

Advies

Stimulering Innovatie en Internationalisering MKB
Handreikingen voor scherp beleid

Vastgesteld door bestuur SER Brabant
op 4 september 2008

1. Adviesvraag GS

In het bestuursakkoord 'Vertrouwen in Brabant' is het bevorderen van innovatie en internationalisering van het midden- en kleinbedrijf (MKB) één van de actiepunten. Dit wordt verder uitgewerkt in de Programmalijs "Dynamisch Brabant", waarbij ondermeer gedacht wordt aan het inzetten van innovatie-Scans, het instellen van een MKB-clusterregeling en kennisvouchers voor internationalisering.

In dit kader wordt aan SER Brabant advies gevraagd over hoe het bedrijfsleven, en dan uiteraard vooral het midden- en kleinbedrijf, nauwer bij deze aanpak kan betrokken worden. Daarbij doen zich de volgende vragen voor:

1. Hoe deze bedrijven het beste te bereiken?
2. Welke doelgroepen onderscheiden?
3. Welke rol voor de provincie?

2. Aanpak SER Brabant

Naar aanleiding van de adviesaanvraag is aan dit thema eind 2007 een eerste verkennende bespreking gewijd in de plenaire raad. De uitgangspunten en contouren voor het advies zijn doorgesproken. In dat kader is tevens kennisgenomen van enkele actuele plannen en voornemens op het gebied van innovatie, met name het door Syntens e.a. opgestelde plan "Naar meer participatie in innovatie". Afsproken is een praktisch advies uit te brengen met concrete handreikingen voor het beleid.

SER Brabant onderstreept het grote belang van een slagvaardig en stevig innovatiebeleid voor de concurrentiepositie van de Brabantse economie. Vanwege dat strategische belang is het goed dat het beleid kritisch wordt getoetst op effectiviteit, eenvoud en samenhang.

Dat zijn begrippen die wij in het vervolg van dit advies op verschillende plaatsen aan de orde stellen, vooral omdat juist die zaken enorm belangrijk blijken te zijn voor de ondernemers in het MKB.

De voorbereiding van dit advies is gedelegeerd aan een expertgroep onder voorzitterschap van de heer Ben Besselink, bestuurslid van de SER en van MKB-huize.

Voor een overzicht van de samenstelling van de expertgroep zij verwezen naar de bijlage.

In het navolgende belichten wij eerst kort de actuele ontwikkelingen en percepties met betrekking tot innovatie in Noord-Brabant. Hierbij is gebruik gemaakt van interessant recent onderzoeksmateriaal uit de ERBO-enquête 2007 van de Kamers van Koophandel. Samen met informatie uit de achterbannen van de organisaties van het bedrijfsleven geeft dat een goed inzicht in het innovatiegedrag, de ervaringen en de percepties bij MKB-bedrijven. Dit biedt tevens een helder beoordelingskader voor het beleid.

In dit advies doen wij een aantal praktische aanbevelingen, enkele van algemeen-strategische aard en een aantal meer specifieke aanbevelingen voor de uitvoering.

3. Observaties vanuit ondernemersperspectief: spiegel voor beleid

Als spiegel voor het beleid geven we in deze paragraaf een korte schets van de actuele trends in het innovatiegedrag van ondernemers in het midden- en kleinbedrijf. Deze gegevens zijn met name ontleend aan recent ERBO-onderzoeksmateriaal van de beide Brabantse Kamers van Koophandel. Voor meer specifieke gegevens en grafieken verwijzen we u naar de bijlage.

Naast deze objectieve onderzoeksgegevens worden ook de percepties van ondernemers belicht. Hierbij hebben we ons zowel gebaseerd op de contacten met individuele bedrijven als de inbreng vanuit de organisaties van het bedrijfsleven. Vooral dit materiaal zorgt voor een kritisch toetsingskader voor het innovatiebeleid.

Innovatief vermogen in de lift

In alle Brabantse regio's is het innovatieve vermogen van het bedrijfsleven tussen 2004 en 2007 sterk toegenomen. Voor de gehele provincie Noord-Brabant steeg de innovatiegraad van 65,7% naar 72,5%. De ontwikkelingen in de diverse regio's zijn weergegeven in schema 1 van de bijlage.

Deze cijfers zijn echter erg algemeen van aard, om een beter inzicht te krijgen in de innovatiegraad van de Brabantse bedrijven moet nader worden verbijzonderd.

Zo heeft de bedrijfsgrootte duidelijk impact op het innovatieve vermogen van een bedrijf.

