

Vereniging FME-CWM

Onderzoek **Technologie & Innovatie** in de technologische industrie





Onderzoek Technologie & Innovatie in de technologische industrie

Vereniging FME-CWM – Zoetermeer, maart 2012

Geert Huizinga, *hoofd technologie en innovatie*
Kasper Buiting, *beleidsadviseur onderzoek en economie*

www.fme.nl

© Alle rechten voorbehouden. Niets van deze uitgave mag zonder bronvermelding worden gekopieerd, gedownload, vermenigvuldigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of enige andere manier.

Inhoudsopgave

	Inleiding	3
	Samenvatting en conclusies	3
1.	Algemene informatie	6
2.	Innovatie – algemeen	9
3.	Product- en procesinnovatie	12
4.	Open innovatie	15
5.	Hindernissen	19
6.	Regelingen	20
7.	Financiering van innovatie	23
8.	Topsectorenbeleid	25

Inleiding

De Vereniging FME-CWM vertegenwoordigt de Nederlandse technologische industrie. Zij ondersteunt haar ruim 2.500 leden in hun rol als werkgever, innovator en exporteur. Gezamenlijk hebben de FME-lidbedrijven 225.000 mensen in vaste dienst en een jaarlijkse omzet van 60 miljard euro, waarvan 60% afkomstig uit export.

In 2008 heeft FME voor het eerst specifiek onderzoek gedaan naar technologie en innovatie onder de naam 'Klant, kennis, kapitaal'. Innovatie is van zodanig belang voor de internationale concurrentiepositie van de technologische industrie, dat is besloten dit onderzoek elke twee jaar te houden. Voor u ligt het resultaat van het onderzoek dat in maart 2012 is afgerond.

Samenvatting en conclusies

Aan dit onderzoek is meegedaan door 157 bedrijven, het merendeel daarvan is uit het mkb. Deze bedrijven hebben samen ruim 60.000 personen in dienst. Een ruime meerderheid van de bedrijven maakt eindfabrikaten of complete systemen voor andere bedrijven. 31% richt zich op het toeleveren van halffabrikaten en slechts een zeer kleine groep maakt producten voor de consumentenmarkt. In dit onderzoek is de technische groothandel buiten beschouwing gelaten.

Bijna 60% van de deelnemende bedrijven ziet het buitenland als belangrijkste afzetmarkt, waarvan de helft zich als mondiale speler betitelt. De meeste bedrijven kunnen worden beschouwd als marktleiders of wereldspelers op nichemarkten. Slechts 30% heeft minder dan 5% marktaandeel met hun hoofdproduct.

De technologische industrie blijft innoveren. De aan deze enquête deelnemende bedrijven besteden gemiddeld 7% van hun omzet aan R&D (het gemiddelde van de gehele sector ligt rond de 3,7%). De R&D-uitgaven zijn in 2011 toegenomen en hetzelfde geldt voor het aantal R&D-medewerkers. Dit is van groot belang voor de sector omdat innovatie voor de Nederlandse industrie – en de technologische industrie in bijzonder – cruciaal is voor toekomstige groei.

Dit onderzoek gaat verder dan alleen de harde cijfers rond R&D, ook is veel aandacht besteed aan de wijze waarop innovatie tot stand komt.

Uit het onderzoek blijkt dat innoverende bedrijven in de technologische industrie zich primair richten op productinnovatie. De nadruk daarbij ligt op het verbeteren van bestaande producten. Dat neemt niet weg dat zestig procent van de respondenten in de afgelopen twee jaar geheel nieuwe producten op de markt heeft gebracht.

Bedrijven noemen productinnovatie ook de belangrijkste component om productiviteitsgroei te realiseren. Investerings in personeel, het vernieuwen van organisatieprocessen en investeringen in machines worden ook belangrijk geacht, maar minder dan productinnovatie.

Gevraagd naar de dominante bedrijfsstrategie, noemt een ruime meerderheid van de respondenten klantfocus; een kleine 30% noemt productdifferentiatie (het bieden van een uniek product / moeilijk te beconcurreren productkennis) en slechts 11% richt zich op het leveren van een zo goedkoop mogelijk product. Het vermogen om producten op klantspecificatie te kunnen leveren, is essentieel in mondiale nichemarkten.

Deze focus op de klant komt ook terug bij de respons op vragen over open innovatie. Het direct betrekken van klanten bij innovatieprocessen wordt door 55% genoemd als een belangrijke activiteit op het gebied van open innovatie. De klant heeft dus veel invloed op de totstandkoming van nieuwe innovatieve producten.

Ook als wordt gevraagd naar de belangrijkste samenwerkingspartners op het gebied van onderzoek, ontwikkeling en innovatie, worden 'verticale allianties met toeleveranciers en afnemers' en 'samenwerking met eindgebruikers door wensen voor innovaties te onderzoeken' het meest genoemd. Bedrijven hebben dus een voorkeur voor ketensamenwerking, voor verticale allianties met toeleveranciers, afnemers en eindgebruikers bij innovatieve processen.

Het verhandelen van royalty's en het kopen van intellectueel eigendom blijken van weinig belang te zijn voor innovatie.

Samenwerking met universiteiten (u), hogescholen (h) en kennisinstututen (k) wordt door een substantieel deel van de respondenten van grote meerwaarde geacht voor de onderneming. Respectievelijk 36% (u), 29% (h) en 26% (k) noemt dat van belang of van groot belang. Het is dan ook opvallend dat 19% van de ondernemingen aangeeft het vinden van wetenschappelijke partners op nationaal niveau een van de grootste hindernissen te vinden voor het realiseren van een nieuw succesvol product. Blijkbaar weten bedrijven en wetenschappelijke instellingen elkaar nog lang niet altijd te vinden.

De overheid kent diverse regelingen die innovatie moeten bevorderen. Van de bestaande regelingen scoort vooral de WBSO: 68% van de respondenten vindt deze regeling goed of zeer goed. Bij de grote bedrijven is dit zelfs 87%. Van de meeste andere regelingen wordt nauwelijks of geen gebruik gemaakt, of de bedrijven zijn zelfs onbekend met de regelingen. Een kleine 20% geeft aan goede tot zeer goede ervaringen te hebben met de Innovatiebox. Gezien het feit dat het gebruik van WBSO hoog is en dat 61% van de respondenten aangeeft sinds 2009 vernieuwde producten op de markt te hebben gebracht, zou een groter gebruik van de Innovatiebox worden verondersteld. Syntens scoort weliswaar beter dan gemiddeld, maar met nog geen kwart van de bedrijven dat aangeeft dat Syntens goed of zeer goed werk levert, scoort ook deze organisatie matig in de ogen van de respondenten.

Het kabinet Rutte heeft een omslag gemaakt van innovatiesubsidies naar kredieten en fiscale regelingen. De respondenten blijken grotendeels onbekend met de diverse regelingen. Opvallend is dat de per 1 januari 2012 geïntroduceerde Research en

Development Aftrek (RDA) nu al grote bekendheid geniet. Deze krijgt de hoogste waardering; een groot deel van de respondenten geeft aan er gebruik van te gaan maken. Langer bestaande regelingen als Innovatiekrediet, Borgstelling MKB-kredieten en Garantie Ondernemingsfinanciering zijn onbekender.

Gevraagd naar de financieringsbehoefte van bedrijven, geeft maar liefst 73% van de respondenten aan dat zij in de komende twee jaar een financieringsbehoefte hebben van minimaal € 50.000,-. De helft van de bedrijven verwacht meer dan € 250.000,- nodig te hebben.

Meer dan de helft van de bedrijven zegt knelpunten te ondervinden bij de financiering van innovatie.

Het door het kabinet ingezette topsectorenbeleid heeft onder meer tot doel Nederland innovatiever te maken. Het beleid, dat verleden jaar van start is gegaan, is bekend bij bijna de helft van de ondernemers (42%). Van de respondenten geeft 10% aan zelf actief betrokken te zijn bij het topsectorenbeleid.

1 Algemene informatie

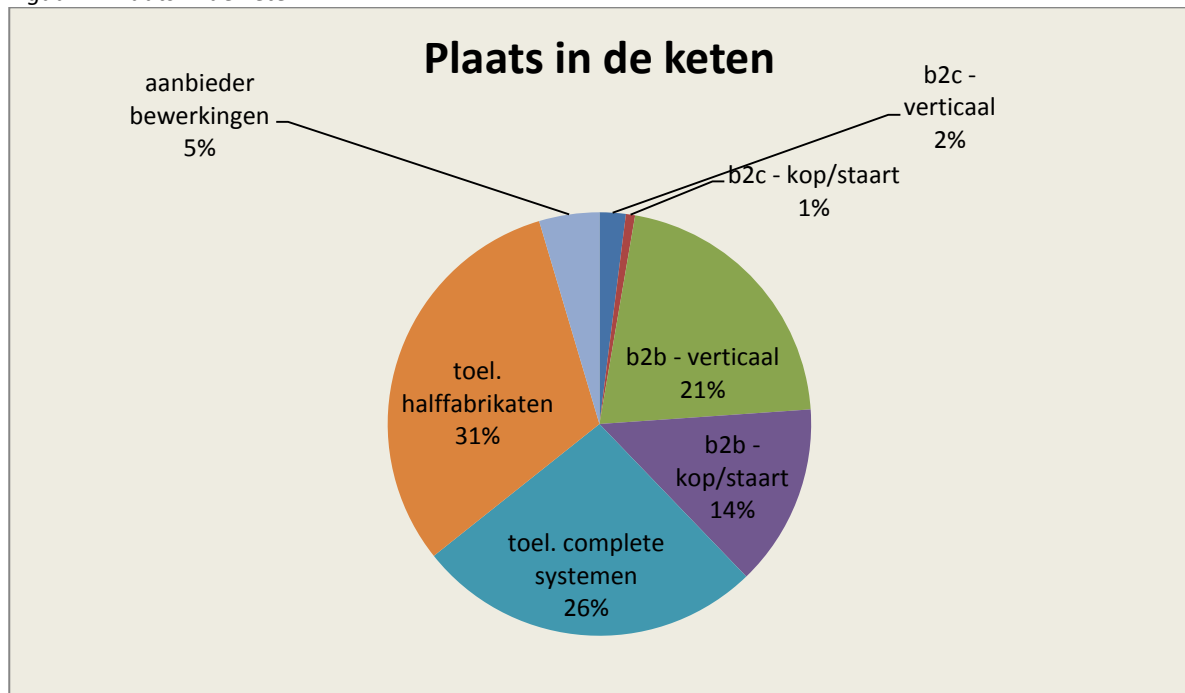
Aan dit onderzoek deden 157 bedrijven mee met in totaal 60.815 medewerkers. Meer dan de helft van de deelnemende bedrijven heeft meer dan 100 werknemers in dienst (zie figuur 1).

