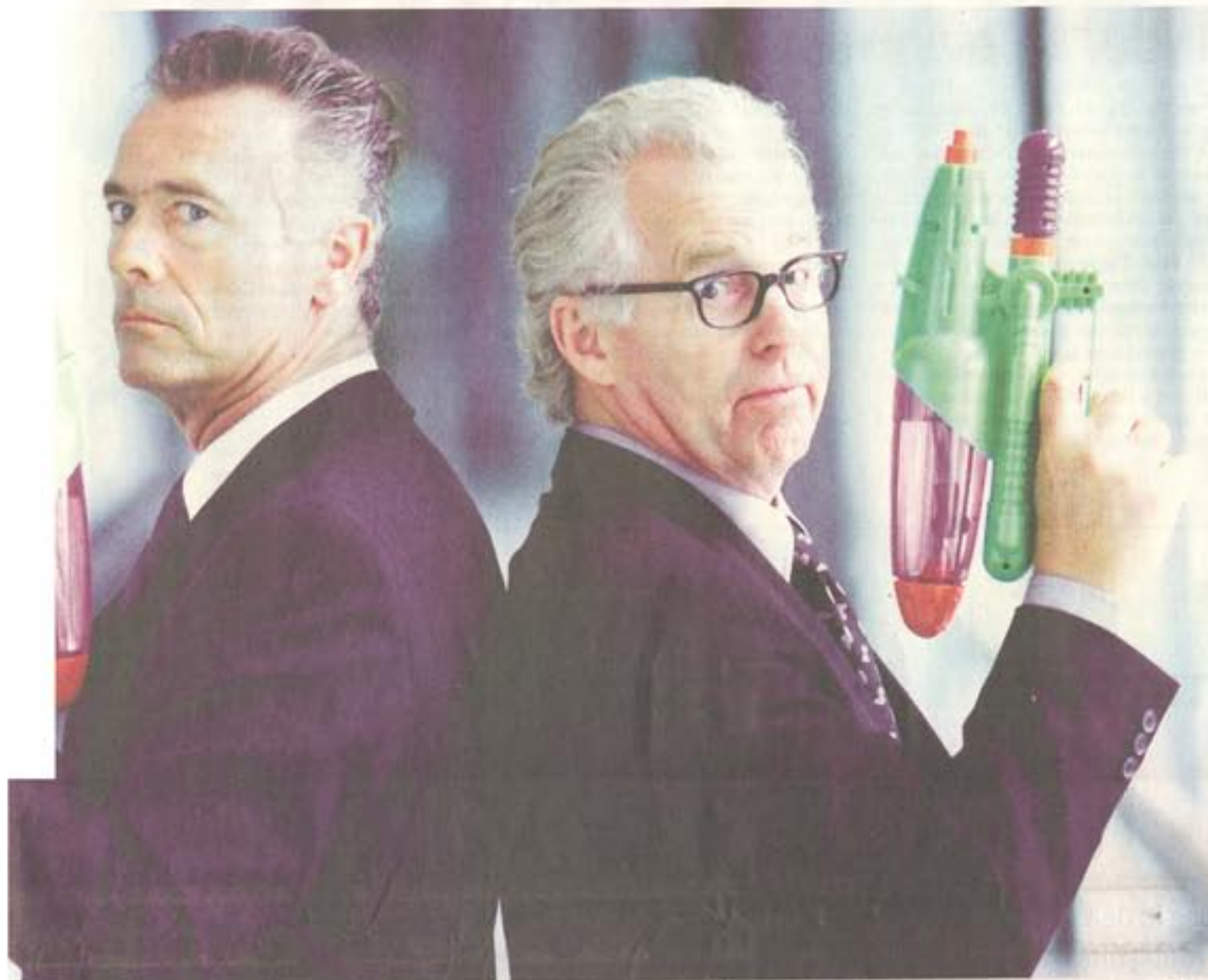


**CREATIVITEIT** HOE LAAT JE 120 ONDERNEMERS SAMEN VOORUITKIJKEN NAAR 2015?

# Bent u klaar voor 2015?



sessie van Flanders DC, maar deze heren erkennen vast wel het belang van creativiteit voor de toekomst van KMO's.

**Vlaanderen moet dringend slimmer gaan concurreren. Om de ideeënstroom naar onze KMO's te stimuleren organiseerde Flanders DC een brainstormsessie met 120 ondernemers onder de noemer 'GPS voor ondernemingen'. En kijk, ondanks het scepticisme van vele 'kenners', lukte de uitwisseling van ideeën wonderwel. Hoe kijken de Vlaamse ondernemers vooruit naar 2015?**

**Erik Verreert**

Een goedkoop en modulaair huis dat meegroeit met het gezin, een snelmaaltijdpakket samengesteld door verschillende fabrikanten of een centrum waar ouderen verzorging kunnen krijgen en tegelijk diëtisten en medische diensten kunnen vinden. Het zijn maar

**"Ik kom hier buiten met drie goede contacten, enkele bruikbare ideeën en het gevoel dat ik iets kan realiseren. Dat is veel meer dan bij een klassiek congres."**

Marc De Kegel (Accenture)

enkele ideeën uit de no-nonsense brainstorm die 'GPS voor ondernemingen' was. 120 Vlaamse ondernemers lieten de zaai zoenen. Aan een dozijn ronde tafels bespraken bedrijfsleiders en kenniswerkers de toekomst van hun sector. Met kaartjes, werkbladen en professionele brainstormcoaches.

