



Panteia

Research to Progress

Research voor Beleid | EIM | NEA | IOO | Stratus | IPM



Een innovatieve blik op de toekomst

Verwachtingen van het innovatieve mkb



Panteia

Research to Progress

Research voor Beleid | EIM | NEA | IOO | Stratus | IPM



ISBN : 978-90-371-2135-3
Rapportnummer : A201429

Dit onderzoek is gefinancierd door het programmaonderzoek MKB en Ondernemerschap
(www.ondernemerschap.nl)

Panteia BV
Bredewater 26
2715 CA Zoetermeer
079 322 22 00
www.panteia.nl

Panteia BV
P.o. box 7001
2701 AA Zoetermeer
The Netherlands
+31 79 322 22 00

Tommy Span

Zoetermeer, december 2014

De verantwoordelijkheid voor de inhoud berust bij Panteia. Het gebruik van cijfers en/of teksten als toelichting of ondersteuning in artikelen, scripties en boeken is toegestaan mits de bron duidelijk wordt vermeld. Vermenigvuldigen en/of openbaarmaking in welke vorm ook, alsmede opslag in een retrieval system, is uitsluitend toegestaan na schriftelijke toestemming van Panteia. Panteia aanvaardt geen aansprakelijkheid voor drukfouten en/of andere onvolkomenheden.

The responsibility for the contents of this report lies with Panteia. Quoting numbers or text in papers, essays and books is permitted only when the source is clearly mentioned. No part of this publication may be copied and/or published in any form or by any means, or stored in a retrieval system, without the prior written permission of Panteia. Panteia does not accept responsibility for printing errors and/or other imperfections.

Inhoudsopgave

1	Innovatief mkb is een belangrijke motor	5
1.1	Achtergronden	5
1.2	Welke zijn die innovatieve bedrijven precies?	5
2	Verwachte groei	7
2.1	Groei in werkgelegenheid	7
2.2	Groei in omzet en winst	8
3	Verwachte investeringen	9
3.1	Groei in investeringen	9
3.2	Investeringsdoelen	10
4	Vertrouwen in de toekomst	11
4.1	Vertrouwen in de economie	11
4.2	Vertrouwen in beleid	12



1 Innovatief mkb is een belangrijke motor

Binnen het midden- en kleinbedrijf (mkb) zijn innovatieve bedrijven positiever gestemd over de groei van hun bedrijf dan niet-innovatieve bedrijven. Zij verwachten wezenlijk vaker dan niet-innovatieve bedrijven nieuwe banen te creëren en te groeien in termen van omzet en winst. Ook hebben zij vaker plannen om hun investeringen te verhogen, vooral in het kader van initiatieven die hen zullen onderscheiden van hun concurrenten. Bij vernieuwers ligt dan ook een belangrijke bron van verdere economische groei.

Hoewel innovatieve bedrijven investeren en meer groei verwachten, zijn zij niet persé positiever over de sectorale of nationale economie en hebben zij niet wezenlijk meer vertrouwen in het gevoerde overheidsbeleid.

Er is veel geschreven over het belang van innovatie voor de toekomst. Innovatie is een bron van technologische vooruitgang en verhoogde arbeidsproductiviteit en wordt wel gezien als de enige bron van economische groei op lange termijn. Maar hoe zien innovatieve bedrijven de toekomst zelf? Dit wordt in beeld gebracht op basis van de meest recente meting van het Mkb Beleidspanel van Panteia, een telefonische enquête onder 2.000 ondernemingen.

1.1 Achtergronden

De Nederlandse economie wordt sinds begin 2014 weer gekenmerkt door een opgaande conjunctuur, aangewakkerd door vraag uit het buitenland en binnenlandse investeringen door bedrijven in middelen, huisvesting en innovatie¹. Naar verwachting zullen de uitgaven door consumenten in 2015 ook aantrekken. In meerdere mate dan bedrijven die niet vernieuwen, ziet het innovatieve mkb de toekomst dan ook zonnig tegemoet. Zij verwachten hun omzet, winst en investeringen sterker te zien groeien en denken ook vaker banen te zullen creëren. Innoveren doen zij vooral om aan de concurrentie te ontsnappen.

