



Subsidies tweede ronde Tijdelijke subsidieregeling Persinnovatie

Het bestuur van het Stimuleringsfonds voor de Pers heeft op 25 november 2010 besloten een bedrag van in totaal € 2.944.593 als subsidie beschikbaar te stellen aan 21 projecten op basis van de Tijdelijke subsidieregeling persinnovatie.

Deze subsidieregeling staat in 2010 open voor projecten die gericht zijn op journalistieke producten, diensten of werkwijzen verband houdend met nieuwsgaring, nieuwsduiding en opinievorming over de maatschappelijke actualiteit, mede in het belang van politieke meningsvorming en een innovatief karakter hebben, dat wil zeggen dat de te subsidiëren activiteiten vernieuwingen tot stand brengen in journalistieke functies zodat de persverscheidenheid wordt vergroot en daarmee een vernieuwende bijdrage wordt geleverd aan de journalistieke informatievoorziening. Voor de regeling is in 2010 een bedrag gereserveerd van in totaal 8 miljoen euro, te verdelen via twee aanvraagronden waarin voor elke ronde maximaal 4 miljoen euro beschikbaar is, waarvan 50% voor lokale of regionale journalistieke activiteiten. Voor de tweede aanvraagronde konden aanvragen voor 15 september 2010 worden ingediend.

Het bestuur heeft in de tweede ronde besloten de volgende 21 aanvragen voor een uitkering op basis van deze subsidieregeling in aanmerking te laten komen.

1: PZC-BN/De Stem – Zeeland in 2 minuten – € 221.250

Met dit project willen de aanvragers videonieuws gaan presenteren met een format dat aansluit bij de moderne, jonge nieuwsconsument. Het videonieuws zal op meerdere platformen te zien zijn, van smartphone tot iPad, van pc tot internet op tv. Het project dient tevens als katalysator van de transformatie van de redactie naar een crossmediale nieuwsorganisatie en biedt uitzicht op nieuwe verdienmodellen. De innovatieve componenten van het project zitten onder meer in de interactie tussen de redactie en het publiek. Met het project ontwikkelt de aanvrager een nieuwe journalistiek product en organisatieproces dat tot stand wordt gebracht door een nieuwe journalistieke werkwijze.

2: Aardverschuiving Media – Dutchstats – € 38.300

Met dit project is Aardverschuiving voornemens een online visualisatietool te ontwikkelen die het gemakkelijk maakt om kerncijfers van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) voor gemeenten, buurten en wijken te visualiseren naast andere gegevens op lokaal niveau. Deze interactieve visualisatietool geeft de gegevens op een innovatieve manier vorm waarbij de parameters naar eigen inzicht kunnen worden aangepast. Daarnaast biedt de toepassing weergave mogelijkheden van verschillende gegevensbronnen, makkelijkere filtering en de mogelijkheid om in te zoomen op gebieden van interesse. Journalisten en burgers worden met deze tool makkelijker in staat gesteld gegevens te analyseren en er verhalen uit te destilleren op basis van objectieve gegevens. Daarnaast kunnen de analyses en verhalen op een gebruiksvriendelijke manier met anderen gedeeld worden. Hiermee is niet alleen sprake van een nieuw journalistiek product, maar vooral van een nieuwe journalistieke werkwijze.

3: AT5 en Headcandy – Connect the Audience – € 41.580

Met dit project willen AT5 en Headcandy de presentatie van televisieprogramma's interactief maken, waarbij het publiek wordt betrokken bij opinievorming in een live-presentatie omgeving. Hierbij zal gebruik gemaakt worden van een Multi-Touch-tafel, waarmee journalisten content op een interactieve manier direct kunnen ontsluiten. De koppeling met onder andere sociale media en andere real-time media zorgt er voor dat het publiek (de burger) de mogelijkheid krijgt direct te communiceren met de journalisten. Deze ontwikkeling biedt de mogelijkheid om de opinies van het publiek direct in live uitzendingen te betrekken. De innovatieve component bestaat uit het tot stand brengen van een vernieuwing in inhoud en vormgeving van nieuwsgaring, nieuwsduiding en opinievorming, waarbij de relatie met de burger centraal staat en getracht wordt deze relatie interactief te maken. Zo kunnen bijvoorbeeld burgers tijdens het volgen van een televisieprogramma direct op een nieuwsitem reageren via Twitter. De journalisten van het programma kunnen deze reacties direct behandelen en bijvoorbeeld voorleggen aan de aanwezigen in het televisieprogramma. Hiermee is sprake van een nieuwe journalistieke dienst en werkwijze, waarbij de burgers direct worden betrokken bij de nieuwsgaring, nieuwsduiding en opinievorming.

