

JAARRAPPORTAGE

TKI CLICKNL 2019

19-05-2020

TELEFOON

EMAIL

WEBSITE

Postbus 913, 5600 AX, Eindhoven

040-8200365

info@clicknl.nl

www.clicknl.nl

INHOUD

1. Algemeen	4
1.1. Korte profielschets & kerncijfers	4
2. Visie, Doel en Strategie.....	5
2.1. Visie op rol CLICKNL	5
2.2. Doelstellingen CLICKNL	5
2.3. Strategie en realisatie 2019.....	6
2.4. Algemeen activiteiten 2019	8
2.5. Key Performance Indicators	11
2.6. Kennis- en Innovatieagenda (KIA).....	13
2.8. Organisatiestructuur CLICKNL.....	14
3. Thema's.....	16
3.1. Onderzoeksthema's	16
3.2. Andere TKI's en cross-overs naar andere topsectoren	16
4. PPS-Toeslag inzet van middelen en projecten	18
4.1. PPS-Toeslag inzetprojecten CLICKNL 2019	18
4.1.1. Lopende PPS-Toeslag inzetprojecten.....	18
4.1.2. Nieuwe PPS-Toeslag inzetprojecten.....	20
4.2. Fieldlab initiatieven CLICKNL 2019	24
4.3. PPS-Projecttoeslag Projecten CLICKNL 2019	28
5. Werkwijze en Verbindingen CLICKNL	32
5.1. Vraagsturing en mkb-betrokkenheid.....	32
5.1.1. CLICKNL Netwerkactiviteiten.....	32

5.1.2. CLICKNL-Innovatiemakelaars	36
5.2. Internationaal	39
5.3. Kennisverspreiding.....	39
5.4. Transparantie en publiciteit	39
5.5. Efficiëntie en effectiviteit	41
5.6. Belemmeringen	42
FINANCIEEL JAARVERSLAG	43

1. Algemeen

1.1. Korte profielschets & kerncijfers

De topsector Creatieve Industrie is de meest dynamische topsector van de Nederlandse economie en een van de snelst groeiende topsectoren. De creatieve sectoren architectuur, mode, gaming, design, cultureel erfgoed en media&ict zijn een aanjager van innovatie in andere sectoren. Ook leveren ze creatieve oplossingen voor maatschappelijke uitdagingen op gebieden als zorg, veiligheid en energie. De Nederlandse creatieve industrie is internationaal een top 10-speler. Er zijn veel creatieve bedrijven die internationale bekendheid genieten.

De creatieve industrie versterkt daarmee het innovatievermogen van Nederland. Met haar innovatie- en verbeeldingskracht kan zij mensen verbinden, in beweging krijgen en vertrouwen geven in de wereld van morgen. De sector is een onmisbare schakel in het geven van antwoorden op grote maatschappelijke vraagstukken en het bieden van een zinvolle betekenis aan nieuwe technologische mogelijkheden.

Er werken inmiddels ca. 300.000 mensen in de creatieve industrie. Meer dan 10% van de Nederlandse bedrijven (ruim 165.000) maakt deel uit van deze topsector. Het aantal bedrijven in de creatieve sector laat al jaren een behoorlijke stijging zien van enkele procenten per jaar. Dit wordt mede veroorzaakt door het relatief grote en toenemende aandeel zzp'ers (ca. 43%) in de creatieve sector. De meesten zijn werkzaam in de media- en entertainmentindustrie en de creatieve zakelijke dienstverlening.

De toegevoegde waarde van de Nederlandse creatieve industrie laat ook jaarlijks een stijging zien. Gemiddeld levert de creatieve industrie ca. € 12 mrd aan toegevoegde waarde per jaar en ruim € 26 mrd aan productiewaarde per jaar. De sector is in aantal bedrijven een van de grootste topsectoren.

De sector kent het grootste aantal kleine bedrijven en zelfstandigen van alle topsectoren. Een bedrijf in de creatieve sector telt gemiddeld ca. twee werkzame personen (in fte). Dit wordt veroorzaakt door het grote aantal zelfstandigen dat in de creatieve industrie werkzaam is.

2. Visie, Doel en Strategie

2.1. Visie op rol CLICKNL

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 die noodzakelijk is 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.

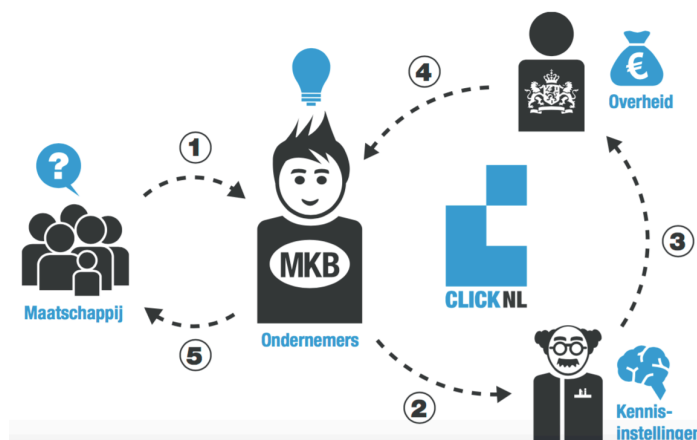
2.2. Doelstellingen CLICKNL

Voor het verwezenlijken van de ambitie is het van belang dat de creatieve industrie stevig is ingebed in de gehele Nederlandse economie. Haar kracht 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.

Het 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.

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 in het werkveld 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 2019

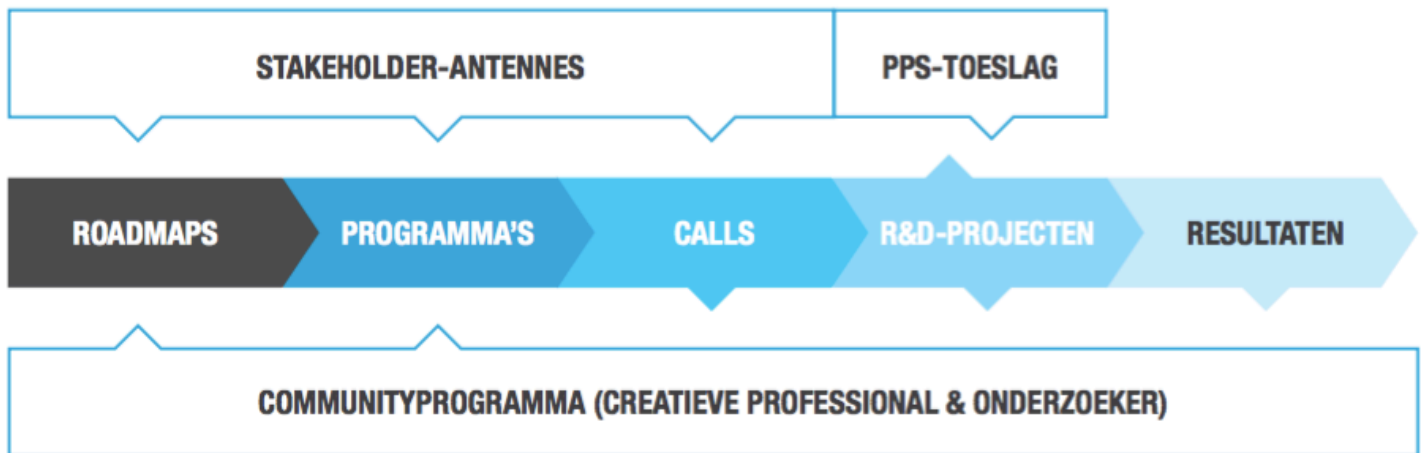
CLICKNL wil de geschetste ambitie en doelstellingen realiseren door onderzoekers te koppelen aan ondernemende creatieven binnen de sector en het bevorderen van kennisvorming en –uitwisseling, en innovatie. Door samenwerking ontwikkelen zij kennis en innovaties voor een sterke economie en een duurzame 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 bewaken van de voortgang en kwaliteit van de uitvoering daarvan;
- Het signaleren en initiëren van kansrijke vormen van samenwerking;
- 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.

Het TKI CLICKNL wil de kennisbasis versterken door de verbinding te leggen tussen de toepassing en de ontwikkeling van kennis. Samen biedt dat de mogelijkheid om te leren en te ervaren hoe nieuwe kennis wordt toegepast en hoe dat via casestudies getoetst en gevalideerd kan worden.

Het versterken van de kennisbasis van de creatieve industrie kan alleen gerealiseerd worden als er van begin af aan een sterke betrokkenheid van creatieve professionals en onderzoekers uit het veld is. Om de betrokkenheid en binding met creatieve professionals en onderzoekers te versterken bouwt CLICKNL daarbij voort op de verbindingen en activiteiten uit de afgelopen jaren. Partners daarin zijn de netwerken en communities in de deelsectoren van de creatieve industrie, branche- en koepelorganisaties. De netwerken die aan de basis van CLICKNL stonden, groeien door in sterke kennis- en innovatienetwerken van de deelsectoren – al dan niet gekoppeld aan brancheorganisaties en/of kennisinstellingen. Naast de sectorbrede agenda van CLICKNL ontwikkelen deze netwerken specifieke agenda's en programma's, passend bij vragen en uitdagingen in die sector. De programmaraad vormt het platform waarin de overkoepelende punten geadresseerd kunnen worden.



CLICKNL versterkt de kennisbasis van de Nederlandse creatieve industrie en draagt daarmee bij aan een sterke sector. Zij doet dit door het bevorderen van de ontwikkeling van nieuwe kennis en de toepassing van kennis voor innovatieve oplossingen. CLICKNL concentreert zich daarbij op het stimuleren van publiek/private samenwerkingen, die zowel maatschappelijk als economisch meerwaarde leveren. CLICKNL staat voor de meerwaarde van samenwerken en verbindt nieuwsgierige onderzoekers aan ondernemende creatieve professionals. Samen ontwikkelen zij kennis en innovaties voor een sterke economie en een duurzame samenleving. Voor en met de partners in het R&D-ecosysteem richt CLICKNL zich op:

- Formuleren en onderhouden van de roadmaps
- Bouwen van R&D programma's
- Ontsluiten van resultaten

CLICKNL heeft daarom een strategische netwerk- en antennefunctie met de stakeholders en partners in het veld, neemt met een communityprogramma een informerende en bewustmakende rol in naar creatieve professionals en excellente onderzoekers in de topsector en voert de PPS-regeling uit waarmee additionele financiering voor R&D wordt verworven. De inhoudelijke vertegenwoordiging van de creatieve professionals uit de industrie en van ondernemende onderzoekers uit de kennisinstellingen in de activiteiten van CLICKNL, vindt plaats in programmaraad. Deze wordt samengesteld op basis van de KIA.

De strategie van TKI CLICKNL staat verder meer uitgebreid beschreven in de (vernieuwde) Kennis- en Innovatieagenda van CLICKNL (periode 2020-2023).

De realisatie van de strategie over 2019 krijgt op hoofdlijnen zijn weerslag in realisatie van de Key Performance Indicators van CLICKNL. Maar daarnaast is ook een paragraaf opgenomen met een algemene beschrijving van de verschillende activiteiten van TKI CLICKNL over 2019.

2.4. Algemeen activiteiten 2019

In 2019 zijn veel activiteiten ondernomen op het gebied van het nieuwe missiegedreven innovatiebeleid. Niet alleen is veel inzet geleverd in het invullen en bijdragen aan de verschillende missie KIA's (en de positionering van de creatieve industrie daarin) maar is ook de (6^e) KIA Maatschappelijk Verdienvermogen ontwikkeld. TKI CLICKNL is door ministerie EZK gevraagd om als trekkers voor deze KIA MV op te treden.

Daarnaast is in 2019 gewerkt aan de verdere ontwikkeling van de roadmaps binnen de (eigen) KIA van de topsector Creatieve Industrie en de doorontwikkeling ervan naar de nieuwe KIA Veerkracht. Deze geeft specifiek de visie van de creatieve industrie op de maatschappelijke uitdagingen in de missies en biedt een handreiking voor de sector om daar een rol in te kunnen vervullen.

In 2019 is verder ook gewerkt aan het opzetten van het GO-CI programma in samenwerking met Regieorgaan SIA. Dit programma zal in 2020 gelanceerd worden.

Tot slot heeft CLICKNL in 2019 een verder opschaling gerealiseerd van het CIRCO programma dat ook in 2020 een verder vervolg zal krijgen (maar buiten de scope van deze POA valt).

In 2019 is de investering in cross-overs vooral gericht geweest op de goede verankering van de creatieve industrie binnen de nieuwe missie thema's en KIA's. Daarmee is uiteraard indirect ook een belangrijke bijdrage geleverd aan de versterking van de crossovers tussen de topsector Creatieve Industrie en de andere topsectoren, die als resultaat van deze agendering in 2020 en verdere jaren zullen volgen. Het is de uitdaging voor de topsector om vanaf 2020 deze crossovers ook daadwerkelijk te oogsten.

Bijdrage CI aan Missie thema's en KIA's

Sinds 2011 bundelen ondernemers, wetenschappers en de overheid hun krachten in negen topsectoren op het gebied van agri & food, chemie, creatieve industrie, energie, life sciences & health, high tech systemen & materialen, water & maritiem, tuinbouw & uitgangsmaterialen en logistiek. Net zoals alle andere topsectoren richt de topsector Creatieve Industrie zich daarbij op het versterken van de economie met innovaties, het verzilveren van internationale kansen, vergroten van menselijk kapitaal en investeringen in wetenschappelijk onderzoek. Hoewel dit binnen de creatieve industrie wordt voorgezet zullen deze activiteiten meer in het teken komen te staan van het nieuwe missiegedreven innovatiebeleid dat in 2019 in gang is gezet.

Voor het missiegedreven innovatiebeleid heeft het kabinet heeft 25 missies geformuleerd om maatschappelijke uitdagingen aan te pakken. De missies richten zich op meer gezonde levensjaren, voldoende schoon water en veilig voedsel, minder uitstoot van broeikasgassen, betaalbare duurzame energie en een veilig Nederland om in te wonen en te werken.

In nauwe samenwerking tussen acht ministeries en de topsectoren, zijn in 2019 meer dan 25 missies binnen vier maatschappelijke thema's opgesteld:

1. Energietransitie & duurzaamheid
2. Landbouw, water en voedsel
3. Gezondheid & zorg
4. Veiligheid

Voor elk van deze thema's is een Kennis & Innovatie Agenda opgesteld. (Voor sleuteltechnologieën en onderwerpen voor het verdienvermogen van Nederland zijn twee aparte agenda's gemaakt.)

Bovenstaande aanpak vraagt om nauwe samenwerking tussen de verschillende topsectoren. Om dit goed vorm te geven heeft CLICKNL in 2019 besloten om, door middel van de inzet van enkele kwartiermakers (op de genoemde thema's), te

borgen dat de creatieve industrie goed aangesloten is en verankerd is in de ontwikkeling en uitwerking van de Kennis & Innovatie Agenda's behorende bij deze vier thema's.

Daarvoor heeft CLICKNL in 2019 4 experts ingehuurd (op het snijvlak van creatieve industrie en genoemde thema's). Deze kwartiermakers hebben in de verschillende ontwikkelteams / missieteam van deze vier KIA's bijgedragen aan de onderzoeksvraagstukken een aanknopingspunten voor de rol van de creatieve industrie bij de verschillende missies. Het resultaat daarvan is dat er in de KIA's van deze vier thema's, en de daarin opgenomen MMIP's, nu ook aandacht is voor de Key Enabling Methodologies (KEM's), onderzoek daar naar en onderwerpen als maatschappelijke inbedding en gedragsbeïnvloeding.

In de aanpak en gesprekken rondom de missies is daardoor nu breed erkend dat een multidisciplinaire aanpak nodig is en dat er niet alleen moet worden geïnvesteerd in nieuwe technologie, maar ook in sociale en culturele aspecten die de brede toepassing van die technologie in maatschappelijk gedragen oplossingen mogelijk maakt. Zowel de aanpak van deze complexe problematiek en het multidisciplinair werken als de thema's van de missies passen de creatieve industrie goed. Met haar rijke set van KEM's is zij bedreven om deze missies te lijf te gaan. Als topsector speelt de creatieve industrie dan ook een rol in alle vier de thema's. De doorontwikkeling van KEM's en onderzoek daarvoor is ondergebracht in de KIA sleuteltechnologie.

