



Jaarrapportage

TKI CLICKNL 2014

29-04-2015

TELEFOON

EMAIL

WEBSITE

Postbus 913, 5600 AX, Eindhoven

040-8200365

info@clicknl.nl

www.clicknl.nl

Inhoud

Voorwoord	3
1. ALGEMEEN	4
1.1. Korte profielschets & kerncijfers.....	4
2. VISIE, DOEL en STRATEGIE	6
2.1. Visie op rol CLICKNL	6
2.2. Doelstellingen CLICKNL	6
2.3. Strategie en realisatie 2014	7
2.4. Bestuur en organisatie CLICKNL	10
3. THEMA'S	11
3.1. Onderzoeksthema's	11
3.2. Andere TKI's en cross-overs naar andere topsectoren	13
3.3. Verdeling van middelen en projectselectie.....	16
3.4. Vraagsturing en mkb-betrokkenheid	19
3.5. Internationaal	22
3.6. Kennisverspreiding.....	23
3.7. Transparantie en publiciteit.....	24
3.8. Efficiëntie en effectiviteit.....	24
3.9. Belemmeringen.....	25
FINANCIEEL JAARVERSLAG	26

Voorwoord

De TKI CLICKNL heeft in 2014 een aantal belangrijke successen geboekt. Niet alleen heeft het topconsortium voor kennis en innovatie bijgedragen aan een aanzienlijke toename aan consortia voor publiek-private samenwerking in de creatieve sector. Ook is de betrokkenheid en investeringen door private partijen in creatieve industrie onderzoek en innovatie beduidend groter geworden dan eerdere jaren: ruim € 4 miljoen private investeringen in publiek-privaat onderzoek in de creatieve industrie in 2014. Meer dan 200 private partners waren betrokken bij ca. 85 onderzoeksprojecten in de creatieve industrie. Met de private investeringen in deze onderzoeksprojecten in 2014 is bijna € 1 mln. TKI-toeslag gerealiseerd. Daarbij is door consortia gebruik gemaakt van onder meer de NWO-regelingen, TNO onderzoeksprojecten, SIA RAAK, Europese projecten en de MIT-regeling.

Naast het investeren in de creatieve industrie zelf is veel werk verzet gericht op het ontwikkelen van een viertal cross-overs: Create Health, Create Energy, Smart Industry/High Tech en Smart Retail. Create Health is een samenwerking tussen de TKI's CLICKNL en Life Sciences & Health. Create Energy bouwt samen met drie TKI's van de topsector Energie voort op de Green Deal. Najaar 2014 is gestart met de cross-overs Smart Industry en Smart Retail. Rond Smart Industry wordt samenwerking beoogd met onder meer de topsector HTSM. Smart Retail tot slot raakt direct aan de Retail Agenda van het Ministerie van EZ. TKI CLICKNL is een van de founding fathers van het platform De Nieuwe Winkelstraat. Deze activiteiten worden in 2015 gecontinueerd.

Voor wat betreft de basisorganisatie van TKI CLICKNL is veel werk verricht in termen van faciliteren, coördineren, registreren en communiceren inclusief een drietal grootschalige events. Disseminatie van resultaten en communicatie met de achterban is daarbij essentieel, ook in de voorlichting over de variaties en mogelijkheden binnen de verschillende regelingen. Verder is in het najaar gewerkt aan een eerste actualisatie van de kennis- en innovatieagenda. Tot slot heeft in 2014 een directeurswissel plaatsgehad.

In 2015 zal het accent van de activiteiten van het TKI CLICKNL liggen op het verder bouwen aan de verbinding van het creatieve industrie netwerk, het consolideren van de organisatie, zowel op het niveau van CLICKNL als het niveau van de CLICKNL Netwerken, alsmede op cross-overs naar andere topsectoren en maatschappelijke domeinen. Ook wordt in 2015 verder gewerkt aan de nieuwe kennis- en innovatieagenda waar verbindingen met andere TKI's worden gelegd. In deze context wordt ook input geleverd aan de Nationale Wetenschapsagenda. Op basis hiervan worden in het najaar van 2015 de nieuwe kennis- en innovatiecontracten afgesloten.

Geleyn Meijer

Voorzitter bestuur CLICKNL

1. ALGEMEEN

1.1. Korte profielschets & kerncijfers

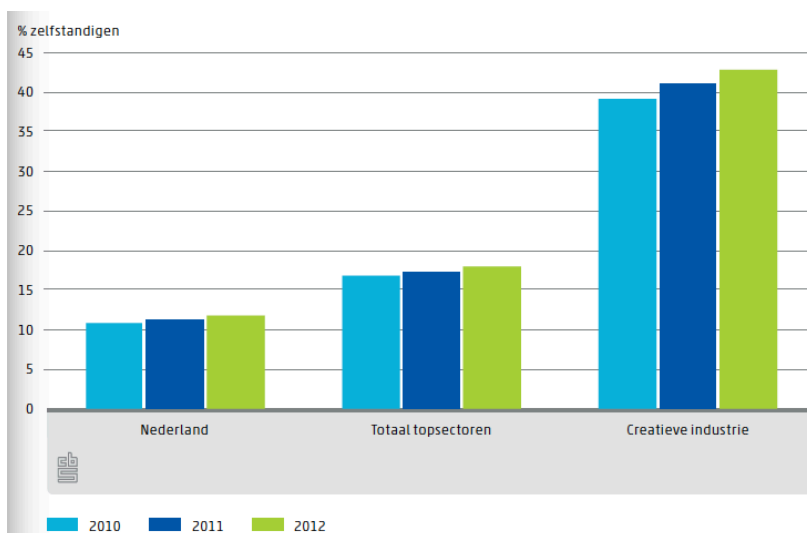
De Creatieve Industrie is al jaren een van de snelst groeiende sectoren van de Nederlandse economie. Hoewel de Creatieve Industrie in economisch opzicht wellicht een wat kleinere speler is binnen de topsectoren, met een percentage van ca. 2% van de Nederlandse productie, is het wel de sector met de meeste bedrijven in Nederland. Met ruim 130.000 bedrijven is het de grootste topsector in dit opzicht (bijna 10% van het totaal in Nederland).

De Creatieve Industrie is onder te verdelen in vier subsectoren:

- Kunst (Podiumkunsten, scheppende kunst, etc.)
- Cultureel Erfgoed (musea, monumentenzorg, etc.)
- Media en entertainmentindustrie (televisie- en radio-omroepen, platen- en filmmaatschappijen en gameontwikkelaars);
- Creatieve zakelijke dienstverlening (mode, ontwerpers, architecten en reclamebureaus).

Creatie staat bij alle bedrijven in deze sector centraal: het creëren van vorm, betekenis of symbolische waarde. Maar ook het creatieve innovatieproces speelt hier in een belangrijke rol.

Opvallend in deze sector is het grote aantal kleine bedrijven. Een bedrijf in de creatieve sector telt gemiddeld ca. twee werkzame personen (in fte). Dit heeft ook te maken met het grote aantal zelfstandigen dat in de creatieve industrie werkzaam is. In 2012 was 43% van het aantal werkzame personen in de creatieve sector een zelfstandige.¹

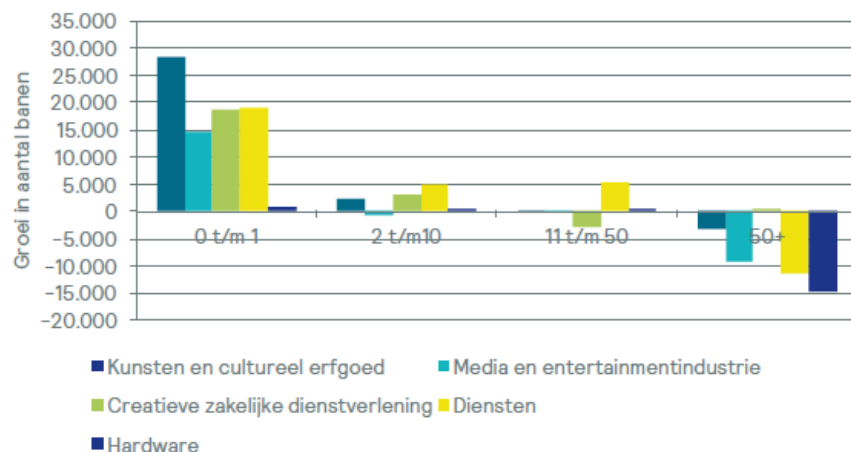


Aandeel zelfstandigen in totale aantal werkzame personen, 2010-2012, bron CBS

¹ Monitor Topsectoren 2014, Uitkomsten 2010, 2011 en 2012, CBS

Deze groei in het aantal zelfstandigen krijgt daarmee ook meteen zijn weerslag in de groei van het aantal bedrijven in de sector. In de periode 2005-2013 kwamen er binnen de creatieve industrie bijna 64.000 bedrijven bij. Er is een duidelijke ontwikkeling van grote creatieve bedrijven naar veel meer zelfstandigen in de sector. Hetgeen ook duidelijk geïllustreerd wordt in onderstaand figuur.

Werkgelegenheidsgroei naar grootteklasse in 2005-2013 per deelsector in de creatieve industrie en ICT in Nederland



Bron: LISA 2014

Volgens de CBS monitor 2013 had de creatieve industrie in 2012 een productiewaarde van 21,4 miljard en een toegevoegde waarde van 10,5 miljard.

