

N.B. Embargo tot woensdag 2 november 2022, 00.01 uur

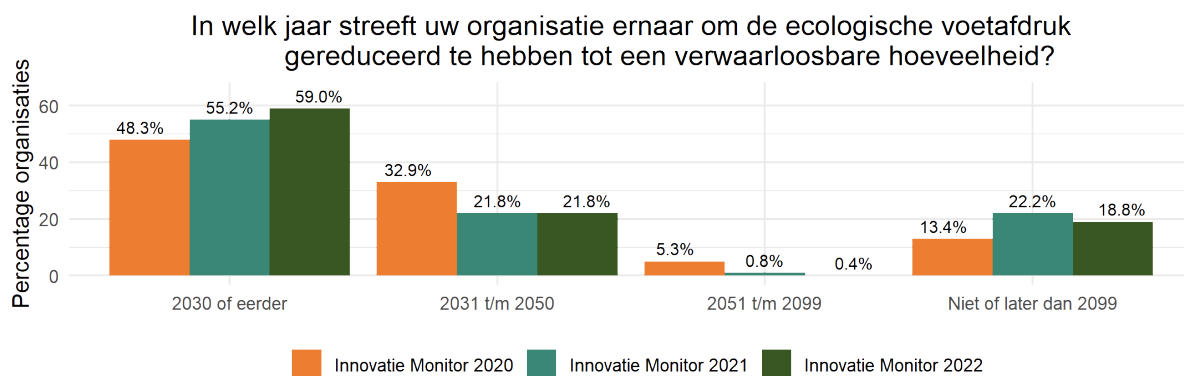
## Samenvatting uitkomsten Nederlandse Innovatie Monitor 2022

### ① Het aandeel klimaatambitieuze bedrijven stijgt voor het derde jaar op rij

Het aandeel bedrijven dat ambieert om uiterlijk voor 2030 een verwaarloosbare ecologische voetafdruk te hebben, is met vier procentpunt gestegen naar 59 procent, terwijl het percentage bedrijven dat mikt op 2050 gelijk blijft (22%). Vorig jaar nam de groep van meest klimaatambitieuze bedrijven ook al in omvang toe, destijds met zeven procentpunt. Ten opzichte van 2020 is het aandeel klimaatambitieuze bedrijven met een kleine 11 procentpunt toegenomen. Met een dergelijke stijgende lijn is dus een omslagpunt bereikt, waarbij de meerderheid van de bedrijven ambitieuze klimaatdoelstellingen hebben (zie Figuur 1). Wel blijft de polarisatie groot: bedrijven willen ofwel voor 2050 een verwaarloosbare ecologische voetafdruk realiseren of hebben dit doel in zijn geheel niet. Klimaatambitieuze bedrijven verwachten een groter deel van hun voetafdruk te kunnen verkleinen met behulp van reeds bestaande technologieën, en zien minder belemmeringen op het gebied van concurrentierisico's, de beschikbaarheid van kennis, personele middelen en ondersteunend overheidsbeleid.

Onderzoeksleider Henk Volberda: 'De energie- en grondstoffencrisis alsmede toenemende druk vanuit de maatschappij en overheid op verduurzaming draagt bij aan dat bestaande bedrijven hun klimaatambities opschroeven. Ook biedt het toenemende mogelijkheden voor buitenlandse klimaatambitieuze bedrijven en voor start-ups om in te spelen op de duurzaamheidsgolf in Nederland. Ons onderzoek ondersteunt dat een toenemend aantal bedrijven in Nederland op de goede weg is om de ecologische voetafdruk te beperken.'

Figuur 1: De toename van het aandeel klimaatambitieuze bedrijven zet door



Bron: De Nederlandse Innovatie Monitor 2020-2022, bewerking door SEO Economisch Onderzoek (2022)

### ② Bedrijven met een relatief grote ecologische voetafdruk hebben vaker meer tijd nodig

Anderzijds heeft ongeveer 19 procent van de bedrijven tot na deze eeuw nodig voor de vrijwel volledige reductie van haar ecologische voetafdruk; of zij hebben deze ambitie zelfs in haar geheel niet (zie Figuur 1). Dit is ruim 3% minder dan vorig jaar. Maar in deze groep zitten juist veel bedrijven die een relatief grote voetafdruk hebben, waardoor zij cruciaal zijn voor het behalen van klimaatdoelstellingen.

