10 jaar MKB Innovatie Top 100

Wat we kunnen leren van succesvolle, innovatieve ondernemers?

kamer van koophandel

Colofon

Uitgave: Kamer van Koophandel, oktober 2015

Downloaden

De publicatie is te downloaden via
www.kvk.nl/dagvandeinnovatie en via www.mkbinnovatietop100.nl

Auteurs

Saskia Wong-A-Tjong (KvK), Debby van Wijngaarden (KvK), Karel Bolt (KvK)

Fotografie

Hans van de Vlekkert (pagina's 8,12 en 16)

Eindredactie

Tonny Vermeulen (KvK)

Copyright

Alle rechten voorbehouden. Tenzij anders vermeld berusten alle rechten op tekst en beeld in deze publicatie bij de Kamer van Koophandel. Gehele of gedeeltelijke overname, plaatsing op andere sites, verveelvoudiging op welke andere wijze dan ook en/of commercieel gebruik van deze informatie is niet toegestaan zonder uitdrukkelijke toestemming van de Kamer van Koophandel.

Tien jaar MKB Innovatie Top 100

Het midden- en kleinbedrijf is de slimme motor van de economie gebleken toen het minder goed ging met Nederland. Met de realisatie van innovaties hebben deze ondernemers hun omzet verhoogd, hun voortbestaan zeker gesteld of bestaande producten verbeterd. Zij joegen de economie aan met vernieuwingen. Wat drijft deze ondernemers om vernieuwend bezig te zijn? Wat geeft hen energie? En welke barrières komen ze tegen?

We hebben dit onderzocht door ondernemers uit de vorige edities van de MKB Innovatie Top 100 te vragen daarover te vertellen. En ze hebben ons niet teleurgesteld: we zijn getrakteerd op prachtige verhalen, vol met tips voor collega-ondernemers. In deze publicatie zijn de belangrijkste uitkomsten samengevat.

Als het om innoveren gaat, loopt Nederland echt voorop. Innovatie levert de meeste ondernemers ook succes op, zo blijkt uit ons eerste onderzoek uit 2014 onder 700 innovatieve ondernemers die afgelopen jaren een plaats hadden veroverd in de MKB Innovatie Top 100. Een aantal uitkomsten uit dat onderzoek is ook verwerkt in deze publicatie. Het blijkt dat innovatie zorgt voor meer omzet, meer arbeidsplaatsen, meer winst en zelfs voor internationale activiteiten.

Tien jaar MKB Innovatie Top 100 is terugkijken op 1000 innovatieve producten en diensten van mooie Nederlandse bedrijven. Een prachtige innovatie-etalage! Elk jaar weer stelt een deskundige jury een nieuwe ranglijst vast. En elk jaar wordt zij opnieuw verrast door de diversiteit en de kwaliteit van de inzendingen. Ook dit jaar gaat de nummer één er uiteraard met de grootste eer vandoor. Maar ook alle 99 andere winnaars zijn terecht trots op een plekje in de tiende Innovatietop 100. Want het is een kwalificatie dat je als bedrijf voorop loopt en innovatief bezig bent in je branche.

Als Kamer van Koophandel hopen we dat deze publicatie andere ondernemers enthousiasmeert om werk te maken van hun eigen innovatieplannen. Innoveren is niet altijd ‘rocket-science’, innoveren ligt in ieders bereik. Voor onszelf is het een extra stimulans om innoverende bedrijven te blijven ondersteunen met praktische informatie en netwerken. We zijn nu al benieuwd naar de inzendingen voor de Top 100 van 2016!

Claudia Zuiderwijk
Voorzitter Raad van Bestuur
Kamer van Koophandel

MKB Innovatie Top 100

De Kamer van Koophandel heeft als missie de groei van mkb'ers te stimuleren. Innovatie is daarom één van de belangrijkste pijlers. Die pijler uit zich onder meer in de MKB Innovatie Top 100 van de Kamer van Koophandel, de jaarlijkse innovatie-etalage waarin een vakjury inspirerende best practices presenteert. Innovatie laat zich terugbetalen in betere bedrijfsprestaties; met name in extra omzet, maar ook in werkgelegenheid, winst en zelfs internationale handel. Hiermee is innovatie een duidelijke driver voor de groei van BV Nederland. Innoveren biedt kansen!

Innovatie = succes

Innoveren is meer dan het op de markt brengen van een nieuw product of een nieuwe dienst. Innovatie begint bij een marktgerichte focus: marktkennis, nauw contact met de klant en een innovatieve bedrijfscultuur. Deze visie hebben vrijwel alle ondernemers uit de MKB Innovatie Top 100 met elkaar gemeen. Maar hoe vergaat het die ondernemers na hun deelname aan deze top? Om dat uit te zoeken heeft de Kamer van Koophandel in 2014 deze bedrijven aangeschreven. Welke factoren hebben het innovatieproces voor hen een extra push gegeven? En wat heeft ze geholpen bij de ontwikkeling en het vermarkten van hun innovatieve product of dienst?

