

Persbericht

Lijnmanagers ontevreden over uitkomst van innovatieproces

~ onderzoek Celerant Consulting: slechts éénderde van innovatieprojecten gericht op nieuw product ~

Amsterdam/ Brussel, 21 augustus 2007 – Celerant Consulting heeft een Europees innovatie-onderzoek uitgevoerd onder 300 lijnmanagers in de werkgebieden R&D, sales en marketing. Het onderzoek toont aan dat de respondenten ontevreden zijn over de uitkomst van het innovatieproces in hun organisatie. En waar innovatie nog vaak gekoppeld wordt aan nieuwe producten en diensten, blijkt uit het onderzoek dat slechts éénderde van alle projecten te maken heeft met de ontwikkeling van een compleet nieuw product. De ondervraagde lijnmanagers zijn werkzaam bij topbedrijven [1] die gezamenlijk goed zijn voor meer dan driekwart van het Europese en 21 procent van het wereldwijde R&D-budget.

Centraal in het onderzoek stond de vraag hoe tevreden de lijnmanagers zijn met de diverse belangrijke aspecten van innovatie binnen hun eigen bedrijf. Een ander aspect van het onderzoek beschreef de effectiviteit van het innovatieproces in eigen huis. De belangrijkste bevindingen uit het onderzoek zijn:

- Amper éénderde van alle innovaties is een nieuw product
- Beloningssystemen voor innovatieve ideeën werken niet
- De respondenten uit de automobiellindustrie zijn tevreden met de innovatieprocessen
- De respondenten uit de maakindustrie beoordelen de R&D-afdeling als slecht

Ontevreden over de uitkomst van innovatieproces

Alle onderzochte branches noemen het zelf ontwikkelen van ideeën, het beloningssysteem en de meting van de key performance indicator als aandachtspunten die voor verbetering vatbaar zijn. Het onderzoek toont aan dat lijnmanagers twijfelen aan de interne vaardigheid om innovatieprojecten uit te voeren.

Een tweede blik op de resultaten laat zien dat er grote verschillen bestaan tussen de sectoren onderling. Respondenten uit de energiesector zijn bijzonder ontevreden over de ontwikkeling van ideeën, terwijl de respondenten uit de maakindustrie niet tevreden zijn met het beloningssysteem. De respondenten uit de automobiellindustrie zijn op dat gebied het meest tevreden. De vaardigheid van de eigen R&D-afdeling werd door de respondenten uit de maakindustrie als bijzonder slecht beoordeeld.

Respondenten uit de automobielandustrie, Life Sciences en HighTech zijn naar eigen inzicht werkzaam in de meest innovatieve branches. Het zijn met name de volwassen innovatieprocessen die er in deze sectoren voor zorgen dat ideeën ook werkelijkheid worden.

Slechts éénderde is nieuw

Als er gekeken wordt naar het innovatieportfolio van de ondervraagde bedrijven, valt op dat 63 procent van de innovatieprojecten een looptijd heeft van minder dan 2 jaar. Bovendien bevat niet ieder innovatietraject ook daadwerkelijk een innovatie: Tweederde van alle in dit onderzoek betrokken projecten houdt zich bezig met ondersteuning en productverbetering. Slechts éénderde van alle projecten heeft met de ontwikkeling van een compleet nieuw product te maken.

Sleutel innovatiemanagement ligt bij uitvoering strategie

“Het begrip innovatie wordt te pas en te onpas gebruikt. Innovatie vindt niet alleen plaats bij het nieuw en doorontwikkelen van producten, maar ook het bij het verbeteren van processen in de gehele waardeketen”, aldus Jeroen van der Meer, Vice President Operations en Country Manager Benelux bij Celerant. “Verder valt ook het inzetten van nieuwe bedrijfsmodellen onder de noemer innovatie, aangezien daarmee een wezenlijke bijdrage aan het bedrijfsresultaat behaald kan worden.”

“Het onderzoek toont duidelijk aan dat het hoofdprobleem van innovatiemanagement niet ligt in de formulering van de strategie, maar in de uitvoering daarvan”, vervolgt Van der Meer. “Klassieke prestatieverbeterende gereedschappen, zoals een prestatiegeoriënteerd beloningssysteem bij de productie of het nemen van beslissingen op basis van vooraf bepaalde kengetallen in de supply chain worden op het gebied van innovatie nog niet structureel ingezet. Hier is dan ook sprake van een enorm verbeterpotentieel.”

(578 woorden)

BERICHT VOOR DE REDACTIE

Over Celerant

Celerant Consulting (Celerant) is een wereldwijd toonaangevend management adviesbureau, gespecialiseerd in het realiseren van operationele transformatie bij ondernemingen in diverse sectoren.

Celerant helpt toonaangevende bedrijven wereldwijd duurzame verbeteringen zowel boven als onder de streep te realiseren.

In 2006 hielp Celerant zijn klanten voor meer dan 1 miljard dollar aan duurzame resultaten te realiseren. De afgelopen 20 jaar is Celerant uitgegroeid tot het grootste onafhankelijke bureau op het gebied van operationele consultancy, met een omzet van 145 miljoen dollar in 2006.

Meer informatie kunt u vinden op de website, www.celerantconsulting.com

Voor verdere persinformatie kunt u contact opnemen met:

Cathelijne van den Bosch van LEWIS Communicatie

Tel.: +31 (0)40 235 46 00

Fax.: +31 (0)40 235 46 01

E-mail: cathelijnev@lewispr.com

Website: <http://www.lewispr.com>

Wiebe de Vries van Celerant Consulting

Tel: +31 (0)20 570 54 17

Fax: +31 (0)20 570 54 01

E-mail: wiebe.devries@celerantconsulting.com

Website: <http://www.celerant.nl>