

Nederlandse organisaties benutten sociale innovatiekracht nauwelijks

Innoveren is een belangrijke uitdaging voor hedendaagse organisaties. Door de mondialisering van markten, razendsnelle technologische ontwikkelingen en kritischer wordende consumenten zijn organisaties gedwongen continu innovaties te introduceren. Ook binnen de Nederlandse economie wordt hier volop aandacht aan besteed. Vaak wordt echter gedacht aan investeringen in technologische ontwikkelingen. Maar dat is achterhaald: sociale innovatie blijkt juist van levensbelang voor de prestaties van organisaties. Slimmer werken en het optimaal benutten van managementvaardigheden en de kennis van medewerkers maken het verschil. Drie experts op het gebied van sociale innovatie vertellen hier meer over.

Sociale innovatie bepaalt 77% van het innovatiesucces

Uit de recent gepubliceerde Innovatie Monitor van de Erasmus Universiteit, Rotterdam School of Management en Panteia/EIM blijkt dat Nederlandse organisaties nog veel kansen laten liggen op het gebied van sociale innovatie. Het beleid om innovatie te stimuleren is heel eenzijdig. Dat zeggen onderzoekers van de jaarlijkse Innovatie Monitor, onder leiding van Henk Volberda, hoogleraar Strategisch Management en Ondernemingsbeleid aan de Erasmus Universiteit. Technologische innovaties voeren nog altijd de boventoon, investeringen in een betere organisatiestructuur blijven voorsnog achter. Dat is volgens Volberda opvallend, omdat sociale innovatie juist van bijzonder groot belang is voor bedrijfsprestaties. Uit het onderzoek blijkt namelijk dat sociale innovatie voor 77% bepaalt of een bedrijf succesvol is in het ontwikkelen van succesvolle producten. Slechts 23% van het innovatiesucces wordt bepaald door technologische innovaties. Door flexibeler en slimmer te werken, beter samen te werken met externe partijen en nieuwe vormen van management te zoeken, kunnen bedrijven volgens Volberda dus veel beter gaan presteren.

Ideeën van medewerkers worden nog maar weinig gebruikt

Deze bevinding wordt ondersteund door grootschalig onderzoek van Effectory, uitgevoerd onder ruim 300.000 respondenten. Uit deze cijfers blijkt eveneens dat organisaties de mogelijkheden van sociale innovatie nog niet optimaal benutten, terwijl dit volop potentie biedt. De kennis van medewerkers wordt bijvoorbeeld nog erg weinig ingezet om organisaties te verbeteren, terwijl het personeel zelf aangeeft dat er veel ruimte is om efficiënter en effectiever te werken. De stelling 'Mijn organisatie maakt op een efficiënte en effectieve manier gebruik van haar middelen' is in het onderzoek gemiddeld met een 5,2 beoordeeld. Ook de stelling 'De werkzaamheden binnen mijn organisatie zijn op een goede manier georganiseerd' scoort een onvoldoende, namelijk een 5,5. Werkgevers vragen ook weinig naar de ideeën van hun medewerkers om hun efficiëntie en effectiviteit te verhogen. 'Ik word betrokken bij belangrijke beslissingen binnen mijn organisatie' is beoordeeld met een 5,4. 'Mijn organisatie maakt op een efficiënte en effectieve manier gebruik van de kennis en capaciteiten van de medewerkers' scoort een 5,7.

Verspilling van menselijk kapitaal

Volgens Guido Heezen, directeur van Effectory, is dat pure verspilling van menselijk kapitaal. “Voor het succes van een organisatie is het belangrijk om met zo min mogelijk middelen zo goed mogelijk te presteren”, aldus Heezen. “De kennis van medewerkers is hierbij onmisbaar. Het is zonde dat Nederlandse organisaties zo weinig gebruik maken van hun eigen innovatiekracht. Want juist deze sociale innovatie kan op dit moment hét grote verschil maken. Want wie weten er nu beter hoe een organisatie kan verbeteren dan de eigen medewerkers? Hun adviezen kosten niets extra’s, maar leveren een organisatie zoveel op. De truc is enkel om deze ideeën boven tafel te krijgen.”

De waarde van ideeën

Ook Mark Smidt, mede-oprichter van Pridea, ziet in praktijk de potentie van sociale innovatie. “Traditioneel innoveren is als wedden op één paard. Organisaties die ideeën van medewerkers structureel uitvoeren winnen de innovatieslag. Ze verbeteren continue en lanceren succesvol nieuwe producten en diensten”, aldus Smidt. “Er is nooit een tekort aan waardevolle ideeën. Het verschil wordt gemaakt bij realisatie. Elk gerealiseerd idee draagt bij aan het bedrijfsresultaat en de beleving. Innoveren is bedrijfscultuur en geen risicovol speeltje voor de happy-few”.

Tot slot

De experts zijn eensgezind in hun mening. Organisaties die verzuimen het maximale uit hun eigen medewerkers en bedrijfsprocessen te halen zullen op de lange termijn moeite krijgen om de concurrentieslag te winnen. Ze zullen ingehaald worden door organisaties die sociale innovatie als tweede natuur toepassen. Het actief gebruik maken van de ideeën van de medewerkers om organisaties te verbeteren en te innoveren heeft de toekomst. Het is een helder en vanzelfsprekend antwoord van de Nederlandse economie op de toenemende concurrentiestrijd. Wellicht dat deze benadering, die nu nog gezien wordt als sociale innovatie, anno 2025 daarom geldt als normale bedrijfsvoering.

Datum: 4 februari 2014