

# Marktonderzoek Brainport Regio

Inventarisatie van bekendheid, imago, innovatiebehoefte en samenwerkingspotentieel van het InnovationLab.

Opdrachtgevers: FHICT, Diensten O&O en H&F  
Eindhoven, 7 april 2022  
Auteur: Jolijn Jansen

# Inhoudsopgave

Deze rapportage is als volgt opgebouwd:

- Inhoudsopgave p. 2
- Onderzoeksaanpak p. 3
- Doelgroep kenmerken p. 4 en 5
- Managementsamenvatting p. 6
- Resultaten p. 7 t/m 21
  - 1. Bekendheid p. 8
  - 2. Imago InnovationLab p. 9 t/m 13
  - 3. Innovatie interesses p. 14 t/m 16
  - 4. Samenwerkingspotentie p. 17 t/m 21
- Conclusie & aanbevelingen p. 22 t/m 24
- Colofon p. 25
- Bijlage p. 26 t/m 29



# Onderzoeksopzet

**Aanleiding** Om inzicht te krijgen in de impact op en samenwerking met de omgeving van het InnovationLab wordt gefocust op drie ruimtelijke schaalniveaus: micro-, meso- en macro niveau. In de zomer van 2021 is een inventarisatie gedaan naar de innovatiebehoeften en het samenwerkingspotentieel in de wijk Strijp T (meso niveau). Deze rapportage geeft resultaten weer van een vervolgonderzoek, waarbij het macro niveau: de Brainport Regio, is onderzocht. Dit betreft een marktonderzoek dat is uitgevoerd door marktonderzoeksbureau Markteffect.

**Doel** Inzicht vergaren in de bekendheid van het Fontys ICT InnovationLab, de innovatie interesse en samenwerkingspotentie in de Brainport Regio. Ook wordt onderzocht welke invloed fieldlabs hebben op het imago van Fontys als kennisinstelling.

## Te beantwoorden deelvragen

- B7: Welke aspecten van de fysieke off-campus omgeving dragen in de perceptie van het bedrijfsleven bij aan kenniscreatie en kennisdeling tussen onderwijs en bedrijfsleven zoals gerealiseerd wordt in het InnovationLab?
- B8: In welke mate worden Fontys in het algemeen en FHICT in het bijzonder met het InnovationLab erkend als kennisinstelling in de regio?
- C: Welke ICT gerelateerde innovatievraagstukken leven er in de Brainport Regio (macro niveau ruimtelijke context)?

**Aanpak** Telefonische enquêtes, uitgevoerd door Markteffect. De dataverzameling vond plaats in januari en februari 2022.

**Doelgroep** Beslissingsbevoegden op het gebied van innovatie van organisaties in de Brainport Regio met een diversiteit aan sectoren.

**Steekproef en betrouwbaarheid** De steekproef bestaat uit 148 bedrijven. Op basis van deze respons zijn de antwoorden met een zekerheid van 95% en een nauwkeurigheid van 7,9% generaliseerbaar naar de doelgroep.

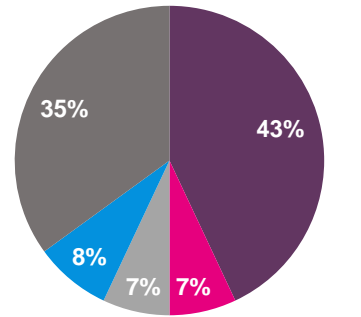
# Doelgroep kenmerken

## Diverse groep respondenten

Het onderzoek is gehouden onder beslissingsbevoegden op het gebied van innovatie van organisaties in de Brainport Regio.

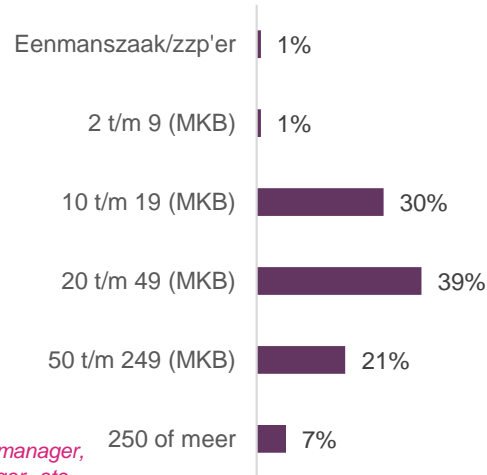
- De **functieprofielen** lopen uiteen van directeur tot R&D manager.
- De respondenten werken veelal in een Midden Klein Bedrijf, met een **omvang** van 10 tot 50 medewerkers (69%).
- De **sectoren** waarin zij werken zijn divers, waarvan overwegend industrie- en nutsbedrijven, engineering/techniek en bouwnijverheid.

### Functieprofiel

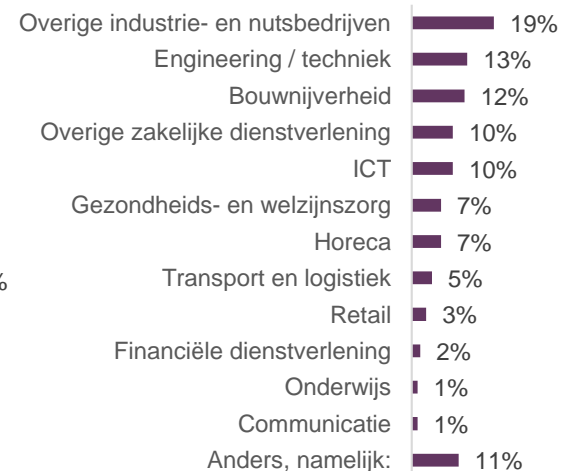


- Directeur
- Innovatiemanager
- Business development manager
- R&D manager
- Anders, namelijk *> projectleider, accountmanager, customer service manager, etc.*

