

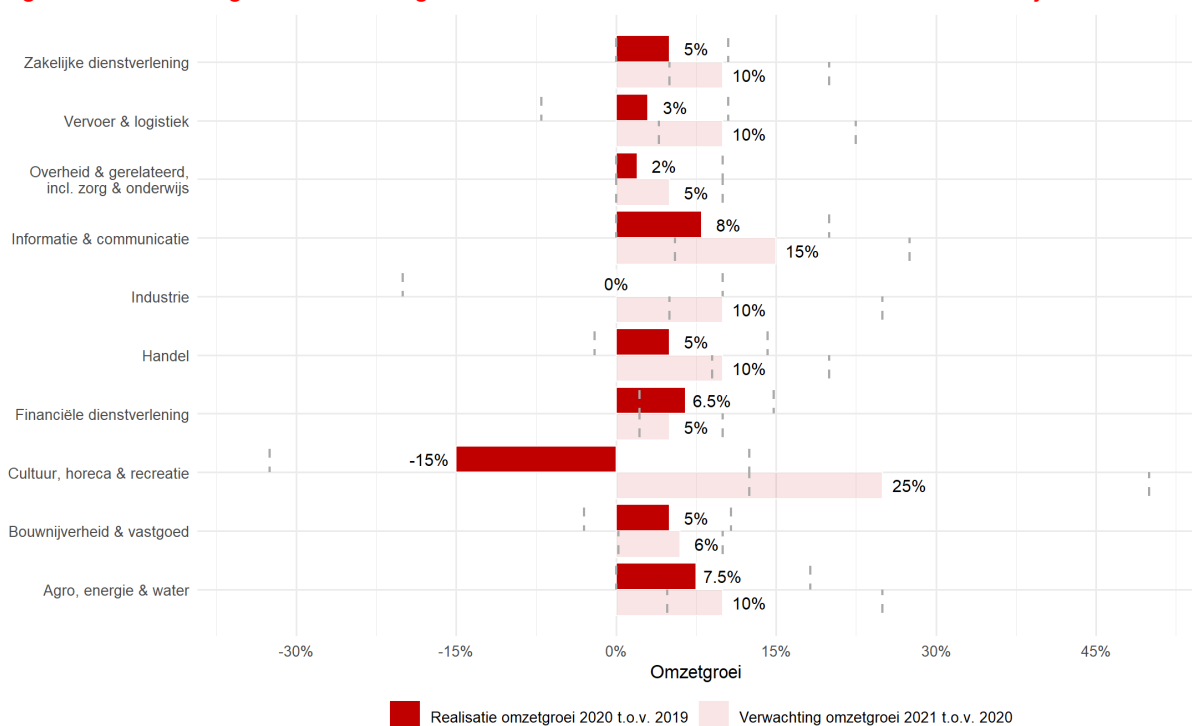
N.B. Embargo tot maandag 25 oktober 2021, 00.01uur

Samenvatting uitkomsten Nederlandse Innovatie Monitor 2021

① Optimisme over herstel coronacrisis overheerst

Nederlandse bedrijven zijn opvallend positief over het herstel van de coronacrisis (zie Figuur 1). De verwachting van de omzetgroei in 2021 bevindt zich rond de +5 procent voor de overheid(gerelateerde), financiële en bouwsectoren, en is ten minste +10 procent voor de overige sectoren. De sterkste groei vindt naar verwachting plaats in de zwaar getroffen cultuur-, horeca- en recreatiesector (+25%) en bij ICT-bedrijven (+15%). Het is opvallend dat veel bedrijven ook voor 2020 een positieve omzetgroei rapporteren. Wel overstijgen de verwachtingen van de omzetgroei voor 2021 in bijna alle sectoren de gerealiseerde omzetgroei in 2020. 'De afnemende onzekerheid over corona en het afbouwen van beperkingen (door een toenemende vaccinatiegraad) maakte het bedrijven mogelijk om bestaande activiteiten weer op te schalen. Het optimisme over de omzetgroei werd eveneens gevoed door nieuwe (digitale) oplossingen van bedrijven om in te spelen op het corona en/of post-corona tijdperk', stelt Volberda.

