

Rob Jansen: 'Een inventie is pas een innovatie als ze succesvol is geïmplementeerd.' (Foto: Dick Brouwers)



## Rob Jansen: 'Innovatie vraagt lef en creatief ondernemerschap'



**Innoveren is fouten durven maken, daarvan leer je. En om verder te komen dan alleen luchtfietserij, moet je je innovatie goed in de markt zetten. Dat vergt weer creatief ondernemerschap. Het één kan niet zonder het ander, vindt senior adviseur W&G Rob Jansen.**

“Waarom ik innovatie belangrijk vind? Het is een uitingsvorm van de ontwikkeling van de mensheid, met een hele interessante tegenstelling; aan de ene kant willen we vooruitgang, maar vinden we de veranderingen die dat met zich meebrengt ongemakkelijk.”

Voor Rob begint innovatie bij de droom dat het anders kan. Vervolgens komt de hoe-vraag. “Voorwaarde is dat je het lef hebt om fouten te maken. Denk aan Edison: elke mislukte poging om een lamp te laten branden, bracht hem dichtbij de oplossing. Leren van je fouten rechtvaardigt dat je fouten maakt. Daarnaast is creatief ondernemerschap cruciaal: een inventie is pas een innovatie als ze succesvol is geïmplementeerd.”

Een probleem ontrafelen, oplossingen combineren en tenslotte nieuwe ‘vindingen’ bedenken, is voor Rob innovatie. “Bij ARCADIS gaat het dan vooral om ‘innovatie met de kleine i’, zoals Rob Mooren dat vaak noemt; een kleine verbetering in

ons werkproces heeft meer impact dan een lokale, radicale innovatie. Neem bijvoorbeeld BIM. Dat is procesinnovatie pur sang, met een grote impact op ARCADIS. Innovatief aan BIM is de manier waarop we tegen projectinformatie aankijken, geplaatst wordt in het geheel van disciplines en de levensduur van het bouwwerk. Het ontwerp is gebaseerd op keuzes eerder in het proces en is direct van invloed op andere disciplines én de ‘onderhoudbaarheid.’”

Innovatie doorvoeren is lastig. “Het blijft een uitdaging om je droom helder over de Bühne te krijgen. Denk aan Antoine de Saint-Exupéry: ‘Wil je een boot bouwen, begin dan niet met hout verzamelen,

planken zagen en werk verdelen, maar wek bij mensen het verlangen naar de uitgestrekte, grote zee’. Innovatie doorvoeren gaat als vanzelf als je mensen intrinsiek motiveert door eenzelfde verlangen te delen. Verandering van binnenuit maakt de kans op duurzaam succes veel groter.”

### Risico delen

En hoe makkelijk - of moeilijk - is het om innovatie in de markt te zetten? “Dat is hachelijk. Opdrachtgevers willen geen risico en innovatie staat voor onzekerheid. Tegelijkertijd verwachten ze nieuwe oplossingen. Ook hier geldt: als we onze droom bespreekbaar maken, zijn ze vaak bereid om het risico te delen. Tegelijk mag het realiseren van je eigen idee geen doel op zich

worden. Het is slechts een middel. Een andere valkuil is op de muziek vooruit lopen. In het *OndernemersLab* was het ‘3D-calamiteitenplan’ in 2008 zijn tijd ver vooruit; nu werken diverse partijen aan serious games, die precies dát doen. Is het écht een goed idee, moet je erin blijven geloven. Zoals Einstein zei: ‘If at first, the idea is not absurd, then there is no hope for it...’” ■

Het blijft een uitdaging om je droom helder over de Bühne te krijgen. Wil je een boot bouwen, begin dan niet met hout verzamelen en planken zagen, maar wek bij mensen het verlangen naar de uitgestrekte zee.