1.2 Welke zijn die innovatieve bedrijven precies?

Bedrijven worden binnen het hier gerapporteerde onderzoek als innovatief aangemerkt wanneer zij in de afgelopen drie jaar ten minste één nieuw product, dienst of proces hebben ontwikkeld. Volgens die definitie is 45% van het mkb in 2014 innovatief². Innovatieve bedrijven komen relatief vaker voor naarmate bedrijven groter zijn in het mkb en in de sectoren industrie en zakelijke dienstverlening. Van alle vernieuwende bedrijven heeft 48% ten minste een nieuw product op de markt gebracht en 82% heeft in ieder geval een vernieuwing in een proces of leveringsmethode ingevoerd. De twee groepen overlappen elkaar: bedrijven kunnen immers zowel een product- als een procesinnovatie hebben ontwikkeld. Dit onderzoek richt zich op innovatieve bedrijven in het mkb, bedrijven met niet meer dan 250 werkzame personen in dienst.

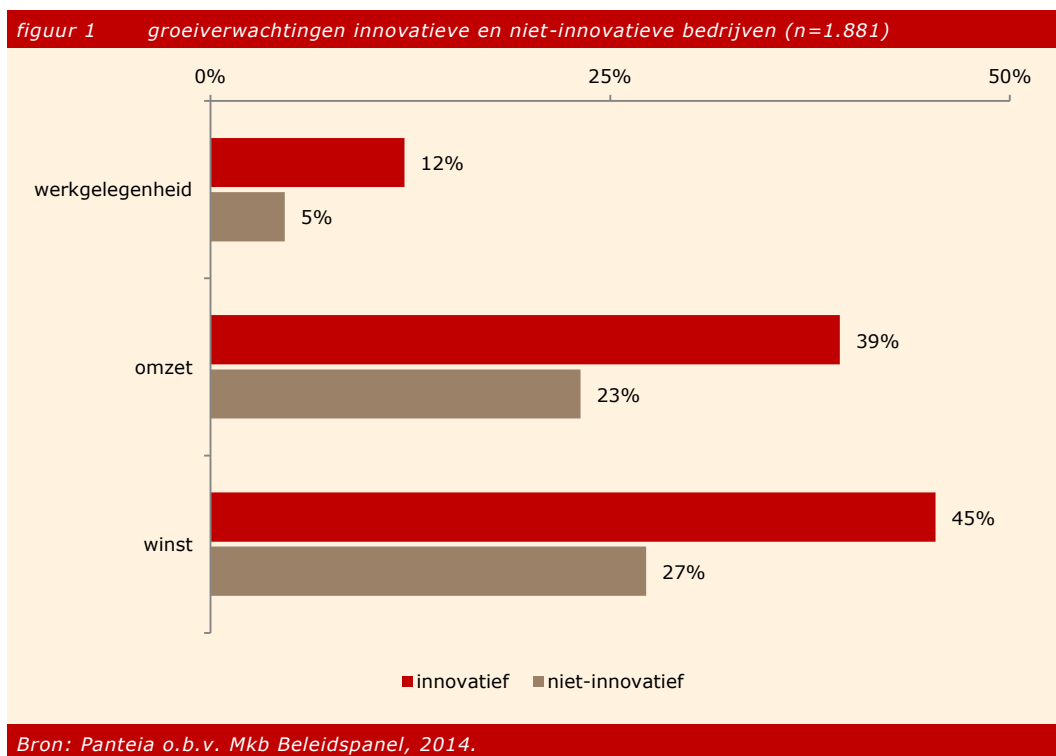
¹ Zie *Centraal Planbureau (2014) - Centraal Economisch Plan*.

² Zie *Braaksma, Ro (2014) - Innovatie in het mkb: ontwikkelingen in de periode 2002-2014* voor een bespreking van recente ontwikkelingen in de innovativiteit van het mkb.



2 Verwachte groei

Innoveren is een vorm van investeren. Bedrijven zullen pas tijd en middelen steken in een vernieuwing wanneer deze hen ook wat oplevert. Innovatieve bedrijven zijn dan ook vaker dan niet-innovatieve bedrijven positief over de groei die zij verwachten voor 2014, zowel in werkgelegenheid als in omzet en winst. Deze groeiverwachting ligt immers deels ten grondslag aan de afweging wel of niet te innoveren. De groeiverwachtingen van bedrijven blijken uit figuur 1, waarmee wordt bevestigd dat innovatieve bedrijven vaker positieve groeiverwachtingen hebben.



