

1	Projectnaam	Life Science project: Zaaikapitaalfonds
2	Projectverantwoordelijke	Mw. Yvonne van Rooy, voorzitter college van bestuur UU Dhr. Sietse Zoodsma, directeur Simed Health Care Group Ondersteuning: L.Roxs
3	Cluster/thema-analyse	<p>De Life Science sector (incl. medische technologie) is een veelbelovende sector binnen de regio om te faciliteren en te stimuleren. Reden hiervoor zijn:</p> <ul style="list-style-type: none"> • De regio heeft een grote potentie op dit gebied als we kijken naar kennisinstellingen als Universiteit en Universitair Medisch Centrum en kennisintensieve bedrijven en instellingen zoals ook hier vertegenwoordigd. • Deze potentie komt niet altijd uit de verf komt waar het gaat om b.v. aantallen bedrijven en starters. • Deze sector wordt in economisch en maatschappelijk opzicht steeds belangrijker. Ontwikkelingen op het gebied van voedsel, medicijnen en demografie krijgen een steeds belangrijker invloed op de maatschappij en ons leven. Hier is voor de life science industrie een belangrijke rol weggelegd. Absoluut gezien is de life science sector economisch gezien nog klein, maar maakt een snelle ontwikkeling door, waarbij vooral het aantal bedrijven, clusters van bedrijven, de uitgaven aan de productontwikkeling en het aantal nieuwe marktintroducties exponentieel zijn toegenomen. Kortom deze sector biedt kansen voor de regio Utrecht.
4	Projectomschrijving	<p>Binnen de Utrechtse life science sector zijn er enkele knelpunten te benoemen. Een van deze knelpunten is het gebrek aan financieringsmogelijkheden voor life science ondernemingen, m.n. in de fase nadat de daadwerkelijke start heeft plaatsgevonden; de zogenaamde zaaifase. Dit is overigens een fase die veelal bepalend is voor de locatie waar een bedrijf zich gaat vestigen. Om hieraan tegemoet te komen is te overwegen een zaaikapitaalfonds in te richten.</p> <p>Voorwaarden zijn dat:</p> <ul style="list-style-type: none"> • er een goed plan van aanpak (businessplan) wordt geschreven • een professioneel managementteam dit gaat beheren • een mix is van private en publieke bijdragen <p>Het fonds dient een revolving fund te worden via welke jaarlijks gemiddeld 2 investeringen van € 500.000 - € 1.000.000 worden gedaan. Op termijn wordt in dividend voorzien.</p>

Initieel regionaal innovatieprogramma 2005-2008



5	Doelgroep	<ul style="list-style-type: none"> • (door)Startende life science bedrijven • potentiële participanten fonds; Universiteit Utrecht, Universitair Medisch Centrum, Universitaire Holdings, Ministerie van EZ
6	Projectresultaat	Medio 2005 dient er een fonds van minimaal 12 miljoen Euro gerealiseerd te zijn voor life science bedrijven met een secundaire financieringsbehoefte
7	Activiteiten	Businessplan schrijven Participanten vinden Ondertekening contracten 'Oplevering' fonds
8	Planning activiteiten	Q4 2004 businessplan schrijven Q1 2005 participanten vinden Q2 2005 ondertekening contracten Q3 2005 'oplevering' fonds
9	Interfaces met andere (TFI) projecten	Raakvlakken met de projecten 'Versnippering' en 'Acquisitie Kennisintensieve bedrijven'.
10	Middelen	Er zal 12 miljoen aan middelen moeten worden gevonden en tussen de € 750.000 - € 1.000.000 voor managementkosten.
11	Projectorganisatie	PM
12	Kwaliteit	PM
13	Informatie	PM
14	Doorlooptijd	Het fonds dient medio 2005 actief te zijn.

1	Projectnaam	Medisch Management & Ondernemen
2	Projectverantwoordelijke	Mw. Yvonne van Rooy, voorzitter college van bestuur UU Dhr. Sietse Zoodma, directeur Simed Health Care Group Ondersteuning: L.Roxs
3	Cluster/thema-analyse	<p>In het curriculum van onderwijsinstellingen op medisch gebied wordt in Nederland nauwelijks aandacht besteed aan managementkwaliteiten en ondernemen. Vaardigheden waar steeds meer een beroep wordt gedaan binnen het werkkterrein van de moderne arts/onderzoeker. Dit is des te meer van belang aangezien een steeds groter deel van de artsen binnen Nederland in privéklinieken gaat werken of iets dergelijks willen opzetten en het van belang is voor het innovatief vermogen van de regio dat kennisintensieve bedrijven ontstaan. Het ontbreken in de opleiding van deze competentie heeft o.a. als consequentie dat ziekenhuizen en zorginstellingen in Nederland nog steeds worden bestuurd i.p.v. gemanaged en dat het opzetten van een eigen bedrijf (b.v. ontwik. van medicijnen of apparatuur) relatief zelden voorkomt. Dit hiaat is ook te constateren binnen medische opleidingen in de provincie Utrecht. Een stimulans van buiten zou dit proces in een stroomversnelling kunnen brengen. Ook vanuit bedrijfsleven is geconsteerd dat kwaliteiten als management en ondernemen ontbreken in opleiding en.</p> <p>Het is dus de moeite waard te onderzoeken of dergelijke vaardigheden via modules in het curriculum kunnen worden opgenomen. Hierbij zou het goed zou zijn om ook externen te betrekken in de opzet van een dergelijk module, zoals Universiteit Utrecht, Hogeschool van Utrecht en Nyenrode, en wat breder te kijken hoe dit in andere ziekenhuizen in binnen- en buitenland wordt gedaan (benchmark). Andere faculteiten die hier mogelijk bij aan zouden kunnen sluiten zijn, (Medische) Biologie en Diergeneeskunde. Naast de UU zou de Hogeschool van Utrecht tevens geïnteresseerd kunnen zijn in een dergelijke opleiding. Doel is om een pilot te laten ontwikkelen als proef om te zien of een dergelijke opleidingsmodule kan aanslaan.</p>
4	Projectomschrijving	Ontwikkelen module 'Medisch Management' voor het curriculum van de studenten geneeskunde (en medische biologie) aan de Universiteit Utrecht.
5	Doelgroep	Studenten, artsen en onderzoekers binnen genoemde van opleidingen binnen UU, HvU, medisch technologische bedrijven in de regio.
6	Projectresultaat	<ul style="list-style-type: none"> • Pilot ontwikkelen • Module 'Medisch Management en Ondernemen' inbrengen in het curriculum van de studenten aan medische opleidingen of hieraan gerelateerde studies.

Initieel regionaal innovatieprogramma 2005-2008



7	Activiteiten	<ul style="list-style-type: none">• Eerste gesprek met UU 27-08-2004• Concensus over aanpak bij UU 01-10-2004• Instelling van bredere werkgroep 01-01-2005• Ontwikkeling pilot 01-06-2005• Start pilot 01-09-2005• Na succesvolle pilot structurele opzet in curriculum
8	Planning activiteiten	N.V.T.
9	Interfaces met andere (TFI) projecten	Raakvlakken met de projecten 'Versnippering' en 'Acquisitie Kennisintensieve bedrijven'.
10	Middelen	€ 50.000 (voor inzet kennisinstellingen en benchmark)
11	Projectorganisatie	Projectmanager Task Force fungeert als makelaar en ondersteuner
12	Doorlooptijd	Pilot is eind 2005 afgerond

1	Projectnaam	Bevordering innovatieve IT-bedrijven
2	Projectverantwoordelijken	Hans van Grieken, Cap Gemini Van Altena, Kender Thyssen Ondersteuning: L.Roxs
3	Cluster/thema-analyse	<p>De IT-sector in de provincie Utrecht is een van de steunpilaren van de regionale economische structuur. De regionale IT-sector kent een groot aantal IT-bedrijven (ruim 4.000), waarvan P.M als echt innovatief worden beschouwd. De IT-sector is kwetsbaar o.a. vanwege het feit dat steeds meer (routinematige) IT-activiteiten naar het buitenland verdwijnen of door de sterke mondiale concurrentie het hoofd niet boven water kunnen houden. Innovatie is dus van levensbelang. Enkele wijzen waarop de regio concurrerender kan zijn op IT-gebied zijn:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Te zorgen dat potentieel innovatieve bedrijven zoveel mogelijk worden gefaciliteerd; • Te bevorderen dat nieuwe innovatieve IT-bedrijven starten <p>In tegenstelling tot de life science sector bestaat nauwelijks specifieke ondersteuning voor (potentieel) innovatieve IT-bedrijven niet in de regio. Skillcity is in feite de enige organisatie die op dit vlak actief is. Uiteraard bestaat er wel "niet sector specifieke ondersteuning", dit is echter niet toereikend, onder meer wegens de hoge dynamiek in de IT-sector.</p>
4	Projectomschrijving	<p>Het project komt er in wezen op neer dat startende en jonge IT-bedrijven intensief begeleid worden door ervaren mensen uit de IT-sector met een bewezen track-record. Uiteindelijk moet de begeleiding tot een soort keurmerk dienen waardoor jonge bedrijven die dit predikaat meekrijgen ook een streepje voor hebben bij derden, zoals venture capitalists. De begeleiding houdt onder meer in:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Toetsen van commerciële en technische haalbaarheid van ideeën; • Beoordelen van businessplannen (strategie, businessmodellen); • Beoordelen van ondernemerskwaliteiten van potentiële starters; • Ondersteunen in het vinden van venture capital. • Inzicht geven in en transparant maken van (landelijke) stimulerings-/subsidiereregelingen; • Ontwikkeling van intellectueel eigendom en licentiestrategieën en juridisch advies; • Contacten aanleveren partnering; • Coaching door ervaren ondernemers • Actieve relatie met kennisinstellingen leggen. <p>Het is overigens wel zaak de ondersteuning 'to-the-point' te organiseren. Onderzoek heeft aangetoond</p>

		dat veel IT-bedrijven niet geïnteresseerd zijn in specifieke IT-netwerken, er is wel behoefte aan netwerken gericht op 'vermarketing' (in dit onderzoek zijn (pre-)starters niet meegerekend)..
5	Doelgroep	<ol style="list-style-type: none"> 1. IT-Pre-starters en starters 2. Jonge IT-bedrijven
P	Projectresultaat	<p>25 begeleide bedrijven in 2008. Deze bedrijven zijn bijgestaan teneinde zo krachtig mogelijke ondernemingen te worden met een zo groot mogelijke kans op commercieel succes, doorgroei en uitgroei. Van deze 25 bedrijven dienen er 15:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jaarlijks met 5 procent te groeien qua omzet en werknemers • Binnen 3 jaar van starter naar volwassen bedrijf te groeien • Jaarlijks een positief rendement van PM te laten zien.
7	Activiteiten en planning	<ul style="list-style-type: none"> • 'Go' van Task force • Opstellen van een plan van aanpak • Nagaan wat de best practices zijn (b.v. n.a.v. de Twinning ervaringen) • Opzetten van de organisatie (incl. ruimte) • Benaderen van coaches en begeleiders • Identificeren van kansrijke initiatieven • Selectie eerste 10 kandidaten • Start van de begeleiding
8	Interfaces met andere (TFI) projecten	Skillcity, Cube, Impull\$, Task Force IT-project Digiplaza, TFI-project Kenniswerkers.
9	Middelen	<p>€ 200.000 voor het gehele project, te verdelen over:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organisatiekosten € 25.000 • Inventarisatie kansrijke bedrijven € 15.000 • Kosten voor coaching en begeleiding € 140.000 • Overige kosten € 20.000
10	Projectorganisatie	Een van de managers van de Task Force organisatie is projectleider.
11	Kwaliteit	Elk jaar vindt er een evaluatie plaats over de activiteiten en resultaten van het afgelopen jaar. Met name de begeleide bedrijven zijn de meest belangrijke evaluatiefactor.
12	Doorlooptijd	2004 - 2008

