

Probleem of uitdaging? Een challenge brengt je de innovatieve oplossing!

Gepubliceerd 01-nov-21 09:36 door [Kiki Goedemondt](#)

Staat jouw organisatie voor een uitdaging? Bijvoorbeeld bij een duurzaamheidsvraagstuk, een probleem op het gebied van digitalisering of een logistieke kwestie? Met een challenge leg je contact met innovatie partijen (zoals start-ups en scale-ups) die je kunnen helpen aan een oplossing. Hoe laat je een challenge slagen?

Hoe stimuleer je 50-plussers (stellen en alleenwonenden) te verhuizen uit hun grote eengezinswoning, zodat er meer ruimte komt op de huizenmarkt? Hoe benut je zoveel mogelijk van de publieke materiaalstromen op circulaire wijze? Hoe kunnen we fietsen nog aantrekkelijker maken? (het fietspad van de toekomst). Drie uiteenlopende voorbeelden van vraagstukken waarvoor [StartHubs](#) een challenge opzette. Met behulp van een groot netwerk aan innovatieve partijen, helpt het bedrijf grote organisaties (zoals ministeries, gemeenten en provincies) bij het vinden van een oplossing voor een probleem of uitdaging.

Ook de challenge Elektrisch Rijden Versnellen, waarmee de verkoop van elektrische auto's voor privégebruik moet toenemen, is ondergebracht bij StartHubs. "Soms is de oplossing van een probleem of uitdaging er al, maar weet een organisatie dat simpelweg niet", vertelt Bosman. "Wij koppelen de vraag aan – in ieder geval de opmaat naar – een oplossing."

Hulp bij innoveren

Bijna alle challenges hebben vandaag de dag betrekking op innovatie. Bosman: "Van bedrijven wordt simpelweg verwacht dat ze innoveren. Een technologische oplossing moet bijvoorbeeld bijdragen aan duurzaamheid. Vaak weten ze niet goed hoe ze dat moeten doen. En dat is niet erg, want er zijn dus heel veel bedrijven die je daarbij kunnen helpen."

De voedseltransitie, slimme data, cybersecurity; allemaal thema's die zich goed lenen voor een challenge. "Als je als landbouwbedrijf bijvoorbeeld nieuwe technieken toepast en digitaliseert, kan het zomaar dat je je niet genoeg bewust bent van cyberrisico's. Dat roept om een oplossing van bedrijven die hier wél expert in zijn!"

Zo krijg je een succesvolle challenge

Cruciaal bij een challenge is een heldere briefing. "Gebruik geen ingewikkelde vaktermen", adviseert Bosman. "De partijen die met oplossingen kunnen komen, kennen die termen misschien niet. Zij moeten snel een goed beeld krijgen van je vraag. Vertel dus naast waar je naar op zoek bent ook wat voor oplossingen je niét zoekt. Zo zie je dat de challenge Elektrisch rijden Versnellen is toegespitst op personenauto's, dus geen zwaar vervoer. En er is expliciet aangegeven dat ze geen oplossingen op het gebied van accutechnologie of uitbreiding van subsidies of fiscale maatregelen zoeken." Maar, waarschuwt Bosman: maak het ook niet té specifiek. "Houd geen oogkleppen op. Want de oplossing kan ook verrassen."

Is je team er klaar voor?

Ook adviseert Bosman verder te kijken dan het eigen werkveld. "Daar zitten meestal de partijen die je gaan helpen bij de oplossing. Niet in je eigen domein, maar daarbuiten." Uiteindelijk leidt dat tot een match tussen een innovatief bedrijf en de 'challengehouder'. Dan is het belangrijk om mee te kunnen in het tempo van de startup. "De oplossing is vaak niet kant- en klaar, maar die ga je samen met het innovatieve bedrijf doorontwikkelen. Daar moet ook je organisatie klaar voor zijn: er moet draagvlak zijn en iedereen moet meekunnen in dit nieuwe, innovatieve proces. Zorg dus dat je hele team al vanaf het begin van het challengetraject betrokken is. Alleen dan gaat zo'n samenwerking goed werken."

Tags : challenge, challenges, dmi-challenges, elektrisch-rijden, ev-challenge, ev-challenges, mobiliteitschallenge