

# Evaluatie Innovatie-estafette 2011

#ines11

Ministerie van Infrastructuur & Milieu

21 december 2011

Eindrapport

9W9820



**ROYAL HASKONING**  
Enhancing Society





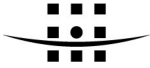
**HASKONING NEDERLAND B.V.**  
**STRATEGIE EN MANAGEMENT CONSULTANTS**

Barbarossastraat 35  
Postbus 151  
6500 AD Nijmegen  
+31 24 328 42 84 Telefoon  
Fax  
info@nijmegen.royalhaskoning.com E-mail  
www.royalhaskoning.com Internet  
Arnhem 09122561 KvK

Documenttitel Evaluatie Innovatie-estafette 2011  
#ines11  
Verkorte documenttitel  
Status Eindrapport  
Datum 21 december 2011  
Projectnaam Evaluatie Innovatie-estafette  
Projectnummer 9W9820  
Opdrachtgever Ministerie van Infrastructuur & Milieu  
Referentie 9W9820/R/903860/Nijm

Auteur(s) Harald Blonk en Lucie Terwel  
Collegiale toets Lucie Terwel  
Datum/paraaf .....  
Vrijgegeven door  
Datum/paraaf .....





## **SAMENVATTING**

Hét tweejaarlijkse evenement van De Club van Maarssen vond 4 oktober weer plaats. De Innovatie-estafette (#ines11) trok tweeduizend deelnemers uit het bedrijfsleven, kennisinstellingen en overheden aan. De inmiddels vierde editie van de Innovatie-estafette vond plaats in de Van Nelle Fabriek in Rotterdam en beruiste op vijf basisthema's: Water en Klimaat, Duurzame ontwikkeling en Grondstoffenschaarste, Mobiliteit, Bouw en Logistiek, Ruimte en Gebiedsontwikkeling en De Kracht van de Samenleving.

De Innovatie-estafette is er om als vliegwiel te dienen voor sectoroverschrijdende innovaties, om doorbraken te realiseren en om mensen in beweging te brengen. Mensen worden geïnspireerd en enthousiast gemaakt, zodat bedrijven, kennisinstellingen, maatschappelijke organisaties, overheden en onderwijsinstellingen worden verbonden in concrete samenwerking. Het succes van de Innovatie-estafette wordt door de organisatie afgemeten aan het maatschappelijke effect waaraan de Innovatie-estafette bijdraagt, door de (crosssectorale) concrete producten die behaald worden op de Innovatie-estafette en door het gevoel en de energie van de deelnemers tijdens de Innovatie-estafette en de periode daarna.

In opdracht van het ministerie van Infrastructuur & Milieu is door Royal Haskoning SMC onderzocht of de doelstellingen van de Innovatie-estafette 2011 zijn bereikt. Deze evaluatie bestaat uit meerdere onderdelen en methoden:

1. Veertig "live" Interviews onder de aanwezigen op 4 oktober;
2. Schriftelijke interviews met de helft van de workshopleiders;
3. Evaluerende workshops met sleutelfiguren uit de organisatie;
4. Evaluatie van de organisatie van de voorbereiding van de #ines11;
5. Online enquête onder de deelnemers (304 respondenten).

Dit rapport biedt de uitkomsten van de analyse van deze activiteiten. We vatten de belangrijkste uitkomsten van de vijf onderdelen hieronder samen. Hierbij maken we een onderscheid tussen 'successen' en 'leer- en aandachtspunten':

### **Successen**

- De 4<sup>e</sup> editie is goed bezocht. Er is sprake van een stijgende lijn in het aantal deelnemers door de jaren heen (2007: 1200; 2009: 1500; 2011: 2000);
- Het gemiddelde rapportcijfer uit de online enquête is een 7,3. Uit de 'live' interviews blijkt een hoger gemiddelde (7,5) voor het evenement als geheel. Het plenaire deel (7,4), de beursvloer (7,3) en de locatie (7,5) zijn ook door hen goed gewaardeerd.
- Negen op de tien mensen geeft aan zijn/haar doel te hebben gerealiseerd;
- Bijna 40 procent van de bezoekers komt om inspiratie op te doen. Bijna drie op de tien bezoekers geeft aan dat het brengen van kennis hun voornaamste doel is. Voor 19% van de bezoekers gaat het bij de Innovatie-estafette primair om het opbouwen van contacten;
- De online enquête laat zien dat de respondenten de onderstaande stellingen deelden (>50% positieve score):
  - Ik ben geïnspireerd en enthousiast gemaakt!
  - Ik heb contact gelegd met mensen uit andere sectoren.
  - Ik heb behaalde successen en resultaten gezien.
  - Ik heb thematisch sectordoorsnijdende projecten gezien.

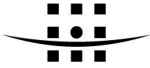


- De Innovatie-estafette draagt bij aan het maatschappelijke effect: 'een schoon, bereikbaar, veilig en duurzaam Nederland' en 'een uitstekende samenwerking tussen overheid, bedrijfsleven, kennisinstellingen en onderwijsinstellingen'
  - De Innovatie-estafette was wervend voor jonge ondernemers en studenten.
  - Ik ben geprikkeld om nog een keer deel te nemen aan een Innovatie-estafette
- Ten opzichte van 2009 is er vooral een duidelijke positieve verandering te zien in het wervende karakter van de Innovatie-estafette voor jonge ondernemers en studenten, de meeste andere stellingen leveren een vergelijkbare score op;
  - De voorbereidingsessies, de bottom-up aanpak en de open houding van de organisatie hebben een zeer belangrijke en waardevolle rol gespeeld.

### **Leer- en aandachtspunten**

Naast deze successen is ook een aantal 'leer- en aandachtspunten' benoemd. Het gaat hierbij vooral om zaken die als aandachtspunt worden meegegeven of een onduidelijk beeld opleveren in de online enquête, met bijvoorbeeld een hoge score in de categorie 'neutraal'. Er wordt weinig negatief gereageerd op de 18 stellingen uit de online enquête.

- Een vaak genoemd aandachtspunt (zowel uit live interviews, enquête onder workshopleiders als de online enquête) gaat over de aanmeldingen. De workshops liepen op de website snel vol, maar in de praktijk was er sprake van lege zalen bij verschillende workshops;
- Locaties, tijden of programmaboekje waren niet duidelijk genoeg. Dit wordt ook als oorzaak genoemd voor de minder hoge deelname aan de workshops;
- Een opvallende score heeft de stellingen "Ik heb concrete afspraken gemaakt over samenwerkingsprojecten". Hier lijkt bijna sprake te zijn van een driedeling tussen de scores 'oneens' (32%), 'neutraal' (25%) en 'eens' (29%);
- Op een aantal stellingen heeft een groot deel van de respondenten geantwoord met 'neutraal'. Het is niet eenduidig hoe dit geïnterpreteerd moet/kan worden. Het kan betekenen dat de respondenten niet bekend zijn met het genoemde of dat zij daadwerkelijk neutraal zijn als het gaat om het gestelde. Het gaat hierbij om de aandacht van de media, de bijdrage van de nieuwsbrief, website, twitter en facebook, de bijdrage van de voorbereidingsbijeenkomsten, het koppelen van een eigen evenement aan de innovatie-estafette en de onderscheidendheid van het evenement;
- Een ander aandachtspunt is de vrijblijvendheid van de resultaten. Op de stelling "De resultaten van de Innovatie-estafette zijn voldoende aansprekend, niet te vrijblijvend en beklijven in de periode daarna" is een hoge 'neutraal' score zien (39%). Een nagenoeg even groot aandeel is het echter eens met deze stelling;
- Ten opzichte van 2009 scoren de stellingen over de bijdrage van de website en nieuwsbrief aan het succes van de Innovatie-estafette beduidend lager;
- De evaluatie van de voorbereiding heeft onderstreept dat de voorbereiding essentieel is voor het welslagen van het evenement. Het is van belang om voldoende tijd te nemen. Daarnaast is het ook van belang om duidelijk te zijn over het procedures en verwachtingen, bijvoorbeeld bij het omgaan en naleven van selectiecriteria.



### **Conclusies**

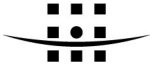
De organisatie kan terugkijken op een succesvol evenement. Belangrijke kenmerken van het succes zijn het zeer hoge aantal deelnemers, een ruim voldoende waardering (7,3) van de deelnemers én de betere score op crosssectorale resultaten dan in 2009. De verbeterpunten zijn met name gelegen in de logistieke sfeer. Het blijft lastig om voor een dergelijk groot evenement de bewegwijzering, aanmeldingen en het geluidsniveau naar ieders wens te organiseren. De organisatie kan het zich op dat vlak makkelijker maken door voor een volgende Innovatie-estafette gebruik te maken van een locatie die ook eerder voor dit evenement is toegepast.

Wat betreft de voorbereiding van de Innovatie-estafette is het van belang om voldoende tijd te nemen voor een goed resultaat. Daarnaast is het van groot belang om zorgvuldig om te gaan met de verwachtingen van betrokkenen bij mogelijke cross-sectorale “doorbraken”. Intern en extern moet tijdig duidelijk zijn hoe, door wie en op welk moment de selectie tussen mogelijke doorbraken wordt gemaakt.



## INHOUDSOPGAVE

	Blz.	
1	INLEIDING	1
2	INNOVATIE-ESTAFETTE 2011	2
2.1	Doelstellingen	2
2.2	Het programma	2
2.2.1	Thema's	2
2.2.2	Onderdelen	3
2.2.3	Concepten	3
3	RESULTATEN VAN DE EVALUATIE	5
3.1	Interviews met bezoekers	5
3.1.1	Organisaties en sectoren	5
3.1.2	Doelstelling en doelbereiking	7
3.1.3	Waardering	7
3.1.4	Vervolgacties	8
3.1.5	Promotie	8
3.1.6	Deelname	8
3.2	Ontspannen reflectiesessie met sleutelfiguren	9
3.3	Enquête workshopleiders	10
3.3.1	Doel van de workshop	10
3.3.2	Gemaakte afspraken	10
3.3.3	Andere opbrengsten	10
3.3.4	Vervolg nodig?	11
3.3.5	Doelbereiking	11
3.3.6	Overige opmerkingen	11
3.4	Online enquête	11
3.4.1	Profiel van de deelnemers	12
3.4.2	Stellingen	13
3.4.3	Waardering Innovatie-estafette 2011	16
3.4.4	Opvallende resultaten 2011 ten opzichte van 2009	17
3.5	Organisatie van de voorbereiding	18
4	SUCCESSEN, LEER- EN AANDACHTSPUNTEN	21
4.1	Successen	21
4.2	Leer- en aandachtspunten	22
4.3	Conclusies	23
5	BIJLAGEN	24
5.1	Vragenlijst Interviews bezoekers	25
5.2	Vragenlijst enquête workshopleiders	26
5.3	Vragenlijst online enquête	27



## 1 INLEIDING

De Innovatie-estafette is hét tweejaarlijkse evenement van De Club van Maarssen om als vliegwiel te dienen voor sectoroverschrijdende innovaties, om doorbraken te realiseren en om mensen in beweging te brengen. Op dit evenement laten vertegenwoordigers uit het bedrijfsleven, kennisinstellingen en overheden de nieuwste duurzame en innovatieve ontwikkelingen op de gebieden milieu, mobiliteit, transport, ruimte en water zien.

