



Evaluatierapportage

Bezorginnovatie, in de praktijk getest

Erik Uitenbogaard en Giep Hagoort*

Utrecht, september 2015.

'Je moet uitgaan van de persoon van de ondernemer. Deze moet het belang van creativiteit begrijpen voor het klimaat in het bedrijf en voor de innovaties van diensten en processen.'

Wim Pot, verhuisondernemer en voorzitter van de *Bedrijvenkring Werkspoorkwartier* tijdens zijn lezing voor de Cartesius Museum University, 2 december 2014.

In het kort

Het Cartesius Museum (CAMU) heeft als samenwerkplaats *Bezorginnovaties* ontwikkeld en in de praktijk bij drie MKB-ondernemingen getest, een fabriek, een winkel en een dienstencentrum. Het bijzondere van Bezorginnovatie is de creatieve inzet van kunstenaars/ontwerpers voor de aanpak van een innovatievraag binnen een duidelijk gestructureerde aanpak. Binnen drie uur wordt de innovatievraag van een oplossingsrichting voorzien. Uit de test is gebleken dat Bezorginnovatie de MKB ondernemers stimuleren over de grenzen van hun onderneming en branche heen te kijken. Kunstenaars zorgen voor onverwachte perspectieven voor de korte- en langetermijn. De test heeft geleid tot een versterking van de eerste stap, de kennismaking met de ondernemer en tot een grotere inbreng van de kunstenaars bij de evaluatie. De test maakt duidelijk dat fondsen nodig zijn om de financiering van Bezorginnovaties rond te krijgen. Over de Bezorginnovatie heeft CAMU een promotiefolder uitgebracht.
www.cartesiusmuseum.org

Inhoudsopgave

- In het kort | 1
- 1. Introductie | 1
- 2. Aanpak Bezorginnovatie | 2
- 3. Stapsgewijs (procesarchitectuur) | 2
- 4. Onderzoek en protocol | 3
- 5. Bezorginnovatie in de praktijk | 3
- 6. Resultaat | 6
- 7. Reflectie | 6
- 8. Perspectief | 7

1. Introductie

Waarom het Cartesius Museum de samenwerking zoekt met het MKB en tot de opzet van een test-project is gekomen.

Het Cartesius Museum (CAMU) stimuleert samenwerking tussen creatieven, buurtbewoners, overheden, bedrijfsleven en maatschappelijke instellingen vanuit het Werkspoorkwartier in Utrecht. De focus van deze activiteiten is gericht op vernieuwende én bestendige bijdragen aan transitie van de samenleving in de richting van een creatieve economie. Ter versterking van het innovatieklimaat in het MKB heeft CAMU de Bezorginnovatie ontwikkeld en vervolgens bij drie MKB-ondernemingen getest. In deze rapportage wordt de

Stichting **CARTESIUS MUSEUM**

centraal contactadres: Erik Uitenbogaard, Park Arenberg 94, 3731 EV De Bilt
Telefoon 0615633552 • erik-uitenbogaard@cartesiusmuseum.org • kvk utrecht 55345328 • rsin 851664349
TriodosBank iban NL24TRIO0254729851 • www.cartesiusmuseum.org



Bezorginnovatie nader uiteengezet en de testresultaten in hoofdlijnen weergegeven. Van de Bezorginnovatie is een speciale brochure voor het MKB verschenen. Deze brochure maakt als bijlage deel uit van deze rapportage.

Het MKB is huiverig voor samenwerking met creatief professionals. Toch weten we dat juist uit die samenwerking innovaties ontstaan die het verschil maken. CAMU wil die situatie doorbreken met Bezorginnovatie, een aanpak waarbij een team van kunstenaars en ontwerpers onder leiding van ervaren coaches samen met de MKB ondernemer en enkele medewerkers door creatieve interventies innovaties realiseren.

De vraagstukken die CAMU met deze methodiek oppakt zijn gericht op de organisatie, de strategie of de positionering van het bedrijf en verbonden met maatschappelijk verantwoord ondernemerschap, duurzaamheid en vernieuwend economisch perspectief. De inzet van de deelnemende kunstenaars en ontwerpers is hun onafhankelijkheid in denken en doen en hun oorspronkelijkheid aan te wenden voor innovaties binnen het MKB.

Uitgangspunt

Bij de opzet van Bezorginnovatie is het uitgangspunt om een eenmalige interactie tussen kunstenaars-/ontwerpers en een ondernemer tot stand te brengen, gericht op een innovatievraag die de ondernemer als urgent ervaart. Om de bereidheid van de ondernemer tot deze interactie optimaal te stimuleren is gezocht naar een resultaatgerichte werkvorm: een korte interventie (3 uur), op de eigen werkplek (in het bedrijf van de ondernemer) en een geringe tijdsbesteding aan voorbereiding en innovatiesessie. Door deze opzet zal ook de (financiële) investering van de kant van de ondernemer aantrekkelijk zijn.