## VIJF VOOR TWAALF

"De meeste verantwoordelijken van KMO's hebben niet de tijd om toekomstplannen te smeden", legt **Bart Verhaeghe** uit. Hij is voorzitter van het organiserende **Flanders DC (District of Creativity)**. "Nichtans zijn er nieuwe maatschappelijke factoren die hun manier van werken veranderen: denk maar aan het terrorisme, aan het gsm-gebruik en aan de dioxinecrisis. En dat zijn dingen waar tien jaar geleden nog geen sprake van was. Vlaanderen zal het niet halen met prijzenconcurrentie of met een hoge productiviteit. De sleutel tot de toekomst is de creativiteit van onze ondernemingen. Recente studies, onder meer van professor **Leo Sleuwaegen** (KULeuven), zeggen dat Vlaanderen achterop hinkt op het vlak van innovatie en creativiteit. Het wordt tijd dat de samenleving beseft dat het vijf voor twaalf is. Innovatie is een zware opdracht voor KMO's waar de kaderleden al overbevraagd zijn."

**Marc De Kegel**, bestuurder bij Accenture, was bijzonder enthousiast over de tafel die rond mobiliteit had gediscussieerd: "Met tienden aan een tafel, onder leiding van een professionele coach, en steeds wisselende onderwerpen, ... het was een vernieuwend idee. De methode zit goed. Ik hoop dat er wat ideeën uitkomen en dat Flanders DC er verder mee doet. Ik zelf kom hier buiten met drie goede contacten, enkele bruikbare ideeën en het gevoel dat ik iets kan realiseren. Dat is veel meer dan bij een klassiek congres."

## INNOVATIEMACHINE

Volgens een nieuwe studie van **Arthur D. Little** brengt innovatie flink op:

- een onderneming die de innovatiemachine op gang krijgt, boekt hogere winsten (EBIT +4%),
- top-innovatoren verkopen 2,5 keer meer nieuwe producten en puren een tienvoudig rendement uit hun investeringen,
- en ze concentreren zich op talentvolle medewerkers en de behoeften van hun klanten.

"We danken onze groei aan een innovatiemachine", getuigde **Martin De Prycker**, ceo van Barco. "Ons innovatieproces is gestroomlijnd. Ideeën worden systematisch verzameld en tegen het licht gehouden. De bruikbare ideeën worden vertaald in projectteams." Barco betreft 856 ingenieurs in zijn onderzoek, verspreid over competentiecentra in België, Noord-Amerika en Azië. "Voor elke aangeworven ingenieur volgen er bij ons direct vijf andere jobs en nog eens vijf bij subcontractanten. Hier is het probleem de goede talenten te vinden en te houden. We worden immers door de markt gedreven. 60% van onze producten bestonden twee jaar geleden niet in de huidige vorm. De voorbije drie jaar wisten we systematisch het aantal neergelegde patenten te verhogen: dit jaar worden het er 35."

## WEG MET DE ANGST

"We moeten geen schrik hebben voor landen als China of India", op die toon sloot oud-premier **Mark Eyskens** de dag af. "Eens de ontwikkelingsmachine ook in die landen aanslaat, stijgen de loonkosten snel. Kijk maar naar Zuid-Korea. De mensen waren er

straatarm na de Koreaanse oorlog. Vandaag verdient een arbeider er ongeveer evenveel als een Spaanse arbeider."

Hij vergelijkt de huidige schrik met de periode 1860-1880: "Toen vreesden de Europeanen dat de jonge Amerikaanse industrie hier alles kapot zou concurreren. Artikels als 'The danger of the new world' liegen er niet om. In die periode kreeg Europa het inderdaad moeilijk. Maar later bleek dat we complementair zijn. Dat kan je ook verwachten voor China en India. Die nieuwe taakverdeling verlangt veel creativiteit van onze ondernemingen die voor een stuk zullen moeten overschakelen."

Is er dan nog plaats voor onze traditionele nijverheden? **Mark Eyskens**: "Er bestaan geen traditionele nijverheden. De textielbedrijven die we nu nog hebben, zijn volledig gerenoveerd. Ze zijn onherkenbaar veranderd, vergeleken met 20 jaar geleden."