1	Projectnaam	I-Nexus
2	Projectverantwoordelijke	Hans van Grieken, Cap Gemini Van Altena, Kender Thyssen Ondersteuning: L.Roxs
3	Cluster/thema-analyse	<p>De IT sector is met ca. 4000 vestigingen in Utrecht sterk vertegenwoordigd. Uit onderzoek blijkt dat kleine en middelgrote IT bedrijven moeite hebben om hun (vaak innovatieve) producten en diensten naar de markt te brengen. Dit wordt door veel IT bedrijven beschouwd als een belangrijke drempel voor groei en vernieuwing binnen de eigen onderneming.</p> <p>Minstens zo belangrijk is het feit dat MKB bedrijven buiten de IT sector veel innovatiever zouden kunnen werken door slimme toepassing van IT. Dit gebeurt echter nog (te) weinig. Oorzaken zijn o.a. gebrek aan deskundigheid o.g.v. IT binnen de ondernemingen en gebrek aan transparantie van de IT markt. Een verbindende schakel tussen aanbod van IT bedrijven en vraag van het MKB is dus wenselijk.</p>
4	Projectomschrijving	<p>I-Nexus wordt een fysiek centrum waar MKB bedrijven, veelal branche-gericht, ondersteund worden bij het realiseren van innovaties m.b.v. IT. Voor IT bedrijven wordt het de plek waar de laatste stap in het innovatieproces, namelijk de toepassing, gezet kan worden. I-Nexus gaat de innovatie van en met IT op drie manieren versnellen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Door koppelen van kleinere IT bedrijven (vaak innovatief, maar niet de commerciële slagkracht om innovaties te vermarkten) met grotere IT bedrijven (de juiste marktkanalen, maar vaak te log voor echte innovaties). • Door koppelen van IT bedrijven aan MKB bedrijven in het ontwikkelingsproces van innovaties (vroegtijdige aansluiting van de markt bij realisering van IT innovaties). • Door koppelen van IT bedrijven aan MKB bedrijven in de toepassingsfase van innovaties (vermarkten van producten en diensten die al "op de plank" liggen). <p>Verder moet het centrum bijdragen aan een betere aansluiting van kennisinstellingen op zowel de IT sector (aanbodzijde) als het MKB (vraagzijde).</p> <p>Naast de directe resultaten door de activiteiten van het centrum, is het nadrukkelijk de bedoeling dat het centrum ook het imago van Utrecht als IT- en kennisregio versterkt. Het centrum zou op termijn moeten uitgroeien tot het ICT-plein van Nederland, door bijvoorbeeld ook branche-organisaties en</p>

		andere instituten een fysieke plek in het centrum te geven. Verder is het de ambitie op termijn ook innovatie in meer brede zin als werkthema te gebruiken, dus los van de specifieke IT component. Dit laatste is van belang om de versnippering in de regio tegen te gaan: bedrijven die willen innoveren moeten uiteindelijk bij 1 loket terecht kunnen, zonder dat er verschillende "hokjes" ontstaan voor IT etc.
5	Doelgroep	<ol style="list-style-type: none"> 1. MKB bedrijven (stimulering van innovatie); 2. IT bedrijven (aanboren nieuwe markten en meer marktgericht innoveren); 3. Bestaande organisaties o.g.v. IT en innovatie, zoals Skillcity, Syntens, kennisinstellingen (met name HvU); 4. Overheid.
6	Projectresultaat	Fysiek centrum voor het samenbrengen van vraag en aanbod en van innovatieve en commerciële slagkracht op IT-gebied.
7	Activiteiten	<p>Vorbereiding:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analyse van de behoefte van de doelgroepen (in welke branches liggen bij uitstek kansen voor innovatie m.b.v. IT; welke branches zijn voor de regio het meest aantrekkelijk; etc.) • Vaststellen thema's bij start (op basis van analyse) • Opstellen eerste werkprogramma <p>Realisatie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inrichten fysiek centrum (locatie: MediaPlaza) • Communicatiecampagne richting doelgroepen (op basis van behoefte-analyse) <p>Uitvoering:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Werkprogramma uitvoeren gedurende x jaar
8	Planning activiteiten	<ul style="list-style-type: none"> • Vorbereiding: nov / dec 2004 • Realisatie: zo mogelijk voor eind 2004, afhankelijk van de planning van de taskforce (go / no-go). • Uitvoering: vanaf 1 januari 2005 gedurende x jaar. <p>E.e.a. is uiteraard afhankelijk van de snelheid waarmee de Taskforce groen licht geeft.</p>
9	Interfaces met andere (TFI) projecten	<p>Skillcity is positief over dit idee en ziet voor zichzelf de rol van samenbrengen van commerciële en innovatieve slagkracht (die het nu in feite ook speelt).</p> <p>MediaPlaza beschikt reeds grotendeels over de faciliteiten om het centrum op te richten, en wil hier ook graag aan meewerken.</p>

		<p>Projecten die zouden passen binnen de doelstellingen van I-Nexus zijn o.a: InnovIT (door HvU, eveneens betrokken bij de totstandkoming van dit idee), BOSCU (Business Open Source Cluster Utrecht, door Syntens), en Slimme Producten (eveneens Syntens).</p> <p>Het project vertoont verder raakvlakken met de thema's "Zakelijke dienstverlening / Consultancy" en "Innovatie in het MKB" (beide voor wat betreft de vraagzijde). Door het samenbrengen van verschillende IT initiatieven en het bieden van een "plein" voor verschillende spelers op IT gebied, kan het tevens de versnippering tegengaan. In de toekomst kan een verdere ontsnippering plaatsvinden door, behalve IT, ook andere innovatie-gerelateerde thema's aan te pakken.</p>
10	Middelen	<p>Ca. € 200.000 eenmalig Ca. € 500.000 jaarlijks</p>
11	Projectorganisatie	<ul style="list-style-type: none"> • MediaPlaza wordt de beoogde fysieke lokatie en kan de infrastructuur leveren. • Sandfire (IT bedrijf dat o.a. Digital Port R'dam heeft opgezet) kan worden ingeschakeld bij het van de grond tillen van het centrum. • MKB Midden Nederland en / of KvK's kunnen informatie aanleveren over welke branches uit het MKB in eerste instantie bediend zouden moeten worden (op basis van belang voor de regio, innovatiekansen etc.) • Partijen als Skillcity, Syntens, HvU, kunnen voor inhoudelijke input zorgen. • TFI partners: facilitering (o.a. in financiële middelen) en monitoring.
12	Kwaliteit	Vooraf afspraken maken over output (symposia, maatwerkadviezen); monioring via regelmatige rapportages.
13	Informatie	Nader in te vullen.
14	Doorlooptijd	Een basale versie van het centrum kan binnen enkele maanden operationeel zijn. Daarna kan een pilot met eindige projectduur worden gedraaid (1 of enkele jaren). Bij gebleken succes kan het centrum een permanent karakter krijgen. Hierbij moeten de mogelijkheden worden bekeken van een geleidelijke (en gedeeltelijke?) terugtrekking van overheidsfinanciering, waarbij meer middelen uit de markt worden gegenereerd (via participanten en via bezoekers).

1	Projectnaam	Caravan Saray
2	Projectverantwoordelijke	Yasemin Tümer, Managing Director Atos KPMG Consulting N.V. Arie Brienen, Directeur Koninklijke Nederlandse Jaarbeurs ondersteuning: Saskia Vogelaar
3	Cluster/thema-analyse	<p>Twee kenmerken typeren de situatie in de zakelijke dienstverlening-consultancysector:</p> <p>1) De zakelijke dienstverlening-consultancysector is een sector die innovaties introduceert in andere sectoren en om diezelfde reden een sector dient te zijn die continue innoveert. Op dit moment stagneert deze impuls, omdat bedrijven nu teveel in zichzelf gekeerd zijn en proberen problemen alleen op te lossen. Hierdoor creëren ze onvoldoende innovatieve omstandigheden. Dit geldt zowel voor de zakelijke dienstverlening-consultancysector zelf als de gehele regionale economie.</p> <p>2) De regio Utrecht heeft het unieke kenmerk dat het op een kruispunt van doorgaande routes ligt, wat zich uit in logistieke activiteiten, maar ook bijvoorbeeld de activiteiten van de jaarbeurs. Hierdoor hebben een groot aantal activiteiten een tijdelijk karakter. In plaats van dit als een bedreiging te zien voor innovatie, moeten we een manier vinden om dit te benutten als een kans.</p>
4	Projectomschrijving	<p>De Caravan Saray is een eeuwenoud concept dat ondernemers/handelaren op een kruispunt van doorgaande wegen een veilige en besloten omgeving biedt met alle voorzieningen om te sterken voor het vervolg van de reis. Een plek waar veel bedrijvigheid ontstaat.</p> <p>Kenmerken van de moderne 'Utrechtse Caravan Saray':</p> <ul style="list-style-type: none"> • Een plug-and-play-omgeving om onderlinge uitwisseling van kennis, vaardigheden en faciliteiten te stimuleren. • Innovatie niet als mystiek beschouwen, zowel kleine praktische verbeteringen in processen als het lanceren van een geheel nieuw product/dienst • Uitwisseling via vouchers om behoefte en aanbod te matchen. • Programma-onderdeel bij bestaande netwerkbijeenkomsten • In een veilige omgeving door een reglement; een onafhankelijk matchingbureau (werkorganisatie TFI) en een auditcomité in geval van onduidelijkheid over aansprakelijkheid bij fouten • Een internet startpagina die inzicht biedt in alle reeds bestaande initiatieven die behoeftes en aanbod matchen • En inbreng vouchers door alle leden van het TFI!