Op 4 oktober 2011 vond de 4<sup>e</sup> editie van Innovatie-estafette (#ines11) plaats na een intensieve en uitgebreide voorbereiding. Ook deze editie is goed bezocht. Tweeduizend deelnemers (het officiële aantal is 1.926) uit het bedrijfsleven, kennisinstututen en overheden bezochten dit grootse event. Gezien dit bereik en de omvang van het evenement is het van grote waarde om te leren van de ervaringen. Een evaluatie moet daarbij antwoord geven op de vraag of deze estafette voldoet aan de doelstellingen, zoals die vooraf gedefinieerd zijn. Wat gaat er goed? Wat kan er beter? Met een brede evaluatie, gericht op vijf onderdelen, zal deze vraag beantwoord worden.

Wij zien de totale evaluatie als een belangrijk onderdeel van uw innovatietraject. Centraal staat het vaststellen van valkuilen en verbeterpunten, en zeker ook de succespunten. Er wordt aandacht gegeven aan de analyse van de voorbereiding en de uitvoering van de estafette, niet op het bedenken van oplossingen voor de verbeterpunten.

De evaluatie bestaat uit de volgende activiteiten:

1. interviews met deelnemers tijdens de #ines11;
2. evaluatie van de workshops door workshopleiders;
3. evaluatiesessie met sleutelfiguren aan het einde van de estafette;
4. evaluatie van de organisatie van de voorbereiding en uitvoering van de #ines11;
5. online enquête via de website.

Dit rapport biedt de uitkomsten van de analyse van al deze activiteiten.



## 2 INNOVATIE-ESTAFETTE 2011

### 2.1 Doelstellingen

De Innovatie-estafette heeft een driedelige doelstelling. Zo moet het als vliegwiel dienen voor sectoroverschrijdende innovaties, doorbraken realiseren en mensen in beweging brengen.

De estafette is met een tripartiete karakter opgezet. Het gaat om het samenspel tussen bedrijfsleven, kennisinstellingen en overheid. Bedrijven en kennisinstellingen krijgen volop ruimte om te participeren en innovaties in te brengen die de toekomst van Nederland kunnen/zullen bepalen. Het huidige overheidsbeleid (decentralisering, terugtrekkende overheid, deregulering) is een krachtig signaal om de kracht van de samenleving te benutten. De inbreng van bedrijven en kennisinstellingen is juist nu ontzettend belangrijk. Wat heeft ons land nodig om een concurrerende kenniseconomie te zijn? Wat moet de overheid bieden om vanuit de tripartite samenwerking een welvarend Nederland te verwezenlijken? Hoe richten we voor de burger een verantwoorde leefomgeving in? Welke kansen en mogelijkheden blijven nu nog onbenut?

Daar gaat het om bij de #ines11. Met de markt worden de kansen voor innovatie verkend. De kennisinstellingen participeren met hun expertise en onderzoekskracht in dit proces. De overheid brengt haar maatschappelijke doelen en randvoorwaarden in voor het Nederland van de toekomst.

Het succes van de estafette wordt bepaald door het maatschappelijke effect waaraan het bijdraagt, door de concrete producten die behaald worden tijdens de estafette en door het gevoel en de energie van de deelnemers tijdens de dag en de periode daarna.

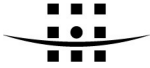
#### *Maatschappelijk effect:*

- Een schoon, bereikbaar en veilig Nederland door het vergroten van de innovatiekracht voor water en mobiliteit in regionaal, nationaal en internationaal verband.
- Een uitstekende samenwerking tussen overheid, bedrijfsleven, kennisinstellingen en onderwijsinstellingen bij innovaties, door versterking van de contacten en netwerken en het aangaan van gezamenlijke projecten in gedeelde verantwoordelijkheid en gelijkwaardigheid in deelname.

### 2.2 Het programma

#### 2.2.1 Thema's

De vierde editie van de Innovatie-estafette vond plaats in de Van Nelle Fabriek in Rotterdam. Deze editie beruiste op vijf basisthema's: Water en Klimaat; Duurzame ontwikkeling en Grondstoffenschaarste; Mobiliteit, Bouw en Logistiek; Ruimte en Gebiedsontwikkeling; De Kracht van de Samenleving. Voor elk van deze thema's is een toekomstbeeld en de opgave die voor Nederland daarbij gepaard gaat beschreven. Hieronder zijn ter inspiratie de toekomstbeelden nog opgenomen:



**WATER EN KLIMAAT** *Ons toekomstbeeld is dat ook onze kleinkinderen kunnen wonen, leven en werken met droge voeten in onze Delta en beschikken over schoon drinkwater.*

**DUURZAME ONTWIKKELING EN GRONDSTOFFENSCHAARSTE** *Ons toekomstbeeld is een groene economie met sluitende en duurzame ketens en een nieuwe houding ten opzichte van economie: we produceren en consumeren duurzaam en betalen voor het gebruik van de functies die onze ecosystemen ons leveren (ecosysteemdiensten).*

**MOBILITEIT, BOUW EN LOGISTIEK** *Ons toekomstbeeld is dat onze Nederlandse topregio's met mainports, brainports en greenports blijvend duurzaam bereikbaar zijn met respect voor een duurzame leefomgeving en, samen met de topsector logistiek, spelers op wereldniveau.*

**RUIMTE EN GEBIEDSONTWIKKELING** *Ons toekomstbeeld is een land met herkenbare unieke waarden voor alle regio's. Een leefbare deltametropool die op wereldniveau concurrerend is, en unieke regio's die ondanks krimp varen op nieuwe welvaartsdragers.*

**DE KRACHT VAN DE SAMENLEVING** *Ons toekomstbeeld is een overheid die optimaal gebruik maakt van de kansen en initiatieven die in de samenleving liggen. Nieuwe technologieën en nieuwe media worden optimaal benut. Het zelforganiserend vermogen van burgers en bedrijven leidt tot betere bereikbaarheid, duurzaamheid, leefbaarheid en veiligheid.*

### 2.2.2 Onderdelen

Het programma startte om 10.00u met een plenaire aftrap. Om 11.00u werd de beursvloer geopend. De Tabaksfabriek was georganiseerd rondom de vijf thema's. In de Koffiefabriek was een vrij deel waarin combinaties van partijen hun toekomstinitiatieven hebben gedeeld. Het programma voorzag verder in een 'Lanceerpodium', 'Duitslandkamer', 'Catwalk', 'De jonge estafette' en drie rondes workshops. Een nieuw element in het programma waren de verschillende excursies. Om 17.00u vond de plenaire oogst plaats en werd na het buffet de Innovatie-estafette afgesloten.

### 2.2.3 Concepten

Standhouders betalen geen kosten om op de beursvloer te staan, maar er is wel een aantal voorwaarden waar zij aan moeten voldoen. Presentaties worden gezamenlijk met partner(s) gegeven. Zo wilt de organisatie het samenspel van de verschillende betrokken partners laten zien op de beursvloer. "Betrokkenheid en uitvoering van uw innovatie die er voor zorgt dat Nederland duurzaam wordt ingericht".

Bij een evenement als de innovatie-estafette past een andere, niet traditionele, opzet van het beursgedeelte. Voor de inrichting van een innovatieve beurs is de organisatie geïnspireerd geraakt door de film Dogville van Lars von Trier. "Deze film wordt gekenmerkt door het ontbreken van gebouwen. De hele film speelt zich af in Dogville. En dit dorpje wordt uitgebeeld door een platte set waarbij de huizen worden aangegeven door witte lijnen op de grond." Dit betekende geen wandjes of standaard grijze stand, maar een open beurs waar letterlijk over de grenzen heen gekeken kan worden. Een ander vernieuwend concept is de papierloze beurs. De Innovatie-estafette is in het kader van duurzaamheid een brochure vrij evenement. Het enige papier dat is gebruikt zijn de visitekaartjes als middel voor het netwerken en het aanvragen van informatie.



Op de beurs liep ook een brainstormteam rond. Deze 'DenkTank' bestaat uit 5 creatieve en ervaren studenten van de TU Delft, een creative facilitator en een beoefend tekenaar. Zij hebben geholpen een vraagstuk of uitdaging rondom een initiatief aan te pakken.



### 3 RESULTATEN VAN DE EVALUATIE

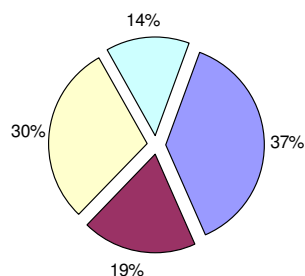
#### 3.1 Interviews met bezoekers

Tijdens de Innovatie-estafette zijn mondeling interviews afgenomen onder 40 deelnemers. Dit zijn de vragen die hen gesteld zijn:

1. In wat voor soort organisatie werkt u?
2. In wat voor sector werkt u?
- 3a. Wat is/was uw hoofddoel van de dag?
- 3b. Heeft u uw doel (al) bereikt?
- 4a. Welk aspect van de dag hebt u als het meest waardevol ervaren?
- 4b. Welk cijfer geeft u dit?
- 5a. Zijn er aspecten die u als niet waardevol hebt ervaren?
- 5b. Welk cijfer geeft u dit?
- 5c. Welke eventuele suggesties ter verbetering hebt u?
6. Welk cijfer geeft u aan:
  - het totale evenement;
  - het plenaire deel;
  - de beursvloer;
  - de locatie?
7. Zijn er vervolgstappen die u onderneemt na deze dag? Zo ja, kunt u deze globaal beschrijven (acties, planning, betrokken partijen)?
8. Welke suggesties hebt u voor vervolgacties? In welke vorm?
9. Hoe bent u op de hoogte gekomen van dit evenement?
- 10a. Wat vindt/vond u van de promotie voor het evenement?
- 10b. Wat zou u eventueel verbeteren?
11. In welke rol zou u het liefst van de partij zijn op de volgende Innovatie-estafette?
12. Welke ideeën en/of vragen hebt u voor de tussentijd wat betreft activiteiten en contacten van de Club van Maarsse?
13. Wat vindt u anders t.o.v. de Innovatie-estafette van 2009?