2. VISIE, DOEL en STRATEGIE

2.1. Visie op rol CLICKNL

De creatieve industrie is een relatief jonge en dynamische sector die in korte tijd is uitgegroeid tot topsector. Door de dynamiek in de sector en nieuwe technologische ontwikkelingen doen zich geregeld nieuwe kansen en ontwikkelingen voor waar de sector op wil inspelen. De creativiteit en snelheid van innoveren in de sector is onmisbaar voor de kenniseconomie in Nederland en de creatieve industrie draagt daar in grote mate aan bij, ook richting andere topsectoren. Bovendien biedt de creatieve industrie een hoogwaardige, netwerkgeruleerde, technologisch gestuurde en schone bijdrage aan de economie en vormt daarmee een belangrijk fundament voor het Nederlandse Topsectorenbeleid.

TKI CLICKNL heeft als ambitie dat Nederland in 2020 de meest creatieve economie van Europa heeft. De creatieve industrie heeft een cruciale rol als het gaat om het versterken van het innovatie vermogen van Nederland. Het blijven innoveren en het vinden van ongebruikelijke oplossingen voor complexe problemen is een kerncompetentie van de creatieve industrie. Deze competentie is ook noodzakelijk voor een duurzaam, welvarend en concurrerend Nederland. Creatieve bedrijven beschikken over een groot aanpassingsvermogen en zijn bij uitstek in staat goed in te spelen op snel veranderende omgevingen. De turbulente maatschappelijke veranderingen vragen om voortdurende flexibiliteit en aanpassing van gedrag. Door de kleinschaligheid van een groot deel van de creatieve bedrijven (zelfstandigen, start-ups, MKB'ers), staan zij dicht op wat mensen drijft en inspireert en zijn daardoor goed in staat om op deze veranderingen in te spelen. Zij kunnen bij uitstek de juiste vertaalslag maken tussen nieuwe technologische ontwikkelingen, veranderend gedrag en beleving. Het succes van deze unieke competentie blijkt wel uit het feit dat de creatieve industrie een van de snelst groeiende economieën van Nederland is.

2.2. Doelstellingen CLICKNL

Voor het verwezenlijken van de ambitie is het van belang dat de creatieve industrie stevig is ingebed in de gehele Nederlandse economie. Haar kracht, de flexibiliteit en het soms tegendraads bewandelen van onverwachte wegen, is tegelijkertijd haar zwakte. De waarde van creatie en de manier van innoveren en werken (kleinschalig, projectmatig) vinden onvoldoende aansluiting bij de denk- en werkkaders van andere spelers in het ecosysteem, zoals onderwijs- en kennisinstellingen, kapitaalverstrekkers en potentiële opdrachtgevers uit andere sectoren. Een betere aansluiting in dit ecosysteem is dus gewenst.

De TKI CLICKNL heeft dan ook als statutaire doelstelling: “het versterken van de economische en maatschappelijke potentie van de creatieve industrie, door middel van kennisontwikkeling en innovatie, en voorts alles wat daarmee in de meest uitgebreide zin des woords verband houdt of daartoe bevorderlijk kan zijn”. CLICKNL zet daarbij sterk in op het verzilveren van de waarde van creatie: het beter benutten van de creativiteit en innovatiekracht van de Nederlandse creatieve industrie om de Nederlandse economie en samenleving sterker te maken.

Het inzetten van deze waarde creatie in andere sectoren van de Nederlandse economie is dan ook een belangrijke doelstellingen van CLICKNL. De creatieve industrie moet in staat zijn om nieuwe concepten en oplossingen te gelde te maken in cross-overs met andere topsectoren en in nieuwe markten. Experts uit de creatieve sector werken samen met andere topsectoren om innovatieve oplossingen te vinden voor complexe (maatschappelijke) vraagstukken. De inzet van serious games voor educatie of

zorgtoepassingen dragen bij aan nieuwe kostenbesparende ontwikkelingen in andere sectoren. Maar ook slimme snelwegen en kleding die energie opwekt zijn veel belovende voorbeelden van de meerwaarde die ontstaat bij de realisatie van cross-over met de creatieve industrie.

Door coalities te smeden van creatieve bedrijven, kennisinstellingen en andere topsectoren worden nieuwe internationale markten aangeboord. De specifieke manier van innoveren van de creatieve industrie wordt daarmee een belangrijke competentie in de verdere ontwikkeling van andere sectoren. De creatieve industrie vormt daarmee de proeftuin en voorloper van de economie van morgen en een inspirator voor verandering in andere sectoren.

Het TKI CLICKNL fungeert samen met de CLICKNL-netwerken als aanjager van de Nederlandse creatieve industrie. Daarnaast wil TKI CLICKNL nieuwe pps-verbanden in de creatieve industrie bevorderen en meer participatie realiseren van private partijen in onderzoek.

2.3. Strategie en realisatie 2014

CLICKNL wil de geschetste ambitie en doelstellingen realiseren door onderzoekers te koppelen aan ondernemende creatieven binnen de sector en het bevorderen van kennisvorming en –uitwisseling, en innovatie. Door samenwerking ontwikkelen zij kennis en innovaties voor een sterke economie en een duurzame samenleving.

CLICKNL richt zich daarbij op de volgende activiteiten:

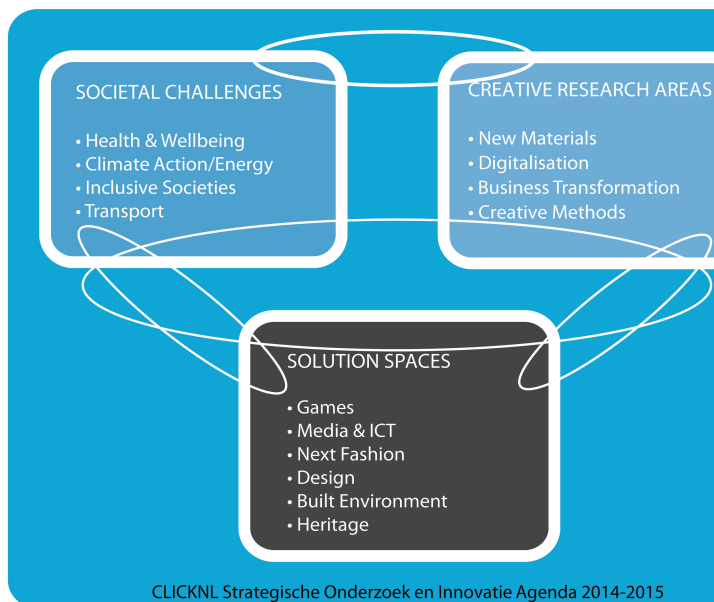
- Het bij elkaar brengen van mensen en middelen vanuit de gedeelde ambitie om de Nederlandse creatieve industrie tot internationale koploper te maken;
- Het fungeren als 'spin in het web', coördinatiepunt voor de creatieve industrie op het gebied van kennis en innovatie over de volle breedte van de stakeholders;
- Het ontwikkelen van een nationale kennis- en innovatieagenda voor de creatieve industrie en bewaakt de voortgang en kwaliteit van de uitvoering daarvan;
- Het signaleren en initiëren van kansrijke vormen van samenwerking en het tot stand brengen van cross-overs;
- Optreden als nationaal en internationaal aanspreekpunt voor alle partijen die willen innoveren in en met de Nederlandse creatieve industrie;
- De slimme inzet van bruikbare instrumenten stimuleren.

De creatieve industrie kent een divers aantal deelsectoren. Om deze aanpak en activiteiten goed te realiseren in de verschillende deelsectoren van de creatieve industrie heeft CLICKNL de volgende netwerken ingesteld:

- CLICKNL-BuiltEnvironment;
- CLICKNL-CulturalHeritage;
- CLICKNL-Design;
- CLICKNL-Games;
- CLICKNL-Media&ICT;
- CLICKNL-NextFashion.

De netwerken mobiliseren en organiseren publiek-private consortia waarin bedrijfsleven, kennisinstellingen, overheden en andere (culturele of maatschappelijke) organisaties samenwerken in korte en langlopende projecten, grotere programma's en events. De netwerken zijn juridisch ingebed in bestaande organisaties, dan wel vormen een zelfstandige juridische entiteit, en hebben een contractrelatie met het TKI CLICKNL. Vijf creatieve regio's spelen een actieve rol in de netwerken en ondersteunen hen inhoudelijk en operationeel. Ieder netwerk fungeert als een platform waar dat deel van de sector bij elkaar komt.

Binnen CLICKNL werken de kenniswereld en de creatieve sector samen op basis van een gedeelde Strategische Research- en Innovatieagenda (SRIA). De SRIA benoemt de belangrijke kennisvragen die leven in de sector. Door antwoorden op die vragen te zoeken en kennis met elkaar te delen, biedt CLICKNL de creatieve industrie nieuwe handvaten om te komen tot innovatieve producten en diensten.



De SRIA voor 2014 bouwt voort op de agenda die al in 2012 is opgesteld, maar is op een aantal punten aangescherpt. In de bijgestelde agenda is meer aandacht voor synergie tussen de netwerken, voor cross-overs (samenwerking met andere sectoren) en voor internationalisering. De bijgestelde agenda is in het volgende plaatje kort en krachtig samengevat.

