

Innovatie & proven technology



Ook wel eens bij een klant gezeten en iets *nieuws* voorgesteld? Een geweldig idee? Een perfecte op maat gesneden oplossing voor de klant? Vol trots vertel je over de ideale oplossing, de klant moet wel dolenthousiast zijn.

De eerste reactie van veel klanten is: “gebruiken anderen dit al?” En vooral, gebruiken mijn collega’s in dezelfde bedrijfstak dit, het liefst meerdere en al gedurende langere tijd. Eh ... , daar sta je dan. Enthousiast begin je uit te leggen hoe het allemaal werkt, wat de prachtige oplossing inhoudelijk betekent, maar je ziet al snel dat dit aan dovemansoren gericht is. Het kan toch niet zo zijn dat jij als simpele Nederlander zomaar iets nieuws bedenkt, nee dat moet van ver komen.

Vertwijfeld probeer je het nog even door te vertellen hoeveel men gaat besparen of welk concurrentievoordeel het gaat opleveren, maar je hebt de discussie al verloren. Schoorvoetend geef je toe dat het een nieuw idee is (*afkeurende geluiden*) en dat het voor het eerst toegepast wordt (*zachtjes aanzwellend boegeroep*). Voor je het weet ligt jouw idee in de prullenbak en sta jij weer buiten. En je dacht nog wel dat je zo slim was...

Niet alleen bedrijven innoveren, ook B.V. Nederland moet nodig innoveren. Daadkrachtig als we zijn stellen we natuurlijk direct een commissie in! We geven deze commissie een tot de verbeelding sprekende naam: het innovatieplatform. De commissie komt bovendien onder de bezielende leiding te staan van onze premier.

Een politicus, nog wel van conservatieve huize, die moet innoveren? De commissie gaat natuurlijk voortvarend te werk. Er wordt vooral veel gekeken naar anderen. Hoe hebben andere landen geïnnoveerd, waar hebben bijvoorbeeld Finland en Ierland hun succes aan te danken? Tja, ook hier geldt blijkbaar dat iets nieuws verzinnen teveel gevraagd is, we moeten vooral weer anderen na-apen.

Waarom zijn we zo bang voor originele ideeën, voor echte innovatie? Misschien omdat we bang zijn om risico’s te nemen. Deels terecht, want voor innovatie moet je lef hebben. Iets doen wat anderen nog niet eerder gedaan hebben, daarin investeren met geen enkele garantie dat het zich terug betaald. Eng toch?

Het lijkt dan ook veel veiliger om aan de slag te gaan met zogenaamde ‘proven technology’. Geen risico’s en absolute garanties. Toch? Nu, dat valt wel tegen. Al die zogenaamde ‘proven technology’ geeft slechts schijnveiligheid. We weten voornamelijk wat er niet werkt aan de huidige technologie, kijk maar hoeveel IT-projecten er niet goed lopen. Dat velen graag hier instapt bewijst voornamelijk dat veel mensen liever bekende ellende hebben dan mogelijk onbekend plezier.

Innovatie is iets dat bij individuele mensen vandaan moet komen. Vaak van onderaf door individuele mensen. Daar worden mensen dagelijks geconfronteerd met de tekortkomingen van de huidige technologie en werkwijze. Daar krijgen gedreven mensen soms ingenieuze ingevingen en daar komen vaak slimme oplossingen vandaan. In de praktijk krijgen dit soort mensen maar weinig mogelijkheden.

Ik pleit er dan ook voor om innovatie niet te sturen. Geef de juiste mensen de ruimte en vrijheid om zaken uit te proberen. Wel angstig voor managers die alles onder controle willen houden. Echter, innovatie vereist experimenten. Daar leren we van, zelfs van mislukte experimenten leren we veel. Een goed manager herkent de juiste mensen in zijn bedrijf, mensen met visie, motivatie en doorzettingsvermogen, en geeft ze de ruimte. Wel houdt hij de bedrijfseconomische aspecten van de innovatie in het oog en is hierin het geweten van deze mensen. Uiteindelijk wordt innovatie hierdoor weer teamwork.

Jos Warmer,
Partner Ordina SI&D.
E-mail:
jos.warmer@ordina.nl.