

Jaarplan 2007 Digital Playground

Kunst Cultuur en Digitale Media



mei 2006

**Watertorenweg 200
3063 HA Rotterdam
010- 4126031
www.digitalplayground.nl**

1. Inleiding

Digital Playground (DP) organiseert sinds 1998 educatieve evenementen en projecten voor jongeren, waarin deze kennismaken met kunst en (beeld)cultuur door middel van digitale media. De doelgroep bestaat uit jongeren tussen de 13 en 19 jaar, vanaf VMBO niveau en inclusief MBO. Van een klein digitaal evenement in Hal 4, waar de jongeren leerden wat ze met video, fotografie, geluid en internet konden doen, gebruikmakend van bestaand stockmateriaal, is het project sinds 1998 gegroeid tot een organisatie met een eigen locatie in Rotterdam en diverse projecten in het land.

Digital Playground beschikt sinds september 2004 over een eigen vaste locatie in het centrum van Rotterdam, waar gedurende het gehele schooljaar workshops worden aangeboden aan scholieren van het VO en MBO. Het jaar 2005 heeft voor Rotterdam vooral in het teken gestaan van de opbouw van naam van de eigen locatie en het toewerken naar het eerste echte schooljaar in de cultuurplanperiode, het schooljaar 2005-2006. Na de eerste opstartfase draait DP nu volop.

Om bestaande én nieuwe doelgroepen aan zich te binden, ontwikkelt Digital Playground voor het schooljaar 2006-2007 een aantal nieuwe programma's in Rotterdam. Buiten Rotterdam is Digital Playground met partnerinstellingen als Filmhuis Den Haag en Waag Society Amsterdam bezig met het opzetten van een samenwerking die verder gaat dan een jaarlijkse DP On Tour of DP Special. De ambitie is om in verschillende steden op structurele basis meerdere keren per jaar Digital Playground workshops aan te kunnen bieden. Op deze nieuwe programma's en samenwerking wordt verder in dit jaarplan dieper ingegaan.

Naast de workshops is Digital Playground op zoek naar nieuwe producten waarmee zij haar doelstelling (het creatieve gebruik van digitale media onder jongeren te stimuleren en een bijdrage te leveren aan het kritische vermogen van jongeren ten aanzien van media en beeldcultuur) kan verwezenlijken. In 2006 is het eerste nieuwe product van Digital Playground gelanceerd: de educatieve website Shop4Media. Deze interactieve leeromgeving over media kan als algemene introductieles media-educatie of als voorbereiding op de workshops worden gebruikt. De website wordt gratis aangeboden aan docenten en leerlingen in heel Nederland en boort daarmee een heel nieuw afzetgebied aan. Het bereik breidt zich dus uit en Digital Playground heeft de ambitie om ook in 2007 de kwalitatieve en kwantitatieve groei verder te ontwikkelen.

2. Wat is Digital Playground?

2.1. Missie en doelstelling

Projectomschrijving

Digital Playground laat jongeren vanaf 13 jaar, vanaf vmbo-niveau, kennis maken met de creatieve kant van de computer en hedendaagse beeldcultuur. Dit gebeurt momenteel voornamelijk door middel van workshops waarbij jongeren, onder begeleiding van jonge workshopleiders, de basisprincipes leren kennen van één van de volgende disciplines: fotobewerking, geluid-editing, video-editing en webdesign. Digital Playground ontwikkelt een palet aan methodes en middelen waarmee ook op andere manieren de onderstaande doelstelling wordt nagestreefd.

Doelstelling

Digital Playground stelt zich ten doel het creatieve gebruik van media onder jongeren te stimuleren en zo een bijdrage te leveren aan het kritische vermogen van jongeren ten aanzien van media en beeldcultuur. Door op creatieve wijze om te gaan met media geeft Digital Playground invulling aan begrippen als mediacompetentie, visuele geletterdheid en mediawijsheid. Voorheen werd het begrip 'digitale media' gehanteerd als verwijzing naar creatieve hard- en software. Dit begrip is vervangen door 'media' omdat ook traditionele media (radio, televisie, krant) grotendeels totstandkomen met behulp van digitale technieken waardoor het onderscheid tussen digitaal en analoog steeds meer verwatert. Kunst en cultuur vormen de content van de workshops. Door jongeren op een creatieve manier kritisch te leren kijken naar de beelden in hun omgeving, wordt hun visuele geletterdheid verder ontwikkeld. Hierbij is ruime aandacht voor verschillende uitingen van kunst en cultuur; van kunst in de openbare ruimte, schilderijen van oude meesters in een museum tot hedendaags design, reclameposters in de stad en videoclips op MTV.

Doelgroep

Digital Playground is er voor jongeren van 13 tot en met 19 jaar die in het kader van hun opleiding deelnemen aan kunst- en cultuuractiviteiten. De doelgroep bestaat dan ook vooral uit leerlingen uit alle niveaus in het voortgezet onderwijs (VO) en uit het middelbaar beroepsonderwijs (MBO) en volwassenen educatie (BVE) in Nederland. In 2006 is de minimale leeftijd van de deelnemers verlaagd van 14 naar 13 jaar. Jongeren leren op steeds jongere leeftijd omgaan met digitale media, zoals de computer, mobiele telefoon en digitale camera's. De basisvaardigheden die nodig zijn om een Digital Playground workshop te volgen zijn inmiddels ook bij (de meeste) jongere leerlingen aanwezig, vandaar de bijstelling naar ook de eerste klassen van het VO. Sinds 2006 ontwikkelt Digital Playground ook aangepaste workshops voor het Praktijk Onderwijs. Daarmee zijn de producten van Digital Playground nu voor alle leerlingen van het VO beschikbaar, ongeacht leeftijd en onderwijsniveau.

2.2. Werkwijze

Momenteel zet Digital Playground twee producten in om de hierboven geformuleerde doelstelling te behalen.

De workshops

Het programma van een Digital Playground workshop bestaat uit twee onderdelen: het maken van eigen beeld- en geluidsoptnamen met een digitale camera of memorecorder en een computerworkshop waarin het opgenomen materiaal wordt verwerkt tot een digitaal werkstuk met (bewegend) beeld en geluid. Door de deelnemer zelf digitale opnamen te

laten maken, leert hij of zij keuzes te maken, kritisch te zijn en op een andere manier te kijken naar beelden in hun omgeving. Door leerlingen vervolgens de (digitale) technieken waarmee die beelden worden gemaakt te laten ervaren, toepassen en begrijpen, leren ze hoe ze met beelden kunnen verleiden, manipuleren en beïnvloeden. De deelnemers worden gemotiveerd om zelf te spelen met betekenissen en met artistieke basisprincipes als vorm, kleur, compositie en ritme. Digital Playground stimuleert jongeren in hun eigen creativiteit en in hun omgang met beelden uit kunst en (jongeren)cultuur.