2.1 Groei in werkgelegenheid

Innovatieve mkb-bedrijven zijn een stuk positiever over hun aanstaande banencreatie dan niet-innovatieve bedrijven in het mkb. 12% van deze groep denkt te groeien versus 5% van de niet-innovatieve bedrijven.

Innovaties leiden vooral tot méér werkgelegenheid

Vernieuwingen van producten, diensten of processen leiden ook tot vernieuwingen in de organisatie van het werk. De implementatie van moderne productieprocessen die het mogelijk maken om hetzelfde werk op een meer efficiënte manier uit te voeren, zal er bijvoorbeeld voor zorgen dat er minder personeel nodig is. Innovatie op de werkvloer roept daarom al snel beelden op van verdergaande mechanisatie van het arbeidsproces, die ten koste gaat van bestaande banen.



Innovatie kan echter even goed leiden tot méér werkgelegenheid. Om moderne productieprocessen in goede banen te leiden, is meer hoogopgeleid personeel nodig. Wanneer een bedrijf een volledig nieuw product bedenkt en introduceert, zal er een nieuwe afdeling opgezet moeten worden die zich bezighoudt met dit product. Dit is een uitbreidingsstrategie. Er is een zekere wisselwerking tussen de negatieve en positieve effecten van innovatie op de creatie van werkgelegenheid. Ook productinnovatie kan een negatief effect hebben, wanneer het nieuwe product een oud product volledig vervangt: het proces van *creative destruction*.

Uit de economische literatuur blijkt dat het vooral productinnovatie is die leidt tot werkgelegenheidscreatie. Dat effect is bij procesinnovatie minder vanzelfsprekend. Als procesinnovatie tot meer banen leidt, betreft dit voornamelijk hoogopgeleid werk. Het type werk dat in de afgelopen decennia op deze manier verloren is gegaan, is waarschijnlijk voorgoed verdwenen³. Dit wil overigens niet zeggen dat het beleid productinnovatie moet stimuleren ten koste van procesinnovatie: de twee gaan vaak hand in hand.

2.2 Groei in omzet en winst

Innovatieve bedrijven in het mkb zijn ook vaker positief over groei in hun omzet en winst dan niet-innovatieve bedrijven. Van de innovatieve bedrijven verwacht 39% dat hun omzet zich positief zal ontwikkelen in 2014. Bij de niet-innovatieve bedrijven is dit 23%. Inzake winstontwikkelingen heeft 45% van de innovatieve bedrijven positieve vooruitzichten versus 27% van de niet-innovatieve bedrijven. Deze verschillen zijn in beide gevallen substantieel. Vernieuwende bedrijven verwachten dus wezenlijk meer groei in zowel omzet als winst.

