

Toets van het bedrijfsgerichte EZ- instrumentarium

Meningen en percepties van ondernemers

dr. J. Meijaard
drs. N. Tiggeloove
drs. M. Winnubst
drs. M. Overweel

Zoetermeer, 1 december 2008

Dit onderzoek is gefinancierd door het Ministerie van Economische Zaken.

De verantwoordelijkheid voor de inhoud berust bij EIM bv. Het gebruik van cijfers en/of teksten als toelichting of ondersteuning in artikelen, scripties en boeken is toegestaan mits de bron duidelijk wordt vermeld. Vermenigvuldigen en/of openbaarmaking in welke vorm ook, alsmede opslag in een retrieval system, is uitsluitend toegestaan na schriftelijke toestemming van EIM bv. EIM bv aanvaardt geen aansprakelijkheid voor drukfouten en/of andere onvolkomenheden.

The responsibility for the contents of this report lies with EIM bv. Quoting numbers or text in papers, essays and books is permitted only when the source is clearly mentioned. No part of this publication may be copied and/or published in any form or by any means, or stored in a retrieval system, without the prior written permission of EIM bv. EIM bv does not accept responsibility for printing errors and/or other imperfections.

Inhoudsopgave

Managementsamenvatting	5
1 Dit onderzoek	7
1.1 Aanleiding	7
1.2 Uitgangspunt en doel van het onderzoek	7
1.3 Onderzoeksvragen	8
1.4 Aanpak: het in kaart brengen van de perceptie van ondernemers	9
1.5 Afbakening	10
1.6 Uitvoering	10
1.7 Leeswijzer	11
2 Resultaten	13
2.1 Algemeen: Ontwikkel een nieuwe communicatiestrategie samen met diverse soorten ondernemers!	13
2.2 Communicatie: Maak een goede wizard	15
2.3 Communicatie: Presenteer een heldere algemene boodschap!	15
2.4 Uitvoering: Begeleid ondernemers met accountmanagers!	17
2.5 Uitvoering: Toon betrokkenheid!	17
2.6 Uitvoering: Vereenvoudig en harmoniseer voorwaarden en service!	18
2.7 Relatie met andere partijen: breng ook de regelingen van andere departementen en overheden in de Wizard!	18
2.8 Relatie met andere partijen: benut bij goed accountmanagement de expertise van de subsidiebureaus!	19
Bijlagen	
I Ervaringen met trajecten	21
II Bekendheid en oordeel	25
III Financiële instrumenten, 28-2-2008	27

Managementsamenvatting

Het onderzoek

Dit rapport beschrijft de resultaten van een toets onder ondernemers van de helderheid, de toegankelijkheid en de samenhang van het financiële beleidsinstrumentarium van het Ministerie van Economische Zaken. Aanleiding is de brief '*Naar een effectief EZ-instrumentarium voor ondernemers: helder, samenhangend en toegankelijk*'. Deze brief is in februari 2008 naar de Tweede Kamer gestuurd. Het ministerie wil het bedrijfsgerichte instrumentarium verder stroomlijnen tot een helder, samenhangend en toegankelijk geheel.

De hoofdvraag voor dit onderzoek luidde:

Zijn de navigatiestructuur en de benaming van het bedrijfsgerichte EZ-instrumentarium voor de ondernemer logisch en herkenbaar, en hoe kan het eventueel beter?

Met navigatiestructuur wordt bedoeld de opzet en samenhang van het instrumentarium van zeven modules met daarachter de indeling van regelingen. De beleving van de ondernemer staat bij het beantwoorden van deze hoofdvraag centraal.

In dit onderzoek is via diepte-interviews, focusgroepen en telefonische gesprekken met een diverse groep van 50 ondernemers en adviseurs op zoek gegaan naar een antwoord op bovenstaande vraag en de bijbehorende set deelvragen.

Het antwoord op de hoofdvraag luidt:

- De meeste ondernemers zeggen niet geïnteresseerd te zijn in een 'bouwwerk' met een alomvattende structuur.
- De ondernemers vinden de structuur waarin de verschillende modules zijn onderverdeeld niet bijster relevant. Zij vinden het belangrijker dat ze snel en duidelijk zicht krijgen op de regelingen die voor hen relevant zijn. Het bouwwerk komt volgens ondernemers geforceerd over.
- Zij hebben liever dat het basis- en programmatisch pakket naast elkaar worden gepresenteerd, met onderscheid naar generieke en specifieke regelingen.
- De namen van de modules moeten simpel en herkenbaar zijn. Ondernemers hebben een duidelijke voorkeur voor Nederlandse namen.

Aanbevelingen

Op basis van de inputs en suggesties van de gehoorde, zeer diverse groep ondernemers komen we tot de volgende aanbevelingen voor verbetering van de toegankelijkheid en herkenbaarheid van het financiële instrumentarium.

- 1 Algemeen: Ontwikkel een nieuwe communicatiestrategie *samen* met diverse soorten ondernemers!
- 2 Communicatie: Maak een goede Wizard!
- 3 Communicatie: Presenteer een heldere algemene boodschap!
- 4 Uitvoering: Begeleid ondernemers met accountmanagers!
- 5 Uitvoering: Toon betrokkenheid!
- 6 Uitvoering: Vereenvoudig en harmoniseer voorwaarden en service!
- 7 Relatie met andere partijen: breng ook de regelingen van andere departementen en overheden in de Wizard!
- 8 Relatie met andere partijen: benut expertise subsidiebureaus!

1 Dit onderzoek

1.1 Aanleiding

Begin 2008 heeft het Ministerie van Economische Zaken de brief: '*Naar een effectief EZ-instrumentarium voor ondernemers: helder, samenhangend en toegankelijk*' naar de Tweede Kamer gestuurd. Het ministerie wil het bedrijfsgerichte instrumentarium verder stroomlijnen tot een helder, samenhangend en toegankelijk geheel. De stroomlijning sluit aan bij de aangenomen motie Ten Hooopen. Deze motie verzoekt de regering om het bedrijfsgerichte instrumentarium van EZ te integreren tot ten hoogste tien samenhangende pakketten. In reactie hierop geeft het ministerie in deze Kamerbrief dus aan het aantal regelingen terug te zullen brengen en de onderlinge samenhang te vergroten. Met het vernieuwde instrumentarium moet het voor ondernemers eenvoudiger en minder belastend zijn om een subsidie of garantstelling aan te vragen. Vorm en inhoud van het instrumentarium moeten beter aansluiten bij de belevingswereld van de ondernemer.

1.2 Uitgangspunt en doel van het onderzoek

Uitgangspunt: het bouwwerk

Binnen de structuur ('het bouwwerk') van het gestroomlijnde bedrijfsgerichte instrumentarium worden een basispakket en een programmatisch pakket onderscheiden.

Het basispakket is bedoeld voor alle ondernemers. Dit pakket moet zorgen voor een goede toegang voor ondernemers tot informatie en kapitaal. Het basispakket bestaat uit drie modules:

- 'starten, groeien en overdragen'
- 'innoveren'
- 'internationaal ondernemen'.

