

**OPZETTEN VAN BEDRIJVENCENTRA OF INCUBATIECENTRA IN
VLAANDEREN VOOR BUITENLANDSE (AZIATISCHE) ONDERNEMINGEN.
OPPORTUNITEITEN EN VOORWAARDEN VOOR SUCCES.**

JOHAN BRUNEEL

PROF. DR. BART CLARYSSE



**Vlerick Leuven Gent
Management School**

the Autonomous Management School of
Ghent University and Katholieke Universiteit Leuven

Inhoudsopgave

Inhoudsopgave.....	2
1. Inleiding.....	3
2. Barrières die de opstart en groei van innovatieve starters belemmeren.....	4
3. Incubatiecentra als antwoord op de problematiek van opstart en groei van innovatieve starters.....	7
3.1. Financiering.....	7
3.2. Netwerken.....	8
3.3. Coaching.....	9
3.4. Initiatieven om ondernemingen aan te trekken.....	10
4. Aanbevelingen van de experts om buitenlandse ondernemingen te over- tuigen om in Vlaamse incubatiecentra te investeren.....	11

1. Inleiding

Recente studies tonen aan dat de ontwakende economische grootmachten niet alleen aantrekkelijk zijn voor Westerse investeerders, maar zelf steeds meer investeren in het buitenland. Zo heeft China, dat sinds de jaren tachtig een jaarlijks groeiritme heeft van minimaal 7 procent, in 2005 reeds 23 miljard dollar geïnvesteerd in het Westen. Vlaanderen kan en mag deze golf van investeringen niet missen. Door de aanwezigheid van internationaal befaamde universiteiten en onderzoeksinstituten wordt Vlaanderen erkend als een hightech regio. Samen met het open karakter van de Vlaamse economie, biedt dit de mogelijkheid om buitenlandse ondernemingen aan te trekken die mee investeren in het onderzoek, de ontwikkeling en commercialisatie van nieuwe producten en diensten. Een belangrijke rol lijkt hierbij weggelegd voor de incubatiecentra in Vlaanderen. Incubatiecentra kunnen nieuwe initiatieven ondersteunen door het aanbieden van diensten, training en begeleiding. In deze studie gaan we welke acties genomen moeten worden om buitenlandse (Aziatische) ondernemingen/ondernemers te overtuigen om in Vlaanderen te investeren. Eerst geven we aan welke problemen innovatieve bedrijven tijdens de eerste jaren na opstart ondervinden. Vervolgens tonen we aan de hand van drie cases aan hoe incubatiecentra starters ondersteunen en begeleiden. We bekijken tevens welke initiatieven de incubatiecentra ondernemen om bedrijven aan te trekken. We besluiten met de bespreking van de diverse aanbevelingen zodat Vlaanderen een deel van de buitenlandse investeringen kan aantrekken.

2. Barrières die de opstart en groei van innovatieve starters belemmeren

Zowel onderzoekers als beleidsmakers zijn ervan overtuigd dat innovatieve starters een belangrijke rol spelen in het realiseren van economische groei. Toch is het slechts een select clubje van snel groeiende starters die zorgen voor het leeuwendeel van die economische groei. Het overgrote deel van de starters blijft klein of slagen er niet in hun nieuwe producten en/of diensten te vermaken en gaan failliet.

Een vaak gebruikt model om de groei van startende ondernemingen te analyseren is het “lifecycle” model. In de eerste fase stellen de ondernemers het bedrijfsplan op en testen de hierbij onderliggende assumpties in de markt. Daarnaast moeten de nodige middelen worden gezocht om de onderneming daadwerkelijk op te starten. De meest voorkomende barrière in die opstart fase is het gebrek aan contact met potentiële klanten en de beperkte (zelfs vaak ontbrekende) commerciële kennis en ervaring. Vervolgens zal de onderneming proberen om een marktpositie te verwerven en haar producten en/of diensten verder ontwikkelen en verfijnen. Onderzoekers wijzen erop dat in deze fase het aantrekken van extern management, het beschikbaar hebben van de nodige financiering voor verdere ontwikkeling en het uitbouwen van een klantenbasis mogelijks de grootste barrières zijn. Wanneer een onderneming eenmaal die horde genomen heeft, komt ze in de groeifase. Als de producten en/of diensten commercieel af zijn, tracht de onderneming om legitimiteit in de markt te verwerven en haar internationale expansie te starten.

