

Innovatie in het MKB kan beter



Verslag van het EIM Beleidscafé gehouden op 27 september 2005 in café Floop (Den Haag).

Gespreksleider: Peter van Hoesel, algemeen directeur EIM-RvB Groep

Verslag van het EIM Beleidscafé van 25 september 2005, met achtergronddocument 'Heeft het Nederlandse MKB een innovatieprobleem?', geschreven door Jeroen de Jong (onderzoeker EIM).
Bijlagen: presentatiesheets van Henk Bos (FOCWA) en Fred von Dewall (ING).

Verslag: Hans de Wal (EIM)
Foto's: Last Picture Show

Innovatie in het MKB kan beter

EIM Beleidscafé, 27 september 2005
Café Floop – Den Haag

In dit beleidscafé stond het stimuleren van innovatie in het MKB centraal. Is dit in Nederland voor verbetering vatbaar? Bij risicovolle innovatieprojecten spelen intermediaire partijen zoals brancheorganisaties, kennisinstellingen en financiële instellingen een belangrijke rol. Drie vertegenwoordigers van deze intermediaire partijen gaven hierop hun visie:

- **Henk Bos** (secretaris FOCWA) over de rol van brancheorganisaties
- **Frans Leijnse** (lid eerste kamer en lector kenniscirculatie Hogeschool Utrecht) over de rol van kennisinstellingen
- **Fred von Dewall** (directeur Economisch Bureau ING) over de rol van financiële instellingen.

De middag werd ingeleid door gespreksleider Peter van Hoesel (voorzitter directie EIM-RvB Groep).

Van Hoesel haalt de noodkreet aan van minister Brinkhorst van Economische Zaken dat we links en rechts ingehaald worden door de Amerikanen. Wat kunnen we daar tegen doen, welke bijdrage moet er aan de nationale innovatie geleverd worden? Volgens Van Hoesel valt de achterstand enigszins mee als je kijkt naar de hoeveelheid octrooien en als je niet alleen kijkt naar de hightech-sector. 'De wil om te innoveren is groot bij ondernemers. Er is dan ook niets mis met de ondernemers wel kunnen de voorwaarden voor innovatie verbeterd worden'. Van Hoesel is dan ook benieuwd welke nieuwe invalshoeken de gastsprekers zullen geven om de voorwaarden te verbeteren tot meer toegang tot geld en kennis en meer actieve brancheorganisaties. Van Hoesel: 'Mijn stelling is dat als deze actoren (financiële-, kennis- en brancheorganisaties) optimaal zouden functioneren naar de ondernemers toe – ze moeten dan wel bereikt worden – zij beter aan de slag kunnen en ondernemend Nederland beter op de wereldkaart zullen zetten'.



Frans Leijnse, Henk Bos en Peter van Hoesel

Het is aan **Henk Bos** van FOCWA om zijn visie op de rol van brancheorganisaties nader uit de doeken te doen. De vereniging FOCWA is actief in de carrosseriebranche. 250 bedrijven zijn bij FOCWA aangesloten, dat is een dekking van 80% binnen deze branche. Aanvankelijk had Bos wat willen vertellen over het 'innovatie-prestatie-contract' maar de nadere invulling van dit contract met EZ zit nog in een afrondende fase. Bos stelt dat voor meer innovatie een langetermijnvisie een eerste vereiste is. Om deze langetermijnvisie te ontwikkelen moet een aantal vragen gesteld worden als: hoe ontwikkelt de markt zich, welke strategische keuzes zijn er, hoe verloopt innovatie in de sector en welke technologieën zijn daarbij van belang? Voor de brancheorganisaties zelf zijn er vragen als: hoe moeten brancheorganisaties hun positie als innovatiekatalysator veroveren en welke middelen kunnen daarvoor ingezet worden? FOCWA wil een actieve rol spelen binnen de branche door verschillende initiatieven te ontplooiën. Het verzorgen van kennisoverdracht en -uitwisseling is voor FOCWA een belangrijke taak door bijvoorbeeld collectieve Research & Development (R&D) projecten te verzorgen, samenwerking in productontwikkeling te stimuleren en door ontwikkelingen in productefficiency onder de aandacht te brengen. Ook is advies bij subsidieaanvragen vaak hard nodig. Veel van dit alles doet FOCWA in samenwerking met Syntens. Simpelweg strategische adviezen geven zal niet genoeg helpen, zegt Bos. Een proactieve aanpak op basis van vraag, behoefte en kansen kan meer soelaas bieden. De grootste bottleneck is volgens hem toegang tot de juiste kennis. Kennis van universiteiten en technologische instituten moet toegankelijker en beter georganiseerd worden. Een recent positief voorbeeld is volgens Bos de uitgave van kennisvouchers door EZ. Ondernemers kunnen hierdoor zelf over middelen beschikken om extra kennis in huis te halen. Dit stimuleert samenwerking in de kennisinfrastructuur. Volgens de sector zijn belangrijke bottlenecks voor innovatie: de markt en de financiële instellingen. Ondernemers moeten op de markt overleven en extra kennis is voor de branches zonder subsidie onbereikbaar. Het beeld van de financiële instellingen is bij de ondernemers dan ook bepaald niet positief!

