

‘Creatieve Industrie: Recept voor Groei’

Tentoonstelling Lambert van Nistelrooij

“Training & Design in the Eindhoven Region: a Recipe for Growth in the EU”
in het Europees Parlement, 5-9 februari 2007

Drs. Lambert J.J. van Nistelrooij (CDA)
Lid van het Europees Parlement, EVP-ED

Kantoor EP BRUSSEL
ASP 12E142, Wiertzstraat 60
B-1047 Brussel

T +32. (0)2.284.74.34
F +32. (0)2.284.94.34
lambert.vannistelrooij@europarl.europa.eu
www.lambertvannistelrooij.eu

Contact : Esther Boer

INHOUD

Creatieve industrie: recept voor groei	3
1. Lissabondoelstelling: investeren in opleiding	5
1.1. Het Europese onderwijssysteem	5
1.2. 'Life Long Learning'	5
1.3. Wat doet het Europees Parlement?	5
1.4. Hoe staat het met Nederland?	6
1.5. Hoe verder?	6
2. Eindhoven: speerpunt design	8
3. De tentoonstelling	9
3.1. Openingstoespraak Ján Figel	11
4. Foto-overzicht 'training & design in de Eindhoven regio: recept voor groei in de EU'	14
5. 'Training & design in de Eindhoven regio: recept voor groei in de EU' in de media	17
5.1. Bellen met Brussel: Interview Bedrijvig Brabant	17
5.2. Creativiteit als motor van groei in de regio	18
5.3. BrabantStad organiseert WOW Creativity evenement in Europees Parlement: Creatief en innovatief Brabant in de schijnwerpers	19
6. BrabantStad workshop 'WOW Creativity'	21
7. Culturele identiteit als troef: Brabant culturele hoofdstad van Europa?	24
8. Conclusie	26
Personalia Lambert van Nistelrooij	27

CREATIEVE INDUSTRIE: RECEPT VOOR GROEI



Brabant zet zich als regio op de kaart. Op het gebied van design heeft Brabant internationaal een uitstekende naam. Bedrijven als Philips weten als geen ander hoezeer vormgeving een factor is voor commercieel succes. Het Nationaal Innovatieplatform vermeldt de Brabantse creatieve industrie als één van de groeisectoren in onze regio. Het kabinet heeft er, op advies van het Innovatieplatform, 15 miljoen euro voor uitgetrokken. Acht miljoen euro is dit jaar beschikbaar voor projectvoorstellen om de verbindingen tussen economie en cultuur te stimuleren. Bovendien worden de regelingen van het ministerie van Economische Zaken beter afgestemd op

creatieve starters en het creatieve midden- en kleinbedrijf waardoor deze gemakkelijker krediet kunnen krijgen. Hiervoor is 3,2 miljoen euro beschikbaar.

De creatieve industrie is een verzamelbegrip voor alle ondernemingen die zijn gericht op de toepassing van kunst, cultuur en intellectueel eigendom. De creatieve industrie is als economische sector ontstaan tussen de traditionele sectoren van de economie (landbouw, industrie en dienstverlening) en de cultuursector. De creatieve industrie is de afgelopen acht jaar enorm gegroeid. Zo steeg het aantal banen in de creatieve industrie tussen 1996 en 2004 met 34% en levert de sector daarmee nu tussen de 2 en 3,2% van de werkgelegenheid in Nederland. Daarnaast groeide de omzet van de creatieve sector tot 1,5% van het totale Nederlandse bedrijfsleven.

Als we ons willen inzetten voor onze regio moeten we blijven investeren.

Als lid van het Europees Parlement én als Brabander vind ik dit reden genoeg om onze regio op deze gebieden onder de Europese aandacht te brengen. Daarom organiseerde ik in februari de expositie 'Training & Design in the Eindhoven Region: A Recipe for Growth in the EU' in het Europees Parlement. Eurocommissaris Ján Figel (Onderwijs, Opleiding en Cultuur) hield hierbij op 6 februari de openingstoespraak. Europa investeert immers al zeer veel geld in opleiding, zo'n 100 miljoen euro per jaar in Nederland, maar we moeten het proces wel goed begeleiden in Nederland en ons richten op die dingen waar we goed in zijn. Nederlands design is daar één van. Europa zoekt naar regionale voorbeelden voor nieuwe economische dragers en werkgelegenheid.

Een goed voorbeeld hiervan is de provincie Brabant. Om het aanwezige ondernemerschap in Brabant onder de aandacht te brengen van het Europese publiek organiseerde ik, voorafgaand aan de opening van de tentoonstelling, de workshop WOW Creativity. Deze workshop had als doel het aanwezige creatieve ondernemerschap uit Brabant te presenteren aan de stakeholders in Europa: politici en besluitnemers in de EU-arena. De praktische organisatie van deze workshop lag in handen van BrabantStad, een samenwerkingsverband tussen de vijf grootste steden van Brabant - Breda, Eindhoven, Helmond, 's-Hertogenbosch en Tilburg (de B5) - en de Provincie.

De workshop 's middags en de opening van de tentoonstelling 's avonds beschouw ik als een groot succes waar ik met veel tevredenheid aan terugdenk. Middels deze publicatie wil ook u betrekken bij het onderwerp. U vindt hier onder meer de toespraken van de sprekers en de foto's die tijdens deze dag genomen zijn. Daarbij geef ik een korte uiteenzetting over de achterliggende gedachten van dit evenement, het trainen en opleiden van mensen. Opleiding en onderwijs zijn voor velen de sleutel tot een prima loopbaan en voor Europa onmisbaar om over goede arbeidskrachten te beschikken.

Wie neemt de handschoen op?

De Nederlandse regering erkent het grote belang van onderwijs en opleiding en besteedt hier veel aandacht aan in haar regeerakkoord. Toch ligt hier ook een taak weggelegd voor gemeenten en provincies. Zij moeten proberen om ook optimaal gebruik te maken van de mogelijkheden die Europa biedt om hierin te investeren. Vanuit de Europese Unie worden jaarlijks fondsen vrijgemaakt voor dit doel, maar hier moet



dan wel gebruik van gemaakt worden. Dat gebeurt mijns inziens nu nog te weinig. Wij moeten de hand-
schoen opnemen en de mogelijkheden ten volste benutten.

Graag hoor ik uw mening over dit onderwerp. Daarom organiseer ik nog dit jaar een bijeenkomst over
dit onderwerp. Wat vindt u? Maken wij voldoende gebruik van de mogelijkheden die ons geboden wor-
den? Hoe kan het nog beter? Daarbij wil ik ook de rol van het cultuurhistorisch erfgoed niet uit het oog
verliezen.

Hebt u ideeën? Laat het ons weten.