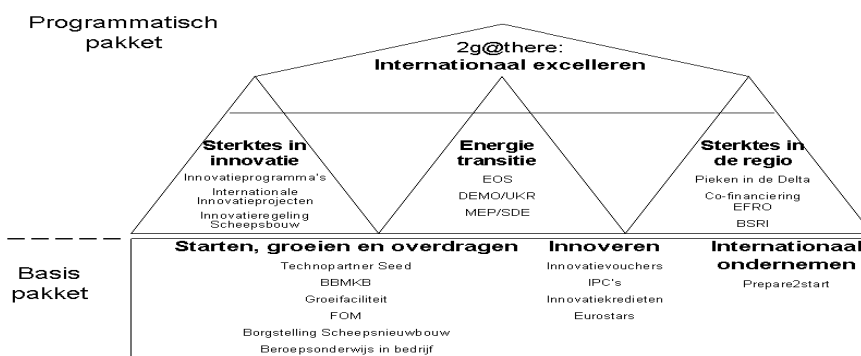
Het programmatisch pakket beoogt topprestaties en excellentie op een aantal geselecteerde gebieden waarop Nederland in de toekomst kan uitblinken. Het betreft de vier modules:

- 'sterktes in innovaties'
- 'sterktes in de regio'
- 'energietransitie'
- 'internationaal excelleren'.

Onder iedere module hangt een aantal (financiële) regelingen/instrumenten.

De navigatie en benaming van het bedrijfsgerichte EZ-instrumentarium kent dus zeven modules. Figuur 2 toont de voorgestelde structuur en de instrumenten die onder de verschillende modules vallen.

Figuur 1 Bouwwerk met het bedrijfsgerichte EZ-instrumentarium



Bron: EZ, 2008.

Doel en hoofdvraag

Het Ministerie van EZ wil het bouwwerk van het bedrijfsgerichte instrumentarium verder uitwerken en toetsen in nauw overleg met ondernemers en in samenspraak met externe partijen. In 2008 wil het ministerie de definitieve vorm van het instrumentarium neerzetten. Centraal staat in dit onderzoek het toetsen van de helderheid, de toegankelijkheid en de samenhang van het EZ-instrumentarium.

De hoofdvraag voor het onderzoek is:

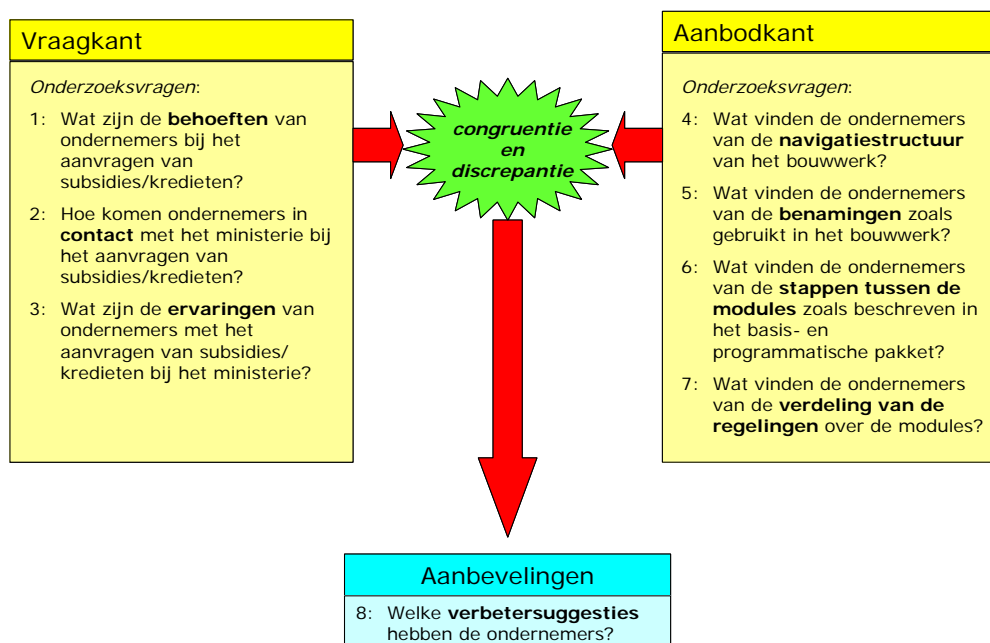
Zijn de navigatiestructuur en de benaming van het bedrijfsgerichte EZ-instrumentarium voor de ondernemer logisch en herkenbaar, en hoe kan het eventueel beter?

Met navigatiestructuur wordt bedoeld de opzet en samenhang van het instrumentarium van zeven modules met daarachter de indeling van regelingen. De beleving van de ondernemer ten aanzien van het instrumentarium staat bij het beantwoorden van deze hoofdvraag centraal.

1.3 Onderzoeksvragen

Om de hoofdvraag te beantwoorden heeft EIM acht onderzoeksvragen geformuleerd (zie Figuur 2).

Figuur 2 Analyse kader en onderzoeksvragen



Bron: EIM, 2008.

Bij het formuleren van de onderzoeksvragen is een onderscheid gemaakt naar de vraagkant en de aanbodkant. De vraagkant zoomt in op de meningen van ondernemers over het aanvragen van subsidies en kredieten in algemene zin (zie deelvragen 1 t/m 3 in figuur 2). De aanbodkant kijkt naar het instrumentarium als zodanig en wat de bevindingen zijn van de ondernemers met dit instrumentarium (deelvragen 4 t/m 7 in figuur 2). Bij iedere onderzoeksvraag aan de aanbodkant staan we stil bij de duidelijkheid, herkenbaarheid en bruikbaarheid voor ondernemers, en de aansluiting bij de belevingswereld van ondernemers. Door zowel de vraagkant als de aanbodkant aandacht te geven, krijgen we inzicht in de voor- en nadelen in de ogen van de ondernemers en komen we op basis van hun suggesties tot aanbevelingen (vraag 8 in figuur 2) voor het ministerie.

1.4 Aanpak: het in kaart brengen van de perceptie van ondernemers

Het Ministerie van EZ wil het bedrijfsgerichte instrumentarium zo veel mogelijk laten aansluiten bij de belevingswereld van ondernemers. De kern van het onderzoek heeft dan ook betrekking op de wijze waarop ondernemers tegen de presentatie en toegankelijkheid van het instrumentarium aankijken. Het gaat om de perceptie die ondernemers hebben van de navigatiestructuur, de benaming van het instrumentarium en in hoeverre deze aansluiten bij de belevingswereld van de ondernemers.

Percepties hoeven niet overeen te komen met de werkelijkheid. In het geval van de herkenbaarheid en toegankelijkheid van het EZ-instrumentarium heeft dat verschil wel invloed op de effectiviteit daarvan. Als het instrumentarium feitelijk wel toegankelijk is, maar in de perceptie van ondernemers niet, dat wordt geen effectief gebruik gemaakt van het instrumentarium. Hoe ondernemers tegen de

toegankelijkheid (benaming en navigatiestructuur) aankijken hangt onder andere van de volgende factoren af:

- *interesse*: heeft een ondernemer überhaupt interesse in het instrumentarium. Een ondernemer met belangstelling zal een andere kijk op de toegankelijkheid hebben dan een ondernemer die niet geïnteresseerd is;
- *bekendheid*: is een ondernemer bekend met het instrumentarium. Een ondernemer die wel op de hoogte is van het bestaan van bepaalde instrumenten zal bepaalde benamingen waarschijnlijk beter herkennen dan een ondernemer die niet of nauwelijks bekend is met de instrumenten;
- *ervaringen*: heeft een ondernemer ervaringen met het instrumentarium. Een ondernemer die ervaring heeft met bepaalde instrumenten zal bepaalde benamingen waarschijnlijk beter herkennen dan een ondernemer die nooit gebruik heeft gemaakt van de instrumenten. De laatste ondernemer kan echter wel een beeld hebben (imago).

