



NIGHT OF THE NERDS PROJECTPLAN < 2017- 2018 - 2019 >

INHOUDSOPGAVE

Inleiding	1
Doelstelling, doelgroepen en missie	2
Strategie 2017 - 2019	2
> Night of the Nerds, vernieuwing en verbreding van het event	2
> Programmering en inhoudelijke kwaliteitsbewaking	3
> Podium voor talenten	3
> Samenwerking met kunst & cultuur initiatieven	4
> Samenwerking en draagvlak bedrijfsleven	4
> Night of the Nerds faciliteert netwerken	5
> Ontwikkeling bezoekersaantallen en doelgroepen	5
> Creative Tech Academy	5
> Organisatie	6
> Evaluaties	6
Strategie samengevat in matrix	7

INLEIDING

De toekomst is NÚ in de huidige, door technologie gedreven, samenleving. Dat geldt voor bedrijven en beleidsmakers, maar vooral ook voor jongeren die op het punt staan belangrijke keuzes te maken voor hun toekomst. Opvallend is dat jongeren – de grootverbruikers van de nieuwste gadgets, smartphones, apps, games en high tech entertainment – onvoldoende beseffen welke uitdagingen er liggen, welke keuzes kunnen worden gemaakt en welke skills relevant zijn voor een toekomst in de wereld van creativiteit en technologie. Een wereld waarmee Brabant zich wereldwijd op de kaart zet. De huidige kaders binnen het onderwijs zijn ontoereikend; beperkte budgetten, dwingende curricula en leerdoelstellingen laten weinig ruimte om jongeren te inspireren voor de spannende wereld van creativiteit en technologie.

NN faciliteert jongeren om laagdrempelig kennis te maken, actief onderdeel te zijn én te worden geïnspireerd door de vormgevers van de toekomst, zowel op het bedrijfsmatige – als op het cultureel creatieve vlak. De focus en de formule van NN is gekoppeld aan creativiteit, verbeelding, technologie en innovatie en sluit daarmee naadloos aan op het profiel van Brabant.

De artistieke kwaliteit van Night of the Nerds manifesteert zich in de bijzondere mix, waaruit de programmering bestaat. Hightech bedrijven moeten zich bewijzen, naast experimentele projecten van kunstenaars. Experimenten, die weliswaar met minder middelen zijn uitgewerkt, maar evenveel waarde hebben qua beleving. De doelgroep van Night of the Nerds krijgt zo mee, dat er meer is dan de reguliere ordelijke en vaak lineaire toepassing van techniek, en dat niet alles om businessmodellen draait. Kunstenaars kunnen bovendien iets, wat bedrijven niet kunnen: met kritisch werk reflecteren op het eigen werkveld. Maar ook daarin is het vinden van de juiste mix van belang. Kunst hoeft niet verplicht kritisch te zijn, want dat zou geen recht doen aan de fascinerende wereld aan nieuwe mogelijkheden die aan het ontstaan is. Met tal van nieuwe kunstvormen, die nog ontdekt en verkend moeten worden is er voor kunstenaars geen beter publiek dan het onstuimige, nieuwsgierige en kritische Night of the Nerds publiek. Publiek dat vertrouwd is met nieuwe techniek en dit als basiskennis meeneemt in het interpreteren van het evenement. De discussies die ontstaan tussen publiek en kunstenaar zijn daardoor waardevol. Want als iets niet uit te leggen is aan de toekomstige generatie, heeft een experimentele kunstvorm dan toekomst?

NN is in 2013 op initiatief van ASML van Amsterdam naar Eindhoven verhuisd. Dit was een goede switch want NN is sinds 2013 gegroeid van 1.350 naar 3.500 jonge bezoekers in 2016 en is nu een van de kernevents van de Dutch Technology Week. Het draagvlak voor de NN is sterk toegenomen binnen het VO, het creatieve - technische HBO/WO, de culturele en creatieve sector en het bedrijfsleven. Bij de voorbereiding en de executie van NN werken de zojuist genoemd sectoren intensief met elkaar samen. Met als gevolg kruisbestuivingen, eye

openers, dialoog en nieuwe verbindingen tussen de verschillende werelden. Het is de uitdaging om de impact van NN de komende jaren te vergroten en nieuwe gerelateerde activiteiten te ontwikkelen, die de positie van NN verstevigen in het Brabantse ecosysteem van creativiteit en tech. In 2016 hebben we, mede dankzij een projectbijdrage van BrabantC, een mooie stap in die richting kunnen zetten. In dit projectplan 2017 – 2019 wordt beschreven op welke wijze wij verder gaan groeien en de ambities gaan waar maken.