Innovatie leverde de meeste ondernemers succes op. Het zorgde voor meer omzet (bij 85 procent), meer arbeidsplaatsen (bij 65 procent), meer winst (bij 68 procent) en zelfs voor internationale activiteiten (bij 58 procent). Bij veel ondernemers hebben hun klanten, toeleveranciers, de overheid en/of kennis- en onderwijsinstellingen aan dit succes bijgedragen. Met deze partijen werd de doelgroep en het product of de dienst afgestemd en werd kennis en ervaring gedeeld. Sommige partijen toonden daarnaast lef en namen risico door de ondernemers te ondersteunen bij de financiering.

En wat waren de succesfactoren voor de innovatie an sich? 'Een duidelijk onderscheidend product (bij 24 procent) en meer dan voldoende marktkennis (bij 11 procent)', zo antwoordden de ondernemers vorig jaar. Daarbij was het bovendien van groot belang dat er klantgericht vernieuwd werd én dat de begrippen innovatie en vernieuwing verankerd waren in zowel de bedrijfsstrategie als de bedrijfscultuur (bij 23 procent). Bij ondernemers waar hun innovatie werd belemmerd - een klein percentage van de respondenten - kwam dat veelal doordat de financiering lastig te realiseren bleek. Ook te weinig afzetmogelijkheden, belemmerende wet- en regelgeving of onvoldoende marketing werden af en toe genoemd.

Mkb maakt het verschil

De ondernemers zijn zeer positief. Als gemiddeld rapportcijfer geven zij hun innovatie-traject namelijk een 7,7. Bij de meeste organisaties, 57 procent, is de innovatie waarmee ze deelnamen aan deze top dan ook nog steeds onderdeel van hun bedrijfsactiviteiten.

Innoveren = drive & focus

In opdracht van de KvK ging onderzoeksbureau Ipsos de afgelopen maanden dieper met ondernemers in gesprek om meer inzicht te krijgen in de achtergronden van innoverende ondernemers.

Wat drijft hen? Hoe verklaren ze zelf hun succes? Wat is hun eigen rol en hoe gaan ze om met tegenslagen? Doel van dit onderzoek was vooral om de 'geleerde lessen' van de betreffende mkb-ondernemers te delen. Hun lessen en aanbevelingen zijn immers een prachtige inspiratie-bron voor andere mkb'ers

Het onderzoek spitst zich toe op vier fases in het innovatieproces: ideeën genereren, ideeën concretiseren, vermarkten en exploiteren. De verhalen van ondernemers leren echter dat innovatie als een proces wordt ervaren dat maar moeilijk in fases te vatten is: "Het is haast niet in stappen op te delen, innovatie is een continu proces". In de verhalen zijn de verschillende fases wel te herkennen. We zien vooral dat ondernemers succesvol innoveren door hun enorme drive. Niet onlogisch, want zonder deze drive hadden veel ondernemers de handdoek allang in de ring gegooid. Innoveren zit bij hen 'in de genen': de positieve energie die nieuwe projecten bij ondernemers en hun organisatie losmaakt, is sterker dan energie die het tegelijkertijd ook kost. Doorzetten en positief omgaan met tegenslagen is dan ook het veelgehoorde devies. De kunst zit vooral in het vinden van focus (intern en extern) in een zeer dynamische wereld. Veel ondernemers vertellen dat ze bewust samenwerking opzoeken. Succesvol innoveren gaat volgens hen over kennis delen met de buitenwereld en het aangaan van allianties met de juiste partners. Bedrijven zien samenwerken als een belangrijke succesfactor. En ondertussen draait tijdens alle innovatietrajecten de eigen business gewoon door. Grip houden op innovatieprocessen, de financiering op orde hebben, medewerkers die als een enthousiast team samenwerken: het zijn essentiële randvoorwaarden die bijdragen aan het succes. Als het doel eenmaal is bereikt, dan geeft dat de ondernemers enorme voldoening. Maar lang stilstaan doet men niet. Er borrelen immers meteen al weer nieuwe ideeën op die vragen om aandacht!

In deze publicatie zijn de belangrijkste tips van de geïnterviewde ondernemers samengevat. Hun belangrijke lessen zijn voorzien van een scala aan citaten uit de met hen gevoerde gesprekken. In drie achtergrondverhalen blikken deelnemers uit de MKB Innovatie Top 100 terug op hun specifieke innovatie. Met 10 jaar MKB Innovatie Top 100 laat de Kamer van Koophandel zien waar het mkb toe in staat is. Zij hebben lef, doorzettingsvermogen en een neus voor vernieuwing. En met die vernieuwingen maken zij elk jaar weer het verschil.

