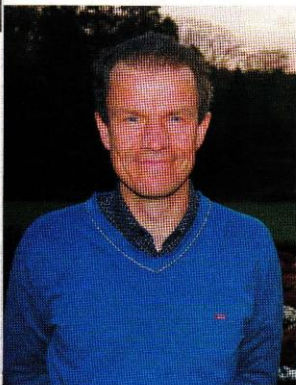




"Creativiteit is een levensstijl"

Het is een feit dat in heel wat bedrijven tachtig procent van de werknemers niet betrokken is bij de ideeëngeneratie. Nochtans is creativiteit en innovatie onontbeerlijk in elke hedendaagse organisatie. Om ons geluk en onze welvaart in de westerse wereld in stand te houden, is er als het ware een creashock of shock in de creativiteit nodig die zich zowel op individueel als collectief vlak manifesteert. Papillio sprak met innovatiemanager bij TPVision Dirk De Boe over dit boeiend thema, dat in een veranderende wereld-economie steeds belangrijker wordt.



Dirk, in je boek *Creashock* zeg je dat in heel wat bedrijven tachtig procent van de mensen niet betrokken is bij de ideeëngeneratie. Wat is volgens jou de oorzaak hiervan?

In elk bedrijf zijn er een aantal mensen die bezig zijn met innovatie en creativiteit. Een zaakvoerder beseft niet altijd dat er in zijn bedrijf nog andere mensen zijn die ook goede ideeën kunnen hebben met betrekking tot de aangeboden producten of diensten. Er wordt hoofdzakelijk aandacht besteed aan die twintig procent mensen waarvan men denkt dat ze creatief bezig zijn. In alle afdelingen van een bedrijf zijn er echter mensen die met heel goede ideeën voor de dag kunnen komen. Die mensen worden soms vergeten.

Wat was je aanleiding om dat boek te schrijven?

Ik ben van opleiding ingenieur. Ik was in het verleden voornamelijk rationeel bezig met mijn job. Ik heb pas zeven jaar geleden geleerd om zelf meer aandacht te besteden aan creativiteit toen ik naar een lezing ging over de zeven principes die Leonardo da Vinci gebruikte. Vanaf dat moment heb ik die principes bij mezelf toegepast en heb zo zelf creatiever leren denken. Ik heb vanaf dan meer aandacht besteed aan de zintuigen en het onbewuste, wat me geholpen heeft om creatiever te worden. In de afdelingen van ons bedrijf hebben we gekeken hoe we samen creatiever kunnen worden en hoe we aldus meer ideeën kunnen genereren.

Creativiteit en innovatie worden gestimuleerd om onze regio bij de welvarendste ter wereld te houden. Hoe kan dit in een bedrijf gestimuleerd worden?

Er zijn diverse manieren in een bedrijf om creativiteit te stimuleren. Zo kan je bijvoorbeeld inspiratiesessies aanbieden aan de werknemers. Je kan eveneens met de mensen van het bedrijf ergens naartoe gaan, zoals een voorstelling. Een andere optie is te gaan straatjatten. Dit betekent dat je samen foto's gaat nemen in de stad met de bedoeling om ze achteraf te analyseren en na te gaan welke ideeën daar achter kunnen schuilen. Heel wat goede ideeën vind je in het straatbeeld terug, zoals uithangborden, straatmeubilair, ... Je kan ook een forum oprichten waarbij mensen terecht kunnen om hun ideeën te posten. Als zaakvoerder kan je daar een team tegenover zetten die de verschillende ideeën gaat evalueren.

Zijn innovatieve en creatieve bedrijven meer opgewassen tegen de huidige crisis?

Bedrijven die weinig aandacht besteden aan creativiteit en innovatie zullen het in de toekomst heel moeilijk hebben in de geglobaliseerde wereld. Alle bedrijven concurreren tegenwoordig. Er zijn hier en daar nog enkele lokale sectoren. De meeste bedrijfstakken, zelfs de bouw, hebben nu al concurrentie vanuit het Verre Oosten. Het is belangrijk om innovatie te blijven stimuleren en ervoor te zorgen dat je differentieert. Als je alleen maar standaardproducten maakt of alleen maar standaarddiensten aanbiedt, zullen die heel gemakkelijk gekopieerd kunnen worden in landen waar de lonen een stuk lager liggen. In West-Europa zullen we ons moeten concentreren op diensten, innovaties en producten die een meerwaarde genereren ten opzichte van de concurrentie.

