



Jaarrapportage

TKI CLICKNL 2015

29-04-2016

TELEFOON

EMAIL

WEBSITE

Postbus 913, 5600 AX, Eindhoven

040-8200365

info@clicknl.nl

www.clicknl.nl

Inhoud

Voorwoord	4
1. ALGEMEEN	5
1.1. Korte profielschets & kerncijfers	5
2. VISIE, DOEL en STRATEGIE	8
2.1. Visie op rol CLICKNL	8
2.2. Doelstellingen CLICKNL	8
2.3. Strategie en realisatie 2015	9
2.4. Kennis- en Innovatiecontract 2016-2017	14
2.5. Bestuur en organisatie CLICKNL	14
3. THEMA'S	16
3.1. Onderzoeksthema's	16
3.2. Andere TKI's en cross-overs naar andere topsectoren	17
3.3. Verdeling van middelen en projectselectie	20
3.3.1. TKI-Toeslag Projecten CLICKNL 2015	20
3.3.2. Projecten CLICKNL netwerk 2015	24
3.4. Vraagsturing en mkb-betrokkenheid	28
3.5. Internationaal	31
3.6. Kennisverspreiding	33
3.7. Transparantie en publiciteit	33
3.8. Efficiëntie en effectiviteit	34
3.9. Belemmeringen	34

FINANCIEEL JAARVERSLAG	36
OVERZICHT INZETPROJECTEN TKI-TOESLAG 2015	37

Voorwoord

Voor TKI CLICKNL zijn in 2015 belangrijke stappen gezet in de doorontwikkeling en verduurzaming van het Topconsortium voor Kennis en Innovatie binnen de creatieve sector. Ten eerste is er in 2015 door TKI CLICKNL voor het eerst gebruik gemaakt van de inzet van TKI-Toeslag, die door middel van de TKI-Regeling over 2014 was gegenereerd. Door middel van een open call zijn begin 2015 twee projecten van TNO gehonoreerd en gefinancierd met TKI-Toeslag. Daarnaast heeft er een call plaatsgevonden in samenwerking met de TKI Life Science & Health, in het kader van de cross-over Create Health, waaruit twee projecten zijn voortgekomen die worden gefinancierd met TKI-toeslag van beide TKI's. Tevens heeft TKI CLICKNL in 2015 voor het eerst gebruik gemaakt van TKI-Projecttoeslag voor het onderzoeksproject 'Expertisecentrum OV-betalen' van de TUDelft.

Door de sector is daarnaast in 2015 wederom veel gebruik gemaakt van diverse regeling voor de financiering van publiek-private onderzoeksprojecten zoals de NWO-regelingen, SIA-regelingen, Europese regelingen en de MIT-regeling. Met name de laatste regeling is zeer succesvol toegepast binnen de creatieve sector met alleen al binnen de landelijke tender voor R&D-projecten 23 gehonoreerde projectvoorstellen met een totale verleende subsidie van ca. €3,5 mln. Daarmee is de topsector creatieve industrie een van de koplopers in de toepassing van deze regeling.

Ook zijn er in 2015 concrete successen geboekt op het gebied van cross-over programma's. Vanuit Create Energy is er aansluiting gerealiseerd bij de Green Deal Smart Energy Cities, binnen Create Health is een gezamenlijke call opgezet met TKI LS&H en voor de cross-over Smart Industry is samen met TKI-HTSM een specifiek programma voor de inzet van innovatiemakelaars ontwikkeld en ingezet. Tot slot zijn voor Smart Retail de eerste verkenningen uitgevoerd voor het opzetten van een programma voor deze cross-over.

TKI CLICKNL heeft het afgelopen jaar ook een nieuw innovatiecontract afgesloten. Daarin zijn afspraken vastgelegd om de komende twee jaar door kennisinstellingen, overheid en bedrijfsleven de kennisbasis van de creatieve industrie te versterken met een totale investering van €84 mln. De creatieve sector heeft daarmee de ambitie uitgesproken om Nederland in 2020 de meest creatieve economie van Europa te maken.

Met de concrete inzet van de TKI-toeslag, de succesvolle doorontwikkeling van de cross-over programma's en het afsluiten van het nieuwe innovatiecontract is TKI CLICKNL in 2015 nu vol op stoom in de aanpak, werkwijze en doorontwikkeling van het Topconsortium voor Kennis en Innovatie in de creatieve industrie. Desalniettemin is er ook aandacht nodig voor de toekomst en de continuïteit van TKI CLICKNL. Het afgelopen jaar is dan ook een eerste aanzet gemaakt voor de ontwikkeling van een duurzaam R&D model voor de TKI. Dit zal in 2016 verder vorm krijgen.

Geleyn Meijer

Voorzitter bestuur CLICKNL

1. ALGEMEEN

1.1. Korte profielschets & kerncijfers

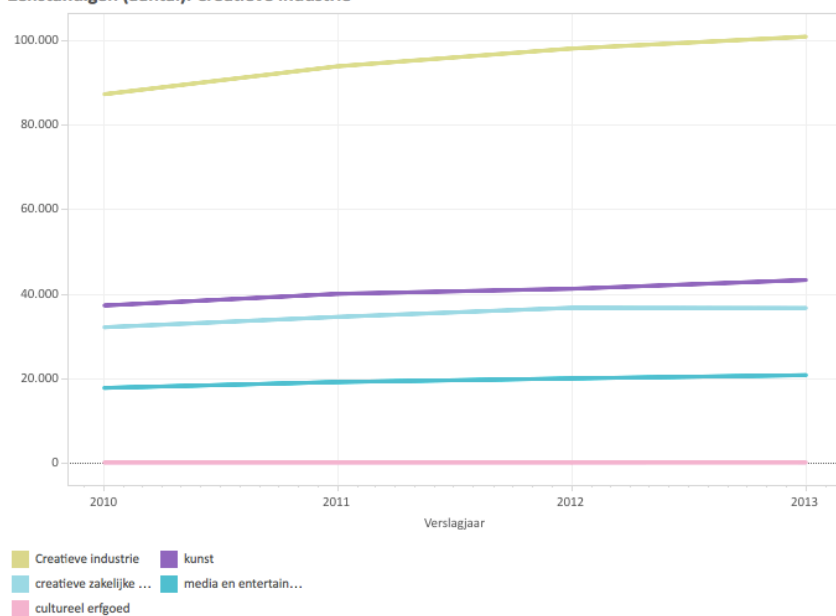
De Creatieve Industrie is een van de meest dynamische sectoren van de Nederlandse economie, in economisch opzicht een wat kleinere speler binnen de topsectoren maar wel snel groeiend. De Nederlandse creatieve industrie bevindt zich inmiddels internationaal in de top 10. Dit komt mede door een aantal internationaal sterk opererende bedrijven. De sector levert een productiewaarde van ruim 21 miljard euro en een toegevoegde waarde aan de economie van ca. 10 miljard euro, waarbij de laatste 2 jaar een lichte stijging van deze kerncijfers is te zien. De sector is in aantal bedrijven een van de grootste topsectoren. Het aantal bedrijven is de afgelopen jaar ook weer verder gestegen van ca. 120.000 bedrijven in 2010 tot ruim 140.000 bedrijven in 2014.

De Creatieve Industrie is onder te verdelen in vier subsectoren:

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

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

Zelfstandigen (aantal): Creatieve industrie



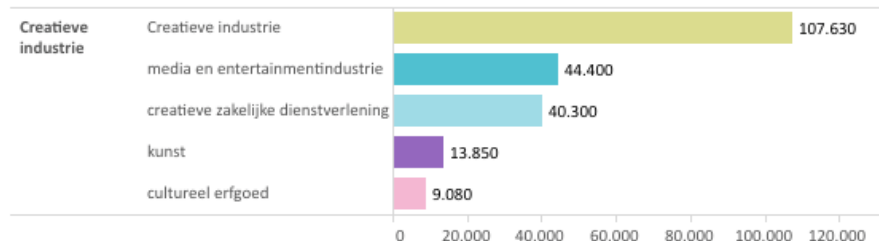
De sector kent een groot aantal kleine bedrijven. Een bedrijf in de creatieve sector telt gemiddeld ca. twee werkzame personen (in fte). Dit wordt veroorzaakt door het grote aantal zelfstandigen dat in de creatieve industrie werkzaam is. In 2013 kende de sector ca. 100.000 zelfstandigen en dit aantal neemt elk jaar toe. ¹

Bron: Monitor Topsectoren, CBS

¹ Monitor Topsectoren, Uitkomsten 2010, 2011, 2012 en 2013, CBS

Er is dus een duidelijke ontwikkeling van grote creatieve bedrijven naar veel meer zelfstandigen in de sector. Hetgeen ook zichtbaar is in het dalend aantal werknemers in de sector: het aantal werknemers neemt af en het aantal zelfstandigen neemt sterk toe.

Werknemers (aantal): Creatieve industrie in 2013

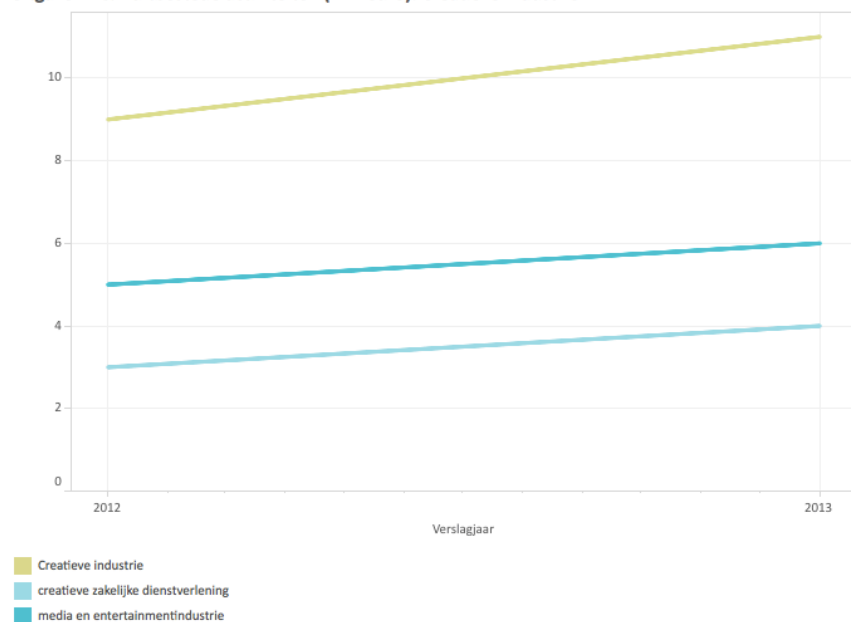


Bron: Monitor Topsectoren, CBS

De creatieve industrie kent een bijna gelijke verdeling tussen aantal werkzame mannen en vrouwen: ca. 60.000 man, ca. 50.000 vrouw.

Tot slot laat de creatieve sector de afgelopen jaren een duidelijke groei zien in de uitgaven aan R&D.

Uitgaven R&D uitbestede activiteiten (mln euro): Creatieve industrie



Bron: Monitor Topsectoren, CBS



2 PERSONEN

gemiddelde
bedrijfs-
grootte

43%

ZZP in de sector



EXPORT

0,21%

GOEDEREN

29,5%

DIENTEN
in de wereld



130.550

Creative Businesses

180.000 FTE

2,55%

van de werkende
bevolking



€ 58.500 /FTE

CREATIEVE INDUSTRIE

1,82%

€ 10.534.000.000



PLAATS
CREATIVE
OUTPUTS IN
DE WERELD

BBP

Nederland

2. VISIE, DOEL en STRATEGIE

2.1. Visie op rol CLICKNL

De topsector Creatieve Industrie heeft als ambitie dat Nederland in 2020 de meest creatieve economie van Europa heeft. De creatieve industrie heeft een cruciale rol als het gaat om het versterken van het innovatie vermogen van Nederland. Het blijven innoveren en het vinden van ongebruikelijke oplossingen voor complexe problemen is een kerncompetentie 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.