Ontwikkeling KIA Veerkracht

Op 1 oktober 2017 publiceerde CLICKNL de Kennis- en Innovatieagenda voor de Topsector Creatieve Industrie 2018-2021. Hoewel de visie en ambitie van deze agenda nog steeds geldig is, is in 2019 besloten om deze agenda te actualiseren.

Belangrijke reden hiervoor is dat men zich nu, nog meer dan twee jaar geleden, bewust is van de maatschappelijke opgaven die ons wachten in Nederland. Of het nu gaat om het klimaat, de landbouw, de zorg, onze veiligheid, mobiliteit of energievoorziening; we staan aan de vooravond van grote transities. En die transities hebben de creatieve industrie hard nodig. Niet alleen om met slimme, passende en originele producten en diensten te komen die mensen verleiden of in beweging brengen, maar ook door een wereld te scheppen waarin die innovaties een voedingsbodem vinden, een cultureel en maatschappelijk klimaat van veranderingsbereidheid.

Deze sleutelrol voor de creatieve industrie wordt inmiddels breed ontdekt en erkend. Om die uitdagende rol op te pakken en verder te brengen is een veerkrachtige sector nodig, een sector die ambitieus en tegelijk ook realistisch is over haar bijdrage, een sector die gedreven wordt door kennis en zich laat ondersteunen door methoden. Voor het empoweren van die bloeiende en kansrijke sector is in 2019 dus een nieuwe Kennis & Innovatie Agenda voor de Creatieve Industrie ontwikkeld: KIA Veerkracht.

Ondanks dat er de komende jaren door het Missiegedreven Innovatiebeleid veel zal veranderen in de manier waarop onderzoek geprogrammeerd wordt, vindt CLICKNL het belangrijk om de visie van de creatieve industrie op de belangrijke thema's te blijven articuleren. Om de sector te kunnen vertegenwoordigen is het nodig om te weten wat er speelt, zodat onderzoeksagenda's zich kunnen richten op de behoeften uit de praktijk, en zodat de rol van de creatieve industrie binnen de diverse thema's goed voor het voetlicht komt. Daarnaast biedt deze nieuwe KIA ook inspiratie, voor onderzoekers en creatieve professionals, over de thema's die de sector nu en in de komende jaren bezig zal houden. De KIA Veerkracht is de vijfde editie van de Kennis- en Innovatieagenda (KIA) voor de Nederlandse Topsector Creatieve Industrie. Ze heeft betrekking op de periode 2020-2023. De agenda geeft richting en invulling aan de inhoudelijke koers die CLICKNL, het Topconsortium voor Kennis en Innovatie (TKI) van de topsector, uitzet voor kennisontwikkeling en -toepassing binnen en vanuit de creatieve industrie. CLICKNL ondersteunt met deze agenda de missie van het Topteam Creatieve Industrie: het versterken van de veerkracht van de creatieve industrie.

Daarnaast draagt de KIA Veerkracht ook bij aan het Kennis- en Innovatieconvenant 2020-2023 waarin overheid, kenniswereld en topsectoren met elkaar afspreken op welke manier ze invulling geven aan onderzoek en innovatie. De KIA is richtinggevend voor onderzoeksprogramma's, onderzoeksvoorstellen en innovatieprojecten die gericht zijn op de creatieve industrie en onderzoekers.

De roadmaps voor de kennisbasis in deze agenda zijn opgesteld door drie teams die gevormd zijn vanuit de Programmaraad van CLICKNL. De KIA Veerkracht is met veel lof ontvangen bij de introductie eind januari 2020 en krijgt brede ondersteuning van de stakeholders in de sector.

Ontwikkeling KIA Maatschappelijk Verdienvermogen

TKI CLICKNL is in 2019 gevraagd om de KIA Maatschappelijk Verdienvermogen vorm te gaan geven in het kader van het Missiegedreven Innovatiebeleid. Oorspronkelijk vooral bedoeld als een vangnet voor programma's die primair het verdienvermogen dienen, maar geen positie kregen in de missies. Echter in de ontwikkeling meer en meer naar een zelfstandige, doorsnijdende en ondersteunende agenda gebracht.

De KIA Maatschappelijk Verdienvermogen is ondersteunend aan de vier missiethema's en aan de sleuteltechnologieën. In deze KIA staat de volgende vraag centraal: hoe kunnen innovatie en transitieprocessen versneld worden om binnen de gestelde tijdshorizon de missies daadwerkelijk te realiseren? De ambitie van de Nederlandse overheid, voor het missiegedreven innovatiebeleid, is een fundamentele wijziging ten opzichte van eerder beleid. Nog niet eerder is er de ambitie geformuleerd om zo snel grootschalige maatschappelijke veranderingen te realiseren. Er wordt nu zeer sterk richting gegeven aan het innovatieproces en tevens dient er veel sneller opgeschaald te worden dan normaliter het geval is. De focus van deze KIA ligt op het begrijpen en ondersteunen van de versnelde diffusie van innovaties, ook wel opschaling of uitrol genoemd.

Voor de realisatie van deze KIA MV is in 2019 onder meer een uitvraag rondgestuurd (naar onder meer de verschillende topsectoren, departementen, kennisinstellingen en overige relevante stakeholders). De ingediende programmavoorstellen hebben richting gegeven aan het raamwerk van de KIA MV en zijn als bijlagen opgenomen. Vervolgens is er door het kernteam KIA MV en het schrijftteam verder gewerkt aan de uitwerking van de KIA MV. Tot slot is tevens gewerkt aan een inschatting van het publiek en privaat investeringsvermogen m.b.t. deze KIA vanuit de verschillende relevante stakeholders. Een en ander is input voor het Kennis en Innovatie Contract voor de verschillende Missie KIA's, KIA MV en KIA ST.

GO-CI programma

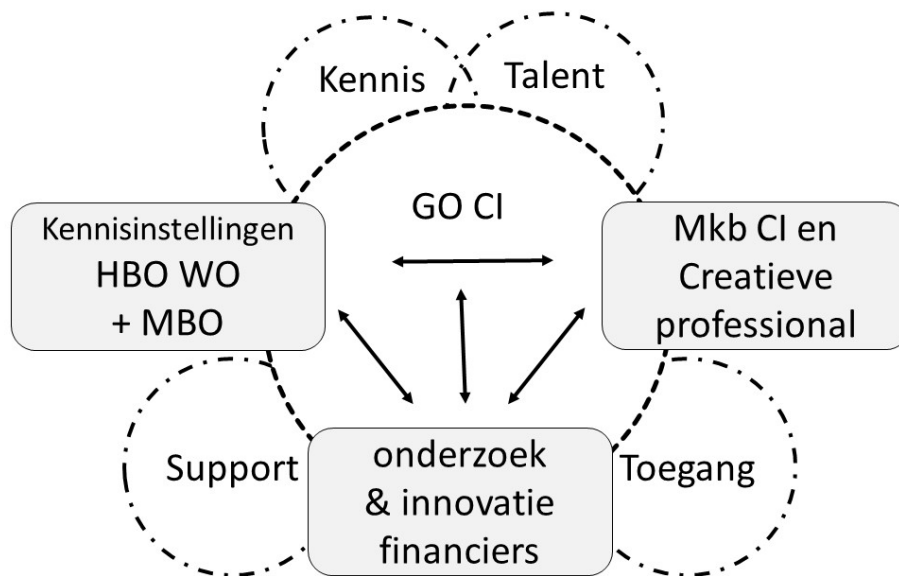
Om onder meer de kwaliteiten en innovatiekracht van het MKB binnen de creatieve industrie beter te kunnen benutten is in 2019 een verkenning uitgevoerd naar de mogelijkheden van het realiseren van een stimuleringsprogramma GO-CI. CLICKNL heeft Regieorgaan SIA benaderd om gezamenlijk op te trekken in de uitvoering van deze verkenning naar een nieuw, landelijk programma voor het stimuleren en versterken van vraaggestuurde innovatie binnen de creatieve industrie. Hierbij gaat het niet alleen om de inhoudelijke innovatie maar ook om de financiering van de innovatie in de sector en het versterken van het organiserend vermogen.

Hierbij wordt gekeken naar en geleerd van de succesvolle aanpak van het programma GO-CHEM: het stimuleringsprogramma voor de chemische industrie dat ook door SIA wordt uitgevoerd.

Het doel van dit nieuwe programma, genaamd GO-CI, is het versterken en vergroten van de (markt)impact van innovaties met behulp van toepassings- en praktijkgericht onderzoek in de creatieve industrie. Hierdoor worden vragen van creatieve bedrijven verbonden aan praktijkgericht onderzoek en kan er (meer) kennisgedreven innovatie plaatsvinden.

In de uitgevoerde verkenning is ten eerste gewerkt aan het GO-CI concept. De kern van deze opzet is:

- De structurele samenwerking tussen financiers van onderzoek en innovatie en mkb-CI.
 - Een landelijk coördinatiepunt via het programmabureau GO-CI bij Regieorgaan SIA.
 - Een op maat gesneden, vernieuwde KIEM regeling voor een brede mkb-CI doelgroep.
- Een en ander heeft ten doel een 'innovatieversneller' in de sector te realiseren.



Deze 'innovatieversneller' versterkt het organiserend en lerend vermogen van de creatieve industrie door:

- Landelijk en regionaal organiseren van de collectieve vraagarticulatie van het creatief mkb.
- Het organiseren van en samenwerken met regionale steunpunten bij kennispartners.
- Het signaleren van mogelijke drempels voor het mkb-CI en het agenderen hiervan bij partners.
- Het ontwikkelen en aanbieden van gepast instrumentarium en toegang tot andere regelingen/financiering.

In de uitgevoerde verkenning is daarnaast gewerkt aan de uitwerking van de organisatie en governance van GO-CI en de opzet van een bijbehorende financieringsinstrumentarium KIEM GO-CI.

In de loop van 2020 zal GO-CI worden geïmplementeerd en gelanceerd.

2.5. Key Performance Indicators

Het TKI CLICKNL heeft diverse activiteiten uitgevoerd over de periode 1 januari 2019 tot en met 31 december 2019. Hieronder worden op hoofdlijnen de integrale resultaten van het TKI CLICKNL over 2018 weergegeven aan de hand van de zogenaamde key-performance indicators (KPI's). In het hoofdstuk "PPS-Toeslag middelen inzet en projecten" komt een uitgebreidere beschrijving terug van de in 2019 gerealiseerde publiek-private samenwerkingen en onderzoeksprojecten.

In het jaarwerkplan 2019 van TKI CLICKNL is aangegeven dat het TKI vier belangrijke doelstellingen heeft. Deze doelstellingen vloeien voort uit het topsectorenbeleid en het daaruit volgende beleid voor TKI's. De resultaten hiervan voor 2019 worden hieronder kort benoemd.

- *Groei private bijdrage*

Door de toegenomen bekendheid van het topsectorenprogramma, de kennis en innovatieagenda van CLICKNL en de PPS-Regeling in het bijzonder, nemen de private investeringen in publiek-privaat onderzoek binnen de sector bijna ieder jaar toe. In 2019 was aanvankelijk een PPS-Programmatoeslag aanvraag ingediend van bijna € 3 mln. Daarmee was een bedrag van bijna 10 mln. aan private investeringen in publiek-privaat onderzoek mee gemoeid, een verdubbeling ten opzichte van 2017. Echter, in verband met een te groot aantal steekproeffouten in de grondslaglijst moest er een herziene opgave gedaan worden, die hierdoor lager uitkwam. Uiteindelijk is via de herziene opgave ca. € 2,5mln. aan PPS-Programmatoeslag in 2019 gerealiseerd.

De cijfers van de private bijdragen over 2019 (aanvraag 2020) zijn bij het schrijven van deze eindrapportage nog niet volledig uitgewerkt maar TKI CLICKNL verwacht over 2019 een totale private inbreng in pps-onderzoek die minimaal vergelijkbaar zal zijn met de cijfers over 2018.

De sector en de kennisinstellingen die daar in werken beginnen inmiddels het mechanisme van de PPS regeling te begrijpen. Er blijven echter nog veel private investeringen geormerkt worden onder de andere topsectoren (als HTSM en LSH), eenvoudigweg omdat de betreffende universiteiten het onderscheid niet willen maken of zich nog niet bewust zijn van die mogelijkheid. TKI CLICKNL doet er door rondetafels en individuele gesprekken veel aan om die kennisachterstand in te laten halen.

- *Groei van het aantal deelnemers in onderzoek en innovatie*

Bovenstaande vermelde private inbreng in publiek-privaat onderzoek over 2018 geeft ook meteen een indicatie van het aantal deelnemers in onderzoek en innovatie. De creatieve sector bestaat voor een groot deel uit kleine en middelgrote bedrijven. Een toename aan private investeringen betekent dan vaak ook een toename van het aantal bedrijven dat deelneemt aan publiek-privaat onderzoek. Over 2018 hebben, op basis van de bij CLICKNL bekende gegevens (in de PPS-Programmatoeslagaanvraag, ca. 650 bedrijven deelgenomen aan publiek privaas onderzoek. (Wederom een stijging ten opzichte van 2017.) De verwachting over de cijfers 2019 is dat het aantal deelnemende bedrijven minimaal gelijk zal zijn aan 2018.

- *Meer samenwerking met opdrachtgevers*

Bij deze doelstelling gaat het met name om de samenwerking en het betrekken van bedrijven en opdrachtgevers uit andere sectoren. Daarbij spelen dus ook de cross-over programma's van CLICKNL een rol. De crossover programma's hebben in 2019 vooral vorm gekregen via de inzet van CLICKNL en de verbinding met de ontwikkeling van de Kennis & Innovatie Agenda's behorende bij de vier missie thema's van het missie gedreven innovatiebeleid. Mede daardoor is er in 2019 ook intensief samengewerkt met de andere topsectoren. De resultaten hiervan zijn reeds bij Werkpakket 1 uitgebreid benoemd.

Tot slot spelen ook de Fieldlabs van CLICKNL een belangrijke rol in het stimuleren van de samenwerking met opdrachtgevers/bedrijven uit andere sectoren.

Zoals in deze rapportage aangegeven heeft CLICKNL in 2019 in totaal 8 Fieldlabs op verschillende deelsectoren actief:

- Fieldlab SAX (Spectacular Arena Experiences)
- Fieldlab Virtual Worlds
- Fieldlab UPPS (Ultra Personalized Products and Services)
- Fieldlab VRDML (TU Delft, Bouwkunde)
- Fieldlab THUPPS (Fontys)
- Fieldlab Sociale Cohesie (Effenaar)

- Fieldlab Gaming (DGA)
- Fieldlab 3D on demand fashion production (HvA)

De inzet in fieldlabs zal in 2020 worden geëvalueerd.

- *Meer en gerichte R&D-programma's*

Om meer en grotere R&D-programma's in de creatieve sector te realiseren heeft TKI CLICKNL in 2019 onder meer het zogenaamde "flagship" project *Data inspired creativity: Using big data in cross-media creative innovation processes* gestart. Dit betreft een grootschalige R&D projecten waarbij meerdere kennisinstellingen en het bedrijf Talpa intensief samenwerken aan de vraag hoe big data op een nuttige wijze kan worden ingezet en bijdragen aan het creatieve proces. Daarnaast is er in 2019 natuurlijk verder gewerkt aan het operationaliseren van de KIA om te komen tot meer R&D-programma's voor de sector. In samenwerking met NWO zijn in dat kader in 2019 wederom enkele calls opgezet, uitgewerkt en opengesteld, waaronder:

- Future of Work
- Commit2Data/Digital Society
- Commit2Data/Smart Industry
- Transitie en Gedrag

Met name deze laatste call geeft een sterke impuls aan het onderzoek naar KEM's zoals die zijn geformuleerd in de nieuwe KIA. In totaal wordt naar verwachting met een tiental projecten onderzoek gedaan naar methodologie voor transitie in een keur aan maatschappelijke uitdagingen met een totale subsidie-omvang van zo'n 10 miljoen euro.