Shop4Media

In maart 2006 lanceerde Digital Playground een nieuw (gratis) product: de interactieve website Shop4Media. Wat zijn de principes van beeld, geluid en montage? Hoe ziet de geschiedenis van media eruit en hoe kun je werken met vormgeving en beeldtaal? Shop4Media is een online leeromgeving die informatie en experiment combineert. Na het doorlopen van de informatieve pagina komt de leerling via de knop 'try b4 u buy' in een scherm waarin door te klikken en te schuiven keuzes kunnen worden gemaakt. Deze worden opgeslagen in een persoonlijk verslag.

De website is uitgerust met een leerlingvolgsysteem. De docent kan hiermee bijhouden welke leerlingen de site al hebben bezocht en welke onderdelen van de website zij zelfstandig en in zelf te bepalen volgorde hebben doorlopen. Als de leerling alle onderdelen van de site heeft bezocht, krijgt hij of zij een persoonlijk digitaal verslag van bevindingen en keuzes. Shop4Media kan zowel individueel als klassikaal worden gebruikt. De online leeromgeving kan worden ingezet als algemene introductieles over media of als voorbereiding op één van de DP workshops.

2.3 Educatieve uitgangspunten

In de ontwikkeling van haar producten hanteert Digital Playground drie principes, die de werkwijze definiëren en daarmee zeer bepalend zijn voor het specifieke karakter van Digital Playground. Deze drie educatieve uitgangspunten zijn:

- peer education
- learning-by-doing
- aansluiten bij de belevingswereld jongeren

Peer education

Peer education betekent letterlijk leeftijdsgenotenonderwijs, kortom, jongeren leren van jongeren. Binnen Digital Playground heeft peer education twee functies: communicatie (jongeren nemen gemakkelijker informatie over van andere jongeren) en connectie (de overdracht verloopt soepeler wanneer de aansluiting wordt gevonden bij de belevingswereld van jongeren).

Learning by doing

Learning by doing staat voor een probleemgerichte aanpak. Binnen Digital Playground verwijst learning by doing enerzijds naar het spelenderwijs eigen maken van kennis en vaardigheden en anderzijds naar het ontwikkelen van creativiteit door te experimenteren. De gebruikte eigen software, de DPTutorials, maakt dit binnen de huidige workshops mogelijk.

Aansluiten bij de belevingswereld jongeren

Digital Playground heeft de overtuiging dat het creativiteit beter gedijt in een niet-schoolse omgeving. Door een aangename sfeer te creëren en in het aanbod aan te haken bij de belevingswereld van jongeren, wordt de leerling meer centraal gesteld dan in de reguliere lessituatie.

3. Wat gaat Digital Playground doen? Plannen en activiteiten 2007

- **DP Rotterdam:** de eigen locatie in Rotterdam, het hele schooljaar open.
- **DP On Tour:** evenementen op locatie van één tot enkele weken, op aanvraag van gemeenten en instellingen in het land.
- **DP Specials:** evenementen op maat voor kunstmanifestaties, festivals en culturele instellingen in Nederland.
- **DP Onderzoek & Ontwikkeling:** continue ontwikkeling van de didactische methodiek, culturele programma's en technische innovatie.
- **Studio DP:** opleiding workshopleiders, artistiek en didactisch.

3.1 DP Rotterdam

Digital Playground Rotterdam moet uitgroeien tot een centrum voor praktische media-educatie waar jongeren tussen de 13 en 19 jaar creatief en kritisch leren omgaan met (digitale) media. Het gehele schooljaar worden op de vaste workshoplocatie in het centrum van Rotterdam workshops georganiseerd. Het bereik onder onderwijsinstellingen in de regio Rotterdam neemt jaarlijks toe. Naast het onderwijs biedt Digital Playground ook workshops aan aan het jongerenwerk. Gemiddeld komt 80% van de jongeren uit de regio Rotterdam en 20% uit de rest van Nederland.

Op deze vaste locatie kunnen maximaal veertig weken per jaar¹, vijf dagen per week workshops worden georganiseerd, met, op termijn, jaarlijks plaats voor circa 7 a 7,5 duizend deelnemers. We gaan uit van een groeimodel waarin er in 2008 meer deelnemers zijn dan in 2005, waarbij een jaarlijkse toename van ca. 500 leerlingen wordt verwacht. In 2007 streven we dan ook naar zo'n 7 duizend deelnemers.

Het reguliere aanbod van DP Rotterdam bestaat uit korte (DP) en lange (DP+) workshops, waarbij wordt uitgegaan van een maximale capaciteit van twee workshops per dag.

Iedere laatste vrijdagmiddag van de maand heeft Digital Playground Rotterdam een vrije inschrijvingsdag voor individuele leerlingen. Leerlingen kunnen dan zelfstandig met een vriend of vriendin een DP workshop met discipline naar keuze (korte film, een fotocollage, een website of een radioreportage) volgen bij Digital Playground. Inschrijven kan via de website.

3.1.1. DP Workshop

In een DP workshop van 3 uur maken leerlingen een korte film, een fotocollage, een website of een radioreportage. Na een korte introductie maken ze in de directe omgeving van de workshoplocatie digitale opnamen (film, fotografie of geluid), naar aanleiding van een vooraf bepaald thema. Eenmaal terug in de workshopruimte heeft de leerling twee uur de tijd om zelfstandig en in eigen tempo de opnamen te verwerken tot het eindproduct met behulp van de speciaal door Digital Playground ontwikkelde software (DPtutorial). Aan het einde van de workshop worden de resultaten aan de groep gepresenteerd. Nog dezelfde dag staan alle werkstukken online op www.digitalplayground.nl.

3.1.2. DP+ Workshop

Tijdens een DP+ workshop wordt een bezoek aan een kunstinstelling gecombineerd met een workshop digitale media. Hedendaagse beeldcultuur staat hierbij centraal, van graffiti en stickers op straat tot oude meesters en moderne kunst in het museum. Leerlingen maken

¹ Na aftrek van de schoolvakanties.

digitale opnamen bij een tentoonstelling of tijdens het lopen van een kunst- of architectuurroute. Van die opnamen maken ze in de workshopruimte een digitale fotocollage, korte film, geluidswerkstuk of website. De werkstukken staan na afloop direct online. Een DP+ workshop duurt 3,5 uur.

