

Evoluon Technology Experience

'Een proeve van een businessplan'



**Klankbordgroep Evuon
o.l.v. drs. A. Kraaijeveld**

projectleider drs. M. Schut

Evoluon Technology Experience ('Een proeve van een businessplan')

1. De opdracht

Het Evoluon is bouwkundig en qua architectuur een landmark in en voor (de Regio) Eindhoven. Philips Electronics Nederland BV, eigenaar van (de handelsnaam) Evoluon, World Class Conference Centre, gevestigd aan de Noord Brabantlaan te Eindhoven, had enige jaren terug het voornemen, mede ingegeven door een jarenlange verlieslatende exploitatie, deze locatie incl. opstallen te vervreemden. Per brief van 21 oktober 2004 heeft de Directie van Philips Electronics Nederland B.V. aan de Burgemeester van de Gemeente Eindhoven laten weten dat "zij besloten heeft het Evoluon voor Philips en de samenleving te behouden en het ook in de toekomst een nuttige functie te blijven geven, bij voorkeur als icoon voor technologie, innovatie en industrie. Bovendien blijft Philips eigenaar van het Evoluon; de functie van conferentiecentrum blijft eveneens gehandhaafd", aldus de heer drs. Harry Hendriks, directievoorzitter.

Teneinde dit voornemen te effectueren is aan het Dagelijks Bestuur Horizon in juli 2005 gevraagd na te gaan of, en zo ja op welke wijze, het Evoluon als industrieel icoon voor de Regio Eindhoven, doch uiteindelijk met een rendabele exploitatie, bewaard kan blijven.

Het project 'Evoluon' is vervolgens binnen het programma Horizon onder de programmalijn 'Omgeving' opgevat volgens het daartoe opgestelde format (vandaag bekend als 'Brainport-Horizon project- en programmaontwikkeling'). Het gehanteerde format houdt in dat er:

1. Een Projecteigenaar en een Projectleider worden gezocht en benoemd;
2. Een klankbordgroep wordt samengesteld;
3. In nauwe samenwerking tussen de projecteigenaar, de projectleider en de klankbordgroep een Contourplan wordt opgesteld om vervolgens via:
4. een businessplan de economische haalbaarheid van het project aan te tonen respectievelijk te effectueren.

In juli 2005 is als Projecteigenaar, boegbeeld en ambassadeur van het project Evoluon drs. Arie Kraaijeveld bereid gevonden; drs. M. (Theo) Schut is aangesteld als projectleider Evoluon.

Nadat het Contourplan Evoluon Technology Experience (september 2005) door het Dagelijks Bestuur van het Programma Horizon werd geaccordeerd is gestart met de ontwikkeling van het businessplan. De projecteigenaar en projectleider werden in dit proces bijgestaan door haar Klankbordgroep bestaande uit:

- Arie Kraaijeveld, voorzitter
- Nienke Meyer, directeur/uitgever Eindhovens Dagblad
- Peer Holtrop, directeur de Efteling
- Jos van der Vegt, alg. directeur Ahoy Rotterdam/Martin Koers, Manager Topsportcentrum Rotterdam
- Simon Rozendaal, wetenschapsjournalist
- Theo Schut, projectleider

Op 1 juli 2006 is het Horizon-project Evoluon overgegaan in de projecten- en programma's portefeuille van de stichting Brainport waar het past binnen het domein 'Basics'.

2. Het Evoluon vandaag

Anno 2006 presenteert het Evoluon, World Class Conference Centre, zich als een unieke locatie voor zakelijke bijeenkomsten, variërend van congressen en vergaderingen tot professionele beurzen en feestelijke evenementen.

Er zijn 15 vergaderzalen en 4 luxueuze VIP-suites met een capaciteit tot 130 personen. Het Evoluon heeft een drietal zeer professionele auditoria met een capaciteit tot 440 personen .

De Koepel (begane grond en Dome) is een bijzondere locatie (ruim 2000 m²) voor ontvangsten, informatiemarkten en productpresentaties.

Hospitality van het Evoluon is door Philips uitbesteed aan Roux Fine Dining; hospitality betekent zowel de catering voor vergaderingen als voor evenementen terwijl voor een lunch of diner het Evoluon eveneens (op afspraak) bezocht kan worden.