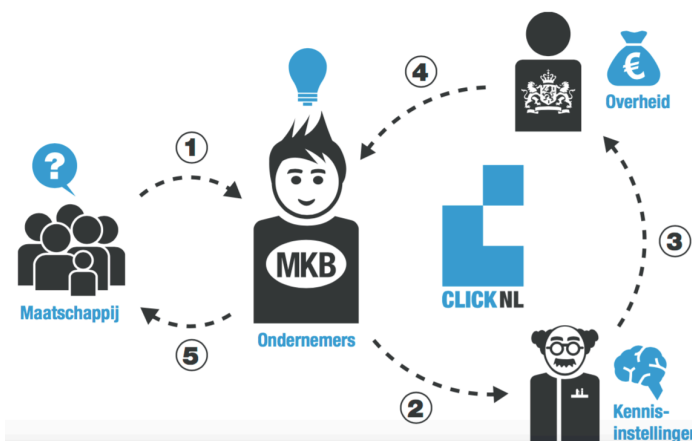
2.2. Doelstellingen CLICKNL

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



2.3. Strategie en realisatie 2015

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

CLICKNL richt zich daarbij op de volgende activiteiten:

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

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

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

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

Key Performance Indicators

In het jaarwerkplan 2015 van TKI CLICKNL is aangegeven dat het TKI drie hoofddoelstellingen (key-performance indicators) heeft over de periode 2012-2015, in relatie tot de prestatieafspraken van het TKI met het Ministerie van EZ. Deze resultaten voor 2015 worden hieronder benoemd.

- *Groei private bijdrage*

De afgelopen jaren heeft het TKI CLICKNL een forse groei laten zien van de private investeringen in publiek-privaat onderzoek binnen de sector. Over 2013 bedroeg de totale private bijdrage, in het kader van de opgave TKI-Programmatoeslag, nog ca. € 200.000,-. In 2014 was dit bedrag toegenomen naar een kleine € 4 mln. private investeringen in pps-onderzoeksprojecten.

De cijfers over 2015 zijn bij het schrijven van deze eindrapportage nog niet volledig uitgewerkt. TKI CLICKNL verwachtte een totale private inbreng in pps-onderzoek over 2015 van ca. € 5 mln. De tussenstand doet vermoeden dat deze verwachting echter wat naar beneden bijgesteld moet worden. Onder andere het minder aantal NWO toekenningen in 2015 lijkt ook tot een terugval in TKI toeslag te leiden. Een tweede oorzaak is dat het moeilijk blijft zicht te hebben op lopende projecten bij kennisinstellingen. Er zijn inmiddels aanvullende acties ondernomen om meer projecten te identificeren. (Zie verder ook paragraaf 3.8 Efficiëntie en effectiviteit.)

In 2015 is een nieuw innovatiecontract voor de topsector creatieve industrie opgesteld. Daarin zijn afspraken vastgelegd voor een investering van in totaal ca. 87 mln. door overheid, kennisinstellingen en bedrijfsleven voor de komende 2 jaar (2016 en 2017). *Groei van het aantal deelnemers in onderzoek en innovatie*

Bovenstaande toename van private inbreng in publiek-privaat onderzoek heeft ook meteen zijn weerslag in de toename van het aantal deelnemers in onderzoek en innovatie. De creatieve sector bestaat immers voor een groot deel uit kleine en middelgrote bedrijven. De verwachting over de cijfers 2015 zijn dat het aantal deelnemende bedrijven is toegenomen naar ca. 400.

- *Meer samenwerking met potentiële opdrachtgevers*

Bij deze doelstelling gaat het met name om de samenwerking en het betrekken van bedrijven en opdrachtgevers uit andere sectoren. Hierbij is dus vooral het cross-overs programma van CLICKNL relevant. Juist door de focus op crossovers en maatschappelijke uitdagingen wordt verwacht dat een verdere groei van de sector kan worden gerealiseerd. In 2015 heeft TKI CLICKNL hierin belangrijke resultaten geboekt ten aanzien van de cross-over Create Health en Create Energy en zijn eerste verkenningen uitgevoerd voor Smart Industry en Smart Retail. (Zie paragraaf 3.2. voor meer informatie).

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 2015 is de Kennis en Innovatieagenda 2016-2019 voor de creatieve industrie opgesteld; deze vormt de basis waarmee de komende jaren innovatie en nieuwe diensten en producten kunnen worden gestimuleerd en ontwikkeld. De Kennis en Innovatieagenda Creatieve Industrie stelt belangrijke vragen en probeert onderwerpen en kennisgebieden te identificeren die de creatieve industrie kan inspireren om met verschillende instituten, bedrijven en overheidsinstellingen samen te werken zodat de Nederlandse economie in 2020 de meest creatieve van Europa zal zijn.

Daarnaast vormt de CLICKNL Kennis en Innovatieagenda de basis voor het kennis- en innovatiecontract waarin overheid, kennisinstellingen, topsectoren met elkaar afspreken hoe CLICKNL, aan de hand van onderzoek, invulling geeft aan innovatie binnen de Topsector Creatieve Industrie. Het is bovendien richtinggevend voor de calls voor onderzoek van de topsector creatieve industrie. De Kennis en Innovatieagenda 2016-2019 is een verdere aanscherping van eerdere agenda's uit 2012 en 2014-2015.

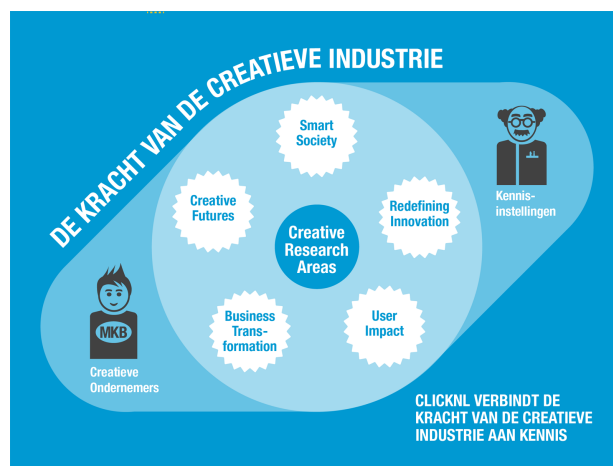


Societal Challenges

Net als in de vorige agenda's kiest CLICKNL voor een aantal grand societal challenges als leidraad voor onderzoek. Hiermee wordt aansluiting gezocht bij het Europese programma Horizon 2020. Het onderzoek heeft tot doel kennis en innovaties te realiseren die bijdragen aan oplossingen voor grote maatschappelijke uitdagingen. CLICKNL legt haar prioriteit voor de periode 2016-2019 bij een drietal maatschappelijke uitdagingen: Inclusieve en innovatieve samenleving, Schone energie en circulaire economie, Langer gezonder leven.

Creative Industries Research Areas

Om oplossingen voor maatschappelijke uitdagingen aan te dragen en de concurrentiekracht van de sector te versterken, richt de agenda zich op een aantal themagebieden waarin de creatieve industrie waarde toevoegt op basis van haar specifieke expertises en competenties. Dit zijn de creative industries research areas die in de voorbije jaren binnen de sector zijn opgebouwd. CLICKNL netwerken zijn doorgaans binnen meerdere van de thema's actief. Het onderzoek kent een vijftal thema's: *Smart Societies*, *Creative Futures*, *Redefining Innovation*, *User Impact* en *Business Transformation*.



De NWO calls voor de creatieve industrie in 2015 waren mede op de KIA van CLICKNL gebaseerd. Via de deelname aan deze calls binnen de verschillende deelsectoren van CLICKNL worden de doelstellingen mede gerealiseerd.

Daarnaast is in 2015 specifiek ingezet op het onderzoeken van de mogelijkheden voor het realiseren van grote publiek-private samenwerkingsverbanden voor onderzoek in de creatieve industrie. Door de relatieve kleinschaligheid van de sector (met veel MKB) worden vooral veel relatief kleine onderzoeksprojecten gerealiseerd waarvan het onderzoeks-consortium vaak maar een beperkte looptijd kent. De uitdaging is om meer slagkracht in het onderzoek en meer duurzame publiek-private onderzoeks-consortia te realiseren. Voor de toekomstbestendigheid van de industrie is het nodig om grote onderzoeksprogramma's op te zetten en deze duidelijk te verbinden met de verschillende innovatieprojecten en onderzoeksactiviteiten uit het veld. Deze grote sector-brede PPS-en die CLICKNL wil opzetten, hebben tot doel om zowel generieke als toegepaste kennis te ontwikkelen over verschillende sectoren heen. Met generiek wordt bedoeld, kennis die in de basis (foundational) relevant is voor verschillende deeldomeinen (architectuur, design, digital media, fashion, gaming, popmuziek etc) van de creatieve sector. De kennis wordt ontwikkeld en toegepast in de verschillende sectoren en cross-over vraagstukken waar de creatieve sector zich mee bezig houdt. Deze dubbele generieke kwaliteit komen aan bod binnen de grote PPS-en. CLICKNL wil in de nabije toekomst meerdere (2 à 3) grote PPS-en bouwen waar

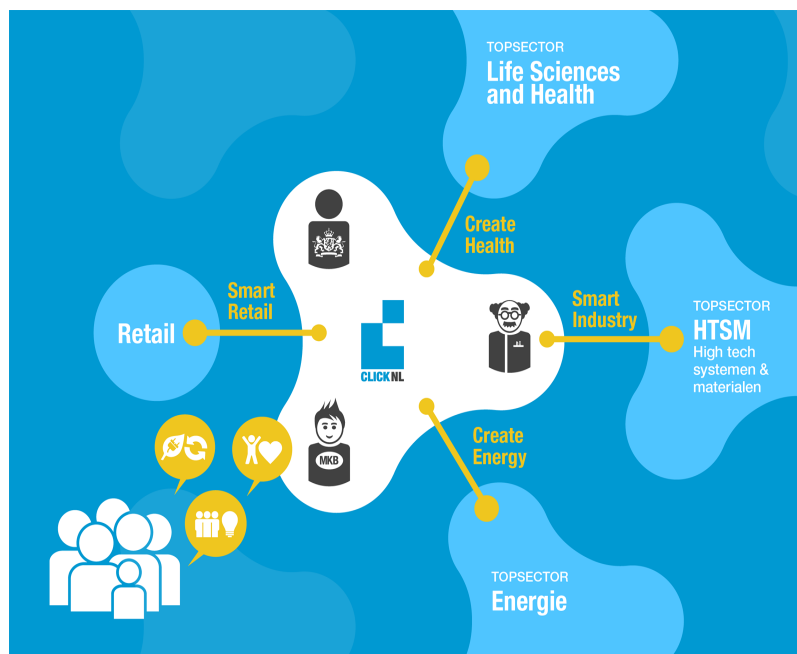
verschillende onderzoeksprojecten rondom zulke generieke kennisontwikkeling worden uitgevoerd. Met de PPS-en worden antwoorden ontwikkeld voor de vragen die voor creatieve professionals van belang zijn. Deze vragen liggen veelal ten grondslag of zijn onderliggend aan de (innovatieve) opdrachten die deze professionals krijgen en uitvoeren. Daarnaast willen we de huidige innovatie en onderzoek community inspireren, in omvang uitbreiden en een hechtere samenwerking tot stand brengen.

Om een en ander te realiseren is in 2015 een plan ontwikkeld op basis waarvan de ministeries OCW en EZ € 1 mln. ter beschikking hebben gesteld om deze grote pps'en te gaan realiseren. De uitwerking hiervan zal in 2016 volgen.