Figuur 1: bedrijfsgrootte

Bedrijfsgrootte	Percentage van de deelnemers
0 – 10 werknemers	14%
11 – 50 werknemers	31%
51 – 100 werknemers	18%
101 – 250 werknemers	24%
251 – 500 werknemers	8%
> 500 werknemers	6%

De meeste bedrijven zijn toeleveranciers van halffabrikaten (zie figuur 2); daarnaast zijn veel bedrijven werkzaam als toeleverancier van complete systemen, verticaal geïntegreerde bedrijven of zogenaamde kop-staart-bedrijven.

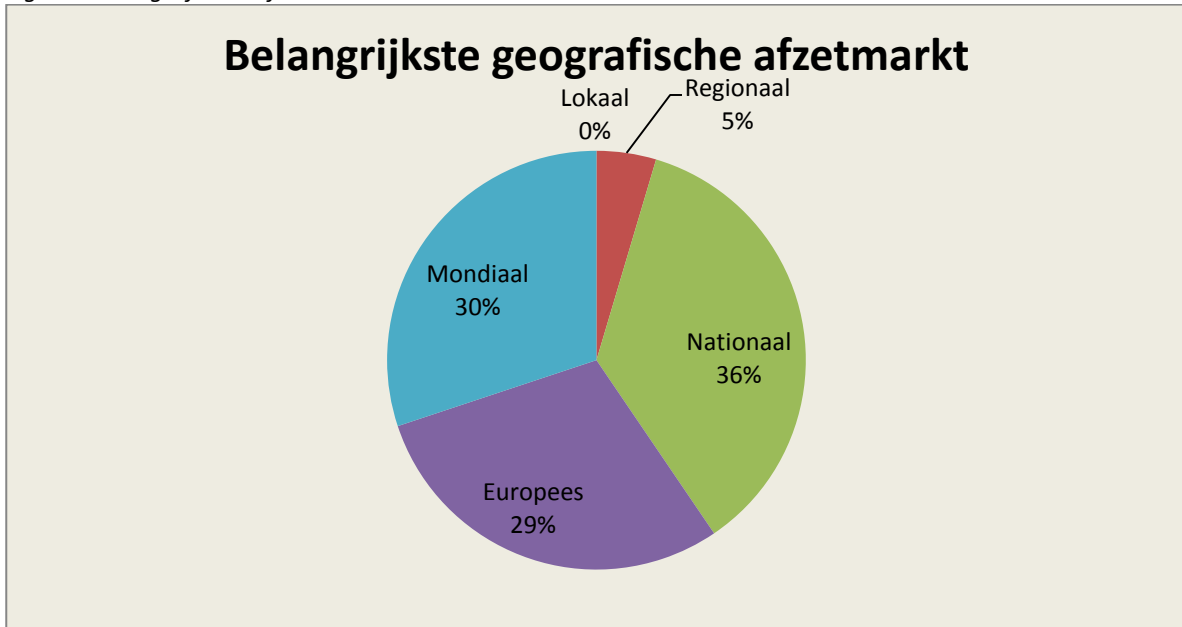
Figuur 2: Plaats in de keten



Belangrijkste afzetmarkten

In figuur 3 staan de belangrijkste afzetmarkten weergegeven. Het grootste deel van de respondenten is internationaal actief. Maar liefst 30% geeft aan vooral mondiaal te opereren.

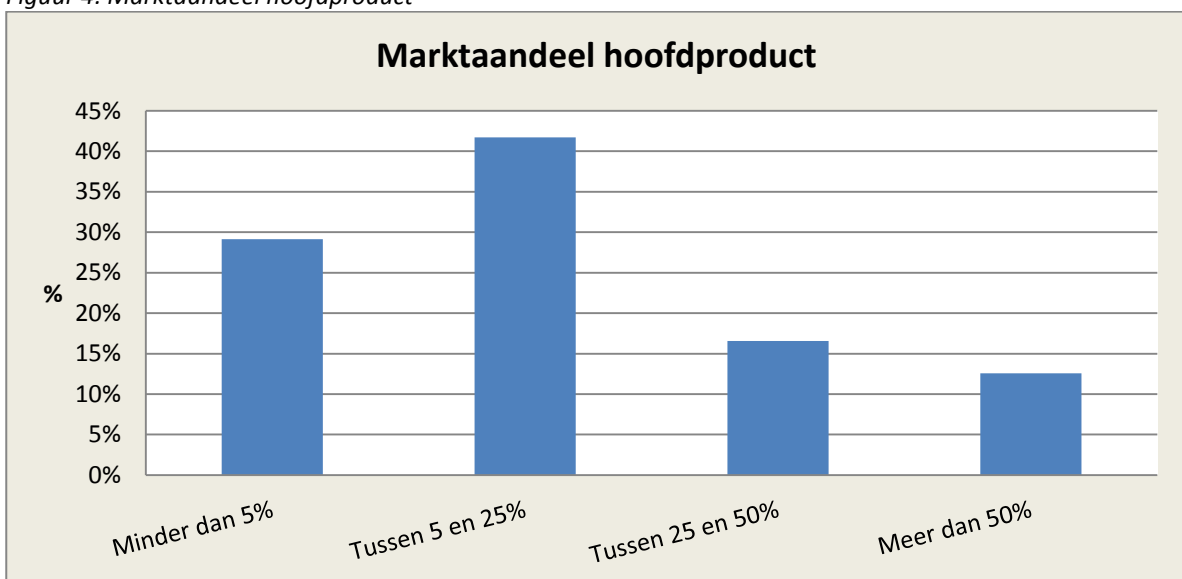
Figuur 3: Geografische afzetmarkten



Marktaandeel

De meeste bedrijven hebben slechts een gedeelte van de markt in handen (zie figuur 4). Ongeveer 30% beslaat met het hoofdproduct een kwart of meer van de gehele markt en 12% heeft zelfs meer dan de helft van de markt in handen. Veel van de responderende bedrijven kunnen dus worden beschouwd als wereldspelers op nichemarkten.

Figuur 4: Marktaandeel hoofdproduct



Omzet en winstgevendheid

2010 was een zwak jaar voor de technologische industrie. Dat is ook te zien aan de omzetgroei onder de responderende bedrijven (zie figuur 5). De winstgevendheid nam in die periode echter wel toe met 8,6%, ten opzichte van het extreem zware 2009. In 2011 hebben de bedrijven een gemiddelde groei doorgemaakt van 6,7% en een winststijging van 23,3%. Dit resultaat komt overeen met de FME-conjunctuurenquête voorjaar 2012. Weliswaar kwam daaruit naar voren dat in de tweede helft van 2011 de winstgevendheid was afgenomen ten opzichte van de eerste helft van hetzelfde jaar, over het gehele jaar genomen is er sprake van een groei van de winstgevendheid van 24,5% ten opzichte van 2010.

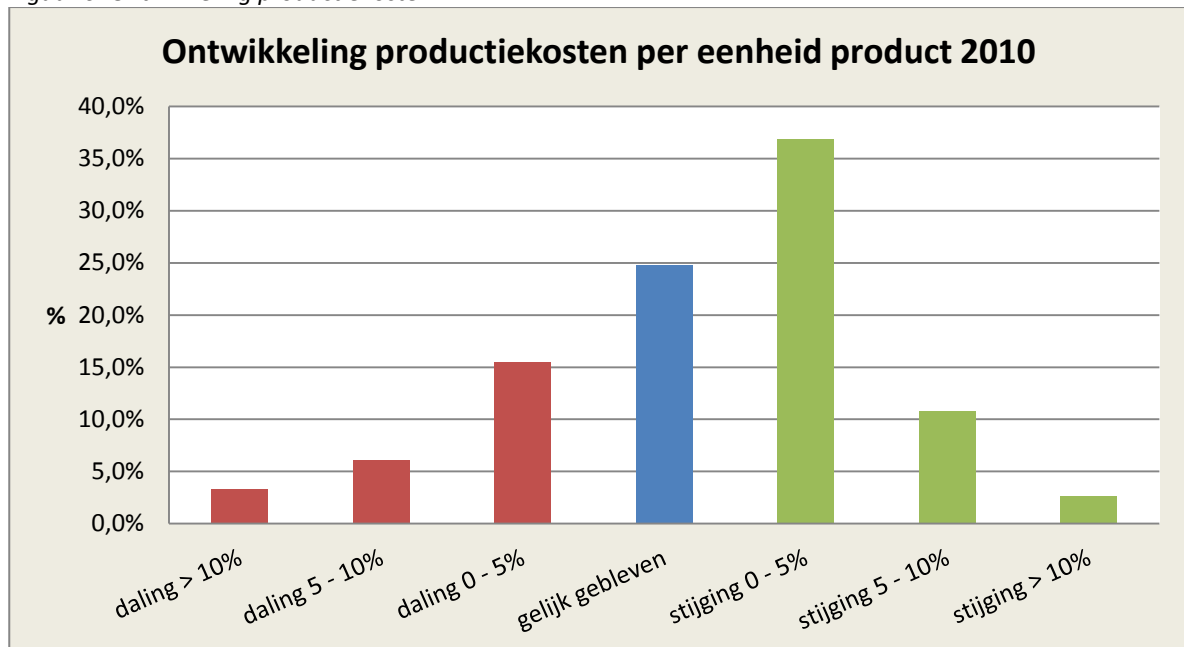
Figuur 5: Omzet en winstgevendheid

Jaar	Omzetgroei	Winstgevendheid
2010 (t.o.v. 2009)	+ 0,5%	+ 8,6%
2011 (t.o.v. 2010)	+ 6,7%	+ 23,3%

Ontwikkeling productiekosten

In figuur 6 staat de ontwikkeling van de productiekosten per eenheid product in 2010 weergegeven. 50% van de bedrijven heeft te maken gehad met stijgende productiekosten; bij een kwart is er sprake van dalende productiekosten.