Bedrijven met meer dan 10 werknemers innoveren gemiddeld 11 procentpunten meer dan de kleinere bedrijven met < 10 werknemers. Hieraan moet echter niet het beeld worden ontleend dat bijvoorbeeld in de detailhandel niet zou worden geïnnoveerd, zoals we hieronder zullen zien.

Innovatie breed verspreid

Het is een misvatting te veronderstellen dat innovaties zich met name in specifieke sectoren voordoen, daarom is het ook gevaarlijk om in het beleid met te strikte afbakening te werken.

De industrie is weliswaar koploper, maar innovatie is breed verspreid over alle sectoren. Dat blijkt uit onderstaand staatje met de percentages innovatieve bedrijven per sector in 2007:

Industrie	79,2 %
Bouwnijverheid	69,6 %
Groothandel	76,7 %
Detailhandel	69,2 %
Dienstverlening	69,2 %
w.v. zakelijke dienstvl.	76,5 %

Veel innovaties betreffen organisatie ('sociale innovatie')

Innovatie wordt vaak geassocieerd met het invoeren van nieuwe technologieën of het ontwikkelen van nieuwe producten. In de praktijk blijken innovaties echter relatief vaak betrekking te hebben op veranderingen binnen de organisatie (ca. 34%). Dit betreft innovaties op het gebied van management en arbeid, met een verzamelbegrip ook wel 'sociale innovatie' genaamd. Het belang daarvan zal naar ons oordeel toenemen.

Het aandeel innoverende bedrijven naar soorten innovatie zag er in 2007 als volgt uit:

1. Organisatie	34%
2. Ontwikkeling producten/diensten	26%
3. Verbetering producten/diensten	22%
4. Nieuwe markten	21%
5. Samenwerkingsverbanden	20%
6. Verbetering productieproces	17%

Hierbij moet overigens wel worden aangetekend dat strategische vernieuwing, product/dienst-innovaties en sociale innovatie in de praktijk sterk met elkaar samenhangen. Ze vloeien in elkaar over. Voor het beleid betekent dit dat er niet te zeer moet worden verbijzonderd naar soorten innovatie.

Veel behoefte aan ondersteuning

Minstens driekwart van de ondernemers zoekt steun bij innovatie.

Wat ook opvalt, is dat grotere bedrijven iets meer steun zoeken dan de kleinere bedrijven, wat waarschijnlijk wordt veroorzaakt door de grotere complexiteit van de innovaties. Grotere bedrijven blijken ook vaker steun te zoeken bij kennisinstellingen (universiteit/hbo) of professionele adviesbureaus.

Een zeer opmerkelijk gegeven is verder dat veel MKB-bedrijven bij voorkeur steun zoeken in de markt, bij collega-ondernemers, branche- of bedrijfsverenigingen en bij accountants of banken.

Deze drie ondersteuningskanalen vormen de top 3 bij het zoekgedrag van bedrijven, zie verder bijlage 2.

Keerzijde is dat naar verhouding veel minder steun wordt gezocht bij de professionals in de markt zoals Syntens, de BOM of Senter Novem. Een verklaring is mogelijk de volgende.

Innovatietrajecten in het MKB zijn vaak gebonden aan een specifieke klantvraag met (commerciële) doorlooptijden. Dit verklaart de relatief hoge score bij ondersteuning door collega-ondernemers.

De ondersteuning moet hierop inspelen, de intermediaire instellingen hebben vaak teveel tijd nodig.

Belemmeringen bij innovatie nemen sterk toe

Het aandeel van bedrijven dat belemmeringen ervaart bij innovatie blijkt spectaculair te zijn toegenomen, namelijk meer dan een verdubbeling in vergelijking met drie jaar geleden. Anno 2007 blijken in Noord-Brabant ca. 81 % van de bedrijven problemen te ervaren, zoals kan worden afgelezen uit onderstaande figuur.

Het blijkt vooral de industrie te zijn die tegen problemen aanloopt. Het Brabants gemiddelde is 84,1% en in Zuidoost-Brabant ervaart zelfs 87,9% van de industriële bedrijven belemmeringen bij innovatie.

Naast de industrie blijkt ook de detailhandel hoog te scoren als het gaat om belemmeringen, in Noord-Brabant gaat het om 81,5% van de bedrijven, zie verder onderstaand staatje (2007):

Industrie	84,1%
Detailhandel	81,5%
Dienstverlening	79,8%
Groothandel	79,0%
Bouwnijverheid	78,7%

Belangrijkste belemmering bij veel bedrijven blijkt de factor tijd te zijn.