Vernieuwen is een manier om bedrijfsprestaties te verbeteren

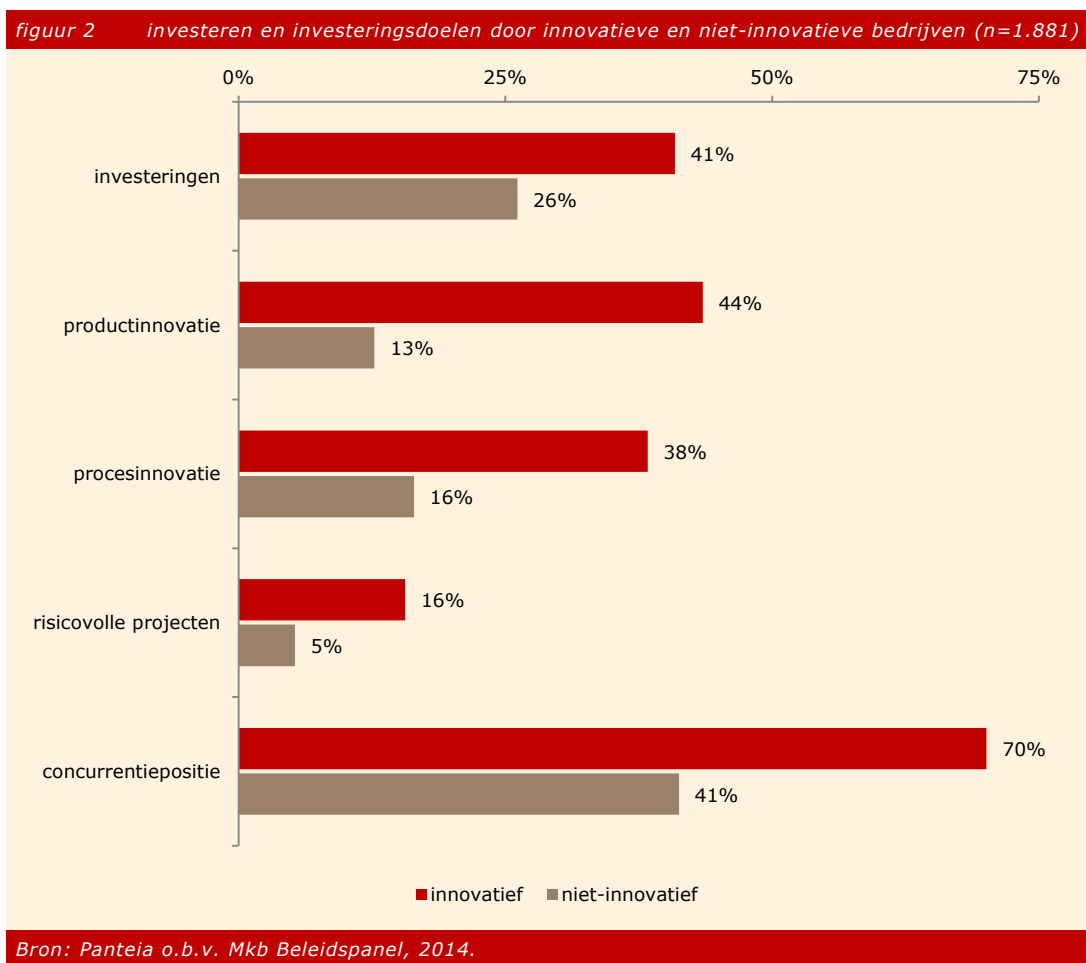
Innoveren is voor bedrijven een manier om tijdelijk aan de wurggreep van concurrentie te ontkomen en kortstondig (en soms enkel in een nichemarkt) een monopolie positie te verwerven. Als zij met een radicale vernieuwing komen, zijn zij immers de enige partij die op dat moment dat product of die dienst aanbiedt. Er bestaat nog geen druk om prijzen zo laag mogelijk te houden en concurrentie voor te blijven. Deze monopolie positie is tijdelijk, omdat concurrenten op termijn met kopieën of eigen varianten zullen komen. Hoe moeilijker het is voor de concurrentie om dezelfde innovatie te verrichten, des te winstgevender zal de innovatie zijn.

³ Zie Blechinger, Doris, Alfred Kleinknecht, Georg Licht en Friedhelm Pfeiffer (1997) - *the Impact of Innovation on Employment in Europe*.



3 Verwachte investeringen

Het voorzichtig aantrekken van de Nederlandse economie in 2014 is deels toe te schrijven aan bedrijven die weer meer gaan investeren in bedrijfsmiddelen en innovatie. Innovatieve ondernemingen zijn belangrijke aanjagers van deze toename in investeringen en denken vaker in 2014 meer te gaan investeren dan het niet-innovatieve mkb. De eerstgenoemde bedrijven zijn meer bezig met het behouden van een voorsprong op hun concurrentie, een voornaamste motivatie voor innovatie. De verwachte investeringen en investeringsrichtingen van zowel het innovatieve als het niet-innovatieve mkb blijken uit figuur 2.



3.1 Groei in investeringen

Voor het eerst sinds 2011 gaan bedrijven in 2014 weer meer investeren⁴, een trend die zich naar verwachting ook in 2015 zal voortzetten. Het betekent het begin van een opgaande conjunctuur waarmee Nederland officieel uit de recessie is. De investeringen worden aangedreven door bedrijven die steeds meer geld steken in hun huisvesting en bedrijfsmiddelen. Ook in innovatie wordt meer geïnvesteerd. Bedrijven geven aan steeds vaker financiering te zoeken om vernieuwingen te kunnen bekostigen⁵.

⁴ Zie Centraal Planbureau (2014) - Centraal Economisch Plan.

