

# DE 'ONTHUTSENDE' ZOEKTOCHT VAN INNOVATIESPOTTER

*Gea Vellinga's gezicht betreft eens te meer. „Onthutsend was het. De eerste keer dat we de uitkomsten van ons onderzoek zagen, dachten we: dit kan niet kloppen.” Maar het klopte wel degelijk dat het Groningse bedrijf Innovatiespotter meer - veel meer zelfs - innovatieve bedrijven ontdekte dan andere partijen.*

Het zou daarom best kunnen dat de overheid partijen over het hoofd ziet bij subsidietoekenning. Vellinga zegt het niet te weten: „Want we weten niet wat de overheid al dan niet goedkeurt. We vonden in onze gegevens wel het tegenovergestelde: bedrijven die een subsidie hadden gekregen maar die door ons amper worden herkend als innovatieve bedrijven.”

Innovatie is dankzij data-speurder Innovatiespotter een genuanceerde aangelegenheid geworden. De door het Groningse bedrijf gehanteerde methodiek zorgt voor een meer adequate zoektocht.

Een voorbeeld: 63 procent van de onderzochte bedrijven in de energie is niet onder de noemer energie te vinden. Wat is het geval? De zogenoemde SBI-code vormt het struikelblok. Die code bepaalt in welke sector een bedrijf ingedeeld moet worden. Wie ooit iets in de metaal deed en nu bijvoorbeeld windmolens maakt, is en blijft een metaalbedrijf.

Het onderzoek van Innovatiespotter maakt duidelijk dat bedrijven niet langer onder één naambordje te vatten zijn. Het onderzoek behelsde de regio Groningen-Assen. Daar bleek dat energiebedrijven bijvoorbeeld voor 37 procent overlap hebben met htsm-bedrijven (hightech systems & materials), voor 30 procent met de bouw, voor 23 procent met de ict en voor 12 procent met chemie. Voor het goede begrip: bij de meeste bedrijven zijn er meerdere van dit soort crossovers.

Innoveren is na winst maken het hoogste goed voor een ondernemer. Want een innovatie betekent de glans van vernieuwing voor een onderneming en daarmee vaak ook een steviger toekomst. En innovatiedrift wordt in principe beloond met bijvoorbeeld subsidies en dat is voor sommige vernieuwers een onmisbare geldbron.

Het gaat fout bij de zogenoemde SBI-code (Standaard BedrijfsIndeling), een door het CBS gebruikt systeem om economische activiteiten te classificeren. Die code is van belang voor analyses en statistieken.

Vellinga: „Maar veel bedrijven passen niet meer in die code. Als je onderhand voor de helft aan ict doet – en dat geldt voor veel bedrijven – val je niet onder ict. De codes deugen niet meer en zijn desondanks niet aangepast. Dat is heel vervelend, want het economisch beleid wordt wel opgehangen aan die code.”

## Energie cross-sectoriaal

Overlap met thema's	Energie	Aantal
HTSM	37%	172
Water	35%	166
Bouw	30%	140
Energie	23%	106
ITC	22%	107
Agrifood	21%	103
Circulaire eco	21%	97
Logistiek	21%	100
Creatieve Ind.	21%	99
Lifescience & health	20%	94
Chemie	12%	58
Biobased	11%	52
Tuinbouw	8%	39

*Hoe dit te lezen: 37% van de energie-organisaties komt ook voor in htsm (hightech systems & materials) en het gaat om in totaal 172 organisaties. Overigens herbergt 59% van de energiebedrijven meer dan drie thema's.*

Het grote probleem is dat een bedrijf maar één code kan hebben. Vellinga: „Een agrarisch bedrijf is en blijft een agrarisch bedrijf, terwijl dat soort bedrijven tegenwoordig veel aan biobased doen en vaak ook windmolens runnen. Je vindt die bezigheden niet terug. We hebben wereldmarktleiders in ons gebied maar die zijn niet terug te vinden in de branche waarin ze excelleren. Dat is toch vreemd?!”

Wat Vellinga verbaast is dat de SBI-code een belangrijk ingrediënt is voor innovatiebeleid. „Ons onderzoek laat dus zien dat niet de juiste bedrijven worden gevonden voor dat beleid.”

Professor Jouke van Dijk van de Rijksuniversiteit Groningen is bezig de gegevens van Innovatiespotter te valideren. „Hij kan bij data waar wij om bijvoorbeeld concurrentiegevoelige redenen niet bij kunnen”, vertelt Vellinga. „Hij kan onze bevindingen soms bevestigen.”

De vraag is natuurlijk of Innovatiespotter wél alle innovaties in beeld krijgt. Vellinga: „Ja, maar het is een utopie om alles in beeld te krijgen. Ons streven is tachtig procent. Waarom honderd procent niet lukt? Sommige bedrijven presenteren zich nog steeds slecht en die kunnen we via big data niet achterhalen. En sommige bedrijven, zoals Catawiki, hebben innovatie in het businessmodel en minder in de techniek.”