In vergelijking met 2004 is die factor sterk in betekenis toegenomen en dat heeft ongetwijfeld ook te maken met de gunstige conjunctuur. In tijden van hoogconjunctuur hebben vooral de kleinere bedrijven het gewoon drukker met het afwerken van hun orderportefeuille. Er is dan weinig animo om in te haken op tijdrovende procedures van sommige innovatie-instituten.

Belemmeringen die voorts vaak worden genoemd zijn achtereenvolgens het gebrek aan financiën, de regelgeving van de overheid en de beschikbaarheid van gekwalificeerd personeel.

Transparantie en toegankelijkheid ernstig aandachtspunt! Wie coördineert?

Een aspect waar wij bijzonder aandacht voor vragen is de transparantie en toegankelijkheid.

Vanwege de versnippering (het grote aantal instanties en regelingen) en de ingewikkelde procedures en regelgeving laat dat naar het oordeel van veel bedrijven sterk te wensen over.

Zeer opvallend is dat de professionals in de markt hier heel anders over denken dan hun klanten (de bedrijven).

De professionals vinden het aanbod en instrumentarium redelijk complementair en overzichtelijk, maar de bedrijven denken daar veelal compleet anders over. Men vindt de markt onoverzichtelijk en slecht toegankelijk en er wordt veel geklaagd over de bureaucratische rompslomp.

Er zit weliswaar voldoende ondersteuningsgeld in de markt (denk aan OP Zuid), maar vraag is of de door de overheid vastgestelde criteria wel voldoende aansluiten bij de behoefte en mogelijkheden van MKB-ondernemers.

In het verlengde hiervan stelt zich de kritische vraag hoe het zit met de aansturing van alle acties en initiatieven op innovatiegebied. Wie coördineert hier? Is er niet toch behoefte aan een Innovatieplatform?

De innovatiedoelen zijn redelijk helder, de instrumenten zijn ook beschikbaar, maar de samenhang ontbreekt. Kortom, al deze vragen geven aanleiding voor gerede twijfel over de vraag of we de innovatiedoelen richting MKB wel gaan halen. Vanwege het belang van innovatie voor de Brabantse economie op langere termijn vindt de SER dit een vitaal vraagstuk voor de provincie.

Internationalisering: we blinken niet uit

Uit diverse onderzoeken blijkt dat Nederland en ook Brabant in Europees verband zeker niet vooroploopt, en dat is vreemd voor een land met een per definitie open economie.

Uit de actuele exportcijfers van het ministerie van Economische Zaken en de Kamers van Koophandel blijkt dat ca. 15% van de bedrijven in Brabant een actieve relatie onderhoudt met het buitenland. Dit cijfer wordt weliswaar een stuk hoger als we ook de import, outsourcing e.d. in de beschouwingen betrekken, maar dan nog blinken we niet echt uit.

Internationalisering wordt in de diverse beleidsrapporten wel gepredikt, maar in de praktijk blijkt het nog allerminst goed te werken. Eén van de belemmerende factoren is de taaiere regelgeving, bijvoorbeeld als het gaat om het internationaal kennismanagement van bedrijven (tijdelijk huisvesten van internationale kenniswerkers).

Het internationaal economisch beleid van de provincie – uitgevoerd door de BOM e.a. – is vooral gericht op de verre bestemmingen (thans China en India). Het betreft dan met name het promotie & acquisitiebeleid en in mindere mate de handelsbevordering.

Aangezien algemeen bekend is dat het MKB meer gericht is op de regionale en de “dichtbij-markten”, is dit beleid voor het MKB nauwelijks interessant. Dat vraagt naar ons oordeel om meer aandacht voor interregionale handelsrelaties en partnerships in Noordwest-Europa. In het kader van haar MKB-doelstellingen zou de provincie op dit punt nadrukkelijker kunnen aansluiten op lopende programma's van de Kamers van Koophandel en de onderwijsinstellingen.

Verder kan ook worden gedacht aan het stimuleren en faciliteren van het uitbouwen van stedenrelaties, bijvoorbeeld op het gebied van detailhandelsconcepten.

Uit ervaringen met een aantal projecten leiden wij af dat de relatie tussen het HBO en het MKB interessant kan zijn voor het stimuleren van internationalisering bij het MKB.

Daarbij verwijzen wij naar internationaal gerichte opleidingen zoals ‘International Business and Languages’ of ‘International Business and Management Studies’ van instellingen als AVANS en Fontys.