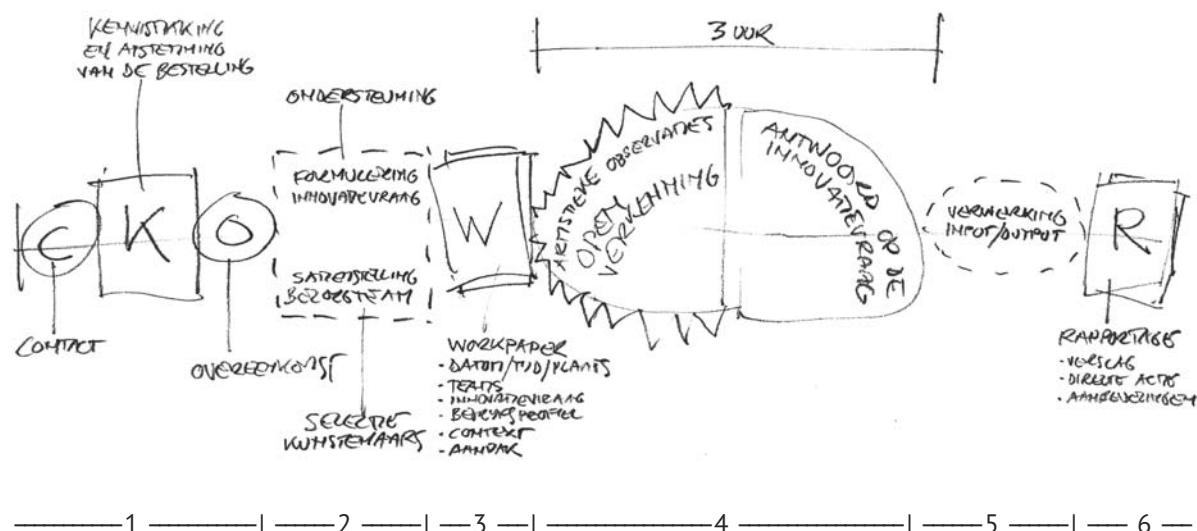
2. Aanpak Bezorginnovatie

Lage drempel, innovatie in kort tijdsbestek en in het bedrijf.

Onder leiding van ervaren coaches gaat een MKB-ondernemer een dialoog aan met een drietal creatief professionals over de relatie creativiteit en ondernemerschap. Centraal staat een urgente innovatievraag vanuit het bedrijf van de ondernemer. De ondernemer laat zich bijstaan door een tweetal medewerkers-/adviseurs uit het eigen bedrijf. De dialoog wordt afgerond met een schriftelijk terugkoppeling met concrete suggesties om te komen tot (de combinatie van) een innovatief product, dienst of proces. De Bezorginnovatie richt zich op een op duurzaamheid gerichte versnelling van de meer traditionele manier van innoveren. De dialoogsessie zelf duurt 3 uur op een locatie van het bedrijf.

3. Stapsgewijs (procesarchitectuur)

Contact, voorbereiding, werksessie en terugkoppeling.





1. De coördinator van de Bezorginnovatie legt contact met de MKB-ondernemer en verkent met de ondernemer de innovatievraag. Financiële afspraken worden gemaakt en een datum wordt vastgelegd.
2. De coördinator en de moderator stellen een team van drie creatief professionals samen uit het bestand van CAMU. De ondernemer betreft twee van zijn/haar medewerkers bij het proces.
3. Ten behoeve van de dialoogsessie wordt een paper opgesteld (2 tot 3 A4) rond de innovatievraag van de ondernemer en vooraf aan de deelnemers toegestuurd.
4. Tijdens de drie uur durende dialoogsessie ligt het accent op analyse, ontwerp en reflectie.
5. Van het gehele proces worden de observaties, aantekeningen en andere indrukken verwerkt tot een actiedocument (4 tot 5 A4) waarin de innovatievraag van de ondernemer is uitgewerkt tot concrete aanbevelingen en een perspectief voor vervolg.
6. Coördinator en moderator lichten in een mondeling gesprek het document toe. De ondernemer geeft daarbij een reactie op het resultaat en betreft daarin de specifieke interventies van de kunstenaars/ontwerpers.

4. Onderzoek en protocol

Grondig onderbouwd en borging van vertrouwen.

Bezorginnovatie vormt voor CAMU een onderdeel van het onderzoeksprogramma *Bedrijfssafari's* en maakt als zodanig deel uit van de ambitie van CAMU: De Stad Als Samenwerkplaats. De deelnemende partijen respecteren vertrouwelijke informatie over en vanuit de betrokken onderneming. Rapportages kunnen uitsluitend gebruikt worden met schriftelijke toestemming van de ondernemer. De bevindingen worden vastgelegd in een geanonimiseerd onderzoeksverslag dat via de website van CAMU een breder bereik krijgt.

Aan de Bezorginnovatie liggen diverse bronnen en methodieken ten grondslag.

- *Dialoog & Verhandeling*. Over de relatie Artistieke beeldingskracht en Bedrijfsinnovaties (2009). Onderzoeksverslag van Giep Hagoort over de inzet van kunstenaarcoaches bij MKB-ondernemingen ter versterking van het innovatieklimaat. Uitgave: Kunstenlab Deventer.
- *4i-Primo. Strategische verkenning C-MKB* (2009). Onderzoeksverslag van Via Traiectum in opdracht van de Stichting Innovatie Alliantie/HBO Raad.
- *Cradle (Creative Research And Development Learning Enterprises)*. Innovatieprogramma opgesteld door Erik Uitenbogaard voor de Hogeschool voor de Kunsten Utrecht (2011).
- CAMU-expertmeeting met Wim Pot, eigenaar Pot Verhuizingen, voorzitter Bedrijvenkring Werkspoorkwartier (2014). Thema 'Relatie kunstenaars, ondernemers en innoveren'.

