

Nederland: meer investeren in onderzoek, maar minder innovatief



Nederlandse bedrijven groeien in omzet en winstgevendheid, investeren meer in onderzoek en ontwikkeling, maar innoveren minder. Dat concludeert de 3e Erasmus Concurrentie en Innovatiemotor 2008, het jaarlijkse onderzoek onder 10.000 bedrijven. “Leiderschap, de inrichting van je organisatie, management en netwerken – dat zijn de onderscheidende factoren in innovatiesucces. Alleen investeren in ICT en R&D is niet voldoende,” aldus prof. dr. Henk Volberda van de Erasmus Universiteit.

“Het lijkt erop dat de innovatieparadox waar Nederland mee te maken heeft nu ook op bedrijfsniveau zichtbaar is,” begint Henk Volberda in een toelichting op de nieuwste onderzoekscijfers, die zoals altijd de thermometer vormen voor de concurrentiekracht van Nederlandse bedrijven. De innovatieparadox beschrijft hoe Nederland als land enerzijds goed scoort op het gebied van onderzoek, maar anderzijds niet economisch profiteert van de commerciële toepassingen ervan.

De uitkomsten van de nieuwe monitor, die op 3 juni jl. in Rotterdam gepresenteerd werden, boden wederom verrassende inzichten. Door de economische groei in de afgelopen jaren hebben veel bedrijven niet alleen de financiële resultaten sterk kunnen verbeteren, maar is er ook meer ruimte gekomen voor investeringen in R&D. Desondanks blijft innovatie nog steeds achter. Sterker nog, de mate waarin het Nederlandse bedrijfsleven innoveert, is het afgelopen jaar zelfs afgenomen, zo concludeert Volberda. “Met name het midden- en kleinbedrijf blijft achter in sociale innovatie: dat belemmert het rendement op R&D.”

Nederlandse bedrijven presteren beter (+9%) en investeren meer in R&D (+14%), maar innoveren minder (-3%). Vooral in het MKB blijkt het rendement op R&D laag te zijn. Volgens de onderzoekers richt nog steeds meer dan tachtig procent van de Nederlandse bedrijven zich eenzijdig op efficiency en kostenverlaging. Uitzonderingen zijn bedrijven in de ICT, zakelijke dienstverlening en media & entertainment waar wel bovengemiddeld geïnnoveerd wordt.

Verskil maken

Innovatieve bedrijven laten hun R&D beter renderen door het sneller introduceren van management vernieuwingen, sterke aandacht van het management voor kennisdeling, platte organisatiestructuren met ruimte voor zelforganisatie en diverse contacten met klanten en leveranciers. Henk Volberda: “Onderzoek en ontwikkeling leidt niet automatisch tot nieuwe producten. Het management moet ook echt een innovatievisie hebben, wil de organisatie daar de vruchten van plukken.”

Luisteren naar klanten lijkt een logische aanpak om nieuwe signalen uit de markt op te pakken, maar Volberda wil daar wel een kanttekening bij plaatsen. “Als je alleen beter luistert naar bestaande klanten dan blijkt dat niet handig te zijn bij innovaties. Innovatieve bedrijven blijken juist veel diverse en wisselende contacten met allerlei klanten en toeleveranciers te hebben en dat blijken belangrijke impulsen voor vernieuwing te zijn.”

Tevens blijkt uit het onderzoek dat innovatieve bedrijven hun innovatie activiteiten scheiden van de uitvoering en productie activiteiten, maar wel zorgen voor actieve en open kennisoverdracht. Binnen kleine bedrijven wordt innovatie minder gescheiden van reguliere activiteiten. Hierdoor ontstaat volgens de onderzoekers vaak een onduidelijke situatie op de werkvloer die het voordeel van de kleinschaligheid weer teniet doet.

Volberda: “Frappant is daarnaast dat niet-innovatieve bedrijven meer in ICT investeren dan innovatieve. Die laatste groep verkrijgt zijn voorsprong niet door meer geld in onderzoek of technologie te stoppen, maar zij weten juist hun organisatie, management en externe

netwerken succesvol aan te wenden voor innovatie. Hier blijkt dus wederom het grote belang van sociale innovatie.”