Het overkomen van die verschillende barrières over de fasen heen vertaald zich in een evolutie van de noden die starters hebben. We onderscheiden drie dimensies van noden: financiële, netwerking en coaching. De problemen die starters ondervinden bij hun zoektocht naar de noodzakelijke financiële middelen is een bekend fenomeen en reeds uitvoerig bestudeerd. Een veelgebruikte benadering hierbij is de “pecking order” theorie en stelt dat een onderneming eerst en vooral eigen financiering probeert te verzamelen. Als de eigen middelen niet toereikend zijn, wat vaak het geval is bij innovatieve starters, gaan de ondernemers bij de banken aankloppen om te zien of ze een lening kunnen aangaan. Gezien het hoge risicoprofiel van dergelijke starters zijn banken weinig geneigd om die toe te kennen. Als laatste bron van financiering kan een ondernemingen een

beroep doen op externe financiers. Verschillende studies tonen aan dat private financiers een voorkeur hebben voor grote, minder risicovolle transacties (typisch boven de 1 miljoen Euro). Bijgevolg komen startende ondernemingen, die vaak maar een paar honderdduizend Euro nodig hebben, niet in aanmerking voor “equity” financiering. Gegeven de problemen die innovatieve starters ondervinden bij het aantrekken van de verschillende types financiering ontstaat zo de “equity gap”.

Verschillende studies tonen aan dat starters, naast financiering, ook toegang nodig hebben tot externe netwerken. Innovatieve starters kunnen de aanwezige kennis in hun netwerk absorberen en aanwenden om hun groeipad te versnellen. Sommige onderzoekers gaan zelfs een stap verder en stellen dat externe netwerken noodzakelijk zijn wil een starter overleven en groeien. We onderscheiden 4 verschillende types van netwerken: financiële, technologische, “human capital” en organisatorische. Het eerste type netwerk, het financiële, evolueert van het persoonlijk netwerk van de oprichters in de opstartfase naar een professioneel netwerk van business angels en durfkapitaalbedrijven in de latere fases. Als tweede type netwerk worden contacten met universiteiten, onderzoekscentra en complementaire bedrijfspartners naar voor geschoven om de technologische capaciteit, expertise en ervaring van de starters te “leveragen”. In tegenstelling tot spin-offs hebben de onafhankelijke ondernemers vaak problemen bij het identificeren en opzetten van samenwerkingen met technologiepartners. Het derde netwerk, “human capital”, moet de innovatieve starter in staat stellen om extern management aan te trekken. Eén van de problemen bij starters is het gebrek aan ervaren, commercieel management. Onderzoek toont aan dat innovatieve bedrijven vaak worden opgericht door personen die uitsluitend technische ervaring hebben. Bij gevolg missen de oprichters vaak de nodige vaardigheden om het product/dienst succesvol in de markt te plaatsen. Het laatste type is het organisatorische netwerk. Dit netwerk moet de starter toegang verlenen tot gespecialiseerde kennis rond intellectuele eigendommen, juridisch advies, onderhandelingsvaardigheden... Het probleem is echter dat dergelijke expertise vaak te duur en bijgevolg onbereikbaar is voor de innovatieve starters. Daarenboven is het moeilijk en tijdrovend om net die experten te identificeren die kunnen antwoorden op hun specifieke vragen.

De laatste dimensie is die van “coaching” en refereert naar de begeleiding die innovatieve starters nodig hebben. Vooral in de opstartfase hebben starters nood aan actieve coaching op het vlak van financiële, human, technologische en organisatorische resource management. Het probleem bij het coachen is tweeledig. Enerzijds beschikken innovatieve starters vaak niet over voldoende financiële middelen om professionele coaches in te huren. Anderzijds ontbreekt het bij consultants aan voldoende expertise en ervaring om de starters met adequaat advies bij te staan.

3. Incubatiecentra als antwoord op de problematiek van opstart en groei van innovatieve starters

In de volgende paragraaf analyseren we in welke mate incubatiecentra tegemoetkomen aan de noden van innovatieve starters, namelijk financiële, netwerking en coaching. Aan de hand van 3 case studies, EEBIC en de startersafdeling van het Antwerp Business Center in België en Chalmers in Zweden, gaan we na welke faciliteiten de incubatiecentra aanbieden om starters te ondersteunen van bij de opstart tot de groeifase. Vervolgens gaan we na welke initiatieven de incubatiecentra ondernemen om mogelijke starters, en buitenlandse starters in het bijzonder, aan te trekken.