Hoe kunnen we innovatie versnellen? Dit is de kernvraag voor **Frans Leijnse**. Door innovatie kunnen we productiviteitswinst en marktpositie verbeteren. Volgens Leijnse weten de Amerikanen als beste kennis te gebruiken door niet kieskeurig te zijn in het soort kennis en in welke relatie. Het gebruik is enorm divers en zo ontstaat er ook een enorme ontwikkeling in innovatie. Onze kennisinstellingen richten zich naar onderscheidingscriteria ten opzichte van andere instellingen. Ze richten zich niet naar ondernemers, op bruikbaarheid en toepasbaarheid van hun kennis. Als daarbij de overheid zich alleen maar richt op de rationaliteit van de kennisinstellingen dan komt versnelling van innovatie niet van de grond. De financieringsstromen moeten we anders alloceren al is de bereidheid daartoe niet groot. Aan de andere kant moeten ondernemers innovatieproblemen onder ogen durven zien. En hoe groot is die bereidheid? Ondernemers in het MKB moeten een kritische instelling hebben; doen we het goed genoeg, wat kunnen we verbeteren? Dat geldt des te meer voor de startende ondernemer. Zijn vraag moet zijn: wat kan ik verbeteren? Het grote misverstand bij kennisinstellingen is het 'U vraagt, wij draaien' syndroom. Dat leidt tot incidentele oplossingen van problemen. De ondernemer moet leren meer en beter te vragen, de kennisinstellingen moeten ontvankelijker voor de ondernemer zijn en kritischer kijken naar de vraag. Alleen zo kunnen duurzame verbeteringen tot stand komen, door gezamenlijk te werken aan innovatie.

Over de rol van financiers wil **Fred von Dewall** wel het een en ander kwijt, maar dan wel op eigen titel. Eerst duidt hij de omgeving van de ondernemer. De financier is een onderdeel van meer. Zo is er de overheid om de noden te vervullen (niet door subsidies te geven), zijn er kennisinstellingen (vraaggericht kennis bieden), is er de familie (stimulator), de arbeidsmarkt (flexibele arbeid) en zijn er uitdagers (concurrentie). De financiers zijn er voor realisatie van ondernemersplannen. De omgeving creëert het ondernemersklimaat en dat is in Nederland zo slecht nog niet. Uit een steekproef van het Economisch Bureau van ING blijkt dat in Nederland, Vlaanderen en Noordrijn-Westfalen de zeer goed presterende bedrijven in de minderheid zijn. In Nederland is de verhouding tussen goed en slecht presterende bedrijven in balans. In Vlaanderen zijn slecht presterende bedrijven in de meerderheid. Noordrijn-Westfalen is in dit opzicht zeer uit balans geraakt. De financier, betoogt Von Dewall, is een onderdeel dat je moet gebruiken (door te overtuigen) voor je ondernemersdoelstellingen. De succesratio van innovatieprojecten blijkt echter tot nu toe niet groot te



Frans Leijnse, Fred von Dewall, Peter van Hoesel en Henk Bos

zijn. Er is te veel aandacht voor de technologische kant van projecten en te weinig aandacht voor de markt. Innovatie kan beter volgens Von Dewall, ten eerste door een holistische benadering. Ten tweede door meer informatie-uitwisseling en onderzoek. Ten derde door analyse van prestaties en last but not least: door meer bereidheid tot financiering. Zo stelt Von Dewall zich een bancaire participatiefonds voor met tot doel zaai, start en doorstart mede mogelijk te maken (poolen van geld, kennis, expertise en venture capital). Naar zijn mening zal een dergelijk fonds zeker in een behoefte voor meer innovatie vervullen.

