wat	stand, PSV pop
Wanneer	15 nov
Initiatief	Gemeente Eindhoven
Uitgevoerd door	Brainport Development
Onderwijs/Bedrijfsleven:	Lokaal
Actielijn	1
Bereik	300 coaches, technologiebedrijven

BRAINPORT UPDAT GEM. HELMOND

Wat	wand, leaflets
Wanneer	16 nov
Initiatief	Brainport Development
Uitgevoerd door	Brainport Development
Onderwijs/Bedrijfsleven:	Lokaal, overheid
Actielijn	1
Bereik	80 raadsleden en bedrijven gem. Helmond

STUDENTENSTARTERSDAG KVK

Wat	Studentenstartersdag KvK
Wanneer	17 nov
Initiatief	Kamer van Koophandel
Uitgevoerd door	Kamer van Koophandel
Onderwijs/Bedrijfsleven:	HBO/WO
Actielijn	1
Bereik	150 studenten

UITREIKING BRAINS AWARD

Wat	stand, banners, label overal
Wanneer	18 nov
Initiatief	Brainport Development
Uitgevoerd door	Brainport Development
Onderwijs/Bedrijfsleven:	HBO/WO, lokaal
Actielijn	1 en 3
Bereik	250 bezoekers

OPENING STRP FESTIVAL DOOR LOUIS ZACHARILLA

Wat	speech
Wanneer	18 nov
Initiatief	organisatie STRP Festival
Uitgevoerd door	Louis Zacharilla
Onderwijs/Bedrijfsleven:	Lokaal, internationaal
Actielijn	1 en 4



JETNET CAREERDAY

Wat stand, leaflets
Wanneer 21 en 22 nov
Initiatief Brainport Development
Uitgevoerd door Brainport Development
Onderwijs/Bedrijfsleven: PO/VO
Actielijn 2

LEZING BIJ BP VOOR 4 DUITSE JOURNALISTEN (SOLAR)

Wat lezing, banners, flyer
Wanneer 23 nov
Initiatief Agenschap NL
Uitgevoerd door Brainport Development

Onderwijs/Bedrijfsleven: Internationaal
Actielijn 4

WERVINGSDAGEN TU/E

Wat lezing door Joep Brouwers
Wanneer 24 nov
Initiatief TU/e
Uitgevoerd door Brainport Development
Onderwijs/Bedrijfsleven: HBO/WO
Bereik studenten TU/e

LOOPBAAN 4-DAAGSE

Wat UWV Limburg, Midden- en Oost Brabant
Wanneer 24 nov
Initiatief UWV
Uitgevoerd door Kamer van Koophandel
Onderwijs/Bedrijfsleven: Lokaal
Actielijn 1

LIVING LABS CONGRES (SIDE EVENT SMART HOMES)

Wat verwerkt in lezing
Wanneer 24 nov
Initiatief Gem Eindhoven
Uitgevoerd door Brainport Development
Onderwijs/Bedrijfsleven: Internationaal, overheid
Actielijn 4

CONGRES SMART ENERGY REGIONS

Wat 4 roll upbanners
Wanneer 30 nov
Initiatief Brainport Development
Uitgevoerd door Brainport Development

RABOBANK EINDHOVEN-VELDHOVEN

FD SUMMIT

Wat Lezing Rob van Gijzel
Wanneer 06 dec
Initiatief FD
Uitgevoerd door gem. Eindhoven

CONNECT WITH MY CULTURE

Wat roll up banners
Wanneer 12 dec
Initiatief TU/e
Uitgevoerd door TU/e
Onderwijs/Bedrijfsleven: HBO/WO, internationaal
Actielijn 4
Bereik medewerkers en studenten TU/e

EINDEJAARSBORREL

Wat roll upbanners
Wanneer 15 dec
Initiatief Rabobank Eindhoven-Veldhoven
Uitgevoerd door Brainport Development
Onderwijs/Bedrijfsleven: Lokaal, inwoners
Actielijn 1
Bereik 500 relaties Rabo uit de regio

BRAINPORT LECTORAAT

Wat tentoonstelling
Wanneer 01 dec
Initiatief Fontys
Uitgevoerd door Brainport Development
Onderwijs/Bedrijfsleven: HBO/WO, lokaal
Actielijn 2 en 3

AOMB-TECKLE BIJEENKOMST

Wat AOMB-Teckle bijeenkomst
Wanneer 01 dec
Initiatief Rabobank Eindhoven-Veldhoven
Uitgevoerd door Brainport Development
Onderwijs/Bedrijfsleven: Lokaal
Actielijn 1

DOORDRUK SLIM!SMART

Wat 3500 stuks tbv nieuwsjaarsbijeenkomsten
Wanneer 01 jan
Initiatief Stakeholders
Uitgevoerd door Stakeholders
Onderwijs/Bedrijfsleven: Lokaal
Actielijn 1



