

Fieldlabs Digitale Media en Creatieve Innovatie Gooi en Vechtstreek

Rapportage april 2018 t/m september 2018 (een aanvulling op de rapportage t/m maart 2018)

Inleiding en KPI's

Deze rapportage bouwt voort op de eerdere rapportage t/m maart 2018. Allereerst komen de KPI's aan bod, vervolgens een kwalitatieve toelichting per Fieldlab, een financiële vooruitblik per eind 2018, met vervolgens een vooruitblik naar 2019.

KPI's Immersive Media:	stand per september 2018
<ul style="list-style-type: none"> Uitvoering van 8 Challenges gericht op oplevering werkende prototypes , waarvan minimaal 4 in de regio Gooi en Vechtstreek 	de 2 challenges uit het erfgoed programma zijn beide toegekend en lopen. De eerste challenge met de toeristische organisaties wordt in kwartaal 4 van 2018 geopend.
<ul style="list-style-type: none"> Verstevigd netwerk tussen de toeristische-recreatieve sector in Gooi en Vechtstreek en de digitale media & creatie sector 	Het CMC heet plaatsgevonden op 20 maart, er zijn contacten met toerisme Gooi en Vecht, en er hebben twee bijeenkomsten plaatsgevonden met diverse op toerisme gerichte organisaties in de regio.
<ul style="list-style-type: none"> Minimaal 3 ontwikkelde nieuwe product-markt combinaties, waarbij het vergroten van de economische en belevingswaarde van het toeristisch-recreatief product is verkend en toegepast (cross-overs!). 	-
<ul style="list-style-type: none"> Doorontwikkeling van tenminste 2 prototypes in schaalbare diensten voor andere regio's/sectoren 	Vanuit een van onze andere projecten, de FieldLab Virtual Worlds (ism Beeld en Geluid en het Meertens Instituut) zijn in de periode april tot september een aantal prototypes ontwikkeld voor de culturele sector. Wij verwachten dat projecten als het visualiseren van documenten met AR of de AR escape room kennis zullen opleveren die ook voor dit regio Fieldlab relevant zijn.
<ul style="list-style-type: none"> Internationale promotie en inzenden van tenminste 2 nieuw ontwikkelde diensten voor toongevende internationale Award-competities 	-
<ul style="list-style-type: none"> Betrokkenheid van 150-200 creatieve professionals bij kennisdelingssessies, alsmede 5 kennisinstellingen, 10 erfgoedinstellingen en 10 toerisme-instellingen 	de nieuwsbrief bereikt 450 mensen, het CMC is door 150 professionals bezocht, er zijn 2 kennisinstellingen betrokken, en de toerisme-organisatie van Gooi en Vecht, er zijn twee workshops georganiseerd met samen 20 mensen van erfgoedinstellingen en toeristen-organisaties.
<ul style="list-style-type: none"> Vestiging van deelnemende creatieve studio's in de regio (streven is tenminste 2) 	-

KPI's Data4Media / Smart Media Society:	stand per september 2018
• Opbouw van community van 100-150 professionals actief in data 4 media, alsmede 5 kennisinstellingen en daarbij aangesloten lectoraten.	de nieuwsbrief bereikt 500 mensen, de Fieldlab groep is 25 deelnemers groot, er zijn 3 kennisinstellingen betrokken, het lectoraat van de HvA, en het CMC heeft bijna 200 bezoekers getrokken en kende 12 sprekers, waarvan 7 uit de regio
• Verkenning haalbaarheid van tenminste 10 conceptgericht op oplevering werkende prototypes van tenminste 4 in de regio Gooi en Vechtstreek	1 concept is afgerond, 1 ander concept is in ontwikkeling, met bedrijven uit de media-industrie, en een samenwerking met 4 bedrijven en een groep studenten is in opbouw
• Verstevigd netwerk tussen lokale overheden in Gooi en Vechtstreek en de digitale media & creatie sector, gericht op diensten die burgerparticipatie ondersteunen.	dit is onderdeel van het afgeronde concept
• Minimaal 3 ontwikkelde nieuwe product-markt combinaties gebaseerd op data-gedreven diensten in samenhang met de speerpuntsectoren in de regio: Zorg, Toerisme&Recreatie en Circulair/duurzaamheid waarbij een vorm van data-gedreven diensten is verkend en toegepast.	het afgeronde concept is gericht op circulariteit en educatie
• Doorontwikkeling van tenminste 2 prototypes in schaalbare diensten voor andere regio's/sectoren.	hierover is overleg met een leverancier die betrokken is in het circulariteit / duurzaamheid project, het 2e project dat in ontwikkeling is zal ook voor andere culturele instellingen van belang zijn
• Vestiging van deelnemende creatieve data-gedreven dienstenontwikkelaars in de regio (streven is tenminste 2).	https://www.primed.io is doorverwezen naar Media Park, en naar het M-gebouw om een aanbod te krijgen