Succesvol innoveren is focus houden, samenwerking en grip houden in een dynamische wereld.

1	**Drive & Focus**	Succesvol innoveren gaat om het gebruiken van energie en drive om op elk moment door te zetten en continu focus te houden op de stip op de horizon.
2	**Samenwerken**	Naast het volgen van een eigen focus en visie maakt het opzoeken en benutten van samenwerking innovatie succesvol.
3	**Grip**	Bij innoveren is snelheid vaak gewenst. In het proces is het echter de kunst om ook grip te houden op de ambities, bedrijfsvoering en resources.

Bron: Rapport "Wat kunnen we leren van succesvolle, innovatieve ondernemers", september 2015, Ipsos.

1 Drive en Focus

Succesvol innoveren gaat om het gebruiken van energie en drive om op elk moment door te zetten en continu de focus te houden op die stip op de horizon.

Belangrijkste lessen – drive & focus

Zoek inspiratie in alle momenten van ongenoegen	• Stof je zintuigen af • Doe iets wat bij je persoonlijke ambities past
Leg de lat niet te hoog, begin klein	• Zoek naar innovatie in de kleine dingen • Bedenk dat je idee niet uniek hoeft te zijn
Sta open voor kritiek	• Leer van kritiek • Denk in mogelijkheden, de kansen die belemmeringen bieden
Durf te mislukken	• Blijf koel en zet door • Vertrouw op intuïtie en ervaring • Spring in het diepe, durf je comfortzone te verlaten
Blijf om je heen kijken om continu innovatief te blijven, voor nieuwe én gedane innovaties	• Schenk ook aandacht aan de exploitatie voor vermarkte innovaties

Het succes van een innovatie wordt vooral bepaald door een onderscheidend product, zegt 84%. 24% benoemt dit als belangrijkste succesfactor.

– Onderzoek MKB Innovatie Top 100 2014 (KvK)

Het is net als zo'n kubuspuzzel, die los je ook niet twee keer op. Die gooi je over je schouder en je pakt iets nieuws.

Ja, de KvK Innovatie Top 100...
Over welke innovatie ging dat ook alweer?

Onze grote valkuil is dat we een project te snel laten vallen als we klaar zijn met innoveren, want dan raken we verveeld.

Een innovatie hoeft niet wereldschokkend te zijn. Ook kleine dingetjes kunnen grote verandering teweeg brengen.

Je moet ook een gigantische plaat voor je kop hebben om te slagen. Als ik in de supermarkt loop en ik zie onze koekjes liggen, dan wil ik zien dat het koekje niet breekt. Dan ga ik denken...: wat kan ik doen om dat te verbeteren?

Je moet geloven in wat je doet en dat je dingen kunt oplossen.

Vertrouw op je intuïtie. Zegt het: niet doen, dan moet je het niet doen. Je zou denken dat je op je ervaring afgaat, maar je ervaring komt door intuïtie.

Durf te mislukken, maar doe het wel.

Je moet accepteren dat veel innovaties niet gebeuren, het is een soort levensstijl. En je weet dat er risico's aan kleven.

Het begint ergens, maar het zijn anderen die je weer verder helpen.

De eerste aan wie je iets vertelt wat je wilt doen, vindt het toch niets.

Ik ben op zoek naar dingen waar jezelf niet aan gedacht hebt. Mensen die mijn blinde vlek invullen, met kritiek. Meepraters, daar heb je niks aan.

“Je eigen meesterwerk neerzetten, samen met leuke mensen”

New York is sinds kort de nieuwe werkomgeving van Peter Kwakernaak. Vanuit zijn kantoor in the Big Apple bestormt hij de VS met zijn innovatieve betaalservice: de AcceptEmail. De verhuizing naar New York haalt hem behoorlijk uit z’n comfortzone. En juist daarom deed hij het. Het doen van dingen ‘die je eigenlijk niet durft’ raadt hij iedereen aan. Het brengt je verder en opent nieuwe deuren.

Als afgestudeerd econoom komt Peter er al snel achter dat hij niet in de wieg gelegd is voor werken in loondienst. Al na drie jaar kiest hij voor het ondernemerschap en richt hij verschillende bedrijven op. Rode draad in zijn ondernemerschap vormt het snijvlak tussen banken en ICT, met name betalen. In zijn huidige bedrijf AcceptEmail komt het allemaal samen. Zijn innovatieve betaalservice belandde in 2011 in de top 3 van de MKB Innovatie Top 100.