5. Bezorginnovatie in de praktijk

In het eerste halfjaar van 2015 zijn de Bezorginnovaties getest in een drietal MKB ondernemingen: een winkel, een fabriek en een dienstencentrum.

Huiver en tijdgebrek

Het is eerder opgemerkt: het MKB is huiverig voor samenwerking met creatief professionals. Dat is ook gebleken bij de benadering van bedrijven - aanvankelijk uitsluitend binnen het Werkspoorkwartier - voor de test. Door persoonlijke benadering van de directeurs van verschillende ondernemingen kon uiteindelijk een uitvoerig gesprek plaatsvinden en is vervolgens door drie ondernemers daadwerkelijk meegewerkt aan de Bezorginnovatie. Aarzelingen in het eerste contact zijn vooral terug te voeren op het argument tijdgebrek. Directe scepsis is niet gebleken maar achter het argument tijdgebrek zit wel een gevoel van onzekerheid en onbekendheid; 'Waarom zou ik me dit op de hals halen? Ik ben al zo druk.' De drie bedrijven die in de eerste helft van 2015 hebben meegewerkt waren oprecht geïnteresseerd. De test is met gesloten beurzen van de kant van CAMU, de kunstenaars en de ondernemingen uitgevoerd, De ondernemer zorgde voor de lokatie en de catering.

Medewerking

Van de drie bedrijven die aan de pilot hebben meegewerkt waren er twee gevestigd in het Werkspoorkwartier en één in de binnenstad van Utrecht. Type bedrijf en sectoren waren zeer verschillend, respec-



tievelijk fabriek, winkel en dienstencentrum. Bij de fabriek en het dienstencentrum heeft telkens één medewerker (naast de directeur) deelgenomen aan de innovatiesessie. Bij de winkel hebben twee medewerkers en de directeur deelgenomen.

Overwegingen hierbij waren:

Fabriek: 'Slechts één medewerker (de bedrijfsleider) acht ik voor deze sessie geschikt.'

Winkel: 'Urgentie innovatievraag rechtvaardigt brede inzet.'

Dienstencentrum: 'Iedereen is veel te druk. Ik heb er één die straks aanschuift.'

Innovatievraag

De innovatievragen lagen op de gebieden marketing & communicatie, uitbreiding van de klantenkring en reorganisaties. Met de ondernemers is deze vraag vantevoren vastgesteld. Het formuleren van de innovatievraag bleek veel moeite te kosten. Bij de voorbespreking en de vraag over deelname aan de test kwam de innovatievraag dikwijls impliciet naar voren maar het expliciteren (door de ondernemers zelf) liet telkens op zich wachten. In alle gevallen moest meermalen gevraagd worden de meer expliciete innovatievraag aan te leveren.

Workpaper

Alle deelnemers aan de innovatiesessie ontvingen vooraf een workpaper waarin de volgende elementen, verkregen via openbare informatie, zijn opgenomen:

- bedrijfsnaam, datum en tijden van de Bezorginnovatie;
- overzicht van deelnemers met functie/professie;
- doel;
- innovatievraag;
- profiel van het bedrijf;
- context (branche, cijfers, benchmark);
- aanpak;
- achtergrond van het onderzoek.

Het document geeft de deelnemers vooraf enig inzicht in het bedrijf, de vraag die open ligt en de context waarbinnen de vraag beantwoord moet worden. Het document besloeg 2 tot 3 A4 en bestond uit relevante hoofdlijnen, voldoende om hoofdzaken van bijzaken te kunnen onderscheiden.

Innovatiesessie

Voorafgaand aan de innovatiesessie bezochten de drie deelnemende kunstenaars/ontwerpers het bedrijf. De kunstenaars/ontwerpers keken vanuit hun eigen discipline (beeldende kunst, theater, media, architectuur, etc.) naar de omgeving, de locatie en de manieren van werken. Als regel werd begonnen in de namiddag en werd de volgende tijdsindeling gevolgd.

17.00 Welkom

17.10 Artistieke observaties door kunstenaars/ontwerpers

17.20 Toelichting innovatievraag en open bevraging, tevens 'visualisering'

18.00 Impuls 1: Creatief klimaat/kansen in het bedrijf

18.20 Impuls 2: Creatief klimaat/kansen van de branche

18.40 Impuls 3: Creatief klimaat/kansen van de klantenkring

19.00 Antwoord op de innovatievraag, start: individuele reacties op een kaartje t.b.v. het aanleggen van een innovatievloer.

19.40 Wat hebben we geleerd? Hoe verder? Afspraken maken.

20.00 Afronding

De innovatiesessie vormt de kern van Bezorginnovatie. Na gedegen voorbereiding ontmoeten de deelnemers elkaar voor het eerst in voltallige setting. Groepsdynamisch bleken de verschillen groot, onder meer door getalsmatige verschillen: drie kunstenaars/ontwerpers tegenover drie mensen van het bedrijf of tegenover slechts twee. De vraag is of en op welke wijze deze verschillen invloed hebben op de resultaten. De getalsmatig evenwichtige sessie (3-3) verliep aanvankelijk wat formeel en behoedzaam maar bracht veel inzichten naar boven. De 3-2 verhouding verliep aarzelend en had de neiging snel naar conclusies en concreet perspectief te gaan. Factoren als persoonlijkheid van de ondernemer, branche, vraagstelling, urgentie dragen een eigen steentje bij, alsmede de creatieve, associatieve en flexibele inzet van de kunstenaars/ontwerpers.



