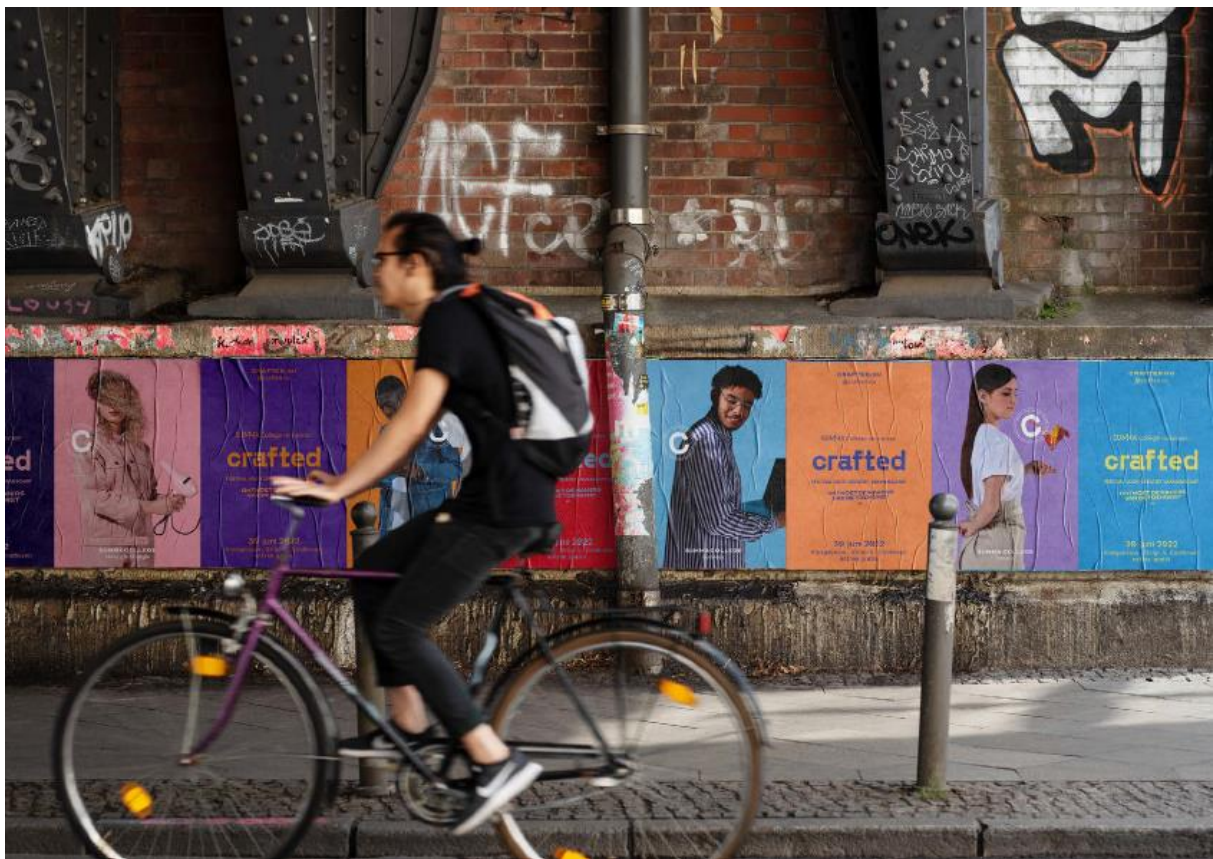


crafted

Stichting Crafted Festival i.o.
Maart 2023



Inhoudsopgave

1. Maatschappelijk vraagstuk en bijdragen aan oplossing
 - 1.1 Maatschappelijk vraagstuk
 - 1.2 Bijdragen aan oplossing
2. Doelstelling en Activiteiten
 - 2.1 Doelstelling van het Festival
 - 2.2 Activiteiten
 - 2.3 Uniek Concept
 - 2.3.1 Kwaliteit
 - 2.3.2 Grote betrokkenheid bedrijfsleven
 - 2.3.3 Samenwerking
 - 2.3.3.1.1 Samenwerking intern
 - 2.3.3.1.2 Samenwerking extern
 - 2.4 Hoe doen wij dit?
3. Belang van samenwerking met de culturele sector
 - 3.1 Het artistieke concept
4. Beoogde resultaten per groep van belanghebbenden
 - 4.1 Belanghebbenden
 - 4.2 Consortium en de rol van de partners
 - 4.3 Governance
5. Opschaalbaarheid in geografische spreiding en overdraagbaarheid
 - 5.1 Opschaalbaarheid
 - 5.2 Landelijk en internationaal – spreiding en overdraagbaarheid
6. Impactdoelen

1. Maatschappelijk vraagstuk en bijdragen aan oplossingen

1.1 Maatschappelijk Vraagstuk

De mbo-student wordt vaak weggezet als laag opgeleid en als een student die er minder toe doet dan een student van het hbo of wo. De kwaliteit van deze praktisch opgeleide student wordt vaak niet erkend. Het grote maatschappelijke probleem gaat echter verder. 'Praktisch' opgeleiden zijn ook vaak de minder bedeedden in onze maatschappij. Ook in de Provincie Brabant zijn er deze zorgelijke ontwikkelingen. *'Een relatief kleine gemeenschap vindt elkaar (), zodat we tot de wereldtop horen van techniek en design. Tegelijkertijd moet er aandacht zijn voor de achterblijvers en de grote sociale gevolgen die ook onze omgeving treffen* (2022 Peter Kentie - De Toekomst is van ons Samen).

