

Beleidsvaluatie Grant agreement 101052568

Programma Enterprise Europe Network Vlaanderen

Periode januari 2022 – juni 2025



Op vraag van:
Vlaamse overheid – VLAIO
Simon Bolivarlaan 17
1000 Brussel



Datum
5 november 2025

Auteur
Mieke Bartholomeeusen

Inhoud

Inhoud.....	2
1. Inleiding.....	5
1.1. Context en kader	5
1.2. Enterprise Europe Network (EEN).....	5
1.3. Doel en opzet van de evaluatie	5
1.4. Historiek van EEN	5
1.4.1. Cosme/SMP en EEN	5
1.4.2. Doel en diensten van EEN onder COSME/SMP.....	7
1.4.3. Effectiviteit en Positieve Impact.....	8
2. Grant Agreement 101052568 (GA) – EEN Vlaanderen	9
2.1. Doelstelling.....	9
2.2. Gewenste effecten	9
2.3. Activiteiten.....	9
2.4. Indicatoren voor Succes (KPI's).....	10
2.5. Teamopbouw (consortium)	10
2.6. Financiering	11
3. Resultaten: Kwantitatieve resultaten: (bereikte) KPI's – EEN Vlaanderen	12
3.1. Algemeen Overzicht Resultaten KPI's	12
3.2. KPI 1: Aantal kmo's bediend door het Enterprise Europe Network.....	12
3.3. KPI 2: Aantal unieke kmo's begeleid binnen de "Network client journey"	12
3.4. KPI 3: De totale "Achievements" (Advisory Achievements en Partnering Achievements).....	13
3.5. KPI 4: Het aantal unieke kmo's waarvan de impact is beoordeeld binnen hun "klanttraject"	17
3.6. KPI 5: Communicatieactiviteiten.....	18
4. Resultaten: Kwalitatieve resultaten: Klantentevredenheid – EEN Vlaanderen.....	20
4.1. Algemene Tevredenheid en Kwaliteit van Dienstverlening	20
4.2. Vergelijking met het Netwerk (Algemeen en Nationaal)	21
4.3. Resultaten van EEN Diensten voor Bedrijven.....	21

4.3.1. Markten en Concurrentiepositie	21
4.3.2. Jobs	22
4.3.3. Kostenbesparingen	22
4.3.4. Toegang tot Nieuwe Internationale Markten.....	22
4.3.5. Duurzaamheid, Veerkracht en Innovatie.....	22
4.3.6. Digitalisering.....	23
4.3.7. Financiering en Investerings.....	23
4.4. Diepgaande Adviesdiensten	23
4.5. Conclusie Klanttevredenheid en Impact.....	23
5. Consortiummanagement – EEN Vlaanderen	24
5.1. Projectmanagement, Kwaliteitsborging en Monitoring & Evaluatiestrategie	24
5.2. Kosteneffectiviteit en Financieel Management.....	24
5.3. Impact (Aanbevelingen voor verbetering).....	24
5.4. Communicatie en Zichtbaarheid	25
5.5. Duurzaamheid	26
5.5.1. Strategie voor duurzaamheid en impact op lange termijn	26
5.5.2. Synergiën met andere EU-gefinancierde activiteiten	27
5.6. Digitalisering.....	27
5.7. Werkplan, Werkpakketten, Activiteiten, Middelen en Timing	27
6. Resultaten en aanbevelingen via het SEG rapport – EEN Europa	28
6.1. Achtergrond en Doelstellingen van de Skills Expert Group (SEG)	28
6.2. Overzicht van Prioritaire Acties	28
6.3. Resultaten van de Prioritaire Acties.....	29
6.3.1. KMO-Enquête Resultaten.....	29
6.3.2. Aanvullend Onderzoek (Desktop Research).....	30
6.3.3. Feedback van Sector- en Themagroepen over Vaardigheidsbehoeften	30
6.3.4. Resultaten van de Vaardigheidsmapping.....	30
6.4. Aanbevelingen van de Skills Expert Group	31
6.5. Conclusie SEG Eindrapport	31
7. Conclusies en aanbevelingen	32
7.1. Achtergrond van de Aanbevelingen	32
7.2. Algemene Beleidsaanbevelingen	32

7.3. Specifieke Aanbevelingen binnen het VLAIO/FIT ecosysteem.....	33
7.4. Conclusie	33

1. Inleiding

1.1. Context en kader

Het stimuleren van **ondernemerschap en innovatie** is een speerpunt van zowel de Europese Commissie als de Vlaamse overheid in Vlaanderen. Twee organisaties binnen de Vlaamse overheid die dit ondernemerschap bevorderen, zijn **VLAIO** en **Flanders Investment & Trade (FIT)**.

- VLAIO zet zich in om Vlaanderen verder uit te bouwen als een sterke, duurzame, ondernemende en innoverende regio.
- Flanders Investment & Trade (FIT) heeft als doel de internationalisering van de Vlaamse economie te stimuleren, voornamelijk door middel van exportbevordering (Vlaamse bedrijven helpen met internationale expansie) en het aantrekken van investeringen (buitenlandse bedrijven overtuigen zich in Vlaanderen te vestigen of uit te breiden).

1.2. Enterprise Europe Network (EEN)

Het Enterprise Europe Network (EEN) is het **grootste ondersteuningsnetwerk ter wereld voor kleine en middelgrote ondernemingen (kmo's) met internationale ambities**. Het netwerk werd in 2008 gelanceerd door de Europese Commissie en wordt gefinancierd via het Single Market Programme. EEN bestaat uit meer dan 3000 experts van ruim 500 organisaties in meer dan 40 landen. In Vlaanderen wordt het EEN vertegenwoordigd door een team van VLAIO en FIT.

De financiering van dit netwerk gebeurt 60% door Europese subsidies, en 40% vanuit de Vlaamse Regering.

1.3. Doel en opzet van de evaluatie

In het kader van periodieke evaluaties onderzoekt VLAIO de impact en effectiviteit van het EEN agreement (Grant agreement 101052568, kortweg GA), in de periode 2022-2025. Deze evaluatie komt er op vraag van de Vlaamse Regering. Dit stelt VLAIO in staat om in de nieuwe periode, die van start ging 1 juli 2025, de juiste accenten te leggen en nog meer in te spelen op de noden van de ondernemers en de dienstverlening te optimaliseren. De evaluatie richt zich op een analyse van de werking, bereikte doelgroepen, alsook de meerwaarde en impact van de dienstverlening voor de doelgroepen. Ook wordt de toegevoegde waarde ten opzichte van de bredere VLAIO dienstverlening getoetst, met het oog ook hier in een nieuwe periode nog meer getarget te werken. De evaluatie splitst zich op een **kwantitatief luik en een kwalitatief luik**, waarbij de resultaten aan vooropgezette KPI's getoetst worden. Eén van de doelstellingen is promotie maken van de EEN diensten, en kmo's op de hoogte brengen van nieuws. Alle promotie, oproepingen en informatie werden gepromoot via de EEN Vlaanderen website, de EEN Nieuwsbrief en posts op LinkedIn. Daarnaast zijn er ook op regelmatige basis KMO bevestigingen gedaan, om de kwaliteit van de dienstverlening te meten.

1.4. Historiek van EEN

1.4.1. Cosme/SMP en EEN

Enterprise Europe Network is ontstaan binnen Cosme. Het **COSME-programma** (Programme for the Competitiveness of Enterprises and Small and Medium-sized Enterprises) werd opgericht door de Europese Unie als reactie op marktekortkomingen en problemen die het voortbestaan van kmo's en het

herstel van groei na de financiële crisis van 2008 belemmerden. Deze problemen omvatten onder meer hoge kredietkosten, moeilijkheden bij het verkrijgen van financiering (deels door informatieasymmetrieën), beperkte toegang tot klanten en internationale markten, en zwakke punten in de ondernemerscultuur.

Het programma bouwde voort op het eerdere programma voor ondernemerschap en innovatie (EIP, 2007-2013) en paste binnen de bredere EU-beleidsondersteuning voor kmo's, zoals de Europa 2020-strategie en de "Small Business Act" voor Europa. Cosme was een van de elf acties ter uitvoering van het vlaggenschipinitiatief "Industriebeleid in een tijd van mondialisering" van Europa 2020. De hoofddoelstelling van Cosme was het **verbeteren van het concurrentievermogen van kmo's**. Dit werd nagestreefd via vier specifieke doelstellingen (SD's):

- **SD1:** Verbetering van de toegang tot financiering voor kmo's in de vorm van eigen vermogen en schuld.
- **SD2:** Ondersteuning van kmo's bij toegang tot de markt en internationalisering.
- **SD3:** Een gunstig klimaat scheppen voor ondernemingen en hun concurrentievermogen ondersteunen.
- **SD4:** Ondernemerschap bevorderen.

De uiteindelijke begunstigden van Cosme waren kmo's. Veel acties werden uitgevoerd via organisaties ter ondersteuning van het bedrijfsleven en andere tussenpersonen die advies, ondersteuning en financiering boden. De evaluatie van dit programma¹ omvatte alle specifieke doelstellingen en werd ondersteund door een extern onderzoek, waarbij gebruik werd gemaakt van monitoringgegevens, statistieken, gerelateerde evaluatiestudies, macro-economische analyse, nulscenario-analyse, en gerichte raadplegingen (enquêtes en interviews). Uitdagingen bij de evaluatie waren onder meer de brede reikwijdte van interventies en de variërende detailniveaus in monitoringgegevens. Cosme werd uitgevoerd via jaarlijkse werkprogramma's, afgestemd op de beleidsprioriteiten van de Commissie, de veranderende behoeften van kmo's en ondersteuningstekorten. Onder andere werd het EEN programma opgericht en in de EEN doelstellingen staat ook specifiek het volgende: **Specifieke Doelstelling 2: Betere markttoegang voor kmo's**

- Enterprise Europe Network (EEN): Verbetert de toegang van kmo's tot markten door geïntegreerde diensten te bieden, zoals advies over EU-financiering, de interne markt en internationalisering, inclusief internationale partnerschapsdiensten.
- Centrum voor industriële samenwerking EU-Japan.
- Internationale helpdesks voor intellectueel eigendom gericht op kmo's.
- Portaal "Your Europe Business" en Eén digitale toegangspoort.
- Ondersteuning van Europese kmo's bij deelname aan overheidsopdrachten buiten de EU.

Inmiddels is Cosme overgegaan in het Single Market Programme (SMP), waaronder het voorbije en nieuwe programma (GA) goedgekeurd werden. Het is een verderzetting van eerdere programma's, waarbij accenten steeds worden aangepast aan de noden van de kmo's en de wisselende urgenties in de Europese en Globale economie.

Concreet betekent dit dat COSME, samen met vijf andere grote programma's en begrotingslijnen uit de vorige financieringsperiode (2014-2020), nu is opgenomen in het bredere SMP-kader. Het SMP brengt deze

¹ CELEX_52024DC0425_NL_TXT.pdf:

VERSLAG VAN DE COMMISSIE AAN HET EUROPEES PARLEMENT EN DE RAAD over de eindevaluatie van het programma voor het concurrentievermogen van ondernemingen en kleine en middelgrote ondernemingen (Cosme) 2014-2020

initiatieven samen om het volledige potentieel van de interne markt te benutten en Europa's lange termijn herstel te waarborgen.

1.4.2. Doel en diensten van EEN onder COSME/SMP²

Enterprise Europe Network (EEN) werd opgericht om **toegang van kmo's tot markten te verbeteren**. Het biedt geïntegreerde diensten aan, waaronder advies en informatie over EU-financiering, de interne markt en internationalisering buiten de EU-markt, inclusief internationale partnerschapsdiensten.