Lambert van Nistelrooij
Lid van het Europees Parlement, EVP-ED Fractie

FAST FORWARD EUROPA DICHTERBIJ

*“Kennis is de sleutel voor Europa om in de mondiale competitie het hoofd boven water te
houden. Onze economie moet het hebben van toegevoegde waarde in onze productie. We
moeten de kunst verstaan, door onderwijs, opleiding en onderzoek, kennis, kunde en kassa
dichter bij elkaar te brengen.”*

Lambert van Nistelrooij



1. LISSABONDOELSTELLING: INVESTEREN IN OPLEIDING

De Lissabondoelstelling werd in 2000 gesloten tussen de regeringsleiders van de EU tijdens een top in de Portugese hoofdstad Lissabon. Op dat moment leek de EU een welvarende tijd tegemoet te gaan: de werkloosheid was relatief laag en de economische groei was relatief hoog. De volgende doelstelling werd dan ook vooropgezet: tegen 2010 zou de EU de meest competitieve en dynamische kenniseconomie van de wereld moeten zijn. In het akkoord staat onder meer dat in ieder land O&O (Onderzoek en Ontwikkeling) minimaal 3% van het Bruto Nationaal Product zou moeten gaan uitmaken. Hier zou 2/3 moeten gefinancierd worden door investeringen vanuit de privé-sector en 1/3 door overheidsuitgaven.

1.1. Het Europese onderwijssysteem

Als Europa de ambitie heeft de meest dynamische kenniseconomie ter wereld te worden, moet bijzondere aandacht besteed worden aan onderzoek (de bron van kennis), onderwijs en opleiding, waardoor de bevolking deze nieuwe kennis kan verwerken. Daarom is bij het realiseren van de Lissabondoelstelling een belangrijke rol weggelegd voor het Europese onderwijssysteem. Hoe beter men is opgeleid, hoe beter de concurrentiepositie in de wereld. In het streven naar economisch succes op de wereldmarkt moet de Europese Unie het immers opnemen tegen grote rivalen als Japan en de Verenigde Staten.

*Plan je voor één jaar dan plant je graan. Plan je voor twee jaar dan plant je bomen.
Plan je voor het leven dan geef je onderwijs en scholing.
(Chinees Spreekwoord, ca. 645 jaar voor Christus.)*

1.2. 'Life Long Learning'

Een bloeiende economie heeft mensen nodig die langer blijven werken en hun hele arbeidsleven lang nieuwe vaardigheden aanleren. 'Life Long Learning' dus. Om dit te promoten heeft de Europese Commissie in 2001 het EU-programma 'Life Long Learning' in het leven geroepen, waarbij mensen gestimuleerd worden gedurende hun hele leven te blijven leren en niet alleen als ze jong zijn. Hoewel levenslang leren langzamerhand terrein wint, volgen nog te weinig volwassenen opleidingen. Nog geen 10% van de volwassenen blijven leren, terwijl het streven is om in 2010 een cijfer van 12,5% te bereiken. Het aantal vroegtijdige schoolverlaters is nog steeds veel te hoog (één op de vijf leerlingen verlaat de schoolbanken voortijdig, terwijl het streven is om dit aantal met de helft te verminderen). Daarbij heeft de Commissie als uitgangspunt dat beter onderwijs tevens leidt tot méér integratie, méér tolerantie en méér welvaart.

1.3. Wat doet het Europees Parlement?

Regelmatig wordt binnen het Europees Parlement gediscussieerd over Europese onderwijsdoelstellingen. Hoewel de Europese Unie geen belangrijke rol op het gebied van onderwijskwesties speelt - het is immers een nationale aangelegenheid - kan het nationale acties wel steunen en aanvullen. Daarbij heeft het Europees Parlement de verantwoordelijkheid om aandacht te vragen voor de problemen van burgers op onderwijsgebied op Europees niveau, om passende oplossingen en suggesties of aanbevelingen te geven en om de mogelijkheden voor mensen te verbeteren om deel te nemen aan Europese programma's, zoals bijvoorbeeld 'Life Long Learning'.

Verder heeft het Europees Parlement in de afgelopen jaren een aantal onderwijsdoelstellingen geformuleerd en werkt zij aan de verwezenlijking van een systeem om de nationale diploma's en kwalificaties op internationaal gebied vergelijkbaar te maken. Ook steunt het Parlement werkprogramma's om lidstaten te helpen hun onderwijssystemen te verbeteren.

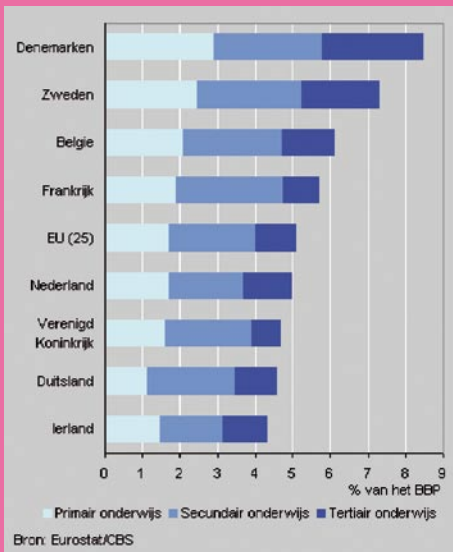
Ik ben in het Europees Parlement vice-voorzitter van de parlementaire intergroep (een werkgroep van geïnteresseerde parlementariërs) die zich bezighoudt met vergrijzing. De beroepsbevolking wordt immers steeds ouder en als Europa moeten we hierop anticiperen door ouderen te betrekken in het arbeidsproces.



1.4. Hoe staat het met Nederland?

Het onderwijsniveau van de Nederlandse bevolking is in vergelijking met de rest van Europa redelijk hoog. In 2002 had bijna 25 % van de Nederlandse bevolking tussen 25 en 64 jaar een hogere opleiding gevolgd. Dit houdt in dat ze met succes een hogere beroepsopleiding (hbo) of universitaire opleiding (wo) afgerond hebben. (Voor de EU-15 was dit aandeel gemiddeld 22 %.)

Wat de hervormingen van beroepsonderwijs en -opleiding betreft, is de financiering van het hoger onderwijs voor veel landen nog steeds een groot probleem. Nederland besteedt 4.99 % van het Bruto Binnenlands Product (BBP) aan onderwijs. (Ter vergelijking: in Denemarken is dit 8.50 %)



Onderwijs uitgaven als aandeel van het BBP, 2000

In het regeerakkoord 'Samen werken, samen leven' besteedt het nieuwe kabinet Balkenende IV veel aandacht aan onderwijs. De centrale uitdaging in het akkoord is investeren in kennis en vaardigheden van mensen en hen in staat te stellen langer productief te zijn en maatschappelijk betrokken te blijven. Zonder bloeiende economie, gunstig investeringsklimaat en gezonde concurrentiepositie zijn er in de toekomst onvoldoende banen en onvoldoende mogelijkheden voor goede zorg en hoogwaardige publieke voorzieningen. Het kabinet is zich ervan bewust dat onze samenleving vergrijsd en dat onze beroepsbevolking gemiddeld ouder wordt. Dat vraagt om vernieuwingen in de manier van werken, het onderwijs, de sociale zekerheid en de zorg. Het nieuwe kabinet benadrukt een verbeterde samenwerking tussen universiteiten, hogescholen, kenniscentra en het bedrijfsleven.