2.6. Kennis- en Innovatieagenda (KIA)

Binnen CLICKNL werken de kenniswereld en de creatieve sector samen op basis van een gedeelde Kennis- en Innovatieagenda (KIA). De KIA benoemt de belangrijkste kennisvragen die leven in de sector.

In 2019 is zoals aangegeven een nieuwe KIA voor de creatieve industrie ontwikkeld maar voor deze jaarrapportage over 2019 wordt nog uitgegaan van de KIA 2018-2021.

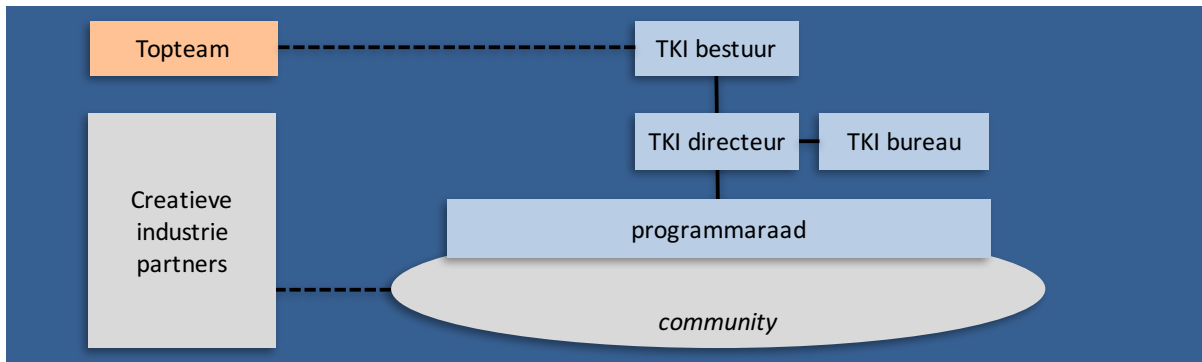
Belangrijk uitgangspunt in de Kennis en Innovatieagenda 2018-2021 was het formuleren van een agenda die overkoepelend is voor de uitdagingen waarmee de creatieve professional in de toekomst wordt geconfronteerd. Bij het vormgeven van de KIA 2018-2021 is gekozen om dit, in lijn met de nieuwe strategie en governance structuur van CLICKNL uit te werken langs enkele roadmaps.

De roadmaps vormen de basis van de agenda en daarmee van de kennisontwikkeling en gaan over kennisonderwerpen die voor de creatieve professional relevant zijn om binnen nu en 4-5 jaar zijn werk goed te kunnen blijven doen. De roadmaps geven inhoudelijk sturing aan nieuwe onderzoeksprogramma's, waarbinnen calls en projecten zullen worden opgezet. Voor een verdere toelichting op de KIA Veerkracht verwijzen we graag naar de [hernieuwde webpagina's](#) en de [digitaal toegankelijke KIA](#).

2.8. Organisatiestructuur CLICKNL

Om invulling te geven aan de doorontwikkeling naar een sectorbrede overkoepelende programmering kent de organisatiestructuur van CLICKNL een sterke focus op het ontwikkelen van roadmaps en de ondersteuning in de bouw van sectorbrede R&D-programma's.

Hieronder is op hoofdlijnen weergegeven hoe de organisatiestructuur van CLICKNL er uit ziet.



TKI bestuur

Het CLICKNL bestuur bestaat uit 6 leden en 2 toehoorders (van ministerie OCW en EZK). De bestuursleden bestaan uit een vertegenwoordiger vanuit universitaire sector, een bestuurslid uit het creatieve bedrijfsleven (klein), een bestuurslid creatief bedrijfsleven (groot), een vertegenwoordiger lokale overheid, vertegenwoordiger van het hbo en het wetenschappelijk boegbeeld creatieve industrie. Het bestuur van TKI CLICKNL bestaat daarmee nu uit de volgende leden:

- Liesbet van Zoonen (voorzitter)
- Taner Atak (Penningmeester)
- Jann de Waal (bestuurslid)
- Sabine Niederer (bestuurslid)
- Paul Hekkert (bestuurslid)
- Paul Gardien (bestuurslid)

Topteam en Creative Council

Daarnaast kent de topsector een Topteam en een Adviesraad, welke werd gevormd door de Dutch Creative Industries Council.

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 KIA. Het bestuur kan ook een beroep doen op de Creative Council dan wel individuele leden hiervan en hun netwerk. Zie <http://www.creative-council.nl/over-ons/leden> voor een volledig overzicht van de leden van de Creative Council.

Het topteam functioneert als dagelijks bestuur van de Council en wordt ondersteund door een secretaris vanuit het Ministerie van Economische Zaken. Het topteam komt gemiddeld eens per twee weken bij elkaar. Het topteam bestaat uit een boegbeeld uit de sector, een vertegenwoordiger uit de wetenschap, een topambtenaar en een innovatieve ondernemer uit het MKB.

Programmaraad CLICKNL

De programmaraad heeft tot doel het TKI CLICKNL inhoudelijk te adviseren over de uitvoering, monitoring en doorontwikkeling van de KIA. De werkzaamheden van de (leden van de) programmaraad zijn:

- Het doorontwikkelen van de Kennis- en Innovatieagenda, op basis van inzichten uit lopende en afgesloten projecten, ontwikkelingen in het kennisveld en de beroepspraktijk. De KIA wordt één keer in de twee jaar bijgesteld;
- Het leveren van een inhoudelijke bijdrage aan subsidieregelingen, zoals bijvoorbeeld aan call-teksten, voorlichtingsactiviteiten en het adviseren over de uitvoering van programma's en projecten;
- Het toetsen van en adviseren over de passendheid van programma's en projecten in de KIA.

De programmaraad laat zich daarbij voeden door contact met de community van ondernemende onderzoekers en creatieve professionals en streeft een brede vertegenwoordiging na. De programmaraad bestaat uit ongeveer 20 leden en vormt een representatieve afspiegeling van de creatieve industrie. De leden zijn actief in het werkveld en hebben een achtergrond als creatieve professional of ondernemende onderzoeker. De programmaraad wordt geleid door een voorzitter en vicevoorzitter. De voorzitter is afkomstig uit het bedrijfsleven en de vicevoorzitter vertegenwoordigt de onderzoekers. De programmaraad wordt ondersteund door een programmamanager vanuit CLICKNL en komt 2x per jaar bijeen.

TKI bureau

De werkzaamheden van TKI CLICKNL worden uitgevoerd vanuit een kleine bureau-organisatie. Het secretariaat van CLICKNL is gevestigd in Eindhoven met ondersteuning van Brainport. Het TKI als geheel functioneert als een virtuele organisatie zonder eigen kantoorruimte en/of bezittingen en heeft daarmee een optimale flexibiliteit. Het 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.

Het bureau wordt gevormd door een secretaris/subsidiecoördinator, secretariaat, programmamanager kennis en innovatie, projectmanager kennis en innovatie, een communicatiemanager en een communicatiemedewerker. Het bureau wordt aangestuurd door de directeur TKI CLICKNL: dhr. B. Ahsmann.

3. Thema's

3.1. Onderzoeksthema's

Zoals in paragraaf 2.3 beschreven heeft TKI CLICKNL in de Kennis- en Innovatieagenda (KIA) gekozen voor de uitwerking langs een drietal roadmpas:

- Design for Change
- The Humane Touch
- Value Creation

Deze drie onderzoeksthema's worden in de KIA Veerkracht nader toegelicht..

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

Een belangrijk deel van de toegevoegde waarde van de creatieve industrie komt tot stand door kennisontwikkeling en innovatie met andere sectoren. De creatieve industrie is bij uitstek een topsector die cross-overrelaties onderhoudt met andere topsectoren en maatschappelijke domeinen. De samenwerking met andere (top)sectoren leidt eerder tot oplossingen voor maatschappelijke uitdagingen en innovatie. CLICKNL werkt daarom intensief en structureel samen met andere (top) sectoren met als doel het tot stand brengen van de innovatieve en inclusieve samenleving, het realiseren van de circulaire economie en een schone energievoorziening en het bevorderen van langer gezond leven.

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.

In 2019 heeft deze samenwerking vooral vorm gekregen via de inzet en activiteiten in het kader van het missiegedreven innovatiebeleid waarbij met vrijwel alle andere topsectoren intensief is samengewerkt. Daarnaast is TKI CLICKNL trekker van de KIA Maatschappelijk Verdienvermogen. Om dit op te zetten is in 2019 ook veel samengewerkt met andere TKI's. Deze samenwerking wordt komend jaar ook verder voortgezet en geïntensiveerd.

Tot slot krijgt de samenwerking en cross-overs naar andere topsectoren binnen TKI CLICKNL ook vorm via het programma CIRCO gericht op de circulaire economie. Binnen dit inmiddels grootschalige programma wordt met verschillende andere sectoren samengewerkt om die sectoren te helpen in het hanteren van circulaire ontwerp methodologieën.

CIRCO programma

Het CIRCO-programma is in 2015 gestart vanuit de TU Delft en is sinds 2017 ondergebracht bij TKI CLICKNL. Ook in 2019 werd dit programma verder doorontwikkeld, met (financiële) steun vanuit het ministerie I&W. Het thema "Circulaire Economie" staat op de agenda van CLICKNL als een van de meest urgente maatschappelijke uitdagingen waar de creatieve industrie een rol in kan spelen. Met het CIRCO programma wil CLICKNL de creatieve industrie stimuleren en in staat stellen deze rol in te vullen. De creatieve industrie is daarbij een 'enabler' om de maakindustrie te doen bewegen naar een circulaire economie, door producten, diensten en business modellen te ontwikkelen volgens een Circular Design aanpak.

Essentieel voor de beweging naar een circulaire economie en het daarbij inzetten van nieuwe expertise rond Circular Design, is ontwikkeling en het benutten van kennis en de samenwerking tussen onderzoek, bedrijfsleven en overheid. CLICKNL beoogt met CIRCO de voedingsbodem hiervoor te versterken en geeft daarmee concreet invulling aan de doelstelling van CLICKNL.

Met alle bovenstaande activiteiten geeft CIRCO concreet invulling aan de paragraaf “Circulair Ontwerpen”, van het Uitvoeringsprogramma Circulaire Economie (2019-2023). Dit Uitvoeringsprogramma is het vervolg op de eerdere kabinetsreactie (zomer 2018), die op haar beurt volgde op de CE Transitieagenda's. Omdat het Uitvoeringsprogramma een planningshorizon kent tot 2023, en daarin hoge ambities zijn opgenomen voor CIRCO, is de verwachting dat het CIRCO-programma nog enkele jaren zal doorlopen.

Het CIRCO programma wordt binnen TKI CLICKNL volledig separaat gefinancierd met een jaarlijks toe te kennen subsidie vanuit ministerie I&W en is dan ook (financieel) geen onderdeel van voorliggende eindrapportage van TKI CLICKNL.

4. PPS-Toeslag inzet van middelen en projecten

In 2019 is door CLICKNL wederom PPS-toeslag ingezet bij een aantal projecten. Het gaat daarbij zowel om zogenaamde inzet-projecten (waarbij PPS-Programmatoeslag is ingezet) en PPS-Projecttoeslag projecten. In beide gevallen gaat het over 2019 om enkele lopende projecten (die al voor 2019 waren gestart) en enkele nieuwe projecten.

In het bijzonder wordt in dit hoofdstuk ook aandacht besteedt aan de in 2019 lopende (en nieuwe) Fieldlabprojecten van TKI CLICKNL. Het CLICKNL bestuur heeft besloten om een deel van de beschikbare PPS-Programmatoeslag aan te wenden voor het ondersteunen van onderzoeksprojecten binnen Fieldlabs van de creatieve industrie. In 2017 zijn via de weg reeds 3 Fieldlab initiatieven gestart, in 2018 zijn daar 3 nieuwe Fieldlab initiatieven bijgekomen en in 2019 nog eens 2 nieuwe Fieldlab initiatieven.

Daarnaast is in 2019 via CLICKNL ook veel gebruik gemaakt van diverse calls van onder meer NWO, SIA en de MIT regeling. Een groot deel van deze calls waren expliciet gebaseerd op de KIA van CLICKNL. Daar zijn dus ook diverse relevante onderzoeksprojecten uit voort gekomen. Zowel de bestaande als nieuwe onderzoeksprojecten uit de ingezette PPS-toeslag als de Projecttoeslagprojecten worden hieronder kort toegelicht.

4.1. PPS-Toeslag inzetprojecten CLICKNL 2019

Hieronder worden de onderzoeksprojecten toegelicht die CLICKNL in 2010 mede heeft gefinancierd met PPS-Programmatoeslag. Daarbij wordt een onderscheid gemaakt in lopende projecten (die al voor 2019 waren gestart) en enkele nieuwe projecten die in 2019 PPS-Toeslag hebben ontvangen.

4.1.1. Lopende PPS-Toeslag inzetprojecten

Roodkapje, een serious health game voor naasten van mensen met dementie.

Dit project is voortgekomen uit een gezamenlijke call met TKI Life, Science & Health.

Langer zelfstandig met dementie mogelijk maken is wellicht de grootste uitdaging voor onze samenleving. Hoe bereiden we ons goed voor op wat komen gaat? Het zijn namelijk niet alleen anderen die dit overkomt.

In deze interactieve health game krijgt grootmoeder langzaam maar zeker steeds meer geheugenproblemen en bijbehorende zorgvragen, je zou kunnen zeggen 'de boze wolf' komt op bezoek. Grootmoeder kan worden geholpen door Roodkapje, de houthakker en andere sprookjesfiguren om zo lang mogelijk zelfstandig en tevreden te blijven wonen in haar huisje in het bos. Zoals zij dat zelf graag ziet.

Bejegening, zelfstandigheid, behoud van regie, veiligheid, wilsbekwaamheid, coördinatie, dagbesteding, welbevinden, zelfbeschikking, zelfhulp, dit zijn allemaal vraagstukken die na het stellen van de diagnose dementie als paddestoelen uit de grond schieten.

Deze healthgame, die gemaakt wordt samen met mensen met geheugenproblemen, biedt de mogelijkheid om te experimenteren in een veilige omgeving, spelend te leren en zelf, op een actieve manier, de verschillende mogelijkheden te ondervinden. Als je wint, is er een beloning. Als je verliest, mag je het spel nog een keer spelen, zelf of met anderen. Het spel is bedoeld voor kinderen, vrienden, burens en andere familieleden zoals de [klein]kinderen van mensen met dementie.

Het doel van dit project is 3-ledig:

1. De omgeving begeleiden bij het bieden van steun, hulp en zorg op een dusdanige wijze dat zij de persoon met (recent gediagnostiseerde) dementie respectvol kunnen steunen bij het handhaven van zijn vermogen om zich tijdens zijn ziekteproces aan te passen en zijn eigen regie te blijven voeren, in het licht van de sociale, fysieke en emotionele uitdagingen van het leven met dementie. De game wordt zodanig ingericht dat het naasten inspireert en informeert over bejegening, veiligheid in en om het huis, regievoering, mentorschap, omgaan met wilsbekwaamheid en adviezen t.a.v. leefstijl;
2. De game genereert tevens data voor analyse;
3. De game is mediageniek.

Het einddoel is aantonen dat Roodkapje bijdraagt aan een betere communicatie tussen naasten en personen met dementie, met als ultiem doel langer zelfstandig thuis met dementie met ook minder belasting voor naasten. Roodkapje wordt uitgevoerd onder leiding van het UMCG in een consortium in de regio Groningen. De totale projectkosten voor dit project zijn begroot op € 492.650,- waarvan een PPS-Toeslag van € 230.000,-. Het project is in 2016 gestart en is in 2019 afgerond.

Onlive: The social network for the real world

Binnen het Onlive project wordt door TNO in samenwerking met onder meer RS New Media Concepts onderzoek gedaan naar nieuwe communicatie voor mensen over de hele wereld. Het Onlive project legt de focus op lokale verbinding van mensen die dicht bij zijn in de fysieke omgeving. Het combineert de mobiele ervaring en nieuwe Bluetooth technologieën. Onlive wordt uiteindelijk een platform dat kan worden gebruikt om allerlei soorten diensten aan eindgebruikers te leveren. Voor de eindgebruiker is Onlive een app die ze op hun smartphone installeren. Een app die zich erg bewust is van zijn omgeving.