NIEUWJAARSBIJEENKOMST

Wat tentoonstelling, glossy Slim!Smart
Wanneer 03-jan
Initiatief Brainport Development
Uitgevoerd door Brainport Development
Onderwijs/Bedrijfsleven: Lokaal, inwoners, overheid
Actielijn 1

NIEUWJAARSBIJEENKOMST

Wat tentoonstelling, glossy Slim!Smart
Wanneer 5 jan en 9 jan
Initiatief gem. Eindhoven
Uitgevoerd door gem. Eindhoven
Onderwijs/Bedrijfsleven: Lokaal, inwoners, overheid
Actielijn 1

NIEUWJAARSBIJEENKOMST

Wat banners, glossy Slim!Smart
Wanneer 5 jan
Initiatief gem. Veldhoven
Uitgevoerd door gem. Veldhoven
Onderwijs/Bedrijfsleven: Lokaal, inwoners, overheid
Actielijn 1

NIEUWJAARSBIJEENKOMST

Wat banners, glossy Slim!Smart
Initiatief gem. Helmond
Uitgevoerd door gem. Helmond
Onderwijs/Bedrijfsleven: Lokaal, inwoners, overheid
Actielijn 1

NIEUWJAARSBIJEENKOMST

Wat filmpje, speech
Initiatief Kamer van Koophandel
Uitgevoerd door Kamer van Koophandel
Onderwijs/Bedrijfsleven: Lokaal
Actielijn 1

OVERLEG DECANENKRING

Wat glossy, leaflet, brief techniekkeuze
Wanneer 19 jan
Initiatief Decanenkring
Uitgevoerd door gemeente Eindhoven
Onderwijs/Bedrijfsleven: PO/VO
Actielijn 2
Bereik 40 decanen regio

PERSONEELSBIJEENKOMST

Wat Braintrigger sessie
Wanneer 19 jan
Initiatief gem. Veldhoven
Uitgevoerd door Technific
Onderwijs/Bedrijfsleven: Overheid
Actielijn 1
Bereik ruim 100 medewerkers

VELDHOVEN MAGAZINE

Wat redactioneel artikel
Wanneer 21 jan
Initiatief Karbeel reclame&publicatie
Uitgevoerd door gem. Veldhoven
Onderwijs/Bedrijfsleven: Lokaal, inwoners
Actielijn 1
Bereik Oplage 10.000 stuks

AMBASSADEURSCONFERENTIE

Wat glossy, leaflets, banners tentoonstelling
Wanneer 24 jan
Initiatief Brainport Development
Uitgevoerd door Brainport Development
Onderwijs/Bedrijfsleven: Internationaal
Actielijn 4
Bereik 160 ambassadeurs

BUSINESS MEETING BRABANT

Wat tentoonstelling, leaflets, glossy
Wanneer 25 en 26 jan
Initiatief Brainport Development
Uitgevoerd door Brainport Development
Onderwijs/Bedrijfsleven: Lokaal
Actielijn 1

OUDER/LEERLINGAVOND STEDELIJK GYM

Wat lezing burg. Van Gijzel, banner, leaflets Slim!
Wanneer 26 jan
Initiatief Stedelijk Gym
Uitgevoerd door gem. Eindhoven
Onderwijs/Bedrijfsleven: PO/VO
Bereik 500 leerlingen havo/vwo met ouders

ECONOMIE ABTENAREN SRE

Wat lezing projectleider + gem Veldhoven
Wanneer 26 jan
Initiatief SRE
Uitgevoerd door Brainport Development + gem. Veldhoven
Onderwijs/Bedrijfsleven: Overheid
Actielijn 1
Bereik 10 economie ambtenaren SRE



BENELUX FINALE FIRST LEGO LEAGUE

Wat	Labels, banners, tentoonstelling, Slim!Smart, folders
Wanneer	28 jan
Initiatief	St. Techniekpromotie
Uitgevoerd door	Brainport Development
Onderwijs/Bedrijfsleven:	PO/VO, lokaal, inwoners
Actielijn	1
Bereik	2500 bezoekers, 46 teams (470 ned'se deelnemers en 10 belgische) 100 bezoekers Slimste lunch (Beta ambassadeurs), pers (NOS Jeugdjournaal, Eindhovens Dagblad (EDTV & krant), Studio040 (radio & TV), Algemeen Dagblad Rijmond, RTV Flevoland, Omroep Vlaardingen, TC Tubantia, BN de Stem, Weekblad De Brug, Trompetter Eindhoven, vakblad Aandrijftechniek, Leusder krant, Nieuwsblad De Kaap, Cursor TU/e, Omroep Brabant.nl, Kidzweek, Het Gouds Dagblad)

OPEN DAG STRABRECHT COLLEGE

Wat	posters
Wanneer	29 jan
Initiatief	Strabrecht College Geldrop
Uitgevoerd door	Strabrecht College Geldrop
Onderwijs/Bedrijfsleven:	PO/VO