Het Evoluon is gevestigd op een, in eigendom van Philips zijnde, locatie van bijna 6 ha; de totale vloeroppervlakte bedraagt 20000 m² waarvan verhuurbaar: ca. 8500 m².

Het kenmerkende gebouw kent een achterstand in groot onderhoud; de energiekosten betreffen voor 50% de koepel, wat toerekening moeilijk maakt.

De afgelopen jaren was het exploitatieresultaat van het Evoluon positief. Een belangrijk deel van de omzet wordt door Philips zelf gegenereerd.

De directie van het Evoluon voert tevens de directie over het Philips Management Training Centre Groenendaal in Hilvarenbeek.

3. Het Evoluon; een korte terugblik

In 1958 nam Philips met een eigen spraakmakende inzending (ontwerp: le Corbusier) deel aan de Wereldtentoonstelling in Brussel; kosten € 1,6 mln. en trok - vooral als gevolg van de vormgeving van het paviljoen - zeer veel bezoekers. Daar deze inzending slechts een beperkte technische levensduur had omdat het weer werd afgebroken, lanceerde ir. F.J. Philips het idee van een **Technologie Museum**. Een dergelijke permanente tentoonstelling met als thema 'mens-techniek-maatschappij' zou geen Philips-showroom sec worden - het ging er in de jaren zestig ook al om de bevolking en vooral de jeugd kennis te laten maken met techniek - maar moest wel indirect bijdragen aan het aanzien van Philips. Impliciet zou datgene wat in de etalage zou worden gerelateerd zijn aan de activiteiten van Philips.

Er werd voor een viertal doelstellingen gekozen bij het realiseren van dit project:

1. breng de relatie mens-techniek-maatschappij in beeld,
2. laat het een boodschap zijn van Philips aan de maatschappij, niet een statistische tentoonstelling van historische feiten,
3. laat het geheel gericht zijn op de toekomst en houdt dat in stand door regelmatig te vernieuwen,
4. laat het duidelijk een symbool van Philips zijn.

Bij het 75-jarig bestaan in 1966 van Philips werd het Evoluon (het woord karakteriseert de groei in tijd en complexiteit van Philips) door Prins Bernhard geopend. Ontwerp: de architecten Kalff en De Bever; de vormgeving/inrichting: Gardner en Schouten. Centraal element van dit interactieve wetenschapsmuseum met een boodschap: er werd aangetoond hoe mechanisering en automatisering (mechatronica avant la lettre) de productie hadden verhoogd en het leven gemakkelijk hadden gemaakt: **Evoluon Science Centre**. Raming van het aantal bezoekers in de eerste jaren: 300.000; werkelijk: ca. 500.000 per jaar. Scholieren uit het lager onderwijs vanuit geheel Nederland maakten in die jaren tijdens een schoolreis naar Eindhoven kennis met techniek. In 1989 werd de tentoonstelling (dalende toeschouwers aantallen en exploitatieverlies) gesloten.

In de periode 1990 – 1997 (in 1991 bestaat Philips 100 jaar) wordt het predicaat voor het Evoluon: **Philips Competence Centre**.

Om de koepel liggende gebouwen worden aangepast met als doel een zakelijk conferentiecentrum; 1993-1994: grote op Philips-divisie producten gerichte tentoonstelling; 1994: bouw auditorium (440 plaatsen); 1997: nieuwbouw kantoorgebouw.

In 1998 zijn er volgens de raad van Bestuur 4 scenario's: stoppen, direct vervreemden, pure Philips exploitatie of verzakelijken, verzelfstandigen en dan vervreemden.

Mede gelet op de zo goed als onmogelijkheid, ook als gevolg van Centurion (via gedwongen winkelnering), de formule van Philips Competence Centre te continueren, wordt gekozen voor **Evoluon World Class Conference Centre**. Dat is tot op heden de core-business.