Discussie

De genodigden in het beleidscafé hebben met grote aandacht geluisterd en na een aarzelend begin kwam al gauw een levendige discussie tot stand tussen 'zaal' en 'panel'.

Vanuit de zaal wordt opgemerkt dat het marktfaal vooral zit in de relatie tussen onderwijs en ondernemers. Dat zijn gescheiden werelden. Leijnse reageert hierop dat dit door deze partijen doorbroken kan worden door bereidheid te hebben voor deelname aan duurzame netwerken. De leidraad is: Hoe kunnen we onze processen en producten verbeteren? De overheid zou ter stimulering van meer innovatie dit soort netwerken moeten stimuleren. Er zijn projecten waar samenwerking tussen verschillende partijen goed werkt, nu is het moment om dit te verduurzamen. Van de door de overheid beschikbaar gestelde onderzoeksmiddelen voor direct onderzoek zou de helft vraaggestuurd besteed moeten worden. Dit kan door relevantiecriteria op te nemen in de financieringsvraag. Von Dewall merkt op dat ook in de houding van ondernemers een verandering moet komen. Ondernemers kennen de universitaire cultuur niet, ze weten niet hoe ze hun vraag zodanig moeten articuleren dat ze ook een antwoord krijgen dat ze in hun bedrijf kunnen toepassen. Daarbij komt dat ze de kansen voor verbetering vaak niet zien en de overheid (ambtenaren) weten niet hoe ze de ondernemers hierin moeten prikkelen. Uit de zaal wordt opgemerkt dat daarom het onderwijs zo belangrijk is. Vanaf de basisopleiding kan creativiteit en ondernemerszin gestimuleerd worden. Bos wijst er op dat ook organisaties als banken en brancheorganisaties belangrijk zijn voor de ondernemer. Zij kunnen de ondernemer wijzen op latente aspiraties want de ervaring leert dat de ondernemer meestal gericht is op continuïteit. Een toehoorder plaatst de opmerking dat uit onderzoek is gebleken dat hoger opgeleiden betere ondernemers zijn en dat zij eerder zullen innoveren. De kennisinstellingen hebben daarom een belangrijke rol in het stimuleren van studenten voor ondernemerschap. De optie ondernemerschap moet in de competentieontwikkeling van studenten

meegenomen worden. Von Dewall sluit hier op aan door te wijzen naar Zuid-Korea waar de snelle economische ontwikkeling mede tot stand is gekomen door de juiste (ondernemende) competentieontwikkeling van studenten. Toch moeten we rekening houden met het feit dat het wetenschappelijk deel van de studenten op het totaal vrij klein, zegt Leijnse. We moeten competentieontwikkeling voor ondernemerschap breder maken zowel in het mbo als in het hbo. Het is belangrijk dat studenten een innovatieve houding krijgen. De cultuur in de Verenigde Staten, en in het onderwijs daar, is meer gericht op het ondernemen zelf, en daar kunnen we van leren meent een toehoorder. Het maken van winst is in de VS het hoofddoel. Dat betekent dat als een bedrijf winst oplevert het eerder doorverkocht wordt. 'Vaker cashen, vaker starten'. Op de vraag wie van de aanwezigen zelf ondernemer is werden slechts enkele vingers omhooggestoken. Desgevraagd gaven de ondernemers in de zaal welke factoren het ondernemerschap aantrekkelijk maken. Ondernemen is spannend en uitdagend. Het zijn de klanten die je stimuleren om waarde te creëren. Je moet wel met onzekerheid kunnen omgaan. Winst is slechts één van de motivatoren, maar zeker een belangrijke.