3. 1. Financiering

Onderstaande tabel geeft een overzicht en vergelijking weer van de financiële producten die de drie incubatiecentra aanbieden in de verschillende fase van de levenscyclus. In de opstartfase is een belangrijke rol weggelegd voor de bedrijfsplancompetities. De toegevoegde waarde van de competitie is, naast het prijzengeld, de begeleiding die de ondernemers krijgen van specialisten op het gebied van bedrijfsvoering, intellectuele eigendom, entrepreneurial marketing, human resource management... Daarenboven stelt EEBIC en het Antwerp Business Center de winnaar van de bedrijfsplancompetitie gedurende 1 jaar lokalen en vergaderzalen gratis ter beschikking. Daarnaast kunnen ondernemers beroep op een waaier van ondersteunings- en aanmoedigingsmaatregelen vanwege de overheid. Naarmate de onderneming verder ontwikkelt ruimen de businessplan competitities en subsidies plaats voor business angels en soft loans. In deze fase werkt de Zweedse incubator ook samen met lokale zaaifonds. De financiering van starters in de groeifase is het domein van de zaaifonds. In deze fase onderscheidt Chalmers Innovation zich van de Belgische incubatiecentra omdat het over een eigen zaaifonds beschikt.

Fase in levenscyclus	EEBIC	Antwerp Business Center	Chalmers Innovation
Opstart	<ul style="list-style-type: none"> • BAO • Enterprize 	<ul style="list-style-type: none"> • Business Plan Frame • Market Scan 	<ul style="list-style-type: none"> • Regionale ontwikkelingsmaatschappij: subsidie: 10 KEuro • Venture Cup: 24 KEuro • Chalmers Innovation: 30 KEuro
Ontwikkeling	<ul style="list-style-type: none"> • Business Angels Connect: 250KEuro • Participatiefonds: achtergestelde lening, 125K 	Senior Consultants Vlaanderen	<ul style="list-style-type: none"> • Vinnova: Soft loan (max 200 KEuro) • Lokale zaifondsen: 80 KEuro • BAN Connect
Groei	<ul style="list-style-type: none"> • Lokale zaifondsen 	<ul style="list-style-type: none"> • Business Angel Network • Private Investeerders 	<ul style="list-style-type: none"> • Chalmers Invest: 200 KEuro • InnovationsKapital

3.2. Netwerken

Wanneer we kijken naar de financiële netwerken, dan zien we dat de incubatiecentra een samenwerking hebben met de business angels netwerken. Alledrie de centra onderstrepen het belang van business angels bij de ondersteuning van innovatieve starters. Dergelijke investeerder brengt naast de nodige financiële middelen ook zijn/haar netwerk en ervaring bij de onderneming. Om de technologische capaciteit en know-how van de ondernemingen te versterken werken de incubatiecentra nauw samen met diverse universiteit. Het Antwerp Business Center biedt via samenwerkingsverbanden met diverse universiteiten en hogescholen stage en onderzoeksprojecten aan. Deze worden vaak uitgevoerd als licentie of handelingsingenieur thesissen. Naast traditionele consultants, hebben zowel EEBIC als Chalmers Innovation een geprivilegieerde partnership met respectievelijk Bain & Company en Centre for Intellectual Properties studies (CIP). De samenwerking met Bain & Company is van zeer groot belang voor het opstellen van het bedrijfsplan. Daarbij gaat het consulting bedrijf de onderliggende assumpties in het business plan testen en de startende ondernemingen adviseren over het meest geschikt business model. Het Antwerp Business Center heeft een on site senior financieel expert beschikbaar. Op het vlak van adviesverlening in intellectuele eigendommen heeft

Chalmers Innovation een bevoorrechte partner gevonden in het CIP. Waarschijnlijk is de toegang tot “human capital” het meest belangrijke voor innovatieve starters. Om de vaak oncomplete teams op gebied van commerciële ervaring te versterken heeft enkel Chalmers Innovation een interessant netwerk via de Chalmers School of Entrepreneurship (CSE). De MBA studenten van de CSE kunnen als eindproject een businessplan ontwikkelen (met sterke focus op de commerciële haalbaarheid) op vraag van Chalmers Innovation. Wanneer het bedrijfsplan groen licht krijgt, kan de student medeoprichter worden van de nieuwe, innovatieve starter.