4. De toekomst van het Evoluon?

Een rondgang langs een aantal opinie leiders, betrokkenen, zowel in de Brainport* Eindhoven als daarbuiten, levert het volgende aan wensen resp. ideeën:

- icoon voor industrieel Zuid-Nederland;
- een locatie waar jongeren, bij voorkeur in schoolverband, kennismaken met de techniek, daar enthousiast voor worden en hun beroepskeuze daar mede op baseren;
- een voortdurende bij voorkeur dynamische industriële expositie (kennis-kunde-kassa);
- de plek voor one-stop shopping voor het mkb-advies in de regio;
- op de ringen het Historisch Museum van Philips;
- een landmark, icoon voor technology-experience waarbij continuïteit (zeker de eerstkomende 10 jaar) is vereist;
- technology-experience waar de jeugd onderling beïnvloedt, voorbeeld nanotechnologie (je moet het kunnen uitleggen); doelgroep: Regio Eindhoven, Brabant, Nederland, Europa;
- de icoon van het Brainpark van Nederland; toptechnologie (waaronder medische technologie);
- landmark van de industriële mainport Regio Eindhoven en icoon voor Nederlandse technologische vernieuwing en vooruitgang; industriële bedrijven zouden moeten staan te trappelen hun technologische 'show-cases' te etaleren in het vernieuwde Evoluon;
- spelenderwijs kennis maken met en omgaan met techniek; ondervind techniek volgens de convenience formule, voel het, er in op gaan;
- niet de kennismaking met technische producten (vergelijk de wafer steppers) maar gevoel krijgen bij nanotechnologie, medische technologie;
- (inter)nationale bijeenkomsten en evenementen waar innovatie, technologie, industrie centraal staan zouden niet om het Evoluon heen kunnen (vgl. innovatie- en industriepoort).

Steeds terugkerende elementen naast (gebouwgebonden) icoon en landmark is de wens tot technology-experience, voor zowel de jeugd als de professionele markt.

5. Evluon Technology Experience (beschrijving)

Door middel van een drietal klankbordbijeenkomsten is creatieve input gegenereerd voor deze proeve van een businessplan **Evluon Technology Experience**.

De **kenmerken van experience** zijn: **erin opgaan** (escapism), **zich vermaken** (entertainment), **bewonderen** (esthetics) en **iets opsteken** (education).

Het te kiezen scenario zal een combinatie zijn van verschillende invullingen die hieronder worden beschreven. **Uitgangspunt is wel dat vooralsnog de huidige exploitatie wordt gecontinueerd en een overgang naar de hieronder genoemde complementaire (elkaar versterkende) functies in de komende jaren plaatsvindt.**

Door de combinatie van deze functies wordt exploitatie verdeeld over verschillende doelgroepen en meer dynamiek gecreëerd. Tevens zal het in alle geledingen van de bevolking een plaats veroveren. Vergelijk het met een wereldtentoonstelling met verschillende paviljoens maar niet opgebouwd rondom één centraal thema. De paviljoens worden ingevuld door verschillende bedrijven, overheden en organisaties waarbij zowel de zakelijke bezoeker als consument een betekenisvolle ervaring opdoet. Vergelijk het met de Millenium-dome waarin bedrijven hun kernwaarden op een relevante en publieksaantrekkelijke manier laten beleven onder een dak.

Het Evluon is niet een doel op zich maar een platform om zaken in beweging te brengen, te communiceren, te organiseren en dient als carrier voor een veelheid aan activiteiten. Het is daarmee niet een statisch geheel maar een dynamisch gegeven dat meegaat en vooroploopt in de ontwikkelingen.

Door zijn ligging dient het Evluon als portaal naar de regio met transferiumachtige voorzieningen. (HOV-lijn, Eindhoven Airport, Parkeerterrein).

Invulling 1: Publiekelijke thema-beleving van techniek en samenleving

Het beleven van de technische thema's in hun maatschappelijke context op een leuke en leerzame wijze. Dus geen Nemo-achtige presentaties waarin de fenomenen worden uitgelegd. Eerder wat techniek doet voor voeding, gezondheid, sport, vervoer, cultuur, communicatie, milieu, veiligheid, energie, infrastructuur, etc.

In iedere beleving legt de bezoeker of deelnemer zelf de relatie met techniek en zijn persoonlijke achtergrond. Een techniek-experience waarin mensen op een leuke en leerzame wijze kunnen ervaren hoe fascinerend techniek kan zijn en hoe die verankerd is in ons leven. Waarin de jongeren ontdekken hoe zij verder kunnen komen in de techniek. Wat techniek in ons dagelijks leven doet. Zelf ontdekken welke kansen er liggen in techniek. En hoe deze kansen (kunnen) worden gegrepen.