1.5. Hoe verder?

Om de onderwijsdoelstellingen te kunnen behalen heeft de Europese Commissie een gedetailleerd werkprogramma opgesteld voor de follow-up op het gebied van de doelstellingen voor de onderwijs- en opleidingsstelsels in Europa. Uitgangspunt hierin is dat lidstaten moeten samenwerken om zoveel mogelijk kennis te vergaren. De Commissie benadrukt hierbij dat dit een goede samenwerking tussen lidstaten vereist; het is immers een Europese uitdaging en niet die van individuele lidstaten. Europa moet een team vormen. Wel een taak voor de lidstaten is om onderwijs, onderzoek en innovatie hoog op de agenda te zetten. Ook moet er binnen de lidstaten meer aandacht besteed worden aan levenslang leren.

Momenteel wordt in het Europees Parlement tevens de laatste hand gelegd aan een rapport over het ontwerpvoorstel van de Europese Commissie om een 'Europees Instituut voor Technologie' (EIT) op te richten. Net als in het Massachusetts Institute of Technology (MIT) moet dit instituut privé-gelden van bedrijven in contact brengen met de onderzoekers aan de universiteiten. Het EIT heeft tot doel het bijeen brengen van het bedrijfsleven, vooral ook het MKB, de academische en de onderzoekswereld om in 2010 te voldoen aan de 'Lissabondoelstelling'. Het instituut zal zich in eerste instantie richten op het verkleinen van de kloof tussen kennis en innovatie. Maar al te veel Europese uitvindingen worden niet in Europa gecommmercialiseerd. Deze 'kenniskloof' moet worden overbrugd. Het EIT wordt geen nieuwe superuniversiteit, maar een samenwerkingsverband van eersteklas bestaande Europese instituten. Verder zal het EIT bestaan uit een netwerk van Kennis- en Innovatie-instellingen. Daar doen dan ook Nederlandse partners aan mee, op voorwaarde dat zij zich richten op de 'kennisdriehoek': onderwijs, kennis en innovatie. Ik ben een voorstander van het koppelen van onderzoek en het bedrijfsleven.

Kortom: Ik vind het belangrijk dat Europa zich inzet om de Lissabondoelstellingen te behalen. Ik steun het 'Life Long Learning'-programma dan ook van harte en ben ook een voorstander van de oprichting van het EIT. Steeds ben ik op zoek naar goede voorbeelden.



Omdat de koppeling tussen het onderzoek en het bedrijfsleven plaatsvindt op de HighTech Campus in Eindhoven, is dit een goed voorbeeld van samenwerking tussen kennisinstellingen, industrie en nieuwe start-ups. Daarom ontving ik in 2004 Eurocommissaris Janez Potočnik (Onderzoek) in Eindhoven.

2. EINDHOVEN: SPEERPUNT DESIGN

Eindhoven geeft het goede voorbeeld door als enige regio de Lissabondoelstellingen te behalen. Dit succes werd vooral behaald doordat in de regio Eindhoven 21 samenwerkende gemeenten, met zo'n 725.000 inwoners en 355.000 arbeidsplaatsen, de handen inéén hebben geslagen om optimaal gebruik te maken van de aanwezigheid van kennis (Educatie, Onderzoek & Ontwikkeling en Innovatie) in de regio. Een groot aantal hoog-technologische bedrijven, onderwijsinstellingen en kennisintensieve organisaties clusteren er samen en bieden compleetheit in de keten van fundamenteel onderzoek tot en met het ontwikkelen, produceren en het op de markt brengen van producten. Deze samenwerking wordt ook wel Brainport Eindhoven genoemd.

Een succesvolle samenwerking: Brainport Eindhoven/Zuidoost-Brabant is het trekpaard van de Nederlandse economie. Met in 2004 een bijna driemaal 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%).

Eén van de speerpunten van Brainport Eindhoven is design en Eindhoven tikkert als regio stevig aan de weg om haar internationale positie te verbeteren als toptechnologie regio. In de voormalige Philips fabrieken -de Witte Dame- is de Design Academy gevestigd, een school voor hoger beroepsonderwijs, gespecialiseerd in vormgeving en een vermaard instituut voor designonderwijs. Er is tegenwoordig veel internationale erkenning voor de school en haar afgestudeerden en de school is door het Britse designmagazine ICON op de vijfde plaats geplaatst in de lijst met meest bepalende personen, producten en instellingen van dit moment wereldwijd. De academie wordt geroemd om de hoge kwaliteit van de ontwerpers die zij op weet te leiden en de 'indrukwekkende staf van docenten'.

Om de combinatie van design en technologie ten volste te benutten is in 2004 'Design Connection Eindhoven region' (DCEr) opgericht. 'Design Connection Eindhoven region' heeft als belangrijkste taak, het boven tafel krijgen van 'business opportunities' op het snijvlak van design en technologie in de regio Eindhoven. Het doel van 'Design Connection Eindhoven region' is de uitbreiding van design gerelateerde (innovatieve) bedrijvigheid. Dit betekent:

- meer nieuwe bedrijven;
- meer omzet door nieuwe product/markt combinaties;
- meer gebruik van de nieuwste technologieën door designers;
- design als meetbaar concurrerend voordeel voor regionale bedrijven;
- vergroten van de koppeling tussen design en technologie, door het versterken van design disciplines die een sterke verwantschap hebben met technologie.

DesignConnection biedt hierbij ondersteuning door:

- Ondernemers binnen de creatieve en technologische industrie in de regio samen te brengen, te motiveren en te faciliteren, met de focus op het ontwikkelen van 'new business';
- De regio internationaal te profileren en te positioneren als topdesign en -technologie regio.

Eén van de projecten van 'Design Connection Eindhoven region' is de reizende tentoonstelling 'Made in Eindhoven'. Deze tentoonstelling geeft ontwerpers en ondernemers uit de regio de kans om zich internationaal te profileren. In steeds wisselende samenstelling reist de expositie de wereld rond om succesvolle combinaties van design en technologie uit de regio Eindhoven te presenteren. Naast werk van gevestigde ontwerpers toont de expositie ook regelmatig werk van studenten van Design Academy Eindhoven.

3. DE TENTOONSTELLING

In de week van 5-9 februari 2007 kwam de reizende tentoonstelling 'Made in Eindhoven region' op mijn uitnodiging naar het Europees Parlement in Brussel. De tentoonstelling liet met diverse lichtobjecten duidelijk zien wat de regio Eindhoven op het gebied van lichtontwerp en technologie te bieden heeft. De lichtontwerpen zijn afkomstig van afgestudeerden van Design Academy Eindhoven en van gerenommeerde productontwikkelingbureaus uit de regio. WATdesign zorgt voor de presentatie van de verschillende producten.