Iedereen spreekt over de hbo en wo student. 'Hoger is beter', maar juist de gouden handen van de mbo-student zorgen voor een volwaardige keten van mbo-hbo-wo. De vraag naar mbo-gediplomeerden voor de grote maatschappelijke transitie waar wij voor staan is al groot maar zal de komende jaren nog enorm toenemen, terwijl juist bij de mbo- opleidingen een dalende lijn qua leerlingenaantallen laat zien. De komende periode zal de vraag toenemen voor opleidingsniveau 2 met 52%, voor niveau 3 met 60%, en voor niveau 4 zelfs met 76%. ([Publieksrapportage Kans op werk 2024-2026 \(s-bb.nl\)](https://www.s-bb.nl)).

1.2 Bijdragen aan oplossingen

Bijdragen aan het dichten van de kloof en versterking van de reputatie van het mbo

Wij dragen bij aan het verkleinen van de kloof en wij werken mee aan de toekomst van ons samen. Dit is het hogere doel. Wij willen bijdragen door juist de kracht van het mbo te tonen. Door de kwaliteit van de mbo student te laten zien. Wij geven deze mbo student het podium. Wij kiezen hierbij de focus om de kracht van het creatief vakmanschap te laten zien.

Met het festival Crafted tonen we het belang van creatief vakmanschap voor een leefbare wereld.

We laten een groot publiek – en met name nieuwe generaties – zien dat makers essentieel zijn voor onze cultuur van samenleven en voor de maatschappelijke uitdagingen van de toekomst.

Tegelijkertijd sporen we nieuwe generaties aan om een (creatieve) maak-opleiding te gaan volgen. We inspireren daarbij ook ouders en verzorgers om het creatieve vakmanschap te gaan waarderen.

Daarmee wordt ook het creatieve student straks om zijn of haar talent gewaardeerd. We stimuleren intensieve samenwerking met culturele organisaties, bedrijfsleven en maatschappelijke organisaties.

Daarbij laten we de jonge creatieve makers zich uitspreken, want zij zijn het die het festival vooral maken en zij zijn het die hun talent daar presenteren: ***Ontmoet de makers van de toekomst!***

Waarom het maken als uitgangspunt

De Nationale *Crafts Council* schreef onlangs in haar jaarverslag:

*“We zijn op dit moment aanbeland in een wereld waarin materialen de leefomgeving vervuilen, grondstoffen schaars worden en de aarde uitgeput raakt. Juist in dit tijdperk van globalisering, digitalisering en robotica is het van belang de unieke menselijke eigenschappen van het **maken** centraal te stellen.”*

Dit *maken* is essentieel in ons dagelijks leven en het vormgeven van de toekomst. Want creatief vakmanschap en het ambachtelijk makerschap geven onze cultuur vorm én inhoud. Sterker nog: zonder de creatieve en ambachtelijke vakmensen bestaat er geen cultuur. Want de ontwerper en de bakker, de muzikant, de kapper en meubelmaker geven uiting aan wat wij met elkaar delen; wat wij belangrijk, bijzonder of fijn vinden. Door het werk van de creatieve vakmensen wordt onze cultuur tastbaar: in de vormgeving van onze spullen en onze steden, in het type brood dat we eten, in de muziek die we waarderen. Juist in de Brainport Regio Eindhoven – Technologie, Design én Kennis – beseffen we elke dag hoe belangrijk het creatief vakmanschap is; voor onze identiteit, onze mode, voor onze inkomens, voor onze productie en bedrijvigheid. En voor onze toekomst.

Visie op crafts

Het Crafted festival gaat over het *creatief vakmanschap*; over *crafts*: het vermogen om het leven beter te maken of te verrijken. Daarvoor is altijd kwaliteit nodig. Crafted gaat daarmee ook over verantwoordelijkheid. Want wat wij vandaag maken, zal ten dienste moeten staan aan het leefbaar houden of leefbaar maken van onze wereld. De Nationale *Crafts Council* schreef in dit licht hoe cruciaal het in deze tijd is de unieke eigenschappen van maken centraal te stellen (zie de inleiding). Nieuwe generaties creatieve vakmensen moeten tegen de achtergrond van die druk hun weg vinden.

Crafted laat zien hoe zij dit met veel inzet en creativiteit doen. En tegelijkertijd verhogen we ook bij de bezoeker het bewustzijn van de betekenis van *crafts*. Vakmanschap neemt al sinds de eerste gebruiksvoorwerpen een bijzondere positie in. Het bevindt zich op die plek waar kunst, ontwerp en techniek samenkomen.

Soms gaat crafts meer over kunst, een ander keer meer over het ontwerp en een volgende keer meer over technologie. Vakmanschap kan men niet zonder meer aan één van de drie disciplines koppelen. Is ook altijd dienstbaar geweest aan de mens. Dienstbaar aan onze vorm van samenleven – en aan ons overleven. Juist in deze tijd is crafts daarom zo van belang. In die wetenschap geven we ons festival vorm en inhoud.