Figuur 6: Ontwikkeling productiekosten

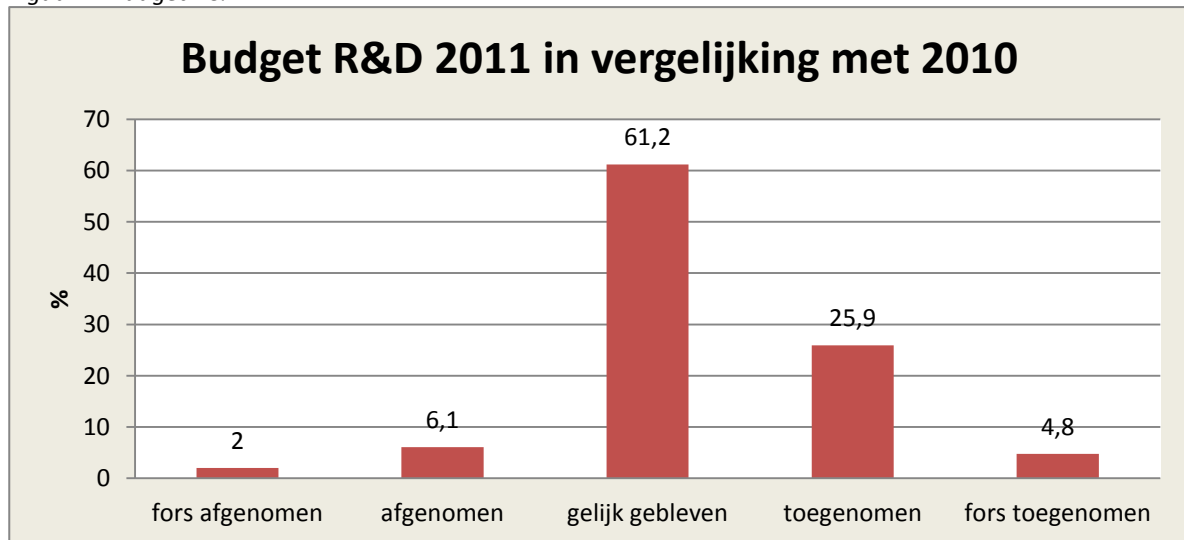


2 Innovatie – algemeen

Gemiddeld besteden de deelnemende bedrijven een bedrag aan R&D dat gelijk staat aan 7% van de omzet. Het gemiddelde in de gehele sector ligt rond 3,7%. Het verschil wordt grotendeels bepaald doordat in dit onderzoek bedrijven zijn benaderd waarvan bekend is dat zij investeren in R&D. In dat kader is ook de technische groothandel buiten beschouwing gelaten.

Het budget voor R&D blijft toenemen (zie figuur 7). Ruim 60% van de deelnemende bedrijven geeft aan dat het innovatiebudget gelijk is gebleven aan dat van 2010. Bij ruim 30% is het budget zelfs gegroeid.

Figuur 7: Budget R&D



Ontwikkeling aantal R&D-medewerkers

Uit het onderzoek blijkt dat ongeveer 6% van de werknemers van de responderende bedrijven zich bezighoudt met R&D en/of innovatie.

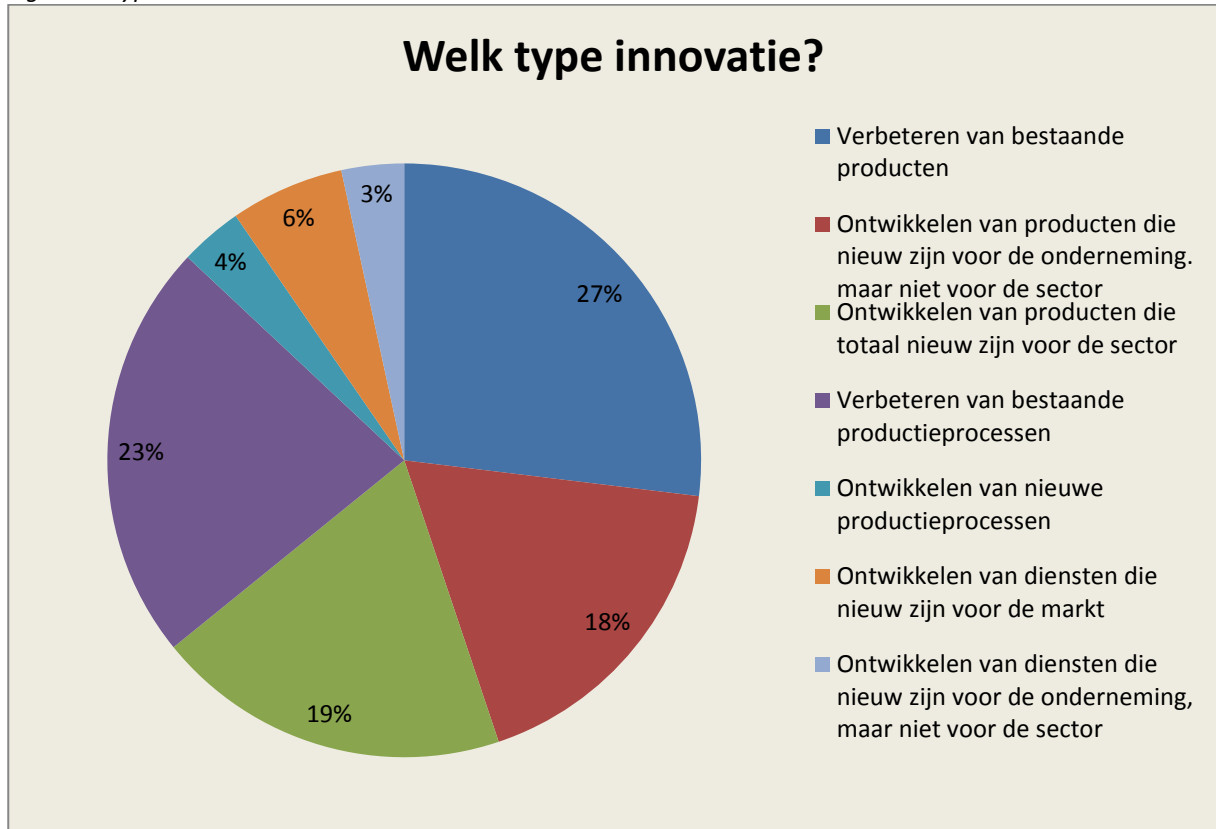
Het aantal R&D-medewerkers is in 2011 toegenomen met 6%.

Type innovatie

De bedrijven is gevraagd op welk type innovatie zij zich in het bijzonder richten. De meeste bedrijven richten zich op productinnovatie (64%), 27% richt zich vooral op procesinnovatie en 9% houdt zich voornamelijk bezig met marktinnovatie.

De 64% die zich vooral richt op productinnovatie is onder te verdelen in drie groepen: het verbeteren van bestaande producten (27%), productinnovaties die nieuw zijn voor het bedrijf (18%) en productinnovaties die nieuw zijn voor de sector (19%). (zie figuur 8). Bij de 27% die de focus richt op procesinnovatie gaat het veelal om het verbeteren van het bestaande productieproces (23%), het ontwikkelen van nieuwe processen staat in 4% van de bedrijven centraal.