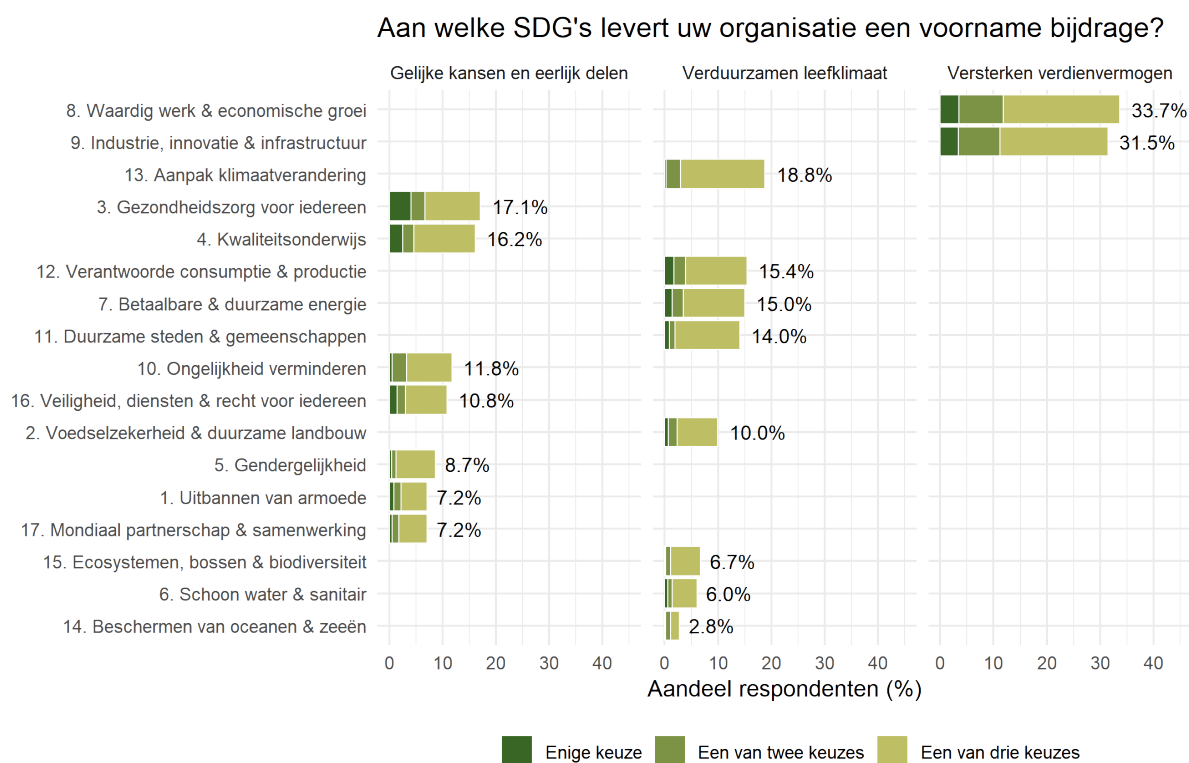
Volberda: 'De bedrijven die een grotere belasting voor het milieu vormen, hebben een langere weg te gaan alvorens zij hun ecologische voetafdruk hebben gereduceerd tot een minimaal niveau. Met het oog op het behalen van de klimaatdoelstellingen is het dan ook van aanzienlijk belang dat juist zij versnellen. Een ranking van bedrijven met hun impact – negatief én positief – voor mens en milieu kan daarbij behulpzaam zijn. Een dergelijke ranking zoals de onderzoekscommissie onder leiding van Johan Remkes onlangs heeft voorgesteld bij het stikstofdossier, werd als discutabel gezien, maar kan wel transparantie bieden en de discussie – ook binnen boardrooms – aanzwengelen. Het is toch vrij schokkend te noemen dat een deel van de bedrijven die intensief belastend zijn voor het milieu geen ambitie heeft om hun ecologische voetafdruk te beperken. Hun eigen winstgevendheid wordt daarbij als belangrijker ervaren dan de impact voor mens en milieu. Zonder adequate reactie schieten ze zichzelf daarmee ook in eigen voet op den duur, bijvoorbeeld doordat klanten hun oplossingen niet meer willen kopen of mensen er niet meer willen werken.'

Aan de betreffende groep van bedrijven is ook gevraagd naar de onderliggende motieven waarom ze niet streven naar het minimaliseren van de ecologische voetafdruk. Een deel van hen gaf aan dat het (vooralsnog) niet haalbaar is: om technologisch/operationele redenen, financieel of organisatorisch. Het gaat hier bijvoorbeeld om een autobedrijf dat in oldtimers handelt, een bedrijf in de lucht- en zeevracht of een bedrijf dat gebruikmaakt van chemische processen waarvoor vooralsnog geen schoner alternatief bestaat. Een ander deel gaf aan dat zij andere prioriteiten hebben of dat zij geen visie, strategie of geoperationaliseerde doelstellingen op dit gebied hebben. Ten slotte gaf een deel van de bedrijven aan geen actie te ondernemen, bijvoorbeeld omdat ze klaar zijn met de 'klimaathype', geen 'voortrekkersrol' willen innemen, het niet 'opportuun' achten voor het bedrijf, of zonder overheidsverplichting geen actie zullen ondernemen. Volberda: 'Het minimaliseren van de ecologische voetafdruk wordt nog al eens gezien als iets wat ten koste gaat van de winstgevendheid. Een deel van de bedrijven vindt dat vooral een taak van de overheid. Recent onderzoek heeft echter aangetoond dat het minimaliseren van de ecologische voetafdruk ook een bron van concurrentievoordeel kan zijn voor bedrijven en daarmee hun winstgevendheid kan versterken.'