Je schrijft in *Creashock* dat iedereen creatiever kan worden. Je zegt ook dat creativiteit een vaardigheid is die in de westerse wereld op de achtergrond geraakt is, alsook op school. Hoe kunnen we onze persoonlijke creativiteit aanwakkeren?

Een van de dingen die je kan doen, is meer aandacht besteden aan je zintuigen. Door je zintuigen aan te scherpen, word je creatiever en ga je het onbewuste meer stimuleren. Je kan aandacht hebben voor je gehoor door met meer aandacht naar muziek te luisteren of door in een muziekstuk de hoge tonen van de lage tonen te leren onderscheiden. Je kan bijvoorbeeld ook naar de stilte luisteren. Observatie is eveneens enorm belangrijk. Door dingen te zien in de wereld kan je zelf tot



nieuwe ideeën komen. Het is heel belangrijk een goede balans tussen je ratio en emotie te hebben. Je kan meer aandacht besteden aan design, verhalen, emotionele intelligentie, maar ook aan zingeving. Er bestaan ook trainingen in creativiteit. Daarnaast zijn er een aantal persoonlijke aspecten aan creativiteit waar je aandacht kan aan geven, zoals het belang van kennis, doorzettingsvermogen en de manier waarop je tegenover creativiteit staat. Als je van jezelf vindt dat je creatiever kan worden, heb je waarschijnlijk gelijk. Als je vindt dat je niet creatiever kan worden, heb je waarschijnlijk ook gelijk. Het is ook een mindset dat je creativiteit kan leren. Het is een continu proces dat je bij jezelf kan toepassen en waardoor je zal zien dat je veel meer ideeën zal krijgen. Door creativiteit zal je tevens conflicten sneller oplossen, want conflicten ontstaan door een gebrek aan creativiteit. Iedereen houdt vaak vast aan zijn eigen standpunt. Als je diverse alternatieve oplossingen hebt, zit er vaak wel een alternatief tussen die een win-win-situatie is voor beide partijen.

Kan je als individu in een kleiner bedrijf creatiever zijn dan in een grote onderneming?

Het kan in beide gevallen, alhoewel ik denk dat het in een klein bedrijf nog meer kan. De truck is om in een groot bedrijf een klein beetje te functioneren als klein bedrijf. Dit is mogelijk door de wendbaarheid van een klein bedrijf in een groot bedrijf te gaan integreren. Het hangt ook af van de leider van het bedrijf. Als zij of hij daar in mee wilt gaan, zal dat veel gemakkelijker verlopen. Als de directeur of CEO daar tegen is, zal het zeer moeilijk gaan. Je kan eraan werken door een aantal mensen te detecteren die ervoor willen gaan in het bedrijf.

Je schrijft in het boek *Creashock* ook over de balans tussen de linker- en rechterhelft van onze hersenen. We hebben fysiek een linker- en een rechterhelft. Het is niet zo dat bepaalde functies alleen maar in de linker- of in de rechterhelft gebeuren. Behalve de taal gebeurt alles in de beide hersenhelften. Het is een heel mooie metafoer om na te geven dat mensen die van nature uit meer rationeel, gestructureerd en detailistisch zijn linkerhershelft georiënteerd zijn. Mensen die meer verbeelding hebben, muzikaler zijn en die meer de context beschouwen, zijn veeleer rechterhershelft georiënteerd. Het pleit voor een balans tussen beide. Als je van nature uit meer rationeel bent, dan zou ik aanraden om meer emotionele componenten toe te voegen. Als je eerder rechterhelft georiënteerd bent, dan is het belangrijk dat

je met je creativiteit ook iets doet. We leven en leren best met een totaalbrein. Heel veel mensen benutten maar een klein deel van hun brein. Door aandacht te hebben voor het andere deel van hun brein kunnen ze veel vorderingen maken op gebied van creativiteit.

De meeste nieuwe ideeën blijken in de vrije tijd te ontstaan en niet tijdens het werk zelf.

