



CLICKNL Media&ICT

Werkplan 2017

Inhoudsopgave

1	CLICKNL Media&ICT	2
1.1	Topsector Creatieve Industrie en CLICK	2
1.2	CLICKNL Media&ICT	2
1.3	Relatie CLICKNL en andere CLICKNL Netwerken.....	3
1.4	2017: Overgangsjaar voor TKI CLICKNL.....	3
1.5	2017: Overgangsjaar voor CLICKNL Media&ICT	5
2	Innovatieagenda CLICKNL Media&ICT "De Kracht van Verbeelding"	6
3	Doelstellingen en activiteiten.....	9
3.1	Doelstellingen	9
3.2	Werkpakket 1: Organisatie en communicatie	9
3.3	Werkpakket 2: Innovatieagenda	10
3.4	Werkpakket 3: Communityprogramma tbv valorisatie en kennisdisseminatie	10
3.5	Werkpakket 4: Crossovers en projecten	10
3.6	Werkpakket 5: Internationalisering en Europese netwerken.....	11
4	Begroting en financiering	12
4.1	Begroting en financiering	12
4.2	Governance CLICKNL Media&ICT	12
	Bijlage 1: Begroting en financiering CLICKNL Media&ICT	13
	Bijlage 2: Strategische innovatie-thema's Europees Platform NEM.....	14
	Bijlage 3: Beoogde resultaten irt de regio	15

Versie 0.2

Hilversum, 2 november 2016

1 CLICKNL Media&ICT

1.1 Topsector Creatieve Industrie en CLICK

Sinds 2011 vormt de Creatieve Industrie één van de negen Topsectoren in het beleid van de landelijke overheid. Voor ieder topsector is onder leiding van een "boegbeeld" een topteam samengesteld dat vorm geeft aan stimulerend beleid rond de topsector met aandachtsgebieden als:

- Human capital agenda (talentontwikkeling, arbeidsmarkt/onderwijs)
- Internationalisering (exportstimulering, aantrekkelijk vestigingsbeleid)
- Onderzoek en Innovatie (ondersteund door TKIs, Topconsortia Kennis en Innovatie)
- Randvoorwaarden voor succesvolle groei (fiscaal, aandacht voor MKB, financiering enz)

CLICKNL Media&ICT is één van de netwerken die samen CLICKNL vormen, het Topconsortium Kennis en Innovatie (TKI) voor de topsector Creatieve Industrie. CLICKNL vormt het landelijk kennis- en innovatienetwerk van en voor de creatieve industrie en heeft een open netwerkstructuur. Het TKI bestaat uit zes CLICKNL Netwerken en een nationaal knooppunt CLICKNL dat de netwerken verbindt en ondersteunt. CLICKNL Media&ICT is één van de zes netwerken. Media&ICT (incl digital agencies en communicatie/reclame) is goed voor ca. 40% van de creatieve industrie. Het TKI CLICKNL wordt juridisch gerepresenteerd door de stichting TKI CLICKNL.

1.2 CLICKNL Media&ICT

CLICKNL Media&ICT richt zich binnen het eigen domein op het actief mobiliseren van bedrijfsleven en het leggen van verbanden tussen bedrijven onderling en tussen bedrijven en kennisinstellingen met een hoofdrol voor MKB. Hierdoor ontstaat een brede voedingsbodem voor succesvolle innovatie door samenwerking, niet alleen in grootschalige projecten, maar juist ook rond kortcyclische innovatie. Daarbij wordt ingezet op een brede disseminatie van kennis en betrokkenheid vanuit bedrijven.

CLICKNL Media&ICT heeft een nationale scope om partijen in Nederland aan en met elkaar te verbinden met een regionaal zwaartepunt in de Noordvleugel van de Randstad (Amsterdam-Hilversum-Utrecht). **Gemeente Hilversum** heeft in de eerste jaren als bestuurlijk trekker gefungeerd en heeft dit in 2015 overgedragen aan **Regio Gooi en Vechtstreek** vanwege het regionale belang van de ontwikkeling van de creatieve economie. De focus vanuit de regio is primair gericht op kennisvalorisatie in nauwe samenwerking met bedrijfsleven en kennisinstellingen. Regio Gooi en Vechtstreek neemt actief het voortouw om in gezamenlijkheid met partners in de Metropoolregio Amsterdam én in de regio Utrecht een nieuwe regionale innovatieagenda te ontwikkelen op het gebied van digitale media en creatie. De regio wil zich daarmee sterker positioneren en profileren als kristallisatiepunt van de Media Valley. Uitgaande van eigen kracht wil de regio o.a. slimme proposities ontwikkelen op maatschappelijk relevante thema's met de Regio's Utrecht en Amsterdam, waarin digitale content, digitale diensten en de toegevoegde waarde voor professional, consument en inwoner steeds centraal staan.

Gemeente Hilversum en Regio Gooi en Vechtstreek doen dit samen met **stichting iMMovator**. iMMovator is het cross media expertisecentrum en innovatieplatform voor de (cross)mediasector. iMMovator richt zich op het versterken van de crossmediasector (ontstaan door de convergentie van de werelden van media, ICT en Telecom) met de nadruk op innovatie en economisch rendement. iMMovator is een netwerkorganisatie met meer dan 9.000 aangesloten professionals afkomstig uit ca. 3.000 organisaties.

iMMovator ondersteunt sinds medio 2012 de opbouw van het netwerk CLICKNL Media&ICT en fungeert als trekker voor het domein Media&ICT. Stichting iMMovator is tevens de **juridische drager** van CLICKNL Media&ICT en fungeert als platform voor publiek-private consortia waarin overheid, bedrijfsleven, kennisinstellingen (inclusief wetenschap) en andere organisaties samenwerken voor het domein Media&ICT.

CLICKNL Media&ICT is breder dan het iMMovator Cross Media Network. Het iMMovatornetwerk heeft zich afgelopen jaren primair geformeerd rond de audiovisuele media en de daarmee verbonden nieuwe vormen van dienstverlening. CLICKNL Media&ICT verbindt de sectoren binnen de creatieve

industrie die zich richten op **digitale diensteninnovatie**. Vanaf de start is ingezet om de samenwerking met andere sectoren binnen de creatieve industrie te intensiveren. Naast de traditionele iMMovator-achterban richt CLICKNL Media&ICT zich op:

- Samenwerking netwerken Gaming en Digitaal Erfgoed
- Muziek, Film, Events en ander (grootschalig) entertainment
- Digitaal georiënteerde Creatief zakelijke dienstverlening, waaronder digital agencies, internetbureaus, grafimedia, reclame&communicatie, out-of-home, applicatie-ontwikkelaars, gamebedrijven
- Uitgeverijen, pers, journalistiek, dagbladen, tijdschriften, boeken en publicaties

Inmiddels is een netwerk opgebouwd van ruim 1.400 professionals die via de website en via een aparte maillijst worden geïnformeerd. Dit netwerk heeft slechts een 20%-overlap met het veel grotere iMMovatornetwerk.