In Rotterdam is de samenwerking met diverse kunstinstellingen van groot belang voor de inhoud van de DP+ workshops. Met de educatief medewerker en/of programmamaker van de instellingen wordt per tentoonstelling bekeken hoe de workshop het beste kan aansluiten bij de inhoud van de tentoonstelling. Voor de invulling van de DP+ workshops wordt in 2007 samengewerkt met de volgende kunstinstellingen en hun aanbod:

Museum Boijmans Van Beuningen. Leerlingen laten zich inspireren door de surrealistische kunstwerken van René Magritte of de hedendaagse vormgeving van Atelier van Lieshout. Binnen het programma *Geen kunst aan?!* gaan ze op zoek naar werken die ze *echte kunst* of juist *geen kunst aan* vinden.

Kunsthall Rotterdam: Levensgrote bewegende dinosaurussen of de natuurlijke sculpturen van Henry Moore – je ziet het allemaal in de Kunsthall. Een bezoek aan de Kunsthall is een boeiende tocht langs oude meesters, vergeten culturen, fascinerende foto's, vernieuwend design en hedendaagse kunst.

Nederlands Architectuur instituut: Vanaf 2007 bieden DP en het NAI een nieuw programma: *City Commercials*, waarin reclame centraal staat. Leerlingen gaan de stad in om de perfecte locatie te vinden voor het opnemen van hun eigen commercial.

Wereldmuseum Rotterdam: Met het Wereldmuseum in één uur de wereld rond! Centraal staat het thema Identiteit – wie ben jij, waar sta je voor en hoe laat je dit zien? Met opnamen uit de tentoonstelling *Rotterdamers* maken leerlingen een reportage over identiteit, een profielsite, een korte documentaire of een customized sportschoen.

Nederlands Fotomuseum: De diverse fototentoonstellingen inspireren de leerlingen tot het vertellen van hun eigen verhaal in (bewegend) beeld of geluid. Portretfotografie, modiefotografie of landschapsfotografie: je ziet het allemaal in het Nederlands Fotomuseum.

Historisch Museum Rotterdam: Rotterdamers en hun stad, daar draait het om in de tentoonstellingen van Het Schielandshuis. Het museum vertelt de verhalen van de stad op een afwisselende en originele manier. In 2007 biedt de tentoonstelling *Achter gesloten deuren* een peepshow met een historisch én een actueel tintje!

Natuurmuseum: Een potvis skelet of de schedel van een sabeltandtijger uit de ijstijd... in het Natuurhistorisch Museum kom je het allemaal tegen! Leerlingen gaan op excursie door het museum en creëren in hun digitaal werkstuk een eigen visie op de natuur.

TENT. CBK: TENT. is de tentoonstellinglocatie van het Centrum voor Beeldende Kunst in de Witte de Withstraat. TENT. biedt interactieve tentoonstellingen waarin het werk van jonge kunstenaars centraal staat. In TENT. Worden de DP deelnemers gestimuleerd door andere ogen naar hedendaagse kunst te kijken.

CBK. Kunst en Openbare Ruimte: De beeldenroute langs de Westersingel vormt de aanleiding voor leerlingen om hun eigen kunstwerk te ontwerpen. Zij kiezen een locatie in de stad om (virtueel) hun zelfgemaakte kunstwerk te plaatsen.

Showroom Mama: Kunst vind je niet alleen in musea. Wat te denken van graffiti art en stickers die je overal op straat tegenkomt? Leerlingen lopen een route langs populaire graffiti- en stickerplekken en ontwerpen vervolgens hun eigen logo.

V2_, Instituut voor de Instabiele Media

V2_ richt zich op onderzoek en ontwikkeling binnen de kunst en mediatechnologie. Om het jaar organiseert V2_ het Dutch Electronic Art Festival (DEAF) waarvoor Digital Playground het educatieve programma verzorgt (april 2007). Voor de DP+ workshops ontwikkelden DP en V2_ samen SMS_ity, een SMS speurtocht door Rotterdam.

3.1.3. Speciale DP Workshops

Naast het reguliere aanbod ontwikkelt Digital Playground ook voor Rotterdam steeds meer speciale programma's met een specifiek inhoudelijke invulling. Hiermee wordt het mogelijk om ook bij andere vakken dan CKV of ICT aansluiting te vinden. Deze programma's zijn voor een docent vaak gemakkelijk om in de les voor te bereiden, omdat de hele groep met dezelfde thematiek, inhoud of discipline aan de slag gaat.

Voor het schooljaar 2006-2007 zijn drie speciale DP workshops en één speciale DP+ workshops ontwikkeld. De afdelingen Onderzoek & Ontwikkeling (zie 3.4) en Educatie werken hiervoor samen met de culturele partners. Deze programma's worden (net als de reguliere DP+ workshop) ook aangeboden binnen het Rotterdamse Cultuurtraject (SKVR).

Beeldlimerick: leerlingen verbeelden in foto of film een limerick die ze van te voren zelf op school hebben gemaakt. Deze workshop kan zowel aansluiten bij CKV als een moderne taal (Nederlands of Engels).

Filmblik: In samenwerking met IFFR, Cinerama en Lantaren/Venster biedt DP een workshop over film. Naar aanleiding van een filmblikvoorstelling in Cinerama of Lantaren/Venster maken leerlingen een digitaal werkstuk.

Maritiem Museum: Varen naar Mekka

In het Maritiem Museum Rotterdam is van 21 september 2006 t/m 4 maart 2007 de tentoonstelling 'Varen naar Mekka' te zien. Honderdduizenden pelgrims voeren jaarlijks per schip naar het heilige land. Leerlingen bezoeken deze tentoonstelling, waar ze ook hun digitale opnamen maken en op de computer verwerken tot een eigen *Mekka-souvenir*.

City Commercials: reclameroute in samenwerking met NAI

Een wereld zonder reclame is nauwelijks meer voor te stellen. Geïnspireerd door voorbeelden zoeken leerlingen tijdens deze DP+ workshop in de stad naar geschikte locaties om een eigen "commercial" op te nemen: ze maken een affiche, reclamespot, radiojingle of webwinkel.

