

JAARRAPPORTAGE

TKI CLICKNL 2018

3-05-2019

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	7
2.1. Visie op rol CLICKNL	7
2.2. Doelstellingen CLICKNL	7
2.3. Strategie en realisatie 2018.....	8
2.3.1. Key Performance Indicators.....	10
2.3.2. Kennis- en Innovatieagenda (KIA)	12
2.3.3. Cross-over Programma's	15
2.3.4. Resultaten MIT-regeling	16
2.4 Organisatiestructuur CLICKNL.....	17
3. Thema's	20
3.1. Onderzoeksthema's.....	20
3.2. Andere TKI's en cross-overs naar andere topsectoren	22
3.2.1. Crossover CI/ICT/Energie	22
3.2.2. Crossover Create Health.....	23
3.2.3. Crossover Circulaire Economie.....	24
3.2.4. Crossover programma Smart City.....	25
4. PPS-Toeslag inzet van middelen en projecten	27
4.1. PPS-Toeslag inzetprojecten CLICKNL 2018	27
4.1.1. Lopende PPS-Toeslag inzetprojecten.....	27
4.1.2. Nieuwe PPS-Toeslag inzetprojecten	30

4.2. Fieldlab initiatieven CLICKNL 2018.....	30
4.3. PPS-Projecttoeslag Projecten CLICKNL 2018	35
5. Werkwijze en Verbindingen CLICKNL.....	39
5.1. Vraagsturing en mkb-betrokkenheid	39
5.1.1. CLICKNL Netwerkactiviteiten	39
5.1.2. CLICKNL-Innovatiemakelaars	42
5.2. Internationaal.....	44
5.3. Kennisverspreiding	44
5.4. Transparantie en publiciteit	44
5.5. Efficiëntie en effectiviteit	46
5.6. Belemmeringen	48
FINANCIEEL JAARVERSLAG.....	49
OVERZICHT INZETPROJECTEN PPS-TOESLAG 2018.....	50

1. Algemeen

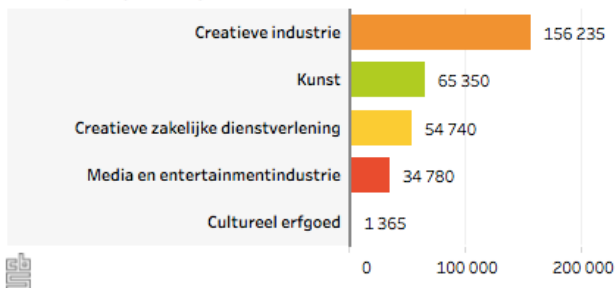
1.1. Korte profielschets & kerncijfers

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.

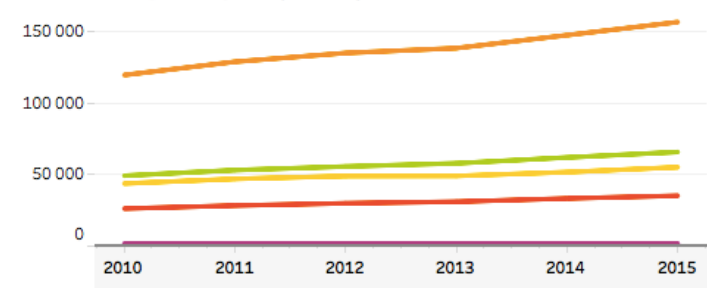
De creatieve industrie versterkt daarmee het innovatievermogen van Nederland. Met haar innovatie- en verbeeldingskracht kan zij mensen verbinden, in beweging krijgen en vertrouwen geven in de wereld van morgen. De sector is een onmisbare schakel in het geven van antwoorden op grote maatschappelijke vraagstukken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

Er werken inmiddels ca. 245.000 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 (43%) in de creatieve sector. De meesten zijn werkzaam in de media- en entertainmentindustrie en de creatieve zakelijke dienstverlening.

Bedrijven (aantal), 2015



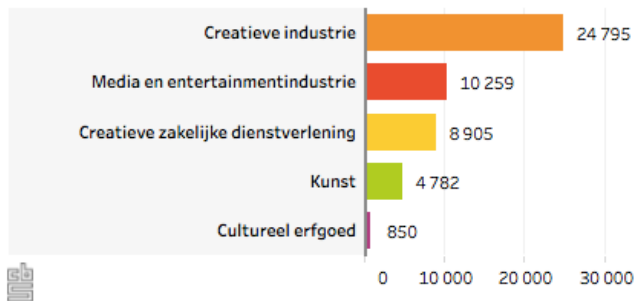
Ontwikkeling Bedrijven (aantal)



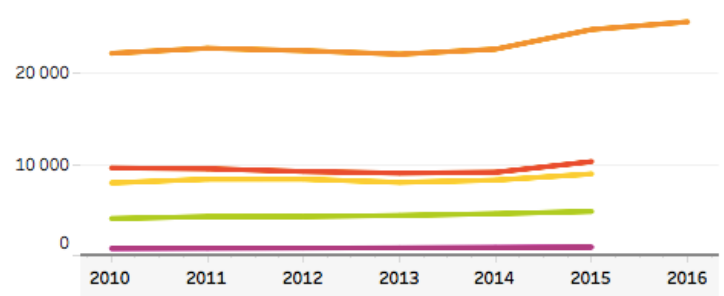
Bron: CBS monitor

De toegevoegde waarde van de Nederlandse creatieve industrie laat ook jaarlijks een stijging zien. Over 2017 leverde de creatieve industrie ca. € 12 mrd aan toegevoegde waarde en ruim € 26 mrd aan productiewaarde. De sector is in aantal bedrijven een van de grootste topsectoren.

Productie in lopende prijzen (mln euro) , 2015



Ontwikkeling Productie in lopende prijzen (mln euro)



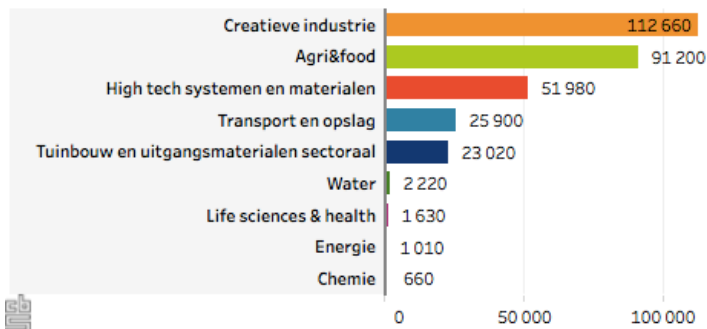
Bron: CBS monitor
topsectoren

Bij de metingen van de monitor topsectoren van CBS is de Creatieve Industrie onderverdeeld in vier subsectoren:

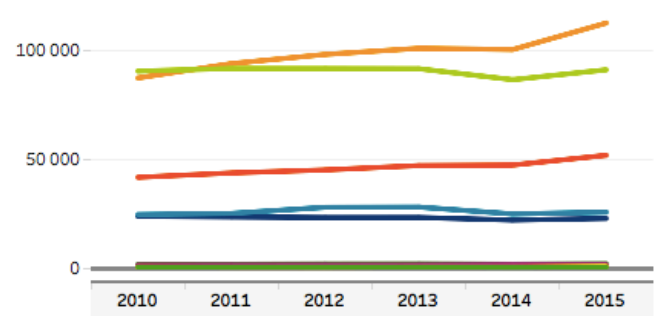
- Kunst (Podiumkunsten, scheppende kunst, etc.)
- Cultureel Erfgoed (musea, monumentenzorg, etc.)
- Media en entertainmentindustrie (televisie- en radio-omroepen, platen- en filmaatschappijen en gameontwikkelaars);
- Creatieve zakelijke dienstverlening (mode, ontwerpers, architecten en reclamebureaus).

In deze rapportage zijn alleen kengetallen gebruikt uit 2015 t/m 2017 omdat de cijfers over 2018 bij het schrijven van deze jaarrapportage nog niet beschikbaar waren in de monitor topsectoren van het CBS.

Zelfstandigen (aantal) naar topsector, 2015



Zelfstandigen (aantal) naar topsector

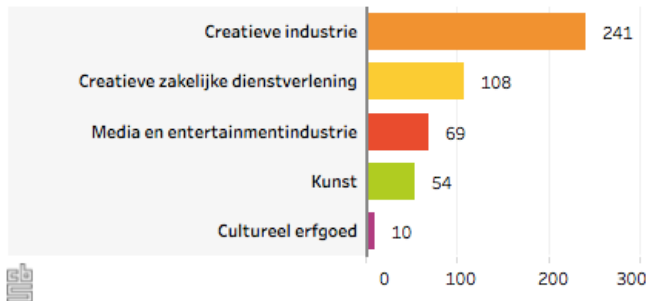


Bron: CBS monitor
topsectoren

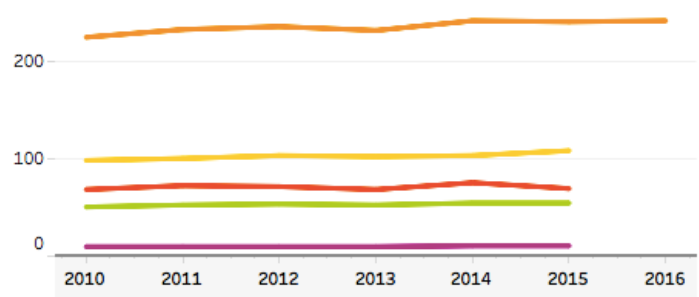
De sector kent het grootste aantal kleine bedrijven en zelfstandigen van alle topsectoren. Een bedrijf in de creatieve sector telt gemiddeld ca. twee werkzame personen (in fte). Dit wordt veroorzaakt door het grote aantal

zelfstandigen dat in de creatieve industrie werkzaam is. In 2014 kende de sector ruim 100.000 zelfstandigen en dit aantal neemt elk jaar toe.¹

Werkzame personen (1000) , 2015



Ontwikkeling Werkzame personen (1000)

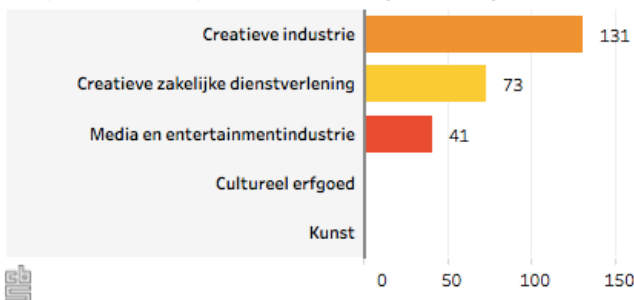


Bron: CBS monitor
topsectoren

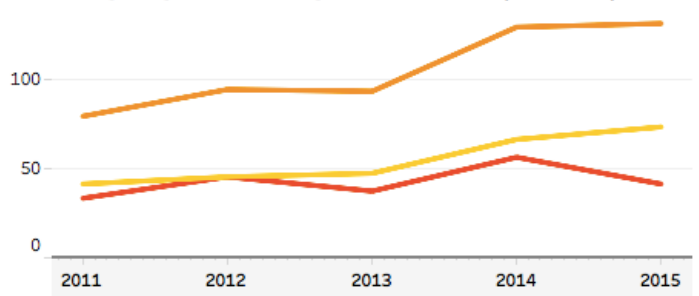
Over de gehele periode 2005-2015 is de werkgelegenheid in de creatieve industrie, gemeten naar het aantal banen, met 2,3 procent gemiddeld per jaar, harder gegroeid dan de economie als geheel (0,4 procent). In die periode kwamen er in de creatieve industrie netto 61 duizend banen bij.

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

Uitgaven R&D eigen activiteiten (mln euro) , 2015



Ontwikkeling Uitgaven R&D eigen activiteiten (mln euro)



Bron: Monitor Topsectoren, CBS

¹ Monitor Topsectoren, CBS

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.

