

# LifetecZone

**ALV**

**09-02-2012**

# Ledenenquete LifetecZone 2011

- Doel: Wat gaan we wel en niet doen in het komend jaar.
- Proces
  - Stellingen bestuursleden
  - Vragenlijst
  - Enquete periode 4 maart– 4 mei 2011
- Response rate: 149 geadresseerden / 28 respondenten
- Antwoorden:
  - Open website poll 38 reacties op 9 vragen / ja-nee: 316 antwoorden op 11 stellingen
  - Gemiddeld 24 reacties per vraag
- Conclusie process:
  - Regelmatig enquete
  - Ja/nee optie
  - Mogelijkheid om je mening toe te lichten in de enquete
  - Eenvoudiger inlogprocedure

Vraag	Ja %	Nee %	Bottom line
Netwerk moet groeien	76	24	Groei wordt door bijna iedereen ondersteund, maar wel als herkenbaren regionale vereniging
Fusie met andere verenigingen	23	77	Nee. Blijf lokaal en MKB gericht, wel afstemming/samenwerking. Bijv. met Brainport (82% voor)
Lobby naar overheid	76	24	In samenwerking met andere partijen, Healt Valley/Syntens e.a.; Sector in onze regio profileren
Toegang verzekeraars	80	20	Is belangrijk voor versnelling vermarkten van innovatie.
Inspelen op care, thuiszorg, zorgaanbieders	74	26	Ja, bij voorkeur in combinatie met zorgverzekeraars en belangrijke aandacht voor ziekenhuizen
Betrekken andere marktpartijen	90	10	Ja, vooral ook over buiten de gebaande paden kijken
Betrekken onderwijs	84	16	Wel onderwijsinstellingen en docenten/experts. Geen studenten. LTZ moet ondernemersclub blijven
Innovatie belangrijker dan valorisatie	56	44	Innovatie niet als doel, wel als middel. Valorisatie erg belangrijk maar vooral vanuit bedrijf zelf bepaald
Meer info over subsidiemogelijkheden	59	41	Uitersten “no option” tot erg belangrijk/zelfs voorwaarde”. Routeplanners gewenst

# Acties ingezet in 2012

- Houden eigen identiteit
  - Vooral MKB **netwerk** organisatie
    - » Meer focus op 4 meetings in 2012, inclusief table top meeting
  - Groei als medtech/lifesciences netwerk voor Zuid-Nederland
    - » Unitron
  - Samenwerken/afstemmen met andere belangenverenigingen
    - » Biomedica, Health Valley
  - Zorgen voor (inter)nationale herkenbaarheid/vindbaarheid van onze regio en onze leden
    - » TOP, LED, LTZ boekje
- Nog sterker gericht op valorisatie
  - Bouwen van relaties
    - Onderwijsinstellingen
      - » Corné Verhees, Avans
    - Toegang tot markt: Ziekenhuizen en zorgverzekeraars
      - » ...
    - Innovatie en vooral Productonwikkeling: andere marktpartijen
      - » TNO
      - » FAGRO