

Bedrijfsbevraging innovatie en digitalisering in Limburg

POM Limburg
i.s.m. DataSynergy

September 2026



Deze bedrijfsbevraging brengt het **innovatievermogen en de digitaliseringsgraad** van Limburgse ondernemingen in kaart. Daarbij kijken we niet alleen naar concrete innovaties en digitale toepassingen, maar ook naar investeringen, samenwerking, ondersteuning en toekomstplannen.

De resultaten moeten POM Limburg en haar partners helpen om **gerichte acties, dienstverlening en beleid verder af te stemmen op de noden van bedrijven**. Zo vormt het onderzoek een onderbouwde basis om ondernemingen in Limburg verder te ondersteunen in hun digitale en innovatieve transitie.



Onderzoek uitgevoerd i.s.m. DataSynergy. De resultaten werden gewogen naar bedrijfsgrootte en sector, zodat ze op die kenmerken representatief zijn voor de Limburgse ondernemingspopulatie.



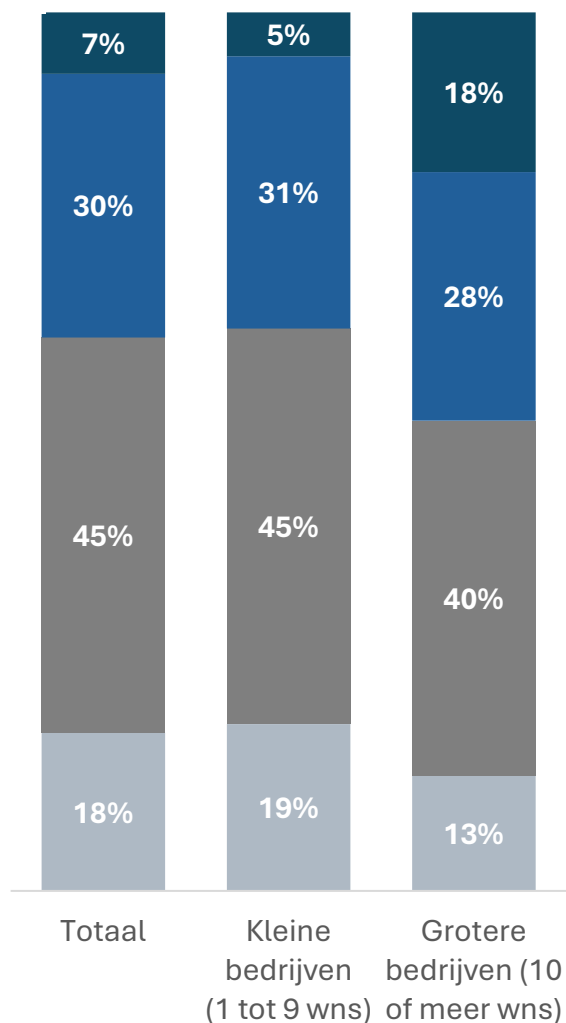
Innovatie in de praktijk



Innovatie is breed aanwezig, maar vooral pragmatisch

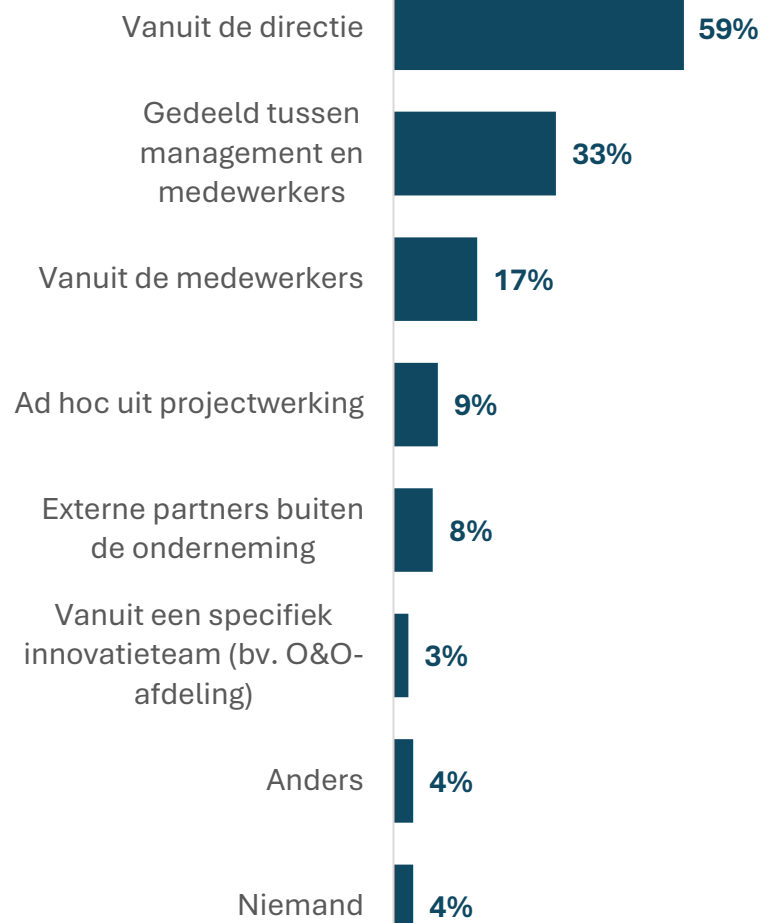
Omgang met innovatie

- Innovatie is een vast onderdeel van onze strategie en we hebben een apart innovatiebudget
- Innovatie is een vast onderdeel van onze strategie, maar zonder apart innovatiebudget
- Geen vaste strategie, maar we vernieuwen regelmatig
- We vernieuwen alleen als het nodig is (probleem, klantvraag, regelgeving)



Vraag: Met de bovenstaande omschrijving van innovatie in het achterhoofd, hoe gaat uw onderneming vandaag om met innovatie?
Basis: Alle ondernemingen, n=401

Aansturing innovatiebeleid



Vraag: Hoe wordt het innovatiebeleid in uw onderneming hoofdzakelijk aangestuurd?
Basis: Alle ondernemingen, n=399

- 63% van de Limburgse bedrijven heeft geen vaste innovatiestrategie, maar het merendeel innoveert wel op regelmatige basis
- 37% pakt innovatie strategisch aan
- 7% beschikt over een apart innovatiebudget, bij de grotere bedrijven (+10 wns) loopt dat op tot 18%
- De aansturing van innovatie gebeurt hoofdzakelijk vanuit de directie (59%)
- In 1 op 3 gevallen gebeurt de aansturing hoofdzakelijk vanuit een gedeelde verantwoordelijkheid tussen management en medewerkers



Innoveren om efficiënter te werken

Motieven om te innoveren



- Bijna 2 op 3 Limburgse bedrijven geven aan dat ze innoveren om de efficiëntie te verhogen
- In zowat de helft van de gevallen staat de klant centraal bij de innovatie
- Omzetgroei is pas het derde belangrijkste motief om te innoveren, 4 op 10 bedrijven geven dit als reden
- Nagenoeg 3 op 10 bedrijven innoveren om te voldoen aan nieuwe wettelijke of administratieve vereisten
- Duurzaamheid, marktverruiming en HRM zijn duidelijk minder belangrijke redenen om te innoveren

Vraag: Wat waren voor uw onderneming de belangrijkste redenen om te innoveren in 2025? (max. 5)

Basis: Ondernemingen die minstens op één vlak hebben geïnnoveerd, n=357



IT is een uitdaging, maar ook de belangrijkste investering

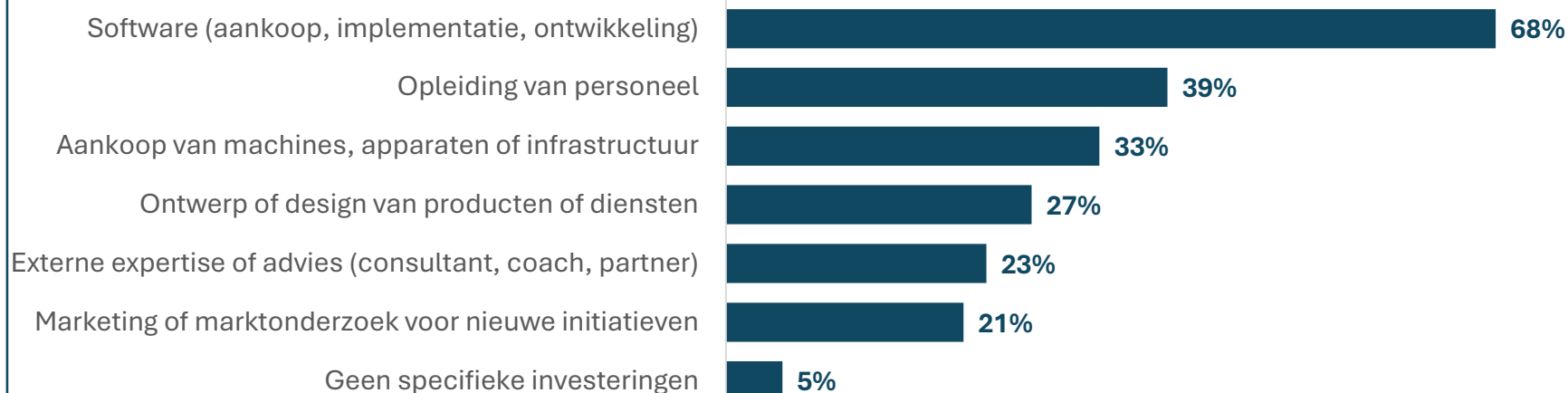
Belangrijkste uitdagingen bij innovatie



Vraag: Welke moeilijkheden ondervond uw onderneming in 2025 bij innovatie? (max. 5)

Basis: Ondernemingen die minstens op één vlak hebben geïnnoweerd, n=347

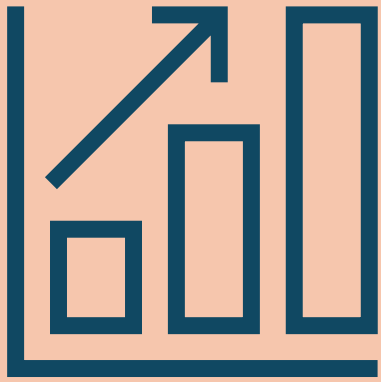
Belangrijkste investeringen ter ondersteuning van innovatie



Vraag: Waarin investeerde uw onderneming in 2025 om deze verbeteringen of innovatie(s) mogelijk te maken?