Data4Media / Smart Media Society: periode april 2018 t/m september 2018

Het Fieldlab Data4Media heeft zich in de maanden april t/m september 2018 gericht op het koppelen van partijen en het opbouwen van projecten. Ook heeft het grote CMC Data driven content plaatsgevonden, en een training over personalisation en recommendation.

De bijeenkomsten die hebben plaatsgevonden zijn:

- Topclass digital design had op 6 april haar eindpresentaties. Er is een groep van het Gemeentelijk Gymnasium begeleid bij de vraag welke gegevens adverteerders van hen zouden mogen hebben, en wat jongeren er voor in ruil zouden willen hebben.
- Op 8 mei vond het grote Cross Media Café over Data driven content plaats. 12 sprekers, waarvan 7 uit de regio, spraken over de rol van data in contentcreatie, - distributie, verdienmodellen etc. Er waren ongeveer 200 bezoekers, en het was daarmee een zeer goed bezocht Café. Sprekers waren innovatieve partijen zoals Media Monks, en traditionele mediabedrijven zoals Ster en Endemol Shine. Hier is een verslag te lezen: <https://mediaperspectives.nl/publicationdoc/mediamonks-en-ster-volop-bezig-met-verzilveren-kansen-kunstmatige-intelligentie/>.
- De Master Data driven design van de HU is geaccrediteerd, en op 29 mei was de eerste Advisory Board met deelnemers van Talpa, Transavia, 227datascientists. We

verwachten dat de samenwerking met deze master en de HU goede relaties op zal leveren voor de databedrijven.

- Er is op 8 juni een tweedaagse training gegeven over personalisation en recommendation, waaraan is mee-ontwikkeld met het Talent team. Erik van Heeswijk van Smart Octo gaf de training, ongeveer 10 deelnemers werden onderwezen.
- Het idee was om een reis te organiseren naar DMEXCO, een beurs over digitale marketing in Keulen. Deze beurs was bij uitstek geschikt voor mensen die met data bezig zijn. Maar het was blijkbaar nog te vroeg, want het aantal aanmeldingen viel tegen. Wij zijn wel geweest, en hebben hier een verslag van gemaakt, dat vervolgens in de data nieuwsbrief het best gelezen item was: <https://mediaperspectives.nl/vijf-learnings-van-dmexco-2018/>.

De concepten bleken lastiger te ontwikkelen dan gedacht:

- Het concept voor een pluriforme recommendation engine dat is uitgedacht met VPRO, Beeld en Geluid, NPO en NOS, is op 14 mei gepitched voor het SIDN fonds. We zijn door de eerste voorselectie gekomen, en uitgenodigd om te pitchen. Het oordeel van het SIDN fonds was dat ze de NPO graag nauwer betrokken zagen, en dat ze een technische partij aangesloten wilden hebben. De gesprekken met de NPO bleken lastig omdat er onderling een fundamenteel verschil van inzicht was over de openheid van het project. Daar is gedurende de zomermaanden een aantal keren over overlegd. Waarschijnlijk wordt de knoop (positief) doorgehakt in oktober, en zal de NPO het traject gaan bekostigen waardoor het SIDN fonds niet meer nodig is.
- Er is een groep van 35 studenten van de Hogeschool van Amsterdam gekoppeld aan 4 partijen uit het Data4Media netwerk, om te bekijken of er een lab-setting op het Media Park ingericht kan worden. De bedrijven zijn enthousiast, maar de samenwerking met de HvA lijkt niet echt van de grond te komen. Dit traject moet later in 2018 worden uitgewerkt.
- De NPO heeft in een eigen traject rond smart speakers een aantal concepten laten ontwikkelen door verschillende omroepen. Op 13 september was hiervan een terugkoppelingsbijeenkomst. Met deze R&D afdeling van de NPO wordt ook het pluriforme recommendation project opgezet.