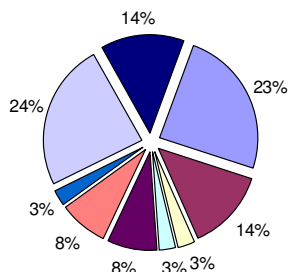
##### 3.1.1 Organisaties en sectoren

In wat voor organisatie werkt u?



■ Bedrijfsleven ■ Kennisinstituut □ Overheid □ Overig

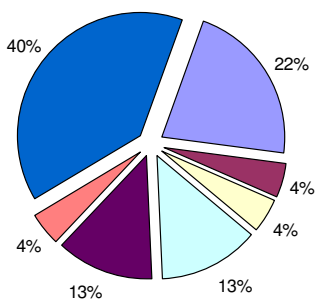
In wat voor sector werkt u?



■ Anders ■ Bouw □ Luchtvaart □ Maritiem ■ Milieu □ Openbaar vervoer ■ Rotterdam □ Ruimte en water ■ Onbekend

Zowel overheid, bedrijfsleven als kennisinstellingen waren duidelijk vertegenwoordigd bij de Innovatie-estafette. Het bedrijfsleven was het sterkst vertegenwoordigd (37%). Ondanks de zeven categorieën voor de sectoren, gaf 24% 'anders' aan. Veertien procent van de interviews heeft geen antwoord gegeven. Wanneer deze scores buiten beschouwing worden gelaten levert dit het volgende beeld op:

In wat voor sector werkt u?

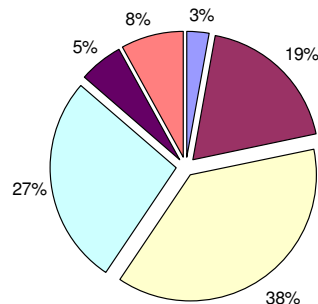


■ Bouw ■ Luchtvaart □ Maritiem □ Milieu ■ Openbaar vervoer □ Rotterdam ■ Ruimte en water

De sectoren 'ruimte en water' (40%), 'bouw' (22%) zijn duidelijk het meest vertegenwoordigd. De sectoren 'openbaar vervoer' en 'milieu' vertegenwoordigen gezamenlijk voor een gelijk deel 26% van de bezoekers.

### 3.1.2 Doelstelling en doelbereiking

Wat is uw hoofddoel voor vandaag?



■ Allianties opbouwen 
 ■ Contacten opbouwen 
 ■ Inspiratie opdoen 
 ■ Kennis brengen 
 ■ Kennis versterken 
 ■ Reclame maken

Een duidelijke meerderheid, bijna 40 procent, van de bezoekers van de Innovatie-estafette komt ernaar toe om inspiratie op te doen. Kennis is duidelijk ook een belangrijke reden om een bezoek te brengen. Bijna drie op de tien bezoekers geeft aan dat het brengen van kennis hun voornaamste doel is. Voor 19% van de bezoekers gaat het bij de Innovatie-estafette primair om het opbouwen van contacten. Negen op de tien mensen geeft aan zijn/haar doel te hebben gerealiseerd. De nadruk ligt hierbij vooral op kennis, inspiratie en contacten. Het maken van reclame (8%), het versterken van kennis (5%) en het bouwen van allianties (3%) wordt minder vaak als hoofddoelstelling genoemd.

### 3.1.3 Waardering

De vraag naar het meest en minder waardevolle aspecten van de Innovatie-estafette levert een variatie aan antwoorden op. Nagenoeg alle respondenten geven een uniek antwoord. Een kleine 20% heeft echter de workshops als het meest waardevol genoemd. Hierbij treedt een variatie op van een specifieke workshop die een hoog gewaardeerd wordt, of de workshops als geheel. De meest voorkomende score voor dit onderdeel is een 8,0. Ook heeft 13% van de geïnterviewden de excursies als meest waardevol benoemd. Voor dit onderdeel is de score 8,0 bovendien de meest voorkomende.

Ook voor de waardering van minder waardevolle aspecten zijn tal van onderwerpen genoemd, variërend van het gebrek aan licht, te harde muziek, het gebrek aan deelnemers bij een workshop tot de rommelige indruk die het bij sommigen achter liet. Niet alle geïnterviewden hebben op deze vraag een antwoord gegeven (78%). Van dit deel heeft bijna een kwart (24%) de 'rommeligheid' en/of onduidelijkheid als minder waardevol benoemd.

Er zijn daarbij verschillende aandachtspunten benoemd door een groot deel van de geïnterviewden (86%). Een opvallende en vaker terugkerende suggestie gaat over de aanmeldingen. Een kleine 10% geeft aan dat er duidelijk minder bezoekers waren dan

aanmeldingen. Dit werd zichtbaar in lege zalen bij workshops, terwijl deze al vol bleken te zijn bij de aanmelding op de website. De belangrijkste suggestie betreft de organisatie en programmering: 9% vond de locaties, tijden of programmaboekje onduidelijk. Andere suggesties betroffen het eten en drinken (6%), omdat er geen water meer was of onvoldoende vegetarisch eten. Ook de rommeligheid werd als suggestie meegegeven (6%) en de mate van spanning (6%). Het programma mocht wat hen betreft “wat spannender”.

Het gemiddelde rapportcijfer voor de Innovatie-estafette is een 7,5. Het plenaire deel (7,4), de beursvloer (7,3) en de locatie (7,5) zijn ook goed gewaardeerd.

### 3.1.4 Vervolgacties

Driekwart van de geïnterviewden heeft aangegeven een vervolgactie uit te voeren na de Innovatie-estafette. Bijna veertig procent hiervan heeft aangegeven contact op te nemen of follow-up te geven aan de nieuwe contacten. In totaal heeft 75% geantwoord op deze vraag. Er zijn bovendien enkele suggesties gedaan voor vervolgacties, bijvoorbeeld het publiceren van de deelnemerslijst, het aantrekken van grote bedrijven, het promoten van Rijkswaterstaat en een vijfde editie van de Innovatie-estafette.

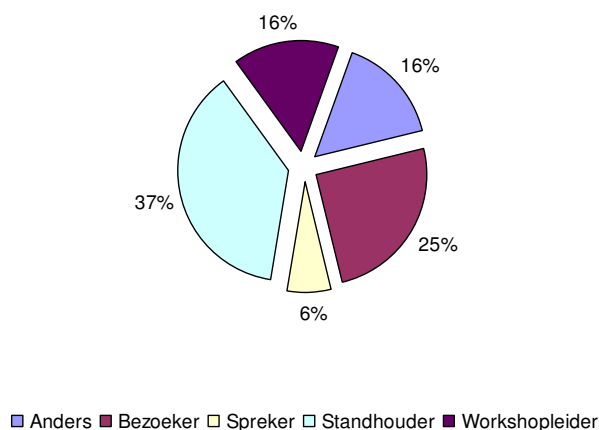
### 3.1.5 Promotie

Het merendeel van de mensen (68%) dat geïnterviewd is heeft aangegeven via hun netwerk op de hoogte te zijn gebracht over de Innovatie-estafette. Een vijfde is via het ministerie (of werkgever) op de hoogte gebracht.

### 3.1.6 Deelname

In welke rol zou u het liefst van de partij zijn op de volgende Innovatie-estafette? Deze vraag heeft het volgende beeld opgeleverd. De grootste groep wilt tijdens de Innovatie-estafette als standhouder optreden (37%). Een kwart heeft aangegeven als workshopleider van de partij te willen zijn.

Rol Innovatie-estafette 2013



### 3.2 Ontspannen reflectiesessie met sleutelfiguren

Direct na afloop van het evenement is een korte, ontspannen evaluatiesessie georganiseerd. Ongeveer 20 sleutelfiguren die bij de voorbereiding en uitvoering betrokken zijn geweest, deden hieraan mee. Gezamenlijk hebben zij, na een intensieve periode van voorbereiding, aan de hand van een tijdlijn hun mening en gevoel geuit.

In de tijdlijn kregen de sleutelfiguren, zoals thematrekkers, organisatoren en projectleider, de mogelijkheid om aan de hand van het programma een opmerking te plaatsen. Deze opmerkingen kon op een schaal van onvoldoende – voldoende – goed – excellent op de tijdlijn worden gehangen. Zo is een 'pijl' te trekken door de gevoelens, associaties, meningen, opmerkingen van de verschillende deelnemers. Dit is in twee groepen uitgevoerd (blauw en zwart). Hieronder worden enkele (opvallende) 'posts' gedeeld.

Goed en Excellent:

“dat I&M er écht stond”, “doorbraak fosfaat geniaal”, “YP-ontbijt top!”, “trending topic op twitter”, “veel positieve reacties op excursies ☺”, “lunch, diner, buffet heerlijk weinig sap tussendoor”, “beursvloer fantastisch concept”, “erg leuke stands!”, “CEO DSM was een gouden zet, fantastische spreker”, “geweldige dagvoorzitter! Heeft de dag gemaakt”, “strakke organisatie, regie professioneel”, “leuke pitches op eind bij plenair”, Verhagen combi Schultz mooi/goed”, “overall fantastische dag”, “!!!dat vind ik ook!!!” en “Me2”. “Vervoer uitstekend!”, “veel hulp bij opbouw vanuit organisatie”, “incheck goed geregeld”, “fijn ontvangst door gastvrouw”, “muziek: ++ ‘can’t you feel it’ #ines11 is gestart ☺”, “ontzettend creatieve invulling stands”, “heel veel mogelijkheden tot ontmoeten (die ook benut zijn)”, “veel aanloop interesse! beursvloer”, “muzikale omlijsting prima en leuk”, “super workshop proficiat!”, “goede helpdesk wifi ☺”, “goed eten”, “pitch studenten was professioneel”, “veel energie, maar rommelig”, “catering hele dag OK”, “dynamisch”, “eten was lekker”, “hoogtepunt pitche(r)s”.