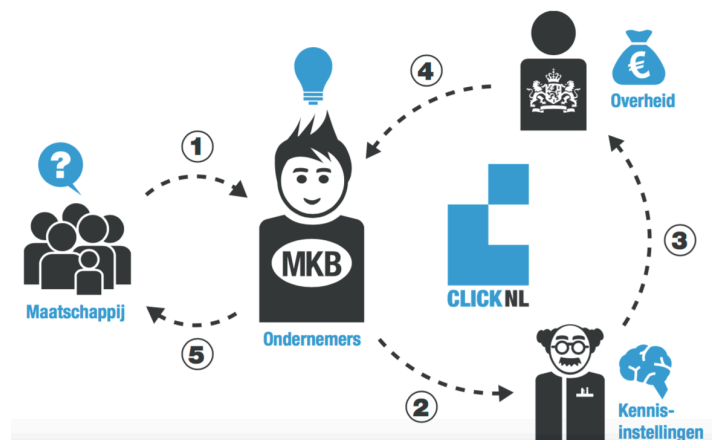
2.2. Doelstellingen CLICKNL

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 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 2018

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.

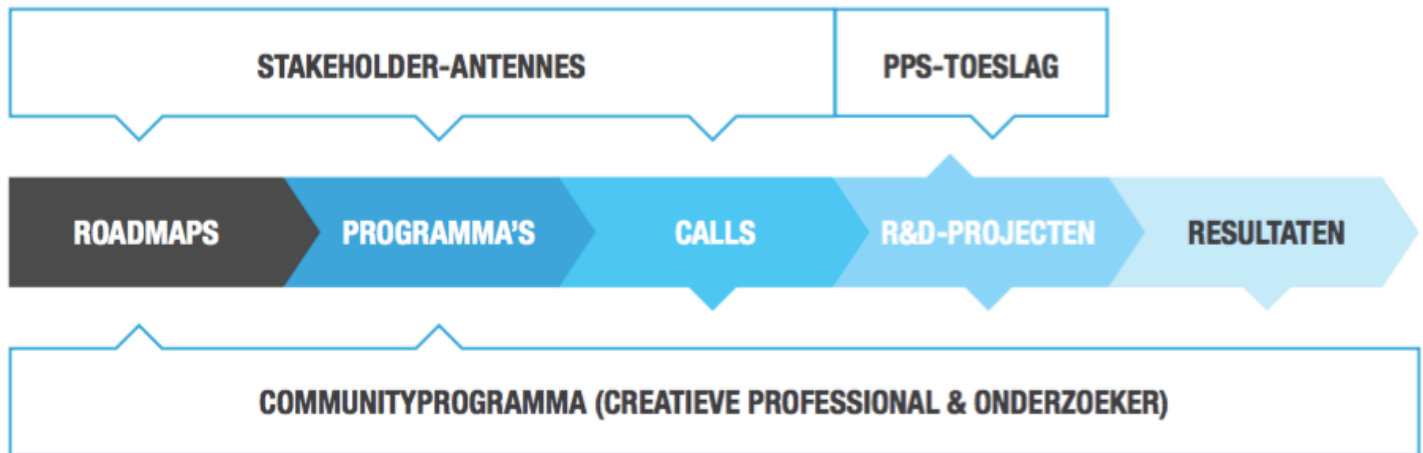
CLICKNL richt zich daarbij op de volgende activiteiten:

- 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. In eerdere jaren was CLICKNL hiervoor onder meer georganiseerd langs de CLICKNL-netwerken die een vertegenwoordiging uit de verschillende deelsectoren van de creatieve industrie omvatten. De afgelopen jaren is de organisatie van TKI CLICKNL vernieuwd en een en ander onder meer vormgegeven via de programmaraad van CLICKNL (zie ook de paragraaf 2.4).

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 genoemde 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 Kennis- en Innovatieagenda van CLICKNL (periode 2018-2021). Deze Kennis- en Innovatieagenda staat uitgebreid beschreven in deze paragraaf.

De realisatie van de strategie over 2018 krijgt op hoofdlijnen zijn weerslag in realisatie van de Key Performance Indicators van CLICKNL en de nadere uitwerking en invulling van de crossoverprogramma's in 2018. Beide zijn hieronder nader beschreven. Tot slot is in deze paragraaf ook een kort overzicht opgenomen van de resultaten van MIT-regeling voor de topsector Creatieve Industrie over 2018.

2.3.1. Key Performance Indicators

Het TKI CLICKNL heeft diverse activiteiten uitgevoerd over de periode 1 januari 2018 tot en met 31 december 2018. 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 2018 gerealiseerde publiek-private samenwerkingen en onderzoeksprojecten.

In het jaarwerkplan 2018 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 2018 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 ieder jaar toe. In 2018 is een PPS-Programmatoeslag aanvraag ingediend van ca. € 3 mln. Daarmee was een bedrag van bijna 10 mln. aan investeringen in publiek-privaat onderzoek mee gemoeid, een verdubbeling ten opzichte van 2017. De gerealiseerde PPS-Programmatoeslag was daarmee ca. 1 mln. hoger dan het jaar ervoor.

De cijfers van de private bijdragen over 2018 (aanvraag 2019) zijn bij het schrijven van deze eindrapportage nog niet volledig uitgewerkt maar TKI CLICKNL verwacht over 2018 een totale private inbreng in pps-onderzoek die vergelijkbaar zal zijn met de cijfers over 2017. Hoewel weliswaar een stijging verwacht wordt in het aantal partijen en grondslagprojecten over 2018, zal de daarbij gegenereerde PPS-Programmatoeslag relatief zwaar worden getroffen door de aangepaste voorwaarden en regels in de PPS-Programmatoeslag regeling. Met name het schrappen van buitenlandse in kind bijdragen zal een groot effect hebben op het niveau van PPS-Programmatoeslag 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 geoormerkt 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 2017 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 2017 hebben, op basis van de bij CLICKNL bekende gegevens (in de PPS-Programmatoeslag aanvraag, ca. 600 bedrijven deelgenomen aan publiek privaaf onderzoek. (Een stijging van ruim 200 ten opzichte van 2016.) De verwachting over de cijfers 2018 is echter dat het aantal deelnemende bedrijven iets zal dalen omdat buitenlandse bedrijven, door de aangepaste voorwaarden in de PPS-Regeling, dus in mindere mate zullen meetellen.

- **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 ook de cross-over programma's van CLICKNL een rol. De crossover programma's zijn in 2018 onder meer vormgegeven via het stimuleren van de ontwikkeling van Fieldlabs op de verschillende crossover thema's.

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 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. CLICKNL stimuleert fieldlabs dan ook voor kortlopend industrieel onderzoek en netwerkactiviteiten.

In 2017 zijn hiervoor de eerste drie Fieldlabs, gefaciliteerd door TKI CLICKNL van start gegaan. In 2018 zijn daar nog 3 Fieldlabs bijgekomen. TKI CLICKNL ondersteunt deze Fieldlabs door de inzet van PPS-Programmatoeslag op de onderzoeksprojecten binnen het Fieldlab en waren in 2018 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)

Deze Fieldlabs worden in hoofdstuk 4 "PPS-Toeslag inzet van middelen en projecten" nader beschreven.

Naast de Fieldlabs heeft CLICKNL zich in 2018 ook beziggehouden met de volgende thema's en activiteiten op het gebied van crossovers:

Smart Livable Cities

Het toekomstbestendig maken van stedelijke gebieden is een centrale missie voor de komende jaren. Wetenschap, bedrijfsleven en overheden hebben in verschillende constellaties een onderzoeksagenda rond het thema 'Smart en Liveable Cities' ontwikkeld. De Creatieve Industrie kan op dit thema een belangrijke rol vervullen. De Creatieve Industrie bestaat uit een grote verscheidenheid van creatieve professionals, variërend van architecten tot ontwerpers van producten en diensten (zowel digitaal als fysiek). De expertises van deze ontwerpers spelen vaak een zeer belangrijke rol in diverse Smart City projecten. Het kan daarbij gaan om verschillende "ontwerp expertises" die daarbij nodig zijn.

CLICKNL heeft in 2018 een kwartiermaker aangesteld om te onderzoeken hoe een onderzoeks- en innovatieprogramma kan worden opgezet rond het thema 'Smart Liveable Cities' dat aansluit op de gelijknamige NWA-route en de VSNU-agenda Digitale Samenleving.

Doel was om een kansrijke coalitie te smeden met een heldere propositie. Concreet betekent dit:

- Een sterk consortium vanuit de NWA, VSNU, Topsector CI en partners uit vijf stedelijke gebieden volgens de 'Quadruple helix' gedachte, bestaande uit kennisinstelling, overheidsorganisatie, maatschappelijke organisatie(s) en relevante partij(en) uit het bedrijfsleven;
- Heldere uitgangspunten voor een onderzoeks- en innovatieprogramma dat wordt gedragen en gedeeld door de partners uit het consortium;
- Inzicht in mogelijkheden voor financiering en een propositie om besluitvorming (ook bij financiers) over de volgende stap af te kunnen dwingen.

Een en ander heeft uiteindelijk geresulteerd in een concrete NWA aanvraag "Making Dutch smart cities SHARED through citizen empowerment, community engagement and multistakeholder governance." Deze aanvraag speelt duidelijk in op de NWA route "Smart Livable Cities" en bestaat uit een brede samenstelling van consortium partners uit onder meer kennisinstellingen, diverse gemeentelijke overheden en nationale (belangen)organisaties.

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

Om meer en grotere R&D-programma's in de creatieve sector te realiseren is TKI CLICKNL gestart met het opzetten van zogenaamde Flagship projecten. Dit zijn grootschalige R&D projecten en/of programma's waarbij ook een of meerdere grote private partijen samenwerken met kennisinstellingen. Ministerie OCW en EZK hebben hiervoor ook additionele middelen beschikbaar gesteld, welke via NWO, i.s.m. TKI CLICKNL op deze flagship projecten worden ingezet.

Daarnaast is er in 2018 natuurlijk veel werk verzet in het operationaliseren van de KIA en de KIC om te komen tot meer en gerichte R&D-programma's voor de sector. In samenwerking met NWO zijn daarvoor in 2018 de volgende calls opgezet en uitgewerkt:

- KIEM
- Flagships KIA: Talpa Network
- Commit2Data/Data & Health
- Cybersecurity
- Transitie en gedrag
- Smart Culture
- Human Capital / LLC
- Complexity
- Future of Work
- Commit2Data/Digital Society
- Commit2Data/Smart Industry

Het merendeel van deze calls zijn inmiddels ook al opengesteld..

