

Innovatietienkamp biedt ondernemingen instrument voor verbetering innovatieprestaties

Ondernemingen die in hun innovatiebeleid de aandacht niet alleen richten op grote, baanbrekende innovaties, maar vooral ook op doorontwikkeling van succesnummers (nieuwe versies, verbeteringen, nieuwe vormgeving), blijken door de jaren heen zeer succesvolle innovatoren te zijn. Continue aandacht voor verbetering betekent voortdurende voeling met en feedback van de markt en de bredere omgeving; twee belangrijke voorwaarden voor succesvol innoveren. Daarnaast laat deze vorm van innovatie zich in routines vangen, waardoor goed management de kans op succesvolle innovatie aanzienlijk vergroot. Het concept van de innovatietienkamp biedt managers hiervoor een uitstekende leidraad.

Dit zijn de belangrijkste uitkomsten van een onderzoek dat prof.dr. Dany Jacobs en dr. Hendrik Sniijders in opdracht van de Stichting Management Studies in Den Haag hebben uitgevoerd. Het bijzondere van hun onderzoek is dat ze niet hebben gekeken naar succesvolle innovaties, maar naar de innovatieprocessen en het innovatiebeleid van een twintigtal Nederlandse ondernemingen en organisaties die herhaaldelijk succesvolle innovaties op de markt hebben gebracht. Voorbeelden zijn Philips, DSM, Ten Cate, Intervet, Stage Entertainment, HEMA, KesselsKramer, het Groninger Museum en de Kunsthall. Al deze organisaties bleken sterke innovatieroutines te hebben, waarin een open creatieve leer- en samenwerkingscultuur werd gecombineerd met vlot lopend management van elkaar in hoog tempo opvolgende innovatieprojecten in een heldere organisatorische structuur.

Innovatieroutine ontstaat niet zo maar. Daarvoor moet een organisatie excelleren in tien disciplines, door Jacobs en Sniijders samengebracht in de innovatietienkamp. De metafoor van de tienkamp geeft aan dat slechts uitmuntende prestaties op alle disciplines tot succes leiden; enkele mindere scores kosten het kampioenschap. Vertrek vanuit een strategisch concept waarin innovatie een noodzaak is, wees maatschappijgericht, wees klantgericht, wees ambitieus en durf wat, ontwikkel door, leer van reële getallen, zoek de beste mensen, creëer ambiance en een open cultuur, bouw sterke netwerken en scherp uw focus en commitment zijn de tien 'geboden' van Jacobs en Sniijders voor innovatiesucces.

In hun boek "Innovatieroutine; hoe managers herhaalde innovatie kunnen stimuleren" gaan zij uitgebreid in op deze disciplines en op het gebruik van de innovatietienkamp voor de beoordeling en verbetering van de innovatiekracht van een organisatie. Het boek werd op 18 november 2008 gepresenteerd op een door de Stichting Management Studies georganiseerd symposium Excelleren in de innovatietienkamp.

Voor meer informatie: Barbera van Dijkum, 070-3490203, dijkum@vno-ncw.nl, www.managementstudies.nl

19 november 2008

Stichting Management Studies