De uitnodiging voor deze tentoonstelling zag er als volgt uit:



Geachte,

Graag nodig ik u uit voor de opening van de tentoonstelling:
**"Training & Design in the Eindhoven Region:
 A Recipe for Growth in the EU"**
 Thema: Eindhoven, Licht en Design
 6 februari 2007 om 18:00 uur in het Europees Parlement

De openingstoespraak zal gehouden worden door
 Eurocommissaris **Ján Figel** (Onderwijs, Opleiding en Cultuur)

Met vriendelijke groet,

Lambert van Nistelrooij
 Lid Europees Parlement EVP-ED Fractie

Aanmelden via lambert.vannistelrooij@europarl.europa.eu
 Vanwege een beperkt aantal plaatsen is het aan te raden u snel aan te melden.
 Informatie over de plaats van afspraak ontvangt u met de bevestiging van uw aanmelding.
 Meer informatie: Tel. : 00 32 2 284 7 434

*De tentoonstelling kwam tot stand in samenwerking met
 Gemeente Eindhoven, BrabantStad en DesignConnection*



gemeente Eindhoven



Expositie "Training & Design in the Eindhoven Region: A Recipe for Growth in the EU"

Programma 6 februari 2007:

- 18:00 Opening expositie "Training & Design in the Eindhoven Region: A Recipe for Growth in the EU"
- 18:00 Welkom door Lambert van Nistelrooij (lid Europees Parlement)
- 18:10 Opening door Eurocommissaris Ján Figel (Onderwijs, Opleiding en Cultuur)
- 18:25 Korte reflectie door Ingrid van der Wacht (Project manager DesignConnection Eindhoven)

Iedere Europarlementariër heeft gedurende zijn/haar vijfjarig mandaat éénmaal de mogelijkheid om een expositie te organiseren in het Europees Parlement. Deze exposities mogen onder geen beding een commercieel karakter hebben, maar dienen om bijvoorbeeld de regio van de parlementariër te promoten. Al vanaf de zomer van 2004, het jaar waarin ik werd verkozen tot Europarlementslid, liep ik met het idee om een tentoonstelling te organiseren over design in Brabant, gekoppeld aan opleiding en training. Na een lange voorbereiding vond op 6 februari 2007 de opening plaats van de expositie 'Training & Design in the Eindhoven Region: A Recipe for Growth in the EU'. In Eindhoven komt immers alles samen; een hoge mate aan onderwijsinstututen (o.a. Fontys Hogescholen, ROC Eindhoven en de Technische Universiteit), gecombineerd met de link naar het bedrijfsleven en constante innovatie waarvoor jonge mensen opgeleid worden en door de grote aanwezigheid van design is cultuur ook vertegenwoordigd.

Ik was blij met de toezegging van Eurocommissaris Ján Figel (Onderwijs, Opleiding en Cultuur) om de openingstoespraak te houden bij deze opening. In zijn openingstoespraak benadrukte Eurocommissaris Figel het belang van investeren in opleiding en onderwijs van jongeren. Verder preees de Eurocommissaris de goede resultaten van Eindhoven:



"Investeren in opleiding en jeugd is essentieel voor onze toekomst" (Eurocommissaris Ján Figel)

OPENINGSTOESPRAAK JÁN FIGEL
(Eurocommissaris voor Opleiding, Onderwijs en Cultuur)

"Dear Mr van Nistelrooij,
Distinguished guests,
Ladies and Gentlemen,

Het is voor mij een eer en tegelijkertijd een groot genoegen om vandaag, samen met u, de tentoonstelling 'Training and Design in the Eindhoven region' te openen.

I would like to thank Mr. Van Nistelrooij for having invited me to this special event. I say special because this exhibition is the result of something special – of the unique human potential called creativity translated through technology into innovation.

Today's exhibition is about design. To me, design is a wonderful combination of creativity and technology. I am convinced that contemplating an object of design can stimulate our thinking in an unconventional and open way. Design can contribute to the broadening of our horizon and help us to look at our daily life from a different angle. This is one of the reasons why we should stimulate more creativity in our life. And I congratulate Eindhoven for being one of the top design regions in Europe.

I am also happy to see how the Eindhoven region promotes creativity in education. The Design Academy Eindhoven is an excellent example of it. I believe that creativity is something we are born with. But in order to be able to enjoy the results of the creativity we have to carefully develop this potential further. The role of education in this process is essential.

Investment in education and youth is key to our future. Young people are those in our society who are by nature often critical and think in a 'fresh way'. We often tend to suppress their natural creativity by saying 'you should' instead of saying 'you can do it like this'. Stimulation of the natural curiosity and creativity of young people through education is the way to innovation. And innovation is one of the most important answers to the challenges.

Ladies and gentlemen,

The designers often consider their work as a way of looking at the world through other people's eyes. They draw inspiration from empathy.

I think that they have a point. In Europe we need more empathy. We have to learn more about the needs of each other. Empathy is a wonderful expression – when connected with creativity it has two important dimensions: a social and an economic dimension.

The social dimension is linked directly to the understanding of our needs. Innovative products can make our life easier because through innovation we can improve the existing products and also develop new ones. Additionally, through cultural and creative expressions we contribute to strengthening the mutual understanding and better integration of cultures in Europe.

Concerning the economic dimension, there is a strong link between the culture and the Lisbon growth and jobs agenda. The cultural and creative sector is in this context often forgotten. The recent study on the "Economy of culture in Europe", elaborated for the Commission and which I presented to the culture ministers at December's Council, clearly shows that the creative and cultural sector brings money and creates jobs!



Culture contributes directly to the economic and social Lisbon objectives, in terms of GDP, growth and employment, as well as indirectly, through its link with the ICT sector, regional development and better attractiveness for the investments. The cultural and creative sector is still growing and developing at a higher pace than the rest of the economy.

Let me give you some examples: The turnover of the cultural and creative sector accounted in 2003 for more than 654 billion Euro. This is twice as much as the car industry in the same year could make (271 billion). The sector performs with the share of 2.6% of the EU GDP also better than the food, beverage and tobacco industries which represented 1.9% of the EU GDP.

Furthermore, the cultural and creative sector employed 5.8 million people (in 2004) which is equivalent to 3.1% of the total employed population in the EU25.

Those are impressive numbers. I hope that this study will help us to understand that economy and culture are interconnected as there is no doubt that there is a significant impact of this sector on growth and jobs in Europe.

The European Commission has been active in supporting the cultural and creative fields through its Community programmes, such as the Culture programme. In the framework of the Culture 2000 programme we provided grants to cultural cooperation projects in all artistic and cultural fields including visual and plastic arts, performing arts, literature and cultural history. The result of this were various festivals, master classes, exhibitions, new productions, tours, translations and conferences supporting the mobility of the artists, the cultural creation and the access to the art. The new Culture 2007 programme will build on these successes.

Another European initiative we are planning for 2009 is a European Year, which should aim at promoting creativity in Europe by strengthening the links between education and culture.

Ladies and gentlemen,

The need for better knowledge, training, research, development of new technologies and innovation became an often quoted phrase.

I am really happy to see that the Eindhoven region is an example where a combination of these words is translated into reality. Eindhoven represents a clear example where education, training and research successfully linked with the industries are resulting in the innovative technology and design.

In my mother language - Slovak – we have a nice saying: Pod lampou je najväčšia tma. (Under the lamp there is the biggest darkness.) The lightening is also a symbol of this exhibition. I am very glad to observe that under your lamp there is a light. You clearly see and exploit the possibilities which the education, training and industry altogether offer.

Dames en Heren bedankt voor uw aandacht.
Thank you very much for your attention."