2.3.2. Kennis- en Innovatieagenda (KIA)

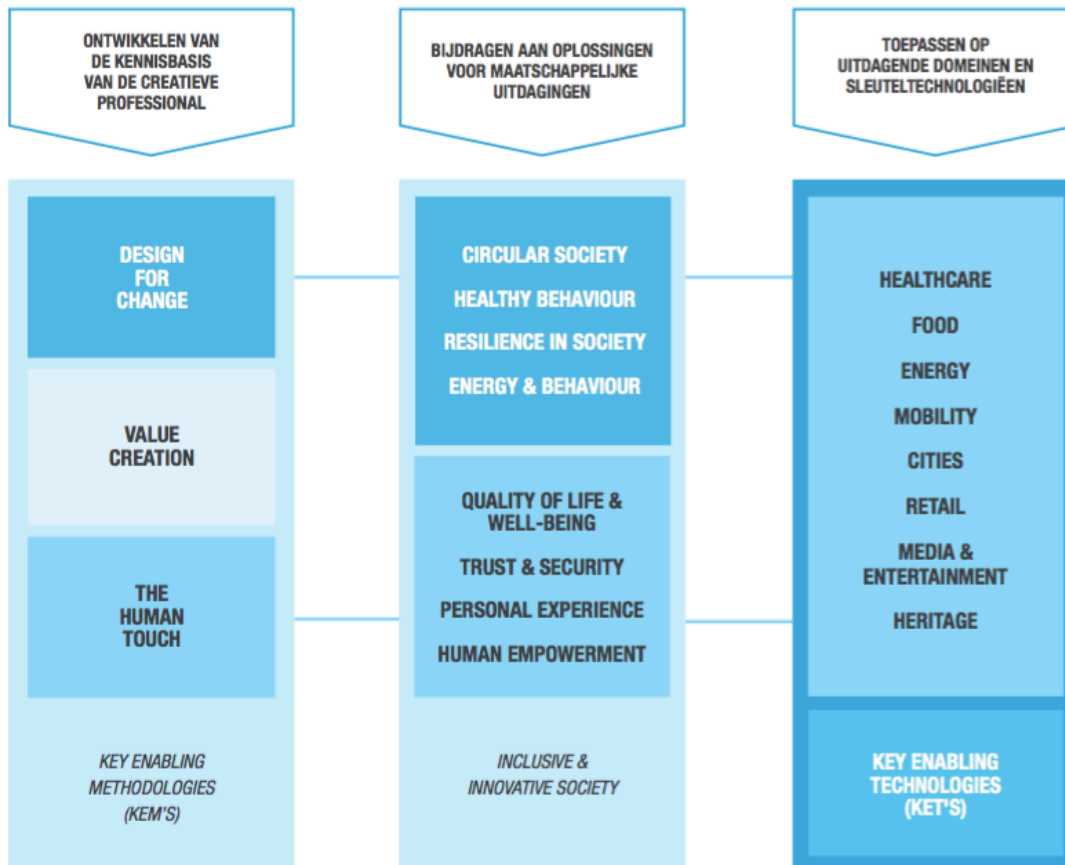
Binnen CLICKNL werken de kenniswereld en de creatieve sector samen op basis van een gedeelde Kennis- en Innovatieagenda (KIA). De KIA benoemt de belangrijkste kennisvragen die leven in de sector.

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. De roadmaps zijn ontwikkeld langs drie thema's:

- Design for Change
- The Human Touch
- Value Creation

Voor de verdere uitwerking van deze drie thematische richtingen naar concrete roadmaps heeft CLICKNL per thema een kernteam aangesteld. Deze kernteams fungeerden als kwartiermakers in de opmaat naar de uiteindelijke programmering door de programmaraad. De kernteams bestonden uit een vertegenwoordiging van onderzoekers en creatieve professionals die zich aan de onderwerpen verbinden, aangevuld met een (ingehuurde) secretaris voor ondersteuning en begeleiding van de kernteams. Om goed invulling te kunnen geven aan de ontwikkeling van de roadmaps binnen deze thematische richtingen zijn in eerste instantie diverse expertsessies georganiseerd. Voor deze expertsessies zijn mensen uitgenodigd uit het brede netwerk van CLICKNL. Per expertsessie hebben circa 50 mensen uit de achterban van CLICKNL deelgenomen. De deelnemers betroffen zowel vertegenwoordigers van kennisinstellingen, HBO, overige onderzoeksinstellingen, MKB'ers, brancheverenigingen, etc. Het doel van de sessies was vooral om per roadmap inzichten op te halen, daarnaast community building en het identificeren van mensen die in de programmaraad zouden kunnen plaatsnemen. De expertsessies zijn inhoudelijk voorbereid door de kernteams. De kernteams zijn in deze opdracht ondersteund door CLICKNL. Uiteindelijk hebben de werkzaamheden voor de roadmaps geleid tot het raamwerk van de Kennis- en Innovatieagenda van CLICKNL.



Toelichting Raamwerk KIA

De creatieve industrie versterkt 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. Om deze impact te realiseren, maakt de creatieve professional gebruik van een kennisbasis van Key Enabling Methodologies; strategieën, methoden en modellen die structuur geven aan het creatieve proces en deze valideren. In deze methodologieën stelt de professional de mens centraal en is hij in staat om nieuwe werelden en visies te verbeelden en technologieën en actoren uit verschillende hoeken bij elkaar te brengen.

De samenleving is het speelveld van de creatieve professional. In deze tijd, waarin transitie in de maatschappij gaande zijn, verandert de manier waarop de professional werkt en samenwerkt. De rol van de creatieve professional is meer fluïde dan voorheen. Tegelijkertijd wordt er meer verwacht van de onderbouwing van ontwikkelde interventies en neemt de complexiteit van vraagstukken en oplossingen toe. Om de creatieve professional hierin te ondersteunen, is samenwerking tussen creatieve industrie en kennisinstellingen cruciaal.

De topsector Creatieve Industrie erkent het belang van een Kennis- en Innovatieagenda (KIA) die erop toegerust is om een sterke, valide kennisbasis voor de creatieve industrie te ontwikkelen. De ontwikkeling en toepassing (R&D) van deze kennisbasis gaan hand in hand. In samenwerking met experts heeft de topsector de kennisbasis waaraan met deze Kennis- en Innovatieagenda wordt gewerkt, uitgesplitst in drie lijnen die elkaar complementeren zonder elkaar uit te sluiten.

- **Design for Change** is gericht op strategieën die mensen in beweging krijgen door hun gedrag te beïnvloeden. Deze lijn gaat over kennis rondom systeemtransities waarin een veelheid aan actoren samenkomt.
- **The Human Touch** kijkt juist naar de beleving en betekenisgeving van het individu. Belangen, waarden en de levenskwaliteit van het individu in haar sociale omgeving staan hier centraal.
- **Value Creation** is meer gericht op de creatieve industrie zelf en gaat over de nieuwe rol, verantwoordelijkheid en mogelijkheden die creatieve professionals krijgen toebedeeld.

In de KIA beschouwt de sector de maatschappelijke uitdagingen vanuit haar eigen invalshoek; ze bekijkt ze door de lens van de kennisbasis van de creatieve industrie. Door samen te werken in crossovers met andere sectoren en overheden, gaat ze met de uitdagingen aan de slag. Met (toegepast) onderzoek en innovatie op het gebied van deze uitdagingen wordt domeinspecifieke kennis gegenereerd, waarmee de creatieve professional vervolgens beter in staat is om maatschappelijke impact te realiseren.

De topsector kiest in deze KIA voor een aantal domeinen waarin Nederlandse creatieve professionals internationaal een sleutelrol willen en kunnen vervullen; deze domeinen geven ruimte voor de karakteristieke meerwaarde van de creatieve industrie en maken de toepassing van de kennisbasis mogelijk. Het zijn domeinen waarin de genoemde ontwikkelingen in het werkveld pregnant aanwezig zijn en die vragen om een interdisciplinaire aanpak van creatieve professionals.

De uitvoering van deze Kennis- en Innovatieagenda moet gestalte krijgen in de vorm van publiek-private samenwerkingen waarin de verbinding wordt gelegd tussen vraagstukken in de toepassingsdomeinen, de maatschappelijke uitdagingen en de kennisbasis van de creatieve industrie, waarin gebruik wordt gemaakt van vormen van onderzoek en ontwikkeling die passen bij de creatieve disciplines en die praktijkgericht, toegepast en funderend onderzoek integreren. En uiteraard moeten zij open staan voor creatieve professionals; zowel werkzaam in grote(re) industriële organisaties, in het MKB of als zelfstandige, in de breedte van de topsector.

Langs de roadmap-lijnen van de KIA zal het onderzoek en de innovatietrajecten worden geprogrammeerd en gefinancierd.

Onder meer de verschillende NWO calls voor de creatieve industrie zullen mede op deze KIA van CLICKNL worden gebaseerd. Via de deelname aan deze calls binnen de verschillende deelsectoren van CLICKNL worden de doelstellingen mede gerealiseerd.

2.3.3. 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. In 2018 is door TKI CLICKNL wederom aandacht geweest voor het verder ontwikkelen van enkele crossoverprogramma's. Het gaat daarbij onder meer om de volgende crossover activiteiten en programma's:

- **Crossover 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?
- **Crossover Circulaire Economie**
In een circulaire economie kijk je verder dan 'morgen klaar'. De winst van een product zit hem niet meer in het produceren en verkopen: daarna begint het pas. Rond het leven van een product kan op vele manieren waarde worden gecreëerd, voor bedrijven, gebruikers en leefomgeving. Wie zich richt op gebruik in plaats van verbruik en op het cultiveren van waarde in plaats van verkopen, herkent nieuwe uitdagingen en businesskansen. De ontwikkeling van nieuwe waarde begin bij ondernemers. Design is daarbij de motor om tot circulaire producten, diensten en businessmodellen te komen. Nieuwe vormen van waardeketens zijn onmisbaar, net als het samen optrekken van creatieve industrie en maakindustrie, van business en design.
- **Crossover CI/ICT/Energie**
De energiesector is in transitie. Hoe kan de creatieve industrie bijdragen aan de transitie in de energiesector?
- **Crossover programma Smart City**
De druk op stedelijke gebieden wordt steeds groter. De verstedelijking stelt nieuwe eisen aan infrastructurele voorzieningen en de inrichting van de openbare ruimte. Hoe kun je deze druk duurzaam en slim opvangen? Het Smart City programma speelt hier op in. Een Smart City is een stad die optimaal gebruik maakt van de kracht van technologie, ICT (zoals open data en snelle verbindingen) en design(denken) ten bate van haar inwoners.

In paragraaf 3.2. worden deze cross-over activiteiten en programma's verder toegelicht en de resultaten over 2018 nader beschreven.

2.3.4. Resultaten MIT-regeling

De MIT-Innovatiemakelaars regeling is in 2018 wederom redelijk goed benut. Door de brancheorganisaties/innovatieplatforms MediaPerspectives, Modint en Open House zijn in 2018 diverse innovatie adviesdiensten verricht voor in totaal ca. 200 MKB bedrijven.

Ook de MIT-Netwerkactiviteiten regeling heeft CLICKNL in 2018 goed benut; TKI CLICKNL gebruikt maximaal de samenwerking met brancheorganisaties binnen de creatieve industrie om het MKB binnen de sector goed te bereiken en te betrekken in het topsectorenbeleid. Via de volgende brancheorganisaties zijn in 2018 diverse netwerkevents georganiseerd: Modint, DGA, DDA en NADR. Hiermee zijn in totaal zo'n 450 MKB'ers bereikt.

De landelijke en regionale MIT-regeling (Haalbaarheidsonderzoeken en R&D-projecten) is binnen de creatieve sector in 2018 weer toegepast. De Regeling past de creatieve sector goed en voldoet duidelijk in een behoefte bij het MKB binnen de sector. Echter, de resultaten over 2018 zijn – deels verklaarbaar – deels tegengevallen.

Op hoofdlijnen kende het een bijna zelfde budgettaire omvang in aanvragen en toegekend budget als over 2017. In deze rapportage wordt een kort overzicht gegeven van de resultaten van de MIT ten aanzien van zowel de Haalbaarheidsonderzoeken als de R&D-projecten (over het totaal van zowel de landelijke als regionale MIT).

Kerncijfers landelijke en regionale MIT 2018:

In 2018 zijn binnen de creatieve industrie ca. 170 voorstellen voor haalbaarheidsonderzoeken ingediend. Daarvan zijn er uiteindelijk 67 toegekend. (Een iets hoger aantal dan over 2017). Daarmee 'scoort' de creatieve industrie binnen de MIT boven gemiddeld ten opzichte van andere topsectoren. 49 haalbaarheidsprojecten toegekend van de 164.

