



**vpro
medialab
strijp-s eindhoven**

**verslag
vpro medialab
2015**

**VPRO Medialab
kastanjelaan 500
5616 LZ eindhoven
nederland**

producer:
eindredacteur:
hoofd digitaal:
business development:

Samantha Castano
Ton van Gool
Geert Jan Bogaerts
Wim Amels
Vera Lentjes

Inhoudsopgave

1. Inleiding: resultaten Medialab

2. Evaluatie

Resultaten VPRO Medialab

Verwachte output gebiedsontwikkeling

3. Organisatie

Team

Netwerk

Businessmodellen

Marketing en communicatie

Bijlage 1: Financieel verslag VPRO Medialab

Bijlage 2: Activiteiten verslag VPRO Medialab

De VPRO heeft in april 2015 officieel de deuren geopend van het VPRO Medialab in het oude Natlab op Strijp-S te Eindhoven. De intentie was en is om dit Medialab te laten functioneren als een bruggenhoofd vanuit de publieke omroep naar een van de meest toonaangevende regio's in Nederland waar het gaat om design en technologie. Het VPRO Medialab ontsluit de landelijke publieke omroep voor de regio; de contacten tussen enerzijds VPRO'ers op alle niveaus en anderzijds overheid, bedrijfsleven en onderwijs in de regio zijn in de loop van 2015 geïntensiveerd. En andersom, de ontwikkelingen in Eindhoven worden gemakkelijker gesignaleerd in Hilversum en sneller relevant gemaakt voor de innovatiedoelstellingen van de VPRO.

Het is de vaste overtuiging van de VPRO dat innovatie op mediagebied een essentiële opdracht is van de publieke omroep. Het VPRO Medialab heeft de opdracht om onderzoek te doen naar nieuwe mediaplatforms, en de juiste vertaling te vinden van de programma's van de VPRO naar deze nieuwe platforms toe. Zo hebben we in 2015 een drietal concepten voor Virtual Reality in onderzoek genomen; twee daarvan zijn inmiddels geïmplementeerd, de derde staat voor 2016 op de rol. Maar innovatie moet in netwerk-verband plaatsvinden. Het is precies om die reden dat het Medialab niet kan functioneren zonder een intensieve samenwerking met plaatselijke en regionale overheid, onderwijs en bedrijfsleven.



De eerste maanden van het VPRO Medialab hebben sterk in het teken gestaan van de opbouw van dit netwerk. Het heeft inmiddels stevige banden met lokale spelers als Baltan Laboratories en Design Academy, en regionale onderwijsinstellingen als St. Joost en Fontys. Via het Medialab raken ook andere onderdelen van de VPRO betrokken bij Brabantse ontwikkelingen; in samenwerking met het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie organiseerde VPRO Digitaal een debat tijdens DDW over stadslabs en stedelijke ontwikkeling. VPRO Medialab onderzoekt ook samen met Baltan hoe een 'Lab van de Toekomst' eruit moet zien; en werkt samen met Office-S in het onderzoek naar versterking van de mediasector in Eindhoven. Via Office-S bereiken we honderden ZZP'ers die in Strijp actief zijn.

VPRO Medialab heeft bovendien het initiatief genomen tot de organisatie van Bliksem en Donderdagen en heeft daarbij TU/e, de HighTech Campus en Baltan uitgenodigd als partners. Bliksem en Donderdagen zijn open bijeenkomsten waar designers en uitvinders kunnen pitchen voor hun collega's, en waar deze pitches worden voorzien van kritisch commentaar door deskundigen uit het netwerk van de organiserende partijen. De eerste van deze sessies heeft december 2015 plaatsgevonden.

In het najaar van 2016 start VPRO Medialab Veldwerk: een evenementen reeks langs diverse nieuwe media festivals en conferenties – zowel in Brabant als nationaal. Veldwerk eindigt met een landelijk event georganiseerd tijdens STRP festival, waarop mediamakers uit het hele land worden uitgenodigd om in Eindhoven in contact te komen met de Brabantse culturele en hightech sector. Op deze manier bieden we de mediamakers dezelfde inspiratie als die de VPRO dagelijks via het Medialab ontvangt. Daarnaast organiseren we kennisdeling en ontplooiing van nieuw netwerk.

Al met al geven de resultaten van het eerste half jaar van het Medialab de VPRO meer dan voldoende vertrouwen om te streven naar uitbreiding van het team; zowel de creatieve als de productionele en communicatiekant dient versterkt te worden.

Met enthousiasme zijn we al volop aan de slag met de uitvoering van de plannen van 2016 en verder. In de komende jaren bouwen we in vertrouwen verder aan media innovatie, nieuwe netwerken en nieuwe activiteiten.