Type netwerk	EEBIC	Antwerp Business Center	Chalmers Innovation
Financieel	<ul style="list-style-type: none"> • BAO • Entreprize • Business Angel Connect • Participatiefonds 	<ul style="list-style-type: none"> • Business Angel Netwerk Vlaanderen 	<ul style="list-style-type: none"> • Technology Bridge Foundation • Venture Cup • Nutek • Lokale zaafondsen • BAN Connect • Chalmers Invest • Innovationskapitaal
Technologisch	<ul style="list-style-type: none"> • ULB • Industriële partners 	<ul style="list-style-type: none"> • Lessius Hogeschool • Concreas • UA • EHSAL 	<ul style="list-style-type: none"> • Chalmers University of Technology
Human capital		<ul style="list-style-type: none"> • Toegang via vakorganisaties 	<ul style="list-style-type: none"> • Chalmers School of Entrepreneurship
Organisatorisch	<ul style="list-style-type: none"> • DLA Caestecker • Declerck, Brants en partners • BAO • Bain & Company 	<ul style="list-style-type: none"> • KPMG • TLI (Water Van Pottelberge) • Breda Management Coaching • Partnering Intelligence Netwerker (SPI) 	<ul style="list-style-type: none"> • Centre for Intellectual Property studies • KPMG, PWC en E&Y

3.3. Coaching

Innovatieve bedrijven worden vaak opgestart door ondernemers die een R&D achtergrond hebben. Als gevolg ontbreekt het de opstartteams aan algemene managementervaring en commerciële bedrijfservaring in het bijzonder. Daarom erkennen zowel EEBIC, Chalmers Innovation en het Antwerp Business Center de absolute noodzaak om innovatieve starters actief te coachen. De incubatiecentra hebben respectievelijk 2, 4 en 3 ervaren coaches die de bedrijven op diverse vlakken

(commercieel, financieel, IP, juridisch...) begeleiden en ondersteunen. Daarnaast hebben startende ondernemers ook nood aan een klankbord. Hiervoor zijn bedrijfsmanagers, die kunnen buigen op een rijk gevulde carrière en uitgebreid netwerk, geknipt. Om die klankbordfunctie te kunnen aanbieden hebben beide centra een actieve samenwerking met het lokale business angels netwerk en Senior Consultants Vlaanderen opgezet. Daarnaast biedt het Antwerp Business Center een expert netwerker. Hiermee krijgt de ondernemer een hefboom in diverse vakgroepen en sectororganisaties. De reikwijdte van deze unieke netwerkstructuur gaat van Cyberyaya in Maleisië tot Empire State in NY, maar ook van huisgeneeskunde tot human resource expertgroepen.

3.4. Initiatieven om ondernemingen aan te trekken.

Het gros van de deal flow van EEBIC gebeurt via de aandeelhouders ULB en de GOMB. Doordat EEBIC via deze kanalen reeds een grote hoeveelheid businessplannen ontvangt, onderneemt ze geen acties om mogelijke bedrijven aan te trekken. De enige drie manieren waarop EEBIC verder bekendheid verwerft is via mond-aan-mond reclame, persartikels en de website. Chalmers Innovation is een traditioneel incubatiecentrum verbonden aan de Chalmers University of Technology. Het gros van de geïncubeerde bedrijven zijn bijgevolg spin-offs van de moederuniversiteit. Aanvullend heeft Chalmers Innovation, via de Technology Bridge Foundation, zicht op de innovatieve projecten van individuele ondernemers. We stellen vast dat zowel EEBIC als het Zweeds incubatiecentrum weinig hebben nood om hun respectievelijke modellen actief te gaan promoten. Het Antwerp Business Center daarentegen rekruteert actief kansrijke bedrijven via Ondernemersfora, Bizzidee, BAN Vlaanderen en talrijke netwerken. Mond-aan-mond reclame van bestaande ondernemers en hun werknemers is eveneens een belangrijke bron.