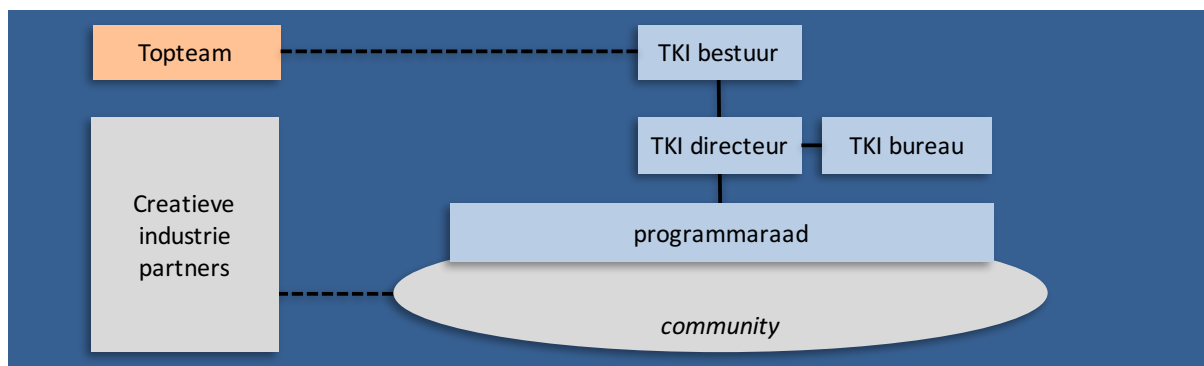
Van de R&D-projecten was er over 2018 echter helaas maar 1 project gehonoreerd, van de in totaal ca. 24 ingediende aanvragen. Overigens is ruim de helft hiervan afgewezen op budgetuitputting (niet op inhoudelijke gronden). Dit was beduidend lager dan in 2017 (41 ingediend, waarvan 7 gehonoreerd). Ook ten opzicht van andere topsectoren "scoort" de creatieve industrie op dit onderdeel van de MIT in 2018 helaas lager dan het gemiddelde.

In totaal is over 2018 ca. €5,8 mln. aan MIT aanvragen (zowel Haalbaarheidsonderzoeken als R&D-projecten) ingediend binnen de creatieve industrie en ca. €2,2 mln. toegekend. Dit is ongeveer vergelijkbaar met 2017..

2.4 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. Voor de creatieve industrie zijn dit:

- Jann de Waal (CEO en eigenaar van Info.nl en interimboegbeeld)
- Paul Hekkert (hoogleraar Vormtheorie en hoofd van de afdeling Industrial Design, faculteit Industrieel Ontwerpen, TU Delft)
- Barbera Wolfensberger (Directeur-Generaal Cultuur & Media, Ministerie OCW)
- Désirée Majoor (Vice-Voorzitter College van Bestuur van HKU)

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 bureau van CLICKNL is gevestigd in en wordt ondersteund door de gemeente Eindhoven. Dit bureau 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 Human Touch
- Value Creation

Deze drie onderzoeksthema's worden hieronder nader toegelicht.

Design for Change

Deze roadmap is verder uitgewerkt aan de hand van vier subthema's. De daarbij hieronder vermelde onderzoeksvragen hebben een illustratief doel:

1. Design for Behavioural Change
 - a. *Welke universele strategieën en mechanismen van gedragsbeïnvloeding zijn effectief?*
 - b. *Hoe breng je een bestaand systeem in kaart en bepaal je waar en wanneer je moet ingrijpen om het gewenste effect te bereiken?*
2. Towards Transition
 - a. *Onder welke condities worden disruptieve veranderingen omarmd en hoe migreren we van een oud naar een nieuw systeem?*
 - b. *Hoe gaan we om met eigenaarschap van een systeem en wat betekent dat voor de businessmodellen?*
3. Prediction and Adaptation
 - a. *Hoe kunnen we maatschappelijke impact voorspellen, meten en blijvend monitoren?*
 - b. *Welke rol spelen data bij het ontwikkelen en continu updaten van een systeem?*
4. Resistance to Change
 - a. *Waarom zien we bij overheid, publiek en industrie weerstand tegen verandering?*
 - b. *Hoe kan deze weerstand worden doorbroken?*

The Human Touch

Deze roadmap is tevens verder uitgewerkt aan de hand van vier subthema's, hieronder vermeld met elk een tweetal illustratieve onderzoeksvragen:

1. Data-driven design
 - a. *Welke data uit onze leefstijl en gedrag zijn nodig voor persoonlijke afstemming van producten en diensten?*
 - b. *Hoe moeten we omgaan met culturele diversiteit in onze proposities?*
2. Value of Systems
 - a. *Hoe begrijpen en ervaren gebruikers systemen en welke relaties gaan zij ermee aan?*
 - b. *Wat zijn de grenzen van autonomie en privacy in onze interactie met systemen?*
3. The Mechanism of Meaning
 - a. *Hoe geven mensen betekenis aan de wereld en technologie om hen heen?*
 - b. *Welke mechanismen maken dat een verhaal (een TV- format, een game) werkt voor een individu of groep?*

4. Free-riders

- a. *Voor welk type diensten zijn mensen bereid te betalen en van welk type diensten verwachten zij dat deze gratis beschikbaar zijn?*
- b. *Wat willen mensen wel of niet zelf kunnen kiezen en op welke momenten willen ze bij de hand genomen worden?*

Value Creation

Ook deze roadmap is uitgewerkt aan de hand van vier subthema's, hieronder vermeld met elk enkele illustratieve onderzoeksvragen:

1. New Design Capabilities

- a. *Wat voor soort netwerkorganisaties en verbanden van ZZP'ers binnen de creatieve industrie zijn nodig om de creatieve professional zijn/haar werk optimaal te kunnen uitvoeren?*
- b. *Hoe kunnen creatieve professionals bijdragen aan het orchestreren van interdisciplinaire samenwerking, het initiëren van creativiteit ten dienste van maatschappelijke problemen?*
- c. *Welke mate van inzicht in de (on)mogelijkheden van technologie zijn onontbeerlijk voor de creatieve professional?*

2. Businessmodellen

- a. *Op welke nieuwe manieren kan de creatieve professional waarde beschermen en verzilveren?*
- b. *Hoe kan de creatieve industrie organisaties helpen de transitie te maken van denken in transactie / product / eigenaarschap naar denken in co-creatie / service / toegang?*

3. Evidence Based Impact

- a. *Hoe breng je impact in beeld; met welke methoden kun je een ontworpen systeem of transitie ervaarbaar maken of prototypen?*
- b. *Welke kennis en tools moet de creatieve professional hebben om ethische en maatschappelijke aanvaardbaarheid van innovaties te kunnenvoorspellen en ontwerpen?*

4. Kunst en Innovatie

- a. *Hoe kan het artistiek experiment als model dienen voor maakprocessen in andere domeinen?*
- b. *Hoe kan kruisbestuiving tussen artistiek onderzoek en wetenschappelijke methoden bijdragen aan inzicht en vernieuwende praktijken?*

Zie <https://www.clicknl.nl/kennis-en-innovatieagenda/> voor de volledige Kennis- en Innovatieagenda 2018-2021 van CLICKNL.

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.

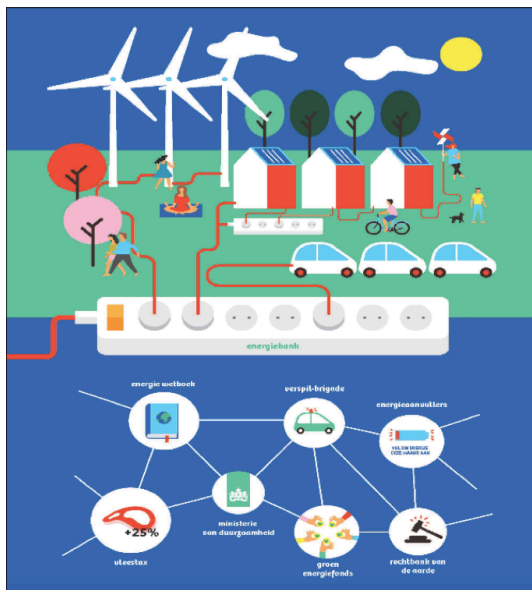
In 2018 is dan ook wederom veel aandacht besteed aan het ontwikkelen en sturen op kansrijke cross-overs voor CLICKNL. Daarbij is verder ingezet op de volgende cross-over programma's en activiteiten:

- Crossover CI/ICT/Energie
- Crossover Create Health
- Crossover Circulaire Economie
- Crossover programma Smart City

Hieronder worden deze cross-overs nader toegelicht en de resultaten hiervan voor 2018 beschreven.

3.2.1. Crossover CI/ICT/Energie

Mede op verzoek van het ministerie van Economische Zaken is in 2017 een onderzoek gestart naar de mogelijkheden voor een missiegedreven innovatieprogramma voor de Energietransitie. Dit onderzoek is uitgevoerd in samenwerking met de topsector ICT en de topsector Energie. In 2018 hebben deze activiteiten een vervolg gekregen.



Het betreft hier het opstellen van een advies over de meerwaarde van een missiegedreven samenwerking tussen de topsectoren Creatieve Energie – ICT – Energie. In oktober 2017 was hierover reeds een concept advies afgegeven. In de maanden daarna (begin 2018) is dat advies nader uitgewerkt.

Hierin adviseren de topsectoren om te komen tot een programmatische aanpak die zich vooral richt op de maatschappelijke veranderopgave die voortkomt uit het realiseren van de klimaatopgaven. Essentie is om hierin de mens centraal te stellen, en daarmee de landingsplaats voor nieuwe oplossingen te creëren. Daarmee richt de cross-over zicht dus met name op de sociale innovatie die nodig is om de klimaatdoelen te realiseren.

Het advies gaat in op de vorm en inhoud van een dergelijk programma. Daarin stellen de drie topsectoren dat het essentieel is dat deze integraal onderdeel wordt van het klimaatbeleid en daarmee opgenomen in het maatregelenpakket dat door partijen in het kader van de klimaattafels worden ontwikkeld. Het advies werkt met een ultieme doelstelling om duurzaamheid 'vanzelfsprekend' te laten zijn. Hierin keert het programma de huidige situatie dus om: van een opgave naar vanzelfsprekend, en gebruikt dit als toets om te beoordelen welke oplossingen daaraan bijdragen cq. ontwikkeld moeten worden.

3.2.2. Crossover Create Health

Al enkele jaren heeft TKI CLICKNL een goede samenwerking met TKI LSH ten behoeve van het crossoverprogramma Create Health. Daaruit is onder meer een gezamenlijke call voortgekomen op het gebied van Create Health en het PPS-Toeslag project "Roodkapje" van Universitair Medisch Centrum Groningen.

Dit project betreft onderzoek naar de effecten en mogelijkheden van de inzet van een healthgame ("Roodkapje") bij 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.

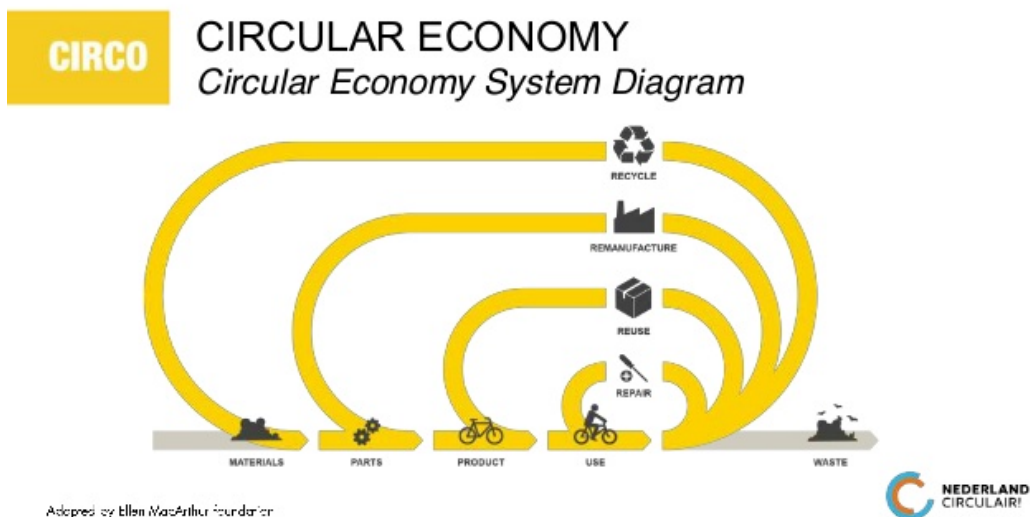
Bejegening, zelfstandigheid, behoud van regie, veiligheid, wilsbekwaamheid, coördinatie, dagbesteding, welbevinden, zelfbeschikking, zelfhulp, dit zijn allemaal vraagstukken die na het stellen van de diagnose dementie als paddenstoelen uit de grond schieten.