Figuur 8: Type innovatie

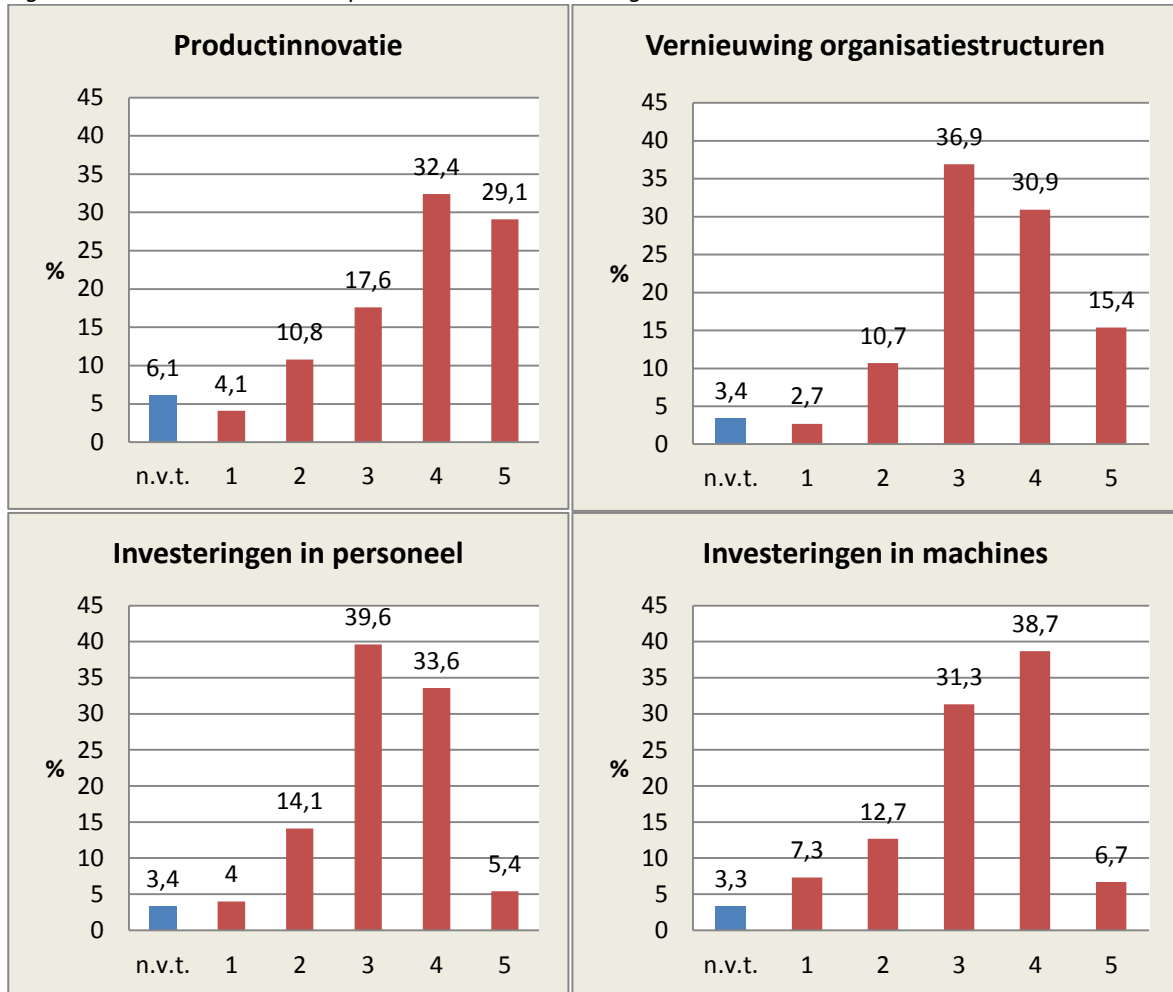


Productinnovatie is essentieel

In het onderzoek is de bedrijven gevraagd hoe belangrijk bepaalde activiteiten zijn voor de productiviteitsontwikkeling van de onderneming (zie figuur 9). Alle vier genoemde activiteiten (productinnovatie, vernieuwing organisatiestructuren, investeringen in personeel en investeringen in machines) worden belangrijk geacht. Productinnovatie, zo blijkt, wordt het meest van belang geacht voor productiviteitsontwikkeling. Maar liefst 61,5% van de bedrijven noemt dit belangrijk of zeer belangrijk.

Het investeren in machines wordt door ruim 45% gekwalificeerd als belangrijk tot zeer belangrijk om tot productiviteitsontwikkeling te komen.

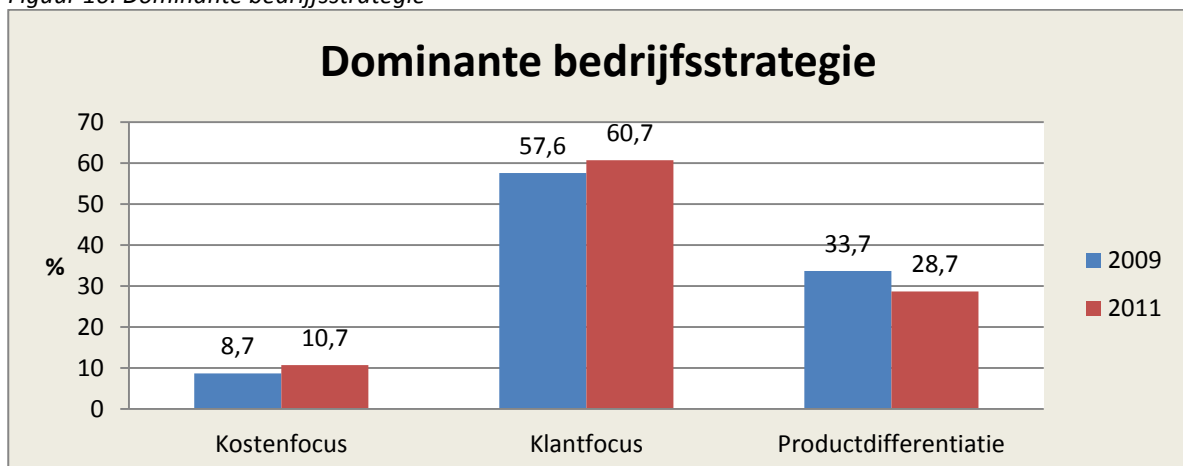
Figuur 9: Relatie activiteiten en productiviteitsontwikkeling



Dominante bedrijfsstrategie

In figuur 10 wordt weergegeven wat de dominante bedrijfsstrategie is van de bedrijven. Zes op de tien bedrijven focust vooral op de relatie met de klant. Minder dan dertig procent richt zich hoofdzakelijk op het leveren van een uniek product. De levering van een zo goedkoop mogelijk product is voor één op de tien bedrijven de belangrijkste strategie.

Figuur 10: Dominante bedrijfsstrategie



3 Product- en procesinnovatie

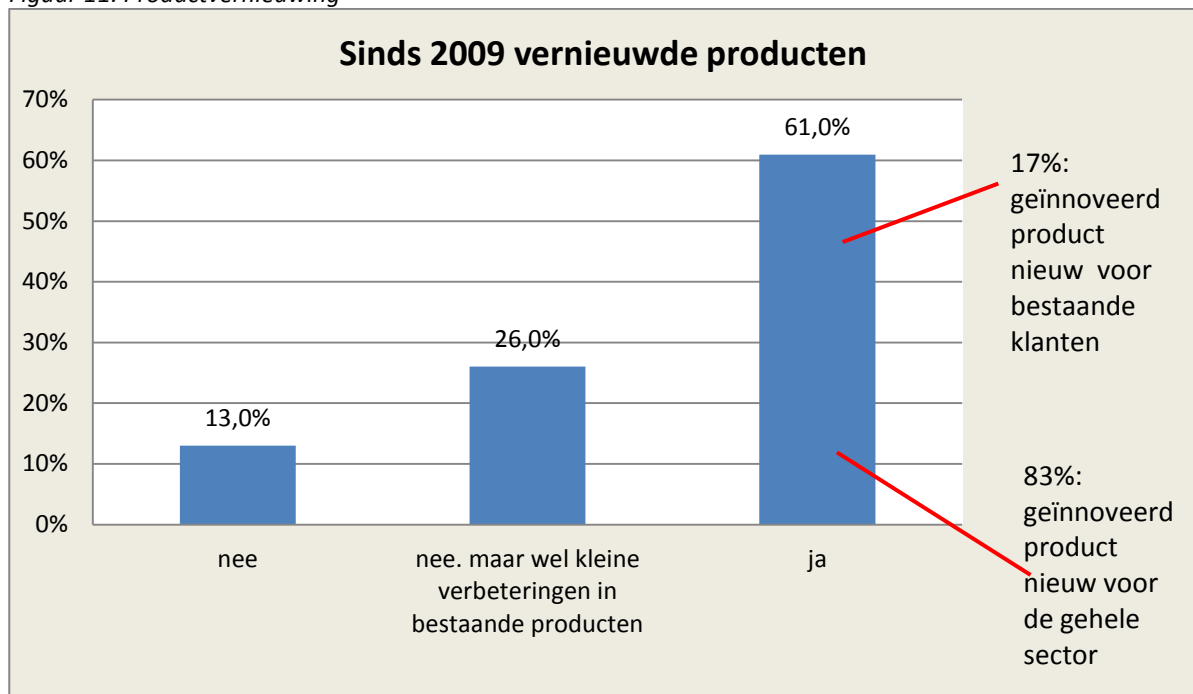
Productvernieuwing

In figuur 8 is getoond dat 37% van de bedrijven zich primair richt op het ontwikkelen van producten die nieuw zijn voor de onderneming of zelfs voor de gehele sector. Elders in het onderzoek hebben wij de bedrijven gevraagd of zij in de periode 2009-2011 technologische vernieuwingen aan bestaande producten hebben gerealiseerd (zie figuur 11).

Slechts 13% heeft niets gewijzigd aan de productlijn. Een kwart van de bedrijven heeft marginale verbeteringen aangebracht aan bestaande producten en maar liefst 61% heeft compleet vernieuwde producten gelanceerd.

Op de vraag of deze innovatie uitsluitend nieuw is voor bestaande klanten of ook nieuw voor de gehele sector, geeft 83% aan dat het laatste het geval is (zie rechterkant grafiek).