Conservatief

AcceptEmail is simpel gezegd een rekening in je e-mail in plaats van in je brievenbus. Geen gegevens meer overtikken, maar met een paar clicks je rekening betalen op een veilige, snelle en overzichtelijke manier. Als je betaald hebt, kleurt de betaalstatus in de e-mail van blauw naar groen. Klant blij, want het kost hem nauwelijks moeite en het is wel zo duidelijk. Verzender van de factuur blij, want het geld komt sneller binnen. Je zou denken, waarom ontvangen we dan toch nog zo vaak papier of acceptgiro’s? Volgens Peter komt dit doordat veel bedrijven toch vrij conservatief zijn op het gebied van innovatie in facturatie en debiteurenbeheer. “Sommige klanten dachten eerst ook dat niemand hierop zat te wachten. Maar ja, wist jij dat je een iPad nodig had, totdat Steve Jobs er een op de markt bracht?” Gevolg is wel dat het tijd kost om de markt te veroveren. Trends zoals SEPA (harmonisering van Europees betalingsverkeer) en gebruik van je mobieltje om te betalen, zorgen dat het bedrijf nu in een stroomversnelling zit.

Drive

Waarom die drive om te innoveren? “Ach”, filosofeert Peter: “Iedereen wil toch z’n eigen meesterwerk neerzetten. Veel mensen innoveren omdat ze ongenoegen voelen en denken dat iets beter kan. Daarnaast houd ik van originaliteit. Ik heb respect voor mensen die hun nek durven uit te steken. Ik weet toevallig wat meer van betalen. En ik vind het fantastisch op met een groep leuke mensen iets moois neer te zetten. Als er synergie is tussen mensen, maak je een vliegende start.”

Focus

In de bedrijfsstrategie van AcceptEmail staat het woord ‘ focus’ centraal. Peter: “Vraag je bij alles af wat het bijdraagt aan je core business”. Voor AcceptEmail is dat het versimpelen van factureren en betalen voor bedrijven en hun klanten. Het bedrijf zou vast ook geld kunnen verdienen met consultancy, maar de kracht zit in het softwareplatform waardoor consumenten gemakkelijker hun rekeningen betalen. Daar ligt dus de focus.

Aanhouder wint

Dat de aanhouder uiteindelijk wint, merkt Peter nu hij in New York zit. Werd hij daarvoor nog wel eens gezien als het enfant terrible in de bancaire wereld, inmiddels luisteren beleidsmakers graag naar zijn visie op digitaal betalen. “Ik ben opeens salonfähig”, zegt hij met een lach. Maar ondertussen geniet hij vooral van alles waar hij en zijn collega’s mee bezig zijn. “Misschien is de reis wel belangrijker dan de bestemming.”

2 Samenwerken

Naast het volgen van een eigen focus en visie maakt het opzoeken en benutten van samenwerkingen innovatie succesvol.

Belangrijkste lessen – samenwerken

Kijk buiten de eigen belevingswereld in brede zin	• Kijk vooral naar dingen waar je weinig raakvlak mee hebt, daar leer je veel van • Ga gluren bij de buren
Luister goed naar de behoeften van je klanten	• Ontzorg je klant
Verzamel mensen die je vertrouwt en die jou uitdagen	• Weet: je kunt niet alles zelf doen • Bespreek alles openhartig met de mensen die je vertrouwt
Betrek je collega's en partners zo vroeg mogelijk in het proces	• Neem de mensen die het goed met je voor hebben serieus
Laat jezelf en je innovatie zien, op creatieve manieren	• Bezoek beurzen, evenementen (wedstrijden) voor consument en producent • Visualiseer de innovatie, bijvoorbeeld door filmpjes
Blijf in gesprek met anderen, op zoek naar verbetering van je innovatie	• Zoek win-winsituaties met andere partijen • Blijf de markt volgen, wat gebeurt er?

99% ziet innovatie als onderdeel van een bewuste bedrijfsstrategie, vooral voor bestaansrecht en onderscheidend vermogen.

– Onderzoek MKB Innovatie Top 100 2014 (KvK)

Vooral de klant is uiteindelijk cruciaal voor het succes van innovatie. Dit geldt voor 44% van de bedrijven.

– Onderzoek MKB Innovatie Top 100 2014 (KvK)

Winkels: zij moeten het voor mij verkopen.