Basis: Ondernemingen die minstens op één vlak hebben geïnnoweerd, n=366

- 24% van de Limburgse bedrijven ziet IT en cybersecurity als een belangrijke uitdaging bij hun innovatie
- IT (software) is ook veruit de belangrijkste investering ter ondersteuning van innovatie in de Limburgse bedrijven, liefst 68% van de bedrijven die innoveren investeren in IT
- De grootste uitdaging bij innovatie is echter de complexe regelgeving en de administratieve lasten
- Naast IT investeren de Limburgse bedrijven bij hun innovatie vooral in competenties en in operationele middelen

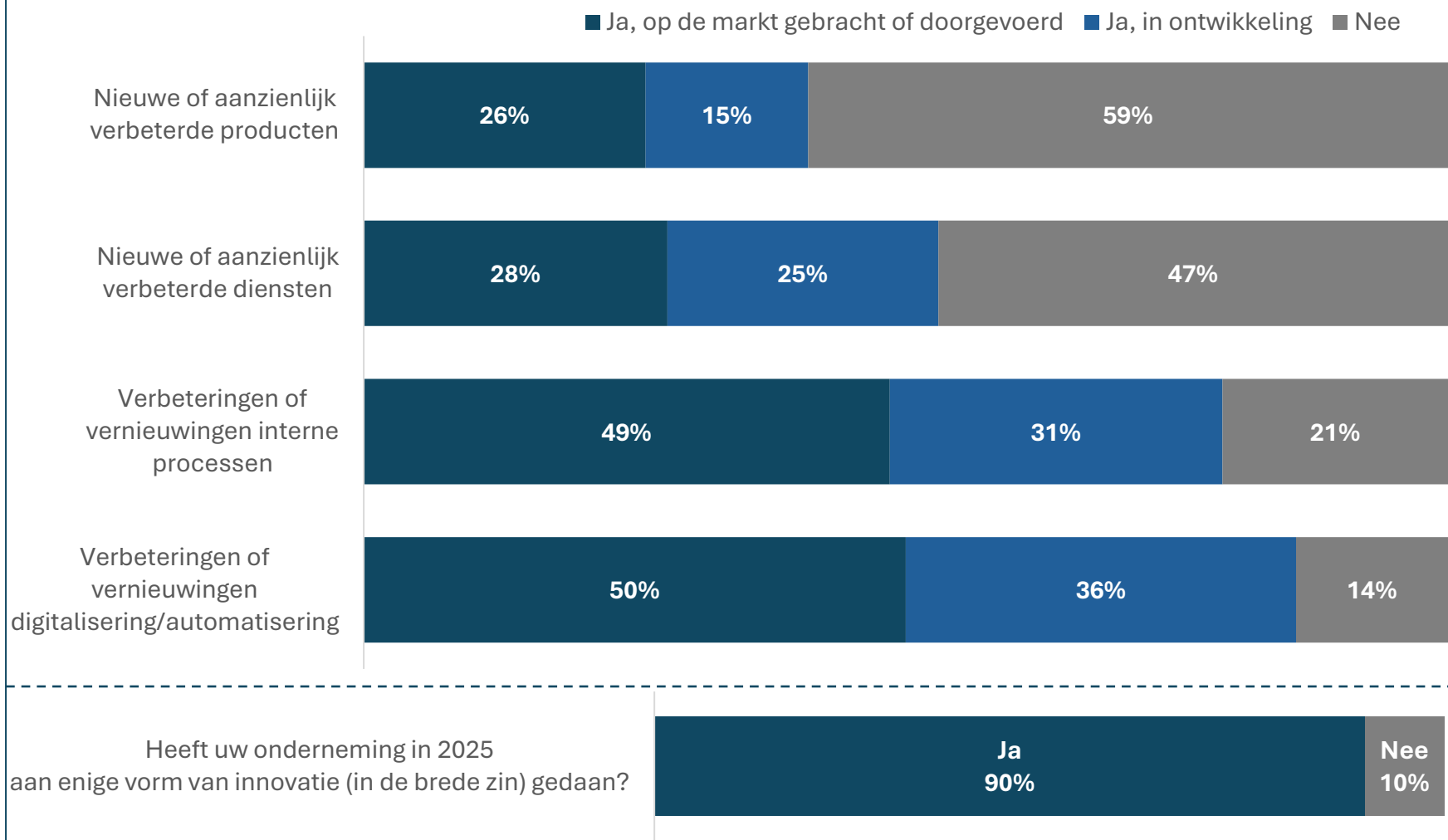


**Innovatie-
output**



Innovatie is vooral intern en digitaal gericht

Welke innovaties in 2025?



Vraag: Is uw onderneming in 2025 bezig geweest met de ontwikkeling of het op de markt brengen van...?

Is uw onderneming in 2025 bezig geweest met verbeteringen of vernieuwingen op vlak van...?

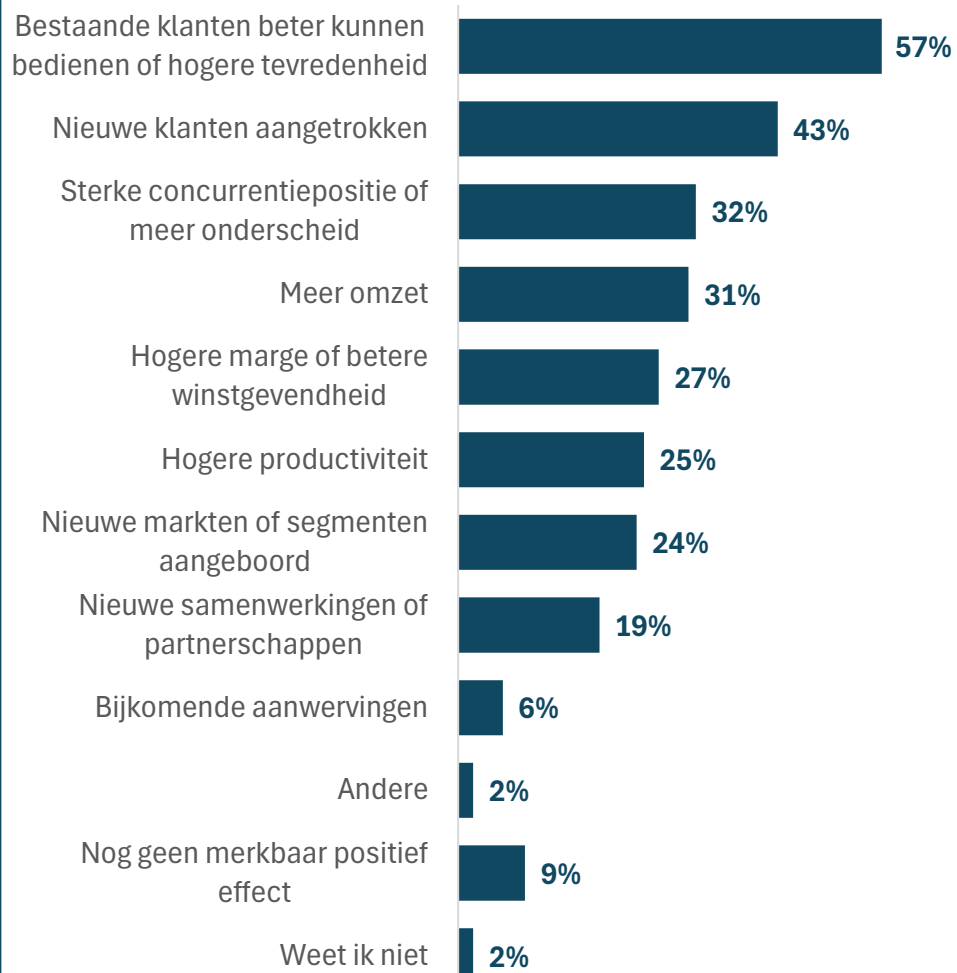
Basis: Alle ondernemingen, n=405

- Interne vernieuwing is duidelijk couranter dan marktinnovatie
- De helft van de Limburgse bedrijven vernieuwde interne processen en/of verhoogde de digitalisering en automatisering in hun bedrijf. Nog eens meer dan 30% werkte hieraan.
- Dienstinnovatie kwam vaker voor dan productinnovatie in 2025: 53% ontwikkelde of lanceerde een nieuwe of verbeterde dienst, tegenover 41% voor producten
- Iets meer dan 1 op de 4 Limburgse bedrijven bracht in 2025 een nieuw product of een nieuwe dienst op de markt
- 1 op 10 Limburgse bedrijven deed in 2025 aan geen enkele vorm van innovatie



Product- en dienstinnovaties versterken het aanbod

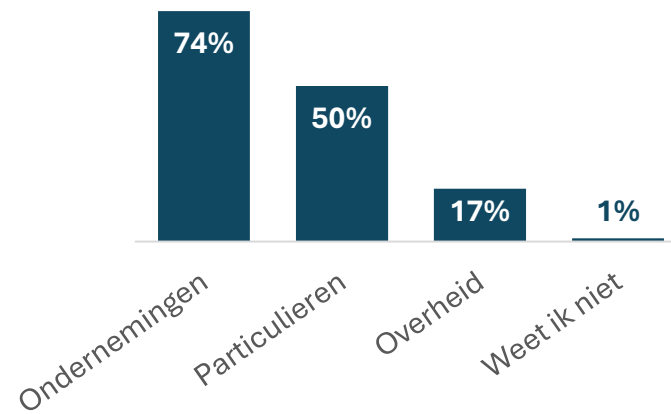
Positieve effecten product- of dienstinnovaties



Vraag: Wat waren positieve effecten van deze innovatie(s)?

Basis: Ondernemingen die minstens één nieuw/aanzienlijk verbeterd product of dienst in ontwikkeling of op de markt hebben gebracht, n=231

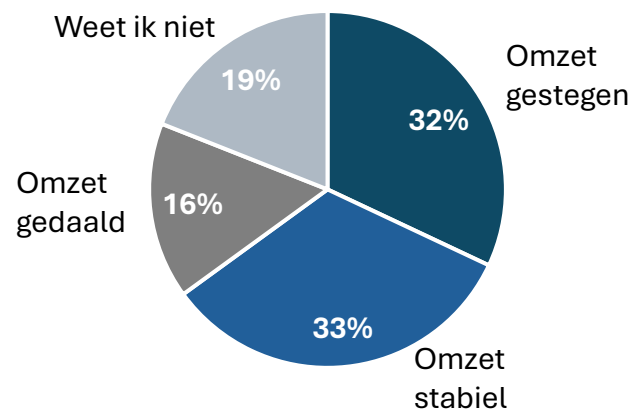
Doelgroep product- of dienstinnovaties



Vraag: Op wie is deze innovatie gericht?