In het onderstaande plan voor NN bespreken we per thema de strategie tot 2019. Achtereenvolgens komen aan de orde: vernieuwing en verbreding van het NN event, programmering en de inhoudelijke kwaliteitsbewaking, NN als podium voor talent, de samenwerking met andere kunst en cultuur initiatieven, samenwerking met het bedrijfsleven, NN als facilitator van netwerken, de ontwikkeling van bezoekersaantallen en doelgroepen, de Creative Tech Academy van NN en de organisatie van NN en de gerelateerde activiteiten.

DOELSTELLING, DOELGROEPEN EN MISSIE

Night of the Nerds is een project van stichting FutureBites. De doelstelling en missie is gebaseerd op de overtuiging dat de creatieve industrie en culturele sector een waardevolle toegevoegde waarde hebben voor een technologie gedreven samenleving. We hebben als missie om vooral jongeren (14-19 jaar), op een aantrekkelijke manier die aansluit bij hun beleving, te inspireren, bewust te maken en te enthousiasmeren voor de kracht en impact van technologie, creativiteit en 'maken'.

Sinds 2010 is de missie en doelstelling concreet gemaakt door het event Night of the Nerds te organiseren voor de - als lastig bereikbaar ervaren - doelgroep jongeren. En in 2016 zijn we gestart met de Creative Tech Academy van NN.

NN heeft zich tot en met 2016 primair gericht op meisjes en jongens in het VO (Havo, VWO, Gymnasium, Technasium). In de komende jaren gaan we ons ook focussen op jongeren in het MBO en VMBO. Voor deze leeftijdsgroep is het aanbod van activiteiten op het gebied van techniek en creativiteit nihil. We weten dat we met de leeftijdscategorie 14-19 jaar niet de makkelijkste weg hebben gekozen, want puberende jongeren zijn een – in vele opzichten – lastige doelgroep. Een noodzakelijke voorwaarde om onze doelgroep in actieve stelling te brengen, is om docenten, en ook ouders te motiveren voor onze activiteiten. Docenten van scholen - en in mindere mate ouders - zijn belangrijke intermediaire doelgroepen voor FutureBites.

STRATEGIE 2017- 2019

NN 2016 laatt zich samenvatten met de volgende kerncijfers: 3.500 bezoekers, 57 programmaonderdelen, presentaties van talenten van 6 creative tech opleidingen, 4 workshops in Creative Tech Academy, 8 bedrijven met financieel en inhoudelijke bijdragen, 3 creatieve industrie bedrijven met inhoudelijke bijdragen en een totale begroting van € 116.700.

De komende drie jaar willen we met steun van BrabantC de NN efficiënt en effectief verder uitbouwen. De focus ligt op verbreding van het draagvlak en het vergroten van de impact. Het streven is om hierbij samenwerkingen te zoeken met partijen die excelleren op hun specifieke terrein. Dit geldt voor samenwerkingen met de culturele sector, de creatieve industrie, het bedrijfsleven en het hoger onderwijs. Ook gaan we voor een verbreding van de bezoekers binnen de doelgroep jongeren. We gaan onze pijlen naast het VO (HAVO+) ook richten op de bovenbouw van het VMBO en de onderbouw MBO in Brabant. Bij deze laatste twee groepen van jongeren zijn er nog werelden te winnen.

Bij de uitwerking van de strategie realiseren we ons dat we leven in een wereld die permanent verandert en dat er meerdere wegen zijn die leiden naar Rome. Als ingeslagen paden onvoldoende effectief en/of efficiënt blijken te zijn, zullen we de plannen (in overleg) actief bijstellen.

<Night of the Nerds, innovatie en verbreding van het event>

De afgelopen jaren zijn we fors gegroeid en bij deze groei hebben we vooral gefocust op het verbeteren van de bezoekersstromen, professionaliseren deelnemersregistratie en logistieke stromen. NN bevat een programma met 50 - 60 activiteiten en loodst 3.500 jongeren binnen een tijdsbestek van 9 uur door het programma. Het programma hebben we opgebouwd met duidelijke formats en structuur: workshops van 45 minuten, creative-tech-talks van 10 minuten, podiumprogramma van 20 minuten en doorlopende experiences met interactieve installaties en projecten. Dit is een goede kapstok gebleken om NN te programmeren en een goed vertrekpunt voor de communicatie over het programma. We realiseren ons dat we voor het NN event vooral vanuit de organisatie hebben gedacht en minder vanuit de individuele bezoekers. We hebben te weinig stilgestaan bij de gebruikerservaring van NN bezoekers. Groei verplicht tot innoveren en een volgende logische stap is het maken van een innovatieve slag met de verbetering van de user experience .

[A] Innovatie: het verbeteren van de gebruikerservaring

Alle aandacht gaat uit naar het verbeteren van de gebruikerservaring van het jonge publiek. De keuze hiervoor is noodzakelijk, omdat we verder gaan groeien en een veel bredere groep van jongeren, met onderlinge grote verschillen gaan bedienen. We werken hierbij samen en laten ons adviseren door technisch creatieven.