Evaluatie

Resultaten VPRO Medialab

Voor VPRO Medialab is 2015 een jaar geweest waarin we ons in eerste instantie geconcentreerd hebben op het opzetten van het netwerk in Eindhoven, het verbinden van dit Eindhovens netwerk met dat van VPRO, van het zoeken naar partnerschappen, het opzetten van de organisatie en de thuisbasis en van het zoeken naar de bandbreedte in het programma.

Gedurende 2015 waren de dagelijkse organisatie en het bureau van het lab nog volop in oprichting. Simultaan daaraan hebben we een programma ontwikkeld en gerealiseerd en zijn we verschillende structurele partnerschappen aangegaan in Eindhoven en omgeving. Praktisch betekent dit dat we de thuisbasis in het Natlab hebben opgezet, dat de Programmamaker en de Producent enorm veel werk in korte tijd hebben verzet, dat we soms nog zoekend waren naar onze rol en plaats in het lokale en landelijke ecosysteem en dat we geconstateerd hebben dat we nog niet overal zichtbaar en herkenbaar waren. Desalniettemin hebben we in dit onstuimige eerste jaar een organisatorisch en programmatisch een sterke basis neergezet voor het Medialab, waarop in de komende jaren doorgebouwd kan worden. We hebben onze bedrijfsmatige doelstellingen gehaald, wat onder meer betekent dat we binnen het beschikbare budget gebleven zijn.

In april is het inhoudelijke programma van het Medialab direct van start gegaan. Bij de opening van het lab hebben we drie spannende installaties gepresenteerd waarin media, kunst, design en technologie samenkwamen. Installaties die aansluiten bij de nieuwsgierige en onderzoekende houding van het lab. Het Medialab heeft in 2015 twee hackathons georganiseerd en twee Bliksem en Donderdagen. We hebben drie VR producties gerealiseerd en met drie programma's bijgedragen aan de DDW. De medewerkers van het Medialab hebben bijgedragen aan een tiental brainstorms, gesprekken en discussies over open data, big data, over Smart Society, over de rol van Labs in Nederland. We hebben vier onderzoekslijnen gedefinieerd (zie elders in dit verslag) waar het lab zich de komende jaren door laat leiden en we hebben vier nieuwe technologieën en ontwikkelingen in de technologie gekozen die we gaan verkennen (VR, Big Data, Wearables en AR). Met het vaststellen van deze lijnen hebben we een blueprint gemaakt voor de periode 2016 tot 2019 en hebben we ons onderzoek meer duurzaam en constructief gemaakt.

We zijn structurele partnerschappen aangegaan met Van Abbemuseum, TU/e, High Tech Campus, Baltan Laboratories en Design Academy en hebben daarnaast samengewerkt met o.a. MU, Fontys Future Media Lab, St Joost. We zijn er trots op dat we, synchroon aan het inburgeren in Eindhoven, in het eerste jaar met een gevarieerde waaier van activiteiten al stevig hebben bijgedragen aan het culturele en media ecosysteem in Eindhoven en Brabant. Hiermee hebben we gebouwd aan draagvlak bij zowel onderwijs, overheid, bedrijfsleven als bij culturele instellingen,

initiatieven en makers.

Het vraagt de komende tijd nog een serie denkoefeningen om de relatie tussen VPRO en VPRO Medialab helemaal duidelijk te krijgen. Dat is niet erg, het past bij de fase waarin we ons bevinden. En het is ook goed denkbaar dat die relatie de komende jaren voortdurend blijft veranderen. Van satelliet die om de zon draait, op prettige afstand van het Mediapark in Hilversum, tot trotse zelfstandige startup die voor meerdere opdrachtgevers werkt en een commerciële afdeling heeft. In dit eerste jaar is de VPRO de enige opdrachtgever van het lab, het is hoofd-financier en uiteraard rechthebbende op de onderzoekresultaten. VPRO levert tevens veel kennis, ervaring en mensuren in de vorm van het support-team. Tegelijkertijd wordt het lab gevraagd om juist heel vrij op onderzoek uit te gaan en zich daarbij niet te veel te laten leiden door knellende structuren en dominante formats van de VPRO.

Het is visionair en dapper van de VPRO om een lab te openen op ruim 100 kilometer van Hilversum. Het lab kan op Strijp-S vrij ademen en inpluggen op de enorme technologische en creatieve innovatieve power van Eindhoven en Brabant. Keerzijde is dat die afstand –ondanks alle beschikbare technologie- ook soms moeilijker te overbruggen is dan gedacht. Het beter inhoudelijk en organisatorisch verbinden van het lab met de VPRO is één van de verbeteringen die momenteel worden doorgevoerd. De eerste verbetering is dat er een concept-ontwikkelaar, die op alle afdelingen binnen de VPRO actief is, het vaste aanspreekpunt is geworden van het lab. Zij kan snel inhoudelijke connecties maken tussen plannen en programma's-in-ontwikkeling van het lab en van de VPRO. De tweede verbetering is dat er in juli een communicatieadviseur bij het Medialab in dienst treedt die zowel de interne en externe communicatie snel gaat upgraden.

