

NOTE: Voor in de pers Januari

Nexis® NL

Printopdracht: Huidige document: 7

Tijdstip printopdracht: Tue Feb 14 21:38:01 2012

Verzenden naar:

ERASMUS UNIVERSITEIT ROTTERDAM
POSTBUS 1738
ROTTERDAM, NLD 3000 DR

Zoektermen: ((volberda) AND date(geq(14/8/2011)))

Bron: Dutch Language News - Full Text
Project ID:

7 of 38 DOCUMENTS



18 januari 2012 woensdag

Innovatie is geen zaak van meer geld, maar van slim organiseren

SECTION: Economie & Politiek; Blz. 3

LENGTH: 472 woorden

Stef Severt

Amsterdam

Innovatie is niet af te dwingen met meer geld, maar vraagt vooral om een andere stijl van werken en het anders inrichten van de organisatie. Dat zegt Henk **Volberda**, hoogleraar strategisch management aan de Erasmus Universiteit in Rotterdam, in reactie op de innovatieaanpak van het kabinet.

Maandag werden de innovatieplannen van negen topsectoren gepresenteerd. Het kabinet wil innovatie bevorderen door bedrijven meer te laten samenwerken met kennisinstellingen. Het trekt voor innovatie 1 mrd uit in 2012. Dat bedrag loopt op naar 1,5 mrd in 2015. Ongeveer de helft daarvan komt beschikbaar via verschillende fiscale aftrekregelingen.

Volberda, die zelf in een tiende topteam zit dat zich buigt over de vraag hoe meer hoofdkantoren aan te trekken, is enthousiast over de vraaggestuurde aanpak waarbij bedrijven van onderaf inbreng leveren. Maar hij vreest een slag om de publieke gelden. Een beetje competitie tussen de sectoren is niet verkeerd. Maar het kan ook leiden tot frustratie, als bedrijven achter het net vissen.

Bovendien is innovatie volgens **Volberda** geen kwestie van alleen meer geld, maar van beter organiseren. Sociale innovatie noemt hij dat. Veel innovatie-uitgaven renderen te weinig. Elke euro die een bedrijf investeert in R&D levert nu gemiddeld 2,20 op aan omzet van nieuwe producten en diensten. Door zaken slimmer te

organiseren, en een andere leiderschapsstijl, kan dat rendement zeker twee keer zo hoog liggen.

Bij sociale innovatie gaat het erom het bedrijf informeel, lenig en plat te houden, te investeren in werknemers en open te staan voor hun inbreng. Te vaak nog, zegt **Volberda**, denkt men innovatie te kunnen afdwingen door hogere bedragen uit te geven aan technologie. Ook kijken bedrijven naar zijn smaak te veel naar Den Haag.

Uit de Innovatie Monitor, een onderzoek onder 11.000 Nederlandse bedrijven dat **Volberda** uitvoerde met collega Justin Jansen, blijkt dat sociaal innovatieve bedrijven beter presteren op innovatie, productiviteit en groeiend marktaandeel. Ook investeren ze meer dan twee keer zoveel in R&D.

Als goed voorbeeld noemt hij uitzender Randstad. Dat heeft zelf geen innovatiebudget. Maar een nieuw uitzendconcept, waarbij Randstad personeelszaken voor bedrijven uitvoert, levert veel toegevoegde waarde op. Of neem zaadveredelaar Incotec. Daar bedacht een werknemer dat met röntgenfoto's de kiemkracht van zaad goed gemeten kan worden.

Volberda vindt de omslag van innovatiesubsidies naar fiscaal voordeel een goede zaak. Ook is hij positief over het dichten van de kloof tussen bedrijfsleven en wetenschap. De innovatie-paradox kan zo worden vermeden: hoge uitgaven aan kennisvermeerdering, die vervolgens zijn weg niet vindt naar het bedrijfsleven.

Bij informele en platte organisaties is het rendement van innovaties zeker twee keer zo hoog

LOAD-DATE: January 18, 2012

LANGUAGE: DUTCH; NEDERLANDS

PUBLICATION-TYPE: Krant

JOURNAL-CODE: HFD

Copyright 2012 Het Financieele Dagblad B.V.
All Rights Reserved