Een geslaagde brainstorm? "Deze dag is nog maar het begin", zegt **Lorin Parys**, algemeen directeur Flanders DC. "We gaan met de GPS-methode de boer op. Drievierde van de deelnemers vertelden ons achteraf dat ze dezelfde oefening te willen houden in hun eigen bedrijf." Tegen november is het materiaal klaar

**"Eens de ontwikkelingsmachine ook in China of India aanslaat, zullen de loonkosten daar ook snel stijgen."**

Mark Eyskens

dat de ideeën uit deze brainstorm bundelt. Unizo, en de innovatieadviseurs van de Gewestelijke Ontwikkelingsmaatschappijen en van Voka springen dan mee op de GPS-kar.

Wilt uw bedrijf ook een GPS-sessie organiseren? Meer info: Flanders District of Creativity (016/24 88 24) of [www.flandersdc.be](http://www.flandersdc.be)

## Flanders DC organiseert brainstormsessie met ondernemers En wat vond u ervan?



**Christine Claus**, algemeen directeur van het onderzoekcentrum voor de Belgische textiel, **Centzabel**

"Dit is een frisse manier om iets los te maken wat we nodig hebben. De deelnemers waren van goede wil. We moeten er dus mee doorgaan. Alleen bleef ik donderdag methodologisch wat op mijn honger. Na al die lezingen was er te weinig tijd om tot een echt gesprek te komen. Het ging te chaotisch en te snel."



**Marc De Kegel**, bestuurder en 'global risk & quality'-manager bij het adviesbureau **Accenture**

"Het is in Vlaanderen nog nooit gebeurd dat mensen uit verschillende bedrijven rond eenzelfde thema zijn samengebracht. Dit is een van de meest dynamische bijeenkomsten die ik ooit heb meegemaakt. We hadden tijd te kort. Binnen Accenture kunnen we deze techniek zeker gebruiken, hoewel we zelf al een variant gebruiken."

**Bernard Deryckere**, managing director **Alpro** (Vandemoortele Groep)

"In de toekomst zal Alpro niet alleen een product en een prijs verkopen maar een heel concept. Hierin zal 'duurzaam ondernemen' een essentiële rol spelen: een ethische manier van omgaan met de grondstoffen en de medewerkers tot en met het afleveren van het product. Daarnaast zullen de Vlaamse bedrijven snelheid en passie nodig hebben om het in de toekomst waar te maken. Hier is de GPS-methode prachtig bruikbaar. Ik ga die bij Alpro waarschijnlijk toepassen."



**Axel Enthoven**, ceo van het ontwerp bureau **Enthoven Associates**

"Het is buitengewoon hoe iedereen aan tafel heel actief aan de discussie deelnam. De vraag om de veiligheid van het verkeer te bevorderen, lag op tafel. Dat kan door minder te reizen of te delocaliseren. In onze brainstorming hebben we daar nog geen antwoord op geformuleerd. De parameters voor onze discussie hadden duidelijker gesteld moeten worden. Maar de sfeer was heel stimulerend."



**Jens Mortier** van het reclamebureau **Mortierbrigade**

"Het is goed om mensen uit verschillende sectoren bij elkaar te zetten. Maar het mag niet blijven bij leuke, interplanetaire ideeën. Het moeten bruikbare ideeën worden. In ons bureau schakelden we al langer niet-reclamemensen in om een project iets extra's te geven. Dat zijn onze 'special forces'."

**Ysabel Nauwelaerts**, coördinator van het wetenschappelijk onderzoek aan de **Lessius Hogeschool**

"Ik zat in de workshop 'lifestyle & fashion'. 2015 lag voor de meeste deelnemers wat ver weg. We bespraken vooral wat nu en binnen vijf jaar interessant is. Het idee dat winkelen een belevenis moet worden, lijkt me bruikbaar. Zo evolueren we naar winkels die één lifestyle-concept onder een dak resoluut doortrekken met gepaste muziek, cosmetica, meubelen, ..."

**Jozef Schoofs**, assistent directie bussebouwer **Van Hool**

"Er lag enorm boeiend materiaal op onze tafel, maar de tijdsduur is te kort om er uit te halen wat er in zit. Soms laat je de hindernissen en wat je als negatief ervaart, te veel doorwegen. Dan kom je niet aan echt prospectief denken toe."

**Eric Willems**, algemeen directeur **Standaard Uitgeverij**

"Het is bijzonder moeilijk om tien jaar vooruit te kijken. Trends zetten zich niet zomaar door. Nu denken we vooral aan 'vergroening' en 'multimedia'. Maar of dat binnen tien jaar de correcte evolutie is, moet nog blijken."

"Binnen onze groep (PCM Uitgevers) zijn we bezig met een toekomsttraject. De conclusies van onze bedrijfswerkgroep, samen met die uit deze dag, vormen de basis voor ons volgende meerjarenplan."