

What to expect during the thematic parallel presentation session

Learning Cities

16:00-17:00 in 5412.0031

Merijn van der Vinne

Citymarketing in Nederlandse universiteitssteden

In de strijd tussen steden om bewoners, bezoekers, bedrijven en bollebozen wordt citymarketing steeds vaker gebruikt. De universiteit is een belangrijke sterkte van een stad en wordt dan ook ingezet in citymarketingbeleid van universiteitssteden. Dit gebeurt echter op verschillende manieren en wordt de kracht van de universiteit niet in alle steden volop benut.

Peter Merx

Migratie & Studierendement: Beïnvloedt afstand tot de universiteit de studieprestatie?

Veel studenten lopen tijdens hun studie vertraging op. Dit kost de samenleving veel geld en de studenten naast geld ook veel stress. Grote groepen studenten verplaatsen zich over een grote afstand alvorens zij gaan studeren. Deze migratie brengt hoge directe, informatie en psychologische kosten met zich mee voor de studenten. Traditioneel onderzoek naar studierendement concentreert zich op de interactie tussen student en universiteit en heeft migratie nog nooit als variabele meegenomen. Dit onderzoek toont voor het eerst aan dat voor bepaalde universiteiten in Nederland migratie wel degelijk van invloed op het rendement is.

Sophie Procé

De ruimtelijke mobiliteit van studenten, na de invoering van het leenstelsel

De hoofdvraag van dit onderzoek is: In hoeverre heeft de invoering van het sociaal leenstelsel invloed op de ruimtelijke mobiliteit van studenten? Deze vraag is van maatschappelijk en wetenschappelijk belang, omdat human capital steeds belangrijker wordt voor economische ontwikkeling. Om antwoord te krijgen op deze vraag is data verzameld door middel van enquêtes. Aan twee groepen studenten, de studenten binnen het leenstelsel en de studenten met een basisbeurs, zijn vragen gesteld over hun ruimtelijke mobiliteit. Uit de resultaten moet blijken of er verschil is tussen de groepen.

Margo Enthoven

Spatial characteristics of ecopreneurship in the restaurant sector

This research aims to determine whether spatial concentration occurs in ecopreneurship in the green restaurant sector and which factors influence this spatial concentration. It is argued that spillovers of environmental knowledge and environmental values play a role in the location of green restaurants. Owners of restaurants with a sustainability goal were surveyed in order to determine their motivations for becoming an ecopreneur. This data was linked to spatial characteristics, after which spatial analysis was used to determine spatial concentration and its environmental determinants.