Figuur 1: Positieve groeiverwachtingen over de volle breedte van het Nederlandse bedrijfsleven



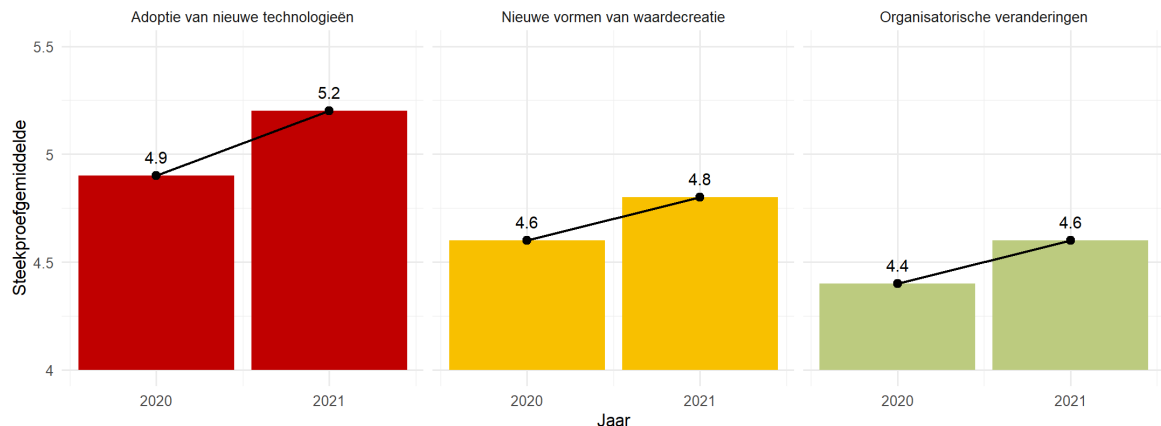
Het staafdiagram toont de mediane omzetgroei per sector; de grijze stippellijnen geven de 25/75e percentielen weer.
Bron: De Nederlandse Innovatie Monitor 2021, bewerking door SEO Economisch Onderzoek (2021)

② Bedrijven pakken door met digitale transformatie

De digitale transformatie die door veel bedrijven vorig jaar (gedwongen) is ingezet, zet zich voort. Het speerpunt daarvan ligt nog steeds bij de toepassing van nieuwe digitale technologieën (zie Figuur 2), maar ook het creëren van nieuwe vormen van waardecreatie en organisatie-brede veranderingen (structuur- en cultuurveranderingen) winnen aan belang. Volberda vult aan: 'De coronacrisis zorgde

voor een versnelling waarin bedrijven inzetten op digitale transformatie. Dit komt mede doordat bestaande kanalen – waaronder winkels – voor een bepaalde periode gesloten waren en nieuwe digitale kanalen werden opgezet. Ook zijn er veel nieuwe ondernemingen opgestart die *born digital* zijn.’

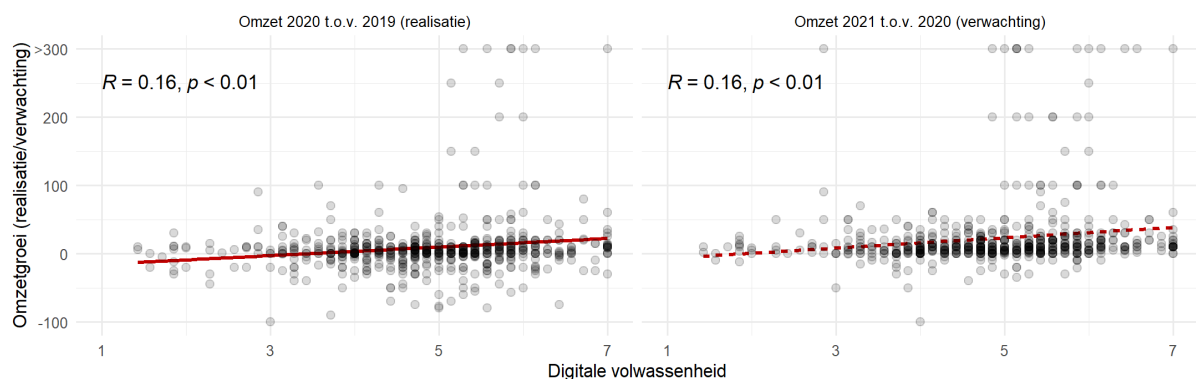
Figuur 2: Alle dimensies van de digitale transformatie vertonen een stijgende lijn



Bron: De Nederlandse Innovatie Monitor 2021, bewerking door SEO Economisch Onderzoek (2021)

Het belang van digitale transformatie wordt volgens Volberda benadrukt door de positieve samenhang met de omzetcijfers tijdens de coronajaren (zie Figuur 3). Bedrijven die digitaal volwassen zijn kwamen beter door het jaar van de corona-uitbraak en hebben tegelijkertijd betere verwachtingen voor het huidige boekjaar.

Figuur 3: Digitale volwassenheid van bedrijven hangt samen met de omzetgroei tijdens de coronajaren



Digitale volwassenheid (7-puntschaal; een '1' staat voor de laagste score en '7' voor de hoogste) verwijst naar de strategische adoptie van digitale technologieën met als doel om de bedrijfsvoering/prestaties substantieel te verbeteren.