Uit de evaluatie zijn een zestal acties gedestilleerd die in 2016 en 2017 worden doorgevoerd:

1. Beter zichtbaarheid, niet alleen op Strijp-S, maar overal in Brabant en Nederland;
2. Letterlijk en figuurlijk meer open zijn voor publiek en nieuwe partners;
3. Meer uitwisseling van kennis en ervaring tussen VPRO Hilversum en VPRO Medialab;
4. Meer focus in de inhoudelijke programmering en meer eigenheid in de benadering van onderwerpen;
5. De kwetsbaarheid van de kleine basis-organisatie verkleinen en de slagvaardigheid vergroten door een assistent en een communicatie-medewerker toe te voegen aan het bureau;
6. Een begin maken met het vinden van Europese netwerken en partners.

Verwachte output gebieds- ontwikkeling

De actuele ruimtelijke opgave van Strijp-S is sociaal, interactief en communicatief. Gebiedsontwikkeling op Strijp-S door het VPRO Medialab veronderstelt het creëren van een grotere onderlinge samenhang tussen de verschillende partijen die op en rond Strijp-S aan het werk zijn. VPRO Medialab heeft in het eerste jaar vol ingezet op het creëren van deze samenhang door samenwerkingen aan te gaan met verschillende partijen die op en rond Strijp S actief zijn. Samen met deze partijen hebben gezocht naar onderlinge samenhang door strategische inbedding, inspiratie deling en reflectie te onderzoeken. Het VPRO Medialab op Strijp-S helpt het gebied kritisch te reflecteren op zichzelf door het online en offline verzamelen van mensen rondom kwesties die relevant zijn voor het gebied.

Gebiedsontwikkeling door strategische inbedding

VPRO Medialab streeft in Eindhoven een toevoeging op het model van stadsvernieuwing te creëren door als vierde partij deel te nemen aan de quadrupel helix. Een nieuw model waar het reeds bestaande model van samenwerking tussen bedrijven, overheid en kennisinstellingen (de triple helix) wordt aangevuld met een innoverende mediapartner. De VPRO communiceert naar buiten toe. Voorbeelden van resultaten op dit vlak zijn (zie voor uitgebreide informatie over het project het activiteitenverslag in de bijlage):

- **VR de Volmaakte Mens**

VPRO Medialab ontwikkelde voor het programma 'de Volmaakte Mens' vanuit Eindhoven en in samenwerking met Eindhovense partners een VR-film (Fontys ICT, TU/e, Klokgebouw, Blue Collar Hotel, AniDesign, Eindhovense make-up artist en meer). In deze VR-film maak je mee hoe het is om in de toekomst als volmaakt mens een upgrade door te gaan. Je waant jezelf in een andere wereld en wordt ook nog voor een keuze gesteld. Deze VR film heeft 3500 unieke gebruikers bereikt via de VPRO VR app. Daarnaast is de VR-film gepresenteerd op het symposium van de Dutch Technology Week. Voor deze presentatie werkten we samen met studenten van Fontys ICT: zij verzorgde een Tai Chi les gegeven onder leiding van de Nanobots, waarmee zij ook in de VR film optrad, en een tweede groep presenteerde het project GeneTechs, het eerste bedrijf in Nederland waar u terecht kunt voor embryo selectie en manipulatie. Ook in het buitenland is de VR film voor De Volmaakte Mens niet onopgemerkt gebleven. In 2015 ontving de productie een nominatie voor de Prix d'Europe, een invloedrijke Europese media prijs. Hiervoor is een internationale versie van de VR film ontwikkeld.

- **VR De Peepshow**

Na de VR-film De Volmaakte Mens is de Peepshow de tweede productie op het gebied van Virtual Reality van het VPRO Medialab. Deze theatrale VR installatie waarin nieuwe werkelijkheid wordt onderzocht is in eerste instantie op Lowlands 2015 gepresenteerd waar 322 bezoekers de Peepshow bezochten. De Peepshow was opnieuw te beleven tijdens de Dutch Design Week waar 453 bezoekers VRonica bezochten. Ook kun je thuis het avontuur beleven via de VPRO VR app (1635 unieke gebruikers in de periode september t/m december 2015).