2. Doelstelling en Activiteiten

2.1 Doelstelling van het Festival

Het programma wat het Summa College met partners opzet om de nodige verbinding, inspiratie en activatie te bewerkstelligen noemen we Crafted. Crafted is een Festival waarin onderwijs, cultuur, overheid, intermediairs en bedrijven met elkaar samenwerken.

Het is een programma dat begint met de verbeelding van de mbo-student die naar de wereld kijkt en dat vervolgens andere opleidingen betreft van een binnen cirkel van het creatief vakmanschap opleidingen en een tweede ring van ondersteunende opleidingen. Vmbo-leerlingen regionaal en internationaal worden uitgenodigd het Festival te bezoeken. Samen met (leer) bedrijven, beleidsmakers, kunstenaars en intermediairs worden ketens gevormd, om samen weer nieuwe ketens te vormen en zo de reputatie van het mbo te versterken.

Het Summa College is in 2017 gestart met een festival dat het creatieve vakmanschap van de afgestudeerde studenten in de schijnwerpers zet. Al snel werd het niet alleen een podium voor de studenten van de creatieve opleidingen, maar ook voor alle andere creatieve makers van de toekomst. De studenten werken samen. Samen met technische opleidingen, samen met ambassadeurs uit het werkveld, samen met andere onderwijsopleidingen in de regio en samen met veel (leer)bedrijven.

2.2 Activiteiten

Een heel jaar lang werken we toe naar Crafted. Dit festival bestaat uit exposities van studenten die afstuderen van de opleidingen van Fashion, Wonen & Design, Brood & Banket, Engineering & Techniek, Beauty & Lifestyle & Automotive. Daarnaast vinden muziekkuitvoeringen plaats van de Metal Factory, Rock City & Music Production Lab. Er is een food court voor de afdeling horeca. Ondersteunende opleidingen van facilitair, evenementen organisatie, marketing & communicatie, ict en veiligheid zorgen ervoor dat het festival in goede banen wordt geleid.

Aan de voorkant vinden rondleidingen plaats voor 850 leerlingen van 81 VO-scholen uit Zuid- Nederland en de Internationale School. Tevens vindt er een congres plaats van sprekers samen met studenten. In 2023 is het thema Creativiteit en Samenwerking. Hiermee betrekken wij de doelgroepen van bestuurders, beleidsmakers en relaties uit het bedrijfsleven. Daarnaast wordt voor de eerste keer een

alumni programma georganiseerd. Op het Festival vinden diverse prijsuitreikingen plaats. Branche prijzen voor de Wonen & Design studenten en in samenwerking met de mbo Raad een prijs voor het aanstormende creatief talent voor het vmbo. In samenwerking met de Gemeente Eindhoven wordt een mbo-prijs ontwikkeld voor het creatieve talent van het mbo. Daarnaast organiseert het Centrum voor Ondernemen prijzen voor de meest innovatieve ideeën van studenten.

2.3 Uniek concept

Crafted bestaat uit een samenkomen van kwaliteit, grote betrokkenheid bedrijfsleven en vele samenwerkingen. Dit unieke concept in onderling verband wordt hieronder uitgewerkt.

2.3.1 Kwaliteit

De opleidingen zelf hebben een veel hogere kwaliteit dan algemeen bekend is. Fashion wint elk jaar de nationale skills wedstrijden, Metal Factory en Rock City zijn al jaren achtereenvolgend (zeven jaar) de beste muzikanten mbo-opleiding van Nederland, Wonen & Design is de een na grootste meubelmaker en interieur designopleiding van Nederland en staat bekend om het gebruik van de meest innovatieve technieken. De bakkers winnen aan een stuk door prijzen op de nationale skills wedstrijden en ook dit jaar doen er 6 (! record) studenten mee aan de nationale vakwedstrijden.

In het proces naar Crafted toe wordt de **kwaliteit** van de opleidingen verder versterkt door het betrekken van **culturele topprofessionals** uit de branches. Bas Kusters, David Laport, Marlou Breuls, Hidde de Brabander, Thijs Lodewijk, Mark Reeder, Dick Middelweerd, Zarzo, Jermain de Rosario, Luuk Visser, Jan Willem Otto en Labeledby hebben de studenten ondersteund de afgelopen vijf jaar en/of gaan ze ondersteunen komend jaar. Daarnaast ondersteunen David Laport en Harm Rensink als artistic director ook om Crafted als geheel in de aankleding van het Festival de kwaliteit van de student nog beter naar voren te laten komen.

2.3.2 Grote betrokkenheid bedrijfsleven

Een tweede unieke factor is de **grote betrokkenheid van het bedrijfsleven**. Goud bij het mbo is dat iedere student diverse stages loopt. Achter iedere student staat een leerbedrijf. Deze bedrijven ondersteunen massaal het festival. Dit manifesteert zich vooral in de sponsoring in natura. Dit jaar doen meer dan 50 bedrijven mee. Maar ook begeleiden bedrijven studenten. Bedrijven ervaren dit zelf als inspirerend (Gillissen, hoofdsponsor Crafted: wij doen mee met Crafted, mede omdat onze werknemers hier zelf zoveel plezier aan hebben en wij zelf zo geïnspireerd raken door studenten!).