De jonge bezoekers gaan we op NN drie activiteiten aanbieden die hen helpen een keuze te maken voor een route/persoonlijk programma binnen NN, die past bij hun belangstelling en persoonlijkheid.

1. Een eerste experiment is in het najaar 2016 gestart in samenwerking met creative tech docenten van Fontys ICT. In samenwerking met een innovatief bedrijf uit Brabant gespecialiseerd in gezichtsherkenning en een groep Fontys studenten onder leiding van docenten wordt fasegewijs een innovatieve **Interactive Alley** ontwikkeld. Op basis van gezichtsherkenning en de antwoorden op vragen worden er on-the-fly bezoekersprofielen aangemaakt. Op basis van globale profielen krijgen bezoekers via een app een eerste routeadvies. In 2017 wordt een eerste basisversie uitgewerkt waarbij bezoekers advies krijgen welke onderdelen van het programma het beste passen bij hun persoonlijkheid. In 2018 wordt de app verbeterd op basis van de eerste ervaringen en in jaar drie, 2019, moet de app volledig zijn geautomatiseerd waarbij bezoekers een uniek persoonlijk routeadvies krijgen voor het programma van NN.

2. Een **oriëntatie- servicezone** opzetten, waar vooral meisjes als 'special guest' op een aantrekkelijke wijze - met behulp van bijvoorbeeld life style vragen - routeadvies krijgen voor het NN programma. Dit wordt verder uitgewerkt in samenwerking met creatieven.

3. Het volgen van een **introductieshow** met interviews, filmpjes en interactie met het publiek, waarbij op theatrale en grappige wijze de routes van NN worden toegelicht. Na afloop van de show kunnen de jongeren hun eigen programma kiezen. Ook deze activiteit gaan we verder uitwerken met creatieven.

[B] Verbreding: toevoegen van events van derden aan NN

We hebben vastgesteld dat er belangstelling bestaat bij derde partijen om aansluiting te zoeken bij Night of the Nerds. Met een omvang van 3.500 bezoekers is NN een interessante partij om mee samen te werken. Dit juichen we toe. De huidige locatie, het Klokgebouw, leent zich goed voor zo'n type uitbreidingen. In 2017 zijn er nu afspraken om een [First Lego League](#) (FLL) off season edition toe te voegen aan NN. De productie van de FLL wordt door het Nederlandse organisatie team van FLL opgezet. Hiermee wordt er een technische challenge toegevoegd aan NN waaraan circa 250 jongeren uit binnen- en buitenland zullen meedoen. Dit is een pilot. Als deze aansluiting van FLL slaagt, gaan we ook zelf actief op zoek naar passende culturele initiatieven die zich kunnen aansluiten bij NN. Bij voorkeur een design, game of AV initiatief.

Samengevat:

2017: Introductie themaroutes, lancering Interactive Alley, een oriëntatieservice zone en introductieshow tbv kiezen van gepersonaliseerde routes. Toevoeging van FLL off season challenge.

2018: Uitbreiding themaroutes op basis van 2017 ervaringen met next steps voor Interactive Alley, oriëntatieservice zone en introductieshow. Toevoeging van cultureel initiatief aan NN.

2019: Geautomatiseerde Interactive Alley met toevoeging van een game applicatie voor NN bezoek, next step oriëntatie-service zone en introductie show. Optioneel: uitbreiding van special events van culturele en technische initiatieven van derden aan NN.

<Programmering en inhoudelijke kwaliteitsbewaking>

De artistieke kwaliteit van Night of de Nerds manifesteert zich in de bijzondere mix, waaruit de programmering bestaat. Hightech bedrijven laten zich zien naast experimentele projecten van kunstenaars en innovatieve projecten van de creatieve industrie. [Zo'n mix vergt een brede aanpak voor de bewaking van de inhoudelijke kwaliteit van de NN.](#) Tot en met 2016 hebben we altijd gewerkt met een soort programmacommissie. Een vaste kern creatieven en docenten van de creatieve- en kunstopleidingen gaven gevraagd en ongevraagd advies voor de invulling van het programma. Daarnaast volgen we nauwgezet winnaars en genomineerden van de belangrijke awards in Nederland (Dutch Design Awards, Dutch Interactive Awards, Dutch Game Awards en de talent awards van de verschillende kunstopleidingen) en houden we in de gaten wie worden afgevaardigd naar belangrijke podia zoals SXSW. Op deze wijze hebben we de inhoudelijke kwaliteit van NN altijd voldoende kunnen borgen. Nu we verder groeien is de behoefte ontstaan om het bewaken van de inhoudelijke en artistieke kwaliteit structureler te organiseren.

Naast een goede balans binnen de programmamix bedrijfsleven-kunst gaan we in de culturele programmering accenten aanbrengen, die matchen met de belangrijke kunstvormen in Brabant: AV, Design, Gaming (inclusief crossovers).