Interessante voorbeelden zijn projecten als “Bewust naar het buitenland” en “Succesvol de grens over” waarbij afstuderende HBO'ers aan MKB-bedrijven worden gekoppeld om hen te helpen bij het betreden van buitenlandse markten. Een regeling die ook goed blijkt te werken in de praktijk is de PSB-regeling (Project Starters op Buitenlandse markten). Het succes zit hem in de combinatie van laagdrempelige subsidie in combinatie met deskundig advies en begeleiding. Deze regeling wordt merendeels uitgevoerd door de Kamer van Koophandel.

De SER adviseert de provincie om haar op internationalisering gerichte MKB-beleid sterker te relateren aan dit soort activiteiten. Ook kunnen wij ons goed voorstellen dat gevestigde (grotere) ondernemingen een rol kunnen spelen, ons advies is hen te betrekken in het netwerk.

4. Handreikingen voor het beleid

4.1 Strategische aanbevelingen

1) **Creëer een kritisch evaluatiemoment voor het Brabants innovatiemodel; naar een 'Brabantse Innovatie Autoriteit'?**

Vanuit ondernemersperspectief geldt als belangrijkste knelpunt de toegankelijkheid en transparantie van de innovatiemarkt, zoals in het voorgaande uitvoerig is beschreven. De SER beveelt de provincie aan om een kritisch evaluatiemoment te creëren:

Gebruik de ervaringen uit enkele majeure projecten die thans in de markt worden gezet - onder meer het 1000 MKB-plan en het Actieplan "Groeï" - voor het ontwikkelen van een transparant en effectief Brabants innovatiemodel. Kijk ook wat een 6-tal jaar werken met het IAB-programma (Innovatieve Acties Brabant) heeft opgeleverd, kijk ook naar de ervaringen van individuele bedrijven.

Wat naar ons oordeel steeds voorop moet staan is dat wordt afgerekend met inefficiënties en versnippering.

Vooruitlopend op dit kritische evaluatiemoment bevelen wij aan dat regelingen en werkwijzes kritisch worden getoetst op eenvoud en laagdrempeligheid. Wil men het MKB beter bereiken dan is dat immers van essentieel belang. Verder zou als "Brabantse regel" kunnen worden ingevoerd dat met nieuwe initiatieven zoveel mogelijk aansluiting wordt gezocht bij de bestaande infrastructuur (bundeling). Dat voorkomt dat de innovatiemarkt nog verder versnipperd en vertroebeld.

Gezien het ontbreken van enige sturing en coördinatie (doelen, instrumenten, samenhang, effecten) van alle initiatieven en projecten gericht op de MKB-ondernemers, is er naar het oordeel van de SER aanleiding voor het instellen van een soort 'Brabantse Innovatie Autoriteit'.

2) **Structureel aandacht voor het meten van resultaten en effecten**

Aanbevolen wordt structureel aandacht te besteden aan het meten van resultaten en effectiviteit.

Vragen als: wat heeft de ondernemer eraan gehad, wat hebben verschillende projecten en initiatieven nu concreet opgeleverd voor het MKB? Kortom: MEER METEN! Niet als eindpunt van een initiatief of actie, maar als vertrekpunt voor nieuwe initiatieven.

Notie: veel acties of initiatieven lijken "pardoes" te worden gelanceerd en vervolgens worden er ondernemers bij gezocht. Meer transparantie en voorlichting over wie organiseert wat en voor wie en met welk doel? Dit voorkomt dat vaak aan het eind van een project moet worden vastgesteld dat het MKB er beter bij betrokken had moeten worden

3) **Meersporenbeleid (pull en push)**

Wat betreft de doelgroepafbakening heeft de provincie gekozen voor een pullbenadering¹ vanuit de kansrijke sectoren en clusters (de zgn. Pieken in de Delta): high-tech systems, food, health, maintenance, (kust)toerisme, logistiek en bio-energie. Een bredere groep innovatieve MKB'ers kan in die clusters innovaties doorvoeren en hun positie als toeleverancier wordt daarmee versterkt. Deze aanpak is uitgeschreven in het projectplan Innovatie Zuid 2008-2012, dat een directe koppeling maakt met de grote geldstromen in het kader van OP-Zuid. Vooronderstelling is dat deze benadering zal zorgen voor een aanzuigende werking naar het bredere MKB.

SER Brabant wijst deze benadering zeker niet af, maar wij wijzen wel op de gevaren van een te beperkte focus. In het voorgaande hebben we immers kunnen vaststellen dat innovatie breed verspreid is over de verschillende sectoren.

Op dit punt verkeren wij in goed gezelschap, de WRR heeft hier namelijk in een recent rapport ook op gewezen². De WRR stelt dat prioriteiten voor innovatie niet zijn toe te schrijven aan bepaalde bedrijfstakken of gebieden van technologie. Innovatie komt in feite overal voor, ook in de detailhandel, en laat zich niet opsluiten in een bedrijfstak of technologie.