Basis: Ondernemingen die minstens één nieuw/aanzienlijk verbeterd product of dienst in ontwikkeling of op de markt hebben gebracht, n=234

Effect op omzet van product- of dienstinnovaties



Vraag: Welk effect hadden deze innovaties op de omzet?

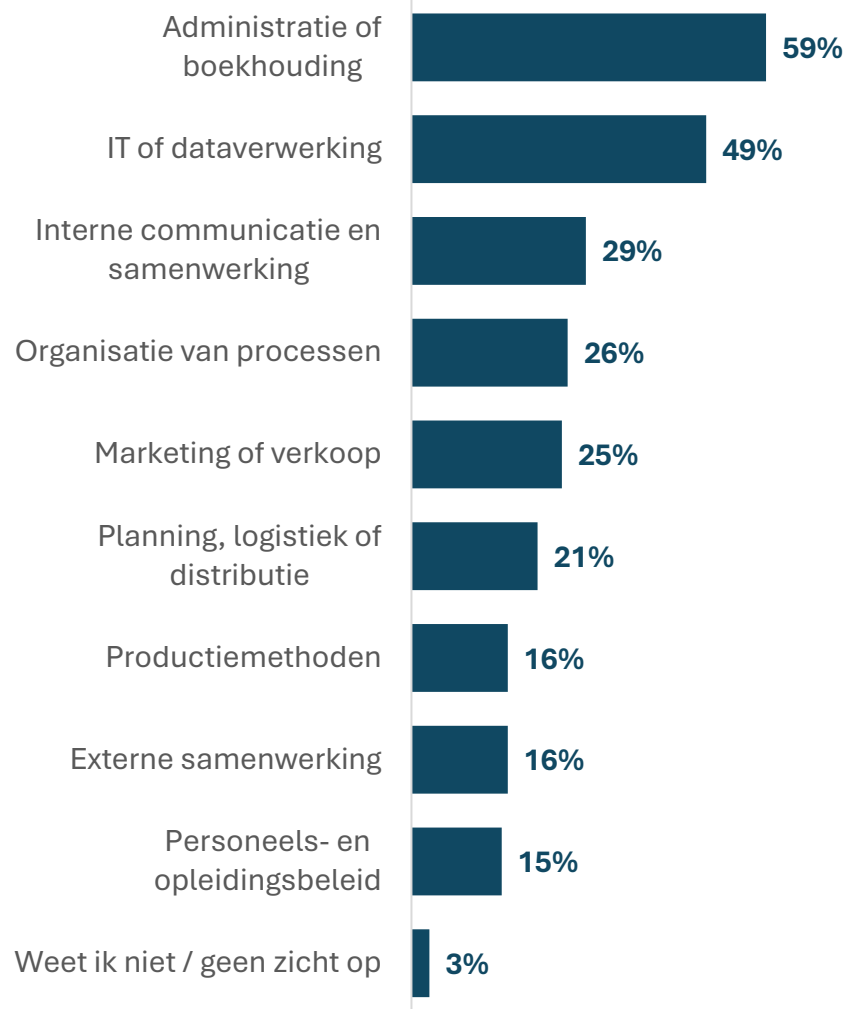
Basis: Ondernemingen die minstens één nieuw/aanzienlijk verbeterd product of dienst in ontwikkeling of op de markt hebben gebracht, n=230

- De meerderheid van de product- en dienstinnovaties in 2025 in de Limburgse bedrijven had als effect dat bestaande klanten beter bediend werden (57%) en dat nieuwe klanten werden aangetrokken (43%)
- Voor meer dan 1 op 4 bedrijven leverden de product- of dienstinnovaties dadelijk meer winst en productiviteit op
- 3 op 4 product- en dienstinnovaties zijn gericht op andere ondernemingen, de helft is (ook) bedoeld voor de particuliere markt
- In quasi 1 op 3 bedrijven vertaalt de innovatie zich onmiddellijk in een stijging van de omzet

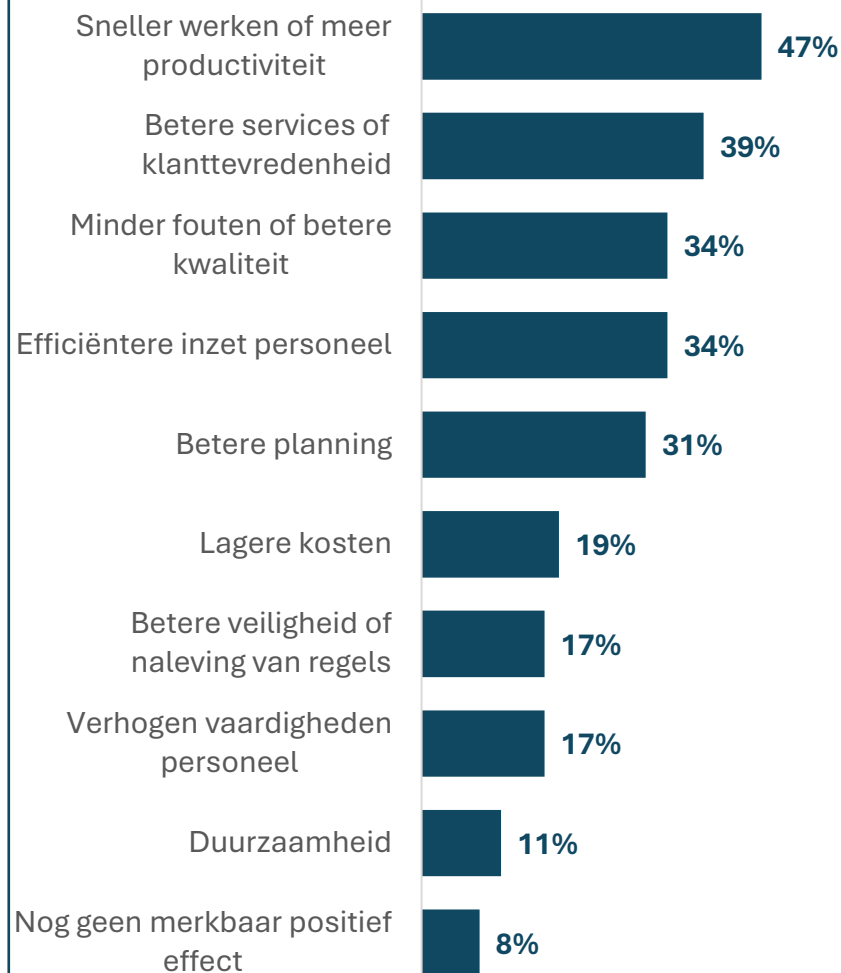


Procesverbeteringen verhogen vooral de productiviteit

Domeinen waarin processen werden verbeterd



Positieve effecten van procesinnovaties



- Verbeteringen in processen of digitalisering en automatisering situeren zich vooral in de administratie en boekhouding (59%) en in IT/dataverwerking (49%)
- Bij bijna de helft (47%) van de Limburgse bedrijven leveren procesinnovaties tijdswinst en een hogere productiviteit op
- Meer dan 1 op 3 bedrijven merkt voorts een betere dienstverlening, minder fouten en een efficiëntere inzet van het personeel als gevolg van innovaties in processen of automatisering
- Kostenbesparingen (19%) of het verhogen van de duurzaamheid (11%) worden minder vaak aangehaald als positief effect

Vraag: Binnen welke domeinen heeft uw onderneming verbeteringen gedaan?

Basis: Ondernemingen die minstens één vernieuwing of verbetering hebben uitgevoerd op vlak van processen of digitalisering/automatisering, n=325 / n=315

Vraag: Wat waren positieve effecten van deze procesverbetering(en)?

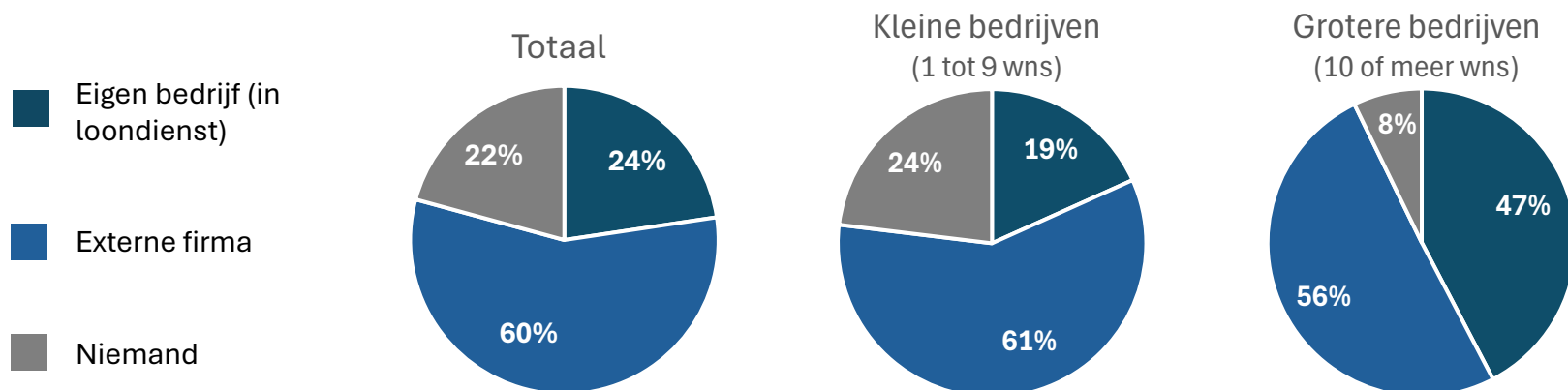


Digitalisering & IT



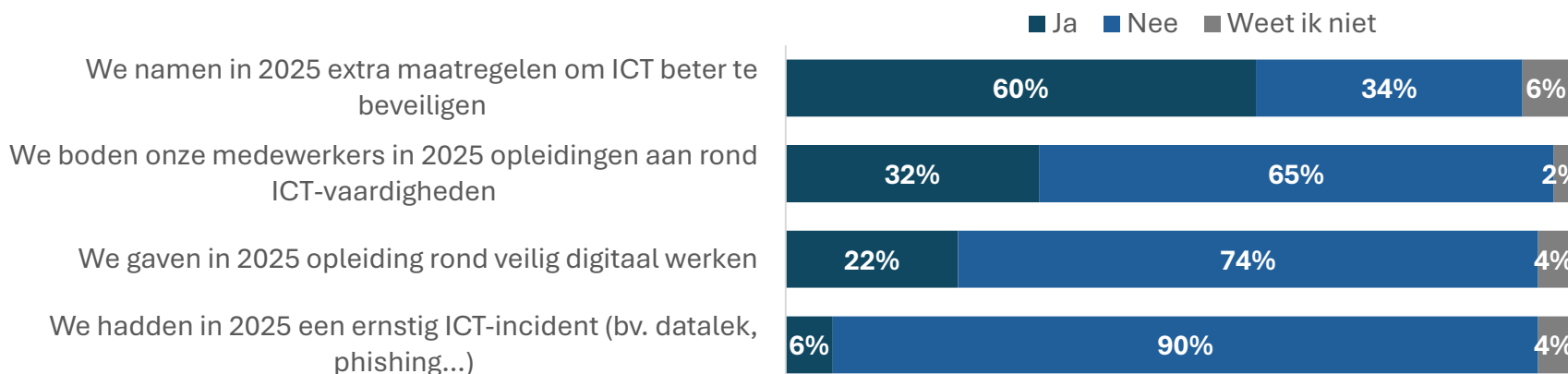
Opleidingen rond veilig digitaal werken weinig ingeburgerd

Wie beheert de IT in uw bedrijf?