Voor elk van deze drie disciplines gaan we een curator te benoemen voor de programmering. Dit wordt fasegewijs ingevoerd. We starten met een curator design en een curator gaming. Deze curatoren hebben in

eerste instantie een adviserende taak en fungeren als klankbord. Het is belangrijk dat curatoren brede netwerken hebben en zich vertrouwd voelen met de werelden van NN. Voor design hebben we designer [Cindy van den Bremen](#) bereid gevonden en voor gaming hebben we de directeur van [Dutch Game Garden](#) Breda, Frank Peters gevraagd. In 2018 staat een curator voor AV programmering op de agenda.

Voor de provincie Noord-Brabant is het relevant dat er binnen de programmering van NN een connectie is met de vrijetijdseconomie. NN oriënteert zich in 2017 voor het vinden van een aansluiting bij de vrijetijdseconomie in Brabant. We zoeken het vooral in de richting van gaming & e-sport en muziek & entertainment. Dit zijn vrijetijdsegmenten waar NN al contacten heeft. Zo zijn we in contact met bijvoorbeeld popzaal de Effenaar, omdat zij starten met een lab met technische creatieve experimenten in relatie met muziek.

samengevat

2017: Benoemen van curator design en curator gaming met adviserende taak. Oriëntatie op vrijetijdseconomie.

2018: Uitbreiden van de taken van curatoren design en gaming en benoemen van curator AV met advies functie. Programma uitbreiding die aansluit op vrijetijdseconomie.

2019: Continuering van 2018

<Podium voor talenten>

NN vervult een intermediaire functie binnen de keten van talentontwikkeling. 'Aan de onderkant' van die kolom mobiliseert NN latente of nog niet zo heel manifeste interesse en ambitie bij jongeren om te kiezen voor een toekomst/opleiding /loopbaan op het snijvlak van creativiteit en/of technologie. En 'aan de bovenkant' zorgt NN ervoor dat jonge kunstenaars & creatieven en innovatieve technici op NN een plek ter beschikking krijgen om hun werk te tonen. Bij NN krijgen deze talenten een podium om zich te laten zien aan een nieuwsgierig publiek van jongeren, komen zij in contact met collega professionals en met het (creatieve) bedrijfsleven en de professionele partners die zijn verbonden aan NN. Tot en met 2016 hebben we voor het scouten van nieuwe talenten samengewerkt met de opleidingen Fontys ICT/Gaming, TU Eindhoven, HKU, TU Twente, TU Delft en ad hoc met Design Academy. Jaarlijks hebben we overleg met deze opleidingen over welke talenten in de afstudeerfase geschikt werk hebben voor NN. De komende jaren gaan we dit actief en structureel uitbreiden. Alle creatieve opleidingen binnen Brabant benaderen we voor een samenwerking met NN. We richten ons hierbij vooral op de voor Brabant relevante creatieve thema's zoals gaming, AV en design. Vervolgens gaan we ons richten op de creatieve opleidingen binnen Nederland en in 2019 willen we een eerste stap maken om buitenlandse talenten uit Leuven (MintLab) en Keulen (gameopleiding die relatie heeft met Fontys) naar Nederland te halen. Onze contacten bij Brabant District of Creativity kunnen ons vervolgens wellicht koppelen aan relevante nieuwe contacten bij creatieve opleidingen in België en Duitsland.

Samengevat

2017: Naast talenten Fontys ICT/gaming, TU/e, Design Academy, talenten van Saxion, NHTV, AKV St Joost scouten voor NN.

2018: Talenten scouten bij Koninklijke Academie Beeldende Kunsten, Willem de Kooning Academie, HAN, Gerrit Rietveld Academie en ARTEZ.

2019: Eerste talentscout bij opleidingen in Leuven, MintLab en gameopleiding in Keulen (i.s.m. Fontys)

<Samenwerking met kunst en cultuur initiatieven>

Night of the Nerds is in 2016 een inhoudelijke samenwerking aangegaan met het DIT Festival, een nieuw initiatief dat jaar in Eindhoven. Dit experiment was geslaagd en willen we in een andere vorm oppakken in 2017.

Voor het borgen van de inhoudelijke kwaliteitsbewaking hebben we al aangegeven te willen werken met gespecialiseerde curatoren. Daarbovenop gaan we graag samenwerken met belangrijke Brabantse culturele events. Zo'n samenwerking kan betrekking hebben op de programmering, maar er zijn ook andere mogelijkheden, zoals samenwerken op het gebied van marketing (afspraken maken over wederzijdse promotie), en het organiseren van een themaspecials van NN op andere festivals, of vice versa (zie ook NN; het event) en het organiseren van rondleidingen op relevante Brabantse events voor de doelgroep docenten. We hebben eind 2016 en begin 2017 voorstellen voor samenwerking geïnitieerd bij DIT Festival, VPRO Medialab, STRP Biënnale, DDW, Textielmuseum, Dutch Game Garden en de Eindhoven mini Maker Faire. Het Playground festival gaan we nog benaderen. Ten behoeve van de heroriëntatie op de vrijetijdseconomie zijn we verder in gesprek met De Effenaar vanwege hun nieuwe lab met technische creatieve experimenten in relatie met muziek.