Bij het in kaart brengen van de percepties van ondernemers ten aanzien van de benaming en navigatiestructuur is met deze factoren rekening gehouden. Daarom zijn in dit onderzoek zowel gebruikers als niet-gebruikers van het bedrijfsgerichte EZ-instrumentarium betrokken.

1.5 Afbakening

Dit onderzoek richt zich op het toetsen van de helderheid, toegankelijkheid en samenhang van het EZ-instrumentarium onder ondernemers. Centraal staat het bedrijfsgerichte financiële instrumentarium van het Ministerie van EZ.

1.6 Uitvoering

Om in kaart te brengen hoe ondernemers aankijken tegen de financiële regelingen en de structuur van de regelingen heeft EIM gebruik gemaakt van een combinatie van diepte-interviews, focusgroepen en telefonische interviews met gebruikers en niet-gebruikers.

Diepte-interviews

Met zowel ondernemers als stakeholders die relevant zijn voor het bedrijfsgerichte EZ-instrumentarium is een serie van acht diepte-interviews gehouden. Tijdens deze interviews heeft EIM achterhaald wat er precies speelt, hoe partijen er in staan, welke beelden en percepties zij hebben bij het gestroomlijnde instrumentarium, en wat belangrijke aandachtspunten zijn. Daarnaast stond tijdens de diepte-interviews de vraag centraal wat de behoeften zijn van ondernemers: Wat wil de ondernemer en wat heeft hij nodig?

Focusgroepen

Er is een serie van zes focusgroepen uitgevoerd met ondernemers die gebruik maken van het EZ-instrumentarium. Een van de sessies vond plaats via internet. Tijdens deze groepssessies is met ondernemers uit het MKB, experts uit het grootbedrijf en intermediairs gesproken over hun ervaringen. In totaal hebben een kleine 50 ondernemers aan de groepssessies deelgenomen. De diversiteit van de deelnemers was groot. Het betrof zowel ondernemers van kleine bedrijven (<5 m/v personeel) als vertegenwoordigers van multinationals; recente star-

ters en langer gevestigde ondernemingen; ondernemers uit diverse branches en sectoren; 'veelgebruikers' en bedrijven die maar één regeling hadden gebruikt. Gezamenlijk hadden de ondernemers brede ervaring met alle regelingen en modules. Er hebben ook enkele intermediairs meegedaan (zelf ook ondernemer) met brede ervaring met het begeleiden van ondernemers naar de diverse financiële regelingen.

Centrale vraag tijdens de groepsessies was hoe ondernemers en intermediairs aankijken tegen het vernieuwde bouwwerk, de navigatie en benaming, de stappen en samenhang van het bedrijfsgerichte EZ-instrumentarium. Voor deze focusgroepen is het elektronische vergadersysteem *GroupSystems* ingezet. Dit systeem helpt de discussie te stroomlijnen en zorgt ervoor dat alle deelnemers op een goede en gelijkwaardige manier input kunnen leveren in de discussie.

Telefonische interviews niet-gebruikers

Uiteraard zijn niet alleen gebruikers van het bedrijfsgerichte EZ-instrumentarium interessante informatiebronnen voor hoe men tegen het gestroomlijnde bouwwerk aankijkt. Juist ook ondernemers die tot nu toe geen gebruik hebben gemaakt van het instrumentarium zijn relevant. In totaal zijn 10 telefonische interviews gehouden met niet-gebruikers van het bedrijfsgerichte instrumentarium. Hierbij stonden de volgende vragen centraal:

- Wat is hun behoefte bij het aanvragen van subsidies/kredieten?
- Hoe zoeken zij contact met het bedrijfsgerichte EZ-instrumentarium?
- Zijn zij in aanraking gekomen met het EZ-instrumentarium: waarom wel, waarom niet, en hoe is dat bevallen?
- Welke knelpunten ervaren zij daarbij?

1.7 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 bespreken wij de resultaten van dit onderzoek. Vervolgens zijn er een drietal bijlagen. Bijlage I gaat in op de ervaringen van ondernemers bij subsidietrajecten. Bijlage II vat globaal de waardering samen van ondernemers en intermediairs van het totale pakket financiële instrumenten. Bijlage III presenteert tot slot het huidige pakket conform de beleidsbrief zoals die eind februari 2008 naar de Tweede Kamer is gestuurd.

2 Resultaten

Op basis van de inputs en suggesties van de gehoorde, zeer diverse groep ondernemers doen we hier aanbevelingen voor verbetering van de toegankelijkheid en herkenbaarheid van het financiële instrumentarium.

De aanbevelingen luiden als volgt:

- 1 Algemeen: Ontwikkel een nieuwe communicatiestrategie *samen* met diverse soorten ondernemers!
- 2 Communicatie: Maak een goede Wizard!
- 3 Communicatie: Presenteer een heldere algemene boodschap!
- 4 Uitvoering: Begeleid ondernemers met accountmanagers!
- 5 Uitvoering: Toon betrokkenheid!
- 6 Uitvoering: Vereenvoudig en harmoniseer voorwaarden en service!
- 7 Relatie met andere partijen: breng ook de regelingen van andere departementen en overheden in de Wizard!
- 8 Relatie met andere partijen: benut expertise subsidiebureaus!

2.1 Algemeen: Ontwikkel een nieuwe communicatiestrategie samen met diverse soorten ondernemers!

Ondernemers willen heel graag meedenken in het verbeteren van de toegankelijkheid van het financiële instrumentarium van de overheid.

Ze vinden het een en ander momenteel ingewikkeld overkomen. De allereerste aanbeveling rond de structuur, samenhang en presentatie van het bouwwerk van het financiële instrumentarium is: *Keep it short and simple*, oftewel *K.I.S.S.* Ondernemers vinden het onderscheid tussen het basispakket en het programmatische pakket op zich prima, maar vinden het onderscheid verder niet relevant. Ondernemers willen daar eigenlijk verder niet mee worden belast.

'Ga uit van de vraag van de ondernemer'

Ondernemers willen snel en duidelijk zicht krijgen op de regelingen die voor hen relevant zijn: welke regelingen sluiten aan bij de dingen die ze willen doen, en voor welke regelingen komen ze in aanmerking?

Maak van het financiële instrumentarium daarom niet een ingewikkeld bouwwerk, maar sluit met een beperkt aantal modules aan bij de behoeften van de ondernemer, bijv. 'ik wil innoveren' of 'ik wil naar het buitenland'.

Een typerende quote luidt in dit verband:

'Ik denk niet dat de oplossing in een alomvattende structuur zit. Die maakt het alleen maar lastiger voor ondernemers. Probeer niet alles met alles te verbinden, maar wees helder. Ook nu blijkt al dat de structuur niet alomvattend is.'

