



*N.B. Embargo tot woensdag 26 juni*

---

## **Beknopte samenvatting voornaamste bevindingen Nederlandse Innovatie Monitor 2019**

### **① Sociale innovatie is een onderbenutte, doch belangrijke vorm van innovatie.**

Wanneer het gaat om innovatie, wordt vaak gedacht aan de klassieke 'harde' vormen van innovatie, zoals investeringen in onderzoek en ontwikkeling (R&D) of de aanschaf van nieuwe machines en technologieën. Bedrijven geven echter aan meer belang te hechten aan de meer 'zachte' vormen van innovatie, zoals het trainen en opleiden van personeel, implementeren van nieuwe organisatievormen of introduceren van nieuwe manieren van leidinggeven. Als managers een additioneel innovatiebudget tot hun beschikking zouden hebben, zouden zij 28,7% daarvan willen investeren in nieuwe technologieën. Opvallend is dat zij bijna drie keer zoveel zouden willen investeren in nieuwe manieren van organiseren, managen, werken en samenwerken (sociale innovatie). Bezien vanuit de relatief krappe Nederlandse arbeidsmarkt kunnen deze bevindingen ook verklaard worden door de wens van bedrijven om aantrekkelijk te blijven voor hoger opgeleide werknemers. Desondanks realiseren Nederlandse bedrijven sociale innovatie in een relatief beperkte mate. 'De bovengenoemde bevindingen lijken te impliceren dat het belang van sociale innovatie erkend wordt door Nederlandse managers, maar dat er beperkt naar gehandeld kan worden', licht Henk Volberda toe.

### **② De meeste bedrijven ervaren Brexit als een kans en hebben een lichte voorkeur voor een harde Brexit in plaats van langdurige onzekerheid.**

Managers geven aan dat de naderende Brexit voor hoofdbrekens zorgt, maar zien ook kansen voor de activiteiten van de eigen organisatie. In de monitor typeert 35 procent van de respondenten de Brexit als kans en ziet 20 procent de Brexit als bedreiging. Slechts 15 procent van de organisaties ondervindt op dit moment al hinder van de Brexit. Toch prefereert een meerderheid een harde Brexit (32 procent) boven langer durende onzekerheid (26 procent). Een mogelijke verklaring hiervoor is dat ongeveer 40 procent van de organisaties aangeeft voorbereid te zijn op een harde Brexit, terwijl dit voor slechts 14 procent niet geldt. Organisaties die veranderingen omarmen, daar snel op in kunnen spelen en niet bang zijn om daarbij marktaandeel te verliezen in huidige markten, zien dus minder gevaar in potentieel ontwrichtende ontwikkelingen zoals de Brexit. Volberda: 'Bedrijven willen weten waar ze aan toe zijn wat betreft de Brexit. Ze hebben een hekel aan langdurige onzekerheid en voelen dan liever nu meteen de pijn. Innovatieve bedrijven zien de Brexit overigens wel meer als een kans.'

### **③ De energietransitie wordt vaak als stimulans ervaren.**

Bevindingen uit de Nederlandse Innovatie Monitor laten zien dat de energietransitie het bedrijfsleven bezighoudt, vaak in positieve zin. Net iets meer dan de helft van de Nederlandse bedrijven (51%) ziet de energietransitie als een kans tegenover 13% als een bedreiging. Vooral organisaties die in de energiesector actief zijn en de wat grotere organisaties zijn vaker positiever ingesteld. De helft van de bedrijven stelt dat de gevolgen van de energietransitie betaalbaar zijn. Dit tegenover 16 procent die stelt dat de energietransitie onbetaalbaar is. Verder geeft bijna 2 op de 3 ondervraagde bedrijven (63%) aan momenteel bezig te zijn met de verduurzaming van hun energieverbruik. Bijna de helft van de ondervraagde organisaties (49%) geeft aan al voorbereid zijn op de energietransitie. 'De mogelijke kostenbesparingen en nieuwe inkomstenstromen vormen de aanleiding voor veel bedrijven om de energie transitie te omarmen. Anderzijds vormt

voor veel bedrijven de aanhoudende druk vanuit de politiek (invoering CO2 taks) een belangrijk argument om actief te zijn met de energietransitie', aldus Volberda.

Uit de analyse blijkt verder dat de energietransitie eerder omarmd wordt door innovatievere bedrijven. De houding ten opzichte van de energietransitie hangt het sterkst samen met maatschappelijke proactiviteit. Organisaties die anticiperen op maatschappelijke vraagstukken en leiders willen zijn bij het bewerkstelligen van maatschappelijke veranderingen, zien de energietransitie dus relatief vaker als een stimulans.