Voldoende:

“de muzikale meiden plenaire start”, “workshopzalen goed, mag groter”, “afsluiting plenair leuk/goed/snel”, “dagvz leuk probeerde in te breken bij monotoon relaas, netjes”. “Te veel verschillende groepjes op toneel blijft niet boeien”, “startgesprek erg ‘intern’ ☺”, “overgang plenair/1<sup>e</sup> workshop rommelig ☺”, “zelfs de workshops gingen los (ondanks iets lagere opkomst & miezer)”, “niet overal standaard wifi”, “te veel keuzes parallel ☺”, “energie op (th) beursvloer zakte weg”.

Onvoldoende:

“Te veel geluid van schermen podium op de beursvloer”, “DC-hal te ver weg”, “Catwalk qua locatie ☺”, “brief over geluidsoverlast niet vriendelijk & echt nodig?”, “twitterfountain te klein op scherm”, “sluiten Tabaksfabriek kan echt niet”, “Jeroen slecht op de hoogte en onvoldoende in de lead”, “teleurgesteld over hoge aantal no-shows”. “Te weinig capaciteit bij incheck balie 2 tickets”, “te laat begonnen”, “bewegwijzering”, “workshops te ver weg van beursvloer (zonder wegwijzers)”, “frisdrank eerder schenken”, “raar eind na 16:00u”, “toch onduidelijkheid over locaties (waar, wat)”.

Opvallend is het geringe aantal ‘voldoende’ opmerkingen. Er is vooral erg positief gereageerd, in het bijzonder over de energie, het concept, de dynamiek, de catering en de pitches van de studenten. De onderdelen die onvoldoende zijn beoordeeld zijn vooral



facilitair van aard, bijvoorbeeld over de bewegwijzering, de afstanden en het geluidsoverlast. Dit zijn zaken die merendeels ook door de deelnemers zijn aangegeven als onvoldoende.

### 3.3 Enquête workshopleiders

De workshopleiders hebben vooraf het verzoek gekregen om een korte enquête in te vullen, direct na de Innovatie-estafette. Het ging hierbij om:

1. het doel van de workshop;
2. de gemaakte afspraken;
3. andere opbrengsten;
4. vervolg;
5. doelbereiking;
6. overige opmerkingen.

Ondanks de mail en een tweetal herinneringsmails is de respons laag gebleven. Van de 18 workshops zijn negen vragenlijsten ingevuld (50%). Overigens moet hierbij wel vermeld worden dat de online enquête ook door workshopleiders is ingevuld: 23 personen hebben aangegeven tijdens de Innovatie-estafette als 'workshopleider of – spreker' op te hebben getreden. De enquête voor de workshopleiders heeft het volgende resultaat opgeleverd.

#### 3.3.1 Doel van de workshop

De workshops zijn niet enkel gericht op het overdragen van kennis en ervaring (belangrijkste constatering uit de enquête van 2009). De meeste reacties van de workshopleiders geven aan dat de workshops zich hebben gericht tot een vervolg. Het ging niet enkel om het *brengen*, maar vooral ook om het *halen*, bijvoorbeeld bij het verder helpen van gepresenteerde innovaties, het versterken van het commitment van partners, het enthousiasmeren, het verbinden van partijen en het komen tot vervolgsafspraken. Er wordt hiermee vooral gestreefd naar het vergroten van het inzicht (kennis/ervaring) om vervolgens een stap verder te komen (o.a. nieuwe business modellen, vervolgsafspraken, alternatieve financieringsconcepten).

#### 3.3.2 Gemaakte afspraken

Het merendeel van de workshopleiders geeft aan dat er afspraken zijn gemaakt. Hierbij varieert wel de mate van concreetheid. In een enkel geval zijn al vervolgbijeenkomsten gepland. In een ander geval vormde de workshop al onderdeel van een reeks aan bijeenkomsten. Ook zijn afspraken gemaakt met partijen om contact op te nemen. Een workshopleider heeft aangegeven adviezen te hebben gekregen van de groep en hiermee verder aan de slag te kunnen. Door twee workshopleiders is aangegeven dat er geen afspraken zijn gemaakt.

#### 3.3.3 Andere opbrengsten

Alle workshopleiders noemen naast de gestelde doelen ook 'andere opbrengsten'. Het gaat hierbij om verschillende zaken. Zo zijn er bij een workshop specifieke bijdragen geleverd door deelnemers over de rollen van de overheid, het succes van samenwerking in de triple helix en de aanpak energie uit wegdekken. In een aantal

workshops is de rol van de overheid nader besproken, bijvoorbeeld als het gaat om het “wegnemen van wetgevende belemmeringen”, het betrekken van “duurzame koplopende bedrijven” (launching customers) en/of bij “business-to-business” in de opstartfase. Een andere workshop heeft duidelijk gemaakt dat er “nog weinig alternatieve financieringsconstructies in de praktijk worden gebruikt om versnelling aan projecten te geven die duurzaamheid hoog in het vaandel hebben staan”. Andere workshopleiders geven aan dat er vooral gewerkt is aan het enthousiasme en de betrokkenheid van deelnemers en “idee eigenaren”. Dit vormt een basis om verder mee aan de slag te gaan.

#### 3.3.4 Vervolg nodig?

Een vervolg op de workshop is volgens één workshopleider niet gepland. De anderen geven aan dat er ofwel al een moment vastgelegd is ofwel een vervolg wenselijk is. In twee gevallen is de workshop al onderdeel van een breder traject zodat het al onderdeel uitmaakt van een serie bijeenkomsten.

#### 3.3.5 Doelbereiking

Alle reacties van de workshop ‘owners’ laten zien dat de doelen bereikt zijn. Hiervoor worden verschillende redenen genoemd. Zo zijn er “onderlinge contacten opgedaan”, is er “veel kennis overgebracht die voor mensen interessant is om te gebruiken”, is er een doorbraak gerealiseerd in de binnenvaart en zijn mensen “geïnspireerd, met elkaar in contact gebracht en aan het denken gezet”. Ook het enthousiasme en het commitment van deelnemers worden als argument genoemd voor de doelbereiking. Een subdoel is bij een workshop niet bereikt. Het ging hierbij over de discussie over nieuwe financieringsconcepten. Deze discussie “bleef hangen omdat er weinig ervaring mee is in de praktijk”.

#### 3.3.6 Overige opmerkingen

De reacties van de workshopleiders op de laatste vraag hebben vooral te maken met de organisatie van de Innovatie-estafette. “De faciliteiten van de organisatie waren goed”. De voorbereiding van de workshops kost, volgens twee workshopleiders, veel tijd en energie, vooral voor praktische zaken. De bewegwijzering is mogelijk een belangrijke reden geweest voor de 75% bezetting van een workshop. Een andere workshopleider wijst op deze lagere deelname en op de korte duur om een uitgebreide sessie te doen. Een derde workshopleider geeft aan dat de deelnemers verschilden van de aanmeldingen, mede door het late tijdstip en de locatie. Ook wordt gemeld dat er “via diverse kanten” gehoord werd dat de workshops snel vol zaten. Vier workshopleiders hebben geen aanvullende opmerkingen.

### 3.4 Online enquête

Deelnemers van de Innovatie-estafette konden via een online enquête hun ervaringen met het evenement delen. In deze online enquête zijn 18 stellingen opgenomen. Ook bestond de enquête uit zes vragen van meer algemene strekking, waarin is gevraagd naar de leeftijd van de deelnemers, hun rol tijdens het evenement en het type organisatie en sector waarin zij werkzaam zijn. De online enquête is door **304** personen

ingevuld (=16% van de aanwezigen). De online enquête van de Innovatie-estafette van 2009 was door 125 deelnemers ingevuld (8,3%).

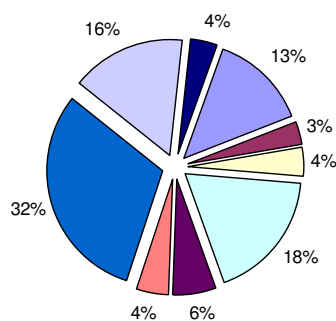
### 3.4.1 Profiel van de deelnemers

Het profiel van de deelnemers dat de online enquête heeft ingevuld laat een duidelijk gemiddelde deelnemer zien: ouder dan 35, werkzaam in het bedrijfsleven in de sector 'ruimte en water' die uitsluitend als bezoeker aanwezig was. Bijna 7 op de 10 deelnemers (68%) is 35 jaar of ouder. Een kwart van deelnemers (26%) behoort tot de categorie 25 tot 35 jaar. De jongeren (onder de 25) zijn minder sterk vertegenwoordigd onder de respondenten: 6%.

Het bedrijfsleven is het sterkst vertegenwoordigd (43%). Een derde (34%) heeft aangegeven bij de overheid te werken. Een op de tien (13%) respondenten is werkzaam bij een kennisinstelling. Ongeveer een even groot aantal (10%) heeft 'overig' ingevuld. De respondenten werken hierbij in het bijzonder in de sectoren 'ruimte en water' (32%), milieu (18%), 'wegverkeer' (16%) en 'bouw' (13%). Hieronder is in het eerste figuur te zien hoe de verdeling is van de sectoren.

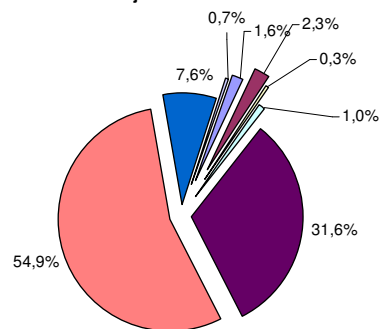
In het tweede figuur is de rol van de respondenten weergegeven. Het merendeel van de respondenten was als 'bezoeker' aanwezig (54,9%). Ook veel standhouders hebben de online enquête ingevuld (31,6%). Van de respondenten heeft 7,6% opgetreden als workshopleider of –spreker. In het diagram hieronder is te zien welke rol de respondenten hebben vervuld tijdens de Innovatie-estafette.

In welke sector werkt u?



■ Bouw 
 ■ Luchtvaart 
 ■ Maritiem 
 ■ Milieu 
 ■ OV 
 ■ Rotterdam 
 ■ Ruimte en water 
 ■ Wegverkeer 
 ■ anders

Wat was uw rol tijdens de Innovatie-estafette?