4. Aanbevelingen van de experts om buitenlandse ondernemingen te overtuigen om in Vlaamse incubatiecentra te investeren.

Om na te gaan welke de voorwaarden zijn om buitenlandse bedrijven in Vlaamse incubatiecentra te laten investeren doen we een beroep op een panel van experts. De diverse experts werden via een sneeuwbal techniek geïdentificeerd. Elke expert werd met behulp van een gestructureerde vragenlijst tijdens een anderhalf uur geïnterviewd. Er werd gevraagd naar haar/zijn visie omtrent de huidige positionering van incubatiecentra in Vlaanderen en welke acties ondernomen moeten worden om via die centra buitenlandse investeringen in de vorm van innovatieve starters aan te trekken. Hieronder vindt u de lijst met de bevroegde experts terug:

- Martin Hinoul, business developer manager, Leuven Research & Development
- Gwen Sonck, directeur, Vlaams-Chinese Kamer van Koophandel
- Yiwei Zhang, project manager Azië – Pacific, Flanders Investment & Trade
- Dirk De Ruyver, Investeringsprospecteur Japan, Flanders Investment & Trade
- Theo Vaes, manager Antwerp Business Center

Opdat buitenlandse bedrijven investeren moeten ze vertrouwen hebben dat hun potentiële investering een meerwaarde oplevert. Om dergelijk vertrouwen op te bouwen moeten volgens de experts een drietal criteria vervuld zijn. Ten eerste moeten buitenlandse bedrijven worden overtuigd van de kennis die in Vlaanderen aanwezig is. Opdat de Vlaamse kenniscentra bekendheid verwerven in het buitenland is het van uiterst belang dat er promotiecampagnes worden opgezet. Vervolgens is het noodzakelijk om aan te tonen dat de omkadering bij de investering professioneel is. Hierbij is een belangrijke rol weggelegd voor de technologieovername diensten aan de Vlaamse universiteiten en kenniscentra die de buitenlandse investeerders kunnen ondersteunen op het vlak van intellectuele eigendommen, wegwijs maken in de wereld van durfkapitaal en het bijbrengen van een netwerk. Toegang verlenen tot een netwerk is vooral nuttig bij het aantrekken van management om de buitenlandse vestiging te versterken. Tenslotte stellen

de experten dat de persoon waarmee de buitenlandse bedrijven contact hebben een cruciale rol speelt in het begeleidingsproces. Het dient een ervaren, genetwerkte persoon te zijn die over de middelen en vooral het zeggenschap beschikt om dingen vooruit te laten gaan en te realiseren. De concrete beleidsaanbevelingen (8) zijn:

- **Actieve, gecoördineerde promotie van Vlaanderen als kennisregio in het buitenland**

De belangrijkste manier om de Vlaamse kenniscentra te promoten is het organiseren van seminars in het buitenland. De Vlaamse professoren en onderzoekers moeten forums krijgen zodat ze de kennis, die in hun onderzoeksgroepen aanwezig is, bekend kunnen maken. Door dit in samenwerking te doen met de incubatiecentra worden potentiële investeerders meteen ook op de hoogte gebracht van de plaatselijke infrastructuur en ondersteuning. Een vertegenwoordiging van het IWT kan bedrijven inlichten welke de ondersteuningsmaatregelen zijn op het vlak van onderzoek en ontwikkeling in Vlaanderen. Als laatste partij moeten ook Vlaamse innovatieve bedrijven deel uitmaken van de promotie. De getuigenissen van Vlaamse innovatieve bedrijven leveren namelijk een direct en tastbaar bewijs van de aanwezige expertise, zowel op onderzoeksvlak alsook op commercieel vlak. Om de promotieacties van al deze partijen goed te laten verlopen, achten de experten een centrale coördinatie noodzakelijk. Door alle verschillende spelers te betrekken bij eenzelfde actie wordt een volledig beeld geschetst van wat Vlaanderen als regio te bieden heeft.

- **Buitenlandse ondernemingen naar Vlaanderen halen voor seminars**

Aanvullende aan de buitenlandse missies moeten de buitenlandse ondernemingen naar Vlaanderen worden uitgenodigd. Alhoewel de kernboodschap van dergelijke missies het aantonen van kennis en expertise in Vlaanderen is, kunnen ze georganiseerd worden in de incubatiecentra. Dit biedt de mogelijkheid om buitenlandse ondernemingen te wijzen op de aanwezige infrastructuur in Vlaanderen.