- **Doel en activiteiten:** EEN is een van de vlaggenschipinitiatieven van doelstelling 2 (SD2), dat tot doel heeft het concurrentievermogen en de duurzaamheid van kleine en middelgrote ondernemingen (kmo's) te versterken. EEN biedt kmo's op maat gemaakte adviesdiensten en internationale netwerkmogelijkheden. Het netwerk stelt kmo's in staat om uit te breiden naar nieuwe markten, te digitaliseren en groene technologieën in te zetten.
- **Doeltreffendheid en resultaten:** EEN levert "sterke resultaten" op. Klanten van EEN melden zeer hoge tevredenheidspercentages en "tastbare effecten op de bedrijfsprestaties".
- **Samenhang:** EEN profiteert van het bredere bereik en de sterkere positie van het SMP. Het netwerk sluit aan bij en vult bredere ondersteunende kaders aan, inclusief synergiën met andere SMP-pijlers en EU-programma's zoals Horizon Europa en nationale/regionale initiatieven.
- **Efficiëntie:** Kmo-klanten van EEN melden dat de diensten efficiënt zijn afgestemd op de bedrijfsbehoeften.
- **EU-meerwaarde:** EEN draagt bij aan een aanzienlijke EU-meerwaarde door grensoverschrijdende samenwerking te bevorderen, wederzijds leren mogelijk te maken en benchmarking en richtsnoeren te bieden voor het kmo-beleid, iets wat nationale programma's niet kunnen bereiken.
- **Relevantie:** De acties van doelstelling 2, inclusief EEN, zijn zeer relevant en nauw afgestemd op de EU-strategieën en -prioriteiten en de werkprogramma's die zijn ontwikkeld op basis van uitgebreide raadplegingen van belanghebbenden om te voldoen aan de veranderende behoeften van kmo's en de interne markt.
- **Aanbevelingen:** Voor doelstelling 2 wordt aanbevolen om de output- en resultaatindicatoren systematisch te monitoren in de projectverslagen, zodat alle ondersteunde kmo's duidelijk geïdentificeerd kunnen worden. Het expliciet koppelen van deze indicatoren aan de doelstellingen van het programma zou meer inzicht geven in de behaalde impact. Daarnaast kunnen de resultaatindicatoren worden versterkt door de tevredenheid van kmo's te linken aan de ontvangen steun en eventuele vervolgacties. Het is aan te raden om met een geharmoniseerde enquête gegevens te verzamelen over de impact van de ondersteuning op thema's zoals groei, digitalisering en internationalisering.

² VERSLAG VAN DE COMMISSIE AAN HET EUROPEES PARLEMENT, DE RAAD, HET EUROPEES ECONOMISCH EN SOCIAAL COMITÉ EN HET COMITÉ VAN DE REGIO'S over de tussentijdse evaluatie van het programma voor de interne markt 2021-2027

1.4.3. Effectiviteit en Positieve Impact³

In 2021 is er een evaluatie geweest binnen COSME van de KMO Competitiviteit en werden de diensten van EEN geëvalueerd. Hoewel dit rapport dateert van vóór het voorbije programma, zijn de resultaten ten zeerste relevant.

De evaluatie concludeert dat Cosme positieve effecten had op kmo's en van grote toegevoegde waarde was voor de EU, ondanks enkele zwakke punten in de monitoring en coherentie van kleinere acties. Er werden lessen getrokken voor toekomstige programma's, met nadruk op een verbeterd monitoringskader en grotere zichtbaarheid van de initiatieven.

De EEN activiteiten werden als volgt geëvalueerd:

Algemeen

- EEN bood geïntegreerde advies- en ondersteuningsdiensten aan om kmo's te helpen profiteren van zakelijke kansen op nieuwe markten, zowel binnen als buiten de EU, en ondersteunde grensoverschrijdende zakelijke samenwerking en kennisoverdracht.
- De diensten van EEN voldeden aan alle doelstellingen of overtroffen deze zelfs.
- Gerichte raadplegingen bevestigden het **positieve effect van EEN-diensten op het concurrentievermogen van kmo's**, met verbeteringen op het gebied van markttoegang, job groei of -behoud, en de introductie van nieuwe producten.
- EEN bleek **doeltreffend** te zijn. Het programma gaf bijna 2,9 miljoen kmo's toegang tot cruciale adviesdiensten, informatie om actief te worden op nieuwe markten en ondersteuning bij het vinden van partners.
- Enquêtes toonden aan dat de EEN diensten van kmo's hielpen te overleven, hun personeelsbestand te behouden en/of uit te breiden, nieuwe markten te betreden en hun omzet te behouden of te ondersteunen.

Administratieve Lasten

Een belangrijk voordeel was dat **84% van de kmo's die gebruikmaakten van EEN, aangaf geen directe of indirecte kosten te hebben ervaren** in verband met de diensten van het netwerk.

Geografische Spreiding

Regio's met sterkere internationale handelsbetrekkingen of een strategische positie hebben meer geprofiteerd van de EEN-ondersteuning voor internationalisering.

Klimaatgerelateerde Expertise

Meer dan 200 deskundige bedrijfsadviseurs van EEN zijn gespecialiseerd in klimaat gerelateerde vraagstukken.

Toegevoegde Waarde voor de EU

EEN bood **volledige additionaliteit en Europese toegevoegde waarde** door netwerken en informatie-uitwisseling te ondersteunen tussen EEN-adviseurs in de hele EU. De internationale component van deze dienstverlening ontbrak vaak in nationale ondersteuningsregelingen.

³ VERSLAG VAN DE COMMISSIE AAN HET EUROPEES PARLEMENT EN DE RAAD over de eindevaluatie van het programma voor het concurrentievermogen van ondernemingen en kleine en middelgrote ondernemingen (Cosme) 2014-2020

Zichtbaarheid en Merkherkenning

EEN is nu breed erkend binnen de kmo-gemeenschap. Het EEN-merk wordt veel gebruikt en de rol ervan voor EU-gerelateerde ondersteuning wordt erkend. Er is evenwel nog ruimte om kmo's bewuster te maken van het feit dat de EEN-diensten medegefinancierd worden door de EU. Sommige geïnterviewde EEN-leden gaven aan dat kmo's voornamelijk de naam van de aangesloten organisatie herkennen. Er wordt gesuggereerd dat een grotere zichtbaarheid van het EU-merk het internationale profiel kan versterken en nieuwe samenwerkingskansen kan creëren.

Kwantificeerbare Voordelen (Kerncijfers)

- Aantal kmo's in alle consortia dat EEN-diensten ontving: **1.957.822**.
- Aantal kmo's in alle consortia dat gebruikmaakte van digitale diensten: **21,5 miljoen** (2020-2021).
- Aantal ondertekende grensoverschrijdende partnerschapsovereenkomsten: **18.701**.

Synergiën en Samenwerking

EEN vertoonde synergiën, complementariteit en samenwerking met andere programma's, waaronder Horizon 2020 en Europese Structuur- en Investeringsfondsen (ESIF). Er is ook goede vooruitgang geboekt met regionale integratie en samenwerking met digitale-innovatiehubs. EEN is een voorbeeld van een grotere actie die synergie creëerde met andere EU-fondsen en -programma's.

2. Grant Agreement 101052568 (GA)⁴ – EEN Vlaanderen

2.1. Doelstelling

De hoofddoelstelling van het EEN Vlaanderen project is het prioriteren van de **internationale en innovatie-uitdagingen waar Vlaamse kmo's vandaag de dag mee te maken krijgen**, zoals het is opgezet in het Cosme-programma (zie hierboven). Dit wordt telkens gespecificeerd in een 'grant agreement'.

Voor de periode 2022 tot juni 2025 is dit Grant Agreement-101052568 (Subsidieovereenkomst).

2.2. Gewenste effecten

Het uiteindelijke doel van de klanttrajecten is het opbouwen van **duurzame groei, het openen van nieuwe markten, het verkorten van de 'time-to-market', het stimuleren van bedrijfsgroei en het creëren van jobs** voor Vlaamse kmo's.

2.3. Activiteiten

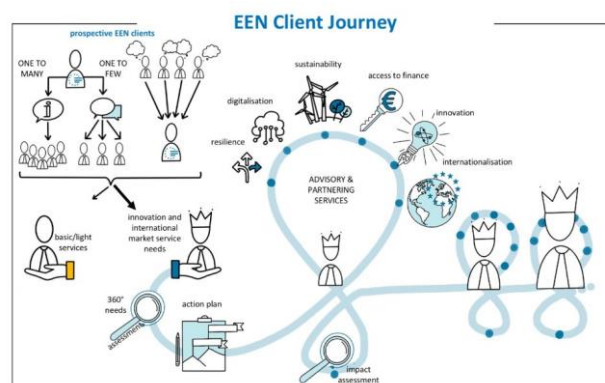
De activiteiten van EEN Vlaanderen project zijn gestructureerd in werkpakketten (Work Packages) die diverse diensten en ondersteuning bieden:

- **Dienstverlening met toegevoegde waarde aan klanten (WP2):** Omvat matchmakings, gerichte missies, advies over EU-financiering, aanbestedingen, e-commerce, intellectueel eigendomsrecht, en peer-to-peer leersessies voor scale-ups en 'Seal of Excellence'-houders.
- **Promotie van het Netwerk en Communicatie (WP3):** Gericht op het vergroten van naamsbekendheid, zichtbaarheid, en het communiceren van kernactiviteiten en 'EEN Client Journeys'. Ook omvat het KMO Feedback Activiteiten, zoals het raadplegen van Vlaamse kmo's over EU-beleid en het opsporen van belemmeringen.

⁴ GRANT AGREEMENT Project 101052568 — E.E.N. Flanders

- **Netwerkontwikkeling en Capaciteitsopbouw (WP4):** Focus op samenhang en samenwerking tussen EEN-hubs, kennisuitwisseling, en opleiding van eigen personeel.
- **Netwerkcoördinatie en Kwaliteitsmanagement (WP5):** Betreft bijdragen aan actiegroepen, voorzitten van thematische/sectorgroepen, deelname aan bestuursstructuren, en mentorschap.
- **Projectmanagement (WP1):** Omvat dagelijkse projectactiviteiten, kwaliteitsdiensten, consortiumvergaderingen, rapportage, financieel beheer, contacten met de EU Commissie en stakeholdermanagement.

De "Network client journey" (Klanttraject) is een gestructureerd ondersteuningsproces dat intensieve en meervoudige contacten met de cliënt en eventueel ook "spokes" (andere experts of partners) vereist. Het eindigt met een impactmonitoring. Het traject omvat grondige beoordelingen (business-, technologie- en innovatiereviews), het opstellen van actieplannen met kwalitatieve maatwerkdiensten, persoonlijke coaching (bijv. voor 'Seal of Excellence'-houders), en capaciteitsopbouw via peer-to-peer leersessies en workshops. Hierbij wordt specifieke aandacht besteed aan duurzaamheid en digitalisering.



2.4. Indicatoren voor Succes (KPI's)

De effectiviteit van het project wordt gemeten aan de hand van vijf Key Performance Indicators (KPI's):

- **KPI 1:** Aantal kmo's bediend door het Enterprise Europe Network.
- **KPI 2:** Aantal unieke kmo's dat wordt begeleid binnen de "Network client journey".
- **KPI 3:** De totale "Achievements", onderverdeeld in Advisory Achievements (AAs) en Partnering Achievements (PAs).
- **KPI 4:** Het aantal unieke kmo's waarvan de impact is beoordeeld binnen hun "klanttraject".
- **KPI 5:** Communicatieactiviteiten, zonder een specifiek numeriek streefdoel.

2.5. Teamopbouw (consortium)

Het team bestaat uit experts binnen VLAIO en FIT, waarbij ieder in zijn of haar beleidsdomein de nodige expertise heeft opgebouwd, en dit ook verder opvolgt. Deze beleidsdomeinen zijn opgebouwd uit thematische en sectorgroepen.