Wanneer de gebruiker de app opent, ziet de gebruiker de groepen waar hij of zij deel van uitmaakt. In tegenstelling tot apps zoals WhatsApp, hoeft de gebruiker niet te worden uitgenodigd voor een groep of om handmatig lid te worden van een groep. Met Onlive wordt de gebruiker automatisch toegevoegd aan groepen die relevant zijn voor de gebruiker en verwijderd uit groepen die niet langer relevant zijn. Er kunnen meerdere groepen tegelijkertijd zijn. De gebruiker bevindt zich automatisch in een groep met alle mensen in dezelfde kamer. Als de gebruiker bij een concert is, bevindt hij of zij zich automatisch in een groep met alle mensen bij dat concert. Wanneer de gebruiker in een stad is, maakt hij automatisch deel uit van de groep voor die stad. De soorten groepen hangen af van wat er rondom de gebruiker gebeurt. Om te bepalen in welke groepen de gebruiker zou moeten zijn, worden allerlei sensoren op de smartphone gebruikt: GPS, Bluetooth, Wifi, de microfoon en in de toekomst misschien meer. In dit PPS-onderzoeksproject ligt de nadruk op de onderzoeksvragen met betrekking tot de realisatie van v1.0 van de Onlive-routekaart. Het doel van dit project is daarmee het in nauwe samenwerking met de markt onderzoeken van de technologische componenten die nodig zijn voor v1.0 van het platform. Technische componenten van de v1.0 versie van Onlive bestaan uit de dynamische vorming van groepen en het creëren van waarde door toevoegende plug-ins. Big data, sensing en hybride netwerken spelen hierbij een belangrijke rol. Er moeten verschillende soorten nieuwe technologieën worden gehanteerd en geïntegreerd om een veilig en schaalbaar platform te creëren waarmee we de bedrijfspropositie kunnen realiseren. De totale projectkosten voor dit project zijn begroot op € 310.000,- waarvan een PPS-Toeslag van € 155.000,-. Het project is in 2019 afgerond.

IDFA DocLab R&D programma

Tien jaar geleden begon de grens tussen het internet en traditionele media voor het eerst te vervagen. Ook nu weet niemand hoe de toekomst van interactieve en immersive media er uitziet. Ze wordt gevormd door pioniers die in verschillende disciplines werken. Daarom lanceert IDFA DocLab een vijfjarig R&D-programma in samenwerking

met het Massachusetts Institute of Technology (MIT Open Documentary Lab), en steun van onder andere CLICKNL.

In plaats van zich te concentreren op een enkel medium, één technologie of één discipline, heeft IDFA DocLab sinds 2007 openlijk en onafhankelijk de beste interactieve documentaires en storytelling gepresenteerd. Het is een belangrijk internationaal platform geworden voor nieuw talent, artistieke innovatie en interdisciplinaire samenwerking. Ondertussen hebben nieuwe ontwikkelingen in immersive technologie - zoals virtual reality, augmented reality, mixed reality en kunstmatige intelligentie - nieuwe kansen geïntroduceerd. Maar nu er meer nieuwe interactieve technologieën worden geïntroduceerd bij het publiek, blijven belangrijke vragen over hoe je het volle potentieel van dit soort nieuwe media kunt benutten, onbeantwoord.

Living Lab

Het IDFA Doclab Immersive Network Research & Development-programma gebruikt het festival als een levend laboratorium voor experimenten, onderzoek en ontwikkeling. Het programma is gericht op het groeiende internationale ecosysteem van kunstenaars, ontwikkelaars, wetenschappers en ondernemers die werken in interactieve en immersive media, en elk jaar zal zij zich concentreren op specifieke onderzoeksvragen die voortvloeien uit ontwikkelingen in het veld.

Dit jaar is een van de onderzoeksdomeinen gericht op het ontwikkelen van een robuust evaluatiekader voor AI-gebaseerde storytelling-systemen. Een tweede onderzoeksdomein is de narratieve samenhang in VR/AR-ervaringen. Uitgangspunt hierbij is de spanning tussen strategieën op basis van 'story-telling' en 'story-finding': makers die een bepaald verhaal proberen te communiceren, en gebruikers die vrij zijn om hun eigen - vaak verschillende - verhalen te ontdekken en vinden.

4.1.2. Nieuwe PPS-Toeslag inzetprojecten

Stad X Klimaat (BNA) TKI1606

In deze ontwerpstudie, die uitgevoerd wordt door BNA in samenwerking met TUDelft en HvA en enkele ontwerp bureaus, wordt onderzocht of we met verbeeldingskracht en het zoeken naar nieuwe vormen van samenwerking slagen kunnen maken in de klimaatadaptatie in de openbare groene ruimte. Kunnen we gebouwen inzetten om de klimaatadaptatie te versnellen en intensiveren en om zo een bijdrage te leveren aan een klimaatbestendig en water robuust Nederland?

Op enkele testlocaties in Nederland worden daarbij de volgende stellingen getoetst:

Stelling 1: Als we klimaatadaptatie willen versnellen zullen we nieuwe strategieën nodig hebben voor het klimaatbestendig maken van de Nederlandse woonwijken.

Stelling 2: Als we de klimaatadaptatie door willen trekken tot het laagste schaalniveau, moeten ook de gebouwen mee doen.

Projectbudget €155.600,- waarbij €48.000,- PPS-Toeslag wordt ingezet.

Radical Collaboration R&D Labs (WDCD) TKI1606

Met het project RADICAL COLLABORATION R&D LABS dat loopt van 1 september 2019 t/m 31 december 2019 doen WDCD & STBY industrieel onderzoek in acht Research & Development Labs samen met relevante design- en domeinexperts, talenten en belanghebbenden naar de thema's waarlangs de creatieve sector grote maatschappelijke vraagstukken kan adresseren.

De uitkomsten zijn bepalend voor verdere activiteiten van WDCD in de komende twee jaar: challenges, onderzoeks- en hoger onderwijs programma's.

WDCD en STBY organiseren acht R&D Labs (met 25-30 deelnemers per Lab) over UN SDGs, waarin deelnemers actief participeren en waarvan de resultaten online gepubliceerd zullen worden. In september en oktober 2019 is voorbereidend design onderzoek gedaan. Vervolgens zijn de R&D LABS gestart. De R&D Labs zijn alleen op uitnodiging toegankelijk. Om kwaliteit en effectiviteit te waarborgen worden heel gericht en per onderzoeksthema specifieke experts, ontwerpers, academici, studenten, bedrijven, overheden, NGO's en belangengroepen geselecteerd en uitgenodigd om een actieve bijdrage te leveren aan het gezamenlijke onderzoek, zowel het voorbereidende onderzoek als tijdens de R&D LABS zelf.

In totaal worden 8 R&D Labs uitgevoerd die zijn verdeeld over de volgende drie themagebieden:

- CLIMATE ACTION
- SOCIAL JUSTICE
- HEALTH & WELL BEING

Bij de R&D Labs is er onderscheid tussen Labs en de daarmee samenhangende challenges die WDCD op eigen initiatief ontwikkelt in samenwerking met IKEA Foundation en andere partners, en Labs en challenges die in opdracht van een partij worden ontwikkeld.

Projectbudget €250.000,- waarbij €75.000,- PPS-Toeslag wordt ingezet.

Representing diverse views for polarized topics online (TUDelft/IBM) TKI1606

Het doel van dit project, wat uitgevoerd wordt door TUDelft i.s.m. IBM, is om het begrip te vergroten van hoe adaptieve gebruikersinterfaces kunnen worden ontworpen om gepolariseerde onderwerpen online weer te geven. In het bijzonder het bestuderen van diversiteit, in termen van bron, onderwerp en taalkenmerken (bijvoorbeeld benoemde entiteiten, sentiment, authenticiteit, invloed). Nieuwe metrieken voor diversiteitsbeoordeling worden onderzocht en deze worden vergeleken met waargenomen noties van diversiteit met behulp van complexe inhoudverkenningssinterfaces. Om rekening te houden met de hoeveelheid en diversiteit van subjectieve en persoonlijke ervaringen, vertrouwen we op crowd computing-technieken die specifiek zijn ontworpen om te achterhalen welke soorten gebruikersinterfacebesturing en transparantie geschikt zijn voor verschillende gebruikers.

De diversiteitsmetriek en exploratie-interfaces zullen worden geëvalueerd met behulp van zowel offline als online studies. Om de generaliseerbaarheid van de aanpak te waarborgen, zullen de evaluaties op verschillende domeinen worden uitgevoerd.

De TU Delft en IBM hebben in het kader van het samenwerkingsverband Delft-IBM samengewerkt aan aangrenzende onderwerpen. TU Delft Web Information Systems-groep en ook IBM hebben expertise opgebouwd op het gebied van crowd computing en adaptieve en intelligente gebruikersinterfaces. Het onderzoek dat in dit project wordt uitgevoerd, is nodig om aan de andere onderwerpen toe te voegen. Samen vormt dit een samenhangend geheel op het onderzoek en de kennis van deze onderzoekslijn, op verantwoorde data-analyse en in het bijzonder verklaarbare interactieve gebruikersinterfaces.

Projectbudget ca. €383.000,- waarbij €300.000,- PPS-Toeslag wordt ingezet.

Expertisecentrum Gebruiksgerichte Mobiliteitsdiensten", afgekort: MaaS. (TUDelft) TKI1606

Het Expertisecentrum voor Gebruiksgerichte Mobiliteitsdiensten is een voortzetting van het Expertisecentrum OV-betalen. De eerste fase (Fase A, 2019-2021) bestaat uit onderzoeks- en ontwerpactiviteiten die betrekking hebben tot Mobility as a Service (MaaS); het aanbod van flexibele, deels vraaggestuurde, multimodale mobiliteitsdiensten die via een digitaal platform (vaak een mobiele app) kunnen worden gepland, geboekt, gereisd en betaald.

Door middel van een gebruiksgerichte, geïntegreerde aanpak worden oplossingen gegenereerd die aansluiten bij de wensen van reizigers en de belangen van de verschillende stakeholders. Vragen die in dit project beantwoord zullen worden:

- Hoe moet een vraaggestuurde mobiliteitsdienst worden ontworpen zodat deze voor iedereen toegankelijk is en een prettige gebruikservaring op afroep kan bieden?
- Hoe kunnen we reizigers meer inzicht en vertrouwen geven in hun reiskosten (prijstransparantie en 'best price')?
- Hoe ziet een voor Nederland passend MaaS servicedesign eruit voor deur-tot-deur plannen én betalen én wijzigen van de reis?
- Wat zijn kritische gebruiksfactoren voor een succesvol MaaS-concept in een Nederlandse context?

Deelnemende partijen zijn: TU Delft, Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat, TransLink, OV-Campus (DOVA, CROW-KpVV, NDOV), 9292 REISinformatiegroep, GVB, RET, en Reizigersvereniging Rover.

Projectbudget ca. €274.000,- waarbij €65.000,- PPS-Toeslag wordt ingezet.

IDFA Doclab R&D Programma 2019 (IDFA/MIT) TKI1906

Tien jaar geleden begon de grens tussen het internet en traditionele media voor het eerst te vervagen. Ook nu weet niemand hoe de toekomst van interactieve en immersive media er uit ziet. Ze wordt gevormd door pioniers die in verschillende disciplines werken. Daarom lanceert IDFA DocLab een vijfjarig R&D-programma in samenwerking met het Massachusetts Institute of Technology (MIT Open Documentary Lab), en steun van onder andere CLICKNL.

In plaats van zich te concentreren op een enkel medium, één technologie of één discipline, heeft IDFA DocLab sinds 2007 openlijk en onafhankelijk de beste interactieve documentaires en storytelling gepresenteerd. Het is een belangrijk internationaal platform geworden voor nieuw talent, artistieke innovatie en interdisciplinaire samenwerking.

Ondertussen hebben nieuwe ontwikkelingen in immersive technologie - zoals virtual reality, augmented reality, mixed reality en kunstmatige intelligentie - nieuwe kansen geïntroduceerd. Maar nu er meer nieuwe interactieve technologieën worden geïntroduceerd bij het publiek, blijven belangrijke vragen over hoe je het volle potentieel van dit soort nieuwe media kunt benutten, onbeantwoord.

Het IDFA Doclab Immersive Network Research & Development-programma gebruikt het festival als een levend laboratorium voor experimenten, onderzoek en ontwikkeling. Het programma is gericht op het groeiende internationale ecosysteem van kunstenaars, ontwikkelaars, wetenschappers en ondernemers die werken in interactieve en immersive media, en elk jaar zal zij zich concentreren op specifieke onderzoeksvragen die voortvloeien uit ontwikkelingen in het veld.

Projectbudget voor 2019: ca. €941.000,- waarbij €202.557,- PPS-Toeslag wordt ingezet.

Kind in gesprek met media (BeeldenGeluid/Universiteit Twente) TKI1706

In het project "Kind in gesprek met media" wordt de intelligente sociale agent technologie verder ontwikkeld specifiek voor en met kinderen vanuit het responsible by design principe, en wordt onderzoek gedaan naar het effect van agent-gebaseerde interactie op bewustwording van AI en privacy risico's ('AI-savviness'), zowel met betrekking tot de interactie zelf en de ontvangen informatie ('source credibility'). Vragen die daarbij aan de orde komen zijn: hoe kunnen we verantwoordelijke interactive informatietechnologie voor kinderen ontwikkelen, die informeert op een manier die bij kinderen en de fase of leeftijd waarin deze kinderen zitten past, en presenteert op een manier die ze snappen en leuk vinden? Welke aspecten rond transparantie en persoonlijke gegevens (privacy) spelen hierbij een rol, en welke rol spelen de ontwikkelaars en aanbieders van technologie hierbij. De ambitie is daarbij om ook bewijskracht te vinden dat we ook echt meer verantwoordelijke technologie voor kinderen hebben ontwikkeld (aansluitend bij principes van theory of change).

In deze context gaan de Universiteit Twente en Beeld en Geluid onderzoek doen in een 'living lab' setting in het museum van Beeld en Geluid; kinderen die op bezoek komen in het museum interacteren met diverse experimentele versies van de robot die qua informatie kan putten uit het archief van Beeld en Geluid. Universiteit Twente en Beeld en Geluid hebben beiden veel ervaring met Living Labs, zowel in academische als meer praktische context. Projectbudget €550.000,- waarbij €261.000,- PPS-Toeslag wordt ingezet.

Data inspired creativity: Using big data in cross-media creative innovation processes (Talpa/Amsterdam Business School) TKI1806

Dit onderzoeksproject richt zich op de kruising van twee onderling afhankelijke ontwikkelingen: 1) veranderingen in het (wereldwijde) medialandschap en 2) veranderingen in het consumentenlandschap. De primaire onderzoeksvraag is: hoe en wanneer zijn (big) data nuttig in Talpa's creatieve innovatieproces? Om deze vraag te beantwoorden, wordt een interdisciplinaire aanpak gebruikt in 4 verbonden werkpakketten (WP's). WP1 brengt het creatieve innovatieproces (CIP) bij Talpa in kaart. Het stage-gate procesmodel zal worden gebruikt als een startpunt om de verschillende stappen en beslissingsmomenten in de CIP en de (potentiële) rol van (big) data in elk van deze te identificeren. Vervolgens werken WP2 en WP3 samen om inzichten te creëren uit (big) data. WP2 is theoriegestuurd en genereert inzicht in hoe mediaplatforms, entertainmentinhoud en consumentenkenmerken zich in de loop van de tijd vertalen in publieksbetrokkenheid. WP3 is gegevensgestuurd en concentreert zich op latente structuren van inhoudsfuncties en publieksvoorkeuren. De bevindingen van WP1, WP2 en WP3 zullen worden gebruikt in WP4 waar de ideeën en resultaten van WP2 en WP3 worden gevalideerd in specifieke fasen van het CIP. Bovendien zal WP4 mock-ups van tools produceren die het gebruik van (big) data kunnen vergemakkelijken voor degenen die betrokken zijn bij de CIP bij Talpa. De studie maakt gebruik van een multi-methode onderzoeksontwerp. Terwijl WP1 gebruik maakt van kwalitatief ingebed onderzoek, onderwerp- en netwerkmodellering, streeft WP2 naar kwantitatieve enquête en computerondersteunde inhoudsanalyses, WP3 maakt gebruik van (wiskundige) ruimtelijke modellering, terwijl WP4 gebruik maakt van visualisatietechnieken en A / B-testen. Voor dit project wordt samengewerkt tussen Talpa, UvA, RUG, Amsterdam Business School, Radboud Universiteit en Universiteit Tilburg. Projectbudget €779.694,- waarbij €95.000,- PPS-Toeslag wordt ingezet.

