



door Bert Wolters

Leren Duurzaam Innoveren

De wereld zit in een recessie die we niet vaak hebben meegemaakt. Er blijkt een fundamentele fout te zitten in ons economische systeem, wat tot miljarden verliezen heeft geleid en waar veel bedrijven pijnlijk mee te maken hebben; wat zelfs veel bedrijven de kop heeft gekost. Wat doe je in zo'n situatie? Duurzaam innoveren?

Duurzaam innoveren

Als het economisch wat minder gaat, vallen veel bedrijven terug op het werk dat ze altijd hebben gedaan, de core business. Er wordt bezuinigd op extra's en alleen het hoognodige blijft over. Een onderzoeks- of innovatieafdeling is vaak één van de eerste bedrijfsonderdelen die wordt opgeheven of afgebouwd; die levert immers geen direct aantoonbare inkomsten op! Innovatie hoort bij een goede economische situatie, niet bij een slechte. Toch zal niemand ontkennen dat je alleen door innovatie kunt overleven (bedrijven die nu nog uitsluitend bezig zijn met innovaties op het gebied van stoomlocomotieven zijn er waarschijnlijk niet meer). Kortom: u moet innoveren om te overleven. Duurzaam innoveren staat momenteel sterk in de belangstelling. Maar wat houdt dat nu eigenlijk in?

Nieuwe, duurzame producten

Duurzaam innoveren heeft 2 betekenissen:

1. nieuwe, duurzame producten maken;
2. eigen organisatie duurzaam vernieuwen.

Een uitvinder bedenkt nieuwe producten en de combinatie met duurzaamheid lijkt momenteel commercieel interessant. Als u een duurzaam product maakt, moet dit uw klant wel meerwaarde opleveren. Duurzaamheid alleen is namelijk een onvoldoende verkoopargument. Het product moet ook andere meerwaarde bieden aan de klant. Een duurzaam product is bij aanschaf vaak duurder dan de minder duurzame variant en veel klanten (vooral consumenten) kijken niet veel verder dan de aanschafprijs. Dan valt de duurzame variant vaak af. Anders wordt het als de duurzame variant extra mogelijkheden biedt, of aansluit bij de lifestyle van de doelgroep.

Marketing

De Cradle-to-Cradle-schoen die Nike als 'duurzaam' promootte werd geen succes. Een nieuwe schoen, duurzamer dan de C2C-schoen, werd aangeprezen als trendy en sportief, waarbij duurzaamheid zijdelings

werd genoemd. Die schoen werd wel goed verkocht. Een ander voorbeeld is Shell's Pura-benzine. Deze was beter voor het milieu, maar duurder en werd vrijwel niet verkocht. De nieuwe V-Power, ook milieuvriendelijker, wordt gekoppeld aan Ferrari; echte racebrandstof. De milieuvoordelen staan zijdelings genoemd. Het lijkt een succes. Daarmee blijkt het imago van het product belangrijker bij de verkoop dan de milieubijdrage.

Zelf doen

Wilt u dus zelf een duurzaam product op de markt brengen, denk dan aan de volgende dingen:

1. Benadruk de extra mogelijkheden van het product;
2. Beperk de doelgroep niet tot de 'duurzaamheidsfan';
3. Genoemde duurzaamheidsprestaties moet u met rapporten kunnen aantonen;
4. Profileer u (niet te expliciet) als groen bedrijf. Zoek naar natuurlijke verbindingen tussen uw product en duurzaamheid. Als u echter zelf het nut van duurzaamheid niet inziet, probeer dan niet de schijn op te houden. Dit gaat tegen u werken.
5. Bovenal: blijf bescheiden en relatieveer. Wees bewust van de geringe duurzaamheidsbijdrage van uw product.

Veranderingen in de organisatie

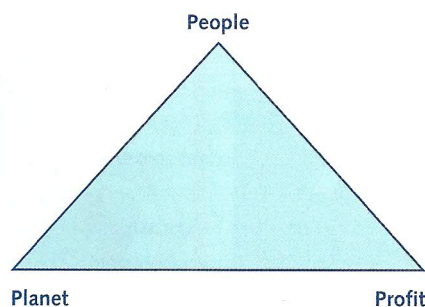
De andere vorm van duurzame innovatie gaat over de manier waarop u veranderingen binnen uw bedrijf vorm geeft. Daarbij is het van belang dat u uw innovatie niet

alleen richt op meer winst, maar ook kijkt naar het belang voor uw omgeving. Voor duurzaamheid wordt vaak het zogenaamde 'triple-P'-concept aangehaald. Dit staat voor People, Planet, Profit. Een duurzame innovatie houdt rekening met alle drie aspecten, maar stelt de mens (People) centraal: als die niet zit, wordt het geen succes.

Kennis en samenwerken

Duurzaam innoveren draait om kennis: u gebruikt (nieuwe) kennis om nieuwe producten te ontwikkelen, maar ook om nog meer nieuwe kennis te vergaren, waardoor u nog meer nieuwe producten kunt ontwikkelen, enz. Het gaat daarbij om kenniscreatie (hoe krijg je kennis binnen je bedrijf?) en om kennismanagement (hoe ga je met die kennis om?). De manier waarop u de innovatie organiseert, levert u kennis voor een volgende innovatie-inspanning: u weet wat fout ging en wat succesvol was. Daar houdt u een volgende keer rekening mee. Hierdoor wordt uw volgende innovatie al efficiënter aangepakt dan de voorgaande. Op deze manier bouwt u een innovatiecultuur binnen uw organisatie die de mensen aanspreekt. Zo kan elke volgende innovatie effectiever worden ingevoerd. Hoe minder energie u verspilt bij dit proces (bijvoorbeeld door kennis te delen), hoe duurzamer uw innovatie wordt. Eén van de succesfactoren voor geslaagd duurzaam innoveren is: samenwerken met andere ondernemers, vooral klanten en leveranciers. Gebruik elkaars kennis om verder te komen, want een duurzaam innovatieproces houdt ook in dat er steeds nieuwe kennis bijkomt om nieuwe dingen te maken en dat bestaande kennis opnieuw wordt gebruikt.

Syntens heeft een handig, gratis werkboekje uitgebracht met de titel 'Ben er morgen nog!', dat veel invuloefeningen bevat om via duurzame innovatie als bedrijf te overleven. Want daar gaat het uiteindelijk om: de duurzaamheid van uw bedrijf. Zorgen dat u er morgen nog bent.



Welke P staat bij u bovenaan?