4: Stichting Nieuwspost – Nieuwspost – € 85.000

Het project betreft een onderzoek naar de haalbaarheid van een online-platform dat dient als marktplaats voor burgers en journalistiek. De innovatieve component van het project bestaat eruit dat er een nieuw businessmodel voor journalisten geïntroduceerd wordt, met burgers als donateurs direct in de rol van opdrachtgever van journalistieke projecten. Door middel van het doen van donaties en het posten van verhaaldeelstukken bepalen burgers samen welke journalistieke producties worden gemaakt. Met inzet van social media kunnen burgers elkaar betrekken bij onderwerpen die zij belangrijk vinden. Het project spitst zich toe op de vraag of door het opbouwen van een directe relatie tussen burger en journalist wederzijds meer begrip en waardering ontstaat, met als doel vernieuwende en kwalitatief goede (lokale) journalistiek te realiseren. Het onderzoek bevat een praktijktest en kwalitatief onderzoek met directe betrokkenheid van Campus Company, het facultatief leerbedrijf van de Hogeschool Utrecht. Het model zorgt voor een nieuwe journalistieke werkwijze, gezien de journalist transparanter moet werken en directer aan de donateurs (burgers) moet uitleggen welke keuzes hij maakt en welke dilemma's hij in zijn werk tegenkomt. Hiermee is sprake van een nieuw journalistieke werkwijze en verdienmodel.

5: OLON – Regio TV, Schermen met lokale media – € 58.250

Dit project heeft als centraal doel technologische innovaties op het gebied van 'interactieve consumentenschermen' te combineren met nieuwe samenwerkingsverbanden op lokaal niveau. Daartoe worden alle publieke lokale omroepen in staat gesteld om een eigen IPTV-station en mobiele IPTV-applicatie te exploiteren en daarbij een samenwerking te realiseren met lokale uitgevers, zoals huis-aan-huisbladen. Hierbij is constant oog voor de eventuele in de weg staande 'wetten en praktische bezwaren'. Uiteindelijk zullen uit de resultaten en ervaringen de best practises worden beschreven. Hiermee kunnen nieuwe combinaties van bestaande en nieuwe journalistieke producten tot stand komen.

6: NDC Mediagroep – Samen werken aan een sterke regionale democratie – € 107.356

In dit project wil NDC in het kader van de Provinciale Statenverkiezingen op 2 maart 2011 een samenwerking aangaan met Omroep Friesland en het Friesch Dagblad om aan de hand daarvan antwoord te vinden op de volgende probleemstelling: is het mogelijk door (structurele) samenwerking tussen regionale nieuwsmedia het publieksbereik te verhogen en tot kwalitatief betere informatievoorziening te komen en wat vraagt dat van de samenwerkende partijen?

De innovatieve component zit vooral in het crossmediale karakter van het project waarbij elk medium op basis van zijn kracht wordt ingezet en waardoor op een aantal manieren journalistieke vernieuwingen tot stand worden gebracht. Redacties van verschillende media leveren daarbij bijdragen aan elkaars journalistieke producten, bijvoorbeeld doordat politiek redacteurs en columnisten van een dagblad een inhoudelijke bijdrage leveren aan radio- en tv-producties van de omroep. De processen die ingericht worden ten behoeve van dit project, de effectmetingen die worden uitgevoerd onder de inwoners van de provincie en het mogelijke effect van dit project op het opkomstcijfer zullen leiden tot nieuwe inzichten die interessant kunnen zijn voor de gehele bedrijfstak.

7: Stichting Lokaalnieuwsnet.nl – Lokaalnieuwsnet.nl – € 87.596

Dit project is erop gericht ten behoeve van uitgevers van lokale nieuwsmedia een nieuwe portal op het internet te creëren waar bestaande en nieuwe nieuwssites kunnen worden ondergebracht. Daarmee beoogt het project een belangrijke bijdrage te leveren aan verbetering van de rentabiliteit en daarmee de continuïteit van de uitgeverijen en kwaliteit van de lokale journalistiek. Het vernieuwende van Lokaalnieuwsnet.nl is dat door middel van dit project getracht wordt de lokale en regionale journalistieke content voor geïnteresseerde burgers via het internet gemakkelijk bereikbaar te maken. Voor uitgevers van lokale en regionale media wil Lokaalnieuwsnet.nl nieuwe functionaliteiten met betrekking tot interactie tussen print en digitaal ontwikkelen.