Het team van VLAIO is verantwoordelijk voor onderstaande thematische en sectorgroepen (TG en SG)

- SG Creative and cultural industries, Resilience, TG Women Entrepreneurship
- TG Sustainability
- Partnering Services, SME feedback, Events, Projects, Internal/External communication

- TG Intellectual property
- SG AgriFood & SG Maritime Industry
- SG Energy-intensive industries, TG Research and innovation
- SG Proximity and social economy

Het team van FIT beheert de volgende thematische en sectorgroepen (TG en SG):

- SG Health, TG Internationalisation, SG Mobility-Transport- Automotive
- International and EU trade legislation, SG Construction
- SG Aerospace & Defense
- SG Digital
- TG Start-ups & scaleups en TG Access to finance
- Ecosystem expert Startup.Flanders
- SG Textiles, SG Renewable energies

2.6. Financiering

De financiering van het programma wordt verstrekt als een actiesubsidie (action grant) op basis van een gebudgetteerde gemengde werkelijke kostensubsidie (budget-based mixed actual cost grant).

Maximale Subsidie en Kosten:

- Totale subsidiabele kosten: EUR 4.097.068,75.
- Subsidiebedrag EU: EUR 2.460.241,25.
- Subsidiebedrag Vlaamse regering: EUR 1.636.827,50

Verdeling van de kosten en subsidie over de deelnemers:

Deelnemer	Totale subsidiabele kosten (EUR)	Subsidiebedrag EU	Subsidiebedrag Vlaamse regering
VLAAMSE GEWEST (VLAIO)	2.486.960,00	1.494.176,00	992.784,00
VLAAMS AGENTSCHAP VOOR INTERNATIONAAL ONDERNEMEN (FIT)	1.610.108,75	966.065,25	644.043,50
Totaal Consortium	4.097.068,75	2.460.241,25	1.636.827,50

3. Resultaten: Kwantitatieve resultaten: (bereikte) KPI's – EEN Vlaanderen

3.1. Algemeen Overzicht Resultaten KPI's⁵

In dit hoofdstuk bekijken we in welke mate de vooropgestelde doelstellingen bereikt zijn. Over het algemeen werden de KPI's (ruimschoots) behaald. De KPI's en de hierop behaalde resultaten zijn hieronder weergegeven.

3.2. KPI 1: Aantal kmo's bediend door het Enterprise Europe Network

Voor de vorige programmaperiode (GA 101052568) is KPI 1 gedefinieerd als het aantal kmo's dat wordt bediend door het Enterprise Europe Network Vlaanderen. Het consortium heeft een totaal **streefdoel van 10.000 kmo's** die gedurende de 42 maanden van het project bediend moeten worden. Deze KPI weerspiegelt de inspanningen van het project om kmo's te ondersteunen bij internationaliserings- en innovatieuitdagingen. De diensten die bijdragen aan deze KPI omvatten onder meer:

- **Adviesdiensten** die kmo's helpen hun concurrentiepositie te verbeteren en hun innovatiecapaciteit te vergroten door middel van waardetoevoegende diensten. Dit omvat het vergroten van hun bewustzijn, kennis en vaardigheden over EU-gerelateerde onderwerpen, interne marktgegevens, internationaliseringskwesaties en innovatiemanagement.
- **Activiteiten om het bewustzijn over het netwerk te vergroten** en kmo's goed te informeren over de EEN-diensten en -activiteiten. Dit omvat het verzamelen en verspreiden van Europees nieuws en EEN-gerelateerde onderwerpen via diverse kanalen. Het bereiken van KPI 1 is essentieel voor het realiseren van de algemene doelstellingen van het project, namelijk het helpen van Vlaamse kmo's om te groeien en te innoveren in een EU-context, en om de veerkracht van de kmo's te versterken.

Over de totale periode van de overeenkomst werden er in totaal **10.920 kmo's bediend**, wat 9.2% **boven het target van 10.000 is**.

3.3. KPI 2: Aantal unieke kmo's begeleid binnen de "Network client journey"

Voor de vorige programma periode is KPI 2 gedefinieerd als het aantal unieke kmo's dat wordt begeleid binnen de "Network client journey". Het totale **streefdoel voor KPI 2 is 132 unieke kmo's** gedurende de 42 maanden van het project.

Dit streefdoel is als volgt verdeeld over de projectjaren:

- **2022:** 20 unieke kmo's (10 voor VLAIO en 10 voor FIT).
- **2023:** 36 unieke kmo's (18 voor VLAIO en 18 voor FIT).
- **2024:** 56 unieke kmo's (28 voor VLAIO en 28 voor FIT).
- **Eerste helft van 2025:** 20 unieke kmo's (10 voor VLAIO en 10 voor FIT).

⁵ Connect platform Enterprise Europe Network

De "Network client journey" of "klienttraject" is een gestructureerd ondersteuningsproces met volgende componenten:

- **Grondige beoordeling:** Dit omvat business-, technologie- en innovatiereviews van de cliënten.
- **Opstellen van een actieplan:** Dit plan omvat hoogwaardige op maat gemaakte diensten.
- **Op maat gemaakte diensten:** Deze diensten zijn gericht op het helpen van kmo's bij het overwinnen van specifieke problemen en uitdagingen, het verbeteren van hun concurrentiepositie en het realiseren van duurzame groei. Hieronder vallen ook persoonlijke coachingactiviteiten voor houders van het "Seal of Excellence" en potentiële kandidaten voor de EIC Accelerator.
- **Peer-to-peer leersessies en workshops/seminars:** Deze zijn bedoeld voor de capaciteitsopbouw van kmo's.
- **Aandacht voor duurzaamheid en digitalisering:** Binnen deze cliëntreizen wordt specifieke aandacht besteed aan duurzaamheid en digitalisering, met als doel de veerkracht van de kmo's te versterken.
- **Doelstellingen:** Het uiteindelijke doel is het openen van nieuwe markten, het verkorten van de time-to-market, het stimuleren van bedrijfsgroei en het creëren van jobs.
- **Intensieve begeleiding:** Het proces vereist intensieve en meervoudige contacten met de cliënt en "spokes" (andere experts of partners) gedurende het traject, samen met impactmonitoring op verschillende intervallen om specifieke mijlpalen te creëren ten behoeve van de groei van de KMO. Het consortium, bestaande uit VLAIO en FIT, streeft ernaar om "effectieve en hoogwaardige cliëntreizen" te creëren.

In totaal zijn er in de periode van de overeenkomst **375 unieke klanten bediend**, wat een zeer goed resultaat is. Het target was 132 klanten, en dit is ruimschoots gehaald (**284.1%**). Ter vergelijking: het gemiddelde van EEN consortia is 119.4% van target en in de consortia in totaal België is dit 146.2%. EEN Vlaanderen scoort dus ruim boven andere consortia.

Details per jaar van het programma:

- **2022:** 36
- **2023:** 103
- **2024:** 144
- **Eerste helft van 2025:** 121

3.4. KPI 3: De totale "Achievements" (Advisory Achievements en Partnering Achievements)

Voor GA 101052568 omvat KPI 3 de totale "Achievements" (prestaties) die het project beoogt te realiseren. Deze KPI is verder onderverdeeld in twee specifieke typen prestaties:

- KPI 3a: Advisory Achievements (AAs)
- KPI 3b: Partnering Achievements (PAs)

Het totale **streefdoel voor KPI 3 gedurende de 42 maanden van het project is 262 prestaties**. Dit totaal is als volgt gespecificeerd:

- **122 Advisory Achievements (AAs)**
- **140 Partnering Achievements (PAs)**

De jaarlijkse streefdoelen voor het gecombineerde aantal prestaties (AAs + PAs), zoals weergegeven als "KPI3" in de bronnen, zijn als volgt verdeeld over de projectjaren voor zowel VLAIO als FIT:

- **2022:** 32 prestaties (16 voor VLAIO en 16 voor FIT).
- **2023:** 76 prestaties (38 voor VLAIO en 38 voor FIT).
- **2024:** 90 prestaties (45 voor VLAIO en 45 voor FIT).
- **Eerste helft van 2025:** 64 prestaties (32 voor VLAIO en 32 voor FIT).

De activiteiten die bijdragen aan het behalen van deze prestaties omvatten twee hoofdgebieden:

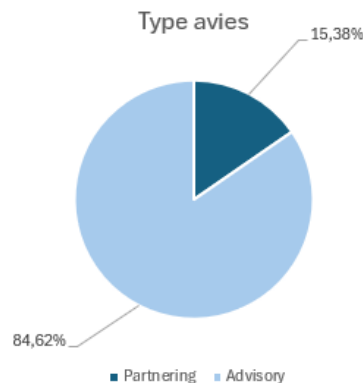
1. **Adviesdiensten (Advisory Services):** Deze diensten zijn gericht op het vergroten van de concurrentiepositie en innovatiecapaciteit van kmo's door middel van waarded toevoegende diensten. Dit omvat onder meer:
 - Het verstrekken van op maat gemaakt advies en ondersteuning aan kmo's om specifieke problemen en uitdagingen te overwinnen.
 - Potentiële kandidaten voor de EIC Accelerator: Het consortium ondersteunt kmo's bij het navigeren door EIC-financiering binnen Horizon Europe, inclusief voorlopige beoordelingen, feedback op voorstellen en proefpitches. Het team bestaat uit 3 vaste leden, waaronder de National Contact Points (NCPs) voor Vlaanderen. EEN Vlaanderen heeft ook de rol van lead (VLAIO) en hetzelfde vast team (FIT & VLAIO) voor het EEN2EIC voorstel.
Daarnaast is er ook persoonlijke coaching voor houders van het "Seal of Excellence" met betrekking tot "go-to-market" strategieën, internationalisering, innovatie en toegang tot financiering.
 - Het vergroten van bewustzijn, kennis en vaardigheden over EU-gerelateerde onderwerpen, interne marktgegevens, internationaliseringskwesties en innovatiemanagement.
 - Het organiseren van "One-to-few" evenementen en workshops waar op maat gemaakt advies en training worden gegeven aan bedrijven met gemeenschappelijke uitdagingen en interesses.
2. **Partneringsdiensten (Partnering Services):** Deze diensten richten zich op het faciliteren van transnationale samenwerkingen en het vinden van geschikte partners voor kmo's. Dit omvat:
 - Individuele maatwerkdiensten voor het zoeken naar partners, waarbij gebruik wordt gemaakt van de "Partnership Opportunity Database (POD)".
 - Het organiseren van matchingevenementen, zowel algemene evenementen in het kader van beurzen als gerichte evenementen voor specifieke sectoren of "scale-ups".

Het uiteindelijke doel van deze prestaties is het openen van nieuwe markten, het verkorten van de "time-to-market", het stimuleren van bedrijfsgroei en het creëren van jobs voor Vlaamse kmo's. De consortiumpartners, VLAIO en FIT, werken nauw samen aan de uitvoering van deze diensten, voornamelijk binnen Werkpakket 2: "Provision of value-added services to clients".

De behaalde resultaten voor KPI 3 zijn **377 prestaties**, wat **143,9% van het doel is**. Dit is onderverdeeld in:

- **Adviesprestaties:** 319 (261,5% van het doel). Dit onderstreept de expertise en het succes van het consortium in het bieden van waardevolle ondersteuning.

- **Partnerprestaties:** 58 (41,4% van het doel). Dit gebied was uitdagender door de complexiteit en langere doorlooptijden die gepaard gaan met het vormen van strategische partnerschappen.

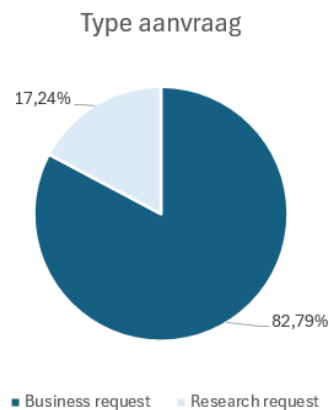


De onderprestatie op het gebied van partnerprestaties wordt toegeschreven aan tekortkomingen in het partnerplatform en een algemeen gebrek aan vertrouwen in het IT-systeem (dat instaat voor de registratie van de matchmaking) aan het begin van de contractperiode. Dit leidde tot minimale samenwerking en bijna geen partneractiviteiten in 2022, wat niet kon worden ingehaald. Daarnaast was er een hogere vraag van cliënten naar een cliëntgerichte aanpak gericht op innovatie, duurzaamheid, digitalisering en toegang tot financiering, wat resulteerde in minder vraag naar partnering diensten. Ondanks deze uitdagingen werkt het consortium actief aan het verbeteren van dit gebied door gerichte outreach en verbeterde matchmaking processen.