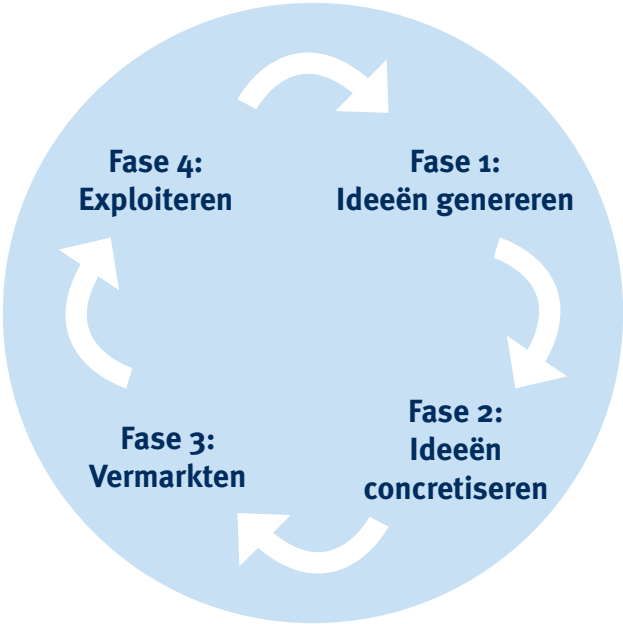
Je moet een ander ook wat gunnen.

Blijven zoek naar kansen en meekijken. Wij hebben nieuwe innovaties nodig om ons te blijven onderscheiden van andere aanbieders.

Er zijn vast oplossingen in sectoren te vinden waar ik niets en niemand ken. Het levert niet meteen geld op, maar juist daardoor is het interessant.

Zodra er een over de brug is, volgt de rest vanzelf...

Wij hebben een filmpje ontwikkeld waarin we laten zien wat de voordelen zijn.



Dan heb je een mooi product, maar waar zou je het voor gebruiken?

Je vraagt aan je klant: wat vind je hiervan? Je gaat twee stappen vooruit en weer een stap achteruit... Een beetje kalibreren.

Nodig een paar klanten uit en vraag waarom ze kopen wat jij verkoopt. Dit werkt zo verfrissend!

Iedereen heeft meegeholpen, het is niet alleen mijn verdienste.

Wij zijn een klein bedrijfje en voelen de hete adem van concurrerende bedrijven.

Ik praat met mensen die met het product moeten gaan werken. Als daar weerstand is, kunnen ze het product kapot praten.

Gazelle

“Innoveren uit frustratie”

Nieuwe producten bedenken, Elma Bassa is er eigenlijk altijd mee bezig. Haar ideeën ontstaan uit frustratie of ongemak met bestaande situaties. “Je ziet dat er iets blijft liggen en daar ga je dan mee aan de slag”.

Als haar intuïtie zegt dat iets kansrijk is, gaat ze op onderzoek uit. Een speciale niche heeft ze niet. “Een nieuw product moet altijd iets anders toevoegen: dat kan een oplossing zijn voor een bestaand probleem of het creëren van nieuwe kansen.”

Zelf investeren

Jarenlang ontwikkelde Elma producten voor andere bedrijven. Ze vroeg zich vaak af hoe het zou voelen om zelf eens te investeren in een nieuw product. Ze greep haar kans toen ze een clip bedacht, die voorkomt dat een jurk opwaait tijdens het fietsen. Een goed voorbeeld trouwens van een idee geboren uit frustratie. De clip, de NOMONRO Dressclip, werd vijf jaar geleden opgemerkt door de MKB Innovatie Top 100. Ze behaalde tot haar verrassing de 23ste plaats.

Ideeën delen

Het ontwikkelen en op de markt brengen van de NOMONRO was een leerzaam traject. Zo leerde ze te vertrouwen op haar eigen inzichten. “Soms moet je gewoon vasthouden aan wat je zelf vindt, ook al raadt iedereen het je af.” Dat wil niet zeggen dat ze niet openstaat voor de mening van anderen. “Ik gebruik anderen als spiegel. Zij vullen mijn blinde vlek in. Hoe meer kritiek ik krijg op mijn ideeën, hoe blijer ik ben. Daar wordt mijn product alleen maar beter van.”
Ze moest trouwens leren om haar ideeën te delen. De angst om goede ideeën weg te geven, leeft bij veel ondernemers. Maar tegenwoordig neemt ze dat risico gewoon. Ze wil haar ideeën altijd toetsen hoe ‘knettergek’ ze soms ook zijn.

Netwerkapp

Na de NOMONRO bracht ze samen met haar compagnons de Netwerkapp op de markt. Met deze app kunnen mensen tijdens events gemakkelijk met elkaar netwerken. En je raadt het al: het idee voor de app ontstond toen ze ontevreden terugkwam van een duur congres met nauwelijks netwerkmogelijkheden. Wat een gemiste kansen! Succesfactor van de Netwerkapp is dat de app voor alle gebruikers interessant is. Zo richt Elma zich op de behoeften van de bezoekers en die van de eventorganisator. “Daar pluk je allemaal de vruchten van. Het draait ook om de latente behoeftes in de markt. Wie hebben het meest baat bij jouw innovatie en wie heeft het juiste talent om het product uit te rollen. Zo ontstaat je businessmodel vanzelf. Het liefst op een A4’tje.”