AI for Society (Waag Society) TKI1806

Vanuit maatschappelijk en democratisch perspectief zijn er momenteel onvoldoende handvatten voor een positieve discussie over de toepassingsgebieden van AI. Niet de technologie zelf, als wel ontwikkeling en onderhavige machtsstructuren geven aanleiding om somber te zijn. Voor Waag is dit aanleiding om onderzoek naar AI op te zetten dat ruimte maakt voor positieve, maatschappelijk waardevolle scenario's. Dit richt zich naar platforms op basis van culturele, civiele en lokaal relevante use-cases, waarbij maatschappelijke waarde vertaald wordt naar economische en sociale activiteiten. In deze context neemt Waag het initiatief tot het onderzoeksproject *AI for Society*. Zij onderzoekt daarin verbanden tussen academia en toepassingsdomeinen met oog op het ontsluiten van nieuwe tools en procedures voor creatieve professionals, en betrokken burgers. Zo wil Waag een bijdrage leveren aan een veilige, humane en democratische implementatie van AI waarin de belangen van burgers in al hun facetten (gebruiker van markt –en overheidsdiensten, buurtbewoner, vrijwilliger, patiënt, etc.) centraal staan. Voor dit project wordt door Waag Society samengewerkt met onderzoeksinstituut Sandberg Instituut en het bedrijf Offcourse Studio. Projectbudget ca. €201.000,- waarbij €175.355,- PPS-Toeslag wordt ingezet.

4.2. Fieldlab initiatieven CLICKNL 2019

In de Nederlandse kennis- en innovatie-infrastructuur is te zien dat de ondersteuning voor kennisontwikkeling vooral landelijk (en internationaal) georganiseerd is. Het aanjagen en supporten van innovatie (toepassen van nieuwe kennis) kent een veel sterkere regionale inbedding. Niet alleen vanuit de regionale agenda's (en bijbehorende middelen) maar ook door de verbinding met HBO's in de regio. Regionale agenda's hebben tegelijkertijd zelden de creatieve industrie als speerpunt, maar richten zich in toenemende mate op de maatschappelijke uitdagingen.

De creatieve industrie kenmerkt zich door een aanpak waarin experimenteren centraal staat. Living labs, fieldlabs of andere experimenteerruimtes en faciliteiten zijn een aantrekkelijke vorm om in korte 'runs' nieuwe toepassingen met nieuwe technologie en kennis te ontwikkelen en testen. Door die specifieke aanpak van de creatieve industrie worden nieuwe oplossingen ontwikkeld die als vertrekpunt voor nieuwe businessinitiatieven kunnen dienen.

De sector heeft echter ook 'last' van de beperkte bedrijfsomvang, waardoor de aandacht voor R&D investeringen beperkt is. Er is behoefte aan het versterken van het besef van nut en noodzaak van R&D en het faciliteren van de toegang tot kennis(instellingen).

Voorgaande aspecten vormen de uitgangspunten voor het besluit van het CLICKNL bestuur om PPS toeslag aan te wenden voor het ondersteunen van fieldlabs in een regionale infrastructuur. Daarbij spelen vaak ook de HBO's in de regio een belangrijke rol. Door de creatieve industrie toegang te geven tot experimenteerruimte ontstaan nieuwe concepten en toepassingen en is de verwachting dat de bewustwording voor de noodzaak tot investeren in R&D in de sector versterkt.

TKI CLICKNL ondersteunt Fieldlab initiatieven door het beschikbaar stellen van PPS-Toeslag middelen voor zowel het financieren van onderzoeksprojecten binnen de Fieldlabs als een deel middelen voor het financieren van enkele noodzakelijke netwerkactiviteiten rondom deze Fieldlabs. Voor de financiering van de onderzoeksprojecten wordt voor elke Fieldlab € 100.000,- PPS-Toeslag beschikbaar gesteld.

In 2019 heeft TKI CLICKNL op deze wijze de volgende Fieldlabs in uitvoering.

SPECTACULAR ARENA EXPERIENCES (SAX)

In het programma SAX wordt industrieel onderzoek uitgevoerd naar innovatieve concepten die bijdragen aan verbetering van de ervaring en betrokkenheid van bezoekers én fans op afstand bij grootschalige events, naar nieuwe spectaculaire eventvormen die zich daarvoor lenen en hoe de door gebruikers en locatie/event gegeneerde data kunnen worden ingezet om nieuwe diensten mogelijk te maken. Kennisinstanties, event-organisatoren, locatie-eigenaren, technologiebedrijven en bedrijven uit de Creatieve Industrie (met name digital agencies en mediabedrijven) voeren met de vier programmapartners onderzoek uit, ontwikkelen innovatieve concepten met partners en voeren proeven en pilots te doen in het fieldlab Amsterdam Arena.

Het doel van dit project is onderzoek uit te voeren naar mogelijke innovaties en concepten binnen de vier thema's van het innovatieprogramma SAX waarbij Amsterdam Arena als Fieldlab fungeert. De vier thema's zijn:

- Betere bezoekerservaring voor, tijdens en na het event én op afstand
- Meeslepende mediabeleving en media-innovaties

- Nieuwe eventvormen
- Data gedreven dienstenontwikkeling

De thema's staan niet los van elkaar. Daarom brengt het programma partners bij elkaar die elkaar nodig hebben en samen in staat zijn om nieuwe diensten van de grond te krijgen. Het programma voorziet een veelheid van kleine én grote projecten, variërend van testen van nieuwe apparatuur tot conceptontwikkeling in bijvoorbeeld virtual reality. Partners zullen in verschillende samenstellingen samenwerken aan de SAX-projecten.

SAX is een open innovatieprogramma van Amsterdam ArenA, iMMovator, Hogeschool van Amsterdam en TNO, en wordt gesteund door CLICKNL.

VIRTUAL REALITY & AUGMENTED REALITY

In het Fieldlab Virtual Worlds worden virtuele omgevingen ingezet om met name maatschappelijke vraagstukken op te lossen en daarmee nieuwe inzichten en kennis te verwerven. Hierbij valt te denken aan nieuwe vormen van storytelling, 3D-reconstructies, nieuwe vormen van tentoonstellingen maken en journalistiek, en een nieuwe beleving van ruimtelijk & industrieel erfgoed, maar ook de technische en methodologische kant blijft niet onderbelicht.

Het fieldlab wordt ingericht als "pop-up lab" waar creatieve professionals met elkaar en samen met onderzoekers kunnen werken aan industrieel onderzoek. Creatieve professionals kunnen daar experimenteren met nieuwe Virtual Reality, Augmented Reality en Mixed Reality technologie en daarmee nieuwe toepassingen ontwerpen met erfgoed en/of voor de erfgoedsector.

Virtual Worlds wordt door CLICKNL gecoördineerd. Partners zijn het Meertens Instituut, iMMovator en het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid. Ook zal worden samengewerkt met diverse musea, erfgoedinstellingen en VR-bedrijven als Mediamonks, Dropstuff en Waag Society. Het FieldLab wordt gevestigd in het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid in Hilversum en zal een sterke binding met de regio hebben.

ULTRA PERSONALIZED PRODUCTS AND SERVICES (UPPS)

Het Fieldlab UPPS gaat om het creëren van maatwerk. Maatwerk is gewild: het is een onbetaalbaar gevoel dat iets speciaal naar jouw behoefte en wens wordt gemaakt. Maatwerk hoeft niet meer onbetaalbaar te zijn; nieuwe technologieën zoals 3D-scannen en 3D printen maken maatwerk zonder meerkosten mogelijk. Deze nieuwe generatie producten en diensten noemen we UPPS.

UPPS staat voor Ultra Personalized Products and Services. UPPS zijn een direct gevolg van de opkomst van nieuwe technologieën als 3D-scannen, slimme sensoren, 3D-printen en internet UPPS maakt gebruik van deze technologieën door de data te verwerken in het product, zodat het optimaal op de gebruiker is afgestemd.

Fieldlabs UPPS in Delft is in het leven geroepen om innovatie in de keten rondom UPPS te stimuleren. Het doel hiervan is om een geavanceerde Nederlandse maakindustrie te creëren waar op grote schaal gepersonaliseerde producten worden gerealiseerd op het gebied van sport, health en fashion.

In overleg met experts van het Fieldlab wordt een projectplan opgesteld dat samen met experts van de afdeling Industrial Design Engineering en de inzet van studenten wordt uitgevoerd. Het Fieldlab UPPS wordt uitgevoerd door TU Delft.

VIRTUAL REALITY DESIGN METHODS LAB (VRDML)

Sommige producten, met name in de gebouwde omgeving, zijn te groot om te 3D-printen of te prototypen. Bij een gebouw, wijk, landschap of ander groot object zijn er andere technieken nodig om volledig te ervaren hoe deze objecten (her)ontworpen kunnen worden, om de optimale uitkomst te bereiken. Virtual reality is een techniek die bij kan dragen aan het ontwerpproces, en deel kan uitmaken van het arsenaal van ontwerptools van de creatieve industrie.

Het VRDML fieldlab (Virtual reality design methods lab), dat uitgevoerd wordt door de faculteit Bouwkunde van de TU Delft, focust op het gebruik van virtual reality in het ontwerpproces. Zowel bij het ontwerpen van de start, als bij het aanpassen en hergebruiken van bestaande gebouwen, wijken en landschappen. Het lab heeft de ruimte, de uitrusting en de mensen om MKB's met VR als nieuwe technologie te laten werken. Door van het fieldlab gebruik te maken, krijgen de MKB's de kans om samen met TU Delft nieuwe toepassingen te ontwikkelen.

ULTRA PERSONALISED PRODUCTS AND SERVICES HEALTH & SENSE OF HOME (THUPPS)

Dit project voorziet in het inrichten van een Field Lab, genaamd FieldLab Ultra Personalised Products and Services Health & Sense of Home Eindhoven (THUPPS) dat uitgevoerd wordt door Fontys Hogeschool.

De zorgsector in Nederland bevindt zich midden in een ingrijpende transitie. Met het oog op de veranderingen wordt van één factor veel verwacht: de inzet van nieuwe technologie ten behoeve van de zorg. In dit Fieldlab staat de intensieve langdurige zorg centraal, zoals de ouderenzorg en de revalidatiezorg, en hoe nieuwe technologieën hier een bijdrage aan kunnen leveren. Met name het midden-en kleinbedrijf heeft een belangrijke rol als innovator van deze langdurige zorg. Het mkb stimuleert vernieuwing in de zorg door voortdurend in te spelen op de veranderende zorgbehoefte van mensen. Hierbij kan het bijvoorbeeld gaan om op de zorgpraktijk gerichte innovaties als gepersonaliseerde hulpmiddelen, slimme bedden, smart coatings op sanitair, enzovoorts. De technologische ontwikkelingen gaan snel en hebben steeds meer invloed op de zorg, zowel aanvullend als vervangend. Het op maat maken van oplossingen en het individualiseren ervan is hierbij essentieel voor succes. In de praktijk blijkt dat technologische innovaties nog onvoldoende benut worden of niet effectief worden ingezet. De uitdaging is om nieuwe technologie aan te laten sluiten bij de behoeften en vaardigheden van verpleeghuisbewoners en zorgprofessionals.

Tot de managing partners van het Field Lab behoren drie kennisorganisaties, waarvan er twee zijn gepositioneerd binnen Fontys Hogescholen. In de samenwerking neemt Fontys het voortouw in het ophalen van kennisvragen bij MKB en maatschappelijke instellingen en het coördineren van onderzoek en kennisontwikkeling binnen het Fieldlab. SintLucas focust op de uitvoering van de projecten en zorgt voor de verbinding met de Creatieve Industrie. Alle drie de partners bieden daarnaast faciliteiten om technologie (door) te ontwikkelen, testen en onderzoeken.

Samen hebben deze drie organisaties de ambitie een toonaangevend Field Lab te realiseren op het gebied van gebruiksvriendelijke, betekenisvolle technologische zorginnovaties voor de zorg. Daartoe zullen zij mkb'ers met

een maak- en design achtergrond uitnodigen en begeleiden bij het ontwikkelen en uitvoeren van uitdagende en 'cutting edge' onderzoeksprojecten rond bovengenoemd thema.

SOCIALE COHESIE

Om artiesten in hun creativiteit te faciliteren heeft poppodium de Effenaar een Smart Venue programma ontwikkeld. Het bevat een Pop Lab waarin de innovatieve en creatieve kracht van artiesten en van VR, AR, MR en andere 'smart technology' bedrijven uit de regio Eindhoven worden gebundeld. Hier wordt hen de mogelijkheid geboden om gezamenlijk het experiment aan te gaan, toepassingen te ontwikkelen en te ontdekken wat dit met de uiteindelijke gebruiker of toeschouwer in een real-time setting doet: een Pop Lab en een Living Lab (real-time setting) onder één dak. Een unieke vrijplaats voor creativiteit en een experimenteerruimte passend in het high tech ecosysteem van Eindhoven. Toepassingen die hier ontstaan kunnen mogelijk ook interessant zijn voor andere sectoren dan die van de muziek. In samenwerking met CLICKNL is daarom om hieromtrent een Fieldlab Sociale Cohesie op te zetten. Sociale cohesie gaat over mee kunnen doen, over participatie. Maar het gaat ook over vertrouwen en integratie. Hoe krijgen mensen begrip voor elkaar of voor groepen met andere normen en waarden of met een ander gedrag? Hoe behouden of krijgen mensen bijvoorbeeld vertrouwen in de politiek? Of in de rechtspraak? Binnen het Fieldlab worden door middel van kortlopende experimenten deelvragen onderzocht waarvan de uitkomsten kunnen bijdragen aan de realisatie van complexere transities. Het gaat over de functie en inzet van sociale cohesie bij transities en het teweegbrengen van verandering met behulp van nieuwe technologie als VR en AR. De experimenten in het fieldlab kunnen bijdragen aan het onderzoek naar hoe dit werkt, wie de actoren zijn in het systeem en aan welke knoppen we kunnen draaien. Niet door langdurig, diepgaand onderzoek maar door in kortlopende onderzoeksprojecten te experimenteren met kleine puzzelstukjes, kleine interventies waarvan de uitkomsten bij kunnen dragen aan (het onderzoek naar) grotere transitie. Het fieldlab, dat uitgevoerd wordt door poppodium Effenaar i.s.m. verschillende kennisinstellingen, faciliteert daarom kortlopende onderzoeksprojecten op het snijvlak tussen nieuwe technologie (VR/AR), sociale- en geesteswetenschappen en de creatieve industrie en verkennen de relatie tussen complexe langetermijnperspectief van systemen en de menselijke maat. In korte, itererende runs wordt geëxperimenteerd met oplossingen (op systeem niveau) en de effecten daarvan op het individu. Of andersom, de effecten van menselijk handelen als groep of als individu op systemen.

FIELDLAB DGA GAMING

Wereldwijd groeit de game-industrie enorm en games fungeren met hun vernieuwende technologie vaak als katalysator voor innovatie in diverse onderzoeksvelden. Om te zorgen dat ook de Nederlandse game-industrie hiervan profiteert en hierbij kan aanhaken, wil het DGA Gaming Fieldlab de verbinding tussen kennisinstellingen en game-bedrijven versterken, zodat bedrijven meer open staan voor onderzoek en onderzoekers meer oog hebben voor praktische vragen en problemen.