Inderdaad, dat is hoe ons onbewuste werkt. Als we volop bezig zijn met ons werk, heeft ons onbewuste niet veel zin om ideeën te gaan doorspelen aan ons bewuste. Onze werkomgeving leent zich er niet altijd toe. De werk- of schoolomgeving is niet altijd de meest inspirerende omgeving. Door eens in een andere omgeving terecht te komen, krijg je vaak meer ideeën. Daarom kan het interessant zijn om in een werkomgeving een creativiteitsruimte in te richten waar mensen kunnen brainstormen. Het is ook een goed idee om de werkomgeving meer inspirerend in te richten. Je hoeft daar trouwens niet altijd een groot budget voor te hebben.

Denk je dat er meer creativiteit is in grote steden, zoals Gent?

Gent is een zeer goed voorbeeld van een stad waar mensen een positieve mindset hebben. Die mensen willen met alle culturen samenwerken. Er is geen racisme en de mensen willen er echt vooruit. De aanwezigheid van verschillende creatieve bedrijven in een stad zorgt ervoor dat er nog meer creatieve bedrijven bijkomen. Gent is zich aan het profileren als een zeer creatieve stad. Ik denk dat een stad een goede locatie is om creativiteit aan te wakkeren, omdat er heel veel mensen samenkomen en er ook veel concurrentie is. Als je wil opvallen in een straat moet je innovatief uit de hoek komen. Als er tien schoenenwinkels zijn, moet je ervoor zorgen dat de mensen bij jouw schoenenwinkel

blijven staan. Maar er zijn gelukkig nog andere steden in België die vol inzetten op creativiteit.

Zijn er grote culturele verschillen inzake creativiteit en innovatie?

In de Aziatische landen zijn de mensen van nature uit meer rechterbrein georiënteerd. Mensen gaan meer naar emoties, verhalen ... kijken. In de westerse wereld zijn we de laatste vierhonderd à vijfhonderd jaar voornamelijk linkerhershelft georiënteerd. De hele industriële revolutie is daar net zoals ons onderwijsstelsel eigenlijk op gebaseerd. Je gaat naar school om achteraf te kunnen meedraaien in een productieapparaat. Dat heeft ons enorm veel welvaart opgebracht. Dat betekent ook dat je geleerd hebt om te reproduceren wat de leerkracht gezegd heeft. Dat fruikt echter ook de creativiteit. Een bedrijf heeft nood aan mensen die meer doen dan dat de baas hen vraagt en die met creatieve voorstellen komen. Die mensen zullen soms met minder goede ideeën komen, maar anderzijds ook met uitstekende. We moeten in onze cultuur de linker- en rechterhershelft meer aan bod laten komen.

Hoe zie je de toekomst in ons land op gebied van innovatie en creativiteit?

Het zal er goed uitzien als we veel aandacht besteden aan deze aspecten. We dienen jongeren te stimuleren om te ondernemen, want dat zal ervoor zorgen dat onze economie blijft draaien. Als we alles in vakjes opdelen of aan regels onderwerpen, zijn we niet goed bezig. Er moeten regels zijn, maar er moet ook ruimte zijn om te ondernemen. Daar kan de overheid zeker toe bijdragen maar ook ieder van ons. Creativiteit is immers een levensstijl. Eenmaal je ermee bezig bent, leer je positief denken en zal je veel meer mogelijkheden zien.

Bedankt voor het interview.



Het boek *Creashock* is uitgegeven bij uitgeverij Lannoo, telt 152 pagina's en kost 19,99 euro.

Uitgeverij Lannoo schenkt u 4 euro korting bij aankoop van het boek *Creashock*. In plaats van € 19,99 betaalt u nu € 15,99. Surf hiervoor naar www.lannooshop.be/papillio. Betalen kan online of via eenvoudige overschrijving.

*De korting (3) is enkel geldig via de webshop van de uitgeverij en dus niet in de reguliere boekhandel. (2) wordt verrekend nadat je het boek in de webshop hebt toegevoegd aan je winkelmandje. (3) geldt enkel indien je gebruik maakt van bovenstaande actie-uit en dit (4) zal de voorraad strekt.