Vraag: Is er iemand die de IT van uw onderneming beheert of ontwikkelt?
Basis: Alle ondernemingen, n=348

ICT-beveiliging en opleiding



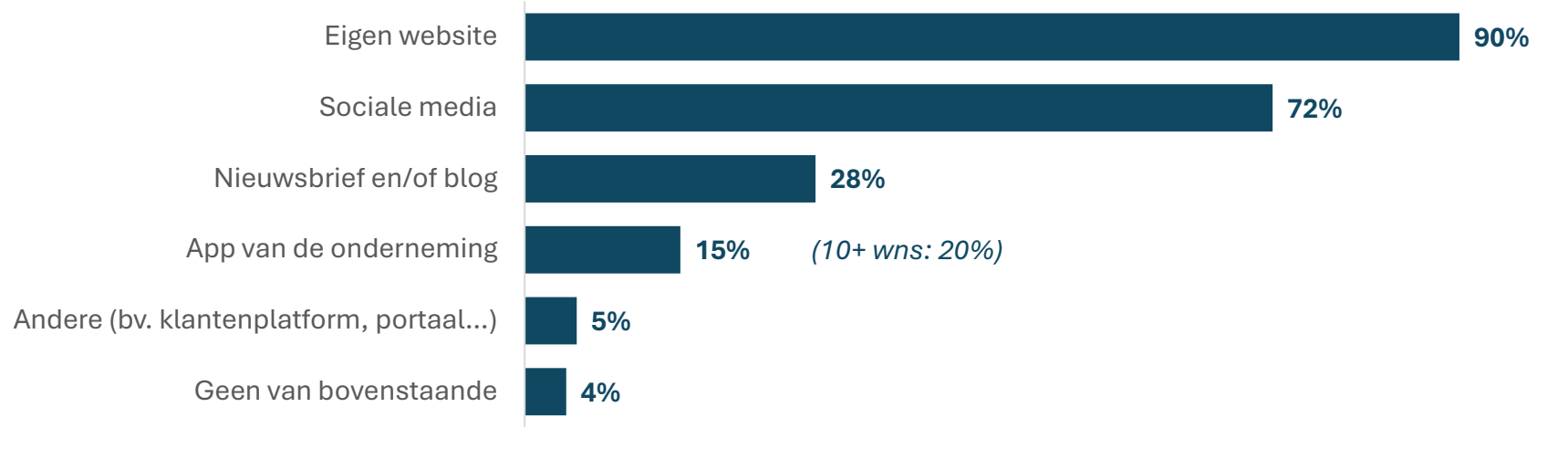
Vraag: Zijn onderstaande stellingen voor uw onderneming van toepassing?
Basis: Alle ondernemingen, n=347

- 6 op 10 ondernemingen besteden het IT-beheer geheel of gedeeltelijk uit
- Grotere ondernemingen hebben veel vaker eigen IT-medewerkers, terwijl in een kwart van de kleinere bedrijven niemand de IT structureel beheert
- Extra beveiligingsmaatregelen zijn relatief sterk ingeburgerd, maar opleidingen blijven achter (vooral een opleiding rond veilig digitaal werken bereikt nog maar een beperkte groep medewerkers)
- Een kleine minderheid (6%) van de Limburgse bedrijven werd in 2025 het slachtoffer van cyberaanvallen of andere ernstige ICT-incidenten



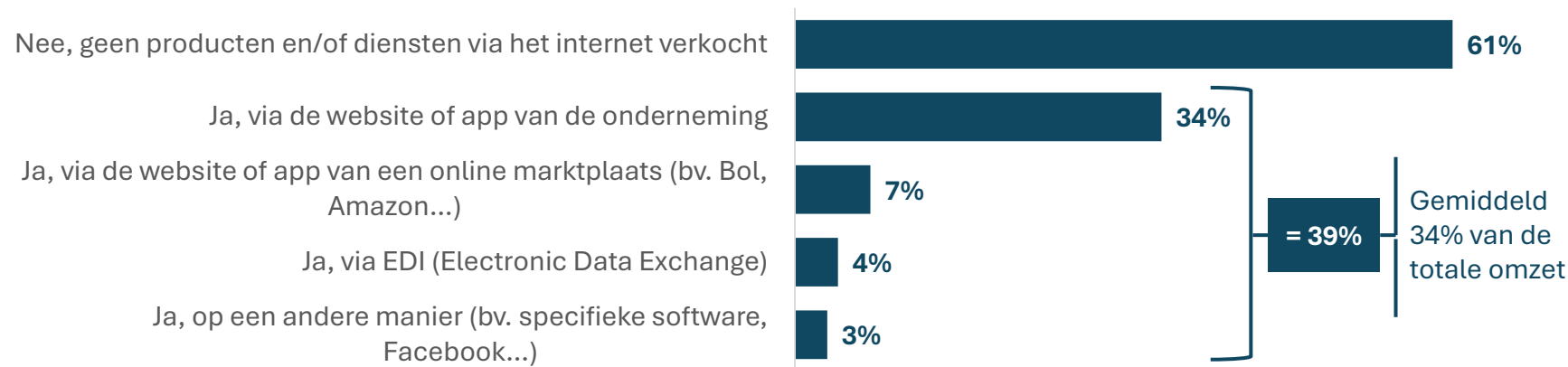
4 op 10 Limburgse ondernemingen verkoopt online

Digitale kanalen



Vraag: Via welke digitale kanalen is uw onderneming vandaag actief?
Basis: Alle ondernemingen, n=344

E-commerce kanalen



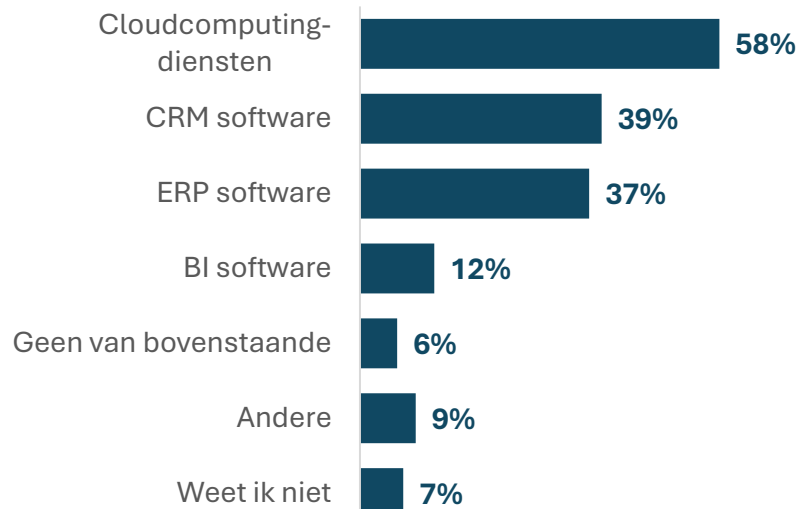
Vraag: Verkocht uw onderneming in 2025 producten of diensten via het internet?
Basis: Alle ondernemingen, n=344

- Vrijwel elke onderneming beschikt over een website en de meeste zijn actief op sociale media, nieuwsbrieven worden veel selectiever ingezet
- 15% van de Limburgse bedrijven beschikt over een eigen app, bij de grotere bedrijven (+10 wns) loopt dat op tot 20%
- Digitale aanwezigheid leidt niet automatisch tot online verkoop: zes op de tien verkopen niet via het internet
- Bij ondernemingen die wel online verkopen, komt gemiddeld 34% van de omzet uit e-commerce



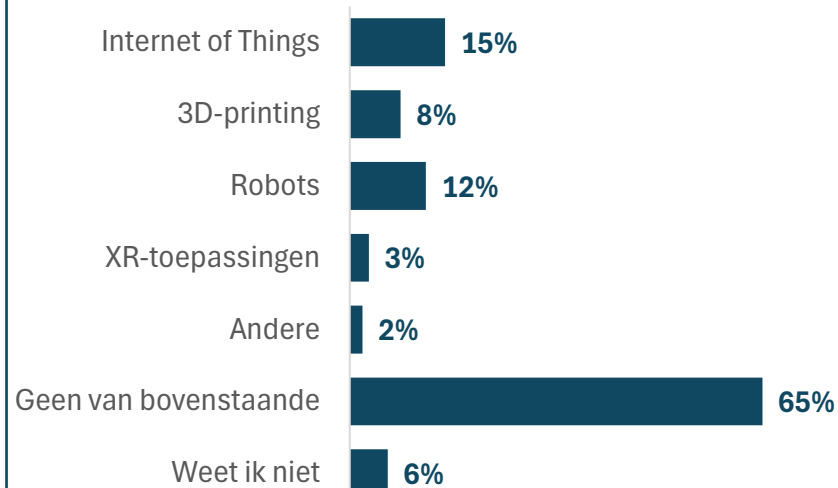
Datagedreven werken is nog geen evidentie

Softwaregebruik



Vraag: Welk type bedrijfssoftware wordt er gebruikt in uw onderneming?
Basis: Alle ondernemingen, n=340

Technologiegebruik



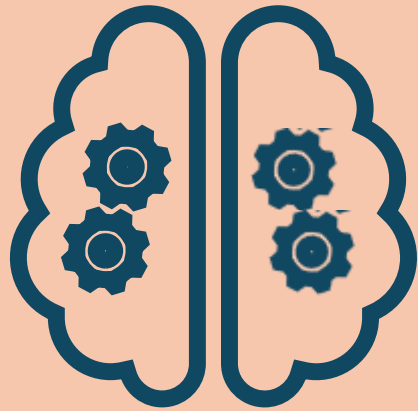
Vraag: Welke van volgende technologieën gebruikt uw onderneming?
Basis: Alle ondernemingen, n=337