#### **④ Noord-Holland is koploper als het gaat om introductie van sleuteltechnologieën.**

Innovatieve bedrijven zijn overal in Nederland te vinden. In sommige regio's lopen bedrijven gemiddeld gezien echter voor op anderen. Op alle in de monitor onderzochte sleuteltechnologieën (robotica, 'the internet of things', kunstmatige intelligentie, big data, 3D-printing) scoort Noord-Holland relatief hoog. Met andere woorden, Noord-Holland voert de lijst aan met provincies waarin de meeste organisaties gevestigd zijn die op alle vijf de sleuteltechnologieën aangeven vooruitstrevend te zijn. Volberda: 'De regio Noord-Holland en in het bijzonder de regio groot Amsterdam wordt gekenmerkt door de aanwezigheid van relatief veel startups en ICT-bedrijven in combinatie met verschillende hoofdkantoren en een goede IT-infrastructuur. De regio lijkt daarmee een prominent Nederlands centrum te zijn voor technologieën als robotica en kunstmatige intelligentie.'

#### **⑤ De ICT-sector is de meest innovatieve sector van Nederland; de vervoers- en logistieke sector en (semi-)overheid scoren behoorlijk lager.**

De informatie- en communicatiesector (ICT) scoort relatief hoog op meerdere innovatie-indicatoren ten opzichte van de andere onderzochte sectoren. Hierbij gaat het om radicaal nieuwe product- en dienstinnovaties, businessmodel-innovatie (nieuwe logica's van waarde-creatie en toe-eigening), incrementeel vernieuwende product- en dienstinnovaties, en de snelheid van productontwikkeling. Daartegenover staat dat de vervoers- en logistieke sector en de sector overheid, zorg en onderwijs – de zogenoemde (semi-)overheid - relatief achterblijven op de genoemde innovatie-indicatoren. Volberda: 'Innoveren is pure noodzaak voor ICT-bedrijven om te kunnen overleven. Ze offeren zelfs delen van hun bestaande assortiment op ten behoeve van de groei van nieuwe oplossingen. Vanwege de beperkte hoeveelheid innovaties is het gevaar bij vervoers- en logistieke bedrijven dat ze op termijn overvleugeld worden door nieuwe oplossingen uit andere sectoren. Bij de (semi-)overheid kan de ervaren prikkel om te innoveren relatief beperkt zijn.'

#### **⑥ Lokale bedrijven zijn relatief weinig innovatief.**

Organisaties die vooral lokaal actief zijn scoren relatief laag op meerdere innovatie-indicatoren ten opzichte van andere organisaties. Dit geldt in het bijzonder voor businessmodel-innovatie, radicale productvernieuwing, incrementeel vernieuwende product- en dienstinnovaties en de snelheid van productontwikkeling. Volberda: 'Voldoende aandacht voor innovatie is van cruciaal belang voor de continuïteit van bedrijven. Een gebrekkige mate van innovatie bij lokale bedrijven brengt hun continuïteit op termijn eerder in gevaar.'

#### **⑦ Nederlandse bedrijven zijn minder gericht op opschaling van bestaande markten.**

Nederlandse bedrijven zijn het afgelopen jaar een kleine zes procent (5,7%) minder gericht op het opschalen en verfijnen van het bestaande aanbod. 'Een mogelijke verklaring voor deze afname is dat de groei in deze markten begint te stagneren. De rek is er dan als het ware uit, vertelt Volberda.

### **⑧ Samenwerking met concurrenten vindt nog beperkt plaats bij innovatie-activiteiten.**

Nederlandse bedrijven werken vooral samenwerken met klanten (73% van de bedrijven), partijen met aanvullende oplossingen (63%) en leveranciers (64%). Met name met bestaande concurrenten en nieuwe toetreders wordt relatief weinig samengewerkt (24%). Volberda: 'Partners in de waardeketen van organisaties, zoals klanten en leveranciers, spreken relatief gemakkelijk elkaars taal en kennen elkaar vaak ook al. Dat komt de samenwerking ten goede. De bevindingen geven echter aan dat menig bedrijf huiverig is om samen te werken met concurrenten of nieuwe toetreders, terwijl er vanuit innovatie-optiek wel diverse voordelen aan verbonden zijn.'

### **Over het onderzoek: de Nederlandse Innovatie Monitor 2019**

De Nederlandse Innovatie Monitor 2019 wordt uitgevoerd door het Amsterdam Centre for Business Innovation van de Amsterdam Business School (ABS), Universiteit van Amsterdam, in samenwerking met SEO Economisch Onderzoek. Het onderzoek werd uitgevoerd onder regie van prof. dr. Henk Volberda, hoogleraar Strategisch Management en Innovatie aan de vakgroep Strategy and International Business van de ABS en directeur van het Amsterdam Centre for Business Innovation.

Meer dan 5.000 organisaties in Nederland zijn benaderd om deel te nemen aan dit onderzoek. Gegeven de aard van de vragenlijst zijn hoofdzakelijk senior managers benaderd van de geselecteerde bedrijven. Dit is niet ongebruikelijk in academische managementstudies. Uiteindelijk hebben circa 800 deelnemers medewerking verleend aan dit onderzoek. De respondenten zijn afkomstig van een breed scala van sectoren. Zo is 21% van de deelnemende organisaties actief in de zakelijke dienstverlening, 8% in de bouwnijverheid en vastgoed, en 6% in de vervoer en logistiek. Voor de totstandkoming van de vragenlijst is voor zover als mogelijk gebruik gemaakt van bestaande schalen uit de literatuur. Bij het uitvoeren van de survey en rapportage is er samengewerkt met SEO Economisch Onderzoek.