

BRAINPORT EINDHOVEN

CONCEPTBOEK
FONTYS GROEP 1

INHOUDSOPGAVE

- INLEIDING
- DE OPDRACHT
- STORYLINE
- DOELGROEP
- BRAINPORT EINDHOVEN IDENTITEIT
- KERNWAARDEN
- CONCEPT
- GAINS
- PAINS
- GAIN CREATORS
- PAIN RELIEVERS
- BRONVERMELDING



INLEIDING

Brainport Eindhoven is een samenwerking van bedrijven om nog sneller te innoveren en van elkaar te leren. Dat Brainport Eindhoven dit doet is nog weinig mensen duidelijk. Zij kennen de naam wel, maar weten de inhoud niet. Hierdoor is het moeilijk om hun trots op Brainport Eindhoven uit te dragen naar anderen. Twee hoofdvragen zijn: Hoe kunnen we duidelijk maken aan de doelgroep wat Brainport Eindhoven is? en, Hoe kunnen we zorgen dat mensen trots worden op Brainport Eindhoven en het concept en hun trots naar andere mensen uitdragen? Deze vragen liggen aan de basis van ons verdere onderzoek en uiteindelijke oplossing.

DE OPDRACHT

Van Partout hebben wij de opdracht gekregen inhoudelijke bekendheid te creëren voor Brainport Eindhoven. Hierdoor hopen we dat zij fans of ambassadeurs worden van de regio, en dit gaan uitdragen. Na wat onderzoek hebben wij ervoor gekozen om eerst voor inhoudelijke bekendheid te zorgen voordat we gaan proberen fans te maken, omdat dit pas kan nadat zij weten wat Brainport inhoudt. We hebben ervoor gekozen ons meer te richten op technische studenten omdat zij de toekomst zijn en het de bedoeling is om hen in deze regio te houden, ook na hun studie.

STORYLINE

Als iemand langs het mini museum loopt begint een lamp te branden. Naarmate de persoon dichterbij komt gaan de schermen aan met bijvoorbeeld een kaart van de Brainport regio, of een video over Brainport Eindhoven. De bezoeker gaat via de wayfinding door het mini museum zodat hij aan het eind precies weet wat Brainport Eindhoven inhoudt en hij wellicht een fan wordt.

DOELGROEP

Primaire doelgroep

Als groep gaan wij ons voornamelijk focussen op studenten. Deze groep zien wij namelijk als de toekomst. We willen de studenten alle voordelen van Brainport Eindhoven duidelijk maken waardoor ze hierdoor in contact willen blijven met deze regio.

Secundaire doelgroep

Beginnende start-ups zijn ook erg aantrekkelijk voor ons project. Brainport Eindhoven kan namelijk helpen deze start-ups op te zetten. Hierdoor kunnen deze doorgroeien naar grotere bedrijven waardoor Brainport Eindhoven nog sterker wordt.

BRAINPORT EINDHOVEN IDENTITEIT

Brainport Eindhoven is een samenwerkings- en technologie regio rondom Eindhoven. Binnen deze regio werken verschillende bedrijven samen met scholen, universiteiten en onderwijsinstellingen om nieuwe innovatieve producten op de markt te brengen. De samenwerking tussen al deze instanties binnen de regio is erg belangrijk en zit ook in onze natuur. Dit had Philips 125 jaar geleden al goed door.

Binnen Brainport Eindhoven worden constant nieuwe innovatieve ideeën bedacht en worden nieuwe technologieën ontwikkeld. Er is geen plek in de wereld waar zoveel nieuwe ideeën ontstaan als in Brainport Eindhoven.

Brainport Eindhoven is een regio en plek waar mensen elkaar helpen om vooruit te komen en daarbij zijn 3 kernwaarden belangrijk.



KERNWAARDEN

Technologie:

Binnen Brainport Eindhoven wordt constant nieuwe technologie ontwikkeld. Door alle grote technologie en IT bedrijven in de regio en door de samenwerking tussen deze bedrijven worden er samen nieuwe complexe machines en vernieuwende producten gemaakt die de wereld beter maken. Brainport Eindhoven wordt niet voor niets de slimste regio van de wereld genoemd. (*Zie: Wat is Brainport Eindhoven*), (*Zie: Regio Eindhoven, de slimste te wereld*).