Opgepast moet dus worden voor een beleid dat te zeer getypeerd kan worden als 'backing the winners'. SER Brabant adviseert om die reden het voeren van een meersporenbeleid, waarbij naast de 'pieken' ook andere onderdelen van het bedrijfsleven aan bod komen.

Om nu te voorkomen dat het beleid alle kanten uitwaaiert, kan dit gestalte krijgen door als provinciale overheid tevens een scherper pushbeleid te voeren door een aantal publieke domeinen aan te wijzen waar maatschappelijke prioriteiten liggen en waar de gewenste innovatie niet vanzelf op initiatief van bedrijven plaatsvindt. Wij denken aan velden als energie³, veiligheid, water, zorg en domotica. Op die terreinen krijgen (MKB) bedrijven vervolgens kansen om innovaties toe te passen en door te voeren en daarmee krijgt het provinciaal innovatiebeleid tegelijkertijd een scherper profiel.

Een mogelijk interessant model in dit verband is het SBIR-systeem (Small Business Innovation Research) in de VS, waar een vast percentage van de overheidsmiddelen besteed moet worden in kleinere en middelgrote bedrijven. Hiermee is men zeer succesvol met het in de markt trekken van innovatie in kleine bedrijven.

Wij bevelen aan de mogelijkheid van invoering in Brabant serieus en zonodig ter plekke te onderzoeken.

4.2 Specifieke aanbevelingen

4) **MKB-ondersteuningsfaciliteit in het voortraject**

Regelingen en procedures zijn voor MKB-bedrijven vaak te ingewikkeld en te tijdrovend. Bovendien zijn de prioriteiten van overheidsregelingen vaak onvoldoende toegesneden op de innovatievragen en behoeften in de bedrijven. Een beter bereik van het MKB vraagt om extra faciliteiten in de voorfase.

¹ Actieplan Dynamisch Brabant 2008, Een schone, slimme en concurrerende economie

² WRR-rapport Innovatie vernieuwd, opening in viervoud", mei 2008

³ Zie ons recente advies "Brabant Energieneutraal als economische kans"(mei 2008)

Aanbevolen wordt een faciliteit te scheppen voor het begeleiden en helpen van ondernemers in het voortraject (diagnosefase en projectvoorbereiding). Het invoeren van een vouchersysteem voor de bekostiging van activiteiten in deze fase zou naar ons oordeel bijzonder effectief zijn. SER Brabant beveelt aan dat de Provincie dit nader uitwerkt met een partij als de Kamers van Koophandel, die bereid en in staat is om de faciliteiten in het voortraject te versterken. Ook de bedrijvenverenigingen kunnen in dat verband mogelijk een waardevolle rol vervullen.

Voorts doen wij de suggestie om toe te werken naar een Spoorboekje Innovatie voor MKB-bedrijven, met aandacht voor de verschillende instanties en aanliegroutes (ook onderwijs, gemeenten e.d.). De door de KvK Brabant ontwikkelde brochure 'Innovatiepoort' kan daarvoor een opmaat zijn.

5) *Geen nieuwe loketten, maar directe benadering*

Een aanbodgerichte benadering in de vorm van het instellen van loketten blijkt in de praktijk onvoldoende te werken. Er blijven drempels bestaan waardoor het bereik van vooral de kleinere bedrijven sterk tegenvalt. Ervaringen met recente projecten, bijvoorbeeld van de Kamer van Koophandel in West-Brabant of HAS Kennistransfer in 's-Hertogenbosch laten zien dat een directe benadering van bedrijven veel beter werkt mits bedrijven worden benaderd door bedrijfskundig geschoolde mensen die heel goed weten wat er in een bedrijf omgaat.

Mede op grond hiervan ondersteunen wij het door Syntens e.a. ontwikkelde impulsplan⁴, dat moet voorzien in een innovatieboost naar het bredere MKB. Doelstelling daarbij is om de komende periode de innovatiekansen voor 1.000 MKB-bedrijven in beeld te brengen door middel van innovatiescans.

Dit project moet naar ons oordeel bijdragen aan een à priori vraaggerichte benadering in het Brabantse innovatiebeleid.

6) *Meer aansluiting zoeken met actoren in de markt*

We hebben al eerder aangegeven dat ondernemers in eerste instantie ondersteuning zoeken in de markt, bij collega-ondernemers, bedrijvenverenigingen of accountants en banken.