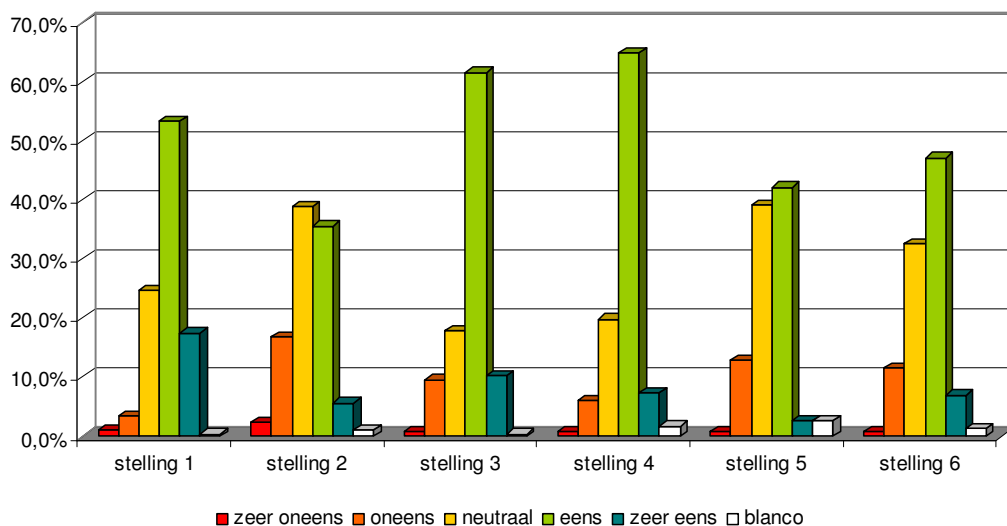


■ Deelnemer Jonge Estafette   
 ■ Plenaire bijdrage   
 ■ Presentatie in DC-hal   
 ■ Spreker Catwalk  
■ Standhouder   
 ■ Uitsluitend bezoeker   
 ■ Workshopleider of -spreker   
 ■ onbekend

### 3.4.2 Stellingen

In de online enquête zijn 18 stellingen opgenomen waarbij de deelnemers konden aangeven in hoeverre zij het er mee eens zijn, variërend van 'zeer oneens' tot 'zeer eens'. De resultaten ervan worden hieronder weergegeven. Ook worden enkele opvallende resultaten nader toegelicht.

Stellingen 1 t/m 6

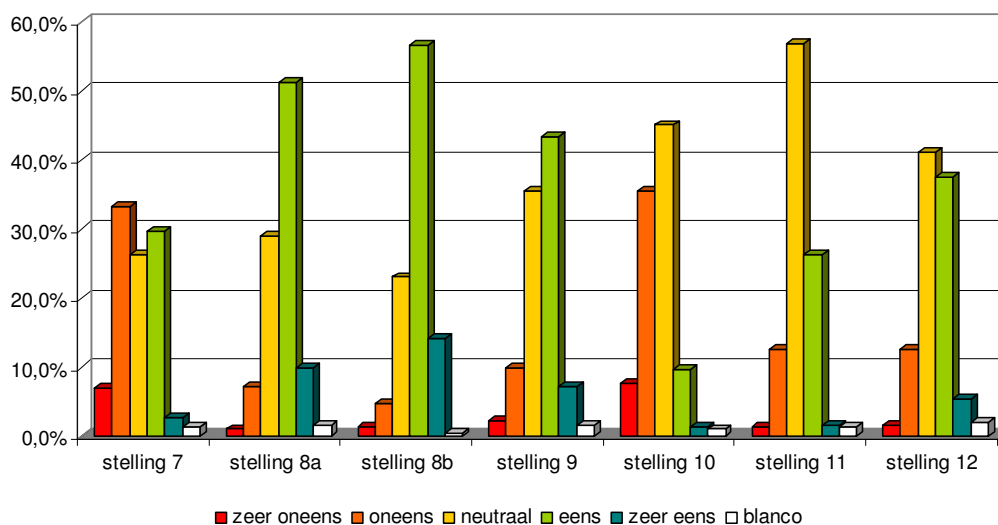


1. *Ik ben geïnspireerd en enthousiast gemaakt!*
2. *Ik ben dankzij de Innovatie-estafette meer en blijvend betrokken bij het werkveld infrastructuur, ruimte en milieu.*
3. *Ik heb contact gelegd met mensen uit andere sectoren.*
4. *Ik heb behaalde successen en resultaten gezien.*
5. *Ik heb geleerd van eerdere ervaringen die hier zijn gepresenteerd.*
6. *Ik heb thematisch sectordoorsnijdende projecten gezien.*

De eerste zes stellingen laten een duidelijk beeld zien. Stellingen 1 (inspiratie en enthousiasme), 3 (contacten) en 4 (successen en resultaten) laten duidelijk een

positieve score zien. Meer dan de helft van de respondenten heeft aangegeven het 'eens' of 'zeer eens' te zijn met deze stellingen. Zij zijn geïnspireerd en enthousiast gemaakt, hebben contact gelegd met mensen uit andere sectoren en hebben behaalde successen en resultaten gezien. Op de andere drie stellingen heeft meer dan 30% van de respondenten aangegeven 'neutraal' te zijn. Ook meer dan 10% was het niet eens ('oneens') te zijn met deze stellingen. Zeer weinig reacties laten een grote onenigheid zien (variërend van 0,7% tot 2,3%).

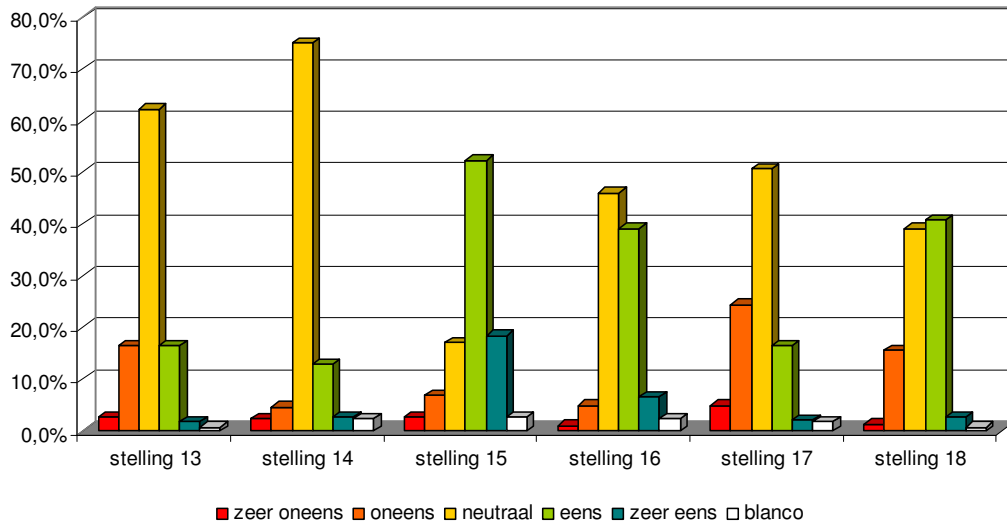
**Stellingen 7 t/m 12**



7. *Ik heb concrete afspraken gemaakt over samenwerkingsprojecten.*
8. *De Innovatie-estafette draagt bij aan het maatschappelijke effect:*
  - a. *'Een schoon, bereikbaar, veilig en duurzaam Nederland'*
  - b. *'Een uitstekende samenwerking tussen overheid, bedrijfsleven, kennisinstellingen en onderwijsinstellingen'*
9. *De Innovatie-estafette was wervend voor jonge ondernemers en studenten.*
10. *De media (kranten, internet, radio, TV) hebben voldoende aandacht besteed aan de Innovatie-estafette.*
11. *De nieuwsbrief heeft bijgedragen aan het succes van de Innovatie-estafette*
12. *De website heeft bijgedragen aan het succes van de Innovatie-estafette*

De stelling 'ik heb concrete afspraken gemaakt over samenwerkingsprojecten' heeft een vrij gelijkwaardige spreiding opgeleverd. Ruim 32% heeft aangegeven het 'oneens' te zijn. Tegelijkertijd is 29% het 'eens' met de stelling. Ruim een kwart (26%) van de respondenten is 'neutraal'. Meer dan vijftig procent van de respondenten geeft aan dat de Innovatie-estafette bijdraagt aan het maatschappelijk effect. Bijna 10% is het 'zeer eens' met stelling 8a. Veertien procent is 'zeer eens' met de stelling over de bijdrage van de Innovatie-estafette aan de uitstekende samenwerking tussen overheid, bedrijfsleven, kennisinstellingen en onderwijsinstellingen. Ook is meer dan de helft het 'eens' (43,4%) tot 'zeer eens' (7,2%) met stelling 9. Zij geven aan dat de Innovatie-estafette wervend was voor jonge ondernemers en studenten. Het grootste deel van de respondenten zegt 'neutraal' te zijn ten aanzien van de aandacht van de media aan de #ines11 en de bijdragen van de nieuwsbrief en de website aan het succes ervan.

**Stellingen 13 t/m 18**



13. *Twitter en facebook hebben bijgedragen aan het succes van de Innovatie-estafette*
14. *De voorbereidingsbijeenkomsten (maart, april, mei, juni, augustus) op locatie Van Nelle waren goed voor proces en resultaat*
15. *Ik ben geprikkeld om nog een keer deel te nemen aan een Innovatie-estafette*
16. *De Innovatie-estafette onderscheidt zich van andere en eerdere innovatiedagen*
17. *Excursies en side events horen bij de Innovatie-estafette. Volgende keer wil ik een eigen evenement koppelen aan de Innovatie-estafette*
18. *De resultaten van de Innovatie-estafette zijn voldoende aansprekend, niet te vrijblijvend en bekijken in de periode daarna.*

Meer dan de helft is geprikkeld om nog een keer deel te nemen (stelling 15). Bijna twee op de tien (18,4%) geeft aan het 'zeer eens' te zijn met deze stelling. Een groot deel van de respondenten heeft aangegeven 'neutraal' te zijn als het gaat om de bijdrage van twitter en facebook aan het succes (62,2%) en de bijdrage van de voorbereidingsbijeenkomsten aan het proces en resultaat (75%). Een klein deel (16,4%) is het 'eens' met de bijdrage aan het succes van de Innovatie-estafette door twitter en facebook. Een even groot deel is het hier juist mee 'oneens'. Bijna 40% geeft aan dat de Innovatie-estafette zich onderscheidt van andere en eerdere innovatiedagen. Tegelijkertijd geeft 46% hier 'neutraal' tegenover te staan. Als het gaat om het koppelen van een eigen evenement aan de #ines11 is de reactie verdeeld. Ruim de helft staat ook hier 'neutraal' tegenover. Een groter deel is negatief (24%) dan positief (16%). Vier op de tien (41%) deelnemers aan de online enquête geeft aan dat de resultaten voldoende aansprekend, niet te vrijblijvend zijn en bekijken. Bijna een even groot aantal (39%) heeft bij deze vraag geantwoord met 'neutraal'. Opvallend is de hoge score van het antwoord 'neutraal' bij de stellingen 13, 14, 16, 17 en 18 (39% tot 75%).