⁵ Zie Panteia (2014) - Financieringsmonitor 2014-1. Van de bedrijven die in de afgelopen periode financiering hadden gezocht, gaf 2% aan dat innoveren het doel was. Van de bedrijven die in de aankomende periode verwachten financiering te zoeken, gaf 9% aan dat innoveren het doel was. Het belang van dit doel neemt dus toe.



Innovatief mkb heeft betere groeiverwachtingen en investeert meer

Het is dan ook niet verwonderlijk dat vernieuwende bedrijven vaker een toename in hun investeringen verwachten dan bedrijven die zich niet bezighouden met innoveren: 41% van het innovatieve mkb verwacht in 2014 meer te investeren dan in het vorige jaar versus slechts 26% van het niet-innovatieve mkb.

Deze ontwikkeling strookt met de positieve verwachtingen van het innovatieve mkb ten aanzien van groei in werkgelegenheid, omzet en winst. Vernieuwende bedrijven koesteren vaker zonnige vooruitzichten dan niet-vernieuwende bedrijven en zullen dus vaker bereid zijn te gaan investeren.

3.2 Investeringsdoelen

In het voorafgaande werd al duidelijk dat het innovatieve mkb in 2014 vaker dan het niet-innovatieve mkb verwacht te zullen gaan investeren in product- of procesinnovaties. Dit ligt immers in het verlengde van hun huidige strategie. Vernieuwen is echter niet voor alle innovatieve bedrijven een vast element in hun bedrijfsvoering en meer dan de helft van hen innoveert niet structureel. Van de bedrijven die zich in de afgelopen drie jaren niet hebben beziggehouden met vernieuwen, is 13-16% wél van plan in 2014 te gaan innoveren.

Bedrijven zien innovatie zeker niet altijd als risicovol

Het innovatietraject wordt wel als een risicovol traject gezien. Vernieuwingen zijn dan ook omgeven met veel onzekerheden: aan het begin van het traject kan nog niet worden vastgesteld of de innovatie succesvol zal zijn en of de vernieuwing het bedrijf iets zal opleveren. Bovendien zal een bedrijf niet altijd in staat zijn zich de opbrengsten van een innovatie volledig toe te eigenen. Innovaties hebben deels een publiek karakter en in die gevallen zijn de sociale opbrengsten van een innovatie hoger dan de private opbrengsten. Dit speelt sterker bij innovaties met een groot bereik.

Toch worden deze vernieuwingen door de bedrijven zelf niet altijd als risicovol gezien. Hoewel 44% van het innovatieve mkb verwacht een productinnovatie tot stand te brengen, verwacht slechts 16% in een risicovol project te investeren. Bij het niet-innovatieve mkb zijn deze aandelen respectievelijk 13% en 5%. Mogelijk is het besluit, over te gaan tot innovaties, een weloverwogen besluit, waarbij risico's zo veel mogelijk worden uitgesloten.