		<p>Voorbeelden van vouchers zijn:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Advies over inrichting financiële administratie met als tegenprestatie dat alle bankzaken via de adviserende bank plaatsvindt • Uitvoeren onderzoek met als tegenprestatie stage-plaatsen voor studenten van de betreffende onderzoeksinstelling • Testen van klantgerichtheid bij ondernemingen ('narren') met als tegenprestatie dat verbetervoorstellen die hieruit voortvloeien ondersteund worden door het betrokken consultancybureau • Launcheren van een nieuw produkt/dienst met als tegenprestatie dat in geval van succes de launching-customer introducties verzorgt bij andere ondernemingen/organisaties ('marketing') • De praktische vouchers die de gemeentes, CWI en andere publieke organisaties kunnen bieden bij verkrijgen vergunningen, inzicht in en benadering van buitenlandse markten; inzet van flexibele arbeidskrachten; inzicht in financieringsmogelijkheden, etc. • En hierbij hebben we vast alle innovatieve vouchers nog niet te pakken
5	Doelgroep	<ul style="list-style-type: none"> • Zakelijke dienstverleners: consultants; financieel specialisten; advocaten; accountants, etc. • Startende en bestaande MKB-bedrijven met een idee • Publieke dienstverleners, zoals gemeentelijke vergunningverleners, CWI, Provincie • Kennisinstellingen • Organisatoren van netwerkbijeenkomsten, zoals VNO-NCW; KvK; brancheorganisaties, etc.
6	Projectresultaat	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Na 1 jaar is de 'Caravan Saray' programmaonderdeel geweest van 10 bestaande netwerkbijeenkomsten</i> • heeft de startpagina op internet van de 'Caravan Saray' 1000 hits gehad • hebben er 100 voucheruitwisselingen plaatsgevonden • zijn er 10 concrete projecten opgestart n.a.v. de voucheruitwisseling • hebben 3 concrete projecten betrekken op nieuwe business concepten
7	Activiteiten	<ul style="list-style-type: none"> • Bestaande netwerkbijeenkomsten inventariseren en interesseren voor het 'Caravan Saray' concept • Presentatiemateriaal maken om het 'Caravan Saray' concept te introduceren op netwerkbijeenkomsten, waaronder voucherformat • Eerste stroom vouchers verkrijgen om de 'Caravan Saray' reeds te vullen • Reglement opstellen voor gebruik vouchers en onderlinge aansprakelijkheid • Startpagina op internet inrichten

		<ul style="list-style-type: none"> • Werkorganisatie inrichten die als makelaar gaat fungeren tussen aanbieders en vragers (bij de TFI-werkorganisatie?) • Audit-comité inrichten als onafhankelijke 'ombudsman' bij geschillen
8	Planning activiteiten	<p>6 september tot 1 november:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bestaande netwerkbijeenkomsten inventariseren en interesseren voor het 'Caravan Saray' concept • Presentatiemateriaal maken om het 'Caravan Saray' concept te introduceren op netwerkbijeenkomsten (afhankelijk van status werkorganisatie) • Eerste stroom vouchers verkrijgen om de 'Caravan Saray' reeds te vullen • Caravan Saray introduceren op 16 september bij de 'bijeenkomst van VNO-NCW van twee regio's en jong management' (afhankelijk van status werkorganisatie) <p>1 november tot 1 januari:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reglement opstellen voor gebruik vouchers en onderlinge aansprakelijkheid • Startpagina op internet inrichten i.s.m. virtueel kennisloket 'Utrecht Innoveert' • Werkorganisatie inrichten die als makelaar gaat fungeren tussen aanbieders en vragers • Auditorganisatie inrichten • Voortzetten verwerven van vouchers <p>1 januari 2005 tot 1 januari 2006</p> <ul style="list-style-type: none"> • Voortzetting uitvoering door organiseren programmaonderdelen netwerkbijeenkomsten; onderhouden startpagina; matchactiviteiten; (evt.)bijeenkomsten auditcomité; verwerven vouchers
9	Interfaces met andere (TFI) projecten	<ul style="list-style-type: none"> • Stimulering innovatie bij MKB-bedrijven • Ontsnippering Regio • Digiplaza • KIRU • Bestaande netwerken van branche-organisaties, etc.
10	Middelen	<ul style="list-style-type: none"> • Ontwikkelen en produceren presentatiemateriaal: 15.000 euro • Ontwikkelen en laten draaien van internetportal: N.B. en i.s.m. b.v. virtueel kennisloket 'Utrecht Innoveert' • Werkorganisatie TFI: 0,2 f.t.e

Initieel regionaal innovatieprogramma 2005-2008



11	Projectorganisatie	<ul style="list-style-type: none">• TFI als geheel verantwoordelijk voor initiële voucheraanbod• Werkorganisatie TFI
12	Kwaliteit	<ul style="list-style-type: none">• Regelement• Onafhankelijke werkorganisatie• Onafhankelijke auditororganisatie• Persoonlijke vouchers trekkers/andere leden TFI
13	Doorlooptijd	<ul style="list-style-type: none">• 6 september 2004 – 1 januari 2006• Evaluatie geformuleerde prestatie-indicatoren na 1 jaar bepaalt voortgang project ja/nee

1	Projectnaam	Utrecht design regio
2	Projectverantwoordelijke	Trekkers: Manassen (Sara Lee/ DE), Boswijk (Fromm), Bossert (Syntens), Stefan (Stichting Utrecht Design/BLOOM), ?in onderhandeling (HKU) Supporter: van Althuis (Unité/KIRU)
3	Cluster/thema-analyse	<p>Menselijke creativiteit is de motor van de economie van de eenentwintigste eeuw. Bij creatieve bedrijfsactiviteiten gaat het vaak om arbeidsintensieve, productie waarbij in toenemende mate gebruik wordt gemaakt van flexibele computertechnologieën. De productie is georganiseerd in dichte netwerken van kleine en middelgrote bedrijven die onderling sterk van elkaar afhankelijk zijn voor gespecialiseerde goederen en diensten. Deze bedrijven vereisen een gespecialiseerde, maar gevarieerde arbeidspool. Creatieve industrieën profiteren van ruimtelijke agglomeraties, doordat juist de stedelijke mix van massa, diversiteit en nabijheid leidt tot innovaties (kenmerk van de regio Utrecht)</p> <p>Uit de Atlas voor gemeenten 2004 blijkt Utrecht op creatief gebied sterk te scoren. Het economische belang van de creatieve sector in de regio Utrecht is groter dan menigeneen denkt. De sector is moeilijk af te bakenen als een zelfstandige economische sector, zoals in de Standaard Bedrijfsindeling (SBI) wordt gedaan. Kenmerk van deze sector is wel dat bedrijven een sterke binding met de regio hebben en zich niet snel verplaatsen naar bijvoorbeeld lage lonenlanden. De creatieve sector is een bron voor nieuwe producten en diensten die op exportmarkten afgezet kunnen worden. De bevolking van de regio Utrecht met veel hogere opgeleiden vormt daarbij een testmarkt.</p> <p>De sector wordt gevoed vanuit opleidingsinstellingen als Hogeschool voor de Kunsten, Universiteit Utrecht, Hogeschool van Utrecht en Grafisch Lyceum via een scala aan opleidingen. Voorbeeld: HKU Interfaculteit Kunst en Economie.</p> <p>De creatieve sector kan nog meer de motor voor product en diensteninnovatie voor de regio worden. Meer samenwerking van de creatieve sector met producerende bedrijven versterkt ook de basis voor de regionale economie. Het zal daarbij in eerste aanleg gaan om niche markten. Gezamenlijk kunnen die de regio Utrecht wel het imago van design regio geven en zorgen voor een uniek selling point.</p>

4	Projectomschrijving	<p>Project richt zich op het ontwikkelen van nieuwe regionale samenwerkings-relaties en netwerken met de creatieve kennisinstellingen en de bedrijven. Deze nieuwe verbindingen moeten zorgen voor nieuwe creatieve goederen en diensten en het imago van de regio als design regio versterken.</p> <p>De creatieve bedrijvigheid moet uitgroeien naar een niveau waarbij de regio Utrecht wordt gezien als een centrum van creativiteit en originaliteit en een aantrekkelijke werking heeft voor bedrijven buiten de regio.</p> <p>Coördinatie van de verschillende projecten vindt plaats vanuit het secretariaat van KIRU – Kennis en Innovatiekring Regio Utrecht.</p>
5	Doelgroep	<p>Doelgroepen zijn de creatieve kennisinstellingen als Hogeschool voor de Kunsten, Universiteit Utrecht, Hogeschool van Utrecht en Grafisch Lyceum. Daarbij horen ook andere instituten als TNO-TM waar onderzoek wordt gedaan naar het ontwerp van producten en hoe dit past in een menselijke omgeving.</p> <p>Creatieve bedrijven waarbij het vooral gaat om bedrijven die innovatieve producten maken en ook verkopen op markten buiten Nederland.</p> <p>Voorbeeld is het bedrijf Van Walraven, Mijdrecht.</p> <p>De creatieve sector is zeer breed en kan verdeeld worden in subsectoren. In dit project gaat het er vooral om primair aandacht te besteden aan de vet en cursief gedrukte subsectoren van de volgende verdeling:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ontwerp en productie van consumentenproducten - Ontwerp van belevingsomgevingen als tentoonstellingen en verkoopomgevingen - Grafisch ontwerp / huisstijl / illustratie - Interaction design (alle aspecten van de communicatie tussen de mens en technologie of toepassing). - Interieurontwerp en interieurproduct (Dutch design center). - Ontwerp van de buitenruimte en producten, architectuur - Ontwerpen van professionele producten (machines / instrumenten / gereedschappen).