1.3 Relatie CLICKNL en andere CLICKNL Netwerken

CLICKNL Media&ICT werkt nadrukkelijk samen met CLICKNL en met de andere CLICKNL Netwerken en dan met name de netwerken rond gaming (DGA/DGG/EBU/Utrecht), rond Cultureel Erfgoed (Beeld en Geluid/Meertens). De samenwerking krijgt op de achtergrond al de werktitel CLICK Digital. Om structuurdiscussies te voorkomen worden hierin geen formele stappen gezet.

Van het bureau TKI CLICKNL worden vooral de volgende activiteiten verwacht:

- Coördinatie van TKI Creatieve Industrie als geheel en tussen de CLICKNL Netwerken
- Afstemming met andere onderdelen topsectorenbeleid (Dutch Creative Industries Council, Topteam, Human Capital Agenda, internationalisering, andere topsectoren, betrokken ministeries)
- Representatie/lobby voor Creatieve Industrie als totaal bij stakeholders en mogelijke financiers voor nu en in de toekomst, nationaal en internationaal. Denk aan NWO, TNO, ministeries, regiobesturen, Europese programma's, structuurfondsen, etc.
- Coördinatie internationalisering: opbouw internationaal netwerk en lobby contacten, in samenspraak met regionale en landelijke overheid (en daaraan gerelateerde organisaties), alsmede kennisinstellingen en internationale spelers.
- Stimuleren CLICKNL Netwerken tot onderlinge samenwerking, tot crossovers naar andere sectoren en naar de "grand societal challenges".
- Faciliteren CLICKNL Netwerken met financiering, communicatiemiddelen, (informatie over) instrumentarium en voorkomen dat ieder CLICKNL Netwerk voor zich alles inregelt.
- Inrichten centrale communicatiestrategie, branding, communicatiemiddelen (logo's), centrale website en documentatie rond CLICK, topsectoren, agenda-activiteiten

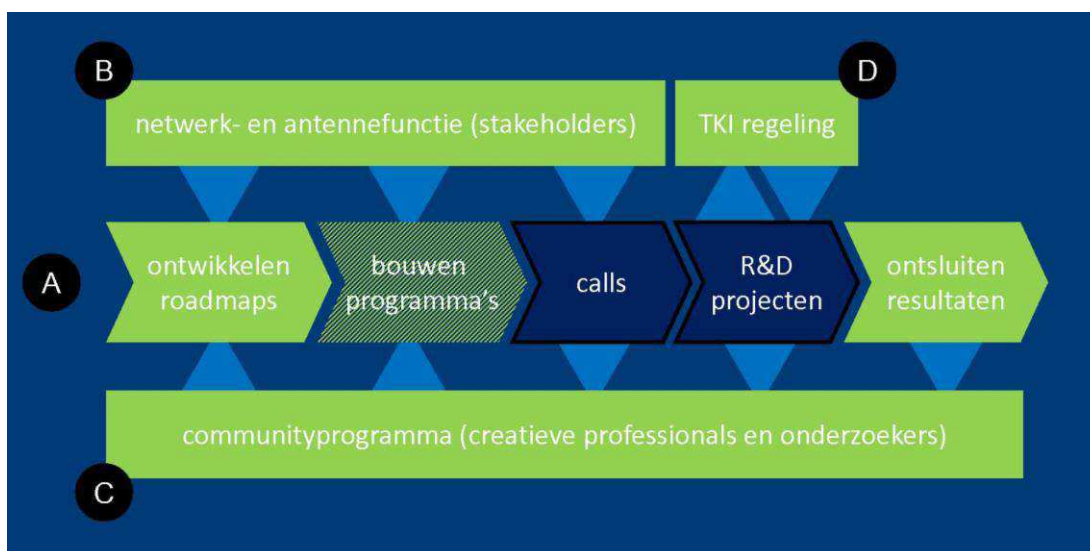
1.4 2017: Overgangsjaar voor TKI CLICKNL

TKI CLICKNL beschouwt 2017 als een overgangsjaar naar een nieuwe structuur en mogelijk nieuw kabinetsbeleid. De strategie van CLICKNL is gericht op het versterken van de kennisbasis van de Nederlandse creatieve industrie om zo bij te dragen aan een sterke sector door het bevorderen van

- de ontwikkeling van nieuwe kennis (door onderzoek)
- de betere benutting van (bestaande) kennis door communityvorming en innovatie.

