

Interview Creativity Club | Bob Muntjewerff & Laura Kerckhoffs

Korte titel: Creativiteit als business booster

Lange titel: Hoe zet je creativiteit in als business booster?

Quote voor in kader: "Marktleiders volgen het pad van creativiteit. Niet die van de markt."

Interview

Om concurrentie voor te blijven en groei te realiseren moeten organisaties continu vernieuwen. Alleen hoe krijg je jouw team of organisatie in de innovatiestand? Volgens Bob Muntjewerff en Laura Kerckhoffs van de Creativity Club ligt de sleutel bij de ontwikkeling van creativiteit onder medewerkers. Wie optimaal gebruik maakt van het creatief potentieel in de organisatie, kan rechtsaf slaan waar iedereen linksaf gaat. Bob: 'Marktleiders volgen het pad van creativiteit. Niet die van de markt.'

'Onze boodschap is: zet medewerkers in als innovatiemotor en gebruik hun kennis en creativiteit om de business een boost te geven.' Volgens hem denkt directie en management vaak dat nieuwe ideeën uit hun hoge hoed moeten komen. 'Maar daarmee onderschatten ze de medewerkers. Zij zijn juist diegene die de markt, producten, diensten en processen het beste kennen en dus mogelijkheden zien voor vernieuwing en verbetering. Over het algemeen zijn medewerkers veel creatiever dan je denkt. Als ze maar de ruimte krijgen.'

Dat laatste is waar het volgens Laura in veel organisaties aan ontbreekt. 'De ideeën zijn er vaak wel, maar er mist een goed innovatieklimaat.' Creativiteit en innovatiekracht worden volgens haar te weinig gestimuleerd omdat de waan van de dag regeert. 'Medewerkers krijgen onvoldoende tijd en ruimte om aan ideeën te werken of moeten plannen eerst in detail uitwerken. Dat motiveert niet en vertraagt enorm.'

Hoe moet het dan wel?

Volgens Bob begint het bij het trainen van creatief denken en het kweken van collectieve nieuwsgierigheid. 'Iedereen kan z'n creatief vermogen ontwikkelen, ongeacht welke beroepsgroep of functie. Door medewerkers te prikkelen om vernieuwende ideeën aan te dragen en ze te leren hoe ze dat kunnen doen, stimuleer je interne creativiteit. De volgende stap is medewerkers gericht mee te laten denken over business boosters oftewel innovatiekansen. Leg gerichte vraagstukken voor en formeer een helder ideeeproses. Zorg dat er middelen vrijgemaakt worden om iteratief aan nieuwe plannen te werken en moedig experimenteren aan.'

Laura: 'Het is tijdens onze workshops fantastisch om te zien wat het doet met medewerkers als ze realiseren dat hun ideeën echt verschil maken. Onderschat ook niet het belang van draagvlak. Innovatieplannen die door hogerhand worden opgelegd, leveren weerstand op. Succes boek je juist door medewerkers uit te dagen eigen creativiteit in te zetten om zo de toekomst van de organisatie vorm te geven.'

Wat als je succes bereikt?

Als alle inspanningen om creativiteit te ontwikkelen zich uitbetalen in de vorm van nieuwe ideeën die de business een boost geven? Dan is het tijd om na te denken over waardering. Laura: 'Niets is zo belangrijk dan het vieren van een doorbraak. Dat begint bij het geven van credits voor de bedenker(s). Hoe je het doet, mag je zelf bedenken. Trek ze het podium op, geef een zak geld, benoem ze tot "Innovator of the Year", bestel een reusachtige wisselbokaal. Het maakt allemaal niet uit, maar geef ze de eer. Een mooiere beloning is er niet.'

Meer creativiteit en innovatiekracht?

Laura: 'De Creativity Club is meester in het aanboren van creativiteit en innovatiekracht op de werkvloer. De programma's helpen management en medewerkers hun creatief potentieel en oplossend vermogen te activeren en ontwikkelen. Daarnaast leert de Creativity Club organisaties deze waardevolle vaardigheden in te zetten voor innovatie. Bottom-up innovatie heet dat. Het resultaat? Een innovatieve, toekomstbestendige organisatie vol

trotse medewerkers.'

*Wil je de Creativity Club inschakelen voor een workshop of seminar bij Theater Buitensoos?
Bekijk [de mogelijkheden](#) op onze website of neem [contact op](#) met Theater Buitensoos.*



Tekst: Creativity Club | Fotografie: Sam Derksen Fotografie