

Doorbreek Innovatiebarrières - Vijftien strategieën

REVIEW Gijs van Wulfen 19-03-2025

Als innovator ken je het ongetwijfeld: je hebt een geweldig idee, maar zodra je het voorlegt aan het management, krijg je een 'Nee'. Of erger nog: een 'Misschien, maar nu niet'. Innovatie binnen organisaties lijkt soms een eindeloze strijd tegen terughoudendheid en bureaucratie.

Ik weet hoe frustrerend dat is. In mijn loopbaan heb ik talloze keren ervaren hoe bedrijven vastlopen in oude patronen. Ze zijn bang om risico's te nemen, willen eerst eindeloze analyses (laten) uitvoeren, en zien innovatie vooral als een kostenpost in plaats van een investering in de toekomst.

In mijn nieuwe boek *Doorbreek Innovatiebarrières* beschrijf ik hoe je dit patroon doorbreekt. Want als je altijd tegen een muur van 'Nee' aanloopt, is het tijd om een andere aanpak te kiezen.

DE MUUR VAN VIJFTIEN INNOVATIEBARRIÈRES



Veel organisaties zijn als een fort: stevig gebouwd om risico's buiten te houden. Maar diezelfde verdedigingsmuur houdt ook innovatie tegen. In mijn boek beschrijf ik vijftien innovatiebarrières die innovatie in bedrijven vertragen of zelfs blokkeren. Enkele van de meest voorkomende zijn:

Succes uit het verleden – 'We doen het al jaren zo en dat werkt prima.' *Bureaucratie* – 'We moeten eerst tien afdelingen overtuigen.' *Kortetermijnfocus* – 'We hebben nu geen tijd voor innovatie, want de kwartaalcijfers moeten gehaald worden.' *Geen duidelijke innovatie-ROI* – 'Wat levert het concreet op?'

Herken je deze obstakels? Dan ben je niet alleen. Gelukkig heb ik bewezen strategieën voor je om deze barrières te doorbreken.

VIJFTIEN STRATEGIEËN OM BUY-IN VOOR INNOVATIE TE VERGROTEN



Innovatie binnen organisaties is geen solo-missie. Je hebt draagvlak nodig—van je collega's, maar vooral van je management. Daarom ontwikkelde ik vijftien strategieën om een management-buy-in te krijgen voor innovatie. Drie van de krachtigste strategieën bespreek ik hieronder:

1. Wijnoveer: Innoveer samen (Strategie 3)

Veel bedrijven werken in silo's: marketing, R&D, sales—ze opereren als losse eilanden. Maar innovatie gebeurt niet in isolatie. Het geheim? Samen innoveren, of zoals ik het noem: *wijnoveren*.

Een goed voorbeeld komt uit de luchtvaartindustrie. De luchthavens van Milaan, Malpensa en Linate, realiseerden zich dat diversiteit en inclusie cruciaal waren voor hun toekomst. Maar in plaats van dit te laten afhangen van één afdeling, bundelden ze de krachten tussen HR, klantenservice en strategische ontwikkeling. Zo werd innovatie een gezamenlijke verantwoordelijkheid en kregen ze draagvlak bij de directie.

Wil je succesvol innoveren? Verbind dan afdelingen, werk samen en creëer een gedeeld innovatiedoel.

2. Pak het juiste moment (Strategie 7)

Innovatie gaat niet alleen om goede ideeën, maar ook om timing. Het juiste idee op het verkeerde moment wordt alsnog een fiasco.

Een treffend voorbeeld is het chemiebedrijf Huntsman. Jarenlang stelden ze radicale innovatie uit omdat andere prioriteiten voorrang kregen. Totdat er een ambitieuze vice-president kwam die echt ondernemersbloed had en zijn nek wel wilde uitsteken. Gewapend met zijn visie en steun kreeg innovatie met de bewezen VOORT-innovatiemethode prioriteit en werd de innovatiefunnel weer gevoed met écht nieuwe businesscases.

Wil jij je kans op een 'Ja' vergroten? Kies het juiste moment om je idee te pitchen. Wanneer voelt het management de druk? Waar liggen hun prioriteiten? Stem je innovatievoorstel daarop af.

3. Maak innovatiebusinesscases (Strategie 14)

Veel managers blokkeren innovatie omdat ze geen concreet beeld hebben van de waarde ervan. Ze willen harde cijfers: Wat kost het? Wat levert het op?

Daarom is een goede businesscase cruciaal. Neem het voorbeeld van Bruil, een Nederlands betonbedrijf.

Ze wilden ook radicaal vernieuwen met 3D-geprint beton, maar wisten dat ze zonder sterke businesscase nul steun zouden krijgen. Dus berekenden ze niet alleen de kosten, maar lieten ze zien welke fricties het nieuwe concept zou oplossen voor architecten en klanten, en hoeveel tijd en materiaal de technologie zou besparen. Toen kreeg deze radicale innovatie groen licht.

Wil je serieus genomen worden? Maak je innovatie meetbaar en toon het rendement.

Laat 'Nee' geen eindpunt zijn, maar het begin!

Innovatie is geen kwestie van een goed idee alleen. Het is een strategie om mensen mee te krijgen, barrières te doorbreken en het juiste moment te kiezen.

Krijg je een 'Nee'? Geef dan niet op. Dat is het moment waarop innovatie écht begint!

Wil je ook jouw innovaties succesvol door de organisatie heen krijgen? Lees *Doorbreek Innovatiebarrières* en ontdek hoe jij jouw ideeën kunt laten slagen gesteund door jouw management.

Over Gijs van Wulfen

Gijs van Wulfen is wereldwijd een autoriteit op het gebied van design thinking en innovatie. Thinkers360 benoemt hem als de Nummer 1 Influencer op het gebied van Design Thinking ter wereld in 2024.

In zijn nieuwste baanbrekende boek 'Doorbreek Innovatiebarrières' geeft Gijs iedereen die durft te innoveren de kracht en tools om management buy-in te vergroten met vijftien bewezen strategieën.

<https://www.gijsvanwulfen.com>

Alle boeken van Gijs van Wulfen