Belangrijke aanjagers van innovatie en een voorbeeld van startend ondernemerschap zijn de spin-offs van universiteiten, zo stelt een 'universitaire ondernemer'. De uitdaging voor studenten is om theorie te toetsen aan concrete en toepasbare doelen. Je leert op die manier om een eigen onderneming te starten en daarbij theorie aan de praktijk te toetsen. Om meer dit soort innovatieve starters te krijgen is er wel meer durfkapitaal nodig. Hoe zit het nu met de bereidheid van Venture Capitalists wordt aan Von Dewall gevraagd. De Venture Capitalist wil niet alleen geldschieter zijn volgens Von Dewall maar tevens coach. Deugdelijke informatie over bedrijfsresultaten is een belangrijk element geworden in de relatie tussen geldschieter en starter. De resultaten moeten toetsbaar en reproduceerbaar zijn. De Venture Capitalist wil in staat zijn om zaken zo nodig hard aan te pakken. Er is lering getrokken uit de gesprongen zeepbel van torenhoge verwachtingen van internetbedrijven na de millenniumwisseling. We moeten ons niet alleen op de startende ondernemer richten als het gaat om meer innovatie maar ook op de MKB-ondernemers, zo wordt vanuit de zaal geroepen. De innovatievoucher is succesvol gebleken om meer innovatie bij MKB-ondernemers te stimuleren. Wat doet de branche zelf? Bos reageert hierop met de vaststelling dat de innovatievoucher inderdaad een succes is. MKB-ondernemers zijn enthousiast hierover en de vouchers vinden een gretige aftrek. Hoewel de vouchers volgens Bos enigszins eenzijdig gebruikt worden leidt het tot samen-

werking tussen kennisinstellingen en MKB'ers. En dat is positief. Een voucher moet wel gezien worden als een aanvullend onderdeel op het geheel van extra stimulansen voor meer innovatie. De grootste motivator voor innovatie is toch vooral geld verdienen. Leijnse vult Bos aan met de opmerking dat meer innovatie beter van de grond zal komen in structurele samenwerkingsverbanden. De innovatievoucher is een aanjager tot meer samenwerking. Een deel van de budgetten van universiteiten zou voor structurele samenwerkingsverbanden bestemd moeten worden. Een participatiefonds van banken en kennisinstellingen voor vooral kruisende disciplines is mogelijk ook een alternatief stelt Von Dewall voor. Laten we wel dicht bij de kennistoepassingen zelf blijven en ver van de hokjesgeest vindt Leijnse. Het onderwijs is zelf een veroorzaker van de hokjesgeest zo wordt in de zaal vastgesteld. Universitaire studenten worden in hun wetenschappelijke carrière gestimuleerd tot het schrijven van publicaties. Maar weinigen houden zich bezig met wetenschappelijke toepassingen in het bedrijfsleven. Hoe kom je nu van denken tot doen?

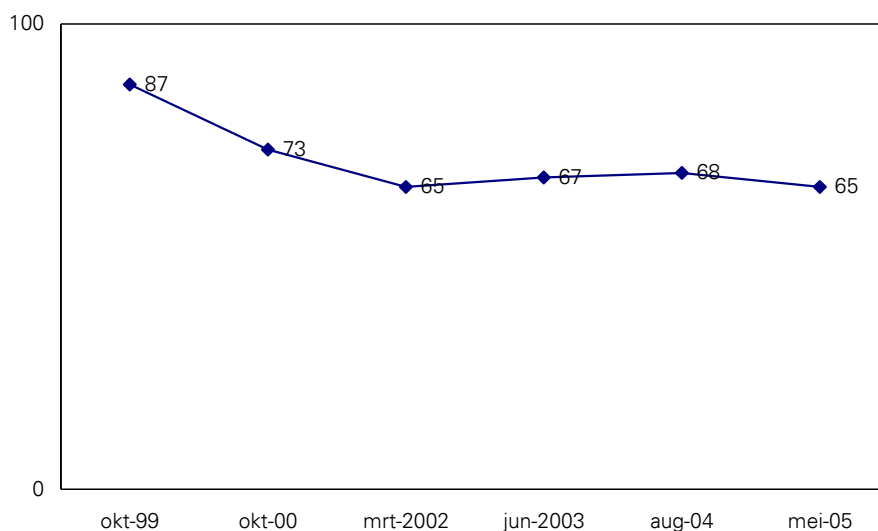
De laatste vraag is kenmerkend voor de innovatieproblematiek in Nederland. Volgens Von Dewall moet het systeem om, vindt Leijnse dat we meer massa moeten maken en wil Bos de partijen bij elkaar brengen. Is nu de innovatierevolutie in dit Beleidscafé begonnen? In ieder geval is het een aanzet tot kennisuitwisseling en begrip tussen actoren in het innovatieproces.

Heeft het Nederlandse MKB een innovatieprobleem?