De stellingen die het meest positief (meer dan 50% score 'eens' en 'zeer eens') zijn gewaardeerd zijn daarmee de volgende:

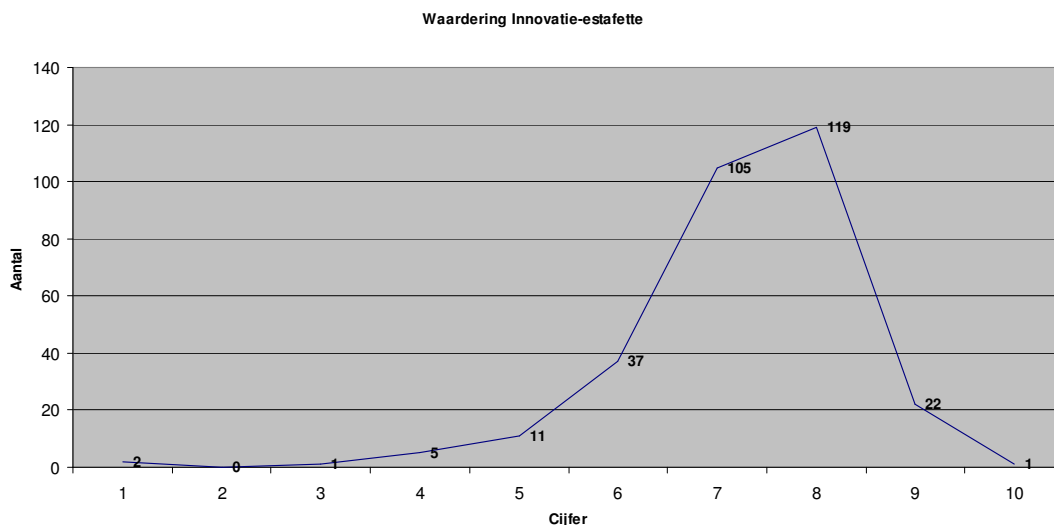
1. *Ik ben geïnspireerd en enthousiast gemaakt!*
3. *Ik heb contact gelegd met mensen uit andere sectoren.*
4. *Ik heb behaalde successen en resultaten gezien.*
6. *Ik heb thematisch sectordoorsnijdende projecten gezien.*
8. *De Innovatie-estafette draagt bij aan het maatschappelijke effect:*
  - a. *'Een schoon, bereikbaar, veilig en duurzaam Nederland'*
  - b. *'Een uitstekende samenwerking tussen overheid, bedrijfsleven, kennisinstellingen en onderwijsinstellingen'*
9. *De Innovatie-estafette was wervend voor jonge ondernemers en studenten.*
15. *Ik ben geprikkeld om nog een keer deel te nemen aan een Innovatie-estafette.*

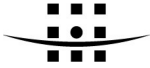
Als we terugkijken op de gestelde doelen van Innovatie-estafette (paragraaf 2.1) dan is er een duidelijke overeenkomst tussen de stellingen met een 'duidelijke' positieve score:

“Zo moet het als vliegwiel dienen voor sectoroverschrijdende innovaties, doorbraken realiseren en mensen in beweging brengen.” Ook het maatschappelijk effect wordt hoog gescoord door de respondenten (stelling 8a en 8b). Daarnaast worden het succes van de estafette bepaald “door de concrete producten die behaald worden tijdens de estafette (zie stelling 4 en 6) en door het gevoel en de energie van de deelnemers tijdens de dag en de periode daarna” (stelling 1).

### 3.4.3 Waardering Innovatie-estafette 2011

In de enquête is bovendien gevraagd naar een waardering (rapportcijfer) voor de Innovatie-estafette als geheel. De meeste respondenten hebben de Innovatie-estafette becijferd met een 8,0 (119x; 39%). De **gemiddelde** waardering komt neer op een **7,3**. Het rapportcijfer 7,0 is ook door een groot aantal mensen genoemd (105x; 35%). De hoogste score was een 10 (1x). De laagste score een 1,0 (2x). Hieronder is het totaalbeeld van de waardering weergegeven. Er is door één respondent geen cijfer gegeven.





De online enquête is afgesloten met de gelegenheid om suggesties en/of opmerkingen te plaatsen. De reacties lopen veelal uiteen. Opvallend veel opmerkingen hebben echter te maken met de organisatie en inrichting van het evenement. Hieronder is een aantal reacties opgenomen:

*"Ik vond het als bezoeker een heel inspirerende omgeving, met een laagdrempelige opzet (geen flashy stands, maar meer marktplein-achtig dus toegankelijk. Dit doet recht aan mensen en bedrijven die innoveren en ontwikkelen. Ik vond het zelf een verademing om geen verkoopverhalen te moeten aanhoren, maar gewoon met elkaar ideeën te kunnen uitwisselen. Gewaagd om het zo aan te pakken!" (score: 8,0)*

*"De begeleiding was tip top, koffie met gebakjes waren heerlijk en de lunch helemaal goed. Jammer dat er (terecht) werd geklaagd vanuit de centrale hal dat er geluidsoverlast was. Hierdoor werd aan het eind van de middag een gedeelte van de stands gesloten. Voor niemand leuk. Volgende keer ipv gordijn betere geluidsisolatie of een andere indeling qua activiteiten. Als dit nog een keer gebeurt, dan zal de motivatie om mee te doen als voor standhouders weg zijn." (score: 8,0)*

*"Ik vond de beursvloer wat rommelig en onoverzichtelijke ogen en teveel stands bij elkaar. Tip om dit volgende keer overzichtelijker te maken en wellicht meer focus op 2-3 thema's. Ik vind het programma ook erg vol. Tip om de volgende keer bijv. minder workshops te doen (2 ipv 3) zodat ook nog tijd is om naar de plenaire sessies te gaan en meer tijd te besteden aan de beursvloer waar vaak het contact tussen partijen werd gelegd." (score: 8,0)*

*"Het dogville concept heeft naar mijn idee niet gewerkt zoals van te voren was bedacht. Het kopiëren van een werkvorm van de meester von Trier, vergt blijkbaar toch iets meer. In de van Nelle Ontwerpfabriek zorgde het voor een onaangename chaos. Bezoekers wisten niet waar ze de verschillende thema's konden vinden, laat staan een bepaalde stand. Verder zorgde de spreiding en locatie/afstand van de zalen tov beursvloer voor een lagere opkomst van de workshops. Vooral de IWS zaal lag compleet uit de route en was voor veel mensen onvindbaar." (score: 5,0)*

*"Ik vond het een goede dag met veel netwerk mogelijkheden. Teleurstellend vond ik het kaartje van de dag, daarop was niet te vinden waar de verschillende workshops werden gehouden, met als gevolg dat ik na één workshop geen zin meer had om het hele gebouw door te zoeken." (score: 6,0)*

#### 3.4.4 Opvallende resultaten 2011 ten opzichte van 2009

Naast de analyse van de resultaten van de online enquête van dit jaar, willen wij ook kort de vergelijking maken met de resultaten van 2009. De vragenlijst bevatte grotendeels dezelfde vragen, zodat de uitkomsten gemakkelijk kunnen worden vergeleken.

Naast de toename in de deelname aan de Innovatie-estafette (2.000 t.o.v. 1.500) en de deelname aan de online enquête (304 t.o.v. 122) is inhoudelijk ook een verandering zichtbaar. Net als in 2009 was de meerderheid het eens met de stellingen "Ik ben geïnspireerd en enthousiast gemaakt!", "Ik heb contact gelegd met mensen uit andere sectoren", "Ik heb behaalde successen en resultaten gezien" en de stelling "Ik heb thematisch sectordoorsnijdende projecten gezien". Ook de stellingen over het maatschappelijk effect en de prikkel om nog een keer deel te nemen werden in 2009 door de meerderheid gedeeld.

De score bij stelling 7 “Ik heb concrete afspraken gemaakt over samenwerkingsprojecten” resulteerde ook in 2009 in een nagenoeg gelijke verdeling tussen de scores ‘oneens’, ‘neutraal’ en ‘eens’. De stelling over de bijdrage van de media leverde een nagenoeg gelijke score op. Dit geldt ook voor de stelling “De resultaten van de Innovatie-estafette zijn voldoende aansprekend, niet te vrijblijvend en beklijven in de periode daarna”.

Een opvallende verandering in de scores was het wervende karakter van de Innovatie-estafette voor jonge ondernemers en studenten. In 2009 was 30% het eens en 3% zeer eens met deze stelling. In 2011 is dit duidelijk verbeterd (43,4% ‘eens’ en 7,2% ‘zeer eens’). Een andere opvallende verandering is zichtbaar bij de stellingen over het effect van de website en de nieuwsbrief. In 2009 was 40% het eens met de stelling dat de nieuwsbrief heeft bijgedragen aan het succes en 54% over het effect van de website. In 2011 leverde dit scores op van respectievelijk 26% (nieuwsbrief) en 37,5% (website).

### 3.5 Organisatie van de voorbereiding

Dit onderdeel van de evaluatie spitst zich toe op de voorbereiding van de Innovatie-estafette. Hiervoor is een workshop georganiseerd met deelnemers die intensief betrokken zijn geweest bij de organisatie van de Innovatie-estafette. Ondanks een beperkte opkomst (6 personen<sup>1</sup>), is open en eerlijk gesproken tijdens de bijeenkomst van 17 november over de succesvolle aspecten van de voorbereiding (wauw) en over de aspecten die voor verbetering vatbaar zijn (auw).