Figuur 11: Productvernieuwing



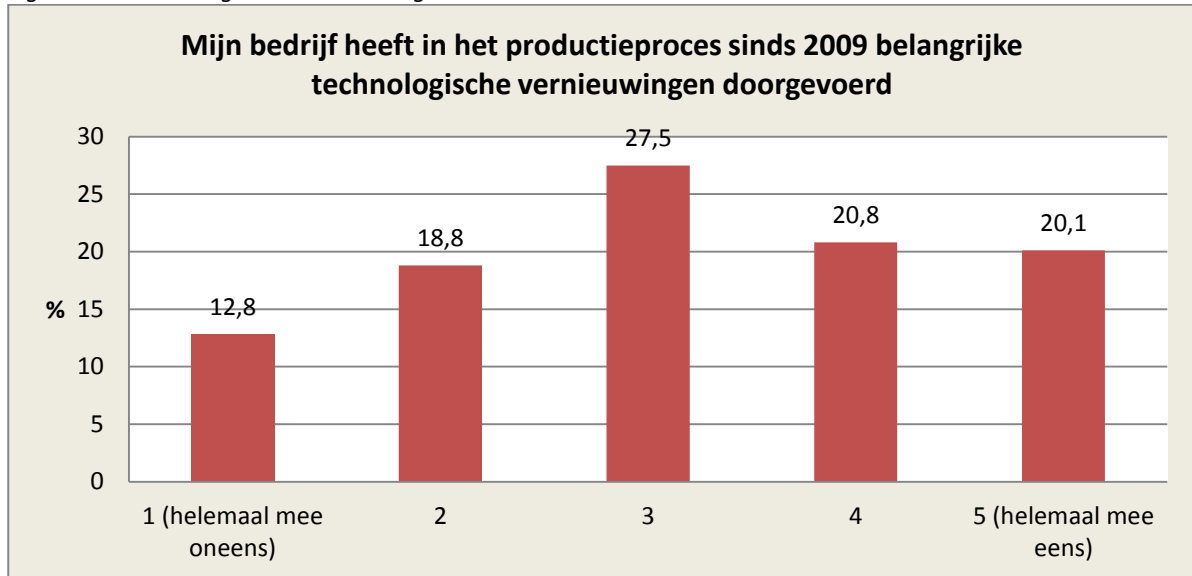
Stellingen

In het onderzoek zijn enkele stellingen voorgelegd over technologische vernieuwing en vernieuwende werkwijze. Figuur 12 toont dat in de periode 2009-2011 meer dan 40% van de bedrijven in sterke of zeer sterke mate belangrijke technologische vernieuwingen heeft doorgevoerd.

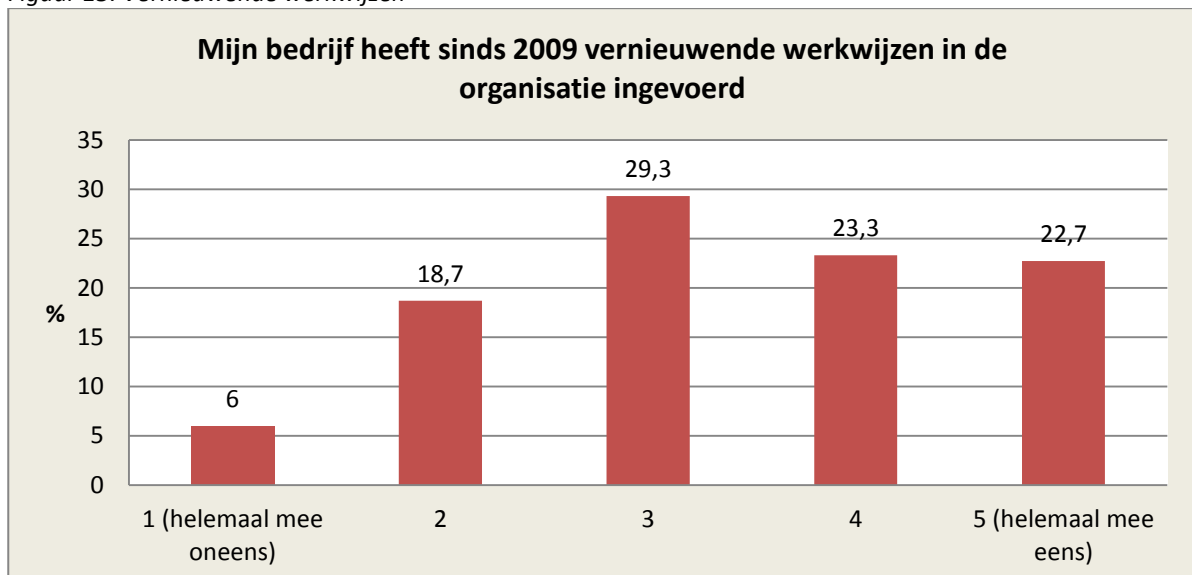
Een vergelijkbaar percentage heeft in sterke of zeer sterke mate een vernieuwende werkwijze ingevoerd (zie figuur 13).

Bedrijven vernieuwen dus niet enkel de 'harde' technologie-kant, maar zijn ook bezig hun organisatie en werkwijze te vernieuwen. Slechts een gering aantal bedrijven heeft op geen van de twee gebieden een vernieuwing doorgevoerd.

Figuur 12: Technologische vernieuwingen



Figuur 13: Vernieuwende werkwijzen

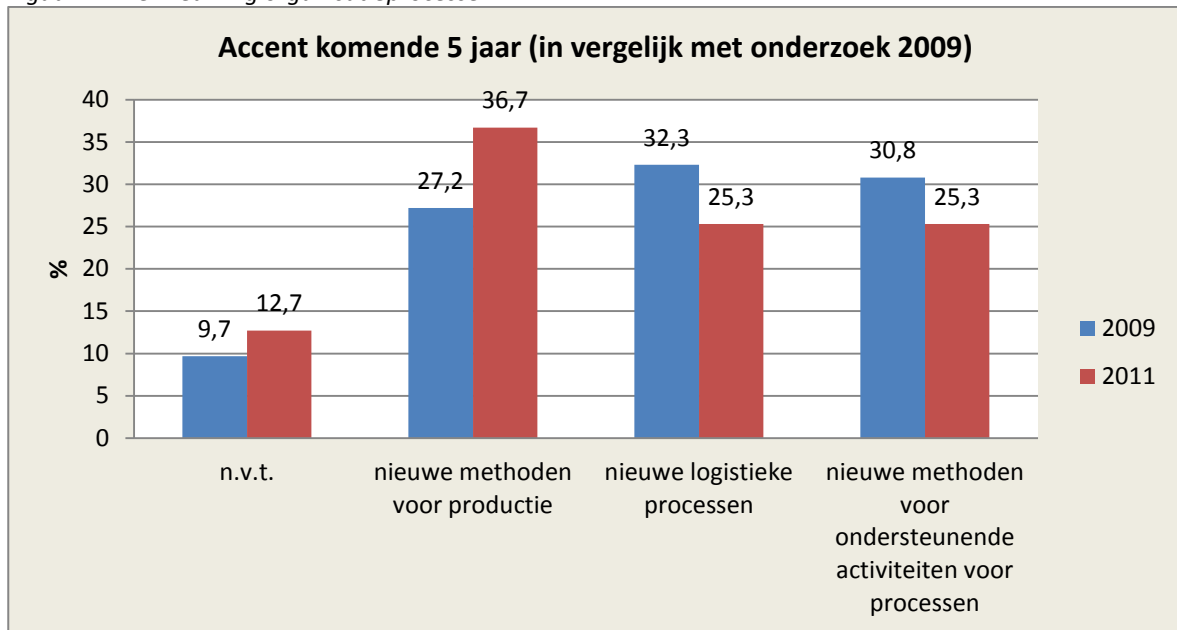


Organisatieprocessen

In figuur 14 staan de antwoorden weergegeven op de vraag: “Waar ligt de komende vijf jaar het accent voor uw bedrijf als het gaat om vernieuwen/optimaliseren van organisatieprocessen?”

Om de organisatieprocessen de komende vijf jaar te optimaliseren en te vernieuwen, zet 36,7% van de respondenten in op het toepassen van nieuwe productiemethoden. In 2009 was dit nog 27,2%. Minder ondernemers dan in 2009 leggen het accent op de ontwikkeling van nieuwe logistieke processen en op nieuwe ondersteunende activiteiten voor processen; nu beide ruim 25%, in 2009 was dat ruim 30%.