AFSCHEIDSCONGRES EN RECEPTIE ELIES LEMKES

Wat	leaflets, banners etc.
Wanneer	30 jan
Initiatief	Brainport Development
Uitgevoerd door	Brainport Development
Onderwijs/Bedrijfsleven:	Lokaal, overheid
Actielijn	1
Bereik	ondernemers, overheid

ARBEIDSMARKTSPECIAL ED

Wat	8 pag over werken slimste reg
Wanneer	07 feb
Initiatief	ED
Uitgevoerd door	stakeholders
Onderwijs/Bedrijfsleven:	PO/VO, HBO/WO, lokaal, inwoners
Actielijn	1 en 2
Bereik	lezers ED

HAGO PARTNER EVENT

Wat	lezing Van Gijzel, tentoonstelling, beurswand
Wanneer	08 feb
Initiatief	HAGO
Uitgevoerd door	Brainport Development
Onderwijs/Bedrijfsleven:	Lokaal
Actielijn	1
Bereik	80 managers en bestuurders uit de zorg (nationaal)

ZICHTBAARHEID LUCHTHAVEN

Wat	label, etc
Wanneer	februari - juni
Initiatief	gem. Eindhoven
Uitgevoerd door	Gem. Eindhoven Airport Eindhoven
Onderwijs/Bedrijfsleven:	Lokaal, internationaal
Actielijn	4

CARNAVALESKE RAADSVERGADERING

Wat	wand
Wanneer	17 feb
Initiatief	gem. Eindhoven
Uitgevoerd door	gem. Eindhoven
Onderwijs/Bedrijfsleven:	Overheid
Actielijn	1

LICHT OP EINDHOVEN

Wat	interview Joep Brouwers
Wanneer	maart
Initiatief	Licht op Eindhoven
Uitgevoerd door	Brainport Development
Onderwijs/Bedrijfsleven:	Inwoners
Actielijn	1 en 2

UITREIKING DUTCH SOLAR AWARDS

Wat	2 banners bij ontvangst
Wanneer	16 feb
Initiatief	Dutch Solar Awards
Uitgevoerd door	Brainport Development
Onderwijs/Bedrijfsleven:	Lokaal
Actielijn	1 en 4

NBI EXPO

Wat	tentoonstelling, wand, lezing burg. Van Gijzel en Joep Brouwers
Wanneer	6, 7 en 8 maart
Initiatief	NBI
Uitgevoerd door	gem. Eindhoven en Brainport Development
Onderwijs/Bedrijfsleven:	Lokaal, internationaal
Actielijn	1 en 4



ONDERNEMERSSOCIETEIT

Wat	burg. Mikkers vertelt over BP
Wanneer	08 maart
Initiatief	Ondernemerssocieteit Brabantse Dag
Uitgevoerd door	gem. Veldhoven
Onderwijs/Bedrijfsleven:	Lokaal
Bereik	70 ondernemers regio

INNOVATIEWEDSTRIJD JOUW SLIMSTE IDEE

Wat	banners en kaarten Jouw slimste idee
Wanneer	maart
Initiatief	Brainport Development
Uitgevoerd door	Brainport Development
Onderwijs/Bedrijfsleven:	PO/VO, overheid
Actielijn	1
Bereik	10000 kaarten uitgedeeld

HEALTH TECH EVENT

Wat	banners en kaarten Jouw slimste idee
Wanneer	16 maart
Initiatief	Technific
Uitgevoerd door	Technific
Onderwijs/Bedrijfsleven:	PO/VO
Actielijn	2
Bereik	1000 schoolkinderen regio

SYMPOSIUM INTELLIGENCE

Wat	film over de slimste
Wanneer	16 maart
Initiatief	intelligence en SAP
Uitgevoerd door	gem. Eindhoven
Onderwijs/Bedrijfsleven:	HBO/WO
Actielijn	1 en 3
Bereik	bestuurders hogescholen en universiteiten

OPEN DAG FONTYS

Wat	banners
Wanneer	17 maart
Initiatief	Fontys
Uitgevoerd door	Fontys
Onderwijs/Bedrijfsleven:	PO/VO
Actielijn	2

CC-03

Wat	lezing Peter Kentie en Monique de Wit
Wanneer	27 maart
Initiatief	CC-03
Uitgevoerd door	Ehv365 + Brainport Development
Onderwijs/Bedrijfsleven:	Lokaal

DECANENDAG TU/E

Wat	lezing Joep Brouwers
Wanneer	30 maart
Initiatief	TU/e
Uitgevoerd door	TU/e
Onderwijs/Bedrijfsleven:	PO/VO
Actielijn	2

TRANSMISSIE

Wat	lezing Joep Brouwers
Wanneer	30 maart
Initiatief	Transmissie
Uitgevoerd door	Brainport Development
Onderwijs/Bedrijfsleven:	Inwoners
Actielijn	1
Bereik	50-120