<p>6</p>	<p>Projectresultaat</p>	<p><i>Korte termijn (ca 0,5 jaar- 1 jaar)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Inzichtelijk maken op het virtuele kennisloket welke de 50 belangrijkste personen en organisaties in de regio Utrecht zijn voor het onderwerp design. Veel informatie is er al, maar het doel is dat op één plaats en voor iedereen toegankelijk weer te geven. - Voor iedereen inzichtelijk te krijgen welke design projecten (naar verwachting 10 – 15) er al lopen en deze ook weer te geven op virtueel kennisloket. Voorbeelden van lopende projecten zijn: <ul style="list-style-type: none"> ▪ AluInno met HvU, ontwerptrajecten met 10 bedrijven en 6 keten gerichte trajecten o.a. bouw, logistiek, constructie. ▪ Utrecht Design, ontwerpwedstrijd voor designers waarbij uit tenminste 25 inzendingen 5 ideeën uitgevoerd worden tot een produceerbaar en marktrijp product. ▪ Dutch Design Center, organisatie van jaarlijks 3-5 themagerichte bijeenkomsten rondom een actuele design trend. ▪ Presentaties van HvU en HKU van jaarlijks 20- 30 eindexamen werkstukken. ▪ UU activiteiten, 1 of 2 x per jaar een kennisuitwisselingdag over de ontwikkeling van computerspellen. - Uitvoeren van de projecten waarin designers en producerende bedrijven samenwerken om nieuwe concrete en te vermarkten producten ontwikkelen. Lijstje zie hiervoor. Dit betekent dat het veld van design beperkt wordt tot tastbare producten. Diensten zoals film en podiumkunsten horen daar dus niet bij. - Ontwikkelen van nieuwe promotie activiteiten om de design sector voor producten regionaal beter op de kaart te krijgen. Afstemmen van promotionele activiteiten door een werkgroep van personen uit het vakgebied en communicatiedeskundigen. Ontwikkeling van korte termijn PR activiteiten, onderwerp inbrengen in BV Utrecht, zorgen voor free publicity, productie van een flyer Utrecht design regio om achter te laten bij evenementen. <p><i>Middellange termijn (1jaar – 3 jaar):</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Opzetten van 5 - 10 nieuwe samenwerkingen tussen designers en producerende bedrijven voor de ontwikkeling van nieuwe concrete en te vermarkten producten. Meer projecten van het type AluInno en Utrecht design, maar op andere gebieden als meubeldesign en architectuur. - Ontwikkelen van nieuwe promotie activiteiten om de Utrechtse design sector internationaal beter
-----------------	--------------------------------	--

		<p>op de kaart te krijgen. Afstemmen van promotionele activiteiten door een werkgroep van personen uit het vakgebied en communicatiedeskundigen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Productie van een flyer die internationaal is uit te zetten. • Ontwikkeling van een langere termijn communicatie strategie. <p>- Inrichten van 1 - 3 experimentele ruimtes (kunnen ook buitenruimtes zijn waarin ontwerpers creatieve concepten kunnen laten zien en laten beoordelen door publiek en deskundigen).</p> <p>- Begeleiden van 10 - 15 nieuwe spin-off bedrijven en versterken van 30 - 50 bestaande bedrijven op het gebied van design door versterking van het ondernemerschap (dit sluit aan bij clusterproject MKB ondernemingen).</p> <p>- De sector design is over drie jaar in staat zelf nieuwe projecten te genereren en te financieren (selfpropelling sector). Regio Utrecht heeft over drie jaar een extra uniek selling point "Utrecht design regio".</p> <p><i>Lange termijn (> 3 jaar)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Bijdragen aan de ontwikkeling van een strategie voor Utrecht als cultuur hoofdstad in 2015. - Ontwikkelen van een langer termijn strategie om binnen 10 jaar van de Design sector en een sterke sector te maken vergelijkbaar met Life Sciences en ICT.
7	Activiteiten	<ul style="list-style-type: none"> • De activiteiten bestaan uit een mix van opeenvolgende projecten die elkaar versterken om de hiervoor genoemde resultaten te bereiken. In de projecten komen de netwerken en nieuwe producten tot stand. • Coördinatie van de projecten en bewaking onderlinge samenhang is in handen van enkele netwerktrekkers die vanuit het secretariaat KIRU ondersteund worden. • Er loopt al een samenwerkingsproject tussen Aluminiumcentrum in Houten en Hogeschool van Utrecht, lectoraat product design en engineering. In dit project ontwerpen studenten van de HvU nieuwe producten voor bedrijven. Een eerste ronde met tien studenten teams leverde verrassende resultaten op. Omvang van dit project is ca. € 310.000 en loopt tot eind 2005.

	<ul style="list-style-type: none">• In ontwikkeling is een project UTRECHT DESIGN waarin Hogeschool voor de Kunsten, Bloom design en enkele bedrijven samenwerken. Doel van dit project is nieuwe design producten te ontwerpen, regionaal te produceren en internationaal te vermarkten. In dit project worden studenten gecoached om hun kansrijke producten ook op de markt te brengen. Omvang van dit project is circa € 350.000, looptijd tot eind 2005. <p>Nieuwe projectideeën</p> <ul style="list-style-type: none">• Opzetten van twee design kringen: productvormgeving en diensteninnovatie. Partners hierin zijn Syntens, Metaalunie en bedrijven.• Met toeleveranciers van basisproducten en componenten wordt een project gestart om nieuwe producten te ontwikkelen die tot nieuwe bedrijfsactiviteiten in de regio leiden.• Met regionale overheden bijvoorbeeld BRU gemeenten project organiseren waarbij probleemgevende buitenruimtes aangepakt worden en omgebouwd tot innovatieve ontmoetingsplaatsen. Hierbij is het belangrijk dat de gemeenten ook de bereidheid uitspreken enkele projecten uit te voeren.• Inrichten van een antennefunctie. Als de regio zich op design sterk wil profileren is het zaak goed geïnformeerd te zijn over wat er elders in de wereld gebeurt. Binnen de kennisinstellingen zijn personen aanwezig die beroepsmatig deze ontwikkelingen volgen. Deze mensen vormen een denktank voor de ontwikkeling van nieuwe projecten. Met deze personen wordt periodiek een gezamenlijke ontmoeting voor kennisuitwisseling georganiseerd.• Organiseren van ontmoetingsmomenten "art meets business" op inspirerende locaties als Dutch design center, musea, buitenplaatsen, nieuwe architectonische bouwwerken (bijv. Minnaertgebouw), interessante onderzoeksplekken. <p><i>Communicatie</i></p> <p>Naast de genoemde projecten zal er aandacht moeten zijn voor:</p> <ul style="list-style-type: none">• Zichtbaar maken van de creatieve sector in de regio Utrecht door publicaties op TV, tijdschriften, beurzen enz. (aansluiten op virtueel kennisloket)• Meer bekendheid geven aan creatieve opleidingen in de regio Utrecht.• Leggen van nieuwe verbindingen tussen regionale bedrijven en kennisinstellingen.
--	--

		<p>Met gerichte publiciteit is veel te bereiken en hiervoor is een budget van circa € 450.000 nodig voor een periode van drie jaar.</p> <p>Uit de hiervoor genoemde activiteiten ontstaan ideeën voor nieuwe projecten. Deze projecten worden getoetst aan de centrale doelstelling om de design sector te versterken. Nieuwe projecten moeten met een eigen dekkende begroting komen waardoor zij meewerken aan de doelstelling dat de sector na verloop van tijd in staat is zelfstandig innovaties uit te voeren.</p>
8	Planning activiteiten	<ul style="list-style-type: none"> • De activiteiten beslaan een periode van drie jaar lopend van januari 2005 tot en met december 2007. • Inrichting van een coördinatiepunt kan snel plaatsvinden in samenwerking met KIRU. • Enkele projecten lopen al en anderen zijn in een vergevorderd stadium van voorbereiding. Deze projecten worden uiterlijk 2005 afgerond. • Nieuwe netwerken worden in 2005 ontwikkeld en deze geven in 2006 en 2007 resultaten. • Parallel aan de activiteiten vindt de communicatie plaats. Hierbij kan gebruik worden gemaakt van het "Utrecht innoveert, Virtueel kennisloket".
9	Interfaces met andere (TFI) projecten	<p>Het project "Utrecht design regio" sluit aan bij de thema projecten MKB bedrijven en kenniswerkers en de efficiencyprojecten Versnippering en Promotie en acquisitie.</p> <p>Omdat tal van bedrijven (veelal MKB bedrijven) bij dit project betrokken worden is er een directe relatie met het thema project MKB bedrijven.</p> <p>Hetzelfde geldt voor het themaproject kenniswerkers, omdat ook de kennisinstellingen direct bij Utrecht design regio zijn betrokken.</p> <p>Design komt meer in de belangstelling te staan (zie bijgaand persbericht van AWT). Ook heeft het Ministerie van Economische Zaken aangekondigd volgend jaar met een nota over de creatieve sector te komen. Ook in andere Europese regio's ontstaan vergelijkbare initiatieven. Het clusterproject Utrecht design regio bundelt nieuwe initiatieven.</p> <p>Doelstelling van Utrecht design regio is de regio de uitstraling van een design regio te geven. Daarmee sluit het ook direct aan bij het efficiency project Promotie en acquisitie.</p>

<p>10</p>	<p>Middelen</p>	<p>Voor de realisatie worden mensen en geld ingezet bestaande uit (project duur 3 jaar):</p> <ul style="list-style-type: none"> - inzet van ondersteunende activiteiten vanuit secretariaat TFI (geen extra kosten) - inzet van medewerkers van actoren (PM en is op dit moment niet te becijferen) - out of pocket uitgaven (zoals huur locaties en organiseren bijeenkomsten) voor diverse projectactiviteiten en eventueel inhuur externe deskundigheid €450.000 (150.000 per jaar) - promotiebudget € 350.000 (3 jaar: 150.000, 100.000 en 100.000) <p>Voor drie jaar komt dit neer op een investering van circa € 800.000.</p> <p>Belangrijk is ook dat alle deelnemers hun commitment uitspreken voor de uitvoering van dit project. Van de overheden wordt verlangd dat zij naast financiële inbreng ook bereid zijn resultaten toe te passen in hun beleid en bedrijfsvoering. Bijvoorbeeld door bij hun inkoopbeleid te kijken naar regionale innovatieve producten en dit ook mee te nemen in hun aanschaf en promotie.</p>
<p>11</p>	<p>Projectorganisatie</p>	<p>Centraal staat een coördinerend secretariaat bij KIRU dat wordt ondersteund door een groep van ervaringsdeskundigen uit het werkveld. Hier vindt de afstemming plaats van de verschillende projecten die voor Utrecht design regio worden aangemeld.</p> <p>Ook gaat het secretariaat actief op zoek naar nieuwe mogelijkheden en middelen om de doelstellingen van dit cluster te bereiken.</p> <p>De uitvoering van dit projecten vindt plaats door projectverantwoordelijken. Dit zijn de kennisinstellingen en bedrijven in de regio.</p> <p>Voorbeelden van deelnemende partijen zijn al genoemd. Ander voorbeelden, waarbij enkele KIRU donateurs zijn:</p> <ul style="list-style-type: none"> • PHILIPS DAP, Amersfoort Centraal in het land, centraal in de stad. Het nieuwe hoofdkantoor van Philips Domestic Appliances & Personal Care is waar het moet zijn. De divisie maakt een nieuwe start in Amersfoort, een locatie die onder meer het aantrekken van gekwalificeerd personeel moet vergemakkelijken. • Welldesign Utrecht Ontwerp bureau • Professional School of the Arts Utrecht

