

## Onderzoek: design en business performance

In het onderzoek van de Design Council werden 1.500 bedrijven benaderd met 10 of meer werknemers. Van deze 1.500 werden er 250 aangemerkt als 'design alert'. Dit zijn bedrijven waar men aangaf dat design een directe invloed heeft op bijvoorbeeld concurrentiepositie, marktaandeel, omzet en de aantrekkingskracht van de onderneming op de arbeidsmarkt.

De belangrijkste bevindingen van het onderzoek zijn:

- Elke Euro 100 geïnvesteerd in design, leidt tot een omzetgroei van Euro 225.
- In bedrijven waar men design als een integraal onderdeel van de bedrijfsvoering ziet, zegt driekwart dat - als gevolg van het inzetten van design - de concurrentiepositie is verbeterd.
- In bedrijven waar men design als een integraal onderdeel van de bedrijfsvoering ziet, voelt men minder de druk om op prijs te concurreren. Bij bedrijven die design integraal inzetten, concurreert minder dan de helft op prijs. Bij bedrijven die design niet integraal inzetten, concurreert tweederde op prijs.
- De aandelenkoersen van designgeoriënteerde bedrijven ligt 200% hoger dan het gemiddelde in de markt.
- Bijna de helft van alle Engelse bedrijven gelooft dat voor het verkrijgen van een concurrentieel sterkere positie, het belang van design in de afgelopen tien jaar is toegenomen.
- Bij bedrijven waar design een integraal onderdeel uitmaakt van de bedrijfsvoering, is de kans op product- en dienstenontwikkeling twee keer zo groot als bij bedrijven waar dit niet het geval is.
- Gemiddeld neemt de marge van 'design alert' bedrijven toe met 6,3% als gevolg van het actief inzetten van design.
- Tweederde van de Engelse bedrijven gelooft dat design een kritieke factor is voor toekomstige economische prestaties.
- Snelgroeiende bedrijven zijn drie keer zo vaak van mening dat design een kritieke succesfactor is.
- Snelgroeiende bedrijven zijn zes keer zo vaak van mening dat design een integraal onderdeel van de bedrijfsvoering hoort te zijn.
- Meer dan tweederde van de fabrikanten is er van overtuigd dat het de moeite loont om te investeren in design.
- Bij snelgroeiende bedrijven is de kans twee keer zo groot dat zij hun investeringen in design hebben opgeschreefd.

Bij dit onderzoek van de Design Council moeten we opmerken dat het veelal om zelfgerapporteerde meningen gaat. Ondanks dit, toont het onderzoek dat een substantieel deel van de Engelse bedrijven in *the power of design* gelooft en daarmee ook de bereidheid toont te investeren in dit instrument.

*Referentie(s)*

Design Council (2006), Design in Britain 2005-2006. Uitgave via [www.designcouncil.org](http://www.designcouncil.org). \*

\* : aanwezig in de EURIB bibliotheek.