OPEN DAG FONTYS

Wat	Slim!Smart, banners
Wanneer	31 maart
Initiatief	Fontys
Uitgevoerd door	Fontys
Onderwijs/Bedrijfsleven:	PO/VO, HBO/WO
Actielijn	2
Bereik	1311 bezoekers Techniek studie

LOGEION

Wat	lezing Monique de Wit
Wanneer	3 april
Initiatief	Logeion
Uitgevoerd door	Brainport Development

DENK GROTER DEBAT

Wat	banners
Wanneer	3 april
Initiatief	Fontys
Uitgevoerd door	Fontys
Onderwijs/Bedrijfsleven:	HBO/WO, overheid
Actielijn	1 en 3

THEMAPAGINA DE AHRENBERGER

Wat	diverse artikelen
Wanneer	11 april
Initiatief	gem. Veldhoven
Uitgevoerd door	gem. Veldhoven
Onderwijs/Bedrijfsleven:	PO/VO, HBO/WO, inwoners
Actielijn	1 en 2



TENTOONSTELLING DE SLIMSTE

Wat Tentoonstelling
Wanneer 9 tot 30 maart
Initiatief gem. Helmond
Uitgevoerd door gem. Helmond
Onderwijs/Bedrijfsleven: Inwoners
Actielijn 1

TENTOONSTELLING DE SLIMSTE

Wat Tentoonstelling
Wanneer 30 maart / 20 april
Initiatief gem. Veldhoven
Uitgevoerd door gem. Veldhoven
Onderwijs/Bedrijfsleven: Inwoners
Actielijn 1

TENTOONSTELLING DE SLIMSTE

Wat Tentoonstelling
Wanneer 20 april / 10 mei
Initiatief gem. Eindhoven
Uitgevoerd door gem. Eindhoven
Onderwijs/Bedrijfsleven: Inwoners
Actielijn 1

TENTOONSTELLING DE SLIMSTE

Wat Tentoonstelling
Wanneer 14 mei / 1 juni
Initiatief Kamer van Koophandel
Uitgevoerd door Kamer van Koophandel
Onderwijs/Bedrijfsleven: Lokaal
Actielijn 1

ZICHTBAARHEID STADHUIS EHOVEN

Wat zichtbaarheid stadhuis Eindhoven
Wanneer maart-juni
Initiatief gem. Eindhoven
Uitgevoerd door gem. Eindhoven
Onderwijs/Bedrijfsleven: Lokaal, inwoners, overheid

ROBOCUP

Wat banners + labels
Wanneer 25 - 28 april
Initiatief TU/e
Uitgevoerd door gen. Eindhoven
Onderwijs/Bedrijfsleven: PO/VO, HBO/WO, lokaal, inwoners
Actielijn 1, 2 en 3

HANNOVER MESSE

Wat label, banners, flyers, gesprekken
Wanneer 26-28 april
Initiatief Brainport Development
Uitgevoerd door Brainport Development
Onderwijs/Bedrijfsleven: Internationaal
Actielijn 4

BURGEMEESTER MIKKERS 27 INNOVATIES IN VELDHOVEN

Wat 27 (bedrijfs)bezoeken bgm+raadslid
Wanneer vanaf 2 mei
Initiatief gem. Veldhoven
Uitgevoerd door gem. Veldhoven
Onderwijs/Bedrijfsleven: PO/VO, lokaal, inwoners, overheid
Actielijn 1
Bereik Voornamelijk raadsfracties

TU/E MASTEREVENT

Wat label
Wanneer 07 mei
Initiatief TU/e
Uitgevoerd door TU/e
Onderwijs/Bedrijfsleven: HBO/WO
Actielijn 3
Bereik 380 bezoekers (ook HBO'ers en hun ouders)

LANDMACHTDAGEN

Wat Tentoonstelling
Wanneer 11, 12, 13 mei
Initiatief Landmacht
Uitgevoerd door Brainport Development
Onderwijs/Bedrijfsleven: Inwoners
Actielijn 1

UIT IN EINDHOVEN

Wat info over Jouw slimste idee
Initiatief organisatie DTW
Onderwijs/Bedrijfsleven: PO/VO, HBO/WO, lokaal, inwoners
Actielijn 1 en 2

INTERNATIONALE HANDELSDAG

Wat Tentoonstelling, banners
Wanneer 23 mei
Initiatief Kamer van Koophandel
Uitgevoerd door Kamer van Koophandel
Onderwijs/Bedrijfsleven: Lokaal
Actielijn 4

SMART MEETS SMART

Wat	tentoonstelling, banners, leaflets, glossy
Wanneer	01 juni
Initiatief	Brainport Development
Uitgevoerd door	Brainport Development
Onderwijs/Bedrijfsleven:	PO/VO, HBO/WO, lokaal, overheid
Actielijn	1 en 2
Bereik	300