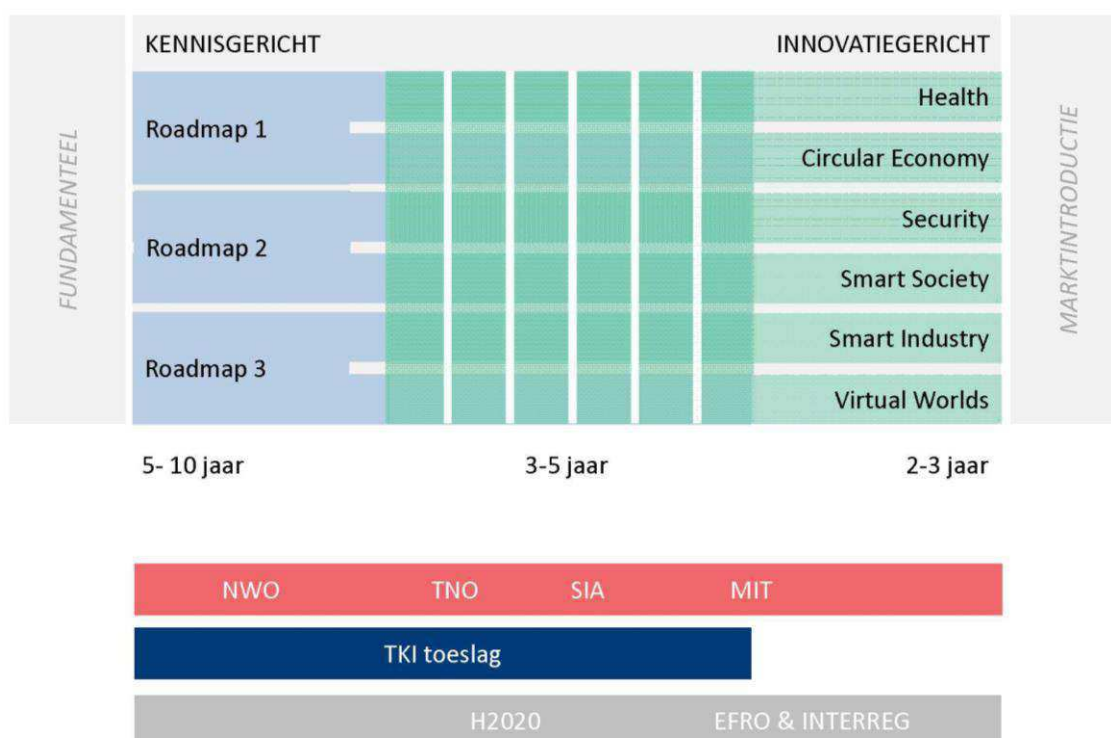
TKI CLICKNL definieert als kernactiviteit het zorgdragen voor R&D programma's voor de kennisbasis van de creatieve industrie: nieuwe kennis, methodes, concepten, technologie die creatieve professionals kunnen toepassen en waarmee ze maatschappelijke en/of economische impact kunnen hebben. In onderstaande figuur wordt aangegeven welke activiteiten CLICKNL tot zijn kern (groen) beschouwd:

- A. Het verbinden en mobiliseren van partijen in het R&D ecosysteem van de creatieve industrie via ontwikkelen van roadmaps, (ondersteunen) van bouwen van programma's en ontsluiten van onderzoeksresultaten. Uitvoeren van calls en opzetten/uitvoeren van projecten vallen buiten de scope van CLICKNL
- B. Het ontwikkelen van een strategische netwerk- en antennefuncties met stakeholders
- C. Een communityprogramma waarmee een informerende en bewustmakende rol wordt ingenomen naar creatieve professionals en excellente onderzoekers in de topsector
- D. Uitvoering geven aan de TKI-toeslagregeling waarmee CLICKNL via RVO additionele financiering ontvangt bedoeld om in te zetten voor R&D-projecten.



CLICKNL kiest ervoor zich te concentreren op het ontwikkelen van publiek-private samenwerkingen. In de programmering richt CLICKNL zich enerzijds op het bouwen van kennisgerichte samenwerkingsprogramma's, gericht op onderwerpen waar de creatieve professional over 5 jaar nieuwe kennis over nodig zal hebben om zijn/haar werk beter te kunnen doen. CLICKNL wil nieuw onderzoek aanjagen in een beperkt aantal (2/3) grootschalige kennisgerichte publiek / private samenwerkingsprogramma's (linkerkant van onderstaand schema) vanuit de bestaande infrastructuur van kennisinstellingen (universiteiten, HBO en TO2) en de bij hen aanwezige kennis en faciliteiten.

Anderzijds wil CLICKNL met de sector en de netwerken bouwen aan innovatiegerichte programma's, gericht op onderwerpen waar de creatieve industrie op kortere termijn een relevante bijdrage kan leveren. In de innovatiegerichte programma's wordt expliciet gezocht naar de verbinding met fieldlabs cq living labs om die infrastructuur te ontsluiten en daar gebruik van te laten maken door creatieve professionals. CLICKNL beschouwt de innovatiegerichte programma's als de meest toegepaste delen in de programmering.



1.5 2017: Overgangsjaar voor CLICKNL Media&ICT

In de context van deze strategie verandert de rol van de CLICKNL-netwerken. CLICKNL rekt op een sterke inzet vanuit de netwerken bij het bepalen van de inhoud van de roadmaps, het bouwen van de programma's en het mede uitvoering geven aan community programma's. Ook ziet CLICKNL een duidelijk rol voor de netwerken in de uitvoering van innovatiegerichte programma's en verbinding naar regio's. CLICKNL gaat er echter vanuit dat de netwerken zelfvoorzienend zijn en dat CLICKNL zelf een direct beroep kan doen op inzet van de netwerken en andere stakeholders ("hosting"-model). Wel zal CLICKNL middelen die het als TKI verwerft en die daarvoor geschikt zijn beschikbaar stellen. Dit betreft vnl. gelden vanuit de regeling MKB Innovatiestimulering Topsectoren (MIT) voor Netwerkactiviteiten (max 100k per jaar) en gelden vanuit de TKI-toeslagregeling. Deze laatste zijn geormerkt voor uitvoering van specifieke samenwerkingsprojecten waarin ook enige ruimte is opgenomen voor valorisatie en netwerk-activiteiten. Voor 2017 zal de eerder verworven toeslag ingezet worden om vijf fieldlabs voor de creatieve industrie te creëren. De fieldlabs zijn bedoeld als eerste invulling van innovatiegerichte programma's

Vanuit het netwerk CLICKNL Media&ICT is vanaf het begin ingezet op toegepaste kennis. Innovatie in onze sector is kortcyclisch en iteratief. Geïnspireerd door wereldwijde ontwikkelingen en de kansen/mogelijkheden van internationale platforms, wordt gezocht naar relevante en toepasbare kennis. Bedrijven en professionals zoeken onderlinge samenwerking om kansen te verzilveren en maken graag gebruik van toepasbare kennis. De toegenomen samenwerking met HBO-instellingen is vanuit die context goed verklaarbaar. De kloof met wetenschappelijk onderzoek is afgelopen jaren moeilijk overbrugbaar gebleken.

CLICKNL kiest met bovenstaande strategie voor een verschuiving in de andere richting: van meer marktgedreven business ontwikkeling en innovatie naar meer (wetenschappelijk) gefundeerd onderzoek. Bovendien is nog niet helder of de innovatiegerichte programma's voldoende gaan brengen voor ons netwerk. Voor de partijen die nu CLICKNL Media&ICT vormen is 2017 daarmee ook fundamenteel een overgangsjaar. Hun wens om de investeren in het versterken van de innovatiekracht en het verdienvermogen van de (digitale) creatieve industrie is onverminderd. Maar of de koers die CLICKNL nu lijkt in te slaan daartoe gaat leiden, is een groot vraagteken. In 2017 wordt actief het voortouw genomen om in gezamenlijkheid met partners in de Metropoolregio Amsterdam én in de regio Utrecht een nieuwe regionale innovatieagenda te ontwikkelen op het gebied van digitale media en creatie in relaties tot de centrale thema's Slim in Utrecht en Digital Connectivity in Amsterdam. Uitgaande van eigen kracht zal worden ingezet op het ontwikkelen van slimme proposities op maatschappelijk en economisch relevante thema's met de Regio's Utrecht en Amsterdam, waarin digitale content, digitale diensten en de toegevoegde waarde voor professional, consument en inwoner steeds centraal staan.