### ③ **Het bedrijfsleven draagt vooralsnog met name bij aan de economische ontwikkelingsdoelstellingen**

De duurzame ontwikkelingsdoelen (SDG's) waar bedrijven het vaakst substantieel aan bijdragen, zijn economische ontwikkelingsdoelstellingen. De SDG's 'Waardig werk & economische groei' en 'Industrie, innovatie & infrastructuur' zijn met achtereenvolgens 34% en 32% ongeveer twee keer zo vaak gekozen als de andere doelen (zie Figuur 2). Op de derde plaats volgt het aanpakken van klimaatverandering met 19%. Van de vermelde SDG's zijn de ondervraagde bedrijven het minst gericht op het beschermen van oceanen en zeeën (3%), schoon water en sanitair (6%) alsmede ecosystemen, bossen en biodiversiteit (7%). Elk van deze drie laatstgenoemde SDG's behoort tot het verduurzamen van het leefklimaat. Ook het thema gelijke kansen en eerlijk delen laat een wisselend beeld zien. Zo dragen veel bedrijven substantieel bij aan 'Gezondheidszorg voor iedereen' en 'Kwaliteitsonderwijs', maar wordt bijvoorbeeld 'Gendergelijkheid' door minder dan tien procent van de bedrijven als één van hun voorname doelen gekozen.

**Figuur 2: Bedrijven zijn met name gericht op economische ontwikkelingsdoelen**

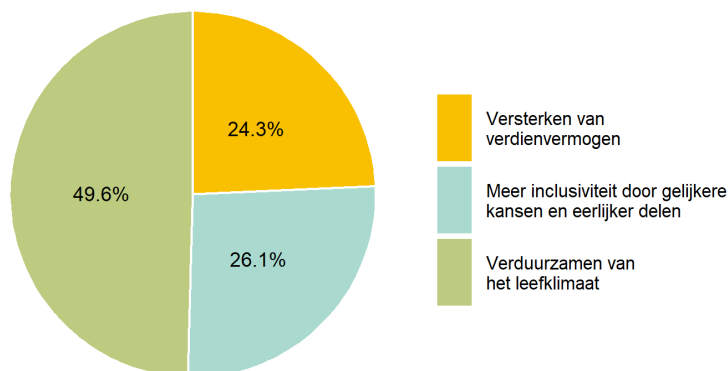


Respondenten konden minimaal 1 en maximaal 3 van de 17 ontwikkelingsdoelen aanvinken.  
 Bron: *De Nederlandse Innovatie Monitor 2022, bewerking door SEO Economisch Onderzoek (2022)*

Volberda vindt 'het zorgelijk dat er voornamelijk aandacht is voor de meer economisch georiënteerde SDGs die in het verlengde liggen van de bestaande verdienmodellen van bedrijven. Bedrijven zouden zich juist kunnen onderscheiden door ook aandacht te besteden aan maatschappelijk, sociale en ecologische doelstellingen. In een tijdperk waarbij de negatieve impact van bedrijven op de maatschappij onder een vergrootglas ligt, is het essentieel dat bedrijven aantonen dat zij niet het probleem vormen, maar juist een belangrijk deel uitmaken van de oplossing. Het oplossen van de grote maatschappelijke uitdagingen kan niet alleen overgelaten worden aan overheden en NGO's.'

④ **Bedrijfsleven vindt echter dat verduurzaming van het leefklimaat meer prioriteit verdient**  
 Tegelijkertijd vindt ongeveer de helft van de bedrijven dat de verduurzaming van het leefklimaat de komende jaren de hoogste prioriteit van de overheid en het bedrijfsleven verdient (zie Figuur 3). Versterken van het verdienvermogen en gelijke kansen en eerlijk delen worden ieder door een kwart van de respondenten als topprioriteit aangeduid.