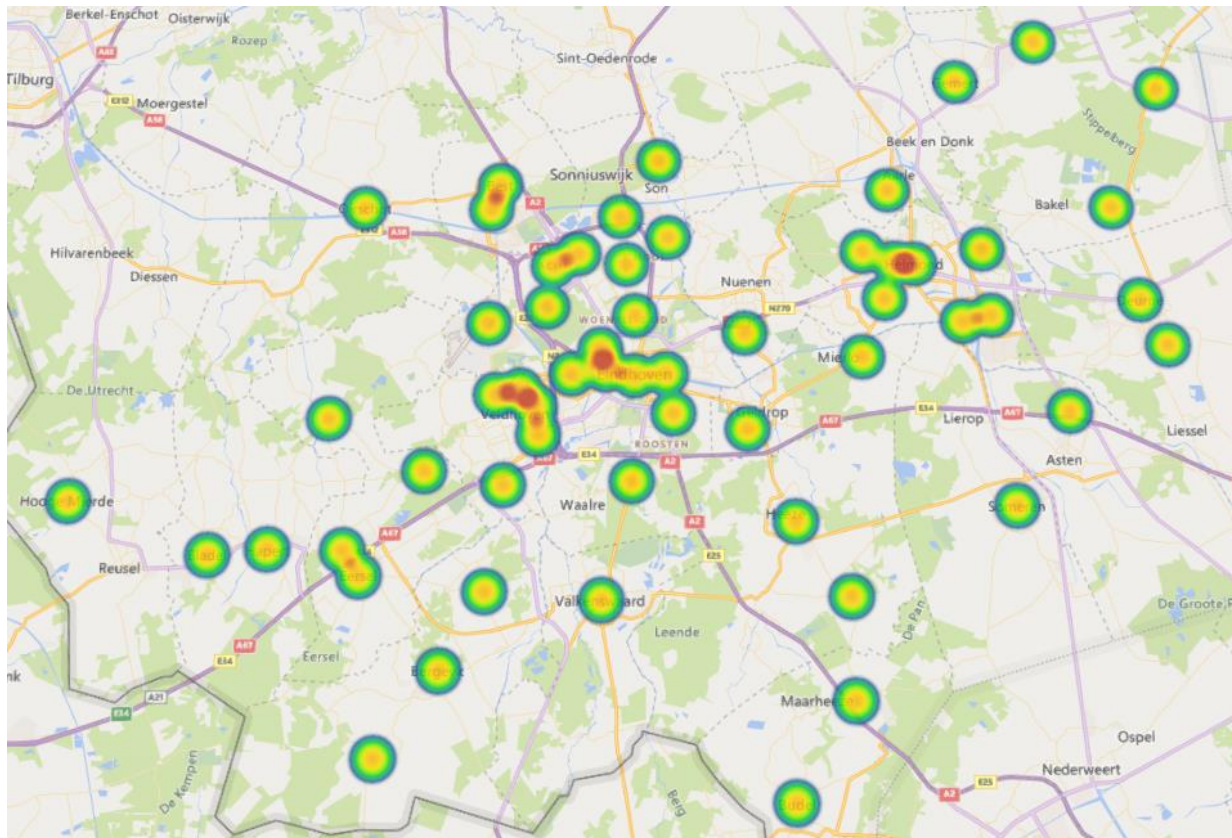
### Organisatieomvang



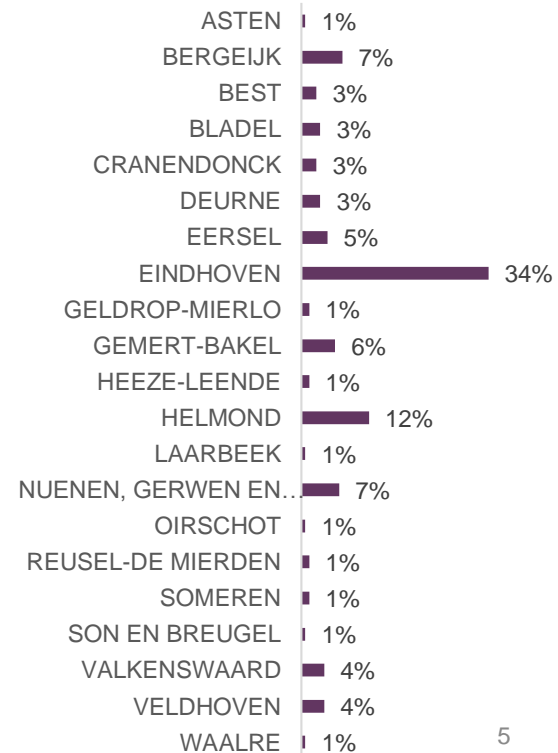
### Sectoren



## Geografische spreiding respondenten



## Gemeentelijke verdeling



# Managementsamenvatting

## Bekendheid van het InnovationLab

Vrijwel alle respondenten zijn bekend met Fontys en 25% van hen is bekend met het Fontys ICT InnovationLab, waarvan driekwart enkel bij naam.

## Imago

- Door geen van de respondenten wordt Fontys enkel als **kennisinstelling** gezien, maar als onderwijsinstelling of een combinatie van beide.
- **Externe huisvesting** Driekwart van de respondenten ziet meerwaarde in het feit dat Fontys Hogescholen meerdere vestigingen in het bedrijfsleven heeft. Daarnaast geloven drie op de vijf respondenten dat zij sneller een relatie met Fontys aan zullen gaan als deze onderdeel uitmaakt van hun bedrijventerrein/wijk.

## Innovatie interesse

De innovatiethema's die momenteel het belangrijkst zijn voor organisaties in de Brainport Regio zijn duurzaamheid, technologie, automatisering en robotisering. Voor hen is **sustainability & circularity** het meest relevante thema van de zes Fontys For Society R&D thema's. Van de zes Research Thema's van FHICT is dit het thema **data and software services**.

## Samenwerkingspotentieel

Samenwerken op de ontwikkelthema's waar Fontys en FHICT zich mee bezig houden is voor ruim de helft van de respondenten interessant. Met name in de vorm van stages en afstudeertrajecten. Een Partner in Innovation lidmaatschap vindt – na uitgebreide toelichting – één derde interessant. Met name omdat zij kampen met complexe vraagstukken en toegang tot nieuwe kennis hen daarbij kan helpen.