Gebiedsontwikkeling door delen van inspiratie

Ter invulling van de gebiedsontwikkeling door het delen van inspiratie ontwikkelde VPRO Medialab in samenwerking met Eindhovense partijen diverse ontmoetingen die bezoekers inspiratie bieden in de vorm van unieke content en verhalen ontwikkeld op Strijp S. Tijdens deze sessies geven we de 'buitenwereld' inzage in de bijzondere ontwikkelingen die zich in Eindhoven afspelen. Voorbeeld van deze ontmoetingen zijn (zie activiteitenverslag in bijlage voor gedetailleerde informatie):

- **Boterhammensessies / Meet-ups in de regio – nu: Bliksem en Donderdag**
Het voornemen om zo veel mogelijk onderzoekers, ontwikkelaars, ICT-ers, ontwerpers en kunstenaars kennis te laten maken met elkaar en het Medialab heeft vorm gekregen in de Bliksem en Donderdagen. Geïnspireerd door de 'boterhammensessies', die in het oorspronkelijk Natlab van Philips plaatsvonden, heeft VPRO Medialab een reeks bijeenkomsten geïnitieerd waar makers, denkers, doeners en dromers de kans krijgen hun idee te delen, testen en ontwikkeling te versnellen. Tijdens de Bliksem en Donderdag – A Thursday Enlightenment Event staan inspiratie, interactie, connectie en acceleratie centraal. Bliksem en Donderdag organiseren we in samenwerking met Baltan Laboratories, TU/e en de High Tech Campus in Eindhoven. De eerste avond heeft plaatsgevonden op 3 december 2015, de tweede op 10 maart 2016 en de derde bijeenkomst staat ingepland op 16 juni 2016.
- **Bezoek PvdA-kamerleden**
De Kamerleden van de Eerste en Tweede Kamer PvdA bezochten op 28 augustus de gemeente Eindhoven. In de ochtend splitste de Kamerleden zich op in kleinere groepen voor een werkbezoek aan een portefeuille-gelieerde locatie. Acht PvdA-leden bezochten het VPRO Medialab. VPRO toonde, samen met de gemeente Eindhoven, hoe het Medialab wil participeren in de nieuwste ontwikkelingen, die kunnen leiden tot innovatie in (digitale) programmering. Strijp-S is gepresenteerd ter inspiratie: high-tech toepassingen en oplossingen bedacht voor media, ruimtelijke ordening, sociale interactie en productie worden hier ontwikkeld.
- **Hackathons**
In 2015 heeft het VPRO Medialab twee hackathons georganiseerd en in maart 2016 vond de derde hackathon plaats. De hackathons zijn zeer waardevol gebleken voor de ontwikkeling van het netwerk van VPRO Medialab, de verbinding en daarmee inspiratie van het Eindhovense aan het Hilversumse netwerk en om te experimenteren op nieuwe platforms en met nieuwe technologieën.

Hackathon 1: VR en interactiviteit

In juli organiseerde het Medialab en VPRO Digitaal de eerste hackathon waarin interactiviteit in Virtual Reality centraal stond. Hoe kan een 'belever' bijvoorbeeld invloed uitoefenen op het verloop van de ervaring? Kun je daarvoor gebruik maken van real-time of externe data, zoals je hartslag? Experts uit diverse sectoren uit de regio namen deel: Anidesign, Hyperspace Collective; en nationale spelers: Delight Interactive Solutions, AMP, Spook FM, Field of View, Het Filmbedrijf, Sander Veenhof.

Hackathon 2: algoritmes en emotie

In december vond de tweede hackathon plaats met als centrale vraag: 'How can you

make a machine see things?'. Onlangs lanceerde Microsoft haar Project Oxford: een toolkit die herkenning van gezichten, emoties en leeftijd in foto's mogelijk maakt. Aan de hand van deze toolkit en de FaceReader van VicarVision gaan we op zoek naar innovatieve, creatieve toepassing van beeld-, spraak- en tekstherkenning. Uit Eindhoven e.o. namen Apvis, Socialize, MAD emergent art center deel en nationale vertegenwoordiging kwam van OneSeconds en VicarVision. Daarnaast namen circa tien VPRO collega's van verschillende afdelingen deel aan de hackathon. Een van de concepten De verhaal versterker is uitgewerkt in samenwerking met OneSeconds en VPRO Digitaal tot een aanvraag bij het Stimuleringsfonds voor de Creatieve Industrie.

Hackathon 3: algoritmes en muziekbeleving

De derde hackathon focuste op muziekbeleving en hoe algoritmes hiervoor ingezet kunnen worden. Tijdens de hackathon werd gewerkt in vier groepen die bestonden uit een mix van programmeurs en coders, journalisten, festivals-organisatoren, muzikanten, kunstenaars en ontwerpers, waaronder Rhys Duindam, Toon Rooijmans, Lola Gielen, Denvis Groothuizen, Paul Gabriels, Joey Huisman. In de avond van de tweede dag kwam de jury na lang beraad niet met een winnaar maar met twee! Ext/Ra/Dio en SpiekR deelden de eerste plaats en de prijzen. De jury bestond uit Niels Aalberts (eindredacteur VPRO 3voor12), Kris Sloot (Programmamanager NPOLab - innovatie NPO3, 3FM en FunX) en Michel Decre (Research & Technology Director van Medtronic Eindhoven Design Center en muziekliefhebber). Op dit moment vinden gesprekken plaats met NPOLab om het concept van Spiek-R gezamenlijk door te ontwikkelen.