2.3.3 Samenwerking

2.3.3.1 Samenwerking intern

De derde unieke factor van Crafted is **samenwerking**. Gemiddeld studeert een student binnen zijn eigen opleiding in zijn eigen school af. Op dit festival werken 16 opleidingen samen met elkaar, met bedrijfsleven en met kunstenaars. Opeens werken fashion design studenten samen met die van de muzikanten opleiding, werkt Automotive in de expositie samen met Brood & Banket en ICT, werken Zarzo, Jan Willem Otto en horeca studenten samen, evenals opeens studenten van engineering samen met die van Beauty & Lifestyle. Ook docenten leren op deze manier met andere opleidingen samen te werken. Zo werkten de opleidingen welzijn, muzikant en techniek vorig samen in het project van de walvis. Lassers hadden een walvis gelast op basis van een idee van de opleiding welzijn, die graag plastic afval wil verzamelen. Muzikant heeft de presentatie begeleid. Harm Rensink had het geheel tot een visueel gesmeed en opgenomen in het Festival. Dit jaar werkt bijvoorbeeld het bedrijf Van Happen mee met de prijs voor het aanstormende creatieve talent, door kunstdocenten van vmbo-opleidingen klassen kunstwerken te laten maken van afval.

Dit is de directe samenwerking van studenten én docenten binnen één school. Docenten zijn hier heel belangrijk in omdat zij dit in principe niet gewend zijn. De uitbreiding over de jaren gaat nu verder. Ook de diensten van facilitair, transport, communicatie & marketing en inkoop werken samen met studenten

aan het festival. Een dergelijk grote samenwerking is niet eerder voorgekomen, maar belangrijk voor de student. De student en de docent voelen de waardering voor het afstudeerwerk van veel meer mensen dan wanneer hij/zij het in de eigen school geplaatst zou hebben. Maar nog veel belangrijker, studenten en docenten werken onderling en met de buitenwereld aan de 21st century skills van creativiteit en samenwerking. Hier wordt dit daadwerkelijk in de praktijk gebracht.

2.3.3.2 Samenwerking extern

Steeds meer partijen naast het Summa College zijn de afgelopen vijf jaar betrokken geraakt.

Onderwijs

De MBO Raad raakt betrokken door middel van Sterk Techniek Onderwijs, waarbij de 8^e pijler kunst en techniek is. In samenwerking met de MBO Raad wordt het project met een expositie van kunstwerken van afval. Voor het eerst doen dit jaar andere scholen uit Brabant mee als Koning Willem I, Curio en Fontys in het project Beet! (RIF-project voedseltransitie, waarbij een expositie over dit thema wordt betrokken in de expositiehal).

Met Sint Lucas zijn vergaande gesprekken om tot een structurele samenwerking te komen. Doet Sint Lucas voor de 2023 editie nog mee in uitvoerende zin, op dit moment bekijkt Sint Lucas intern met welke opleidingen en hoe volgend jaar een structurele samenwerking wordt voorbereid.

Internationalisering

Het belang van internationalisering in de Brainportregio is groot. Crafted biedt het podium voor creatief vakmanschap in een internationale omgeving. Tijdens Crafted wordt het voortgezet onderwijs ontvangen waaronder de Internationale school. Zij krijgen rondleidingen aangeboden en zullen in het vrije programmadeel zelf hun inspiratie opdoen bij de verschillende bijdragen vanuit de scholen. Ook het Congres en het alumniprogramma hebben speciale aandacht voor onze internationale opleidingen en bieden ook hen dit podium. Partners als Expat Centre South, Creative Women en talenten uit het Women for Women programma sluiten aan. Dit met een focus op doorontwikkeling van Crafted op de internationale markt.

Positionering en marketing

De stad Eindhoven en Brainport Development zien een toegevoegde waarde van het Festival. Crafted wordt nu duidelijk meegenomen in een positionering van activiteiten door het jaar heen. Crafted wordt gepositioneerd tussen het Dutch Technology Festival en de Maker Fair in September. In deze marketing gaan branche commissies van de opleidingen meedoen, maar ook de 1000 leerbedrijven en de 6500 aangesloten bedrijven bij Brainport Development. (Dit bestrijkt een veel groter gebied dan Eindhoven. Leerlingen van het Summa College komen voor 75% uit niet-Eindhoven. 25% komt uit Eindhoven, 50% uit Noord-Brabant en 25% uit buiten Brabant. Leerbedrijven en bedrijven aangesloten bij Brainport Development komen ook grotendeels uit Brabant en uit overig Nederland.)

2.4 Hoe doen wij dit?

Succes komt niet zomaar uit de lucht vallen. Het onderwijsteam van Crafted heeft de organisatie van Crafted stapsgewijs overgenomen van de projectgroep en is een overkoepelende samenwerking tussen studenten, docenten, medewerkers staf en diensten én het bedrijfsleven bestaande uit alumni, professionals en stakeholders.

Het team komt regelmatig bij elkaar en werkt jaarrond. Gebruik maken van elkaars kwaliteiten en ervaring binnen het onderwijsteam zorgen voor diepgaand leren, kritisch denken en streven naar excellente uitvoering.

De teamleden geloven in elkaar en – minstens zo belangrijk– zij geloven in zichzelf. Zij weten precies wat er van hen wordt verwacht. Dit vertrouwen in elkaar en in zichzelf is belangrijk bij het bereiken van de beste teamprestaties, omdat de druk steeds opnieuw heel hoog is: werken naar het festival.

Een goede communicatie is essentieel om de voortgang bij te houden en efficiënt samen te werken aan taken middels overleg, met draaiboeken, tijdspad en agenda's.