Het programma is gebaseerd op een inventarisatie van ‘wauw’ en ‘auw’'s in de vorm van tweets, waarvan de belangrijkste werden voorgedragen (pitch). Tijdens de workshop zijn ook de meest opvallende positieve punten uit de online enquête gepresenteerd.

10.00 – 10.05 Welkom en toelichting

10.05 – 10.15 Even opwarmen met tweets

10.15 – 10.50 **WAUW:** wat ging goed?

10.50 – 11.00 Eerste resultaten van de evaluatie (Harald)

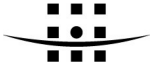
11.00 – 11.40 **AUW:** wat mag/moet beter?

11.40 – 11.55 Samenvatting en conclusies

11.55 – 12.00 Afsluiting en check-out!

---

<sup>1</sup> De aanwezige personen waren: Marisa Monsanto (projectleider Innovatie-estafette), Cees Eijkelenkamp (uitvoerend projectleider), Maartje Willemsen (organisatiebureau ministerie I&M), Darja Hoogendoorn - van Dijk (ministerie EL&I), Ton Siemerink (gemeentewerken Rotterdam) en Margriet Roukema (Deltares)



Te beginnen met de 'wauw'. In eerste instantie lijken de deelnemers bescheiden te zijn over de successen in de voorbereiding. Na enig doorvragen, is er toch een groot aantal wauw-opmerkingen verzameld. De gemaakte opmerkingen hebben vooral betrekking op de procesarchitectuur en in specifieke zin over de vijf voorbereidingssessies van 5 en 7 april, 17 mei, 30 juni en 4 augustus die in de Van Nelle Fabriek zijn gehouden.

#### *Tweets*

"Het proces was helder". De voorbereidingssessies waren een "bron van binding van mensen, direct en indirect" en zorgden deze sessies ervoor dat gasten "gastheer/-vrouw" werden. De voorbereidingssessies waren "bottom-up georganiseerd" en hebben geresulteerd in een crosssectorale en tripartiete basis met de vijf thema's als rode draad. Dit was een noodzakelijke en zeer wenselijke output van de voorbereidingssessies omdat het in een eerder stadium lastig was gebleken om deze rode draad te destilleren vanuit de input van de departementen alleen.

Ook de enthousiaste leiding van de projectleider werd als duidelijke 'wauw' beschouwd. Suggesties en input van anderen (dan het ministerie van IenM) werden bovendien duidelijk gewaardeerd en meegenomen in de organisatie.

De 'auw' aandachtspunten hebben voornamelijk betrekking op planning en het selectieproces in de laatste fase van de voorbereiding en in mindere mate op de inhoudelijke keuzes die zijn gemaakt.

#### *Planning*

Wat betreft de planning is de conclusie helder. Ook bij deze editie is de voorbereiding te laat van start gegaan. Een goede voorbereiding vergt "één jaar of een aaneensloten periode van ten minste negen maanden". De zomervakantie wordt hierbij als een belangrijk obstakel ervaren om de snelheid erin te houden. In de periode van juli tot september is zijn er afwisselend 'sleutelfiguren' weg geweest. Voor de vierde editie werd de planning ook nog eens bemoeilijkt door het verschuiven van het evenement door de agenda's van bewindspersonen.

#### *Selectieproces*

Wat betreft het selectieproces van "doorbraken" wordt opgemerkt dat er in de laatste fase van het proces niet meer is vastgehouden aan de eerder geformuleerde selectiecriteria. Tot het einde werden 'te veel ballen in de lucht gehouden'. Uiteindelijk ontstonden spanningen tussen de mensen die bij de selectie betrokken waren. Moest er worden vastgehouden aan de selectiecriteria en eenduidigheid in het proces of was het belangrijker om partijen die al zolang bij het proces betrokken waren een plek op het podium te gunnen? Uiteindelijk hebben beide argumenten een rol gespeeld en is er voor diverse partijen onduidelijkheid ontstaan. Door enkele betrokkenen is dit ervaren als een gebrek aan doorzettingskracht, durf en lef om te kiezen en focus aan te brengen in het geheel en hier consequent navolging aan te geven. Als gevolg hiervan bleven de organisatoren en bijvoorbeeld woordvoerders tot vlak voor de innovatie-estafette in het ongewisse.

#### *Inhoud*



De keuze voor vijf thema's was duidelijk, maar verloor tegelijkertijd de kracht door de grote hoeveelheid aan subonderwerpen. Ook de naleving van het dogville concept werd aangegeven als een voorbeeld waarbij "water bij de wijn" werd gedaan.

### *Conclusies*

De sessie heeft hiermee vooral onderstreept dat de voorbereiding essentieel is voor het welslagen van het evenement. De voorbereidings sessies, de bottom-up aanpak en de open houding van de organisatie hebben hierbij een zeer belangrijke en waardevolle rol in gespeeld. Verder ligt er een zeer helder advies: neem de tijd voor de voorbereiding! Wat betreft het punt van focus en durf is het advies minder eenvoudig. Wees ervan bewust dat het podium dat wordt geboden een gunst is die door verschillende partijen kan worden verdiend. Ga in een vroegtijdig stadium het gesprek aan met alle betrokkenen in het selectieproces. Bepaal gezamenlijk hoe omgegaan wordt met de selectiecriteria en hoe voorkomen wordt dat belangrijke partners in een laat stadium teleurgesteld worden.

## 4 SUCCESSEN, LEER- EN AANDACHTSPUNTEN

De Innovatie-estafette is hét tweejaarlijkse evenement van De Club van Maarssen om als vliegwiel te dienen voor sectoroverschrijdende innovaties, om doorbraken te realiseren en om mensen in beweging te brengen. De 4<sup>e</sup> editie van Innovatie-estafette (#ines11) vond 4 oktober plaats en trok bijna tweeduizend deelnemers (1926) uit het bedrijfsleven, kennisinstellingen en overheden aan.

Mensen worden geïnspireerd en enthousiast gemaakt en komen in beweging, zodat bedrijven, kennisinstellingen, maatschappelijke organisaties, overheden en onderwijsinstellingen worden verbonden in concrete samenwerking. Het succes van de Innovatie-estafette wordt door de organisatie afgemeten aan het maatschappelijke effect waaraan de Innovatie-estafette bijdraagt, door de (crosssectorale) concrete producten die behaald worden op de Innovatie-estafette en door het gevoel en de energie van de deelnemers tijdens de Innovatie-estafette en de periode daarna.

De totale evaluatie is een belangrijk onderdeel van het innovatietraject. Centraal staat het vaststellen van valkuilen en verbeterpunten, en zeker ook de succespunten. Het geschetste beeld is gebaseerd op alle vijf de onderdelen van de evaluatie.

### 4.1 Successen

- De 4<sup>e</sup> editie is goed bezocht. Er is sprake van een stijgende lijn in het aantal deelnemers door de jaren heen (2007: 1200; 2009: 1500; 2011: 1900);
- De doorsnee deelnemer ziet er als volgt uit: ouder dan 35, werkzaam in het bedrijfsleven in de sector 'ruimte en water' die als bezoeker aanwezig was;
- Bijna 40 procent van de bezoekers komt om inspiratie op te doen. Bijna drie op de tien bezoekers geeft aan dat het brengen van kennis hun voornaamste doel is. Voor 19% van de bezoekers gaat het bij de Innovatie-estafette primair om het opbouwen van contacten;
- Negen op de tien mensen geeft aan zijn/haar doel te hebben gerealiseerd;
- Het gemiddelde rapportcijfer uit de online enquête is een 7,3. Uit de 'live' interviews blijkt een hoger gemiddelde (7,5) voor het evenement als geheel. Het plenaire deel (7,4), de beursvloer (7,3) en de locatie (7,5) zijn ook door hen goed gewaardeerd.
- De online enquête laat zien dat de respondenten deze stellingen deelden:
  - Ik ben geïnspireerd en enthousiast gemaakt!
  - Ik heb contact gelegd met mensen uit andere sectoren.
  - Ik heb behaalde successen en resultaten gezien.
  - Ik heb thematisch sectordoorsnijdende projecten gezien.
  - De Innovatie-estafette draagt bij aan het maatschappelijke effect: 'een schoon, bereikbaar, veilig en duurzaam Nederland' en 'een uitstekende samenwerking tussen overheid, bedrijfsleven, kennisinstellingen en onderwijsinstellingen'
  - De Innovatie-estafette was wervend voor jonge ondernemers en studenten.
  - Ik ben geprikkeld om nog een keer deel te nemen aan een Innovatie-estafette.
- Ten opzichte van 2009 is er vooral een duidelijke positieve verandering te zien in het aantal deelnemers aan de Innovatie-estafette (en online enquête) en het wervende karakter van de Innovatie-estafette voor jonge ondernemers en studenten;

- Het proces van de voorbereiding werd als erg succesvol beschouwen. Het gaat hierbij vooral om de waarde van de voorbereidings sessies, de rol van de projectleider en de uitnodiging voor andere partijen om hun bijdrage te leveren (bottom-up aanpak).

## 4.2 Leer- en aandachtspunten

Naast deze successen is ook een aantal 'leer- en aandachtspunten' benoemd. Het gaat hierbij vooral om zaken die niet zo zeer negatief zijn beoordeeld maar als aandachtspunt worden meegegeven of een onduidelijk beeld opleveren in de online enquête, met bijvoorbeeld een hoge score in de categorie 'neutraal'.