FIELDLAB 3D ON DEMAND FASHION PRODUCTION

Het algemene doel van de 3D on-demand modeproductie Fieldlab is het verbinden van drie onderzoeksonderwerpen: 3D-fabricage; 3D-softwaregestuurd modeontwerp; en on-demand modeproductie en bedrijfsmodellen. Het doel is om bemonstering en modeproductie opnieuw uit te vinden door nieuwe 3D-gestuurde on-demand modemethoden te genereren en de effecten daarvan te valideren.

Hiermee heeft TKI CLICKNL inmiddels 8 Fieldlab operationeel. CLICKNL stimuleert fieldlabs voor kortlopend industrieel onderzoek en netwerkactiviteiten.

De creatieve industrie kenmerkt zich door een aanpak waarbij experimenteren centraal staat. Living labs, fieldlabs of andere experimenteerruimtes en faciliteiten zijn een aantrekkelijke manier om in korte 'runs' nieuwe toepassingen met nieuwe technologie en kennis te ontwikkelen en testen. Door te experimenteren in fieldlabs waar kennis uit het HBO, TNO en de universiteiten kan worden ingezet, krijgt de creatieve industrie toegang tot nieuwe kennis en de mogelijke toepassingen ervan. Voor een volledig overzicht en achtergrondinformatie van alle Fieldlabs van CLICKNL, zie de website: www.clicknl.nl

4.3. PPS-Projecttoeslag Projecten CLICKNL 2019

Naast de financiering van onderzoeksprojecten met PPS-Programmatoeslag worden door CLICKNL ook enkele onderzoeksprojecten gefinancierd met PPS-Projecttoeslag. Hieronder een overzicht van de lopende projecten PPS-Projecttoeslag (die al voor 2017 of in 2018 waren gestart) en de nog doorliepen in 2019.

Design for Baggage Service and Systems

Het onderzoeksproject betreft een samenwerking tussen Vanderlande en TU Delft. Vanderlande is de wereldleider in baggage-afhandelingsystemen voor luchthavens en sorteersystemen voor pakket en postdiensten. In hun samenwerking gaan de faculteit IO van TU Delft en Vanderlande onderzoek doen naar de toekomst van het reizen met baggage. Hierbij staat de passagier en zijn/haar ervaring centraal. Vanuit de TU Delft gaan twee PhD-kandidaten aan het werk bij Vanderlande. Eén van hen gaat de toekomst van het reizen met baggage onderzoeken en onder andere kijken naar deur-tot-deur-bagageservices en circulaire ontwerp oplossingen. De andere PhD-kandidaat gaat onderzoeken hoe dat in een bedrijf als Vanderlande georganiseerd kan worden met een design-aanpak waarbij de passagier en samenwerking met stakeholders centraal staan.

Het project kent een totale begroting van €1.154.000,- waarvan €124.800,- wordt gefinancierd met PPS-Projecttoeslag.

Design Doing at Royal Dutch Airlines

Doel van dit project is om nieuwe producten te ontwikkelen en bestaande KLM-processen te optimaliseren in een live operationele KLM-omgeving, dus met echte passagiers op een echte luchthaven en in echte vliegtuigen. De faculteit Industrieel Ontwerpen van de TU Delft en KLM werken al langere tijd samen om onder andere de customer experience bij KLM te optimaliseren. De TU Delft biedt en ontwikkelt kennis op het gebied van strategisch design. Tegelijk biedt KLM de optimale testomgeving in haar dagelijkse operatie. Binnen deze unieke werkwijze worden lessen uit de ontwerpwereld, ook wel 'Design Thinking' genoemd, gebruikt om de strategie van een organisatie uit te voeren. Strategisch design is een werkwijze waarbij lessen uit de ontwerpwereld, ook wel 'design thinking' genoemd, worden gebruikt om de strategie van een organisatie te bepalen en uit te voeren. Bij bedrijven als Facebook, Airbnb en Pepsi-Co is deze werkwijze al langer gemeengoed. Adviseurs zoals Deloitte en Accenture hebben creatieve mensen in huis gehaald door ontwerp bureaus over te nemen. Nederlandse bedrijven zoals Philips, KLM en Albert Heijn experimenteren ook met strategisch design. Dit wordt echter nog niet op grote schaal uitgevoerd en geïmplementeerd bij andere bedrijven in Nederland. Hiervoor ontbreekt het nog aan kennis voor ontwerpers én voor de bedrijven zelf. Om te voorkomen dat ideeën in een la belanden, moeten ontwerpers hun werkwijze veranderen. Ontwerpers bedenken bij strategisch design niet alleen een oplossing, maar ook de transitie die nodig is om een idee toe te passen in de praktijk. Dit vraagt om nieuwe kennis in het design vakgebied. Kennis

die nu nog in de kinderschoenen staat. KLM heeft behoefte om de eerdere experimenten met strategisch design uit te breiden om kennis te verkrijgen hoe strategisch design echt een verschil kan maken voor het bedrijf. Om de samenwerking tussen de TU Delft en KLM voor een langere periode formeel te bekrachtigen, is het onderzoeksproject Design Doing opgezet. Twee aan de TU Delft verbonden promovendi gaan samen met studenten aan het werk om Design-beginselen toe te passen in de dagelijkse operatie van KLM. Binnen de samenwerking wordt gebruik gemaakt van de 'KLM X' aanpak waarbij nieuwe producten of processen in een real 'Live' situatie worden getest en geoptimaliseerd, dus met echte passagiers op een echte luchthaven en in echte vliegtuigen en niet in een laboratorium setting. De luchtvaartindustrie is in volle verandering, technologie vindt sneller toepassingen in deze gereguleerde industrie gedreven door veiligheidsmaatregelen. KLM houdt zich staande in deze sterk veranderende omgeving met hun strategische doelstelling: 'A flourishing airline by becoming Europe's most customer centric, innovative and efficient network carrier'. Om dit waar te kunnen maken ziet KLM een aantal uitdagingen voor zich:

- belofte naar de passagier waar maken
- realiseren van een korte time to market van gecreëerde oplossingen (naar zowel passagiers als front-line staf)
- niet alleen bij blijven met veranderingen in de markt en technologie maar hier ook een actieve rol in spelen
- een echte impact hebben op de reiservaring van een passagier aansluitend het motto van KLM: 'Moving your world by creating memorable experiences.'

Om deze uitdagingen aan te pakken ziet KLM de behoefte om actief samen te werken met diverse partijen. Door nauwe samenwerking met industriepartners als ook met een kennisinstelling als de Technische Universiteit Delft, faculteit Industrieel Ontwerpen (IDE) wordt KLM in staat gesteld om zelf de bovenstaande uitdagingen aan te pakken en onderscheidend te zijn in een competitieve industrie. Het project kent een totale begroting van €3.030.200,- waarvan €283.000,- wordt gefinancierd met PPS-Projecttoeslag.

Cardiolab

Het Cardiolab project betreft een samenwerking van de TU Delft met de Hartstichting en Philips Design. In het project wordt onderzoek gedaan door gebruik te maken van slimme technologie data om hart- en vaatziekten vroegtijdig op te sporen en zo patiënten in de toekomst beter te behandelen. Hart- en vaatziekten zijn wereldwijd de belangrijkste doodsoorzaak. Wat betreft zorg en preventie van hart- en vaatziekten valt nog veel te winnen. Zo kan het langduriger monitoren van hartpatiënten helpen om de nadelige gevolgen van deze ziekte te beperken. De Hartstichting, Philips Design en TU Delft werken daarom nu samen in het CardioLab project. Data-gedreven oplossingen maken het mogelijk om data van mensen die tot de risicogroep behoren (hoge bloeddruk, overgewicht, roken) in kaart te brengen. Hierdoor zijn hart- en vaatziekten eerder te herkennen en kan mogelijk ook sneller gestart worden met behandeling. Het researchprogramma met Philips Design en de Hartstichting moet uiteindelijk leiden tot slimme product-dienst combinaties die het CardioLab de komende jaren wil gaan ontwikkelen. Deze nieuwe product-dienst combinaties vragen om nieuwe ontwerpmethoden voor industrieel ontwerpers. De data die de systemen genereren vormen input voor services die specifiek aansluiten op de behoefte van de individuele gebruikers, denk aan ontspanningsoefeningen en voedingsadvies. Ontwerpers moeten dus flexibele systemen leren ontwerpen. Maar ook moeten ze om kunnen gaan met 'big data'; de gezamenlijke input van alle gebruikers levert immers data op die artsen en verpleegkundigen kunnen helpen om het verloop van bepaalde ziektes beter te begrijpen. Het onderzoeksprogramma heeft verder betrekking op het gezondheidscontinuüm, van

hun pre-evenement (een mix van ongezond leven en genetische aanleg) door acute gebeurtenissen, diagnose, behandeling en ervaring na ontslag. Dit omvat een goed begrip van de levensstijl van de patiënten, in termen van gedrag, activiteiten, waarden, attitudes, overtuigingen, gedachten en gevoelens, relaties, spanningen en ontmoetingen met professionals. Naast het patiënt / gebruikersperspectief wil CardioLab inzichten bieden vanuit het perspectief van professionals en niet-professionele (vrienden, families, collega's, enz.) Met betrekking tot patiënten, met de nadruk op de sociale dynamiek rond professionele en niet-professionele kennis, beleid en praktijken. Het onderzoek dat nodig is om deze inzichten te creëren zal worden uitgevoerd door IO-masterstudenten in nauwe samenwerking met leden van het consortium. Binnen CardioLab zullen De Hartstichting Nederland, Philips Design en de faculteit IO van de TU Delft wetenschappelijke onderzoeksprojecten uitvoeren. Het wetenschappelijke doel van Cardiolab is om kennis te ontwikkelen over ontwerpgestuurde digitale innovatie, met name over wat dit inhoudt voor methoden voor ontwerpenden, samenwerkingen met meerdere partijen en ontwerp met gegevens. Het project kent een totale begroting van €1.258.188,- waarvan €162.063,- wordt gefinancierd met PPS-Projecttoeslag.

Tot slot nog de volgende PPS-Projecttoeslag projecten die in 2019 zijn toegekend en gestart:

Nooit te speels om te leren (Springlab/Haagse Hogeschool)

In Nooit te Speels om te leren werken Springlab learning, Zwijzen Uitgeverij en Abacus samen met Stichting Humanitas en Haagse Hogeschool om kinderen weer aan het bewegen te krijgen. Dit doen ze door fundamenteel onderzoek en een experimentele ontwikkeling waarbij kinderen beter gemotiveerd worden om meer te bewegen. Daarbij willen ze kennis genereren over hoe kinderen gemotiveerd raken om te bewegen.

Ruim 80% van onze jongeren doet te weinig aan lichaamsbeweging. Een inactieve leefstijl leidt op latere leeftijden tot een verhoogd risico op chronische ziekten, zoals hart- en vaatziekten, overgewicht en depressie. Door beweging te integreren in het dagelijks leven draag je bij aan een gezonde leefstijl. Hier kun je al op zeer jonge leeftijd een gewoonte van maken door bewegend te leren. Voldoende bewegen heeft grote positieve gevolgen voor de ontwikkeling van hersenen. De gevolgen zijn betere gezondheid, reductie van overgewicht, betere concentratie, betere schoolprestaties, beter zelfbeeld. Springlab heeft dan ook als doelstelling om het onderwijs te veranderen van passief leren naar bewegend leren. Springlab wil samen met haar (wetenschappelijke)projectpartners in dit project kennis genereren in wat kinderen aanzet tot bewegen. Dit willen ze doen door middel van bewegend leren games te ontwikkelen die gebruikt kunnen worden met een interactieve vloer. In dit project zal de aandacht liggen op de VVE, dus voor jonge kinderen (0-4 jaar) voordat ze naar school gaan.

Projectbudget €124.980,- waarbij €35.000,- PPS-Toeslag is ingezet.

Chronosphere (Effenaar SmartVenue/TUe, Fontys, Breda University of Applied Sciences)

Het Chronosphere project beoogt contentmakers in samenwerking met wetenschappers, de vrije mogelijkheden te bieden een nieuwe (beeld) taal en nieuwe technieken te onderzoeken en te ontwikkelen in Augmented en Virtual Reality met behulp van Volumetric Video. Met deze vernieuwende producties kunnen zij zich nationaal en internationaal profileren en het bedrijfsleven inspireren tot nieuwe, vanuit wetenschappelijk onderzoek gevalideerde, toepassingen. Het onderzoek voegt een nieuwe dimensie toe aan 2 bestaande onderzoeksgebieden. Enerzijds aan onderzoek naar betrouwbare fotorealistische weergaves van mensen waarbij is gekeken naar fotorealistische weergaves in 2D, zoals foto en film. Anderzijds aan onderzoek naar betrouwbare ervaringen in virtuele 3D omgevingen, waarbij onderzoek is gedaan naar computer-geanimeerde weergaves. De combinatie van fotorealistische full-motion 3D weergave zonder computeranimatie in een virtuele 3D wereld is nieuw. Het is dan ook de vraag of dezelfde factoren van invloed zijn op de

gepercipieerde betrouwbaarheid, hoe groot de rol is van elk van de factoren en wat de benodigde kwaliteitscriteria zijn indien volumetric video wordt gebruikt. De centrale onderzoeksvraag in dit project is: Hoe creëren we een betrouwbare full-motion fotorealistische weergave van mensen in 3D omgevingen met behulp van volumetric video?

Met Chronosphere worden een 20-tal producties ontwikkeld die een antwoord moeten geven op deze centrale onderzoeksvraag. Deze producties zullen een mix zijn van creatieve toepassingen, onderzoeksgerichte toepassingen en technische toepassingen met initieel de nadruk op het creatieve als aanjager voor de overige toepassingen.

Projectbudget €579.265,- waarbij €127.763,- PPS-Toeslag is ingezet.

5. Werkwijze en Verbindingen CLICKNL

5.1. 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 CLICKNL zijn in 2019 diverse activiteiten, workshops, matchmaking bijeenkomsten, seminars en informatiebijeenkomsten georganiseerd waar het MKB bij betrokken was. De bedrijven worden daar niet alleen geïnformeerd over innovatieve ontwikkelingen in een voor hen relevante deel-sector van de creatieve industrie maar ook over regelingen en mogelijkheden om deel te nemen in onderzoeksprojecten binnen de creatieve industrie. Daarnaast vinden er bijeenkomsten plaats waarin het MKB betrokken wordt bij het (waar nodig) opstellen van de onderzoeksagenda's en worden ze verbonden en in contact gebracht met relevante ontwikkelingen en onderzoek in andere sectoren (cross-overs).

Ook in 2019 heeft CLICKNL weer succesvol gebruik gemaakt van de MIT Innovatiemakelaarsregeling, waarmee MKB'ers worden geholpen met specifieke innovatievraagstukken binnen de creatieve industrie. MKB'ers kunnen hiervoor experts inhuren waarbij 50% van de kosten wordt gesubsidieerd. In 2019 hebben de volgende organisaties gebruik gemaakt van deze regeling:

- MediaPerspectives (Media&ICT)
- Modint (NextFashion)
- Stichting Open House
- Stichting Innofest

In de volgende twee paragrafen wordt zowel ten aanzien van de door CLICKNL georganiseerde netwerkactiviteiten als ten aanzien van de inzet van de Innovatiemakelaars regeling aangegeven wat de inzet was van TKI CLICKNL m.b.t. vraagsturing en MKB-betrokkenheid in 2019. Een en ander wordt weergegeven aan de hand van een selectie van enkele activiteiten die op deze onderdelen hebben plaatsgevonden.

5.1.1. CLICKNL Netwerkactiviteiten

CLICKNL jaarevent CHARGE

Op 13 juni 2019 vond CHARGE weer plaats; het jaarlijkse evenement van CLICKNL voor haar netwerk, waarin ze vooruitblijkt. Welke kansen komen eraan voor de creatieve professional, en hoe kan het MKB aanhaken bij de plannen? Na een welkomstdrankje en een welkom door dagvoorzitter Kim Coppes, sprak de directeur van CLICKNL, Bart Ahsmann, over de de grootste uitdaging én kans die eraan gaat komen; als industrie aanhaken bij het missiegedreven innovatiebeleid. Hoe kan de creatieve sector zijn krachten goed inzetten om zorg, voedsel, veiligheid en de energietransitie te optimaliseren? En welke kennis hebben we als sector daarvoor nodig, en waar gaan we die vinden? Om de kracht van de creatieve industrie op de vier missies te illustreren, had CLICKNL een viertal sprekers uitgenodigd. Elk van hen een creatieve professional, en met projecten die CLICKNL hoog in het vaandel heeft staan met betrekking tot kennisontwikkeling voor de creatieve sector.