**Figuur 3: De helft van de respondenten ziet verduurzaming van het leefklimaat als de topprioriteit voor de bevordering van de brede welvaart**



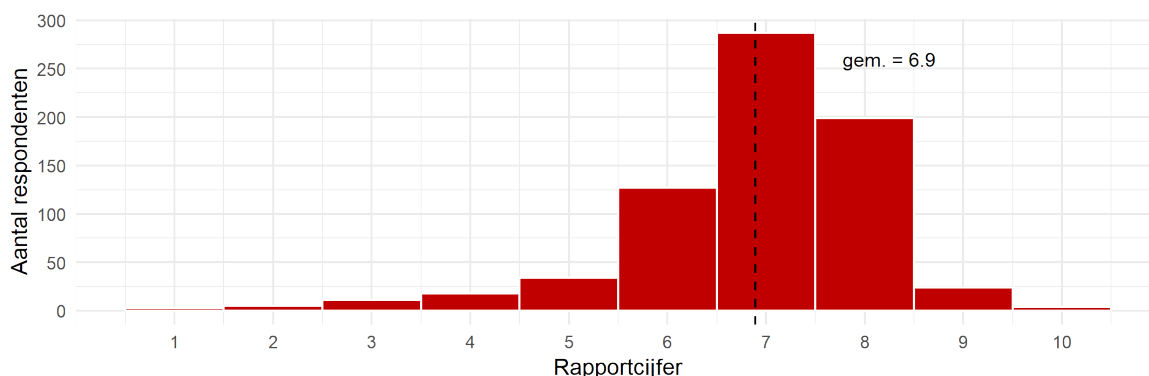
De respondenten is gevraagd welk gebied de belangrijkste prioriteit vormt voor het bedrijfsleven en de overheid bij het bevorderen van brede welvaart de komende jaren (t/m 2030).  
 Bron: De Nederlandse Innovatie Monitor 2022, bewerking door SEO Economisch Onderzoek (2022)

Volberda licht toe: ‘De bevindingen laten een discrepantie zien tussen wat volgens bedrijven de topprioriteit heeft voor de collectieve brede welvaart en hun eigen economische ontwikkelingsdoelstellingen. Het gros van de bedrijven vindt verduurzaming van het leefklimaat topprioriteit voor het bevorderen van de welvaart, maar zelf zijn ze vooral bezig met economische doelstellingen.’

**⑤ Het bedrijfsleven geeft het Nederlandse ondernemingsklimaat een ruime voldoende, al zijn wetgeving, belastingklimaat en sociale samenhang aandachtspunten**

Er is de afgelopen tijd veel publiciteit rond de vermeende achteruitgang en/of het verbeterpotentieel van het Nederlandse ondernemingsklimaat. Dit komt mede door in het oog springende multinationals die naar het buitenland vertrekken (Shell en Unilever) en zorgen over het wetgevings- en belastingklimaat voor grote bedrijven, de duurzaamheidsdoelstellingen waar bedrijven aan moeten voldoen, de beschikbaarheid van voldoende geschikt personeel evenals het behoud van de internationale bereikbaarheid. Het Nederlandse bedrijfsleven geeft het Nederlandse ondernemingsklimaat echter een rapportcijfer van een 6,9 (zie Figuur 4). Van de respondenten geeft 90 procent het een voldoende (6 of hoger) en 32 procent een goed (8 of hoger). Met name het grootbedrijf (250 of meer medewerkers) is positief over het ondernemingsklimaat: hun gemiddelde waarde ligt met +0,2 punt significant boven het steekproefgemiddelde. Daartegenover staat dat juist het kleinbedrijf (2 tot en met 10 medewerkers) minder positief is. Hoewel de waarde met een 6,6 nog steeds voldoende is ligt de waarde met -0,3 punt significant onder het steekproefgemiddelde.