Niet opgeven

Inmiddels weet Elma dat je bij innovatietrajecten niet te snel moet opgeven. Er zijn altijd onverwachte hobbels op de weg. Maar er dienen zich ook nieuwe kansen aan. Dus zet door en wees flexibel, adviseert Elma. “Kan het niet linksom? Dan ga je toch rechtsom?” Zo ging ze zelf rechtsom toen fietsenwinkels totaal geen interesse toonden in haar product. In plaats van bij de pakken neer te gaan zitten, veranderde ze van strategie. Met een fiets en een windturbine bezocht ze grote vrouwenbeurzen en demonstreerde de NOMONRO Dressclip aan bezoekers. Binnen de kortste keren hingen de fietsenwinkels aan de lijn of zij de clips kon leveren waar hun klanten om vroegen. Inmiddels verkoopt ze meer dan 50 verschillende modellen van de NOMONRO via haar webwinkel en exporteert ze naar Japan, Canada en vanaf het najaar ook naar de USA. Als tip geeft Elma dan ook graag mee: “Ga uit van je eigen kracht en wees creatief!”

3 Grip

Bij innoveren is snelheid vaak gewenst. In het proces is het echter de kunst om ook grip te houden op de ambities, bedrijfsvoering en resources.

Belangrijkste lessen – grip

Zorg voor een inspirerende omgeving	• Creëer een omgeving voor innovatie • Probeer innovatie niet te forceren
Ga (intern) op zoek naar de kwaliteit en input van medewerkers	• Benut de kwaliteiten van de mensen om je heen
Rol pas groot uit zodra je de innovatie getoetst hebt	• Ga niet te snel de markt op: maak het helemaal af
Blijf kritisch op de bedrijfsvoering en durf je plan te wijzigen	• Blijf doorontwikkelen • Kijk om je heen voor subsidies • Durf ook afscheid te nemen van mensen
Vind de balans tussen het gewone werk en innovatief werk	• Plan en bewaak je budget

27% vindt het niet realiseren van de financiering de belangrijkste belemmering voor succes van innovatie.

– Onderzoek MKB Innovatie Top 100 2014 (KvK)

Naast een onderscheidend product en marktkennis noemt 77% een innovatieve bedrijfscultuur als een belangrijk aspect bij succesvol innoveren. 23% vindt dit zelfs het belangrijkste aspect.

– Onderzoek MKB Innovatie Top 100 2014 (KvK)

Sommige werknemers moest ik laten gaan.
We zitten nu in een andere fase dan in het begin.

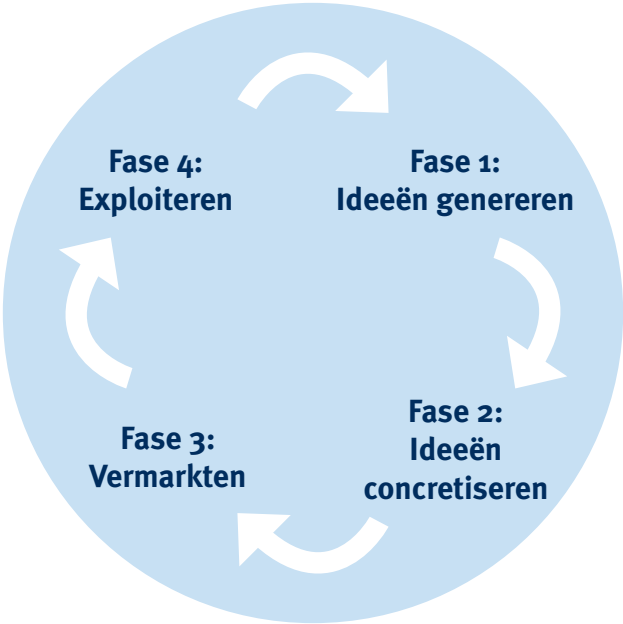
Ik trek iemand aan om ons nieuwe product in de markt te zetten. Zelf ga ik liever weer iets nieuws bedenken.

Toen de vertegenwoordiger in dienst kwam, kwamen de grote klussen binnen. Iemand met zijn kwaliteiten hadden we eerst niet in huis.

Als je alles wilt doen, dan doe je je eigen bedrijf geweld aan.

Je kunt niet zeggen: “Ik bedenk het nu”.

Het mooiste is dat in je bedrijf iedereen elkaar aanvult in het team en samen kan werken.



We hebben te snel besloten er 300 van te maken. We hadden er eerst 10 moeten maken. Nu liggen ze op een plank in de kast.

Mijn pa zei: “Je kan 3 hazen vangen”. Mijn opa zei: “Vang ze maar 1 voor 1, dan vang je meer”.