8: Koninklijke BDU Uitgevers – 'Anders verdienen met kennis' – € 25.650

In dit project gaan redacteurs burgers in een drietal cursussen journalistieke vaardigheden aanleren waardoor enerzijds kwalitatieve lezersbijdragen worden gegenereerd en anderzijds een nieuwe inkomstenbron wordt aangeboord. De innovatieve component is dat wordt getracht een nieuw verdienmodel aan te boren én beter gebruik te maken van het groeiende aanbod van user created news en deze tegelijkertijd kwalitatief naar een hoger peil te trekken. De met het project opgedane ervaringen zullen worden geëvalueerd en aan de persbedrijfstak ter beschikking worden gesteld.



9: Friesch Dagblad – Friesch Dagblad voor nieuwe generaties – € 241.250

Het project heeft als kern het vernieuwen van de krant in haar journalistieke definitie en in haar plaats en functie in de Friese samenleving. Gedurende de projectperiode onderzoekt het FD de problematiek van functieverlies van de krant op de kwaliteit van de (democratische) samenleving met als trefwoord 'betrokkenheid'. De innovatieve component van het project bestaat uit het opzetten van een website waar nieuws van de gemeente kan worden opgezet, met een archieffunctie en een politiek en maatschappelijk forum. Politieke partijen, burgers, belangengroepen kunnen foto's, berichten plaatsen (sociale media). Verder kunnen vergaderingen auditief gevolgd worden en lokale advertenties geplaatst worden.

10: De Gelderlander – Interactief in Gelderland – € 476.500

Dit project beoogt een samenwerkingsverband tussen dagblad De Gelderlander en Omroep Gelderland om de interactieve nieuwsvoorziening te stimuleren en de betrokkenheid van burgers te vergroten. Daartoe formeren zij gezamenlijk een interactieve redactie, die in de regio crossmediale burgerjournalistieke producties gaat verzorgen. Deze mobiele redactie betreft burgers bij de selectie en productie van nieuwsonderwerpen. De producties vinden in tekst, (bewegend) beeld en geluid hun weg naar krant, websites, radio & tv. Het project wordt begeleid door een onderzoeksteam van de sectie Communicatiewetenschap van de Radboud Universiteit Nijmegen. Op het terrein van de journalistiek zijn in dit project bijzondere elementen te onderkennen. Allereerst is dat het verschijnsel van een mobiele redactie, waarbij het publiek via de beide websites en sociale netwerken uitgenodigd wordt onderwerpen aan te dragen die journalistieke aandacht behoeven en die ter plaatse behandeld worden. Betrokkenen en belangstellenden worden daarbij uitgenodigd een inhoudelijke bijdrage te leveren. Tevens worden daarbij social media ingezet om de discussie te verbreden en te verdiepen. Na afloop vindt het geheel zijn weerslag in gezamenlijke producties van De Gelderlander en Omroep Gelderland in de krant en op radio, televisie en internet. Het project kent daarbij drie innovatieve aspecten: a) de rol van de burger bij de nieuwsselectie, de garing en duiding, b) de betekenis daarvan voor de lokale democratie en c) de beoogde samenwerking tussen pers en publieke omroep.

11: Stichting RTV Oost/TC Tubantia – Voor ieder wat wils – € 184.938

Om in te kunnen (blijven) spelen op het snel veranderende medialandschap en de gewijzigde mediaconsumptie van de consument willen de aanvragers de huidige projectmatige samenwerking omzetten in een structurele samenwerkingsrelatie. In dit kader wordt een proeftuin opgezet waarbij nieuwe crossmediale producten en diensten rondom de thema's Kunst & Cultuur en Lifestyle worden ontwikkeld. Het is de bedoeling om per thema een tv-programma, printmagazine en internetplatform te creëren. Indien deze proeftuin succesvol is, zal de samenwerking zich uitbreiden naar segmenten als Politiek, Economie, Gezondheid, Werk & Opleiding, Ondernemen & Innovatie en Natuur & Milieu. De innovatieve component is dat de kracht en kwaliteit van een publiek gefinancierd televisiestation en een privaat gefinancierde krant worden ingezet voor de ontwikkeling van nieuwe crossmediale producten en diensten waarbij de behoefte van de gebruiker centraal staat en waarbij print, radio/tv, internet en nieuwe (social media) elkaar versterken. In het verlengde van deze nieuwe journalistieke werkwijze en presentatie ligt de ontwikkeling van een nieuw verdienmodel waarbij per thema crossmediale proposities ontwikkeld zullen worden. Dit samenwerkingsproject kan bijdragen aan de versterking van de regionale journalistiek en ook anderen uit de perssector kunnen leren van de praktische ervaringen en de juridische consequenties van deze samenwerkingsvorm.

