

Gamechangers zijn méér dan vernieuwers. Behalve product of bedrijf, veranderen ze de regels van het spel in hun markt. En zetten daarmee de concurrentie op hopeloze achterstand. Een zeldzaamheid, die gamechangers? Inderdaad. Toch vonden we er 25.

tekst Rob Hartgers en Pierre de Winter fotografie Jan van Breda



De 25 grootste innovators GAMECHANGERS

Innovators, ondernemers en pioniers zijn er in Nederland gelukkig vrij veel. Maar *gamechangers* gaan nog een stap verder. Niet alleen gebruiken ze de mogelijkheden die een nieuwe techniek biedt, niet alleen spelen ze slim op markttrends is, ze maken nieuwe combinaties van de middelen die hun ten dienst staan en, zo lijkt het, definiëren een volledig nieuw speelveld.

Wie weet nog hoe de wereld van de reality-tv eruitzag vóór John de Mol? Of de musicalmarkt vóór Joop van den Ende? Op deze pagina's staan 22 minder bekende managers en ondernemers, maar stuk voor stuk *gamechangers*. Zoals Jos de Blok, die met de organisatiefilosofie van Buurtzorg de thuiszorg een nieuw toekomstperspectief bood. Of de VanDrie Group, die de markt voor kalfsvlees naar zijn hand heeft gezet. Of neem het indrukwekkende verhaal van Coen van Oostrom, de 41-jarige ceo van OVG, met zijn groene metamorfose van de Nederlandse vastgoedwereld. "Als je slimmigheden van je concurrenten probeert te imiteren ben je nooit onderscheidend", zegt Rob Adams, directeur van het Eindhovense adviesbureau Six Fingers, dat zich heeft gespecialiseerd in 'professioneel vreemdgaan', zoals ze het zelf noemen. De Eindhovenaren hebben een database aangelegd van succesvolle

voorbeelden van innovatie uit heel de wereld. Die cases houden ze voor aan bedrijven die zichzelf willen vernieuwen. Het liefst zoeken ze voorbeelden uit andere branches. Ze hebben daar zelfs een naam voor: *branchemarking*. "In plaats van de concurrent kopiëren, kun je beter kijken naar successen van bedrijven in andere sectoren en die vertellen naar je eigen bedrijf", aldus

'Alles op de wereld is al een keer bedacht'

Adams. "Denk aan de deodorantroller. De techniek daarvan is afgekeken van de balpen, daar is geen r&d-traject aan te pas gekomen. Ook op strategisch niveau loont het om over de grens van je eigen branche te kijken. De Deense Jyske Bank is op bezoek gegaan bij de casino's van Las Vegas om te leren hoe je perfecte dienstverlening organiseert. Alles op de wereld is al een keer bedacht. Je moet niet wachten op die ene briljante ingeving, maar op zoek naar leerzame voorbeelden." Hoe *gamechangers* hun markten op hun

kop hebben gezet, levert keer op keer inspirerende verhalen op. Hier zijn er 25.

Ruud Koomstra

Oxxio, Repay, Lemnis Lightning

Waarom? Groene held, of het nou gaat om creditcards, energie of elektrische auto's: Koomstra vindt er altijd een markt voor.



De laatste tijd liet hij zich meer zien als senator in spe dan als entrepreneur. Maar zijn groene heldendaden van het vorige decennium – samen met Friedwart Barfod, Frans Otten en Warner Philips, *partners in crime* bij initiëringmaat-schappij Tendris – staan nog altijd als een huis. Met Oxxio brachten ze groene stroom naar de massa, met Repay creëerden ze de groene creditcard, met Lemnis Lighting bezorgden ze LED-verlichting een publieksdoorbraak en tegenwoordig proberen ze de elektrische auto een duw in de goede richting te geven. Dat Koomstra hier en daar nog wel eens een knol voor een citroen verkocht – Oxxio bleek bijvoorbeeld toch niet zo groen – neemt niet weg dat hij heeft bewezen een onversneden, onstopbare marktvernieuwer te zijn. ▶

'Op de winkel passen is geen optie'



Meiny Prins

Priva

Waarom? Wist in korte tijd familiebedrijf te transformeren tot een internationaal duurzaam *powerhouse* voor voedselproductie en bebouwde omgeving.

"Weet je waar ik zelf trots op ben? Een kas van 1 hectare hier in het Westland, die warmte levert aan een woonwijk met 800 woningen in de buurt. De technologie daarachter is misschien niet zo spectaculair, maar de klunen van belangen, de wet- en regelgeving en de ontwikkeling van een nieuw businessmodel waar je doorheen moet om zo iets te kunnen realiseren, is gigantisch." Meiny Prins werd in 2000 door haar vader gevraagd of ze actief wilde worden bij het bedrijf, dat al wereldspeler was in klimaatsystemen voor de glastuinbouw. Ze had op dat moment een grafisch ontwerp bureau – zelf opgebouwd, met 21 mensen in dienst. "Maar ik was nieuwsgierig naar *what's next* en de grotere schaal van Priva trok." Pas na een opleiding strategisch management aan de Erasmus Universiteit trad ze in 2003 toe tot de directie. Sindsdien gaat het hard. "Ik denk dat mijn belangrijkste invloed is dat ik dit altijd technisch gedreven bedrijf in verbinding heb gebracht met wat er in de wereld aan het gebeuren is. Er is een enorme vraag naar systemen waarmee de impact van de mens op de aardbol gereduceerd kan worden, en Priva heeft veel kennis in huis om dat mogelijk te maken." Een en ander resulteerde in een solide groeipad voor Priva, dat in

2010 met 400 mensen een omzet van zo'n 65 miljoen euro maakte. Het bedrijf stapte in de gebouwenmarkt, waar het tegen giganten als Honeywell en Siemens moet opboksen maar desondanks Nederlandse marktleider werd. "Samenwerking is de sleutel", zegt Prins. "Zo proberen wij ook de Nederlandse overheid te stimuleren haar klimaatdoelstellingen te behalen. We verbeteren de luchtkwaliteit en energieprestaties in Nederlandse scholen en praten met de overheid over al haar gebouwen."

Maar de bron van het succes is ze niet vergeten. "We besteden de laatste jaren zo'n 20 procent van onze bruto omzet aan *research & development*. Zo gaan we straks 'telen vanuit de plant', waarbij de plant met behulp van sensoren aangeeft wanneer en hoeveel water hij nodig heeft. Een doorbraak in de waterproblematiek." Het mag duidelijk zijn: Meiny Prins is nog lang niet klaar. "Op de winkel passen is geen optie. We hebben tot 2015 een strategie uitgedokterd waarmee we internationaal willen groeien. Straks zitten we in zo'n 13, 14 landen. En op al die plaatsen gaan we dan weer samen met lokale partijen werken aan duurzame oplossingen."