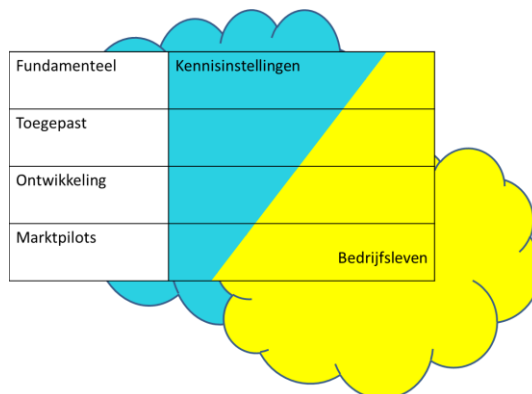
2 Innovatieagenda CLICKNL Media&ICT “De Kracht van Verbeelding”

De activiteiten van CLICKNL Media&ICT worden inhoudelijk richting gegeven obv de innovatieagenda “De Kracht van Verbeelding”. Deze innovatieagenda van het innovatienetwerk Media&ICT is onderdeel van de Strategische Research en InnovatieAgend (SRIA) van CLICKNL en vormt onderdeel van het InnovatieContract van de Topsector Creatieve Industrie.

CLICKNL Media&ICT heeft de ambitie dat Nederland in 2020 tot de top 3 mediaregio’s in Europa behoort en leidend is voor het ontwikkelen van nieuwe smart media en breedband diensten. Nederland zal hierbij fungeren als living lab waarbij hier uitontwikkelde diensten door bedrijven geëxporteerd kunnen worden. Inzet is om meer samenhang te hebben in de onderzoeks- en innovatieactiviteiten van Nederlandse bedrijven en onderzoeksinstituten, hierbij ondersteund door de nationale, regionale en Europese overheid.

In de uitwerking wordt onderscheid gemaakt naar fundamenteel onderzoek, toegepast onderzoek, ontwikkeling en marktpilots. Kennisinstellingen en bedrijfsleven werken hierin op verschillende manieren en in verschillende verhoudingen samen.

CLICKNL Media&ICT neemt initiatieven om partijen te mobiliseren en elkaar te verbinden (consortiaforming / matchmaking) en waar mogelijk projectplanning te ondersteunen. Projecten, plannen en consortia kunnen alleen succesvol zijn als ze door de betrokken partijen zelf gedragen zijn.

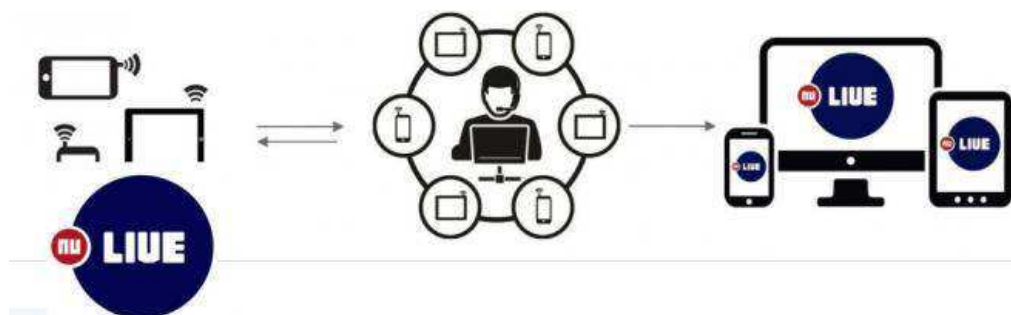


CLICKNL Media&ICT wil onderzoek en innovatiestimulering richten op 6 hoofdonderwerpen. De onderwerpen worden geïllustreerd met een voorbeeld van een concreet project dat inmiddels heeft gelopen, variërend van onderzoeksprojecten tot innovatieprojecten binnen bedrijven.

1. Contentcreatie: hoe kun je als maker/producent van content nieuwe (technologische) mogelijkheden en interactievormen inzetten bij het creëren van vernieuwende programma’s, producties en ervaringen? Ontwikkeling formats, events, (transmedia) storytelling, narrative design, gameplay en (digital) design. Gebruik van augmented, mixed en virtual reality. Met daarbij een hoofdrol voor de veranderende rol van de individuele gebruikers van media- en entertainmentdiensten (van consument via (publieks)participatie naar co-creatie).

2017 zal in veel opzichten in het teken staan van Virtual Reality. Wereldwijd zijn meerdere doorbraken aangekondigd om VR bereikbaar te maken voor massaal gebruik. Virtual Reality, Augmented Reality, Mixed Reality, 360 graden video ... Omroepen en mediabedrijven zijn nog terughoudend in afwachting van de brede adoptie. Maar de kennis- en innovatievragen zijn legio zowel op technisch, creatief en op businessvlak .

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



2. Contentexploitatie en de veranderingen in de ketens en infrastructuur rond contentproductie, -processing, aggregatie, -opslag, -distributie en devices. Wat zijn emerging technologies en standaarden? Welke ontwikkelingen zijn er gaande op het gebied van interoperabiliteit, netneutraliteit, technische kwaliteit, beveiliging en online platforms? En voldoen deze aan de consumentenvraag (anytime-anywhere-anydevice)?

Met name dit thema sluit het meest kernachtig aan bij de technologische innovatie rond de traditionele mediasector. Omdat Nederland daarin niet geïsoleerd opereert, wordt nauwlettend gevolgd wat er wereldwijd en specifiek in Europa gebeurt. Welke prioriteiten ziet de European Broadcasting Union (EBU)¹? Ook heeft CLICKNL Media&ICT zich in Europa aangesloten bij het European Technology Platform New European Media (NEM) die een zeer omvangrijke innovatie-agenda heeft samengesteld (zie bijlage 2).