Lambert en Eurocommissaris Ján Figel tijdens de opening van de tentoonstelling 'Training & Design in the Eindhoven Region: A Recipe for Growth in the EU.'
(Foto: Europees Parlement)



Ingrid van der Wacht (Project manager DesignConnection) geeft een korte reflectie tijdens de opening van de expositie
(Foto: Europees Parlement)

4. FOTO-OVERZICHT

'TRAINING & DESIGN IN DE EINDHOVEN REGIO: RECEPT VOOR GROEI IN DE EU'



Foto's Europees Parlement



*“Vaak zijn de beste oplossingen vrij simpel.
Deze tentoonstelling geeft aan dat simpele ideeën toch wel heel leuk kunnen zijn.”
(Ries van der Sanden, aanwezig tijdens de opening)*



Foto's Lorinde Verhees



Foto's Europees Parlement



5.1. BELLEN MET BRUSSEL:

INTERVIEW BEDRIJVIG BRABANT MET LAMBERT VAN NISTELROOIJ

Met vragen van Marco de Jongebaas

Brussel ligt slechts honderd kilometer van Noord-Brabant Voor de meeste mensen is het echter een andere wereld, zo ook voor ondernemers. Toch worden er aan de burelen van de Europese Unie dagelijks besluiten genomen die hen aangaan. In deze rubriek bellen we met Brabantse lobbyisten en parlementariërs en nemen een kijkje in de Europese keuken. Deze keer is het de beurt aan Lambert van Nistelrooij, Europarlementariër voor de EVP/ED-fractie, waar het CDA deel van uitmaakt.

Nog iets gebeurd in Brussel deze maand?

'Jazeker. Ik organiseerde in het Europees Parlement een druk bijgewoonde presentatie van jong en vooruitstrevend aanstromend designtalent uit Brabant. Aansluitend vond de feestelijke opening plaats van mijn tentoonstelling: 'Opleiding & Design in de Regio Eindhoven: Een recept voor groei in de Europese Unie.'

Hoe is dit evenement tot stand gekomen?

'Ik mocht vorig jaar één van de nationale designprijzen uitreiken en heb goed contact met de Design Academy Eindhoven. Design is één van de gebieden waar Noord-Brabant in excelleert. Bovendien tikt het enorm door in economische activiteit. Ik vind het belangrijk dat we kijken naar de economie van de toekomst: dat zal een 'meerwaarde-economie' zijn, zoals design aan producten extra waarde geeft. Daar moeten we nu onze jongeren voor opleiden.'

Hoe bijzonder is zo'n tentoonstelling?

'Met de komst van twaalf nieuwe EU-staten kunnen we zo iets nog maar eens in de twee jaar organiseren. Meer capaciteit is er niet. Dat betekent voor mij dat ik een overwogen keuze moet maken. Hoe zet je Noord-Brabant het best op de kaart? Design kan daarin een belangrijke rol spelen.'

Wat is het belang ervan?

'In Brussel leeft de gedachte dat we verwickeld zijn in een globale concurrentiestrijd enorm. Daarom is de Europese Commissie altijd op zoek naar 'best practices'. Men wil zien hoe het ook kan. In Noord-Brabant zien we niet altijd hoe goed we zijn; hoe uniek we gebruik maken van de samenwerkingsverbanden tussen overheid, bedrijfsleven, opleiding van jong talent en kennisinstututen in het vormgeven van onze regio.'

Is de tentoonstelling een succes?

'Absoluut. Noord-Brabant is goed zichtbaar. En Eurocommissaris Ján Figel van Onderwijs, Opleiding en Cultuur, die de tentoonstelling opende, is ontzettend enthousiast. En dat werkt door.'

Moeten dit soort bijeenkomsten dan niet vaker plaatsvinden dan eens in de twee jaar?

'Onze activiteiten onttrekken zich nogal eens aan het oog van Noord-Brabant. Maar we zijn goed vertegenwoordigd en de lobby is effectief. De mensen van de Provincie, Brainport en de steden, hogescholen en universiteiten zijn zeer actief. Dat geldt ook voor de lobby vanuit bedrijven als Philips, Stork en ASML. Brabant is wat dat betreft prima bezig. Ook zo wordt Europa voor de burger tastbaar en dichtbij gehaald. Dat is ook mijn slagzin: 'Europa Dichtbij'.'

Ook werd aandacht besteed aan de tentoonstelling in Europa Decentraal, wekelijkse nieuwsbrief voor gemeenten, provincies en waterschappen:

Huis van de
NEDERLANDSE Provincies



Interprovinciaal Overleg



5.2. CREATIVITEIT ALS MOTOR VAN GROEI IN DE REGIO

Door: Ingelise de Boer, Huis van de Nederlandse Provincies te Brussel

De vijf Brabantse Steden die samen het netwerk BrabantStad vormen – Breda, Tilburg, Eindhoven, Helmond en Den Bosch – evenals de Provincie Brabant organiseerden op 6 februari in Brussel reeds een evenement waarmee een voorbeeld werd gegeven van hoe innovatie de regionale economie kan stimuleren. Onder de titel Wow Creativity presenteerden verschillende Brabantse ondernemers de vernieuwende inslag van hun bedrijf. Het symposium werd afgesloten met de opening van een tentoonstelling in het Europees Parlement met werk van de Design Academy in Eindhoven. Euro-parlementariër Lambert van Nistelrooij was gastheer van deze tentoonstelling.

Bron: Europese Ster 12 februari 2007

Onderstaand artikel verscheen in het Brabant Magazine (Jaargang 10, nummer 2)

5.3. BRABANTSTAD ORGANISEERT WOW CREATIVITY EVENEMENT IN EUROPEES PARLEMENT: CREATIEF EN INNOVATIEF BRABANT IN DE SCHIJNWERPERS

André Driesen

Steen voor steen timmert BrabantStad aan de weg. De ambitie: uitgroeien tot één van de toonaangevende kennis- en innovatieregio's van Europa. Begin februari zette BrabantStad zichzelf in de Europese etalage met het evenement 'WOW Creativity BrabantStad'. De 'EU-stakeholders' kregen in het Europees Parlement in Brussel te horen wat Brabant in huis heeft.

Op zijn industriële grondvesten bouwt Noord-Brabant aan de toekomst. Mét creativiteit en innovatieve ideeën. Samen met BrabantStad nam Europarlementariër Lambert van Nistelrooij (CDA) het initiatief om EU-stakeholders kennis te laten maken met creatief ondernemerschap in Brabant. Als locatie viel de keuze op het Europees Parlement. Een verrassende keuze. Een vergaderzaal is niet de eerste plek die je met creativiteit associeert. Ook opvallend: normaal gesproken worden in deze ruimte meer kritische vragen gesteld.

Kracht van synthese

Na het welkomstwoord van dagvoorzitter Tet Reuvers van de Design Academy in Eindhoven schetst Lambert van Nistelrooij (CDA) als eerste de kansen van BrabantStad. "De synthese van de vijf grootste Brabantse steden én Brainport Eindhoven als de snelst groeiende Economische regio van zowel Nederland als Europa bieden ongekende mogelijkheden voor BrabantStad."

