



INNOVATIE-INVENTARISATIE

Commissie Innovatie Ondernemend Venlo

november 2017



COLOFON

Deze publicatie is tot stand gekomen i.s.m.
Maastricht University. Een speciaal woord
van dank aan Jolene Damoiseaux
van Maastricht University voor de
ondersteuning.
De Cie. Innovatie van Ondernemend Venlo
is in oprichting en bestaat op dit moment
uit de volgende personen:

Mieke Verhaegh: voorzitter;
Steffie Hoeymakers: directeur MI68;
Vivienne Curvers: directeur /LAB service & experience design;
Desiré Driesenaar: directeur Driesenaar;
Bart Verlegh: directeur Bluehub;
John Geurts: directeur Nijssen-Granico
directeur Business Biology

© Cie. Innovatie Ondernemend Venlo
Foto's door Diego PH, Stefan Stefancik,
Daria Shevtsova en Ian Schneider (via Unsplash)
November 2017



Inleiding

In juli 2017 heeft Ondernemend Venlo, in samenwerking met Maastricht University, een inventarisatie uitgevoerd onder haar leden over het onderwerp innovatie. Ondernemend Venlo (OV) is een industrieclub met (via de BIZ) 1.256 aangesloten bedrijven met in totaal zo'n 40.000 werknemers. OV is de belangenbehartiger voor alle ondernemers die met hun bedrijf gevestigd zijn op één van de bedrijventerreinen in de gemeente Venlo.

OV schrijft in haar beleidsplan dat duurzame innovatie cruciaal is voor de economische ontwikkeling van de regio. Tegelijkertijd moet geconstateerd worden dat het gevestigde bedrijfsleven (en vooral het MKB) te weinig betrokken is bij innovatie activiteiten die worden georganiseerd door provincie Limburg en de kennisinstellingen. Dat is een gemiste kans, het gevestigde bedrijfsleven kan alleen al aan ondernemerskracht een enorme input leveren. Stel je voor wat een rendementsboost gegeven kan worden aan de overheidsinvesteringen voor innovatie als onze ondernemers aan gaan sluiten!

Doel van de inventarisatie was om te polsen hoe de aangesloten bedrijven tegen dit onderwerp aankijken én om de richting te bepalen voor de nieuw opgerichte Cie. Innovatie. De resultaten zijn positief en worden verder uitgewerkt in de management samenvatting. Duidelijk is dat onze leden groot belang hechten aan innovatie. Daarmee wordt de Commissie Innovatie gelegitimeerd om verder te gaan. Er is voldoende informatie verzameld om keuzes te kunnen maken voor activiteiten die onze leden belangrijk vinden. Deze keuzes zijn bedoeld als een startpunt, de toekomstige invulling van activiteiten is dynamisch op basis van input van ondernemers. De Cie. Innovatie zal blijven polsen wat gewenste ontwikkelingsrichtingen zijn en al doende de plannen steeds bijstellen.

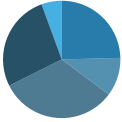
Deze inventarisatie is opgestart vanuit het *Excellence Programme Brightlands*, een initiatief van provincie Limburg, LED en UM. Om innovatie te bevorderen investeert de provincie in vier Brightlands campussen. Daarnaast investeert de provincie via het *Excellence Programme Brightlands* in het verbinden van mensen, als succesfactor voor innovatie. Het programma is ontwikkeld vanuit UM. Deelnemers zijn provinciale 'masterminds' uit het bedrijfsleven, de overheid en kennisinstellingen.

Deze inventarisatie heeft geen wetenschappelijke pretentie. Om en nabij de 1.000 bedrijven zijn gevraagd om een aantal vragen te beantwoorden. Hierop zijn 135 reacties binnen gekomen. De timing (begin van de vakantie) speelt hier waarschijnlijk een rol. De vertegenwoordiging van de respondenten vanuit verschillende sectoren was heel breed, maar we weten onvoldoende of dit een representatieve afspiegeling vormt van onze leden. De inventarisatie is in ieder geval wel een goede voedingsbodem voor de Cie. Innovatie om op voort te bouwen.

In de managementsamenvatting worden de belangrijkste bevindingen samengevat. In de conclusie wordt beschreven wat de Cie. Innovatie met de resultaten van de inventarisatie wil oppakken. Bij de resultaten kunt u zelf nalezen hoe de inventarisatie is ingevuld door de ondernemers.

CIE. INNOVATIE
ONDERNEMEND VENLO





Managementsamenvatting

Als je bij Google het woord innovatie intypt, zou het zomaar kunnen dat je binnen 0,5 seconden 7,5 miljoen resultaten krijgt. In de praktijk blijkt de definitie van innovatie niet zo eenduidig. De ondernemers van OV hebben de betekenis voor hun eigen bedrijf gedefinieerd. De grote lijn is dat ondernemers innovatie relateren aan zowel nieuwe producten, processen als diensten, dus het gaat niet alleen om technologische innovatie. Klantbehoeften staan altijd centraal en er moet geld mee worden verdiend. Innovatie is één van de instrumenten om dat doel te bereiken. De kern van innovatie is dat deze concreet moet worden toegepast om ook economisch duurzaam te zijn. Opvallend is verder dat kwaliteit, duurzaamheid en sociale innovatie vaker worden genoemd, specifiek de cultuur van het bedrijf. Ook wordt onderscheid gemaakt tussen strategische¹- en management² innovatie. Tempo en reikwijdte verschillen: innovatie kan incrementeel of radicaal zijn.

Ruim 80% van de ondernemers vindt innovatie erg belangrijk. Vooral vanuit de motivatie om de eigen marktpositie te versterken en in te spelen op wensen van klanten. Daarom worden ook kostenreductie/efficiëntie en schaalvergroting als motief genoemd. Ondernemers onderschrijven dat een innovatief bedrijf aantrekkelijker is voor kenniswerkers en daarom gemakkelijker (technisch) personeel kan werven. Innovatie is noodzakelijk voor de continuïteit, veronderstelt dat je samenwerkt en floreert bij diversiteit.

De antwoorden op de vragen op welke manier innovatie is georganiseerd binnen het bedrijf geven een gemengd beeld. Meer dan 50% geeft aan dat leidinggevendend verantwoordelijk zijn voor innovatie. De stelling hierover zwakt deze uitspraken weer af. In 77% van de bedrijven worden medewerkers uit alle lagen van de organisatie betrokken bij innovatie. Slechts 40% van de bedrijven sturen op organisatie, terwijl 62% van mening is dat innovatie gestructureerd aangepakt moet worden.

Ruim 70% van de ondernemers heeft op dit moment concrete innovatietrajecten lopen in het bedrijf. Bij één derde van de bedrijven wordt minder dan 1 fte ingezet op innovatie. Vier procent geeft aan dat hier 40 of meer fte mee gemoeid is. De tevredenheid over de innovatietrajecten is een aandachtspunt, slechts 32% is positief gestemd. Wat goed gaat is het groeiende besef binnen bedrijven dat innovatie cruciaal is voor de toekomst. Medewerkers zijn enthousiast en het werken aan innovatie trajecten leidt tot grotere betrokkenheid. Tijd, kennis, financiering, medewerkers & organisatiecultuur worden als belangrijkste belemmeringen beschouwd.