Na een korte break was het tijd voor een volgende onderdeel: de kans. Met CHARGE probeert CLICKNL elke keer vooruit te blikken en kansen te duiden voor de creatieve sector. Tijdens deze bijzondere editie van CHARGE maakten we die belofte concreet: we lanceerden een programma genaamd Increasing Demand by Offering LearningS, oftewel IDOLS*.

Verschillende probleemeigenaren vertelden kort over hun maatschappelijke vraagstukken, waarna het publiek in subsessies de diepte in ging over die vraagstukken. Om te brainstormen, om te kijken waar zij als partij mee konden doen in dit vraagstuk en om samen te werken aan deze grote uitdagingen.

Na deze subsessies, waar het publiek de kans had om bij vier vraagstukken aan te schuiven en twee rondes mee mocht doen, was het tijd voor de borrel.

Van de 137 geregistreerden zaten er ruim 100 man in de zaal, van wie zo'n 60 MKB'er uit de creatieve sector.

Workshops en events (Powered By Events) deelsectoren

Binnen het onderdeel "workshops en events deelsectoren" zijn bij 3 branchorganisaties (en 1 samenwerkingsverband) verschillende workshops en events georganiseerd in samenwerking met CLICKNL. Doel van al deze events was met name om hun MKB achterban te informeren over de ontwikkelingen in de creatieve industrie en het (pps-)onderzoek in het bijzonder:

- DDA (*Ontbijtsessie Dutch Digital Day*)
- DGA (*Achieving Behavioural Change Through Play & Dutch Game Summit*)
- Modint (NL NextFashion & Textiles: *Future Maker & Textiles in Transition*)
- CIC (Conversational Interface Coalition)

Deze netwerkactiviteiten worden hieronder kort nader toegelicht.

DDA (Ontbijtsessie)

Tijdens de Dutch Digital Day organiseerde DDA op verzoek van CLICKNL een side event: Ontbijtsessie met als uitgangspunt het onderdeel Design for Change uit de kennis- en innovatieagenda (KIA) van CLICKNL. Een onderwerpen wat nauw aansluit bij de wereld waar Dutch Digital Agencies (DDA) leden zich in bewegen.

De aanwezigen kregen tijdens een ontbijt een in depth sessie met drie van de sprekers. Waarvan een internationale spreker: Mieke Kusano [voormalig design director van Sonos] en twee nationale sprekers: Vasilis van Gemert (van Hogeschool van Amsterdam over exclusive design) en Bram Duvigneau (blind en eigenaar van Firm Ground)..

Alain Dujardin (creative director, Greenberry) was de moderator van het ontbijt.

De ontbijtsessie was gericht op MKB'ers met een zeer diverse achtergrond: creatieven, strategen en directeuren vanuit de digitale & tech industrie.

In totaal hebben 35 MKB'ers deelgenomen.

DGA (Achieving Behavioural Change Through Play)

Het onderwerp 'Achieving Behavioural Change Through Play' is tijdens eerdere DGA evenementen vaak ter sprake geweest en was dus nu ook aanleiding om daar i.s.m. CLICKNL een apart event over te organiseren.

Met name berichtgeving over de negatieve, verslavende effecten worden constant in het nieuws belicht. Gelukkig duiden er ook vele onderzoeken en voorbeelden op het tegenovergestelde: de positieve impact van games op sociaal, neurologisch en maatschappelijk gebied.

Een panel met experts en tientallen bezoekers vulden deze dag op informele wijze met deze thematiek waarvan het grootste gedeelte MKB-ers.

Het evenement vond plaats bij het kantoor van IJfontein in Amsterdam. Er was een open dialoog waarbij de panelleden vragen beantwoordden, maar waar ook interactie met de zaal plaatsvond, aangezien de zaal ook gevuld was met diverse professionals met affiniteit met dit onderwerp. De middag werd afgesloten met een netwerkborrel.

Diverse vragen kwamen aan bod: Hoe kun je door middel van games gedrag veranderen? Is het überhaupt mogelijk om games in te zetten om gedrag te veranderen? Zijn er dan ook onbedoelde effecten van games als het gaat om gedragsverandering? Welke elementen moeten games omvatten om gedrag te kunnen veranderen? De conclusie van de middag is eigenlijk dat dit onderwerp veel debat losmaakt en goed door het publiek wordt ontvangen. De middag werd volgens bezoekers bestempeld als informatief, verrijkend en relevant.

Achieving Behavioural Change Through Play had als doel het mobiliseren, informeren, inspireren, verbinden en bedienen van de gehele games industrie in Nederland, met in het achterhoofd de unieke skillset van de creatieve professional en de maatschappelijke uitdagingen die centraal staan in de Kennis- en Innovatieagenda 2018-2021 binnen de Topsector Creatieve Industrie. Focus was op kennisdeling in het bijzonder onder MKB'er binnen de games industrie.

In totaal hebben ca. 20 MKB'ers deelgenomen.

DGA (Dutch Game Summit)

De Dutch Game Summit vond plaats op 1 mei in het Beatrixgebouw in Utrecht.

Het event was specifiek gericht op de game community maar iedereen op het gebied van media in het algemeen was welkom. Het door CLICKNL mogelijk gemaakte Dutch Game Summit 2019 is een op zichzelf staand side-event van het festival dat zich richt op games.

Er werden 4 sessies gehouden waar gasten zich van tevoren voor konden inschrijven:

- Sjoerd Wennekes is de oprichter van Active Cues en de Tovertafel en runt sinds kort zijn eigen bedrijf dat creatieve ondernemers adviseert in bedrijvigheid. Sjoerd sprak creatieve ondernemers toe om de business-kant van hun bedrijf flink te verbeteren. Belangrijkste noot van zijn verhaal was hoe belangrijk het is om de eindgebruiker te betrekken in het proces.
- Marcel Mens van AtHand gaf een presentatie over gedragsverandering in games. Zijn verhaal lichtte hij toe aan de hand van The Map Makers Society, een campagne voor Nokia/Navteq die wereldwijd werd uitgerold succesvol was in het motiveren van geografische analisten de nieuwe manier van werken te omarmen. En hen nieuwe vaardigheden in het werk toe te laten passen.
- Jeffrey Otterspoor van GamePoint analyseerde en deelde zeer goede en specifieke methodologieën en technieken om spelers/eindgebruikers geïnteresseerd te krijgen en te houden in je product.
- Advocaten Dewi Harkink en Tim de Klerck besteedden aandacht aan dezelfde methodes om eindgebruikers geïnteresseerd te krijgen en te behouden, maar legden de focus op de wettelijke en ethische aspecten en knelpunten waar ontwikkelaars rekening mee dienen te houden.

Deelnemers waren zowel scholen en instituties, freelancers, studenten, pers en professionals, waarvan het grootste gedeelte MKB-ers. Van de totaal 56 aanwezige bedrijven vielen er minimaal 45 in deze categorie. Bedrijven die geïnteresseerd of direct gelieerd zijn aan de games branche werden allen uitgenodigd door deze middag.

In totaal hebben ca. 45 MKB'ers deelgenomen.

MODINT (Future Maker & Textiles in Transition)

In juni 2019 werden op verzoek van CLICKNL twee bijeenkomsten georganiseerd door MODINT over de thema's waarop NL NextFashion & Textiles en haar partners zich richten: Design, Digitalisering en Duurzaamheid.

Future Maker

Future Makers 2019 is een bijeenkomst waar onderzoekers, creatieve professionals en ondernemers bijeenkomen vanuit de gezamenlijke visie dat onderzoek met creatieve methodologieën leidt tot nieuwe inzichten, vragen en ideeën m.b.t. de oplossing van urgente maatschappelijke uitdagingen. Kunstenaar en onderzoeker Ivan Henriques (Brazilië)

verzorgde de keynote. Hij onderzoekt de relatie tussen natuur en technologie. Daarnaast presenteerde Future Makers drie eigen projecten op het gebied van nieuwe materialen en circulaire maakprocessen in mode en design: The Future of Living Materials, Emotioneel Duurzaam Design en Designing for Precarious Citizens. Design-gedreven onderzoek probeert bij te dragen aan meer duurzame waarde-ketens op het gebied van mode, textiel en design.

De kosten van dit event voor CLICKNL bedroegen: € 3.500,-

In totaal hebben ca. 23 MKB'ers deelgenomen.

Textiles in Transition

Op 11 juni 2019 organiseerde MODINT een bijeenkomst over kwaliteit, maatvoering en productontwikkeling. Het ochtendprogramma zal gaan over kwaliteit en materialen met bijzondere aandacht voor testen, kwaliteit van gerecycleerde materialen en circulaire modellen. In de middag presenteren deskundigen over maatvoering en digitale productontwikkeling zowel vanuit B2B- als B2C-perspectieven.

In totaal 70 aanwezige innovatieve pioniers, experts vanuit bedrijven, docenten van hogescholen en aanbieders van diensten aan onze industrie vormden een goede mix. Daardoor konden zowel de praktijk van vandaag en morgen als de (verre) toekomst goed voor het voetlicht worden gebracht en bediscussieerd worden.

In totaal hebben ca. 17 MKB'ers deelgenomen.

CIC (Conversational Interface Coalition)

Begin dit jaar is door Greenberry, Hogeschool Utrecht, Totta Research en Economic Board Utrecht (EBU) de Conversational Interface Coalitie opgericht. De coalitie heeft als doel de Nederlandse creatieve industrie te verbinden en doorontwikkeling op het gebied van conversational interfaces te stimuleren. Dit doet de coalitie door het stimuleren van projecten die werken aan oplossingen die gebruik maken van conversational technologie zoals WhatsApp en Facebook Messenger, tekstgestuurde chatbots en spraakgestuurde virtuele assistenten zoals Alexa, Siri en Google Assistant. Op verzoek van TKI CLICKNL vond op 7 juni een CIC - Meetup plaats op de Hogeschool Utrecht waarbij 20 deelnemers aanwezig waren. Deze bijeenkomst stond in het teken van het delen van learnings, onderzoeksinitiatieven definiëren en het starten van projecten en bijbehorende onderzoeken. Deelnemers konden van te voren projectideeën rondom Conversational Interfaces indienen, om deze tijdens de meetup gezamenlijk verder uit te werken in groepen met geïnteresseerden.

Dit leverde uiteindelijk drie werkgroepen op die aan de slag gingen met mogelijke onderzoeksprojecten:

- Chatbot Wout, een initiatief van de politie waarbij onderzoek gedaan wordt naar het bruikbaar inzetten van een chatbot/ai bij de politie.
- Alzheimer, een initiatief van Smart Voices met een onderzoeksvoorstel gericht het verbeteren van de kwaliteit van leven van patiënten met Alzheimer met voice technologie.
- WatBeters, een organisatie die door middel van energiecoöperaties waar door inwoners gezamenlijk de leefbaarheid en duurzaamheid in eigen omgeving verbeteren. Met een onderzoek naar hoe de inzet van conversational interfaces lokale initiatieven ondersteuning kunnen bieden.

De verschillende werkgroepen gaan de komende tijd aan de slag met het uitwerken van de projectvoorstellen en opstarten van de onderzoekstrajecten. In totaal hebben 10 MKB'ers deelgenomen.

5.1.2. CLICKNL-Innovatiemakelaars

CLICKNL | Media&ICT (MediaPerspectives)

Innovatiemakelaars worden ingezet voor MKB-ondernemers die deel uitmaken van het Media Perspectives Network, aangevuld met “potentials” uit andere netwerken zoals het programma MediaMatters, GrowthMatters, Data4Media, Spectacular Arena eXperiences (SAX), Smart Media Society en Immersive Media (voorheen Virtual Worlds).

De algemene doelstelling was een uiteindelijke groeiversnelling voor de desbetreffende MKB-ers en daarmee het creëren van werkgelegenheid en economische groei op basis van innovatie.

Als doelstelling gold dat gedurende de looptijd ca. 28 MKB-ondernemers van inhoudelijk advies zouden worden voorzien langs de volgende twee werkvormen:

A. Individuele coaching obv aanvragen (12)*

B. Gezamenlijke dienstenontwikkeling door coaching en kennis aan te bieden en gezamenlijk te organiseren (16)*

Resultaten

Via MediaPerspectives zijn uiteindelijk 36 gecoachte jonge MKB bedrijven volgens de aanpak onder doelstelling A ondersteund met het instrument Innovatiemakelaars. Via nieuwsbrieven, websites en events is aandacht gegeven aan de mogelijkheid tot deelname. Het merendeel van de deelnemers is geworven door actieve scouting van honderden kandidaten naar de uiteindelijke deelnemerslijst.

Aggeris Media en BK Media zijn daarbij ingezet als innovatiemakelaars/coaches vanwege hun jarenlange ervaring met het begeleiden van jonge bedrijven -met name op het gebied van media.

Voor de voorgenomen aanpak onder doelstelling B (“Gezamenlijke dienstenontwikkeling”) zijn uiteindelijk geen MKB’ers ondersteund met het instrument innovatiemakelaars. Deze geplande activiteiten hebben uiteindelijk plaatsgevonden via andere instrumenten en programma’s (zoals Fieldlabs SAX, Data4Media en Immersive Media).

Zie de bijlage voor een uitgebreidere beschrijving van de aanpak en resultaten.

CLICKNL | Next Fashion (Modint)

Modint heeft, als uitvoerende organisatie namens het CLICKNL-Next fashion netwerk, evenals vorig jaar de Innovatiemakelaars regeling uitgevoerd. De regeling Innovatiemakelaars past Modint goed omdat het de organisatie de gelegenheid geeft om buiten de werkzaamheden van de brancheorganisatie om bedrijven en instellingen te begeleiden, adviseren en in contact te brengen met innovaties in kleding en textiel, zowel bij andere bedrijven als in lopende en voorgenomen onderzoeken bij kennisinstellingen.

Modint kan daarbij in een andere setting, buiten lidmaatschappen en gefinancierde (branche)projecten om, de eigen expertise en externe consultants inzetten.

Modint heeft zelf 6 (interne) consultants ingezet als innovatiemakelaars/adviseurs bij de verschillende innovatieadviestrajecten. Daarnaast zijn extern twee specialisten ingehuurd als innovatieadviseurs, samen voor een beperkt aantal uren.

Modint heeft het afgelopen jaar bij de uitvoering van deze regeling 50% private bijdrage zelf als organisatie bijgepast. Deze private bijdrage is afkomstig van de contributiebijdragen van de bij MODINT aangesloten (MKB) bedrijven.

De geholpen bedrijven zijn zich veel sterker bewust van de noodzaak tot het investeren in innovaties dan voorgaande jaren. Veel bedrijven richten zich ook tot Modint met vragen die samenwerking met andere bedrijven in de eigen sector

en in de keten inhouden. MKB-bedrijven vragen bijstand en kennis ten behoeve van projecten die problemen helpen oplossen die men als MKB bedrijf alleen niet kan tackelen en op de langere termijn zijn gericht.

Als doelstelling voor het ingediende projectplan gold dat MODINT gedurende de looptijd 33 MKB ondernemers van inhoudelijk advies wilde voorzien.

