

# InnovationLab Striip TQ

## Identiteit en imago

### Ambities

Begin 2020 werd de ambitie uitgesproken om met het InnovationLab een interactieve ontmoetingsplaats te creëren waar studenten, docenten, onderzoekers en werkveldpartners met elkaar kunnen leren. Waar naast de ontwikkeling van studenten, de ontwikkeling van de maatschappij/het werkveld (voornamelijk MKB) centraal staat. FHICT is onderdeel van een ecosysteem dat ruimte biedt voor praktijkgericht ICT-onderzoek dat tot innovatie kan leiden. Idealiter draagt de samenwerking met het bedrijfsleven, zoals dat in het InnovationLab gerealiseerd wordt, bij aan de ontwikkeling van Fontys Hogeschool als in de regio erkende kennisinstelling.

### Praktijk

Er is onderzocht in hoeverre deze ambities in 2,5 jaar zijn verwezenlijkt. Daarbij stond de volgende vraag centraal: Welke impact heeft de kennisomgeving die FHICT realiseert op Striip TQ op de erkende identiteit van Fontys in de regio als kennisinstelling? Hieronder volgen de belangrijkste conclusies over dit deelthema.

Het InnovationLab wordt door velen gewaardeerd om haar goede sfeer en de innovatieve uitstraling. Er gaat een bepaalde aantrekkingskracht vanuit en een gevoel van "erbij willen zijn". Door op deze manier onderwijs en bedrijfsleven meer met elkaar te verbinden, zowel in fysieke zin als vanwege de authentieke samenwerking, zet Fontys zich meer op de kaart als mogelijke samenwerkingspartner voor regionale bedrijven. Voor de profilering als kennisinstelling zal nog vaker kennis gedeeld moeten worden met de regio.

### Identiteit binnen het InnovationLab

De corporate story van FHICT wordt als volgt omschreven: "Wij zijn uitdagers van vooruitgang. Vooruitgang in jou, onze omgeving de maatschappij! Door mensen samen te brengen en ze met lef te laten doen waar zij goed in zijn." Deze corporate story wordt vertaald naar vier identiteitswaarden in het FHICT Kompas: impact maken, gedurfd pionieren, uitblinken door jezelf te zijn en krachten bundelen. Met name krachten bundelen (netwerk van ambassadeurs en verbinders, open, grenzeloos en ambitieus) en gedurfd pionieren (denken en doen in mogelijkheden) geven de handvatten voor het vormgeven van de fysieke omgeving voor onderzoek en onderwijs in het InnovationLab.

De studenten en docenten zijn doorgaans lovend over de sfeer en uitstraling van het gebouw. Zij geven aan dat het gebouw fungeert als een broedplaats van creativiteit, inspiratie en spontane interactie. Studenten waarderen het om onderdeel uit te maken van dit type onderwijs. Het voelt innovatief en dynamisch en als 'the place to be'. Het gebouw, de inrichting en de omgeving dragen bij aan die sfeer. Het feit dat je onderdeel uitmaakt van een bedrijventerrein, werkt in een open kantoortuin en geen klaslokalen meer hebt draagt bij aan de authentieke beleving. Voor het werkveld voelt het niet alsof ze een school binnen komen, door de inrichting is de plek vergelijkbaar met hun eigen werkomgeving en soms zelfs nog aantrekkelijker door de moderne inrichting. Dit maakt het voor hen uitnodigend om de hogeschool te bezoeken. Wel missen zij nog een landings-/ontmoetingsplek in de ruimte waar zij gemakkelijk andere partners tegen het lijf kunnen lopen. Nu is het nog wat zoeken naar een plek voor het leggen van connecties. Aangegeven wordt dat het stimuleert om proactief ontmoetingen te organiseren, zoals een koffieochtend waar informeel kan worden bijgepraat met andere partners, studenten of docenten. Enkel een ruimtelijke aanpassing is voor het stimuleren van kruisbestuiving en (toevallige) ontmoeting niet voldoende. Al met al zijn de drie ruimtes die FHICT gebruikt nog beperkt 'open' voor 'krachtenbundeling' door toevallige ontmoetingen met het werkveld. De toegangspassen, die nodig zijn voor de vloeren TQ4.2 en TQ5.2, vormen een barrière in de ontmoeting. Dit eigen-deuren-principe geldt overigens ook voor de



andere huurders op TQ en zorgt in algemene zin voor een omgeving waar je eerder een ontmoeting hebt op afspraak, dan op basis van toevalligheid.

Het realiseren van het 'pionierende karakter' als onderdeel van identiteit, is een aandachtspunt geweest aan het begin van dit onderzoek. Het werd nog onvoldoende zichtbaar in een omgeving waar studenten en docenten ruimschoots konden experimenteren met hun workflow en opstellingen. Het zakelijke karakter van de inrichting was hier debet aan. Inmiddels is hier steeds meer ruimte voor. Zo zijn er (soms tijdelijk) meerdere opstellingen geplaatst op diverse plekken in de OILS en hebben de vier Lab ruimten unieke functies en bijbehorende faciliteiten gekregen. Tijdens evenementen die (na corona) fysiek plaatsvonden, waren experimenten overal zichtbaar doordat studentgroepen in het gehele gebouw hun resultaten op allerlei creatieve manieren presenteerden aan medestudenten, docenten en werkveldpartners. Over het algemeen is het experiment echter niet altijd even zichtbaar in de OIL's. Dit komt doordat opstellingen en brainstorms aan het eind van de dag vaak weer worden opgeruimd/uitgewist zodat de projecttafel de volgende dag weer beschikbaar is voor een andere projectgroep. Bovendien is de zichtbaarheid van experiment afhankelijk van het type onderwijs. Zo is het werk van studenten die aan hardware, zoals robots werken veel zichtbaarder dan het werk van studenten die meer met programmeren bezig zijn. Het bruisende gevoel is door beperkte bezetting tijdens COVID-19 niet altijd aanwezig geweest in het InnovationLab gedurende de onderzoeksperiode en initiatieven om dit te versterken hebben on hold gestaan. Nu de ruimte weer volledig gebruikt wordt, zijn het experiment en het bruisende gevoel dat hierbij vrijkomt, steeds vaker zichtbaar.