Gebiedsontwikkeling door reflectie

Bij de start van het VRPO Medialab in Eindhoven benoemde meerdere spelers op Strijp-S het gebrek aan kritische morele reflectie op de dynamische ontwikkelingen in het gebied. Analyse van en reflectie op de functie, opzet en effectiviteit van dit stadslab en de verschillende hubs daarbinnen zijn cruciaal voor de verdere ontwikkeling. De VPRO en VPRO Medialab neemt hierin de rol van aanjager, onderzoeker en mede ontwikkelaar. Dit deed VPRO Medialab onder andere op de DDW in samenwerking met Stimuleringsfonds voor de Creatieve Industrie, maar ook in samenwerking met Parkbeheer Strijp S rondom smart city en als partner bij diverse opleidingen:

- **Dutch Design Week**

Tijdens de Dutch Design Week (17 oktober tot en met 25 oktober) stond het VPRO Medialab op zijn kop. In het lab waren de living studio en expositie 'omroep van de toekomst' te bewonderen. We namen deel aan de Create Out Loud talkshow, de Peepshow stond op het Ketel-huis-plein en de doorontwikkeling van een hackaton idee was te zien in de tentoonstelling Hyperspaces.

Onder de slogan 'De wereld van morgen is vandaag al in de maak' bezochten VPRO leden de Dutch Design Week. Na een inspirerende lezing van filosoof en kunstenaar Koert van Mensvoort leidt de VPRO Now future Route langs een keur van slimme oplossingen, inventieve ontwerpen en nieuwe perspectieven. Ook het VPRO Medialab maakte onderdeel uit van deze route.

Proeftuin Eindhoven: medialabs als aanjager van vernieuwing.

Daarnaast organiseerde VPRO Medialab, samen met het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie en Baltan Laboratories, het debat: proeftuin eindhoven - medialabs als aanjager van vernieuwing. In het debat werden beleid en praktijk bij elkaar gebracht. Naast de VPRO waren betrokken: Ton van Gool (Stichting Cultuur Eindhoven), Koen Snoeckx (Baltan Laboratories), Hermineke van Bockxmeer (Min. OCW), Janny Rodermond (Stimuleringsfonds Creatieve Industrie), Frans van Dooremalen (Brabant C Fonds), Ben Veld (Fontys FutureMediaLab), Sander Liefink (TMC + Founded by All), Harmke de Groot (Holst Centre), René Paré (MAD emergent art center) en Jonathan Marks (Critical Distance).

Create out loud 7: immersive fun i.s.m. MU Gallery, Design Academy Eindhoven en meer

Steye Hallema, programmamaker, schoof namens het VPRO Medialab aan bij de laatste editie van Create Out Loud over Immersive Fun. Hij praatte mee over immersive technologie zoals Virtual Reality. Ook nodigden wij i.s.m. MU Gallery en Design Academy Eindhoven een breed scala aan sprekers uit: Bart Brouwers (E52), Danielle Arets (Design Academy Eindhoven), Pieter-Jan Pieters (OWOW), Ivo van Aart en Mirjam van Dijk (VPRO Peepshow), Allison Crank (The Reality Theatre), Thierry Pil (Purple Pill), Detlef LaGrand (WOID) en Aldo Hoeven (Field of View).

Expo i.s.m. VPRO dorst, St. Joost: de omroep van de toekomst

VPRO Medialab en VPRO Dorst vroegen aan studenten Arts & Interaction (AKV | St. Joost): Wat is de publieke omroep van de toekomst? Het resultaat was een spannende expo waarin je kon zien, horen en beleven hoe de publieke omroep van de toekomst er volgens de studenten uit gaat zien. Gedurende de DDW werd de expo bezocht door meer dan 600 personen bezocht.

Living studio i.s.m. Design Academy Eindhoven: immersive programma's

Tijdens de Dutch Design Week huisvestte het Medialab ook de Living Studio van de studenten van Crafting Narratives (Design Academy Eindhoven). Studenten van de Design Academy Eindhoven onderzochten in samenwerking met VPRO Medialab immersive journalistiek en enkele uren per dag kon je in de Living Studio getuige zijn van dit onderzoek en hen het hemd van het lijf vragen.

▪ **Smart Society i.s.m. Parkbeheer Strijp S**

Eindhoven beschikt over een zeer uitgebreide, hoogwaardige technologische infrastructuur in de hele stad, en met name op Strijp-S. Die 'infra' omvat niet alleen het fiber netwerk maar ook 46.000 lantaarnpalen met elk een eigen IP adres, 174 verkeerregelinstantie's, duizenden camera's, reclamezuilen en flietskasten. Met burgers, technici, ontwerpers en wetenschappers willen we graag onderzoeken op welke manier deze 'infra' kan worden ingezet voor visionaire, artistieke en speelse experimenten. Hoe gebruikt de community dit netwerk van apparaten en de mogelijkheden van data? Hoe geven we vorm aan ecosystemen waar deze toepassingen in ontstaan?