De innovatiesessie start met korte introducties door de projectleider en de ondernemer, een korte voorstelronde en enkele instructies van de moderator. De projectleider – die onder meer een grafische achtergrond heeft – maakt tijdens de gehele sessie een 'dialogoschets'; een integraal beeld met taal en tekeningen van hetgeen besproken wordt. Inhoudelijk start de innovatiesessie met een mondeling verslag van de kunstenaars/ontwerpers die hun observaties verwoorden die zij hebben opgedaan tijdens hun (eventueel anoniem) bezoek aan het bedrijf vooraf. Zij doen dit tegen de achtergrond van hun artistieke discipline (theater, beeldende kunst, architectuur, etc). De ondernemer reageert hier pas op na de verschillende impressies te hebben beluisterd. De moderator ziet erop toe dat de commentaren over en weer constructief kunnen bijdragen aan de dialoog met de innovatievraag van de ondernemer als onderligger.

Na de artistieke impressies van de kunstenaars/ontwerpers gaat de dialoogsessie van start onder leiding van de moderator. Globaal is de dialoogsessie in twee fasen te onderscheiden. De eerste fase wordt gekenmerkt door het bevragen van de ondernemer door de kunstenaars/ontwerpers zonder daarbij direct in mogelijke oplossingsrichtingen terecht te komen. Kenmerk van de eerste ronde is het divergeren en het artistiek associëren op de vraagstukken en dilemma's die tevoorschijn komen. Juist vanuit de artistieke disciplines zijn hierbij associaties, metaforen en analogieën aan de orde. Deze dragen bij aan een wenselijke verruiming van het denkkader van de ondernemer en de medewerker(s).

De tweede fase van de dialoogsessie is juist gericht op concretisering van perspectief voor de ondernemer: welke oplossingsrichtingen voor zijn innovatievraag zijn denkbaar? Dit convergeren vindt eerst individueel plaats: elke deelnemer schrijft ideeën en suggesties op die gerubriceerd kunnen worden als direct uitvoerbaar (korte termijn) of realiseerbaar op de lange termijn. De projectleider geeft alle ideeën en suggesties een plaats op een 'innovatievloer', een plattegrond waarop het bedrijf is gesitueerd en waar vervolgens relevante verbindingen ontstaan in de context van het bedrijf (branche, onderwijs, wijk, regio, potentiële klanten, etc.). Vervolgens gaan de kunstenaars/ontwerpers onderling in overleg over de door hen als meest kansrijk of relevant gevonden ideeën/suggesties en hetzelfde gebeurt bij de ondernemer en zijn medewerker(s). Door beide groepen worden drie perspectieven met het grootste potentieel gekozen.

Onder leiding van de moderator worden vervolgens de overwegingen bij de gemaakte keuzen besproken. Rijpe en groene ideeën worden nader toegelicht en soms van een verrassende dimensie of interpretatie voorzien. Zonder concrete besluiten te nemen wordt de bijeenkomst door de moderator afgerond en vindt een informele afronding plaats met een schriftelijke terugkoppeling, opgesteld door projectleider en moderator in het vooruitzicht.

Terugkoppeling

Binnen twee weken worden de aantekeningen door de projectleider en moderator uitgewerkt en geanalyseerd waarna toezending aan de ondernemer en de kunstenaars/ontwerpers plaatsvindt. De inhoud van de *Terugkoppeling* heeft de volgende opzet:

- Formulering innovatievraag
- Profiel bedrijf en context
- Doel, aanpak, deelnemers
- Artistieke observaties en visualisatie
- Resultaten innovatievloer (matching acties kunstenaars en bedrijf)
- Ideeën korte en lange termijn
- Aanbevelingen, actieplanning en implementatie

In de terugkoppelingsrapportage worden onder meer de uitgeschreven artistieke observaties van de kunstenaars/ontwerpers opgenomen, de 'dialogoschets' van de projectleider en de scores van de 'innovatievloer'. Deze scores betreffen niet alleen de keuzes van de drie meest relevante innovaties gemaakt door het team van de ondernemer en de kunstenaars/ontwerpers, maar brengt ook de match in beeld tussen die beide scores.

De analyse van deze gegevens leidt tot *suggesties op de plank* die zijn onderverdeeld in concrete 'kortetermijn-suggesties' en 'langetermijn-suggesties'.

De terugkoppelingsrapportage wordt afgesloten met aanbevelingen vanuit een ruimer perspectief om de ondernemer uit te dagen de input vooral te beschouwen als oplossingsrichtingen die in de context van het eigen bedrijf en de gevoelde urgentie verder uitgewerkt kunnen worden.



6. Resultaat

Wat zijn de eravringen van de deelnemers? Wat ging goed en wat kan beter?

De pilot Bezorginnovatie is afgesloten met twee afzonderlijke evaluaties. Zowel met de ondernemers als met de kunstenaars/ontwerpers hebben de projectleider en moderator de ervaringen afzonderlijke geëvalueerd. In de onderstaande opsomming zijn de bevindingen op hoofdlijnen samengevat.