Bij de bereidheid van Nederlandse ondernemers om te innoveren zet menigeen nog wel eens vraagtekens. Uit internationale vergelijkingen komt met regelmaat het beeld naar voren van een Nederlands bedrijfsleven dat te weinig zou innoveren. Zo bevindt Nederland zich in de Europese Unie ergens in de middenmoot als we kijken naar de private uitgaven aan R&D en die positie verslechtert¹. Tot overmaat van ramp is de innovatie-activiteit van het Nederlandse bedrijfsleven ook nog eens afgenomen. De Innovatiebarometer van EIM, een jaarlijkse innovatie-enquête onder MKB-bedrijven, laat zien dat in vergelijking met 1999 nu veel minder bedrijven innoveren. EIM classificeert een bedrijf als innovatief als het in de afgelopen drie jaar ten minste één product- of procesinnovatie op de markt heeft gebracht. Zie figuur 1.

Deze op het oog ongunstige ontwikkelingen moeten echter worden genuanceerd. Ten eerste is de bereidheid van ondernemers om te innoveren mede afhankelijk van de conjuncturele ontwikkeling. Slechts 30% van de ondernemers in het MKB reageert op laagconjunctuur door te investeren in nieuwe technologie, producten, marktontwikkeling of marketingmethoden. Daarentegen reageert 55% door te bezuinigen, terwijl 15% een afwachtende houding aanneemt². Minder innovatie ligt bij een ongunstige conjunctuurontwikkeling voor de hand. Voorts lijkt de bereidheid van financiers om te investeren in innovatieprojecten in het MKB de laatste jaren afgenomen. Eind jaren negentig kon het geld niet op, terwijl financiers nu veel kritischer kijken naar projectvoorstellen.

figuur 1 Percentage innovatieve bedrijven in het MKB, 1999-2005



Bron: EIM, 2005.

Een andere nuancering is dat innovatie veel meer omvat dan uitgaven aan technologie en R&D. In internationale vergelijkingen op niet-technologische aspecten komt Nederland steevast beter uit de bus. Zo heeft Nederland een zeer hoog aandeel van werkenden in wetenschapsberoepen³. De Amerikaanse Geograaf Richard Florida plaatst Nederland zelfs in zijn rijtje van 'winnaars van de toekomst'. Naast technologie zijn volgens Florida de aanwezigheid van (creatief) talent en een tole-

¹ Steen, J. van, P. Donselaar en I. Schrijvers (2004), Science, Technology and Innovation in the Netherlands: policies, facts and figures, Den Haag: Ministeries van EZ en OcnW.

² Bosma, N., J. Hessels en M. Overweel (2003), Hoe reageren MKB-ondernemers op veranderingen in de conjunctuur?, EIM: Zoetermeer.

³ Van Steen, Donselaar en Schrijvers (2004), op cit.

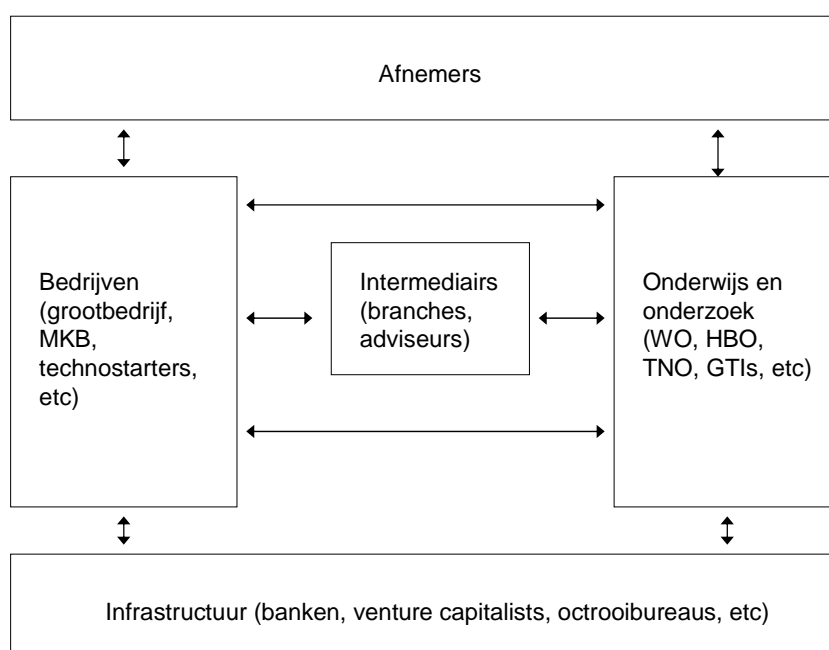
rant leefklimaat van levensbelang voor de economische ontwikkeling van een land. Op deze indicatoren scoort Nederland bovengemiddeld⁴.