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.

3.2.3. Crossover Circulaire Economie

In 2017 en 2018 is, met (financiële) steun vanuit het ministerie I&M, het 2 jarig programma “CIRCO” vanuit TKI CLICKNL uitgevoerd. 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.



CIRCO heeft als doel om groepen bedrijven en creatieve professionals te activeren en te equiperen, om daadwerkelijk aan de slag te gaan met Circulair Ondernemen, op basis van Circular Design. Het programma biedt bedrijven en creatieve professionals de mogelijkheid om in workshopvorm circulaire kansen te verkennen en eerste concrete stappen te zetten in de ontwikkeling van nieuwe producten, diensten en businessmodellen. Dit gebeurt onder begeleiding van CIRCO's circulair experts en samen met gelijkgestemde ondernemers, in driedaagse Circular Business Design Tracks voor bedrijven en ééndaagse Circular Design Classes voor creatieve professionals.

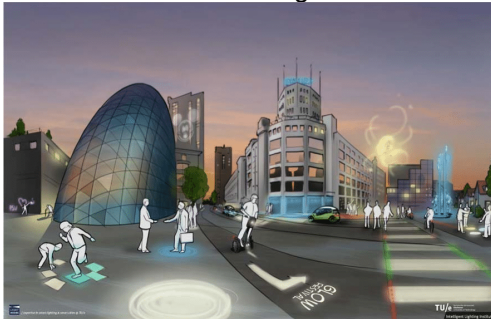
De grootste uitdaging hierbij is om – na de groep eerste, circulaire koplopers – steeds nieuwe groepen bedrijven en creatieve professionals te vinden, en hen te verleiden om tijd vrij te maken en te investeren in een circulaire toekomst. Het blijkt efficiënt en effectief om de activatie-inspanningen te verrichten in samenwerking met

intermediairs met een 'warm' bedrijvensnetwerk. In 2018 is CIRCO daarom gestart met een werkwijze waarin vijf sectorcoördinatoren strategische relaties met sector- en regio specifieke intermediairs ontwikkelen.

CIRCO is inmiddels ook opgenomen in de kabinetsreactie (zomer 2018) en staat op de CE Transitieagenda's. Het thema "Circulair Ontwerpen" zal tevens als "dwarsdoorsnijdend thema" worden opgenomen in het Uitvoeringsprogramma Circulaire Economie. De verwachting is dan ook dat CIRCO nog enkele jaren zal doorlopen.

3.2.4. Crossover programma Smart City

Het toekomstbestendig maken van stedelijke gebieden is een centrale missie voor de komende jaren. Wetenschap, bedrijfsleven en overheden hebben in verschillende constellaties een onderzoeksagenda rond het thema 'Smart en Liveable Cities' ontwikkeld. De Creatieve Industrie kan op dit thema een belangrijke rol vervullen. De Creatieve Industrie bestaat uit een grote verscheidenheid van creatieve professionals, variërend van architecten tot



ontwerpers van producten en diensten (zowel digitaal als fysiek). De expertises van deze ontwerpers spelen vaak een zeer belangrijke rol in diverse Smart City projecten. Het kan daarbij gaan om verschillende "ontwerp expertises" die daarbij nodig zijn.

CLICKNL heeft een kwartiermaker aangesteld om te onderzoeken hoe een onderzoeks- en innovatieprogramma kan worden opgezet rond het thema 'Smart Liveable Cities' dat aansluit op de gelijknamige NWA-route en de VSNU-agenda Digitale Samenleving.

Doel van de kwartiermakers werkzaamheden was om een kansrijke coalitie te smeden met een heldere propositie. Concreet betekent dit:

- Een sterk consortium vanuit de NWA, VSNU, Topsector CI en partners uit vijf stedelijke gebieden volgens de 'Quadruple helix' gedachte, bestaande uit kennisinstelling, overheidsorganisatie, maatschappelijke organisatie(s) en relevante partij(en) uit het bedrijfsleven;
- Heldere uitgangspunten voor een onderzoeks- en innovatieprogramma dat wordt gedragen en gedeeld door de partners uit het consortium;
- Inzicht in mogelijkheden voor financiering en een propositie om besluitvorming (ook bij financiers) over de volgende stap af te kunnen dwingen.

Een en ander heeft uiteindelijk geresulteerd in een concrete NWA aanvraag "Making Dutch smart cities SHARED through citizen empowerment, community engagement and multistakeholder governance." Deze aanvraag speelt duidelijk in op de NWA route "Smart Livable Cities" en bestaat uit een brede samenstelling van consortium partners uit onder meer kennisinstellingen, diverse gemeentelijke overheden en nationale (belangen)organisaties.

Daarnaast heeft in het kader van het thema Smart & Livable Cities vanuit CLICKNL in 2018 ook een onderzoek plaatsgevonden naar de internationale mogelijkheden en kansen van dit concept voor de creatieve industrie.

Het ontwikkelen van Smart & Livable City concepten speelt in toenemende mate in steden over de hele wereld, waar met een ontwerpde aanpak oplossingen worden ontwikkeld die bijdragen aan het oplossen van de grote maatschappelijke vraagstukken waar grote steden mee te maken hebben. De expertises en ontwerp disciplines die daarbij een belangrijke rol spelen kan de Nederlandse Creatieve Industrie internationaal verder gaan uitbouwen. Via

het ministerie OCW heeft TKI CLICKNL separate subsidiemiddelen verkregen om de mogelijkheden en kansen die dit kan bieden voor de Nederlandse Creatieve Industrie nader te onderzoeken.

De activiteiten daarvoor waren enerzijds gericht op het in kaart brengen en onderzoeken van kansrijke landen, steden en samenwerkingspartners op dit gebied. Dit heeft uiteindelijk geresulteerd in de uitvoering van een concrete pilot Smart & Livable Cities in China. Anderzijds waren activiteiten voorzien op het gebied van het opzetten en uitvoeren van Smart&LivableCity panels en presentaties bij City Summits op internationale beurzen en festivals. Uiteindelijk is er voor gekozen om dit concreet uit te werken en uit te voeren bij de internationale Cities Summit op SXSW. Daarvoor is een speciaal Smart City Program ontwikkeld en uitgevoerd. Beide worden hieronder kort toegelicht.

China pilot Smart & Livable Cities

De uitgevoerde activiteiten waren er op gericht om met name voor het Nederlandse MKB een goede toegang, betrokkenheid en startpunt te creëren voor het participeren in Smart & Livable City concepten in China en om op die manier langdurige publiek private partnerships rondom dit thema op te zetten. De daarvoor benodigde activiteiten hebben zich in eerste instantie gericht op het actief inventariseren van potentieel geschikte en geïnteresseerde Nederlandse MKB bedrijven in deze markt in China. Vervolgens zijn in China geïnteresseerde en relevante bedrijven, organisaties en (lokale) overheden gezocht om op dit gebied mee samen te werken en is naar de juiste matching hierbij gezocht.

Een volgend onderdeel was gericht op het identificeren van enkele praktijk cases rondom geschikte Chinese steden waarbij zich in het kader van deze pilot kansrijke business opportunity's konden voordoen voor de geselecteerde bedrijven. Uiteindelijk zijn daarvoor drie cases in China geselecteerd en uitgevoerd.

Op basis van diverse gesprekken en workshops met betrokken (lokale) organisaties en betrokken MKB bedrijven zijn bij elk van deze cases innovatieve duurzame oplossingen, producten en diensten ontwikkeld die een belangrijke rol kunnen vervullen in het realiseren van de Smart & Livable City doelstellingen in deze Chinese steden.

Smart City Program (op SXSW)

Tijdens de Cities Summit op SXSW is een speciaal Smart City-programma georganiseerd in het New Dutch Wave-huis. Experts vanuit verschillende invalshoeken deelden daarbij hun visie op hoe zij denken dat de toekomst eruit zal zien voor steden in alle uithoeken van de wereld.

Het New Dutch Wave Smart City-programma was een aanloop naar fase twee van de Nederlandse Smart City-strategie. Deze had een focus op het versnellen van internationale samenwerking met steden over de hele wereld en het gebruik van de kracht van de samenwerkende steden om interoperabele, schaalbare en effectieve replicerbare Smart City-oplossingen te ontwikkelen en in te zetten. Doel is om daarmee uiteindelijk duurzame banen in de industrie en welzijn te kunnen creëren.

4. PPS-Toeslag inzet van middelen en projecten

In 2018 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 2018 om enkele lopende projecten (die al voor 2018 waren gestart) en enkele nieuwe projecten.

In het bijzonder wordt in dit hoofdstuk ook aandacht besteedt aan de in 2018 lopende (en nieuwe) Fieldlabprojecten van TKI CLICKNL. Het CLICKNL bestuur heeft besloten om een groot 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 en in 2018 zijn daar nog 3 nieuwe Fieldlab initiatieven bijgekomen.

Daarnaast is in 2018 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 2018

Hieronder worden de onderzoeksprojecten toegelicht die CLICKNL in 2018 mede heeft gefinancierd met PPS-Programmatoeslag. Daarbij wordt een onderscheid gemaakt in lopende projecten (die al voor 2018 waren gestart) en enkele nieuwe projecten die in 2018 PPS-Toeslag hebben ontvangen.

4.1.1. Lopende PPS-Toeslag inzetprojecten

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

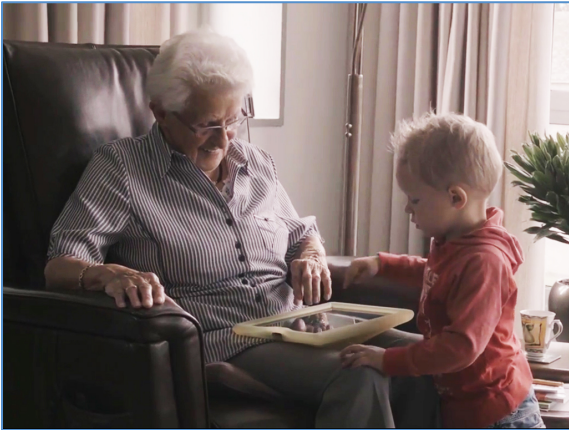
Dit project is voortgekomen uit een gezamenlijke call met TKI Life, Science & Health.

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 kent een looptijd van 30 maanden.

NWO KIEM-projecten

De afgelopen jaren is binnen de creatieve industrie door veel bedrijven succesvol gebruik gemaakt van de NWO KIEM regeling.

Het programma Creatieve industrie - KIEM financiert en stimuleert samenwerkingsverbanden tussen kennisinstellingen en bedrijven op het terrein van de Creatieve industrie. Ervaren onderzoekers kunnen namens een consortium financiering aanvragen voor dit instrument. Lectors kunnen als mede-aanvrager optreden. KIEM heeft als doel om het opzetten van samenwerkingsverbanden tussen kennisinstellingen en private partijen, waaronder het midden- en klein bedrijf (MKB), te stimuleren. Met behulp van een KIEM-financiering kunnen consortia (bestaande uit minimaal één onderzoeker van een kennisinstelling en minimaal één private partner) een langduriger samenwerkingsverband opzetten. Ook is het via KIEM mogelijk om een kennisvraag van een private partij nader uit te werken.