'Presenteer geen ingewikkeld bouwwerk, maar modules naast elkaar'

Het verhaal moet simpel en goed herkenbaar zijn voor ondernemers. Voor wie zijn de financiële regelingen bedoeld en waarom? Bovendien moet snel duidelijk

kunnen worden of je als ondernemer in aanmerking komt of niet. Aanbeveling is om de verschillende modules uit het basis- en het programmatische pakket niet te presenteren in een suggestieve structuur die moet worden uitgelegd, maar simpel naast elkaar. De benaming moet aansluiten bij wat de ondernemer wil gaan doen: starten, innoveren, naar het buitenland, etc. Figuur 3 geeft een vereenvoudigde structuur.¹

Figuur 3 Vereenvoudigde structuur ('Ik wil ...')



Bron: EIM, 2008.

Gebruik herkenbare Nederlandse namen

De namen van modules en regelingen moeten simpel en herkenbaar zijn. Het verdient aanbeveling om de naamgeving van regelingen direct aan te laten sluiten bij de namen van modules. Ondernemers hebben een duidelijke voorkeur voor eenduidige Nederlandse namen. De benaming 2g@there vinden erg veel ondernemers bijvoorbeeld onduidelijk en achterhaald.

Ontwikkel een heldere en resultaatgerichte communicatiestrategie

Het zou goed zijn om **samen** met verschillende soorten ondernemers een communicatiestrategie te ontwikkelen die effectief duidelijk maakt wat er is en hoe ondernemers in aanmerking kunnen komen. Aanbeveling is om een communicatiestrategie te ontwikkelen voor het helder en effectief overbrengen van de boodschap over het financiële instrumentarium. Veel ondernemers geven aan dat ze graag met het ministerie rond de tafel willen zitten om mee te denken over het komen tot een heldere en resultaatgerichte communicatiestrategie.

Rol deze strategie goed uit

Een goede communicatiestrategie kent verschillende elementen: het ontwikkelen van een goede wizard, het helder formuleren van de algemene boodschap en een slimme uitrol van de informatie.

Adviseurs en zeker de adviseurs bij de diverse agentschappen moeten goed op de hoogte zijn van de *wizard* en de *boodschap* zodat zij ondernemers goed op weg kunnen helpen.

¹ Er is onderscheid tussen financiële instrumenten met het doel barrières/imperfecties in 'de markt' te overwinnen en financiële instrumenten met het doel ondernemers te bewegen bij te dragen aan maatschappelijke doelstellingen (zoals die onder meer zijn verwoord in de diverse innovatieprogramma's). Dit onderscheid is herkenbaar voor veel ondernemers.

2.2 Communicatie: Maak een goede wizard

Ondernemers willen snel en duidelijk zicht krijgen op de regelingen die voor hen persoonlijk relevant zijn: welke regelingen sluiten aan bij de dingen die ze doen of zouden willen doen: voor welke regelingen komen ze in aanmerking?

'Wat is er voor mij, nu?'

Bij de navigatie moet je aansluiten bij de concrete acties van de ondernemer: 'ik wil starten', 'ik wil vernieuwen' of 'ik wil naar het buitenland'.

Via het beantwoorden van een beperkt aantal vragen moet de ondernemer bij de relevante regelingen uitkomen. Een belangrijke aanbeveling is hier om de bekendheid en de specifieke zoekstructuur van www.antwoordvoorbedrijven.nl sterk te verbeteren. **Zo'n zoekstructuur moet echt goed werken.**

Belangrijke criteria voor een wizard zijn:

- de sector,
- de bedrijfsactiviteiten,
- de omvang van het bedrijf/project,
- de track record en leeftijd van het bedrijf,
- de omvang van de benodigde investeringen,
- de mate waarin men zelf wil en kan investeren,
- of de ondernemer individueel of in samenwerking wil verder komen, en
- het specifieke type (investerings)activiteiten (bijv. R&D, productontwikkeling, export).

Het is goed als ondernemers zich meteen laagdrempelig kunnen oriënteren op de (on)mogelijkheden voor hun eigen bedrijf. Het is wat minder relevant of dat via ondersteuning, via partners of via betaald advies gebeurt. De alternatieve kanalen moeten gewoon helder worden gepresenteerd.

Een typerende quote luidt in dit verband:

*'Het doolhof moet in de backoffice blijven.'
Ondernemers hebben behoefte aan een heldere tool: 'Wat is er voor mij, hoeveel, wanneer, waar en hoe?'*

2.3 Communicatie: Presenteer een heldere algemene boodschap!

Ondernemers willen graag informatie over de achtergrond van het beleid van het Ministerie van EZ dat ten grondslag ligt aan de verschillende financiële regelingen. Ze zijn geïnteresseerd in het hoe en waarom van subsidies en andere financiële regelingen. Deze informatie moet wel eenvoudig leesbaar zijn en de relevantie voor de ondernemer snel duidelijk maken (**één A4**). Deze informatie kan worden overgebracht bijvoorbeeld via een brief aan alle ondernemers en/of als aanvullende informatie bij de blauwe enveloppen.

Ondernemers willen praktische, heldere doelen horen, en voorwaarden die passen bij de omvang van de duw in de rug. Ondernemers vinden het niet zo interessant wat er allemaal nog meer is, als ze maar kunnen vinden wat er voor hen zelf van toepassing is. Ondernemers willen dus graag weten waarom er überhaupt diverse soorten financiële ondersteuning bestaan, maar vervolgens doet alleen de inhoud van regelingen die passen bij de eigen situatie ter zake.

Bij het opstellen van de informatie is het cruciaal om verschillen in de belevingswereld tussen overheid en ondernemers op het netvlies te hebben. Tabel 1 geeft op basis van de sessies en interviews een beknopt overzicht van de verschillen in belevingswereld.

Tabel 1 Verschillen in belevingswereld bij de modules

Module ¹	Overheidsbeleving ²	Ondernemersbeleving ³	Voorwaarde ⁴
Starten, groeien en overdragen	Wij willen meer en beter ondernemerschap	Ik wil starten, groeien en/of overdragen	Dit moet altijd kunnen (met een goed plan)
Innoveren	Wij willen meer bedrijven die meer (technologische) kennis ontwikkelen en benutten	Ik wil vernieuwen, innoveren	Dit moet altijd kunnen (met een goed plan)
Internationaal ondernemen	Wij willen internationaal ondernemen bevorderen	Ik wil international ondernemen	Dit moet altijd kunnen (met een goed plan)
Sterktes in innovatie	Wij willen topprestaties op innovatiethema's	Ik wil en kan bijdragen aan een innovatieprogramma	Dit kan bij specifiek typen activiteiten (mits je bij de besten hoort)
Energietransitie	Wij willen verduurzaming van de energiehuishouding	Ik wil en kan bijdragen aan verduurzaming van de energiehuishouding	Dit kan bij specifieke typen activiteiten (mits je bij de besten hoort)
Sterktes in de regio's	Wij willen gebiedsgerichte economische kansen benutten	Ik wil en kan bijdragen aan regionale verbetering	Dit kan bij specifieke typen activiteiten (mits je bij de besten hoort)
Internationaal excelleren	Wij willen het bedrijfsleven gericht ondersteunen in kansrijke sectoren op binnen- en buitenlandse markten	Ik wil en kan internationaal samenwerken met toppers op mijn terrein	Dit kan bij specifieke typen activiteiten (mits je bij de besten hoort)
<small>1 Betiteling conform de instrumentenbrief d.d. 28-2-2008</small>	<small>2 Letterlijke aansluiting bij operationele doelen van de begroting van EZ</small>	<small>3 Omschrijving conform de sessies en gesprekken in dit onderzoek</small>	<small>4 Generiek vs. specifiek</small>

Bron: EIM, 2008.