Ondanks tegenontwikkelingen en nuances is de insteek van het Nederlandse beleid dat innovatie beter kan en moet. Na de toenemende arbeidsparticipatie in de jaren '90 is innovatie nu een belangrijk middel geworden om een aanhoudende productiviteitsgroei te realiseren.

Innovatie in het MKB: meer dan wetenschappelijke kennisoverdracht

Het innovatiebeleid wordt anno 2005 sterk beïnvloed door het systeemdenken, dat innovatie ziet als een samenspel van meerdere partijen in een innovatiesysteem. In figuur 2 staat een eenvoudige weergave van het Dynamisch Innovatiesysteem, zoals gehanteerd door het Ministerie van Economische Zaken.

figuur 2 Dynamisch innovatiesysteem



Bron: Ministerie van Economische Zaken, 2004.

In het huidige beleid neemt het creëren van meer interactie tussen partijen een belangrijke plaats in. Daarbij krijgt vooral de interactie van het bedrijfsleven met kennisinstellingen aandacht⁵. Zo is de Wet Bevordering Speur- en Ontwikkelingswerk verruimd en recent zijn er kennisvouchers gecreëerd. In vergelijking met kennisinstellingen staan andere partijen uit het innovatiesysteem minder vaak in de schijnwerpers.

Uit een recente studie van EIM blijkt dat andere partijen van levensbelang zijn voor innovatie in het MKB. Van alle innovaties die MKB-bedrijven realiseren, komt slechts 9% zónder bijdrage van anderen tot stand⁶. Partijen uit de directe omgeving van een bedrijf, zoals leveranciers en afnemers, zijn vanzelfsprekend het vaakst betrokken bij innovatie. Het rapport laat echter ook zien, dat bij moeilijke innovaties met een baanbrekend karakter veel meer partijen een rol spelen. Daaronder ook par-

⁴ Florida, R. en I. Tinagli (2004), Europe in the creative age, Demos: London.

⁵ Ministerie van Economische Zaken (2003), In actie voor innovatie!, Den Haag.

⁶ De Jong, J.P.J. (2005), De bron van vernieuwing, EIM: Zoetermeer.

tijen die voor bedrijven minder gebruikelijke partners zijn, zoals banken, kennisinstellingen en brancheorganisaties. Dit wordt duidelijk aan de hand van tabel 1, waarin de zes typen innovaties men in het MKB kan onderscheiden, worden weergegeven.

tabel 1 Kenmerken van zes typen innovaties in het MKB

	<i>Type innovatie</i>					
	<i>Leveranciersvernieuwing</i>	<i>Klantgedreven vernieuwing</i>	<i>Garagevernieuwing</i>	<i>Schakelvernieuwing</i>	<i>Kennistoepassing</i>	<i>Systeemgebruiker</i>
Aandeel in aantal innovaties MKB	38%	14%	15%	12%	14%	7%
Gemiddeld aantal betrokken partijen	1,0	2,1	3,0	2,9	4,2	4,9
Meest opvallende partner	Leverancier	Klant	Vrienden en familie	Banken	Kennisinstelling	Overheid
Betrokkenheid banken, brancheorganisaties en kennisinstellingen	-	-	-	o	+	+
Mate van nieuwheid	-	-	o	-	+	+

-: *relatief laag*, o: *ongeveer gemiddeld*, +: *relatief hoog*.

Bron: EIM, 2005.

Een groot deel van de innovaties die het midden- en kleinbedrijf realiseert, zijn relatief eenvoudige adopties van leveranciers zoals de aanschaf van een nieuwe machine (38%), of specifieke vernieuwingen in producten of distributie om aan de wens van klanten te kunnen voldoen (14%). Bij innovaties met een hoge mate van nieuwheid spelen juist vaker partijen een rol uit de perifere omgeving van het bedrijf, zoals kennisinstellingen, banken en branche-organisaties. Omdat juist dit soort innovaties een grote impact hebben op de productiviteit van het bedrijfsleven in brede zin, is het vaak van belang de genoemde partijen zo actief mogelijk te betrekken bij het stimuleren van innovatie in het MKB.