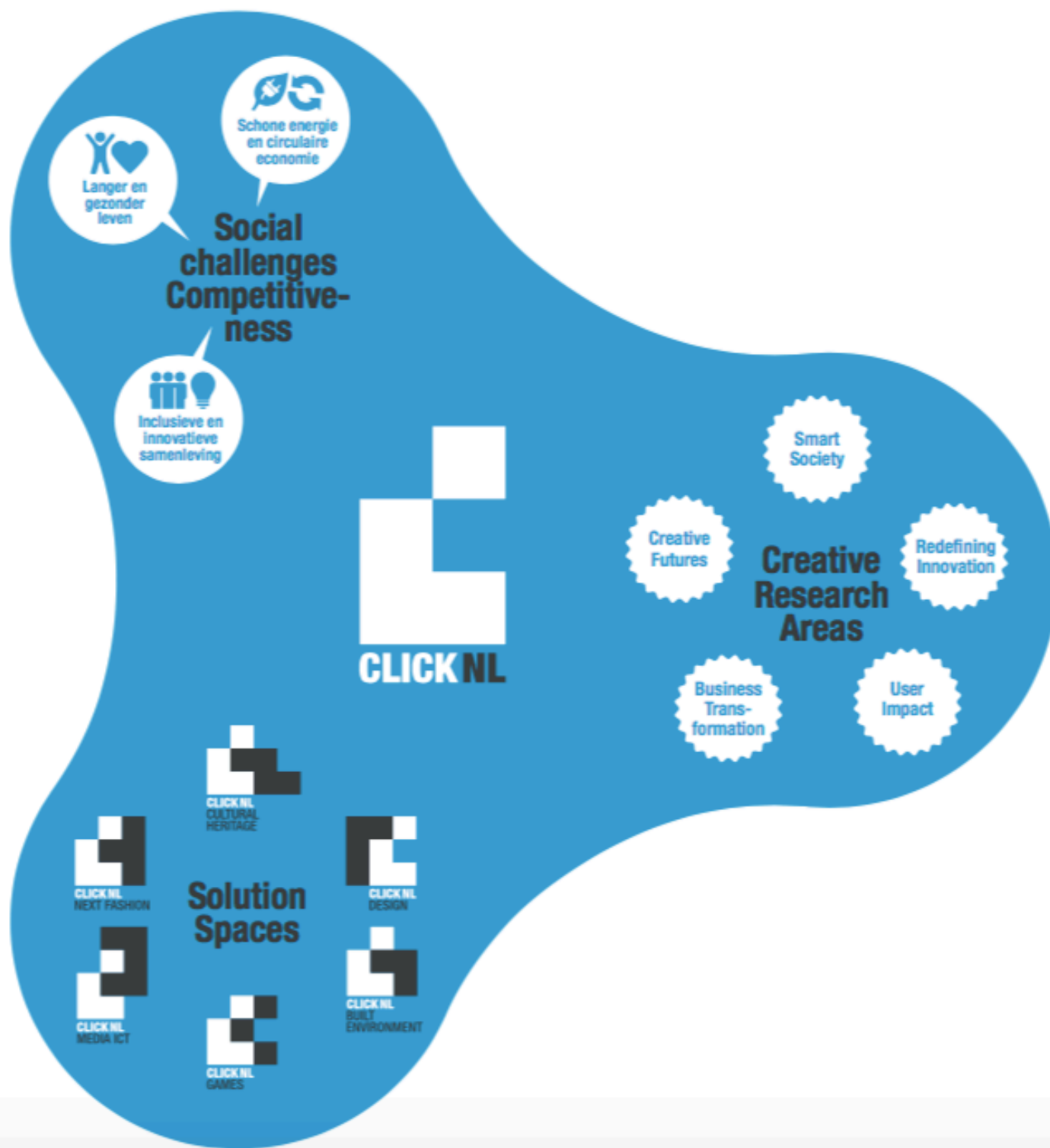
Cross-over Programma's

Naast het ontwikkelen van kennis over, in en met de creatieve industrie, zet TKI CLICKNL in op cross-overs. De creatieve industrie voegt bij uitstek waarde toe aan andere domeinen. In samenwerking met andere topsectoren zijn de afgelopen jaren dan ook cross-over programma's ontwikkeld en uitgevoerd. Deze trachten door middel van synergie de krachten van verschillende sectoren te bundelen om maatschappelijke uitdagingen aan te gaan en innovatie te stimuleren. Voor de periode 2016-2019 gaat het in ieder geval om de volgende programma's:

- **CROSS-OVER CREATE HEALTH**
Hoe kunnen we kennis ontwikkelen over zorginnovaties om gezond en actief ouder te worden? En hoe schalen we deze op zonder dat de zorgkosten stijgen?
- **CROSS-OVER CREATE ENERGY**
De energiesector is in transitie. Hoe kan de creatieve industrie bijdragen aan de transitie in de energiesector?
- **CROSS-OVER SMART INDUSTRY / HIGH-TECH**
De razendsnelle ontwikkeling van robotica, sensortechnologie en 3D printen maakt duidelijk dat de vierde industriële revolutie een feit is. Die revolutie, Smart Industry, biedt het Nederlandse bedrijfsleven de kans concurrerend te blijven in de wereldmarkt.
- **CROSS-OVER SMART RETAIL / DE NIEUWE WINKELSTRAAT**
Hoe kunnen we winkelgebieden in Nederland voorbereiden op een toekomst waarin de grenzen tussen de fysieke en de online wereld vervagen? Wat voor producten, diensten en een belevingen kunnen we creëren waardoor deze gebieden aantrekkelijke bestemmingen voor (winkelend) publiek zijn.



In paragraaf 3.2. worden deze cross-overs verder toegelicht en de resultaten over 2015 nader beschreven.

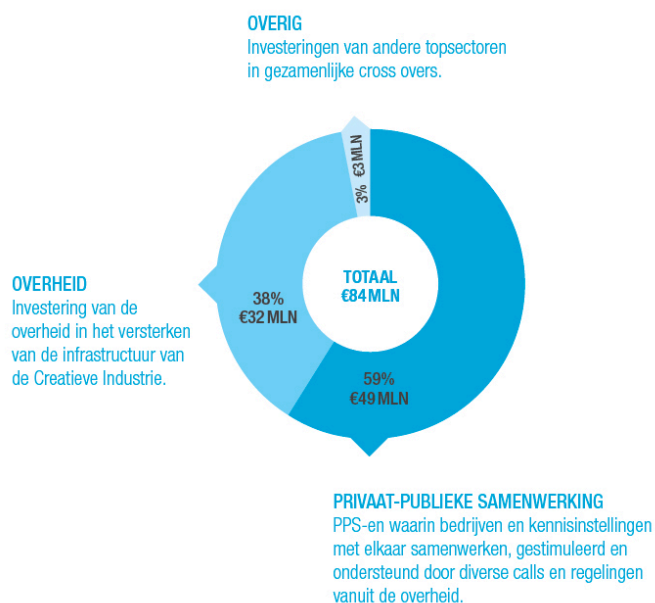


2.4. Kennis- en Innovatiecontract 2016-2017

Op basis van de Kennis- en Innovatieagenda 2016-2019 is het afgelopen jaar ook gewerkt aan de nieuwe propositie voor het kennis- en innovatiecontract 2016-2017. Daarin zijn afspraken vastgelegd voor een investering van in totaal ca. 87 mln. door overheid, kennisinstellingen en bedrijfsleven voor de komende 2 jaar (2016 en 2017).

Ruim de helft van het investeringsbedrag, 49 miljoen euro, bestaat uit publiek-private samenwerkingsverbanden waarin bedrijven en kennisinstellingen met elkaar samenwerken, gestimuleerd en ondersteund door diverse calls en regelingen vanuit de overheid. Daarnaast investeert de overheid in de periode 2016-2017 32 miljoen euro in het versterken van de infrastructuur van de Creatieve Sector. Andere Topsectoren investeren nog eens 3 miljoen euro in gezamenlijke projecten, zogenaamde cross-overs.

CLICKNL streeft zowel naar langjarige en grootschalige onderzoeks- en innovatieprogramma's als naar kortlopend onderzoek. Daartoe wordt in het kader van het innovatiecontract nauwe samenwerking gezocht met Universiteiten, Hogescholen en met 'Centers of Expertise' waarin MBO- en HBO-instellingen samen met het bedrijfsleven werken aan aantrekkelijk onderwijs en innovatie. Vooral de cross-overprogramma's, waarin samenwerking met andere sectoren wordt gezocht zoals de zorg, energie, maakindustrie, retail, zijn cruciaal om de maatschappelijke uitdagingen aan te pakken.



2.5. Bestuur en organisatie CLICKNL

De topsector wordt geleid door het topteam, dat 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. Voor de creatieve industrie zijn dit:

- Barbera Wolfensberger (CEO reclamebureau FHV BBDO)
- Paul Hekkert (hoogleraar Vormtheorie en hoofd van de afdeling Industrial Design, faculteit Industrieel Ontwerpen, TU Delft)
- Marjan Hammersma (directeur generaal Cultuur en Media, Ministerie OCW)
- Désirée Majoor, Vice-Voorzitter College van Bestuur van HKU
- Jann de Waal (CEO en eigenaar van Info.nl)

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

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

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

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.

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

Het CLICKNL bureau verbindt en ondersteunt de netwerken. Het CLICKNL bureau is gevestigd in en wordt ondersteund door de gemeente Eindhoven. Dit vormt het knooppunt van en voor de CLICKNL Netwerken en fungeert als het landelijke bureau en 'point of access' voor de creatieve industrie in het algemeen en haar opdrachtgevers in het bijzonder. Het heeft een ondersteunende, faciliterende en verbindende rol. Het CLICKNL-bureau stimuleert de samenwerking tussen de netwerken en met andere sectoren, en bewaakt de ambities en synergie op nationaal niveau.

Het bureau wordt gevormd door een directeur, secretaris/subsidie coördinator, secretariaat en een communicatiemedewerker. Dhr. F. Grotenhuis heeft, vanwege het vertrek van de vorige directeur, tot 2 maart 2015 de functie van directeur als interim waargenomen. Daarna was vanaf maart 2015 mevrouw L. Gonggrijp aangesteld als directeur van TKI CLICKNL.

3. THEMA'S

3.1. Onderzoeksthema's

De KIA, zoals in paragraaf 2.3 beschreven, verbindt de onderzoeksvraagstukken via de netwerken (solution spaces) aan de maatschappelijke vraagstukken. In de KIA zijn vijf verbindende onderzoeksthema's - 'creative research areas' – benoemd.

In 2015 heeft CLICKNL deze centraal gesteld bij de uitwerking van nieuwe calls. De keuze voor deze vijf thema's maakte het ook beter mogelijk gericht in te zetten op samenwerking met andere topsectoren en de zogenaamde cross-overs.

De volgende vijf onderzoeksthema's zijn in 2015 binnen de KIA benoemd:

1. **Smart Society** heeft tot doel de introductie van slimme toepassingen, grotendeels gebaseerd op digitale technologie, in onze leefwereld en samenleving te onderzoeken en te bevorderen.
2. **Creative Futures** gaat over de bijdrage van de creatieve industrie aan het verkennen, bevorderen en creëren van nieuwe toepassingen en systemen in onze toekomstige samenleving, onder meer door design thinking en ontwerpend onderzoek.
3. **Redefining Innovation** stelt de vraag centraal hoe en op welke wijze de creatieve industrie het proces van innovatie in economie en samenleving verandert en een aanjager is van innovatie in andere sectoren en domeinen.
4. **User Impact** agendeert het onderzoek naar de wijze waarop de creatieve industrie impact op gebruikers kan optimaliseren, maar ook de potentiële collectieve kracht van gebruikers in maatschappelijke veranderingsprocessen kan mobiliseren.
5. **Business Transformation** onderzoekt de gevolgen van de verandering voor de sector, de wijze waarop de creatieve industrie waarde creëert voor de samenleving. Vraag is hoe de eigen business verandert en via welke nieuwe modellen de sector daar het beste op kan inspelen.

Zie http://www.clicknl.nl/wp-content/uploads/2015/10/DEF-CLICKNL_KIA-2016-2019.pdf voor de volledige Kennis en Innovatie Agenda van CLICKNL.

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

De toegevoegde waarde van de creatieve industrie komt tot volle wasdom wanneer de verbinding met andere sectoren wordt gemaakt via zogenoemde cross overs.

