

Innovatie stimuleert ons positief én is winstgevend!

Dagelijks ontvangen we een stortvloed aan -veelal negatieve- berichtgeving over de economie. Het resultaat is veel waan van de dag en aanpraterij waarmee we onszelf deels debet maken aan de stagnatie. Gaan we nu in een hoekje zitten afwachten tot het voorbij is? Toegegeven, het economische tij is lastig en onzeker maar goed ondernemerschap let altijd op de kosten. Nu paniekvoetbal spelen en niets meer investeren levert zeker geen resultaat. De Nederlandse bedrijven hebben de afgelopen jaren een sterke positie gebouwd door de reeds doorgevoerde schaalvergroting en de opgebouwde reserves. De periode van recessie moeten we gebruiken om “slim te innoveren” en als leider uit de strijd te komen, niet om langzaam onze reserves uit te hollen en te vegeteren! Slim innoveren is efficiënt veel ideeën genereren gevolgd door een goede en snelle selectie; literatuur laat zien dat grote aantallen ideeën van belang zijn om tunnelvisie te voorkomen.

Uit de crisis 1930-1940 trok de bekende econoom Schumpeter reeds de conclusie dat crisis een goede voedingsbodem voor innovatie en krachtige bedrijven is. De juist in crisistijd versnelde inzet op innovatie van kunststoffen als nylon vormde het fundament van Dupont; ook HP is toen van start gegaan. Naast het opschonende effect van de crisis zijn er nu ook trendbreuken als milieubewustzijn en nieuwe technologieën (clean tech, nanotechnologie, etc.) die kansen bieden voor innovatie.

“De juist in crisistijd versnelde inzet op innovatie van kunststoffen als nylon vormde het fundament van Dupont”

Innovatieve bedrijven blijken uit onderzoek een onevenredig groot deel van de winst te pakken (14% innovatieve starters pakt 61% van de winst). Het financieel rendement is zeker nu aantrekkelijk. Ook positief en (op termijn) winstgevend is het wervende en bindende effect van een innovatieve uitstraling. Zo kun je schaars talent binden om in de zeker komende tijden van groei het beste team te hebben. Het CBS stelt immers dat bedrijven de schaarste aan talent als belangrijkste belemmering voor (winst)groei zien.

“Slim innoveren door pragmatische inzet van open innovatie, cocreation en het verzamelen van creatieve ideeën uit de organisatie leidt tegen lage kosten tot rendement”

Leiden bij economische tegenwind vergt gerichte investeringen. Geld verkwisten met losse flodders kunnen we ons niet veroorloven. Een gedegen innovatiestrategie is van belang: slim initiatieven ontwikkelen en doorpakken wanneer de economie aantrekt. Het goede nieuws is dat niet alleen de hoeveelheid geïnvesteerd geld het effect van innovatie drijft. Slim innoveren door pragmatische inzet van open innovatie, cocreation en het verzamelen van creatieve ideeën uit de organisatie leidt tegen lage kosten tot rendement. Klanten, aandeelhouders en

personeel varen er wel bij en we staan als Nederlandse bedrijven samen weer klaar voor de volgende ronde van groei. In ieder geval leidt innoveren tot een dosis positieve energie die tegenwicht biedt aan het sombermansklimaat!

Ir. Bert Bruns is mede-oprichter van en partner bij BeBright