Bijna 60% van de ondernemers zoekt ondersteuning bij innovatie. Vooral bij kennisinstellingen, collega ondernemers en branche organisaties. Ondernemers willen graag ondersteund worden bij de marktintroductie, bij de optimalisatie en bij het onderzoeken van de haalbaarheid. Ontwikkeling en *prototyping* in de R&D-fase, ideeën verzamelen en conceptontwikkeling scoren ieder 10%. Automatisering, Internet of Things, sociale innovatie, energie transitie en robotisering staan in de top 5 van huidige- en toekomstige innovatie thema's.

Bijna 80% van de ondernemers betreft klanten en/of eindgebruikers bij innovatie. Dit is voor deze ondernemers vanzelfsprekend, vanwege de relatie met de markt. Klanten vinden het leuk om mee te denken en geven de benodigde feedback. Evengoed kan het dan toch nog lastig zijn om de innovatie tot een commercieel succes te maken. Verschillende klanten hebben tegenstrijdige wensen of er is sprake van gebrek aan technisch personeel. Als grootste bottlenecks worden tijd, financiering en kennis genoemd.

¹ Op een totaal nieuwe manier naar de externe omgeving kijken, waardoor de structuur en de wijze van concurreren in de bedrijfstak fundamenteel wijzigt (nieuw businessmodel).

² het vernieuwen van het managementmodel van een onderneming met de bedoeling om de organisatie te verbeteren.

Twééderde van de ondernemers werkt samen met kennispartners. Communicatie, *triggeren* waar mogelijkheden liggen qua technologie en het enthousiasme worden positief beoordeeld. Maar bedrijven begrijpen niet altijd hoe kennisinstellingen werken. Zij kunnen niets met dikke onderzoeksrapporten. Ook worden traagheid, hoge kosten of complexiteit bij het opzetten van gezamenlijke projecten als knelpunten ervaren.

Ruim 70% werkt samen met andere bedrijven. De complementariteit van expertises, de gerichtheid op het eindproduct, de versnelling van de innovatie door samenwerking en het samen zoeken naar business modellen worden positief gewaardeerd. Toch is het soms lastig om deze samenwerking goed van de grond te krijgen. Verschil in bedrijfscultuur, tijdgebrek, ontbrekende transparantie in verdienmodellen en ook concurrentie worden genoemd als knelpunten.

Vijfentachtig procent van de ondernemers ziet meerwaarde in het samen innoveren met andere bedrijven in een cluster. Voordelen zijn dat kennis, ervaring, investeringskracht, netwerken en capaciteit gedeeld kunnen worden. In samenwerking kunnen sneller, betere resultaten bereikt worden. Samen kom je verder, binnen de keten, tussen domeinen en sectoren. Branchegenoten werken aan dezelfde uitdagingen en ook bedrijven buiten het eigen werkgebied hebben dezelfde vragen.

Concurrentie overwegingen spelen een belangrijke rol in de samenwerking met andere (collega) ondernemers. Respondenten noemen dit als het grootste nadeel. Hierdoor worden ondernemers geremd in het vrijelijk delen van ideeën, uitdagingen en het zoeken naar oplossingen. Samenwerking met grote bedrijven wordt als riskant gezien (bewaken IP), vooral als er sprake is van Amerikaanse eigenaren. Verder wordt genoemd: het maken van duidelijke afspraken en het nakomen daarvan, verschillen in prioriteiten, de zwakste partner bepaalt het tempo en verschillende belangen.

Vertrouwen en bedrijfscultuur zijn de belangrijkste criteria om samen te werken met andere ondernemers. Aansluiting bij de eigen missie en visie, gut feeling, eerlijkheid en loyaliteit worden het vaakst genoemd. Verder moeten er duidelijke afspraken gemaakt kunnen worden over verdienmodellen, inzet, competenties en kennisvoordelen. Deze afspraken kunnen worden vastgelegd door te werken met NDA's en LOI's in de beginfase, gevolgd door Binding LOI's en contracten na de R&D-fase (productie/levering).

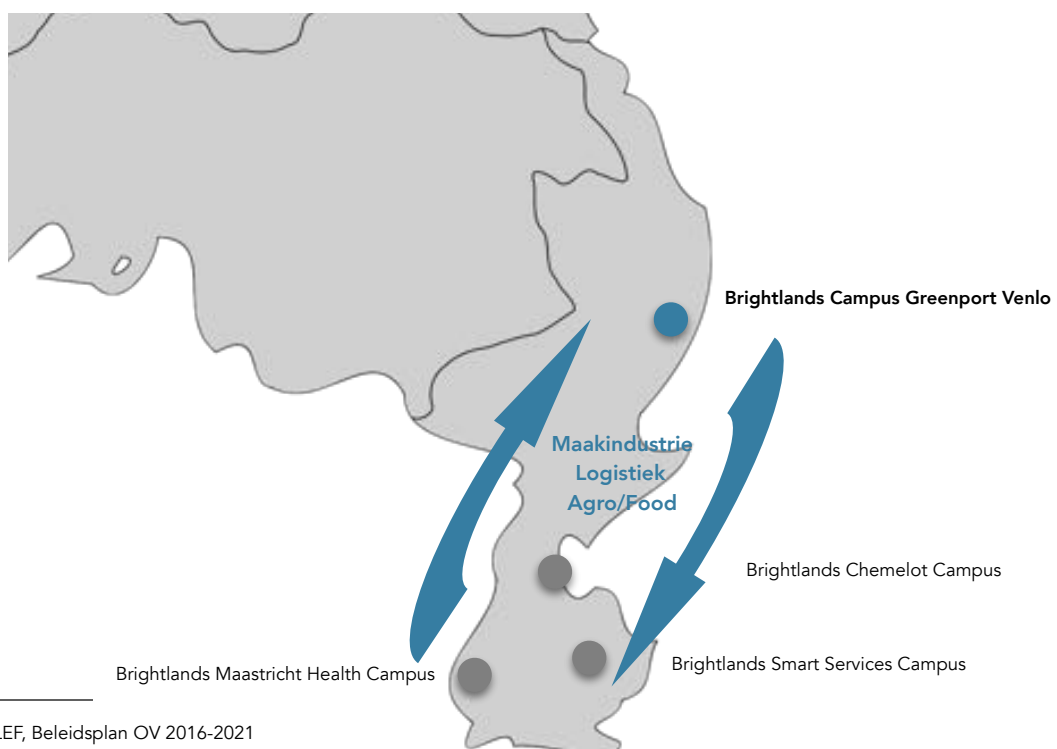


Conclusies

De belangrijkste conclusie is dat de ondernemers die de vragenlijst hebben ingevuld groot belang hechten aan innovatie. We hebben een momentum bereikt waarop het besef is doorgedrongen dat technologische- en andere ontwikkelingen zo snel gaan, dat individuele bedrijven niet meer op eigen houtje kunnen innoveren. Samenwerking binnen een cluster versnelt en verbreedt de infrastructuur voor innovatie. De Triple Helix, een constructieve verbinding tussen ondernemers, kennisinstellingen en overheid is een cruciale succesfactor.