samengevat

2017: programma samenwerking met STRP Biënnale, DIT festival, VPRO Medialab, Textielmuseum, Dutch Game Garden, Maker Faire Eindhoven, NN tour voor VO docenten op DDW

2018: Continuering samenwerking DIT festival, VPRO Medialab, Textielmuseum, Dutch Game Garden, special edition STRP op NN, extra NN activiteit bij DDW, programma samenwerking Playground Festival
2019: Continuering samenwerking DIT festival, VPRO Medialab, STRP Biënnale, Textielmuseum, Dutch Game Garden, NN activiteit bij DDW, programma samenwerking Playground Festival, NN activiteit bij Playground festival

<Samenwerking en draagvlak bedrijfsleven>

ASML is founder en hoofdpartner van Night of the Nerds. Dit partnership gaat verder dan een financiële- en inhoudelijke bijdrage aan NN. ASML daagt ons uit bij het uitwerken van de strategie en stimuleert om de lat hoog te leggen. VDL en het Ministerie van Defensie zijn partners die NN steunen met financiële en inhoudelijke bijdragen. Digital agency Blue Mango Interactive (van Greenhousegroup) ondersteunt NN bij de digitale marketing en communicatie en levert een bijdrage aan het programma. Bosch, VanderLande en PP personeelsdiensten zijn supporters van NN en besluiten jaarlijks wel/niet deel te nemen en leveren een bescheiden financiële en inhoudelijke bijdrage. Deelname van bedrijfsleven aan NN is over het algemeen een onzekere factor en het is niet reëel om extrapolaties te maken voor de toekomst. Deelname aan NN is afhankelijk van de doelstellingen van het management/marketingteam. Ad hoc doen jaarlijks belangrijke creatieve industrie bedrijven mee met NN zoals Q42 en Makerpoint 3D concept store. Op basis van uitgebreide verkenning onder het bedrijfsleven in het najaar van 2016 moeten we helaas concluderen dat het niet reëel is meer sponsors te werven zoals ASML, VDL of Defensie. We moeten vooral nieuwe supporters aan ons zien te binden. Wij focussen zowel op innovatieve bedrijven zoals Tesla, Philips Lighting en Deloitte, als creatieve industrie bedrijven zoals digital agencies en gamebedrijven. Maar ook bredere initiatieven zoals High Tech Campus en Foodup!Brabant.

Bedrijven die bijdragen aan activiteiten zoals marketing van NN, voorzien ons vooral van specialistisch advies. Zij begeleiden ons in aanloop naar NN. Voor inhoudelijke bijdragen aan het programma wordt uitgebreid overlegd tussen NN (medewerker programmering en productie) en de participerende bedrijven. Het is onze nadrukkelijke wens, dat bedrijven vooral 'emerging technologies' - technologieën met een grote impact op de wereld en die zich in razendsnel tempo ontwikkelen – op een toegankelijke wijze laten zien op NN. Zoals internet of things, data, 3D printen, machine learning, sensortechnologie, virtual reality/ augmented reality, robotica. Of inhoudelijke bijdragen, die in relatie staan tot technieken die belangrijk zijn binnen de makerswereld zoals 3D printen en programmeren. De inhoudelijk bijdragen moeten aansluiten bij de belevingswereld van het jonge publiek. Met elk bedrijf zijn er minstens twee besprekingen over de invulling van hun inhoudelijke programmabijdragen. Als het niet lukt om een goede programmatische invulling uit te werken, dan hebben we een escape: een techtalk (presentatie van 10 minuten) over een 'emerging technology' door een jonge medewerker van de partnerbedrijven.

samengevat

2017: gewenste bedrijven om toe te voegen aan programma Tesla, Philips Lighting, Deloitte Digital en creatieve industrie bedrijven zoals digital agency's Colours, TWNKLS en Q42. Plus overkoepelende initiatieven zoals High Tech Campus Eindhoven en Foodup!Brabant.

