



MIS GEEN KANSEN: TRAIN JE NIEUWS- GIERIGHEID

Innovaties zijn vernieuwingen die zorgen voor meerwaarde. Ze maken dingen beter, sneller, sterker of goedkoper. Maar hoe bedenkt je innovaties? Dat begint met nieuwsgierig zijn. Zo is elk kind, maar veel volwassenen helaas niet meer. Gelukkig kun je het weer aanleren.

Nieuwsgierigheid is de drang om iets te willen leren en ontdekken. Kinderen hebben het van nature. Dat uit zich soms in eindeloos vragen stellen, waarvan wij volwassenen moe worden: 'Waarom? Daarom!!'. Zo leren we kinderen af nieuwsgierig te zijn. En dat is jammer, want daarmee verliezen ze een waardevolle eigenschap.

Onderzoek heeft voor vele beroepen het belang van nieuwsgierigheid aangetoond. Eigenlijk is het voor alles wat je doet belangrijk, want het is altijd mogelijk om iets beter te doen. Maar dan moet je wel eerst om het idee komen.

Nieuwsgierigheid kan breed gericht of specifiek zijn. Brede nieuwsgierigheid reflecteert interesse in een reeks van onderwerpen, gericht op het begrijpen en onderzoeken daarvan. Een aanne-mer kan in het buitenland kijken hoe men daar huizen bouwt, welke materialen worden gebruikt en welke keuzes worden gemaakt. Vrienden van mij met een ontwerp bureau hebben de gewoonte foto's te maken van elk bijzonder bouwwerk, of het nu om een hekje gaat of een theater. Niet met een bepaald doel, maar voor 'ooit eens', ter inspiratie.

Specifieke nieuwsgierigheid daarentegen heeft te maken met het willen oplossen van een bepaald probleem. Je onderzoekt hoe anderen het in soortgelijke situaties doen. Een installateur kan kijken hoe huizen worden verwarmd in landen waar van oudsher geen aardgas beschikbaar was. Wellicht kunnen wij bij de energietransitie voordeel putten uit hun oplossingen.

Nieuwsgierigheid is waardevol omdat de oorsprong van een kans 'alles en overal' kan zijn. Zelfs in speelgoed. Neem Lego, ruim 70 jaar geleden bedacht door de Deense timmerman Ole Kirk Christensen. Hij maakte de eerste blokjes van hout en naar verluid passen die nog steeds op de huidige legosteentjes. Met legosteentjes kun je elk denkbaar bouwwerk maken en daarna kun je de steentjes zonder kwaliteitsverlies weer hergebruiken. Kom daar eens om in de bouw!

Nieuwsgierigheid wordt vaak gezien als een eigenschap die je hebt of niet. Maar het is ook een vaardigheid. En vaardigheden, van het repareren van een lekkende kraan tot het bespelen van een muziekinstrument, kun je ontwikkelen.

Hoe doe je dat? Allereerst: stop met het accepteren van de dingen zoals ze zijn. Doe moeite om de waaromvraag te beantwoorden. In Groningen zijn tal van wegen kaarsrecht terwijl andere eindeloos kronkelen. Dat is niet 'gewoon zo', maar heeft vrijwel altijd een historische reden. Rechte wegen lopen door polders en langs kanalen, kronkelwegen langs de voormalige geulen op het wad.

Stel jezelf ook regelmatig bloot aan nieuwe prikkels. Dat kan zo simpel zijn als de weg naar je werk: neem je elke dag dezelfde weg dan zie je elke dag hetzelfde, varieer je dan zie je steeds andere dingen. Jarenlang hing op mijn werkkamer de spreuk: 'Doe elke dag iets wat je nog nooit hebt gedaan'. Dat mag gerust iets kleins zijn, zoals naar het toilet gaan op een andere verdieping. Maar dwing jezelf regelmatig de bekende patronen te verlaten en voorkom dat je op de automatische piloot leeft.

Kijk naar de wereld met de ogen van een kind en blij jezelf verwonderen. Verdiep je in onderwerpen die buiten je directe interessegebied liggen. Blader de volgende keer dat je in een wachtkamer zit door een tijdschrift waarmee je helemaal niets hebt. Kijk eens naar een documentaire over een onderwerp waar je weinig van weet. Stel mensen open vragen en luister echt naar hun antwoord, begrijp je nu werkelijk wat, hoe of waarom iemand iets doet?

Nieuwsgierigheid is de grondstof voor innovatie. Want als je nieuwsgierig bent zie, hoor en ruik je meer. Dat leidt niet altijd direct tot nieuwe kansen. Ook speelt mee hoe je nieuwe informatie verwerkt. Een bekende anekdote illustreert dat: begin vorige eeuw werden twee verkopers vanuit Engeland naar Afrika gestuurd om te zien of daar mogelijkheden waren om schoenen te verkopen. De een stuurde een telegram terug met als inhoud: 'Situatie hopeloos. Stop. Ze dragen geen schoenen.' De ander schreef: 'Geweldige kans. Stop. Ze hebben nog geen schoenen.' Het is niet alleen wat je ziet, maar vooral ook wat je denkt.

Columnist dr. Eelko Huizingh is universitair hoofddocent innovatiemanagement, oud-directeur van het innovatie expertisecentrum Vinci van de Rijksuniversiteit Groningen en auteur van het boek *Innovatiemanagement*.