OV stelt in haar beleidsplan³ dat de regionale 'concurrentie- en innovatiekracht' versterkt moet worden. OV wil dit bereiken door in te spelen op regionale sterktes in het bedrijfsleven, het stimuleren van innovatie en door de aantrekkingskracht te vergroten voor nieuwe-, startende- & snelgroeiende bedrijven én de kennisintensieve industrie. OV kiest als strategie om te verbinden, te inspireren en te groeien. De beleidsfocus om als ondernemers een actieve rol met durf te nemen, is onder andere gericht op innovatie. OV wil haar leden hierbij actief ondersteunen.

De regionale sterkte van het bedrijfsleven wordt in Noord-Limburg in hoge mate bepaald door drie sectoren: maakindustrie, logistiek en agro/food. De economische kracht schuilt in deze combinatie. Een sterke infrastructuur voor innovatie is een randvoorwaarde voor economische groei (net als een sterke logistieke infrastructuur). Met de overheidsinvesteringen voor Brightlands Campus Greenport Venlo ontwikkelt zich een top infrastructuur voor innovatie gericht op de sector agro/food. Ook de innovatie infrastructuur voor de logistieke sector ontwikkelt gestaag, o.a. door overheidsondersteuning van Smart Logistics Center Venlo. Vanuit de maakindustrie is Technovalley een belangrijk netwerk, bestaande uit meer dan 30 R&D gedreven markt-leidende maakbedrijven. Overall is echter de conclusie dat de innovatie infrastructuur voor de maakindustrie het minst ontwikkeld is in de regio. Dit is een belangrijk aandachtspunt voor de Cie. Innovatie. We willen in de volle breedte de Limburgse innovatie infrastructuur toegankelijk maken voor onze bedrijven. De Cie. Innovatie wil hierover in gesprek gaan met alle vier de campussen en werken aan een toegankelijk en concreet instrumentarium waar onze bedrijven gebruik van kunnen maken bij het realiseren van hun innovatie doelstellingen.



³ Ondernemen met LEF, Beleidsplan OV 2016-2021

VERBINDEN

De eerste strategische focus van OV is verbinden. Dit is een proces van elkaar leren kennen, mogen, vertrouwen en uiteindelijk gunnen. Ondernemers die elkaar kennen, vinden elkaar in versterking. Door deze verbinding wordt ook innovatie in crossovers meer vanzelfsprekend. De Cie. Innovatie wil actief de volgende verbindingen aangaan:

- 1) Binnen OV:
 - Parkmanagement op het thema duurzaamheid;
 - Cie Maakindustrie, Cie Logistiek, Cie Internationalisering: samenwerking op ontwikkellijnen; innovatie en cross-overs;
 - Cie Onderwijs & Arbeidsmarkt: innovatieve bedrijven zijn aantrekkelijker voor kenniswerkers;
 - Cie PR: innovatie als thema agenderen, ondersteuning bij de organisatie van events en nader onderzoek naar de samenstelling van de leden van OV.
- 2) Met de industrieclubs in Noord-Limburg door dit verslag te delen en afspraken te maken over mogelijke gezamenlijke vervolgacties;
- 3) Met overheidsorganisaties en campusorganisaties in Limburg om afspraken te maken over mogelijke inzet in onze regio.
- 4) Met lopende activiteiten als het Expertise Centrum Innovatie van de LWV en de 'Centrale MKB-aanpak'.

INSPIREREN

Het tweede ankerpunt voor OV is inspireren, dit brengt vernieuwingen en uitdagingen op gang. OV wil haar leden steunen met innoveren door het stimuleren van clustervorming rond een innovatiethema. Bedrijven werken onderling samen, cross-sectoraal met input van kennisinstellingen en gefaciliteerd door overheden. Uit de inventarisatie blijkt dat 85% van de respondenten meerwaarde ziet in het samen innoveren in clusters. Doorslaggevend hierbij is het commitment van ondernemers, bedrijven moeten zich actief opstellen en meedoen.

De Cie. Innovatie wil in 2018 twee events organiseren met en voor onze leden. Ter voorbereiding van deze events gaat de Cie. Innovatie in gesprek met individuele ondernemers. Belangrijke input die we al hebben zijn de huidige- en toekomstige innovatie thema's die door ondernemers zijn genoemd. De individuele gesprekken zijn bedoeld om de innovatie thema's verder te concretiseren. Op basis van deze informatie wordt de inhoud van de events bepaald. Deze voorbereiding zal tot eind mei 2018 in beslag nemen. De events zullen plaatsvinden vlak voor en na de zomer van 2018.



De uitkomst van een event moet zijn dat ondernemers geïnspireerd worden om (in een cluster samen) te gaan werken aan concrete innovaties. Na het event volgt een traject om dit in de praktijk verder uit te werken.

De events en de daar opvolgende trajecten moeten de praktische input opleveren waar ondernemers tegen aan lopen en welke oplossingen we samen kunnen bedenken. We kunnen namelijk niet afkijken hoe dat op andere plekken gaat in Nederland. Het is een algemeen beeld dat het gevestigde bedrijfsleven (vooral het MKB) weinig verbinding heeft met innovatiehubs die door overheden en kennisinstellingen worden opgezet. Binnen deze innovatiehubs gaat over het algemeen meer aandacht naar (wetenschappelijke) start-ups. Een sterkere verbinding met het gevestigde bedrijfsleven zal meerwaarde hebben voor alle partijen.

GROEIEN

De derde strategische focus van OV is groeien, uitgangspunt is dan dat innovatie een cruciaal middel is voor toekomstige economische groei. Een sterke infrastructuur voor innovatie is daarom belangrijk voor onze regio. Het gaat niet alleen om ideeën voor een innovatief product, dienst of proces, maar vooral om het innovatieproces te faciliteren tot de innovatie op de markt is. Dat betekent dat we samen praktische oplossingen moeten bedenken voor belemmeringen die ondernemers ervaren. Dit zijn o.a. tijd, kennis, financiering, medewerkers & organisatiecultuur.

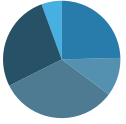
Op welke manier kunnen bijvoorbeeld de bestaande Brightlands Campussen toegankelijk gemaakt worden voor bestaande ondernemers? Waar moeten ze zijn? Kunnen we in de regio directe en kortere lijnen leggen met kennisinstellingen? Ondernemers geven aan dat ze vooral ondersteuning willen bij de marktintroductie, bij de optimalisatie en bij het onderzoeken van de haalbaarheid. Kunnen de Brightlands Campussen hier een rol spelen? Ligt een relatie met marktpartijen meer voor de hand, of een combinatie? Via de events en de trajecten die hier op volgen gaan we praktische oplossingen en instrumenten ontwikkelen, learning by doing. De Cie. Innovatie heeft verschillende ideeën die we gaan uittesten in de praktijk:

- Een ICT platform & community m.b.v. (proven) moderne technologie kan een tool zijn voor ondernemers om tijd te sparen. Via zo'n platform kunnen ondernemers efficiënt informatie krijgen en delen. Een dergelijk online platform biedt ook de mogelijkheid om innovatie te structureren en te managen. Een voorbeeld van zo'n tool is het Bright Ideas platform. Vanuit de Centrale MKB-aanpak wordt momenteel ook de online ondersteuning van ondernemers onderzocht. Aansluiting bij dit initiatief ligt het meest voor de hand.
- Tijd en Kennis kunnen getackeld worden door een snelle en toegankelijke verbinding op te zetten met kennisinstellingen. De Cie. Onderwijs & Arbeidsmarkt van OV werkt bijvoorbeeld i.s.m. Venlo Partners aan het sneller invullen van stageplekken. Hebben ondernemers daarnaast behoefte aan een centraal intake punt van waaruit directe verbindingen worden gemaakt met de juiste personen binnen kennisinstellingen? Zijn er andere wensen?
- Wat financiering betreft zullen we nader moeten onderzoeken wat ondernemers willen. LIOF is een belangrijke portal voor financieringsvraagstukken, daarnaast bestaat er een heel scala aan mogelijkheden. Leningen (al of niet met overheidsgaranties), Venture Capitalists, specifieke fondsen, kennisvouchers, subsidies of crowdfunding. Zien de ondernemers door de bomen het bos niet meer? Is toegankelijkheid een issue?
- Dan de praktische zaken, zoals goede afspraken maken binnen een cluster. In principe kun je alles regelen met elkaar en bestaan er instrumenten als LOI's, NDA's, IP en samenwerkingsovereenkomsten om de angel (concurrentie) er uit te halen. In het traject dat volgt op een event gaan we voorbeelden verzamelen en hele praktische oplossingen bedenken en delen.



TOT SLOT

Deze inventarisatie is de eerste stap. De route om de innovatie infrastructuur voor het gevestigde bedrijfsleven te versterken, zal door de feedback steeds duidelijker worden. Het belangrijkste is dat we hier als ondernemers de schouders onder zetten. Resultaat moet zijn dat onze ondernemers in samenwerking sneller, beter en succesvoller gaan innoveren wat leidt tot economische groei.



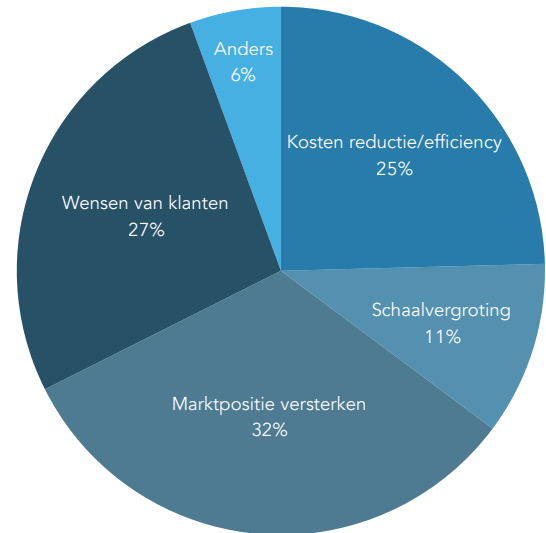
Resultaten

HET BELANG VAN INNOVATIE

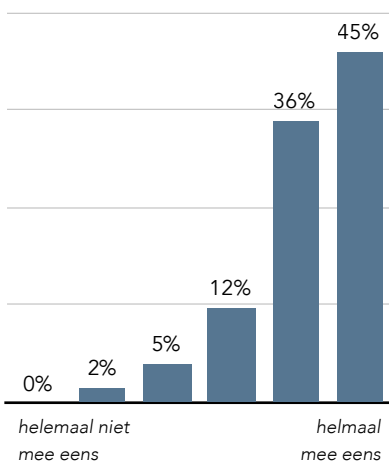
Allereerst is de vraag gesteld of innovatie belangrijk is voor het bedrijf en wat de motieven zijn. Ook zijn een aantal stellingen geformuleerd over innovatie. De antwoorden zijn weergegeven op een schaal van 0 tot 5: 0 is helemaal niet mee eens, 5 is helemaal mee eens.

Ruim 80% van de ondernemers vindt innovatie belangrijk. Vooral vanuit de motivatie om de eigen marktpositie te versterken en in te spelen op wensen van klanten. Ook kosten reductie/efficiëntie en schaalvergroting worden als motief genoemd. Ondernemers onderschrijven dat een innovatief bedrijf aantrekkelijker is voor kenniswerkers en gemakkelijker (technisch) personeel kan werven. Innovatie is noodzakelijk voor de continuïteit, veronderstelt dat je samenwerkt en floreert bij diversiteit.

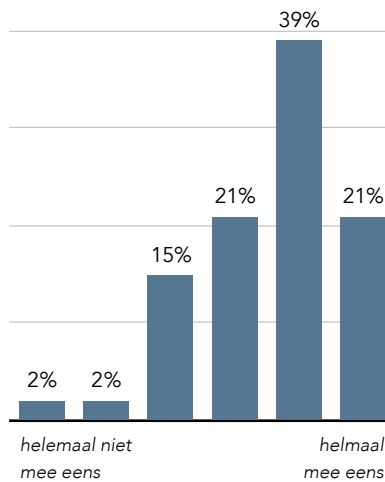
Wat is uw motief voor motivatie?
(meerdere antwoorden mogelijk)



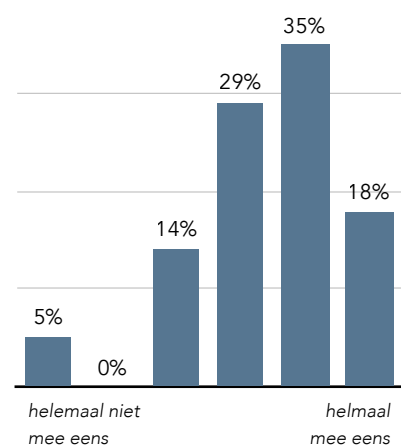
Is innovatie belangrijk voor uw bedrijf?



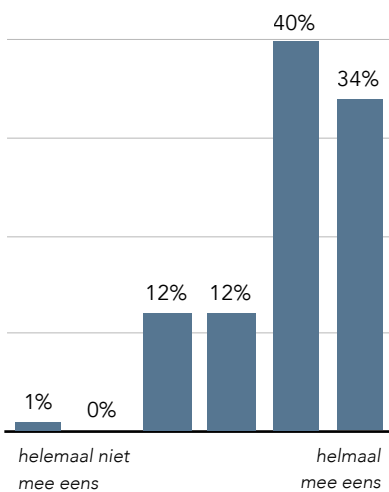
Stelling: Het is 'innovate or die'



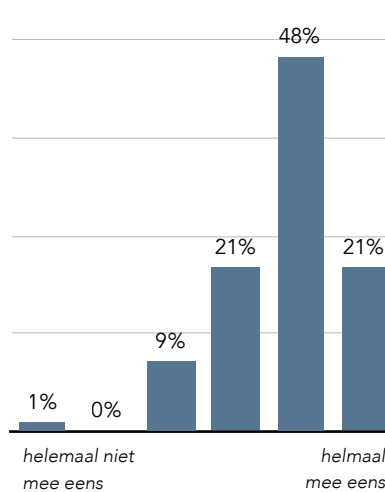
Stelling: Door innovatie ben je als bedrijf aantrekkelijker voor kenniswerkers en kun je gemakkelijker (technisch) personeel werven.



