



## *Effectief omgaan met nieuwe ideeën levert veel geld op*

Han Gerrits is een autoriteit op het gebied van innovatie. Zijn expertise en uitgebreide ervaring met innovatieprojecten stellen hem als geen ander in staat om personen en organisaties in beweging te krijgen en innovatiever te worden. Gerrits is oprichter en directeur van Innovation Factory, een advies- en coachingbureau op het gebied van innovatie. Via het bureau is hij actief betrokken bij innovatieprogramma's van een groot aantal Nederlandse organisaties zoals TNT Post, UPC en Achmea. Innovation Factory levert niet alleen advies, maar biedt praktische oplossingen waardoor innovatie verankerd raakt in de bedrijfsvoering. Hiernaast is Gerrits verbonden aan de Vrije Universiteit als hoogleraar 'E-Business & IT industry'. Ook doceert Gerrits bij postdoctorale opleidingen aan de RSM Erasmus Universiteit, TSM Twente Business School en Nyenrode Business Universiteit.

[www.innovationfactory.eu](http://www.innovationfactory.eu)  
[hangerrits@speakersacademy.eu](mailto:hangerrits@speakersacademy.eu)

# Innovatie is de katalysator van groei

Prof. dr. ir. Han Gerrits is wetenschapper, adviseur en ondernemer. Zijn specialiteit is innovatie, een fenomeen dat volgens hem één van de aanjagers is van wereldwijde economische groei en technologische vooruitgang. Daarom is het belangrijk dat er binnen organisaties ruimte is voor innovatie en dat de implementatie van een idee naar de werkelijkheid goed wordt begeleid.

De economische crisis leidt ertoe dat veel bedrijven de hand in eigen boezem steken en op zoek gaan naar manieren om efficiënter en effectiever te opereren. "Eén van de manieren om die doelen te bereiken is door zowel tactisch als strategisch in te zetten op innovatie. Innovatie kan alleen maar resultaat opleveren als organisaties er serieus mee omgaan", aldus Han Gerrits, hoogleraar aan de Vrije Universiteit en oprichter van Innovation Factory, een bedrijf dat organisaties helpt om innovatieprojecten op te starten en succesvol te implementeren.

## Innovatie gedijt optimaal in een open bedrijfscultuur

Gerrits: "Essentieel voor innovatie is de cultuur van het bedrijf, instelling of organisatie. Die cultuur moet open en transparant zijn, zodat medewerkers met ideeën durven komen, durven te experimenteren en ook durven fouten te maken. Van die fouten kunnen organisaties namelijk het meest leren. Topman Eric Schmidt van Google zegt altijd "Fail fast and fail often", een citaat dat heel goed de kernfilosofie van het bedrijf verwoordt. Nu is innovatie bij Google natuurlijk core business, maar ook voor organisaties die menen veel minder met innovatie bezig te hoeven zijn, kan het heel waardevol blijken om toch een open en transparante cultuur te creëren."

## Goede informatiedeling leidt tot beste resultaten

Ook al ontwikkelt Nederland zich al jaren tot een informatiesamenleving met een kennis-economie, in de dagelijkse praktijk blijkt dat veel organisaties wél beschikken over kennis, maar niet in staat zijn om die informatie op een gedegen manier te delen. "Vaak bestaat

er bij de medewerkers van een organisatie al een enorm reservoir aan kennis en informatie dat in optimale omstandigheden zou leiden tot goede ideeën. Uit die ideeën zouden weer goede nieuwe producten en diensten kunnen ontstaan.

Als de informatie echter niet genoeg of niet goed genoeg gedeeld wordt, kan het voorkomen dat binnen hetzelfde bedrijf meerdere mensen, soms zelfs hele afdelingen of divisies, met de uitwerking van hetzelfde idee bezig zijn, zonder dat ze dat van elkaar weten. Dit soort toestanden kost onnodig veel tijd, energie en geld. Zeker in tijden van crisis kunnen organisaties zich dit niet veroorloven", zegt Gerrits.

## Onbenut geestelijk kapitaal is economische doodzonde

Er bestaat veel onderzoek dat de visie van Gerrits onderschrijft. "Cijfers wijzen uit dat medewerkers maximaal 60 procent van hun ideeën in kunnen zetten voor hun bedrijf. Daar ligt dus nog voor 40 procent aan onbenut geestelijk kapitaal voor het oprapen. Verder wordt slechts 10 procent van de kennis van medewerkers opgeslagen in systemen. Iedereen kan zich voorstellen hoeveel middelen er verspild worden door 90 procent van de ideeën binnen de eigen organisatie niet effectief te verwerken. Dit stelselmatig verwaarlozen van het eigen geestelijk kapitaal is een economische doodzonde. Zaak is om medewerkers actief te benaderen en op een laagdrempelige manier bij het innovatieproces te betrekken. Dat is ook nog eens goed voor de sfeer, het groepsgevoel onder de medewerkers en een gezonde mate van identificatie van de medewerkers met hun organisatie", zegt hij.

## Momentum grijpen in crisis is cruciaal

Een gedegen innovatiebeleid kan weliswaar leiden tot aanzienlijke kostenbesparingen, maar toch bestaat er bij veel organisaties het idee dat innovaties vooral bedacht en uitgevoerd moeten worden in een economisch voorspoedig tijdsgewricht en niet in een periode van algemene malaise. Gerrits bestrijdt deze aanname met klem. "Een crisis van deze schaal is een historische zeldzaamheid en biedt daarom ook enorme kansen voor iedereen die er inventief mee om kan gaan. Veel grote, sterke ondernemingen zijn in vergelijkbare tijden ontstaan. Die hebben gebruik gemaakt van het momentum op de markt. Goede voorbeelden daarvan zijn General Electric en Microsoft. Medewerkers hebben nu veel tijd om met innovatie bezig te zijn en hebben daarbij het voordeel dat de meeste concurrenten stilstaan. Door nu op tijd te innoveren, bouwt een organisatie aan een substantiële voorsprong voor de periode na de crisis", aldus Gerrits.

## Idee, implementatie en innovatie

Als een organisatie eenmaal geslaagd is in het bedenken, vergaren en verzamelen van veel goede ideeën is de volgende stap in het innovatieproces de implementatie. Gerrits: "Een goed of zelfs geniaal idee is niet genoeg. Succesvol innoveren vraagt ook om een adequate begeleiding. Er moet immers een lange weg afgelegd worden van het idee naar een concreet realiseerbaar product of dienst. Brillante ideeën die geen helder doel hebben of verkeerd in de praktijk worden gebracht zijn er genoeg, maar leiden onherroepelijk tot verspilling van middelen. Zorg als organisatie dus voor genoeg expertise om ook een goed vervolg te kunnen geven aan de beginfase van een innovatietraject

"Menigeen wijst een goed idee af alleen al omdat het niet van hem is."

— Luis Buñuel —