Het gaat te ver om te concluderen dat die actoren een rol in de uitvoering zouden moeten krijgen want daarvoor zijn ze onvoldoende geëquipeerd. Wel zijn wij van oordeel dat serieus moet worden bezien hoe – in het kader van een effectiever innovatiebeleid richting MKB – er een steviger koppeling kan komen tussen deze collegiale contacten en de professionele 1^e en 2^e lijnsvoorzieningen.

Banken en accountants kunnen bijvoorbeeld worden ingeschakeld als verwijzers of ambassadeurs.

7) *Broedplaatsen en innovatiecafés*

Broedplaatsen voor 'open innovatie' zoals de High Tech Campus en laagdrempelige netwerken als het Metaalhuis in Zuidoost-Brabant zijn zeer succesvol in het bereiken van het MKB.

In het kader van dit advies verbinden wij hieraan de conclusie dat dit type initiatieven met steun van de provincie zou moeten worden uitgerold over Brabant.

Daarnaast beveelt de SER aan het vaker en over de hele provincie verspreid organiseren van innovatiecafés met matchmogelijkheden tussen ondernemers met vragen en de voor hen relevante spelers op de markt. De provincie kan dit stimuleren en faciliteren.

Wat naar ons oordeel ook verhelderend en uitnodigend kan werken is het benoemen van thema's die MKB-bedrijven bezig houden.

⁴ Syntens e.a., "Naar participatie in innovatie!", september 2007

8) **Communicatie naar het MKB**

In aansluiting op voorgaande aanbevelingen wijzen wij op het belang van meer gerichte en gebundelde communicatie naar het MKB. Daarbij uiteraard veel aandacht voor de vele initiatieven die in de markt gezet worden, vooral ook aandacht voor de koppeling met sectorale projecten, broedplaatsen etc. etc. Ook zou moeten worden gedacht aan een wervender communicatie via het internet. De website “Brabant Innoveert” kan marktgerichter worden ingericht en meer MKB-proof worden gemaakt à la Flanders DC.

9) **Internationalisering: meer aandacht voor “dichtbij-markten” MKB**

Het internationale beleid, met name ten aanzien van promotie & acquisitie, is veelal gericht op de verre bestemmingen. Dat is voor het MKB nauwelijks interessant, omdat dat immers veel meer is gericht op de regionale of interregionale markt. Dit pleit ervoor om in het provinciale beleid, bijvoorbeeld in het kader van Dynamisch Brabant, meer gericht te focussen op de relaties met de “dichtbij-markten” en partnerships in Noordwest-Europa. In het kader van haar MKB-doelstellingen zou de provincie op dit punt nadrukkelijker kunnen aansluiten en voorbereiden op lopende programma’s van de Kamers van Koophandel en de kennisinstellingen.

Ook kan worden gedacht aan het stimuleren van uitwisselingsprojecten en MKB-excursies/studiereizen naar aangrenzende Europese regio’s. Denk bijvoorbeeld ook aan het uitbouwen van stedenrelaties bijvoorbeeld op het gebied van stedelijke detailhandelsconcepten. Dit kan worden uitgewerkt in de vorm van internationale uitwisselingsprojecten voor en van het MKB.

10) **Relatie MKB en onderwijs (HBO)**

Bij het thema “Internationalisering en MKB” gaat het vooral om het ‘gereedmaken’ van een bedrijf voor internationaal zakendoen en vervolgens het helpen ontsluiten van nieuwe, buitenlandse markten. Ervaringen met een goed lopend project als “Bewust naar het buitenland” (samenwerking Kamers van Koophandel, Avans e.a.) wijzen uit dat de trits HBO – MKB – coaching een succesfactor is voor het stimuleren en versterken van de internationale gerichtheid van het midden- en kleinbedrijf. Studenten worden in het kader van praktijkgerichte studies als ‘International Business and Languages’ of ‘International Business and Management Studies’ gekoppeld aan MKB-bedrijven en dat blijkt in de praktijk erg goed te werken.

Wij zijn van oordeel dat het faciliteren en uitbouwen van dit soort opleidingen effectief is, het draagt in sterke mate bij aan de internationalisering van het midden- en kleinbedrijf. De provincie kan mogelijk een rol spelen bij het wegwerken van knelpunten. Initiatieven als het instellen van een ondernemerscentrum bij Avans, waar alle activiteiten van de onderwijsinstelling richting het MKB worden gebundeld, moeten in feite worden bekostigd uit het onderwijsbudget en dan loopt men al snel aan tegen de grenzen van de reguliere budgetten.

Bezien moet worden of hiervoor ook alternatieve bekostigingsmogelijkheden kunnen worden gevonden.