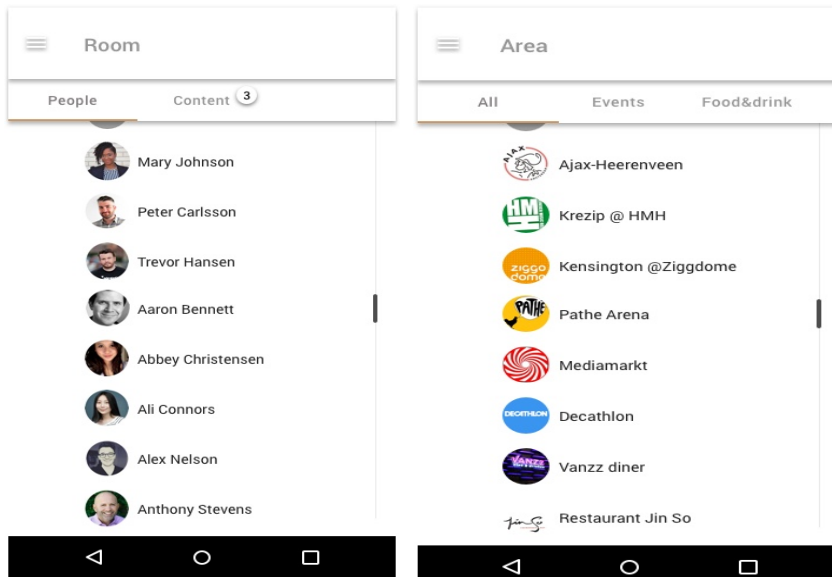
Een belangrijke voorwaarde van KIEM is dat een projectvoorstel past binnen de Kennis- en Innovatieagenda 2016-2019 CLICKNL.

Vanwege het succes van de regeling heeft CLICKNL besloten om deze KIEM-projecten mede te financieren met PPS-Toeslag. Hiervoor heeft TKI CLICKNL 2 keer €300.000,- (totaal €600.000,-) PPS-Toeslag bijgedragen aan de NWO KIEM regeling 2016-2017. De regeling is eind 2017 gesloten en er zijn uiteindelijk 65 onderzoeksprojecten gehonoreerd met een totale projectomvang van €1.243.093,-. De uitvoering van de onderzoeksprojecten loopt echter nog door tot eind 2018.

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.



aan groepen die relevant zijn
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.

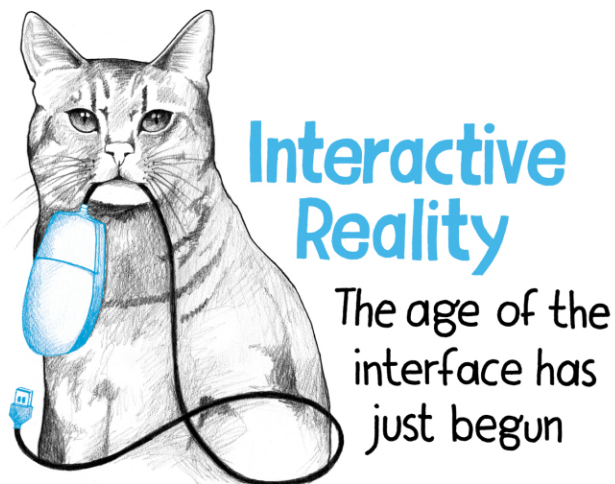
De totale projectkosten voor dit project zijn begroot op € 310.000,- waarvan een PPS-Toeslag van € 155.000,-.

4.1.2. Nieuwe PPS-Toeslag inzetprojecten

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 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.



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.

4.2. Fieldlab initiatieven CLICKNL 2018

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 2018 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.

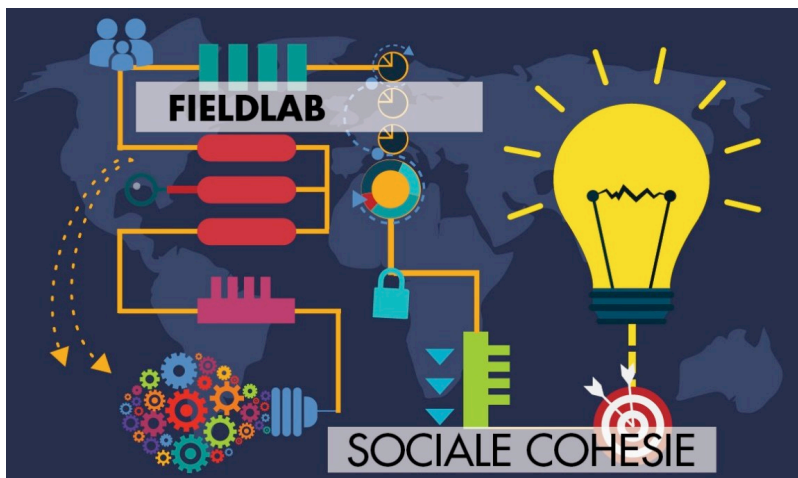
SOCIALE COHESIE

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 hiermomtrent 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.

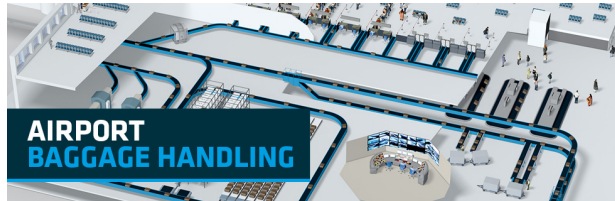
Het fieldlab, dat uitgevoerd wordt door popodium Effenaar i.s.m. verschillende kennisinstellingen, faciliteert daarom kortlopende onderzoeksprojecten op het snijvlak tussen nieuwe technologie (VR/AR), sociale- en geesteswetenschappen en de creatieve industrie en verkennen de relatie tussen complexe langetermijnperspectief 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.

4.3. PPS-Projecttoeslag Projecten CLICKNL 2018

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 2018.

Design for Baggage Service and Systems

Het onderzoeksproject betreft een samenwerking tussen Vanderlande en TU Delft. Vanderlande is de wereldleider in bagage-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 bagage. 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 bagage onderzoeken



en onder andere kijken naar deur-tot-deur-bagageservices en circulaire ontwerpoplossingen. 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.'

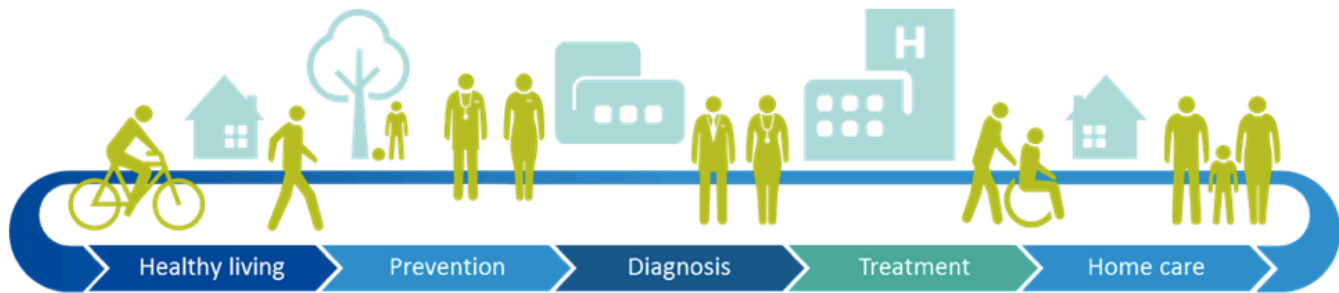
Om deze uitdagingen aan te pakken ziet KLM de behoefte om actief samen te werken met diverse partijen. Door nauwe samenwerking met industriepartners als ook met een kennisinstelling als de Technische Universiteit Delft, faculteit Industrieel Ontwerpen (IDE) wordt KLM in staat gesteld om zelf de bovenstaande 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 ontwerpendenken, 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.

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 2018 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 2018 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 2018 hebben de volgende organisaties gebruik gemaakt van deze regeling:

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

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 2018. 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

DRIVE Festival

Op 24 en 25 oktober 2018 werd, in het Natlab in Eindhoven, voor de vijfde keer het Design Research & Innovation Festival gehouden, met als thema: 'Into an Innovative & Inclusive Society', als onderdeel van de Dutch Design Week. De Dutch Design Week (DDW) is voor CLICKNL een belangrijk nationaal podium waar de vele stakeholders van de creatieve industrie elkaar ontmoeten.



Het festival bestond beide dagen uit 5x4 parallelsessie van een uur over uiteenlopende onderwerpen, gelieerd aan de Kennis- en Innovatieagenda van CLICKNL. Onderwerpen waren: Circular Society, Energy & Behaviour, Personal Experience, Resilience in Society, Healthy Behaviour & Empowerment.

Meer dan 150 wetenschappers en creatieve professionals deelden hun nieuwste kennis, inzichten en werkwijze op het podium, in workshops en discussies.

CLICKNL Jaarevent CHARGE

Op donderdag 21 juni werd CHARGE! In het Parool Theater in Amsterdam georganiseerd i.s.m. het Amsterdam Creative Industries Network. Onderzoekers en ondernemers presenteerden nieuwe inzichten en voorbeelden, die metropolen in de toekomst leefbaarder, gezonder en duurzamer kunnen maken. De middag was verdeeld in twee thema's: Energy & Behaviour en Smart Liveable Cities. Enkele take-aways!

Wat uit de presentaties in het blok over Energy & Behaviour bleek, was dat de creatieve industrie hard nodig is wanneer het aankomt op het laten landen en omarmen van technologische oplossingen.

In het tweede blok, Smart Liveable Cities, kwam het thema inclusieve digitale stad aan de orde met een op menselijkheid gerichte, open en transparante manier van datagebruik; 'from Smart to Shared cities'. Diverse voorbeelden van interactieve oplossingen voor de smart city waarmee bewoners meer onderdeel worden van de smart city werden gepresenteerd er werd gediscussieerd over visies op leefbare steden vanuit een stedenbouwkundigenperspectief.

Ook werd er veel gesproken over hoe te ontwerpen voor de smart liveable city – een complexe situatie, waarbij empathisch begrip voorop staat. Dat moet soms actief worden opgezocht, door bijvoorbeeld discussie uit te lokken aan de hand van games binnen de netwerken met verschillende soorten actoren.

Aan het eind werd tijdens CHARGE Campus Amsterdam gelanceerd: het netwerk van innovatiedistricten, campussen en labs in de metropoolregio Amsterdam. Geleyn Meijer, Leo le Duc en Caroline Nevejan introduceerden dit initiatief. Ook een voorbeeld voor andere regio's, als tool om samenwerking tussen partijen meer op te zoeken.

In totaal hebben 110 mensen deelgenomen aan het CLICKNL Jaarevent waarvan ca. 48 MKB'ers.

DDA side event Dutch Digital Day

Dit evenement werd georganiseerd door DDA op verzoek van CLICKNL rond een R&D gerelateerd onderwerp. DDA heeft een side event georganiseerd tijdens Dutch Digital Day - powered by CLICKNL met als uitgangspunt het onderdeel Design for Change uit de kennis- en innovatieagenda (KIA). Een onderwerp wat nauw aansluit bij de wereld waar Dutch Digital Agencies (DDA) leden zich in bewegen.

Het side event betrof een aparte ontbijtsessie voorafgaand aan de Dutch Digital Day.

Aanwezigen krijgen tijdens een ontbijt een in depth sessie met twee van de sprekers. Waarvan een internationale spreker: Jennifer Kinon [voormalig design director van de Hillary Clinton Campagne] en een nationale spreker: Saskia Bakker (van TU Eindhoven over peripheral interaction). En Alain Dujardin (creative director, Greenberry) was de moderator van het ontbijt. Het publiek was welkom vanaf 09.30 en het officiële programma begon om 10.00 tot 12.00.

Met name MKB'ers hebben deelgenomen aan dit side event: Creatieven, strategen, directeurs vanuit de digitale & tech industrie.

Dutch Game Association

DGA heeft in 2018 twee netwerkevents georganiseerd voor CLICKNL. De evenementen hadden 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.

DGA organiseert in 2018 mede op verzoek van CLICKNL de Dutch Game Summit op 8 juni 2018.