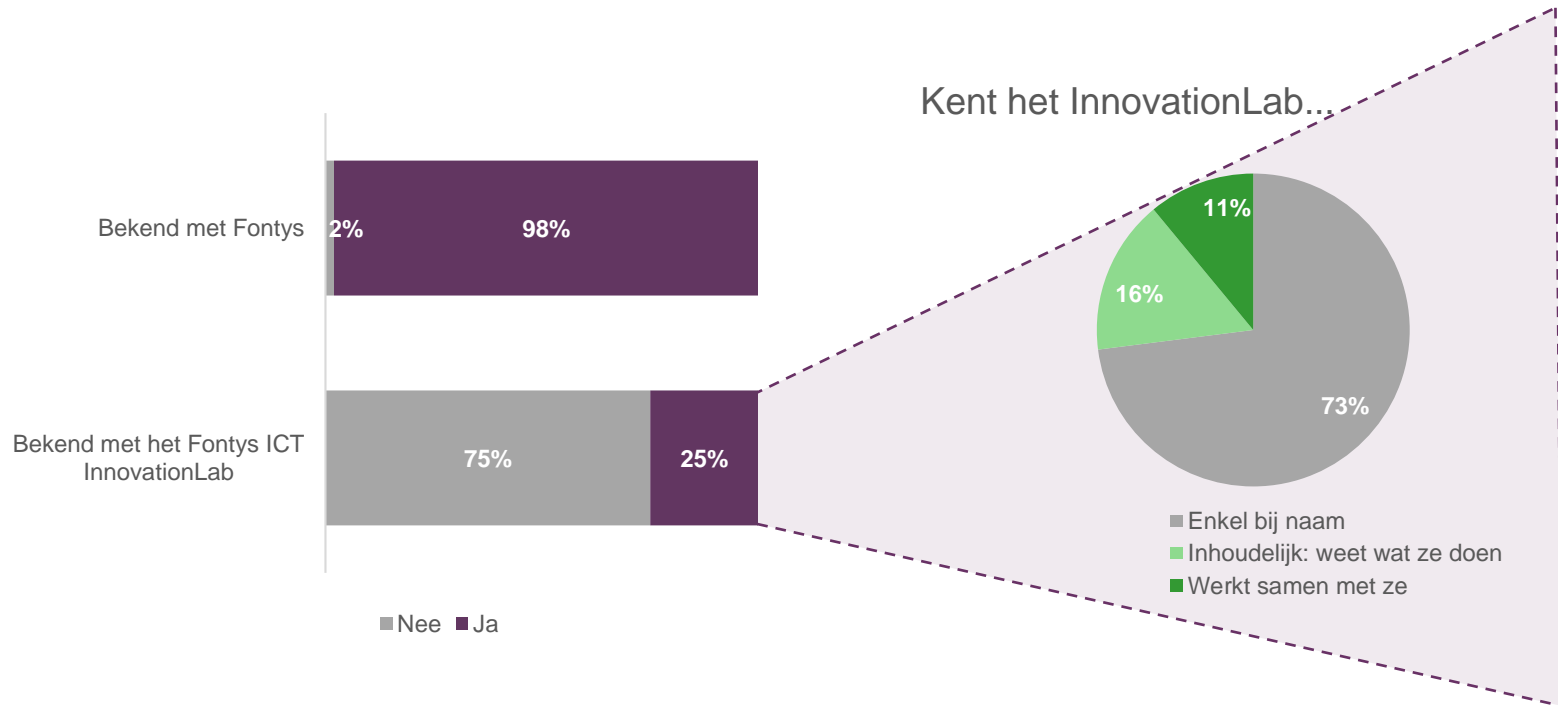
# Brainport Eindhoven



De resultaten

# 1. Bekendheid

Op één respondent na is iedereen bekend met Fontys Hogescholen (98%). Het Fontys ICT InnovationLab is onder 25% van hen bekend. Zij (n=37) kennen het InnovationLab voornamelijk bij naam (73%), één zesde weet wat ze doen (16%) en 11% werkt ermee samen.





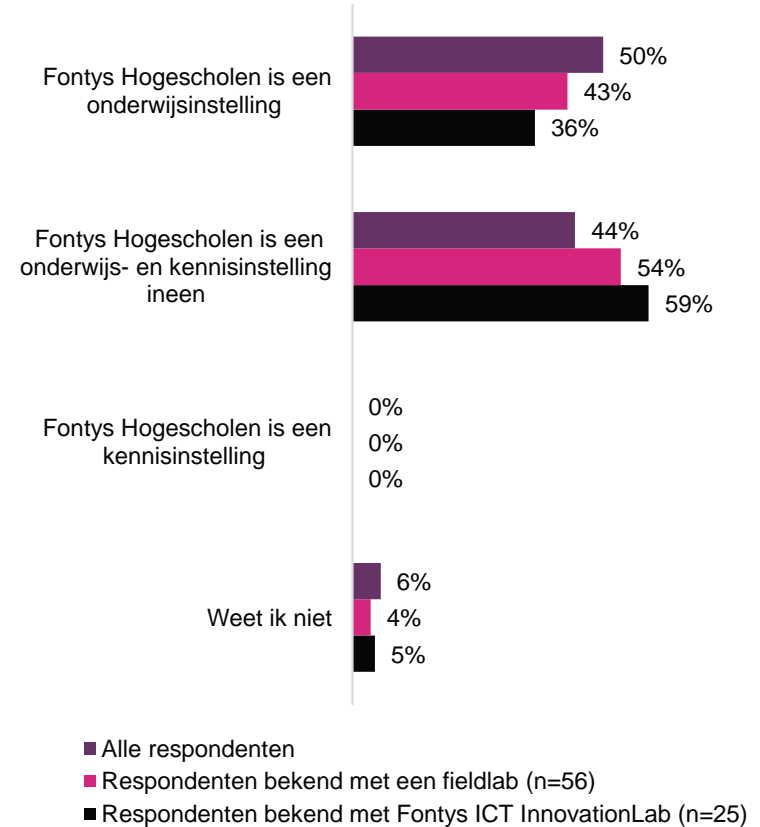


## Fontys als kennisinstelling?

Vrijwel alle respondenten zien Fontys als onderwijsinstelling (en kennisinstelling ineen) (97%).

Niemand ziet Fontys enkel als kennisinstelling.

Het aandeel respondenten dat het Fontys ICT InnovationLab kent en Fontys als onderwijs- en kennisinstelling ineen ziet (59%) ligt hoger dan het gemiddelde van de totale steekproef (44%).



## Fontys als kennisinstelling?

Op de vraag hoe Fontys zich meer kan positioneren als kennisinstelling wordt in het tekstvlak hier onder een overzicht getoond van de meest genoemde suggesties. Enkelen vinden het worden van een kennisinstelling niet zo nodig voor een hogeschool: *“met kennis van nu kennis van de toekomst opleiden is al genoeg.”*

### *Hoe kan Fontys Hogescholen zich volgens u nog meer positioneren als kennisinstelling?*

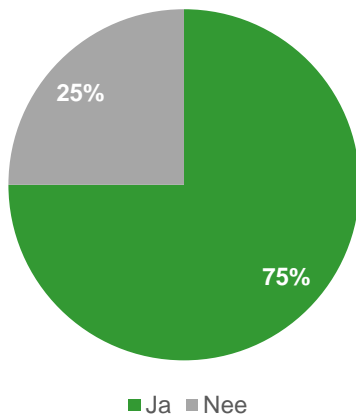
- contact leggen met bedrijven (acquisitie, netwerken, informeren over mogelijkheden);
- kennis/inzichten delen met bedrijven (publicaties en events);
- Je profileren als kennisinstelling en bijbehorende expertisegebieden d.m.v. campagnes en communicatie;
- samenwerken met bedrijven;
- brug leggen tussen theorie en praktijk;
- schakel vormen tussen onderwijs en bedrijfsleven;
- onderwijsinhoud meer aansluiten op beroepspraktijk.