Ik ben er gewoon mee gestopt, de markt was er nog niet klaar voor. Dan ga je verder met iets anders.

Ik noem mijn medewerkers meedenkers. Ik sta onderaan de piramide, mijn medewerkers staan bovenaan.

Het succes van vandaag is morgen passé.

Je moet roeien met de riemen die je hebt. Eerst zelf testen voordat je laat testen.

“Als het klaar is, is de lol eraf”

“Met welk idee we in de MKB Innovatie Top 100 stonden?” Bert de Vries van Avic moet flink in zijn geheugen graven. “Ons ‘pratende rioolputdeksel’?” Mis! Het was de Coolcontroller: een draadloos systeem om de temperatuur te meten van koelmeubels in supermarkten. De vergissing typeert Bert en zijn bedrijf: het ene concept is nog niet op de markt, of het andere wordt al weer uitgedacht.

AVIC is wereldwijd actief met systemen die draadloos gegevens verzamelen van apparaten, machines en sensoren. Hun klanten hebben vaak over de hele wereld machines staan. De producten zijn divers: monitoring van milkshakemachines, zoutstrooiers, het aansturen van matrixborden tot waarschuwingssystemen voor bevroren wissels.

Je hart ophalen

Twaalf jaar geleden sprong Avic in het fenomeen Internet of Things. Bert, destijds werkzaam bij Stork, voelde meteen dat de ontwikkeling enorme kansen bood. “Internet of Things kun je in ongelooflijk veel branches inzetten. Dat vind ik het mooie eraan. Het is een heerlijk terrein voor techneuten: die kunnen bij ons hun hart ophalen!” Steeds weer opnieuw pakt het team van Avic nieuwe uitdagingen op. “Je hebt, vaak samen met je klant, een idee waarvan we onderzoeken of het technisch en commercieel haalbaar is. Klanten komen vaak via mond-tot-mondreclame of via onze toeleveranciers binnen. Natuurlijk stappen we ook zelf op bedrijven af als we denken dat we een goed idee hebben.” Het businessmodel is tegenwoordig waar het om draait, volgens Bert. Ook daar zit de innovatie. Technisch is er veel mogelijk. De kunst is een product te leveren waarmee iedere schakel in de keten geld verdient. “Dat lukt alleen als je heel goed naar je klant en zijn klanten luistert.”

Beloof minder, lever meer

In het ontwikkelen van een nieuw product zit veel tijd. De ontwikkeling van software en hardware is een stapsgewijs proces van testen en verbeteren. Daarom hangen ze bij Avic de filosofie aan van ‘Beloof minder, lever meer’. “We kunnen het ons niet veroorloven om een half uitontwikkeld product op de markt te brengen. Dus te vroeg de markt op, is geen optie. En als we de markt opgaan, dan liefst eerst op kleine schaal.” Dat wil zeggen dat een product bij Avic nooit af is. Ook nadat het bij de klant is, gaat door de snelle technologische ontwikkelingen het verbeterproces continu door.

Omzet laten liggen

Het team van Avic heeft een enorme drive om steeds nieuwe technische concepten te bedenken. Maar ook bij hen ligt de waan van de dag op de loer. Vandaar dat Bert periodiek innovatiesessies inplant met zijn collega’s. Alsmaar willen innoveren is tegelijkertijd ook een valkuil meent Bert. “Als een product af is, dan is voor de meeste techneuten vaak de lol eraf. Maar ondernemen is ook geld verdienen! We vergeten nog wel eens om onze producten breder in de markt te zetten. Ik weet dat we met onze bestaande producten op de internationale markt nog omzet laten liggen.”

Nog even over de ‘pratende rioolputdeksel’. Is dat nog wat geworden? “Jazeker”, vertelt Bert enthousiast. “Ideeën die we voor de Coolcontroller ontwikkelden, gebruiken we nu opnieuw bij het meten van rioolgassen en rioolwaterniveaus. Zo leren we van elke innovatie!”

Innovatie: ga op tijd geld verdienen!

Met veel interesse heb ik het onderzoek van de KvK gelezen over motieven, achtergronden en conclusies van innoverende mkb-ondernemers. Het schetst een mooi profiel over gedreven ondernemers die voortdurend op zoek zijn naar nieuwe mogelijkheden.

Voortdurend bezig zijn om te kijken hoe dingen beter en anders kunnen is de essentie van ondernemen, vooral nu. De snelle veranderingen en voortdurende onzekerheid over de toekomst stellen hoge eisen aan ondernemers. Zorg er dan ook voor dat je een uitstekend team bouwt. Als er vertrouwen is in elkaar en de belangrijkste vaardigheden binnen het team goed zijn vertegenwoordigd, kun je de hele wereld aan! Het gaat immers niet alleen om productinnovatie maar vooral ook hoe een product of dienst goed verkocht kan worden. Wat de één kan maken, kan de ander verkopen en een derde organiseren. Als ondernemer zal je met je team voortdurend de vinger aan de pols moeten houden om op tijd te kunnen bijsturen of om programma's stop te zetten. Wat centraal blijft staan is het inzicht en doorzettingsvermogen om die stip aan de horizon uiteindelijk te bereiken!