Tijdige communicatie: voeg informatie bij blauwe enveloppe

Ondernemers willen tijdig informatie ontvangen over de achtergronden van het overheidsbeleid en de mogelijkheden van subsidies en andere financiële regelingen. Tijdig betekent in ieder geval bij de start, maar ook bij andere gelegenheden, bijvoorbeeld bij de communicatie met de belastingdienst.

'Geef elke startende ondernemer bondige informatie over subsidies en voeg deze informatie bij de blauwe enveloppe en het starterspakket van de KvK.'

Duidelijk te onderscheiden momenten in de bedrijfsfase waarop ondernemers op zoek gaan bij de overheid naar extra financiële middelen zijn:

- Start, doorstart of groei van de onderneming
- In de (op)startfase van innovatieve projecten
- Bij investering in energiebesparende of milieuvriendelijke activa
- Bij het starten van export of andere vormen van internationale expansie
- Bij ontslag en bij aanname van personeel.

2.4 Uitvoering: Begeleid ondernemers met accountmanagers!

Ondernemers hebben behoefte aan klantvriendelijkheid en voorspelbaarheid in de dienstverlening. Ondernemers die eenmaal de weg hebben gevonden zijn over het algemeen tevreden, maar moeten wel steeds weer wennen aan nieuwe contacten. **Professionalisering** van het accountmanagement is hierbij cruciaal. Ondernemers moeten goed worden doorverwezen zonder dat er risico optreedt dat het contact verloren gaat.

De serviceverlening aan ondernemers die nieuw zijn in hun contact met Senter-Novem en andere instanties is een grote uitdaging. Dit lijkt momenteel nog niet zo goed uit de verf te komen. Wellicht dat de dienstverlening aan nieuwe ondernemers in eerste instantie kan gebeuren samen met intermediairs die de ondernemer al kent (accountant/branchevereniging/bank). Zodra ondernemers terugkeren kunnen de contacten dan direct verlopen en kan het accountmanagement optimaal verlopen.

Uitbouwen van accountmanagement

Ondernemers zijn goed te spreken over de mogelijkheid van het werken via vaste contactpersonen bij uitvoeringsorganisaties. Aanbeveling is om het accountmanagement bij zowel de uitvoeringsorganisaties als het Ministerie van EZ verder in te vullen en uit te bouwen. Aandachtspunten zijn de serviceverlening aan nieuwe klanten en het doorverwijzen van klanten naar de juiste regelingen. Uitgangspunt bij verbetering van de serviceverlening is een duidelijke interesse en betrokkenheid bij de klant. Daarnaast is van belang dat *best practices* breed worden gedeeld.

2.5 Uitvoering: Toon betrokkenheid!

Een belangrijk onderdeel van goed accountmanagement van bestaande klanten van het financiële instrumentarium is het tonen van betrokkenheid. Bij veel financiële regelingen lijkt volgens ondernemers de betrokkenheid van de overheid te ontbreken. Dit gaat vooral om de betrokkenheid bij wat er uiteindelijk aan **resultaten** wordt geboekt. Administratief vindt er doorgaans nog wel een toets plaats, maar niet inhoudelijk, gekoppeld aan het uiteindelijke doel van de financiële regeling. De overheid moet 'logisch' overkomen. Onverschilligheid achteraf is dodelijk voor het vertrouwen in de overheid.

Sturen op resultaat

Ondernemers hebben behoefte aan praktische en heldere doelen en voorwaarden die passen bij de omvang van de regeling. Ondernemers geven daarbij aan dat de overheid meer zou moeten sturen op het resultaat van de inspanning, dan op de inspanning zelf en het naleven van regels. Dat betekent dat ondernemers worden verplicht om ook verantwoording af te leggen over wat de subsidie heeft opgeleverd in de zin van extra omzet, werkgelegenheid, kennisdeling etc. Voor de overheid heeft het duidelijk meerwaarde om zicht te hebben op wat regelingen hebben opgeleverd.

Controle achteraf

Het sturen op resultaat maakt het ook logischer om meer nadruk te leggen op controle achteraf. Meer vertrouwen kan bij ondernemers worden gelegd door re-

gelgeving eenduidig en eenvoudig te maken maar wel streng en rechtvaardig te controleren op het resultaat.

Duidelijke motivatie bij afwijzing, en verbeter de doorverwijzing

Niet in alle gevallen ontvangen ondernemers een duidelijke motivatie bij toekenning of afwijzing van een subsidieaanvraag. Doorverwijzing naar andere mogelijkheden is een groot verbeterpunt.

2.6 Uitvoering: Vereenvoudig en harmoniseer voorwaarden en service!

Ondernemers ergeren zich aan de diversiteit aan voorwaarden bij regelingen, maar verbazen zich ook over de grote verschillen in de serviceverlening. Zij zien beide als gebrek aan professionaliteit van de overheid. Als voorwaarden en serviceverlening in de ene omgeving goed werken, waarom worden deze procedures dan niet in een andere omgeving geïntroduceerd? Waarom is er zo weinig **uniformiteit**, zo'n wildgroei aan uitstraling? Zorg als overheid dat je uitstraalt dat je professioneel en vakkundig omgaat met je kennis en vaardigheden, specifiek dus in het begeleiden van ondernemers.

Standaardisatie

Een belangrijke stap op weg naar vereenvoudiging van de uitvoeringspraktijk is standaardisatie van begrippen, definities, formulieren, aanvraagprocedures, rapportageverplichtingen etc. Hierbij zou het Ministerie van EZ met de andere departementen samen moeten werken. Standaardisatie zal bijdragen aan een snellere doorlooptijd van aanvraag tot besluit. Ook het gebruik van online aanvraagmogelijkheid zal de doorlooptijd versnellen en de *overhead* verminderen.

Een typerende quote luidt in dit verband:

'Maak de uitvoering van regelingen p roactiever, p ersoonlijker, p rijsbewuster en p raktischer'
--

Fiscalisering

De uitvoering kan zowel volgens ondernemers die zelden, als volgens ondernemers die regelmatig subsidies gebruiken een stuk eenvoudiger door meer via de fiscus te laten lopen. Suggesties die ondernemers doen zijn het hanteren van een lagere winstbelasting of een lager BTW-tarief voor een 'gezonde/duurzame/milieuvriendelijke' winst/omzet. Het punt van fiscalisering is ook in eerder onderzoek naar voren gekomen, maar dit is in de praktijk lastig door te voeren. Dat neemt niet weg dat het volgens vele ondernemers aanbeveling verdient om (op termijn) wijzigingen serieus te overwegen. Het model van de WBSO kan hier als voorbeeld dienen.