Bij de klantgerelateerde vragen naar een partnership zijn er verschillende aanvragen:

- **Commerciële partnerschappen**
 - Business offers (aanbiedingen van de klant):
 - Zoekt distributeurs, agenten, vertegenwoordigers of franchisepartners voor buitenlandse markten.
 - Biedt diensten aan via onderaanneming, uitbesteding, productieovereenkomst of joint venture.
 - Wil aandelen van het bedrijf verkopen.
 - Zoekt investeerders of samenwerkingspartners voor een project (gericht op samenwerking op midden- tot lange termijn).
 - Business requests (verzoeken van de klant):
 - Heeft interesse in diensten/producten van andere bedrijven.
 - Zoekt producten die zijn assortiment aanvullen en die hij kan distribueren/vertegenwoordigen in eigen of andere landen.
 - Wil aandelen kopen van een ander bedrijf.
 - Zoekt nieuwe investeringsprojecten.
- **Technische partnerschappen**
 - Technology offer: Klant stelt een innovatieve technologie, proces of knowhow beschikbaar aan een partner.
 - Technology request: Klant zoekt een technologie, proces of knowhow die hij van een partner wil verkrijgen.
- **Consortiumvorming**
 - R&D request:
 - Klant zoekt een partner voor een consortium binnen een EU-onderzoeksproject.
 - Klant zoekt een partner voor een bilaterale oproep (niet EU-gefinancierd), met minstens één partner uit een EU-lidstaat.

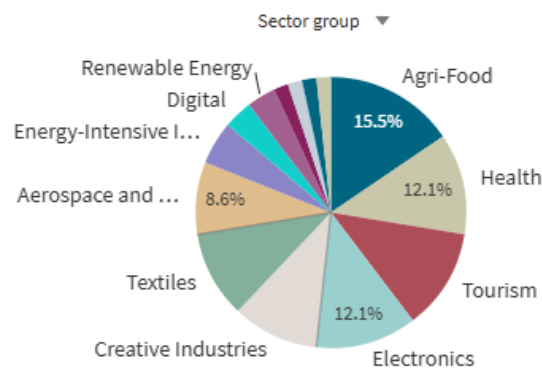
Het merendeel van de adviezen is business gerelateerd. Slechts een minderheid is research gerelateerd. Onderstaande grafiek geeft de verdeling weer voor het voorbije programma.



EEN Vlaanderen is actief op diverse domeinen die binnen de EU als relevant worden aangeduid. Deze zijn verdeeld in sectorgroepen en thematische groepen.

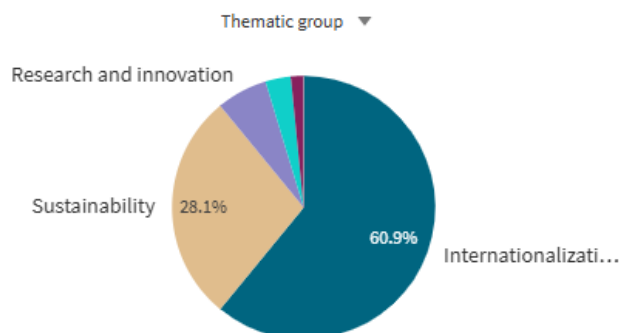
- Sectorgroepen: Agri-voeding, gezondheid, creatieve industrieën, aerospace en defensie, textiel, maritieme industrie, electronics, mobiliteit en transport, energie intensieve industrieën, hernieuwbare energie, sociale economie, constructie economie

Hierbij de verdeling van de vraagtrajecten per **sector** groep voor het voorbije programma.



- Thematische groepen: Duurzaamheid, digitalisering, ééngemaakte markt, onderzoek en innovatie, toegang tot financiering, start-ups en scape-ups, vrouwelijk ondernemerschap en internationalisatie

Hierbij de verdeling van de vraagtrajecten per **thematische** groep voor het voorbije programma.



3.5. KPI 4: Het aantal unieke kmo's waarvan de impact is beoordeeld binnen hun "klantraject"

Voor GA 101052568 is KPI 4 gedefinieerd als het aantal unieke kmo's waarvan de impact is beoordeeld binnen hun "klantraject" (client journey). Het project, "EEN Vlaanderen", streeft ernaar de internationaliserings- en innovatie-uitdagingen van Vlaamse kmo's aan te pakken. Het totale **streefdoel voor KPI 4 gedurende de 42 maanden van het project is 70 unieke kmo's**.

De jaarlijkse streefdoelen voor KPI 4, verdeeld over de projectjaren voor VLAIO en FIT, zijn als volgt:

- **2022:** 10 unieke kmo's (5 voor VLAIO en 5 voor FIT).
- **2023:** 24 unieke kmo's (12 voor VLAIO en 12 voor FIT).
- **2024:** 26 unieke kmo's (13 voor VLAIO en 13 voor FIT).
- **Eerste helft van 2025:** 10 unieke kmo's (5 voor VLAIO en 5 voor FIT).

Deze KPI is direct gekoppeld aan KPI 2, aangezien 12 maanden na het afsluiten van een PA/AA een impactbeoordeling moet worden uitgevoerd op alle actieplannen die ten minste één "achievement" hebben opgeleverd. De "Network client journey" (klantraject) waarbinnen deze impactmeting plaatsvindt, omvat een gestructureerd ondersteuningsproces dat intensieve en meervoudige contacten met de cliënt en andere experts ("spokes") vereist. Dit proces omvat impactmonitoring op verschillende intervallen om specifieke mijlpalen te creëren ten behoeve van de groei van de kmo.

De diensten die bijdragen aan deze "klantraject" en uiteindelijk leiden tot de impactbeoordeling van KPI 4, omvatten onder andere:

- Grondige beoordelingen zoals business-, technologie- en innovatiereviews van de cliënten.
- Het opstellen van op maat gemaakte actieplannen en het verlenen van hoogwaardige diensten.
- Persoonlijke coaching, bijvoorbeeld voor houders van het "Seal of Excellence" en potentiële EIC Accelerator kandidaten, gericht op markttoegang, internationalisering, innovatie en toegang tot financiering.
- Capaciteitsopbouw door middel van peer-to-peer leersessies en workshops/seminars.
- Specifieke aandacht voor duurzaamheid en digitalisering om de veerkracht van kmo's te versterken.

Het uiteindelijke doel van deze cliëntreizen, waarvan de impact wordt gemeten door KPI 4, is het openen van nieuwe markten, het verkorten van de "time-to-market", het stimuleren van bedrijfsgroei en het creëren van jobs.

Er is een enquête⁶ georganiseerd door het overkoepelend orgaan van EEN in Europa voor de periode juli 2023-juni 2025. Dit was een vrijblijvende enquête, gericht naar kmo's die dienstverlening hebben gekregen via EEN.

De resultaten van deze enquête tonen aan dat EEN Vlaanderen **100% progressie heeft geboekt ten opzichte van de volledige (3-jarige) KPI4-doelstelling.**

We gaan hier later nog verder in detail op in, in hoofdstuk 4.

3.6. KPI 5: Communicatieactiviteiten

Voor GA 101052568 is KPI 5 gedefinieerd als Communicatieactiviteiten. Het meest opvallende kenmerk van KPI 5, in tegenstelling tot de andere KPI's (KPI 1 t/m 4), is dat **er geen specifiek numeriek streefdoel voor is vereist** gedurende de 42 maanden van het project. Dit betekent dat de nadruk ligt op de uitvoering en kwaliteit van de communicatie, eerder dan op het bereiken van een vast aantal.

De communicatieactiviteiten die onder KPI 5 vallen, hebben de volgende hoofddoelen en kenmerken:

- **Doelstellingen:** Het belangrijkste doel is het vergroten van de **naamsbekendheid van het Enterprise Europe Network (EEN) in Vlaanderen en het verbeteren van de zichtbaarheid** van de diensten die het biedt aan kmo's.
- **Bewustwording, kennis en vaardigheden:** De communicatie is gericht op het vergroten van het bewustzijn, de kennis en de vaardigheden van kmo's over EU-gerelateerde onderwerpen, kwesties rond internationalisering en innovatiemanagement.
- **Actie aanmoedigen:** De communicatiestrategie is erop gericht ondernemers te informeren over de diverse aspecten van het Europese bedrijfsproces en hen aan te moedigen om contact op te nemen met EEN Vlaanderen voor ondersteuning bij groei en innovatie in een EU-context.
- **Zichtbaarheid en Branding:** Er wordt speciale aandacht besteed aan het versterken van de lokale branding, het creëren van bekendheid en het verbeteren van de algemene zichtbaarheid van het netwerk, onder meer via sociale media en visuele materialen.
- **Doelgroep:** De activiteiten richten zich op Vlaamse kmo's die innovatie en internationalisering nastreven of hun internationale activiteiten willen versterken, met specifieke aandacht voor "Seal of Excellence"-houders en snelgroeiende bedrijven ("scale-ups").
- **Onderliggende activiteiten:** Hoewel KPI 5 zelf geen numerieke target heeft, omvat het een breed scala aan communicatieactiviteiten, zoals:
 - Het informeren van (potentiële) cliënten over de diverse diensten en successen van het netwerk.
 - Het vergroten van de bekendheid over EU-regelgeving, toegang tot financiering, en toegang tot derde landen (bijvoorbeeld na de Brexit).
 - Het publiceren van succesverhalen en goede praktijken van Vlaamse kmo's die door EEN Vlaanderen zijn geholpen.
 - Het organiseren van evenementen en het gebruik van verschillende kanalen, waaronder websites, magazines, beurzen, sociale netwerken, en promotiefilms.
 - Een specifieke taakgroep die zich richt op de "storytelling van klanttrajecten" om de nieuwe visie en aanpak in communicatieactiviteiten te integreren.

⁶ EEN Flanders Impact Survey Data 2024

Deze communicatieactiviteiten zijn essentieel om de algemene doelstellingen van het project "EEN Vlaanderen" te ondersteunen, namelijk het helpen van Vlaamse kmo's om te innoveren, te internationaliseren en hun concurrentiepositie, duurzaamheid en veerkracht te versterken.

EEN Vlaanderen heeft diverse initiatieven genomen om de zichtbaarheid van het EEN-merk te vergroten en de diensten te promoten:

- **MARKET ACCESS DAY (2024):** Een succesvol evenement op 26 juni 2024 voor Belgische bedrijven en economische belanghebbenden, met 223 aanwezigen en een grote delegatie van DG Trade, gericht op EU-handelspolitiek en vrijhandelsakkoorden.
- **Duurzaamheid:**
 - **SustainableSolutionsMatch 2024:** Een online matchmaking- en pitch-evenement met meer dan 1.200 registraties, dat 20 Vlaamse oplossingsaanbieders internationale exposure gaf.
 - **EENergy Funding Promotie:** Succesvolle promotie resulteerde in 60+ in aanmerking komende kandidaten, waarvan 17 kmo's elk €10.000 ontvingen voor energie-efficiëntieverbeteringen.
 - **World Circular Economy Forum 2024:** Ontvangst van 39 EEN-cliënten uit 11 landen in Brussel om internationale samenwerking en circulair denken te bevorderen.
 - **Duurzaamheidsondersteuning voor kmo's:** Meer dan 200 duurzaamheidsgerelateerde verzoeken van Vlaamse kmo's.
 - **VSME Reporting Tool:** Een Excel-tool ontwikkeld om kmo's te helpen met duurzaamheidsrapportage, nu gebruikt door duurzaamheidsadviseurs binnen het EEN-netwerk.
- **Digitale Initiatieven:**
 - **Match2Achieve Online Pitching Platform:** Deze pitching tool om opportuniteiten te promoten binnen het EEN netwerk werd succesvol uitgerold in diverse sector groepen voor internationale matchmaking rond innovatieve thema's.
 - **AI MatchBot:** Een intern gebaseerd hulpmiddel dat gerichte verbindingen tussen internationale verzoeken en Vlaamse bedrijven/onderzoeksinstituten verbetert.
 - **Versterkte samenwerking tussen EEN Vlaanderen en NCP Vlaanderen,** geïntegreerd in strategische kaders.
 - **Versterkte samenwerking tussen EEN Vlaanderen en EDIH's in Vlaanderen,** om geavanceerde digitaliseringsondersteuning aan te vullen. Hoewel de samenwerking met de EDIH's in het begin moeizaam verliep en vertraging opliep, worden nu klanten proactief doorverwezen.
- **Peers4Growth:** Een peer-learning evenement voor innovatieve kmo's om inzichten te delen en internationale samenwerking te bevorderen. Sessies werden gehouden in Brussel (2024, focus op duurzaamheid) en Duitsland (2025, focus op toegang tot financiering).
- **Brexit:** Het EEN-team bij FIT heeft gespecialiseerd advies verstrekt over handel in goederen en diensten met het VK na Brexit, met name over handelsbarrières en de nieuwe controles in 2024. De vraag naar deze diensten blijft hoog.
- **Global Gateway:** Introductie van adviesdiensten begin 2024, met een seminariedag en rondetafelgesprekken om EU-kmo's te verbinden met Global Gateway-projecten (bijv. Trans Caspian Transport Corridor in maart 2025, Afrikaanse corridors in september 2025).