Voorbeelden:

- Een thematisch paviljoen waarin beleefd kan worden wat Nano-technologie nu inhoudt en de bezoeker zelf 1 nano groot wordt en vervolgens door een wereld van objecten loopt in werkelijke grootte.
- Een science-lab waarin bezoekers zelf hands-on aan de slag gaan en problemen oplossen: Schuim kunnen maken voor op cappuccino, een kogel kunnen afvuren op nieuwe kledingvezels, een zelfgemaakte mini-auto programmeren en een circuit laten rijden,
- Een introductie theater met 360 graden projectie laat de deelnemer ervaren wat het belang van techniek is in onze samenleving en geeft een introductie op de verschillende thema's.

Bij ieder thema is het van belang om uit te gaan van de relevantie voor de ontvanger.

Invulling 2: Landmark

Het Evluon als (inter)nationale landmark op zowel architectonisch als inhoudelijk gebied. Een begrip zoals het Guggenheim, Atomium, etc.

Het wordt daarmee het symbool en merkbeeld voor het thema.

Invulling 3: programma- en communicatieplatform over techniek en samenleving

Dit houdt in dat het Evoluon gebruikt wordt voor een mix van verschillende communicatie-instrumenten.

- Website met verschillende platforms en kennisbanken
- Thematische b-to-b dagen waarin specifieke bedrijven kennis en ervaringen uitwisselen. (De "Technology Exchange Day")
- Productintroductions
- Seminars en congressen
- Themadagen voor scholen (Vergelijk met Jet-Net Careerday (www.careerday.nl))
- Programma's op landelijke TV (... in bedrijf, Techniek TV) of regionale TV.
- Persconferenties
- Uitreiking van techniekprijzen (Vakkanjers)
- Alle activiteiten en uitingen ondersteunen en versterken elkaar in een aaneensluitend jaarprogramma, waarin iedere dag iets anders is te beleven.

Invulling 4: Restaurant met verschillende formules

- Open ontmoetingsplek met "high-tech food" in open keuken (Vergelijk met restaurant Barcelona).
- Een foodlab, waarin kookdemonstraties en kook-workshops worden gegeven waarin alle aspecten van chemie en koken worden ervaren.
- Een businessclub voor ondernemers.

Invulling 5: Marketingplatform

De participerende bedrijven en organisaties kunnen het ETE inzetten als marketingplatform, om relaties te ontvangen, bijeenkomsten te organiseren, arbeidsmarktcommunicatie te plegen, studenten te werven, productintroductions, et cetera. Professionele presentatie- en ervaringseilanden kunnen gecombineerd en geïntegreerd worden ingezet. Gasten ervaren de wereld achter het bedrijf en het merk. Maar ook een platform waarin bedrijven elkaar kunnen ontmoeten en nieuwe innovaties kunnen ontwikkelen.

Het Evoluon logo en merkbeeld (een brand) moet een kenmerk worden van goed en verantwoord ondernemerschap. Een merkbeeld om in contact te komen met andere bedrijven met eenzelfde kenmerk, vergelijkbaar met een membership bij Rotary en businessclub.

Invulling 6: Educatief platform

Een lerend iemand maakt zich voor lange duur een boodschap eigen, zeker indien dit spelenderwijs en vraaggestuurd gebeurt. Een boodschap die op een dergelijke wijze wordt ervaren zal beklijven en de ontvanger aanzetten tot actie of het enthousiast doorvertellen.

Educatief moet niet vertaald worden als schools maar gezien worden als een strategische communicatieaanpak die in het Evoluon wordt toegepast voor doelgroepen van 6 tot 60 jaar. Voor scholenprogramma's worden speciale techniekdagen georganiseerd die scholen een verzorgd programma aanbieden ter oriëntatie of verdieping op technische thema's. Een "techno-shuttle" haalt de groepen op en op weg naar het Evoluon wordt de dag al voorbereid met introducerende videoprogramma's en opdrachten.

Een vergelijkbaar programma kan worden aangeboden voor volwassenen, management-events, businessclubs, trainee-programma's, etc.

Concluderend kan Evoluon Technology Experience omschreven worden als een combinatie van:

**Publieke themabeleving, Businesscentre, Educatief Platform gecombineerd met Landmark, Restaurant/Technologielounge, Techniek-jaarprogramming;
Een Experience van het niet-weten!**

6. Evuon Technology Experience (exploitatieberekening)

Uitgangspunten:

- Evuon had gegeven de eigen financiële uitgangspunten in 2005 een klein positief resultaat.
- De door het Evuon (vertrouwelijk) verstrekte financiële informatie is in de doorgerkende exploitatiemodellen gebruikt
- Het Evuon wordt onderverdeeld in de volgende onderdelen: Auditorium, Ringen en foyers, Zalen en Horeca.