Een eerste drie uur durende sessie over de inzet van deze 'infra' vond plaats op 7 maart. Deelnemers waren, naast VPRO Medialab, Park Strijp Beheer, TNO, Kennisland, VPRO Tegenlicht en ontwerpers/kunstenaars Floris Kaayk, Richard Vijgen, Mark van der Net en Edwin Gardner en Jeffrey Braun. Op 2 mei is deze groep weer bij elkaar gekomen en naar aanleiding van die bijeenkomst worden er twee tot

drie concrete projecten geformuleerd en gepresenteerd in juni 2016 aan mogelijke ontwikkelaars. Naar verwachting wordt einde 2016 het eerste project opgeleverd.

- **VR Journalistiek Immersive Journalism**

In samenwerking met studenten van de Design Academy Eindhoven onderzochten we de mogelijkheden van VR als journalistiek medium. Onder leiding van Steye Hallema (VPRO Medialab) en VR master Detlef Le Grand experimenteerden de designers met de nieuwe technologie. Dat resulteerde vooral in experimentele films waarbij de 360 film mogelijkheden binnenste buiten werden gekeerd. Daarnaast kwamen in het traject de volgende thema's naar voren: de impact van VR op het journalistieke landschap en introspectie (hoe studenten zelf het nieuws consumeren en hun idee van objectieve berichtgeving).

- **Future Medialab**

Ook het Future Medialab van Fontys verkende afgelopen half jaar aan de hand van de onderzoeksvragen de mogelijkheden om verhalen te vertellen aan de hand van nieuwe technologie. Dit resulteerde in januari 2016 tot zes interessante projecten die in een expo in NatLab, Baltan, Broet en bij het Medialab vertoond werden. De expo die twee dagen geopend was, werd gestart met het debat 'The battle of art against the algorithm', onder leiding van Rene Westbroek, waar Geert-Jan Bogaerts namens VPRO Medialab aan deelnam. Daarnaast betraden Sander Wubben (hoofdonderzoeker Sensorjournalistiek) en Van Abbe's special visitor (robot door Marleen Hartjes) het podium om te discussiëren over kunst versus algoritmes en de vragen die in deze discussie naar boven komen.

De actuele ruimtelijke opgave van Strijp-S is sociaal, interactief en communicatief. Gebiedsontwikkeling op Strijp-S door het VPRO Medialab veronderstelt het creëren van een grotere onderlinge samenhang tussen de verschillende partijen die op en rond Strijp-S aan het werk zijn. VPRO Medialab heeft in het eerste jaar vol ingezet op het creëren van deze samenhang door samenwerkingen aan te gaan met verschillende partijen die op en rond Strijp S actief zijn. Samen met deze partijen hebben gezocht naar onderlinge samenhang door strategische inbedding, inspiratie deling en reflectie te onderzoeken. Het VPRO Medialab op Strijp-S helpt het gebied kritisch te reflecteren op zichzelf door het online en offline verzamelen van mensen rondom kwesties die relevant zijn voor het gebied.



Organisatie

Team

Vanaf half april 2015 is het Medialab van start gegaan met één programmamaker en één producer/business developer vanuit een locatie in het voormalige NatLab aan de Kastanjelaan op Strijp-S in Eindhoven. Het team is ondersteund door een liaison officer vanuit de Gemeente Eindhoven, Ton van Gool, die verschillende contacten tussen de VPRO en Strijp-S gemeenschap heeft gefaciliteerd.

Het team op Strijp-S is vanuit Hilversum ondersteund door verschillende VPRO medewerkers, het support team. Dit team komt maandelijks bijeen om zaken rondom het Medialab te bespreken. In het support team zitten collega's uit diverse afdelingen van de VPRO. Zij denken mee over concepten, producties, netwerk etc. Het support team bestaat (o.a.) uit:

- Wim Amels (Coördinator Fondsenwerving en Sponsoring)
- Leonieke Verhoog (Conceptontwikkelaar Media)
- Linda de Vos (Hoofd Productie)
- Menno Drenth (Hoofd ICT)
- Mathijn Elhorst (Manager Digitaal)
- Diederik Hoekstra (Hoofd Marketing)
- Jasper Koning (Webredacteur Tegenlicht)
- GertJan Kuiper (Manager Projecten Digitaal)
- Geert Rozinga (Programmamaker)
- Karen van Dijk (Eindredacteur Dorst)
- Melanie de Langen (Redacteur, researcher)
- Remy van den Brand (Eindredacteur, researcher)
- Stefan Heijndael (Radio, Villa VPRO)
- Bella Boender (Eindredacteur vpro.nl)

Naast denkkraft van het support team werkten meerdere medewerkers actief mee aan de ontwikkeling van het Medialab vanuit hun expertise en functie bij de VPRO. Hier waren bij betrokken:

- Geert Jan Bogaerts (Hoofd Digitaal)
- Mariska Schneider (Senior Producer Digitaal)
- Linda de Vos (Hoofd Producers)
- GertJan Kuiper (Manager Projecten Digitaal)
- Lex Lake (afdelingsassistent Digitaal)
- Wim Amels (Coördinator Fondsenwerving en Sponsoring)
- Leonieke Verhoog (Conceptmaker)
- Diederik Hoekstra (Hoofd Marketing)
- Karen van Dijk (VPRO Dorst)

Het Medialab kernteam in Eindhoven blijkt nu te klein om de grote ambities van het Medialab waar te maken. Om die reden is aan het einde van 2015 een

afdelingsassistent aan het team toegevoegd en is de functie van programmamaker opgewaardeerd tot eindredacteur. Het is de ambitie om in de loop van 2016 ook de capaciteit op het gebied van marketing en communicatie, productie en business development/ fondsenwerving te verhogen.

Het netwerk

Het Medialab voorziet in en opereert zoals gezegd als een multidisciplinair netwerk dat gaandeweg vorm, focus en inhoud zal krijgen en waarin de hieronder genoemde, maar mogelijk ook andere partijen zullen samenwerken binnen projecten of elkaar zullen ontmoeten bij events, zoals onder andere aan de orde zal zijn in de eerder genoemde meet-ups.

Vanuit dit netwerk zullen telkens nieuwe initiatieven ontstaan die resulteren in nieuwe projecten of samenwerkingsverbanden of die wellicht leiden tot nieuwe startups of nieuwe business modellen waardoor samenwerkingsverbanden duurzaam voortgezet kunnen worden. Zie de voorbeelden van de Hackathons en Bliksem en Donderdagen.

Een voorbeeld van hoe wij de uitstraling van events beïnvloeden is via onze uitgebreide activiteiten op de DDW. VPRO Medialab Veldwerk vergroot het netwerk naar diverse media en innovatie gerelateerde conferenties en festivals en neemt dat netwerk mee naar het STRP festival.

De al betrokken of onderkende potentiële samenwerkingspartners zijn heel divers:

- Gemeente Eindhoven
- Cultuurfonds Brabant C
- Baltan Laboratories
- Future Media Lab
- Cultuurfonds Strijp S
- Stimuleringsfonds Creatieve Industrie
- Kazerne
- High Tech Campus
- TU/e
- Design Academy Eindhoven
- Fontys Hoge School
- AKV St. Joost
- Dutch Design Week
- Klokgebouw Eindhoven
- Dutch Technology Week
- The Blue Collar Hotel
- MU artspace
- Natlab
- Van Abbe Museum (design)
- Brainport Development (tech)
- Brabant Erfgoedprijs / Erfgoed Brabant (content)
- Mest Magazine (communicatie)
- Mud Magazine (communicatie)
- BKKC, Brabants Kenniscentrum Kunst en Cultuur (content)

Juist op het gebied van innovatie is het netwerk van groot belang. De technologische ontwikkelingen gaan zo snel, dat geen enkele organisatie de mogelijkheid heeft om

hier zelfstandig onderzoek naar te doen. De VPRO is ervan overtuigd dat de meest succesvolle innovatie in een open netwerk plaatsvindt. Openheid betekent ook flexibiliteit en transparantie. De kunst hier is het om openheid, flexibiliteit en creativiteit te organiseren.

Ook in 2016 zal het Medialab structurele samenwerkingsverbanden aangaan met belangrijke partners in de regio. Daarnaast willen we tevens ruimte bieden voor de spontane ontmoeting en samenwerking door de organisatie van netwerkevenementen en hackathons.

De structurele samenwerkingsverbanden worden aangegaan met de belangrijke spelers in de regio op het gebied van design en technologie. In het eerste jaar is het Medialab ongeveer vijftien van dit soort partnerschappen aangegaan. 'Belangrijk' wordt hier gedefinieerd als 'knooppunt in het eigen netwerk'.

Business modellen

De financiële basis van het Medialab is een publiek-private samenwerking waarin overheid, onderwijs, bedrijfsleven en omroep elkaar vinden. Op termijn echter vinden wij dat het Medialab in grotere mate zijn eigen broek moet kunnen ophouden en minder een beroep moet hoeven doen op subsidiëring vanuit de overheid. Anders gezegd: het is het voornemen van de VPRO dat het Medialab in 2018 zich zelf kan bedruipen met een logisch verdien- en organisatie-model dat de meerwaarde die het Medialab realiseert kan kapitaliseren. Er moet een business model zijn ontwikkeld dat voldoende inkomsten genereert om de organisatie niet alleen in stand te houden, maar ook een duurzaam bestaansrecht te garanderen.