## Meerwaarde van externe huisvesting

Dat Fontys meerdere vestigingen in het bedrijfsleven heeft, is volgens driekwart van de respondenten van meerwaarde (75%). Het versterkt volgens hen de aansluiting tussen onderwijs en beroepspraktijk en maakt actuele kennis en talent toegankelijker.

In de tekstvlakken hieronder wordt een overzicht getoond van de meest genoemde voor- en tegenargumenten.

*Ziet u meerwaarde in het feit dat Fontys Hogescholen meerdere vestigingen in het bedrijfsleven heeft?*



### **Toelichtingen: JA**

- Algemene meerwaarde: betere aansluiting tussen onderwijs-bedrijfsleven en theorie-praktijk, korte lijnen bevorderen kennisverspreiding en van elkaar leren.
- Meerwaarde voor bedrijfsleven: betere toegang tot actuele kennis en jong talent voor doorontwikkeling van bedrijven.
- Meerwaarde voor onderwijs: dichter op de praktijk, makkelijker contact leggen en samenwerken met bedrijven, studenten kunnen proeven van het bedrijfsleven, het onderwijs kan zich door zich meer te verspreiden beter inspelen op specifieke markten en kennis.

### **Toelichtingen: NEE**

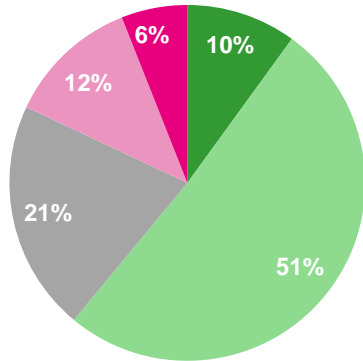
- De meesten hebben hier geen mening over.
- Enkel merken op dat elkaar weten te vinden op thema's belangrijker is en dat locatie daarvoor niet doorslaggevend is.



## Locatie drempelverlagend voor contact

Twee op drie respondenten (61%) is het eens met de stelling dat zij makkelijker een relatie aan zullen gaan met Fontys als zij onderdeel uitmaakt van de wijk: je zichtbaarheid vergroot, de drempel voor contact verlaagt en contacten zijn makkelijker te onderhouden. In de tekstvlakken hieronder wordt een overzicht getoond van de meest genoemde voor- en tegenargumenten.

“Als Fontys Hogescholen onderdeel is van mijn bedrijventerrein/wijk ga ik makkelijker een relatie aan met Fontys.”



- Helemaal mee eens
- Mee eens
- Neutraal
- Mee oneens
- Helemaal mee oneens

### Argumenten voor:

- Contacten zijn sneller en makkelijker gelegd: *"Een goede buur is beter dan een verre vriend"*.
- Nabijheid werkt drempelverlagend om elkaar op te zoeken en helpt om lijntjes kort te houden.
- Je zichtbaarheid neemt toe en daarmee ook je bekendheid: *"Bekend maakt bemind"*.
- Bedrijven zoeken samenwerkingen regelmatig in de nabije omgeving.
- Je krijgt meer feeling met studenten.
- Kans om met meerdere studenten te werken.
- Het lijkt minder op een opleiding wat de stap naar het bedrijfsleven verkleint.
- Kans dat personeel ook sneller een opleiding volgt.
- Gevoel van afstand tot zulke instituten neemt af.

### Tegenargumenten:

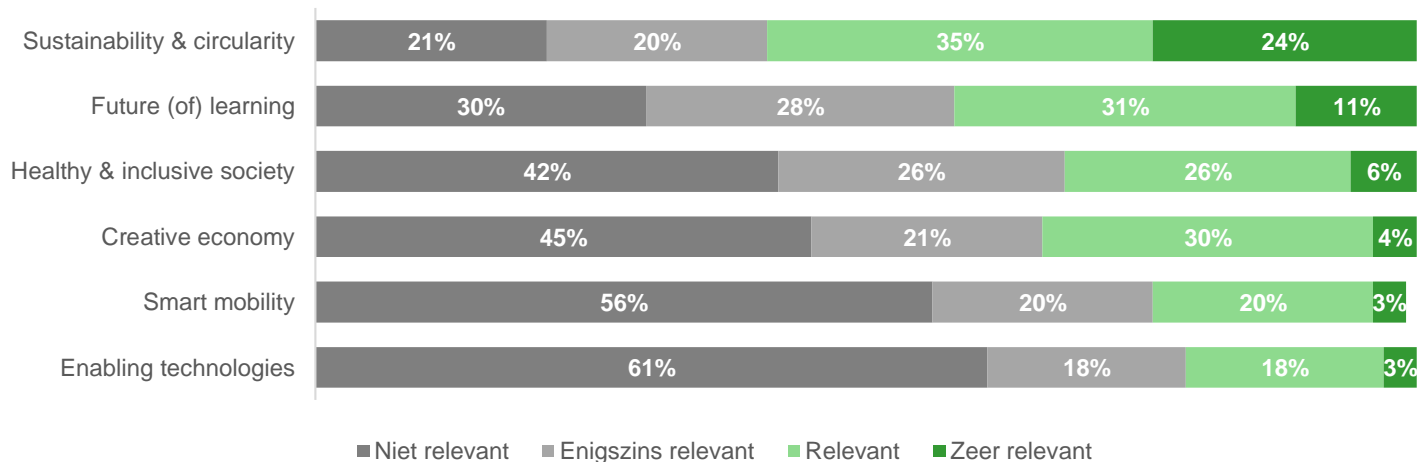
- Gedeeld belang en interesse zijn belangrijkere randvoorwaarde voor samenwerking.
- Voornaamste is dat de locatie goed bereikbaar is.
- Niet relevant als opleidingen niet aansluiten bij ons werkgebied.
- Als je elkaar echt nodig hebt dan zoek je elkaar vanzelf op.
- Maakt bij stages voor ons weinig uit.
- Kan praktisch zijn, maar niet doorslaggevend.
- Veel contact verloopt tegenwoordig online.



## Fontys For Society

Van de zes Fontys For Society R&D thema's wordt *sustainability & circularity* als meest relevante thema beschouwd door de respondenten (volgens 79% (enigszins/zeer) relevant), gevolgd door *future (of) learning* (voor 70% (enigszins/zeer) relevant). Het thema dat het minst relevant wordt bevonden is *enabling technologies*, wat voor 61% niet relevant is.