De middag vond plaats in de Vondelkerk in Amsterdam, met een afsluitende borrel in VondelCS, in het Amsterdamse Vondelpark. Het event werd goed bezocht, met 73 bezoekers waarbij enkele grote namen uit de Nederlandse gamesindustrie hun verhaal deden over verschillende onderwerpen op het gebied van onder andere serious/applied games, VR en entertainment games.

Via de communicatiekanalen van CLICKNL en DGA is de achterban uitgenodigd en zijn mensen bereikt; website, social media, industrie slack, nieuwsbrief, face-to-face, via netwerken op scholen, opleidingen, organisaties en bedrijven.

Het tweede event van DGA betrof de Games II Society op 1 augustus 2018.

Het event was een inspirerende ontbijtsessie in SPEYS in Utrecht (deel van de Jaarbeurs) waarbij de positieve bijdrage van games aan de samenleving voorop stonden. Het thema was: "How do games contribute to a better society". Een breed interpretabel thema waarbij een goede mix van projecten kon worden gepresenteerd, zowel entertainment games als applied games.

Het doel van de dag was informeel kennis delen en netwerken maar vooral inspiratie opdoen en leren van elkaars projecten, processen en achterliggende maatschappelijke denkwijzen en doelstellingen. De doelgroep betrof vooral niet gerelateerde gamebedrijven om te laten zien hoe je games kunt inzetten voor problem solving issues op diverse domeinen zoals wetgeving, leiderschap, mobiliteit en health.

Deelnemers waren zowel scholen en instituties, freelancers, studenten, pers en professionals, waarvan het grootste gedeelte MKB-ers. Van de totaal 42 aanwezige vielen er minimaal 30 in deze categorie. Bedrijven die geïnteresseerd of gelieerd zijn aan de games branche werden allen uitgenodigd voor deze ochtend alsmede (sociale) beleidsmakers.

MODINT: NL NextFashion & Textiles vierde het netwerk

Op 22 juni 2018 kwamen ongeveer zeventig mensen bijeen voor de NL NextFashion and Textiles bijeenkomst om te vieren dat men al meer dan vijf jaar samenwerkt aan innovaties in kleding en textiel. Ruim de helft van de aanwezigen vertegenwoordigde een MKB bedrijf of is als zelfstandige werkzaam. Daarnaast werden met name vertegenwoordigers van opleidingen en overheden verwelkomt. De bijeenkomst vond plaats tijdens de State of Fashion expositie in Arnhem en werd mogelijk gemaakt door CLICKNL. Lucie Huiskens van Hogeschool ArtEZ en Rens Tap van Brancheorganisatie Modint voerden het publiek door een gevarieerd programma van sprekers die "innovatie" voor kleding en textiel MKB bedrijven vanuit heel verschillende perspectieven benaderden.

De kern van het netwerk, de opleidingsinstellingen AMFI / HvA, Saxion, TMO, ArtEZ en brancheorganisatie Modint ervaren dagelijks de waarde van het netwerk en zullen het zelfstandig voortzetten. Het vaandel werd daarom door Danielle Bruggeman van ArtEZ overhandigd aan Patric Hanselman van Modint, de organisatie die de coördinatie van het netwerk zal voortzetten. Na een hapje en drankje bezocht het gezelschap de State of Fashion expositie onder leiding van curator José Teunissen, ook oprichter van het NextFashion- netwerk.

De bijeenkomst liet zien hoe een netwerk afhankelijk is van mensen die waarden en ideeën delen, die bereid zijn om vanuit verschillende invalshoeken aan dezelfde projecten te werken, die elkaar willen ontmoeten en kennis willen uitwisselen. Als NL NextFashion & Textiles hopen we dit in de komende jaren mogelijk te blijven maken.

5.1.2. CLICKNL-Innovatiemakelaars

CLICKNL|Media&ICT (Mediaperspectives)

Innovatiemakelaars zijn ingezet voor MKB-ondernemers die deel uitmaken van het iMMovator /Media Perspectives Cross Media Netwerk, aangevuld met “potentials” uit andere netwerken zoals het programma MediaMatters, Dutch Media Innovators, Data4Media, Spectacular Arena eXperiences (SAX), Smart Media Society en Virtual Words.

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. 38 MKB-ondernemers van inhoudelijk advies zouden worden voorzien langs de volgende twee werkvormen:

A. Individuele coaching obv aanvragen (14*)

B. Gezamenlijke dienstenontwikkeling door coaching en kennis aan te bieden en gezamenlijk te organiseren (24*)

Resultaten

Via MediaPerspectives zijn uiteindelijk 39 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 ruim 1.000 kandidaten naar de uiteindelijke deelnemerslijst.

Bij de aanpak onder doelstelling B (“Gezamenlijke dienstenontwikkeling”) zijn uiteindelijk 52 MKB-ers ondersteund met het instrument innovatiemakelaars. Dit is gerealiseerd met een aanpak via:

- Het programma Dutch Media Innovator (DMI)
- Diversie Fieldlabs

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 het afgelopen jaar bij de uitvoering van deze regeling 50% private bijdrage zelf als organisatie bijgepast via de inzet van de eigen medewerkers. Daarmee heeft Modint via deze regeling een grote investering gedaan in de innovatie in kleding en textiel.

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 47 MKB ondernemers van inhoudelijk advies wilde voorzien.

Resultaten

Modint heeft meer (125) MBK-bedrijven dan begroot rechtstreeks bereikt met de regeling doordat in het afgelopen jaar veel met workshops is gewerkt, waarin bedrijven gezamenlijk aan innovaties hebben gewerkt. Daarnaast werden retailers, NGO's, overheden, opleidingen, onderzoekers en toeleveranciers met ons netwerk van textiel- en

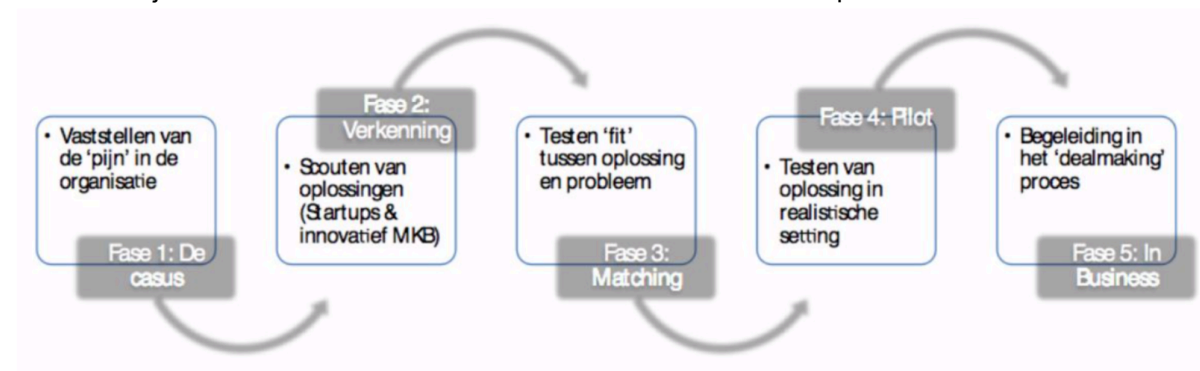
kledingbedrijven in contact gebracht. Modint maakte samen met CLICKNL ten behoeve van het platform NL NextFashion & Textiles een nieuwsbrief “Innovatie Update” en bereikte daarmee in totaal rond 600 lezers, oa met informatie over de regeling Innovatiemakelaar, een verdubbeling sinds 2016.

Vanuit Modint waren vijf consultants bij de projecten betrokken, allen specialisten op (meerdere) gebieden als stoffen- en textieltechniek, maatvoering, collectieontwikkeling, productietechniek, circulariteit, duurzaamheid, logistiek en digitalisering.

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 “lead-private partners” (MKB) om op een bepaald thema innovatievraagstukken op te lossen. Bij elk traject zijn uiteindelijk meerdere MKB’ers met innovatievraagstukken binnen dit thema betrokken geweest.

In totaal zijn bij deze innovatie-adviestrajecten binnen het programma 480 consultancy uren ingezet. Deze 480 uren zijn gelijkmatig verdeeld over de drie trajecten waarbij per traject 1 MKB’er is opgetreden als ‘lead-private-partner’. Vanuit deze lead-private-partner zijn voor meerdere MKB’ers specifieke innovatiebehoeften binnen de evenementen industrie geadresseerd. De drie ‘lead-private- partners’ verzorgden een private financiële inbreng in het programma van in totaal EUR 30.000,-. Daarnaast heeft stichting Open House als private partij ook zelf bijgedragen in de kosten met een bijdrage van EUR 6.588,-. 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.

5.2. Internationaal

In 2018 zijn er vanuit de directie van TKI CLICKNL diverse activiteiten ondernomen ten aanzien van internationalisering van onderzoek en innovatiegerichte samenwerking. Er heeft afstemming plaatsgevonden met het 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) aan de ambities en plannen van de CCI's (cultural & creative industries) en de topsector Creatieve Industrie. 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 Arts+ conferentie in Milaan en de ECIS conferentie in Wenen, als onderdeel van de voorbereidingen voor grootschalige Europese samenwerking en financiering voor de creatieve industrie.

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 2018 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 2018 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 2018 heeft CLICKNL de communicatiestrategie van het voorgaande jaar doorgezet, en uitgebreid. 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. Een nieuw element in de communicatiestrategie is de evenementenreeks 'Powered by CLICKNL', waarin in opdracht van CLICKNL evenementen worden georganiseerd met het oog op kennisdeling richting het MKB. Deze kennis moet aansluiten bij de inhoud van de Kennis- en Innovatieagenda 2018-2021 van de topsector Creatieve Industrie.

Website

De website van CLICKNL is de spil van alle online kanalen van CLICKNL. Ze huisvest de Kennis- en Innovatieagenda, vertelt over 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. De website is 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 een Facebookpagina, een Twitteraccount, een LinkedInpagina en een LinkedIngroep. Daarnaast is er in 2018 geëxperimenteerd met een Instagramaccount speciaal voor het festival DRIVE.

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. Tot slot heeft de nieuwsbrief ook een luchtiger karakter door een inspirerend filmpje erin te zetten.

Evenementen

Net als in voorgaande jaren heeft CLICKNL wederom het Design Research & Innovation Festival (DRIVE) georganiseerd, op de Dutch Design Week, als het jaarevenement CHARGE op 21 juni in Amsterdam. Deze laatste werd georganiseerd in samenwerking met Amsterdam Creative Industries Network – mede om de community te laten groeien. Ook liet CLICKNL in opdracht andere organisaties evenementen organiseren, met het oog op kennisdeling. Deze evenementen werden georganiseerd door de brancheorganisaties DDA, DGA en Modint en maakten deel uit van de 'Powered by CLICKNL'-reeks. 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 2018 zijn ruim 29.000 unieke personen op de website geweest, die samen ruim 118.000 pagina's hebben bekeken en gemiddeld 2 minuten en 50 seconden bleven.

Social media:

- Pro-actieve inzet van Twitter, met als resultaat ruim 3300 volgers.
- Actieve groep op LinkedIn met meer dan 1000 leden.
- LinkedInpagina met meer dan 180 volgers
- Facebookpagina met meer dan 370 volgers

Nieuwsbrief

- Een maandelijkse nieuwsbrief van CLICKNL met ruim 2750 abonnees

Evenementen vanuit CLICKNL

- Het jaarevenement CHARGE trok 112 deelnemers 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 in 2018 442 unieke bezoekers, waarvan sommigen op beide dagen aanwezig waren.
- Powered by CLICKNL, verschillende evenementen georganiseerd door DDA, DGA en Modint: met tussen de 15 en 80 deelnemers per evenement.