Figuur 14: Vernieuwing organisatieprocessen

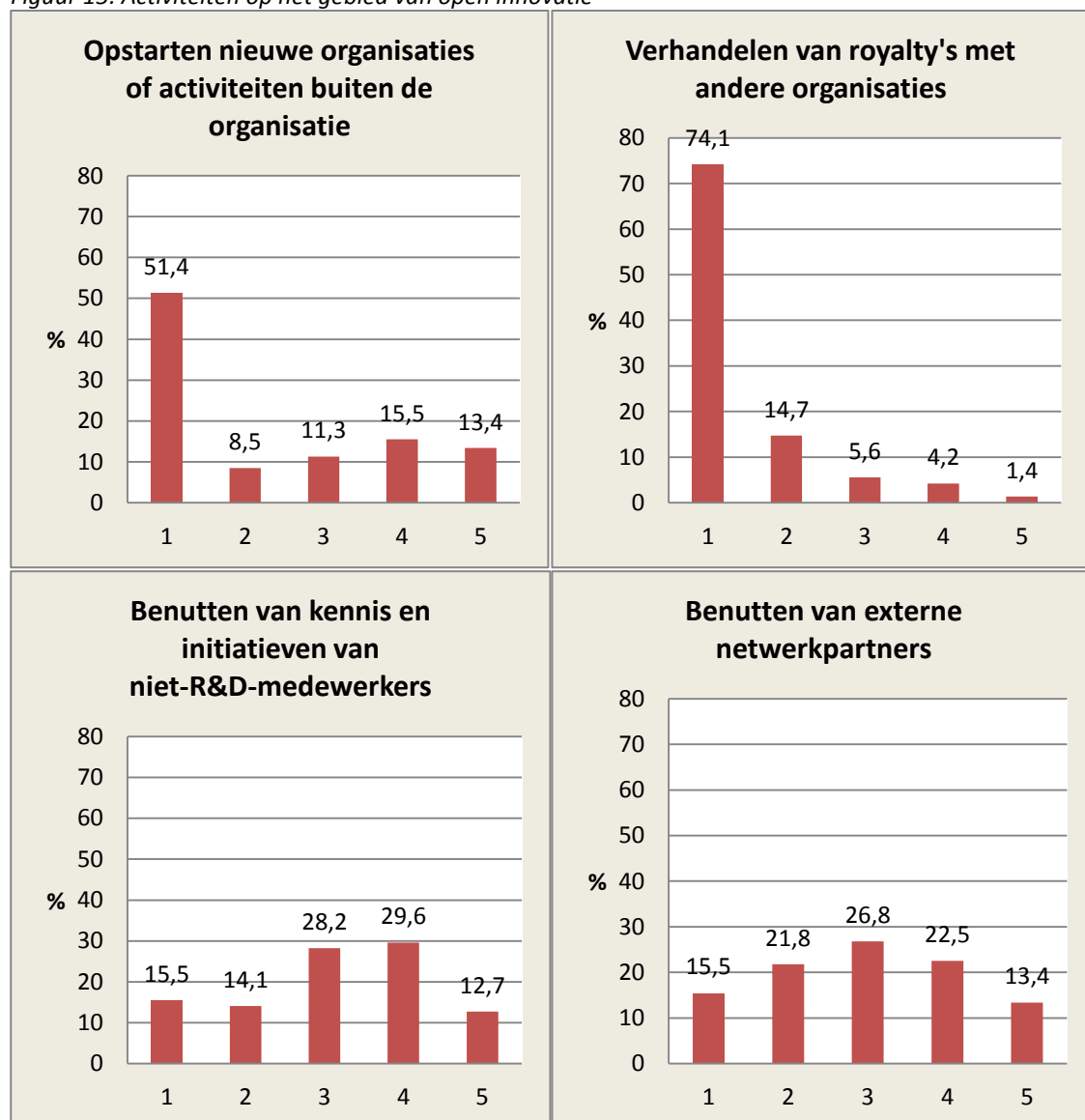


4 Open innovatie

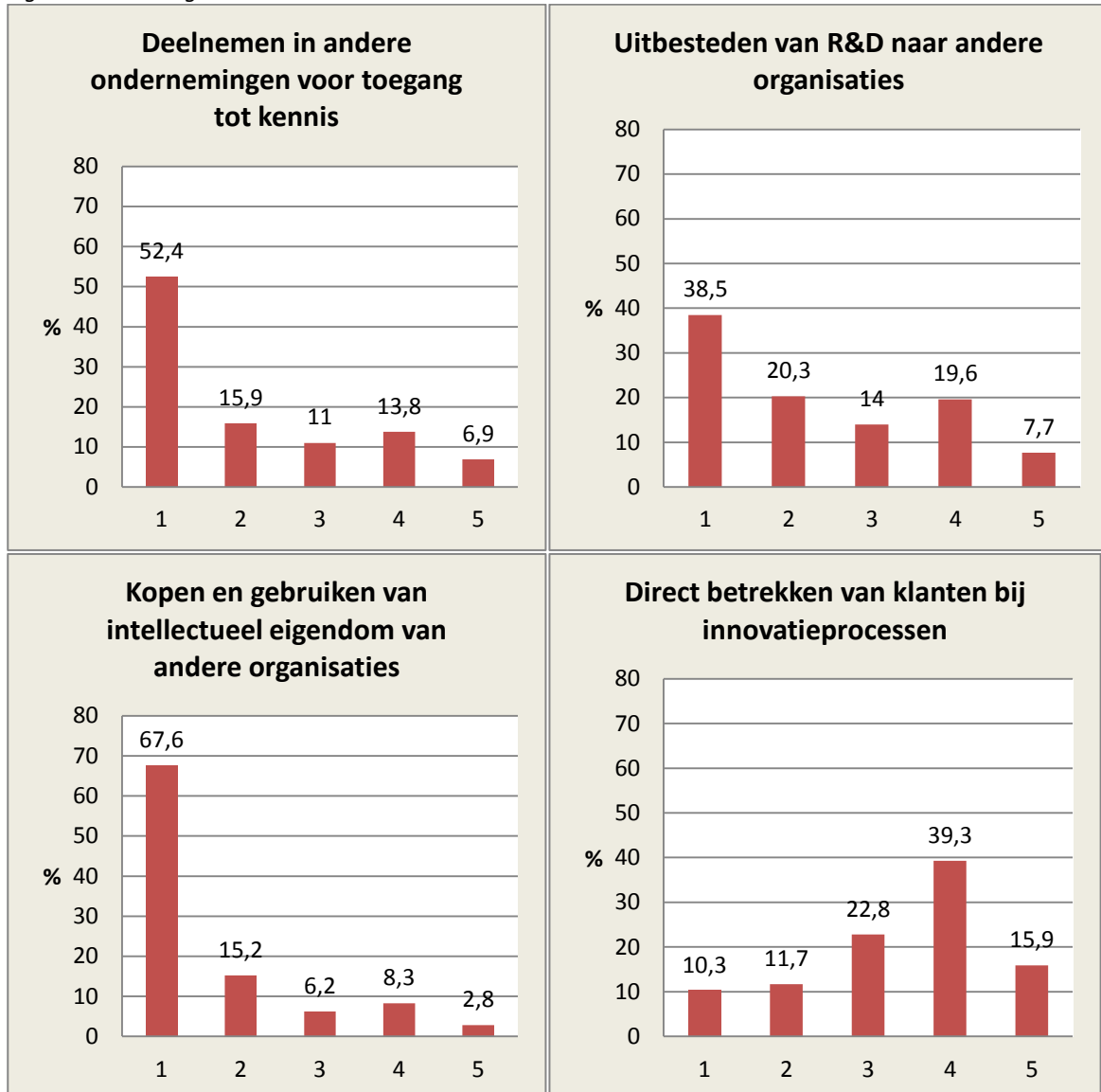
Vormen van open innovatie

De bedrijven is gevraagd welke activiteiten op het gebied van open innovatie zij de afgelopen vijf jaar hebben uitgevoerd. Daarbij konden zij aangeven in hoeverre deze van toepassing waren (1 = van geen enkel belang, 5 = zeer belangrijk). De resultaten staan in figuur 15. De meest gebruikte vorm van open innovatie is het direct betrekken van klanten bij innovatieprocessen (55% noemt dit belangrijk tot zeer belangrijk). Ook belangrijk worden gevonden: het benutten van kennis en initiatieven van niet-R&D-medewerkers (42%) en het benutten van externe netwerkpartners (36%). Van weinig belang blijken het verhandelen van royalty's met andere organisaties (6%) en het kopen en gebruiken van intellectueel eigendom van andere organisaties (11%).