3.1.4. Rotterdam Jaar van de Architectuur 2007

Het jaar 2007 staat voor Rotterdam in het teken van architectuur. Digital Playground is samen met projectleider Architectuurjaar Pieter Kuster, het NAI en mediacollectief Hootchie Cootchie bezig met de ontwikkeling van een speciaal jongerenprogramma: een multimedia speurtocht of game langs hotspots en undergroundplekken in de stad.

Voor de ontwikkeling van dit programma wordt een aanvraag geschreven voor de *Creative Challenge Call*: een subsidieregeling waarmee de Ministerie OCW en Economische Zaken de werelden van cultuur en economie met elkaar willen verbinden.

3.1.5. Overige activiteiten

Naast de workshops biedt de locatie in Rotterdam ook ruimte aan andere activiteiten, zoals studiemiddagen voor docenten en verhuur.

Studiemiddagen voor docenten

Digital Playground organiseert af en toe studiemiddagen voor docenten op het gebied van digitale media. Van docentenworkshops tot lezingen en discussiebijeenkomsten, op het gebied van digitale didactiek doet Digital Playground aan deskundigheidsbevordering onder docenten van alle leerniveaus. Via de website en nieuwsbrieven houdt Digital Playground geïnteresseerde docenten op de hoogte van de onderwerpen en data van deze studiemiddagen. De studiemiddagen zijn toegankelijk voor docenten uit het gehele land. In 2006 streven we er naar zo'n 125 docenten uit het hele land te laten deelnemen aan een van de studiemiddagen.

Verhuur

De ruimte is ook geschikt voor andere activiteiten dan de DP workshops. Zolang deze de workshops niet in de weg zitten kunnen deze activiteiten bijdragen aan de eigen inkomsten van Digital Playground. Denk hierbij aan debatten, workshops voor bedrijven en volwassenen, cursussen van derden, etc. Zo organiseert de Mediafabriek de cursussen Nieuwe Media en Game-Maker sinds 2005 in Digital Playground en is er in 2006 een Pecha Kucha avond georganiseerd.

3.2 DP On Tour

Het programma zoals Digital Playground dat in Rotterdam aan het onderwijs aanbiedt, kent ook een evenementenversie buiten Rotterdam. DP On Tour wordt door heel Nederland in samenwerking met lokale partners georganiseerd. Samen met gemeenten, scholen, culturele centra of educatieve organisaties zoekt Digital Playground naar een geschikte locatie en een aansprekende invulling van het inhoudelijke deel van het programma. Digital Playground verzorgt de workshops, ontwikkelt het lesmateriaal en organiseert een lokaal team van jonge creatieve workshopleiders. De partner is verantwoordelijk voor de boekingen en krijgt daarvan de opbrengsten. Op deze manier ontstaat er een educatief programma dat tegemoetkomt aan de wensen van de partner en tevens de mogelijkheden benut van wat de stad aan cultuur te bieden heeft.

Voorbeelden van DP On Tour:

In Zoetermeer liet Digital Playground dit schooljaar jongeren anders naar hun stad kijken door routes uit te zetten langs architectuur en beeldende kunst in de buitenruimte. In Leiden openden verschillende kunstinstellingen hun deuren om de filmende en fotograferende jongeren te inspireren tot het maken van een digitaal 'meesterwerk'. Behalve in Leiden en Zoetermeer werd DP On Tour eerder georganiseerd in Amsterdam, Almere, Alphen aan den Rijn, Arnhem, Goes en Heerlen.

DP On Tour bestaat momenteel uit zestien laptops in een draadloos netwerk en biedt daarmee plaats aan 32 deelnemers per dagdeel, twee keer per dag. In 2007 wordt voor de Tours een nieuwe laptopset aangeschaft.

In principe worden tijdens een DP On Tour alle vier de disciplines aangeboden: Still, Sound, Moving en Global. Digital Playground zorgt ook voor aankledingmaterialen in huisstijl: posters, banners, muismatten, stickers, folders, gadgets en T-shirts. De medewerker verantwoordelijk voor publiciteit zorgt ervoor dat de huisstijl overal wordt overgenomen, in drukwerk en op websites.

De doelstelling van Digital Playground op dit gebied is uiteraard zoveel mogelijk van deze projecten op locatie te organiseren en daarnaast deze projecten inhoudelijk sterker te maken. Het blijkt dat de inhoudelijke samenwerking met kunstinstellingen zoals Digital Playground deze in Rotterdam onderhoudt, op locatie in het land soms moeilijk van de grond komt. Dit komt vooral doordat Digital Playground in Rotterdam al acht jaar bestaat en goede relaties op heeft kunnen bouwen. Op locaties in Nederland is een dergelijke samenwerking vaak een nieuwe ervaring voor een museum. Wanneer medewerking met lokale kunstinstellingen moeilijk blijkt, neemt Digital Playground zelf de verantwoordelijkheid voor de inhoud van de workshops door aangepaste versies van de Rotterdamse programma's aan te bieden. Zo is het in elke stad mogelijk om een variant op de architectuurroute (thema locatiescout) of Beeldende Kunst & Openbare Ruimte (maak je eigen beeldenroute) te maken. Ook de workshop Beeldlimerick is uitermate geschikt om tijdens een DP On Tour aan te bieden.

In 2007 streven we er naar met DP On Tour 2.500 leerlingen te bereiken. DP On Tour en de DP Specials worden mogelijk gemaakt door financiering vanuit het landelijke Cultuurplan van OCW.

3.3 DP Specials

Naast DP On Tour produceert Digital Playground op maat gesneden workshops op het gebied van kunst en beeldcultuur: een DP Special. In opdracht van festivalorganisaties en culturele instellingen in het hele land, zoekt Digital Playground aansluiting bij tentoonstellingen, films en andere culturele programma's. Bij een DP Special staat veelal één mediadiscipline centraal. Dit biedt mogelijkheden om dieper in te gaan op vormen en stijlen van een specifiek medium.

Voorbeelden van DP Special:

Digital Playground verzorgt sinds een aantal jaren workshops 'korte film' tijdens het Nederlands Filmfestival. Hierbij gaan jongeren aan de slag met het maken van een éénminuten-film. Tijdens Breda Photo creëerden jongeren aan de hand van het thema 'je gedroomde ik' een fotografisch ideaalbeeld van zichzelf. Andere locaties en evenementen waar Digital Playground Specials organiseert, zijn onder meer het International Documentary Festival Amsterdam (IDFA), Filmhuis Den Haag, Dutch Electronic Art Festival (DEAF), Breda Photo en International Film Festival Rotterdam (IFFR).

Zoals bij alle workshops van Digital Playground worden de resultaten direct na de workshop gepresenteerd en nog dezelfde dag online gezet.