Met name voor de studenten is deelname aan het team een verrijking van hun schoolcarrière, mede door zelfregulerend leren. Studenten werken aan projecten die authentiek zijn, betekenisvol, contextrijk en relevant door hun (professionele) toekomst. Een goede leiding is heel belangrijk. Het team wordt geleid door de projectleider Crafted. Zij zorgt voor en vormt op die manier de lijm die het team bij elkaar houdt. Samen met de Artistic Director, ambassadeurs uit het bedrijfsleven en consortium (Brainport, ASML, Technicum e.a.) zorgt zij voor aanmoediging, motivatie, inspiratie en informatie.

Het Crafted team is samengesteld vanuit een diversiteit die in geen ander onderwijsteam voorkomt. Ieder teamlid is uniek, met eigen talenten, ervaringen en kennis. Juist de diversiteit zorgt voor de beste teamprestaties, omdat iedereen een eigen talent inbrengt. Dit zorgt voor meer creativiteit, ook bij het oplossen van eventuele problemen- I like - I wish - I wonder. Het onderwijsteam kent een enorme leercurve om het beste te tonen en het beste uit iedere student te halen.

3. Belang van de samenwerking met de culturele sector

Kunstenaars verbeelden en nemen omstanders mee in een verhaal waar vaak niet aan gedacht is. Wij werken samen met culturele ambassadeurs omdat wij gemerkt hebben dat zij studenten en docenten inspireren en studenten verleiden een heel ander verhaal te vertellen dan waar ze in eerste instantie aan gedacht hebben.

Crafted: een artistieke visie waarin een idee een Gesamtkunstwerk wordt.

Het begint met de student. De student wordt gevraagd naar zijn blik op de wereld ('nowness'), waarbij de student vervolgens wordt begeleid door een docententeam. Een team van kartrekkers van docenten en studenten werkt nauw samen met culturele ambassadeurs uit het werkveld, innovatieve bedrijven en andere onderwijsinstellingen. Hierdoor ontstaan inspirerende initiatieven. Een artistic director ontwikkelt dit tot een Gesamtkunstwerk.

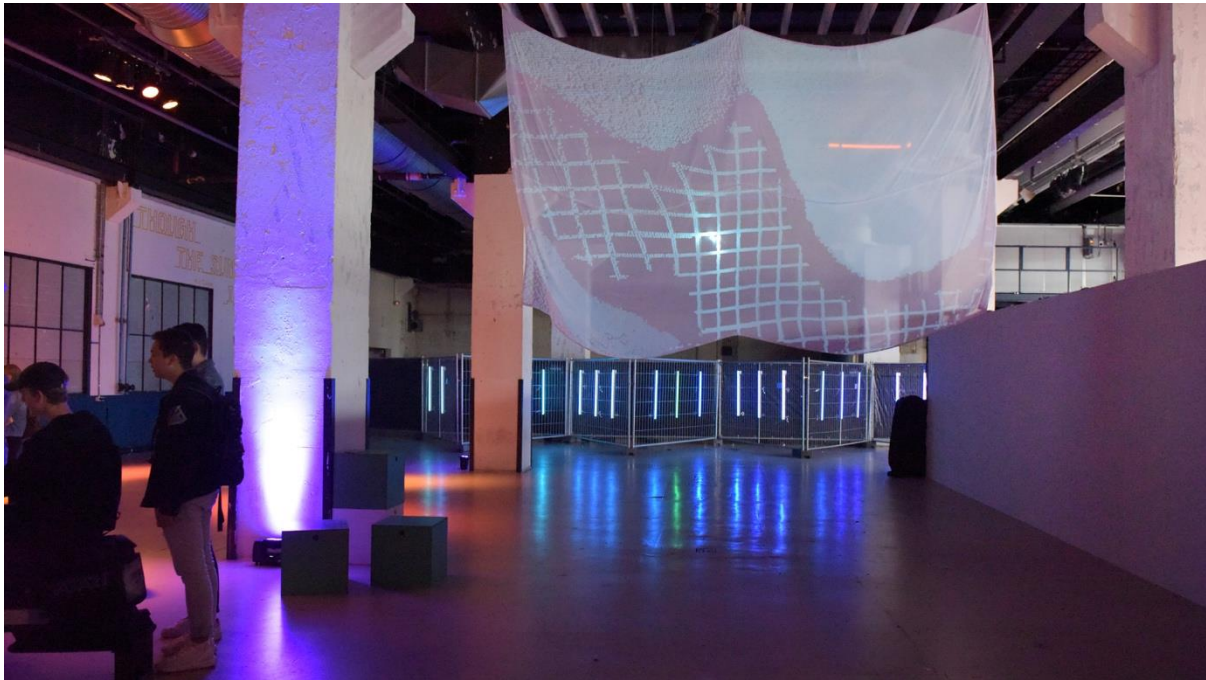
3.1 Het artistieke concept

Vanaf 2019 werkt Crafted samen met MU & STRP.

Tijdens Crafted 2019 deelden we de expositie in het Klokgebouw (1 ticket beide expo's) en werkten we samen in het project Future Cities met verschillende mbo-instellingen uit de regio Brabant.