### Relevantie Fontys For Society thema's\*



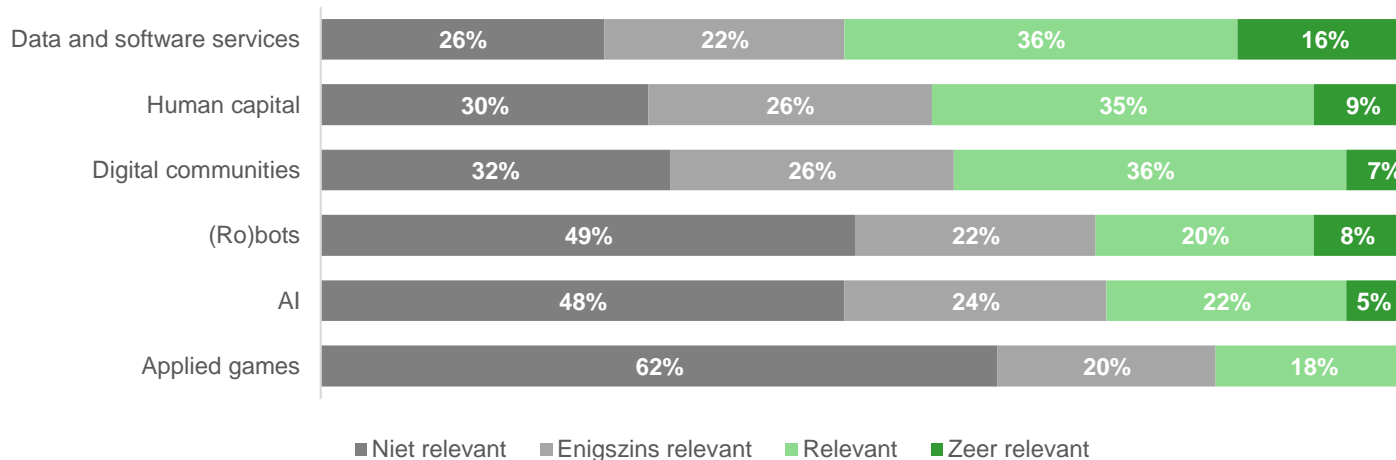
\* In de vraagstelling is ieder thema voorzien van een toelichting. Deze zijn te vinden in de bijlage achteraan de rapportage.

\*\* Kijk voor een vergelijking met het buurtonderzoek Strijp T in de bijlage.

## Research Thema's Fontys Hogeschool ICT

Van de zes onderzoeksthema's waar Fontys Hogeschool ICT zich op focust zijn *data and software services* (voor 74% (enigszins/zeer) relevant), *human capital* (70%) en *digital communities* (68%) het meest relevant voor de respondenten. Het thema dat het minst relevant wordt bevonden is *applied games*, wat voor 62% niet relevant is.

### Relevantie van de 6 FHICT Research Thema's\*



\* In de vraagstelling is ieder thema voorzien van een toelichting. Deze zijn te vinden in de bijlage achteraan de rapportage.

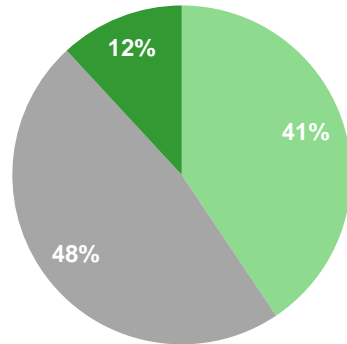
\*\* Kijk voor een vergelijking met het buurtonderzoek Strijp T in de bijlage.



# 4. Samenwerkingspotentie

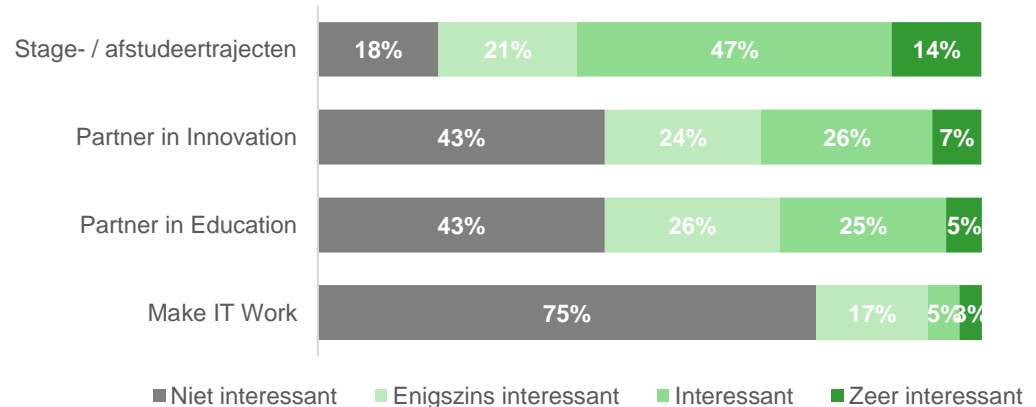
Ruim de helft van de respondenten is **geïnteresseerd** in samenwerken met Fontys (41%) of werkt al samen (12%). Zo'n samenwerking mag voor hen bestaan uit stages, afstudeerplekken, samenwerken aan projecten en samen onderzoeken. Het rechter figuur toont aan dat de voorkeur uitgaat naar stages en afstudeertrajecten (82%). De Pil optie is voor 57% enigszins tot zeer interessant. Samenwerking is **niet interessant** voor respondenten uit kleine bedrijven met een uitvoerend karakter omdat daar volgens hen de eerder voorgelegde innovatiethema's van Fontys niet goed op aansluiten. Of omdat zij al samenwerken met andere hogescholen.

### Interesse in samenwerking met Fontys



- Ja
- Nee
- Wij werken al samen met Fontys Hogescholen

### Interesse per samenwerk-optie\*



\* In de vraagstelling is iedere optie voorzien van een toelichting. Deze zijn te vinden in de bijlage achteraan de rapportage.

