

INNOVATIE VRAAGT ANDERS DENKEN ÉN ANDERS DOEN

Ferdinand van Kampen



Organisaties neigen sterk naar orde. Met regels wordt er een gevoel van veiligheid, maar ook een virtuele werkelijkheid gecreëerd. Door alles dicht te regelen, verdwijnt alle speelruimte en slokt het controleren van de regels alle energie op. In een te geregelde omgeving stompt de intuïtie van de medewerker af. Een enorm potentieel blijft daardoor onbenut. Anders gezegd, organisaties zetten zichzelf vast in ordening.

Het gevolg is dat ook medewerkers vastzitten in systemen. Hierdoor worden ze beperkt in hun ontwikkeling en houden daarmee weer de organisatie vast. Dit patroon kunnen we doorbreken door bewust een bepaalde mate van chaos toe te laten en met behulp van intuïtie, vertrouwen, lef, rust, ruimte, verwondering en liefde een speelveld te creëren waar beweging, innovatie en ontwikkelingen wél mogelijk zijn.

Als je een organisatie succesvol wil veranderen, moet je daar ruimte voor maken. Een organisatie verandert pas als hij kan, wil en mag veranderen. Dus de ruimte heeft om te veranderen. Bij innovatie gaat het dan vaak over de juiste mindset, kadering en beschikbare middelen, zoals tijd en geld. Er moeten daarom op andere vlakken duidelijke keuzes gemaakt worden om ruimte te creëren voor innovatie. Daarvoor is commitment aan de koers, identiteit én het creëren van een verandercultuur noodzakelijk.

↓ [KLIK HIER](#)
volledige
boek

ver
bin
den

In het mbo zie je dat strakke financiële beheersysteem verhinderen dat medewerkers tijd en ruimte krijgen om te werken aan innovatietrajecten, om te experimenteren of zelf te ontwikkelen. Daar is immers budget voor nodig. Zaak dus om daar ruimte voor te creëren. En dat vereist lef, want dat betekent uren besparen in de uitvoering van het lopende onderwijs om de vrijgekomen uren te investeren in innovatie voor de langere termijn. Pijn op korte termijn voor relevantie op lange termijn!

Verder is het belangrijk je visie te vertalen naar een innovatieportfolio. Richt hierbij 75% van de inspanning op je corebusiness; het onderwijs en 25% op aanpalende zaken die mee moeten innoveren, zoals praktijkbegeleiding. Heb je dat scherp in beeld, dan is het belangrijk dat je in de aansturing niet terugvalt op indicatoren waarop het regulier onderwijs gestuurd wordt. Stuur ook op ontwikkelinzichten, op uitgevoerde experimenten en opgeleverde onderwijsproducten. Er zijn vele wegen die leiden naar innovatie. Denk bijvoorbeeld aan een Centre of Excellence dat de rest ondersteunt, entrepreneur-programma's of innovatie buitenposten. Hierbij blijft de operatie echter vaak op afstand en is het implementeren van ontwikkelde onderwijsproducten het grote struikelblok. Wil je echt een verandering realiseren, moet je de innovatie in de uitvoering brengen. De cultuurverandering zal plaats moeten vinden in de uitvoerende teams. Innovatie van de onderwijsproducten en cultuurverandering moeten daarom hand in hand gaan.

TIJD DUS OM ANDERS TE GAAN DENKEN ÉN ONS ANDERS TE GAAN GEDRAGEN OM HET HUIDIGE ONDERWIJS TE INNOVEREN NAAR HET ONDERWIJS VOOR 2025.