Vernieuwen gebeurt vooral om concurrentie voor te blijven

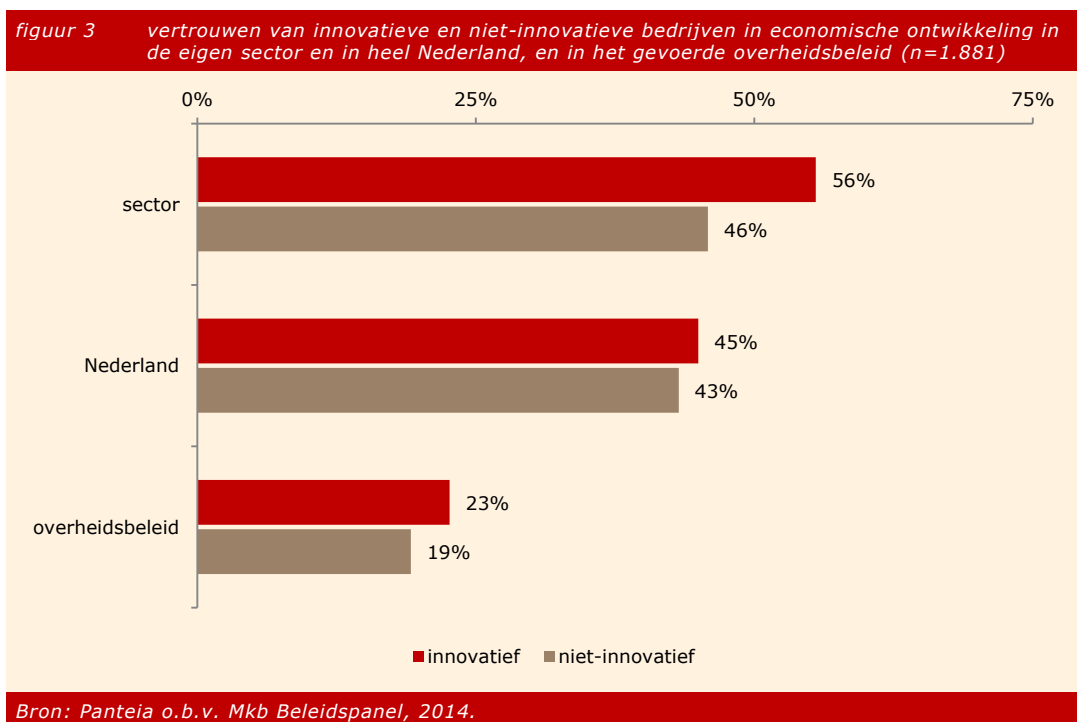
Bedrijven die vernieuwen en met innovatieve producten komen, weten op die manier een tijdelijke monopolie positie te verwerven op de markt waarin zij actief zijn en aldus hun concurrentie voor te blijven. Nu blijkt het verbeteren van de concurrentiepositie zelfs de voornaamste reden voor bedrijven te zijn om te investeren: 70% van het innovatieve mkb investeert vanuit dit oogpunt, 41% van het niet-innovatieve mkb.

Het verschil tussen deze twee groepen doet vermoeden dat innovatieve bedrijven inderdaad vooral innoveren om hun concurrentie voor te blijven. Dit hoeft niet alleen te gebeuren door middel van productinnovatie, maar kan ook door vernieuwde processen te implementeren die het bedrijf een kostenvoordeel geven, zoals beschreven in hoofdstuk 2. figuur 2 maakt duidelijk dat bedrijven vooral bezig zijn met hun concurrentie en het is dan ook niet verwonderlijk dat dit een voorname motivatie voor vernieuwing is.



4 Vertrouwen in de toekomst

Vernieuwende bedrijven lijken het vertrouwen⁶ dat benodigd is om tot het relatief risicovolle innoveren over te gaan vooral uit eigen prestaties en nabije ontwikkelingen te putten. Het vertrouwen in economische ontwikkelingen op nationaal niveau of in het gevoerde overheidsbeleid is niet persé groter onder innoverende bedrijven dan onder bedrijven die niet innoveren. Uit figuur 3 blijkt dat op dit punt de verschillen tussen innoverende en niet-innoverende bedrijven in het mkb aanzienlijk kleiner zijn dan ten aanzien van verwachte groei en investeringen.



4.1 Vertrouwen in de economie

De Nederlandse economie is er in 2014 weer bovenop gekomen, gestuwd door vraag uit het buitenland en binnenlandse investeringen. Naar verwachting trekken in 2015 de bestedingen door consumenten ook weer aan. Reden voor producenten en ondernemers in het mkb om de toekomst met goede moed tegemoet te zien en het vertrouwen van beiden is begin 2014 dan ook voor het eerst sinds halverwege 2011 weer netto positief.

Innoveren stemt niet uniform positiever

Deze trend lijkt zich over het gehele jaar 2014 voort te zetten: de helft van het gehele mkb geeft volmondig aan vertrouwen te hebben in de economische ontwikkelingen in de eigen sector. Dit aandeel is iets kleiner ten aanzien van de nationale ontwikkelingen. Voor beide indicatoren is er bovendien nog een substantiële groep van één op de drie bedrijven die aangeeft enigszins vertrouwen te hebben (niet opgenomen in de figuur).

⁶ Respondenten is gevraagd of zij vertrouwen hebben in één van de drie aspecten. De weergegeven aandelen vertegenwoordigen de groep die met een volmondig 'ja' reageert.