Kennisontwikkeling over “internationalisering en MKB” is overigens in ieder geval belangrijk en in dat verband kan de provincie overwegen om het instellen van een Lectoraat Internationalisering MKB financieel te steunen. Dit kan naar ons oordeel bijdragen aan de noodzaak om een innovatief én internationaal ondernemender klimaat te bevorderen.

5. Tot besluit: de specifieke vragen van GS

In het voorgaande hebben wij een 10-tal aanbevelingen gedaan voor een scherp geprofileerd provinciaal innovatiebeleid richting MKB:

- Creëer een kritisch evaluatiemoment voor het Brabantse innovatiemodel
- Structureel aandacht voor het meten van resultaten en effecten
- Meersporenbeleid (pull en push)
- MKB-ondersteuningsfaciliteit in de diagnosefase (vouchers!)
- Geen nieuwe loketten, directe benadering
- Meer aansluiting met actoren in de markt
- Broedplaatsen en innovatiecafés
- Communicatie naar het MKB
- Internationalisering: meer aandacht voor “dichtbij-markten” MKB
- Versterk de relatie tussen MKB en onderwijs (HBO)

Onder verwijzing naar de uiteenzetting bij ieder van deze aanbevelingen gaan we nu nog even terug naar de in de adviesaanvraag van het College van GS gestelde, meer specifieke vragen.

Vraag 1: Hoe deze bedrijven het beste te bereiken?

Geen nieuwe loketten maar directe benadering. Toets werkwijzen en regelgeving kritisch op eenvoud en laagdrempeligheid voor het MKB, stop verdere versnippering.
Kies waar nodig voor een vernieuwende aanpak met meer betrokkenheid van actoren in de markt.

Vraag 2: Welke doelgroepen onderscheiden?

Geen strikte afbakening naar doelgroep, maar ruimte voor meersporenbeleid.
Wel aandacht voor soorten innovatie. Meer focus op innovaties op het gebied van organisatie management en arbeid (sociale innovatie) die in belang gaan toenemen.

Vraag 3: Welke rol voor de provincie?

Regisseren en faciliteren.
Enerzijds innovatieboost naar MKB faciliteren en daarnaast een eigen (scherper) provinciaal profiel ontwikkelen door het aanwijzen van gebieden waar vanwege maatschappelijk belang innovaties worden gestimuleerd, met bijzondere kansen voor het MKB.
Meer specifiek aandacht in het economisch beleid voor de “dichtbij-markten”.

Bijlage 1

Lijst geraadpleegde personen

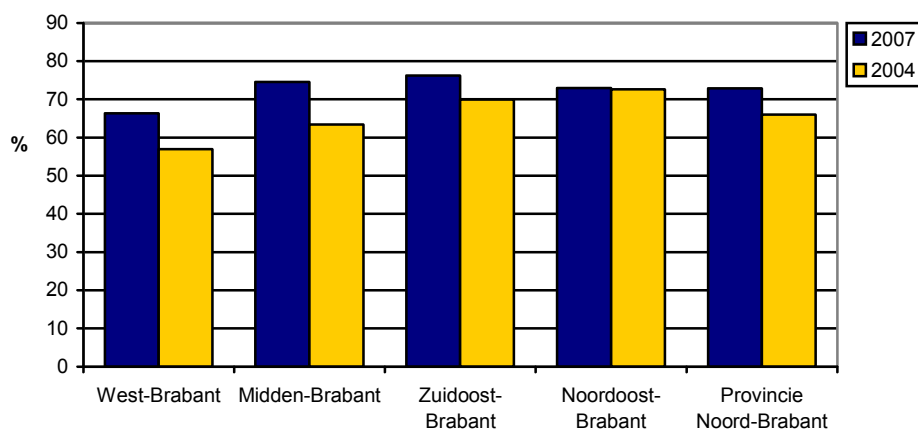
drs. R. van Baden	FNV Bondgenoten, bestuurslid SER
ing. F. Bakx	ondernemer, MKB-bestuurder, bestuurslid SER
drs. B. Besselink	ondernemer MKB-bestuurder, bestuurslid SER
drs. H. Bijsterbosch	provincie Noord-Brabant, SEB, Dynamisch Brabant
ir. A. Bogers	ondernemer, Installatiebedrijf Kuijpers BV, Helmond
dhr. F. Boleij	KvK Brabant, exportmanager
drs. G. Bosch	KvK Brabant, Hoofd Regiostimulering
dhr. P. Peter Geelen	ondernemer, CtTAC / My Uice Den Bosch
dhr. G. Hijl	HAS, directeur Kennistransfer
drs. T. Klerks	AVANS Hogeschool
dhr. P. Kopeczek	The Virtual Manager
prof. dr. B. Nooteboom	UvT, hoogleraar Innovatie, lid WRR
mevr. drs. M. Renée	KvK Brabant, beleidsadviseur Kennis & Innovatie
ir. B. Spierings	Philips Nederland, High Tech Campus
drs. M. Voeten	KvK Zuidwest-Nederland, adjunct directeur
drs. J. Wouterse	KPMG regio Zuid, 's-Hertogenbosch