Bevindingen van de kant van de MKB-ondernemers

- Belangrijk dat oorspronkelijke oplosrichtingen op gang komen, wel wennen aan 'rommelige' opzet.
- Je moet als ondernemer kiezen uit de vele acties die aangedragen worden. Niet alles is even relevant voor de korte termijn. Heel praktische ideeën kun je zo oppakken.
- De samenstelling van de groep tezamen met kunstenaars is goed, door de (te?) vaste aanpak van drie uur ontstaat er geen 'Wauw'-oplossing. Verwacht ook niet dat alle problemen worden opgelost.
- Door de Bezorginnovatie word je gedwongen verder te kijken dan je branche doorgaans doet, je ziet dat creativiteit nodig is. De uitstraling van het gebouw vraagt daarom.
- In je agenda moet je serieus rekening houden met de implementatie van de voorstellen.
- Je kunt de uitkomsten combineren met andere innovaties, ook buiten de muren van je eigen organisatie.

Bevindingen van de kant van de kunstenaars/ontwerpers

- Inspirerend om met ondernemers samen te werken, het 'loslaten' na de sessie valt niet mee. Feedback vanuit het bedrijf op de artistieke interventies is noodzakelijk. Heel goed dat we vooraf het bedrijf konden observeren.
- Als kunstenaar wil je verbinden, bij Bezorginnovaties moet je in het begin vooral 'ont-binden'. De innovatievraag van de ondernemer zou je ook een vrije (artistieke) vertaling moeten kunnen geven. Het gezamenlijk een pizza eten is een belangrijk onderdeel om wat vrijer met elkaar om te gaan.
- Als er bij de ondernemer behoefte aan is, zou je naast de strakke aanpak ook tijd moeten inruimen voor 'lummelen en rondkijken' zoals je dat in je atelier soms doet. Vooraf moet de ondernemer goed begrijpen dat 'creativiteit' niet 'vrijblijvendheid' betekent.
- Het is spannend om je consequent op het standpunt van kunstenaar/ontwerper te stellen. Niet proberen de innovatie-expert te zijn.
- Ook voor de kunstenaar geldt: wat heeft de sessie met je gedaan? Hoe werk je zelf? Die wederkerigheid is van belang.

Aan de ondernemers is gevraagd welke prijs zij in gedachte hebben voor het afnemen van de Bezorginnovatie. De antwoorden lagen tussen de € 500 en € 1.000. De calculatie van de totale inspanningen van de kant van CAMU inclusief een vergoeding voor de kunstenaars, komt uit op een bedrag van € 2.500. Nemen we deze bedragen als uitgangspunt dan zal een externe financiering van € 1.500 tot € 2.000 (bijv. vanuit innovatiefondsen) beschikbaar moeten zijn.

De ondernemers is ook gevraagd of zij collega-MKB ondernemers de Bezorginnovatie zouden aanbevelen. Het antwoord is positief maar wel onder de voorwaarde dat deze collega-ondernemers moeten open staan voor de artistiek-creatieve aanpak van innovatievragen.

7. Reflectie

Bevindingen naar aanleiding van de test.

De alledaagse behoefte bij de ondernemers aan concrete aanbevelingen (liefst in offerte-stijl) is zo vertrouwd dat men moet wennen aan de potentie van 'oorspronkelijke' ideeën en uitspraken. Ook de gretigheid om in de actualiteit van de dag concreet houvast te vinden is begrijpelijk. De opmerking van de ondernemer over een ontbrekende 'Wauw-ervaring' toont een zekere afstand tussen de gehoopte opbrengst en de van te voren gecommuniceerde voorspelling dat de ondernemer geen simpele één-op-één-oplossing kan verwachten. De intentie van de opzet is immers om een rijkdom aan dimensies te scheppen die in samenhang tot nieuwe inzichten kan leiden. Het hier-en-nu is een erg krachtige realiteit voor de ondernemers die – ook bij de evaluatie achteraf – een dominante positie inneemt.



In de tweede helft van de opmerkingen van de ondernemers worden relaties gelegd met een langetermijn perspectief; 'verder kijken', 'agenda', 'uitkomsten combineren', 'buiten de muren van je eigen organisatie'. Hoewel de ondernemers een positief oordeel velden over de Bezorginnovatie konden in de evaluatie (na ongeveer drie maanden) nog geen concrete resultaten gemeld worden. Wel gaven de ondernemers aan dat de ervaring en de *Terugkoppeling* op een positieve manier op de achtergrond meespeelen als over de toekomst van de onderneming wordt gesproken.

De evaluatie met de kunstenaars/ontwerpers laat zien hoe vanuit eigen inleving de problematiek is opgepakt. De beoogde intuïtief-artistieke werkwijze van de kunstenaar/ontwerper wordt hiermee bevestigd. Het proces van inleven is zozeer intuïtief en intensief dat het hen moeite kost om aan het einde van de sessie weer 'los te laten'. Ook de behoefte aan feedback van de ondernemer op de geleverde inspanning is hierop een natuurlijke reactie.

Van hun professionele inbreng zijn de kunstenaars/ontwerpers zich overigens zeer bewust als ze spreken over de noodzaak om tijdens de eerste fase van de innovatiesessie niet te verbinden maar te 'ontbinden'. Scherp is ook het bewustzijn om zich niet als innovatie-expert op te stellen maar vanuit de eigen artistieke professe te blijven opereren.