**Figuur 4: Negentig procent geeft het Nederlandse ondernemingsklimaat een voldoende**

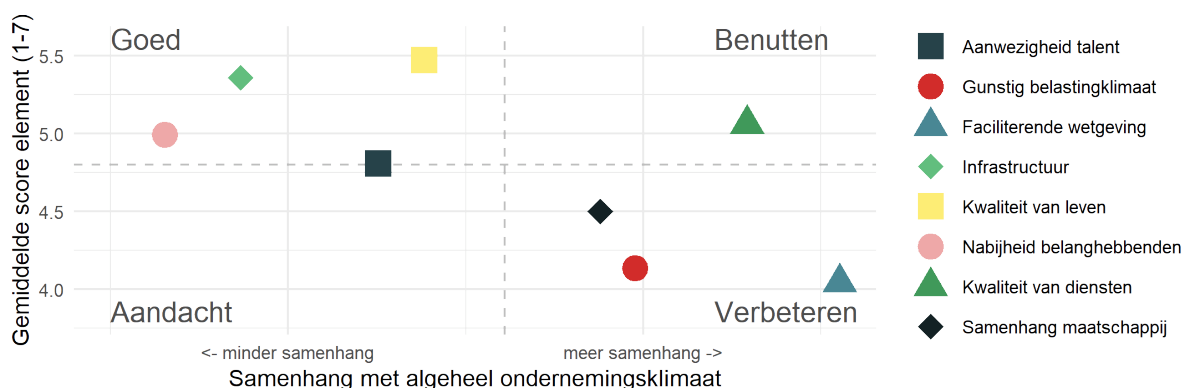


Het gemiddelde rapportcijfer gebaseerd op 712 waarnemingen; het gemiddelde cijfer is een 6,9 en de standaardafwijking is 1,3  
 Bron: De Nederlandse Innovatie Monitor 2022, bewerking door SEO Economisch Onderzoek (2022)

Figuur 5 toont de gemiddelde score per element van het ondernemingsklimaat en laat zien in hoeverre deze scores samenhangen met het algemene rapportcijfer in een zogenoemde 'prioriteitenmatrix'. Over het algemeen zien we dat elementen die 'slechter' scores van grotere invloed zijn op het rapportcijfer voor het generieke ondernemingsklimaat. Zo scoren de samenhang in de maatschappij, een gunstig belastingklimaat en faciliterende wetgeving beneden gemiddeld ('neutraal' tot 'enigszins goed') en zijn deze daarnaast ook van relatief grote invloed op het algemene rapportcijfer. Deze elementen kunnen daarom aangemerkt worden als mogelijke verbeterpunten. De kwaliteit van leven, de infrastructuur en de nabijheid van belanghebbenden scoren daarentegen bovengemiddeld ('enigszins goed' tot 'goed'), maar deze hebben juist relatief weinig impact op het algemene rapportcijfer. De kwaliteit van diensten scoort ook bovengemiddeld ('enigszins goed') en is daarnaast de op een na belangrijkste graadmeter voor het algemene rapportcijfer. Dit element dient daarom benut te worden. De aanwezigheid van talent scoort gemiddeld (richting 'enigszins goed') en is van relatief minder belang voor het algemene rapportcijfer van het Nederlandse ondernemingsklimaat.

Volberda stelt dat 'het opvallend is dat juist elementen waar veel publiciteit naar uitgaat – zoals infrastructuur (denk aan Schiphol) en aanwezigheid van talent (denk aan de expatregeling of een tekort aan geschikt personeel) – minder van belang zijn voor de algemene tevredenheid over het ondernemingsklimaat.'

**Figuur 5: Faciliterende wetgeving, belastingklimaat en maatschappelijke samenhang als voorname verbeterpunten voor het ondernemingsklimaat**



In de Monitor werd toelichting op de acht elementen gegeven:

- a) samenhang in de maatschappij: o.a. kansengelijkheid en een goede burger-bedrijfsrelatie;
  - b) kwaliteit van diensten: o.a. de financiële en technologische dienstverlening;
  - c) nabijheid van belanghebbenden: o.a. de belangrijkste klanten, werknemers en technologische clusters;
  - d) kwaliteit van het leven: o.a. de kosten van levensonderhoud, criminaliteitscijfers en de hoeveelheid groen;
  - e) infrastructuur: o.a. de kwaliteit van de wegen en het elektriciteitsnetwerk en de digitale infrastructuur;
  - f) faciliterende wetgeving: gedragscodes en de ontvankelijkheid overheid op behoeften van het bedrijfsleven;
  - g) gunstig belastingklimaat: o.a. de hoogte en stabiliteit van belastingen en uitspraken over belastingen;
  - h) aanwezigheid van talent: o.a. geschikte/geschoolde arbeidskrachten en de hoogte van personeelskosten.
- Bron: De Nederlandse Innovatie Monitor 2022, bewerking door SEO Economisch Onderzoek (2022)

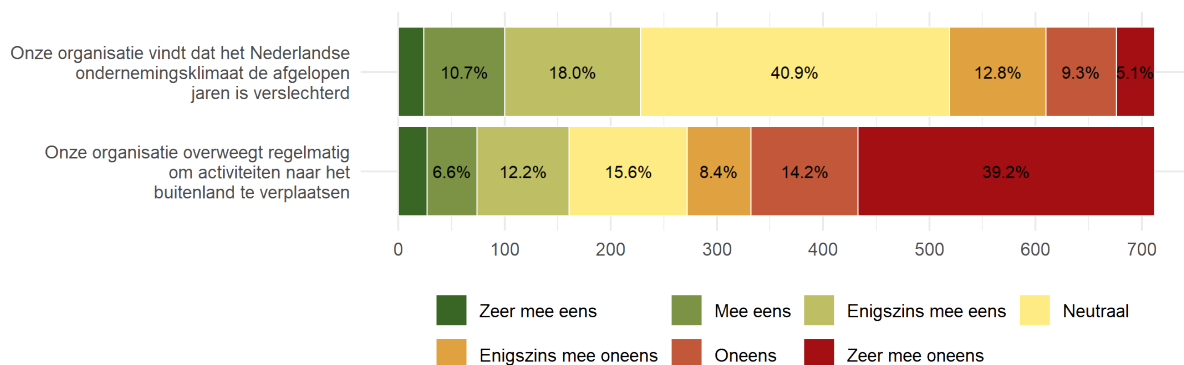
## ⑥ Bijna een kwart van de Nederlandse ondernemingen overweegt om activiteiten te verplaatsen naar het buitenland

