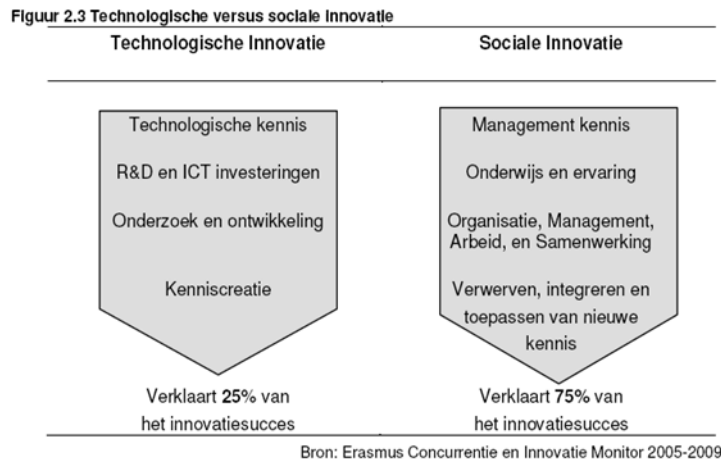


Sociale innovatie levert op – facts & figures – december 2018

Hieronder een aantal facts & figures over sociale innovatie van oud naar nieuw.

De eerste en meest geciteerde is van Henk Volberda hoogleraar van de Erasmus Universiteit Rotterdam (2009). **Innovatiesucces wordt voor 75% verklaart door sociale innovatie** en 25% door technologische innovatie. Uit schema blijkt wat precies onder sociale innovatie wordt verstaan.



Uit onderzoek van Wagner en Harter in 2006 blijkt dat **hoge mate van betrokken- en bevolegheid van medewerkers** resulteert in:

- 69% minder verloop
- 38% minder bedrijfsongevallen
- 27% minder ziekteverzuim
- 18% meer productiviteit
- 12% meer winst
- 12% meer klanttevredenheid

In 2010 blijkt uit de *Erasmus concurrentie en innovatiemonitor (2009-2010)* dat **sociale innovatie bedrijven** het volgende hebben:

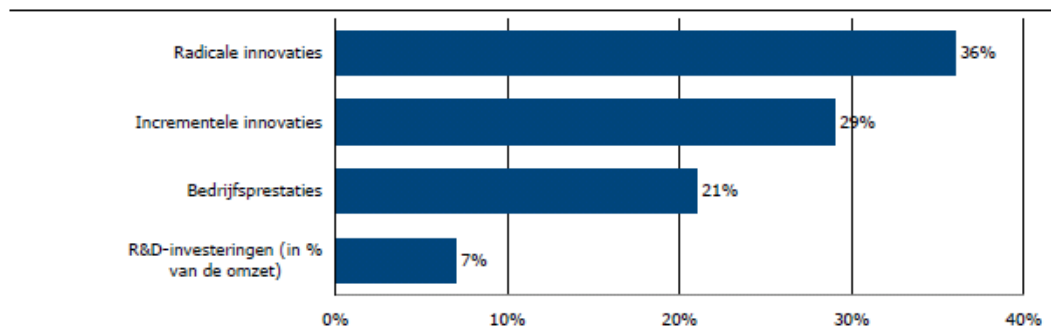
- Hogere innovatievermogen +31%
- Hogere productiviteit +21%
- Nieuwe klanten aantrekken +17%
- Meer tevreden medewerkers +12%
- Hogere omzet +16%
- Hogere winstgroei +13%
- Rendement R&D met factor 4 vergroot in combinatie sociale innovatie

In december 2013 blijkt **opnieuw de meerwaarde van sociale innovatie** uit het onderzoek *Technologische en sociale innovatie in een concurrerende markt. Innovatie- en concurrentiemonitor topsectoren 2012*, (Erasmus Universiteit en EIM) dat:

- *Sociaal innovatieve bedrijven presteren relatief beter dan niet –sociaal innovatieve bedrijven*

De sociale innovatieve topsectorbedrijven hebben 36% meer radicale innovaties en 29% meer incrementele innovaties dan niet sociaal-innovatieve bedrijven in de topsectoren. Ook hebben sociaal innovatieve topsectorbedrijven relatief betere bedrijfsprestaties (21%) dan hun niet sociaal-innovatieve tegenhangers.