		<p>De Professional School of the Arts Utrecht (PSAU), een samenwerkingsverband van de Universiteit Utrecht (UU) met de Hogeschool voor de Kunsten Utrecht (HKU), organiseert masterprogramma's op het snijvlak van Kunst en Wetenschappen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inventum Producent van warmwater apparatuur en huishoudelijke apparaten • Draaijer & Partners Onafhankelijke adviesbureau op het gebied van huisvestingsvraagstukken en locatieontwikkeling. • Holland Railconsult Ingenieurs- en adviesbureau dat de oplossingen genereert voor capaciteits-, veiligheids- en inpassingvraagstukken van het drukst bereden spoorwegnet ter wereld.
12	Kwaliteit	Het project "Utrecht design regio" zal gekoppeld worden aan KIRU (kennis en Innovatiekring Regio Utrecht). Het bestuur van KIRU zorgt voor de controle op de besteding van middelen en uitvoering.
13	Informatie	Het programma kent met de projecten eigen informatie en communicatie activiteiten. Die worden afgestemd met efficiencyproject Promotie en acquisitie. Ook wordt gebruik gemaakt van bestaande middelen als RTV Utrecht en Virtueel kennisloket.
14	Doorlooptijd	

1	Projectnaam	Kenniscentrum Multi Media (werktitel)
2	Projectverantwoordelijke	Trekkers: dhr H. Brink, mw H. Wassink Supporters: Crolla (KvK GE), Verburg (iMMovator)
3	Thema-analyse	<p>Het Multi Media cluster is van groot belang voor de regionale economie in Midden Nederland en in 't Gooi in het bijzonder. Het zorgt voor een groot deel van de directe en indirecte werkgelegenheid en een neemt een fors deel van het regionaal product voor haar rekening. Het betreft een breed scala aan activiteiten waar ICT, AV en Telecom elkaar ontmoeten en dat in een snel tempo vernieuwt. Als belangrijk USP geldt de sterke concentratie van omroep en omroepgerelateerde bedrijven. Mede door de technologische ontwikkelingen is de vanzelfsprekendheid dat deze sector zich in de regio blijft ontwikkelen afgenomen. Concurrentie van andere regio's wordt merkbaar.</p> <p>Kennisontwikkeling en -transfer is essentieel om de sector voor de regio te behouden en te versterken.</p>
4	Projectomschrijving	<p>Het project richt zich op het stimuleren van kennisontwikkeling en -uitwisseling tussen partijen die actief zijn in het multi media cluster. De projectonderdelen dienen te zorgen voor een versnelling van de ontwikkelingen binnen het cluster en vergroting van het markt bereik. De regio moet een expertrol claimen en invullen.</p> <p>Op clusterniveau is een goed beeld van de ontwikkelingen beschikbaar, wat ontbreekt is voldoende zicht op het bedrijfsniveau. Een te ontwikkelen monitor zorgt voor up-to-date informatie over bijvoorbeeld het proces van in- en outsourcen binnen het cluster.</p> <p>Stimulering van de breedbandinfrastructuur maakt het mogelijk dat afnemers (bedrijven/consumenten) toegang krijgen tot diensten en dat leveranciers beschikking krijgen over voldoende massa om nieuwe businesscases te bouwen.</p> <p>Internet als toepassing voor webradio en webTV is een belangrijk thema. De kijker/luisteraar/consument krijgt de mogelijkheid info op te doen any time, any place. Dit levert weer kansen op voor de industrie voor productontwikkeling en nieuwe formats. Om de regio hiervan optimaal te laten profiteren is het van belang dat de proeftuin voor vernieuwingen je eigen regionale achtertuin is. Denk aan aparte TV kanalen bijvoorbeeld gericht op een bepaalde winkelformule. Extra kanalen kunnen zo worden toegevoegd en de contentproductie is daarbij gebaat.</p> <p>Het probleem bij de verdere ontwikkeling en innovatie binnen het cluster als het gaat om gebruik van</p>

		<p>interactieve TV ligt in het feit dat er geen duidelijkheid is over de te voeren standaard. Er zijn wel wat proeven gehouden landelijk, maar tot een echte doorbraak komt het nog niet. In het buitenland (oa Engeland en België) wordt hier fors geïnvesteerd. De consument wil zelf bepalen wat en wanneer dingen worden bekeken, waarbij interactie een belangrijke rol speelt. Ook hier liggen veel mogelijkheden voor vernieuwing in de bestaande industrie, zowel op technisch vlak, maar ook wat betreft de creatieve. Nieuwe markttoepassingen worden mogelijk.</p> <p>Door als regio het voortouw te nemen zetten we ons goed neer in de markt met een landelijk uniek product.</p>
5	Projectresultaat	<ul style="list-style-type: none"> • Bundeling/samenwerking van kennisinstellingen om te komen tot een versterking in kennisontwikkeling • Inzicht krijgen in de kennisontwikkeling binnen de multi media sector • Op basis van een korte krachtige inventarisatie stimuleren van breedbandtoepassingen • Versnelling in landelijke afspraken rond een standaard voor interactieve TV • Koppeling leggen tussen creatieve kennis en de kennis op het gebied van cross mediale technieken waarmee nieuwe toepassingsmogelijkheden beschikbaar komen voor het MKB.
6	Activiteiten	<ul style="list-style-type: none"> • Opzetten van een Monitorsysteem Multi Media (3M) om inzicht te krijgen in de fase waarin bedrijven zich bevinden in de digitalisering van hun productieproces (2005). Dit geeft input voor kennistransfer en afstemmingsmogelijkheden voor de curricula van de kennisinstellingen. Deze monitor jaarlijks herhalen. • Opzetten van op jaarbasis 5 "meeting the minds" bijeenkomsten (10 a 15 deelnemers), waarin bedrijfsleven en kennisinstellingen komen tot visieontwikkeling in de sector op diverse deelreinen. • Uitvoeren van een breedbandscan die tot doel heeft vragers/ gebruikers van breedbandig data-Verkeer te bundelen. Hier kan gedacht worden aan in eerste instantie de grotere bedrijven, overheden, woningbouwcoöperaties, zorginstellingen.. Door deze vraagbundeling te organiseren ontstaat de mogelijkheid een positie in te nemen en aantrekkelijke partner te worden voor aanbieders van infrastructuur. In een vervolgfase zal bij aanleg/ in werking zijn van deze backbone de slag naar het kleinere bedrijfsleven worden gemaakt. • Opzetten van een businessplan interactieve TV (onderdeel daarvan is oa: <ul style="list-style-type: none"> *een nationaal georiënteerd symposium rond het thema interactieve TV medio 2005 *het opzetten van een nationaal overlegplatform vanuit de regio met partijen als omroepen en ka

		<p>belaaars om te komen tot een nationale standaard ten aanzien van interactieve TV (2005) *opstarten van twee proefprojecten in de regio rond interactieve TV in 2005/2006)</p>
7	Doelgroep	De doelgroep bestaat uit enkele segmenten. Enerzijds de multi media industrie in brede zin. Daarnaast de kennisinstellingen zoals de HKU, Hogeschool van Utrecht, Kennissatelliet Amersfoort, etc.
8	Planning	Voorbereiding najaar 2004, start uitvoering 2005, tussentijdse evaluatie december 2005, looptijd per project variërend.
10	Middelen	<ul style="list-style-type: none"> • Monitor Multi Media (3M) (ontwikkeling monitor en eerste rapportage) € 20.000 • Visievorming/ Meeting the Minds (5 bijeenkomsten) € 15.000 • Breedbandscan (eerste aanzet tot vraagbundeling) € 30.000 • Interactieve TV (faciliteren Platform 1,5 jaar) €100.000 • Proefproject ITV (aanloopkosten) € 50.000 <p>Bij de kostenberekening wordt uitgegaan van het feit dat technisch inhoudelijke capaciteit zal moeten worden ingehuurd. Daarnaast is algemene projectleiderscapaciteit nodig. In de startfase wordt deze ingeschat op 1 dag in de week. Uitgegaan is van een minimaal benodigd startkapitaal dat zal moeten worden aangevuld met financiering van derden, dan wel capaciteitsinzet.</p>
11	Organisatie (participanten)	De nieuw op te zetten TFI organisatie zal worden ingezet om algemene projectleiders capaciteit te bieden. Per project zullen steeds verschillende partijen verantwoordelijk zijn en betrokken worden bij het eindresultaat. Hierbij wordt gedacht aan oa: Kennissatelliet Amersfoort (Hogeschool van Utrecht), Hogeschool voor de Kunsten, KvK Gooi en Eemland en Syntens. Het projectbureau iMMovator kan betrokken worden voor het leveren van de vakinhoudelijke input.
12	Kwaliteitsborging	Het project kan bestuurlijk worden aangestuurd door het DB van iMMovator (waarin oa. vertegenwoordigd Syntens en de KvK) wellicht uit te breiden met andere partijen.
13	Informatie en communicatie	Ten behoeve van informatie en communicatie zullen in ieder geval bestaande kanalen worden ingezet in verschillende media. Participanten zullen hun eigen instrumentarium inzetten om betreffende doelgroepsegment te benaderen.