FOCWA Innovatiebeleid

Welke rol kan een brancheorganisatie vervullen?

De brancheorganisatie als katalisator voor innovatie

Henk Bos

Secretaris / manager branchetechnologie centrum
Sector Carrosserie- en trailerbouw

27 september 2005

Vereniging FOCWA

Actief in de carrosseriebranche

Innovatiebeleid gericht op Carrosserie-nieuwbouw

De sector:

- Vervaardiging carrosserieën (truckopbouw)
- Vervaardiging van opleggers en aanhangwagens
- Herstel en onderhoud

250 bedrijven aangesloten, dekking 80%

Uitvoering

Netwerkvorming en samenwerking

FOCWA kiest voor een actieve rol door:

- Innovatie - initiatieven
- Kennisoverdracht /-uitwisseling
- Collectieve R&D / demonstratieprojecten
- Samenwerking in productontwikkeling
- Productie-efficiency / -inrichting
- Subsidie-advies

Een pro-actieve aanpak op basis van vraag / behoefte / kansen

Technologie als aanleiding / inleiding voor strategie

Grootste bottleneck volgens FOCWA

Carrosserie- aanhanger- en trailerbouwsector

Kennis is voor branches nog altijd (zonder subsidie) onbereikbaar!

Kennis van:

- Universiteiten
 - Technologische instituten
- zou toegankelijker moeten zijn voor bedrijven!

Overigens:

Belangrijke bottlenecks voor innovatie volgens de sector:

- De markt
- Financiering van innovaties

Bewuste keuze rol in innovatieproces

Wat is de ambitie?

Innovatie vereist lange termijn visie

- Hoe ontwikkelt de markt zich?
- Welke strategische keuzes zijn er?
- Langs welke lijn verloopt innovatie in de sector?
- Welke technologieën zijn (mogelijk) van belang?
- Hoe als brancheorganisatie een positie te veroveren?
- Welke middelen zijn in te zetten (of te mobiliseren)?

Naar een efficiënter innovatiebeleid

FOCWA Carrosserie- aanhanger- en trailerbouwsector

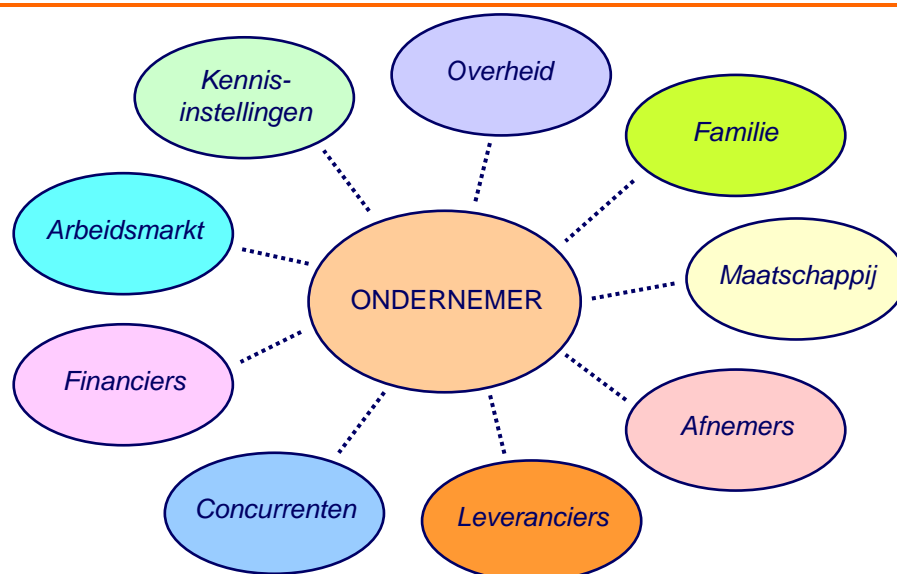
Laat economisch belang (sturing) zwaarder wegen in de kennisinfrastructuur:

- Innovatie in MKB is gebaat bij een pro-actieve collectieve aanpak door een brancheorganisatie
- Samenwerking met kennisinfrastructuur behoeft verdere verbetering
- Efficiente innovatiebevordering in het MKB vereist de beschikking over middelen voor kennisontwikkeling
- Geef die middelen aan branches en/of clusters

