—DOMO DE REFONTIRO—

"Creatief ondernemen gaat niet alleen over technologische innovatie. Willen we ons in de toekomst wapenen tegen de Aziatische tsunami, dan moeten we ook investeren in sociale innovatie. Een gesprek met Pieter Sprangers en Christel Ruttens van Domo de Refontiro, over het andere, sociale aspect van innovatie dat onze welvaart zal verzekeren." Door Bert Pieters



© Robbie Depuydt

Iedereen kent de technologische innovatie, zoals bijvoorbeeld bij Janssen Pharmaceutica, maar jullie hebben een heel andere kijk op innovatie? Meestal bekijken mensen innovatie inderdaad vanuit technologische verbeteringen. Die zullen in de toekomst het verschil niet langer alleen maken. Azië haalt ons daar zo in. We investeren beter in creatieve en sociale innovatie, en dat moeten we sterker ontwikkelen bij onze ondernemers.

Een voorbeeld: dankzij de fantastische uitvinding van de glasvezelverbinding, kan iedere radioloog in België binnenkort zonder job zitten. Het is heel makkelijk geworden, je hebt alleen een groep verpleegkundigen nodig die alles organiseren, en de resultaten stuur je door naar India, waar een hoogopgeleide radioloog (want die studeren daar nu aan een hoog tempo af) alles kan onderzoeken. De kostprijs zal ongeveer een derde zijn van de onze. Willen we in West-Europa hiermee gaan concurreren, dan zetten we best stevig in op sociale innovatie. Daarvoor ontwikkelen we naast leftbrain competenties, die vooral op kennis gebaseerd zijn, ook rightbrain competenties, zoals esthetisch bewustzijn, empathie, en als het kan ook nog storytelling.

En zo is het binnen alle bedrijven. Ingenieurs, de managers, ze moeten allemaal meer designer worden. Het is ook hun verantwoordelijkheid dat ieder product er goed uitziet, zoals de iPad mooi vormgegeven is, zeker in vergelijking met de gemiddelde laptop.

Het wordt dus de hoogste tijd voor bedrijven om cursussen rond rightbrain competenties te organiseren? Dat zou je in theorie kunnen zeggen. Alleen blijft van groepscursussen meestal maar 10% hangen. Dat werkt dus niet, net omdat iedereen op een andere manier leert. Met Domo de Refontiro willen we net daarop inspelen.

We creëren gepersonaliseerde en complexe leeromgevingen voor bedrijven. We zien vaak dat bedrijven cursussen over innovatie organiseren voor hun medewerkers, om daarna in de operationele managementcultuur te vervallen. ‘Het is fijn dat je innovatieve ideeën hebt, maar ik zou toch liever hebben dat je focust op de kwaliteit van onze producten,’ geeft een manager dan mee aan zijn ingenieurs.

We ontwerpen gepersonaliseerde en complexe leeromgevingen om volledig in te zetten op het lerend potentieel in een organisatie. Zo’n leeromgeving is eigenlijk de organisatie tot inzicht brengen dat er heel wat potentieel is en vooral ook, de mogelijkheden binnen de organisatie creëren om dat potentieel verder te ontwikkelen. Want het is het potentieel van elke individuele medewerker dat je verder moet ontwikkelen om je organisatie te versterken. Zo kom je tot accelerated learning en de verdere ontwikkeling van de cruciale competenties van de 21ste eeuw.

Dat klinkt complex. Hoe geef je zo’n leeromgeving dan vorm? Is essentie creëren we met betrokkenheid van zowel interne als externe stakeholders in een omgeving waarin leren, ontwikkeling en experiment centraal staan. We ontwerpen een gepersonaliseerde omgeving met zowel first-life als second-life mogelijkheden tot interactie en leren. First-life, dat zijn menselijke interacties, en second-life zijn virtuele. Ook hier geloven we dat we op een meer esthetische manier te werk moeten gaan: een videokunstenaar kan zo’n leeromgeving perfect gaan visualiseren op zijn manier. Je kunt zo’n leeromgeving ook auditief gaan vormgeven, door betrokkenheid van een DJ bijvoorbeeld. Dat brengt ook nieuwe inzichten, want een kunstenaar of designer kijkt op een heel andere manier naar zo’n leerproces dan managers of ingenieurs dat doen. Door die cross-over te maken ga je mensen ook inspireren en dingen bij hen teweeg brengen. En ook de jonge kunstenaar leert tegelijkertijd heel wat bij over het bedrijfsleven, want vaak hebben ze er weinig affiniteit mee.

We geloven echt in die kruisbestuiving. Onze kantoren zijn geconcipieerd als een innovatiewerkplaats waar onder andere jonge kunstenaars hun werk kunnen tentoonstellen. Dat zorgt voor interessante synergieën als je een team managers over de vloer krijgt. Ook zij worden er door geprikkeld.

De toekomst is dus als het ware aan de designers. Zij hebben de competentie om dingen mooi en esthetisch te maken, en dat is het West-Europese antwoord op de nieuwe markten, die technologisch sterk zijn, massaal produceren en hoogwaardig kopiëren. Maar de designers alleen zullen het niet redden, we hebben ook nood aan meer designercompetenties bij alle medewerkers van een bedrijf en krachtige leeromgevingen die het lerend potentieel van alle medewerkers aanboren.





Meer weten? Pieter Sprangers schreef samen met Dirk De Boe en Bernard Lernout ‘Edushock’, een boek dat een oproep is voor meer creativiteit en innovatie om het meest fantastische leren van de toekomst te realiseren. *www.edushock.be*

Samen met professor David Gijbels en Gert Vanthournout van de Universiteit Antwerpen, start bij Domo de Refontiro een researchproject, als innovatiemandaat innovatiemandaat ondersteund door het IWT, om een monitor van individuele leerkenmerken en een toolbox van efficiënte leervormen te ontwikkelen.

Bij domo de refontiro kunnen bedrijven terecht voor innovatie in menselijke processen. Ook individuen kunnen one-on-one begeleid worden om hun potentieel krachtig te ontwikkelen.

www. domoderefontiro.be