Een belangrijk deel van de toegevoegde waarde van de creatieve industrie komt tot stand komt 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 2015 is dan ook veel aandacht besteed aan het zoeken naar en sturen op kansrijke cross-overs voor CLICKNL. Daarbij is ingezet op een viertal cross-over programma's:

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

Hieronder worden deze cross-overs nader toegelicht en de resultaten hiervan voor 2015 beschreven.

Create Health

Create Health is een programma waarin de topsector creatieve industrie samenwerkt met de topsector Life Sciences & Health. Hoofddoel- stelling daarvan is het ontwikkelen en opschalen van innovaties voor maatschappelijke zorgvraag- stukken. Drie thema's staan daarin centraal:

- *Homecare and self management*; gericht op zo lang mogelijk thuiswonen;
- *Preventie overgewicht*; leefstijl beïnvloeding gericht op voorkomen van overgewicht;
- *Preventie eenzaamheid*; voorkomen eenzaamheid bij kwetsbare ouderen door het bevorderen van participatie.

In het kader van het laatste thema is een deelprogramma ontwikkeld met het doel e-health toe- passingen voor mensen die leiden aan dementie te optimaliseren door de topsector Life Sciences and Health samen met de creatieve industrie. Het programma vormt de eerste aanzet om het creatieve en het invloedrijke gebruik van e-health tools te versterken ten einde eenzaamheid van patiënten te vermijden en mensen langer thuis te laten wonen. Het programma is in 2015 gestart met als doel het door te ontwikkelen tot een langjarige PPP van beide betrokken topsectoren.

Voor Create Health zijn in 2015, na een gezamenlijke call met TKI LS&H, twee grote onderzoeksprojecten gestart op deze cross-over. Het betreft cross-over onderzoek naar oplossingen met impact waardoor mensen met dementie langer zelfstandig kunnen blijven.

Het gehonoreerde project *FIT*, onder leiding van het Amsterdam Health & Technology institute, gaat over het maken van keuzes in ondersteuning op maat bij de specifieke situatie en fases van dementie. Het tweede project, onder leiding van het UMCG, betreft *Roodkapje*, een serious health game voor naasten van mensen met dementie, waardoor zij gemakkelijker samen zorg kunnen bieden. In het innovatiecontract is door beide TKI's de intentie uitgesproken om de komende jaren meer financiering ter beschikking te willen stellen via de landelijke toeslagregeling voor onderzoek via Create Health.

Het programma Create Health wordt gecoördineerd door CLICKNL | gaming.

Create Energy

In Create Energy werkt CLICKNL samen met de TKI's van de topsector Energie. Hier gaat het om het project Green Deal Smart Energy Cities: Empowering Smart Energy Citizens. Samen met het Ministerie van Economische Zaken, Netbeheer Nederland en vijf grote Nederlandse gemeenten creëert het project ruimte voor de opschaling van innovaties voor slimme, lokale energievoorzieningsystemen. De ambitie van Create Energy is om in 2019 ten minste 100.000 gebouwen te verduurzamen, door ze energieneutraal in te richten met behulp van slimme innovatieve oplossingen. Daartoe worden eigenaren, gebruikers, huurders en andere stakeholders ondersteund om state-of-the-art innovaties toe te passen.

Binnen dit project, dat in 2015 is gestart, levert de creatieve industrie een actieve bijdrage aan een belangrijke transitie in de energiesector naar een lokaal en decentraal energievoorzieningsstelsel. De creatieve industrie versterkt de projectaanpak door de inzet van creative producers.

De creative producers vertalen de projectcontext naar een aanpak waarin de gebruiker centraal wordt gesteld. Zij zorgen dat de kwaliteiten van diverse creatieve bedrijven worden ingezet voor het inrichten van het project en het betrekken van de gebruikers en eigenaren van de gebouwen. Daarnaast draagt CLICKNL bij in de realisatie van dienstenontwikkeling op basis van het Nederlandbreed Energiedata-platform, op basis waarvan diensten kunnen worden ontwikkeld naar gebruikers/klanten, communities, netbeheerders, energiebedrijven en andere stakeholders.

De inbreng vanuit TKI CLICKNL richt zich daarmee vooral op sociale innovatie, op een ander ontwerp en aanpak van de projecten die de transitie in de energiesector ondersteunen, die de kracht van het betrekken van de bewoners/gebruikers benut, hen centraal zet en daarbij technologie en beschikbare expertise benut.

Het programma Create Energy wordt gecoördineerd door CLICKNL | Media & ICT.

Smart Industry/High-Tech

In het cross-over programma HTSM Smart Industries werkt CLICKNL samen met de top-sector High Tech Systems & Materials aan de innovatie van de maakindustrie. De ambitie is om de rol van de creatieve industrie in innovatie binnen de maakindustrie te ontwikkelen, van opdrachtnemer (vooral de huidige situatie) naar die van consortiumpartner in de ontwikkeling van nieuwe concepten, toepassingen en systemen, bijvoorbeeld in de hoedanigheid van initiator en bedenker. Dit programma wil komen tot nieuwe baanbrekende, internationaal relevante proposities en nieuwe verdienmodellen. Het programma streeft naar allianties van grote en kleine (start up) ondernemingen uit de smart Industries sector en de creatieve industrie, waarbij maximaal gebruik wordt gemaakt van de Nederlandse kennisinfrastructuur.

Door CLICKNL is hiervoor gewerkt aan het programma “Tech meets Creative meets Business Savviness”. Een programma dat verbindt, versnelt en gericht is op concreet en meetbaar resultaat: allianties van grote en kleine (start-ups) ondernemingen uit de Smart Industry/ High Tech sector en de creatieve industrie waarbij maximaal gebruik wordt gemaakt van de Nederlandse kennisinfrastructuur. In 2015 is door de kwartiermakers van deze cross-over een rapportage opgeleverd waarin dit programma wordt uitgewerkt.

De verkenningen die voor deze cross-over zijn uitgevoerd hebben in 2015 ook geleid tot een samenwerking met de TKI voor High Tech Systemen en Materialen (HTSM) in het gezamenlijk opstellen en indienen van een aanvraag voor de MIT Innovatiemakelaars. Deze innovatiemakelaars zullen (via FME) het komende jaar worden ingezet op de cross-over Smart Industry met een focus op de Agro&Food sector. Daarbij zullen High-Tech MKB bedrijven verbonden worden aan MKB bedrijven uit de creatieve industrie.

Verder is, als onderdeel van de landelijke Smart Industry agenda, een fieldlab initiatief UPPS gestart. UPPS staat voor Ultra Personalized Products & Services. Daarbij ligt in eerste instantie een accent op gezondheid (‘health’) en mode (‘fashion’). Het Holst Centre, TU/e en de Design Academy Eindhoven zijn hier onder meer partners. Ook voor dit initiatief is najaar 2015 een MIT subsidieaanvraag innovatiemakelaars aangevraagd en gehonoreerd.

Binnen CLICKNL worden de activiteiten van deze cross-over gecoördineerd vanuit het netwerk CLICKNL | design.

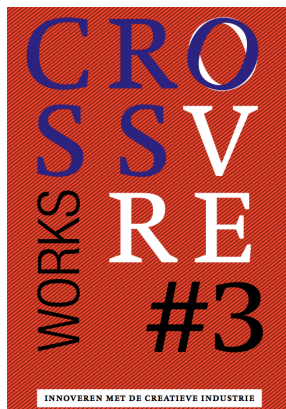
Smart Retail/De Nieuwe Winkelstraat

Smart Retail heeft tot doel winkelgebieden in Nederland te helpen om toekomstbestendig te worden. Het programma is er in het bijzonder op gericht de aantrekkingskracht van deze gebieden voor de groeiende groep consumenten die veel tijd in de digitale wereld doorbrengen, op peil te houden. Het platform wil die doelstelling realiseren vanuit het gezamenlijk belang van de verschillende stakeholders, in het bijzonder de overheid, ondernemingen, vastgoedpartijen en centrum- en straatmanagers. Een kennis- en innovatieagenda die specifiek is gericht op de wijze waarop de creatieve industrie kan bijdragen aan retailinnovatie is in ontwikkeling. Vooralsnog zijn de volgende activiteiten voorzien: (1) Winkel- gebieden toegang geven tot kennis en ondersteuning; (2) Transparanter maken van vraag en aanbod, onder andere door standaardisatie; (3) Organiseren van duurzame connecties tussen belanghebbende organisaties van winkelgebieden; (4) Ontwikkelen van een cook book en het op basis van kennis en best practices opzetten van innovatieve pilots.

De cross-over Smart Retail richt zich op de volgende onderzoekslijnen:

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

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



Binnen CLICKNL worden de activiteiten gecoördineerd vanuit het netwerk CLICKNL | Next Fashion.

In 2015 zijn ook weer twee publicaties verschenen van **Cross-over Works**. Deze publicaties worden samengesteld om meer inzichtelijk te maken wat de creatieve industrie voor toegevoegde waarde kan leveren aan andere sectoren en om te laten zien wat er op dit gebied al gerealiseerd wordt. Dit wordt in de publicaties door middel van voorbeelden geïllustreerd. In 2015 is een is hiervan ook weer een publicatie verschenen: Cross-over Works #3.

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

3.3. Verdeling van middelen en projectselectie

In 2015 is door CLICKNL voor het eerst TKI-toeslag ingezet. Het gaat enerzijds om een tweetal projecten uit een call i.s.m. TNO en een project uit een call i.s.m. TKI Life Science & Health. Anderzijds heeft TKI CLICKNL in 2015 TKI-toeslag beschikbaar gesteld aan een onderzoeksproject van TU Delft via de TKI-projecttoeslag.

Daarnaast is in 2015 via de CLICKNL netwerken ook veel gebruik gemaakt van diverse calls van onder meer NWO, SIA, MIT regeling. Een groot deel van deze calls waren gebaseerd op de KIA van CLICKNL en meer in bijzonder op de deel-agenda's van de CLICKNL-netwerken. Daar zijn ook diverse onderzoeksprojecten uit voort gekomen. De CLICKNL-netwerken hebben ieder eigen deel-agenda's uitgewerkt die tezamen aan de gezamenlijke agenda (kIA) verder invulling geven. Op de website van CLICKNL zijn de uitgewerkte deel-agenda's van alle CLICKNL netwerken terug te vinden (www.clicknl.nl)

Zowel de onderzoeksprojecten uit de ingezette TKI-toeslag als enkele onderzoeksprojecten uit de calls van NWO, SIA en de MIT regeling via de netwerken worden hieronder kort toegelicht.

3.3.1. TKI-Toeslag Projecten CLICKNL 2015

TKI CLICKNL heeft in 2015 € 500.000 TKI-Toeslag beschikbaar gesteld voor call i.s.m. TNO waarbij 'toegepast onderzoek' voorstellen konden worden ingediend met een combinatie van expertise uit universiteiten, HBO's en TNO, én een bijdrage vanuit bedrijven. De projectvoorstellen moesten passend zijn binnen de kennis- en innovatieagenda van CLICKNL of het cross-over programma. Daaruit zijn 2 onderzoeksprojecten voortgekomen:

De Nieuwe Winkelstraat: basisdata voor iedereen beschikbaar!

Het koop- en winkelgedrag van consumenten verandert onder invloed van digitalisering en dit heeft impact op winkelgebieden. Digitale ontwikkelingen maken het daarnaast ook mogelijk om het fysieke winkelen te verrijken. De creatieve industrie speelt een belangrijke rol in deze verrijking. Op dit moment komt dit nog onvoldoende van de grond omdat veel basisinformatie niet beschikbaar is.

In het project 'Nieuwe winkelstraat: basisdata voor iedereen beschikbaar!' wordt in zes werkpakketten gewerkt aan de volgende centrale kennisvraag: Hoe ziet een centraal dataplatform inclusief bijbehorend ecosysteem eruit en welke toegevoegde waarde biedt dit voor alle betrokken partijen?