Figuur 15: Activiteiten op het gebied van open innovatie



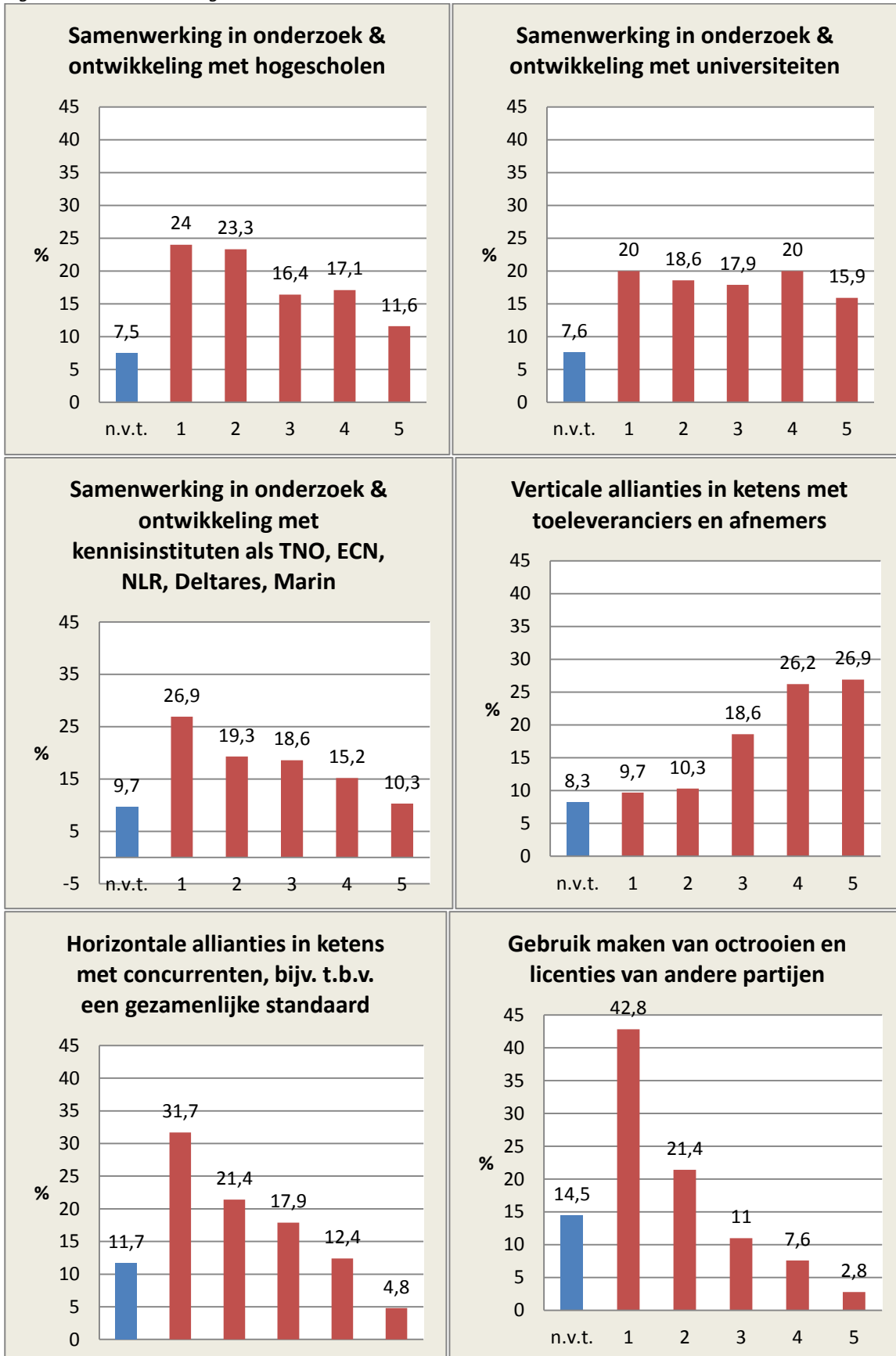
Figuur 15 - vervolg



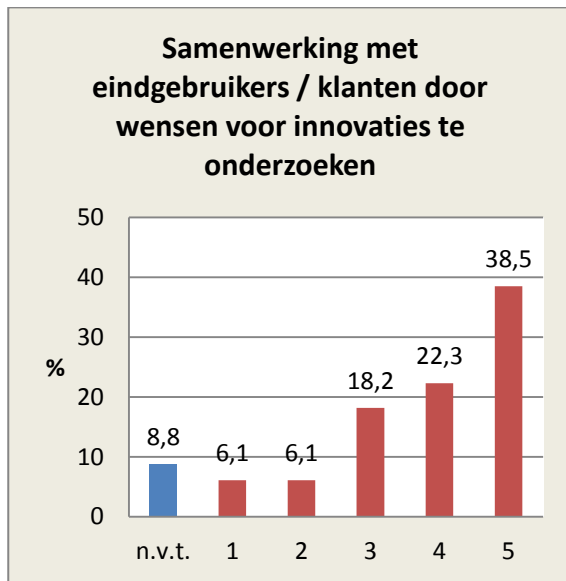
Samenwerking

In figuur 16 staat aangegeven in welke mate en met wie bedrijven samenwerken op het gebied van onderzoek, ontwikkeling en innovatieprojecten (1 = van geen enkel belang, 5 = zeer belangrijk). Deze grafiek toont dat samenwerking bij onderzoek en ontwikkeling voornamelijk wordt gezocht in verticale allianties met toeleveranciers en afnemers, meer dan 50% van de respondenten vindt dit belangrijk of zeer belangrijk. Meer dan 60% vindt het belangrijk samen met de eindgebruiker de klantwens te definiëren om tot innovatie te komen. Er is minder sprake van horizontale allianties; 53% zegt samenwerking met concurrenten niet of nauwelijks van belang te vinden. Samenwerking met universiteiten en hogescholen wordt belangrijker gevonden dan samenwerking met kennisinstututen.

Figuur 16: Samenwerking in onderzoek



Figuur 16 - vervolg



5 Hindernissen

Gebrek aan inzicht in nieuwe technologische mogelijkheden is een belangrijke hindernis voor bedrijven om hun producten of processen te kunnen vernieuwen (zie figuur 17).

Voor maar liefst 1 op de 5 bedrijven is het niet vinden van geschikte wetenschappelijke partners op nationaal niveau een belemmering voor productinnovatie. Een substantieel deel van de bedrijven slaagt er niet in een wetenschappelijke samenwerkingspartner te vinden als het gaat om vernieuwing van producten en/of processen; hier kan nog een slag worden gemaakt.

Het vinden van wetenschappelijke en van commerciële partners op internationaal niveau en wordt beide door bijna 20% als hindernis voor productinnovatie genoemd.

Figuur 17: Hindernissen

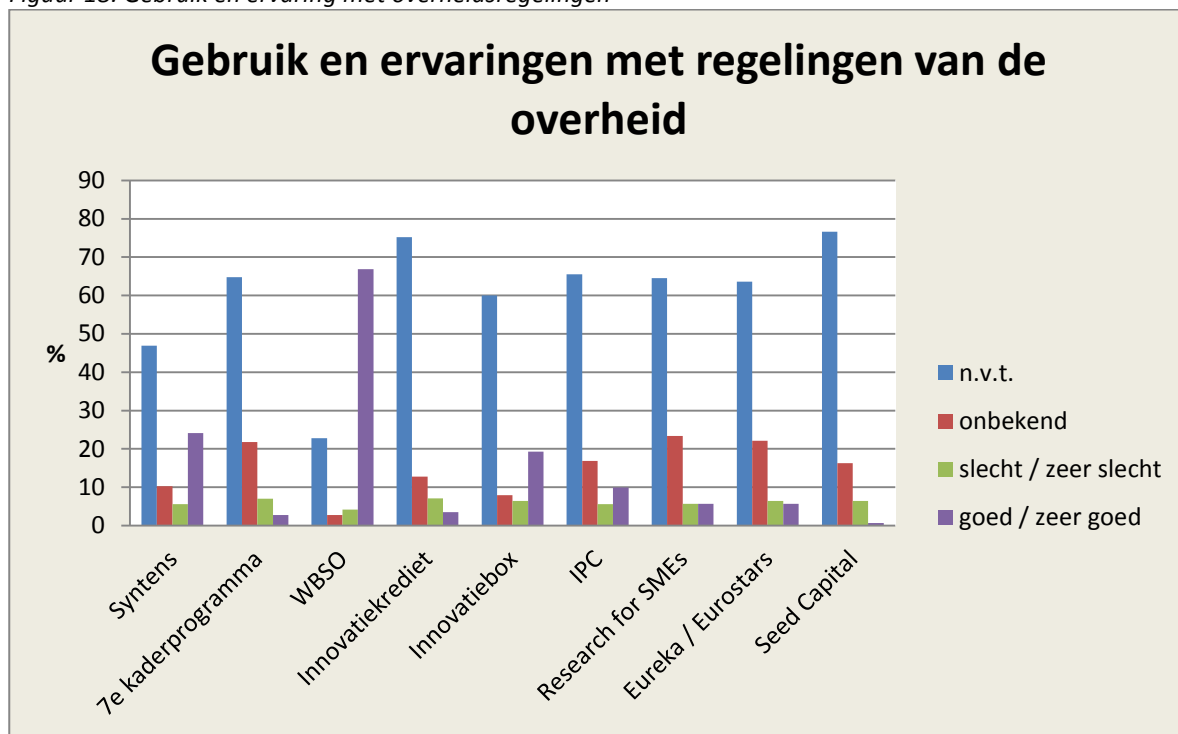
Grootste hindernissen op het gebied van technologie en samenwerking bij verkrijgen innovatief product	Percentage van de deelnemers
Onvoldoende inzicht in technologische / innovatieve mogelijkheden voor product-/procesvernieuwing	27,3%
Het vinden van geschikte wetenschappelijke / technologische samenwerkingspartners, nationaal	18,9%
Het vinden van geschikte wetenschappelijke / technologische samenwerkingspartners, internationaal	19,7%
Het vinden van geschikte commerciële samenwerkingspartners, regionaal	4,5%
Het vinden van geschikte commerciële samenwerkingspartners, nationaal	12,9%
Het vinden van geschikte commerciële samenwerkingspartners, internationaal	18,2%
Gebrek aan (toegang tot) bepaalde kennis, regionaal	3,8%
Gebrek aan (toegang tot) bepaalde kennis, nationaal	10,6%
Gebrek aan (toegang tot) bepaalde kennis, internationaal	11,4%
Toegang tot testfaciliteiten	5,3%
Anders	25,8%

6 Regelingen

Bestaande regelingen

Er zijn meerdere regelingen beschikbaar om innovatie te bevorderen. Aan de bedrijven is gevraagd in hoeverre zij gebruik maken van deze regelingen en wat hun oordeel daarover is. De resultaten staan in figuur 18.

Figuur 18: Gebruik en ervaring met overheidsregelingen



Van de lijst met regelingen komt alleen de WBSO er positief uit: 68% vindt deze regeling goed of zeer goed. Een kwart van de bedrijven is onbekend met de WBSO of maakt er geen gebruik van.

Een kleine 20% geeft aan goede tot zeer goede ervaringen te hebben met de Innovatiebox. Gezien het feit dat het gebruik van WBSO hoog is en dat 61% van de respondenten aangeeft sinds 2009 vernieuwde producten op de markt te hebben gebracht, zou een groter gebruik van de Innovatiebox worden verondersteld.

Research for SMEs blijkt de minst bekende regeling. Seed Capital wordt het minst van toepassing geacht.

Opvallend is dat ook Syntens voor meer dan de helft van de bedrijven onbekend of niet van toepassing is. Minder dan een kwart van de geënquêteerden is tevreden over deze instelling.

Nieuwe regelingen

Het kabinet stelt dat ondernemers geen complexe subsidies nodig hebben om te innoveren, maar wél uitstekende randvoorwaarden. Vanuit dit uitgangspunt bouwt het kabinet aan een versterking van het innovatievermogen met minder subsidies en meer kredieten. Het schrappen van innovatiesubsidies wordt gecompenseerd met fiscale regelingen.