Data-analyse



Vraag: Welke data analyseert uw onderneming?
Basis: Alle ondernemingen, n=338

- Nagenoeg 6 op 10 Limburgse bedrijven gebruiken cloudtoepassingen, daarnaast zijn ook CRM en ERP belangrijke digitale bouwstenen
- Geavanceerdere technologieën blijven niche: bijna twee derde gebruikt geen van de vermelde toepassingen
- 12% van de Limburgse bedrijven gebruikt industriële of dienstenrobots
- Klantgegevens, webdata en operationele data worden het vaakst geanalyseerd, maar bijna één op vier ondernemingen analyseert vandaag nog geen data



Artificiële intelligentie



Limburgse bedrijven omarmen AI

Organisaties die minstens één vorm van AI gebruiken



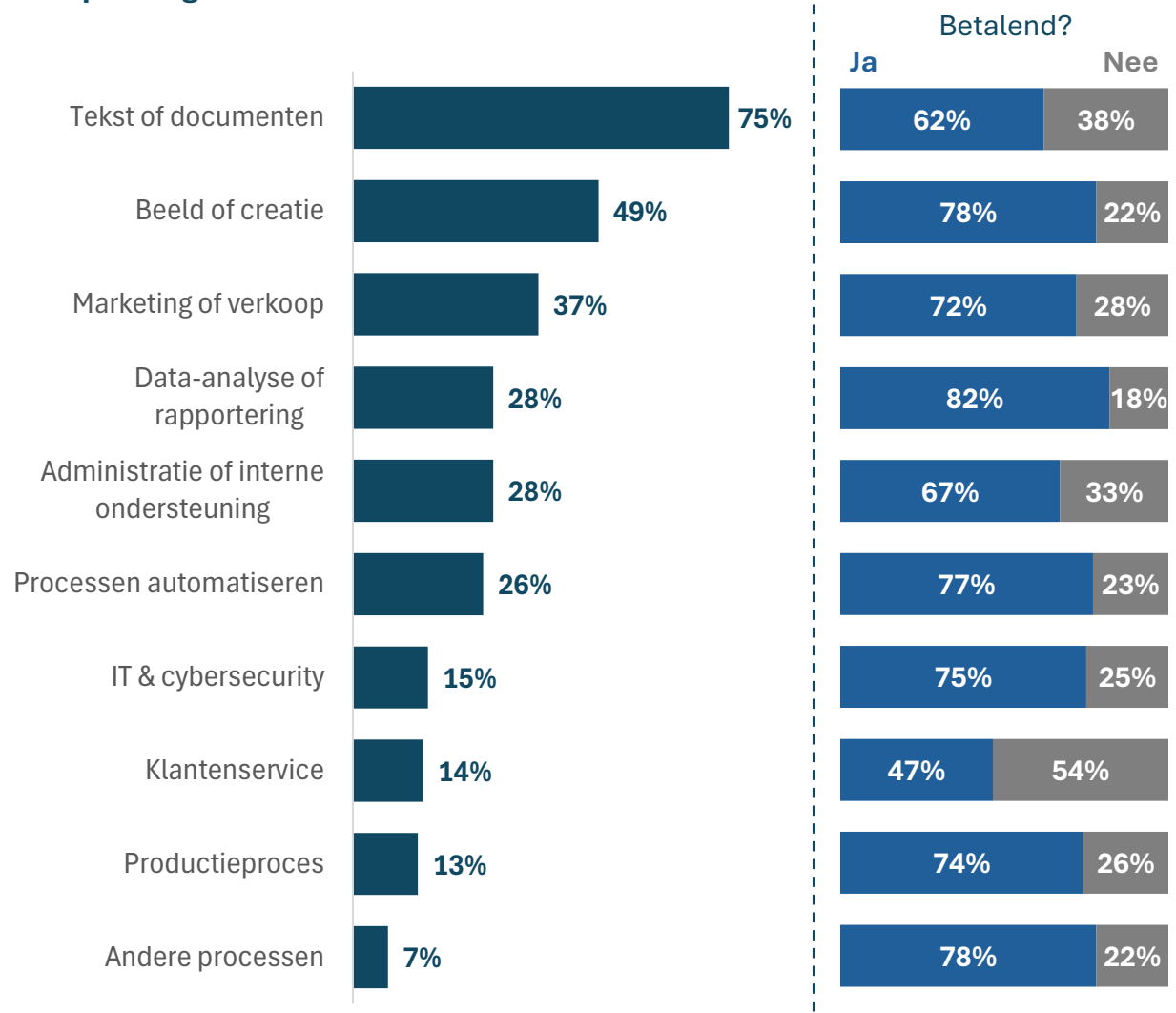
83%

Organisaties die (nog) geen AI gebruiken



17%

Toepassingen van AI



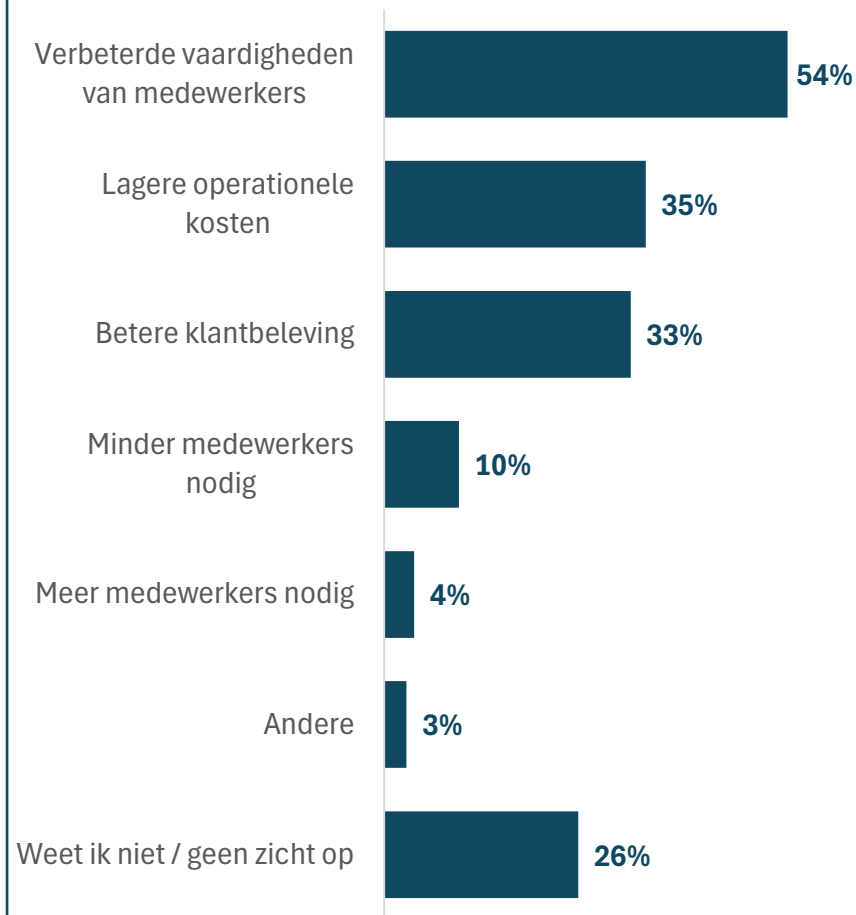
- AI heeft de doorbraak gemaakt: meer dan acht op tien ondernemingen gebruiken vandaag minstens één AI-toepassing, slechts een beperkte minderheid maakt er nog geen gebruik van
- Tekstverwerking is veruit de meest gebruikte AI toepassing (75%) gevolgd door beeld- en contentcreatie (49%)
- Een meerderheid van de bedrijven heeft doorgaans een betalend account voor de AI-toepassingen die ze gebruiken
- Voor de populairste toepassing, tekstverwerking, heeft 62% een betalend account, wat eerder gering is in vergelijking met de meeste andere toepassingen

Vraag: Gebruikt uw onderneming Artificial Intelligence of AI voor volgende toepassingen? / Gebruikt uw onderneming voor deze AI-toepassingen een betalend account?
Basis: Alle ondernemingen, n=322 (links); ondernemingen die AI gebruiken voor deze toepassing



AI wordt vooral gezien als versterking

Impact van AI



Geen AI gebruik



- Bij een meerderheid (54%) van de Limburgse bedrijven verbeterde AI de vaardigheden van de medewerkers
- Een derde van de bedrijven geeft aan dat AI zorgde voor lagere operationele kosten en een betere klantbeleving
- AI had een eerder beperkte invloed op het aantal medewerkers
- Ruim 1 op 4 bedrijven heeft geen zicht op de impact van AI op hun werkzaamheden
- Niet-gebruikers worden minder afgeremd door de prijs dan door onduidelijkheid over de relevantie, een gebrek aan prioriteit en onvoldoende tijd of kennis

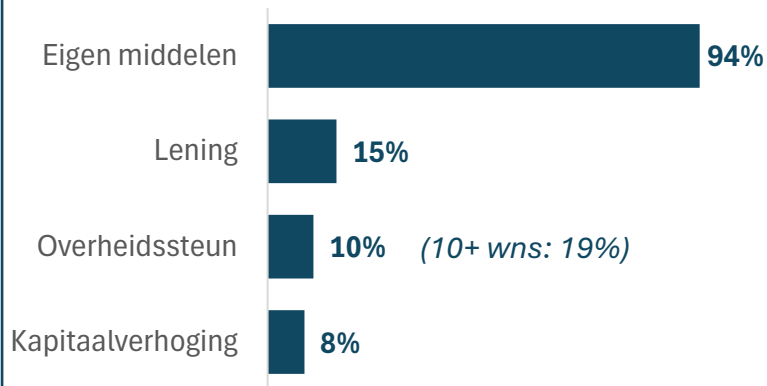


Investeringsen & samenwerking



Ruime spreiding van geplande investeringen in innovatie

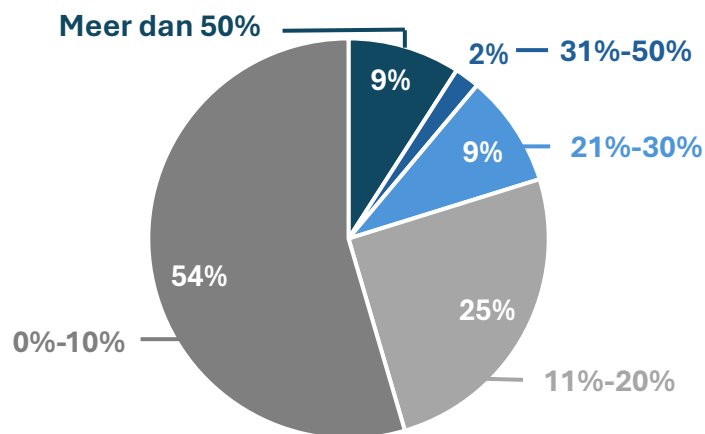
Financiering innovatie in 2025



Vraag: Hoe heeft uw onderneming haar innovatie in 2025 gefinancierd?
Basis: Ondernemingen die minstens op één vlak hebben geïnoveerd, n=287