Samenwerking is een belangrijke succesfactor bij innovatieprogramma's. Of je nu groot of klein bent, partnerships zijn van essentieel belang om nieuwe kennis en inzichten in huis te halen. Het klinkt soms gevaarlijk en eng om jouw visie en ideeën met anderen te delen, maar vaak blijkt het buitengewoon verrijkend en verrassend. Je krijgt vaak meer dan je verwacht.

Ga daarom eens met klanten rond de tafel te zitten om je ideeën te toetsen, maar ook met toeleveranciers, concurrenten of met ondernemers in andere markten. Je zult je erover verbazen dat je zeker niet de eerste bent met jouw vragen, twijfels en uitdagingen. Ik weet het uit ervaring; als ik meer en beter had geluisterd had ik sneller en gemakkelijker mijn doelen bereikt!

Vergeet niet dat het succes van innovaties valt of staat met het vermogen je product of dienst te verkopen. Opvallende uitspraak van enkele ondernemers was dat zij innovaties na lancering soms te weinig aandacht gaven of zelfs uit het oog verloren. Dat zij de focus alweer op iets nieuws legden. Vele, soms zeer bijzondere en waardevolle innovaties, leiden een marginaal bestaan of generen in de aanvangsfase te weinig cash om de investering in marketing en verdere ontwikkeling te kunnen blijven betalen. Je wordt dan snel ingehaald door concurrenten die wel 'door kunnen pakken'.

Zo wordt uiteindelijk het geld verdiend. Innoveren en doorgroeien. Het belang om snel geld te verdienen en te blijven investeren in innovatie en verkoop wordt nog vaak onderschat!
Ik wens u vele succesvolle innovaties toe!

Harold Goddijn
CEO TomTom

Zeeuwse LUXeXcel hoogste notering in 10e MKB Innovatie Top 100 2015

Tijdens de Dag van de Innovatie, op 1 oktober 2015, presenteerde de Kamer van Koophandel voor de tiende keer de ranglijst met 100 concrete innovaties die het Nederlandse midden- en kleinbedrijf heeft gerealiseerd. De hoogste notering is voor de productie van optische lenzen uit een 3D-printer van het Zeeuwse LUXeXcel.

Revolutionair, zo betitelen wetenschappers wereldwijd de uitvinding van LUXeXcel om optische lenzen te produceren in een 3D-printer. Het bedrijf ontwikkelde een uniek procedé. De lenzen worden niet in laagjes opgebouwd, zoals gebruikelijk bij 3D-printen, maar gevormd met behulp van UV-licht. De grondstof? Druppelvormig kunststof. Uit één druppel wordt de lens gevormd, terwijl een andere druppel er netjes overheen uitvloeit. Hierdoor ontstaat een glad oppervlak dat met UV-licht direct uithardt.

Besparingen

Vergeleken met de gangbare productiemethode levert de 3D-techniek veel voordelen op. Vroeger duurde het maanden om een nieuwe lens te ontwerpen, omdat er kostbare mallen nodig waren. Het maken van één unieke lens was dan ook erg duur. De printer van LUXeXcel print enkele duizenden lenzen per uur. Of de klant één lens wil, of duizend, dat maakt de printer niet uit. Dit bespaart de klant veel kosten en levert een enorme tijdwinst op. De tijd van grote voorraden is hiermee definitief voorbij.

Ontwerpgemak en vormvrij

De winst zit niet alleen in kosten- en tijdsbesparing. De nieuwe techniek biedt ook de mogelijkheid om nieuwe optische functies te ontwerpen. Denk bijvoorbeeld aan een lens die licht op een bijzondere manier laat afbuigen. Of het meeprinten van reflectieve materialen. Daarnaast is de techniek vormvrij. Ontwerpers hoeven met hun productdesign geen rekening meer te houden met de vorm van de lens. Het bestelproces is eenvoudig. De klant uploadt zijn digitale ontwerp en ontvangt zijn bestelling binnen enkele dagen.

Wie wint de MKB Innovatie Top 100 in 2016?

Schrijf nu in voor de belangrijkste prijs voor innovatieve ondernemingen:
www.mkbinnovatietop100.nl

Heeft u vragen over succesvol innoveren?
Bel 088 585 22 22

Ervaren adviseurs van de Kamer van Koophandel zijn er voor u.