12: Dagblad De Pers – iPers – € 235.000

Dit project is erop gericht alle content van het dagblad De Pers aan derden beschikbaar te stellen om gratis en naar eigen inzicht te gebruiken, aan te vullen en te verspreiden. Via dit project beoogt De Pers lezers zoveel mogelijk te faciliteren in het digitaal verspreiden, bewerken en versterken van de artikelen. Daarnaast kunnen mensen naast het materiaal van De Pers ook externe feeds van andere partijen laten inlopen of kranten samenstellen op basis van hun sociale mediaprofiel. Mensen met een grotere interesse voor nieuws kunnen bovendien gebruik maken van andere feeds die De Pers aanbiedt, zoals (delen van) de website, dossiers en archieven op basis van trefwoorden en abonnementen op auteurs of columnisten. Op de diverse sociale sites beoogt het project ook een community rond De Pers te bouwen met betrokken lezers die dankzij internet laagdrempelig en snel commentaar geven, verhalen aandragen, informatie verstrekken en met elkaar en auteurs in debat kunnen gaan over artikelen. Via het project beoogt De Pers mede te onderzoeken of er naast de verschillende betalingsmodellen, waar veel kranten zich op richten, ook plek is voor een ander exploitatiemodel waarbij unieke content gratis wordt verspreid, volledig betaald door de adverteerder. Hiermee wordt een nieuw gebruik van, een aanvulling op en een nieuwe distributie van een journalistiek product bevorderd.

13: Stichting Krant in de Klas – De Digitale Nieuwscollage op school – € 73.180

Het doel van het project is om jongeren op positieve wijze te laten ervaren wat de vernieuwingen van de dagbladen hen te bieden hebben. Met de Digitale Nieuwscollage koppelt Krant in de Klas de journalistieke inhoud van dagbladredacties aan het onderwijs door een vernieuwende werkvorm te ontwikkelen gebaseerd op interactief en samenwerkend leren met inzet van digitale borden en multitouchtechnologie. Het betreft een flexibel leerarrangement dat inzetbaar is binnen verschillende didactische en vakinhoudelijke contexten in het onderwijs. In het project is sprake van een geheel nieuwe werkvorm in het onderwijs, waarbij innovaties van het journalistieke product worden ingezet. Daarbij is een belangrijke rol weggelegd voor een combinatie van landelijk en lokaal nieuws en de koppeling van actualiteit naar de eigen leefomgeving van de leerlingen. Dit wordt onder meer mogelijk gemaakt door mobiele, locatiegebaseerde technologie zoals GPS. Hiermee heeft het project betrekking op zowel nieuwe journalistieke producten als nieuwe journalistieke werkwijzen en presentaties.

14: Axz Media – Kuew iPad mediaproductie applicatie – € 50.000

Kuew wordt een nieuwsmedium dat (op)nieuw wordt ontwikkeld voor de nieuwe generatie dragers, de tabletcomputers zoals de iPad. In het Kuew-project worden zowel het content management systeem, dat specifiek voor directe output naar deze nieuwe media is ontwikkeld, als de gebruikersapplicatie voor de iPad en andere tablets ontwikkeld. Volgens AXz Media zal Kuew het nieuws brengen door tekst te combineren met geluid en (bewegend) beeld, en zonder hinder van traditionele mediabeperkingen in tijd (deadlines) en plaats (de krant ontvangen als abonnee, thuis of op kantoor, of als losse koper in de kiosk). Tablet en internet stellen Kuew in staat grote actuele gebeurtenissen te brengen als 'developing stories', reportages die worden aangevuld en veranderd zodra en zolang 'developments' in het onderwerp daartoe aanleiding geven. Hiermee is vooral sprake van een nieuwe journalistieke werkwijze, naast een nieuwe journalistieke presentatie en een nieuw distributie- en verdienmodel.