1	Projectnaam	Innovatiebevordering kennisintensieve MKB (<i>werktitel</i>)
2	Projectverantwoordelijke	Trekkers: Bielders (KvK U), Bonnhof (HvU), Scherrenberg (MKB) en Wassink (KvK G&E) Supporter: Rijnders (KvK U) i.s.m. Hagemans (MKB) en Vogel (HvU)
3	Cluster/thema-analyse	Innovatie is nodig om te overleven in een competitieve markt. Voor ondernemers die willen innoveren, is er een ruim aanbod aan informatie, faciliteiten en middelen beschikbaar. Grote bedrijven zijn vaak al bezig met innovatie en vinden meestal ook hun weg wel. Het aantal MKB-ondernemers dat bewust met innovatie bezig is, is echter nog beperkt. Via de traditionele kanalen worden vaak vooral 'oude bekenden' bereikt. Bovendien is het genoemde aanbod versnipperd en waarschijnlijk niet voor de hele doelgroep voldoende bekend, toegankelijk en geschikt. Een belangrijke drempel vormt het begrip 'innovatie' zelf, dat veel ondernemers associëren met 'hoogtechnologisch' en 'duur'. Innovatie is echter meer en omvat bijvoorbeeld ook strategie, marketing en bedrijfsorganisatie. Innovatie kan een enorme impuls geven aan de winstgevendheid en continuïteit van het bedrijf. Daarom moet innovatie bij het MKB op de agenda, ook al omdat de meeste bedrijven MKB-bedrijven zijn. Door hun flexibiliteit is innovatie bij MKB-bedrijven bovendien kansrijk.
4	Projectomschrijving	Door meer ondernemers op het spoor van innovatie te zetten én hun tegelijkertijd een aansprekend(er) ondersteuningsaanbod te doen, kan de innovatiekracht van het regionale midden- en kleinbedrijf versterkt worden. Kern is bewustwording/activering. Bij de feitelijke ondersteuning, in het verlengde daarvan, gaat het vooral om een intensievere uitwisseling/samenwerking tussen ondernemers en kennisinstellingen: netwerkvorming en kenniscirculatie zijn daar de kernbegrippen.
5	Doelgroep	Ondernemers in het midden- en kleinbedrijf (globaal 1-50 medewerkers), op activiteitsniveau eventueel nader af te bakenen naar bedrijfsomvang, locatie en/of branche.
6	Projectresultaat	<ul style="list-style-type: none"> • Met 25 ondernemers gesprek gevoerd over innovatie 1^{ste} kwartaal 2005 • 50 Innovatieclips uitgezonden via RTV Utrecht tussen voorjaar 2005 en voorjaar 2007 • Voor 4 branches workshops of andere activiteiten met elk tenminste 25 deelnemers in 2005-2009 • 3 ondernemerstafel innovatie met elk 20 deelnemers in najaar 2004 • 1 werkatelier innovatie met 20 deelnemers in najaar 2004

Initieel regionaal innovatieprogramma 2005-2008



- | | | |
|--|--|--|
| | | <ul style="list-style-type: none">• Uiterlijk september 2005 is er een Utrechtse Ondernemers Academie met 20 MBO- en HBO-studenten• Uiterlijk september 2005 is er een I-Nexus programma voor 2005-2006• Uiterlijk september 2005 is er een geïntegreerd regionaal MKB-kennisloket |
|--|--|--|

<p>7</p>	<p>Activiteiten</p>	<p>Uitgangspunten bij uitwerking zijn: persoonlijk aanspreken, vreemde ogen dwingen, waar mogelijk branchespecifieke benadering, voorbeeldondernemers als innovatieambassadeurs, optiek ondernemer (winst en continuïteit zijn het doel, innovatie is een middel, juist ook belangrijk in mindere tijden), primair benutten bestaande technieken/processen/procedures, breed innovatiebegrip(niet alleen techno)</p> <p><i>Programmalijn 'bewustwording en activering'</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - (T)opbezoek: bezoek door 5-10 bekende bestuurders en ondernemers aan circa 25 'willekeurige' bedrijven met de vraag 'wat doet u eigenlijk aan innovatie?'. Doelen: individuele stimulering, (media)aandacht voor onderwerp en aanpak, 'buzz'-effect, feedback. (<i>actie TFI-partijen, coördinatie KvK</i>) - Innovatieclips: serie van maximaal 50 clips, uit te zenden via RTV Utrecht, van Utrechtse innovaties, bedoeld om andere ondernemers te inspireren en informeren. (<i>actie Syntens</i>) - Branchespecifieke programma's <ul style="list-style-type: none"> + Bouw: BouwNed stelt serie ledenbijeenkomsten voor met concreet aanbod tot deelname aan innovatieprogramma. In te vullen met lopende acties van BouwNed, ten dele samen met Utrechtse Bouw Sociëteit, Syntens en TCU. + Metaal: inbreng Metaalunie/Syntens-project 'Innoveren metaalproducten-industrie en machinebouw' + Makelaardij: opwaardering lopend ICT-promotieprogramma NVM + Horeca: ontwikkeling regionaal programma door KHN (Utrecht) vanuit eigen Stichting Hoog Rendement. - Ondernemerstafels Eemland: uitwisseling kennis en ervaring rond specifieke innovatieknel punten, onderdeel breder project in Eemland, maximaal 20 deelnemers per tafel. (<i>actie KvK G&E i.s.m. HvU/KSA</i>) - Werkatelier Amersfoort: workshop met ondernemers en kennisinstellingen als startschot <p style="text-align: center;">voor gemeentelijk innovatiebeleid en lokaal uitvoeringsprogramma binnen de TFI- aanpak (<i>actie KvK G&E i.s.m. Syntens of K+V</i>)</p>
----------	----------------------------	--

		<p><i>Programmalijn 'ondersteuning'</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Utrechtse Ondernemers Academie (UOA): bundelings- én marketingconcept voor regionaal kennis- en ondersteuningsaanbod bij onderwijsinstellingen en in de zakelijke dienstverlening. Werkcolleges, seminars, collectieve en individuele begeleiding etc. Diverse deelprogramma's: <ul style="list-style-type: none"> + ROC: 2-jarig curriculum ROC-Ondernemerschap (<i>partner: ROC Asa</i>) + HBO: 1-jarig curriculum HBO-Ondernemerschap, aansluitend op Minor-programma (<i>partner: HvU</i>) + Onder professoren: Syntens-project voor kennisintensieve dienstverlening - Virtueel kennisloket: verzamelpunt van bestaand aanbod bij participanten.¹
8	Planning activiteiten	Vorbereiding najaar 2004, uitvoering 2005-2008
9	Interfaces met andere (TFI) projecten	<p>UOA wordt ook gerekend tot themaproject Kenniswerkers/kennisondernemers (hier op begroting). Verwant aan UOA zijn de clusterprojecten</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zakelijke dienstverlening (Caravan Saray): heeft echter primair netwerk-karakter - ICT (Bevordering innovatieve ICT-bedrijven, I-Nexus), heeft echter hogere intensiteit en tijdelijk karakter
10	Middelen	<p>Totaal circa 1.000.000 voor 2005 en 2006. Gevraagde ureninzet TFI: 0,4 fte (uitsluitend voor opbouw, beheer, uitbouw en promotie van het centrale kennisloket) en inzet van deelnemers partijen TFI om niet.</p> <p>(T)opbezoek nihil</p> <p>Innovatieclips 75.000 (125.000 (bij 25 clips à 5.000 per clip) waarvan 75.000 o-o-p (<i>NB: is 50% Syntens-voorstel</i>))</p> <p>Brancheacties 375.000 (625.000 (300.000 bouw, 300.000 metaal, 25.000 NVM en KHN) waarvan 375.000 o-o-p)</p>

¹ In de basis aanwezig bij diverse TFI-partners, eventueel te verbreden en te verdiepen door integreren of koppelen met diverse nu aparte (pilot)projecten zoals MKB-kennisloket Science Shops (*UU*), Matchmaker (*HvU*), MKB-servicepoints (*projectvoorstel Stogo/Eveleens, subsidie gevraagd via InnAct*), Onafhankelijke ketenmanager (*projectvoorstel Pivot Logistics, subsidie gevraagd via InnAct*)

		<p>Ondernemerstafels 15.000 (3 tafels à 5.000)</p> <p>Werkatelier 15.000</p> <p>UOA 440.000 (600.000 (200.000 ROC, 200.000 HBO, 200.000 OndPr) waarvan 440.000 o-o-p)</p> <p>Virtueel kennisloket 80.000 (schatting ontwikkel- en promotiekosten, exclusief TFI-uren)</p> <p>Totaal €1.000.000</p> <p><i>Alle bedragen indicatief en ruim begroot. Sommige projecten kunnen desgewenst kleinschaliger worden opgezet. Dekking primair uit subsidies provincie en gemeenten plus uren TFI-partijen. Mogelijk kan via de HvU ook gebruik worden gemaakt van zogenoemde 'RAAK'-gelden. Bijdragen deelnemers (bijv. bij UOA) vooralsnog PM.</i></p>
11	Projectorganisatie	<p>MKB Utrecht</p> <p>Hogeschool Utrecht</p> <p>KvK Utrecht/KvK Gooi en Eemland</p> <p>Syntens</p> <p>BouwNed</p> <p>Metaalunie</p> <p>NVM</p> <p>Koninklijke Horeca Nederland – Utrecht</p> <p>TCU</p> <p>Diverse private partijen</p>
12	Kwaliteit	Supervisie op projectniveau (Rijnders) en activiteitsniveau (n.t.b.).
13	Informatie	Op projectniveau door TFI, richting media. Op activiteitsniveau, door betrokken organisaties (n.t.b.)
14	Doorlooptijd	