HOLLAND PROMOTIE OP HET CONSULAAT IN DUSSELDORF

Wat	banners, stand flyers, gesprekken
Wanneer	01 juni
Initiatief	Brainport Development
Uitgevoerd door	Brainport Development
Onderwijs/Bedrijfsleven:	Internationaal, overheid
Actielijn	4

DUTCH TECHNOLOGY WEEK

Wat	labels, banners, glossy
Wanneer	1 t/m 8 juni
Initiatief	Brainport Development

THE NEW EUROPEAN ECONOMY

Wat	artikel Rob van Gijzel
Wanneer	voorjaar 2012
Uitgevoerd door	Brainport Development
Onderwijs/Bedrijfsleven:	Internationaal
Actielijn	4
Bereik	CEO's en CFO's van internationaal geïntereerde bedrijven in 32 bedrijven

GLOSSY SLIM!SMART #2

Wat	6500 glossys over de slimste regio
Wanneer	31 mei
Initiatief	PION Media
Uitgevoerd door	Stakeholders regio
Onderwijs/Bedrijfsleven:	Lokaal,
Actielijn	1

SLIM IN VELDHOVEN

Wat	Prijsuitreiking
Wanneer	18 juni
Initiatief	gem. Veldhoven
Uitgevoerd door	gem. Veldhoven
Onderwijs/Bedrijfsleven:	Inwoners
Actielijn	1

SPEECHES DOOR THE INTELLIGENT COMMUNITY FORUM

The ICF ambassadors since the June announcement of Eindhoven's status as the world's most Intelligent Community, speeches at the following venues and referred to the Eindhoven region:

Louis Zacharilla:

Keynote Address, Southern Piedmont Technology Council Annual Meeting, Energizing Communities for the 21st Century, Danville, Virginia (USA), November 2011

Keynote Address, Opportunities and Obstacles: Building Intelligent Communities in Central & Eastern Europe, Roundtable hosted by The Institute for Entrepreneurship and Innovation of Central European University's Business School, Budapest, October 2011, Budapest, Hungary

World Summit for Satellite Finance & World Satellite Business Week, CEOs Panel, Paris, September 2011

Southeastern United States and Canadian Provinces Governors' Leadership Conference, June 2011, Fredericton, Canada

Keynote Address, British Columbia Economic Development Summit, Langley, Canada, June 2011

Master Class, SmarterCape Organization, Cape Cod, USA, September 2011

Keynote Address, Asia Pacific Economic Cooperation meeting, "Universal Truths about Cities," Langfang, China, May 2012

Keynote Address, Saskatch 3.0 Summit, "Louie Communities," April 2012, Regina, Saskatchewan (Canada)

Keynote Address, Community Survivors Series, "Community as Canvas," Everett, Washington State, April 2012

Workshop: Creating Intelligent Communities for the South Pacific Islands and Asia, Pacific Telecommunications Council, Honolulu, January 2012

Briefing Address to Governor Abercrombie's Hawaii Broadband Assistance Advisory Council, Honolulu, January 2012

Opening Keynote Address, STRIJP Festival – "Art Loves Technology," Eindhoven, The Netherlands, November 2011



John Jung:

"Innovation and Intelligent Communities", 21 November 2011,
Governor General of Canada's State, Singapore

Keynote: "Creating Successful Intelligent Cities in China", 18
November 2011, Chongqing University Posts and
Telecommunications, Chongqing, China

Keynote: "Intelligent Cities in Taiwan", 14 November, 2011,
Intelligent Cities Summit, New Taipei City, Taiwan

"Vision for a Green Digital Future", 8 November 2011, Global
Forum 2011, Brussels, Belgium

Robert Bell:

"If You Do What You Have Always Done..." Keynote, City-
Region Strategic Conference, Nijmegen, Netherlands,
December 12, 2011

Intelligent Community Master Class - Swift Current,
Saskatchewan, Canada, October 26, 2011

Intelligent Community Master Class - Parkland County,
Alberta, Canada, October 20, 2011

Intelligent Community Master Class - National Economic
Development Council 2011, Adelaide, Australia, October 5,
2011

"Creating the Intelligent Community" Keynote- Third
International Forum on Sustainable Housing, Infonavit,
Mexico City, Mexico, September 7, 2011