Innovatiebudget

Gemiddeld % van omzet naar innovatie in 2025



Vraag: Ongeveer welk deel van uw omzet ging in 2025 naar innovatie?
Basis: Ondernemingen die minstens op één vlak hebben geïnoveerd, n=306

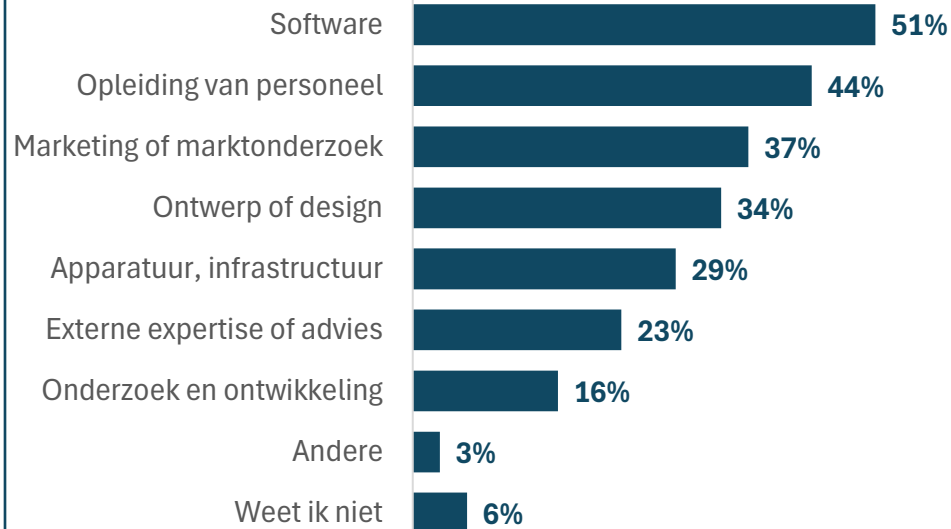
Investeringsplannen

Investeringsplannen in innovatie in de komende 2 jaren t.o.v. 2025



Vraag: Hoe zullen de investeringen in innovatie van uw onderneming in de komende 2 jaar evolueren?
Basis: Alle ondernemingen, n=326

Toekomstige investeringen



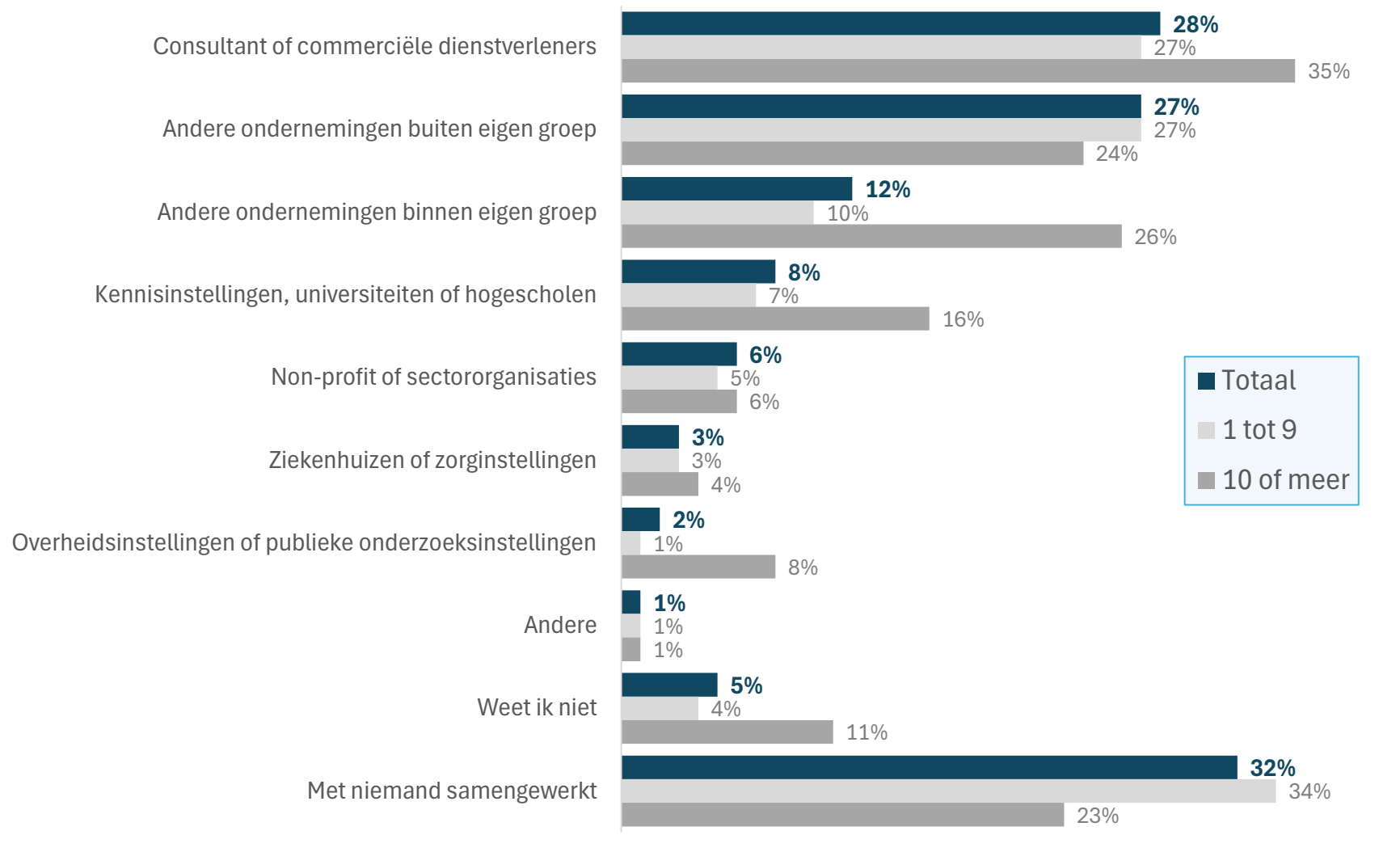
Vraag: Waarin wil uw onderneming de komende 2 jaar investeren?
Basis: Ondernemingen die van plan zijn te investeren in de komende 2 jaar, n=251

- Innovatie wordt hoofdzakelijk met eigen middelen gefinancierd (94%), bedrijven met 10 of meer werknemers maken vaker gebruik van publieke steun (19%)
- Ondernemingen besteden gemiddeld 16% van hun omzet aan innovatie, bij 8 op 10 bedrijven ligt dat aandeel tussen 0% en 20%
- 6 op 10 ondernemingen verwachten hun innovatie-investeringen de komende twee jaar te behouden (36%) of te verhogen (25%)
- Naast technologische implementatie is in de investeringsplannen veel aandacht voor competenties, marktinzicht en de verdere ontwikkeling van het aanbod



Grotere bedrijven innoveren vaker samen met externen

Samenwerking met partners in 2025



- Ongeveer twee derde van de ondernemingen werkt voor innovatie samen met externe partners, bij de grotere bedrijven loopt dat op tot meer dan drie vierde
- Consultants en andere ondernemingen zijn met ruime voorsprong de belangrijkste partners
- Grotere ondernemingen werken beduidend vaker samen met kennis- en onderzoeksinstellingen of overheidsinstellingen/publieke onderzoeksinstituten
- Grotere bedrijven maken vaker deel uit van een (internationale) groep waardoor ze uiteraard ook vaker samenwerken met ondernemingen uit die groep

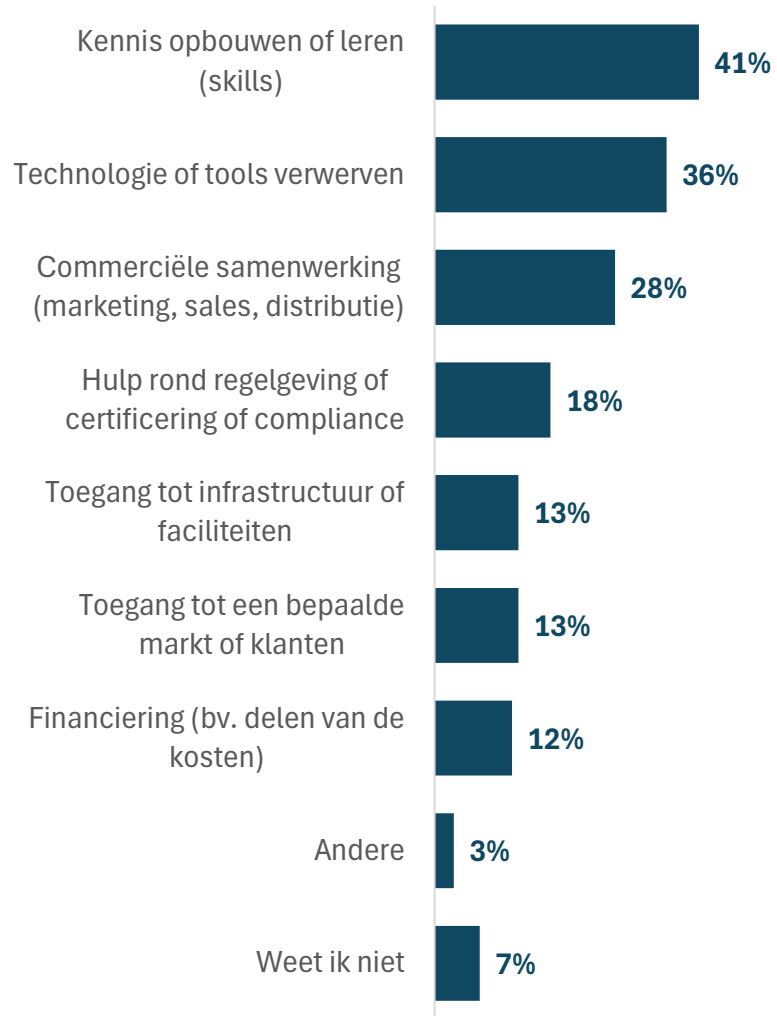
Vraag: Heeft uw bedrijf in 2025 samengewerkt met andere partners bij innovatieactiviteiten?