Samenwerken:

De samenwerking tussen alle grote en kleine bedrijven maar ook met scholen, universiteiten en overheden zorgt ervoor dat al deze innovatieve technologie gecreëerd kan worden. Bestaande en nieuwe bedrijven in de regio creëren nieuwe banen op verschillende niveaus voor onder andere studenten en mensen uit de regio. Met de kennis van deze bedrijven en de creatieve geest van onder andere studenten worden door samen te werken oplossingen op het gebied van bijvoorbeeld gezondheid, mobiliteit, energie en voeding ontwikkeld.

Leren:

Door intensieve samenwerking tussen bedrijven en onderwijsinstellingen leren leerlingen en studenten al in een vroeg stadium hoe bedrijven in deze regio samenwerken en hoe zij zich voor kunnen bereiden op de arbeidsmarkt en dus op hun toekomst. Daarnaast werken hogescholen en universiteiten vaak samen met bedrijven binnen Brainport Eindhoven zodat studenten direct in aanraking komen met het bedrijfsleven binnen de regio en zodat er ook innovatief onderwijs kan worden aangeboden. (*Zie: Leren om te ontdekken, onderzoeken en ondernemen*).

CONCEPT

Vision

Onze visie is om Brainport Eindhoven zo bekend mogelijk te maken zodat de regio uiteindelijk op gelijke voet staat met andere regio's zoals Silicon Valley.

Mission

Onze missie is om bekendheid te creëren bij de mensen die zelf uit de omgeving komen van Brainport Eindhoven. Hiervoor hebben we een specifieke doelgroep uitgekozen die ons kan helpen om de onze missie voort te zetten.