BIJLAGE B. COFINANCIERING

Financiering	Initiatiefnemer
Stadsbanieren rondje binnenring Eindhoven Stadsbanieren gemeente Veldhoven Komborden' - ronde borden bij toegangswegen gemeente Helmond ? Kosten gemeente Helmond - Croon Media Promotiebord Stadspromotie Promotieborden 'Brainport Slimste regio' kosten 2011 Promotieborden 'Brainport Slimste regio' kosten 2012 Opmaak gedicht 'Helmond De Slimste' (mei 2012) Relatiegeschenk van regio Eindhoven delegatie voor Taiwan (september 2011): 10 TomTom's met 'Route naar Brainport regio Eindhoven' Roll-up Banners en posters begin award jaar Slim! - Goeie Zaken special: slimste magazine voor Brainport regio Eindhoven - november 2011 Slim! - Goeie Zaken special: slimste magazine voor Brainport regio Eindhoven - november 2011 - special Helmond Slim! - Goeie Zaken special: slimste magazine voor Brainport regio Eindhoven - (doordruk december 2011) Slim! - Goeie Zaken special: slimste magazine voor Brainport regio Eindhoven - juni 2012 Slim! - Goeie Zaken special: slimste magazine voor Brainport regio Eindhoven - juni 2012 (500 exemplaren) Slim! - Goeie Zaken special: slimste magazine voor Brainport regio Eindhoven - juni 2012 3 pagina's special Helmond Slim! - Goeie Zaken special: slimste magazine voor Brainport regio Eindhoven - juni 2012 (doordruk 500 exemplaren) Metro okt 2011 Notitieboekjes, diverse uitingen, spandoek NS station, voorwoord programmaboek, speeches etc tijdens WK-Bridge Phileas bus - belettering 'De slimste regio' tijdens ambassadeurstour en journalisten WK Bridge (oktober 2011) Stand 'De slimste regio' op Startersdag Kamer van Koophandel (5 nov 2011) Stand op 'Ondernemerscongres' (10 november 2011) Presentatie als partner op Internationaal Ondernemerscongres (11 november 2011) Plaatsing label 'De slimste regio' op plattegrond Dutch Design Week 2011 Plaatsing label 'De slimste regio' op informatiezuilen en logovermelding op alle uitingen Glow 2011 Vermelding 'De slimste regio' op VVV borden - 18 x 1 wk (tot begin mei 2012) Vermelding 'De slimste regio' op 2-signs en europanelen Eindhoven (4,- tot 6,- per poster per dag (8 weken x 30 posters) Stand 'De slimste regio' bij 'Sports & Technology' Vermelding 'De slimste regio' in aankomsthal Eindhoven Airport Vermelding 'De slimste regio' op banner van Van Gansewinkel aan A50 Stand (tent) met 'Slimste tentoonstelling tijdens De Landmachtdagen Oirschot Deelname CEO's bedrijfsleven en onderwijs/ en kennisinstellingen aan 'Klankbordgroepvergaderingen' (geïnvesteerde uren) Banieren 'De slimste regio' bij Evoluon Vermelding label 'De slimste regio' tijdens Marthon van Eindhoven Vermelding label 'De slimste regio' tijdens EK Waterpolo Vermelding label 'De slimste regio' tijdens tijdens intro TU/e, op drukwerk, banieren etc. Vermelding label 'De slimste regio' tijdens tijdens intro Fontys Hogescholen op drukwerk, banieren etc. Vermelding label 'De slimste regio' tijdens Hannover Messe op drukwerk, banieren, stand etc. Labels, banners, leaflets op meer dan 100 evenementen Banner 'De slimste regio' NS station Eindhoven centraal Slimste tentoonstelling (Bruikleen van producten) Plaatsing en vervoer 'Slimste tentoonstelling' - gemeente Eindhoven: 2 nieuwjaarsrecepties, Marathon Eindhoven, Ambassadeursdag - KvK 14 mei t/m 1 juni - NBI Expo 6 t/m 8 maart - gem. Helmond 9 t/m 30 maart (F. Heiligers) - gem. Veldhoven 30 maart t/m 20 april - gem. Eindhoven 20 april t/m 10 mei Presentatiewand stadhuis Eindhoven Vermelding label 'De slimste regio' tijdens alle activiteiten van de Dutch Technology Week 1 t/m 8 juni, plaatsing stand en roll up banners op diverse evenementen tijdens de Dutch Technology Week Bijdrage aan organisatie subproject 'jouw slimste idee' door bedrijfsleven + gem. Eindhoven Eindevenement 'De slimste 'Smart meets Smart' vrijdag 1 juni Bedankadvertentie partners en ambassadeurs 'De slimste regio' Eindhovens Dagblad 9 juni 2012	gemeente Eindhoven gem. Veldhoven gem. Helmond gem. Helmond gem. Helmond gem. Helmond gem. Helmond gem. Helmond TomTom SRE-gemeenten en TU/e Pion Media Pion Media Pion Media Pion Media Pion Media Pion Media Kamer van Koophandel Brabant VVV Azero Outdoor/ City Dynamiek Stichting 'Sports & Technology' Eindhoven Airport Van Gansewinkel De Landmacht Evoluon Eindhoven Bureau Marathon Eindhoven Stichting EK waterpolo 2012 TU/e Fontys Hogescholen Holland High Tech Gem. Eindhoven KvK Gem. Eindhoven Gem. Helmond Gem. Veldhoven Gem. Eindhoven Gem. Eindhoven Brainport Development Brainport Development
TOTALEN	