15: LUSTlab – TIJD/SCHRIFT – € 90.155

In dit project wordt de tabletcomputer gezien als een eigen platform waar vorm, interactie en inhoud van een tijdschrift opnieuw gedefinieerd moeten worden. TIJD/SCHRIFT wil daartoe alle aspecten van het bekende format tijdschrift tegen het licht houden en een digitaal alternatief aanbieden, dat recht doet aan het. Dit onderzoek behelst enerzijds een herdefiniëring van het publiekstijdschrift (waarbij de inhoud gekoppeld wordt aan de fysieke mogelijkheden van de tablet) en anderzijds het opzetten van een nieuw verdienmodel (waarbij content, redactie, vormgeving en verspreiding aansluiten bij het nieuwe medium). Tegelijkertijd speelt de 'visualisatie' van het nieuws een belangrijke rol in de interpretatie ervan; niet alleen de plek, het medium en de passieve of actieve deelname aan het nieuws van de consument maar ook de relatie tussen typografie, fotografie, illustratie en/of video. Pagina's en hun nummering verdwijnen en moeten vervangen worden door categorieën, thema's, zoekmogelijkheden en indexeringen. Hiermee is niet alleen sprake van een nieuwe journalistieke werkwijze, maar vooral van een nieuwe journalistieke presentatie.

16: VJ Movement – de NewsGame – € 285.000

Met dit project ontwikkelt VJ Movement een online NewsGame, gericht op jongeren van 14 tot 20 jaar, met als doel om ze te betrekken bij het nieuws, zowel als consument als participant, gebruik makend van middelen die jongeren aanspreken. Het spel wordt zo opgezet dat de online community zich door een virtuele wereld kan verplaatsen, maar wel echte informatie ophaalt. De community kan vervolgens onderwerpen onderzoeken die uiteindelijk geproduceerd worden door professionele journalisten. De innovatieve component van het project zit in de manier waarop de doelgroep wordt aangesproken, namelijk door het ontwikkelen en uitrollen van een online NewsGame, dat uitgaat van de leefwereld van de jongeren en hun uitdaagt om als virtuele verslaggever op onderzoek uit te gaan. Ten aanzien van de nieuwsgaring is het project innovatief gezien deze in een virtuele wereld plaatsvindt, maar voortdurend wordt teruggekoppeld naar de echte wereld. Verder zal het spel uiteindelijk leiden tot verhalen die op basis van de research van de doelgroep worden geproduceerd. In het project is sprake van een nieuw journalistiek product en presentatie, maar bovenal van een nieuwe journalistieke werkwijze.

17: Roses Unlimited – Dragonfly – € 175.000

Dat project is gericht op een nieuw op te richten crossmediaal platform met journalistieke content op maat. Via dat platform wordt exclusieve, journalistieke content op maat aangeboden in een combinatie van een dagelijks ververste website en een tweemaandelijks verschijnend blad. In het project wordt een succesvol crossmediaal platform ontwikkeld waar dagelijkse gepersonaliseerde content wordt



aangeboden in combinatie met een tweemaandelijks te verschijnen tijdschrift dat eveneens op onderdelen gepersonaliseerde informatie in print aanbiedt. Door middel hiervan beoogt de aanvrager aan te tonen dat het uitgeven van massacustomized journalistieke content zowel commercieel als journalistiek een haalbare kaart is en een belangrijke nieuwe richting vormt voor uitgevers van journalistieke media in Nederland.

18: PwC i.s.m. FD, TMG & Sanoma – Duurzaamheid van digitale proposities – € 193.113

Dit project vormt fase 2 van het onderzoek 'Digitaal verdienen' dat PwC eerder voor het Stimuleringsfonds voor de Pers heeft uitgevoerd. Nu beoogt PwC dieper in te gaan op een aantal specifieke business cases van Nederlandse aanbieders FD, Sanoma en TMG. In het voorgestelde onderzoek komen verschillende elementen van journalistieke proposities aan bod die onderdeel uitmaken van journalistieke content op nieuwe digitale media. Daarbij wordt in sommige gevallen ook onderzocht welke alternatieve wijzen van nieuwsgaring, nieuwsduiding en opinievorming kunnen worden ontwikkeld. In het bijzonder richt het voorgestelde onderzoek zich op het verdienpotentieel voor individuele uitgevers van betaalde digitale nieuwsproposities. Hierbij staat met name de exploitatiewijze van deze proposities centraal, maar komen ook andere kenmerken van nieuwe digitale proposities aan bod zoals inhoud, strekking en vormgeving op nieuwe mediakanalen (internet, iPad en iPhone).