Societal challenges

CLICKNL zoekt aansluiting bij de Europese onderzoeks- en innovatie agenda Horizon 2020, en zet vooral in op de maatschappelijke uitdagingen Health & Wellbeing, Inclusive Societies, Climate Action/Energy en Transport. Dat betekent ook dat geïnvesteerd wordt in cross-overs met de topsectoren Life Sciences & Health (LSH), Energie & Logistiek.

Creative research areas

New materials, digitalisation, business transformation en creative methods zijn de verbindende onderzoeksthema's in de CLICKNL agenda. Deze thema's geven op hun beurt ook weer richting aan cross-overs, samenwerking met andere topsectoren en aan internationale samenwerking. Aansluitend bij de eerste twee thema's liggen bijvoorbeeld cross-overs met de topsectoren High Tech Systems & Materials (HTSM) en Chemie voor de hand. In de Europese agenda lijkt goede aansluiting mogelijk bij programma's rond ICT, Advanced Materials en Advanced Manufacturing & Processing.

Solution spaces

De creatieve industrie omvat meerdere deelsectoren, die ieder weer hun eigen kennisvragen hebben rond de maatschappelijke en technologische en wetenschappelijke uitdagingen zoals hier beschreven. In CLICKNL zijn de volgende deelsectoren betrokken bij de verdere uitwerking van de SRIA: Games, Media & ICT, Next Fashion, Design, Built Environment en Heritage.

De onderzoeksthema's zoals rechtsboven in de figuur aangegeven worden via de CLICKNL-netwerken (Solution Spaces) geadresseerd. Daarmee worden oplossingen gecreëerd die bijdragen aan de maatschappelijke vraagstukken zoals linksboven in de figuur aangegeven.

De call for proposals (oproepen tot indienen onderzoeksvoorstellen) voor de creatieve industrie in 2014 waren mede op de SRIA van CLICKNL gebaseerd. Via de deelname aan deze calls binnen de verschillende deelsectoren van CLICKNL worden de doelstellingen mede gerealiseerd.

Naast het ontwikkelen van kennis over, in en met de creatieve industrie, zet TKI CLICKNL fors in op cross-overs. De creatieve industrie voegt bij uitstek waarde toe aan andere domeinen. Vanuit CLICKNL zijn in 2014 dan ook een viertal cross-overs, in samenwerking met verschillende topsectoren en TKI's, – als speerpunten binnen de topsector Creatieve Industrie - van start gegaan:

- CROSS-OVER CREATE HEALTH

Hoe kunnen we kennis ontwikkelen over zorginnovaties om gezond en actief ouder te worden? En hoe schalen we deze op zonder dat de zorgkosten stijgen?

- CROSS-OVER CREATE ENERGY

De energiesector is in transitie. Van een centrale energievoorziening naar decentrale intelligente systemen met lokale opwekking, opslag en onderling delen van energie. Hoe kan de creatieve industrie bijdragen aan de transitie in de energiesector?

- CROSS-OVER SMART INDUSTRY / HIGH-TECH

De wereldmarkt wordt steeds groter en actiever, technologische ontwikkelingen volgen elkaar in hoog tempo op. De razendsnelle ontwikkeling van robotica, sensortechnologie en 3D printen maakt duidelijk dat de vierde industriële revolutie een feit is. Die revolutie, Smart Industry, biedt het Nederlandse bedrijfsleven de kans concurrerend te blijven in de wereldmarkt.

- CROSS-OVER SMART RETAIL / DE NIEUWE WINKELSTRAAT

Hoe kunnen we winkelgebieden in Nederland voorbereiden op een toekomst waarin de grenzen tussen de fysieke en de online wereld vervagen? Wat voor producten, diensten en een belevingen kunnen we creëren waardoor deze gebieden aantrekkelijke bestemmingen voor (winkelend) publiek zijn.

In paragraaf 3.2. worden deze cross-overs nader toegelicht en uitgewerkt.

2.4. Bestuur en organisatie CLICKNL

Het bestuur kent een negental leden, waarbij alle zes CLICKNL Netwerken zijn vertegenwoordigd aangevuld met een vertegenwoordiger van NWO en TNO, en een onafhankelijk voorzitter. Het bestuur kent de volgende leden:

- Nederlandse organisatie voor wetenschappelijk onderzoek (NWO), vertegenwoordigd door de heer C.B. Smithuijsen
- Nederlandse Organisatie voor Toegepaste-Natuurwetenschappelijk onderzoek (TNO), vertegenwoordigd door dhr. E.R. Fledderus
- de heer H.J.A. Bekke (CLICKNL Netwerk Next Fashion)
- de heer A.A.J. van Berlo (CLICKNL Netwerk Design)
- mevrouw N.M. Kors (CLICKNL Netwerk Built Environment)
- de heer J.F. Oomen (CLICKNL Netwerk Cultureel Erfgoed)
- de heer J.C. de Waal (CLICKNL Netwerk Media & ICT)
- mevrouw M. Copier (CLICKNL Netwerk Games)
- de heer G.R. Meijer (onafhankelijk voorzitter)

Het Dagelijks Bestuur (DB) werd geformeerd door de heer Meijer (voorzitter), de heer de Waal (secretaris) en de heer Bekke (penningmeester). Daarnaast heeft het TKI CLICKNL een Adviesraad, welke werd gevormd door de Dutch Creative Industries Council.

Daarnaast kent CLICKNL een zestal netwerken: CLICKNL-BuiltEnvironment (BE), CLICKNL-CulturalHeritage, CLICKNL-Design, CLICKNL-Games, CLICKNL-Media&ICT en CLICKNL-NextFashion.

Het CLICKNL bureau verbindt en ondersteunt de netwerken. Het CLICKNL bureau is gevestigd in en wordt ondersteund door de gemeente Eindhoven. Dit vormt het knooppunt van en voor de CLICKNL Netwerken en fungeert als het landelijke bureau en 'point of access' voor de creatieve industrie in het algemeen en haar opdrachtgevers in het bijzonder. Het heeft een ondersteunende, faciliterende en verbindende rol. Het CLICKNL-bureau stimuleert de samenwerking tussen de netwerken en met andere sectoren, en bewaakt de ambities en synergie op nationaal niveau. Vanuit het bureau worden tevens activiteiten ondernomen op het gebied van CI Next, dat zich specifiek richt op onderzoek naar business innovation binnen de creatieve industrie.

Het bureau wordt gevormd door een directeur, secretaris, secretariaat en een communicatiemedewerker. Mevrouw V. Frissen was tot 15 juli 2014 directeur waarna zij een andere functie heeft aanvaard. Dhr. F. Grotenhuis heeft vanaf 15 juli 2014 haar functie als interim directeur waargenomen tot 2 maart 2015.

De Dutch Creative Industries Council fungeert als onafhankelijke strategische adviesraad voor het TKI CLICKNL. De Creative Council beslaat met haar netwerk en expertise de volle breedte van de creatieve industrie, en houdt zich bezig met de hele agenda van het Topteam. De Creative Council adviseert het bestuur vooral over de SRIA. Het bestuur kan ook een beroep doen op de Creative Council dan wel individuele leden hiervan en hun netwerk. De Dutch Creative Industries Council bestaat uit de volgende leden: Jeroen van Erp, Barbera Wolfensberger, Desiree Majoor, Marjan Hammersma, Erik Huizer, Victor van der Chijs, Anne Mieke Eggenkamp, Emile Aarts, Paul Hekkert, Jose Teunissen, Peter van Gelderen, Jeroen Verbrugge, Yuri van Geest, Wilbert Mutsaers, Antoinette Hoes, Carolien Gehrels, Caroline Bos, Jorre van Ast, Jan-Pieter van Seventer, Valerie Frissen, Victor Knaap en Sandra Den Hamer.

3. THEMA'S

3.1. Onderzoeksthema's

De SRIA, zoals in paragraaf 2.3 beschreven, verbindt de onderzoeksvraagstukken via de netwerken (solution spaces) aan de maatschappelijke vraagstukken. In de SRIA zijn vier verbindende onderzoeksthema's - 'creative research areas' – benoemd die hieronder nader worden toegelicht:

a. New materials

In onderzoek naar nieuwe materialen worden tal van interessante resultaten geboekt. Er wordt bijvoorbeeld gezocht naar het gebruik van andere dan fossiele grondstoffen, en hergebruik staat meer centraal (denk aan onderzoek naar de verduurzaming van gebouwen, of hergebruikte materialen in de mode). Op basis van nieuwe processen worden materialen geproduceerd die beter scoren op bepaalde functionaliteiten (kracht, gewicht, intelligentie). Door middel van integratie van digitale toepassingen in materialen, worden ze smart ('internet of things') en openen zich nieuwe toepassingsgebieden (bijvoorbeeld 'wearables'). De maatschappelijke waarde van deze nieuwe toepassingen zien we terug in gericht, efficiënt en effectief gebruik van die materialen in constructies, constellaties en eindproducten. Denk bijvoorbeeld aan de integratie van zonnecellen in textiel.

Hierbij zijn de creatieve ontwerpdisciplines van cruciaal belang. Zij hebben oog voor gebruik, beleving en levensstijlwaarde en kunnen vanuit die expertise zelfs inspiratie geven aan het fundamentele onderzoek naar nieuwe materialen en systemen.

b. Digitalisation

De ontwikkelingen in de informatie- en communicatietechnologie hebben, met informatie als centraal element in hun propositie, creatieve bedrijfstakken structureel veranderd. De aard van de producten en diensten, de wijze van distributie en aanbod en de relatie met consumenten is radicaal anders geworden. Denk aan de erfgoedsector, waarin erfgoed steeds meer een 'genetwerkt' karakter krijgt, maar ook aan de transformatie van media –en omroepbedrijven.