Totaal investering	Opmerkingen	Helmond	Overige overheden	Bedrijfsleven	Kennis- instellingen	Brainport Development NV*
10.000	geschatte investering		10000			
3.000	geschatte investering		3000			
6.050	obv opgave gemeente Helmond	6.050				
818	obv opgave gemeente Helmond	818				
150	obv opgave gemeente Helmond	150				
1.815	obv opgave gemeente Helmond	1.815				
1.815	obv opgave gemeente Helmond	1.815				
148	obv opgave gemeente Helmond	148				
3.000				3.000		
6.480		890	5.000		590	
24.500		1.000	4.000	12.000	3.000	4.500
1.500	obv opgave gemeente Helmond	1.500				
4.575		375	750	1.250		2.200
34.000			2.000	26.500	3.500	2.000
313	obv opgave gemeente Helmond	313				
1.500	obv opgave gemeente Helmond	1.500				
313	obv opgave gemeente Helmond	313				
10.000		1.000	3.500	2.000		3.500
4.000	Geschatte waarde 'in kind' bijdrage			4.000		
1.000	Geschatte waarde 'in kind' bijdrage (email M. Konings 02-11-11)			1.000		
895				895		
2.750	Geschatte waarde 'in kind' bijdrage			2.750		
10.000	Geschatte waarde 'in kind' bijdrage			10.000		
12.500	Geschatte waarde 'in kind' bijdrage		12.500			
12.500	Geschatte waarde 'in kind' bijdrage		12.500			
10.000	Geschatte waarde 'in kind' bijdrage		10.000			
8.400	Geschatte waarde 'in kind' bijdrage			8.400		
3.000	Geschatte waarde 'in kind' bijdrage			3.000		
75.000	Geschatte waarde 'in kind' bijdrage		7.000	68.000		
30.000			8.500	21.500		
o	Kosten en mediawaarde n.b. - 'in kind' bijdrage Landmacht					
9.000	Bijeenkomst 04-07-2011		690	5.500	2.810	
9.000	Bijeenkomst 22-08-2011	690	690	5.500	2.120	
4.500	Bijeenkomst 10-10-2011	690	1.380	1.050	1.380	
3.900	Bijeenkomst 21-11-2011	690		1.830	1.380	
500	Kosten en mediawaarde niet nader bekend			500		
o	Kosten en mediawaarde n.b. - 'in kind' bijdrage					
o	Kosten en mediawaarde n.b. - 'in kind' bijdrage					
o	Kosten en mediawaarde n.b. - 'in kind' bijdrage					
o	Kosten en mediawaarde n.b. - 'in kind' bijdrage					
o	Kosten en mediawaarde n.b. - 'in kind' bijdrage					
o	Kosten en mediawaarde n.b. - 'in kind' bijdrage					
o	Kosten en mediawaarde n.b. - 'in kind' bijdrage					
1.000	Solarcooker				1.000	
o	Smart homes					
500	vestje Philips			500		
50	weeen pleister			50		
2.000	Optische lens ASML - opengewerkt demo model			2.000		
25.000	kogelwerende huid			25.000		
800			800			
800				800		
1.000			1.000			
800		1.041				
800			800			
800			800			
	Kosten en mediawaarde n.b. - 'in kind' bijdrage					
o	Kosten en mediawaarde n.b. - 'in kind' bijdrage					
4.205	Bijdrage 'in cash'		205	4.000		
25.000	Bijdrage 'in cash' vanuit Dutch Technology Week sponsoring			25.000		
8.010	Bijdrage 'in cash'	890	3.560	890	1.780	890
377.686		21.687	75.675	236.915	17.560	13.090

BIJLAGE C.

ADVIES - ACTIELIJN 'NATIONAAL WERVEN STUDENTEN TECHNIEK'

OMSCHREVEN IN HET PROJECTPLAN, ALS VOLGT:

Boodschap 'the smartest region': de regio om te studeren én te werken.

Iedere instelling heeft eigen wervingsstrategie. Daar moet ook niet aan getornd worden. Maar hoe kan De slimste bijdragen aan een impuls in deze strategie?

Wat nodig is, is steun van de industrie ("ga studeren in de slimste regio van de wereld, omdat.....")

We gaan uit van bestaande budgetten binnen de onderwijsinstellingen en gaan heel nadrukkelijk op zoek naar het laaghangend fruit: open dagen, decanendagen, op welke beurzen staan zowel TUE als de Fontys: ook echt samen staan, actie richting technasia landelijk.

Het resultaat is een plan waar op industrie kan inschrijven volgens de volgende opbouw:

- 1 **Exposure:** logovermelding op diverse aankondigingen van TUE en Fontys;
- 2 **Inhoudelijk:** filmpjes, teksten over waarom studeren in de slimste regio (en dan vooral wijzen op het toekomstperspectief);
- 3 **Financieel:** actief participeren in de campagne zodat deze grootser en via andere media kan worden uitgezet.