In de periode oktober - december 2018 zal gewerkt worden aan het bestendigen van concepten, aan bijeenkomsten, en aan het zoveel mogelijk resultaat halen uit de conferentie die in december door Media Perspectives wordt georganiseerd. Dit is de Data and AI for Media conference. Er moeten meer projecten daadwerkelijk gestart worden, deze conferentie is een mooi punt om naar toe te werken.

Het traject met VPRO, Beeld en en Geluid en de NPO heeft geleerd hoe lastig het is om partijen in een niet-klant-leverancierrelatie met elkaar te laten samenwerken. Ook het HvA traject laat dat zien. Er zal nog meer aandacht uitgaan naar het koppelen van partijen.

Immersive Media: periode april 2018 t/m september 2018

Het Fieldlab Immersive Media heeft zich in het afgelopen halfjaar gericht op het samenbrengen van toeristische partijen uit de regio. In juni is een tweede ronde geweest van het project dat samen met het Meertens Insituut en Beeld en Geluid wordt gedaan rondom VR in erfgoed projecten. Daar was ook een inzending bij van een partij uit de regio, maar deze is door dit erfgoedproject niet gehonoreerd.

Workshops en contacten:

- Op 8 juni en 7 juli hebben twee workshops plaatsgevonden over welke XR technieken door toeristische organisaties kunnen worden ingezet. In beide bijeenkomsten namen

ongeveer 10 mensen deel. Het eerste deel bestond uit een introductie op XR, met in het tweede deel een discussie Deze bijeenkomsten worden in oktober opgevolgd met bijeenkomsten waarin we diepgaander met deze, en andere organisaties verder gaan.

- In de volgende bijeenkomsten zullen we aan de slag gaan met het begeleid uitwerken van POCS. Het is de bedoeling om in kwartaal 4 van 2018 ook de eerste tranche van het geld dat beschikbaar is voor het uitvoeren van POCS aan te wenden. We willen dit geld niet via open inschrijving verdelen, maar via begeleide sessies met geselecteerde toeristische en erfgoedinstellingen uit de regio. Er zijn er ongeveer 20 die geschikt zijn, daarvan zullen we er voor de eerste ronde zes tot acht selecteren.
- Naast de contacten die er zijn met o.a. het Goois Natuurreservaat, Natuurmonumenten etc., is er contact gezocht met het Dudok Architectuurinstituut, en met het Oostelijke Vechtplassengebied, om daarmee te kijken welke VR toepassingen ontwikkeld kunnen worden.

Wisseling in projectleiderschap

- De projectleider Pieter Siekerman heeft in de zomer een andere betrekking gevonden. Hij is CTO van &Samhoud VR geworden. Pieter heeft een vervangende projectleider aangeraden waar we mee in zee zijn gegaan. Cas Ketel is zelfstandig ondernemer in XR, en is gevestigd in VR-Base in Amsterdam. Hij is jong, maar heeft ruim voldoende inzicht in XR om het project inhoudelijk te begeleiden.