Wat betreft de ontwikkeling van het ondernemingsklimaat en mogelijk vertrek van ondernemingen naar het buitenland is er geen eenduidig beeld (zie Figuur 6). Zo'n 32 procent van de respondenten is het eens met de stelling dat het Nederlandse ondernemingsklimaat de afgelopen jaren is verslechterd terwijl 27 procent het hier niet mee eens is. Bijna 41 procent staat neutraal tegenover de stelling.

Bijna 23 procent overweegt om activiteiten naar het buitenland te verplaatsen. Het hoeft hier niet om alle activiteiten te gaan. Daar staat tegenover dat maar liefst 39 procent het zeer oneens is met deze stelling en nog eens 23 procent is het hier (enigszins) mee oneens (zie ook Figuur 6).

Van de organisaties die menen dat het ondernemingsklimaat in Nederland de afgelopen jaren enigszins tot zeer is verslechterd overweegt een groter aandeel om ook echt activiteiten naar het buitenland te verplaatsen. Internationale organisaties zijn negatiever over de ontwikkeling van het ondernemingsklimaat en ze overwegen vaker om activiteiten naar het buitenland te verplaatsen dan niet-internationale organisaties. Zo'n 32 procent vindt het ondernemingsklimaat enigszins tot zeer verslechterd en maar liefst een derde overweegt enigszins tot ten zeerste om activiteiten naar het buitenland te verplaatsen. Er is echter ook onder internationale organisaties een krappe meerderheid die dit (helemaal) niet overweegt.

**Figuur 6: Bijna 23 procent van het bedrijfsleven overweegt om activiteiten naar het buitenland te verplaatsen, maar grote meerderheid overweegt dit niet**



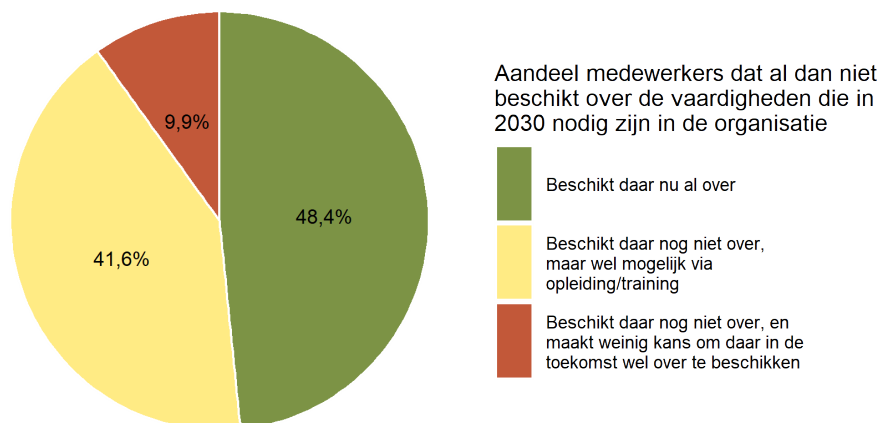
Bron: De Nederlandse Innovatie Monitor 2022, bewerking door SEO Economisch Onderzoek (2022)

Volberda: 'Bedrijven kunnen verschillende motieven hebben om activiteiten te verplaatsen naar het buitenland, waaronder operationele kostenvoordelen, toegang tot talent en klanten, en fiscale motieven. Voor internationale bedrijven kan de drempel lager zijn om activiteiten te verplaatsen, bijvoorbeeld doordat bepaalde activiteiten al reeds elders plaatsvinden. Het verplaatsen van activiteiten naar het buitenland kan bij een groep Nederlandse bedrijven ook samenhangen met internationale expansie. Bij menig lokaal of regionaal georiënteerde onderneming is dat toch een ander verhaal.'