De ruimte voor creativiteit en vrije associatie tijdens de dialoogsessie wordt door de kunstenaars/ontwerpers vrij beperkt gevonden. De innovatievraag zou zelfs 'artistiek vertaald' moeten kunnen worden en er zou meer ruimte moeten zijn voor 'lummelen en rondkijken'. Binnen het format van de drie uur durende innovatiesessie is daar nu weinig ruimte. Het gezamenlijk eten van een pizza biedt hen al wat meer ruimte om vanuit improvisatie te kunnen werken.

8. Perspectief

Hoe verder met Bezorginnovatie?

De test heeft waardevolle gegevens opgeleverd die tot een aanscherping van de aanpak van Bezorginnovatie zullen leiden. Bij een verdere toepassing zal in ieder geval het kennismakingsgesprek met de ondernemer moeten leiden tot een goed inzicht in de deelname vanuit het eigen bedrijf, de verwachtingen en in de mogelijkheden om te komen tot verandering en implementatie. Wat de positie van de kunstenaars betreft kan deze versterkt worden voor wat betreft het verbeelden van de innovatievraag en het actief betrokken zijn bij evaluatie en follow-up.

De unieke samenwerking tussen kunstenaars/ontwerpers en MKB-ondernemers kan door middel van Bezorginnovaties gestalte krijgen als innovatiefondsen en overheden bereid zijn om financieel bij te dragen. De rechtvaardiging van deze bijdrage is gelegen in het maatschappelijk belang van een hoogwaardig innovatief MKB waarbij artistieke verbeeldingskracht een toegevoegde waarde heeft.

Over **Bezorginnovatie** heeft CAMU een promotiefolder uitgebracht (zie ook www.cartesiusmuseum.org/bezorginnovatie).

De evaluatie is mede mogelijk gemaakt door de **Amsterdam School of Management** (www.asom.org) en **Via Traiectum** (www.viatraiectum.nl).



VIA TRAIECTVM

Meer informatie over de activiteiten en de achtergronden van het **Cartesius Museum** is te vinden op de website www.cartesiusmuseum.org waar ook de mogelijkheid wordt geboden om kosteloos de digitale versie van het boek **Actieve Stedeling, een zoektocht naar de stad als samenwerkplaats** te downloaden.



***Erik Uitenbogaard** is hoofdconservator Cartesius Museum en mede eigenaar van het creatief bureau Via Traiectum. Als strategisch manager, vormgever en communicatieadviseur is hij initiator en ontwikkelaar van grensverleggende samenwerkingsprojecten. Hij heeft interim-opdrachten vervuld voor onder meer het Rijksmuseum en de Hogeschool voor de Kunsten Utrecht.

www.cartesiusmuseum.org, www.viatraiectum.nl

Giep Hagoort is creativiteitsprofessor en emeritus hoogleraar kunst en economie aan de Universiteit Utrecht/HKU. Hij is oprichter van de private Amsterdam School of Management. Giep Hagoort heeft tientallen innovatieonderzoeken op zijn naam staan en is conservator Cultureel ondernemerschap bij het Cartesius Museum.

www.asom.org, www.giephagoort.nl

Contact:

Cartesius Museum

Erik Uitenbogaard, hoofdconservator

Centraal contactadres: Park Arenberg 94, 3731EV De Bilt

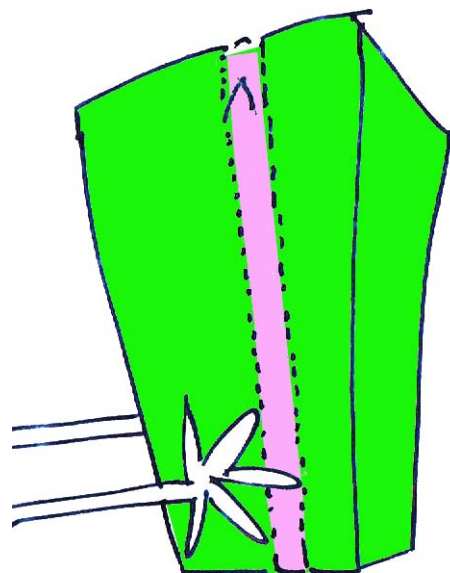
Telefoon: 0615633552

Email: bezorginnovatie@cartesiusmuseum.org

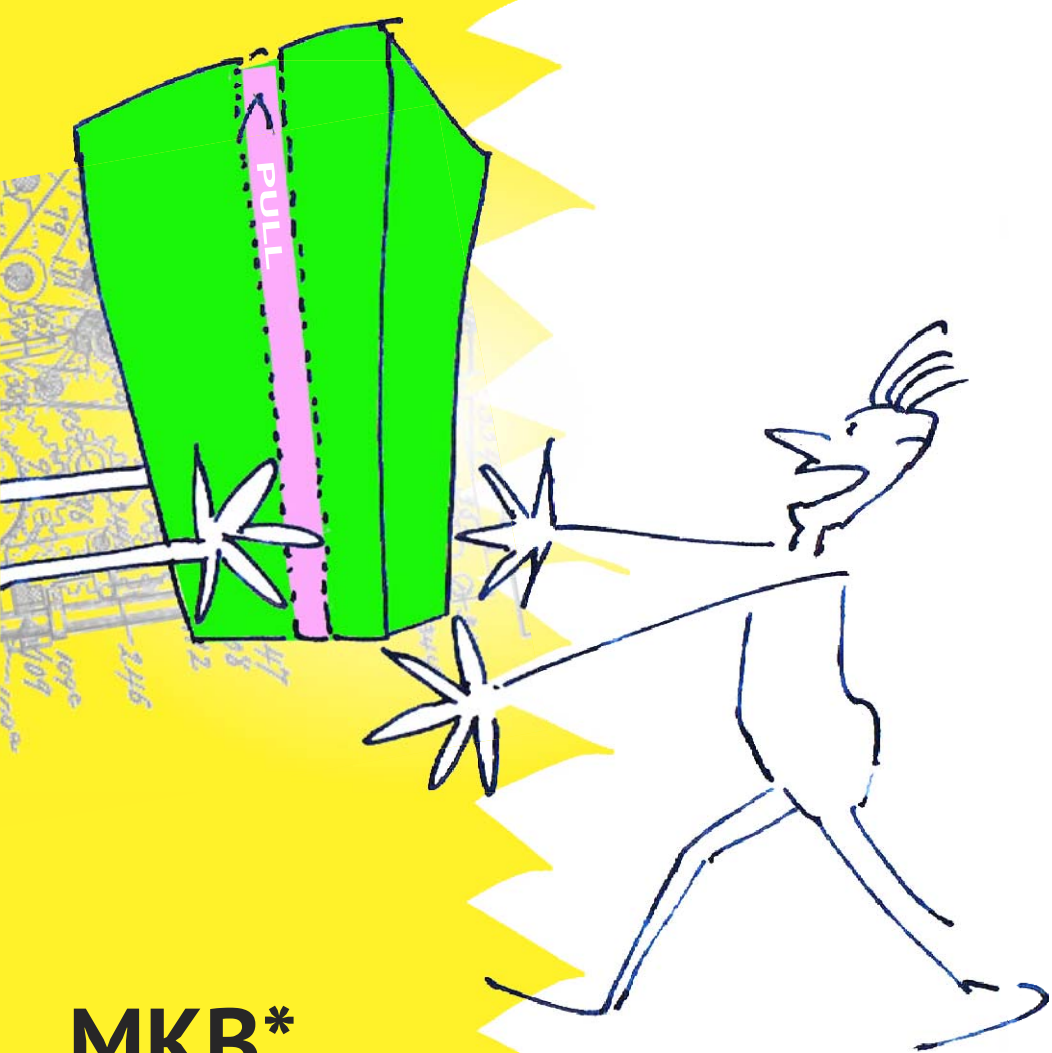
www.cartesiusmuseum.org/bezorginnovatie

September 2015.

Het Cartesius Museum wordt financieel ondersteund door: het Mondriaanfonds en stichting DOEN!



Bijlage: promotiefolder 'MKB Bezorginnovatie'