- **Defensie:** Verhoogde prioriteit voor de defensie- en ruimtevaartsector, met gerichte trainingen en deelname aan beurzen zoals DEFEA en FEINDEF om EU-kmo's te helpen toegang te krijgen tot toeleveringsketens van hoofdaannemers.
- **Start-ups en toegang tot financiering:** Ondersteuning via EEN2EIC voor innovatieve kmo's die EIC-financiering aanvragen, inclusief coaching, voorstelbeoordelingen en strategische begeleiding. Hulp bij voorstellen en pitch decks, en deelname aan grote beurzen zoals Slush, VivaTech en Hannover Messe.
- **Hub and Spoke Samenwerking:** EEN-Vlaanderen neemt deel aan MaRhein (Vlaanderen, Nederland, Noordrijn-Westfalen) en GrEEN (Vlaanderen, Wallonië, Brussel, Luxemburg, Saarland, Grand-Est, Zwitserland) voor grensoverschrijdende samenwerking. Er zijn sterke relaties opgebouwd met de host organisaties VLAIO en FIT en met stakeholders zoals NCP Vlaanderen, VOKA, UNIZO, Team Bedrijfstrajecten vzw, de geselecteerde EDIH's in Vlaanderen en partners uit het VLAIO netwerk. Nationale samenwerkingsbijeenkomsten en cross-border peer learning events werden georganiseerd.
- **Evenementen:** Evenement voor "30 jaar Single Market" in december 2023. EEN nam ook deel aan de Exportbeurs, bereikte meer dan 1000 bezoekers, en had een extra ruimte in het maandelijkse Wereldwijs, dat aan bijna 9.000 abonnees werd verspreid.
- **Internationale Samenwerkingen:** De samenwerking met internationale netwerkpartners (INP's) Minder frequent dan voorheen, met beperkte activiteit van veel partners. De nieuwe oproep zonder cut-off-data kan leiden tot verbeterde mogelijkheden.

4. Resultaten: Kwalitatieve resultaten:

Klantentevredenheid – EEN Vlaanderen

EEN Vlaanderen Impact Survey Results⁷ is het resultaat van een ondervraging van kmo's die in contact zijn gekomen met EEN, gedurende de programma periode. Er werd een bevraging uitgestuurd met een link naar een enquête, met vragen over tevredenheid en impact van de geleverde dienstverlening. Dit document presenteert een overzicht van de resultaten voor Enterprise Europe Network (EEN) Vlaanderen, voor de periode juli 2023 – juni 2025. In totaal hebben 8 respondenten deelgenomen aan deze enquête, wat een beperkt resultaat is. We moeten deze resultaten dus met omzichtigheid benaderen, want deze niet wetenschappelijk onderbouwd. De resultaten zijn echter interessant om mee te geven, en om van hieruit verbeteringen aan te brengen.

Voor de nieuwe periode is er een 'task force' opgericht binnen EEN Europa om de responsgraad van kmo bevragingen te verhogen. Deze task force is in oktober 2025 van start gegaan en in januari 2026 komen hier aanbevelingen uit, die we kunnen meenemen voor toekomstige bevragingen.

⁷ EEN Flanders Impact Survey Data 2024

4.1. Algemene Tevredenheid en Kwaliteit van Dienstverlening

De algemene tevredenheid met de diensten van EEN Vlaanderen is zeer hoog:

- **Elke respondent** beschrijft de diensten van Enterprise Europe Network als "**hoge kwaliteit en op maat gemaakt**". Er waren geen respondenten die de diensten als "goede kwaliteit maar ongespecificeerd" of "slechte kwaliteit" omschreven.
- De mate waarin de ontvangen diensten voldeden aan de behoeften van de bedrijven is eveneens positief: **63% van de respondenten gaf aan dat hun behoeften "uitstekend" werden vervuld, en 38% gaf aan dat dit "zeer goed" was**. Dit betekent dat 100% van de respondenten vond dat de diensten "uitstekend" of "zeer goed" aan hun behoeften voldeden.
- De responsiviteit van EEN wordt positief beoordeeld: **75% van de respondenten vond de dienstverlening "snel en efficiënt"**, terwijl de overige 25% deze als "adequaat en in lijn met mijn bedrijfsbehoeften" beschreef. Geen enkele respondent gaf aan dat de dienstverlening "vrij traag" of "zeer traag" was.
- De bereidheid om EEN aan te bevelen of opnieuw te raadplegen is unaniem: **Alle respondenten gaf aan het "zeer waarschijnlijk" te vinden dat ze EEN opnieuw zouden consulteren of aanbevelen** aan een collega of andere organisatie.

4.2. Vergelijking met het Netwerk (Algemeen en Nationaal)

- Vergeleken met de rest van het EEN-netwerk scoort EEN Vlaanderen bovengemiddeld op belangrijke klanttevredenheidsindicatoren:
 - De kwaliteit van de dienstverlening (hoog of goed) ligt **0,9 procentpunten boven het netwerk-gemiddelde**.
 - De responsiviteit (snel of adequaat) ligt **2,7 procentpunten boven het netwerk-gemiddelde**.
 - Het voldoen aan klantbehoeften (zeer goed of goed) ligt **8 procentpunten boven het netwerk-gemiddelde**.
 - Het percentage klanten dat EEN zou aanbevelen of opnieuw zou gebruiken, ligt **0,9 procentpunten boven het netwerk-gemiddelde**.
- Vergeleken met het nationale EEN-gemiddelde (binnen België), ligt EEN Vlaanderen eveneens voor:
 - Het voldoen aan klantbehoeften (zeer goed of goed) ligt **7,7 procentpunten boven het nationale gemiddelde**.
 - De kwaliteit van de dienstverlening en de responsiviteit liggen gelijk aan het nationale gemiddelde. Het percentage klanten dat EEN zou aanbevelen, ligt ook gelijk aan het nationale gemiddelde.

4.3. Resultaten van EEN Diensten voor Bedrijven

4.3.1. Markten en Concurrentiepositie

- De diensten van EEN hebben een significant positieve invloed gehad op de concurrentiepositie of economische resultaten van de bedrijven: **88% van de respondenten gaf aan dat de diensten hierbij hebben geholpen** in 2023/24. Slechts 13% gaf aan van niet.

- Wat betreft de omzet- of verkoopstijging als gevolg van EEN-diensten, was het voor 43% van de respondenten mogelijk om een ruwe schatting te geven. De **gemiddelde geschatte omzetstijging** onder degenen die een schatting konden geven, bedroeg **9,7%**. Voor 57% van deze respondenten was kwantificering niet mogelijk.
- Vergeleken met het netwerk heeft EEN Vlaanderen een significant hogere positieve impact op de concurrentiepositie: **24,4 procentpunten hoger** dan het netwerk-gemiddelde. De impact op omzet/kostenbesparingen ligt echter 8,4 procentpunten lager dan het netwerk-gemiddelde.
- Vergeleken met het nationale gemiddelde is de positieve impact op de concurrentiepositie zelfs **28,5 procentpunten hoger**. De impact op omzet/kostenbesparingen ligt gelijk aan het nationale gemiddelde.

4.3.2. Jobs

- De enquête toont aan dat er in 2023/24 **geen jobs zijn gecreëerd of behouden** met de hulp van EEN volgens de directe antwoorden: Geen van de respondenten gaf aan dat bestaande jobs zijn veiliggesteld of nieuwe jobs zijn gecreëerd.
- Voor zowel het veiligstellen als het creëren van jobs gaf 63% van de respondenten aan dat dit niet het geval was, en 38% wist het niet.
- Vergeleken met het netwerk-gemiddelde is het aandeel van cliënten dat jobs heeft behouden/gecreëerd met hulp van EEN **12,7 procentpunten lager**.
- Vergeleken met het nationale gemiddelde is de impact op jobs echter **1,9 procentpunten hoger**, wat een positieve score is ten opzichte van het landelijk gemiddelde.

4.3.3. Kostenbesparingen

- **25% van de respondenten gaf aan dat de diensten van EEN hebben geholpen bij het realiseren van kostenbesparingen** in 2023/24. Echter, geen van deze respondenten kon de kostenbesparingen kwantificeren. Voor 75% van de respondenten was er geen sprake van kostenbesparingen.

4.3.4. Toegang tot Nieuwe Internationale Markten

- EEN Vlaanderen heeft bedrijven succesvol geholpen bij het betreden van nieuwe internationale markten: **75% van de respondenten gaf aan dat zij met hulp van EEN nieuwe markten zijn binnengekomen** of dit binnenkort zullen doen.
- De belangrijkste internationale markten die met hulp van EEN zijn betreden, waren:
 - Andere EU-markten: 50% van de bedrijven die geholpen werden met markttoegang
 - Niet-EU Europese markten: 33%
 - Japan: 33%

4.3.5. Duurzaamheid, Veerkracht en Innovatie

- **Duurzaamheid: Geen van de respondenten vroeg EEN om ondersteuning** met betrekking tot milieu- of duurzaamheidskwesties. Hierdoor zijn er geen tastbare resultaten gerapporteerd op dit gebied.
- **Verstoringen in supply/value chain:** Er waren geen respondenten die om hulp hadden gevraagd bij het overkomen van verstoringen in de supply/value chain.

- **Innovatie: 38% van de respondenten heeft een significante innovatie op de markt gebracht of zal dit binnenkort doen met de hulp van EEN.** De typen innovatie omvatten:
 - Nieuw of aanzienlijk verbeterd product of dienst: 33% van de innovatieve bedrijven
 - Introductie van nieuwe bedrijfsmodellen: 33%
 - Beter management van innovatieprocessen in het bedrijf: 33%

4.3.6. Digitalisering

- **13% van de respondenten heeft met hulp van EEN digitale bedrijfsoplossingen geïmplementeerd** of zal dit binnenkort doen. De geïmplementeerde oplossing betrof een verbeterde IT-infrastructuur voor interne bedrijfsprocedures.
- **75% van de respondenten had geen ondersteuning gevraagd** voor digitalisering, en 13% ontving wel ondersteuning maar deze leverde geen tastbaar resultaat op.

4.3.7. Financiering en Investeringsen

- **25% van de respondenten heeft met hulp van EEN toegang gekregen tot openbare financieringsprogramma's en/of private investeringen** in 2023/24.
- De aard van de verkregen financiering was in elk van deze gevallen "**Anders**" dan de gespecificeerde programma's zoals Horizon Europe of private investeringen.
- **75% van de respondenten had geen ondersteuning gevraagd** voor financiering of investeringen.

4.4. Diepgaande Adviesdiensten

62,5% van de respondenten ontvingen diepgaande adviesdiensten van EEN Vlaanderen.