1	Projectnaam	Kennisondernemers (<i>werktitel</i>)
2	Projectverantwoordelijke	Trekkers: Bonhof (HvU), Bossert (Syntens) Supporters: Rijnders (KvK U) i.s.m. Vogel (HvU)
3	Cluster/thema-analyse	De regio Utrecht telt een groot aantal 'kenniswerkers': mensen wier toegevoegde waarde in het economisch verkeer berust op het analyseren, verwerken, bewerken en overdragen van informatie en kennis. In de moderne kenniseconomie vormen hun know-how en ervaring een belangrijke bron voor ondernemerschap. De notie is dat zij die bron nog relatief zelden aanboren voor zelfstandig ondernemerschap. Omdat nieuw ondernemerschap op zijn beurt weer een belangrijke innovatie-impuls vormt, kan de innovatiekracht van de regio versterkt worden als meer kenniswerkers ook kennisondernemers worden.
4	Projectomschrijving	Het stimuleren en faciliteren van 'kenniswerkers' als zelfstandig ondernemers. Het gaat dus zowel om bewustwording en activering als om concrete ondersteuning met geld, advies, huisvesting of andere faciliteiten. Dit project geeft daarmee ook invulling aan een meer algemene regionale doelstelling om het aantal (succesvolle) startende ondernemers te vergroten.
5	Doelgroep	Naast de bestaande generieke promotie van ondernemerschap (bijvoorbeeld via de zgn. startersdagen van de KvK) richt dit project zich op een specifieke en kansrijke doelgroep 'kenniswerkers. Om praktische reden wordt daarbij in de eerste plaats ingezet op leerlingen/studenten en docenten in het HBO (HvU), met overloop naar MBO (ROC Asa) en Universiteit (UU).
6	Projectresultaat	<ul style="list-style-type: none"> • >500 (HBO-)studenten hebben in 2005 deelgenomen aan een pre-startersevenement • Uiterlijk september 2005 is er een Utrechtse Ondernemers Academie met 20 MBO- en HBO-studenten • Uiterlijk december 2005 zijn er door scouting 10 innovatieve businessplannen opgesteld • Uiterlijk september 2005 start een Minor Ondernemerschap • Uiterlijk september 2005 ligt er een businessplan 'CUBE op Science Park Uithof'

7	Activiteiten	<p>Uitgangspunten bij uitwerking: wie ondernemer wil worden, moet kunnen beschikken over een effectief aanbod van informatie, coaching, ondersteuning etc. Opgave is zowel het stimuleren van het gebruik van dat aanbod als het toesnijden van het aanbod op de doelgroep 'kenniswerkers'.</p> <p><i>Programmaliijn 'bewustwording en activering'</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Jaarlijks pre-startersevenement voor studenten aan regionale H(B)O-instellingen, samen te organiseren met studentenverenigingen, en bedoeld als toeleiding op de KvK-startersdag. (<i>actie KvK i.s.m. HvU/UU</i>) <p><i>Programmaliijn 'ondersteuning'</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Opportunity-scouting: opsporing en commercialisering van (technisch innovatieve) productideeën bij kennisinstellingen, bedrijven en burgers (<i>actie HvU/KvK</i>)² - Minor 'Ondernemerschap': onderwijsprogramma voor alle HO-studenten in de regio (<i>actie HvU i.s.m. KvK en UU</i>) - CUBE als materiële startersfaciliteit, te verbreden naar locatie op Science Park De Uithof (<i>actie HvU i.s.m. UU, provincie en gemeente</i>)³ <p>Alsmede (tevens opgenomen in themaproject 'Innovatie MKB')</p> <ul style="list-style-type: none"> - Utrechtse Ondernemers Academie (UOA): bundelings- én marketingconcept voor regionaal kennis- en ondersteuningsaanbod bij onderwijsinstellingen en in de zakelijke dienstverlening. Werkcolleges, seminars, collectieve en individuele begeleiding etc. Diverse deelprogramma's: <p>+ ROC: 2-jarig curriculum ROC-Ondernemerschap (partner: ROC Asa)</p> <p>+ HBO: 1-jarig curriculum HBO-Ondernemerschap, aansluitend op Minor-programma (partner: HvU)</p> <p>+ Onder professoren: Syntens-project voor kennisintensieve dienstverlening</p>
8	Planning activiteiten	Vorbereiding najaar 2004, uitvoering 2005. Evaluatie december 2005.

² Er ligt een projectplan 'SUITE' van de HvU (faculteit NT) voor een dergelijke activiteit, met een totale begroting van 3,4 mio over 4 jaar. Subsidie is gevraagd aan de gemeente Utrecht.

³ Er ligt een projectplan 'MKB Servicepoints' van Stogo/Eveleens, met een totale begroting van 250.000 euro. Subsidie is gevraagd aan Unité (Innovatieve Acties)

9	Interfaces met andere (TFI) projecten	UOA wordt ook gerekend tot themaproject 'Innovatie MKB' (daar op begroting).
10	Middelen	<p>Totaal circa 180.000 voor 2005, waarvan circa 180.000 out-of-pocket. Gevraagde ureninzet TFI: pm</p> <p>Pre-startersevenement 10.000</p> <p>UOA <i>pm (zie projectbegroting 'Innovatie MKB')</i></p> <p>Minor 25.000 (meerkosten interuniversitaire ontwikkeling bovenop bestaand initiatief HvU)</p> <p>Opp.-scouting 45.000</p> <p>CUBE 100.000 (o.b.v. benutting bestaande HvU-faciliteiten)</p> <p>Alle bedragen indicatief. Dekking primair uit subsidies provincie en gemeenten plus uren TFI-partijen. Mogelijk kan via de HvU ook gebruik worden gemaakt van zogenoemde 'RAAK'-gelden. Bijdragen deelnemers (bijv. bij CUBE) vooralsnog PM.</p>
11	Projectorganisatie	<p>Hogeschool Utrecht</p> <p>KvK Utrecht/KvK Gooi en Eemland</p> <p>Syntens</p> <p>Universiteit Utrecht</p> <p>ROC Asa</p>
12	Kwaliteit	Supervisie op projectniveau (Rijnders) en activiteitsniveau (n.t.b.).
13	Informatie	<p>Op projectniveau door TFI, richting media.</p> <p>Op activiteitsniveau, door betrokken onderwijsinstellingen, ondersteund door KvK/Syntens, richting doelgroep (eigen studenten/docenten).</p>
14	Doorlooptijd	

1	Projectnaam	Ontsnippering regio
2	Projectverantwoordelijken Ondersteuning	Ger Mik, gedeputeerde provincie Utrecht Jeu Biolders, voorzitter Kamer van Koophandel Utrecht L.Roxs, provincie Utrecht
3	Cluster-/thema-analyse	De regio kent een groot aantal organisaties en initiatieven op het gebied van kennis en innovatie. Deze organisaties werken vaak langs elkaar heen en hebben soms een overlap in activiteiten. Daarnaast profileren deze organisaties zich in het algemeen separaat waardoor de regio geen eenduidig beeld en profiel overbrengt naar partijen buiten de provincie (bijvoorbeeld het rijk). Verder is het voor de doelgroepen waar deze organisaties voor vaak onoverzichtelijk wie men waarvoor moet benaderen. Enkele voorbeelden van organisaties binnen de regio: SNBU, Utrechtse Start, BioPlaza, Skillcity, Buys-Ballot fonds, Cube, UU-holdings, Syntens, Unité, en KIRU.
4	Projectomschrijving	Er zal een grote efficiencyslag plaatsvinden als een aantal van de organisaties op het gebied van kennis en innovatie worden gebundeld, opgaan in andere initiatieven of opgeheven worden. In veel gevallen zijn de bestuurders van KvK's, UU, HVU, provincie en gemeenten tevens de bestuurders van kennisorganisaties en hebben derhalve een bepalende invloed op de richting die gekozen wordt. Het zomaar 'opblazen' van instanties werkt niet. Naast competenties en ingewikkelde structuren is aan veel organisaties ook een bepaalde termijn verbonden. De ideale situatie is dat het samengaan of opheffen van organisaties op een natuurlijke wijze geschiedt. Daarvoor is o.a. nodig meer inzicht in wat de klant wil en de meerwaarde voor de klant van de betreffende organisatie of initiatief, en voldoende bestuurlijke wil. Het wordt duseen proces worden gebaseerd op inhoudelijke gronden. Daarnaast zullen deze instanties ook sterk geprikkeld moeten worden via financiële en andere middelen de krachten te bundelen. In praktijk betekent dit dat waar mogelijk de nodige druk wordt gezet tot samenwerking. Inhoudelijk traject De eerste stap zal zijn kiezen van thema's waarbinnen de bundeling plaatsvindt. Alles op een grote hoop gooien heeft geen zin. De thema's zouden kunnen zijn: infrastructuur, concurrentiepositie regio, (techno)starters) en innovatie. De gedefinieerde projecten van de TFI moeten hier uiteraard óók bij aansluiten. De tweede fase houdt dat gekeken wordt welke organisaties onder welk thema vallen. Waar mogelijk worden deze ingeschoven in de nieuwe organisatie onder coördinatie van een van de

projectmanagers van de nieuwe organisatie. Er wordt dus zoveel mogelijk aangesloten bij de reeds bestaande activiteiten van de verschillende partijen. Voor nieuwe regionale activiteiten geldt:

- Nieuwe activiteiten die binnen de strategie van de TFI past, moeten daar in opgenomen worden.
- Nieuwe activiteiten die niet in de strategie passen, worden door de participanten van de maatschap ook niet ondersteund.

Kortom, de maatschap moet bestaande en nieuwe initiatieven iets opleveren. Zaken die goed lopen hoeven niet de werkwijze aan te passen maar dienen te profiteren door een betere afstemming en coördinatie via de TFU. Verder is het van belang om aan te geven wat regionale prestatie-indicatoren worden benoemd waarop de bundeling binnen het thema wordt afgerekend. Hierdoor ontstaat ook een gemeenschappelijk doel. De thema's worden dus geoperationaliseerd aan de hand van kwantitatieve prestatie-indicatoren, zoals "na 2 jaar dient het succespercentage van starters zo hoog te zijn" of "per jaar dienen zich X aantal kennisintensieve bedrijven te vestigen". Hiermee is de werkwijze van de TFI en de resultaten een hoge mate van transparantie en afrekenbaarheid. Zie ook het beeldoverzicht onder dit projectformat.

Welke instrumenten kunnen we inzetten t.v.b. 'ontsnippering'?

- Efficiëncyslag. Voorstel is om een ronde te houden onder een aantal organisaties om te zien of er secretariaten kunnen worden samengevoegd of dat ruimte efficiënter kan worden benut. Een eerste stap om te onderzoeken of hier animo voor is, is bij een aantal van deze organisaties te sonderen of hier belangstelling voor is. Daarna dient met de partijen die interesse tonen een plan van aanpak geschreven worden om te zien of dit praktisch haalbaar is. Zou je b.v. alle IT-gerelateerde instanties in Mediaplaza onder kunnen brengen. Fysieke nabijheid werkt ook samenwerking in de hand.
- Internet. Mogelijk instrument hiervoor is een 'poortwachter' medium. Dit is een internet gerelateerd instrument en fungeert in feite als een loket waar alle vragen m.b.t. kenniseconomie en innovatie terecht komen. Dit systeem⁴ biedt overigens de mogelijkheid open vragen te stellen als

⁴ Dit systeem werkt door applicaties op basis van natuurlijke taal die de betekenis van een vraag herleidt (grammaticale analyse en linguïstisch algoritme). Op basis van die analyse kan 90% van ieder gestelde vraag direct worden beantwoord. Automatisch wordt een rapportage en classificatie aangemaakt die inzicht geeft in wat bedrijven en andere organisaties eigenlijk willen. Voorbeelden: www.postbank.nl, www.zorgloket eindhoven.nl, www.uvw.nl.