Basis: Ondernemingen die minstens op één vlak hebben geïnnoveerd, n=300



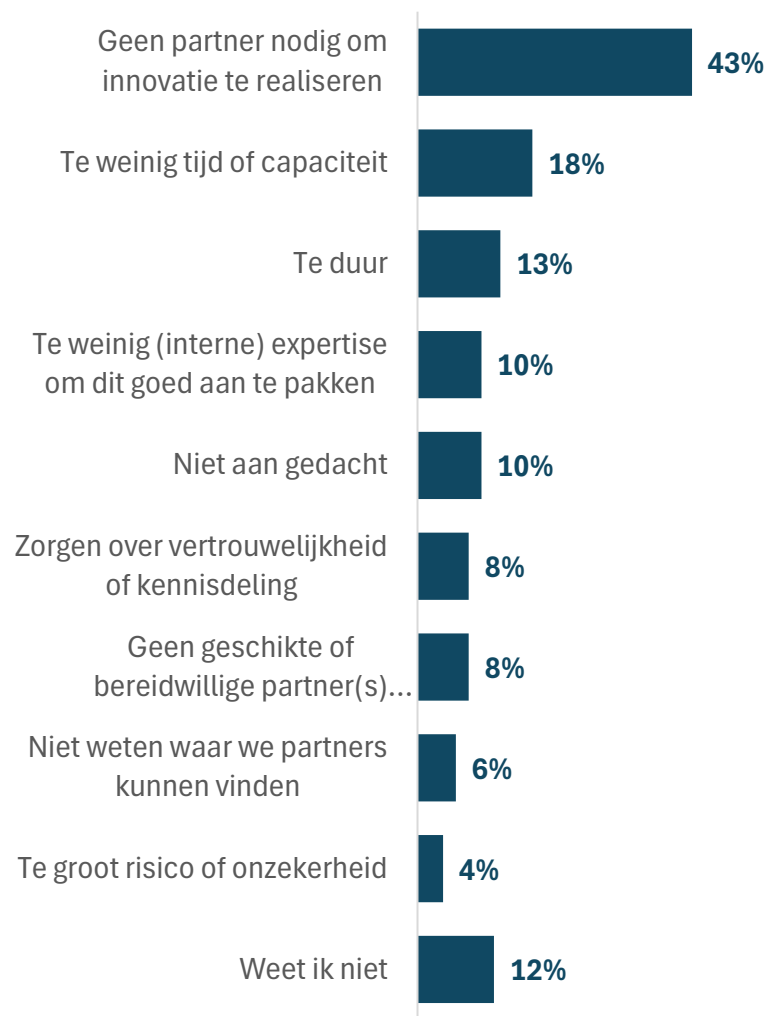
Samenwerken om kennis en technologie te verwerven

Belangrijkste redenen voor samenwerking



Vraag: Wat waren de belangrijkste redenen van deze samenwerking?
Basis: Ondernemingen die minstens één partnertype hebben aangeduid, n=196

Redenen om niet samen te werken



Vraag: Waarom heeft uw onderneming niet samengewerkt bij innovatieactiviteiten? (kies max. 3)
Basis: Ondernemingen die met niemand hebben samengewerkt, n=81

- Voor hun innovatie zoeken Limburgse ondernemingen in de eerste plaats partners om kennis op te bouwen (41%) en om toegang te krijgen tot technologie (36%)
- Commerciële samenwerking volgt pas op de derde plaats (28%), terwijl toegang tot infrastructuur of faciliteiten (13%) en financiering (12%) zelden de belangrijkste aanleiding vormen
- Wie niet samenwerkt, geeft vooral aan geen partner nodig te hebben (43%)
- Tijd, kosten en interne expertise spelen vaker een rol dan het ontbreken van geschikte partners.

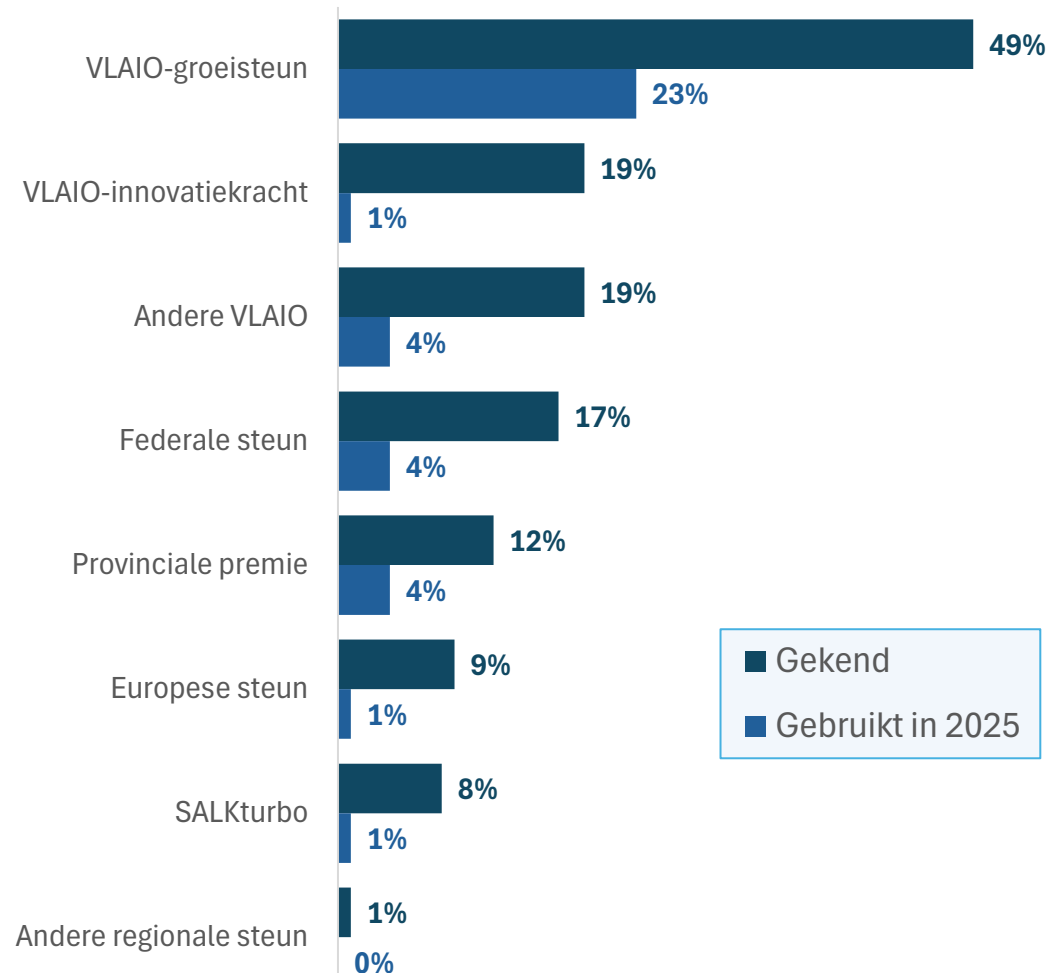
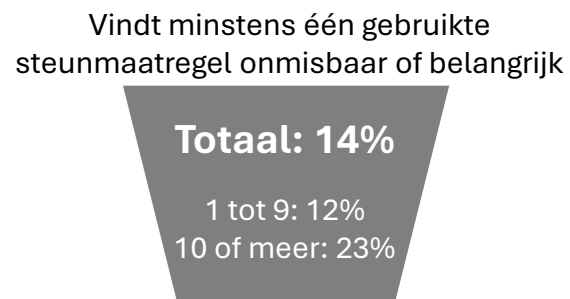
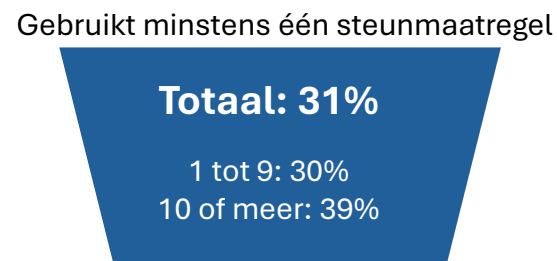


Steun & begeleiding



Innovatiesteun: kennen is nog niet benutten

Steunmaatregelen



- Bijna twee derde kent minstens één steunmaatregel, maar slechts ongeveer één op drie heeft er gebruik van gemaakt
- Grotere ondernemingen kennen de maatregelen beter en ervaren ze vaker als belangrijk of onmisbaar
- VLAIO-groeisteun is veruit de bekendste én meest gebruikte maatregel, voor de overige maatregelen is het bereik veel beperkter en meer dan een derde kent geen enkele vorm van steun
- Het steunlandschap bereikt bedrijven gedeeltelijk, maar de stap naar passend gebruik en ervaren meerwaarde blijft groot