Gegevens over het innovatiegedrag van ondernemers
(bron: ERBO 2007, Brabantse Kamers van Koophandel)

Innovatief vermogen in de lift

In alle Brabantse regio's is het innovatieve vermogen van het bedrijfsleven tussen 2004 en 2007 sterk toegenomen. Voor de gehele provincie Noord-Brabant steeg de innovatiegraad van 65,7% naar 72,5%. De ontwikkelingen in de diverse regio's zijn weergegeven in onderstaand schema:

Schema: Aandeel bedrijven dat de laatste 3 jaar innovaties heeft doorgevoerd



Meeste innovaties betreffen organisatie ('sociale innovatie')

Innovatie wordt vaak geassocieerd met het ontwikkelen van nieuwe producten of het invoeren van nieuwe technieken, maar in de praktijk blijken innovaties echter relatief vaak ook betrekking te hebben op veranderingen binnen de organisatie (ca. 34%). Dit betreft innovaties op het gebied van management en arbeid, met een verzamelbegrip ook wel 'sociale innovatie' genaamd.

Het aandeel innoverende bedrijven naar soorten innovatie zag er in 2007 als volgt uit:

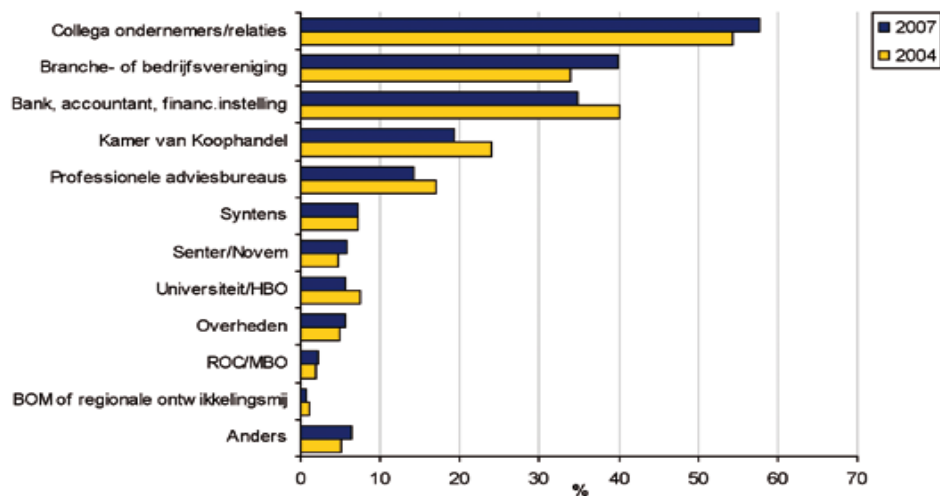
- | | |
|------------------------------------|-----|
| 1. Organisatie | 34% |
| 2. Ontwikkeling producten/diensten | 26% |
| 3. Verbetering producten/diensten | 22% |
| 4. Nieuwe markten | 21% |
| 5. Samenwerkingsverbanden | 20% |
| 6. Verbetering productieproces | 17% |

Veel behoefte aan ondersteuning

Minstens driekwart van de ondernemers zoekt steun bij innovatie.

Een opmerkelijk gegeven is dat bedrijven bij voorkeur steun zoeken bij collega-ondernemers, branche- of bedrijfsverenigingen en accountants/financiële instellingen. Deze drie ondersteuningskanalen vormen de 'top 3' bij het zoekgedrag van bedrijven, zoals duidelijk blijkt uit onderstaande figuur:

Schema: Aandeel (%) bedrijven dat steun en kennis zoekt bij innovatie per 'kanaal'



Belemmeringen bij innovatie nemen sterk toe

Het aandeel van bedrijven dat belemmeringen ervaart bij innovatie blijkt spectaculair te zijn toegenomen, namelijk meer dan een verdubbeling in vergelijking met drie jaar geleden. Anno 2007 blijken in Noord-Brabant ca. 81 % van de bedrijven problemen te ervaren, zoals kan worden afgelezen uit onderstaande figuur.

Schema: Aandeel bedrijven dat belemmeringen ervaart bij innovatie (2004 en 2007)