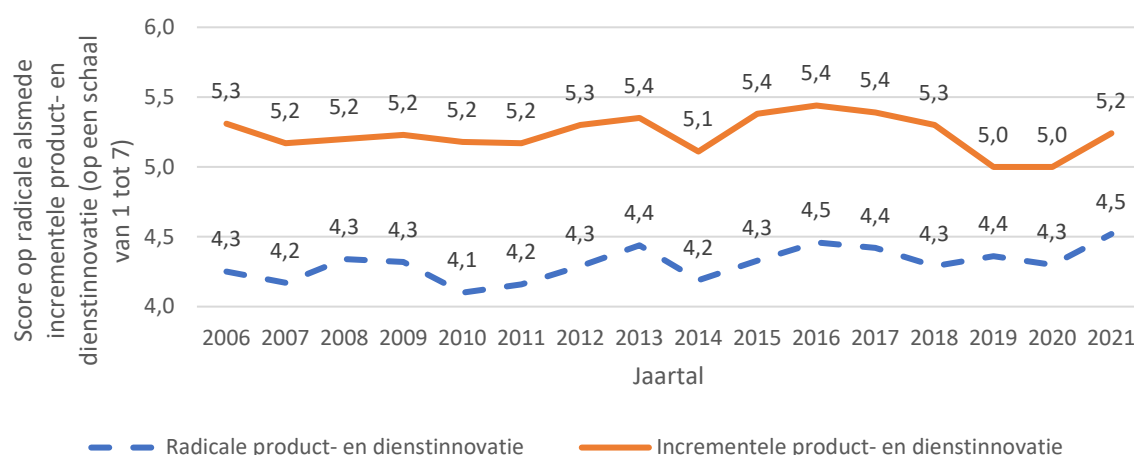
Bron: De Nederlandse Innovatie Monitor 2021, bewerking door SEO Economisch Onderzoek (2021)

Verdere digitale transformatie wordt mogelijk verhinderd door achterblijvende digitale vaardigheden. Volberda: 'Met name in de financiële en logistieke sectoren uiten managers hun zorgen over of (een deel) van hun personeel al over de digitale vaardigheden beschikt die zij in 2025 nodig zullen hebben. Gelijktijdig verwachten zij dat opleidingen en trainingen een groot gedeelte van de vaardighedenkloof kunnen overbruggen.'

③ Marktomstandigheden jagen innovatie naar een nieuw hoogtepunt

De mate waarin Nederlandse bedrijven actief zijn met radicale product- en dienstinnovatie (nieuwe producten en diensten gericht op nieuwe klanten of markten) is toegenomen met 5% ten opzichte van vorig jaar en bevindt zich daarmee op het hoogste niveau sinds het begin van de Nederlandse Innovatie Monitor in 2006 (zie Figuur 4). Incrementele innovatie (verbeterde producten en diensten voor bestaande klanten en markten) nam gelijktijdig toe en blijft in absolute zin de dominante innovatievorm. De zoektocht naar nieuwe producten, markten en klanten heeft dus niet geleid tot een mindere inzet op incrementele vernieuwingen. Uit de analyse komt ook naar voren dat innovatievere bedrijven beter door de coronacrisis komen. Zowel incrementele en radicale innovatie zijn positief gecorreleerd met de omzetcijfers tijdens de coronajaren, vooral daar waar het de verwachte omzetgroei voor 2021 betreft. Volberda: 'Met ontwikkelingen als de COVID-19 pandemie, de vierde industriële revolutie en de energietransitie is er een grotere noodzaak voor menig gevestigd bedrijf om het innovatieniveau op te schroeven. Ook zien we nieuwe bedrijven die met fundamenteel nieuwe oplossingen inspelen op diverse uitdagingen, waaronder de energietransitie.'