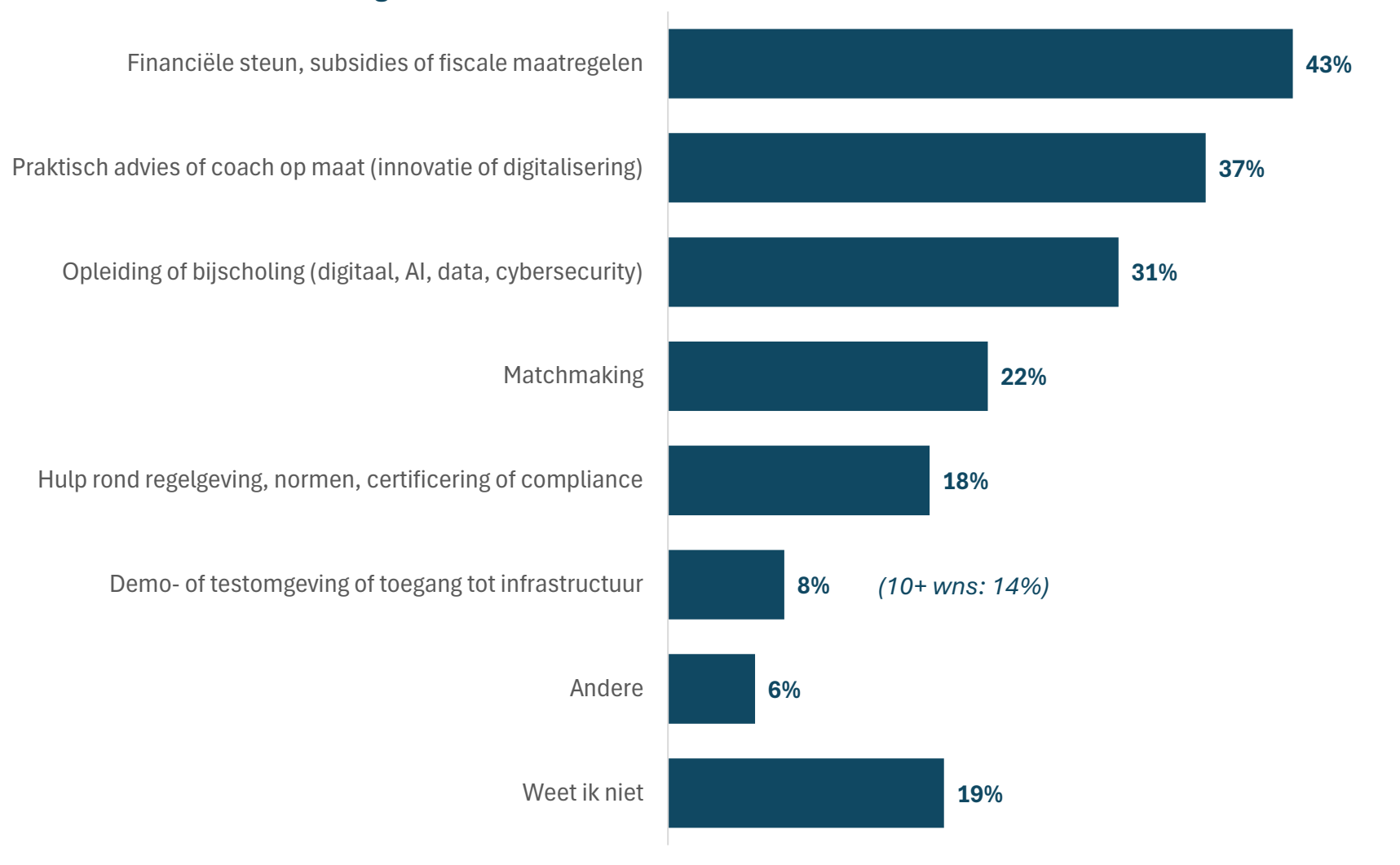
Vraag: Welke van volgende (financiële) steunmaatregelen kent u?/ Voor de steunmaatregelen die u kent: van welke heeft uw onderneming in 2025 gebruik gemaakt? / Hoe belangrijk waren de steunmaatregelen die uw onderneming in 2025 gebruikte om innovaties te realiseren?

Basis: Alle ondernemingen, n=320 (1 tot 9 n=123; 10 of meer n=197)



Naast geld ook nood aan begeleiding en kennisopbouw

Behoefte aan ondersteuning



- Financiële steun staat bovenaan de verlanglijst van de Limburgse ondernemingen om te kunnen verbeteren of innoveren
- Maar de ondersteuningsvraag gaat duidelijk verder dan louter financiering, er is ook een duidelijke behoefte aan praktisch adviesverlening, coaching en opleiding
- Er is doorgaans geen significant verschil tussen kleine en grotere bedrijven, behalve bij de toegang tot infrastructuur waar de vraag bij de grotere bedrijven duidelijk groter is
- 1 op 5 Limburgse bedrijven kan de ondersteuningsbehoeftes niet meteen benoemen of heeft er geen

Vraag: Wat zou uw onderneming het meest helpen om (sneller) te kunnen verbeteren of innoveren? (max 3)

Basis: Alle ondernemingen, n=318



Samengevat

Veel positieve signalen, maar er blijven uitdagingen



Innovatie in de praktijk

- Innovatie is breed aanwezig, maar vooral pragmatisch
- Innoveren om efficiënter te werken
- IT is een uitdaging, maar ook de belangrijkste investering



Innovatie-output

- Innovatie is vooral intern en digitaal gericht
- Product- en dienstinnovaties versterken het aanbod
- Procesverbeteringen verhogen vooral de productiviteit



Digitalisering & IT

- Opleidingen rond veilig digitaal werken weinig ingeburgerd
- 4 op 10 Limburgse ondernemingen verkoopt online
- Datagedreven werken is nog geen evidentie



Artificiële intelligentie

- Limburgse bedrijven omarmen AI
- AI wordt vooral gezien als versterking



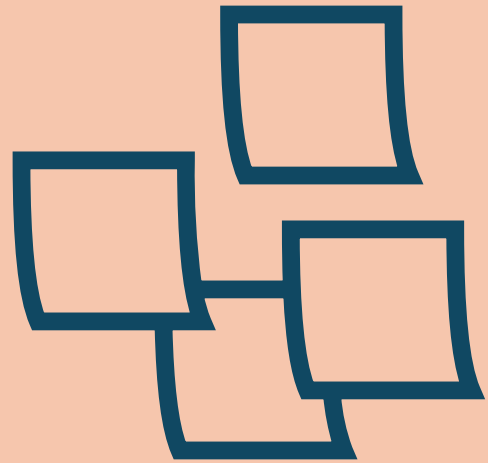
Investerings & samenwerking

- Ruime spreiding van geplande investeringen in innovatie
- Grotere bedrijven innoveren vaker samen met externen
- Samenwerken om kennis en technologie te verwerven



Steun & begeleiding

- Innovatiesteun: kennen is nog niet benutten
- Naast geld ook nood aan begeleiding en kennisopbouw



Perspectief



Enkele Limburgse cijfers in ruimer perspectief

Noot: de vergelijkingscijfers voor Vlaanderen en België komen uit andere onderzoeken, elk met een eigen doelgroep, vraagstelling en meetmoment. Ze geven een goede indicatie, maar zijn niet volledig vergelijkbaar met de Limburgse resultaten.

“9 op 10 Limburgse bedrijven waren in 2025 met minstens één vorm van innovatie bezig, in de ruime betekenis van het woord”



“80% van de Vlaamse bedrijven met minstens tien werknemers waren innovatief actief (strikttere definitie) in de periode 2022-2024”

Bron: innovatiebevraging CIS 2025 (ECOOM)

“Iets meer dan 1 op de 4 Limburgse bedrijven bracht in 2025 een nieuw product of een nieuwe dienst op de markt, de helft vernieuwde interne processen en/of verhoogde de digitalisering en automatisering in hun bedrijf”



“40% van de Vlaamse ondernemingen was actief in productinnovatie en 73% in bedrijfsprocesinnovatie tijdens de periode 2022-2024”

Bron: innovatiebevraging CIS 2025 (ECOOM)

“9 op 10 Limburgse bedrijven hebben een eigen website en ruim 7 op 10 zijn aanwezig op sociale media, voorts blijkt dat 15% beschikt over een eigen app”



“9 op 10 Vlaamse bedrijven met minstens tien werknemers heeft een website, 4 op 5 gebruikt sociale media en in 2023 beschikte 9% van de Vlaamse bedrijven over een eigen app”

Bron: ICT-enquête bij ondernemingen 2025 (Statbel/Eurostat) (cijfer app: 2023)



Enkele Limburgse cijfers in ruimer perspectief

Noot: de vergelijkingscijfers voor Vlaanderen en België komen uit andere onderzoeken, elk met een eigen doelgroep, vraagstelling en meetmoment. Ze geven een goede indicatie, maar zijn niet volledig vergelijkbaar met de Limburgse resultaten.

“39% van de Limburgse ondernemingen verkoopt haar producten en diensten online”



“In België verkoopt 1 op 3 bedrijven met minstens tien werknemers via digitale kanalen”

Bron: ICT-enquête huishoudens en individuen (2024), FOD Economie

“83% gebruikt vandaag minstens één AI-toepassing”



“Volgens de Vlaamse AI-barometer gebruikte in 2025 59% van de Vlaamse bedrijven met minstens vijf werknemers minstens één AI-technologie, de KMO Barometer rapporteerde dat begin 2026 al 81% van de Belgische kmo's AI gebruikte

Bron: AI-barometer 2025 (Departement WEWIS, uitgevoerd door ECOOM), Exact KMO Barometeronderzoek uitgevoerd door Markteffect

“Tekstverwerking is veruit de meest gebruikte AI toepassing bij Limburgse bedrijven (75%)”



“Wanneer de huidige adoptie en adoptiebereidheid (in het komende jaar) worden samengenomen, blijkt het adoptiepotentieel voor tekstanalyse (54%) het hoogst”

Bron: AI-barometer 2025 (Departement WEWIS, uitgevoerd door ECOOM)



Enkele Limburgse cijfers in ruimer perspectief

Noot: de vergelijkingscijfers voor Vlaanderen en België komen uit andere onderzoeken, elk met een eigen doelgroep, vraagstelling en meetmoment. Ze geven een goede indicatie, maar zijn niet volledig vergelijkbaar met de Limburgse resultaten.

“De inzet van AI voor het automatiseren van processen blijft beperkter (26%)”



“Een groeiend aandeel adopters zet AI ook in bij de ontwikkeling van nieuwe technologieën, producten en processen (32%)”

Bron: AI-barometer 2025 (Departement WEWIS, uitgevoerd door ECOOM)

“De impact van AI op de personeelsbehoefte is eerder beperkt”



“De adoptie van AI-technologieën heeft voorlopig een eerder beperkte impact op de tewerkstelling”

Bron: AI-barometer 2025 (Departement WEWIS, uitgevoerd door ECOOM)

“35% van de Limburgse bedrijven geeft aan dat AI zorgde voor lagere operationele kosten”



“Voor 40% van de adopters leidde de inzet van AI-technologieën tot een reductie van de kosten”

Bron: AI-barometer 2025 (Departement WEWIS, uitgevoerd door ECOOM)

“Niet-gebruikers worden vooral afgeremd door de onduidelijkheid over de relevantie, een gebrek aan prioriteit en onvoldoende tijd of kennis, de kostprijs is slechts voor 6% een drempel”



“Ook in Vlaanderen zijn een gebrek aan kennis en de moeilijkheid om de mogelijke toepassingen in te schatten de grootste drempels en is de kostprijs slechts voor een kleine minderheid de struikelblok”

Bron: AI-barometer 2025 (Departement WEWIS, uitgevoerd door ECOOM)

Meer gedetailleerde cijfers of bijkomende duiding?

**POM Limburg
Kennis & Data**

**Tel.: 011 300 100 / E-mail: info@pomlimburg.be
www.pomlimburg.be**