Innoveren is een vorm van investeren die, door de onzekerheid waarmee het omgeven is, vertrouwen in de toekomst vraagt van de ondernemer. Toch is het innovatieve mkb niet wezenlijk positiever gestemd dan het niet-innovatieve mkb. Ten aanzien van nationale ontwikkelingen is het verschil verwaarloosbaar. Ten aanzien van de economie in de eigen sector is dit verschil wel substantieel. Verwonderlijk hoeft dit echter niet te zijn: mogelijk kijken bedrijven vooral naar ontwikkelingen in de eigen sector (concurrentie, maar ook koopgedrag van consumenten of ontwikkelingen bij afnemers) in hun afweging, vernieuwingen al dan niet door te voeren.

4.2 Vertrouwen in beleid

De economische neergang als gevolg van de financiële crises in de afgelopen jaren heeft ondernemers ook minder positief gestemd over het gevoerde overheidsbeleid. Nu de economie weer aantrekt, zijn bedrijven in het mkb ook weer vaker positief ten aanzien van het beleid⁷. In 2014 heeft 21% van het mkb volmondig vertrouwen in het beleid van de overheid. Het innovatieve mkb heeft niet substantieel vaker vertrouwen in het beleid dan het niet-innovatieve mkb. De aandelen onder deze bedrijven zijn respectievelijk 23% en 19%.

Dit mag verwonderlijk heten, omdat de overheid beleid voert dat specifiek gericht is op het stimuleren van innovaties. Voorbeelden zijn: de WBSO, een fiscale maatregel die het innoveren stimuleert door een korting te geven op de arbeidskosten van vernieuwend onderzoek; de regelingen Eureka en Eurostars, die er op geënt zijn samenwerking in innovatie te stimuleren; en het Innovatiekrediet, een overheidslening om risicovolle innovaties te stimuleren waarbij uitgaven bevoorschot worden wanneer bepaalde mijlpalen in het innovatietraject zijn behaald.

⁷ Zie Bangma, Klaas en Dick Snel (2014) - *Stemming onder ondernemers in het mkb*.



De resultaten van het Programma MKB en Ondernemerschap worden in twee reeksen gepubliceerd, te weten: Research Reports en Publieksrapportages. De meest recente rapporten staan (downloadable) op: www.ondernemerschap.nl.

Recente Publieksrapportages

A201425	23-10-2014	MKB-ondernemers en arbeidsbeperkten
A201424	27-10-2014	Stemming onder ondernemers in het MKB
A201423	30-09-2014	Kennisstromen in het MKB. Inzicht op basis van een MKB-kennis-input/outputmodel
A201422	15-09-2014	Bedrijfsfinanciering, zo kan het ook - Update 2014
A201421	12-08-2014	MKB: Een belangrijke speler in internationale waardeketens
A201420	27-05-2014	Algemeen beeld van het MKB in de marktsector in 2014 en 2015
A201419	21-05-2014	De financiële positie van het MKB in 2014 en 2015
A201418	29-07-2014	Beelden van bedrijfscriminaliteit. Empirisch onderzoek op basis van 37 cases
A201417	25-04-2014	Entrepreneurship in the Netherlands, The top sectors
A201416	01-05-2013	Omvang en prestaties van het MKB in de topsectoren
A201415	16-04-2014	Monitor Inkomens Ondernemers Editie 2013
A201414	01-04-2014	Financieringsproblemen in de binnenvaart
A201413	03-04-2014	Arbeidsongeschiktheidsverzekeringen van zzp'ers, Resultaten zzp-panel meting II 2013
A201412	07-04-2014	Innovatie in de agrarische sector. De verschillende innovatievormen in beeld
A201411	13-03-2014	Bedrijfsoverdrachten in een periode van recessie en vergrijzing
A201410	06-03-2014	Ondernemendheid in de culturele sector
A201409	27-02-2014	Topsectoren in beeld – Beleving van het ondernemingsklimaat - meting voorjaar 2013 -
A201408	18-02-2014	Monitor vrouwelijk en etnisch ondernemerschap 2013
A201407	25-02-2014	Inkomens Zelfstandigen 2013
A201406	11-03-2014	Samenwerken bij vernieuwing in de topsectoren
A201405	13-02-2014	Lokale lasten voor bedrijven
A201404	08-02-2014	De effecten van de topsectoren op de bredere economie
A201403	04-02-2014	Wat drijft MKB ondernemers
A201402	20-02-2014	Gebruikersinnovatie in het MKB
A201401	27-02-2014	Topsectoren in beeld. Ontwikkeling van de innovativiteit van de topsectoren in najaar 2012-voorjaar 2013
A201374	14-01-2014	MKB Rating: Smaakt naar meer, onderzoek naar bekendheid en gebruik van ratings door MKB-bedrijven
A201373	07-01-2014	Vertrouwen in eigen bedrijf keldert: ondernemersvertrouwen door de jaren heen
A201372	10-04-2014	Aankomende en opkomende challengers in de topsectoren
A201371	17-3-2014	Samenwerkingskenmerken van challengers in de topsectoren
A201370	19-12-2013	Algemeen beeld van het MKB in de marktsector in 2013 en 2014
A201369	23-12-2013	Ondernemen in de horecasector 2013
A201368	23-12-2013	Ondernemen in de groothandelsector 2013
A201367	23-12-2013	Ondernemen in de overige dienstverlening 2013