4.5. Conclusie Klanttevredenheid en Impact

Ondanks de niet wetenschappelijke relevantie van deze resultaten, kunnen we een aantal elementen hieruit meenemen.

De impactmetingen tonen aan dat EEN Vlaanderen **zeer goed presteert op het gebied van klanttevredenheid, kwaliteit van dienstverlening en responsiviteit**, waarbij alle respondenten de diensten als van hoge kwaliteit en op maat gemaakt beoordeelt en EEN zou aanbevelen. Met name op het gebied van het voldoen aan klantbehoeften en positieve impact op de concurrentiepositie scoort EEN Vlaanderen **significant hoger** dan zowel het algemene EEN-netwerk als het nationale gemiddelde.

Er is een sterke focus op internationale markttoegang, waarbij **75% van de respondenten hiermee is geholpen**, voornamelijk naar andere EU- en niet-EU Europese markten. Ook op het gebied van innovatie wordt positieve impact gerapporteerd, met **38% van de respondenten die significante innovaties introduceren**. Verbeterpunten liggen voornamelijk in het directe, kwantificeerbare effect op jobs en kostenbesparingen, hoewel de impact op jobs wel iets hoger is dan het nationale gemiddelde. Ook op het gebied van duurzaamheid en supply/value chain verstoringen lijkt er minder vraag naar specifieke ondersteuning te zijn vanuit de respondenten.

Over het algemeen bevestigen de resultaten de **waardevolle rol van EEN Vlaanderen bij het ondersteunen van bedrijven**, met name op het gebied van internationalisering, innovatie en het verbeteren van de concurrentiepositie.

Naar volgende impactmetingen is het belangrijk de graad van respondenten zo hoog mogelijk te krijgen, teneinde een solide basis van antwoorden te krijgen. Een opgezette task force komt in januari 2026 met de nodige aanbevelingen hiervoor.

5. Consortiummanagement – EEN Vlaanderen

5.1. Projectmanagement, Kwaliteitsborging en Monitoring & Evaluatiestrategie

De algemene projectmanagementaanpak is versterkt, met name op het gebied van kwaliteitsborging en monitoring:

- **Regelmatige Communicatie:** Maandelijkse teamvergaderingen en wekelijkse persoonlijke kantoordagen zorgen voor verbinding en kennisuitwisseling binnen het consortium.
- **Training en Vaardigheden:** Medewerkers worden aangemoedigd deel te nemen aan trainingen, briefings en seminars, en de deelname aan thematische en expertgroepen wordt systematisch verdeeld om expertise te waarborgen en op de hoogte te blijven van ontwikkelingen. Een decentrale training over duurzaamheid voor traditionele bedrijven werd georganiseerd.
- **Kwaliteitsborging en monitoring en evaluatie voor Partnering Services:**
 - Een versterkte strategie is geïmplementeerd om de geloofwaardigheid, consistentie en effectiviteit van Partnering Opportunity Database (POD) profielen te waarborgen.
 - **Gestructureerd proces:** POD-profielen worden gecreëerd volgens een gestandaardiseerde workflow, beginnend met cliënt onboarding in Connect, gevolgd door een gedetailleerde beoordeling van samenwerkingsbehoeften en classificatie.
 - **Ondersteunende tools:** Adviseurs maken gebruik van de EEN Partnering Profile Quality Guidelines (v1.2) en de EasyPP co-creatietool van RISE in Zweden, die AI-ondersteunde suggesties biedt om de profielstructuur en -taal te verbeteren. Deze laatste moet nog verder uitgerold worden.
 - **Intern beoordelingssysteem:** Conceptprofielen worden vóór publicatie in Connect beoordeeld, met verplichte beoordelingen voor adviseurs met minder dan twee jaar ervaring en aanbevolen beoordelingen voor meer ervaren collega's.
 - **Monitoring en Evaluatie:** Gepubliceerde POD-profielen worden vastgelegd in het interne CRM-systeem van VLAIO/FIT) voor traceerbaarheid. Kwartaalcoördinatievergaderingen tussen FIT en VLAIO beoordelen de kwaliteit van profielen, de naleving van het te volgen proces en de prestaties van adviseurs. Deze geïntegreerde strategie waarborgt de hoogste kwaliteitsnormen, levert tastbare waarde aan bedrijven en is volledig afgestemd op de verwachtingen van het Enterprise Europe Network en de Europese Commissie.

5.2. Kosteneffectiviteit en Financieel Management

Als gevolg van indexaanpassingen zijn de personeelskosten gestegen, met een overschrijding van het budget met 2,77%. Een budgetoverdracht van 8% werd gedaan van reiskosten en 13% van andere goederen, werk en diensten, waar er een budgetoverschot was. Het totale budget werd niet overschreden.

5.3. Impact (Aanbevelingen voor verbetering)

Uit de impactonderzoeksresultaten blijkt dat bepaalde diensten de meest significante impact leverden:

- **Adviesdiensten en internationale partnerschapsfaciliterende diensten waren zeer voordelig voor kmo's**, hielpen hen hun bereik uit te breiden en nieuwe markten aan te boren. Deze diensten moeten verder worden geprioriteerd en verbeterd.
- Belangrijkste interessegebieden voor kmo's zijn **innovatieondersteuning, toegang tot financiering en marktinformatie**.
- Aanbevelingen voor verbetering omvatten het belang van **persoonlijke en flexibele ondersteuning**, een cliëntgerichte aanpak en het vergroten van outreach- en engagementinspanningen. Het aantal ondersteunde kmo's, clusters en bedrijfsorganisaties was 3739. Het aantal zakelijke partnerschappen dat door de ondersteunde bedrijven werd gesloten, bedroeg 58.

5.4. Communicatie en Zichtbaarheid

De communicatie- en disseminatieactiviteiten waren gericht op het vergroten van de zichtbaarheid van het Enterprise Europe Network en het EU-merk.

- **Strategieën:** Sociale mediacampagnes, artikelen, evenementen en webinars.
- **Interne en externe Communicatie:** Een werkgroep met 6 leden van VLAIO en FIT evalueert en keurt alle communicatiematerialen goed om consistentie en naleving van EU-zichtbaarheidsvereisten te waarborgen. Ook overziet deze werkgroep alle aspecten van externe communicatie. EEN Vlaanderen was bovendien Communication Champion voor 2023 (onderstreept de toewijding van het consortium aan het verbeteren van de communicatie-inspanningen binnen het consortium en daarbuiten).
- **Sociale Media Communicatie:**
 - **Beheer:** Extern door Chase Creative en Landrada (2023-maart 2025), daarna intern met AI-tools (vanaf april 2025).
 - **Doelgroep:** Ondernemers en kmo's in Vlaanderen, gericht op internationalisering, innovatie en duurzaamheid.
 - **Formaten:** LinkedIn- en Facebook-posts (carrousels, video's, polls, quotes, adviseurhighlights).
 - **Resultaten:** **287 posts**; LinkedIn: 21.500 impressies per jaar, **1.002 volgers (+47%)**; Facebook: 370.000 bereik (2 jaar), **294 volgers (+13%)**. De zichtbaarheid van EU-financiering werd gewaarborgd door het gebruik van EEN/EU-logo's en disclaimers.
- **Succesverhalen:** In de periode 2022-2023: Uitzending van succesverhalen via het "Doing business in Europe" programma op Kanaal Z, met 10 contentvideo's die gemiddeld 278.388 views per video behaalden. Eén succesverhaal (Xenomatrix) werd door EISMEA geselecteerd voor de algemene EEN-website

Er waren 4 succesverhalen in 2024, 1 in 2025 (NannyML die EIC-financiering veiligstelde, geselecteerd door EISMEA). Elke story vermeldde duidelijk EU-ondersteuning en toonde EU/EEN-branding.
- **YouTube-kanaal:** Playlist Match2Achieve (13 video's, 804 views) en andere evenementen (300+ views).

- **Podcast – Duurzaam Ondernemerschap:** 4-delige serie op Spotify en Soundcloud, met 723 plays op Soundcloud en 288 op Spotify. De podcast "Ondernemen in Europa" werd genomineerd voor internationale Content Marketing Awards en had een cumulatief bereik van 1073 luisteraars
- **Adviseurs in de Schijnwerpers:** EEN adviseurs worden gepersonaliseerd en hun specialisaties in de schijnwerpers geplaatst op sociale media, de website en in de nieuwsbrief.
- **Gepubliceerde artikelen:** VLAIO Blog, Netlife (profiel van duurzaamheidsadviseur Maaïke Van Overmeire), 3 blogs over duurzaamheid. Er zijn artikelen gepubliceerd in "Wereldwijd", "Focus online" en "Focus International Business". Alle artikelen verwezen expliciet naar EEN- en EU-ondersteuning.
- **Website Enterprise Europe Network Vlaanderen: 32.000 nieuwe gebruikers,** 278 nieuwsitems gepubliceerd, met EU-logo's en verwijzingen naar EU-cofinanciering op elke pagina.
- **Promotie via andere kanalen:** Presentaties, stands en workshops.
- **Visuele Identiteit en Branding:** Consistente visuele identiteit over alle tools heen, met systematische erkenning van EU-financiering.

De communicatiestrategie is uitgegroeid tot een sterke en consistente aanpak die ondernemers inspireert, informeert en engageert, wat de zichtbaarheid en merkherkenning versterkt.

5.5. Duurzaamheid

De duurzaamheidsadviseur, gestart in januari 2023, heeft interne expertise uitgebreid en een reeks diensten ontwikkeld gericht op vier kerngebieden:

1. Verbinden van kmo's met leveranciers voor duurzamere alternatieven.
2. Coachingprogramma's met initiële beoordeling, actieplan en lange termijn follow-up.
3. Betrouwbare informatiebron voor duurzaamheidsgerelateerde vragen, inclusief Europese wetgeving.
4. Creëren van bewustzijn via informatiesessies over duurzaamheid en duurzaamheidsrapportage.

De duurzaamheidsstrategie is versterkt met een focus op persoonlijke en flexibele ondersteuning voor kmo's, inclusief adviesdiensten op maat, marktonderzoek op maat en businessstrategieplannen op maat. De toegankelijkheid is vergroot door virtuele consultaties, webinars en online bronnen aan te bieden. Ook in het nieuwe programma zal EEN Vlaanderen kmo's blijven ondersteunen via robuuste opvolgmechanismen om de voortgang te volgen en diensten te verfijnen, wat zorgt voor succes en duurzaamheid op lange termijn.

5.5.1. Strategie voor duurzaamheid en impact op lange termijn

- Verbeterde aanpassing van diensten aan de unieke behoeften van elke kmo.
- Verhoogde toegankelijkheid via virtuele consultaties en online bronnen.
- Verbeterde communicatie- en marketinginspanningen om bekendheid met diensten te vergroten.
- Versterkte opvolgmechanismen om de voortgang van kmo's te volgen en diensten te verfijnen.
- Aanpakken van middelenbeperkingen door extra financiering en personeelondersteuning.
- Oprichting van een feedbackmechanisme om continue input van kmo's te verzamelen.
- Bevorderen van samenwerkingsmogelijkheden tussen kmo's via netwerkevenementen en partnerschappen.

5.5.2. Synergiën met andere EU-gefinancierde activiteiten

De betrokkenheid bij EEN2EIC en het EENergy-initiatief wordt voortgezet. Samenwerking met "spokes" in buurlanden voor projecten zoals Peers4Growth, Crossroads, Erasmus for Young Entrepreneurs (EYE) en lokale belanghebbenden. Extra nadruk op uitgebreide samenwerking met EIT (European Institute for Innovation and Technology), relaties met de nieuwe EDIH's en gemeenschappelijke outreach met de NCP-gemeenschap.