2018: Continuering van samenwerkingen en verkenning verbreden draagvlak

2019: Continuering van samenwerkingen en verkennen verbreden draagvlak

<Night of the Nerds faciliteert netwerken>

NN geeft een impuls aan netwerken tussen culturele sector, creatieve industrie en het bedrijfsleven. Voor creatieve industrie bedrijven is het aantrekkelijk om mee te doen aan NN. Zij kunnen bij NN informeel contacten leggen met partijen als ASML, VDL en creatieve industrie collega's. Tot 2016 hebben we dit proces gezien als een aantrekkelijke bijvangst. Deze 'bijvangst' gaan we nu uitbouwen. De aanpak hiervoor is praktisch: een aantrekkelijke ontmoetingsplek creëren (bij catering) voor programma deelnemers (circa 100 personen) en een nieuwsbrief versturen vóór en na afloop van NN met prikkelende informatie over de bedrijven/personen die acte de presence geven bij NN. In samenwerking met DTW gaan we aan begin van het avondprogramma een netwerkborrel organiseren voor de Strijp-hotspot deelnemers aan de DTW. We weten dat een groot deel van het programma van NN interessant is voor de doelgroep volwassenen. Vanaf 2017 gaan we aan de slag met deze wetenschap. We starten een pilot met het uitnodigen van alumni van de Brabantse creative technologie en de technologieopleidingen, voor een bezoek aan NN gedurende het rustiger avonddeel van NN waarbij NN vooral bezoekers heeft van medewerkers DTW bedrijven en hun kinderen. Het bezoek willen we voor deze nieuwe groep aantrekkelijk maken door tijdens NN twee korte Night of the Nerds lezingen te programmeren met twee Brabantse topprofessionals (bv een professional uit de wereld van innovatieve technologie en een uit de wereld van kunst en nieuwe technologie).

samengevat

2017: Lancering nieuwsbrief en aantrekkelijke ontmoetingsplek tijdens NN voor programma deelnemers, organiseren netwerkevent in samenwerking met DTW, pilot NN lezingen voor alumni Brabantse opleidingen.
2018: Op basis van evaluatie van pilots 2017 vervolg geven aan invulling van stimuleren van netwerkfunctie
2019: Op basis van evaluatie van 2018 vervolg geven aan invulling van netwerkfunctie.

<Ontwikkeling bezoekersaantallen en doelgroepen>

We hebben met NN een toename van het aantal bezoekers gerealiseerd van 1.350 jonge bezoekers in 2013 naar 3.500 in 2016. De bezoekers zijn hoofdzakelijk jongeren en hun docenten uit de bovenbouw van het VO. Tijdens het rustiger avonddeel wordt NN vooral bezocht door de medewerkers van DTW bedrijven en hun kinderen. In 2019 willen we verder groeien naar een kleine 6.000 deelnemers. Deze groei moeten we realiseren door naast het VO onze pijlen ook te richten op de leerlingen van de bovenbouw van het VMBO en de onderbouw van het MBO in Brabant.

Als het lukt om de doelgroep van alumni van de Brabantse opleidingen warm te krijgen voor de NN, dan is het streven om in 2019 350 alumni binnen te halen voor een bezoek.

samengevat

2017: 4.200 bezoekers waarvan 3.500 jongeren uit het VO, 350 uit het MBO en 350 uit het VMBO. Daarnaast 150 alumni van Fontys en/of NHTV.
2018: 5.000 bezoekers waarvan 3.500 jongeren uit het VO, 500 uit het MBO en 1.000 uit het VMBO. Daarnaast 250 alumni van de Brabantse opleidingen.
2019: 5.800 bezoekers waarvan 3.500 jongeren uit het VO, 500 uit het MBO en 1.500 uit het VMBO. Daarnaast 350 alumni van de Brabantse opleidingen.

<Creative Tech Academy>

Om de impact van onze activiteiten te vergroten, hebben we in 2016 de Creative Tech Academy gelanceerd. De Creative Tech Academy (CTA) biedt in eerste instantie het VO en later het (V)MBO, workshops en online inspiratie aan op het gebied van digitale technologie en creativiteit - content die in de lijn ligt van de programmering van de NN. Er zijn nu vier workshops: 1. Sound shuffling - composities maken en mixen van digitale muziek, 2. Bouwen met Arduino, 3. Geluidslogo's ontwerpen en 4. De wereld van data ontdekken.

Aanvankelijk hadden we het plan om zelf online colleges te ontwikkelen. Inmiddels is gebleken dat er een aantal goede online colleges beschikbaar is bij de Universiteit van Nederland. We hebben ervoor gekozen om deze colleges aan te bieden aan onze netwerken in plaats van nieuwe colleges te ontwikkelen. Voor de CTA focussen we de komende jaren vooral op een aantrekkelijk aanbod van creative-tech workshops, die we scholen tegen kostprijs aanbieden. Het VO is hierbij de eerste doelgroep, waarna het MBO en VMBO volgen. We realiseren ons dat een stap naar VMBO belangrijke implicaties kan hebben op onze aanpak en werkwijze. Op dit moment hebben we nog onvoldoende zicht op welke aanpassingen we hiervoor moeten aanbrengen in onze organisatie. De creatieve talenten met wie Night of the Nerds samenwerkt kunnen de CTA workshops geven. Hiermee zorgen we voor een welkome aanvulling op de inkomsten van aantal startende (meestal) creative tech ondernemers. Voor de CTA hebben we eenvoudig platform ontwikkeld waarop we onze workshops, de whitepapers en de online colleges aanbieden. Dit platform willen we ook openstellen voor derden. In eerste instantie voor partijen met wie we al een samenwerking hebben. Het spreekt voor zich, dat we hierbij de eis hanteren dat workshops moeten voldoen aan onze kwaliteitseisen. 2017 Willen we inzetten voor ontwikkeling van twee nieuwe workshops - creatief programmeren en animaties bewerken met wiskundige functies -, maar ons vooral focussen op de marketing van het CTA platform, onderzoeken welke partijen met relevante content zich bij ons zouden willen aansluiten. Ook gaan we in overleg met NTR en Universiteit van Nederland om te onderzoeken op welke wijze we met elkaar kunnen samenwerken. In 2018 willen we op basis van de ervaringen van 2017 de CTA een nieuwe impuls geven die in 2019 moet worden geborgd en zich verder kan uitkristalliseren.