Gedeputeerde Wim Luijendijk (PvdA) voor cultuur, onderwijs, sociaal beleid deelt zijn mening. Hij voegt daar nog aan toe: "Als we cultuur en economie hand in hand laten gaan, is er voor BrabantStad een mooie toekomst weggelegd. Het is onze wens om BrabantStad te nomineren voor Culturele Hoofdstad van Europa in 2018. Om deze nominatie in de wacht te slepen, moeten we eendrachtig samenwerken. Vooral uitwisseling van ideeën is daarbij belangrijk."

Brabantse ondernemersgeest

Mooie woorden, maar wat vindt het bedrijfsleven? Temidden van mantelpakjes en maatpakken lijken de drie Brabantse ondernemers een vreemde eend in de bijt. Gekleed in het zwart geven zij een kleurrijke presentatie. Frank Peters bij namens de Game Academy in Breda het spits af. Heel toepasselijk vroeg hij studenten van de in september 2006 gestarte opleiding een video te maken. Zo krijgen we een indruk van het ontwerpen en ontwikkelen van videogames. De Game Academy is volgens hem het antwoord op een vraag die in de markt leeft. "De game-industrie heeft een hoge vlucht genomen. Waarom? Games worden voor steeds meer doeleinden gebruikt. Voor onderwijs, voor ontspanning en in de reclame. Wij voorzien dus duidelijk in een behoefte."

GEDURFDE MARKETING

Floris van Bommel laat in zijn presentatie de meerwaarde van innovatie zien. Zijn familiebedrijf is groot geworden met een klassiek ontwerp. Onder de naam 'Floris van Bommel' bracht het bedrijf tien jaar geleden een modieuze variant op de markt. "Vorig jaar verkochten we van onze modieuze collectie net zoveel schoenen als van de klassieke uitvoeringen. Het succes is voor een groot deel te danken aan een gedurfde marketing. Zo zijn we bijvoorbeeld official supplier geworden van de Formule 1. Dat is gewaagd. Vergelijkbaar met de paus die een rockband start."

Kleurrijk textiel

Het laatste succesverhaal komt uit de mond van Henk Bremer. Zijn bedrijf Vlisco is marktleider in Afrikaanse textielprints. "De rijke kleuren en motieven van Vlisco zijn overal in het straatbeeld te zien. Op de markt, in het dagelijkse leven, bij feesten en bij begrafenissen. Gekscherend wordt wel eens gezegd dat er meer Vlisco onder de grond ligt dan daarboven."

Drie jaar geleden kreeg het Helmondse bedrijf concurrentie uit China. Achteloos werden de ontwerpen gekopieerd. Vlisco gooide het over een andere boeg. Henk Bremer: "Behalve als textielabriek onderscheiden we ons nu ook als modehuis. Onze creaties zijn stuk voor stuk elegant, kwalitatief hoogwaardig, prikkelen de fantasie en ze stralen klasse uit."

Rol van design

Aan het einde van de middag sluit dagvoorzitter Tet Reuver het programma af met een reflectie. Haar woorden onderstrepen de verhalen die de drie Brabantse ondernemers zojuist verteld hebben. "Fantasie en creativiteit zijn de drijvende kracht achter strategie. We hebben behoefte aan ondernemers met fantasie. Design neemt de rol van marketing over. Design is meer dan een mooi product. Het is ook een manier van communiceren en een middel om de organisatie in te richten."

Wat is nu de conclusie van een op het eerste gezicht, inspirerende middag? Creativiteit laat zich niet van- gen in mooie woorden, uitgesproken door verantwoordelijke politici. Henk Bremer verwoordde dat gevoel na afloop als volgt: "Als ik hier in het Europees Parlement rondloop en we praten over creativiteit, dan moet er nog een hoop gebeuren."

Waarom startte de middag niet met de korte videofilm die op de cd-rom stond, die alle bezoekers mee naar huis kregen? Overtuigender kun je niet laten hoe creatief en innovatief Brabant is. Meer informatie: www.brabantstad.nl

Tet Reuver, Design Academy, Eindhoven: "BrabantStad heeft een overwicht in technologie en design, inge- bed in een cultuur met een sterke aantrekkingskracht. Brabanders zijn flexibel, oplossingsgericht en heb- ben een innovatieve manier van denken in hun genen. We geloven in elkaars kracht en kwaliteit. Het is de kunst om vooruit te kijken, trends te signaleren en te kijken welke meerwaarde we als regio hebben."

Lambert van Nistelrooij, Europarlementariër CDA: "Overall in Europa zien we clustering van activiteiten. Regio's proberen zich zo te onderscheiden met het oog op de toekomst. Ook BrabantStad wil zich als sterke economische regio manifesteren. Concentratie op creativiteit en open innovatie is daarbij nodig om Bra- bantStad en Brainport Eindhoven in Europa een rol van betekenis te laten spelen."

Wim Luijendijk, Gedeputeerde Provincie Noord-Brabant: "Op zoek naar toekomstige partnerships moeten we BrabantStad zoveel mogelijk onder de aandacht brengen. Een evenement als WOW Creativity opent deuren voor de toekomst. Natuurlijk zijn we er nog lang niet. Het is ook een kwestie van lange adem. Laat ik zeggen dat we vandaag de deur op een kier hebben gezet."

Frank Peters, Game Academy NHVT, Breda: "Ontwerpen en ontwikkelen van videogames illustreert op kleine schaal hoe BrabantStad creativiteit kan inzetten. Samenwerken is een absolute must om resultaten te boeken. Alleen kom je er niet. Dat geven we onze studenten mee. Een videogame is een kruisbestuiving tussen verschillende disciplines: designers, artiesten en technici."

Floris van Bommel, Van Bommel Schoenen, Moergestel: "Als Brabants bedrijf herkennen we ons natuurlijk in de ambities van BrabantStad. Om die te verwezenlijken is samenwerken heel belangrijk. Nog belangrij- ker is het om talenten aan te trekken. Mensen die op creatieve en gedurfde wijze vorm en inhoud kunnen geven aan onze gemeenschappelijke doelstellingen. Alleen zo kunnen we ons echt profileren."

Henk Bremer, Vlisco, Helmond: "Het klinkt als een cliché, maar een goedgekozen beeld zegt meer dan duizend woorden. Denken in woorden en communiceren in grafieken is niet voldoende. Visualiseren van boodschappen is veel krachtiger. Haal de inspiratie voor oplossingen uit innovatie en creatie. Mijn erva- ring zegt dat dat veel beter werkt."

6. BRABANTSTAD WORKSHOP 'WOW CREATIVITY'

Voorafgaand aan de opening van de tentoonstelling organiseerde ik de workshop WOW Creativity. Deze workshop had als doel het aanwezige creatieve ondernemerschap uit Brabant te presenteren aan de stakeholders in Europa: politici en besluitnemers in de EU- arena. De organisatie van deze workshop lag in handen van BrabantStad, het een samenwerkingsverband tussen de vijf grootste steden van Brabant - Breda, Eindhoven, Helmond, 's-Hertogenbosch en Tilburg (de B5) - en de Provincie. In het programma presenteerden verschillende Brabantse ondernemers hun producten.



