

NOTE: Artikel in Leeuwarder Courant

Nexis® NL

Email Request: Current Document: 9

Time Of Request: Monday, June 17, 2013 17:30:12

Send To:

ERASMUS UNIVERSITEIT ROTTERDAM
POSTBUS 1738
ROTTERDAM, NLD 3000 DR

Terms: (Volberda)

Source: Dutch Language News - Full Text
Project ID:

1 of 1 DOCUMENT

LEEUWARDER COURANT

Leeuwarder Courant

17 juni 2013 maandag
Editie Zuid

Nederlands concern slecht in innoveren

BYLINE: FRANS BOOGAARD

SECTION: Economie; Blz. 10

LENGTH: 515 woorden

Het gros van de Nederlandse ondernemers laat volop kansen liggen. Ze zijn zó gefixeerd op verbetering van hun bestaande beleid, dat ze vergeten om te vernieuwen.

Dit blijkt uit een onderzoek onder 590 ondernemers. Hans Breukhoven van Free Record Shop zag niet aankomen wat internet en iTunes met zijn bloeiende cd-bedrijf zouden doen. Of, zegt onderzoeksleider Henk **Volberda**, kijk naar de KPN van Ad Scheepbouwer. Die onderschatte de opkomst van Skype en iPhone. **Volberda**: „Hij noemde dat bij de introductie een nutteloos ding.”

Het is typerend, zegt **Volberda**, voor het gebrek aan innovatie onder Nederlandse ondernemers. 29 procent van de bedrijven vernieuwt zijn businessmodel mondjesmaat, meer dan 50 procent zelfs vrijwel niet. Omdat het oude businessmodel nog genoeg geld oplevert of investeringen snel geld voor aandeelhouders in de weg zitten. Of omdat ze niet weten hoe ze met nieuwe ontwikkelingen moeten omgaan.

Kijk maar eens hoe KLM met de komst van prijsvechters omging, zegt **Volberda**, bedrijfskundige en hoogleraar aan de Erasmus Universiteit. „Met Transavia heeft KLM nu ook geleerd hoe je efficiënt en kostenbewust moet werken, maar dat heeft wel tijd gekost. Het is blijkbaar erg lastig om twee businessmodellen tegelijk in de lucht te houden.”

Of er ook Nederlandse bedrijven zijn die het goed doen? Gelukkig wel. DSM staat op dat lijstje bovenaan. Het switchte, zonder oude verdienmodellen meteen in de afvalcontainer te gooien, van kolen naar bulkchemie en vandaar naar fijnchemie, life sciences en material sci-

ences. „Zulke bedrijven blijven zich gewoon steeds opnieuw uitvinden.”

Bedrijven zoals DSM, met een 'duale businessmodel-focus', worden dik beloond voor hun aanpak: ze halen liefst 18 procent beter resultaat dan bedrijven die vooral bezig zijn met hun bestaande businessmodel. Maar deze krachtpatsers maken slechts 14 procent uit van ondernemend Nederland.

Helemaal niet vernieuwend zijn

'Ondernemers zoeken excuses om businessmodel niet aan te passen'

de banken, die allerlei producten waarmee ze slapend rijk werden niet meer mógen verkopen. En dan is er nog de bouw. „Die zou bijvoorbeeld met prefabwoningen nieuwe markten kunnen aanboren. Een huis in één dag neerzetten in plaats van in negen maanden.”

Volberda: „Veel ondernemers zoeken excuses om hun businessmodel niet te hoeven aanpassen. En eerlijk is eerlijk: het is ook niet eenvoudig. Je hebt andere mensen nodig of je moet je hele organisatie omgooien. Veel ondernemers passen hun businessmodel pas aan als hun inkomsten teruglopen, maar vaak ben je dan te laat. Bij Free Record Shop ging het financieel pas twee jaar geleden mis, maar iTunes was er toen al zeker tien jaar.”

„Ondernemen is natuurlijk permanent vernieuwen, maar over het algemeen presteert Nederland goed. Dat blijkt uit tal van ranglijstjes”, nuanceert Roelf van der Kooij van werkgeversorganisatie VNO-NCW. Nicolaas Weeda, algemeen secretaris van de stichting managementstudies van de werkgeversorganisatie en direct betrokken bij het onderzoek, neemt minder afstand. „Iedereen praat over innoveren, maar je moet het ook doen.”

LOAD-DATE: 17 June 2013

LANGUAGE: DUTCH; NEDERLANDS

GRAPHIC: De gistextractenfabriek van DSM in Delft. Het concern weet met succes het roer tijdig om te gooien. FOTO ANP

Nederlands concern slecht in innoveren Leeuwarder Courant 17 juni 2013 maandag

JOURNAL-CODE: LC

PUBLICATION-TYPE: Krant

Copyright 2013 Noordelijke Dagblad Combinatie / Leeuwarder Courant
All Rights Reserved