2.7 Relatie met andere partijen: breng ook de regelingen van andere departementen en overheden in de Wizard!

Ondernemers snappen dat EZ zich eerst wil concentreren op de eigen 'producten', maar zij vinden anderzijds de bron van een eventuele regeling volledig irre-

levant. Het is daarom belangrijk om alle mogelijke vormen van ondersteuning op korte termijn onder **één wizard** te brengen, anders blijft het als onsamenhangend en diffuus overkomen.

2.8 Relatie met andere partijen: benut bij goed accountmanagement de expertise van de subsidiebureaus!

Ondernemers die veelvuldig gebruik maken van financiële regelingen hebben vaak goede ervaringen met commerciële subsidiebureaus. Het is logisch om deze bureaus bij de professionalisering van het accountmanagement te betrekken. Wellicht dat juist samen met hen de service aan bestaande en nieuwe gebruikers kan worden verbeterd. Ondernemers zijn het er (enerzijds) over eens dat het niet zo zou moeten zijn dat je een apart bureau nodig hebt voor een succesvol subsidietraject, maar (anderzijds) erkent men ook dat een goede sparringpartner met veel **expertise** met verschillende ondernemers heel nuttig kan zijn in het verkennen van mogelijkheden. Het is dus een branche die heel nuttig kan zijn bij een verbeteringslag.

BIJLAGE I Ervaringen met trajecten

Ondernemers is gevraagd naar hun ervaringen met de serviceverlening door de overheid bij het aanvragen van subsidies en kredieten. Wat waren de ervaringen omtrent voorlichting en doorverwijzing? Kwam toewijzing op tijd? Welke knelpunten deden zich voor? Wat waren de ervaringen omtrent afwijzing? Zijn zij doorverwezen naar andere mogelijkheden?

Voorlichting en doorverwijzing

Over het algemeen vinden ondernemers (achteraf gezien) de informatie bij de meeste regelingen afdoende en goed beschikbaar. Ook is men doorgaans tevreden over de serviceverlening en klantvriendelijkheid van de overheid en uitvoeringsinstanties. Dit beeld bestaat vooral bij de 'vaste klanten'. In het bijzonder is men te spreken over de mogelijkheid van het werken via contactpersonen en het aanvragen van een quick scan zoals bij SenterNovem. Volgens enkele ervaren gebruikers is het eigenlijk altijd nuttig en efficiënt om een gespecialiseerd adviesbureau in de arm te nemen.

Minder ervaren ondernemers vinden het een vrij moeizame weg om de juiste regeling te vinden. Men geeft aan te 'verdwalen in het woud van regelingen' en ondernemers krijgen geen goed overzicht van de mogelijkheden die van toepassing zijn op hun activiteiten. Het kost ondernemers veel tijd om zich te verdiepen in regelingen en 'die tijd heb ik gewoon niet'. In een aantal gevallen hebben ondernemers met adviseurs van SenterNovem om de tafel gezeten en 'zelfs dan is het nog moeilijk'.

Begeleiding bij aanvraag, toewijzing en afwijzing

Ondernemers met een gehonoreerde subsidie zijn meestal tevreden over de begeleiding bij de aanvraag van financiële ondersteuning bij de overheid. De bereikbaarheid en de klantvriendelijkheid van de overheid zijn dan goed. Toch zijn de meesten van mening dat subsidietrajecten vaak moeizaam en traag verlopen. Toewijzing duurt soms langer dan zes maanden. Veelgehoorde knelpunten zijn het vinden van de juiste contactpersoon, de traagheid van besluitvormingsprocedures, onduidelijkheid over de eisen t.a.v. de inhoud van de aanvraag en moeilijkheden bij het goed op papier krijgen van de onderbouwing bij de aanvraag. Ondernemers geven aan dat ze de 'taal van de ambtenaar' niet spreken en problemen hebben met het vinden van de juiste toon van hun verhaal. Dit dwingt veel ondernemers om de hulp van een commerciële subsidieadviseur in te roepen.

'De aanvraagprocedure is vaak een marathon'

'Wij hebben een IPC-traject ingezet in augustus 2007 en hebben nu nog steeds geen goedkeuring.'

'Het was lastig om het verhaal voor de aanvraag goed op papier te zetten. Ik heb ervaring dat ook het subsidiebureau niet wist hoe het moest.'

De ervaringen van ondernemers bij toewijzing of afwijzing zijn wisselend. Niet in alle gevallen ontvangen ondernemers een duidelijke motivatie bij toekenning of afwijzing van een subsidieaanvraag. Soms is de ervaring dat verkeerde verwachtingen worden gewekt en komt de beschikking als een vervelende verrassing. Doorverwijzing naar andere mogelijkheden is een verbeterpunt.

Uitvoering en nazorg

Ondernemers hebben doorgaans goede ervaring met het werken met vaste contactpersonen bij SenterNovem. Wel geven ze aan dat de werkwijze per regeling zeer divers is. Ook zijn er veel verschillen tussen de individuele projectadviseurs van SenterNovem. Dat betekent dat ook dat beoordelingskaders en specifieke interpretaties door de projectadviseurs kunnen verschillen.

Ondernemers geven verder aan dat de procedures van regelingen zeer verschillend zijn. Dat betekent dat aanvraagformulieren verschillen per regeling. Soms is sprake van een ingewikkelde regelingstructuur waardoor verplichtingen niet duidelijk zijn. Bovendien veranderen regelingen waarbij steeds verschillende eisen aan verplichtingen worden gesteld.

'Mijn ervaring is dat de overheid zelden interesse heeft in de resultaten. Wel in hoe de administratie is gevoerd.'

Ondernemers vinden dat de overheid meer zou moeten sturen op het resultaat van de inspanning, dan op de inspanning zelf en het naleven van regels. Zij vinden het logisch dat ondernemers worden verplicht om ook verantwoording af te leggen over wat de subsidie heeft opgeleverd in zin van extra omzet, werkgelegenheid, kennisdeling etc. Voor de overheid heeft het immers duidelijk meerwaarde om zicht te hebben op wat regelingen hebben opgeleverd. 'Dat geeft de overheid ook een gezicht.'

Het sturen op resultaat maakt het ook logischer om meer nadruk te leggen op controle achteraf. Meer vertrouwen kan bij ondernemers worden gewekt door regelgeving eenduidig en eenvoudig te maken maar wel streng en rechtvaardig te controleren op het resultaat. Volgens ondernemers zijn de huidige procedures m.b.t. de controle achteraf te ingewikkeld.

Waardering serviceverlening

De deelnemers aan de groepssessies is gevraagd hun waardering voor de serviceverlening uit te drukken in cijfers. Hierbij zijn de volgende aspecten beoordeeld:

- 1 heldere voorlichting
- 2 doorverwijzing naar de juiste regeling
- 3 begeleiding
- 4 accountmanagement/serviceverlening
- 5 samenhang/afstemming nationale en regionale subsidies
- 6 beschikbare budgetten
- 7 uitvoering regeling (snelheid, transparantie, verantwoording etc.).

Tabel 2 Waardering serviceverlening

<i>aspect</i>	<i>gemiddeld cijfer</i>
heldere voorlichting	7,0
beschikbare budgetten	6,5
uitvoering regeling (snelheid, transparantie, verantwoording etc.)	6,3
begeleiding	5,9
doorverwijzing naar de juiste regeling	5,8
accountmanagement/serviceverlening	5,5
samenhang/afstemming nationale en regionale subsidies	4,8

Bron: EIM, 2008, gebaseerd op sessies/interviews in sept/okt 2008, n=50).