A201366	23-12-2013	Ondernemen in de bouwsector 2013
A201365	23-12-2013	Ondernemen in de transportsector 2013
A201364	23-12-2013	Ondernemen in de autosector 2013
A201363	19-12-2013	Bijdrage van buitenlandse werknemers aan innovatie in het MKB
A201362	23-12-2013	Ondernemen in de zakelijke dienstverlening 2013
A201361	23-12-2013	Ondernemen in de metaalelektro 2013
A201360	23-12-2013	Ondernemen in de voedings- en genotmiddelenindustrie 2013
A201359	23-12-2013	Ondernemen in de detailhandel 2013
A201358	17-12-2013	De grijze ondernemer. Internationale vergelijking van de grijze ondernemer
A201357	11-02-2014	Nulmeting studentbedrijven
A201356	18-03-2014	Toekomst van de maakindustrie. Knowledge based capital!
A201355	10-12-2013	Opleiding en scholing van zzp'ers – Resultaten zzp-panel meting I van 2013
A201354	26-11-2013	Internationale benchmark ondernemerschap 2013. Tabellenboek
A201353	19-11-2013	Topsectoren: beeld en ontwikkeling. Update oktober 2013
A201352	28-01-2014	Technologische en sociale innovatie in een concurrerende markt
A201351	21-11-2013	Innovatie en internationalisering in het MKB
A201350	12-11-2013	Innovatie in het MKB, ontwikkelingen in de periode 2002-2011
A201349	31-10-2013	Fulfilment van online verkoop
A201348	15-10-2013	De overheid als klant van het MKB
A201347	26-09-2013	Algemeen beeld van het MKB in de marktsector in 2013 en 2014
A201346	08-10-2013	De innovativiteit van het MKB in 2013
A201345	19-09-2013	Monitor buitenlandse investeringen MKB
A201344	14-11-2013	Sectorale veranderingen in de Nederlandse economie
A201343	03-04-2013	Geen vertrouwen ondernemers in het economische beleid - Najaar 2013
A201342	12-09-2013	Verschillen tussen uitzendondernemingen
A201341	17-10-2013	Economische effecten verlaging van de administratieve lasten voor het bedrijfsleven
A201340	19-08-2013	Exportindex MKB. Ontwikkelingen 2008-2011
A201339	22-08-2013	Topsectoren: beeld en ontwikkeling. Update augustus 2013
A201338	12-09-2013	Bedrijfsfinanciering: zó kan het ook!
A201337	03-09-2013	Bedrijvendynamiek en werkgelegenheid 1998-2012
A201336	27-11-2013	Inkomens Zelfstandigen 2012
A201335	01-07-2013	Algemeen beeld van het MKB in de marktsector in 2013 en 2014 – Update juni
A201334	15-07-2013	De rol van sociale media bij innovatie door zzp'ers
A201333	02-07-2013	Topsectoren in beeld. Internationale oriëntatie topsectoren
A201332	02-07-2013	Topsectorenpanel. Methodologische verantwoording
A201331	04-07-2013	Calimero creativiteit: De innovatieve netwerken van zzp'ers
A201330	25-06-2013	Hoe goed ligt de gemeente bij MKB?
A201329	18-06-2013	Monitor Inkomens Ondernemers
A201328	27-06-2013	Het wenkend perspectief van consumenteninnovatie