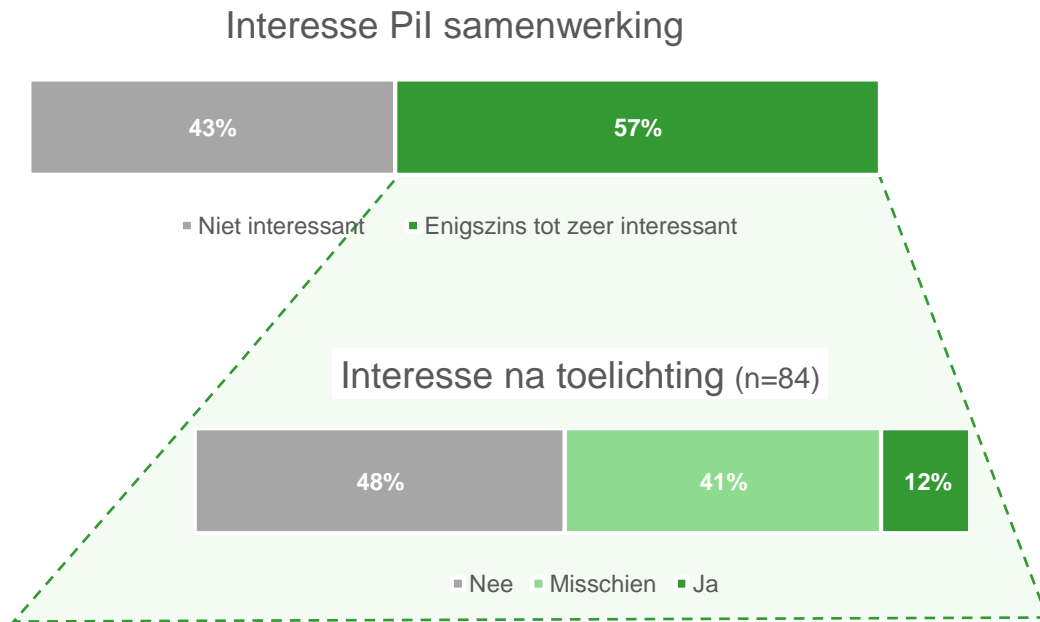
## Interesse Pil lidmaatschap

Aan de respondenten die Pil samenwerking enigszins tot zeer interessant vinden, is extra toelichting gegeven met o.a. kosten voor lidmaatschap en nogmaals gevraagd om hun interesse voor een Pil samenwerking. Ruim de helft vindt het hierna nog steeds (misschien) relevant (52%). Dit gaat om 30% van de totale steekproef. Onder degenen die interesse verliezen na de toelichting zijn met name respondenten uit organisaties van MKB formaat (10 tot 250 medewerkers) en nauwelijks respondenten uit grotere organisaties (>250).

### Voorgelegde toelichting

*Om Partner in Innovation te worden wordt een investering gevraagd van organisaties in tijd/inzet van medewerkers en een jaarlijkse investering van €15.000,-. In ruil daarvoor heb je toegang tot jong talent, onderwijsprofessionals, faciliteiten in het InnovationLab, vergaarde kennis en een netwerk aan partners. Het geldbedrag dient als investering voor meer, grootschalige onderzoeksprogramma's.*

*Is een dergelijk samenwerkingsverband voor uw organisatie nog steeds interessant?*



## Interesse Pil lidmaatschap – toelichtingen

In de tekstvlakken hieronder wordt een overzicht getoond van de meest genoemde argumenten waarom een Pil samenwerking mogelijk wel of niet interessant is voor respondenten. Ook worden er enkele voorwaarden gesteld aan een mogelijke partnerrelatie.

### *Toelichtingen: wel interessant*

- interessant om toegang te hebben tot nieuwe kennis;
- vanwege grote vraag op het gebied van duurzaamheid;
- vanwege grote vraag op het gebied van digitalisering.

*Ik zou hier graag met iemand over willen spreken, want dat klinkt wel interessant.*

### *Toelichtingen: waar het van afhangt*

- van de relevantie van de inhoud;
- of de investering zich aantoonbaar loont;
- of het nieuwe kennis en processen oplevert;
- dat het geen oneindig proces is;
- dat er goede keuzes onder liggen.

### *Toelichtingen: wat ervoor nodig is*

- duidelijkheid over hoe zo'n traject eruitziet;
- inzicht in de mogelijkheden;
- inzicht in wat er met het geld gebeurt.

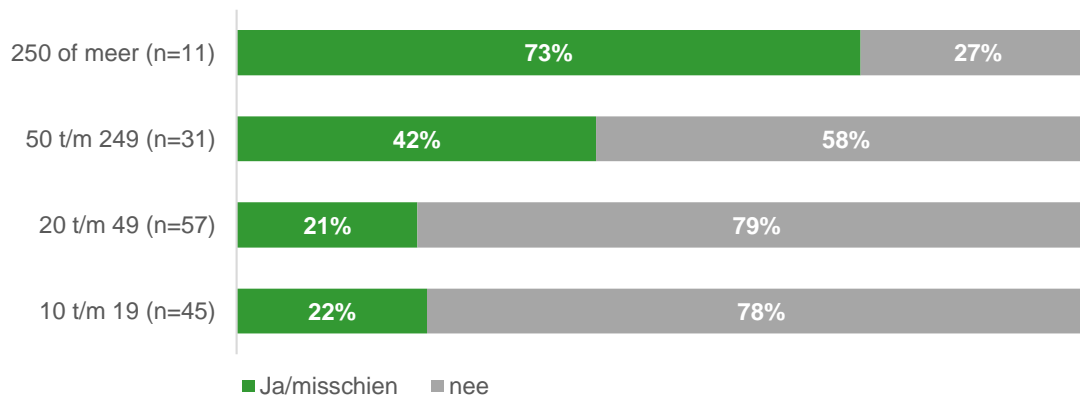
### *Toelichtingen: niet interessant*

- geen budget voor;
- te kleine organisatie om 15.000 euro te betalen;
- onvoldoende capaciteit om studenten te begeleiden;
- voorkeur om met WO studenten te werken vanwege specialistische bedrijfstuk;
- Voorkeur voor samenwerking met een andere hogeschool.

## Interesse Pil lidmaatschap – per organisatiegrootte

De interesse voor Pil samenwerking (na de gegeven toelichting) is het hoogst in organisaties met 250 medewerkers of meer (73%). De interesse neemt af naarmate organisaties kleiner van omvang worden. Bij organisaties met een omvang van 10 tot 50 medewerkers is 21 tot 22% geïnteresseerd in Pil samenwerking.

### Interesse Pil samenwerking i.r.t. organisatieomvang



**Let op:** De groepen 2 t/m 9 medewerkers en eenmanszaak/ZZP'er zijn weggelaten vanwege hun kleine omvang (n=2), wat een vertekend beeld oplevert.