In 2007 streven we naar met DP Specials 3.000 leerlingen te bereiken. DP On Tour en de DP Specials worden mogelijk gemaakt door financiering vanuit het landelijke Cultuurplan van OCW.

3.4 Onderzoek & Ontwikkeling

Het ontwikkelen van nieuwe producten is binnen DP organisatorisch ondergebracht in een afdeling Onderzoek & Ontwikkeling. Hier wordt technische innovatie vertaald naar praktische educatie. Deze afdeling werkt ten behoeve van de andere projecten. De nieuwe methodieken, programma's en technische innovaties kunnen in de vorm van *pilots* worden getest op de vaste locatie. Bij succes worden deze programma's opgenomen in het vaste aanbod. Ook is het mogelijk een project dat in Rotterdam zijn succes heeft bewezen, in te passen in een DP On Tour of DP Special. Zo versterken beide onderdelen van Digital Playground elkaar.

3.4.1. Aanpassen en doorontwikkelen DPTutorials

De software van Digital Playground wordt regelmatig aangepast aan de vorm van de workshops, de behoeften van de gebruikers en technische innovaties. Jaarlijks wordt bekeken of de gebruikte software nog voldoet aan de gewenste mogelijkheden. Naast de algemene DPTutorials voor de workshops Sound, Moving, Still en Global worden er tutorials op maat gemaakt voor speciale workshops. Voor een aantal vaste inhoudelijke programma's wordt de inhoud van deze tutorials aangepast in tekst en beeld. De gehele workshop vormt dan één consistent geheel en kan dieper ingaan op het thema en artistieke of inhoudelijke uitgangspunten. In 2006 is gestart met het maken van dergelijke DPTutorials op maat, bij de workshops Beeldlimerick (combinatie taal en beeld), Varen naar Mekka (naar aanleiding van de tentoonstelling in het Maritiem Museum Rotterdam) en Vakantiekaart (aangepaste workshop voor Praktijkonderwijs). Deze workshops worden ook in 2007 gegeven.

De DPTutorials zijn in principe ook geschikt, na vertaling, om mee te werken in het buitenland. Digital Playground heeft zich ten doel gesteld om binnen de Cultuurplan periode (dus vóór 2009) ook in het buitenland ervaring op te hebben gedaan. We zijn inmiddels twee maal naar Suriname geweest. In december 2005 en april 2006 zijn workshops gegeven in Paramaribo, op uitnodiging van Stichting The Back Lot. Het is de bedoeling om Digital Playground structureel tijdens *IDFA flies Tropics* en *IFFR flies Paramaribo* aan te bieden. Digital Playground is daarom bezig met de opleiding van een floormanager en een groep workshopleiders ter plekke. Stichting The Back Lot heeft zelf laptops en digitale camera's aangeschaft, zodat Digital Playground in Suriname op den duur vrijwel zelfstandig kan draaien. In de doelstellingen van Digital Playground is echter opgenomen dat projecten in het buitenland geen prioriteit hebben.

3.4.2. Ontwikkelen nieuwe producten

Naast de bestaande workshops heeft Digital Playground zich ten doel gesteld in de huidige Cultuurplanperiode een geheel nieuw product te ontwikkelen, los van de huidige workshops en de DPTutorials. Ook het nieuwe product zal een combinatie zijn van *Kunst, Cultuur en Digitale Media*, maar een andere vorm hebben dan de huidige workshops. Het praktische aspect moet daarbij voorop blijven staan. Dit product moet ontstaan vanuit een directe behoefte van Digital Playground en het onderwijs en niet 'geforceerd' bedacht worden.

Binnen de periode 2006-2007 staat de doorontwikkeling van bestaande producten centraal en wordt gestart met het vooronderzoek en behoefteonderzoek naar een nieuw product. Er wordt ingezet op het aanbod van nieuwe disciplines, zoals animatie en *gaming*.

Voor de ontwikkeling van een animatieworkshop wordt momenteel gesproken met Cinekid en ILLuster Producties. Cinekid heeft met de 'animatietafel' de juiste vorm gevonden om met kinderen een animatie te maken. Het monteren wordt hierbij echter nog gedaan door iemand van Cinekid. Het idee is om samen met Cinekid een versie te maken die geschikt is voor het voortgezet onderwijs, waarbij ook het monteren door de leerlingen zelf gedaan wordt. Als extra inhoudelijke invulling wordt samenwerking aangegaan met ILLuster, een animatieproductiebureau die o.a. de films en educatieve pakketten DICHT/VORM hebben ontwikkeld. Een workshop animatie vormt een uitbreiding op het educatieve pakket van zowel ILLuster Producties als Digital Playground.

3.4.3 Doorontwikkeling voor- en natraject

Voor alle DP producten geldt dat ze invulling moeten geven aan 3 stappen: *receptie, reactie en reflectie*.² Dus: leren over media (begrippenkader), actief omgaan met media (ervaring)

² Uitgaande van het leermodel van de psycholoog Kolb, die onderzoek deed naar verschillende manieren van leren van mensen. Hij onderscheidde er vier, die als fasen wel van elkaar afhankelijk zijn. Deze vier leerfasen kunnen

en reflecteren op wat ze hebben gedaan en geleerd (bewustwording). Door de combinatie van deze 3 stappen kan pas sprake zijn van ontwikkeling van het kritische vermogen. Met name aan de reflectiekant mogen de producten van Digital Playground worden aangescherpt. In 2007 wordt hieraan invulling gegeven. Het wordt mogelijk de workshops inhoudelijk na te bespreken op school met gebruik van de website van Digital Playground. Ook komt er een mogelijkheid de werkstukken extern, buiten de website, op te slaan.

3.4.4 Nieuwe culturele programma's

De samenwerking met de Rotterdamse kunstinstellingen heeft een structurele basis in het beleid van DP en krijgt dit ook steeds meer in het beleid van de instellingen. Het bieden van kwalitatief hoogwaardige projecten staat voorop. Daarom worden de inhoudelijke programma's en de kunst- en architectuurroutes voortdurend aangepast aan de actuele situatie en wordt er blijvend geïnvesteerd in de instructie van workshopleiders. Waar mogelijk worden culturele programma's die in Rotterdam zijn ontwikkeld zoals City Commercials of Beeldlimerick ook op locatie in het land uitgevoerd, aangepast aan de situatie ter plekke.