Voor dit businessplan zijn een drietal exploitatiemodellen gemaakt: Conservatie model A, Compromis model B en Offensief model C.

Voor deze modellen zijn de volgende uitgangspunten gehanteerd

I Algemeen

- Exhibits toonaangevende technologische bedrijven in koepel en ringen staan centraal in het nieuwe concept.
- Meer traffic in het complex moet (mede) zorgen voor toename omzet zalen-exploitatie en horeca.
- Doelgroepen bezoekers zijn bedrijven en werknemers in technologische sector alsmede scholieren en studenten met interesse in technologie en particulieren.
- Eenmalige kosten voor ontwikkeling en implementatie van het project Evuon Technology Experience.

II Investerings

- Minimaal moet achterstallig onderhoud ingelopen worden en aan brandweervoorschriften voldoen worden.
- Minimaal moet in exhibits basisinvestering van ca. €6,25 mln. gedaan worden. (Verdere investering voor rekening huurders.)
- Om een optimaal effect te bereiken, is een totale renovatie van met name koepel en ringen; technische installaties etc. nodig.

III Exploitatie

Vertrekpunt wordt gevormd door meest recente exploitatiegegevens (2005) bij huidige bedrijfsvoering.

IV Exploitatie-prognoses

- Variant A: conservatief-model dat start met beperkte investeringen in renovatie en beperkte groei omzet.
Risico: weinig sensationeel en daardoor mogelijk te weinig aantrekkingskracht om succesvol te zijn.
- Variant B: compromis-model gematigd in investeringen en groei inkomsten.
Risico: vraag is of attractiviteit hier toereikend is om op (inter)nationaal niveau succesvol te zijn.
- Variant C: offensief-model dat met hogere investeringen direct zal aanspreken en met hogere investeringen de omzet een flinke impuls moet geven.
Icoonfunctie wordt versterkt.
Risico: Bij mislukken is het financiële verlies fors.

Conclusies

De benodigde financiële middelen (subsidie en sponsorgelden) om tot een selfsupporting exploitatie van Evuon Technology Experience te komen bedragen (indicatief) bij model A € 8,5 mln., bij model B €10 mln. en bij model C €15 mln.

7. Evluon Technology Experience; conclusies

Een geleidelijke ombouw van het huidige Evluon tot een Evluon Technology Experience is mogelijk; uitgangspunt is de huidige exploitatie te continueren en verder uit te bouwen resp. te ontwikkelen volgens het gepresenteerde model.

Wanneer de technologie kennis zoals aanwezig in Nederland op een dynamische wijze zichtbaar wordt gemaakt op één plek, de technologie icoon van Nederland, heeft dat een variëteit aan voordelen te weten:

- publieke themabeleving van techniek en samenleving
- programma- en communicatieplatform over techniek en samenleving
- marketing platform
- educatief platform alsook
- high tech restaurant
- landmark

Evluon Technology Experience kan dan omschreven worden als een combinatie van: Publieke themabeleving, Businesscentre, Educatief Platform gecombineerd met Landmark, Restaurant/Technologielounge, Techniek-jaarprogrammering;

Een Experience van het niet-weten!

Van drie gepresenteerde exploitatievarianten is het offensieve model C het meest vergaand waartoe € 15 mln. nodig is om tot een sluitende exploitatie over te gaan.

**In opdracht van het programma Horizon / stichting Brainport:
Nieuw-Lekkerland, dec 2006.
Drs. M. (Theo) Schut,
Téo, Techniek, economie en organisatie
(met medewerking van Jac de Turck en Nils van Keulen).**

Bijlage

De ontwikkeling van het businessplan: via programma Horizon naar Brainport*

Het businessplan 'Evoluon Technology Experience; (een proeve van een businessplan)' is het resultaat van ontwikkeling volgens het projectontwikkelconcept van het Programma Horizon dat is voortgezet binnen de stichting Brainport.