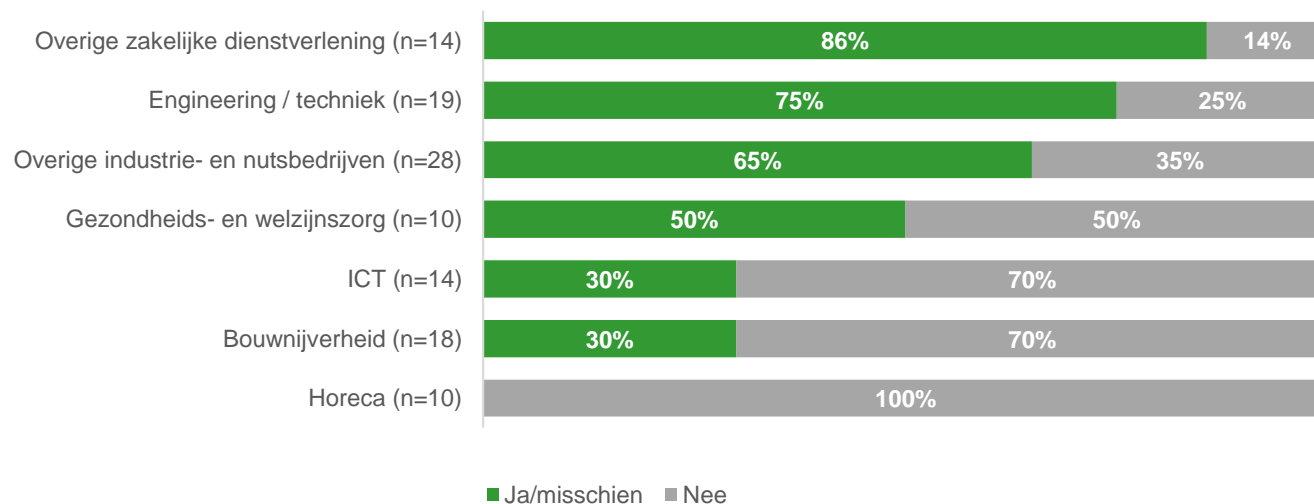
Antwoorden ja en misschien zijn samengevoegd in de figuur.



## Interesse Pil lidmaatschap – per sector

De interesse voor Pil samenwerking (na de gegeven toelichting) is het hoogst in de sectoren *zakelijke dienstverlening* (86%) en *engineering / techniek* (75%).

### Interesse per sector



**Let op:** sommige groepen zijn erg klein dus wees voorzichtig met het trekken van harde conclusies.

Groepen kleiner dan 10 zijn niet weergegeven. Antwoorden ja en misschien zijn samengevoegd.



## Conclusie & aanbevelingen

# Conclusie en aanbevelingen

## Eerste indruk is positief

Binnen de Brainport Regio is veel interesse in en raakvlak met de ontwikkelthema's waar Fontys For Society en FHICT zich op richten en ook staan velen ervoor open om mogelijkheden voor samenwerking met Fontys te verkennen. In eerste instantie wordt nog vaak gedacht aan stages en afstudeertrajecten, maar ook de optie om als Partner in Innovation een relatie aan te gaan wordt door één op de drie innovatieverantwoordelijken als interessante optie gezien. Voor kleinere bedrijven is een Pil lidmaatschap om financiële redenen minder relevant. Kleine ondernemers of startups zal je met een inleg van € 15.000,- op jaarbasis dus minder snel bereiken met dit concept.

## Bekendheid verhogen

Om in te spelen op de interesse voor samenwerking op relevante ontwikkelthema's binnen de Brainport Regio zou Fontys de naamsbekendheid van haar fieldlabs mogen verhogen, de inhoudelijke bekendheid over de mogelijkheden tot samenwerking en innovatie meer onder de aandacht mogen brengen onder bedrijven in de Brainport Regio en haar imago als kennisinstelling actiever mogen uitdragen. Enerzijds d.m.v. communicatie richting de Brainport doelgroep en door de huidige kanalen te voorzien van heldere uitleg over de mogelijkheden en te doorlopen stappen om in contact te komen. Anderzijds door het actief benaderen van bedrijven met informatie over mogelijkheden, bijv. door projectcoördinatoren. Zodra er behoefte is aan uitbreiding van het partnernetwerk. Om de Brainport Regio aan te spreken kan ingespeeld worden op voor hen meest relevante thema's als duurzaamheid en circulariteit, data en software services, technologie, automatisering en robotisering.

# Conclusie en aanbevelingen

## Fieldlabs

De vestiging van Fontys fieldlabs in de beroepspraktijk blijkt een goede zet te zijn volgens bedrijven in de Brainport Regio. Het draagt bij aan de aansluiting van theorie en praktijk en van onderwijs en bedrijfsleven. Volgens hen zijn studenten hierbij gebaat omdat de stap naar het werkleven hiermee verkleind wordt en zijn bedrijven hierbij gebaat omdat de kennis en talenten waar Fontys over beschikt toegankelijker wordt en de drempel verlaagd wordt om contact te leggen en samen te werken.

## Imago als kennisinstelling

Fontys wordt voornamelijk gezien als onderwijsinstelling en in sommige gevallen als onderwijs- en kennisinstelling ineen. Om dit imago meer uit te dragen suggereren respondenten om deze boodschap actiever uit te dragen in de externe communicatie naar de beroepspraktijk en door bedrijven actief te benaderen en informeren, kennis/inzichten met hen te delen en vaker samen te werken.

# Colofon

Aan dit document werkten mee:	D. Thomas, J. Jansen, J. Sutmuller, L. Croes
Marktonderzoek:	Markteffect
Vormgeving:	J. Jansen
Fotografie:	Brouwers Reklame, Leonie Voets creatief fotograaf op locatie
Redactieadres:	Fontys Hogeschool ICT
Versie:	1.0
Auteur:	Jolijn Jansen
Datum:	7 april 2022

*Niets van deze uitgave mag verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt worden zonder bronvermelding en voorafgaande toestemming van de uitgever.*

# Bijlage 1

## Gegeven toelichting bij Fontys For Society thema's

- Enabling technologies (onderzoek op het gebied van high tech (systems) en artificial intelligence)
- Smart mobility (onderzoek op het gebied van automotive en logistiek)
- Healthy & inclusive society (onderzoek dat bijdraagt aan een gezondere levensstijl en een inclusievere maatschappij)
- Creative economy (onderzoek naar economische activiteiten die voortkomen uit creativiteit, vaardigheden en talent)
- Future (of) learning (onderzoek op het gebied van een leven lang ontwikkelen & educatie)
- Sustainability & circularity (onderzoek op het gebied van circulaire economie, energietransitie en duurzame samenleving)