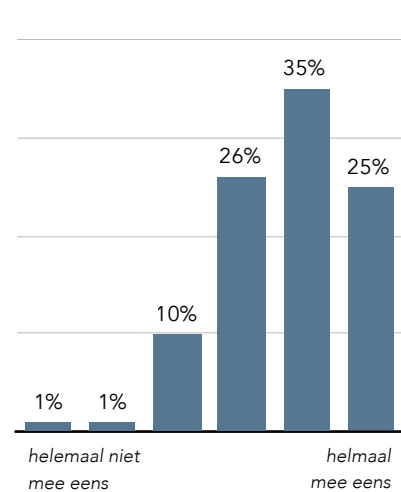
Stelling: Innovatie is noodzakelijk voor de continuïteit



Stelling: Innovatie betekent samenwerken buiten de eigen omgeving



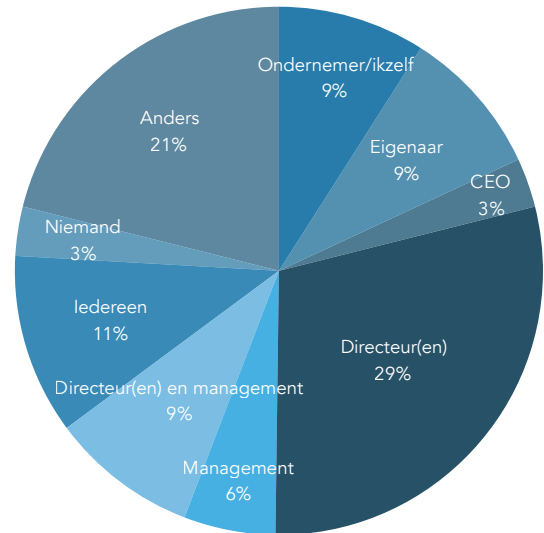
Stelling: Innovatie vraagt om diversiteit



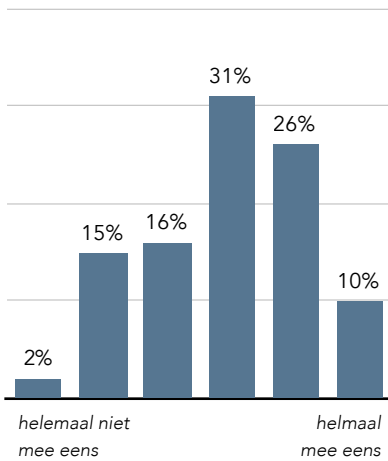
ORGANISATIE VAN INNOVATIE IN BEDRIJVEN

De antwoorden op de vragen op welke manier innovatie is georganiseerd binnen het bedrijf geven een gemengd beeld. Meer dan 50% geeft aan dat leidinggevendenden verantwoordelijk zijn voor innovatie. De stelling hierover zwakt deze uitspraken weer af. In 77% van de bedrijven worden medewerkers uit alle lagen van de organisatie betrokken bij innovatie. Bijna 50% van de bedrijven sturen op organisatie, terwijl 62% van mening is dat innovatie gestructureerd aangepakt moet worden.

Wie is er binnen uw organisatie verantwoordelijk voor innovatie?



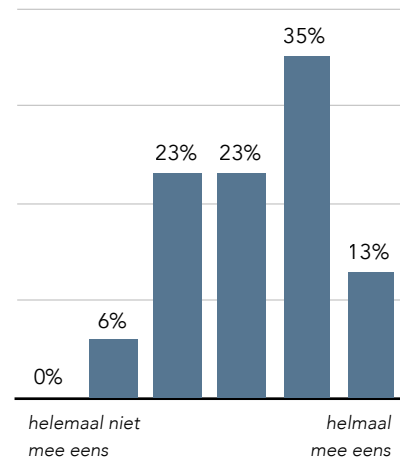
Stelling: Innovatie is de taak van de ondernemer/directeur



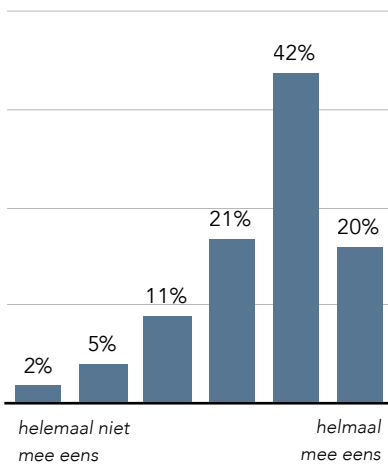
Betrekt u medewerkers uit alle lagen van uw organisatie bij innovatie?



In hoeverre wordt er op innovatie gestuurd binnen uw bedrijf?



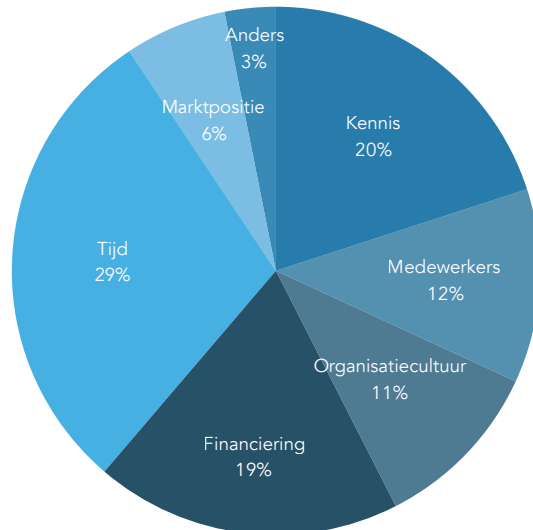
Stelling: Innovatie moet je gestructureerd aanpakken



CONCRETE INNOVATIES IN BEDRIJVEN

Ondernemers vinden innovatie belangrijk en 73% heeft op dit moment concrete innovatietrajecten lopen in hun bedrijf. Dit zijn er gemiddeld minder dan 10 en bij 1/3 van de bedrijven wordt minder dan 1 fte hiervoor ingezet. Vier procent geeft aan dat hier 40 of meer fte mee bezig is. De tevredenheid over de innovatietrajecten is een aandachtspunt, slechts 32% is positief gestemd. Wat goed gaat is het besef binnen bedrijven dat innovatie cruciaal is voor de toekomst. Medewerkers zijn enthousiast en het werken aan innovatie trajecten leidt tot grotere betrokkenheid. Tijd, kennis, financiering, medewerkers en organisatiecultuur worden als belangrijkste belemmeringen beschouwd.

Wat ervaart u of ziet u als belangrijkste belemmering voor innovatie in uw bedrijf?