5.6. Digitalisering

EEN Vlaanderen werkt voornamelijk via zijn partners, de **EDIH's in Vlaanderen** (European Digital Innovation Hubs), om geavanceerde en gespecialiseerde digitaliseringsondersteuning aan te vullen. De officiële activiteiten van de EDIH's begonnen in januari 2023, en effectieve samenwerking met 2 EDIH's moet nog op gang komen. EEN Vlaanderen verwijst proactief klanten door naar de diensten van EDIH-partners en vice versa.

5.7. Werkplan, Werkpakketten, Activiteiten, Middelen en Timing

De voortgang van de verschillende werkpakketten en taken is als volgt:

- **Werkpakket 1: Projectmanagement & coördinatie**
 - Taken T1.1 (Consortium Management), T1.2 (VLAIO Partner management), T1.3 (FIT Partner management) en T1.4 (EEN Vlaanderen stakeholder management) zijn geïmplementeerd. Er werd actief gewerkt aan het behouden van zichtbaarheid binnen de Vlaamse ecosystemen door samenwerking met clusters en onderhandelingen met kandidaten voor toekomstige EDIH's.
- **Werkpakket 2: Levering van diensten met toegevoegde waarde aan cliënten**
 - Alle taken van dit werkpakket zijn geïmplementeerd: T2.1 (Adviesdiensten one2one), T2.2 (Adviesdiensten one2few, zoals peer-learning sessies en advies voor EIC accelerator financiering), T2.3 (Adviesdiensten one2many, waaronder podcasts en informatiesessies over EU-onderwerpen), T2.4 (Partnering services one2one), T2.5 (Partnering services one2many of one2few, inclusief B2B, B2I en B2G evenementen) en T2.6 (SME feedback activiteiten, zoals de MAD Days en promotie van publieke consultaties).
- **Werkpakket 3: Promotie van het netwerk en communicatie**
 - Taken T3.1 (Externe Communicatie naar het grote publiek en de KMO-doelgroep via podcasts, artikelen, sociale media, video's), T3.2 (Bewustwording van EEN-activiteiten onder Vlaamse belanghebbenden via sociale media, nieuwsbrieven en direct contact) en T3.3 (Presentatie van EEN Vlaanderen prestaties aan EU, nationale en regionale belanghebbenden, waarbij succesverhalen door EISMEA werden opgepikt) zijn allemaal geïmplementeerd.
- **Werkpakket 4: Netwerkontwikkeling en capaciteitsopbouw**
 - T4.1 (EEN Nationale Samenwerking) en T4.2 (Bijdrage aan netwerkcohesie) zijn geïmplementeerd. De bijdrage aan netwerkcohesie omvatte gedecentraliseerde "Match2Achieve" trainingen, grensoverschrijdende peer learning evenementen, regionale partner workshops via het Hub & Spoke model, actieve deelname aan sector-, thematische en expertgroepen, en training in mentorschap en veerkrachttools. De

"Match2Achieve" initiatief is geïntroduceerd als een best practice aan grensoverschrijdende partners.

- **Werkpakket 5: Netwerkcoördinatie en kwaliteitsmanagement**
 - T5.1 (Toegewijde actiegroepen), T5.2 (Voorzitterschap TG/SG, inclusief co-voorzitterschap van 'proximity & Social economy' en subgroepleiderschap in 'Cultural and creative industries'), en T5.3 (Deelname aan bestuursstructuren, zoals de SAG als vertegenwoordiger voor België in 2024) zijn geïmplementeerd. T5.4 (Mentoring / Buddying) is ook genoteerd.

6. Resultaten en aanbevelingen via het SEG rapport⁸ – EEN Europa

6.1. Achtergrond en Doelstellingen van de Skills Expert Group (SEG)

De Skills Expert Group (SEG) is medio 2023 opgericht door DG GROW en EISMEA met als doel de **vaardigheidsbehoeften van de cliënten van het Enterprise Europe Network (EEN) te identificeren**. Daarnaast had de groep tot taak manieren te vinden waarop EEN deze behoeften kan ondersteunen en de beschikbare trainingsdiensten en initiatieven van EEN-gastorganisaties in kaart te brengen. Het hoofddoel was om **aanbevelingen te doen voor de ontwikkeling van richtlijnen voor EEN-personeel over kmo-vaardigheidsadviesdiensten en ondersteunende maatregelen**.

De bedoeling is om in het komend programma hier verder op in te spelen, zodat de EEN dienstverlening nog beter beantwoordt aan de noden van de kmo's.

6.2. Overzicht van Prioritaire Acties

De SEG heeft vier prioritaire acties geïmplementeerd, die de basis vormen voor de eindaanbevelingen:

1. **Inzichten verkrijgen in de vaardigheids- en adviesbehoeften van kmo's** die te maken hebben met tekorten, met een focus op specifieke vaardigheden en ondersteuningsbehoeften die aansluiten bij de EEN-prioriteiten (o.a. duurzaamheid, digitalisering, veerkracht, toegang tot financiering, vrouwelijk ondernemerschap/leiderschap) via een vaardigheidsonderzoek onder EEN-cliënten.
2. **Onderzoek uitvoeren** om bestaande nationale en Europese ondersteuning en de bekendheid hiermee te identificeren.
3. **Feedback verzamelen van sector- en themagroepen** over vaardigheidsbehoeften, afgestemd op EEN-prioriteiten.
4. **Bestaande vaardigheden binnen EEN in kaart brengen** en bekwame adviseurs identificeren die trainingen kunnen aanbieden die zijn afgestemd op de specifieke eisen van kmo's.

⁸ EEN Skills Expert Group Final Report 2024

6.3. Resultaten van de Prioritaire Acties

6.3.1. KMO-Enquête Resultaten

Het onderzoek, uitgevoerd in september 2023, was gericht op het verkrijgen van inzicht in vaardigheidstekorten bij EEN-cliënten (kmo's), met een specifieke focus op de EEN-prioriteitsgebieden zoals duurzaamheid, digitalisering, veerkracht, en vrouwelijk ondernemerschap/leiderschap. Meer dan 170 bedrijven uit 19 landen en 29 sectoren namen deel.

- **Vaardigheidsuitdagingen:** De resultaten tonen aan dat **81% van de kmo's** (127 deelnemers) **een vaardigheidstekort als uitdagend tot extreem uitdagend beschouwt**, en 85% (144 deelnemers) moeite heeft met het invullen van vacatures.
- **Impact op veerkracht en concurrentievermogen:** Vier op de vijf respondenten (73%) gaven aan dat een **gebrek aan vaardigheden een matige tot aanzienlijke impact heeft op hun productiviteit en efficiëntie**, wat op de lange termijn gevolgen kan hebben voor het concurrentievermogen. De grootste directe impact wordt gevoeld door het personeel, met 70% van de respondenten die een verhoogde werkdruk, personeelsuitputting, lagere productiviteit en minder rusttijd melden.
- **Geïdentificeerde vaardigheidstekorten:**
 - Branchespecifieke vaardigheden: 56% van de bedrijven meldde tekorten.
 - Managementvaardigheden: Ongeveer een derde van de bedrijven (33%).
 - R&D-vaardigheden: 38%.
 - Administratieve vaardigheden: 24%.
 - Cybervaardigheden: 46%.
 - Groene vaardigheden: 36%.
 - Digitalisering en Duurzaamheid: Tekorten op het gebied van digitalisering hadden over het algemeen een grotere impact (78% op digitale strategie, 77% op data-analyse en -interpretatie, 70% op programmeren en coderen, 73% op cyberbeveiligingsbewustzijn) dan op duurzaamheid (29% op duurzaamheidsstrategie, 32% op duurzaamheidsmanagementpraktijken, 30% op energie-efficiëntie).
- **Deelname van vrouwen:** Twee op de vijf bedrijven hebben moeite met het werven van vrouwelijke professionals, en meer dan de helft voert geen initiatieven uit om de deelname te vergroten.
- **Leiderschap en Ondernemerschap:** Een groot aantal bedrijven richt zich niet op het dichten van vaardigheidstekorten bij huidige en toekomstige leiders.
- **Acties om talent aan te trekken en te behouden:** De top drie acties zijn het creëren van een positieve werkcultuur (66%), het aanbieden van een concurrerend salaris (54%), en het aanbieden van flexibel en thuiswerken (48%).
- **Redenen voor vaardigheidstekort:** 60% van de respondenten noemde een tekort aan geschoolde werknemers als de belangrijkste reden, gevolgd door bestaand personeel dat relevante vaardigheden mist (39%) en ontoereikende onderwijs- en trainingsprogramma's (30%).
- **Bekendheid met EU-ondersteuning:** Bijna twee derde van de respondenten was niet op de hoogte van EU-initiatieven. Van degenen die wel op de hoogte waren, was de bekendheid met EEN het grootst (iets meer dan 40%).

Conclusie van het onderzoek: Het onderzoek benadrukt een **kritiek vaardigheidstekort bij kmo's**, wat cruciaal is voor het verbeteren van het concurrentievermogen, het stimuleren van innovatie en het ondersteunen van duurzame groei.

6.3.2. Aanvullend Onderzoek (Desktop Research)

De bevindingen van de SEG komen overeen met de meest recente Eurobarometer-gegevens, die stellen dat **vaardigheidstekorten een aanzienlijke uitdaging vormen voor kleine tot middelgrote bedrijven in de EU**. Specifiek hebben 53% van de micro-kmo's, 65% van de kleine kmo's en 68% van de middelgrote kmo's vaardigheidstekorten als een serieus probleem geïdentificeerd.

6.3.3. Feedback van Sector- en Themagroepen over Vaardigheidsbehoeften

De feedback van themagroepen (Digitalisering, Veerkracht, Duurzaamheid, Toegang tot Financiering en Scale-ups) heeft geleid tot een uitgebreid plan voor bijscholingsactiviteiten en trainingsprogramma's om vaardigheidstekorten bij EEN-adviseurs en kmo's aan te pakken:

- **Digitalisering:** Lopende trainingen voor adviseurs, en een voorgestelde functie op Connect om gekwalificeerde trainers praktische vaardigheden op een doorzoekbare manier te laten presenteren.
- **Veerkracht:** Geplande gedecentraliseerde on-site trainingen over soft skills voor EEN-adviseurs om hun vermogen om onverwachte situaties te navigeren te verbeteren.
- **Duurzaamheid:** Geplande trainingen gericht op toeleveringsketen, arbeidsgezondheid en -veiligheid, en greenwashing.
- **Toegang tot Financiering:** Vaardigheidsverbetering, voornamelijk in financiële geletterdheid voor micro-ondernemingen, met nadruk op ESG-rapportage en de impact ervan.
- **Scale-ups:** Gedecentraliseerde workshops voor startups om hen te begeleiden naar product-markt fit en interactieve workshops voor CEO's en Scale-up adviseurs, gepland voor het tweede kwartaal van 2024.

6.3.4. Resultaten van de Vaardigheidsmapping

De SEG heeft een mappingoefening uitgevoerd van trainingen/bijbscholing die worden aangeboden door EEN-netwerkpartners en/of EEN-gastorganisaties. Informatie is verzameld uit 13 EEN-netwerkl landen.

- **Deelnemers en landen:** Duitsland heeft de hoogste betrokkenheid, terwijl Kroatië, Roemenië en Spanje ook opmerkelijke deelname vertonen. Veel landen, waaronder Oostenrijk, België en Frankrijk, vertoonden geen geregistreeerde deelname aan de gespecificeerde trainingsprogramma's.
- **Meest gewilde trainingen:** Soft skills training is het meest gevraagd (36,84%), gevolgd door Digitaliseringstraining (32,89%) en Duurzaamheidstraining (30,26%).
- **Voorkeur voor duurtijd:** De meeste respondenten (69,74%) geven de voorkeur aan kortere trainingen van een paar dagen.
- **Kostenvoorkeur:** Een meerderheid van de respondenten (72,37%) geeft de voorkeur aan gratis trainingsprogramma's.
- **Doelgroep:** De meeste respondenten (88,16%) zijn kmo's, wat aangeeft dat de trainingsprogramma's voornamelijk voor hen zijn ontworpen.