In dit onderzoeksproject wil een consortium van bedrijven en kennisinstellingen ondersteund door gemeenten een proof-of-concept ontwikkelen en evalueren voor het ontsluiten van basisdata over winkels, horeca en entertainment dat voor iedereen beschikbaar is. Het gaat hierbij naast het technisch ontwerpen en implementeren van een (proof-of-concept) dataplatform, ook om het ontwikkelen van toepassingen door een aantal creatieve bedrijven in combinatie met gemeentes om de data op het dataplatform te gebruiken en aan te tonen dat het gebruik van een dataplatform voordelen biedt. Daarnaast wordt in het project het ontwerpen en ontwikkelen van een ecosysteem rondom de basisdata en het dataplatform opgepakt, waarin de rollen en taken van de verschillende partijen worden uitgewerkt. Dit om ervoor te zorgen dat data op het dataplatform onder de juiste condities voor iedereen beschikbaar is en up-to-date blijft, zodat er meerwaarde voor alle partijen gaat ontstaan en creatieve toepassingen ontwikkeld kunnen worden.

Het consortium wordt gevormd door TNO, de Stichting Anton Dreesmann Leerstoel voor Retailmarketing (UvA), Ondernemersfonds Binnenstad Tilburg, Wugly, Info.nl, Wugly.nl, gemeente Tilburg en gemeente Hilversum. Daarnaast is er directe betrokkenheid van het Platform De Nieuwe Winkelstraat.

De totale projectkosten zijn begroot op € 330.000 waarvan een TKI-Toeslag inzet van € 150.000,-.

Strijp-S: Het ontwikkelen van een smart ecosysteem voor creatieve Smart City-toepassingen

Steden krijgen steeds meer te maken met vergrijzing en klimaatverandering, maatschappelijke uitdagingen die de kwaliteit van leven negatief kunnen beïnvloeden. Tegelijkertijd zijn steden ook een katalysator van innovatie. Door zich te ontwikkelen tot Smart Cities, met innovaties op het gebied van gezondheid, mobiliteit en veiligheid, hopen steden de kwaliteit van leven te verbeteren en



tegelijkertijd duurzame economische groei te stimuleren.

Naast technologische oplossingen op het gebied van ICT, wordt er ook gezocht naar oplossingen in gedrags- en cultuurverandering. De creatieve industrie – gewend om diensten en producten te ontwikkelen waarbij de gebruikers centraal staan – speelt daarbij een belangrijke rol. De vraag is alleen hoe de samenwerking tussen infrastructurele partijen en creatieve bedrijven tot stand komen: hoe en waar kunnen partijen elkaar vinden om samen tot innovatieve oplossingen te komen? Wat hebben ze daar voor nodig? En, hoe kan men deze oplossingen en manieren van samenwerken valoriseren? De gemeente Eindhoven heeft ambities om zich tot Smart City te ontwikkelen, met een sterke focus op Smart Lighting. De Wijk Strijp-S in Eindhoven biedt daarvoor goede mogelijkheden. Het woon- en werkgebied op het voormalige Philips-terrein biedt zowel industriële

als creatieve bedrijvigheid, maar ook actieve gebruikers en kennisinstellingen die bij kunnen dragen aan innovatieve oplossingen op het gebied van energie en mobiliteit. Een consortium van TNO, TU/e en Park Strijp Beheer onderzoekt samen met bewoners, gebruikers en bedrijven hoe de samenwerking tussen verschillende partijen op het gebied van Smart Lighting in Strijp-S wordt vormgegeven. Zo leren we van dit Living Lab hoe samenwerkingsverbanden worden opgezet en in andere Smart City initiatieven en cross-overs van de Creatieve Industrie kunnen worden toegepast.

Het doel van dit onderzoeksproject is om in Strijp-S succesvolle (repliceerbare) crossovers tussen de infrastructurele partijen en de creatieve industrie te realiseren in het kader van Smart City oplossingen rond energie en mobiliteit met behulp van data en nieuwe licht-technologieën. Dit vindt plaats aan de hand van de volgende vijf lijnen:

1. De ontwikkeling van drie waardevolle Smart City-toepassingen voor Strijp-S.
2. Inzicht in de meerwaarde van de creatieve industrie voor de ontwikkeling van Smart City-concepten.
3. De ontwikkeling van stappenplan voor effectieve manieren van samenwerken in crossovers in een Smart City context.
4. De ontwikkeling van een stappenplan voor het orkestreren van succesvolle, adaptieve innovatie- ecosystemen die crossovers stimuleren (inclusief data infrastructuur en –governance)
5. De ontwikkeling van een stappenplan voor succesvolle valorisatie van Smart City-concepten die voortkomen uit crossovers (scope en schaal)

De totale projectkosten zijn begroot op € 400.000 waarvan een TKI-Toeslag inzet van € 200.000,-.

Daarnaast is in 2015 een call opgezet i.s.m. TKI Life, Science & Health ten behoeve van het cross-over programma Create Health. Beide TKI's hebben gezamenlijk € 700.000,- TKI-Toeslag beschikbaar gesteld t.b.v. projectvoorstellen in het kader van het programma 'Langer zelfstandig met dementie'. Deze call sloot goed aan bij de ambities van het Deltaplan Dementie en is daarmee ook een opmaat naar grotere samenwerkingsverbanden met meer mogelijkheden voor zowel onderzoek- als innovatieprojecten met als doel houdbare zorg tegen beheersbare kosten en een dementievriendelijker samenleving.

Uit deze call zijn 2 onderzoeksprojecten voortgekomen (*FIT* en *Roodkapje*) waarvan TKI CLICKNL er een voornemens is te financieren met TKI-Toeslag:

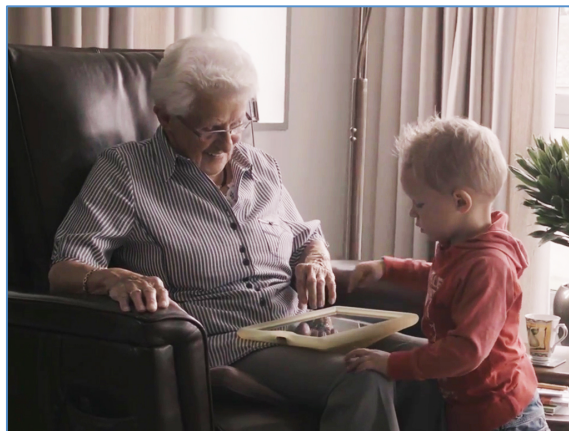
Roodkapje, een serious health game voor naasten van mensen met dementie.

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 gediagnosticeerde) 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. Het project heeft nog geen definitieve toekenning van TKI CLICKNL ontvangen voor de TKI-Toeslag omdat enkele voorwaarden nog nader moeten worden ingevuld. In verband hiermee is dit project ook niet opgenomen in de bijlage 'Uitvraag Inzetprojecten 2015' over de inzet van de TKI-toeslag van CLICKNL in 2015. Bij definitieve toekenning zal het gaan om een TKI-Toeslag van € 230.000.

Tot slot heeft TKI CLICKNL in 2015 een onderzoeksproject gefinancierd met TKI-Projecttoeslag:

Expertisecentrum OV-betalen

De introductie van de OV-chipkaart verliep niet vlekkeloos. Een gebrek aan inzicht in het reizigersperspectief en een sterke focus op technische mogelijkheden en bedrijfsbelangen, leidde tot een systeem dat mede door gebruiksproblemen op weerstand stuitte. Bij



de ontwikkeling van de volgende generatie OV-betalen is de ambitie om vanaf moment één het reizigersperspectief op het netvlies te hebben en te zoeken naar oplossingen die leiden tot een service die aantrekkelijk en gebruiksvriendelijk is.

Een van de problemen hierbij is dat er in het speelveld rond OV-betalen geen zogenaamde 'orchestrator' is, een partij die de zicht heeft op gebruikersvoorkeuren en de belangen van de verschillende partijen afweegt en met voorstellen komt. Dit zorgt ervoor dat nieuwe ontwikkelingen worden vertraagd en het reizigersbelang in sommige gevallen raakt ondergesneeuwd. Doorgaans wordt gedacht in deeloplossingen en minder in een integrale aanpak van de gehele customer journey.

In het Expertisecentrum OV-betalen, mede mogelijk gemaakt met TKI toeslag van CLICKNL, wordt gewerkt aan verbetering van het huidige OV-chipkaart systeem en aan gebruiksgerichte, kennisintensieve oplossingen voor toekomstig OV-betalen in Nederland. Door middel van een gebruiksgerichte, geïntegreerde aanpak worden oplossingen gegenereerd die aansluiten bij de wensen van reizigers en de belangen van de verschillende organisaties achter de OV-chipkaart.

Het project bestaat uit vijf onderdelen:

1. *Optimalisatie open betaalgrens*: herontwerp van open betaalgrenzen (met palen), met als doel de minimalisatie van vergeten uitchecks, inclusief validatie door middel van een veldtest.
2. *Internationale luchtreizigers*: ontwikkeling van een customer journey en touchpointconcepten voor OV-betalen voor toeristen en zakelijke reizigers op vliegvelden.

3. *Grensoverschrijdend spoorvervoer*: ontwikkeling van een customer journey en touchpointconcepten voor OV-betalen in gevallen waarbij treinreizigers (zowel over lange afstand als lokaal) grenzen van landen en daarmee van OV-betaalsystemen overschrijden.
4. *Bankpas als OV-chipkaart*: ontwikkeling van een customer journey en touchpointconcepten voor het integreren van het gebruik van bankpassen in het Nederlands OV-betalen.
5. *Gebruikservaring poorten*: herontwerp van gesloten betaalgrenzen (met poorten) die reizigers een comfortabele check-in/uit biedt en een hoge efficiënte (met name piekcapaciteit) hebben.
6. *Bankpas als OV-chipkaart*: ontwikkelen van een customer journey en touchpointconcepten voor het integreren van het gebruik van bankpassen in het OV-chipkaartsysteem.

Deelnemende partijen zijn: TU Delft, NS Reizigers, GVB, RET, Connexxion, KLM, Schiphol, Thales en TransLink. De totale projectkosten hiervan bedragen ca. € 420.000,- waarvan ca. € 68.000,- via TKI-Projecttoeslag wordt gefinancierd.

3.3.2. Projecten CLICKNL netwerk 2015

Hieronder wordt op hoofdlijnen een overzicht gegeven van een deel van de calls die in 2015 door enkele CLICKNL netwerken zijn benut en het wat daarvan de resultaten zijn geweest. Tevens worden enkele projecten aangegeven die hieruit in 2015 zijn gestart.

CLICKNL-BuiltEnvironment

Het netwerk Built Environment heeft in 2015 bijdragen geleverd aan de Research Through Design call (STW, NWO en SIA), Take-off (STW) en MIT Regeling (RvO), alsmede de regelingen van het Stimuleringsfonds voor de Creatieve Industrie. Vanuit de gehonoreerde projecten binnen de Research Through Design call vallen er vier binnen het domein van het netwerk Built Environment. Ook de MIT Regeling heeft voor het netwerk Built Environment enkele gehonoreerde projecten opgeleverd.



Recycled park is het voorstel om de plastic vervuiling in de Nieuwe Maas op te vangen, vlak voordat het de Noordzee bereikt. Het opgevangen plastic wordt hergebruikt/recyclet om een nieuwe waarde aan de rivier toe te kennen. Van het plastic worden drijvende bouwstenen gemaakt voor een nieuwe groenvoorziening; drijvend park. Het voorstel is een initiatief van WHIM architecture en de Recycled Island Foundation in samenwerking met de Gemeente Rotterdam, Wageningen Universiteit (WUR), Better Future Factory en HEBO maritiemservice. Vanuit de gemeente Rotterdam is er de wens om meer groenvoorzieningen te realiseren. Drijvend groen kan daar een onderdeel van zijn in de vorm van een drijvend park of groene kade. Het plastic in de Nieuwe Maas is nog redelijk vers en daardoor waarschijnlijk goed te recycleren. Wat de beste wijze van recycleren is, wordt onderzocht door de WUR..