De digitale revolutie heeft ook voor de totale economie verregaande gevolgen. Economische netwerken stelen op data en informatie, de informatiestroom en het gebruik ervan zijn door de komst van de digitale netwerken radicaal veranderd. Digitale toepassingen liggen ten grondslag aan innovaties in proces, product en diensten in alle sectoren, bijvoorbeeld de opkomst van webshops in een retailsector als de mode. Zelfs materialen worden nu gereduceerd tot digitale informatie die vervolgens na verspreiding als informatie weer op vrijwel iedere locatie tot materie kunnen worden getransformeerd (3D-printing, advanced/additive manufacturing). Digitalisering is voor de creatieve industrie - waarin informatie, beleving en content centraler staan dan in welke sector ook – een sleuteltechnologie. Omgekeerd is ook de creatieve industrie van cruciaal belang om aan deze transformatie in andere sectoren vorm en richting te geven (denk aan 'appification', 'gamification', 3D-ontwerpen, et cetera).

c. Business transformation

Binnen ons economisch systeem verandert de wijze waarop bedrijven hun geld verdienen vrijwel continu. Technologische ontwikkelingen en daaraan gekoppeld meer algemene processen als globalisering zijn daar debet aan. Door de introductie van nieuwe technologieën zien bedrijven zich genoodzaakt om, met het oog op hun concurrentiepositie, hun businessprocessen en -modellen aan te passen om voortdurend op veranderingen te kunnen inspelen of te anticiperen.

De meest radicale businesstransformaties vinden plaats in de creatieve industrie, in het bijzonder binnen de media- en entertainmentindustrie maar ook in de ontwerpsectoren waar de kern van de creatieprocessen sterk verandert. De creatieve industrie is zelf sterk betrokken bij het

vormgeven en ontwerpen van die transformaties. In samenwerking met de ICT-sector worden allerlei nieuwe processen vormgegeven die voor de brede economie van groot belang kunnen worden (nieuwe manieren van (samen)werken, nieuwe vormen van eigendom, nieuwe verdienmodellen). Duidelijke voorbeelden zijn serious gaming en additive manufacturing. Om succes te boeken moeten ook regionale en lokale overheden die innovatie stimuleren meebewegen. Onderwijsinstellingen moeten talent afleveren dat in staat is in deze dynamiek mee te kunnen (21st century skills). Dit vraagt om een groot adaptief vermogen van regionale innovatiesystemen.

d. Creative methods

De belangrijkste toegevoegde waarde van de creatieve industrie voor andere sectoren en voor eindafnemers op de consumentenmarkt zit in het ontwerp, de verbeeldingskracht en de storytelling die de sector levert. Creatieve methoden helpen bij het vormgeven en beïnvloeden van gedrag en de manier waarop mensen leven (denk aan games gericht op gezond gedrag). De waarde die creatie op die wijze realiseert is uniek. Het begrip van processen die daarin een rol spelen, het belang van de juiste competenties en de relevantie van juiste methodieken is vooralsnog echter weinig onderzocht. Wanneer de sector die 'waarde van creatie' wil vergroten en als een sterk punt wil blijven uitspelen, is het van groot belang de kennisbasis die daarvoor nodig is te versterken, om deze waarde te laten beklijven bij nieuwe generaties creatieven en daardoor tot opschaling te komen. Opschaling vormt immers de basis voor een duurzaam concurrentievoordeel, en bepaalt of de waarde van creatie in de zakelijke markt in combinatie met andere sectoren en domeinen echt verzilverd kan worden. CLICKNL bouwt hier onder meer voort op onderzoek naar creative thinking en/of design thinking en 'ontwerpend onderzoek' van CRISP.

In 2014 heeft CLICKNL deze vier creative research areas centraal gesteld bij de uitwerking van nieuwe calls. De keuze voor deze vier thema's maakte het ook beter mogelijk gericht in te zetten op samenwerking met andere topsectoren en de zogenaamde cross-overs. In 2015 zal de SRIA verder bijgesteld en aangevuld worden in relatie tot de Nationale Wetenschapsagenda, andere topsectoren, cross-overs en innovatiecontracten.

3.2. Andere TKI's en cross-overs naar andere topsectoren

Een van de belangrijkste competenties van de creatieve industrie is het kunnen creëren van toegevoegde waarde in andere topsectoren door innovatie en creatieve oplossingen. Het is dan ook een belangrijke ambitie van CLICKNL om deze 'waarde van creatie' in andere topsectoren meer zichtbaar te maken en waar nodig verder te versterken. Met name in het oplossen van maatschappelijke vraagstukken kan de meerwaarde van creativiteit expliciet gemaakt worden.

De creatieve industrie is weliswaar al sterk in cross-overs, maar dat is vooral zichtbaar in dienstverlening (opdrachten) en veel minder in samenwerkingsverbanden rond onderzoek en innovatie. De kennis die in opdrachten wordt opgedaan wordt nog weinig gedeeld, waardoor kansen voor opschaling blijven liggen. Anderzijds vinden relevante onderzoeksinzichten die de propositie van de sector kunnen versterken nog onvoldoende hun weg naar het opdrachtenwerk.

In 2014 is dan ook veel aandacht besteed aan het zoeken naar en sturen op kansrijke cross-overs voor CLICKNL, waarbij uiteindelijk vol is ingezet op een viertal cross-overs:

- Create Health
- Create Energy
- Smart Industry/High-Tech
- Smart Retail/De Nieuwe Winkelstraat

Hieronder worden deze cross-overs nader toegelicht.

Create Health

Dit cross-over programma verbindt de Nederlandse creatieve industrie aan de gezondheidszorg met als doel om bij te dragen aan de maatschappelijke uitdaging: gezond en actief oud worden. Create Health doet dit door partijen bij elkaar te brengen, kennis te delen, toegang tot geld te verkrijgen en te ondersteunen bij opschaling. Binnen het gebied van actief en gezond ouder worden, ligt de onderzoek en innovatiefocus op de volgende thema's:

- *Homecare and selfmanagement*; zo lang mogelijk thuis wonen met dementie.
- Preventie overgewicht; leefstijl beïnvloeding ten aanzien van het voorkomen van overgewicht.
- Preventie eenzaamheid; voorkomen van eenzaamheid bij kwetsbare ouderen vanuit de participatiegedachte.

In 2014 hebben voor Create Health onder meer de volgende activiteiten plaatsgevonden:

- *Om inhoudelijk te bouwen aan het programma zijn in 2014 twee workshops georganiseerd (op 23 juni 2014 en op 1 juli 2014).*
- *Op 22 oktober 2014 vond de kick-off van Create Health plaats, als onderdeel van DRIVE tijdens de Dutch Design Week. Tijdens de kick-off tekenden Jann de Waal (CLICKNL), Edvard Beem (LSH Plaza) en Aad Koster (ActiZ) voor de uitvoering van het programma Create Health.*
- *Op 15 december 2014 kwamen creatieve ondernemers en zorgprofessionals samen om vraagstukken uit de zorg aan te pakken, tijdens de Mix&Match Monday van KvK.*

Create Energy

De energiesector, de creatieve industrie, Netbeheer Nederland, het Ministerie van Economische Zaken en vijf grote gemeenten sloten in 2013 de Green Deal Smart Energy Cities. De Green Deal Smart Energy Cities fungeert als impuls voor grootschalige uitrol van energiebesparing, verduurzaming (lokale opwekking en opslag) en slimme netten door toepassing van innovatieve producten, diensten en concepten met een beoogde schaal van tenminste 100.000 gebouwen per eind 2019. Essentieel voor succesvolle opschaling binnen de Green Deal projecten is dat de gebruikers centraal worden gesteld: bewoners, eigenaars en gebruikers van gebouwen.

“Creating Smart Energy Citizens” is de ondertitel van de Green Deal. De betrokken gemeentes dragen projectlocaties aan en verzamelen stakeholders. De energie TUI's en Netbeheer Nederland dragen kennis over state-of-the-art innovaties aan die geïmplementeerd kunnen worden in het project. De creatieve industrie versterkt de projectaanpak door de inzet van creative producers.

De creative producers vertalen de projectcontext naar een aanpak waarin de gebruiker centraal wordt gesteld. Zij zorgen dat de kwaliteiten van diverse creatieve bedrijven worden ingezet voor het inrichten van het project en het betrekken van de gebruikers en eigenaren van de gebouwen. Daarbij gaat het om kernvaardigheden als:

- User centered design (producten, diensten, systemen én projecten)
- Open data & applicaties (Apps4Energy)
- Support / activeren communities
- Redesigning built environment (m.n. renovatie)
- Ontwerpen voor gedragsverandering
- Storytelling / communicatie
- Frisse benadering/aanpak: design thinking, service design, gamification, apps/social, co-creatie
- Create Energy biedt bovendien kansen, context en partners voor onderzoek op deze terreinen alsmede voor vergelijkend onderzoek naar de effectiviteit van verschillende aanpakken in vergelijkbare context.