Ondernemers waarderen de voorlichting over het financiële instrumentarium met een duidelijke voldoende. De uitvoering van regelingen, de begeleiding en doorverwijzing zijn net of bijna voldoende. Ondernemers zijn niet tevreden over de samenhang tussen regelingen en de afstemming met Europese en regionale regelingen.

BIJLAGE II Bekendheid en oordeel

Bekendheid met de financiële instrumenten

Ondernemers is gevraagd naar hun bekendheid met de verschillende soorten financiële ondersteuning door de overheid.

- Bekendheid is wisselend en zeer gevarieerd.
- Vooral beter bekend zijn de WBSO, de Innovatievouchers, Innovatieve Samenwerkingsprojecten Internationaal, 7e Kaderprogramma van de EU, PSB, EOS.

Bekendheid met agentschappen

De bekendheid van ondernemers met agentschappen loopt uiteen van geheel niet bekend tot bekend met diverse loketten.

- Veruit het meest bekend is SenterNovem.
- Daarnaast worden vooral genoemd: Syntens, Provinciale loketten, KvK, EVD en de EU.

Zoekgedrag

Ondernemers komen via verschillende kanalen bij de overheid terecht als zij op zoek zijn naar financiële regelingen.

- Men maakt vooral gebruik van het internet; naast de Google zoekmachine vooral ook de websites van SenterNovem, EVD en diverse relevante ondernemerswebsites.
- Via branches, commerciële adviesbureaus, KvK, en bankadviseurs.
- Via vrienden, collega-bedrijven en van 'horen zeggen'.

Oordeel

De deelnemers aan de groepsessies hebben via een cijfer hun waardering aan-gegeven van het totale pakket.

Daarbij zijn de volgende aspecten beoordeeld:

- 1 de structuur van het bouwwerk
- 2 de benaming van de modules
- 3 de verdeling van de regelingen
- 4 de stappen tussen de modules.

Tabel 3 Waardering instrumentarium

<i>Aspecten</i>	<i>gemiddeld cijfer</i>
de structuur van het bouwwerk	5,8
de benaming van de modules	5,5
de verdeling van de regelingen	5,2
de stappen tussen de modules	4,0

Bron: EIM, 2008, gebaseerd op sessies/interviews in sept/okt 2008, n=50).

De helft van de ondernemers vindt het onderscheid tussen het basis- en het programmatische pakket redelijk duidelijk. Ze zien het basispakket als een pakket

dat voor iedereen toegankelijk is, over de volle breedte van alle sectoren, terwijl het programmatische pakket meer toegespitst is. De andere helft vindt het onderscheid niet zo logisch en noemt de scheiding 'te vaag' en 'kunstmatig'. Vooral de logica van het programmatische pakket is onduidelijk. Niet duidelijk is voor wie het programmatische pakket is bedoeld. Ook vraagt men zich af of het programmatische pakket is bedoeld voor regelingen met een meer tijdelijk karakter.

De structuur vindt men niet duidelijk omdat thema's dwars door elkaar lopen; de thema's innovatie en internationaal zijn onderdeel van zowel het basis- als het programmatische pakket.

Ondernemers missen een duidelijke visie die ten grondslag ligt aan het totale plaatje van het financiële instrumentarium. Men vraagt zich af vanuit welke missie en visie de overheid redeneert. Bovendien zitten er een aantal 'vreemde eenden in de bijt', waardoor de visie op het totale pakket wordt vertroebeld. Men mist de WBSO-regeling in het overzicht, terwijl de scheepsbouwregeling in het basispakket wringt (immers niet voor iedereen).

De innovatiesleutelgebieden staan alleen impliciet in het plaatje. Er is geen module 'duurzaamheid'. De samenhang tussen pakketten en modules vinden veel ondernemers onduidelijk. Ook is de opbouw en visualisatie van het gehele bouwwerk onduidelijk. Men vraagt zich bijvoorbeeld af wat de horizontale lijn door de toppen van het programmatische pakket betekent.

Typende quotes luiden:

'Het plaatje komt een beetje geforceerd over. Het is voor mij als ondernemer niet relevant om te weten of ik in het basispakket of onder de programmatische aanpak val.'

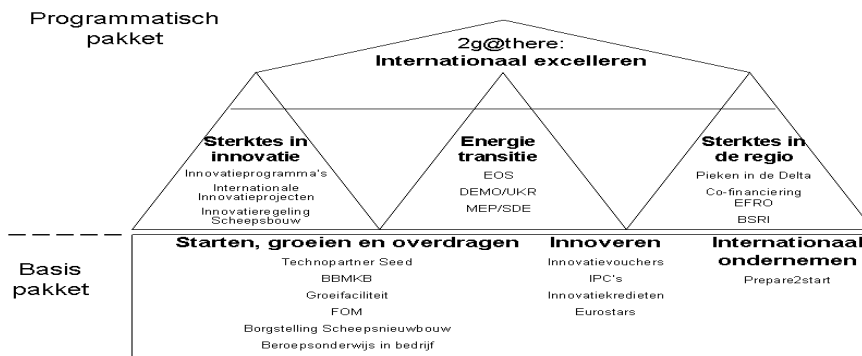
'Waarom moet een ondernemer weten wat de samenhang is? Hij gaat voor een regeling tegelijk.'

BIJLAGE III Financiële instrumenten, 28-2-2008

Het financiële EZ-instrumentarium bestaat uit 2 samenhangende pakketten (basis- en programmatisch pakket) met daarin 7 modules waarvan er 3 onder het basispakket en 4 onder het programmatische pakket vallen. Alle EZ-regelingen zijn hierin ondergebracht. Onderstaande figuur laat zien welke regelingen onder de verschillende modules vallen. Onder de figuur staan de diverse individuele regelingen kort toegelicht:

- Het basispakket bestaat uit een aantal regelingen met lage verkrijgingskosten en één duidelijk loket waar alle ondernemers terecht kunnen met alle vragen rondom (internationaal) ondernemerschap en innovatie. Het basispakket bestaat uit drie modules: 'starten, groeien en overdragen', 'innoveren' en 'internationaal ondernemen'. Het programmatische pakket omvat allereerst drie modules: 'sterktes in innovatie', 'sterktes in de regio' en 'transitie naar een duurzame energiehuishouding'. In het verlengde daarvan wordt met een vierde module voorzien in de (programmatische) bewerking van prioritaire buitenlandse markten: 2g@there. Daarmee wordt ingezet op het internationaal vermarkten van onze nationale sterktes.
- Het programmatische pakket ondersteunt bedrijven bij het bereiken van top-prestaties op een aantal gebieden waarin Nederland in de toekomst kan uitblinken. In nauwe samenwerking met bedrijfsleven, kennisinstellingen en overheden zijn op voor de BV NL belangrijke thema's programma's ontwikkeld die impact hebben op economische groei en duurzame ontwikkeling.

Figuur 4 Het bedrijfsgerichte EZ-instrumentarium



Bron: EZ, 2008.

BASISPAKKET

Het basispakket is voor alle ondernemers. Het omvat instrumenten voor de diverse fasen van het ondernemerschap, van het starten van een onderneming tot de overdracht of beëindiging. De volgende modules zijn ingericht. Elke module omvat een aantal samenhangende instrumenten.