Een voorbeeld van een nieuw programma dat in de loop van 2006 ontwikkeld is en vanaf 2007 aangeboden wordt is City Commercials. Dit is een reclameroute die is opgezet in samenwerking met NAI in het kader van het Jaar van de Architectuur. Een wereld zonder reclame is nauwelijks meer voor te stellen. Tijdens dit programma worden leerlingen bewust dat reclame een groot deel van onze dagelijks leefomgeving vormt én dat de omgeving voor reclames gemanipuleerd wordt. Geïnspireerd door voorbeelden van commercials zoeken leerlingen in de stad naar geschikte locaties om een eigen 'commercial' op te nemen: maak een affiche, reclamespot, radiojingle of webwinkel.

In 2007 zal Digital Playground in samenwerking met mediacollectief Hootchie Cootchie een Soundwalk uitbrengen: een mp3-route door de stad Rotterdam. Door deze stedelijke soundtrack wordt op een spannende en sferische manier inhoudelijke informatie gegeven over de stad. De verhalen en geluiden bij de stadsroute vormen de inspiratie voor leerlingen om digitale opnamen te maken.

3.4.5 Doorontwikkeling Shop4Media

Er zijn een aantal mogelijkheden om Shop4Media in de toekomst verder uit te breiden. Te denken valt aan een uitgebreider lespakket over de onderwerpen die in Shop4Media aan de orde komen, waarin onderscheid wordt aangebracht in VMBO en HAVO/VWO-niveau. Over vorm en inhoud kunnen in dit stadium nog geen uitspraken worden gedaan. In 2006 wordt een Expert Review uitgevoerd door de Happy User Studio: een inhoudelijke en technische analyse door een usability-expert, waarbij de site wordt getest op gebruiksvriendelijkheid of mogelijke gebruikersproblemen. Naar aanleiding van het uitgebrachte advies beraadt Digital Playground zich over de verdere ontwikkeling en de uitbreidingen van de site. Hierin worden ook de resultaten van de enquête onder gebruikers (zowel docenten als leerlingen) meegenomen.

3.5 Educatie

In 2005 is een medewerker Educatie aangenomen, die samen met vertegenwoordigers uit het onderwijs onderzoekt hoe de producten van Digital Playground het best kunnen worden

worden beschreven in termen van vaardigheden: *concreet ervaren* ('feeling'), *waarnemen en overdenken* ('watching'), *abstracte begripsvorming* ('thinking') en *actief experimenteren* ('doing').

aangepast voor het voortgezet onderwijs. De medewerker Educatie ontwikkelt de didactische visie en implementeert deze voor alle producten van Digital Playground. Dit geldt zowel voor de DP workshops in Rotterdam en het land, als voor de online leeromgeving Shop4Media. Daarnaast is de medewerker Educatie verantwoordelijk voor de opleiding van de DP workshopleiders.

3.5.1 Lesmateriaal

Tot maart 2006 maakte Digital Playground gebruik van papieren lesbrieven om zowel leerlingen als docenten voor te bereiden op een workshop bij Digital Playground. De beperkingen van de lesbrieven maakten de noodzaak duidelijk een nieuw product te ontwikkelen om deelnemers voor te bereiden op de activiteiten bij een workshop (zie ook 2.2). De educatieve website Shop4Media is naast als zelfstandige leeromgeving tevens in te zetten als voorbereidend traject op deelname aan een DP workshop.

Dat neemt niet weg dat er nog lesmateriaal moet worden ontwikkeld. Voor specifieke inhoudelijke programma's als *Beeldlimerick*, *Varen naar Mekka* en de projecten met het Nederlands Architectuur instituut wordt nog steeds aanvullend (papieren) lesmateriaal gemaakt. Bij elke tentoonstelling worden er, in samenspraak met de educatief medewerker van de betreffende kunstinstelling, opdrachten geformuleerd die richting geven aan de digitale opnamen die de leerlingen ter plekke maken.

3.5.2 Niveauverschil

Om aansluiting te garanderen bij de verschillende doelgroepen binnen de algemene doelgroep van Digital Playground, wordt gewerkt met differentiatie binnen de didactische aanpak. Voor de workshops wordt onderscheid aangebracht tussen leerlingen van het VMBO en HAVO/VWO. Dit niveauverschil uit zich in de opdrachten aan de hand waarvan de leerlingen hun opnamen en hun werkstuk maken. Speciaal voor de lagere niveaus en voor het praktijkonderwijs worden opdrachten geformuleerd met strakke kaders, waarvan niet te veel afgeweken mag worden. Dit vergt minder abstract denkvermogen en is daarom beter geschikt dan een vrije opdracht.

Aan reflectie op het gemaakte werkstuk en het leerproces van de leerling besteedt Digital Playground steeds meer aandacht. Aansluitend op de technische mogelijkheden die de website vanaf schooljaar 2006-2007 biedt, wordt lesmateriaal ontwikkeld op verschillende niveaus. Waar nodig wordt dit materiaal aangepast op de artistieke of kustzinnige inhoud van de workshops.

Als leerlingen na deelname aan een Digital Playground workshop verder willen met digitale media, worden deze doorverwezen naar cursusmogelijkheden van bijvoorbeeld de Beeldfabriek, deelname aan de Kunstbende of Thinkquest en naar de opleidingen van het Grafisch Lyceum / het Mediacollege Rotterdam.

3.5.3 Ontwikkeling doorlopende leerlijn media-educatie

Digital Playground is in Rotterdam de enige instelling die zich uitsluitend en full-time bezighoudt met media-educatie voor het voortgezet onderwijs. Deze unieke positie maakt dat Digital Playground een gewilde partner is in het ontwikkelen, opzetten, implementeren en in de praktijk brengen van een doorlopende leerlijn audiovisuele media (AV) binnen het (voortgezet) onderwijs. Het is de wens en ambitie van Digital Playground om, waar mogelijk, mee te denken met scholen en instanties die een doorlopende leerlijn AV media willen ontwikkelen. De verwachting is dat dit in 2007 concrete samenwerkingen zal opleveren.

3.5.4 Studio DP

Studio DP is de werknaam van een project om enerzijds de workshopleiders beter op te leiden op kunstinhoudelijk, didactisch en methodisch gebied. Anderzijds biedt Studio DP een

platform voor workshopleiders om zichzelf en hun werk te presenteren en via het netwerk van Digital Playground door te stromen in hun werkveld.