MediaNow (UvA, Beeld en Geluid eva)

MediaNow is een project dat wordt gefinancierd vanuit het NWO programma voor de Creatieve industrie. Het project heeft als doel het ontwikkelen van open source zoekalgoritmen die het doorzoeken van grootschalige media-archieven mogelijk maken.

De zoeksoftware die ontwikkeld wordt binnen MediaNow is bedoeld voor media-professionals. De voorziene innovaties op het snijvlak van informatica en mediastudies zijn drievoudig. Allereerst zal er een zelf-verbeterend zoekalgoritme worden ontwikkeld dat zichzelf aanpast en verbetert naarmate het gebruikt wordt. Ten tweede zal er een gedegen methode worden ontwikkeld voor semantische analyse van mediacontent. Tot slot zal er een nieuwe zoekresultaatpagina ontwikkeld worden die automatisch een verhaallijn genereert op narratieve wijze geschikt voor professionals in de creatieve industrie. Deze algoritmes zullen toegepast worden in de onderzoeksomgeving van Het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid en zullen ook gepubliceerd worden als open source software.



3. Smart maken van (media)diensten met big data: data collectie, sensor(netwerk)en, tooling, inzicht vergroten in markt/gebruikers obv liefst realtime big data analytics (incl social media), "slimme" algoritmes voor optimalisatie van diensten, zowel massaal als geïndividualiseerde gebruikerservaring, context-/locatie-/tijdbewust.

In 2015 is een start gemaakt met de Data Science Track voor Media en parallel de organisatie van Thingscon, gericht op ontwerpen van connected "things" en wearables. In 2016 is het voorwerk gedaan voor een masteropleiding Data Science voor Media en inzet van lectoraten. In 2017 wordt dit doorvertaald naar programma's, projecten en een masteropleiding Data Scientist voor Media.

Voetbal in VR

Beyond Sports laat zien hoe virtual reality sport kan verrijken, voor kijkers maar ook voor spelers. Hiervoor werkt Beyond Sports al samen met Ajax, PSV en AZ. Met vier camera's langs het veld wordt een dataset gegenereerd die weer kan worden omgezet in een 3D-simulatie. Spelers en coaches kunnen met de software wedstrijden herbeleven vanuit elk perspectief: door de ogen van de eigen spelers en door de ogen van de tegenstander, maar ook vanaf recht boven het veld, voor een tactisch overzicht. Voor spelers is het terugzien van wedstrijdmomenten vanuit hun eigen perspectief alsof zij de wedstrijd weer opnieuw beleven. Beyond Sports zorgt voor een groter inlevingsvermogen en voor nieuwe inzichten in eerder gemaakte keuzes op het voetbalveld.



¹ De belangrijkste thema's zoals EBU die ziet voor 2016-2017 zijn gepresenteerd in de Technology Update Future of Broadcast <http://immovator.nl/mediatheek/publicaties/technology-update-future-broadcasting-according-ebu>

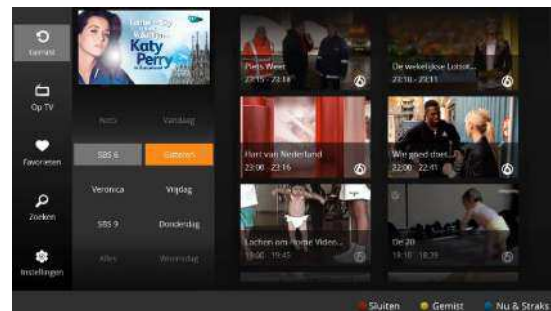
4. Mens centraal: zowel individuele als gedeelde gebruikerservaringen, (nieuwe vormen van) interactie/interfacing incl. wearables/augmented reality, storytelling vertaald naar individu, gemeenschapsvorming en identiteit met media als verbindende factor, toegankelijkheid van diensten, meten van emoties en gedrag en ontwerpen van gedragsverandering, en ethische vraagstukken rond mediawijsheid, privacy, security.

News Genius (oa RTL / TNO / User Intelligence):
 Zou het niet fijn zijn dat je een persoonlijke nieuwsuitzending kunt bekijken om snel op de hoogte te worden gebracht van onderwerpen die jij interessant vindt?. De News Genius-app creëert een persoonlijke nieuwsuitzending op basis van het materiaal van RTL-nieuws. Als kijker kun je zelf voorkeuren en de gewenste kijktijd aangeven. Ook voor redacties brengt News Genius een nieuwe manier van werken met zich mee. De items moeten bijvoorbeeld voorzien worden van goede metadata en eenvoudig opknipbaar zijn zodat ze verwerkt kunnen worden in persoonlijke journaals. Belangrijk onderdeel van News Genius vormt de recommendatietechnologie, volgens TNO een kansrijke technologie voor differentiatie en personalisering van nieuws.



5. Veranderingen van businessmodellen: trendonderzoek, nieuwe verdienmodellen, andere vormen van meten en 'afrekenen', invloed social media op mediaconsumptie, intellectueel eigendomsrecht in een globale digitale wereld, rechtenbeheer en ontbundeling van rechten, integratie en innovatie publiekevents (tijdelijke steden, security).

Adressable TV (SBS op HBBTV):
 SBS Broadcasting doet in 2015 eerste proeven met addressable tv. Addressable tv wordt mogelijk gemaakt door middel van HbbTV (hybrid broadcast broadband television), een technologie die televisie en internetdiensten combineert. Integratie van lineaire en non-lineaire content wordt in de toekomst steeds belangrijker. Adressable TV maakt het namelijk mogelijk om gericht te adverteren op televisie met persoonlijke en relevantere advertenties voor de consument als resultaat. Een uitgelezen kans voor adverteerders om de voordelen van op televisie en digitaal adverteren te combineren. De gebruikerservaring blijkt niet alleen zeer positief, maar zelfs de eerste aankopen naar aanleiding van HbbTV zijn al gedaan!



6. Crossovers: ondersteunen sociale innovatie (informatie, communities, platforms), innovatieprojecten tussen branches en sectoren, en oplossingen bijdragen rond grote maatschappelijke thema's (zorg, cultuur, educatie, duurzaamheid/energie, mobiliteit, veiligheid, "inclusive society") en arbeidsmarkt.