Workshop WOW Creativity BrabantStad

Programma:

- 15:15 uur *Inloop met koffie en thee*
- 15:30 uur *Welkom door dagvoorzitter Tet Reuver, Design Academy Eindhoven*
- 15:35 uur *Opening door Lambert van Nistelrooij, Europarlementariër CDA*
- 15:40 uur *Interview gedeputeerde Wim Luijendijk voor cultuur, onderwijs, sociaal beleid.*
- 15:50 uur *Presentatie door de Frank Peters, Game Academy Breda*
- 16:10 uur *Presentatie door Floris van Bommel, ontwerper en producent van de 'Van Bommel schoen'*
- 16:30 uur *'Meet and greet', het BrabantStad-potentieel*
- 17:00 uur *Presentatie door Henk Bremer, Vlisco leider op de wereldmarkt in Afrikaanse textielprints*
- 17:20 uur *Reflectie door de dagvoorzitter*
- 17:45 uur *Vertrek richting opening tentoonstelling "Training & Design: Eindhoven Region for Growth in the EU" in het Europees Parlement.*

*"Haal de inspiratie voor oplossingen uit innovatie en creatie."
(Henk Bremer, Vlisco)*



Foto Lorelinde Verhees

“Brabanders zijn flexibel, oplossingsgericht en hebben een innovatieve manier van denken in hun genen. We geloven in elkaars kracht en kwaliteit. Het is de kunst om vooruit te kijken, trends te signaleren en te kijken welke meerwaarde we als regio hebben.” (Tet Reuver, manager Culturele & Commerciële Zaken Design Academy Eindhoven)



Foto Lorelinde Verhees

Om bij de workshop 'WOW Creativity' de samenhang met de tentoonstelling 'Training & Design in the Eindhoven Region: A Recipe for Growth in the EU' te beklemtonen, trad mevrouw Tet Reuver (Manager Culturele & Commerciële Zaken Design Academy Eindhoven) op als dagvoorzitter. Aan het einde van de workshop blikte zij terug op de presentaties en legde daarbij vooral de link met design in de regio (in het Engels):

REFLECTIONS WOW CREATIVITY BRABANTSTAD

Mw. Tet Reuver (Design Academy Eindhoven)

"The power of Europe is that we are able to think in identities. We are inspired by our strong historical connection and recognize each region in its individuality and identity. We believe in each others strength and qualities and it is therefore so important to look beyond and search for trends in the world to analyse what added value can be given in each region.

Was the 20th century the age of the marketeers, the 21st will be the age of the designers.

The human being is a creator. Our mission and greatest joy is to be part of an energy that creates beauty and excellence. The new management paradigm is the rise of the design economy. Companies realize that we need leaders with imagination. Open their organizations for design thinkers who are able to work with mysteries, abstract solutions and with uncertainties. Who are empathic and have a deep understanding of the needs of the customer and the context. Who are working with different disciplines in a team, observing and understanding the human behaviour.

Design is often about an idea that cannot be proven but with a strong sense of believe and passion. With many companies it is the other way around: "What cannot be measured, will not be done". Most of the big companies like Wal-Mart, Dell and McDonald's had once one big idea, completely standardized, globalized it and made millions. Now we are looking for different ways in which we can envisage passion, pride and profit instead of old values like people, planet, and profit. We want a business culture driven by fundamental values and a deep sense of purpose in which wealth is accumulated to generate a decent profit while acting to raise the common good. The emphasis is on 'stakeholder value', where stakeholders include the human race, present and future, and the planet itself. These are the values of spiritual capital. Designers are focussed on a belief in something new, different and better with those values in mind.

Design can be the organisational principle of the company structure and the way to communicate. Design is much more than a beautiful product. Everyone in the organization shall be a design thinker that will lead to a communal creation; the next step in company strategies. For sure; "strategy is imagination!"

7. CULTURELE IDENTITEIT ALS TROEF: BRABANT CULTURELE HOOFDSTAD VAN EUROPA?

De workshop en de tentoonstelling illustreerden wat cijfers al langer lieten zien: de Noord-Brabantse economie doet het goed. Dit heeft in de eerste plaats te maken met de aanwezige productiefactoren en het optimale gebruik hiervan, maar het belang van cultuur moet hierbij niet onderschat worden. Cultuur bepaalt in zeer grote mate de identiteitsbeleving van mensen, het bepaalt wie zij zijn. Een sterke cultuur is tevens van vitaal belang voor de ontwikkeling van een regionale identiteit. Een regionale identiteit hebben houdt in dat men zich bewust is van de mogelijkheden binnen de regio. Men weet wat de sterke en zwakke kanten zijn en kan zo leren om zich in te zetten op datgene waar hij het beste in is. Met andere woorden, men moet optimaal gebruik maken van de regionale troeven.

In Brabant is de samenhang tussen cultuur en economie op een goede wijze benut. Een goed voorbeeld hiervan is bijvoorbeeld Brainport. Om ook op internationaal gebied als voorbeeld te dienen, heeft Brabant het voornemen zich kandidaat te stellen om culturele hoofdstad van Europa te worden in 2018.

Elk jaar wordt door het Europees Parlement een culturele hoofdstad van Europa gekozen.

Het doel hiervan is de rijkdom, de verscheidenheid en de gemeenschappelijke kenmerken van de Europese culturen tot hun recht te laten komen en ertoe bij te dragen dat de burgers van de Europese Unie elkaar beter leren kennen.

In december 2006 maakte Brabant dit voornemen bekend:

19 DECEMBER 2006

GEZAMENLIJKE LOBBY BRABANTSTAD CULTURELE HOOFDSTAD 2018 PROVINCIE EN B5 STEDEN ZETTEN HANDTEKENING

's-Hertogenbosch 19 december – Breda, Eindhoven, Helmond, 's-Hertogenbosch en Tilburg (B5) hebben vandaag samen met de Provincie het convenant 'BrabantStad Culturele Hoofdstad 2018' ondertekend. Doelstelling: een gezamenlijke focus, samen optrekken, investeren en lobbyen om te komen tot BrabantStad Culturele Hoofdstad van Europa in 2018.

Eerder dit jaar spraken de steden samen met de Provincie deze intentie al uit tijdens drie diners pensant. Ook vertegenwoordigers van kunst- en cultuurinstellingen, culturele ondernemingen, bedrijfsleven, universiteiten, hogescholen en politiek hebben hun ideeën ingebracht tijdens deze diners. De gezamenlijke ambitie is vastgelegd in een convenant, dat vandaag is ondertekend in aanwezigheid van Commissaris van de Koningin Maij-Weggen.

De verwachting is dat kandidaatstelling een enorme impuls zal geven aan de culturele beleving in Brabant, het culturele productieklimate en de financiële basis voor de culturele sector. En ook aan de bekendheid, het vestigingsklimaat en de economische concurrentiepositie van BrabantStad in Europa. De kandidatuur van het stedelijk netwerk BrabantStad is eigentijds en onderscheidend. De kracht van de samenwerking maakt een inzet mogelijk die de steden afzonderlijk en zonder de ondersteuning van de Provincie niet kunnen realiseren.

