

Innovatieve Nederlanders?

“**D**e kracht van innovatie ligt in samenwerking”, zei minister Kamp bij de opening van de nieuwe broedplaats M μ op de High Tech Campus van Eindhoven. Welke economische gedachte zit achter deze zin van Kamps ghostwriter? Is er enig bewijs dat samenwerking tot meer leidt dan overloos gepraat of gebazel over de triple helix?

Een week eerder had een team van de TU Delft en de VU het wereldrecord hightech-fietsen op 133,78 km per uur gebracht. Een succesvolle inhoudelijke samenwerking tussen Amsterdamse studenten Bewegingswetenschappen en Delftse aankomende ingenieurs, die samen slimme oplossingen bedachten voor problemen die zich onverwachts aandienen. Maar het was niet alleen de samenwerking die succes bracht, ook de competitie en de wil om te winnen speelden een cruciale rol. Hebben we in Nederland de goede balans tussen samenwerking en concurrentie gevonden?

Ons Ministerie van Economische Zaken zal deze vraag ongetwijfeld bevestigend beantwoorden. Het kan daarbij bijvoorbeeld wijzen op de Global Innovation Index van Insead, waarop Nederland in 2013 de vierde plaats inneemt, na Zwitserland, Zweden, en het Verenigd Koninkrijk, maar nog voor de Verenigde Staten. Op de subindex voor Innovation Output staat Nederland daar zelfs op de tweede plaats. Deze subindex kijkt echter vooral naar wetenschappelijke productiviteit, creativiteit en aantallen patenten, en dat is weliswaar output, maar geen waarmee automatisch geld verdiend wordt. Dat ons onderzoekssysteem goed functioneert, wisten we al en wordt door het succes van het Delft/VU-team bevestigd, maar dat wil niet zeggen dat het ook brood op de plank brengt.

Ons probleem zit vooral in het vermarkten van onze kennis, in het omzetten van ideeën in producten met hoge marges. Dit wordt de kennisparadox genoemd, maar de paradox is eigenlijk eerder waarom de bestaande innovatie-indicatoren dit niet zichtbaar maken. De clou is dat de gebruikelijke indicatoren input en output bij elkaar optellen. Gelukkig heeft de Europese Commissie vorige maand een nieuwe indicator gepubliceerd, de Indicator of Innovation Output. Deze focust op hoeveel geld en banen de innovatie-inspanningen opleveren. Op deze indicator scoort Nederland gewoon slecht. We zijn *innovation followers*, we scoren onder het Europese gemiddelde, terwijl



ERIC VAN DAMME
Hoogleraar aan de Universiteit
van Tilburg

Europa zelf ook nog eens slechter scoort dan Japan, Zwitserland en de Verenigde Staten. Dit is zorgwekkend en laat zien dat innovatief innovatiebeleid nodig is.

Alvorens beleid te maken is analyse nodig. Wat verklaart dat wij geen *innovation leaders* zijn? We zijn geen leiders omdat we geen visie hebben. Mark Rutte is een representatieve Nederlander. Om eerste te zijn moet je ofwel snel zijn, vroeg vertrekken, of, bij een lange race, beschikken over uithoudingsvermogen. Maar wie niet weet waar hij moet zijn, komt nooit als eerste aan.

Wij Nederlanders compenseren gebrek aan visie met oplettendheid en efficiëntie. Niet voor niets worden we al sinds mensenheugenis de Chinezen van Europa genoemd. En dat niet al-

leen vanwege onze kortzichtigheid en “gehechtheid aan het oude, maar ook onze sjachergeest, kruidenierspolitiek, onze lichtschuwendheid”, zoals de Groene Amsterdammer in 1909 stelde (etymologiebank.nl). Wij zijn verbeteraars, onze focus is op kostenefficiëntie, niet op dynamische efficiëntie.

Het is zinvol om ook eens goed in de culturele spiegel van Geert Hofstede te kijken. Hofstede karakteriseert ons als zijnde gericht op de korte termijn, onzekerheidsmijdend, egalitair, individualistisch, en vrouwelijk. Dat eerste spoort met onze focus op efficiëntie. Het verklaart ook de kennisparadox: ons bedrijfsleven heeft niet echt belangstelling voor de wetenschap. Vanwege het tweede proberen we alles te plannen, hebben we een veelvoud aan regels, werken we hard en zijn we altijd bezig, en hebben we weerstand tegen innovatie. De vrouwelijkheid is onze belangrijkste eigenschap. Daarom praten en overleggen we ook zo veel, en hebben we, diep in ons hart, een hekel aan concurrentie. We beoordelen mensen niet op wat ze bereiken, maar op wat ze zijn; we leven niet om te winnen of de beste te zijn, maar streven naar een goede balans tussen werk en privé. We willen vooral gelukkig zijn. Gegeven ons doel zijn we succesvol; we behoren tot de tevredenste volkeren ter wereld.

Iemand die tevreden, onzekerheidsmijdend en vrouwelijk is, is niet erg geneigd tot verandering en innovatie. Onze natuur zit ons in de weg. Vraag een expat welke uitdrukking de Nederlander het best typeert en hij zegt “doe maar normaal, dan doe je al gek genoeg”. Uit een dergelijke omgeving vertrekken de creatieve geesten. Om innovatief te worden moeten we onszelf vernieuwen, of ons feminien karakter uitbuiten en ons minder op de markt richten.