De opleiding van workshopleiders

Om de kwaliteit van de programma's te verhogen werkt Digital Playground met een vaste groep workshopleiders. Op die manier kan het inhoudelijke gedeelte van een workshop beter worden overgebracht; workshopleiders krijgen op verscheidene momenten in het schooljaar informatie over lopende tentoonstellingen. Dit geeft workshopleiders de gelegenheid zich beter te verdiepen in het kunstprogramma teneinde deze kennis over te dragen aan de leerling. De instructies worden verzorgd door de medewerker Educatie, in samenwerking met de educatief medewerkers van de diverse partnerinstellingen. Ook wordt expertise van buiten de organisatie ingehuurd om trainingen te geven op het gebied van (kunst)educatie, de omgang met jongeren en vakdidactiek (CKV).

In 2005 is een samenwerking met de Academie Willem de Kooning opgezet. Door middel van stages van studenten van de lerarenopleiding (zogenoemde LIO stages) verbetert Digital Playground de expertise en ervaring van alle workshopleiders. LIO stagiair(e)s krijgen de gelegenheid hun didactische kennis over te dragen aan de andere workshopleiders.

Platform voor workshopleiders

Door met studenten van kunstacademies en jonge professionals te werken, steunt Digital Playground de ontwikkeling van jong talent: als workshopleider bij Digital Playground doen zij werkervaring en didactische vaardigheden op. Bij projecten buiten Rotterdam (On Tour en Specials) wordt er zoveel mogelijk een team samengesteld van workshopleiders die afkomstig zijn uit die stad zelf. Op deze manier wordt de kennis en de werkwijze over meer steden verspreid en vergroot het netwerk.

Via het netwerk van Digital Playground komen regelmatig commerciële opdrachten binnen die interessant zijn voor de workshopleiders. Op deze manier kunnen workshopleiders hun vaardigheden en hun netwerk uitbreiden, wat ook hun kwaliteiten als workshopleider kan vergroten. Daarnaast bieden deze werkzaamheden workshopleiders de gelegenheid hun portfolio uit te breiden. In sommige gevallen is het voor een workshopleider niet meer mogelijk een druk bestaan als freelancer te combineren met het geven van workshops. Op die manier wordt de natuurlijke doorstroom binnen de groep workshopleiders bevorderd.

3.5.5 Docentenworkshops

Digital Playground is voorloper op het gebied van media-educatie. Naast aandacht voor de leerling als primaire doelgroep, organiseert Digital Playground ook activiteiten/cursussen voor docenten. Leerlingen hebben op het gebied van AV media en creatief computer- en internetgebruik een grote voorsprong op hun docenten. Dit maakt veel docenten huiverig hierover les te geven of dit onderwerp op te nemen in het curriculum. Hoe beter de docent op de hoogte is, des te groter is ook de kans dat er echt iets met de lesbrieven en de educatieve website wordt gedaan in het voortraject. In samenwerking met enkele gedreven docenten en docentenorganisaties (Kennisset, de digitale School, etc) richt Digital Playground zich op specifieke opleidingsvragen vanuit het onderwijsveld.

Ook op lerarenopleidingen wordt nog zeer weinig aandacht besteed aan het werken met digitale media. In de komende jaren richt Digital Playground zich daarom ook op aankomend docenten. Samenwerking met docentenopleidingen en het aanbieden van zowel workshops als (les)ervaring met digitale media behoren tot de mogelijkheden die in 2007 worden geëxploreerd en geïmplementeerd.

3.6 Sales, Marketing en Publiciteit

Voor steeds meer scholen in Rotterdam en omstreken is Digital Playground een vast onderdeel van het CKV programma en het curriculum geworden. Digital Playground heeft een salesmedewerker in dienst die de communicatie naar het voorgezet onderwijs, buurthuizen en andere (jongeren)organisaties in de regio Rijnmond verzorgt en de centrale contactpersoon is voor de afnemers. Zij is verantwoordelijk voor de boekingen en bereikt zoveel mogelijk nieuwe afnemers en doelgroepen door middel van mailings en het bezoeken na netwerkbijeenkomsten. Naast de eigen boekingen is Digital Playground met een aantal programma's opgenomen in het Cultuurtraject Rotterdam van de SKVR en het Cultuurtraject Schiedam. Ook is Digital Playground nadrukkelijk aanwezig op landelijke manifestaties op het gebied van CKV, IT en educatie, zoals de NOT beurs in januari 2007, met als doel de landelijke bekendheid te vergroten.

Website

De website van Digital Playground is in 2005 geheel vernieuwd en wordt ingezet als informatie- en publiciteitsbron voor docenten, boekers en andere geïnteresseerden. Naast algemene informatie en nieuwsberichten over Digital Playground, is het het publicatiemedium van de werkstukken. Ieder project op locatie heeft een aparte deelsite, onderscheiden door middel van een eigen kleur.

In 2006/2007 vindt er een update van de site plaats, waarin een aantal cosmetische en een aantal structurele zaken worden verbeterd. Er komt meer aandacht voor de verschillende inhoudelijke programma's en de samenwerking met kunstinstellingen. Voor docenten en leerlingen wordt er een praktische 'evaluatiepagina' opgezet (zie 3.4.3) die als natraject bij een workshop gebruikt kan worden. De website wordt communicatief ondersteund met e-mail nieuwsbrieven, vermelding in brochures en mailings.

Promotiemateriaal en drukwerk

Voor de verkoop van workshops aan onderwijsinstellingen en sociaal cultureel werk wordt jaarlijks een eigen brochure gemaakt en verspreid binnen het netwerk. In de brochure worden alle activiteiten en producten van Digital Playground beschreven, waaronder ook Shop4Media. Gedurende het schooljaar wordt de informatie uit de brochure aangevuld met nieuwsbrieven die nieuwe activiteiten aankondigen en toelichten. Voor jongeren heeft Digital Playground gadgets als stickers en buttons, die tijdens de workshops gratis verspreid worden. Door de aard en doelgroep van de activiteiten scoort Digital Playground regelmatig free-publicity, zowel voor de activiteiten in Rotterdam als DP On Tour en DP Special.

In 2006 is een nieuwe medewerking Communicatie en Publiciteit aangenomen. Zij is bezig met het opstellen van een nieuw communicatieplan, dat de verdere lijnen in 2007 zal bepalen.