Culturele Hoofdstad is een stip op de horizon; de weg ernaar toe is even interessant als het doel zelf en kan bijdragen aan internationalisering van de culturele infrastructuur van Brabant. De ambitie om die Culturele Hoofdstad te worden sluit nauw aan bij het provinciale ontwikkelingsprogramma Cultuur & Economie (vastgesteld in 2006) en bij de bestuursakkoorden van de B5. Elk van de vijf Brabantse steden streeft er naar het eigen culturele klimaat te versterken en heeft projecten op stapel staan om ruimte te geven aan onder andere creatieve bedrijven.

Voor de start van het traject Culturele Hoofdstad 2018 wordt een 'cultureel informateur' aange- trokken. Die zal onder meer het oor te luister leggen bij alle betrokken partijen en een cultureel profiel van de stad/regio opstellen. In 2011 wordt beslist over de Nederlandse inbreng voor Culturele Hoofdstad 2018.

BrabantStad Culturele Hoofdstad van Europa: het idee blijkt aan te spreken. Het jaar 2018 is nu nog een stip op de horizon, maar de weg er naar toe is minstens even interessant als het doel zelf. De verwachting is dat kandidaatstelling een enorme impuls kan betekenen voor de culturele beleving in Brabant en het culturele productieklimaat. Maar zeker ook voor de bekendheid van de regio en de economische concurrentiepositie van Brabant in Europa.

(Bron: Persbericht BrabantStad 19 december 2006)

8. CONCLUSIE

Als Europa vooruit wil en mee wil doen in de wereldeconomie moeten we blijven investeren in kennis. Kennis is de sleutel voor Europa om in de mondiale competitie het hoofd boven water te houden. Nederland heeft voor de periode 2007-2013 3,2 miljard euro ontvangen voor onderzoek, maar vooral ook opleiding moet hierbij niet uit het oog verloren worden. Menselijk kapitaal en opleiding zijn de toegevoegde waarde in onze productie en we moeten hierin blijven investeren. Opleiding en onderwijs staan aan het begin van alles; hier raken jonge mensen enthousiast en ontspringen ideeën. We moeten door onderwijs, opleiding en onderzoek, 'kennis, kunde en kassa' dichterbij elkaar brengen.

Zaak is dus te blijven investeren om de innovatieve capaciteit ten volle te benutten. Nieuwe ideeën blijven stimuleren en blijven investeren in innovatie binnen bedrijven, overheid en hogescholen. Als Europa in 2010 de meest competitieve economie in de wereld wil zijn (Lissabondoelstelling), moeten wij blijven inzetten op innovatie en ondernemerschap binnen onze regio.

Onze regio heeft bewezen dat wij op de goede weg zijn. Met projecten om de innovatie te stimuleren, maar ook door de relatie te leggen met cultuur. Cultuur kenmerkt immers wie we zijn, het bepaalt onze identiteit. Ook onze regionale identiteit hangt hiermee samen. Wij hebben in Brabant geleerd om deze regionale identiteit optimaal in te zetten. We zijn ons bewust van onze sterke kanten en kunnen vooruit door deze te gebruiken.

Eerder in deze publicatie gaf ik al aan hier graag met u over van gedachten te willen wisselen. Wat gaat er goed, maar vooral wat kan er beter? Nogmaals, uw ideeën zijn meer dan welkom.

Voor nu kan ik alleen maar beklemtonen dat we moeten blijven inzetten op onze troeven. Dit kunnen we alleen maar doen door hard te werken. Hard werken, investeren in onze creativiteit, maar bovenal investeren in mensen. Met Brabant als goede voorbeeld!



PERSONALIA LAMBERT VAN NISTELROOIJ**Lambert van Nistelrooij**

Christen Democratisch Appèl (CDA)

1953, Nuland. Diploma's geografie en geschiedenis (Tilburg) en sociale geografie (Katholieke Universiteit Nijmegen, 1979). Gemeenteraadslid Nuland (1978-1982). Medewerker Stadsbestuur Tilburg (1979 - 1983). Medewerker provincie Gelderland (1983 - 1988), Diensthoofd Noord-Brabantse Christelijke Boerenbond (1987-1991).

Sinds 2004: Lid van het Europees Parlement (EVP-ED fractie)

In het Europees Parlement:

- Coördinator voor de EVP in de commissie Regionale Ontwikkeling;
- Lid Commissie Regionale Ontwikkeling;
- Plaatsvervangend lid in de Commissie Industrie, Onderzoek en Energie;
- Plaatsvervangend lid in de Commissie Milieubeheer, Volksgezondheid en Voedselveiligheid
- Lid Interparlementaire delegatie EUROLAT;
- Plaatsvervangend lid in de interparlementaire delegatie voor de ANDES-landen;
- Plaatsvervangend lid in de gemengde parlementaire delegatie voor EU - Chili;
- Vice-voorzitter van de parlementaire intergroepen over stedelijke ontwikkeling en over vergrijzing.

Ervaring op Regionaal Beleid:

- Voorzitter Europese Vereniging van Grensregio's (2004 - heden, herkozen in 2006)
- Lid Nederlandse delegaties in het Congres van Lokale en Regionale Overheden in Europa (ondervoorzitter commissie institutionele zaken, 1995-2003)
- Vice-voorzitter Vergadering van de Regio's van Europa (1992-2003);
- Lid Gedeputeerde Staten van Noord-Brabant (1991-2003)
- Lid provinciale Staten van Noord-Brabant (1982-2003)

Sinds 2006 bestuurslid European Internet Foundation (EIF), Lid van Raad van Advies Netcarity (Netwerk voor Zorg en Veiligheid voor Ouderen in hun Thuisomgeving), lid van Comité van Aanbeveling van het Oost Europa Centrum te Tilburg.

Verder:

Voormalig voorzitter Nederlandse Epilepsiestichting, voorzitter Stichting "Smart Homes" (nationaal centrum voor domotica en innovatie), voorzitter Perspekt Instituut voor Nederlandse Kwaliteitsstandaarden in de Zorgsector en "ALIVE, European Challenge to Ageing" (1999-2003). Voorzitter CDA Maasdonk (2000 - heden). Lid van Raad van Advies Europese Regio's voor Innovatie (Errin) (2005 - heden).



DE REEKS 'EUROPA DICHTBIJ SPECIAL':

- 1. Regionaal beleid revisited**
 - mei 2004
- 2. Van Halderberge tot Deurne / Europese referendumcampagne**
 - juli 2005
- 3. Een jaar in Brussel: persoverzicht**
 - september 2005
- 4. Making Innovation Visible**
 - december 2005
- 5. Vergrijzing, kans en uitdaging**
 - december 2005
- 6. Europa Dichtbij: Handleiding EU regionaal beleid in Nederland**
 - augustus 2006
- 7. Twee jaar in Brussel: persoverzicht**
 - november 2006
- 8. Energie is 'Hot'**
 - december 2006
- 9. Creatieve Industrie: Recept voor Groei**
 - mei 2007