Figuur 4: Radicale innovatie op hoogste punt ooit gemeten

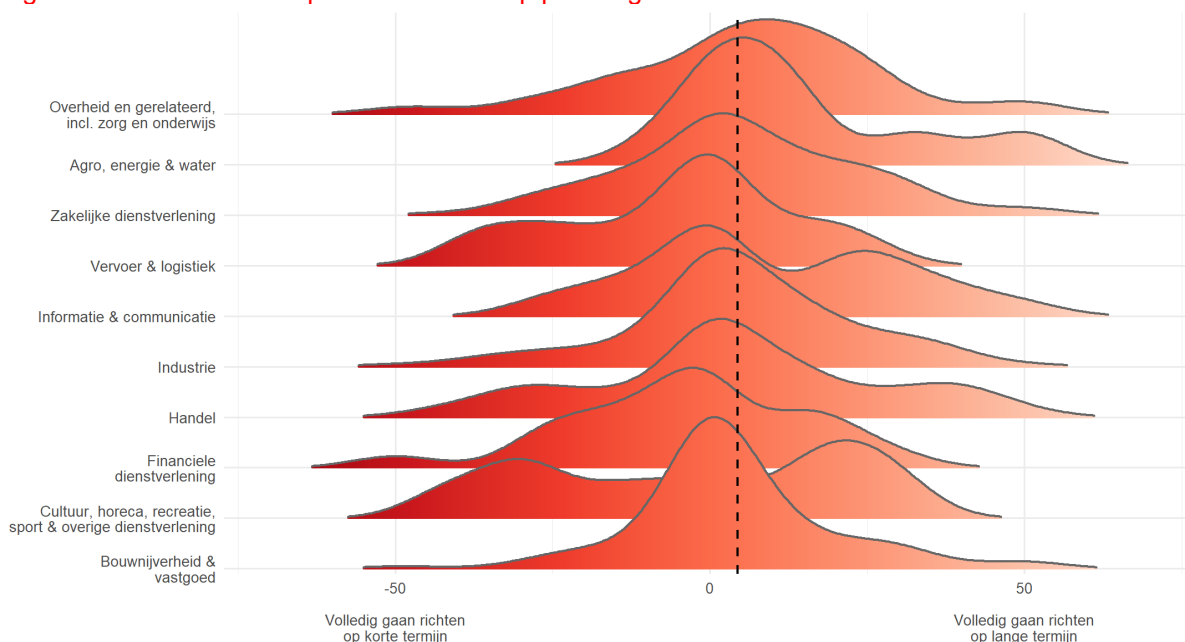


De constructen zijn gebaseerd op 4 items (7-puntschaal; een '1' staat voor de laagste score en '7' voor de hoogste).
Bron: De Nederlandse Innovatie Monitor 2021, bewerking door SEO Economisch Onderzoek (2021)

④ Nederlandse ondernemingen richten zich meer op de lange termijn en investeren meer in R&D en ICT

Van de ondervraagde bedrijven geeft 55 procent aan dat zij zich door corona meer op de langere termijn zijn gaan richten. Hier tegenover gaf 30 procent van de bedrijven aan zich juist meer met de kortere termijn bezig te houden. Gemiddeld gezien zijn bedrijven zich dus iets meer gaan richten op de langere termijn (zie Figuur 5). Volberda: 'De coronacrisis bracht een schokgolf teweeg waarbij menig organisatie beseftte dat de huidige bedrijfsactiviteiten herzien diende te worden. Dit werkte als een katalysator om meer bezig te zijn met het onderscheidend vermogen van het bedrijf op de langere termijn. Daarnaast was er ook groep van de bedrijven die door de coronacrisis in de overlevingsstand kwam te staan en daarbij alleen maar oog had voor de korte termijn.'

Figuur 5: Verschillen in impact van corona op planningshorizon vooral zichtbaar binnen sectoren

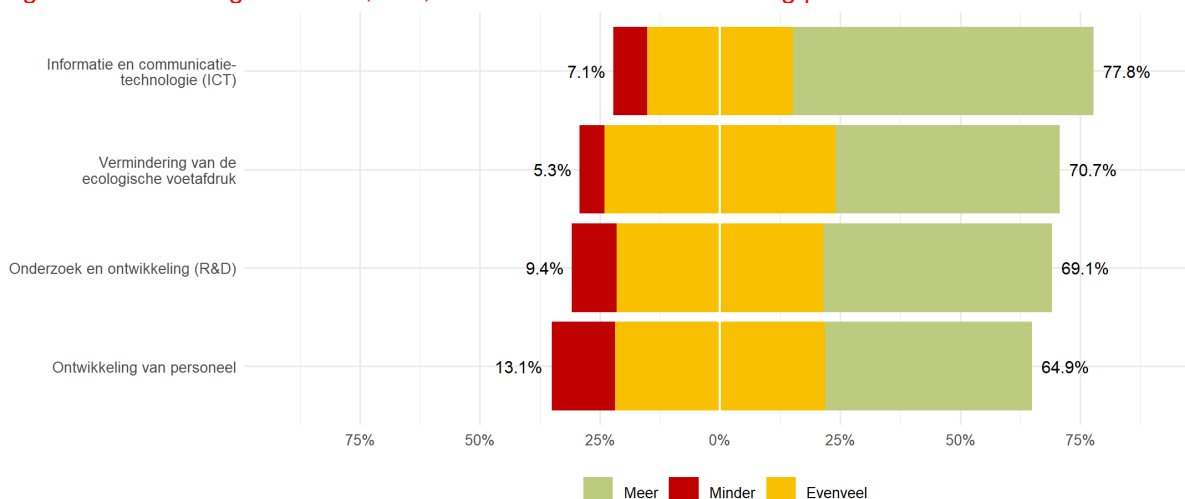


De respondenten is gevraagd om op een schaal van nul tot honderd aan te geven tot in hoeverre de coronacrisis van invloed is geweest op de planningshorizon van hun organisatie. Het nulpunt staat gelijk aan geen impact, negatieve getallen wijzen op een kortetermijnfocus en positieve getallen op een langetermijnfocus. De verticale stippellijn geeft de gemiddelde score over alle sectoren weer – deze score wijkt statistisch significant af van geen impact.

