

Onderzoeksverantwoording Innovatie300

Eerste editie (2026)

Achtergrond van het onderzoek

MT/Sprout's Innovatie300 is een nieuw jaarlijks reputatieonderzoek naar de innovativiteit van Nederlandse bedrijven, ontworpen en uitgevoerd door dr. Niels van der Weerd en prof.dr. Henk Volberda van het Amsterdam Centre for Business Innovation van de Universiteit van Amsterdam.

Kenmerkend voor de aanpak is de *peer-to-peer*-beoordeling: respondenten beoordelen bedrijven die zij vanuit hun professionele achtergrond goed kennen¹. Bijvoorbeeld doordat zij klant zijn of leverancier of het bedrijf volgen omdat het in de eigen markt actief is.

Niet alleen de grootste bedrijven worden onderzocht. Ook de meest in het oog springende scale-ups worden meegenomen.

Opbouw van de vragenlijst

Uit de ervaringen met eerdere is bekend dat respondenten veelal meerdere bedrijven willen beoordelen, maar liever niet te veel vragen per bedrijf. De vragenlijst is daarom zeer compact gehouden.

De vragen richten zich enerzijds op *value creation*-kwaliteiten en anderzijds op *value capturing*-kwaliteiten² en zijn onder meer geïnspireerd op de American Innovation Index³ en de 'innovatie schijf van vijf' van Henk Volberda.

We stelden twee vragen over de **innovatieve kwaliteiten** van een bedrijf (*value creation*).

- LEIDERSCHAP & INNOVATIESTRATEGIE
Gaat het leiderschap van dit bedrijf voorop met een ambitieuze innovatiestrategie?
- INNOVATIEF TALENT
Werken er getalenteerde en ondernemende mensen bij dit bedrijf?

En stelden twee vragen over de **impact van innovaties** van het bedrijf (*value capturing*).

- MARKT IMPACT
Veranderen de innovaties van het bedrijf de markt?
- MAATSCHAPPELIJKE IMPACT
Dragen de innovaties van het bedrijf bij aan de maatschappij en het klimaat?

Elke vraag kon beantwoord worden op een vijf-sterren schaal.

¹ Alleen respondenten met een geverifieerd (zakelijk) e-mailadres kunnen participeren.

² Zie o.a. Johnson, M. W., Christensen, C. M., & Kagermann, H. (2008). Reinventing Your Business Model in Harvard Business Review, 86(12), 50-59 en Teece, D. J. (2010). Business Models, Business Strategy and Innovation in Long Range Planning, 43(2-3), 172-194.

³ De American Innovation Index™ (Aii) beoordeelt en rangschikt de innovativiteit van Amerikaanse bedrijven op basis van de percepties van hun klanten. De Aii is een gezamenlijk project van de Gabelli School of Business van Fordham University en de Norwegian School of Economics.

Opbouw van de bedrijvenlijst

Op basis van een combinatie van omzetcijfers en aantallen medewerkers is een lijst met de grootste, in Nederland actieve bedrijven en instellingen samengesteld (corporates en groot-MKB). Deze lijst is aangevuld met een aantal bedrijven waarvan omzetcijfers en aantallen medewerkers niet direct konden worden achterhaald, maar waarvan algemeen bekend is dat zij tot de categorie 'grootsten van Nederland' behoren. Ook niet-commerciële organisaties uit het hoger onderwijs, ziekenhuizen en zelfstandige bestuursorganen (ZBO's) zijn opgenomen in de groslijst. De lijst is daarnaast aangevuld met de bekendste scale-ups van Nederland. De uiteindelijke lijst zoals die is voorgelegd aan de respondenten bestond uit 1.722 bedrijven en instellingen.

Opbouw van de rankings

Het onderzoek produceert een ultieme ranking met **het meest innovatieve bedrijf van Nederland**. Dat bedrijf gaat niet alleen voorop in 'value creation' maar ook in 'value capturing': innoveren is immers uitvinden én ondernemen. Deze ultieme ranking is gebaseerd op de gecombineerde score t.a.v. de vier vragen⁴.

Er zijn daarnaast vier ranglijsten voor de vier vragen en ranglijsten voor grote bedrijven (corporates), het groot-MKB, scale-ups en voor non-profit organisaties. Deze ranglijsten zijn ook opgesteld voor de verschillende sectoren die zijn onderzocht.

Het onderzoek in cijfers

- 1.722 bedrijven zijn meegenomen in het onderzoek
- 471 bedrijven behaalden het minimale aantal respondenten om te worden meegenomen in de resultaten
- 1.723 zakelijke beslissers namen deel aan het onderzoek
- 3.566 beoordelingen gaven deze respondenten gezamenlijk

⁴ De scores zijn vermenigvuldigd met een logaritmische multiplier die (met afnemende kracht) toeneemt met het aantal beoordelingen.