Financieel

Financieel liggen de twee Fieldlabs op schema. We hadden in september 2018 de budgetten voor het ontwikkelen van de POCS van immersive willen toekennen, maar dat is door de projectleiderswissel iets vertraagd. De verwachting is dat die budgetten in oktober / november zullen worden ingezet. Voor Data4Media zal in het najaar extra inzet worden gepleegd op het definiëren van COPS en POCS. Een globale weergave van de verwachte realisatie eind 2018, en een prognose voor 2019 is hieronder opgenomen. Dit past binnen de initieel ingediende begroting:

Fieldlab Immersive Media	2017 / 2018	2019
projectleiding	15.000	17.500
calls / challenges	20.000	20.000
evenementen en bijeenkomsten	5.000	10.000
pr	7.500	5.000
uit 2017	15.000	-
totaal	62.500	52.500

Fieldlab Data4Media / SMS	2017 / 2018	2019
projectleiding	17.500	17.500
cops & pocs	20.000	20.000
evenementen en bijeenkomsten	7.500	10.000
pr	7.500	5.000
uit 2017	15.000	-
totaal	67.500	52.500

Fieldlab penvoering	2017 / 2018	2019
programmamanagement / rapportage / directie	pm.	pm.
stichtingsoverhead	pm.	pm.
totaal	pm.	pm.

Regio

Het fieldlab Immersive Media gaat zich volledig richten op de toeristische en erfgoedinstellingen in de regio. Er zijn voldoende mogelijkheden in de regio om mooie XR toepassingen te laten ontwikkelen. Data4Media is door de vestigingsplaats van de media-industrie automatisch sterk met de regio verbonden. Met het Cross Media Café, en de inspanningen om SCIX aan de regio te verbinden, proberen we ook de datakant meer te binden.

Vooruitblik naar 2019

Data4Media / Smart Media Society in 2019:

- In 2019 zal de focus liggen op het realiseren van samenwerkingen en proofs of concept. In de kwartalen 4 van 2018, en 1 en 2 van 2019 zal volop ingezet worden op nieuwe samenwerkingen, de ervaring tot nu toe leert dat het daadwerkelijk tot stand brengen van een samenwerking ingewikkelder is dan verwacht. Een reden hiervoor is dat concurrentiele overwegingen geen rol moeten spelen in de onderlinge uitwisseling van data en ervaringen. In kwartalen 3 en 4 van 2019 zal gefocussed worden op het uitvoeren en afronden van trajecten.
- In mei 2019 staat een project gepland met studenten, de Media Future Week. Deze zal in 2019 het thema "data" krijgen, en een rol spelen in het formuleren van POCS.
- Verwacht wordt dat dan ook het SCIX platform operationeel zal worden, wat ons zal helpen in het realiseren van trajecten. Het SCIX platform is een data-ontwikkelingsstudio die verbonden is aan het Utrecht Science Park. Getracht zal worden een vestiging in Hilversum te ontwikkelen die specifiek gericht is op mediabedrijven.

Immersive Media in 2019:

- In 2019 zal in een tweede ronde vervolg gegeven worden aan de inhoudelijke ontwikkeling van XR POCS met geselecteerde organisaties. Uit hoe het traject in 2018 zal zijn gegaan leiden we af of het in 2019 wederom een gesloten traject wordt, of dat er een open inschrijving van gemaakt wordt. De prototypes die in 2018 zijn opgestart zullen in 2019 worden opgeschaald en worden geëvalueerd.
- Gebleken is dat de kennis van XR bij toeristische organisaties en erfgoedinstellingen nog beperkt is, waardoor ook in 2019 aandacht besteed zal moeten worden aan educatie en begeleiding van de trajecten.
- In 2019 komt er een aantal nieuwe diensten beschikbaar: de Oculus Quest, een nieuwe versie van de Microsoft HoloLens, en mogelijke toepassingen voor de AR kits van Apple iOS en Android. Bekeken zal worden welke toepassingen geschikt zijn voor dit Fieldlab.
- Begin 2019 wordt een XR-content-jam georganiseerd waarbij organisaties samen met ontwikkelaars binnen 24 uur komen tot een prototype van een XR toepassing. Het doel is om hiervoor 10 organisaties uit te nodigen op een aansprekende locatie.

20181004 Frank Visser, teamlead knowledge, Media Perspectives

w www.mediaperspectives.nl

e frank.visser@mediaperspectives.nl

m +31 6 514 89 675