Figuur 11 Verschil tussen de prestaties van sociaal innovatieve bedrijven en niet-sociaal innovatieve bedrijven in de topsectoren (topsectoren totaal)



Bron: Panteia/EIM en RSM, Topsectorenpanel 2e meting, 2012.

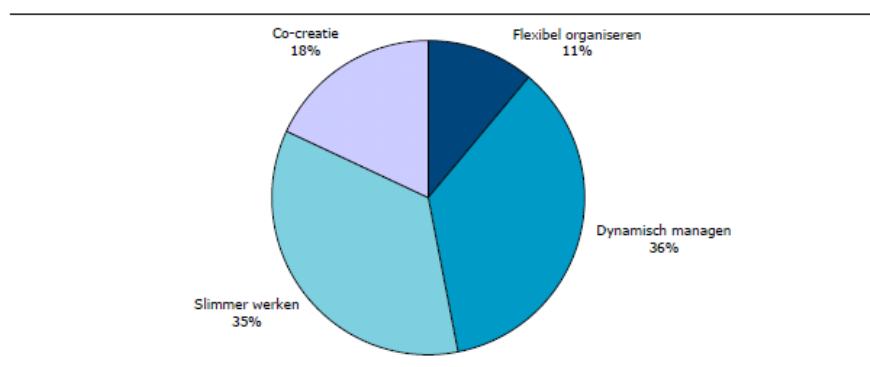
- *Sociale innovatie bepaalt voor een belangrijk deel het innovatiesucces*

In de topsectoren wordt 77% van het innovatiesucces bepaald door sociale innovatie en 23% door technologische innovatie. Technologische innovatie is uiteraard wel een noodzakelijk platform, maar sociale innovatie is een duidelijke hefboom bij het profiteren van investeringen in innovaties. Wanneer sociale en technologische innovatie hand in hand gaan, worden de beste resultaten geboekt.

- *Dynamisch managen en slimmer werken leveren de grootste bijdrage aan de bedrijfsprestaties van topsectorbedrijven*

Indien de relatieve effecten van de hefboomen van sociale innovatie op bedrijfsprestaties in beschouwing worden genomen, dan komt naar voren dat de hefboomen *dynamisch managen* en *slimmer werken* de grootste bijdrage leveren aan de bedrijfsprestaties (zie figuur 12). De relatieve effecten van deze twee hefboomen op bedrijfsprestaties zijn respectievelijk 36% en 35%.

Figuur 12 Bijdrage van de hefboomen van sociale innovatie aan de bedrijfsprestaties van bedrijven in de topsectoren* (topsectoren totaal)



* Het totale effect van sociale innovatie op de bedrijfsprestaties is gelijkgesteld aan 100%.

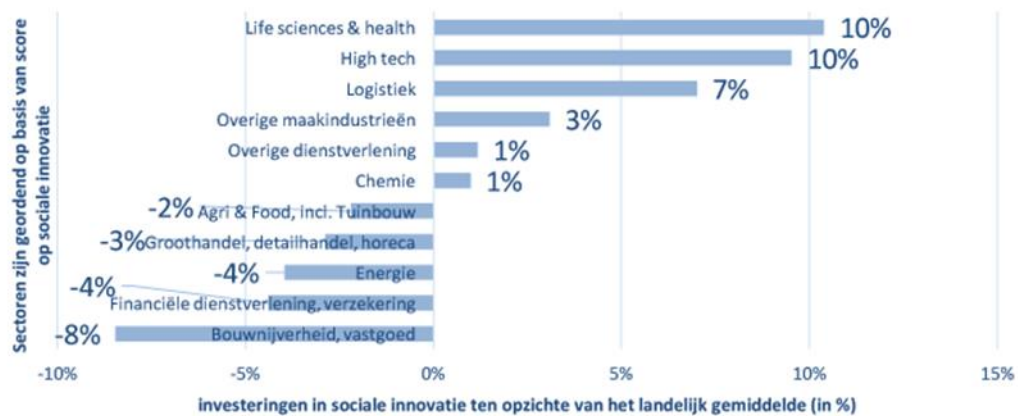
Bron: Panteia/EIM en RSM, Topsectorenpanel 2e meting, 2012.