Project FIT: Thuis wonen met Dementie
 Passende ondersteuning voor het langer thuis wonen van mensen met dementie. In de regio Gooi en Vechtstreek gaan universiteiten, media- en technologiebedrijven, zorgorganisaties en gemeenten de handen in één slaan om dit voor inwoners met dementie mogelijk te maken.
 Hogeschool van Amsterdam, VUmc, Waag Society en TNO gaan in het project nauw samenwerken met regio Gooi en Vechtstreek. Alle partijen zijn in 'living labs' actief betrokken bij de ontwikkeling van ideeën, testen van concepten en eindproducten. De Regio Gooi en Vechtstreek richt zich op mensen met gevorderde dementie (ZZP 3, 4 en 5).



3 Doelstellingen en activiteiten

3.1 Doelstellingen

De doelstelling van CLICKNL Media&ICT is uitvoering te geven aan de innovatieagenda en de achterliggende doelstellingen en deze periodiek te actualiseren zodat onderzoek, samenwerking en matchmaking steeds gericht blijft op onderwerpen die het meest kansrijk zijn om de Media&ICT-sector te versterken.

In 2017 ligt de nadruk op het verder uitbouwen van het netwerk CLICKNL Media&ICT tot ca. 1.600 actieve deelnemers. CLICKNL Media&ICT concentreert zich op "de willers en de kunners" binnen het netwerk die ook daadwerkelijk bereid zijn te investeren in samenwerking en in onderzoek en innovatie. CLICKNL Media&ICT spant zich in om bedrijfsleven, overheid, het onderwijsveld en onderzoekswereld elkaar te laten ontmoeten, kennis te nemen van elkaars activiteiten en prioriteiten en waar mogelijk tot samenwerking te brengen rond realisatie van (onderdelen van) de innovatieagenda.

CLICKNL Media&ICT wil consortiavorming/projectplanontwikkeling ondersteunen voor initiatieven die invulling geven aan de innovatieagenda en middels ondersteunende activiteiten vanuit CLICKNL Media&ICT kennisontwikkeling en kennisdeling stimuleren. CLICKNL Media&ICT vervult vooral een aanjagende rol en werkt samen met de CLICKNL en de andere CLICKNL Netwerken.

2017 wordt daarbij wel gezien als overgangsjaar waarin het accent wordt verlegd van organisatie naar het tot stand brengen van projecten. Een deel van de middelen die zich lenen voor projectgebonden inzet wordt dan ook buiten de begroting van dit werkplan gehouden. Beschikbare budgetten worden ingezet voor de doeleinden van de innovatie-agenda en het daarbij behorende community-programma. Binnen het werkplan (met teruggebrachte bijdragen vanuit ministerie van OCW en vanuit de Regio) wordt vnl de coördinerende rol uitgevoerd. De inzet voor crossovers (wp 4) wordt niet meer apart begroot en kan alleen worden ingevuld als daarvoor aanvullend budget wordt gegenereerd. De inzet voor internationalisering (wp 5) wordt ingezet in dienst van projectvorming. Generieke voorlichting en input voor (Europese) calls wordt gestopt. Omwille van transparantie is tov voorgaande jaren de inbreng vanuit iMMovator voor werkpakket 3 (kennis en netwerkevents) ook buiten de begroting gebracht. Hierdoor is het plan teruggebracht in volume. Benadrukt wordt echter dat betrokken partijen aanvullend op dit plan blijven investeren in versterking van de innovatiekracht en het verdienvermogen van de sector alsmede in het realiseren van innovatieve projecten.

3.2 Werkpakket 1: Organisatie en communicatie

CLICKNL Media&ICT wordt primair georganiseerd vanuit stichting iMMovator, met steun van gemeente Hilversum en de omliggende regio. Binnen het domein Media&ICT is een kernteam samengesteld om richting te geven aan de activiteiten van CLICKNL Media&ICT. Deelnemers aan het kernteam zijn afkomstig uit de gouden driehoek van bedrijfsleven, kennisinstellingen (incl wetenschap) en overheden.

Binnen dit werkpakket worden de volgende activiteiten gerealiseerd:

1. Aanjaag/coördinatiefunctie CLICKNL Media&ICT ("trekker"):
 - a. Planning en coördinatie activiteiten
 - b. Agenda en bijeenkomsten
 - c. Afstemming belangrijkste stakeholders binnen domein Media&ICT (bedrijfsleven, kennisinstellingen, overheid)
 - d. Aanspreekpunt binnen Media&ICT over topsectorenbeleid Creatieve Industrie
 - e. Aanspreekpunt voor andere sectoren die willen samenwerken met Media&ICT
2. Overleg/afstemming met CLICKNL en andere CLICKNL Netwerken
 - a. Wederzijds informeren over (voorgenomen) activiteiten en initiëren van gezamenlijke projecten, events, bijeenkomsten, etc.
 - b. Afstemmen over instrumentarium en lobby voor financiering
 - c. Gezamenlijke profilering Creatieve industrie Nederland
 - d. Communicatiestrategie
 - e. Effectieve aanpak / best practices

3. Bestuurlijke afstemming in de regio (Hilversum – Amsterdam – Utrecht)
4. Beheer en communicatie netwerk CLICKNL Media&ICT
 - a. Opbouw database/profielen deelnemende professionals en organisaties
 - b. Matchmaking tussen partijen
5. Verzorgen communicatie naar deelnemers CLICKNL Media&ICT
 - a. Oproepen / nieuws via nieuwsbrief
 - b. Website / huisstijl afstemmen met communicatie CLICKL
 - c. Agenda en events
6. Administratie van activiteiten (kosten en financiering)
7. Monitoring, evaluatie en reporting.

3.3 Werkpakket 2: Innovatieagenda

Binnen dit werkpakket worden de volgende activiteiten uitgevoerd:

1. Innovatieagenda: deelagenda Media&ICT "Kracht van Verbeelding" is in 2015 herzien en onderdeel gemaakt van de Strategische Research en Innovatie Agenda voor de Creatieve Industrie. In samenwerking met de regio wordt gewerkt aan een vanuit de regio gedragen innovatieagenda op het gebied van digitale media en creatie.
2. Ondersteunend instrumentarium: CLICKNL Media&ICT zal de achterban blijven informeren over beschikbare regelingen en ondersteunend instrumentarium, maar zal zich niet meer bezig houden met het ontwerp, voorbereiden en invullen van dit instrumentarium .
3. In 2017 wordt vnl ingezet op het van de grond krijgen van projecten en het vormen van consortia: verkennen projectkansen, mogelijke consortia, opstellen projectplannen en vormen samenwerkingsverbanden rond projecten uit de innovatieagenda. Consortia vormen en met betrokken partijen projectplannen voorbereiden. Gezocht wordt naar initiatieven die aansluiten bij inhoudelijke thema's van de innovatieagenda, beoogde groei en innovatie, en de bijdrage aan de internationale positie van de het Nederlandse bedrijfsleven.