CLICKNL-CulturalHeritage

Door het netwerk Cultural Heritage is in 2015 vooral gebruik gemaakt van de Calls van NWO (KIEM, Embedded Research en Strategisch Research). Hieruit zijn uiteindelijk 26 KIEM projecten voortgekomen. Daarnaast zijn 8 grote strategische onderzoeksprojecten en 4 projecten voor embedded onderzoek binnen de creatieve industrie mogelijk gemaakt met financiering uit de NWO-regeling voor strategisch en embedded onderzoek. 10 van deze initiatieven zijn gericht op innovatief gebruik van cultureel erfgoed. Tot slot heeft de NWO-call voor Museumbeurzen 8 nieuwe projecten opgeleverd die onder de Creatieve Industrie vallen.

#BigArtRide is een cultureel media project, georganiseerd door DROPSTUFF.nl, Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid en Europeana, het platform voor Europees digitaal cultureel erfgoed. Het project zal aan de hand van twee installaties Amsterdam verbinden met andere Europese steden. Elke installatie bevat een Virtual Reality headset, een fiets gekoppeld aan een computer en een groot publiek scherm waarop omstanders de fietsers kunnen volgen. De twee fietsers, elk in een andere stad, zullen tegelijkertijd een virtuele stad doorkruisen, met als doel als snelste de finishlijn te halen. Omstanders op het plein kunnen de fietsers in de digitale wereld helpen door bijvoorbeeld een band op te pompen of door licht te geven wanneer het donker wordt. Wanneer de race voorbij is zal een camera aangaan op beide locatie en kunnen gebruikers en omstanders elkaar zien en naar elkaar zwaaien. De stad wordt omgeven door de schoonheid van Europa's cultureel erfgoed door middel van kunstwerken. Via een applicatie kunnen gebruikers daarnaast de kunstwerken verder ontdekken, delen en



CLICKNL-Games

Door NWO zijn diverse toekenningen gedaan aan onderzoek, waarvan 1 strategisch en 1 embedded onderzoeksproject binnen CLICKNL-Games. Populair was in 2015 de nieuw ontwikkelde KIEM-regeling. Hiervan is door meerdere game projecten gebruik van gemaakt. Daarnaast heeft SIA-RAAK 1 projectaanvraag gehonoreerd en is er vanuit de MIT-regeling 1 R&D samenwerkingsproject



Het Lectoraat Logopedie van Hogeschool Utrecht gaat in het project **DigiTaal** onderzoek doen naar de toepasbaarheid van tabletgames in taaltherapie bij jonge kinderen. Het doel is inzicht te krijgen in de werkelijke kansen en mogelijkheden van gamegebruik voor de taalontwikkeling van jonge kinderen met een taalontwikkelingsstoornis.

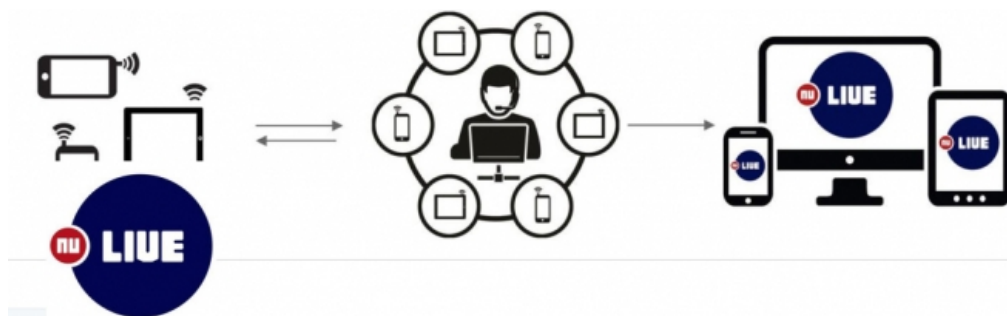
Een aantal logopedisten past games al met succes toe in taaltherapie. Anderen ervaren dat de communicatieve interactie tijdens gamen niet altijd optimaal verloopt. Veel logopedisten hebben daarom vragen over de toepasbaarheid van tabletgames in taaltherapie bij jonge kinderen. Welke games zijn geschikt voor gebruik in taaltherapie? Hoe kunnen games ingezet worden? Wordt met gebruik van games ook taal geleerd, zoals het geval is bij gebruik van traditionele materialen? Het project DigiTaal gaat antwoorden zoeken op deze vragen.

CLICKNL-Media&ICT

Door het netwerk Media&ICT is in 2015 met name succesvol gebruik gemaakt van de MIT Regeling. 19 van de 31 gehonoreerde aanvragen MIT-haalbaarheidsstudie betroffen Media&ICT-projecten. 16 van de 23 gehonoreerde aanvragen MIT-R&D samenwerkingsprojecten betroffen Media&ICT met een totale waarde van 2,4 mln. euro. Tot slot zijn nog enkele succesvolle strategische aanjaagprojecten voorbereid waaronder Living Lab Thuis wonen met Dementie en Data Science voor Media.

Cameraad wordt NU.LIVE:

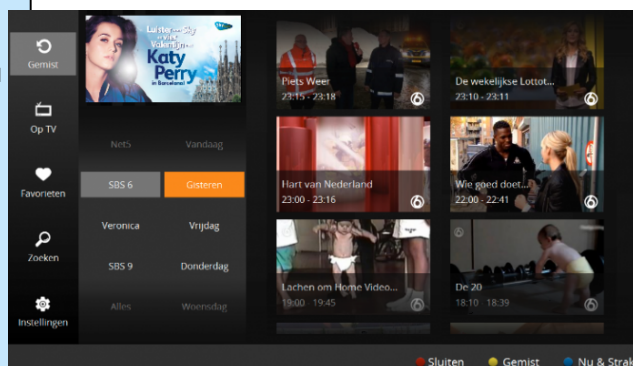
TNO en NU.NI ontwikkelden samen NU.LIVE. Met de app NULive kunnen ooggetuigen van nieuws live video streamen naar de redactie. Daarmee heeft de site in één klap potentieel vijf miljoen cameramensen in het land. Onder de werktitel Cameraad werd een demoversie gepresenteerd tijdens Media Park Jaarcongres en in februari 2016 gaat de dienst live. Gert-Jaap Hoekman beschrijft wat hij leerde in een column <http://www.immovator.nl/nieuws/gert-jaap-hoekman-dit-hebben-wij-geleerd-bij-de-ontwikkeling-van-nulive>



Adressable TV (SBS op HBBTV):

SBS Broadcasting doet in 2015 eerste proeven met addressable tv. Addressable tv wordt mogelijk gemaakt door middel van HbbTV (hybrid broadcast broadband television), een technologie die televisie en internetdiensten combineert.

Integratie van lineaire en non-lineaire content wordt in de toekomst steeds belangrijker. Addressable TV maakt het namelijk mogelijk om gericht te adverteren op televisie met persoonlijke en relevantere advertenties voor de consument als resultaat. Een uitgelezen kans voor adverteerders om de voordelen van op televisie en digitaal adverteren te combineren. De gebruikerservaring blijkt niet alleen zeer positief, maar zelfs de eerste aankopen naar aanleiding van HbbTV zijn al gedaan!



CLICKNL-NextFashion

Binnen het domein van het netwerk NextFashion zijn in 2015 diverse projecten gehonoreerd uit verschillende call. Vanuit de KIEm regeling zijn 6 projecten op het gebied van NextFashion gehonoreerd. Binnen de STW-call Research Through Design zijn 5 aanvragen ingediend die onder de innovatieagenda van NextFashion vallen. Daarvan is er 1 gehonoreerd. Binnen de SIA/RAAk regeling zijn 2 projecten toegekend in 2015. Tot slot zijn nog enkele projecten gestart vanuit ArtEZ CoE Future Makers.



Smart clothing for thermal control of the human body (TuD – HvA/AMFI)

In dit project richten onderzoekers zich op de ontwikkeling van kleding die de lichaamstemperatuur meet en op peil houdt. Dergelijke kleding kan een enorme uitkomst zijn voor mensen die werken in extreme hitte (ebola-verzorgers of staalarbeiders) of kou. Ook mensen die onder snel wisselende omstandigheden werken, zoals heftruckchauffeurs die continu naar binnen en buiten rijden, kunnen er baat bij hebben.

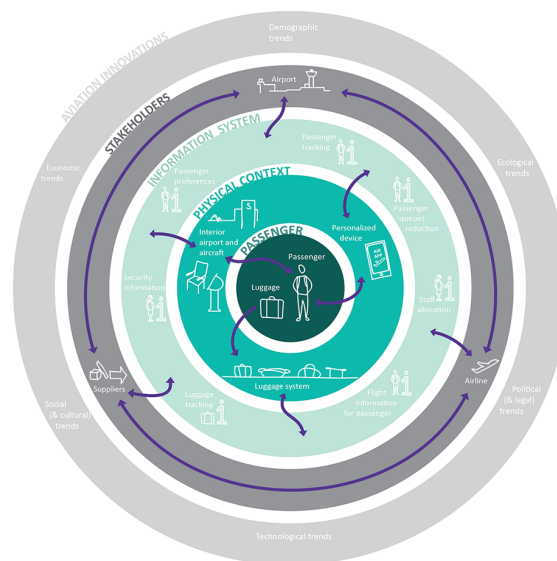
De onderzoekers gebruiken daarvoor combinaties van nieuwe materiaaltechnieken en koeltechnologieën, zoals textiel dat de warmtegeleiding van de huid beïnvloedt, hittebestendig garen, faseovergangsmaterialen en peltier-koelelementen. Een dergelijke technologie biedt enorm veel toepassingen. Sporters kunnen beter presteren in extreme omstandigheden, heftruckchauffeurs hoeven niet meer steeds hun jasje aan en uit te trekken, en werknemers in bijvoorbeeld de staalindustrie kunnen langer en veiliger werken.

CLICKNL-Design

Vanuit het design netwerk is de aandacht vooral gericht geweest op de STW Research Through Design call. Voorlichting in samenwerking met NWO/STW en begeleiding (via het 3TU research centre Design United) van aanvragers bij het formuleren van voorstellen en aangaan van samenwerking met HBO's. Dit heeft geleid tot een sterke verzameling van 20 ingediende projecten uit het designveld. In de uiteindelijke selectie zijn 5 van de 9 projecten ingebed in het design netwerk. Begin 2016 zijn de gehonoreerde projecten in de opstartfase, met STW wordt gesproken over het bouwen van een community van de betrokken kennisinstellingen en bedrijven. Naast deze call zijn een NWO strategisch onderzoeksproject en een aantal KIEM projecten gehonoreerd. In Europees verband is een toenemende aandacht voor design gedreven onderzoek te bespeuren, wat onder andere heeft geleid tot de honorering van het H2020 project 'PASSME' (<http://www.passme.eu/>).

PASSME is een van de nieuwste projecten van de EU. Europese deskundigen op het gebied van luchtvaart, transport, wetenschap, ontwerp en communicatie werken samen om wachttijden voor passagiers met 1 uur te verminderen. Binnen PASSME combineren twaalf partners hun expertise om reistijden voor luchtverkeer met 60 minuten te verminderen. Het PASSME-project heeft de volgende ambitieuze doelen:

- sneller inchecken en ophalen van bagage (30 minuten);
- kortere rijen bij controlepunten door voorspelling en aanpassing van capaciteit (10 minuten)
- slimmere instapsystemen;
- kleinere buffers door grotere voorspelbaarheid (10 minuten);
- passagiers voorzien van continue toegang tot tijdige informatie om de vraag te kunnen voorspellen;
- de kwaliteit van de ervaring gedurende het hele traject van deur tot deur verbeteren voor ten minste 70% van de passagiers.