		<p>b.v. "bij wie moet ik als starter zijn voor coaching". Deze kennispoortwachter is een van de manieren waarmee de nieuwe organisatie te werk kan gaan.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Task Force Innovatie keurmerk. Een organisatie/project dat onder de vlag van de TFI is uitgevoerd moet een soort kwaliteitskeurmerk krijgen waardoor het aantrekkelijk is hierbij te willen horen (exclusiviteit). Dit houdt wel in dat je concessies moet doen waar het gaat om samenwerking en uitvoering. De TFI moet hiervoor natuurlijk een bepaald 'gezag' hebben. Het is dus een symbolisch keurmerk. • Numerus Fixus. De aangesloten partijen moeten duidelijk afspreken geen nieuwe organisaties meer op te richten of te financieren, die op een of andere wijze met kenniseconomie en innovatie te maken hebben. Ook het opzetten van nieuwe projecten dient afgestemd te worden met het projectbureau van de Taskforce. Dit houdt in dat het bestuur/vaandeldrager deze de rug recht moeten kunnen houden en waar nodig partijen 'op de vingers tikken' als ze zich niet houden aan de gemaakte afspraken.
5	Doelgroep	Alle regionale (semi-)overheden, kennisinstituten en intermediaire organisaties die bestuurders leveren.
6	Projectresultaat	<p>Hoofdresultaat</p> <ul style="list-style-type: none"> • Efficiëntere en effectiever regionale samenwerking op het gebied van kennis & innovatie. <p>Subresultaat</p> <ul style="list-style-type: none"> • Betere samenwerking van organisaties. • Fusie of op termijn opheffing van organisaties. • Op de regio toegesneden poortwachtersysteem. • Op het systeem toegesneden promotiecampagne.
7	Planning activiteiten	<p>Q3 2004 Goedkeuring vanuit de Task Force</p> <p>Q4 2004 Realiseren budget</p> <p>Q4 2004 Werving 5 á 6 organisaties</p> <p>Q4 2004 Plan van aanpak en keuze ontwerp 'Kennispoortwachter'</p> <p>Q1 2005 Maken van kennispoortwachter</p> <p>Q1, Q2 2005 Communicatiecampagne</p> <p>Q2 2005 start Kennispoortwachter</p>

Initieel regionaal innovatieprogramma 2005-2008



8	Interfaces met andere (TFI) projecten	IT, Life Sciences en Promotie & Acquisitie.
9	Middelen	<ul style="list-style-type: none">• € 100.000 voor systeem• Commitment Task Force.• Begeleiding vanuit Task Force (50 uur)
10	Projectorganisatie	De projectverantwoordelijken zijn dezelfde als genoemd onder punt 2. Voor de opzet van het systeem zal een begeleidingsgroep in het leven geroepen worden met vertegenwoordigers uit de eerste 5 á 6 organisaties. Voor het communicatietraject wordt een campagneleider aangesteld en een werkgroep die verantwoordelijk is voor het bijbehorende plan en activiteiten.
11	Doorlooptijd	Bestaande organisaties: Start januari 2005, einde project september 2006. Nieuwe initiatieven en organisaties: continue

1	Projectnaam	Efficiencyproject Promotie
2	Projectverantwoordelijke	H. Brink, wethouder gemeente Amersfoort R.G. Boekhoven, voorzitter Bestuur Regio Utrecht Ondersteuning: L.Roxs, provincie Utrecht/T. Willebrandts, gemeente Amersfoort
3	Cluster/thema-analyse	<p>Inleiding</p> <p>Utrecht ventileert geen (eenduidige) identiteit watt betreft zaken als innovatie en ontbeert daarom een imago als kennisregio. Dit is een onder meer een ernstige handicap voor lobby actiteiten, te meer er nogal wat regionale partijen zijn die veelal op eigen houtje opereren. Mede door het gebrekkige imago de instroom van nieuwe kennisintensieve ondernemingen aan de magere kant. Kortom, op het gebied van het promoten van de provincie als kennisregio is nog een flinke slag te maken.</p> <p>Bestaande promotie-activiteiten</p> <p>Binnen de regio wordt er door enkele organisaties in geringe mate aan promotie (en acquisitie) gedaan. De gemeente Amersfoort doet een aantal zaken op promotioneel gebied en investeert veel in accountmanagement en vestigingsbegeleiding. De gemeente Utrecht voert enige acquisitie-activiteiten uit gericht op Nederland en de regio. Doelgroep zijn de grotere zakelijke dienstverleners gericht op afzet van kantorenlocaties en bedrijven in de sfeer van groothandel, productie, etc. voor verkoop van kavels, en wil de acquisitie-activiteiten gaan intensiveren. De provincie Utrecht richt zich in haar promotie en acquisitie m.n. kennisintensieve bedrijven binnen de life science en IT-sfeer uit het buitenland. Dit gebeurt vooral in samenwerking met een onderdeel van het ministerie van Economische Zaken, het Netherlands Foreign Investment Agency.</p> <p>Deze activiteiten van deze spelers worden weliswaar besproken afgestemd en kunnen door betere coördinatie effectiever en efficiënter.</p>
4	Projectomschrijving	Binnen dit project wordt op gestructureerde wijze promotie en marketing bedreven volgens een bepaald concept. Mogelijk promotie- en marketingconcept is de provincie als identiteit 'region of excellence' te geven wat tevens inhoud activiteiten die vanuit de TFI worden opgestart een soort kwaliteitskeurmerk meekrijgen. M.a.w., deel uitmaken van deze activiteiten betekent extra status. Dit moet ook aantrekkende werking hebben op vestiging van en samenwerking met bedrijven en kennisinstelling van buiten de provincie. Bijvoorbeeld waar het gaat om activiteiten om Utrechtse

		bedrijven in contact te brengen met kennisintensieve bedrijven elders (matchmaking). Tevens zijn bestaande bedrijven bronnen van informatie over potentiële vestigers en fungeren derhalve zij als ambassadeurs voor de regio (schatgraven in eigen regio). Een belangrijke rol is dus weggelegd voor het regionale bedrijfsleven als ambassadeurs van de regio en potentiële bron van leads van nieuwe bedrijven. Iets dergelijks geldt ook voor kennisinstellingen. De relatie met hetgeen zich in de regio afspeelt, b.v. de start van kennisintensieve bedrijven, is van groot belang en mag in dit kader niet uit het oog verloren worden.
5	Doelgroep	<p>Extern</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <u>Bestaande</u> kennisintensieve bedrijven. (regio) 2. <u>Nieuwe</u> kennisintensieve bedrijven (buiten regio) 3. Kennisinstellingen (buiten regio) 4. Ministeries 5. Overige Provincies 6. Gemeenten (regio) 7. 'Brussel' <p>Intern</p> <p>Partneren binnen TFI (kennisinstellingen, overheden en bedrijven)</p>
6	Projectresultaat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nulmeting naar bekendheid van Utrecht als kennisregio 2. Promotie- en marketingplan 3. Imagocampagne 4. Promotie-instrumenten (website, folder, etc.) 5. Bekendheid van Utrecht als kennisregio (stijging op ranglijst naar no 2, bekendheid onder nationale bedrijven en instellingen, geoperationaliseerd via nulmeting)
7	Activiteiten	<ul style="list-style-type: none"> • Uitvoering nulmeting • Samenstellen promotie- en marketingplan • Jaarlijks Plan van Aanpak • Uitvoering activiteiten
8	Planning activiteiten	Vanaf de start van 2005 wordt middels een promotie- en marketingplan een scala aan activiteiten ingezet om het doel Utrecht als kennisintensieve regio op het netvlies te krijgen bij nationale ken-

		nisintensieve bedrijven en -instellingen. Jaarlijks zal een plan van aanpak worden gemaakt waarbij het eerste jaar deels in het teken staat van voorbereiding, zoals het opzetten van de imagocampagne en het ontwikkelen van promotie-instrumenten. Als start zal een nulmeting worden verricht over de bekendheid van Utrecht als kennisregio.
9	Interfaces met andere (TFI) projecten	Met name raakvlakken met de sectorale projecten, aangezien voor werving van kennisintensieve bedrijven een zekere inhoudelijke kennis van de betreffende sector en het bijbehorende regionale netwerk essentieel is. Daarnaast speelt het ontsnipperingsproject een belangrijke rol aangezien dat er voor zorgt draagt dat men een eenduidig geluid uit de provincie Utrecht hoort waar het gaat om kenniseconomie en innovatie.
10	Middelen	<p>Nulmeting <input type="checkbox"/> 20.000 (deels in eigen beheer)</p> <p>Promotie- en marketingplan <input type="checkbox"/> 15.000 (grotendeels in eigen beheer uitgevoerd)</p> <p>Imagocampagne <input type="checkbox"/> 95.000</p> <p>Ontwikkeling instrumenten (website, folders, etc.) <input type="checkbox"/> 50.000</p> <p>Eindmeting <input type="checkbox"/> 20.000</p> <p>Totaal 200.000</p>
11	Projectorganisatie	De senior projectmanager is verantwoordelijk voor de opzet en uitvoering van het project. De programmadirecteur fungeert als vaandeldrager dus zal vaak worden ingezet voor PR- en Pa-activiteiten. De senior wordt in de dagelijks uitvoering van het project ondersteund door een van de projectmanagers. Daarnaast moet de senior veelvuldig contact onderhouden met de spelers in het veld van verschillende organisatie die een rol spelen in promotie-activiteiten en op deze wijze continue zorgen dat iedereen aangehaakt blijft bij de regionale PR-focus.
12	Kwaliteit	De geplande activiteiten zijn duidelijk omschreven. De jaarlijkse promotie- en marketingplannen zijn smart opgezet, dus afrekenbaar. De eindmeting is de eindtest wat betreft de kwaliteit van het project.
13	Doorlooptijd	Het is een vierjarig project dat eind 2008 wordt afgesloten met de eindmeting.