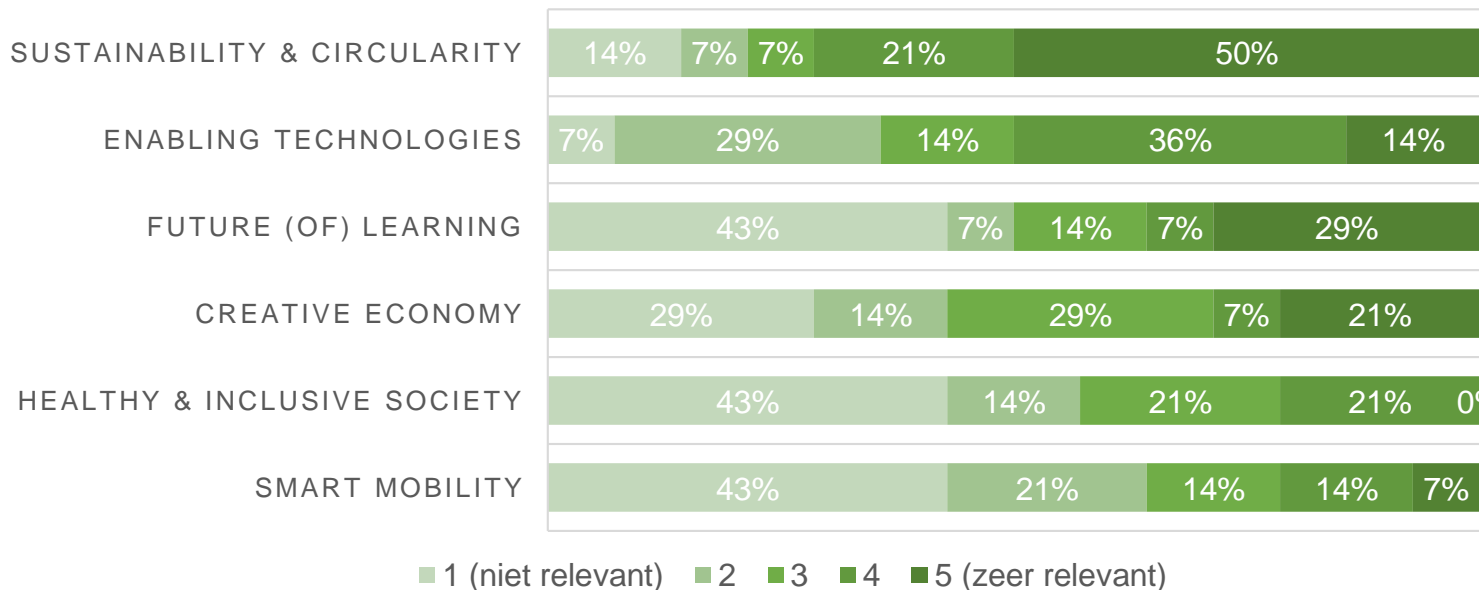
## Gegeven toelichting bij FHICT Research Thema's

- Data and software services (big data, platformen, applicaties, dashboarding)
- AI (artificial intelligence: intelligentie gedemonstreerd door machines)
- Digital communities (samenbrengen van mensen, kennis en technologie voor innovatie)
- (Ro)bots (Autonome robots, sensornetwerken, digital twins, Internet of Things)
- Human capital (open onderwijs, open leermaterialen en platformen)
- Applied games (speelse oplossingen om te ontdekken, simuleren en innoveren)

# Bijlage 2

## Resultaten buurtonderzoek Strijp T - Fontys For Society

Van de zes Fontys For Society R&D thema's wordt *sustainability & circularity* als meest relevant thema beschouwd door de deelnemers, gevolgd door *enabling technologies* en *future (of) learning*.

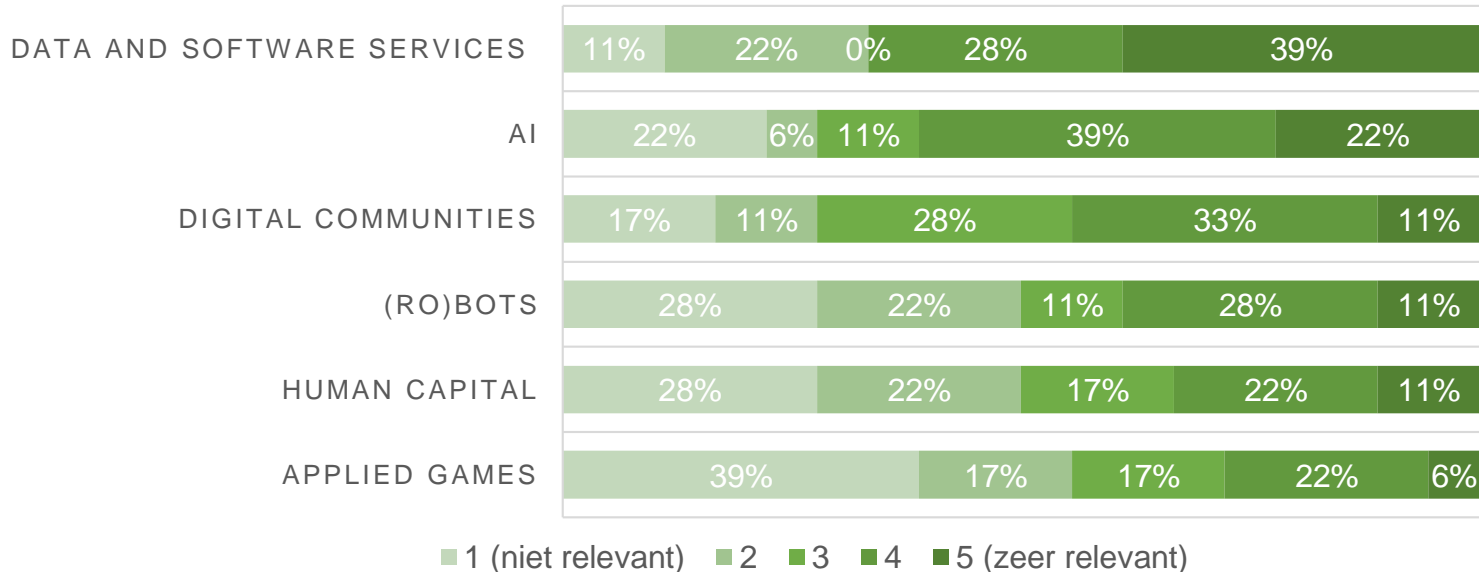




# Bijlage 3

## Resultaten buurtonderzoek Strijp T - Research Thema's Fontys Hogeschool ICT

Van de zes onderzoeksthema's waar Fontys Hogeschool ICT zich op focust zijn *data and software services*, *AI* en *digital communities* het meest relevant voor de burens op Strijp T.



# Bijlage 4

## Omschrijvingen mogelijke samenwerkingsvormen met Fontys

- Partner in Education: organisaties fungeren als opdrachtgever voor praktijkcasussen waar 1e en 2e-jaars studenten aan werken. Ook denken zij mee over onderwijsontwikkeling.
- Make IT Work: medewerkers van organisaties (reeds HBO gecertificeerd) nemen deel aan een omscholingstraject om binnen één jaar certificaat te behalen als IT-professional.
- Stage- / afstudeertrajecten: 1 student werkt langere tijd in de organisatie aan een voor beide partijen relevante opdracht.
- Partner in Innovation: organisaties brengen jaarlijks tot 3 eigen innovatievraagstukken met een duur van 20 weken in. In teamverband wordt met 3e en 4e-jaars studenten, docentonderzoekers, lectoren en mede-partners naar innovatieve oplossingen gezocht.