nieuws

Crelan Symposium: "Innovatie is een containerbegrip"

nieuws

Op het Crelan Symposium afgelopen week in Gent stonden innovatie en ondernemerschap centraal. Omdat innoveren soms betekent dat je buiten de oevers van je eigen sector moet treden, werd een econoom uitgenodigd. Professor Bart Clarysse (UGent), specialist in innovatie- en technologiemanagement, sprak er over de verschillende fasen in innovatie en hun economische waarde. Verder kwamen twee voormalige studenten van UGent getuigen over de opstart van hun spin-off.

20 NOVEMBER 2015 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 15:24



Op het Crelan Symposium afgelopen week in Gent stonden innovatie en ondernemerschap centraal. Omdat innoveren soms betekent dat je buiten de oevers van je eigen sector moet treden, werd een econoom uitgenodigd. Professor Bart Clarysse (UGent), specialist in innovatie- en technologiemanagement, sprak er over de verschillende fasen in innovatie en hun economische waarde. Verder kwamen twee voormalige studenten van UGent getuigen over de opstart van hun spin-off.

Crelan reikte afgelopen week opnieuw zijn Awards uit. Voorafgaand aan die uitreiking werden enkele sprekers ontvangen. De eerste was professor Bart Clarysse, die aan de faculteit Economische Wetenschappen van UGent het vak innovatie- en technologiemanagement doceert. Clarysse deed de verschillende fasen van innovatie uit de doeken, te beginnen met technologische innovatie. Dit soort innovatie is vaak het domein van universiteiten en spin-offs. Het is de fase waarin commercialisering vaak mislukt, zeker als de initiatiefnemers te snel willen gaan. “Het duurt immers zo’n 28 jaar om een innovatie te commercialiseren, en nog eens 15 jaar om het effectief te vermarkten”, stelt Clarysse.

Het type bedrijven dat zich op dit soort innovatie stort, is volgens Clarysse economisch gezien dan ook een vreemde eend in de bijt. Ze investeren in zaken waarin een bedrijf dat rendabel wil zijn, nooit zou investeren, zoals patenten en press releases. Bovendien is er veel risicokapitaal mee gemoeid om een innovatie in die vroege fase te commercialiseren. En hetgeen ze in ruil daarvoor creëren, is waarde (‘revenues’). “Maar wat is waarde? Het brengt niets op, tenzij iemand die waarde ziet en ervoor wil betalen”, klinkt het. “Slechts 4 procent van de bedrijven in deze fase hebben daarom kans om ooit marktleider te worden, de andere 96 procent maakt meer kans om verkocht te worden aan risico-investeerders (‘venture capitalist’).

De volgende fase van innovatie is economisch interessanter. ‘Fast follower innovators’ zijn bedrijven zoals Apple, Tesla en zelfs Google. Hun producten zijn technologisch weinig innovatief, ze komen er zelfs eerder laat mee op de markt. Maar ze slagen er wel in om die producten goed in de markt te positioneren. “De reden daarvoor is dat zij een andere filosofie hanteren. Ze innoveren niet op het niveau van de technologie, maar op het niveau van wat de klant wil. Op die manier kunnen zij de technologie, die vaak niet eens door hen werd ontwikkeld, bereikbaar maken voor een groot publiek. Ze creëren geen waarde maar groei”, stelt Clarysse.

Na de fase van groei en de introductie van steeds meer spelers op de markt, raakt die stilaan volwassen (‘consolidation’). Maar voor de markt echt verzadigd is, is er de fase van geleidelijke innovatie (‘incremental innovation’). Voor bedrijven in die fase is innovatie een manier om hun producten telkens ‘een beetje beter’ te maken. Echte vooruitgang wordt niet meer geboekt, en innovatie wordt

op die manier een kost. “Deze bedrijven innoveren om competitief te blijven, maar hun marges komen daardoor steeds meer onder druk te staan. Spijtig genoeg is het dit type innovatie waarop in Vlaanderen, behalve op technologische innovatie, de laatste jaren gefocust wordt. Voor bedrijven is dit immers de eenvoudigste vorm van innovatie, want ze hoeven ervoor niet buiten hun sector te kijken.”

De vierde en laatste fase van innovatie is opnieuw een economisch interessante, die zich afspeelt op een volledig verzadigde en dus eigenlijk onrendabel geworden markt. “Wat doe je als innovatie een kost wordt die geen return meer oplevert? Dan zoek je naar andere manieren om inkomsten te generen: je doet aan ‘business model innovatie’.” Voorbeelden van bedrijven in deze fase zijn Über en Airbnb. Ze werken volgens een nieuw businessmodel op een verzadigde markt. De reactie van andere bedrijven op die markt is meestal beschermend, maar dat is volgens Clarysse niet nodig. “Want deze nieuwe businessmodellen zullen nooit de oude vervangen, zoals technologische innovatie wel oude technologie vervangt. De business model innovators creëren immers eigenlijk een nieuwe markt. De klanten van Über bijvoorbeeld zouden zonder Über nooit een taxi bestellen.”

Clarysse besluit zijn uiteenzetting dat innovatie en ondernemerschap hand in hand gaan, maar dat innovatie een containerbegrip is en dat het verkeerd is eenzijdig te focussen op slechts één vorm ervan. “Ondernemers moeten lessen trekken uit voorbeelden uit andere sectoren, en niet alleen focussen op technologische of progressieve innovatie.”

Twee ondernemers die zijn goede raad ongetwijfeld ter harte zullen nemen, zijn doctor Steven Maenhout en doctor Sam Possemiers: twee voormalig studenten aan UGent die onlangs een eigen spin-off hebben gelanceerd. Maenhout in breeding software (Progeno) en Possemiers in het nabootsen van spijsverteringsprocessen in een labo-omgeving (Prodigest). Beide kwamen op het Crelan Symposium vertellen over de weg die ze als ondernemer al afgelegd hebben. Voor de aanwezige studenten of pas afgestudeerden waren het ongetwijfeld twee inspirerende verhalen. En inspireren is wat Crelan beoogde met de organisatie van het symposium. "Want als maatschappelijk geëngageerde bank willen we ons steentje bijdragen aan innovatie in de land- en tuinbouw", besluit CEO Luc Versele.

VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact

M • info@vilt.be

Volg ons op:

screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/
screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/
screenreader.visit us on our instagram page: https://www.instagram.com/vilt.nieuws
screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws
screenreader.visit us on our bluesky page: https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social

---

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |
Privacy policy
Copyright
Cookie Policy
Cookie instellingen aanpassen

Crafted by Brigada