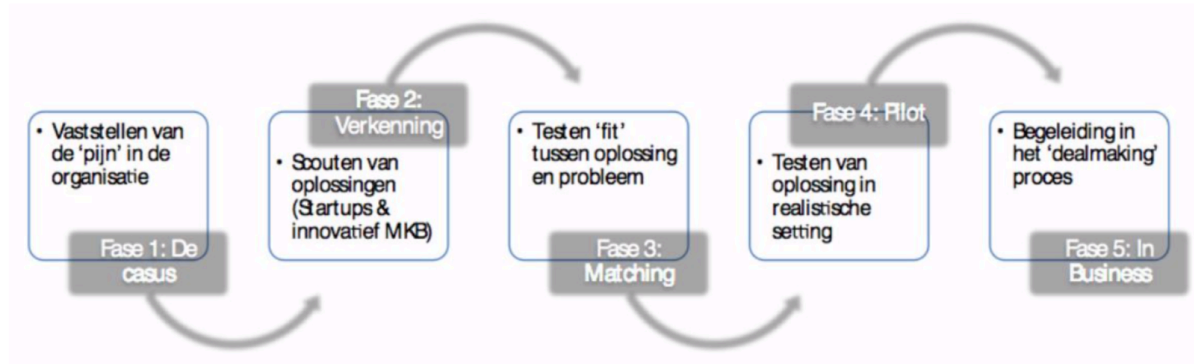
Resultaten

Modint heeft uiteindelijk meer (134) MKB-bedrijven dan begroot rechtstreeks bereikt met de regeling doordat in het afgelopen jaar bedrijven regelmatig gezamenlijk geadviseerd is over innovaties en de ontwikkeling en inzet van tools. Daarnaast werden retailers, NGO's, overheden, opleidingen, onderzoekers en toeleveranciers met ons netwerk van textiel- en kledingbedrijven in contact gebracht. Modint maakte samen met CLICKNL ten behoeve van het platform NL NextFashion & Textiles een nieuwsbrief "Innovatie Update" en bereikte daarmee in totaal rond 650 lezers, oa met informatie over de regeling Innovatiemakelaar, ruim een verdubbeling sinds 2016.

Stichting Open House

Stichting Open House is een partij die zich richt op innovatie in de evenementen industrie. Vanuit deze achtergrond heeft Open House de innovatiemakelaarsregeling uitgevoerd.

Op basis van het onderstaande schema zijn de innovatiemakelaartrajecten opgebouwd en vormgegeven. In samenwerking met de 'lead private partners' zijn uitdagingen in de sector in kaart gebracht en afhankelijk van de behoeften zijn een of meerdere fases van onderstaand schema doorlopen.



Resultaten

In totaal heeft Stichting Open House 3 innovatie-adviestrajecten uitgevoerd met 3 MKB bedrijven om op een bepaald thema innovatievraagstukken op te lossen.

De hierbij ingezette innovatiemakelaars zijn geselecteerd op basis van de behoeften die bij de drie desbetreffende MKB'ers aanwezig is, zoals:

- Marktkennis van de evenementensector.
- Netwerk binnen de evenementensector
- Brede innovatieachtergrond. (Kennis van en ervaring met bedrijfskundige innovatie theorieën en modellen.)

Stichting Open House wordt als innovatieplatform voor de Dance&Evenementen industrie gedeeltelijk privaat gefinancierd via participanten bijdragen van bedrijven uit deze sector (waaronder ID&T (mede oprichter van Open House)). Op basis hiervan is in de innovatie-adviestrajecten ook de noodzakelijke private bijdrage geleverd door Stichting Open House.

Stichting Innofest

Stichting Innofest richt zich op het ondersteunen van pilots en valorisatie van innovaties van MKB bedrijven, in de prototypefase. Dit doet Innofest met festivals als proeftuinen. Innofest werkt samen met tien festivals, die allen hun eigen veilige en flexibele infrastructuur hebben waarbinnen innovaties getest kunnen worden. Jaarlijks ondersteunt en adviseert Innofest diverse MKB bedrijven bij het valideren van hun innovaties of innovatievraagstukken, met als doel deze snel en effectief naar de markt te helpen.

De inzet van de innovatiemakelaars vond plaats via Innofest langs de thema's als omschreven in de kennis- en innovatieagenda 2016-2019 van CLICKNL. Innofest heeft de inzet binnen deze innovatie-agenda specifiek gericht op het thema energietransitie & duurzaamheid. Dit sluit ook goed aan bij de Global Goals van Stichting Innofest.

Resultaten

Innofest heeft de subsidie voor innovatiemakelaar ingezet om vijf MKB'ers te ondersteunen en adviseren bij hun prototyping van een innovatief product of dienst. Dit doet Innofest met festivals als testplekken. De subsidie is ingezet om de innovatiemakelaars/scouts van Innofest in te zetten om MKB'ers te adviseren, begeleiden en te zorgen dat zij de innovatie pilot(s) op festivals goed uit kunnen voeren en hen te helpen hun innovatievraagstukken gerealiseerd te krijgen. Ook zorgen de innovatiescouts voor evaluatie en doorstroming van de MKB'ers naar andere belangrijke partners binnen het ecosysteem van de creatieve industrie. Alle innovatiemakelaars/scouts die door Innofest zijn ingezet binnen de regeling zijn (extern) ingehuurd.

5.2. Internationaal

In 2019 zijn er vanuit de directie van TKI CLICKNL diverse activiteiten ondernomen ten aanzien van internationalisering van onderzoek en innovatiegerichte samenwerking. Naast continuering van de contacten met DG GROW, binnen de Europese commissie, om te zoeken naar meer samenwerkingsmogelijkheden en de koppeling van doelstellingen vanuit de Europese Commissie (voor o.a. industriebeleid), is in 2019 veel gesproken en samengewerkt met stakeholders in het Europese netwerk in relatie tot de op handen zijnde EIT KIC call voor CCI's (cultural & creative industries). De samenwerking met ECBN en BEDA zorgt daarin voor verbinding met partners in het Europese speelveld. In het kader daarvan is onder andere deelgenomen aan, zijn presentaties gegeven en gesprekken gevoerd tijdens de ECIS conferentie in Helsinki (september 2019), de Design Declaration conferentie in St Etienne (april 2019), het BEDA European Design Forum in Brussel (mei 2019) en de Deep Dive voor de KIC in Keulen (november 2019).

5.3. Kennisverspreiding

Zowel vanuit CLICKNL als vanuit de netwerken en community's worden diverse activiteiten ondernomen om de aanwezige en ontwikkelde kennis in de sector te delen en te verspreiden. Met name de verschillende informatiebijeenkomsten, netwerkactiviteiten, mix&match bijeenkomsten, 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 5.1). Daarnaast wordt zowel vanuit CLICKNL als vanuit de aan CLICKNL verbonden community's, netwerken en brancheorganisaties diverse communicatiemiddelen ingezet (variërend van websites, social media tot publicaties) om de achterban te informeren en de kennis te delen. Een korte beschrijving van deze communicatie-uitingen over 2019 is terug te vinden in de volgende paragraaf (5.4).

5.4. Transparantie en publiciteit

Om CLICKNL haar volle potentieel te laten bereiken en de creatieve industrie ook werkelijk in kennis en innovatie te laten investeren, is een communicatiestrategie ontwikkeld. Zowel om te informeren als te inspireren, maar ook om het netwerk inzichtelijk te maken en betrokken te houden.

Communicatie is het geheel van kanalen en activiteiten die actief en passief ingezet worden. In 2019 waren dat voor CLICKNL de website(s), de social media-kanalen en nieuwsbrief, de evenementen CHARGE, DRIVE en 'Powered by CLICKNL'-evenementen, en een aantal mediapartnerships voor evenementen van derden, die voordeel opleverden voor de achterban van CLICKNL.

Communicatiestrategie

In 2019 heeft CLICKNL de communicatiestrategie van het voorgaande jaar, na evaluatie en positieve feedback, doorgezet. Door nieuwe eigen content te creëren en over verschillende kanalen te verspreiden, heeft CLICKNL de mogelijkheid om gericht verhalen te communiceren. Binnen het snijvlak van de creatieve industrie en research & development agendeert de CLICKNL-communicatie items die op dat moment relevant zijn – of het nu over bepaalde kansen voor het MKB gaat met betrekking tot calls en regelingen, over aankomende evenementen of over inspirerende cases en mogelijkheden om deel te nemen aan fieldlabs.

Website

De website van CLICKNL is de spil van alle online kanalen van CLICKNL. Ze huisvest de Kennis- en Innovatieagenda, communiceert relevante calls en regelingen, laat de verschillende fieldlabs en hun mogelijkheden zien, en communiceert evenementen van CLICKNL en anderen en nieuws. Daarnaast huisvest www.clicknl.nl een overzicht van toekenningen en inspirerende cases: van toekenningen van haalbaarheidsonderzoeken, tot interviews met creatieve professionals en onderzoekers die wij als goede vertegenwoordigers zien van de creatieve industrie. Zowel tekstueel, als met video-materiaal. De website is een levend platform en wordt continu geupdate en bijgehouden. Het is daarmee een groeiend geheel van informatie en inspiratie, en duidt zowel voor de creatieve professional als de onderzoekers als de buitenstaander waar de grote kansen liggen binnen en mét de creatieve industrie.

Social Media & de Nieuwsbrief

Waar de website van CLICKNL vooral gebouwd is op het zenden van informatie en inspiratie, worden de social media-kanalen juist ingezet voor interactie met de achterban. CLICKNL heeft in 2019 een Facebookpagina, een Twitteraccount, een LinkedInpagina en een LinkedIngroep. Daarnaast is ook het Instagramaccount speciaal voor het festival DRIVE weer ingezet.

De account op Facebook is op inactief gezet, nadat bleek dat de kosten niet tegen de baten opwogen.

De nieuwsbrief van CLICKNL wordt eens per maand verstuurd met uitzondering van juli; 11 maal per jaar. Erin staat een hoofditem, bijvoorbeeld over een eigen evenement waar we mensen voor oproepen of een nieuwe ontwikkeling, wat relevant nieuws, een aantal relevante evenementen van anderen en altijd ook calls en regelingen die binnenkort aflopen of juist opengaan: kansen voor het MKB om snel aan te haken.

Evenementen

Net als in voorgaande jaren heeft CLICKNL wederom het Design Research & Innovation Festival (DRIVE) georganiseerd, op de Dutch Design Week. In 2019 is gekozen voor een festival van één dag, in plaats van twee dagen, om de kwaliteit van het festival beter te kunnen waarborgen.

Ook het jaarevenement CHARGE vond weer plaats, en wel op 13 juni in Utrecht. Deze werd georganiseerd in samenwerking met de Federatie Creatieve Industrie - mede om de community te laten groeien, maar ook om de ogen van beiden achterbannen kennis te laten maken met grote kansen op missiethema's uit het Missiegedreven Innovatiebeleid.

De evenementenreeks 'Powered by CLICKNL' is ook doorgezet. Hierin worden in opdracht van CLICKNL evenementen georganiseerd met het oog op kennisdeling richting het MKB. Deze kennis moest, in 2019, aansluiten bij de inhoud van de Kennis- en Innovatieagenda 2018-2021 van de topsector Creatieve Industrie. Deze evenementen werden georganiseerd door de brancheorganisaties DDA, DGA en Modint, en de Conversational Interface Coalition. Door voor deze evenementen regels op te stellen met betrekking tot het aantal deelnemers en inhoudelijke afstemming met CLICKNL, waarbij we erop letten dat de ontsloten kennis aansluit op de Kennis- en Innovatieagenda, sloten deze evenementen goed aan bij onze missie als topconsortium.

Een beknopt overzicht van de resultaten van de verschillende kanalen is hieronder opgenomen.

Website: www.clicknl.nl

- Een tweetalige website waarin de mogelijkheden voor de creatieve industrie centraal staan.
- Nieuws, evenementen, cases, regelingen & calls, fieldlabs en meer; ter informatie en inspiratie
- De Kennis- en Innovatieagenda 2018-2021 ter informatie
- Over 2019 zijn ruim 30.000 unieke personen op de website geweest, die samen ruim 91.000 pagina's hebben bekeken en gemiddeld 2 minuten en 4 seconden bleven.

Social media:

- Pro-actieve inzet van Twitter, met als resultaat bijna 3400 volgers.
- Actieve groep op LinkedIn met meer dan 1100 leden.
- LinkedInpagina met meer dan 320 volgers
- Facebookpagina met meer dan 380 volgers

Nieuwsbrief

- Een maandelijkse nieuwsbrief van CLICKNL met ruim 2700 abonnees en een openingspercentage boven de 35%

Evenementen vanuit CLICKNL

- Het jaarevenement CHARGE trok 124 aanmeldingen uit de verschillende hoeken van de creatieve industrie en het onderzoekslandschap;
- Het jaarlijkse evenement DRIVE, het Design Research & Innovation Festival op de Dutch Design Week, had 265 aanmeldingen.
- Powered by CLICKNL, verschillende evenementen georganiseerd door DDA, DGA, Modint en de CIC: met tussen de 15 en 80 deelnemers per evenement.

5.5. Efficiëntie en effectiviteit

In 2019 is, naast de reguliere activiteiten zoals ook in deze Jaarrapportage aangegeven, veel inzet geleverd aan het vormgeven van het nieuwe missiegedreven innovatiebeleid en met name de positionering van de creatieve sector hier binnen. Dat heeft extra capaciteit en middelen gekost in 2019. Niet alleen moest uitgewerkt worden hoe de creatieve sector geborgd kan worden in de verschillende missie thema's en bijbehorende KIA's, ook was het hierdoor noodzakelijk om de KIA van TKI CLICKNL opnieuw bij te stellen en goed aansluiting te laten vinden bij de verschillende missie thema's.

Daarnaast is TKI CLICKNL in 2019 gevraagd om een van de thematische KIA's (Maatschappelijk Verdienvermogen) te trekken, verder uit te werken en vorm te geven. Hiervoor is een uitgebreide programmastructuur opgezet met een Themateam, Kernteam en Programmabureau voor de KIA Maatschappelijk Verdienvermogen. Ook het vormgeven hiervan heeft in 2019 extra capaciteit en inzet gevraagd.

In 2019 is goed merkbaar geworden dat de PPS-Regeling door steeds meer organisaties in de creatieve industrie ontdekt en gebruikt wordt. Met name het aantal inzet-projecten (waarbij PPS-Programmatoeslag wordt ingezet) is in 2019 fors toegenomen ten opzichte van 2018. Mede hierdoor was het voor TKI CLICKNL om de procedures voor het indienen van projectvoorstellen hiervoor en de monitoring van deze inzet-projecten beter te gaan stroomlijnen zodat dit effectiever en efficiënter kan gaan verlopen. Daarvoor is inmiddels de eerste aanzet gemaakt voor

procesbeschrijving en overview van het gehele proces van indiening tot toekenning en is een eerste opzet gemaakt voor een uitgebreid monitoring-bestand waarin alle PPS-projecten van TKI CLICKNL goed gemonitord kunnen worden.

5.6. Belemmeringen

Hoewel TKI CLICKNL er in slaagt om ondanks de beperkingen in de PPS-Regeling (waaronder het wegvallen van de in kind bijdragen van buitenlandse bedrijven) de PPS-Programmatoeslag te laten toenemen, waren in 2019 wel forse tegen slagen m.b.t. de gerealiseerde PPS-Programmatoeslag. Door een te groot aantal fouten in de steekproef moest er een nieuwe aanvraag PPS-Programmatoeslag worden ingediend. Bij de voorbereiding hiervan en nader onderzoek, bleken meer grondslagprojecten niet te voldoen dan aanvankelijk gedacht. Hierdoor kon helaas uiteindelijk maar een veel lagere PPS-Programmatoeslag worden aangevraagd dan vooraf voorzien.

Ook neemt het aantal organisaties waarmee TKI CLICKNL afspraken maakt over het laten terugvloeien van de PPS-Programmatoeslag jaarlijks toe. Hoewel dit in principe een gunstig effect heeft op de (jaarlijkse) toename van de PPS-Programmatoeslag voor TKI CLICKNL, betekent dit ook dat de jaarlijkse “vrije ruimte” in de aangevraagde PPS-Programmatoeslag steeds kleiner wordt. Dit betreft de budgettaire ruimte die TKI CLICKNL zelf heeft binnen de aangevraagde PPS-Programmatoeslag om zelf pps-onderzoeksprojecten voor te initiëren en te financieren. De sturing en coördinatie op de inzet van PPS-Programmatoeslag in nieuwe onderzoeksprojecten zal dus via de Programmaraad vooral richting de onderzoeksinstellingen moeten gaan plaatsvinden.

FINANCIEEL JAARVERSLAG

Het financieel jaarverslag is een bijlage bij deze Jaarrapportage.