In de samenwerking met MU & STRP viel het op dat de mbo scholen hun studenten vooral aanspreken, en afrekenen, op hun ambachtelijke vaardigheden. De student wordt vooral benaderd en omschreven als een doener. Een jonge maker met gouden handjes. Zelden wordt een student uitgedaagd te reflecteren op wat zij eigenlijk doen, hoe zij die dingen doen en waarom zij doen wat ze doen. Dit staat in scherp contrast met de manier waarop Crafted de makers benadert. Juist door denken en doen te combineren komen wij tot uitdagende concepten en alternatieve toekomstscenario's. Bij Crafted belanden die scenario's in het festival dat door mbo studenten wordt samengesteld. Bij Crafted gaan we een stapje verder door mbo'ers actief mee te laten werken aan de alternatieve toekomstscenario's.

Na de eerste samenwerking met SUMMA, Sint Lucas en Koning Willem 1 College wil MU dan ook een verdere samenwerking aangaan door ook in komende edities gezamenlijke (kunst)werken op Crafted te tonen. Wat leren de docenten en studenten hiervan?



- 1) Het werk komt tot stand door gelijkwaardig gesprek tussen de studenten en de kunstenaar.
- 2) Het werk heeft puur artistieke waarde, het kent geen praktische toepassing. Dat is vrij uniek binnen de kaders van het mbo.
- 3) Het idee van studenten dat een toekomst enerzijds verder zal worden bepaald door strakke systemen en mechanische reproduceerbaarheid enerzijds en organische vormen en 'menschelijkheid' anderzijds vormt de essentie van dit kunstwerk.
- 4) Studenten blijken goed in staat om hun toekomstvisie te vertalen in een kunstwerk en daarover het gesprek aan te gaan.
- 5) Het kunstwerk is daarmee niet alleen kunstwerk op zich, maar ook een instrument dat studenten konden gebruiken om hun visie op de toekomst te verwoorden.

In evaluerende gesprekken met verschillende opleidingen komen we tot de conclusie dat het combineren van de verbeeldingskracht van studenten en hun ambachtelijke vaardigheden sterk heeft bijgedragen aan het creatieve proces en de resultaten van de studenten.

Deze gesprekken hebben er dan ook toe geleid dat dit -het combineren van ambachtelijke vaardigheden met het stimuleren van het kritisch denkvermogen- volledig past in de visie en de omgeving van Crafted. Omgekeerd hebben de culturele instellingen belang bij de samenwerkingen met de scholen.

De beweging naar het samen maken van artistieke producties maakt het culturele organisaties mogelijk om beter aan te sluiten op de opleidingen met wie we samenwerken. Zo zijn de projecten en kunstwerken in afstemming met opleidingen en docenten in het curriculum opgenomen, terwijl het project wel op voldoende afstand van het bestaande klaslokaal wordt georganiseerd. Een artistieke productie geeft veel meer breedte aan het traditionele onderwijs. Als we de term kunstwerk gebruiken merken we dat veel docenten meteen in object denken. Bij een opleiding mediaredactie (Sint Lucas) die samenwerkt met een de opleiding artiest (Summa) zou een theatrale performance bijvoorbeeld veel beter passen.

Deze verbintenissen onderschrijven het belang van de samenwerking met de culturele sector. In de **omgevingsanalyse** geven we nog meer voorbeelden tot welk mooie resultaten dit reeds geleid heeft. (Bijlage samenwerkingen Crafted en culturele instellingen)

4. Beoogde resultaten per groep van belanghebbenden

4.1 Belanghebbenden

Onderwijs

Crafted is leerresultaat van een onderwijsconcept waarbij studenten en onderwijs de middelmaat ontstijgen. Dit project wordt vormgegeven middels Project Based Learning (PBL) vormgegeven; met een binnenkern van opleidingen die jaarrond met dit onderwijsconcept bezig zijn en aangevuld worden door een buitenring van opleidingen die dit concept ondersteunen.

Vmbo-scholen komen in contact met het mbo-onderwijs. Ze zien de afstudeerproducten van de studenten, in een mooi gecureerde omgeving, ze beleven een wow-effect en krijgen een rondleiding. Ze mogen zelf meedoen met een eigen expositie. (Expositie over afval in samenwerking met Van Happen Containers)

Bedrijfsleven

Het Festival leidt tot nieuwe kansen voor het bedrijfsleven. Als eerste komt men in aanraking met de toekomstige werknemer. Maar daarnaast is ook het bedrijfsleven geïnspireerd en onderstreept het belang van creativiteit en samenwerken. Men komt in contact met docenten en ontwikkelt verdere ideeën om de taal te spreken van de student van deze tijd. Dit is belangrijk omdat bedrijven worstelen met het niet kunnen aantrekken van studenten op de traditionele manier.

Cultuurwereld

De ambassadeurs worden uitgenodigd mee te doen met de studenten en docenten. Ze worden gewaardeerd om hun bijdragen, ze worden ook betaald hiervoor en ze worden ook onderdeel van een netwerk van onderwijs van verschillende opleidingen die met elkaar samenwerken. Er is sprake van een wederkerigheid met studenten. Ook zij krijgen inspiratie van de student van nu en hun kijk op de wereld. Ze bewijzen hoe belangrijk de creatieve industrie is en ze laten zien dat ze een onderdeel van deze keten zijn.