Het programma Horizon (oktober 2002- juni 2006) was het strategische actieplan voor versterking van de economische structuur in de Regio Eindhoven als kern van het economisch samenhangend gebied Zuidoost Nederland. Het Programma Horizon, een initiatief van het Samenwerkingsverband Regio Eindhoven (SRE), werd in 2001 - 2002 ontwikkeld door de Commissie Regionale Kansen. Deze commissie had een samenstelling waarin voeling met het bedrijfsleven, onderwijs- en kennisinstellingen en overheid doorklonken. Het dynamische Programma was gericht op katalyseren van ontwikkelingen het had hiervoor de beschikking over financiële middelen samengebracht in het 'katalysatorfonds'. Het programmabureau Horizon (de uitvoeringsorganisatie onder leiding van haar 'stuurgroep') fungeerde in praktijk als motor voor de ontwikkeling van projecten en programma's via drie programmalijnen te weten 'Mens', 'Technologie' en 'omgeving'. Haar missie was de regio te laten groeien van 'industriële mainport' naar 'toptechnologieregio met het accent op mens en technologie'. Het programmabureau ontwikkelde gedurende haar bestaan een twintigtal projecten en programma's. 'Horizon' was tot en met de implementatiefase bij haar projecten betrokken. Projecten werden geïmplementeerd ('vlogen uit') wanneer zij voldoende draagvlak hadden om zelfstandig, zowel organisatorisch als financieel, te kunnen functioneren. Horizon heeft in de ruime drie jaren dat zij bestond geleid tot vele succesvolle ontwikkelingen (zie voor een samenvatting van de resultaten de publicatie 'de Horizon oogst - 2005').

Het succes van Horizon, samenvallend met de erkenning door de landelijke overheid van de regio Eindhoven/Zuidoost-Brabant als 'Brainport', vormden als het ware het lanceerplatform voor de stichting Brainport. Met de uitvoering van het programma 'Brainport Navigator 2013; Lissabon voorbij' (start juli 2006) is de kennis en ervaring opgedaan in het programma Horizon geborgd in deze stichting. Het programma van de Brainport Navigator is qua inhoud en omvang wel aanzienlijk breder en groter dan dat van Horizon. Brainport wil zich ontwikkelen als toptechnologische hotspot in Europa, waarin kwaliteit van wonen, werken en leven belangrijk zijn en economische continuïteit centraal staat. Om deze ambities te verwezenlijken slaan bedrijfsleven, kennisinstellingen en overheid verenigd in de Stichting Brainport de handen ineen. Het Brainport programma omvat de domeinen 'People', 'Business', 'Basics' en 'Technology' waarbinnen sleutelfactoren en initiatieven zijn benoemd. Op basis van deze in de 'Navigator' benoemde initiatieven heeft de stichting een meerjaren-uitvoeringsprogramma opgesteld dat, uitgewerkt in jaarplannen, de focus van de samenwerkende Triple Helix op de ontwikkeling van Brainport aangeeft. Naast nieuwe projecten en programma's heeft de stichting in haar jaarplan 2006 en 2007 ook nog projecten en programma's opgenomen die, na de beëindiging van het Horizon-programma, van dat programma zijn overgenomen. Het van origine Horizon-ontwikkelproject 'Evoluon' is er daar één van. De ontwikkeling van dit project, van houtskoolschets naar contourplan en uiteindelijk tot het businessplan wordt in het businessplan kort beschreven, waarna het ontwikkelde plan in een drietal varianten wordt uitgewerkt.

* Brainport: de regio

Brainport Eindhoven/Zuidoost-Brabant is het trekpaard van de Nederlandse economie. Met, in 2004 ruim een dubbel zo hoge groei van de omzet als landelijk gemiddeld (3% tegen 1,1%). Met 70.000 arbeidsplaatsen in de industrie en 45% van de private uitgaven aan Research & Development in Nederland. Met op de schaal van Zuidoost-Nederland een hogere bijdrage aan het Bruto Nationaal Product (14,5%) dan randstedelijke regio's als Groot Amsterdam (11,2%), Utrecht (8,9%), Den Haag (5,6%) en Groot Rijnmond (8,6%).

In de mondiale competitie moet Europa, dus ook Nederland, het hebben van kennis (educatie, Research & Development en innovatie). Brainport Eindhoven/Zuidoost Brabant is de enige regio in Nederland - en één van de weinige in Europa - die aan de Barcelonanorm uit de Lissabondoelstellingen voldoet (R&D = 3% van BRP). Het is zaak voor Nederland dat Brainport deze positie kan behouden en versterken.