Daarnaast hebben er vanuit de verschillende community's, netwerken en brancheorganisaties die samenwerken met CLICKNL diverse communicatie-activiteiten plaatsgevonden. Het voert te ver deze allemaal in de Jaarrapportage TKI CLICKNL te benoemen. In paragraaf 5.1.1. is wel een beschrijving opgenomen van enkele relevante netwerkactiviteiten die vanuit CLICKNL, of in samenwerking met CLICKNL, mede vanuit deze community's, netwerken en brancheorganisaties zijn georganiseerd.

5.5. Efficiëntie en effectiviteit

In 2018 zijn ten eerste veel activiteiten ondernomen voor het operationaliseren van de Kennis en Innovatie Agenda met NWO. Om invulling te geven aan de Kennis en Innovatie Agenda van CLICKNL en zorg te dragen dat de genoemde doelstellingen en ambities een vertaling krijgen naar concrete onderzoeksprojecten in de sector, is in 2018 intensief samengewerkt met NWO om langs de lijnen van de KIA ook concrete onderzoek calls te implementeren. Dit heeft geresulteerd in de opzet en uitvoering van een tiental calls vanuit NWO, waarvan het merendeel inmiddels ook al is opengesteld.

Daarnaast is in 2018 de Programmaraad voor TKI CLICKNL ingesteld. De Programmaraad, bestaande uit onderzoekers en ondernemers uit de creatieve industrie, begeleidt het implementeren en doorontwikkelen van de Kennis en Innovatieagenda van TKI CLICKNL. De Programmaraad vormt een representatieve vertegenwoordiging van de creatieve industrie. De eenentwintig leden van de raad zijn gevraagd op persoonlijke titel en hebben een achtergrond als ondernemer, creatieve professional of onderzoeker. 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 Innovatie Agenda, 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.

In 2018 is tevens veel tijd gestoken in de voorbereidingen en consequenties van het topsectorenbeleid 2.0 voor TKI CLICKNL. Daarbij ligt er voor CLICKNL de uitdaging, als dwarsdoorsnijdende sector, om een goede aansluiting te zoeken bij de verschillende missie's en thema's van het topsectorenbeleid 2.0. Hiervoor is er tijd en energie gestoken in enerzijds de noodzakelijke afstemming met andere TKI's en betrokken ministeries. Anderzijds hebben er vanuit TKI CLICKNL analyses plaatsgevonden van de verschillende relevante KIA's van de topsectoren, de

geformuleerde missie/thema's van het topsectorenbeleid 2.0 en de aansluiting daarvan met de KIA van TKI CLICKNL.

Tot slot is in 2018 de ontwikkeling van het eerste flagship project van CLICKNL gestart. Onderdeel van de NWO propositie voor de Creatieve Industrie in het lopende contract is een mogelijkheid om vernieuwende onderzoeksprojecten te bouwen; de zogenaamde flagshipprojecten. In 2018 heeft NWO met de Creatieve Industrie een eerste call opengesteld voor het eerste Flagship project met Talpa Network. De ministeries van EZK en OCW ondersteunen deze projecten door een bijdrage die aan de Topsector Creatieve Industrie beschikbaar is gesteld. In het Talpa project gaat het om de ontwikkeling van nieuwe datagedreven proposities en strategieën om de consument met relevante content te kunnen bedienen. Voor dit Flagship project is een budget beschikbaar gesteld van 350.000 euro via NWO, 95.000 euro inzet van PPS toeslag door CLICKNL en 350.000 euro inzet door Talpa Network (waarvan 200.000,- euro cash). Het project is ontwikkeld als PPS3 variant, waarbij na vaststelling van de bedrijfsbehoefte de wetenschappers zijn uitgenodigd hun interesse kenbaar te maken op basis van een cv en motivatie. Vervolgens is met een selectie van deze wetenschappers, in korte tijd, met Talpa Network in een zogenaamde sandpit-aanpak het projectvoorstel ontwikkeld. Daarbij werken partners met een verschillende achtergrond nauw samen in iteratieve workshops. Deze aanpak is ook voor NWO vernieuwend en veelbelovend, om in kortere tijd tot interessante onderzoekssamenwerking te komen. Het vernieuwende karakter heeft echter tegelijkertijd bij de ontwikkeling van deze eerste versie veel tijd gekost.

Vanaf 2018 is goed merkbaar dat het gebruik van de PPS-Regeling, ook in de creatieve industrie, goed op gang is gekomen. Niet alleen het genereren van PPS-Programmatoeslag laat nog steeds een stijgende lijn zien, ook het aantal inzet-projecten (waarbij PPS-Toeslag wordt ingezet) begin nu flink toe te nemen. Afgelopen jaar werden ook meer de effecten duidelijk van de stapeling van steeds meer lopende PPS-Toeslag inzetprojecten: veel projecten die het afgelopen jaar gestart zijn lopen vaak meerdere jaren door maar daarnaast komen er elk jaar nu ook weer meerdere nieuwe inzetprojecten bij. Dit stelt ook hogere eisen aan de tussentijdse monitoring en control op al deze lopende projecten. Het komende jaar wil TKI CLICKNL deze monitoring taak ook nadrukkelijker gaan borgen binnen de CLICKNL organisatie.

Daarentegen is merkbaar dat de aanwezige kennis en toegenomen ervaring met de PPS-Regeling positieve effecten heeft op enerzijds de efficiency en anderzijds de effectiviteit van de inzet van regeling. Door de toegenomen kennis en ervaring kan sneller en beter geschakeld worden bij zowel het opzetten van nieuwe inzetprojecten met PPS-Toeslag, Projecttoeslag en bij het inventariseren van grondslagprojecten ten behoeve van de PPS-Programmatoeslag. Hierdoor is de verwachting dat de effectiviteit van het instrument (PPS-Regeling) ook nog verder zal toenemen het komende jaar. Ook is TKI CLICKNL in staat geweest om nog meer relevante partijen (onderzoeksorganisatie maar ook grote bedrijven) aan zich te binden en te interesseren voor het gebruik van de regeling. Maar ook de intensivering op het gebied van crossovers met andere topsectoren werpt duidelijk zijn vruchten af in toenemende mogelijkheden voor nieuwe calls voor de creatieve industrie en dus ook een verwachte toename in nieuwe pps-projecten. Maar ook de jaarlijks gegenereerde PPS-Programmatoeslag laat (ondanks de voor CLICKNL sterk nadelige recent doorgevoerde beperkingen in de regeling; het schrappen van de buitenlandse in kind bijdragen) nog steeds een stijgende lijn zien. De eerste cijfers uit de grondslagprojecten inventarisatie 2018 wijzen, bij het schrijven van deze jaarrapportage, uit dat er over 2018 waarschijnlijk wederom een lichte stijging gerealiseerd wordt van de PPS-Programmatoeslag ten opzichte van vorige jaren.

Aandachtspunten hierbij blijven wel het goed kunnen laten aansluiten van de verschillende onderzoeksdefinities op het soort gewenste en benodigde onderzoek in de creatieve industrie en het voldoende binden van de MKB'ers bij de PPS-Regeling. De mogelijkheden voor het laten meetellen van in-kind bijdragen binnen de PPS-Regeling is daarbij voor de creatieve industrie een belangrijk instrument om het MKB daarin te kunnen betrekken.

Tot slot laten bovenstaande ontwikkelingen ook een toename zien in de effectiviteit in het realiseren van meer grondslag voor de PPS-Programmatoeslag. Elk jaar worden, door de toegenomen kennis ervaring hierin en mede door de activiteiten en ontwikkelingen rondom de KIA, crossovers met andere topsectoren en de grote PPS'en, meer partijen hiervoor bereikt en wordt de aanpak hierin elk jaar verder verbeterd (en daarmee dus ook effectiever).

Daarnaast heeft TKI CLICKNL in 2018 wederom veel PPS-Toeslag ingezet voor onderzoeksprojecten, in vergelijking tot eerdere jaren. Er zijn in 2018 toekenningen gedaan voor in ieder geval 3 Fieldlab initiatieven. In 2019 zullen er nog enkele volgen die TKI CLICKNL PPS-Toeslag beschikbaar zal stellen voor onderzoeksprojecten binnen deze Fieldlabs. Maar ook bij onder meer TU Delft, het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid en Waag Society is de verwachting dat begin 2019 meerdere inzetprojecten met PPS-Toeslag zullen volgen. Daarmee neemt het gebruik en de effectiviteit van de PPS-Regeling steeds verder toe. TKI CLICKNL laat daarmee ook een zeer positieve ontwikkeling zien in het gebruik van de PPS-Regeling.

5.6. Belemmeringen

Het blijft lastig om de voorwaarden van met name de PPS-Regeling in alle relevante gevallen goed te kunnen laten aansluiten met de behoeften aan R&D binnen de creatieve sector. Er is in de sector vooral behoefte aan meer praktijkgericht onderzoek, innovatie en (experimentele) ontwikkeling maar dergelijke projecten sluiten helaas niet altijd goed aan bij de voorwaarden in de regeling en dus de mogelijkheden om PPS-Toeslag in te zetten. Daarentegen wordt in goed overleg met RvO wel vaak gezocht naar mogelijkheden om, met name de wat grotere projecten, aan te laten kunnen sluiten bij de regeling. Hierin helpt ook het goede contact en expertise van RvO.

Hoewel het genereren van PPS-Programmatoeslag elk jaar een relatief omvangrijke activiteit is, heeft TKI CLICKNL het afgelopen jaar hierin veel meer effectiviteit kunnen brengen door bij het inventariseren van grondslagprojecten meer te focussen op de grotere kennisinstellingen (Universiteiten en Hoge Scholen). Ook is het netwerk en de contacten voor het inventariseren van grondslagprojecten binnen de sector het afgelopen jaar verder uitgebreid. Aandachtspunt daarbij is dat de Hoge Scholen, een voor de creatieve sector ook belangrijke kennisorganisatie en doelgroep, helaas vaak nog onvoldoende bekend zijn met de PPS-Regeling. Bovendien blijkt dat het voor deze kennisinstellingen vaak lastig is en veel tijd kost om de relevante projecten voor de PPS-regeling te inventariseren omdat er geen centrale administratie voor aanwezig is. Hierdoor is de inschatting dat veel potentiële grondslagprojecten in de HBO sector vooralsnog niet in beeld komen voor de PPS-Programmatoeslag bij TKI CLICKNL. Hier zal echter het komende jaar verder aandacht aan worden besteed.

Daarentegen gaat CLICKNL, met onder meer de genoemde "flagship projecten" dus ook meer inzetten op het vormen van grote PPS'en. De eerste resultaten daarvan zullen in 2019 zichtbaar worden. Deze grote PPS'en kunnen uiteraard ook weer een toename in PPS-Programmatoeslag betekenen voor de sector.. Een en ander kan de komende jaren een belangrijke impuls geven aan de omvang en niveau van R&D binnen de sector en daarmee dus ook weer de toename aan PPS-Toeslag binnen CLICKNL.

FINANCIEEL JAARVERSLAG

Het financieel jaarverslag is een bijlage bij deze Jaarrapportage.

OVERZICHT INZETPROJECTEN PPS-TOESLAG 2018

De ingevulde excel-overzichten van alle inzetprojecten met PPS-toeslag over 2018 zijn als bijlage bij deze Jaarrapportage toegevoegd. Zoals in deze jaarrapportage aangegeven betreft dit de volgende projecten:

Inzet Programmatoeslag

- Roodkapje, een serious health game voor naasten van mensen met dementie
- NWO KIEM-projecten
- Onlive project
- IDFA DocLAB R&D programma
- Onderzoeksprojecten Fieldlab SAX
- Onderzoeksprojecten Fieldlab UPPS
- Onderzoeksprojecten Fieldlab Virtual Worlds
- Onderzoeksprojecten Fieldlab VRDML
- Onderzoeksprojecten Fieldlab Sense of Home
- Onderzoeksprojecten Fieldlab Sociale Cohesie
- Diverse Netwerkactiviteiten (zie bijlage)

Inzet Projecttoeslag

- Design for Baggage Service and Systems
- Design Doing at Royal Dutch Airlines
- CardioLab