Uit de Erasmus Concurrentie en Innovatie Monitor van 2016 is informatie over de mate van sociale innovatie te vinden per sector en n opnieuw veel informatie over sociale innovatie namelijk:

- **Investerings in sociale innovatie per sector loont**

Juist door te investeren in vaardigheden en inzetbaarheid van medewerkers, platte organisatievormen, nieuwe managementstijlen en faciliterend leiderschap kan een logistiek bedrijf de vierde industriële revolutie omzetten in een kans in plaats van een bedreiging. Bij nieuwe managementstijlen valt te denken aan lean, six sigma, of SCRUM.

Figuur 6: Mate van sociale innovatie per sector.



Bron: Erasmus Concurrentie en Innovatie Monitor 2016.

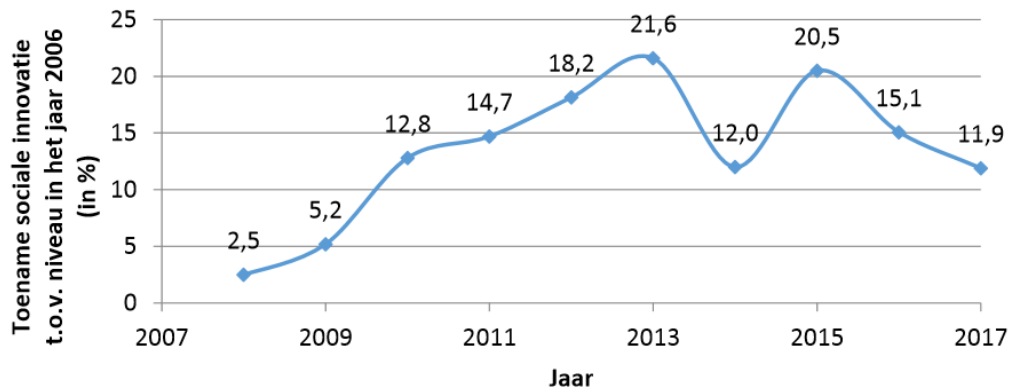
De bijdrage van de **verschillende determinanten van sociale innovatie** zijn als volgt:

Erasmus Concurrentie en Innovatie Monitor 2017:

De menselijke kant van innovatie blijft grotendeels onbenut

Om in te spelen op de vierde Industriële Revolutie lijken bedrijven in Nederland vooral aandacht te besteden aan technologische innovatie. Echter, nieuwe verdienmodellen en nieuwe producten en diensten vragen ook om plattere organisatievormen, vernieuwend leiderschap, nieuwe vaardigheden van medewerkers en slimmere manieren van samenwerken. Sociale innovatie is niet alleen een middel om de productiviteit te bevorderen en om daarmee de kosten te drukken; het is ook van cruciaal belang om het innovatievermogen te bevorderen.

Figuur 2: Ontwikkeling van investeringen in sociale innovatie onder Nederlandse bedrijven.



Bron: Erasmus Concurrentie en Innovatie Monitor 2017.

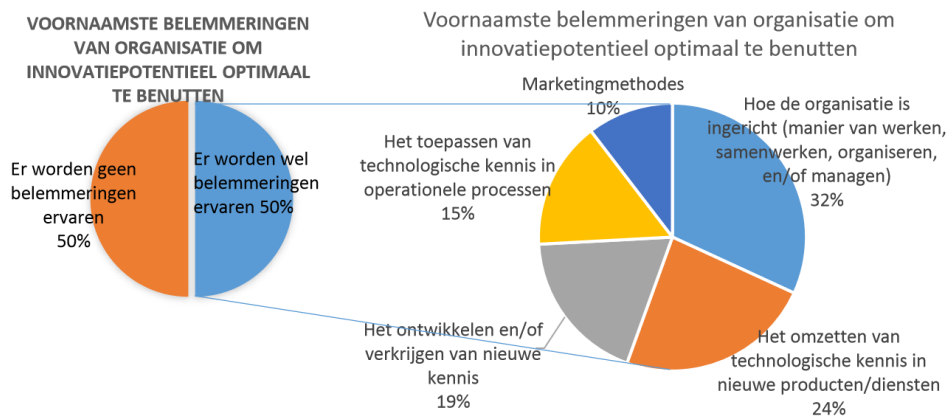
INNOVATIE MONITOR GELDERLAND & OVERIJSEL - EDITIE 2017 (NULMETING) - H. Volberda