In 2014 hebben voor Create Energy onder meer de volgende activiteiten plaatsgevonden:

- *op 12 mei 2014 organiseerden TKI Switch2SmartGRids (Topsector Energie) en CLICKNL een dynamisch, interactief en lucratief matchmaking event voor ruim 180 ondernemers, innovators en nieuwsgierige frissenkers. Een uitgebreid verslag is na te lezen op deze website.*
- *In juli 2014 kwamen onderzoekers en ondernemers uit de creatieve industrie en de energiesector bij elkaar. In een creatieve sessie werd een eerste aanzet gemaakt over de rol die Creatieve Industrie kan vervullen bij verwachte projecten rondom burgercollectieven, data gedreven diensten, renovatie in de sociale woningbouw, duurzaam bouwen en gedragsverandering. Lees hier het verslag.*
- *Op 22 oktober 2014 vond de kick-off van Create Energy plaats, als onderdeel van DRIVE tijdens de Dutch Design Week. Lees hier het verslag.*
- *Op 24 november kwamen ondernemers uit de creatieve en energie industrie samen in de ArenA voor Mix & Match Monday van de KvK. Lees hier het verslag.*

Smart Industry/High-Tech

De wereldmarkt wordt steeds groter en actiever, technologische ontwikkelingen volgen elkaar in hoog tempo op. De razendsnelle ontwikkeling van robotica, sensortechnologie en 3D printen maakt duidelijk dat de vierde industriële revolutie een feit is. Die revolutie, Smart Industry, biedt het Nederlandse bedrijfsleven de kans concurrerend te blijven in de wereldmarkt. De Nederlandse creatieve industrie kan daar een belangrijke rol in spelen.

De cross-over met HTSM is eind 2014 opgezet. Daarbij is door CLICKNL een programma “Tech meets Creative meets Business Savviness” opgezet. Een programma dat verbindt, versnelt en gericht is op concreet en meetbaar resultaat: allianties van grote en kleine (start-ups) ondernemingen uit de Smart Industry/High-Tech sector en de creatieve industrie waarbij maximaal gebruik wordt gemaakt van de Nederlandse kennisinfrastructuur. Het programma zal de komende tijd verder worden uitgewerkt.

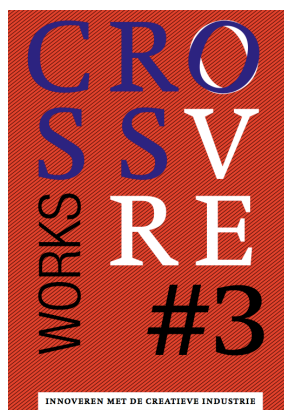
Smart Retail/De Nieuwe Winkelstraat

In december 2014 is het platform De Nieuwe Winkelstraat gelanceerd. TKI CLICKNL is een van de founding partners van dit platform en geeft daarmee ook vorm aan de onderzoeksagenda. Deze relateert een op een met de retail-agenda die door minister Kamp is gepresenteerd.

De cross-over De Nieuwe Winkelstraat richt zich op de volgende onderzoekslijnen:

- Inspiratiemodel Winkelgebieden
- Organisatie & Bedrijfsmodellen
- Klantbeleving
- Content Marketing & Gebiedsbranding
- Digitale en Fysieke integratie
- Interieur & openbare ruimte
- Winkelgebied in relatie tot Smart city (in het bijzonder sociale cohesie)

Een eerste verkennende fase van deze cross-over is in 2014 afgerond. Het platform is formeel opgericht en de eerste onderzoeksprojecten en pilots in winkelgebieden zijn inmiddels gestart. De organisatorische inrichting van het programma en de daarbij horende onderzoekslijnen worden nog verder uitgewerkt.



Om meer inzichtelijk te maken wat de creatieve industrie voor toegevoegde waarde kan leveren aan andere sectoren en om te laten zien wat er op dit gebied al gerealiseerd wordt, zijn enkele publicaties gemaakt waarin dit door middel van voorbeelden geïllustreerd wordt. Deze publicaties ‘**Cross-over Works**’ geven actuele voorbeelden van bijzondere samenwerkingsprojecten tussen de creatieve industrie en de andere topsectoren. Projecten die hebben geleid tot mooie vondsten die de maatschappij een beetje verder helpen: van games en toiletten die levens redden tot spijkerbroeken die de zee opschonen. In 2014 is hiervan ook weer een publicatie verschenen: Cross-over Works #3.

Deze publicaties zijn in een samenwerking tot stand gekomen tussen CLICKNL, Dutch Creative Council, Federatie Dutch Creative Industries, de Kamer van Koophandel en het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie. Op de website van CLICKNL zijn deze publicaties terug te vinden. Zie <http://www.clicknl.nl/publicaties/>

3.3. Verdeling van middelen en projectselectie

CLICKNL heeft in 2014 nog geen TKI-toeslag in gezet. Wel is erin 2014 door private partijen ruim 4 mln. geïnvesteerd in pps-onderzoeksprojecten. Een aanzienlijk toename ten opzichte van 2013.

Via de CLICKNL netwerken is in 2014 ook veel gebruik gemaakt van diverse calls van onder meer NWO, SIA, MIT regeling. Een groot deel van deze calls waren gebaseerd op de SRIA van CLICKNL en meer in bijzonder op de deel-agenda's van de CLICKNL-netwerken.

De CLICKNL-netwerken (die de 'solution spaces' vertegenwoordigen in de SRIA) hebben ieder eigen deel-agenda's uitgewerkt die tezamen aan de gezamenlijke agenda (SRIA) verder invulling geven. Voor de meeste netwerken geldt dat zij voor 2014 geen fundamentele wijzigingen in hun deel-agenda hebben aangebracht (het netwerk Design uitgezonderd, dat zijn deel-agenda aanzienlijk heeft aangepast). Op de website van CLICKNL zijn de uitgewerkte deel-agenda's van alle CLICKNL netwerken terug te vinden (www.clicknl.nl)

Projecten CLICKNL netwerk

Hieronder wordt op hoofdlijnen een overzicht gegeven van een deel van de calls die in 2014 door enkele CLICKNL netwerken zijn benut het wat daarvan de resultaten zijn geweest. Tevens worden enkele projecten aangegeven die hieruit in 2014 zijn gestart.

CLICKNL-BuiltEnvironment

In 2014 is via het netwerk BuiltEnvironment gebruik gemaakt van diverse calls in de creatieve industrie. Er is onder meer gebruik gemaakt van de MKB Innovatieregeling Topsectoren (MIT). Meer in bijzonder de MIT-vouchers, MIT-innovatie prestatie contracten en de MIT-R&D samenwerkingsprojecten. Daarnaast is gebruik gemaakt van de NWO KIEM regeling en de SIA-RAAK regeling. Dit heeft in totaal in 2014 21 gehonoreerde projecten opgeleverd. Veel MIT –projecten bleken overigens tevens een brug te slaan tussen de verschillende CLICKNL-netwerken binnen de TKI Creatieve Industrie. Tot slot is vanuit het netwerk bijgedragen aan de Research Through Design call en de Roadmap Smart Culture.



Onder leiding van DUS Architects worden in het 3D Print Canal House project de benodigde printtechnieken, (biobased) printmaterialen, constructietechnieken en softwaretools ontwikkeld om een 3D geprint huis te kunnen bouwen. Industrialisering van dergelijke technieken kan leiden tot tal van economische voordelen. Vanuit creatief oogpunt zijn maatwerk op industriële schaal, vergrote vormvrijheid en democratisering van productieprocessen de grootste voordelen. In het pilotproject wordt samengewerkt met tal van binnen- en buitenlandse partners uit de triple helix. Dit R&D-samenwerkingsproject zal zich volledig concentreren op veilig bouwen met geprinte bouwmodules. De doelstelling van dit project is om (1) een ontwerp voor de te bouwen modules en de bevestigingstechnieken te ontwikkelen, (2) inzicht te krijgen in de karakteristieken van deze modules middels praktijkproeven en (3) op basis van de verkregen data nieuwe rekentools voor 3D geprinte modules te ontwikkelen.

CLICKNL-CulturalHeritage

Door het netwerk Cultural Heritage is in 2014 gebruik gemaakt van onder meer de Calls van NWO (KIEM, Embedded Research en Strategisch Research). Daarnaast zijn enkele publiek-private projecten gestart bij het Center for Digital Humanities (CHAT) en een in 2014 door NWO gehonoreerde CLARIAH, dat vanaf 2015 beoogt een digitale infrastructuur voor de geesteswetenschappen te bouwen. In totaal zijn er in 2014 ca. 43 projecten van CLICKNL-Cultural Heritage uitgevoerd of in uitvoering gebracht.



Het Haagse barokorkest New Dutch Academy (NDA) heeft een app ontwikkeld met de verrassende resultaten van nieuw muzikaal onderzoek over de rijke, internationale muzikale tradities van hofstad Den Haag. Met deze (digitale) ontdekkingstocht zet het orkest belangwekkend Nederlands cultureel erfgoed (terug) op de kaart.



CLICKNL-Games

In 2014 liepen er vanuit het Games netwerk 7 door NWO gefinancierde projecten, 1 R&D samenwerkingsproject (RVO) en 2 SIA-RAAK-projecten waar private partijen bij betrokken waren (tevens 3 SIA-RAAK zonder private partijen). Daarnaast is er door het netwerk contact gelegd met diverse projecten met kennis- of expertise instelling (partners uit het Growing Games programma) en game ontwikkel bedrijven die andere vormen van financiering hebben.