Bron: De Nederlandse Innovatie Monitor 2021, bewerking door SEO Economisch Onderzoek (2021)

Consistent met de focus op de langere termijn, geven veel bedrijven aan gedurende de coronacrisis meer te zijn gaan investeren in R&D, ICT, het verminderen van de ecologische voetafdruk en de ontwikkeling van personeel (zie ook Figuur 6). De versnelde digitale transformatie joeg de investeringen in ICT aan bij bijna 80 procent van de bedrijven, en spant daarmee de kroon. Volberda: 'Een toename van de investeringen in R&D, ICT, personeel en in het verminderen van de ecologische voetafdruk hangt deels samen met dat bepaalde bedrijfstakken meer ruimte hadden om daarin te investeren, bijvoorbeeld doordat de klantvraag afnam in combinatie met financiële ondersteuning vanuit de overheid. Bij diverse andere bedrijfstakken nam de vraag juist toe waardoor de investeringen ook opgeschroefd konden worden.'

Figuur 6: Investerings in R&D, ICT, duurzaamheid en ontwikkeling personeel namen vaker toe dan af



De respondenten is gevraagd of hun organisatie in 2020 meer of minder is gaan investeren in de ontwikkeling van personeel, R&D, ICT en het verminderen van de ecologische voetafdruk; het staafdiagram geeft per post het percentage organisaties dat

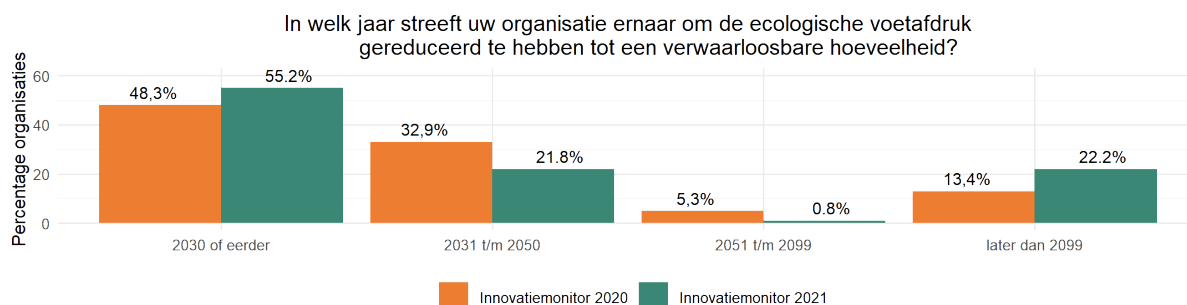
aangeeft dat de investeringen verminderd zijn ten opzichte van 2019 (rood), dat de investeringen gelijk zijn gebleven (geel) of dat de investeringen verhoogd zijn (groen).

Bron: De Nederlandse Innovatie Monitor 2021, bewerking door SEO Economisch Onderzoek (2021)

⑤ De klimaatambitie van het Nederlandse bedrijfsleven raakt verder gepolariseerd: maar liefst een kwart van de bedrijven is afgehaakt

Gevraagd naar het jaar waarin de organisatie ernaar streeft om een min of meer verwaarloosbare ecologische voetafdruk te hebben, geeft 55 procent van de Nederlandse bedrijven aan dit uiterlijk in 2030 al te willen bereiken. Dit betreft een toename van 7% ten opzichte van vorig jaar. Bij het aantal organisaties die in de periode 2031-2050 hun ecologische voetafdruk willen beperken tot een zo goed als verwaarloosbare hoeveelheid, is juist een daling waarneembaar: van 33% in het vorige jaar naar 22% in dit jaar (zie Figuur 7). Het aantal organisaties dat aangeeft niet of pas in de verre toekomst (later dan 2099) hun ecologische voetafdruk te willen minimaliseren, is wel toegenomen (22% in 2021 ten opzichte van 13% in 2020). Het gemiddelde jaartal dat bedrijven opgeven is amper gewijzigd ten opzicht van de vorige editie (van 2045 naar 2047). Volberda stelt dat 'deze vergelijking met de bevindingen uit de Monitor van vorig jaar laat zien dat de klimaatambitie van het Nederlandse bedrijfsleven polariseert. Enerzijds is het aandeel klimaatambitieuze bedrijven met 7 procentpunt gestegen; deze koplopers proberen vanuit een maatschappelijke visie of door externe regelgeving hun ecologische voetafdruk versneld te minimaliseren. Anderzijds groeit de groep van achterblijvers die duidelijk zijn afgehaakt met bijna 9 procentpunt. Maar liefst een kwart van de bedrijven denkt het deze eeuw niet te redden. Gezien het recent gepubliceerde rapport van het klimaatpanel van de Verenigde Staten (IPCC) is dit een zeer zorgelijke ontwikkeling.'