19: Floqr BV – myNewsBasket, mijn persoonlijk dagblad – € 95.000

Dat project is erop gericht een persoonlijk dagblad met uitgewerkte en geduide onderwerpen tot stand te brengen op basis van individueel gedrag en het markeren van nieuwsitems. MyNewsBasket beoogt gebruik te maken van automatische nieuwsaggregatie, crowd sourced nieuwsaggregatie (nieuws aangedragen door de lezers), crowd sourced nieuwsverrijking (tekst & multimedia) en een professionele redactie om hoogwaardig nieuws te vergaren. Door het precies profileren van de lezers is myNewsBasket in staat om dit hoogwaardige nieuws op basis van persoonlijke voorkeuren aan de lezers te distribueren in de vorm van een digitale persoonlijke krant. Hiermee is vooral sprake van een nieuw journalistiek product in de vorm van een persoonlijk dagblad met hoogwaardig nieuws.

20: Stichting Maroc.nl – NewsAssist – € 88.850

Met dit project wil Maroc.nl een toepassing ontwikkelen die journalisten werk uit handen neemt bij het zoeken van (bron)materiaal op internet. Dit gevonden materiaal kan worden aangepast en direct worden gepubliceerd op de website van de redactie of doorgezet worden naar sociale media, waarna het bewerkte materiaal van de journalist ook weer wordt opgenomen in de toepassing, zodat het weer als bron kan dienen voor de journalist zelf op een later tijdstip of voor anderen. De innovatieve component van het project bestaat er uit dat de NewsAssist add-on de redacteur voorziet van alle benodigheden om nieuws te zoeken, te bewerken, te publiceren en te verspreiden naar social media, zonder zijn webbrowser te hoeven verlaten. De diversiteit aan bronnen wordt gefilterd met trefwoordenlabels die eenvoudig aan te passen zijn zodat redacties al doende het resultaat kunnen 'fine-tunen'. Het redactionele proces wordt verbeterd door het ontwikkelen van een browser-plugin die alle 4 stappen (zoeken, bewerken, publiceren, verspreiden) van het redactieproces integreert en daarbij gebruik maakt van bestaande diensten en plugins.

21: All Women on Top – Crossmediaal podium AWOT – € 91.625

Met dit project wil de aanvrager een interactief, digitaal en crossmediaal podium ontwikkelen waarop (oude gedrukte) media hun creatieve content kunnen 'ontkoppelen' en verbinden aan de individuele eindgebruiker. Hiermee kunnen ze hun zichtbaarheid vergroten en de doelgroep (de ondernemende en zakelijke vrouw) beter bereiken. De innovatieve component van het project bestaat er uit dat er nog geen initiatief in Nederland aanwezig is waarbij een nieuwe doelgroep wordt aangesproken die nu nog onderbelicht is. Uiteindelijk zal er een community worden gerealiseerd die toegankelijk is voor de gehele pers en waarbij ervaringen van de ambassadeurs en members gedeeld kunnen worden. Het platform zal een open gedeelte hebben en een gesloten gedeelte, waarbij een membership toegang biedt tot informatie over bijvoorbeeld business, wellness, travel en activiteiten. Hiermee is vooral sprake van een nieuw journalistiek model dat betrekking heeft op een nieuwe crossmediale toepassing, naast een nieuwe journalistieke werkwijze.



De eerste elf van deze 21 projecten hebben betrekking op lokale en regionale journalistieke activiteiten, voor een totaalbedrag van € 1.567.670. De resterende tien aanvragen betreffen landelijke activiteiten, voor in totaal € 1.376.923. Aan elke subsidieverlening is de voorwaarde gekoppeld dat de aanvrager meewerkt aan presentatie en publicatie van de resultaten van de uitvoering van de gesubsidieerde activiteiten met als doel innovatieve projecten onder de aandacht te brengen waardoor deze ten gunste kunnen komen van andere partijen uit de sector.

(Mededeling ingevolge artikel 8.19 Mediawet 2008)