Stad/Provincie (imago en reputatie, vestigingsklimaat)

Een stad en een Provincie die een dergelijk Festival neerzetten zijn aantrekkelijk als vestigingsklimaat. De stad heeft een dergelijk cultureel festival ook nodig omdat de stad een dergelijke versterking nodig heeft op cultuur gebied. Dat hierbij de mbo-student die zo hard nodig is voor de economische ontwikkeling van de Provincie op een voetstuk wordt gezet is zeer welkom.

Beleidsmakers

Beleidsmakers van het culturele beleid en/of creatieve industrie worden geholpen met versterking en het uitdragen van de keten van de creatieve industrie. Crafted is een verzamelplaats aan het worden waar ook deze stakeholders samenkomen en het belang zien van de bijdragen van de mbo-student.

Brede publiek

Door een Festival van deze kwaliteit neer te zetten wordt een prachtig overzicht gegeven waar mbo-studenten toe in staat zijn. We nemen een deel van de bevolking mee van het netwerk van deze studenten die niet snel geneigd zijn dit soort Festivals te bezoeken. Dit netwerk van ouders, vrienden en familie en andere geïnteresseerden is hard nodig om mee te werken aan de waardering voor de Maker van de Toekomst en trots te zijn op wat hier staat.

4.2 Het consortium en de rol van de partners

Het consortium werkt aan deze belangen. Het is een heterogeen consortium, wat elkaar aanvult en ieder een eigen expertise heeft om met elkaar de belangen van bovengenoemde stakeholders te behartigen.

In de bijlage is een kosten en dekking overzicht van Crafted 2023. Het consortium bestaat uit ASML 60.000 euro, Technicum (20.000) en Brainport Development (30.000) euro.

ASML zet in op de Vmbo leerling en laat deze kennis maken met een event waar het mbo gevierd wordt. Belangrijk omdat deze toekomstige mbo student óók over de 21 century skills moet bezitten van creativiteit en samenwerking. Denkkraft en (financiële) impuls om gezamenlijk reputatie mbo een positieve impuls te geven, belang van plezier, creativiteit en samenwerking (ingegeven door de creatieve opleidingen) aan te geven en zo de STEM opleidingen te versterken.

- Afdeling Society en Community engagement

Brainport Development Het belang van Brainport is om het mbo populairder te maken voor toekomstige studenten zodat de werkgelegenheid in de toekomst met talenten uit de regio ingevuld kan worden en blijven (zoiets). Zij zijn belangrijk voor het Festival omdat zij een belangrijk marketing instrument in handen hebben. Als spin in het web kunnen zij hun 6500 leden mobiliseren en zorgen dat Crafted een veel groter bereik gaat krijgen dan wat nu gebeurt. Zij hebben daarnaast ook een grote rol in de positionering van Crafted in de activiteiten kalender door het jaar heen. Specifiek wil Brainport daarnaast ook inzetten op de internationale component. Internationalisering is voor Brainport heel belangrijk. Vanwege de internationale opleidingen van het Summa College wordt de link gelegd weer naar het Festival, congres én de alumni. Door middel van deze pilot laten we zien dat óók het mbo internationaal is en dat we in een internationale regio zitten.

- Afdeling marketing om leden (6500) mee te nemen en Crafted te positioneren in een jaarrond programma.
- Afdeling talent ontwikkeling – kennis onderwijs en netwerk
- Afdeling internationalisering – om de internationale component van de regio én het mbo onderwijs aan te geven.

Technicum. De detacheerder heeft zelf een belang om als bedrijf in contact te komen met andere bedrijven. Met hun denkkraft, netwerk en specifieke skills op het gebied wat onderwijs en bedrijfsleven kunnen zij daarin helpen. Zij hebben talenten nodig van de toekomst voor de continuïteit van technische bedrijven.

Het **Summa College** is als uitvoerende partner bij dit consortium betrokken om de gestelde impactdoelen te behalen. Het Summa College heeft belangen om te laten zien dat het als belangrijke mbo instelling van de regio de hofleverancier is van de nieuwste werknemers. Het Summa College wil een bijdrage leveren aan de diverse ketens van de TDK regio. Aantrekken van studenten en een goed imago is hiermee zeker een van de doelstellingen.

4.3 Governance

Stichting ROC Summa College bestaat uit het College van Bestuur, de scholen en de ondersteunende diensten. De Raad van Toezicht houdt toezicht op het beleid en de financiële gang van zaken. Crafted is een stichting in wording. In 2023 zijn de eerste stappen gezet tot het formeren van een stichting met een consortium. De ambitie is als stichting separaat van Summa College te bestaan.

5. Opschaalbaarheid in geografische spreiding, overdraagbaarheid en andere vormen van duurzaamheid

5.1 Opschaalbaarheid

Het Summa College is vijf jaar geleden Crafted gestart om de positie van het creatieve vakmanschap te versterken. In het eerste jaar van Crafted (2017) toonde het festival enkel eindexamenwerk van de creatieve opleidingen van Summa. Met hulp van onze partners wordt de formule verder ontwikkeld en opgeschaald.