### ⑦ De helft van de medewerkers beschikt nog niet over de in 2030 benodigde vaardigheden

In de Nederlandse Innovatie Monitor is ook gevraagd in hoeverre medewerkers reeds over de vaardigheden beschikken die men in 2030 verwacht nodig te hebben. Leidinggevenden zijn overwegend positief over de kennistransitie binnen hun organisatie. Bijna de helft van de medewerkers beschikt nu al over de vaardigheden die leidinggevenden nodig achten in 2030 (zie Figuur 7). Voor bijna 42 procent schatten leidinggevenden dat zij daar via training en opleiding in 2030 over kunnen beschikken. Het restant (zo'n 10 procent) maakt volgens de werkgevers weinig kans om daar in 2030 mogelijk over te beschikken. Tussen sectoren zijn er wel aanzienlijke verschillen. De sectoren met de hoogste aandelen werknemers die weinig kans maken zijn de financiële dienstverlening (29%), agro, energie & water (26 %) en de bouwnijverheid & vastgoed (24%). Volberda: 'Het is enigszins verrassend te noemen dat managers aangeven dat bijna de helft van de medewerkers reeds over de vaardigheden beschikken die naar verwachting in 2030 nodig zijn. De voortgaande digitalisering, automatisering en toepassing van kunstmatige intelligentie zal vele beroepsgroepen treffen en bedrijven zullen hier nu al op moeten inspelen.'

**Figuur 7: Mate waarin medewerkers reeds over de in 2030 benodigde vaardigheden beschikken**



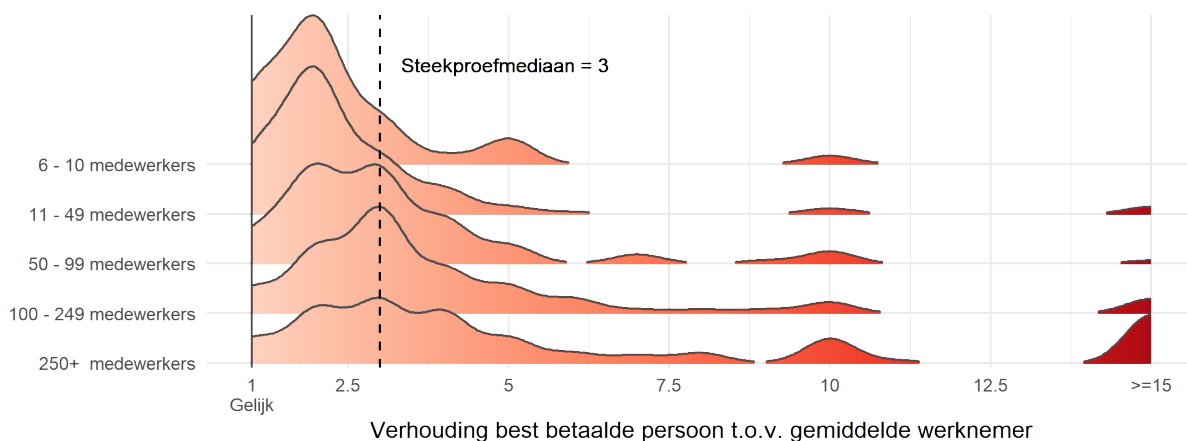
*Bovenstaande figuur is gewogen naar het aantal medewerkers dat de organisatie telt  
Bron: De Nederlandse Innovatie Monitor 2022, bewerking door SEO Economisch Onderzoek (2022)*

**⑧ Bij het doorsnee bedrijf verdient de best betaalde persoon driemaal zo veel als een gemiddelde werknemer**

Om een actueel beeld te schetsen van de beloningsverhouding in het Nederlandse bedrijfsleven, zijn de respondenten van de Monitor gevraagd om aan te geven hoe het salaris van de best betaalde persoon zich verhoudt ten opzichte van het salaris van een gemiddelde werknemer. De resultaten laten zien dat bij het doorsnee Nederlandse bedrijf de best betaalde persoon driemaal zo veel verdient als een gemiddelde werknemer (zie de verticale stippellijn in Figuur 8). Daarnaast laten de data zien dat er samenhang is tussen het aantal medewerkers en de beloningsverhouding: bij grotere organisaties verdient de best betaalde persoon relatief veel. Nadere uitsplitsingen laten zien dat de grootste uitschieters (met een verhouding boven de 50 of zelfs 100) ook qua aantallen werknemers vele malen groter zijn dan de rest van het grootbedrijf (de groep met 250+ medewerkers).

Volberda: 'De beloningsverschillen in zeer grote ondernemingen zijn natuurlijk groter. Het is natuurlijk evident dat een leidinggevende functie in een dergelijke onderneming meer competenties, taken en verantwoordelijkheden met zich meebrengt. Maar de beloningsverschillen in Nederland zijn verhoudingsgewijs klein in vergelijking tot de meer Angelsaksische landen. Toch ontstaat er maatschappelijke en politieke discussie over grote beloningsverschillen in een tijd waar de koopkracht onder druk staat.'