Opvallend is dat de meest bekende regeling de per 1 januari 2012 geïntroduceerde Research en Development Aftrek is (zie figuur 19 t/m 21). De RDA krijgt de hoogste waardering; een groot deel van de respondenten geeft aan er gebruik van te gaan maken. Langer bestaande regelingen als Innovatiekrediet, Borgstelling MKB-kredieten en Garantie Ondernemingsfinanciering zijn minder bekend.

Figuur 19: Bekendheid met regelingen

Bekendheid met regelingen	Aantal bedrijven (N=88)
RDA	74
RDA+	31
Innovatiekrediet	42
Fund of funds	13
Borgstelling MKB-kredieten	32
Garantie Ondernemingsfinanciering	15

Figuur 20: Toekomstig gebruik regelingen

Gaat u gebruik maken van regelingen?	Aantal bedrijven
RDA	50
RDA+	11
Innovatiekrediet	8
Fund of funds	1
Borgstelling MKB-kredieten	5
Garantie Ondernemingsfinanciering	4

Figuur 21: Oordeel regelingen

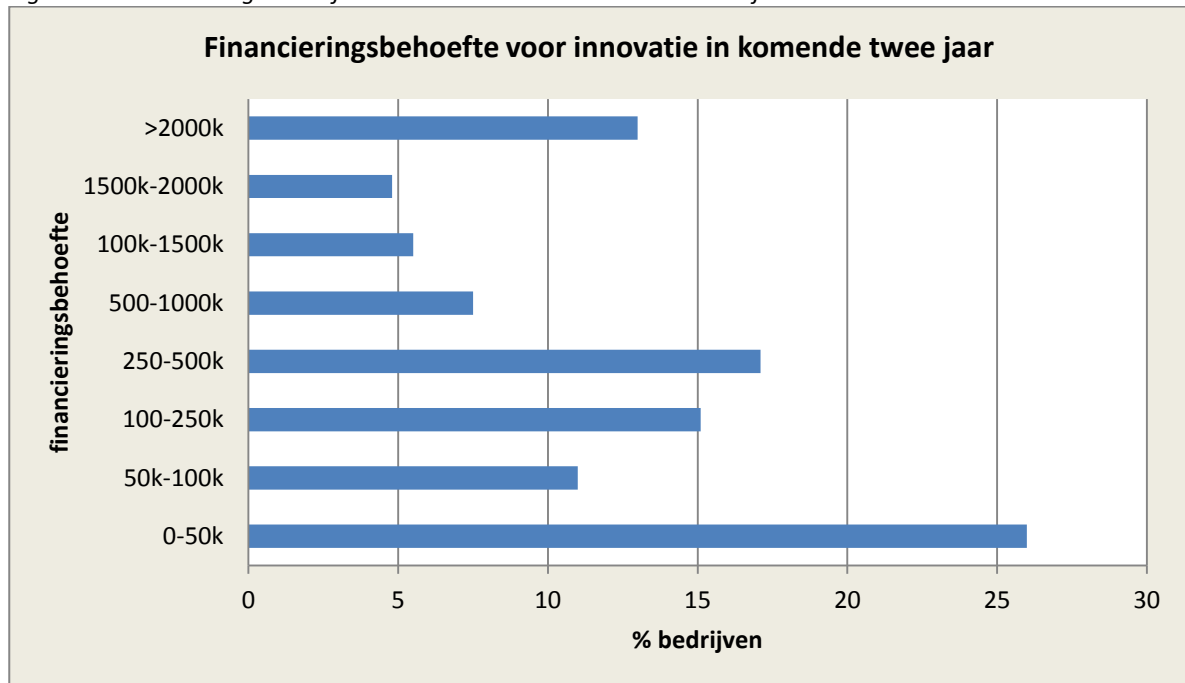
Oordeel regelingen	1	2	3	4	5
RDA	1	9	28	23	15
RDA+	1	7	17	10	6
Innovatiekrediet	2	9	29	4	2
Fund of funds	1	6	18	3	0
Borgstelling MKB-kredieten	1	5	20	9	5
Garantie Ondernemingsfinanciering	1	5	15	6	4

1 = zeer slecht, 5 = zeer goed

7 Financiering van innovatie

In figuur 22 staat de financieringsbehoefte voor innovatie van bedrijven weergegeven. Maar liefst 73% van de bedrijven heeft een financieringsbehoefte van € 50.000,- of meer. De helft van de responderende bedrijven geeft aan dat zij meer dan € 250.000,- nodig hebben in de komende twee jaar.

Figuur 22: Financieringsbehoefte voor innovatie in de komende twee jaar



Knelpunten financiering

Bijna de helft van de bedrijven ondervindt in enigerlei zin knelpunten bij de financiering van innovatie (zie figuur 23). Omdat innovatie een belangrijke aanjager is van economische groei, is dit een punt van aandacht.

Het grootste knelpunt is de onbekendheid met de diverse financieringsmogelijkheden.

Ook leggen vaak ontwikkelingskosten die met innovatie gepaard gaan een te groot beslag op het werkkapitaal.

Figuur 23: Knelpunten financiering innovatie

Knelpunten bij financiering van innovatie	Percentage van de deelnemers
Geen knelpunten	51,8%
Verschillende financieringsmogelijkheden zijn onvoldoende bekend	17,7%
De externe financieringsmogelijkheden zijn te beperkt	10,6%
Financiers zijn niet bereid risicovolle projecten te financieren	10,6%
Financiers hebben onvoldoende kennis van de markt (banken, venture capital, informal investors)	10,6%
Ontwikkelkosten leggen een te groot beslag op eigen werkkapitaal	17,0%
Anders, namelijk	4,3%

8 Topsectorenbeleid

Het topsectorenbeleid is bij bijna de helft van de respondenten bekend. Een tiende van de bedrijven is zelfs actief betrokken bij dit beleid (zie figuur 24 en 25). Bijna de helft van de bedrijven beschouwt zichzelf als onderdeel van de hightech-sector (zie figuur 26).

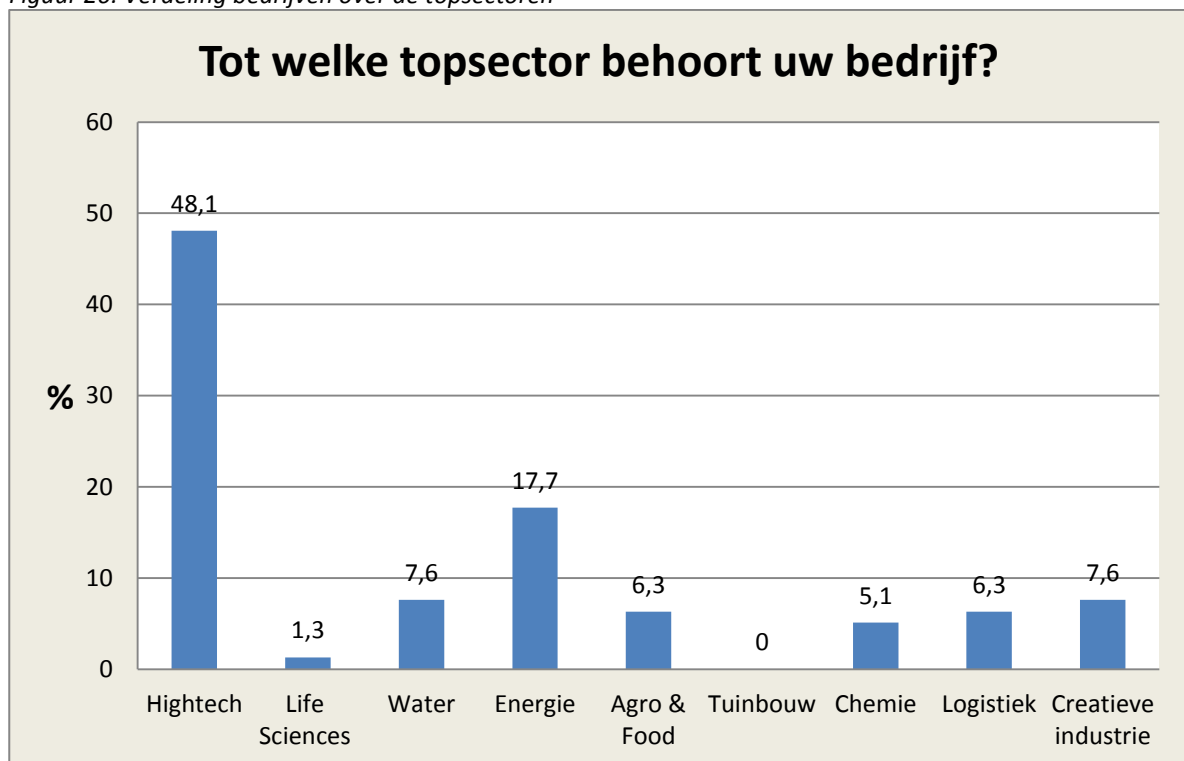
Figuur 24: Bekendheid topsectorenbeleid

Bent u bekend met het topsectorenbeleid?	Percentage van de deelnemers
Ja	41,6%
Nee	58,4%

Figuur 25: Betrokkenheid bij topsectorenbeleid

Bent u actief betrokken bij het topsectorenbeleid?	Percentage van de deelnemers
Ja	10,2%
Nee	68,0%
N.v.t.	21,8%

Figuur 26: Verdeling bedrijven over de topsectoren





Vereniging FME-CWM

Ondernemersorganisatie voor de technologische industrie
Boerhaavelaan 40 Postbus 190 2700 AD Zoetermeer

T (079) 353 11 00

E info@fme.nl

F (079) 353 13 65

I www.fme.nl