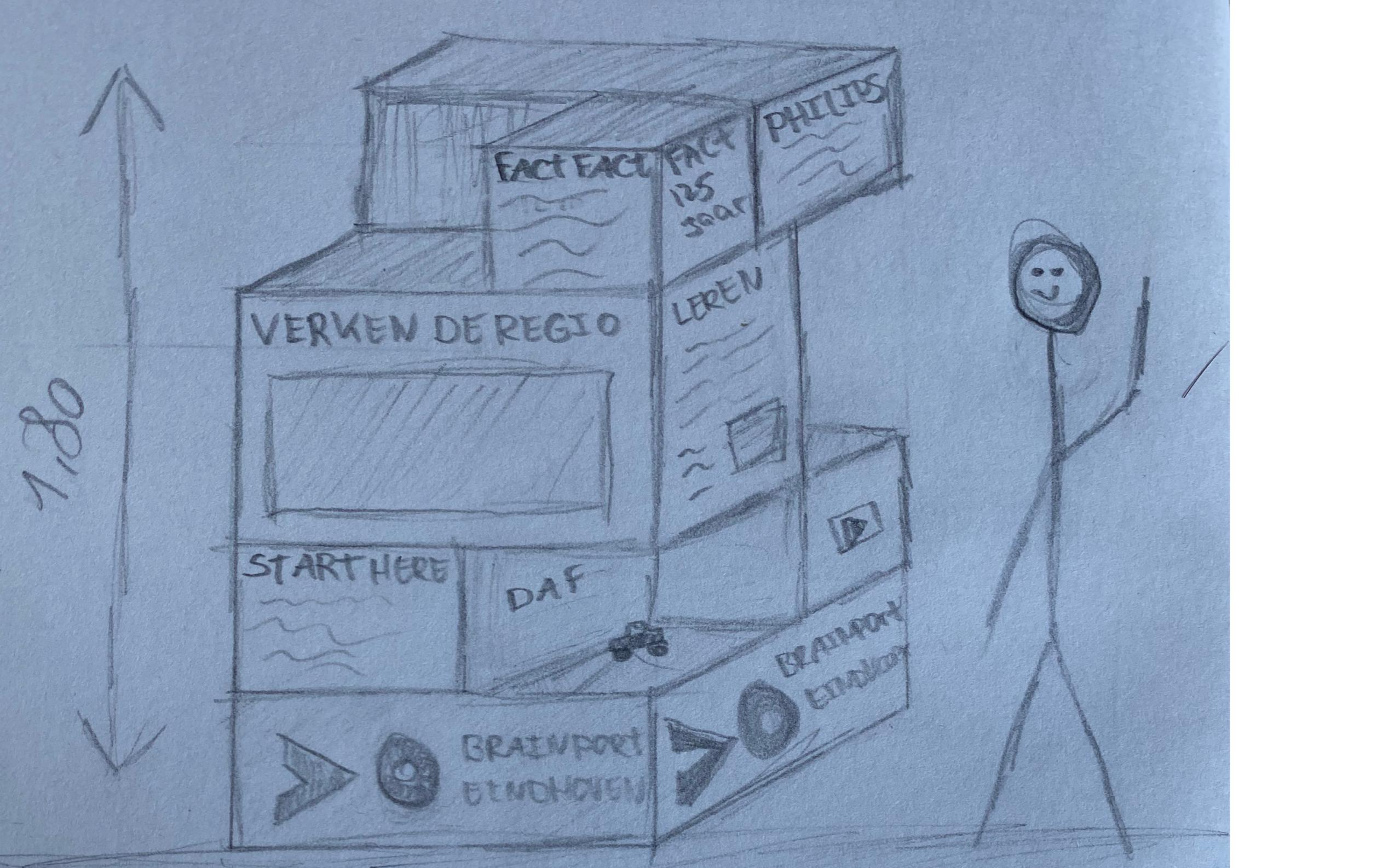
Goals

Het doel is dat wij bekendheid gaan geven aan Brainport Eindhoven bij studenten. We willen ze hierbij laten kennismaken met de kernwaarden van Brainport Eindhoven en wat Brainport Eindhoven voor hen kan betekenen.

Strategy

Wij willen meer bekendheid geven aan Brainport Eindhoven door ze kennis te laten maken met waar Brainport Eindhoven bij betrokken is. Dit gaan we doen door middel van een mobiel mini-museum. Hierin laten we onder andere zien wat Brainport Eindhoven is, welke innovaties binnen de bedrijven van Brainport Eindhoven er zijn en willen we de kernwaarden terug laten komen. Dit gaan we doen door middel van tekst, visualisaties zoals video's en fysieke objecten, projecties, interactieve spelvormen en doorverwijzingen naar meer informatie.

In deze uitingen houden we ons aan de styleguide van Brainport Eindhoven.



SAMENWERKEN
BRAINPORT EINDHOVEN IS EEN TECHNOLOGI-
EREGIO WAARIN BEDRIJVEN, OVERHEDEN EN
ONDERWIJSINSTELLINGEN SAMENWERKEN
AAN EEN MOOIERE TOEKOMST.
WANT SAMENWERKEN ZIT IN ONZE NATUUR.
DAT HAD PHILIPS 125 JAAR GELEDEN AL GOED
DOOR. **10**

VERKEN DE BRAINPORT REGIO

FACT FACT FACT 52% OF ALL DUTCH PATENTS COME FROM THE BRAINPORT REGION

BRAINPORT > AREA MAP **6**

INNOVATIE

Lorum ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorum ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of type and scrambled it to make a type specimen book.

It has survived not only five centuries, but also the leap into electronic typesetting, remaining essentially unchanged. It was popularised in the 1960s with the release of Letraset sheets containing Lorum ipsum passages, and more recently with desktop publishing software like Aldus PageMaker including versions of Lorum ipsum.

WIL JE MEER INFORMATIE?

START HERE

Lorum ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorum ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of type and scrambled it to make a type specimen book.

It has survived not only five centuries, but also the leap into electronic typesetting, remaining essentially unchanged. It was popularised in the 1960s with the release of Letraset sheets containing Lorum ipsum passages, and more recently with desktop publishing software like Aldus PageMaker including versions of Lorum ipsum.

5 **1**

BRAINPORT EINDHOVEN

GAINS

Required Gains

- De gebruiker ziet de installatie en vindt het interessant genoeg om er naar toe te gaan.
- De gebruiker vindt de installatie leuk en interessant genoeg om de interactie aan te gaan met het museum en op ontdekking gaan.
- De gebruiker ontdekt intuïtief de installatie.
- De gebruiker vindt de compartimenten duidelijk genoeg zodat er zo min mogelijk instructie nodig is voor de verschillende compartimenten.

Expected Gains

- Doordat de gebruiker alle compartimenten af gaat komt hij/zij er achter wat Brainport Eindhoven inhoud, en kan hij/zij dit uitleggen aan anderen.
- De gebruiker verwacht dat er bij elk compartiment iets nieuws te leren valt over Brainport Eindhoven.
- De gebruiker verwacht aan het einde van het traject alles te weten over Brainport Eindhoven.

