

# ‘Innovatie heeft **helden** nodig. En helden hebben **bazen** nodig’

Als u Marcel Bullinga eenmaal heeft gezien, vergeet u hem niet gauw, door de flashy visuals en de muziek in zijn presentaties, door de dynamiek die hij uitstraalt, door zijn brede kennis over innovatie en de toekomst. Die kennis vergaarde hij al vroeg. Toen menigeen nog op een tikmachine werkte, pionierde Bullinga in 1994 met een van de eerste Nederlandse websites. Over zijn presentatie op het EU-congres Interreg in Noorwegen in het voorjaar van 2003 zei de dagvoorzitter: “That was not a speech, that was fireworks!”

Na jaren van spreekbeurten voor Speakers Academy® is Bullinga langzaam van accent geswitcht naar een combinatie van presenteren en dagvoorzitter zijn. Bullinga: “Het is zo ontzettend leuk om energie uit mensen te halen. Dat ze op het puntje van hun stoel zitten. Brutaal, het podium op, die kracht en dat talent in de zaal verzamelen en gebruiken. Deals maken!”

**SPEAKERS ACADEMY®**



Laatst flitste op mijn scherm een groot Europees onderzoek voorbij naar de succesfactoren van e-government. Wat bleek? Het succes zit 'm niet in beleidsvisies of in groots opgetuigde programma's. Het succes zit 'm in enthousiastelingen die, vaak tegen de tijdgeest in, hun ding doen en ervoor gáán. De helden van de innovatie. Een heerlijke conclusie, vindt u ook niet?

Innoveren is in dat opzicht voor iedereen hetzelfde. Benut dat enthousiasme, geef de helden in uw eigen organisatie de ruimte. En leidt ze, want dit land heeft bazen nodig. Om dat enthousiasme te kanaliseren hebben we gezamenlijke life momenten nodig. Een workshop of een congres is een kleine krachtcentrale. En ik leid de explosie in goede banen. Bij mij lopen spreken en de dag voorzitten steeds meer door elkaar. Het voorzitterschap is voor mij niet gezellig een dagje babbelen, maar deals maken. Aan het werk!

Als ik een congres of workshop leid, haal ik de verborgen energie omhoog en verzamel ik de latente talenten in het publiek. De zaal in, de microfoon onder ieders neus houden. Als de grootte van de zaal het rechtvaardigt, gebruik ik stemmachines om in realtime conclusies te krijgen. Als een geavanceerd Lagerhuis, zeg maar. Sprekers bevorderen passiviteit bij het publiek dat niet aan het woord is, dus als dagvoorzitter zeg ik steeds vaker tegen de opdrachtgever: plan liever geen

sprekers, ik interview ze wel.

Interviewen levert informatie op die levendiger is en meer toegespitst. Bovendien krijgt humor een grotere kans. En humor is een uitstekende drijfveer, mensen gaan er beter door presteren.

Het klinkt u misschien gek in de oren, maar de toekomst zit ons op de hielen. Als ik een presentatie houd over de toekomst, dan laat ik tal van nog niet gerealiseerde productinnovaties zien, prototypes van nieuwe apparaten en diensten die pas over een paar jaar op de markt komen of wetgeving die gepland is voor 2007. Komen de luisteraars naar me toe. Goed verhaal meneer Bullinga, waarom is dat bij ons nog niet? Het klinkt allemaal zo vanzelfsprekend, hoe komt die toekomst bij ons op de werkvloer?

Veel mensen ervaren de toekomst niet langer als science fiction, merk ik, als iets dat ver van ze af staat, maar als iets dat emotioneel 'dichtbij' is. Succesvolle innovatie hangt af van het vermogen van consumenten en burgers om zich iets nieuws voor te stellen. Dat vergroot de kans op succes om producten of diensten te ontwikkelen. Ook al zijn achter de schermen onvoorstelbaar ingewikkel-

## Moderne Jules Verne Marcel Bullinga: 'Er is niet één toekomst, er zijn er heel veel. Kies maar welke u hebben wilt.'

de processen nodig om iets moois of beters te maken. Slimme innovatie betekent dat de gebruiker van die complexiteit niets merkt.