MKB*

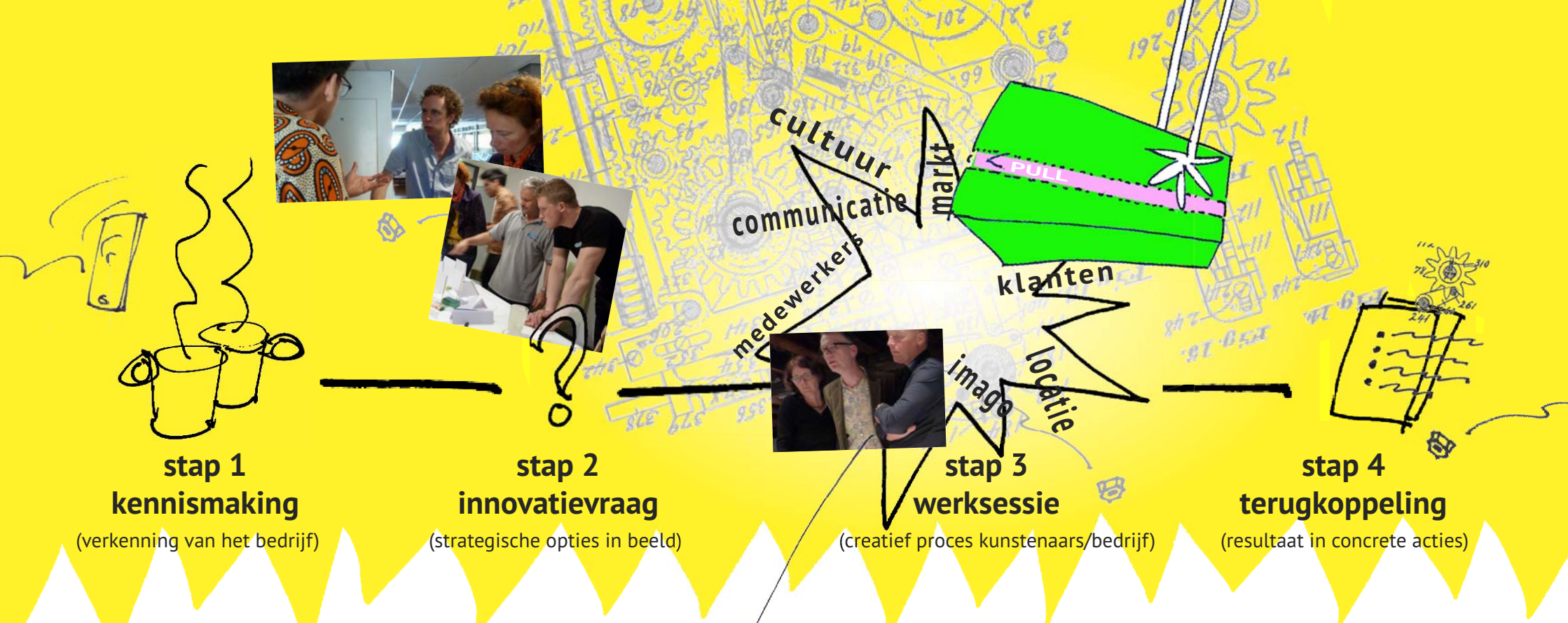
Bezorginnovatie

Innovatie door kunstenaars/ontwerpers voor
**ondersteuning en vernieuwing van de bedrijfsvoering van
het MKB.**

Een creatieve coöperatie van het Cartesius Museum,
Amsterdam School of Management, Via Traiectum en
vele kunstenaars/ontwerpers



VIA TRAIECTUM



**stap 1
kennismaking**

(verkenning van het bedrijf)

**stap 2
innovatievraag**

(strategische opties in beeld)

**stap 3
werksessie**

(creatief proces kunstenaars/bedrijf)

**stap 4
terugkoppeling**

(resultaat in concrete acties)

Innovatie voor MKB-ondernemers die direct aan de slag willen met creatieve oplossingen.

- Geen dure rapporten
- Geen uitgebreide analyses
- Geen sigaren uit eigen doos
- Geen overbodige verhalen over innovaties

Wat zijn Bezorginnovaties?

Directe creatieve interventies, door kunstenaars die onder professionele leiding MKB-ondernemers ondersteunen in hun vernieuwingen van de bedrijfsvoering.



Hoe werkt Bezorginnovatie?

Na het kennismakingsgesprek (stap 1) wordt een offerte uitgebracht. Na de zakelijke overeenkomst wordt met u als MKB-ondernemer een innovatievraag opgesteld, samen met de coördinator van de Bezorginnovatie. Een team van drie kunstenaars bezoekt uw bedrijf en neemt deel aan de innovatiesessie (van drie uur) onder leiding van een moderator. Naast u als ondernemer nemen ook twee medewerkers uit het bedrijf actief deel. De innovatievraag wordt verkend en tot een oplossing gebracht met korte- en lange-termijn acties. Er wordt al doende gewerkt met beelden, sleutelwoorden, dialogen en een ter plekke getekende schets van alle relevante factoren. Binnen twee weken worden de resultaten van de sessie inclusief een implementatieopzet op schrift aan u als ondernemer aangeboden. Na twee maanden vindt een terugkoppelingsgesprek plaats met de coördinator en de moderator. Alle informatie blijft strikt vertrouwelijk.

Een geteste aanpak

Bezorginnovatie is met succes getest binnen drie MKB-bedrijven: een winkel, een fabriek en een dienstencentrum. De innovatievragen lagen op de gebieden marketing & Communicatie, uitbreiding van de klantenkring en reorganisaties.

Door deelnemende ondernemers zijn als positieve punten van de bezorginnovaties genoemd:

- Het oorspronkelijke karakter van de antwoorden op de innovatievraag.
- Praktische ideeën die je snel kunt oppakken.
- Het samenwerken met kunstenaars.
- Dankzij creativiteit over de grenzen van je branche heenkijken.
- Het combineren van Bezorginnovatie met andere vernieuwingen in je bedrijf.

Aandachtspunt vooraf:

- De ondernemer staat open voor innovatie en een creatieve aanpak.

*Contact

MKB-ondernemers of bedrijfsleiders die overwegen bij Bezorginnovatie een bestelling te plaatsen, kunnen contact opnemen met de projectcoördinator Erik Uitenbogaard. Dit geldt ook voor mogelijkheden van Bezorginnovatie bij overheden en maatschappelijke instellingen (veranderingsproces, strategieverkenning, samenwerking).

Erik Uitenbogaard MA is strategisch manager en communicatieadviseur, hoofdconservator van het Cartesius Museum, initiator van grensverleggende samenwerkingsprojecten en bedenker van de Bezorginnovatie. Als moderator treedt op prof. dr. Giep Hagoort, creativiteitsprofessor en em hoogleraar kunst en economie aan de Universiteit Utrecht/HKU. Hij heeft tientallen innovatieonderzoeken op zijn naam staan en is conservator Cultureel ondernemerschap bij het Cartesius Museum. Per bedrijf/innovatievraag wordt een team van drie kunstenaars samengesteld.

Informatie/contact:

www.cartesiusmuseum.org/bezorginnovatie
bezorginnovatie@cartesiusmuseum.org
Coördinatie: Erik Uitenbogaard:
T 06 156 33 552

Bezorginnovaties kunnen ook deel vormen van bestaande strategieprojecten.

Website partners:
www.cartesiusmuseum.org
www.asom.org
www.viatraiectum.nl

MEER WETEN?
NEEM CONTACT OP



VIA TRAIECTVM