Samengevat

2017: Twee nieuwe workshops en uitkristallisatie van het nieuwe CTA platform. Marketing van het CTA platform. Samenwerking Universiteit van Nederland/NTR verder onderzoeken.
2018: Nieuwe impuls voor CTA, op basis van ervaringen 2017. De vertaalslag maken naar het VMBO en MBO
2019: Uitkristallisatie en borging van impuls 2018 en continuering vertaalslag naar het VMBO en MBO

<Organisatie>

Stichting Futurebites is gestart als projectorganisatie met nauwelijks overhead. Dat willen we zo houden. NN en CTA zijn twee projecten. Per project spreken we met freelancers af welke werkzaamheden ze voor ons verrichten en wat de honorering is van die activiteiten. FutureBites werkt met een kernteam - bestaande uit Maurice Schmitz, Jacqueline Pijcke, Patrick Praaning en Jan Roekens - die de onderlinge taken hebben verdeeld. We hanteren het principe dat nieuwe activiteiten van NN en CTA altijd door het kernteam worden geïnitieerd. Bij het vervolg kan versterking worden gezocht middels geschikte freelancers. De ambitie om te groeien dwingt ons goed te kijken bij welke interne processen er extra freelancers nodig zijn, die werkzaamheden overnemen van de leden van het kernteam. Het organiseren van de groei vereist een permanente tijdsinvestering. Vooral praktische uitvoerende taken komen in aanmerking om te worden overgedragen. Bij de programmering zetten we extra freelancers in, zoals de curatoren design, gaming en AV. Ook bij de marketing- en communicatie gaan we op zoek naar extra ondersteuning.

<Evaluaties>

FutureBites evalueert jaarlijks de projecten. Op basis van de uitkomsten worden plannen en ambities bijgesteld voor het daaropvolgende jaar, het bijbehorende marketingplan opgesteld en de financiële begroting opgesteld. We gaan hierbij uit van groei. Afhankelijk van partners aan wie we verantwoording moeten afleggen, worden de vereiste evaluaties ingepland.

<Marketing en promotie> Zie bijlage

<Financien> Zie bijlage

STRATEGIE SAMENGEVAT IN MATRIX

Matrix samenvatting strategie		
2017	2018	2019
# Deelnemers: 4.200	# Deelnemers 5.000	# Deelnemers 5.750
Begroting: € 174.000	Begroting: € 201.500	Begroting: € 194.000
subsidie Brabant C: € 45.000	subsidie Brabant C: € 50.000	subsidie Brabant C: € 45.000
Vernieuwing en verbreding van event Introductie van themaroutes, lancering Interactive Alley, een oriëntatie-service zone en introductie show tbv kiezen van gepersonaliseerde routes. Toevoeging van FLL off season challenge.	Vernieuwing en verbreding van event Uitbreiding themaroutes op basis van 2017 ervaringen met next steps voor Interactive Alley, oriëntatie-service zone en introductie show. Toevoeging van cultureel initiatief aan NN.	Vernieuwing en verbreding van event Geautomatiseerde Interactive Alley met toevoeging van een game applicatie voor NN bezoek, next step oriëntatie-service zone en introductie show. Optioneel: uitbreiding van special events van culturele en technische initiatieven van derden aan NN.
Programmering en inhoudelijke kwaliteitsbewaking Benoemen van curator design en curator gaming met een adviserende taak. Heroriëntatie op activiteiten vrijetijdseconomie (muziek & entertainment en gaming & eSports)	Programmering en inhoudelijke kwaliteitsbewaking Uitbreiden van de taken van curatoren design en gaming benoemen van curator AV met advies functie. Programma uitbreiding die aansluit op vrijetijdseconomie.	Programmering en inhoudelijke kwaliteitsbewaking Continuering van 2018 plus uitbreiding taken van AV curator
Podium voor talenten Naast talenten Fontys ICT/gaming, TU/e, Design Academy, talenten van Saxion, NHTV, AKV St Joost scouten voor NN.	Podium voor talenten 2017 plus Talenten scouten bij Koninklijke Academie Beeldende Kunsten, Willem de Kooning Academie, HAN, Gerrit Rietveld Academie en ARTEZ. Brabant District of Creativity contacten activeren.	Podium voor talenten 2018 plus Eerste talentscout bij opleidingen het Mintlab in Leuven en gameopleiding in Keulen.