Figuur 7: Ruim helft wil verwaarloosbare voetafdruk voor 2030, een kwart denkt het deze eeuw niet te bereiken

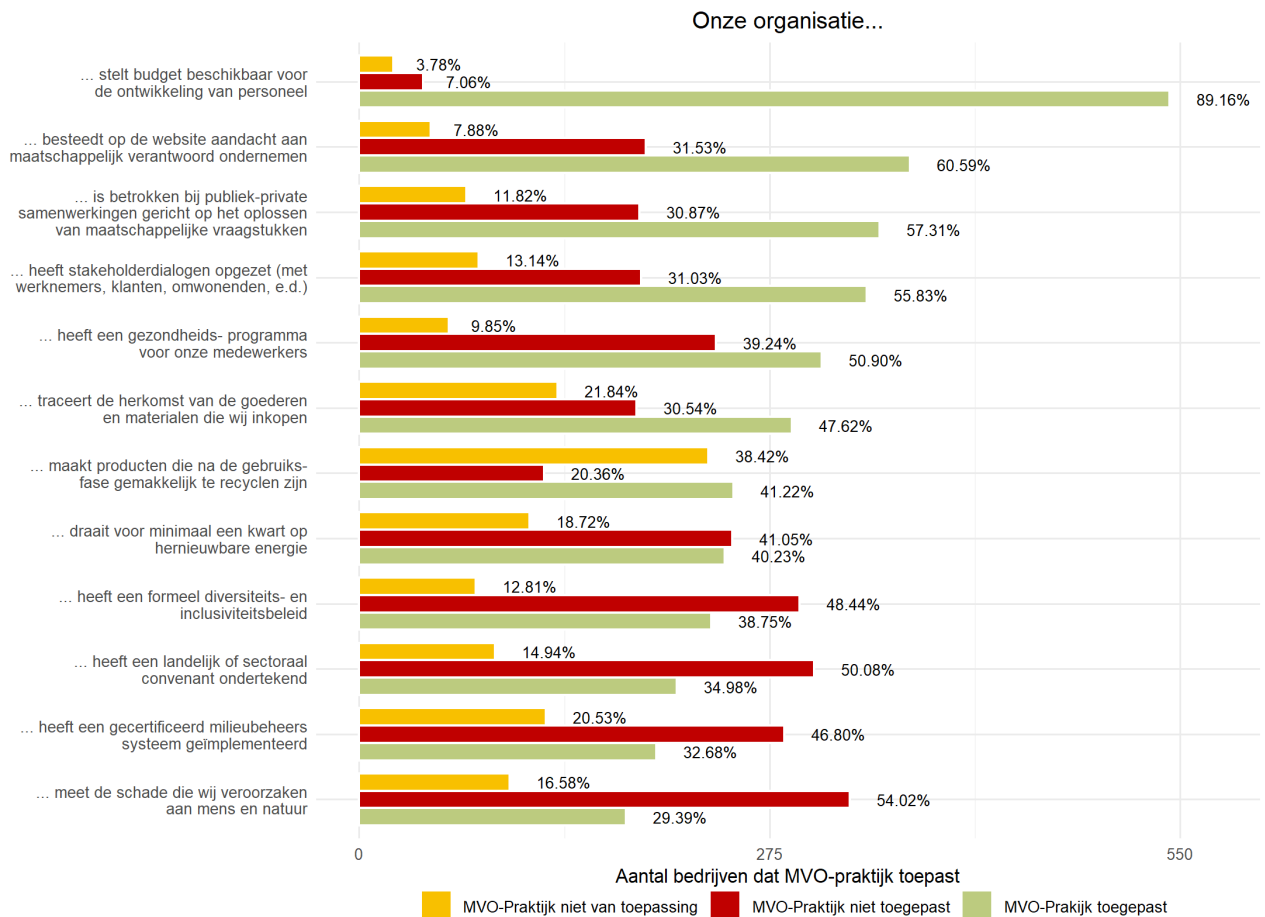


Bron: De Nederlandse Innovatie Monitor 2021, bewerking door SEO Economisch Onderzoek (2021)