- Een vaak genoemd aandachtspunt (zowel uit live interviews, enquête onder workshopleiders als de online enquête) gaat over de aanmeldingen. De workshops liepen op de website snel vol, maar in de praktijk was er sprake van lege zalen bij verschillende workshops.
- Locaties, tijden of programmaboekje waren niet duidelijk genoeg. Dit wordt ook als oorzaak genoemd voor de minder hoge deelname aan de workshops.
- Een opvallende score heeft de stellingen "Ik heb concrete afspraken gemaakt over samenwerkingsprojecten". Hier lijkt bijna sprake te zijn van een driedeling tussen de scores 'oneens' (32%), 'neutraal' (25%) en 'eens' (29%).
- Op een aantal stellingen heeft een groot deel van de respondenten geantwoord met 'neutraal'. Het is niet eenduidig hoe dit geïnterpreteerd moet/kan worden. Hieronder worden deze stellingen nader toegelicht:
  - Meer dan 40% is 'neutraal' over de aandacht van de media, 35% is het zelfs 'oneens' met de stelling dat de media voldoende aandacht hebben besteed aan de Innovatie-estafette
  - Meer dan 40% is 'neutraal' over de bijdragen van de nieuwsbrief en website aan het succes van het evenement. Voor de bijdrage van twitter en facebook is dit aantal nog zelfs beduidend hoger (>60%).
  - Meer dan 70% van de respondenten van de online enquête geeft aan 'neutraal' te zijn over de bijdrage van de voorbereidingsbijeenkomsten aan proces en resultaat;
  - Bijna 50% is 'neutraal' over de stelling "Excursies en side events horen bij de Innovatie-estafette. Volgende keer wil ik een eigen evenement koppelen aan de Innovatie-estafette", meer dan 20% is het 'oneens' en ongeveer 15% is het 'eens';
  - Ook de uitkomsten op de stelling over de onderscheidendheid van het evenement is de meerderheid 'neutraal' (44%). Een niet veel kleiner deel is het overigens 'eens' (38%);
  - Ook de stelling "De resultaten van de Innovatie-estafette zijn voldoende aansprekend, niet te vrijblijvend en bekijken in de periode daarna" leveren een hoge 'neutraal' score zien (39%). Een groter deel is het met de stelling 'eens' (40%);
- Ten opzichte van 2009 scoren de stellingen over de bijdrage van de website en nieuwsbrief aan het succes van de Innovatie-estafette beduidend lager;
- Voor de voorbereiding geldt dat er voldoende tijd moet worden ingeruimd voor een goed resultaat (ten minste negen maanden aaneengesloten of een periode van 1 jaar);

- Ook de naleving van eerder geformuleerde uitgangspunten (bijvoorbeeld de selectiecriteria voor de doorbraken) verdient aandacht in de toekomst. Ga in een vroegtijdig stadium het gesprek aan met alle betrokkenen in het selectieproces en bepaal gezamenlijk hoe omgegaan wordt met de selectiecriteria.

### 4.3 Conclusies

De Innovatie-estafette heeft op veel verschillende terreinen succes geboekt. Een groot aantal deelnemers, een hoge mate van tevredenheid van de deelnemers én er is een beeld neergezet van crosssectorale, tripartiete samenwerking. Met name dit laatste is een verbetering ten opzichte van de Innovatie-Estafette in 2009. Destijds werd dit aspect minder goed herkend door de deelnemers. Elementen die hier zeker aan hebben bijgedragen zijn de workshops, het plenaire programma én de keuze om het evenement te beperken tot één dag. In het plenaire programma was veel aandacht voor concrete, crosssectorale resultaten. De workshops hebben in het merendeel van de gevallen geleid tot crosssectorale discussies én vervolgspraken. De keuze om het evenement tot één dag te beperken heeft ertoe geleid dat de deelnemers vanuit alle sectoren elkaar konden ontmoeten en dit werd door de deelnemers duidelijk op prijs gesteld.

De onderdelen die minder positief zijn beoordeeld hebben voornamelijk te maken met de logistiek (aanduiding en vindbaarheid van de zalen, bezettingsgraad van de workshops, het rumoer van de beursvloer). Voor een groot evenement als de Innovatie-estafette blijft dit een aandachtspunt. Wellicht dat het helpt om voor een volgende editie gebruik te maken van dezelfde locatie zodat de leerervaringen nog beter kunnen worden benut.

Voor een goed resultaat is het van belang om voldoende tijd te nemen voor de voorbereiding van de Innovatie-estafette. Daarbij is het belangrijk om zorgvuldig om te gaan met de verwachtingen van betrokkenen bij mogelijke cross-sectorale “doorbraken”. Intern en extern moet tijdig duidelijk zijn hoe, door wie en op welk moment de selectie tussen mogelijke doorbraken wordt gemaakt. Dit vraagt om vroegtijdige betrokkenheid van de partijen.



## 5 BIJLAGEN

In de bijlagen zijn de verschillende vragenlijsten opgenomen.



## 5.1 Vragenlijst Interviews bezoekers

Tijdstip	11.00-13.00	13.00-15.00	15.00-17.00	17.00-20.00
Locatie	Koffiefabriek	Tabaksfabriek	Beursvloer	Overig
1. In wat voor soort organisatie werkt u?	Kennisinstelling	Bedrijfsleven	Overheid	.....
2. In wat voor sector werkt u?	Wegverkeer	Maritiem	Bouw	Openbaar vervoer
	Luchtvaart	Ruimte en water	Milieu	Rotterdam
3a. Wat is/was uw hoofddoel van de dag?	Kennis brengen	Publiciteit / reclame maken	Ideeën en inspiratie opdoen	Kennis versterken
	Contacten opbouwen / versterken	Allianties opbouwen voor nieuwe projecten	Werving van nieuwe medewerkers	Contact met potentiële werkgevers
3b. Heeft u uw doel (al) bereikt?	Ja, dat blijkt uit .....		Nee, omdat.....	
4a. Welk aspect van de dag hebt u als het meest waardevol ervaren?	.....		4b. Welk cijfer geeft u dit? (1-10)	...
5a. Zijn er aspecten die u als niet waardevol hebt ervaren?	Ja / nee, zo ja, welke:	.....	.....	.....
	5b. Welk cijfer geeft u dit?	...	...	...
5c. Welke eventuele suggesties ter verbetering hebt u?	.....		.....	
6. Welk cijfer geeft u aan:	Het totale evenement tot nu toe: ...	Het plenaire deel (10-11u en/of 17-18u): ...	De beursvloer: ...	De locatie: ...
7. Zijn er vervolgstappen die u onderneemt na deze dag? Zo ja, kunt u deze globaal beschrijven (acties, planning, betrokken partijen)?	.....		.....	
8. Welke suggesties hebt u voor vervolgacties? In welke vorm?	.....		.....	
9. Hoe bent u op de hoogte gekomen van dit evenement?	.....		.....	
10a. Wat vindt/vond u van de promotie voor het evenement?	.....		10b. Wat zou u eventueel verbeteren?	.....
11. In welke rol zou u het liefst van de partij zijn op de volgende Innovatie-estafette?	.....		.....	
12. Welke ideeën en/of vragen hebt u voor de tussentijd wat betreft activiteiten en contacten van de CvM?	.....		.....	
13. Wat vindt u anders t.o.v. 2009?	.....		.....	



## 5.2 Vragenlijst enquête workshopleiders

Enquête Innovatie-estafette 2011   workshopleiders	
1.	Wat was het doel van de workshop?
2.	Welke afspraken zijn gemaakt? <i>(inclusief acties/actiehouders/ planning)</i> Voldoen de afspraken aan de behoeften?
3.	Wat zijn eventuele overige opbrengsten van de workshop? <i>(belangrijke conclusies/ aandachtspunten/nieuwe inzichten)</i>
4.	Is er een vervolg gepland of nodig?
5.	Is het doel van de workshop bereikt? Zo ja, waaruit blijkt dat? En zo nee, waarom niet?
6.	Heeft u overige opmerkingen/ suggesties?



### 5.3 Vragenlijst online enquête

I. Wat is uw leeftijd?	< 25	25-35	>35
------------------------	------	-------	-----

II. In wat voor soort organisatie werkt u?	Kennisinstelling	Overheid	Bedrijfsleven	Overig
--	------------------	----------	---------------	--------

III. In welke sector werkt u?							
Wegverkeer	Maritiem	Bouw	OV	Luchtvaart	Ruimte en water	Milieu	Rotterdam

IV. Wat was uw rol tijdens de Innovatie-estafette?				
Uitsluitend bezoeker	Workshop-leider of -spreker	Standhouder	Spreker Catwalk	Presentatie in DC-hal
Plenaire bijdrage	Spreker op lanceerpodium	Deelname Jonge Estafette	Spreker Duitslandkamer	

V. In welke rol zou u het liefst van de partij zijn op de Innovatie-estafette 2013?				
Uitsluitend bezoeker	Workshop-leider of -spreker	Standhouder	Spreker Catwalk	Presentatie in DC-hal
Plenaire bijdrage	Spreker op lanceerpodium	Deelname Jonge Estafette	Spreker Duitslandkamer	

VI. Welke behoeften en/of ideeën heeft u voor de tussentijd wat betreft activiteiten en contacten van de Club van Maarssen?	
---	--

Stellingen	Zeer oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Zeer eens
1. Ik ben geïnspireerd en enthousiast gemaakt!					
2. Ik ben dankzij de Innovatie-estafette meer en blijvend betrokken bij het werkveld infrastructuur, ruimte en milieu.					
3. Ik heb contact gelegd met mensen uit andere sectoren.					
4. Ik heb behaalde successen en resultaten gezien.					
5. Ik heb geleerd van eerdere ervaringen die hier zijn gepresenteerd.					
6. Ik heb thematisch sectordoorsnijdende projecten (bijvoorbeeld op gebied van knooppunten ICT, klimaat, veiligheid, energie) gezien.					



7. Ik heb concrete afspraken gemaakt over samenwerkingsprojecten.					
8. De Innovatie-estafette draagt bij aan het maatschappelijke effect:					
a. 'Een schoon, bereikbaar, veilig en duurzaam Nederland'					
b. 'Een uitstekende samenwerking tussen overheid, bedrijfsleven, kennisinstellingen en onderwijsinstellingen'					
9. De Innovatie-estafette was wervend voor jonge ondernemers en studenten.					
10. De media (kranten, internet, radio, TV) hebben voldoende aandacht besteed aan de Innovatie-estafette.					
11. De nieuwsbrief heeft bijgedragen aan het succes van de Innovatie-estafette					
12. De website heeft bijgedragen aan het succes van de Innovatie-estafette					
13. Twitter en facebook hebben bijgedragen aan het succes van de Innovatie-estafette					
14. De voorbereidingsbijeenkomsten (maart, april, mei, juni, augustus) op locatie Van Nelle waren goed voor proces en resultaat					
15. Ik ben geprikkeld om nog een keer deel te nemen aan een Innovatie-estafette					
16. De Innovatie-estafette onderscheidt zich van andere en eerdere innovatiedagen					
17. Excursies en side events horen bij de Innovatie-estafette. Volgende keer wil ik een eigen evenement koppelen aan de Innovatie-estafette					
18. De resultaten van de Innovatie-estafette zijn voldoende aansprekend, niet te vrijblijvend en beklijven in de periode daarna.					
Welk cijfer geeft u aan de Innovatie-estafette in zijn geheel? ..... (1= slecht, 10 = goed)					

=0=0=0=