Doelgroep: high tech bedrijven en maakindustrie Gelderland en Overijssel

De helft van de ondervraagde bedrijven (50%) geeft aan belemmeringen te hebben om hun innovatiepotentieel optimaal aan te wenden. Belemmeringen op het gebied van hoe de organisatie is ingericht (manier van werken, samenwerken, organiseren, en/of managen) wordt binnen dit type belemmering het vaakst genoemd (32% van de bedrijven in dit type belemmeringen).

Analyses van de bevindingen suggereren dat bedrijven die deze belemmering ervaren lager scoren op product- en procesinnovatie dan bedrijven die de belemmering niet ervaren. Een veelvuldig genoteerde belemmering (57% van de bedrijven van de groep van 32%) die hiertoe behoort, betreffen belemmeringen omtrent het **uitvoeren van innovatie-activiteiten naast de dagelijkse werkzaamheden** bv een beperkte tijd, prioriteit en/of schaalgrootte om innovatie-activiteiten voldoende inhoud te geven en om ze adequaat af te schermen van de dagelijkse activiteiten.

Figuur 3.3: Voornaamste belemmeringen voor organisaties om hun innovatiepotentieel optimaal te benutten.



Bij belemmeringen omtrent het ontwikkelen en/of verkrijgen van nieuwe kennis (19%) en het toepassen van technologische kennis in operationele processen (15%) werd schaarste aan personeel en hun vaardigheden frequent als toelichting gegeven.

Sociaal innovatieve bedrijven scoren hoger op tal van prestatie-indicatoren dan niet sociaal innovatieve bedrijven. Hierbij valt te denken aan businessmodel-innovatie (+50%), productinnovatie (+29%), procesinnovatie (+28%), het aantal medewerkers die werken met een computer (+40%) of met het Internet (+39%), de aanwezigheid van een toename van de werkgelegenheid over de afgelopen drie jaar (+34%), en voor de komende drie jaar (+29%).

Bedrijven in Overijssel en overige maakbedrijven scoren echter onder het landelijk gemiddelde wat betreft de mate van sociale innovatie. Bedrijven in Gelderland en HTSM-bedrijven zijn rondom het landelijk niveau actief met sociale innovatie. Vooral op het gebied van zelforganisatie hebben de verschillende bedrijven nog een inhaalslag te maken ten opzichte van het landelijk gemiddelde en de koplopers. Bij een onderlinge vergelijking in hoeverre bedrijven actief zijn met de hefboomen van sociale innovatie komt naar voren dat er relatief weinig focus is op de hefboom co-creatie (kennisacquisitie en -disseminatie).

TNO EN SOCIALE INNOVATIE

Naast Henk Volberda heeft TNO ook een aantal onderzoekers die al jarenlang zeer veel onderzoek op terrein van sociale innovatie verrichten. Een hiervan is Frank Port, emiritus hoogleraar Sociale Innovatie Nijmegen, maar nog steeds zeer actief en de ander is Steven D'Hondt, naast TNO hoogleraar Universiteit Leuven en betrokken bij Europees project EUWIN (in Europa heet het workplace-innovation). Tot slot Peter Oeij projectleider van onderstaand wetenschappelijk NWO project.

['Logistiek kan niet vernieuwen zonder sociale innovatie'](#) TNO februari 2018

Vernieuwingen en verbeteringen in de logistiek bekliven beter bij sociaal innovatieve bedrijven dan bij gewone bedrijven. Deze conclusie trekt TNO in een recent gepresenteerd [onderzoek](#), waaraan 100 logistieke bedrijven deelnamen. Hieruit bleek dat tachtig procent van bedrijven de afgelopen twee jaar aan innovatie had gedaan. Bij slechts veertig procent werden die innovaties geadopteerd door medewerkers. Bij tien procent is er echt sprake van een sociaal innovatief klimaat, constateert het onderzoeksinstituut.