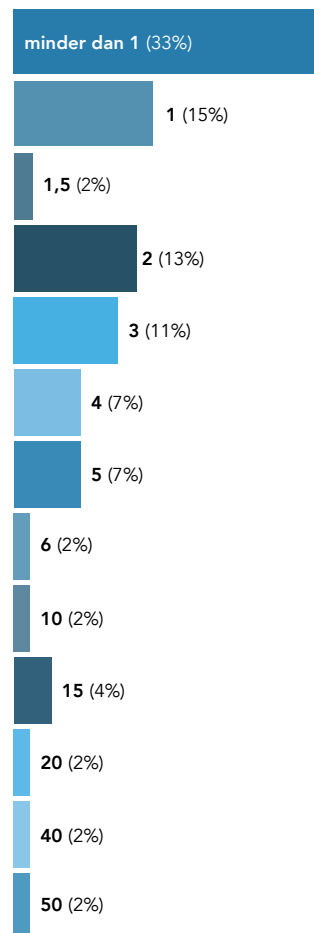
Hebt u op dit moment innovatietrajecten lopen binnen uw bedrijf?



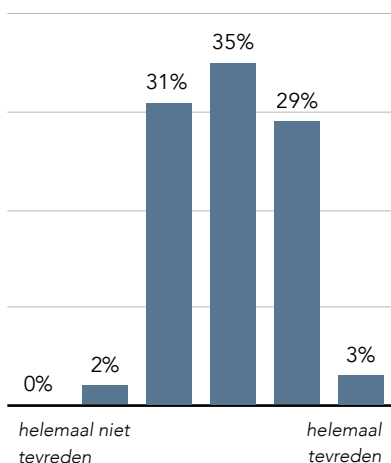
Zo ja, hoeveel?



Hoeveel FTE is op jaarbasis ongeveer bezig met innovatie?



Hoe tevreden bent u met innovatie activiteiten binnen uw bedrijf?



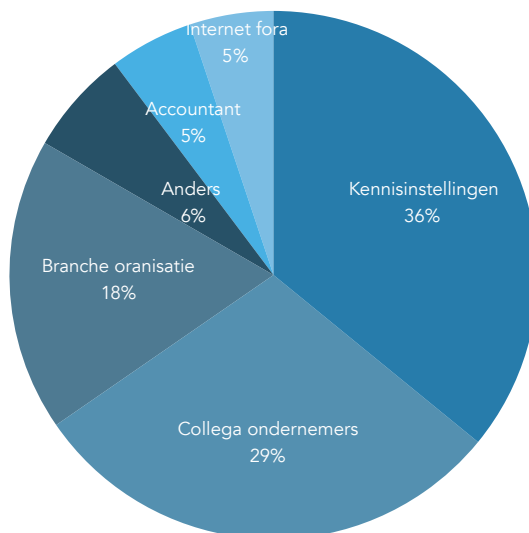
BEHOEFTE AAN ONDERSTEUNING

Bijna 60% van de ondernemers zoekt ondersteuning bij innovatie. Vooral bij kennisinstellingen, collega ondernemers en branche organisaties. Ondernemers willen graag ondersteund worden bij de marktintroductie, bij de optimalisatie en bij het onderzoeken van de haalbaarheid. Ontwikkeling en *prototyping* in de R&D-fase, ideeën verzamelen en conceptontwikkeling scoren ieder 10%. Automatisering, Internet of Things, sociale innovatie, energie transitie en robotisering staan in de top 5 van huidige en toekomstige innovatie thema's.

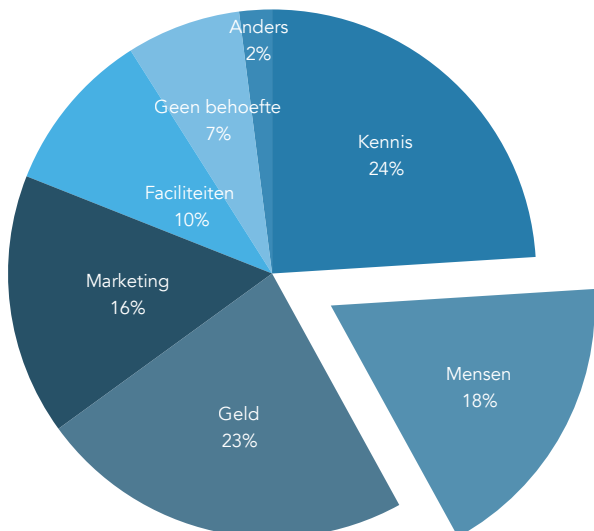
Zoekt u ondersteuning buiten uw onderneming bij innovatie



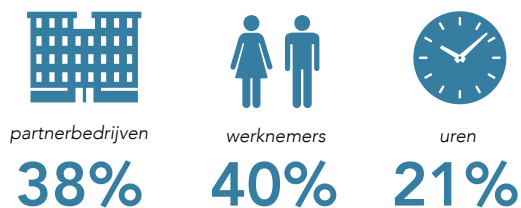
Bij wie?



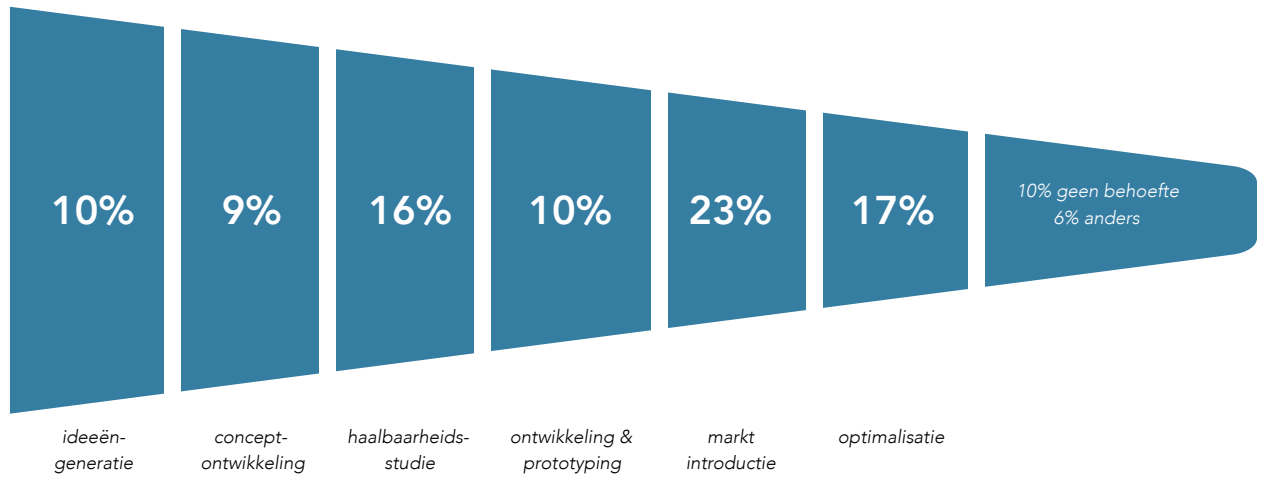
Als u behoefte heeft aan ondersteuning, welke van deze resources zijn dat dan?