3.7 Informatieraster

Activiteit en bereik	Plan 2007	Verslag 2006
DP Rotterdam		
Aantal scholen	40	
Leerlingen	7.000	
Rotterdam	5.200	
Elders (regio)	1.300	
Docenten cursus deelname	125	
DP On Tour		
Projecten (indicatie)	4	
Bereik	2.500	
DP Special		
Projecten (indicatie)	10	
Bereik	3.000	

3.8 Bedrijfsvoering

Digital Playground is een onderdeel van Stichting Hal 4. De dagelijkse leiding van Digital Playground is in handen van de algemeen directeur, de zakelijk leider én de projectleider. Hal 4 studeert op een artistiek statuut om een duidelijk kader te scheppen van het managen van de organisatie, waarin met name de verhouding afdelingshoofd en algemene leiding wordt uitgewerkt.

De taken van de algemeen directeur en de zakelijk leider zijn voorwaardenscheppend. De projectleider is verantwoordelijk voor de daadwerkelijk operationele en organisatorische invulling. Onder deze leiding opereert een afdeling die zich richt op drie primaire producten, te weten DP Rotterdam en DP Tours & Specials en de exploitatie van Shop4Media. Deze producten worden ondersteund door de stafafdelingen, ruwweg te verdelen in sales, publiciteit, innovatie en educatie. De laatste twee onderdelen zijn eerder vernoemd als de afdeling Onderzoek & Ontwikkeling en Educatie. In de bijlage is het organogram van Digital Playground opgenomen.

HAL 4 / DIGITAL PLAYGROUND - BEGROTING 2007

BATEN		€	Totaal
<u>Directe opbrengsten</u>			
1.1.1. Recette		Aantal Prijs	
	workshops DP	130 280	36.400
	workshops DP+	90 340	30.600
	<i>(prijzen zijn aangepast voor gemiddelde korting à 20%)</i>		
1.2.1. Sponsoring	Diverse sponsoring		5.000
Totaal publieksinkomsten			72.000
<u>Indirecte opbrengsten</u>			
2.1.1. Externe verhuur	Verhuur locatie Cinerama		5.000
2.1.4. Diversen	DP Tour	40 700	28.000
	DP Special	60 700	42.000
Totaal overige inkomsten			75.000
<u>Subsidies OC&W</u>			
4.1. Jaarlijkse subsidie uit cultuurnota	Cultuurnota		300.158
Totaal Subsidies OC&W			300.158
<u>Subsidies overige overheden</u>			
5.3. Subsidie gemeenten	Gemeente Rotterdam; DKC		181.454
5.4. Overige subsidies			
Totaal subsidies overige overheden			181.454
<u>Overige bijdragen</u>			
6.3. Vrijval reserves	Herbestedingsreserve		30.767
	Bestemmingsfonds OCW		32.674
Totaal overige bijdragen			63.441
TOTALEN			692.053
LASTEN		€	Totaal
<u>Personeelskosten</u>			
7.1. Salarissen overhead		fte	
	Algemeen directeur	0,5	32.444
	Zakelijk leider	0,5	27.653
	Financiële administratie	0,1	15.185
Totaal			75.282
<u>Materiële beheerslasten</u>			
8.1. Huisvestingslasten	Gas, water, electra		
	Huur Hal 4 (interne huurbijdrage)		51.288
	Huur Cinerma		31.519
	Overige huisvestingskosten		
	Schoonmaakkosten en alarm		4.000
	Onderhoud		2.500
	Kosten auto div.		2.200
8.2. Kantoorkosten	Kantoormiddelen incl porto		500
	Telefoon en internet		5.100
8.4. Afschrijving	Afschrijving Cinerama (inc. Beamer/proj.)		13.828

	Afschrijving add. Investerings in Cinerama	3.925
	Afschrijving add. Inv. in Cinerama uit 2005	4.408
	Afschrijving bedrijfswagen	750
	Afschrijving hardware locatie: laptops incl. accessoires a € 26.662	8.887
	Afschrijving hardware tour: Afschrijving vervanging tourset januari 2007	16.500
	Server (laptop)	567
	Beamer	667
	Upgrade Sony laptops	1.000
	Flightcases	667
8.5.	Overige beheerskosten	
	Verzekeringen	4.500
	Kosten algemeen advies	1.500
	Kosten juridisch advies	1.000
	Kosten salarisadministratie	2.500
	Kosten accountant	7.500
8.6.	Diverse kosten	
	Diverse kosten	2.500
Totaal		167.806

Activiteitenlasten personeel

9.1. Salarissen vast- en gastpersoneel

	fte	
Projectleider Digital Playground	0,9	44.593
Ontwikkelaar culturele programma's	0,8	34.479
Medewerker educatie	0,8	33.712
Medewerker tour en specials	1,0	41.234
Medewerker publiciteit	0,5	22.029
Medewerker sales	0,4	22.532
Locatiemanager	0,4	14.597
Workshopleiders Cinerama	1,0	44.057
Workshopleiders Tour&Specials	0,7	30.840

Overige personeelskosten

Premie Pemba	3.143
Kosten ziekteverzuimverzekering	7.459
Opleidingskosten personeel	2.500
Reiskosten woon-werk	5.650
Divers (feelgood)	2.000

9.2. Honoraria

Totaal**308.825****Materiële activiteitenlasten**

10.1. Voorbereidingskosten

Hardware:	
Div. accessoires tour	4.000
Div. accessoires locatie	4.000
	8.000
DP Workshops	
<i>Rotterdam</i>	
Ontwikkeling routes DP en DP+	2.000
Aanbrengen niveauverschillen	4.000
<i>Tours & Specials</i>	
Programma's	10.000
Lesmaterialen (dvd's)	5.000
	21.000
Studio DP	
Onderhoud reader	1.000
Specialisten m.b.t. kunsteducatie	2.000
Organisatie studiedagen	4.000
	7.000
DPtutorials	
DPtutorials op maat	2.500
Onderhoud tutorials = deal, gelabeld	4.000
	6.500

	Productontwikkeling		
	Divers	20.000	20.000
	Shop4Media		
	Update	8.500	
	Doorontwikkeling site	10.000	18.500
			81.000
10.2.	Uitvoeringskosten		
	Reiskosten	3.400	
	Algemene verblijfskosten	1.500	
			4.900
10.3.	Publiciteit		
	Vormgeving	5.000	
	Drukwerk	7.000	
	Publiciteit Shop4Media	5.500	
	T-shirts etc.	5.500	
	Overige publiciteit en marketing	7.000	
	Mailings incl porto	3.000	
			33.000
	Financieringsresultaat		
	Rente lening ING, 5% rentevast, 5 jaars	2.500	
	Diverse incasso- en rentelasten	1.500	
	Totaal		4.000
	TOTALEN		674.813
	Reservering, 2,5% van totale baten		17.301
	SALDO		61-