2022

1.800 studenten	250 docenten	14 opleidingen	6.000 bezoekers	35 bedrijven partners	600 VMBO leerlingen 14 scholen	50 persartikelen
--------------------	-----------------	-------------------	--------------------	-----------------------------	---	---------------------

2023

2.000 studenten	300 docenten	16 opleidingen	8.000 bezoekers	50 bedrijven partners	850 VMBO leerlingen 18 scholen	65 persartikelen
--------------------	-----------------	-------------------	--------------------	-----------------------------	---	---------------------

2024/2025

2.500 studenten	350 docenten	20 opleidingen	12.000 bezoekers	75 bedrijven partners	1000 VMBO leerlingen 25 scholen	75 persartikelen
--------------------	-----------------	-------------------	---------------------	-----------------------------	--	---------------------

Inhoudelijke partners

De komende jaren is er een aantal partners met wie wij groeien. Dit zijn structurele partners. Inhoudelijk wordt structureel Sint Lucas een partner. Sint Lucas biedt veel kansen voor versterking van het festival, aantrekken ambassadeurs en vergroten marketing en communicatie. Qua onderwijs zijn structurele partners ASML en Brainport. Beide partijen hebben kennis op onderwijs gebied en ambitie om Crafted mee te laten groeien met fondsen en netwerk om dit mogelijk te maken.

VO – Onderwijsinstellingen en betrekken alumni

Crafted breidt het rondleidingenprogramma uit met VO leerlingen en in de middag met een alumni programma.

Bedrijven

Achter elke student staat een leerbedrijf. Bedrijven hebben belangen om mee te doen. Deze leerbedrijven zijn al op allerlei manieren betrokken bij Crafted. Crafted ontwikkelt verder met het bedrijfsleven en zet een *meet and greet* op zodat bedrijven continu met studenten in gesprek te blijven.

Groei van publiek

Crafted trekt met de inzet van de steeds groter wordende groep ambassadeurs en netwerk meer publiek. Sint Lucas zorgt met haar studenten voor een creatieve versterking van het festival. Daardoor zal het festival meer culturele bezoekers trekken. Brainport en Eindhoven 365 willen Crafted positioneren in de lijn van andere festivals, Makerfaire, DDW, STRP festival en Dutch Technology Festival. Crafted doet daardoor mee in de marketing van de stad, Brainport en andere festivals. Door betrekken van bedrijven bij de *meet and greet* wordt de doelgroep vergroot en daarmee groeit ook dit publiek. Brainport zal met haar netwerk hier ook een bijdrage aan leveren. De groei van publiek zal daarnaast mede komen door de samenwerking met het vo onderwijs. Het netwerk van de toekomstige jonge maker wordt opmerkelijk gemaakt op het festival .
Spreiding

5.2 Landelijk en internationaal – spreiding en overdraagbaarheid

Landelijk en internationaal

Maar daar stopt het niet. Wat zou het betekenen voor creatief vakmanschap om internationaal te gaan? Wat biedt dit in de brede scope aan mogelijkheden? Internationalisering na landelijk te gaan met Crafted is een logische en ideale vervolgstap. We denken groots. Het ene jaar in bijvoorbeeld Denemarken en het andere jaar in Eindhoven; om maar eens wat te noemen. Internationale stages,

verbreding en verdieping van onderwijs, in het mondiale perspectief zijn niet eens alle pluspunten die deze stap met zich mee kan brengen te noemen.

Steeds meer mensen realiseren zich dat talentvolle makers ook – onze cultuur- mogelijk maken. Dat ze bijdragen aan een leefbare wereld. De waardering voor de creatieve mbo student is gegroeid. Het vakmanschap, creativiteit en zeggingskracht van het talent én het gemaakte zijn gegroeid. Interdisciplinaire samenwerking tussen studenten van creatieve vakken, technische vakken en bedrijfsleven is gegroeid. Door de samenwerking met creatieve en culturele instellingen is het ecosysteem in de regio versterkt in die zin dat meer mbo-talenten een betekenisvolle rol spelen in dit culturele ecosysteem.

Impactdoelen

We zijn klaar om de volgende stap te zetten. Net als de Crafts Council zien wij een grotere opgave. De samenleving heeft de creatieve makers van de toekomst hard nodig voor de kleine en grote transitie waar wij voor staan. Daarom moeten wij met Crafted nieuwe generaties talenten inspireren en motiveren hun talent in te zetten.

We realiseren impact. Het meewerken aan, presenteren op of bezoeken van Crafted leidt tot de volgende impact:

- a. Meer mensen realiseren zich dat de talentvolle makers ook onze manier van leven – onze cultuur – mogelijk maken. Zij realiseren zich hoe deze makers bijdragen aan een leefbare wereld.
- b. Daarmee is de (her)waardering voor de creatieve vakmensen en het makersvak gegroeid. En is ook de waardering voor creatieve mbo-studenten gegroeid.
- c. Het zelfbewustzijn en zelfvertrouwen van de (creatieve) mbo-studenten in de regio is substantieel toegenomen.
- d. Het vakmanschap, de creativiteit (oorspronkelijkheid) en communicatiekracht (zeggingskracht) van het talent/maker en het gemaakte zijn toegenomen. Daarmee zijn er méér onderscheidende talenten die zich in de regio ontwikkelen.
- e. De aantrekkingskracht en het imago van het creatieve mbo-onderwijs in de regio is versterkt.
- f. De interdisciplinaire samenwerking tussen studenten van creatieve vakken, technische vakken en bedrijven is toegenomen. Dit heeft de creatieve innovatie in de regio gestimuleerd.
- g. Door de samenwerking met creatieve en culturele instellingen is het culturele ecosysteem in de regio versterkt in die zin dat meer mbo-talenten een betekenisvolle rol spelen in dit culturele ecosysteem.