De barrières voor innovatie kennen we onderhand wel. Vertel ik u iets nieuws als ik zeg dat Nederland zakt op belangrijke ranglijsten van e-government, export, onderwijs, research? Dat de versteende sociale zekerheid in Europa innovatie belemmert? Polderen heeft een onbestuurbare lappendeken gecreëerd met elkaar bestrijdende koninkjes en koninkrijkjes. Overheden blokkeren innovatie door tegenstrijdige en teveel regels, door de onwil met elkaar samen te werken en de privacy van fraudeurs belangrijker te vinden dan de veiligheid van de burger. Kortom, de obstakels zijn groot. Nou en? Doe wat u wel kunt!

### ■ DOE DE FUTURECHECK

Wil een bedrijf of een branche de concurrent een stap voor zijn of de open grenzen overleven, dan moeten we innoveren. Wil de overheid het land veiliger, mooier en gezonder maken, dan moeten we innoveren. Bestaande kennis beter benutten, nieuwe combinaties uitproberen. Er is niet één toekomst, er zijn er heel veel. Kies maar welke u hebben wilt.

In de Futurecheck-methode trekken we conclusies uit de toekomst en maken we deals in het heden. Eerst vliegen we

door de hemel, daarna landen we op aarde. Van dromen tot actie. In de ketenscan vindt de match plaats tussen organisatie en omgeving, tussen socio/techno trends en het bestaande product- en dienstenportfolio. Daarna gaan we na waar de kansen liggen en hoe die te realiseren zijn.

"Kun je wel zo algemeen spreken van innovatie", protesteren mensen vaak. Ik vind van wel. Natuurlijk, er is een enorm verschil tussen de innovatie van het politieproduct "veiligheid en handhaving" of dat van een lantaarnpaal. Tussen de innovatie van gemeentelijke diensten of een gebouw of auto. Toch gaat het in alle gevallen om de logische maar snel vergeten mix: gebruiker - keten - cultuur - organisatie - technologie. Ook de vragen zijn vaak hetzelfde:

- ▶ De moeder van alle trends is de tijdgeest. Hebben we die mee?
- ▶ Wát vergroot het aanpassingsvermogen van de organisatie, wat maakt haar meer flexibel?
- ▶ Wát speelt het beste in op het gedrag van gebruikers en personeel?
- ▶ Welke zaken zijn 'in control' en welke vallen buiten onze macht? Nutteloos om aan die laatste tijd te verdoen.
- ▶ Hoe kun je ingesleten irrationaliteiten omvormen tot energie?
- ▶ Hoe kan technologie gebruikt worden voor innovatie en menselijke maat?
- ▶ Leiderschap is nodig om de gewenste toekomst te verwezenlijken. Bent u zo'n baas?

Belangrijke innovatiemogelijkheden zijn:

- ▶ De inbouw van intelligente toekomst
- ▶ Samenwerken in de keten
- ▶ Het afscheid nemen en het transparant maken van de eigen organisatie
- ▶ De ontwikkeling van selfservice & selfcontrol-dashboards
- ▶ Het gebruik van realtime informatie
- ▶ De ontwikkeling van gepersonaliseerde diensten ◀◀



## Marcel Bullinga

Marcel Bullinga is een veelgevraagd spreker over de toekomst en innovatie. In een razend tempo brengt Bullinga Techno Trends en Socio Trends, geardeerd met overdonderende visuals en muziek. Als futurist en innovatie-expert signaleert Bullinga een toekomst die intelligent is, uitgaat van de gebruiker en de keten en leiderschap vereist. Zijn publiek wordt uitgedaagd om verantwoordelijkheid te nemen voor de toekomst. Hij geeft presentaties over onder meer human resource management, de overheid en accountancy. Hij is een uitstekend dagvoorzitter van congressen en leider van innovatie-workshops.



marcelbullinga@speakersacademy.nl

'Niet elke vraag verdient een antwoord', -Publilius Syrus-