⑥ Maatschappelijk verantwoord ondernemen staat hoog op de agenda, maar aandacht voor schade aan mens en natuur, gecertificeerde milieusystemen en diversiteitsbeleid blijft achter

In de Monitor is gevraagd in hoeverre Nederlandse bedrijven praktijken gerelateerd aan maatschappelijke verantwoord ondernemen (MVO) toepassen. De MVO-praktijken worden vaker wel dan niet toegepast, maar op een aantal gebieden valt er nog veel te winnen (zie Figuur 8). Volberda concludeert: De schade aan mens en natuur wordt vaak nog niet gemeten, er zijn nog relatief weinig bedrijven met een gecertificeerd milieubeheerssysteem en bijna de helft van de bedrijven heeft nog geen formeel diversiteits- en inclusiviteitsbeleid.' Daartegenover besteden veel bedrijven aandacht aan MVO op hun website, stellen zij vrijwel allemaal budget beschikbaar voor de ontwikkeling van het personeel en houdt meer dan de helft van de bedrijven al stakeholderdialogen. Voor elke MVO-praktijk geeft slechts een beperkt aantal bedrijven te kennen dat deze niet van toepassing is op hun organisatie.

Figuur 8: Relevante MVO-praktijken worden vaker wel dan niet toegepast

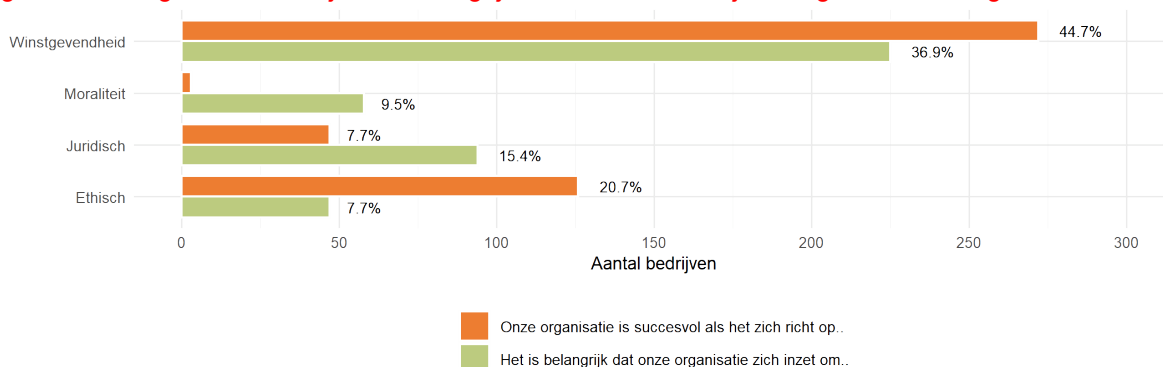


De items zijn gepresenteerd in een volgorde op basis van het percentage bedrijven dat de MVO-praktijk toepast.
Bron: De Nederlandse Innovatie Monitor 2021, bewerking door SEO Economisch Onderzoek (2021)

⑦ Nederlandse bedrijven prefereren winst boven maatschappelijke bijdrage

Uit de Nederlandse Innovatie Monitor 2021 blijkt dat Nederlandse ondernemingen doorgaans vooral prioriteit toekennen aan economische doelstellingen in verhouding tot maatschappelijke doelstellingen. Zo vormt winstgevendheid de belangrijkste drijfveer bij 45% van de ondernemingen. Bij ongeveer 1 op de 5 ondervraagde organisaties (21%) zijn ethische beweegredenen de voornaamste drijfveer (zie Figuur 9). Volberda: 'Veel bedrijven laten kansen liggen voor maatschappelijke relevantie. Om de grote klimaat-, maatschappelijke en sociale uitdagingen het hoofd te bieden zullen ondernemingen een groter aandeel moeten investeren in de maatschappij. In Nederland is volgens 35% van de respondenten van de Innovatie Monitor een kritische houding ontstaan in de politiek en samenleving over het Nederlandse bedrijfsleven. Er zijn nog te weinig bedrijven die bezig zijn met het behalen van doelen die verder gaan dan winstmaximalisatie en beschrijven hoe zij bijdragen aan oplossingen voor problemen van mens en planeet.'

