

INNOVATIE

Meer investeringen in radicale innovatie

De crisis noopt bedrijven creatiever te worden om te overleven. Ook de concurrentie van de opkomende economieën wordt gevoeld. Nederlandse bedrijven richten zich vooral op het ontwikkelen en vermarkten van producten en diensten voor nieuwe markten en klanten (radicale innovatie) aangezien bestaande klanten terughoudender zijn geworden. Dat is één van de conclusies uit de jaarlijkse Erasmus Concurrentie en Innovatie Monitor. Deze monitor meet het innovatievermogen van Nederlandse bedrijven en is voor de zesde keer verschenen. Het onderzoek onder 550 bedrijven staat onder leiding van prof. Dr. Henk W. Volberda van de Rotterdam School of Management (Erasmus Universiteit). De resultaten zijn gepresenteerd tijdens de '2012 Annual Inscope Conference' op 23 november jl. Tijdens deze conferentie is ook de Erasmus Innovatie Award uitgereikt aan de meest innovatieve onderneming van Nederland. Claymount Technologies Group BV kwam als winnaar uit de bus. Na enkele jaren van afname in innovatiekracht signaleert Volberda nu een stijging in radicale innovatie van 2,6 procent. Dat is bescheiden maar volgens Volberda is de omkering in de trend ook van belang. Toenemende investeringen (+14,7 procent) in sociale innovatie (slimmer werken, flexi-

bel organiseren, dynamisch managen en co-creatie) dragen bij aan het grotere innovatievermogen. Met name sociaal innovatieve bedrijven realiseren meer nieuwe producten en diensten voor nieuwe klanten en markten (+38 procent) en bestaande klanten en markten (+15 procent). Bovendien presteren ze ook beter (+6 procent) en investeren ze aanzienlijk meer in R&D (+3 procent). Sociale innovatie is een belangrijk instrument voor nieuwe economische groei vanwege het effect op radicale innovatie (+38 procent), incrementele innovatie (+15 procent) en op bedrijfsprestaties (+6 procent). Uit het onderzoek komt echter naar voren dat het overheidsbeleid te eenzijdig is gericht op technologische innovatie en dat met name de sectoren Agrofood en Logistiek achter blijven in sociale innovatie. Het innovatiesucces van bedrijven wordt echter 'slechts' voor 25 procent bepaald door investeringen in R&D en technologische innovatie. Maar liefst 75 procent van het innovatiesucces wordt bepaald door investeringen in sociale innovatie. ●

Bronnen: Persbericht Rotterdam School of Management, 22 november 2012; www.irim.eu.nl; 3 december 2012