3.4 Werkpakket 3: Communityprogramma tbv valorisatie en kennisdisseminatie

In voorgaande werkplannen bracht iMMovator een belangrijk deel van zijn kennis- en netwerkevents in als uitvoering van dit werkpakket. Dit jaar wordt dat niet meer gedaan, om de transparantie in de verantwoording te bevorderen. In 2017 wordt de invulling van dit werkpakket dus niet meer gevormd door de uitvoering van de activiteiten, maar vooral door de coördinatie van thema's en de vertaling daarvan naar relevante kennisoverdracht en inspiratie binnen de community.

Binnen dit werkpakket worden de volgende activiteiten uitgevoerd:

1. Innovatieoverleg mediaketen: 3-4* per jaar voeren van overleg tussen meest bepalende marktpartijen in mediasector om contact te houden met de kortcyclische innovatie binnen de sector, de prioriteiten daarbinnen en het kunnen leggen van verbanden met kennisinstellingen. Via dit overleg tevens de betrokkenheid bij de innovatieagenda borgen van de belangrijkste spelers. Focus van het innovatieoverleg is mediagerelateerde diensteninnovatie.
2. Masterclasses/technology updates tbv netwerk: in masterclasses en technology updates worden met name technologische ontwikkelingen diepgaand uitgelegd door een expert, kunnen bedrijven en kennisinstellingen cases voorleggen aan experts en worden de mogelijkheden verkend om consortia te vormen voor vervolgprojecten.
3. Ondersteunen valorisatieprogramma's onderzoeksinstellingen en onderzoeksprogramma's.
4. Coördinatie en communicatie over relevante kennis- en netwerkevents voor de community rond CLICKNL Media&ICT en rond de onderwerpen van de innovatieagenda.

3.5 Werkpakket 4: Crossovers en projecten

CLICKNL heeft de nadrukkelijke ambitie om met crossover projecten de waarde van creatie, de waarde van de creatieve industrie voor andere topsectoren aan te tonen. De oogst van vele inspanningen in voorgaande jaren is van beperkte impact geweest voor de Media&ICT sector. CLICKNL Media&ICT ziet dan ook geen aanleiding meer deze nog als een aparte werkpakket te administreren en neemt de activiteiten (waar nodig) op in de andere werkpakketten. Doelgefinancierde activiteiten zoals rond het Create Energy programma en aangegane verplichtingen zoals rond het project FIT worden in 2017 wel gecontinueerd.

3.6 Werkpakket 5: Internationalisering en Europese netwerken

CLICKNL Media&ICT beperkt zich niet tot Nederland. Technologie-ontwikkeling en innovatie vindt op globale schaal plaats en vindt steeds sneller zijn weg naar toepassingen over de hele wereld. Dit biedt kansen zowel voor eigen expansie in internationaal verband als voor het overnemen en vertalen naar lokale toepassingen van elders ontwikkelde technologie.

Het werkpakket omvat de volgende activiteiten:

1. Verkennen mediaclusters in buitenland waarmee samenwerking kan worden opgezet
2. Verkennen van kansen voor (project)financiering vanuit Europese digitale agenda, Horizon2020, Creative Europe en andere (onderzoeks- en innovatieprogramma's, oa. door:
 - a. Deelname aan European Technology Platform NEM
 - b. Samen met KvK/RVO/NWO organiseren gerichte matchmakingbijeenkomsten

Voor dit werkpakket zal iMMovator coördinerend optreden. Voor de uitvoering wordt nadrukkelijk samengewerkt met andere partijen waaronder RVO, ministeries EZ, OC&W en Buitenlandse Zaken, maar ook universiteiten als UvA/VU/UU/EUR, KvK en andere partijen.

4 Begroting en financiering

4.1 Begroting en financiering

Voor het totaal van de activiteiten/werkpakketten van CLICKNL Media&ICT is voor 2017 een begroting opgesteld met urengebaseerde inzet, alsmede out-of-pocketkosten voor communicatie, events, drukwerk, etc. Deze begroting is opgenomen in bijlage 1 van dit werkplan. De totale omvang van de CLICK-gerelateerde begroting bedraagt ca. €150.000.

Voor de financiering van het werkplan CLICKNL Media&ICT heeft Regio Gooi en Vechtstreek (wo gemeente Hilversum) een bijdrage toegezegd van €35.000. Verder wordt een aanvraag ingediend bij het ministerie van OC&W voor een bijdrage van € 100.000. iMMovator zal zich inspannen om waar mogelijk bijdragen van derden te genereren en tenslotte eigen middelen inzetten ter financiering.

4.2 Governance CLICKNL Media&ICT

Voor 2017 wordt de eenvoudige governance-structuur voorgezet. iMMovator is de juridisch drager voor CLICKNL Media&ICT en draagt tevens zorg voor de administratieve verantwoording. iMMovator hecht aan actieve betrokkenheid en consensus over de aanpak en activiteiten met stakeholders. Naast de leden van het kernteam zal tijdig afstemming gezocht worden met CLICKNL (directeur Bart Ahsmann en bestuurslid Jann de Waal), gemeente Hilversum (B&W, wethouder Jaeger) en de regio (portefeuillehouders EZ).

De formele governance wordt vastgelegd in beschikkingen en overeenkomsten rond de financiering. Verantwoordelijk voor de uitvoering van dit werkplan en de overeenkomsten is stichting iMMovator. In de overeenkomsten worden o.a. de beslispunten gemarkeerd waarover de financier zeggenschap wil behouden.

Bijlage 1: Begroting en financiering CLICKNL Media&ICT

De in dit werkplan beschreven activiteiten zijn per werkpakket vertaald naar een begroting per soort kosten. Dit resulteert in onderstaande begrotingstabel.