- **Accreditatie:** Ongeveer 42% van de trainingen is geaccrediteerd, terwijl het merendeel geen formele erkenning heeft. Er is behoefte aan verder onderzoek naar de perceptie van accreditatie.

6.4. Aanbevelingen van de Skills Expert Group

De SEG heeft een aantal aanbevelingen gedaan om de ontwikkeling van vaardigheidsadviesdiensten en ondersteunende maatregelen voor kmo's via EEN te verbeteren. Deze aanbevelingen benadrukken de bestaande rol en voordelen van EEN bij het ondersteunen van kmo's om vaardigheidstekorten te identificeren, bij te scholen en toegang te krijgen tot beschikbare ondersteuning.

Gedetailleerde Aanbevelingen:

1. **Uitwisseling van beste praktijken en adoptie van succesvolle initiatieven voor EEN-partners:** Het creëren van een formele bilaterale ruimte/groep om peer-to-peer leren en de ontwikkeling van aanvullende vaardigheidsdiensten te bevorderen.
2. **Op maat gemaakte programma's voor kmo's, geleverd door het netwerk:**
 - Doorgaan met het ontwikkelen en diversifiëren van trainingsinhoud om te voldoen aan de brede interesses van Europese kmo's.
 - Nieuwe modules aanmoedigen die gericht zijn op soft skills, digitalisering en duurzaamheid.
 - Het aanpassen van de cursusduur aanmoedigen en ondersteunen, met een voorkeur voor kortere en gerichtere programma's.
3. **EEN Trainingsdatabase:** Het ontwikkelen van een centraal netwerktool met actuele vaardigheidstrainingsdata, in realtime bijgewerkt en doorzoekbaar voor alle netwerkadviseurs. Dit omvat ook gerichte outreach naar landen met lage deelname en een diepgaande analyse van deelnamedrijfveren.
4. **Standaardisatie van EEN-trainers:** Met name op het gebied van duurzaamheids- en digitaal-gebaseerde training, wordt aanbevolen dat alle trainers binnen het netwerk een minimumstandaard in hun respectievelijke expertisegebieden bereiken, mogelijk gebaseerd op het Europees Kwalificatiekader (EKK). Verder onderzoek naar de perceptie van accreditatie en erkenning van adviseurs en trainers wordt gesuggereerd.
5. **Op maat gemaakte programma's voor EEN-adviseurs en -trainers:**
 - De ontwikkeling van gespecialiseerde trainingsmodules met duidelijke leerdoelen, afgestemd op de specifieke behoeften van EEN-adviseurs en -trainers.
 - Het verkennen van flexibele leveringsformaten, zoals zelfgestuurde leermodellen.
 - Het introduceren van het vaardigheidsonderwerp in de initiële KMO-behoeftebeoordeling.
6. **Promotie van EEN-trainingen en EU-ondersteuningsinitiatieven:** Het ontwikkelen van promotieactiviteiten in samenwerking met de Communications Champions Group, met speciale aandacht voor gratis en goedkope trainingen, gezien de sterke voorkeur voor gratis opties. Ook mobiliteitsprogramma's die synergiën bevorderen, moeten breder worden gepromoot.

6.5. Conclusie SEG Eindrapport

De aanbevelingen van de Skills Expert Group benadrukken het belang van het verbeteren van de EEN KMO-vaardigheidsadviesdiensten en ondersteunende maatregelen. De voorgestelde strategieën zijn

gericht op het creëren van een dynamisch en responsief kader dat aansluit bij de veranderende behoeften van kmo's. EEN bevindt zich in een unieke positie met een enorme hoeveelheid middelen, expertise en kennis die kan worden benut om uitgebreide vaardigheidsadviesondersteuning aan cliënten te bieden.

7. Conclusies en aanbevelingen

7.1. Achtergrond van de Aanbevelingen

De evaluatie heeft aangetoond dat de dienstverlening van EEN Vlaanderen over het algemeen als zeer effectief en van hoge kwaliteit wordt ervaren, met een ruime overschrijding van de meeste Key Performance Indicators (KPI's). Klanttevredenheid is uitstekend, met 100% van de respondenten die de diensten als "hoge kwaliteit en op maat gemaakt" beoordelen en EEN zouden aanbevelen. EEN Vlaanderen scoort significant hoger dan zowel het algemene EEN-netwerk als het nationale gemiddelde op het gebied van het voldoen aan klantbehoeften en de positieve impact op de concurrentiepositie.

Echter, er zijn ook gebieden voor verbetering geïdentificeerd, met name op het vlak van kwantificeerbare effecten op jobs en kostenbesparingen, en de vraag naar specifieke ondersteuning op het gebied van duurzaamheid en verstoringen in de supply/value chain door de geëncquêteerde kmo's. Het eindrapport van de Skills Expert Group (SEG), opgericht door DG GROW en EISMEA, heeft daarnaast diepgaande inzichten verschaft in de vaardigheidsbehoeften van kmo's en de rol van EEN bij het ondersteunen hiervan. Deze bevindingen vormen de basis voor de aanbevelingen om de EEN-dienstverlening nog beter af te stemmen op de noden van de kmo's.

7.2. Algemene Beleidsaanbevelingen

De overkoepelende evaluatie van EEN Vlaanderen wijst op verschillende aspecten die in de komende periode aandacht behoeven om de dienstverlening te optimaliseren en de maatschappelijke impact te vergroten:

- **Afstemming en Samenwerking bij Proactieve Werking:**

- Er moet gezorgd worden voor afstemming en samenwerking met andere initiatieven in Vlaanderen bij het inzetten van een proactieve werking. Dit is essentieel om overlap te voorkomen en synergiën te creëren binnen het bredere ecosysteem van ondernemersondersteuning.

- **Prioritering en Verbetering van Diensten:**

- Adviesdiensten en internationale partnerschap faciliterende diensten waren zeer voordelig voor kmo's, aangezien ze hen hielpen hun bereik uit te breiden en nieuwe markten aan te boren. Deze diensten moeten verder worden geprioriteerd en verbeterd.
- De belangrijkste interessegebieden voor kmo's blijven innovatieondersteuning, toegang tot financiering en marktinformatie. De dienstverlening moet hierop blijven focussen en deze gebieden verder ontwikkelen.

- **Verbetering van Ondersteuningsaanpak:**

- Aanbevelingen voor verbetering omvatten het belang van persoonlijke en flexibele ondersteuning, een cliëntgerichte aanpak en het vergroten van outreach- en engagementinspanningen. Dit sluit aan bij de positieve beoordeling van de "hoge kwaliteit en op maat gemaakte" diensten.

7.3. Specifieke Aanbevelingen binnen het VLAIO/FIT ecosysteem

Binnen het netwerk van EEN is er een goede tot zeer goede wisselwerking van kennis en matching voor bedrijven.

Er is nog verder potentieel om de impact op maatschappelijke thema's te vergroten. Het SEG rapport benadrukt de vaardigheidstekorten bij kmo's en formuleert 7 concrete aanbevelingen. Hier kan EEN verder op inspelen in contact met de kmo's. De trainingscapaciteit en inhoud kan verder afgestemd worden, rekening houdend met deze aanbevelingen (oa trainingen ivm digitalisering en duurzaamheid). Ook het aanmaken van een centrale trainingsdatabase kan de kmo's verder ondersteunen in hun noden.

Binnen het netwerk van VLAIO en FIT kunnen samenwerkingen met de verschillende afdelingen nog geïntensifieerd worden, alsook doorverwijzingen binnen het ecosysteem van de partners (oa VOKA, UNIZO en andere partners). Vandaag gebeurt deze doorverwijzing reeds, waar toepasbaar. Dit kan nog verhoogd worden in de toekomst, zodat de netwerken van de verschillende partners volledig gebruikt kan worden ten dienste van de kmo's.

EEN moet proactief verder blijven inzetten om af te stemmen en samen te werken met andere initiatieven in Vlaanderen. EEN kan hier een toegevoegde waarde bieden door de kennis van het Vlaamse en Europese bedrijfsleven, en het brede netwerk van innovatieve kmo's.

EEN blijft een neutrale en toegankelijke partner binnen de overheid voor kmo's, specifiek voor bedrijven die willen innoveren en internationale ambities hebben.

In de nieuwe programma periode is het noodzakelijk verder te investeren in de competentie-ontwikkeling van de adviseurs. Dit is in verbreding van het werkveld, alsook inhoudelijke ontwikkeling (bv kennis over de Europese subsidie-instrumenten), en de andere beleidsdomeinen.

Binnen Vlaanderen kan ook verder uitgediept worden welke rol EEN kan spelen in andere beleidsdomeinen. EEN kan zijn rol als de contactpersoon voor Europese ambities en noden van kmo's nog verder spelen en er kan nog een intensifiëring van de doorverwijzing plaats vinden. Een verhoogde aandacht bij eerstelijnscontacten met bedrijven binnen VLAIO en FIT voor EEN kan leiden tot een grotere doorverwijzing.

7.4. Conclusie

Enterprise Europe Network (EEN) Vlaanderen is een strategisch instrument dat Vlaamse kmo's helpt om hun internationale en innovatieve ambities waar te maken. De resultaten van het project tonen aan dat EEN Vlaanderen ruimschoots zijn doelstellingen heeft behaald en een duidelijke meerwaarde biedt voor Vlaanderen.

De krachtlijnen van EEN:

1. Sterk Europees netwerk als hefboom voor Vlaamse kmo's

EEN Vlaanderen is ingebed in een breed Europees netwerk dat toegang biedt tot kennis, partners en beleidskanalen. Dit netwerk stelt Vlaamse kmo's in staat om hun stem te laten horen in Europa en om rechtstreeks input te geven over de complexiteit die zij ervaren.

2. Unieke matchmaking binnen Europa

De matchmakingdiensten van EEN zijn ongeëvenaard in Europa. Via gerichte partnerzoektochten, matchmakingevents en de Partnership Opportunity Database (POD) worden Vlaamse bedrijven gekoppeld aan internationale partners, wat leidt tot nieuwe markten en samenwerkingen.

3. **Vertegenwoordiging van Vlaamse kmo-belangen in het Europese beleid**

Dankzij directe contacten met kmo's verzamelt EEN Vlaanderen waardevolle feedback over EU-wetgeving en beleidsdomeinen. Deze input wordt via SME Feedback activiteiten teruggekoppeld naar Europa, waardoor Vlaamse belangen mee worden verdedigd.

4. **Begeleiding naar Europese subsidies met hoge return**

In samenwerking met NCP Vlaanderen begeleidt EEN bedrijven naar Europese subsidiekanalen zoals Horizon Europe en EIC Accelerator. De return op deze subsidies overstijgt de Vlaamse investering, wat een sterke economische hefboom creëert.

5. **Volledige ondersteuning van de customer journey van ondernemers**

EEN biedt een gestructureerd klanttraject met business-, technologie- en innovatiereviews, actieplannen, coaching en peer-learning. Dit traject vult de dienstverlening van VLAIO en FIT, en hun partners, aan en zorgt voor een volledige invulling van de ondernemersbehoeften.

Aanvullende troeven:

- **Lokale verankering**

In verschillende regio's werkt EEN Vlaanderen samen met lokale partners die de markt door en door kennen. Dit zorgt voor een sterke aansluiting bij de noden van de bedrijven.

- **Europese cofinanciering**

60% van de werking van EEN Vlaanderen wordt gefinancierd door Europa. Dit betekent dat Vlaanderen met beperkte middelen een grote impact realiseert.

- **Bewezen impact en klanttevredenheid**

De KPI-resultaten tonen aan dat EEN Vlaanderen ver boven de doelstellingen scoort, met 375 unieke klanttrajecten (284% van het target) en 319 adviesprestaties (261% van het target). Klanten beoordelen de dienstverlening als hoogwaardig en op maat gemaakt

Enterprise Europe Network is een Europees verankerd netwerk dat Vlaamse kmo's versterkt in hun groei, innovatie en internationale ambities. De combinatie van lokale verankering, Europese slagkracht en bewezen impact maakt EEN Vlaanderen tot een onmisbare partner voor het Vlaamse economische beleid.