3.4. Vraagsturing en mkb-betrokkenheid

Aangezien de creatieve sector voor een zeer groot deel bestaat uit MKB-bedrijven is het MKB nauw betrokken bij de activiteiten van CLICKNL. Via de CLICKNL-netwerken zijn er in 2015 diverse activiteiten, workshops, matchmaking bijeenkomsten, seminar en informatiebijeenkomsten georganiseerd waar het MKB bij betrokken was. De bedrijven worden daar niet alleen geïnformeerd over innovatieve ontwikkelingen in hun sub-sector van de creatieve industrie maar 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).

Tot slot heeft CLICKNL in 2015 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 2015 hebben de CLICKNL-netwerken Media&ICT en NextFashion succesvol gebruik gemaakt van deze regeling.

Hieronder volgt een selectie van de activiteiten die m.b.t. vraagsturing en MKB in 2015 hebben plaatsgevonden.

CLICKNL-BuiltEnvironment

- Bijeenkomst 'Met de gebruiker naar een energieneutraal 2020', 27 januari 2015, georganiseerd door kernteamlid SBR-CURnet. Hoe kan de gebruiker bijdragen aan innovatie en het toepassen van duurzame energietechnieken? Pitches over energieneutraal bouwen.
- Bijeenkomst-serie 'Future Formats for Applied Research'. Serie van drie bijeenkomsten met als doel om modellen met elkaar te ontwikkelen, agenderen en delen hoe NWO/RVO onderzoek leidt tot daadwerkelijke markt toepassing. De resultaten zijn op 21 en 22 oktober gepresenteerd op het DRIVE festival in Eindhoven.
- Seminar 'Beyond Mobility. Nederlandse stations: van overstapmachine tot ontmoetingsplaats'. 11 november 2015. Op initiatief van kernteamleden UN Studio en BNA Onderzoek. Over de ontwerpogave en de samenwerking tussen de ontwerper/architect en de andere betrokken partijen bij stationsprojecten. De middag eindigde met het opstellen van een agenda voor toekomstige structurele kwaliteitsimpulsen bij Nederlandse OV-knooppunten.
- Voorlichting tijdens en samenwerking met andere bijeenkomsten, zoals de KvK Mix & Match bijeenkomsten.. Bij de Kamer van Koophandel zijn een kleine 6000 architecten ingeschreven, waarbij inbegrepen stedenbouwkundigen, landschapsarchitecten en interieurarchitecten.

CLICKNL-CulturalHeritage

- Voor een verkenning van de cross-over Cultureel Erfgoed in Virtuele Werelden zijn er enkele CLICKNL Create VIRTUAL netwerkbijeenkomsten georganiseerd. Bij deze bijeenkomsten en workshops is samen met MKB'ers onder meer onderzocht wat de voordelen kunnen zijn van het gebruik van VR, hoe het verschilt van andere beschikbare belevingstechnologie en wat de risico's zijn.
- Tevens heeft er een conferentie Cultuur in Beeld plaatsgevonden waarbij de cross-over is gepresenteerd aan verschillende deelnemers uit de culturele en creatieve sector, waaronder 19 MKB'ers. De resultaten uit eerdere workshops zijn getoond, en de ontwikkeling van een pilot is toegelicht als een belangrijke basis voor een best practice beleid in VR ontwikkeling voor en met de culturele erfgoedsector.
- Er zijn enkele sessies georganiseerd met Erfgoedsoftwareleveranciers/ ontwikkelaars die innovatieve toepassingen ontwerpen

om erfgoed te digitaliseren, digitaal toegankelijk te maken en collecties met elkaar te verbinden.

- In 2015 heeft men zich speciaal gericht op de musea en onderzoekers en MKB dat gericht is op diensten ontwikkelen voor musea, o.a. met thema's zoals 'Storytelling' en via o.a. de discussietafels bij DISH2015 met het onderwerp: "New Business for Museums".

CLICKNL-Design

- Het netwerk organiseerde tijdens de Dutch Design Week 2015 wederom het DRIVE festival voor Design Research & Innovation. Het festival stond in het teken van het belang van kennis en innovatie in de creatieve industrie voor de circulaire en inclusieve economie waar samenwerken met andere sectoren centraal staat. Tijdens de twee dagen van het festival werd in meer dan 50 presentaties een dwarsdoorsnede gepresenteerd van onderzoek & innovatie in de creatieve sector met een focus op design. Naast onderzoekers kwamen creatieve ondernemers, jong talent en veelbelovende MKB-ers aan bod in het programma. In totaal hebben per dag ca. 70 MKB'ers deelgenomen.
- Partner TU Delft faculteit Industrieel Ontwerpen heeft een cyclus van de succesvolle IDEMC masterclasses georganiseerd. Gericht op creatieve professionals, geleid door masters in onderzoek en onderwijs.
- Partner Design United organiseerde met de TU/e de tentoonstelling Mind the Step tijdens de DDW in oktober, met 60 exhibits die aan een publiek van 75.000 bezoekers zijn getoond.
- In het kader van de ontwikkeling van het Smart Industry fieldlab UPPS is een werksessie georganiseerd om ideeën voor projecten te genereren, met een deelname van zo'n 30 MKB-ers.

CLICKNL-Games

- Een aantal onderzoekers en bedrijven zijn in 2015 onderling in nauwe samenwerking aan de slag gegaan met het formuleren van een nieuwe agenda. In de eerste helft van 2016 zullen er werktafels worden georganiseerd met deze nieuwe agenda als basis, om het te ontwikkelen tot een breed gedragen agenda.
- Verder heeft er vanuit CLICKNL-Games actieve vraagarticulatie plaatsgevonden voor onderzoek ontstaan vanuit bezoek topsector aan bedrijfsleven buiten de sector waarbij creatieve industrie een rol kan spelen.
- Tot slot zijn er door CLICKNL-Games via de DGA diverse vragen beantwoord en adviezen gegeven aan bedrijven over met name het gebruik van overheidsinstrumenten.

CLICKNL-Media&ICT

- Er zijn 5 Cross Media Cafes georganiseerd op verschillende thema's met ca. 1.100 inschrijvingen (gemiddeld 225 per CMC);
- Organisatie Mediapark Jres, inclusief 11 expertsessies;
- Diverse masterclasses en workshops hebben plaatsgevonden: Hacks&Attacks, Meet the Masters, MasterMinds Data Science, etc.
- Via de MIT Innovatiemakelaars regeling zijn in totaal 84 MKB'ers ondersteund binnen het netwerk Media&ICT met innovatievraagstukken;
- Een nieuwe editie van Trends en Ontwikkelingen in de Crossmedia is gepubliceerd.

CLICKNL-NextFashion

- In 2015 zijn 3 bijeenkomsten georganiseerd m.b.t. Reshoring en Newshoring waarbij diverse bedrijven betrokken waren;
- Enkele bijeenkomsten zijn georganiseerd als vervolg op het thema 'fit en size' om verbeteringen in pasvormen en maataanduidingen te realiseren zodat vraag en aanbod beter op elkaar kunnen worden afgestemd. Dit heeft uiteindelijk tot een KIEM aanvraag Passende mode via internet en een aanvraag voor een RAAK MKB project geleid;
- Tijdens een bijeenkomst binnen het project Fashion 3.0 waren ruim 125 deelnemers aanwezig waaronder enkele belangrijke en toonaangevend MKB bedrijven;
- Op basis van enkele voorbereidende bijeenkomsten is een RAAK onderzoeksvoorstel ingediend naar de mogelijkheden van recycling van jeans.
- Ook hebben er in 2015 weer diverse routekaartbijeenkomsten plaatsgevonden met betrokkenheid van enkele textielbedrijven.
- Op 11 december werd het symposium Futuring Fashion georganiseerd. Het symposium werd bezocht door ca. 150 deelnemers waaronder veel MKB.

3.5. Internationaal

De Nederlandse creatieve industrie staat internationaal hoog aangeschreven. Onze hoofdstad is jeanscapital van de wereld, Dutch (visual) Design gaat de hele planeet over en Nederland is de op één na grootste exporteur van televisieformats. Met een aandeel van 29,5 % wereldwijd is ons land de nummer 1 exporteur van creatieve diensten.

Vorig jaar is op internationaal gebied, door onder meer de Federatie Dutch Creative Industries (FDCI), de website Creative Holland opgericht. Deze portal is voor Nederlandse creatieve ondernemers die in het buitenland zaken willen doen én voor buitenlandse bedrijven op zoek naar creatief talent uit Nederland.

De creatieve industrie heeft internationaal in 2015 vooral de focus gehad op Duitsland. Ook voor 2016 zullen de internationale activiteiten voor een groot deel op Duitsland gericht zijn. De Duitse markt staat bekend om haar groeipotentieel. Uit onderzoek blijkt dat vooral bedrijven die de conceptmatige kwaliteit van Nederlandse creativiteit weten te combineren met het technologisch sterke Duitse ontwerp, een sterke propositie in handen hebben. Bovendien zorgen maatschappelijke ontwikkelingen als vergrijzing, duurzaamheid, digitalisering voor een toenemende behoefte aan creatieve oplossingen. Samenwerking en het vermogen om 'cross-overs' te maken met andere sectoren lijken hierbij de sleutel tot succes.

Het Duitsland programma bestond in 2015 uit activiteiten en evenementen die door de sector zelf georganiseerd en gefinancierd werden, met ondersteuning vanuit de overheid. Daarbij zorgde een overkoepelende PR-campagne voor extra zichtbaarheid binnen de Duitse markt.

De Nederlandse creatieve industrie was in 2015 onder meer prominent aanwezig op grote beurzen zoals de DMexco en Gamescom in Keulen en de Munich Creative Business Week. Tijdens de Medica in Düsseldorf werd extra ingezet op de meerwaarde van de Nederlandse creatieve industrie op het gebied van 'cross-overs', door een unieke samenwerking met de topsector Life Sciences & Health.

DMexco

Aan de DMexco werd deelgenomen door vijftig Nederlandse bureaus die zich gezamenlijk presenteerden in het Delfts blauwe Creative Holland House. Met steun van de Topsector Creatieve Industrie en het ministerie van Economische Zaken werd onder meer een rondetafel-sessie georganiseerd over 'Zakendoen in Duitsland'.

Met een Holland Borrel in het Creative Holland House (300 bezoekers), Nederlandse presentaties in het officiële conferentieprogramma en de printpublicatie Dutch Digital was de Nederlandse creatieve industrie onontkoombaar op deze beurs voor tech, media en creatie die meer dan 40.000 bezoekers trok.

Reeperbahn Festival

Nederland was met tien kwalitatief hoogwaardige acts vertegenwoordigd op de tiende editie van het muziekfestival. Op een door de Nederlandse creatieve industrie georganiseerde borrel kwamen 500 mensen af. Tijdens een matchmaking diner werd aangekondigd dat Nederland in 2016 focusland is. Dat nieuws zorgde tevens voor veel media-aandacht.

Gamescom

In het 136 m2 grote Holland Paviljoen toonden tien aanstormende game-ontwikkelaars hun innovatieve games. De exposanten zeiden te verwachten dat zij aan de beurs ruim 100.000 euro aan inkomsten zouden overhouden. Gemiddeld werden uit 27,8 leads 8,5 deals gesloten.

Munich Creative Business Week

De MCBW werd in 2015 voor de vierde keer gehouden en is inmiddels het grootste Duitse design-evenement. Voor de tweede keer was een delegatie van de Federatie Nederlandse Creatieve Industrie aanwezig om de kansen voor de Nederlandse creatieve sector bij dit evenement in te schatten. Dit heeft ertoe geleid dat Nederland in 2016 gastland is tijdens de MCBW.

Handelsmissie

Koning Willem-Alexander en Koningin Máxima bezochten in maart 2015 de Duitse deelstaten Sleeswijk-Holstein en Hamburg. Bij dit werkbezoek werd het koningspaar vergezeld door minister Ploumen, die gelijktijdig een tweedaagse economische missie naar deze deelstaten leidde. De Nederlandse Creatieve Industrie toonde in Hamburg de meest inventieve oplossingen voor huidige stedelijke vraagstukken en liet zien wat zij op het gebied van innovatieve podiumtechnologie allemaal te bieden heeft.