- **Centraliseren van de beschikbare kennis in Vlaanderen: technologie platforms**

De plaatselijke afdelingen van het FIT krijgen via haar netwerk van tijd tot tijd vragen of bepaalde expertise in Vlaanderen aanwezig is. Om snel hierop te kunnen inspelen moeten er diverse onderzoeksplatformen worden opgericht. Een rapport van de Universiteit Gent toonde aan dat er maar liefst 36 onderzoeksgroepen verspreid over verschillende faculteiten actief zijn in het domein van voeding. Zonder een centraal aanspreekpunt is het voor een buitenstaander zeer moeilijk om zicht te hebben op welke technologie en kennis er binnen de universiteiten en onderzoekscentra aanwezig zijn. Die platforms zijn niet alleen belangrijk om eenvoudiger de expertise te identificeren. Ze kunnen tevens gebruikt worden voor de promotie in het buitenland waarbij 1 contactpersoon het volledig platform kan voorstellen.

- **Uitspelen van de centrale ligging van Vlaanderen als troeven om door te groeien op lange termijn**

Vele studies hebben aangetoond dat één van de sterkste troeven van Vlaanderen bij het aantrekken van buitenlandse investeringen haar centrale ligging binnen Europa is. De aanwezigheid van uitstekende verbindingen via zeehavens, wegtransport, spoor en luchthavens maken van Vlaanderen een aantrekkelijke plaats voor distributie- en productiecentra. Alhoewel dat voor de meeste innovatieve bedrijven in de opstartfase niet van groot belang is, kan dit wel een troef zijn wanneer die bedrijven doorgroeien.

- **Vlaamse vertegenwoordiging in het buitenland**

De experts stellen dat er nood is aan een permanent, lokaal netwerk die Vlaanderen vertegenwoordigd. Deze vertegenwoordiging heeft als taak contacten te onderhouden met de plaatselijke industrie en wetenschapscentra. Naar aanleiding van de China missie van de Vlaams Minister Moerman merkte Siegfried Verheijke, de plaatselijke vertegenwoordiger van FIT, op dat zonder een permanente vertegenwoordiger in China ze elke hoop op zakendoen mogen vergeten.

- **Specifieke rol incubatiecentra bij het aanleveren van geschoold personeel en ervaren management**

Een van de problemen waarmee Aziatische bedrijven en Chinese in het bijzonder te kampen hebben is het gebrek aan geschoold en ervaren management. Als ondernemingen groeien dan evolueren ze van een R&D georiënteerd bedrijf naar een commerciële onderneming die nood heeft aan marketing & sales, productie, distributie... Hierdoor wordt de onderneming meer complex en moet bijgevolg de diversiteit en capaciteit aan management skills toenemen. Hierbij kunnen de Vlaamse incubatiecentra een belangrijke rol spelen. Incubatiecentra kunnen via hun netwerken het management aanleveren die een startende en groeiende onderneming nodig heeft.

- **Bekendmaken van het gunstige investeringsklimaat voor onderzoek en ontwikkeling in Vlaanderen**

De taxatie en beleidsmaatregelen zoals de notionele interest zijn eveneens zeer belangrijk voor het aantrekken van potentiële buitenlandse investeringen. Hierbij is een snelle communicatie cruciaal en zou de lokale vertegenwoordiging van het FIT kunnen fungeren als een one-stop-shop waar potentiële investeerders terecht kunnen met al hun vragen. Daarbij aansluitend kan het FIT voor buitenlandse bedrijven informatiepakketten op maat uitwerken en nagaan voor welke subsidies ze mogelijks in aanmerking komen.

- **Prestatiegerichte ondersteuning van incubatiecentra**

Gezien het grote belang van de huurinkomsten voor incubatiecentra is de kernopdracht vaak om zoveel mogelijk kantoorruimte te verhuren. Aangezien innovatieve, startende ondernemingen in de eerste jaren na opstart een beperkte ruimte nodig hebben, moeten de centra bijgevolg veel bedrijven huisvesten. Om de incubatiecentra aan te zetten om actief buitenlandse bedrijven aan te trekken, zouden ze directe stimulansen moeten hebben vanwege de overheid. In aanvulling van de structurele ondersteuning van de centra kan een prestatiegebonden subsidie voorzien worden. Deze wordt dan gecorreleerd met het aantal buitenlandse ondernemingen die zich in het centrum hebben gevestigd.