Begroting CLICK Media&ICT 2017	WP1 org&comm	WP2 Innov agenda	WP3 Valorisatie & kennisdissem	WP4 Crossovers Projecten	WP5 Internat en Europa	Kosten in project	%
Inzet iMMovator							
inzet directeur	1.950		1.300			3.250	2%
trekker CLICK Media&ICT	25.000	20.000	15.000			60.000	40%
proj ods CLICK Media&ICT	5.280	11.000	8.800		9.680	34.760	23%
comm uren	6.000		6.000			12.000	8%
inzet ambtelijke capaciteit	pm	pm	pm	pm	pm	pm	
inzet kernteam/TNO/NWO/deelnemers	pm	pm	pm	pm	pm	pm	
accountant	3.500					3.500	2%
huisvesting, bureaunkosten, admin, secr	6.750		6.750			13.500	9%
	48.480	31.000	37.850	-	9.680	127.010	85%
Kosten derden							0%
comm middelen	7.500					7.500	5%
OOP crossmediacafés/events			pm			-	0%
OOP andersoortige event/valorisatie		5.000	10.000			15.000	10%
OOP workshops/masterclasses			pm			-	0%
projectbudget (out-of-pocket)						-	0%
niet-terugvorderbare BTW						-	0%
Projectgebonden kosten	7.500	5.000	10.000	-	-	22.500	15%
Totaal excl opbrengsten	55.980	36.000	47.850	-	9.680	149.510	100%
	37%	24%	32%	0%	6%	100%	
Financieringsbijdrage regio Gooi en Vechtstreek / gem Hilversum						35.000	23%
Financieringsbijdrage ministerie OC&W						100.000	67%
Financiering iMMovator incl bijdragen derden						14.510	10%
					Totaal	149.510	100%

Bijlage 2: Strategische innovatie-thema's Europees Platform NEM

Foreseen Innovation	Topics
1. Content creation	<ol style="list-style-type: none"> 1. Overview & Context <ul style="list-style-type: none"> ▪ Access to content: content push transforming into consumers pull over multiple screens/device ▪ Curation of information, news, content and access to large events ▪ Communication between peers (incl recommendations) ▪ Interaction, engagement and immersion 2. Creation of audio and audiovisual content <ul style="list-style-type: none"> ▪ Immersive content formats ▪ Cost-effective content creation-to-consumption ▪ Underlying formats/systems/tools ▪ Enabling ATAWAD (anytime-anywhere-any device) 3. Digital cinema: Workflow innovation in production/postprocessing, novel immersive user experience, content protection 4. Publishing, books and textbased digital media <ul style="list-style-type: none"> ▪ Nonlinear storytelling tools ▪ Interaction and convergence of text/AV & accessible media forms
2. Content personalization & recommendations	<ol style="list-style-type: none"> 1. Personal data / Privacy <ul style="list-style-type: none"> ▪ Improved search&discovery, targeting, profiling ▪ User acceptability, security, personal data protection ▪ Private data mgt systems 2. Emotional monitoring, user behaviour <ul style="list-style-type: none"> ▪ Intelligent, interactive, natural user interfaces / interaction ▪ Innovative, creative experience tools 3. Open & Big Data <ul style="list-style-type: none"> ▪ Semantic web and semantic data analyses making big data smart ▪ Semantic search and crowdsourcing search solutions 4. User personalisation & individual experience: targeting the single user based on realtime relevancy
3. Content processing	<ol style="list-style-type: none"> 1. Storage / cloud incl infrastructure / asset repository 2. Brokering / aggregation tools / data APIs 3. New formats (UHD, 3D, holographic), virtual & augmented reality 4. Metadata (standards, generation, tracking movement) 5. Postproduction (realtime postproduction, interoperability, multiple sensors, mixed media) 6. Data analytics (semantic web/data/language analysis) 7. Content search (semantic search&discovery, multimedia search) 8. Compression performance (network/user experience) 9. Secure content (DRM interoperability)
4. Content Distribution	<ol style="list-style-type: none"> 1. User devices (#devices) and user demand (bytes delivered) 2. Network scalability, elasticity and velocity 3. Energy consumption 4. Scalable security 5. Convergence and seamless access to content (ATAWAD) 6. Search&Discovery
5. Content Consumption	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rights management: rights to acces, copy, modify, delete, print, transmit 2. User interaction: natural, intuitive, interfacing 3. Visualization end points: displays and immersive devices 4. Media convergence: technology, reaching and protecting public interests and market needs, 5. Transaction (payment): micropayment, commercial exploitation of the endusers non-identifying personal datam business models 6. Translation: realtime text transcription and translation 7. Accessibility: 15% population lives with disability + ageing population, accessibility as a universal requirement. Sign language, screen reader, universal remote control, design4all

Source: Strategic Research Agenda, New European Media, okt 2014,
<http://nem-initiative.org/wp-content/uploads/2014/10/NEMVisionSRIA-PositionPaper-2014.pdf>

Bijlage 3: Beoogde resultaten irt de regio

Activiteit	Doel	Resultaat irt de regio
WP1: organisatie en communicatie Coördinatie en communicatie over de activiteiten van CLICKNL Media&ICT en netwerk vertegenwoordigen in landelijke afstemming.	Groei van deelnemende bedrijven en onderzoekers en deze informeren over activiteiten, kansen en evt regelingen voor innovatie en onderzoek. Specifiek aandacht voor vertaling naar eigen regio.	20 bedrijven in de regio die door de netwerkactiviteiten direct zijn ondersteund.
WP2: strategisch innovatieagenda Samenstellen en prioriteren van onderwerpen voor innovatie en onderzoek	Juiste prioriteiten, daarop afgestemde regelingen om daarmee onderzoek en innovatie te richten op belangrijkste prioriteiten. En zodoende budgetruimte en slagingskansen voor projectfinanciering te verhogen	Regionale innovatie agenda rond digitale diensten en content. 10 projecten in de regio in 2017 verkend en 3 pps onderzoeksprojecten op het gebied van media en ict waarbij een onderzoeksinstelling en/of bedrijf uit de regio betrokken is.
WP3: kennisverspreiding en valorisatie Organiseren van matching bijeenkomsten en informatiebijeenkomsten over innovatie ontwikkelingen	Bedrijven informeren over trends, relevante ontwikkelingen en nieuwe kansen in de sector en verbinden met onderzoeksactiviteiten van kennisinstellingen	Organisatie van tenminste 10 kennis- en netwerkevents met in totaal 1.200 deelnemers (NB uitvoering van events valt financieel buiten de kostenverantwoording)
WP5 Internationalisering en Europese netwerken Samenwerking relevante mediaclusters, kansen voor Europese financiering	Bekendheid met kansen op Europese samenwerking en financiering vergroten. Regio Gooi en Vechtstreek als MediaValley positioneren naar andere mediacluster	Samenwerking met tenminste 2 relevante mediaclusters buiten Nederland realiseren.