In dit project, getiteld Challenging speech training in neurological patients by interactive gaming (kortweg: CHASING) vindt spraaktraining plaats voor neurologische patiënten via interactieve games. Mensen die lijden aan neurologische aandoeningen, zoals de ziekte van Parkinson of een beroerte, hebben vaak moeite om nog verstaanbaar te spreken. Uit onderzoek blijkt dat door spraaktraining met de computer de communicatieproblemen van patiënten met een spraakstoornis kunnen verminderen. Omdat het hier om patiënten gaat die heel veel moeten oefenen voor een resultaat dat ze misschien zelf nog tegenvalt (maar dat toch een verbetering is), is motivatie erg belangrijk. Zogenaamde 'serious games', games met een serieuze toepassing, worden daar steeds vaker voor ingezet in de gezondheidszorg.

CLICKNL-Media&ICT

Door het netwerk Media&ICT is in 2014 gebruik gemaakt van onder meer de NWO KIEM regeling, de NWO call voor strategische onderzoeksprojecten en de MIT regeling. Van de 39 gehonoreerde projecten uit de NWO calls waren bijna 2/3 Media&ICT projecten. Bij de MIT-regeling zijn ca. 11 projecten van Media&ICT in 2014 gehonoreerd. Tot slot heeft het netwerk Media&ICT in 2014 ook gebruikt gemaakt van de regeling voor innovatiemakelaars.

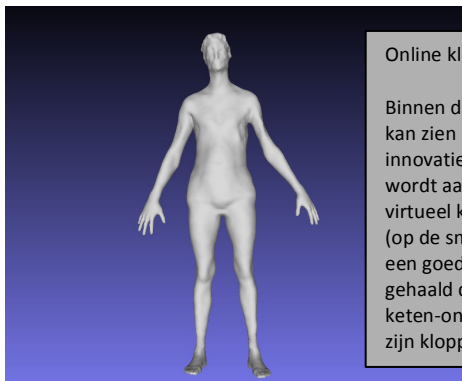
MediaNow: optimaliseren van zoekmogelijkheden voor de Media Industrie

Dit project streeft naar het ontwikkelen en testen van een open source instrument voor het zoeken in grote multimediale databases van zowel beeld, geluid als tekst. Dit instrumentarium is bedoeld voor mediaprofessionals, o.a. journalisten, producenten en redacteuren die audiovisuele bestanden willen hergebruiken voor het genereren van nieuwe producties. Partners in dit grootschalige project zijn Cross-Media Interaction (XMI), 904Labs, RTL nieuws, Talpa Producties B.V., Videodock, Frontwise, Zimmerman Zimmerman, DISPECTU, Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid, Vlaams Instituut voor Archivering, NPO, NOS, EYE filmmuseum, Bibliotheek Eindhoven, NTR en VPRO



CLICKNL-NextFashion

In 2014 zijn door NextFashion projectvoorstellen ingediend voor de SIA-RAAK regeling en de NWO KIEM regeling. Het project voor SIA-RAAK (over digitalisering van de retail) is niet gehonoreerd. Bij de KIEM regeling zijn 8 projecten van NextFashion gehonoreerd.



Online kleding die wel past!

Binnen dit project wordt een oplossing ontwikkeld waarbij de consument zichzelf kan zien in een virtuele spiegel (smart TV) en virtueel kleding kan passen. Het innovatieve aan dit concept is dat er een 3d model van de consument gemaakt wordt aan de hand van een 3d scan in de thuis omgeving. Daarna wordt er een 3d virtueel kledingstuk op de virtuele consument getoond, waardoor de consument (op de smart TV) kan zien hoe de kleding zit en staat (ook tijdens bewegen). Om tot een goed resultaat te komen worden binnen dit project technische resultaten gehaald die deze techniek mogelijk maken. Daarnaast worden er ook markt- en keten-onderzoeken uitgevoerd om er achter te komen of de aannames die gemaakt zijn kloppen en om de innovatie zo goed mogelijk in de markt te pluggen!

CLICKNL activiteit: CINext

Tot slot hebben er vanuit CLICKNL op het gebied van de CI NEXT agenda ook enkele activiteiten plaatsgevonden gericht op verschillende calls in de creatieve industrie. In enkele calls heeft in 2014 de CI Next agenda als onderlegger gefungeerd voor de zogenaamde MAGW Top Call, waarin behalve op het thema business innovation creatieve industrie voorstellen konden worden ingediend op basis van de agenda van de topsector logistiek en de NWO MAGW Sociale Infrastructuur Agenda. In de eerste editie zijn twee projecten op basis van de CI NEXT agenda gehonoreerd. Daarnaast is als onderdeel van de NWO Calls Creatieve Industrie (2012-2014) een drietal projecten gehonoreerd. Daarnaast past een drietal projecten dat onder de CLICKNL | Built Environment en de CLICKNL | Cultural Heritage agenda's is gehonoreerd als onderdeel van de NWO Creatieve Industrie Calls (2012 en 2014) binnen de thema's van CI NEXT agenda. Dat resulteert in zeven CI NEXT Business Innovation of aan die agenda gerelateerde projecten, gezamenlijk goed voor een onderzoeksbudget van bijna € 3,4 miljoen. Daarvan is ruim € 2.5 miljoen expliciet op basis van de CI NEXT agenda toegekend.



De titel van het onderzoek slaat op de mogelijke twee zielen in de borst van de creatieve ondernemers (met dank aan Goethe), ook wel aangeduid met de metafoor van het 'hoofd' en het 'hart'. Enerzijds worden ze uitgedaagd om als ondernemer hun eigen broek op te houden en zo mogelijk door te groeien, anderzijds zijn ze er soms voor beducht dat dit ten koste kan gaan van hun creativiteit en authenticiteit. Creatieven ontkomen er niet aan in zekere mate succesvol te zijn op beide terreinen. 'The battle of the souls' loopt over vier jaar en heeft drie onderzoekslijnen. Het eerste project concentreert zich op de ontwikkeling van bedrijfsmodellen van de creatieve ondernemingen op basis van het 'dubbel succescriterium', het tweede op samenwerking van creatieven met opdrachtgevers en het derde op hun innovatievermogen, vergeleken met dat van andere sectoren.

3.4. Vraagsturing en mkb-betrokkenheid

Aangezien de creatieve sector voor een zeer groot deel bestaat uit MKB-bedrijven is het MKB nauw betrokken bij de activiteiten van CLICKNL. Via de CLICKNL-netwerken zijn er ook in 2014 weer diverse activiteiten, workshops, matchmaking bijeenkomsten, seminar en informatiebijeenkomsten georganiseerd waar het MKB bij betrokken was. De bedrijven worden daar niet alleen geïnformeerd over innovatieve ontwikkelingen in hun sub-sector van de creatieve industrie maar geïnformeerd over regelingen en mogelijkheden om deel te nemen in onderzoeksprojecten binnen de creatieve industrie. Tot vinden er ook bijeenkomsten plaats waarin het MKB betrokken wordt bij het (waar nodig) bij stellen van de onderzoeksagenda's en worden ze verbonden en in contact gebracht met relevante ontwikkelingen en onderzoek in andere sectoren (cross-overs).

CLICKNL heeft in 2014 in samenwerking met de Kamer van Koophandel een MKB Loket ingericht, welke tevens bereikbaar is via de website van CLICKNL. Het MKB Loket is het nationale aanspreekpunt voor het creatief MKB dat wil innoveren en kennis ontwikkelen. Hier krijgt de ondernemer direct informatie en advies over instrumenten en regelingen, hoe hij aansluiting kan vinden bij de netwerken en bijbehorende kennis en innovatie-agenda.

Hieronder volgt een selectie van de activiteiten die m.b.t. vraagsturing en MKB in 2014 hebben plaatsgevonden.

CLICKNL-BuiltEnvironment

- Het Built Environment netwerk van CLICKNL organiseerde op 27 juni het evenement 'Future Metropolis'. Aan de hand van de thema's Shopping, Living, Energy en Transit, met bijbehorende voorbeeldprojecten, werd het debat gevoerd over nieuwe vormen van samenwerking tussen creatieve bedrijven, kennisinstellingen en overheid en tot welke inspirerende oplossingen voor de toekomstige stad dit kan leiden.
- Voorlichting tijdens en samenwerking met andere bijeenkomsten. Zo werkte CLICKNL|BuiltEnvironment samen met de KvK in de serie Mix & Match- werving publiek, aandragen presentaties.

CLICKNL-CulturalHeritage

- Vanaf begin 2014 heeft het Netwerk zich meer gericht op kleinschaliger bijeenkomsten. De hoogtepunten liggen geconcentreerd rond de begeleiding en advisering (inhoudelijk en qua consortiumvorming) bij calls en de daarmee samenhangende, door het netwerk georganiseerde bijeenkomsten.
- Cultureel Erfgoed organiseert jaarlijks twee grote en diverse kleinere matchmakingsevents die goed bezocht en gewaardeerd werden gemeten via enquête. Zij hebben aantoonbaar geleid tot projecten.
- Op 22 januari 2014 organiseerde CLICKNL Cultural Heritage samen met de KNAW een grote bijeenkomst (ca 100 deelnemers) met KNAW onderzoeksprojecten in het kader van de Creative Industrie.
- In samenwerking met Digitale Collectie en Open Cultuur Data organiseerde CLICKNL | Cultural Heritage op 2 december 2014 in Lab111 in Amsterdam de inspiratiedag Connected Data. Op het programma stond o.a. een intensieve speeddating-sessie geleid door Digitale Collectie en een inspirerende keynote door Ruben Verborgh.
- Sinds 2014 is binnen het netwerk ook de online marktplaats 'Sciomino' in gebruik. Deze omgeving, die primair gericht is op het bijeenbrengen van vragers en aanbieders van creatieve (erfgoed) diensten en producten, stelt het netwerk tevens in staat de groei van de achterban en de totstandkoming van relaties te registreren. De omgeving is inmiddels gevuld met ruim 366 profielen van bedrijven, kennisinstellingen en erfgoedinstellingen/overheden.