Figuur 9: Winstgevendheid blijft het belangrijkste verantwoordelijkheidsgebied voor organisaties



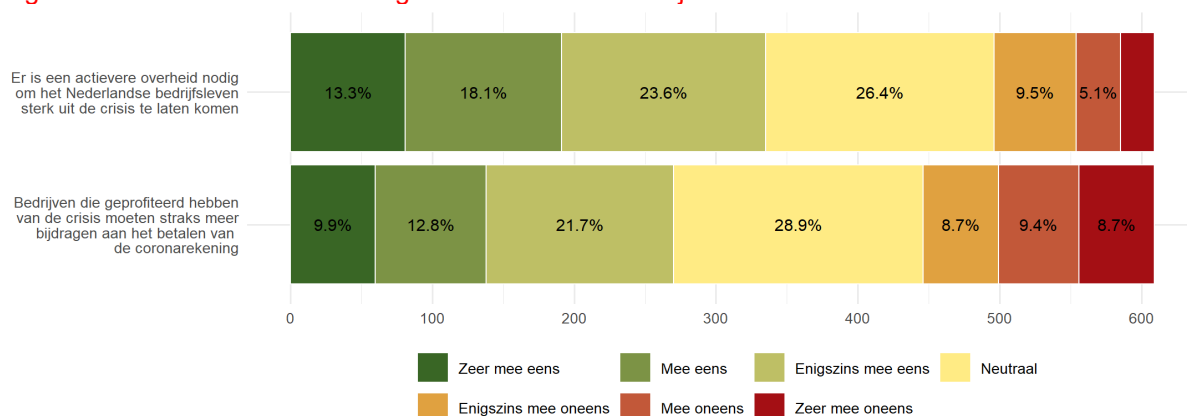
De percentages tellen niet op tot 100 omdat niet iedereen één verantwoordelijkheidsgebied als belangrijkste aanwijst.
Bron: De Nederlandse Innovatie Monitor 2021, bewerking door SEO Economisch Onderzoek (2021)

⑧ Merendeel bedrijven ziet actieve rol weggelegd voor de overheid bij herstel

Meer dan 50 procent van de respondenten is het eens met de stelling dat een actieve rol van de overheid nodig is (of blijft) om het Nederlandse bedrijfsleven sterker uit de crisis te laten komen (zie Figuur 10). Ruim 13 procent is het zelfs zeer eens met deze stelling. De cultuur-, horeca- en recreatiesector reageren het vaakst positief op deze stelling (15,8 procent), terwijl bedrijven werkzaam in de agro, energie & water het liefst een zo klein mogelijke rol voor de overheid zien. Over de vraag of de kosten die voor alle steunmaatregelen gemaakt zijn voornamelijk bij de bedrijven terecht moeten komen die van de crisis geprofiteerd hebben, zijn de leidinggevende en senior-managers iets meer verdeeld, hoewel nog steeds ongeveer 45 procent hier instemmend op antwoordt.

Voor beide stellingen geldt dat bedrijven die in 2020 te maken hebben gehad met een omzetsdaling positiever (vaker eens) reageren dan bedrijven waarvan de omzet tijdens de coronacrisis gegroeid is. Volberda vult aan: 'Deze bevindingen laten zien dat een aanzienlijke groep van ondernemingen – en vooral degene die hard getroffen zijn door de crisis – ondersteuning verwachten van de overheid gebaseerd op een bijdrage van ondernemingen die voornamelijk geprofiteerd hebben van de coronacrisis.'

Figuur 10: Actievere rol overheid gewenst door veel bedrijven



Bron: De Nederlandse Innovatie Monitor 2021, bewerking door SEO Economisch Onderzoek (2021)

Over de Nederlandse Innovatie Monitor 2021

De Nederlandse Innovatie Monitor 2021 wordt uitgevoerd door het Amsterdam Centre for Business Innovation van de Amsterdam Business School van de UvA, onder regie van prof. dr. Henk Volberda,

hoogleraar Strategisch Management en Innovatie en directeur van het Amsterdam Centre for Business Innovation. SEO Economisch Onderzoek heeft de monitor uitgezet en de analyses gedaan.

Ongeveer 25.000 afgevaardigden van organisaties in Nederland zijn benaderd om deel te nemen aan het onderzoek. Gezien de aard van de vragenlijst bestond de doelgroep vooral uit senior-managers. Van de personen die medewerking hebben verleend aan het onderzoek, konden ruim 600 aangewend worden voor de analyses. De periode van dataverzameling liep van begin mei tot begin augustus van dit jaar.

Als sector-overstijgend onderzoek zijn de organisaties die hebben deelgenomen, afkomstig uit een breed scala van sectoren. Zo vertegenwoordigt de zakelijke dienstverlening 24% van de steekproef. De industrie vertegenwoordigt 20% van de steekproef. Voor de bouwnijverheid en vastgoed is dat 17%.

Het volledige onderzoek is [hier](#) te downloaden.

Meer informatie: Henk Volberda, 06 1297 2233 / h.w.volberda@uva.nl.