Berlin Fashion Week

Onder de verzamelnaam Dutch Eco Design werd tijdens de Berlin Fashion Week een aantal activiteiten georganiseerd rondom duurzame mode. Ethical Fashion Show en GREENshowroom toonden duurzame mode-labels uit een aantal landen. Uit Nederland deden mee: MUD Jeans, Elementum, Studio Elsie Gringhuis, MyOMy, reWrap, Saint Basics en Studio Jux.

Ten aanzien van internationale fondsen zijn de volgende Europese programma's voor CLICKNL in ieder geval relevant: Horizon2020, de JPI's, EITS, Creative Europe, Digital Agenda, EFRO en Interreg. Enkele CLICKNL netwerken zijn op onderdelen hiervan ook aangehaakt.

In 2015 zijn er ook vanuit de verschillende netwerken van CLICKNL activiteiten ondernomen op internationaal gebied.

Vanuit het netwerk CLICKNL | Games heeft in 2015 de Dutch Game Association een nieuw internationaal platform voor de Nederlandse gamesindustrie gelanceerd. Het is de ambitie van de DGA om de Nederlandse gamesindustrie naar een top 3 positie te brengen binnen de Europese markt.

CLICKNL | Cultural Heritage heeft aansluiting bij het Horizon2020 SME Instrument project ACE Creative. De open call voor MKB om zich aan te melden voor hulp bij internationalisering, business modelling en nieuwe technologie is in 2015 op de website gepubliceerd. Via deze connectie hebben enkele bedrijven zich aangemeld voor een support programma via ACE Creative, waaronder COD3M

In het kader van de internationaliseringsagenda heeft NextFashion op 9 september 2015 een seminar georganiseerd in samenwerking met Atelier Néerlandais, eerste in een seminarserie over 'Mode, textiel en Innovatie'. Dit seminar richtte zich op recycling en circulaire economie-strategieën in de mode-industrie. Het doel was om belangrijke ontwikkelingen in de mode-sector aan te pakken en de Nederlands-Franse dialoog voor de toekomstige samenwerking te versterken.

Vanuit CLICKNL | Media&ICT is het internationaal samenwerkingsprogramma Dutch Media Innovators opgezet resulterend in een Partners in International Business programma met 7 deelnemende bedrijven.

CLICKNL|DESIGN is in januari 2015 gevraagd in Brussel een presentatie te geven over design driven innovation voor een publiek van 80 project officers; het moment om invloed te hebben op de inhoud van toekomstige programma's. Dit verzoek vloeit onder andere voort uit het lidmaatschap van de BEDA (Bureau of European Design Associations), waarvan in mei de jaarlijkse Grand Assembly en uitwisseling van best practices is bijgewoond. Daar is onder andere de leidende rol van het designveld op het gebied van circular economy onder de aandacht gebracht, wat heeft geleid tot een positioning paper in EU verband. In februari is een verkennende missie bij MCBW uitgevoerd, om de partnerrol in 2016 vorm te geven. Uitwisseling in internationaal designonderwijs vindt plaats in het wereldwijde Cumulus verband. In december is in het kader van de Turkse Innovatieweek een keynote over design driven innovation in Istanbul verzorgd.

3.6. Kennisverspreiding

Zowel vanuit CLICKNL als vanuit de netwerken worden diverse activiteiten ondernomen om de aanwezige en ontwikkelde kennis in de sector te delen en te verspreiden. Met name de verschillende informatiebijeenkomsten, mix&match bijeenkomsten (i.s.m. het MKB Loker/KvK), etc. dragen uiteraard in grote mate bij om de bedrijven en kennisinstellingen elkaar te laten informeren en kennis op te doen. (Zie voor het overzicht van deze activiteiten paragraaf 3.4). Daarnaast wordt zowel vanuit CLICKNL als vanuit de netwerken diverse communicatiemiddelen ingezet (variërend van websites, social media tot publicaties) om de achterban te informeren en de kennis te delen. Een selectie van deze communicatie-activiteiten uit 2015 is terug te vinden in paragraaf 3.7.

3.7. Transparantie en publiciteit

CLICKNL beschikt over een goed bezochte en dynamische website waar bijna dagelijks nieuws te vinden is over ontwikkelingen en activiteiten binnen de topsector Creatieve Industrie. Naast de website van CLICKNL is het afgelopen jaar wederom fors ingezet op communicatie en interactie via de inzet van social media (waaronder Twitter en LinkedIn) en is er maandelijks een goed gelezen nieuwsbrief rondgestuurd. Al deze communicatiemiddelen kende in 2015 weer een sterke groei in bereik ten opzichte van 2014. Het bezoek aan de website groeide met ca. 15% naar 19.000 pageviews per maand, het aantal abonnees op de nieuwsbrief van CLICKNL steeg met 10% naar 2.428 abonnees, het aantal volgers van het CLICKNL Twitter account steeg met maar liefst 32% naar 2.375 volgers en de LinkedIn groep steeg naar 793 leden (een stijging van 25% ten opzichte van 2014).

Daarnaast heeft elk netwerk binnen CLICKNL zijn eigen communicatie en onderdeel binnen de website waarop bedrijven en instellingen uitgebreide informatie kunnen terugvinden over voor hen relevante ontwikkelingen in desbetreffende sub-sector van de creatieve industrie.

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

- CLICKNL | NextFashion heeft zowel een eigen nieuwsbrief (met ca. 250 leden) die maandelijks verstuurd wordt over innovatie ontwikkelingen, als een nieuwsbrief via Modint (met 550 leden) die 3 a 4 keer per week wordt rondgestuurd. Daarnaast heeft CLICKNL | NextFashion ook een eigen website met een jaargemiddelde van rond de 7.000 bezoekers.
- Het netwerk CLICKNL | BuiltEnvironment heeft ook een eigen nieuwsbrief die in 2015 2 maal verstuurd is.
- Het aantal nieuwsbrief abonnees van het netwerk CLICKNL | Media&ICT is in 2015 verder uitgebouwd tot 1.400. Er zijn in 2015 ca. 6 edities van de nieuwsbrief verschenen.
- In mei 2015 heeft CLICKNL | Games een groot game manifest in de vorm van een boek en documentaire gelanceerd. Daarnaast is ook de nieuwe website/platform gelanceerd waar de netwerkliden zich op kunnen registreren. Dit nieuwe platform verschaft continu nieuwe informatie en er worden vanuit dit platform maandelijks nieuwsbrieven verstuurd met een continu aanbod waar initiatieven, calls, handelsmissies, bijeenkomsten nationaal en internationaal worden gepromoot. De Gamesniewsbrief kende in 2015 ca. 800 abonnees en de website had ca. 2969 unieke bezoekers per maand.
- Ook het netwerk CLICKNL | Cultureel Erfgoed zet voor de communicatie in op zowel een website, nieuwsbrief en Twitter en LinkedIn groep. De nieuwsbrief kende in 2015 zo'n 686 abonnees en de website had ca. 5946 bezoeken in 2015.
- CLICKNL | Design geeft geen eigen nieuwsbrief uit, maar verstuurt specifieke mailings aan het netwerk (met zo'n 2000 adressen uit creatieve industrie en kennisinstellingen) voor o.a. evenementen. Verder wordt met name aandacht besteed aan – goed gelezen - regelmatige nieuwsitems op de CLICKNL site en de onderliggende projectpagina's.

3.8. Efficiëntie en effectiviteit

In 2015 is TKI CLICKNL voor het eerst geconfronteerd met een uitgebreide steekproef op de grondslag projecten van de TKI-Programmatoeslag 2014/2015. In verband met enkele geconstateerde onjuistheden in de opgave en het opnieuw opvragen van de juiste benodigde informatie bij verschillende bedrijven, kennisinstellingen en projectpartners heeft dit in 2015 veel tijd en energie gekost. Uiteindelijk heeft dit ook geresulteerd in een forse korting op de TKI-Programmatoeslag van 2015 van 28,5%.

Geconstateerd is dat veel projectpartners in de sector onvoldoende bekend zijn met de TKI-regeling waardoor opgaven, bij nader onderzoek in de steekproef, ook niet altijd helemaal conform de regels van de TKI-regeling zijn.

In 2015 is ook veel energie gestoken in het zoeken naar naar nieuwe grondslagprojecten voor opgave van de TKI-Programmatoeslag. Veel onderzoeksprojecten waarbij private investeringen plaatsvinden binnen de creatieve industrie blijken echter bij nader onderzoek toch niet aan de regels en voorwaarden van de TKI-regeling te voldoen. Hierdoor vallen bij de inventarisatie van onderzoeksprojecten (t.b.v. de TKI-Programmatoeslag opgave) ondanks de effort in het informeren en ophalen van de benodigde informatie, toch zeer veel onderzoeksprojecten af.

Consequentie hiervan voor de komende jaren is ook dat er, in tegenstelling tot de verwachting, minder grondslagprojecten zullen kunnen worden opgevoerd dan was verwacht. Gegeven het afgesloten innovatiecontract voor de creatieve sector, waarmee in totaal ca. €84 mln. aan investeringen mee gemoeid is voor 2016 en 2017, is dit een tegenvaller in de geprognostiseerde groei van de TKI-Programmatoeslag voor TKI CLICNL.

Door de met de steekproef veroorzaakte onzekerheid in het verkrijgen van de beschikking voor TKI-Programmatoeslag, bleef ook de inzet van TKI-toeslag in 2015 wat achter bij de planning. In 2016 zal echter alsnog een groot deel van de TKI-Programmatoeslag 2015 worden ingezet.

3.9. Belemmeringen

De toekomstige financiering van alle werkzaamheden en activiteiten van CLICKNL (zowel het bureau als de netwerken) blijft enigszins onzeker. Enerzijds heeft TKI CLICKNL mogelijk te maken met verminderde TKI-Programmatoeslag zoals hierboven aangegeven. Anderzijds zal de subsidie voor de CLICKNL-netwerken per 2017 gestopt zijn.

Het afgelopen jaar heeft TKI CLICKNL dan ook gewerkt aan het ontwikkelen van een duurzaam R&D-model voor CLICKNL. De uitwerking hiervan zal in 2016 verder zijn beslag krijgen.

Het betrokken houden van het MKB bij de TKI blijft ook een uitdaging, mede ook als gevolg van de complexiteit van de verschillende regelingen (MIT, TKI-regeling, etc.). Door de longtail aan kleine bedrijven binnen de topsector Creatieve Industrie blijft het moeilijk om in-cash bijdrage te ontvangen. Dankzij de soepelere regels in 2014 waardoor meer in-kind bijdrage kon worden geleverd is er in eerste instantie een groei gerealiseerd in de TKI-toeslag ten opzichte van 2013. Echter, doordat de in-kind bijdragen gemaximeerd zijn, blijft de TKI-toeslag nog erg beperkt in vergelijking tot andere topsectoren. Het opzetten van grootschalige publiek-private onderzoeksprojecten met een forse cash bijdrage van private partijen blijft beperkt door de grote hoeveelheid kleine bedrijven in de creatieve sector.

Wel zal er komend jaar gewerkt worden aan het opzetten van mogelijk 2 grote publiek-private samenwerkingsverbanden in de sector waardoor wellicht ook het totale investeringspotentieel in pps-onderzoek verder toeneemt en daarmee ook de TKI-Toeslag voor TKI CLICKNL toch verder kan groeien.

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

FINANCIEEL JAARVERSLAG

Het financieel jaarverslag is een bijlage bij deze Jaarrapportage.

OVERZICHT INZETPROJECTEN TKI-TOESLAG 2015

Het ingevulde excel-overzicht van alle inzetprojecten met TKI-toeslag over 2015 is als bijlage bij deze Jaarrapportage toegevoegd. Zoals in deze jaarrapportage aangegeven betreft dit alleen de projecten:

- De Nieuwe Winkelstraat: basisdata voor iedereen beschikbaar!
- Strijp-S: Het ontwikkelen van een smart ecosysteem voor creatieve Smart City-toepassingen