CLICKNL-Design

- Het netwerk organiseerde tijdens de Dutch Design Week 2014 het DRIVE festival voor Design Research & Innovation. Dit festival laat zien hoe onderzoek binnen de creatieve industrie complexe uitdagingen aanpakt en bijdraagt aan maatschappelijke innovaties.
- Tevens werd door CLICKNL|Design tijdens deze Dutch Design Week 2014 de 'Mind the Step' tentoonstelling georganiseerd waar recente design-, onderzoeks- en innovatieprojecten getoond werden. Mind the Step' toont werk van Design United (3TU Research Centre) en verschillende andere faculteiten en instituten van de TU/e.
- Op 14 november 2014 werd het World Usability Day symposium georganiseerd. Het symposium had in 2014 het thema Engagement: technologieën, producten en diensten zijn bruikbaar wanneer ze mensen betrekken.
- In opdracht van het ministerie I&M is het programma CIRCO ontwikkeld. CIRCO creating business through circular design versnelt de ontwikkeling naar een circulaire economie, met design als motor. In CIRCO werken bedrijven en ontwerpers samen aan concrete circulaire business en delen ze nieuwe kennis en inspiratie in events en online via circulairondernemen.nl.

CLICKNL-Games

- Het netwerk heeft in 2014 een flinke groei doorgemaakt in het aantal leden. Het aantal betalende leden staat per eind 2014 op ca. 190 leden. Het aantal abonnees op de nieuwsbrief is in 2014 gegroeid van 400 naar ca. 830;
- Er hebben in 2014 3 Mix&Match bijeenkomsten plaatsgevonden en enkele cross over bijeenkomsten (zoals voor Create Health en Create Energy).
- Een bijeenkomst en discussie op de DGA dag (23 oktober)
- Diverse bijeenkomsten van de CLICKNL | Games Adviesgroep waarin bedrijfsleven en kennisinstellingen vertegenwoordigd zijn.
- Op 8 april heeft er een bijeenkomst plaatsgevonden met de NWO projecten. Daarbij zijn de projecten gepresenteerd en is input verzameld voor de researchagenda en knelpunten en wensen geïnventariseerd.
- Inzet van het MKBLoket. Game bedrijven kunnen hier met vragen telefonisch contact opnemen.
- Op het gebied van cross-overs is op 25 november een uitgebreide masterclass Educatie aangeboden op het Control Conference.

CLICKNL-Media&ICT

- In 2014 is gewerkt aan CLICK Digital: een samenwerking van de netwerken Media&ICT, Gaming en Cultural Heritage. In dat kader hebben 3 workshops plaatsgevonden met naam Thingscon (vergelijkbaar met de Berlijnse editie) over The Internet of Things. (Er werden diverse workshops georganiseerd waar de deelnemers praktisch aan de slag gingen met het Internet of Things. Daarnaast verzorgden een aantal (inter)nationale sprekers inspirerende lezingen.)
- Er zijn 6 Cross Media Cafes georganiseerd op verschillende thema's in de digitale media;
- Samen met Info.nl heeft Media&ICT het Hack the brain event georganiseerd. Hack the brain is het eerste Europese event waar verschillende disciplines bij elkaar komen om de kansen van DIY brain hacking te onderzoeken.
- Het Mediapact is gesloten in het kader van Hilversum Media Campus: een samenwerking van bedrijven en onderwijsinstellingen die gezamenlijk een betere afstemming tussen onderwijs en arbeidsmarkt willen realiseren;
- Een nieuwe editie van Trends en Ontwikkelingen in de Crossmedia is gepubliceerd en de CrossMediaMonitor 2014 is uitgebracht;
- Er hebben in 2014 2 Mix&Match bijeenkomsten plaatsgevonden, i.s.m. NWO, KvK en de Amsterdam Economic Board over Create Health en Create Energy.

CLICKNL-NextFashion

- Op donderdag 27 maart vond het Tweede Nationale Modecongres plaats, georganiseerd door CLICK|NEXT Fashion en MODINT.
- Tijdens de Hannover Messe tekende staatssecretaris Dekker namens de Nederlandse overheid het convenant "Dutch Eco Design" met 8 Nederlandse private partijen. Inzet is intensivering van de publiek-private innovatieve samenwerking op het gebied van duurzame mode.
- Het afgelopen jaar heeft ArteEZ met steun van provincie Gelderland, gemeente Arnhem, Stichting Innovatie Alliantie gewerkt aan de haalbaarheid en totstandkoming van het Centre of Expertise 'Future Makers: Research, Fashion, Design'. Het Centre of Expertise richt zich, vanuit ontwerpexpertise in samenwerking met het bedrijfsleven, op de ontwikkeling en toepassing van nieuwe duurzame materialen en maakprocessen.
- Diverse routekaart sessies hebben plaatsgevonden waarbij innovatievragen van bedrijven centraal stonden. Bijeenkomsten zijn gericht op vraagarticulatie inspiratie.

3.5. Internationaal

Voor CLICKNL gaat het bij internationalisering onder meer om diverse Europese programma's als Horizon2020, de JPI's, EITS, Creative Europe, Digital Agenda, EFRO, Interreg et cetera. Verschillende CLICKNL netwerken zijn op onderdelen hiervan aangehaakt.

Afgelopen jaar is door CLICKNL een H2020-verkenning uitgevoerd. Deze laat vooral zien dat de Europa-doelstellingen van CLICKNL nog niet geheel uitgekristalliseerd zijn, en dat er aanzienlijke verschillen tussen de netwerken zijn. Cultural Heritage bijvoorbeeld is in Europa uitstekend (vooral wetenschappelijk) aangehaakt, via het Joint Programming Initiative (JPI) Cultural Heritage. Sommige CLICKNL-netwerken hebben via hun academische en/of TNO-netwerken goede internationale verbindingen (Design, Built Environment, Media & ICT) en gebruiken die netwerken ook voor het bouwen aan samenwerking in internationale consortia. Andere CLICKNL-netwerken zoals Next Fashion hebben juist weer een goede uitgangspositie via een krachtige internationale organisatie van bedrijven.

In 2014 zijn er vanuit de verschillende netwerken van CLICKNL activiteiten ondernomen op internationaal gebied. Het netwerk Cultural Heritage is bijvoorbeeld goed aangesloten bij het Joint Programming Initiative Cultural Heritage (JPI) en heeft onder meer gebruik gemaakt van de 'Heritage Plus call for proposals'. Dit heeft uiteindelijk 15 winnende internationale consortia opgeleverd waarbinnen 1 miljoen beschikbaar komt aan deelnemende Nederlandse onderzoekers. Het netwerk Cultural Heritage heeft ook een actieve rol bij de formulering en de implementatie van de strategische onderzoeksagenda (SRA) van dit JPI, die door ruim tien landen wordt geformuleerd en door een twintigtal onderschreven. Ook is het CLICKNL-netwerk in de lead voor het Action programme, waarin de SRA concreet gemaakt wordt. Het netwerk trekt ook in Nederland de banden aan met organisaties die zich met Internationaal Cultureel Erfgoed bezighouden, zoals ICOMOS (de adviseur van Unesco) en Dutch Culture. Zo is in de zomer van 2014 een drieweekse summer course 'Urban Heritage Strategies' georganiseerd voor 18 professionals uit Indonesië, Japan, Australië, Sri Lanka en India. Dit in het kader van het Gedeeld Cultureel Erfgoed beleid van de ministeries van OCW en BZK en Dutch Culture.

Ook het Fashion netwerk van CLICKNL is internationaal actief. Het netwerk is onder meer actief betrokken bij het European Textile Platform (ETP). Men heeft bijgedragen aan de Europese onderzoeksagenda en heeft het initiatief genomen om binnen dit platform ook een eigen internationaal sub-netwerk te organiseren voor hoge scholen, zowel op het vlak van technische textiel als mode.

Het netwerk Media&ICT heeft in 2014 enkele informatiebijeenkomsten georganiseerd over onder meer het Horizon2020 programma. Daarnaast is er een bijeenkomst georganiseerd in Los Angeles in het kader van de Digital Hollywood Connection om Nederlandse mediabedrijven te verbinden met de Amerikaanse markt. Media&ICT is ook lid van het European Technology Platform (NEM) en levert via dit platform ook input aan het Horizon2020 programma.

CLICKNL|Games heeft in 2014 een flyer ontwikkeld voor de GDC in Montreal en er is een game manifest boek ontwikkeld met het oog op de internationale markt: GamesNL, Tune in on the Dutch Games Industry. Tot slot heeft ook CLICKNL|Games enkele voorlichtingsbijeenkomsten georganiseerd over Horizon2020 en Creative Europe.