STAPPEN

- Verkenning, actieve participatie met kennisinstellingen én bedrijven uit de regio. Om te komen tot een soort wederzijdse campagne.
- Heeft geleid tot idee voor korte termijn: een tour voor decanen (evt. landelijk) om ze mee te nemen in de wereld van de innovatieve, high-technologiebedrijven. Vanuit de 'experience gedacht' wat leidt tot een betere voorlichting aan a.s. studenten.
- Met bedrijven leek dit op korte termijn maximaal haalbare, geen financiële ruimte, geen ruimte voor logistiek, begeleiding, organisatie e.d. Wel voor openstelling gebouwen, facilitering e.d.
- Reactie hierop was een herziene visie: is dit het meest werkbaar instrument is om boodschap waar te maken, innovation tours bestaan al, zijn decanen te bewegen om hiervoor naar de regio te komen? Wat is bovendien de strategische impact op de langere termijn?
- In de volgende fase heeft nadere verkenning plaatsgevonden tussen de betrokken hoger onderwijsinstellingen/kennispartners. Terug naar de strategische kern

BOODSCHAP: BRAINPORT REGIO EINDHOVEN, THE PLACE TO BE OM TECHNIEK TE STUDEREN. EN WAT ZIJN DAN DE SCENARIO'S?

Doel: meer instroom in studies techniek HBO en WO en meer uitstroom naar relevante bedrijven in de regio.

Dit leidt mogelijk tot twee scenario's:

- 1 Alleen eigen bestaande campagnes Fontys en TUE met toevoeging van "Brainport regio Eindhoven is de regio om techniek te studeren en met zekerheid een baan te vinden";
- 2 Regionale branchecampagne bovenop bestaande Fontys en TUE campagnes met bovenstaande boodschap.

Bij beide scenario's kan/moet de industrie aanhaken (volgens de in het projectplan aangegeven opbouw 1, 2 of 3).



Wat zou voor Fontys en TU/e de toegevoegde waarde kunnen zijn van scenario:

- 1 Hiermee voeg je een stuk bewijsvoering toe aan bestaande campagnes;
- 2 Hiermee wordt een stuk bewijsvoering toegevoegd aan een branchecampagne. Het is een campagne van gedeelde verantwoordelijkheid over alle stakeholders van de regio: Fontys en TU/e zijn in dit scenario slechts twee van de partijen.

Scenario 2 neigt naar een erg omvangrijk project en traject (organisatorisch en financieel) waarbij heel nadrukkelijk de stakeholders in de regio opgezocht moeten worden. Zou je in dit geval wellicht een brancheorganisatie moeten hebben om dit te arrangeren? Een regiomarketeer? Zo ja, bij wie ligt die rol? Dit past ook beter/verder in een focus op regiobranding.

ADVIES

Scenario 1 ligt dicht bij wat het nu is, d.w.z. hoe er nu wordt gelabeld met 'De slimste'. Als je dit scenario verder uitvoert, moeten de volgende vragen worden beantwoord:

- Is er behoefte aan blijvend meer aansluiting tussen Fontys en TU/e?
- Als na juni het slimste label vervalt, moet je dan labelen met 'Brainport Regio Eindhoven, the place to be om techniek te studeren' in plaats van 'De slimste' om toch eenduidigheid te krijgen in eigen campagnes van Fontys en TU/e? Voor het bedrijfsleven (Brainport bedrijven) is het hierbij makkelijk aan te haken, want zij zijn de bewijsvoering. Als de Dutch Technology Week daadwerkelijk handen en voeten krijgt, zou dit een scenario zijn om richting participerende bedrijven mee aan de slag te gaan:
- Koppelen open dagen TU/e en Fontys aan open dagen van Brainport Industries;
- Gezamenlijke aankondigingen hiervan van onderwijsinstellingen en bedrijfsleven.

AANBEVELING EN BORGING NA JUNI 2012

- Scenario 1 wordt momenteel al gevolgd;
- Versterking van dit spoor kan middels een duidelijke koppeling van de open dagen/eigen campagnes van TU/e en Fontys en de Brainport bedrijven tijdens de DTW;
- Een borging in de Dutch Technology Week lijkt ons dan ook voor de hand liggend;
- Zo kan opgeschaald worden naar scenario 2 met gezamenlijke nationale campagnes voor de DTW en werken en studeren in high-tech Brainport Regio Eindhoven;
- Hiermee wordt de actie voortkomend uit deze project-actielijn geborgd voor volgende jaren.



Brainport
REGION
Eindhoven

**DE SLIMSTE
REGIO VAN
DE WERELD**



Brainport regio Eindhoven

Project BPP.11.099 - Intelligent community of the year 2011

De Admirant

Emmasingel 11

5611 AZ Eindhoven

postbus 2181

5600 CD Eindhoven

T 040.7512424

F 040.7512499

info@brainportdevelopment.nl

www.brainportdevelopment.nl