Innovatie in het MKB kan beter *Rol van financiers*

Fred von Dewall
EIM Beleidscafé, 27 september 2005

De omgeving van de ondernemer



Puik bedrijven vormen minderheid

- **NL** : goed en slecht presterende in balans
- **VL** : slecht presterende in meerderheid
- **NRW**: verhouding zeer uit balans

Steekproef

	aantal bedrijven	% industrie	% zakelijke dienstverl.	% snelle groeiers	% achterblijvers
NL	500	50	50	16	16
VL	400	60	40	9	12
NRW	500	56	44	7	17

Bron: Economisch Bureau ING

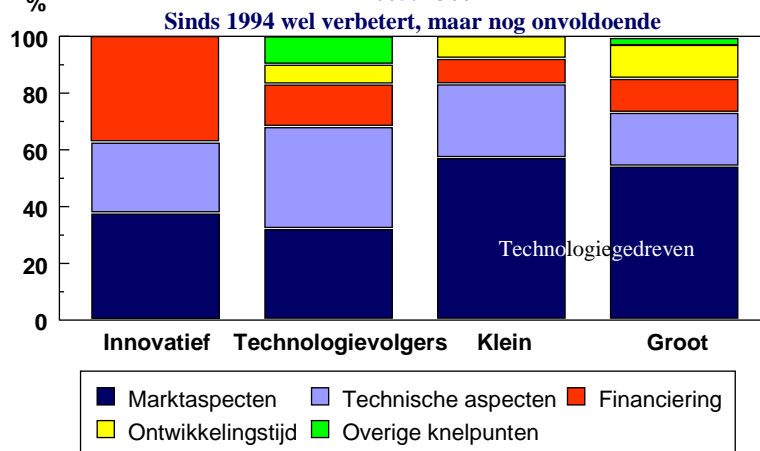


Innoveren kan beter

Succesratio innovatieprojecten:

•1994: 20%

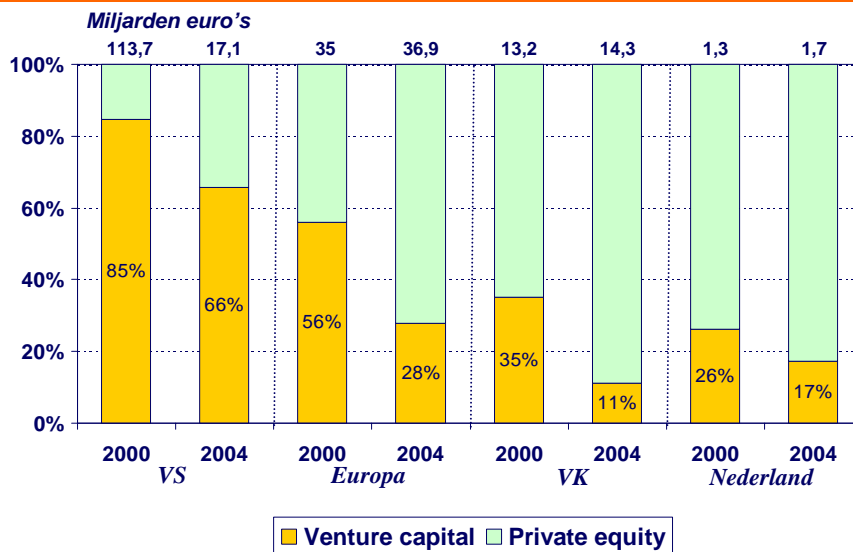
•2005: 23%



Bron: ING,1994



Venture capital en private equity



Bron: NVCA, BVCA, EVCA, NVP



Verbeterpunten (actie: allen)

- **Holistische benadering a.u.b.**
- **Informatie uitwisseling:**
 - Research: meer en dedicated
 - Uitkomsten interne kredietratings (Bazel II) meedelen
 - Uitleggen kredietprocedures aan klanten
 - Elkaar tijdig inlichten en betrekken
- **Analyse:**
 - Wetenschappelijk en robuust kredietrating systeem
 - Waarderingsmethode intangible assets
- **Bereidheid:**
 - Nieuw geld beschikbaar stellen door institutionele beleggers
 - Bancair participatiefonds (poolen van geld, kennis, expertise, ook van venture capital industrie) voor zaai, start en doorstart