In 2014 heeft er ook een handelsmissie naar Duitsland plaatsgevonden. Het koninklijk paar bezocht daar de aan Nederland grenzende Duitse deelstaat Noordrijn-Westfalen. Tijdens het bezoek werden onder leiding van het Topteam Creatieve Industrie een aantal voorbeelden van samenwerkingen gepresenteerd tussen Nederlandse en Duitse bedrijven. De potentie van Duitsland als exportland voor de creatieve industrie kreeg het afgelopen jaar ook een boost tijdens de Hannover Messe. De creatieve industrie was daar één van de nadrukkelijk aanwezige topsectoren. Voor het komende jaar zal de verbinding met de Duitse Industrie verder worden versterkt.

De creatieve sector heeft daarnaast strategische missies ondernomen naar de SXSW (muziek, interactive, film) in Austin, Texas (maart 2014) en naar Cape Town in Zuid-Afrika (World Design Capital 2014).

Het South by Southwest (SXSW) festival is het meest vooraanstaande evenement op het gebied van technologie, film en muziek. In 2014 werd er een missie opgezet door Buma Cultuur, Dutch Fellows, Dutch Culture en het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie. Ruim 60.000 bezoekers uit zo'n 100 landen konden een Nederlands programma van internetbedrijven en designers aanschouwen. Daarnaast werd met Dutch Dance Day de eerste officiële Nederlandse SCSW Music Showcase georganiseerd, en vonden meer optredens van Nederlandse artiesten plaats.

Tijdens de World Design Capital 2014 werd in Kaapstad door het Department of Design enkele weken een platform gerealiseerd met 'best practices' van Nederlandse innovatie en design thinking en ontmoetingen met Zuid-Afrikaanse counterparts. Hiertoe was een programma met workshops, lezingen en matchmaking samengesteld dat plaatsvond in een door Droog (Nederlandse designstichting) ingerichte tentoonstelling. Een 'landschap' van gerecyclede lokale materialen met op hun relevantie en communicatieve kwaliteit geselecteerde, concrete voorbeelden van Nederlandse creatieve innovatie.

Ook wordt er vanuit enkele netwerken in toonaangevende innovatieve internationale onderzoeksprojecten geparticipeerd. Zo zijn bijvoorbeeld diverse Nederlandse partijen via het Fashion netwerk betrokken bij het project **Crafting Wearables**.



3.6. Kennisverspreiding

Zowel vanuit CLICKNL als vanuit de netwerken worden diverse activiteiten ondernomen om de aanwezige en ontwikkelde kennis in de sector te delen en te verspreiden. Met name de verschillende informatiebijeenkomsten, mix&match bijeenkomsten (i.s.m. het MKB Loket/KvK), etc. dragen uiteraard in grote mate bij om de bedrijven en kennisinstellingen elkaar te laten informeren en kennis op te doen. (Zie voor het overzicht van deze activiteiten paragraaf 3.4). Daarnaast wordt zowel vanuit CLICKNL als vanuit de netwerken diverse communicatiemiddelen ingezet (variërend van websites, social media tot publicaties) om de achterban te informeren en de kennis te delen. Een selectie van deze communicatie-activiteiten in 2014 is terug te vinden in paragraaf 3.7.

3.7. Transparantie en publiciteit

CLICKNL beschikt over een goed bezochte en dynamische website waar bijna dagelijks nieuws te vinden is over ontwikkelingen en activiteiten binnen de topsector Creatieve Industrie. De CLICKNL nieuwsbrief kende in 2014 bijna 2300 abonnees en het Twitter account @CLICK_NL ruim 1600 volgers. Vanuit CLICKNL is ook een LinkedIn-groep gecreëerd met 595 leden en hebben er in 2014 via Vimeo ca. 16.900 video loads plaatsgevonden. Daarnaast heeft elk netwerk binnen CLICKNL zijn eigen communicatie en onderdeel binnen de website waarop bedrijven en instellingen uitgebreide informatie kunnen terugvinden over voor hen relevante ontwikkelingen in desbetreffende sub-sector van de creatieve industrie.

Hieronder een selectie van de communicatie activiteiten van enkele CLICKNL-netwerken.

- De website van CLICKNL|Games kende in 2014 ca. 3182 unieke bezoekers (eind 2014 ca. 1700 unieke bezoekers per maand). Het herhaalbezoek ligt daarbij ruim op 43,5%. Het netwerk kende eind 2014 ongeveer 830 abonnees op de nieuwsbrief;
- Het CLICKNL-netwerk NextFashion heeft in 2014 ca. 8 nieuwsbrieven verspreid aan ongeveer 200 bedrijven uit de sector;
- Via Modint heeft NextFashion ongeveer 800 a 900 leden;
- CLICKNL|Media&ICT bereikt met de nieuwsbrieven 1350 abonnees;
- Naast de nieuwsbrieven zet Media&ICT ook Twitter actief in voor de communicatie en worden alle Cross Media Cafe ook vastgelegd en kunnen via Vimeo worden teruggekeken. Tevens zijn daar vrijwel alle presentaties van deze bijeenkomsten terug te vinden. Daarmee heeft het ook meteen een online archieffunctie;
- Het ledenaantal van de nieuwsbrief van CLICKNL|BuiltEnvironment betrof in 2014 ca. 1040. Er zijn 3 nieuwsbrieven verstuurd.
- De mailinglist van Cultural Heritage vermeldt (eind 2014) 663 e-mailadressen voor nieuwsaankondigingen, uitnodigingen, updates en ander nieuws. Verspreiding van informatie vindt verder plaats via de mailinglists en websites van: Meertens Instituut, Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed, eHumanities Group en Digitaal Erfgoed Nederland (DEN) en wanneer relevant andere organisaties met wie wordt samengewerkt.

In 2014 heeft bij vrijwel alle netwerken een groei plaatsgevonden van het aantal betrokken bedrijven en kennisinstellingen.

3.8. Efficiëntie en effectiviteit

In 2014 is er door private partijen ca. 4 mln. euro bijgedragen aan publiek-private onderzoeksprojecten. Dit is een forse groei ten opzichte van 2013. Een en ander betekent ook een grotere omvang in genereerde TKI-toeslag ten opzichte van 2013: van ca. 50.000,- in 2013 naar ca. 1 mln. in 2014. In totaal hebben er ca. 250 bedrijven in 2014 deelgenomen aan publiek-privaat onderzoek.

Door verbreding van het TKI-instrumentarium het afgelopen jaar, is de verwachting dat hierdoor meer gerealiseerd zal worden in de komende jaren. De ambitie is dat in 2015 CLICKNL als TKI verder groeit in termen van private investeringen, aantal deelnemers in onderzoek, innovatie en in aantal opdrachtgevers. Het vooruitzicht voor 2015 is dan ook een verdere groei in TKI-toeslag ten opzichte van 2014.

Ten aanzien van de TKI-inzet over 2014 heeft het bestuur begin 2015 besloten over de wijze van inzet langs 2 lijnen:

1. Een procedure waarbij ‘toegepast onderzoek’ voorstellen worden ingediend met een combinatie van expertise uit universiteiten, HBO’s en TNO, én een bijdrage vanuit bedrijven;
2. Een call i.s.m. de topsector Life Science & Health ten behoeve van de cross-over Create Health.

Voor wat betreft de beoogde inzet van de TKI toeslag over 2015 wordt in samenspraak met het bestuur nagedacht over een effectieve inzet.

3.9. Belemmeringen

Een grote uitdaging voor de TKI CLICKNL blijft de financiering van de verschillende netwerkactiviteiten en de financiering van het CLICKNL-bureau. De komende periode zal verder worden gewerkt aan een solide businessmodel hiervoor.

Het betrokken houden van het MKB bij de TKI blijft ook een uitdaging, mede ook als gevolg van de complexiteit van de verschillende regelingen (MIT, TKI-regeling, etc.). Anderzijds biedt dit ook kansen om verder uit te groeien tot een grotere topsector.

Door de longtail aan kleine bedrijven binnen de topsector Creatieve Industrie blijft het moeilijk om in-cash bijdrage te ontvangen. Dankzij de soepelere regels in 2014 waardoor meer in-kind bijdrage kon worden geleverd is er een enorme groei gerealiseerd in de TKI-toeslag ten opzichte van 2013. Daarnaast draagt ook de verruiming van de regels ten aanzien van ANBI’s hieraan bij.

Doordat de in kind bijdragen gemaximeerd zijn, blijft de TKI-toeslag in 2014 echter nog beperkt in vergelijking tot andere topsectoren. Het opzetten van grootschalige publiek-private onderzoeksprojecten met een forse cash bijdrage van private partijen blijft beperkt door de grote hoeveelheid kleine bedrijven in de creatieve sector.

De topsector Creatieve Industrie ziet grote kansen in termen van cross overs van topsectoren en van maatschappelijke thema’s binnen H2020. Daarom ervaart CLICKNL het als positief dat naast de topsector specifieke MIT regelingen nu ook middelen beschikbaar zijn voor cross overs van topsectoren. Daarnaast biedt de samenwerking met andere topsectoren ook de mogelijkheid voor CLICKNL om meer grotere pps-onderzoeksprojecten op te zetten waar de creatieve sector een belangrijk aandeel in neemt.

FINANCIEEL JAARVERSLAG

Het financieel jaarverslag is een bijlage bij deze Jaarrapportage.