Desired Gains

Brainport Eindhoven adviseert en geeft educatie aan beginnende bedrijven/ studenten, hierdoor weten de studenten wat ze later aan Brainport Eindhoven hebben en kunnen bedrijven verder vooruit.

Unexpected gains Brainport Eindhoven heeft bedrijven die vernoemd worden in dit mini-museum, hierdoor ontstaat er ook meer populariteit/intresse voor deze bedrijven.

PAINS

Undesired outcomes and problems

- Het museum is niet interessant genoeg om op af te stappen of voldoende interactie op te zoeken waardoor de bezoekers niet voldoende aandacht besteden en hierdoor niet de benodigde informatie opnemen.
- De wayfinding van het museum is niet duidelijk genoeg, waardoor verwarring ontstaat en miscommunicatie ontstaat bij bezoekers en hierdoor interesse te verliezen in het museum.

Obstacles

Er is stroomtoevoer nodig om de beeldschermen, applicaties en het hologram te gebruiken. Niet overal waar het museum neergezet kan worden is ook een stroomtoevoer aanwezig.

Risks

- Omdat het museum relatief klein, mobiel is en onbemand neergezet wordt, ontstaat er de mogelijkheid dat het museum gestolen of beschadigd kan worden.
- De applicaties die binnen het museum draaien kunnen vastlopen waardoor de ervaring van het museum wijzigt op een negatieve manier.

GAIN CREATORS

Required Gains

- Om ervoor te zorgen dat de installatie er interessant en leuk genoeg uitziet hebben we onderzoek gedaan naar wat de gebruiker aantrekt.
- Dit gaan we vervolgens voorleggen bij de gebruikers en kijken naderhand of er nog meer aanpassingen moeten worden gemaakt.
- Ook testen we hierbij meteen de storytelling van alle compartimenten. Zijn alle compartimenten makkelijk te bedienen en te begrijpen?

Expected Gains

De expected gains zijn dat door het bekijken van het mini-museum, en het lezen en ervaren van het mini-museum, de gebruiker informatie over Brainport Eindhoven krijgt. Hierbij leert de gebruiker wat Brainport Eindhoven is en wat de gebruiker er later aan zou kunnen hebben.

Desired Gains

Gebruikers weten waar Brainport Eindhoven voor staat en zijn hier trots op. Doordat ze weten waar Brainport Eindhoven voor staat willen ze blijven in deze regio.

Unexpected gains

Doordat de populariteit / interesse van deze bedrijven binnen Brainport Eindhoven toeneemt, zullen deze bedrijven groter worden. Hierdoor blijft Brainport Eindhoven groeien.

PAIN RELIEVERS

Undesired outcomes and problems

- Door te onderzoeken wat de aandacht kan trekken van mensen kunnen we erachter komen hoe wij ons museum interessant genoeg kunnen maken.
- Door de wayfinding te testen kunnen we testen of deze ook begrijpbaar genoeg is en kunnen we mogelijk iteraties maken zodat we zeker weten dat de wayfinding duidelijk is.

Obstacles

Om het probleem van de stroomtoevoer op te lossen kunnen we kijken of er de mogelijkheid is om een zonnepaneel op de bovenkant van het museum te plaatsen en te kijken of deze genoeg stroom opwekt.

Risks

- Om te zorgen dat het museum zo min mogelijk beschadig kan worden is het nodig dat de compartimenten stevig materiaal bevatten wat niet makkelijk stuk gaat. Om diefstal te voorkomen is het belangrijk dat het museum niet door iedereen verplaatst kan worden. Dit is mogelijk door het vermijden van wielen en door het museum een zwaarder gewicht te geven.
- Om te voorkomen dat de applicaties niet vast kunnen lopen moeten de applicaties faal-veilig ontworpen worden.

BRONVERMELDING

*Wat is Brainport Eindhoven - Geraadpleegd van
<https://brainporteindhoven.com/nl/ontdek/wat-is-brainport-eindhoven>*

*Leren om te ontdekken, onderzoeken en ondernemen - Geraadpleegd van
<https://brainporteindhoven.com/nl/voor-jou/onderwijs>*

Regio Eindhoven, de slimste te wereld - Geraadpleegd van <https://www.ed.nl/overig/regio-eindhoven-de-slimste-ter-wereld~a665d0b1/?referrer=https://www.google.com/>