



COLUMN

EEN GOED IDEE IS GEEN GARANTIE VOOR SUCCES

Voor de transitie naar een biobased economie is meer nodig dan een goed idee. Het Kenniscentrum Biobased Economy van de Hanzehogeschool Groningen richt zich daarom met bedrijfsleven en partners op wat verder nodig is om innovatieve oplossingen succesvol naar de markt te brengen: ketenmanagement en -kennis, een verandering in interne bedrijfsvoering en een herdefiniëring van waarde en prijs.

Ketenmanagement & -kennis

Al bij de start van de ontwikkeling van een oplossing moet de behoefte van de eindconsument scherp in beeld zijn. Een bio-afbreekbaar plastic zakje moet heel blijven op weg van supermarkt naar huis, bijvoorbeeld. Alle partijen in de keten (van productontwikkeling tot verkoop) moeten daarom open staan voor samenwerking om succesvol te blijven.

Interne samenwerking

Traditioneel bepaalde Marketing wat R&D ontwikkelt en hoe Sales deze naar de markt brengt. Voor een succesvolle biobased transitie zal R&D actief betrokken moeten worden in het ontwikkelingsproces om te weten welke wensen de eindgebruiker heeft. De rol van Sales en Marketing verandert in die van een 'business- en change consultant'. Deze drie afdelingen zullen intensief en gezamenlijk optrekken om met klanten en externe partners oplossingen te creëren die leiden tot nieuwe innovaties.

Waarde en Prijs

Elke duurzame oplossing heeft haar prijs. Lang niet iedereen is bereid om meer te betalen dan hij deed. Lokale groenten zijn vaak duurder dan uit het buitenland geïmporteerde maar zijn veelal duurzamer. Hoe kunnen consumenten beïnvloed worden die wel te kopen? En (hoe) kunnen bedrijven gestimuleerd worden om te kiezen voor duurzame oplossingen? Dat kan als mensen zich realiseren dat de prijs van een product of dienst niet alleen door de economische waarde maar ook een waarde van duurzaamheid heeft.

Aandacht voor deze drie randvoorwaarden vraagt onder meer visie op talentontwikkeling, toekomstfocus en aandeelhoudersbelang: hoe trek je de juiste talenten aan en hoe leren die om te gaan met vragen die nu nog niet te bedenken zijn? Hoe krijgen we aandeelhouders zo ver dat ze niet alleen gaan voor meer aandeelhouderswaarde? Deze en andere vragen wil het lectoraat Biobased Society beantwoorden om bij te dragen aan een gezonde en duurzame samenleving.

Uno Sissingh

*Docent International Business School,
Hanzehogeschool Groningen*