<p>Samenwerking Brabantse kunst/cultuursector programma samenwerking met STRP Biënnale, DIT festival, VPRO Medialab, Textielmuseum, Dutch Game Garden, Maker Faire Eindhoven, NN tour voor VO docenten op DDW.</p>	<p>Samenwerking Brabantse kunst/cultuursector Continuering samenwerking DIT festival, VPRO Medialab, Textielmuseum, Dutch Game Garden, Maker Faire, special edition STRP op NN, extra NN activiteit bij DDW, programma samenwerking Playground Festival.</p>	<p>Samenwerking Brabantse kunst/cultuursector Continuering samenwerking DIT festival, VPRO Medialab, STRP Biënnale, Textielmuseum, Dutch Game Garden, Maker Faire, NN activiteit bij DDW, programma samenwerking Playground Festival, NN activiteit bij Playground festival.</p>
<p>Draagvlak bedrijfsleven Financieel en inhoudelijk: ASML, VDL, Ministerie van Defensie, Bosch, Dutch Technology Week, PP Personeelsdiensten, Blue Mango Interactive, Vanderlande.</p> <p>Inhoudelijk: Q42, Makerpoint Conceptstore, Tesla, Deloitte Digital, Colours, TWNKLS, High Tech Campus, Foodup!Brabant en 1 nieuw creative industrie bedrijf</p>	<p>Draagvlak bedrijfsleven Financieel en inhoudelijk: continuering 2017</p> <p>Inhoudelijk: Q42, Makerpoint Conceptstore, Tesla, Deloitte Digital, Colours, TWNKLS, High Tech Campus, Foodup!Brabant en 2 nieuwe creative industrie bedrijven</p>	<p>Draagvlak bedrijfsleven Financieel en inhoudelijk: continuering 2018</p> <p>Inhoudelijk: Q42 of collegabedrijf, Makerpoint Conceptstore, Deloitte Digital, Colours, TWNKLS, High Tech Campus, Foodup!Brabant en 2 nieuwe creative industrie bedrijven</p>
<p>Faciliteren van netwerken Lancering nieuwsbrief en aantrekkelijke ontmoetingsplek tijdens NN voor programma deelnemers, organiseren netwerkevent ism DTW, pilot NN lezingen voor alumni Brabantse opleidingen</p>	<p>Faciliteren van netwerken Op basis van evaluatie van pilots 2017 vervolg geven aan invulling van stimuleren van netwerkfunctie</p>	<p>Faciliteren van netwerken Op basis van evaluatie van 2018 vervolg geven aan invulling van netwerkfunctie.</p>
<p>Bezoekers Totaal 4.200 VO (3.500) MBO (pilot tbv werving 350) VMBO (pilot tbv werving 350) Alumni 150</p>	<p>Bezoekers Totaal 5.000 VO (3.500) MBO (500) VMBO (1.000) Alumni 250</p>	<p>Bezoekers Totaal 5.800 VO 3.500 MBO (750) VMBO (1.500) Alumni 350</p>
<p>Creative Tech Academy Twee nieuwe workshops en uitkristallisatie van het nieuwe CTA platform. Marketing van het CTA platform. Check hoe we samenwerking kunnen uitbouwen met Universiteit van Nederland</p>	<p>Creative Tech Academy Nieuwe impuls voor CTA, op basis van ervaringen 2017. De vertaalslag maken naar het VMBO en MBO.</p>	<p>Creative Tech Academy Uitkristallisatie en borging van impuls 2018 en continuering vertaalslag naar het VMBO en MBO.</p>
<p>Organisatie Projectorganisatie, kernteam en benodigde freelancers</p>	<p>Organisatie Projectorganisatie, kernteam en benodigde freelancers</p>	<p>Organisatie Projectorganisatie, kernteam en benodigde freelancers</p>
<p>Marketing (zie separaat document) Pilot forum docenten Pilot loyalty programma voor docenten Pilot denktank jongeren 1x Pilot samenwerking Communicatie/ PR bureau Start opbouw database VMBO/MBO</p>	<p>Marketing (zie separaat document) Forum docenten bijeenkomsten Vervolg loyalty programma voor docenten Denktank jongeren Samenwerking Communicatie/ PR bureau Database VMBO/MBO gereed</p>	<p>Marketing (zie separaat document) Forum docenten bijeenkomsten Vervolg loyalty programma voor docenten Denktank jongeren Samenwerking Communicatie/ PR bureau</p>