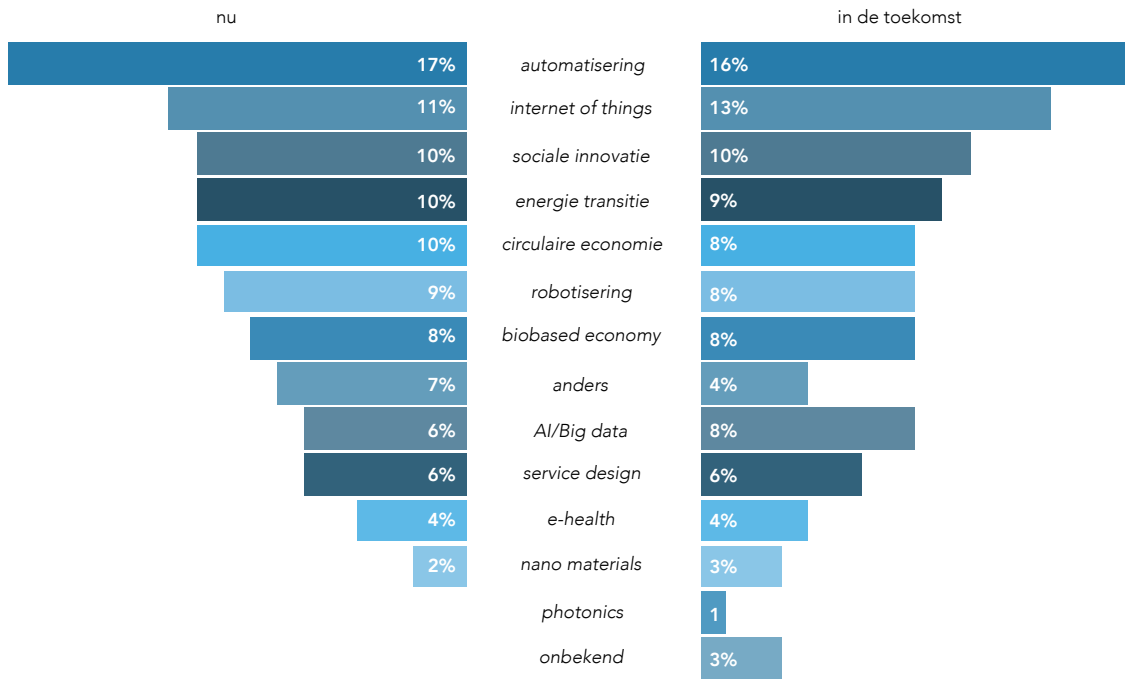
Wat bedoeld u met 'mensen'?



Bij welke fasen van de innovatiefunnel zou u graag ondersteund worden? (meerdere antwoorden mogelijk)



Welke innovatiethema's zijn nu en in de toekomst cruciaal voor u?



INNOVATIE EN SAMENWERKING

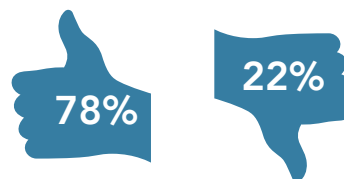
Bijna 80% van de ondernemers betreft klanten en/of eindgebruikers bij innovatie. Dit is voor deze ondernemers vanzelfsprekend, vanwege de relatie met de markt. Klanten vinden het leuk om mee te denken en geven de benodigde feedback. Evengoed kan het dan toch nog lastig zijn om de innovatie tot een commercieel succes te maken. Verschillende klanten hebben tegenstrijdige wensen of gebrek aan technisch personeel werkt belemmerend. Als grootste bottlenecks worden tijd, financiering en kennis genoemd.

Tweederde van de ondernemers werkt samen met kennispartners. Communicatie, triggeren waar mogelijkheden liggen qua technologie en het enthousiasme worden positief beoordeeld. Maar bedrijven begrijpen niet altijd hoe kennisinstellingen werken. Zij kunnen niets met dikke onderzoeksrapporten. Ook worden traagheid, hoge kosten of complexiteit bij het opzetten van gezamenlijke projecten als knelpunten ervaren.

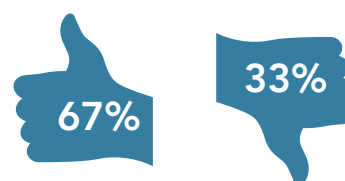
Ruim 70% werkt samen met andere bedrijven. De complementariteit van expertises, de gerichtheid op het eindproduct, de versnelling van de innovatie door samenwerking en het samen zoeken naar business modellen worden positief gewaardeerd. Toch is het soms lastig om deze samenwerking goed van de grond te krijgen. Verschil in bedrijfscultuur, tijdgebrek, ontbrekende transparantie in verdienmodellen en ook concurrentie worden genoemd als knelpunten.



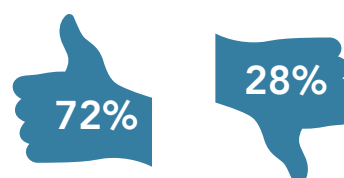
Betrekt u klanten en/of eindgebruikers bij innovatie?



Werkt u samen met kennispartners?



Innoveert u in samenwerking met andere bedrijven?



INNOVATIE IN CLUSTERS

Vijftientig procent van de ondernemers ziet meerwaarde in het samen innoveren met andere bedrijven in een cluster. Voordelen zijn dat kennis, ervaring, investeringskracht, netwerken en capaciteit gedeeld kan worden. In samenwerking kunnen sneller, betere resultaten bereikt worden. Samen kom je verder, binnen de keten, tussen domeinen en sectoren. Branchegenoten werken aan dezelfde uitdagingen en ook bedrijven buiten het eigen werkgebied hebben dezelfde vragen.

Concurrentie overwegingen spelen een belangrijke rol in de samenwerking met andere (collega) ondernemers. Respondenten noemen dit als het grootste nadeel. Hierdoor worden ondernemers geremd in het vrijelijk delen van ideeën, uitdagingen en het zoeken naar oplossingen. Samenwerking met grote bedrijven wordt als riskant gezien (bewaken IP), vooral als er sprake is van Amerikaanse eigenaren. Verder wordt genoemd: het maken van duidelijke afspraken en het nakomen daarvan, verschillen in prioriteiten, de zwakste partner bepaalt het tempo en verschillende belangen.

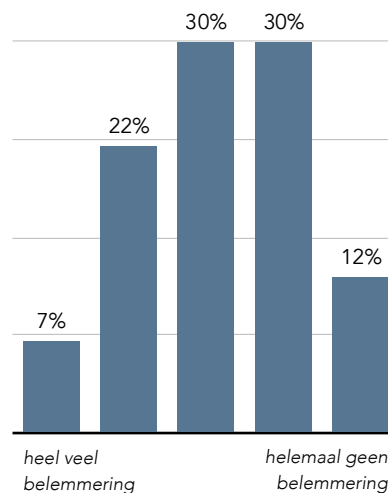
Vertrouwen en bedrijfscultuur zijn de belangrijkste criteria om samen te werken met andere ondernemers. Aansluiting bij de eigen missie en visie, gut feeling, eerlijkheid en loyaliteit worden het vaakste genoemd. Verder moeten er duidelijke afspraken gemaakt kunnen worden over verdienmodellen, inzet, competenties en kennisvoordelen. Deze afspraken kunnen worden vastgelegd door te werken met NDA's en LOI's in de beginfase, gevolgd door Binding LOI's en contracten na de R&D-fase (productie/levering).



Ziet u meerwaarde in het samen innoveren met andere bedrijven in een cluster?