Op de 'normale dagen' is de dynamiek in de ruimte is nog vrij statisch. Veel activiteit speelt zich af aan de projecttafels en tussen projectgroepen ontstaat uit zichzelf weinig interactie. Daarvoor moet iets georganiseerd worden en/of de docent moet het voortouw nemen. De toevallige ontmoeting en kruisbestuiving die met de open indeling van de ruimte beoogd wordt, blijkt meer impuls nodig te hebben dan enkel facilitaire voorzieningen.

#### **Imago en de rol van de plek**

In de Brainport Regio wordt Fontys voornamelijk als onderwijsinstelling gezien. Soms als combinatie van onderwijs- en kennisinstelling, maar door niemand als primair een kennisinstelling. Fontys zou zich volgens de bedrijven in de regio, meer kunnen positioneren als kennisinstelling door contact te leggen- en samen te werken met bedrijven, kennis/inzichten met hen te delen en door zich in communicatie meer te profileren als kennisinstelling en bijbehorende expertisegebieden d.m.v. campagnes en communicatie.

Het InnovationLab wordt door het werkveld gewaardeerd om de uitstraling en locatie. De bedrijven die zijn gehuisvest op Strijp T zijn behoorlijk divers en hebben niet allemaal een direct Tech-geladen uitstraling of bedrijfsactiviteit. Voor een ICT-opleiding is dat ook niet zo relevant, omdat immers iedere organisatie te maken heeft met ICT-gerelateerde vraagstukken. Daarom zoekt FHICT ook relaties met bedrijven en organisaties in een heel brede range in de samenleving en economie, nationaal en internationaal.

Het feit dat het InnovationLab is gevestigd in de Brainport Regio zorgt er voor merendeel van de studenten en docenten voor dat zij zich via het onderwijs in min- of meerdere mate onderdeel voelen uitmaken van de Brainport Regio. Ruim de helft van de docenten vindt de ligging in Strijp T van meerwaarde, met name om de innovatieve, Tech-uitstraling en het aanwakkeren van professioneel gedrag bij studenten. Anderzijds is het contact met de burens – op enkele intensieve samenwerkingsrelaties na – nog beperkt, en wordt het gevoel onderdeel uit te maken van een innovatief ecosysteem nog niet altijd ervaren. Door COVID-19 is dit proces een tijd stil blijven staan. Inmiddels zijn er diverse initiatieven ontstaan die het Strijp-T-community gevoel ten goede kunnen komen.





### Zichtbaarheid en de rol van de plek

Zichtbaar zijn in een relevant werkveld ecosysteem (netwerk van partijen dat samenwerkt in een sector om te komen tot innovatie) is belangrijk voor het functioneren van een omgeving als het InnovationLab. Zowel in termen van fysieke zichtbaarheid (naam duiding om vindbaar te zijn) als in een erkende rol of positie op relevante kennisplatforms. Uit marktonderzoek blijkt dat een kwart van de respondenten uit de Brainport Regio bekend is met het Fontys ICT InnovationLab. Het feit dat Fontys Hogescholen meerdere vestigingen in het bedrijfsleven heeft en dus nabij en zichtbaar is op een bedrijventerrein is volgens veel bedrijven uit de regio van meerwaarde. Het kan de aansluiting tussen onderwijs en beroepspraktijk in potentie versterken, en maakt actuele kennis en talent toegankelijker. Ook zou een groot deel van de bedrijven door deze nabijheid sneller een relatie met Fontys aangaan wanneer deze onderdeel uitmaakt van hun bedrijventerrein/wijk. Pluspunten daarvan zijn namelijk dat je zichtbaarheid vergroot, de drempel voor contact verlaagt en contacten makkelijker te onderhouden zijn.

Met een duidelijke branding van het Fontys ICT InnovationLab op meerdere verdiepingen is het lab in de loop der jaren steeds duidelijker zichtbaar in de buurt. Het Fontys logo, alsook de naam InnovationLab, zijn goed zichtbaar aan de buitenkant van het gebouw. Met name voor treinreizigers is Fontys goed zichtbaar op deze locatie. Maar wat er precies gebeurt in het lab en welke mogelijkheden er zijn voor samenwerking is voor velen nog onduidelijk, wel zijn veel bedrijven hier – zowel in de wijk als in de bredere Brainport Regio – benieuwd naar.

Inhoudelijk blijken bovendien veel raakvlakken te bestaan in thema's die voor bedrijven in de regio relevant zijn en waar in het Fontys ICT InnovationLab aan gewerkt wordt. Met name thema's rondom duurzaamheid, automatisering, digitalisering en robotisering zijn actueel. Ook de mogelijke samenwerkingsvormen met het InnovationLab zijn voor veel bedrijven in de regio interessant. Met het Partner in Innovation concept, wat centraal staat in het InnovationLab, worden met name de grotere bedrijven in de regio aangesproken.

Dit vanwege de intensieve relatie die je aangaat, wat vraagt om capaciteit in uren en begeleiding, en vanwege het prijskaartje dat hieraan vasthangt, wat het voor kleine, startende ondernemers lastig maakt om een lidmaatschap aan te gaan. De zichtbaarheid en profilering van FHICT via het InnovationLab op relevante kennisplatforms in de regio mogen nog sterker worden.