**Figuur 8: Bij het doorsnee bedrijf verdient de best betaalde persoon 3x zo veel als een gemiddelde werknemer**

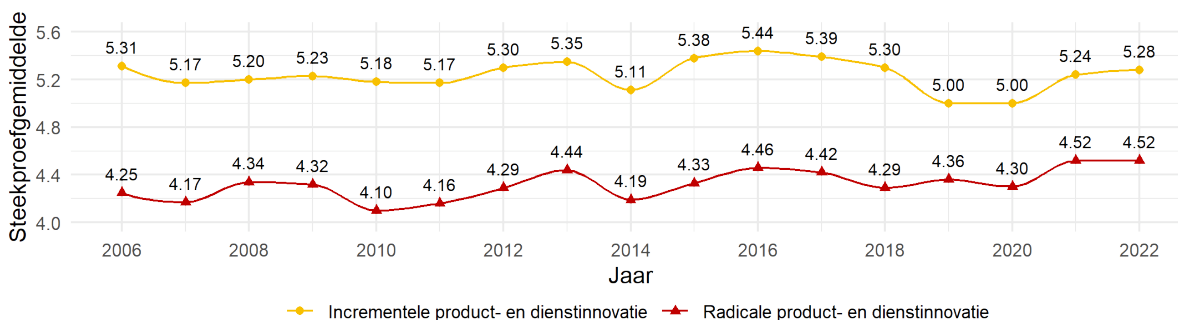


- 1) De salarisverhoudingen zijn gebaseerd op in totaal 533 waarnemingen (bedrijven met >5 medewerkers).
  - 2) Waarden onder de 1 zijn getrunceerd op 1 (de best betaalde persoon kan niet minder verdienen dan gemiddeld).
  - 3) Uitschieters zijn getrunceerd op het hoogste deciel, ter beperking van de invloed van sterk uitwijkende waarden.
  - 4) De doorsnee waarde (steekproefmediaan) voor de getrunceerde populatie is 3,0.
  - 5) Er is gevraagd naar het bruto jaarsalaris inclusief eventuele bonussen, vakantiegeld en dergelijke.
- Bron: De Nederlandse Innovatie Monitor 2022, bewerking door SEO Economisch Onderzoek (2022)

### ⑨ Het innovatievermogen van Nederlandse bedrijven blijft onverminderd hoog

Sinds het begin van de meting van de Nederlandse Innovatie Monitor zijn vragen gesteld over radicale alsmede incrementele product- en dienstinnovatie. Radicale product- en dienstinnovatie heeft betrekking op het betreden van nieuwe markten met technologische kennis die nieuw is voor de onderneming. Incrementele product- en dienstinnovaties zijn gericht op het betreden van soortgelijke markten of bestaande klanten waarbij voortgebouwd wordt op de bestaande technologische kennis. De score op radicale product- en dienstinnovaties in 2022 is vergelijkbaar met vorig jaar (zie ook Figuur 9). Net als vorig jaar is de score op radicale product- en dienstinnovaties nog op het hoogste niveau sinds het begin van de meting in 2006. Volberda stelt dat ‘een mogelijke verklaring hiervoor is dat de marktomstandigheden (herstel coronacrisis, klimaattransitie en de oorlog tussen Rusland en Oekraïne) bedrijven dwingen om op zoek te gaan naar nieuwe producten, markten en afzetkanalen.’ De score bij incrementele product- en dienstinnovatie is eveneens op een vergelijkbaar niveau als in 2021.

**Figuur 9: Ontwikkeling van radicale en incrementele product- en dienstinnovatie**



Bron: De Nederlandse Innovatie Monitor 2022, bewerking door SEO Economisch Onderzoek (2022)

### Over de Nederlandse Innovatie Monitor 2022

De Nederlandse Innovatie Monitor 2022 is 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 dit onderzoek. Gegeven de aard van de vragenlijst bestond de doelgroep vooral uit senior-managers, wat niet ongebruikelijk is in academische managementstudies. Zij zijn hoofdzakelijk via digitale kanalen benaderd. Hiervoor ontvingen zij een link die toegang gaf om een vragenlijst te beantwoorden. Van de personen die medewerking hebben verleend aan dit onderzoek konden er 712 aangewend worden voor de analyses. De periode van dataverzameling liep van eind maart tot begin juni 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 22% van de steekproef. De industrie vertegenwoordigt 17% van de steekproef. Voor de bouwnijverheid en vastgoed is dat 9%. Voor de totstandkoming van de vragenlijst is voor zover als mogelijk gebruik gemaakt van bestaande schalen uit de literatuur.

---

*Meer informatie: Henk Volberda, 06 1297 2233 / [h.w.volberda@uva.nl](mailto:h.w.volberda@uva.nl).*