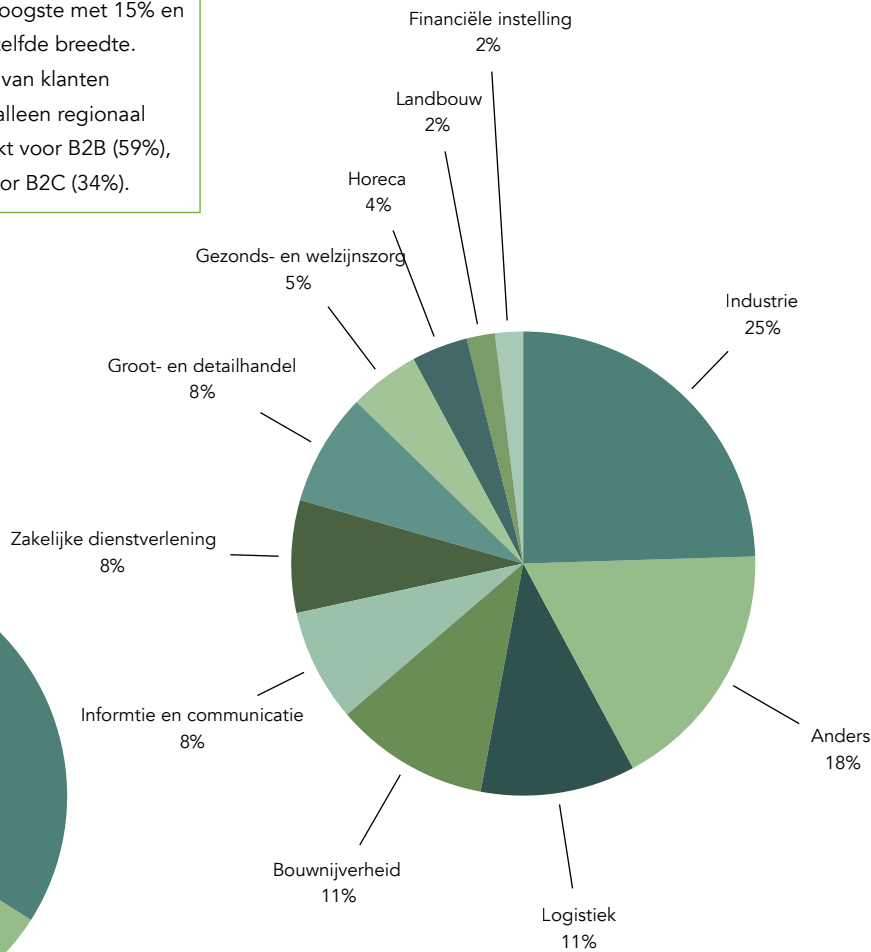
Innovatie vraagt vaak om samenwerking. Ook samenwerken met andere (collega) ondernemers. In hoeverre belemmeren concurrentie overwegingen om uw ideeën te delen, uitdagingen te bespreken, oplossingen te zoeken en samen te werken met andere (collega) ondernemingen?



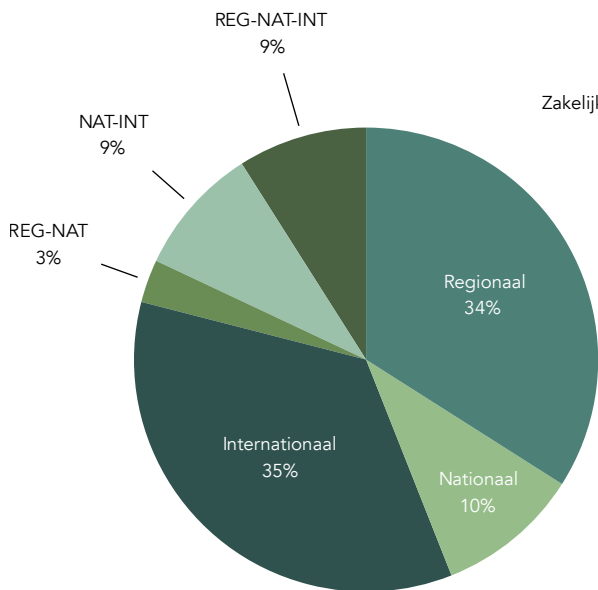
PROFIEL RESPONDENTEN

De respondenten zijn breed vertegenwoordigd in verschillende sectoren. Industrie en logistiek scoren het hoogste met 15% en 11%. De spreiding van klanten vertoont dezelfde breedte. Opvallend is dat de geografische spreiding van klanten aangeeft dat slechts 34% van de bedrijven alleen regionaal werkt. Het merendeel van de bedrijven werkt voor B2B (59%), bijna éénderde werkt zowel voor B2B als voor B2C (34%).

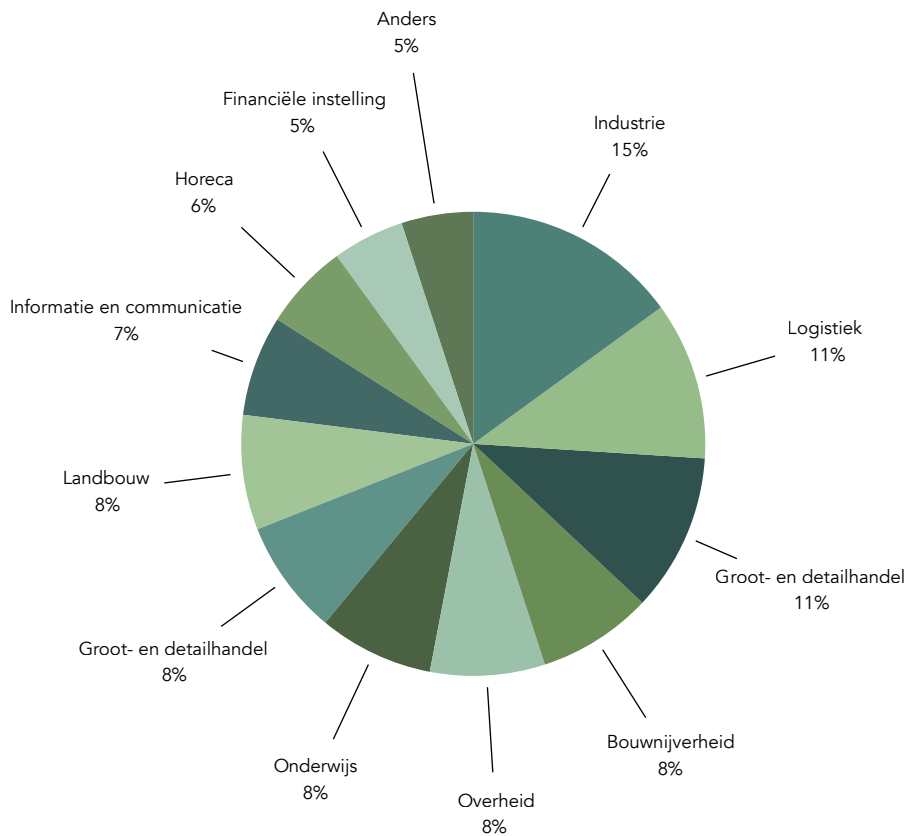
In welke sectoren is uw bedrijf actief?



Wat is de geografische spreiding van uw klanten?



In welke sectoren zitten uw klanten?



In welke markt bent u actief?