Module Starten, groeien en overdragen

- TechnoPartner Seed faciliteit: heeft als doel het beschikbaar stellen van kapitaal voor technostarters door het oprichten van investeringsfondsen door private partijen.
- BBMKB: Met het Besluit Borgstelling MKB-kredieten staat het Rijk richting een bank garant voor een deel van het krediet dat aan een MKB'er is verstrekt.
- Groeifaciliteit Garantierегeling: biedt financiers een stimulans om risicokapitaal aan MKB-bedrijven te verstrekken.
- FOM (Faciliteit Opkomende Markten): Garantierегeling voor leningen aan lokale dochterondernemingen/joint ventures in opkomende markten waarin NL MKB (risicodragend) investeert.
- Borgstelling Scheepsnieuwbouw: Krediet dat scheepsbouwer betreft bij bank wordt voor max. 80% gegarandeerd met deze garantierегeling gedurende de bouw van een schip.
- Beroepsonderwijs in bedrijf: EZ-OCW-regelung met als doelstelling het stimuleren van de samenwerking tussen bedrijfsleven en onderwijs.

Module Innoveren

- Innovatievouchers: Met een innovatievoucher kan een ondernemer kennis inkopen bij een kennisinstelling. Doel van de vouchers is wisselwerking tussen MKB en kennisinstellingen.
- IPC's: Met het afsluiten van innovatieprestatiecontracten (IPC's) worden groepen bedrijven gestimuleerd om samen te innoveren.
- Uitdagingsfaciliteit/innovatiekredieten: Regelung ter stimulering van risicovolle, unieke innovatieve projecten die niet passen binnen een van de innovatieprogramma's.
- Eurostars: Met Eurostars worden het hightech MKB extra mogelijkheden voor financiële steun geboden voor onderzoeksprojecten. In het kader van Eurostars worden de nationale subsidieprogramma's in verschillende landen 'gesynchroniseerd'. Dit betekent dat de subsidie wordt verstrekt door Nederland, maar dat de beoordeling van projectvoorstellen door een internationale commissie wordt gedaan.

Module Internationaal Ondernemen

- Prepare2start is het nieuwe instrument gericht op starters op buitenlandse markten, met als kern het huidige PSB (Programma Starters Buitenlandse markten). Bestaande programma's, het Programma Economische Samenwerking Projecten (PESP) dat haalbaarheidsstudies financiert, en het huidige Programma Samenwerking op Opkomende Markten (PSOM-EZ), waarmee proefinvesteringen in opkomende markten worden gestimuleerd, verdwijnen in de huidige vorm en haalbaarheidsstudies en demonstratieprojecten gaan deel uitmaken van 2g@there.
- BBMKB 'internationaal': Met het internationale 'luik' in het Besluit Borgstelling MKB-kredieten staat het Rijk richting een bank garant voor een deel van het krediet dat voor internationale bedrijfsactiviteiten aan een MKB'er is verstrekt.
- FOM (Faciliteit Opkomende Markten): Garantierегeling voor leningen aan lokale dochterondernemingen/joint ventures in opkomende markten waarin NL MKB (risicodragend) investeert.

PROGRAMMATISCH PAKKET

Dit pakket omvat drie modules: sterktes in innovatie, sterktes in de regio en transitie naar een duurzame energiehuishouding. In het verlengde ligt de

module internationaal excelleren waarmee wordt ingezet op het bewerken van prioritaire markten gefocust op nationale sterktes.

Module Sterktes in innovatie

- Innovatieprogramma's: In nauwe samenwerking met bedrijfsleven, kennisinstellingen en overheden worden op voor de BV NL belangrijke thema's programma's ontwikkeld die impact hebben op economische groei en duurzame ontwikkeling. Deze programma's zijn Point-One (nanotechnologie), Water-technologie, Food & Nutrition Delta, Maritiem, High Tech Automotive Systems (HTAS), Chemie/Polymeren, Life Sciences & Gezondheid en Materialen (M2i). De IOP's (Innovatieve Onderzoeksprogramma's) gaan op in de innovatieprogramma's. Hetzelfde geldt voor de Technologische Top Instituten (TTI's) en de regeling Innovatiesubsidie Samenwerkingsprojecten (IS). Daarnaast zijn er op dit moment nog vier regelingen voor lucht- en ruimtevaart: Strategisch Research Programma (SRP), Luchtvaartkredietfaciliteit (CVO), Deelname ESA-programma's en de Prekwalificatie ESA-programma's (PEP). Het perspectief is een innovatieprogramma luchtvaart. Ook bij ruimtevaart wordt toegewerkt naar een programmatische aanpak.
- Regeling Internationale Innovatieprojecten: Doel van deze regeling is het stimuleren van internationale samenwerking op het gebied van onderzoek en innovatie. Het gaat hierbij om samenwerking met één of meer Eureka-landen, inclusief bilaterale overeenkomsten met geïndustrialiseerde landen als Canada, Japan en de VS. De Subsidieregeling Opkomende Markten zal hierin opgaan. Doel van deze regeling is het stimuleren van internationale samenwerking op het gebied van onderzoek en innovatie. Het gaat hierbij om samenwerking met Brazilië, China, India, Indonesië, Maleisië, Thailand, Zuid-Afrika en Zuid-Korea.
- Innovatieregeling Scheepsbouw: Regeling ter stimulering van innovatie in de scheepsbouw. Richt zich op toegepaste innovaties tijdens de bouw van een schip.

Module Energietransitie

- EOS: Doel van het programma Energie Onderzoek Subsidie (EOS) is het uitbreiden van kennis op gebied van energie-efficiency en duurzame energie in NL door de ontwikkeling van nieuwe technologie te stimuleren. De huidige onderdelen Lange Termijn Onderzoek en Nieuw Energie Onderzoek zullen worden gebundeld.
- DEMO/UKR: De demonstratieregeling (DEMO) en de Unieke Kansenregeling (UKR) zijn bedoeld voor demonstratieprojecten en pilots op het terrein van energieproductie en energiebesparing.
- MEP/SDE: De regeling Milieuvriendelijke Elektriciteitsproductie (MEP) en de opvolger daarvan: de Subsidieregeling Duurzame Energieproductie (SDE) beogen de milieukwaliteit van de Nederlandse energieproductie te verbeteren.

Module Sterktes in de regio

- Pieken in de Delta: Programmagericht stimuleren van gebiedsgerichte economische kansen van nationaal belang. Dit gebeurt met 6 gebiedsgerichte programma's voor de periode 2007-2010.
- Cofinanciering EFRO (Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling): EZ-cofinanciering voor de regio's die vanuit het EFRO in aanmerking komen voor steun.

- BSRI (Besluit Subsidies Regionale Investeringsprojecten): Instrument dat een ondernemer die overweegt te investeren tracht te beïnvloeden in diens beslissing naar vestigingsplaats van deze investering.

Module Internationaal excelleren

- 2g@there is gericht op een meerjarige, programmatische werkwijze voor samenwerkingsverbanden van bedrijven. Er wordt daarbij gefocust op de sectoren waarin NL ondernemers internationaal onderscheidend zijn; het is primair bedoeld voor voorstellen van samenwerkingsverbanden van bedrijven.