In 2015 zijn we gestart met een onderzoek naar mogelijke verdienmodellen. In een eerste verkenning met Consort en EHV365 is gesproken over wat de vertrekpunten moeten zijn om tot een verdienmodel te komen. In de volgende fase onderzoeken we, onder leiding van Mark de Greeff, business-innovator van EHV365, de verschillende manieren waarop het Medialab in 2018 kan bestaan. Zo zou het Medialab een co-creërende netwerkorganisatie kunnen zijn met verschillende joint ventures en IP op uiteenlopende producten met uiteenlopende eigenaren. Maar het Medialab zou net zo goed de vorm van een Maatschap, Membersclub, Sociale Onderneming of een BV kunnen krijgen. In 2016 wordt dit onderzoek met verschillende nationale en regionale partners voortgezet. Het doel is om eind 2016 het onderzoek naar mogelijke verdienmodellen af te ronden. In 2017 de implementatie daarvan (marktonderzoek etc.) uit te werken. Het doel van het project Businessmodellen is om een organisatie-model te ontwikkelen dat vanaf 2018 ingezet wordt en gericht is op zelfredzaamheid en past bij de VPRO. Extra uitdaging in dit ondernemingsplan is de context van de Mediawet en het veranderde medialandschap waarin de VPRO opereert.

Met zelfredzaamheid doelen wij op het terug brengen of elimineren van afhankelijkheid van overheidssubsidie om te overleven en te groeien. Subsidie heeft geen of nauwelijks plek in het bedrijfsmodel anders dan het los financieren van projecten met deelbelangen of het financieren van onderzoek en ontwikkeling. Het bedrijfsmodel moet gericht zijn op omzet uit de activiteiten van het Medialab.

Marketing en Communicatie

De marketingcommunicatie voor het VPRO Medialab is gericht op professionals enerzijds en breed publiek anderzijds. We onderscheiden in beide doelgroepen de lokale en landelijke geografische spreiding. Alle activiteiten vanuit het lab krijgen daarmee een eigen specifieke benadering. De Bliksem en Donderdag is bijvoorbeeld lokaal gericht op professioneel publiek en de VR productie van Missie Aarde was op een landelijk publiek gericht in het verlengde van de bijbehorende televisie serie. Hierna volgen enkele highlights van marketing.

De opening van het VPRO Medialab in Eindhoven en daarmee de vestiging van de VPRO buiten Hilversum was een belangrijk moment voor de omroep. Tijdens een bijeenkomst in de nieuwe locatie werd de verbinding gelegd tussen medewerkers van de VPRO en het Hilversumse netwerk en de kersverse relaties uit Eindhoven. Wethouder Mary-Ann Schreurs verrichtte de openingshandeling om de komst te bezegelen. Lokale en landelijke media hebben items geweid aan de nieuwe activiteit van de VPRO.

Het eerste grote project, de VR Volmaakte Mens productie, dat vanuit het lab is gerealiseerd, is stevig ondersteund met marketing & communicatie. Om de VR productie voor groot publiek toegankelijk te maken, is op basis van het Google ontwerp een VPRO Cardboard VR kijker ontwikkeld. Door een mobiele telefoon in de kijker te plaatsen kan de gebruiker de VR film bekijken. De VR film werd gepresenteerd aan pers en professionals tijdens het Mediapark Jaarcongres, waar bezoekers een cardboard kregen uitgereikt om ook zelf te kunnen kijken. Dit gebeurde tevens lokaal in Eindhoven tijdens de Dutch Technology Week. Vanuit de bijbehorende televisie serie is verwezen naar de film en met een online campagne is de release ondersteund.

In 2015 stond het VPRO Medialab en haar activiteiten centraal in de aanwezigheid op de Dutch Design Week (DDW). De VPRO is sinds enkele jaren partner van het belangrijkste design evenement van Nederland. De samenwerking uit zich in het maken van verslagen vanaf het festival en het gidsen van bezoekers door het omvangrijke aanbod. De VPRO is ook graag participant op DDW met eigen producties. De VPRO Peepshow stond centraal geprogrammeerd in het festivalhart, het lab was opgenomen als expositielocatie en een designride met Medialab fabriek reed door de stad. Op zondag kwamen VPRO-leden op bezoek in het lab voor een rondleiding en lezing van DDW-ambassadeur Koert van Mensvoort.

Het eerste jaar van het Medialab stond qua marketingcommunicatie in het teken van ontdekken en eerste projecten uitvoeren. We zijn daar met een groot aantal projecten goed in geslaagd ondanks het hoge tempo waarin producties zijn ontwikkeld en uitgevoerd binnen de beperkte capaciteit en middelen. De afstand vanuit Hilversum is voor sommige projecten ver gebleken, waardoor met name communicatie richting lokale professionals onvoldoende constant is opgezet. In het najaar is daarom het initiële marketingcommunicatieplan herzien en aangevuld. Er is voorzien dat er meer uren ingezet moet worden om de activiteiten en projecten van het lab onder publiek en professionals onder de aandacht te brengen.