

De 9 succesfactoren van BV natuur

Inleiding: Boeiende gesprekken over actuele thema's, relevante topics en te volgen trends. Welkom op de VLAIO podcast waar ondernemers en hun netwerk een stem krijgen, hun plannen vorm en hun ambities een klankbord. To the point waar het kan, dieper gravend waar het moet. Inspirerend, informerend, ondersteunend. Van artificial intelligence, blockchain en circulaire economie tot digitale zorg. Wij knopen het in jouw oren.

WERNER VAN HOREBEEK: In onze gezellige studio in Leuven krijgen we vandaag lessen van onze natuur voorgeschoteld. VLAIO bedrijfsadviseur bio-economie, Julie Peeters, doet dat aan de hand van het boek de 9 succesfactoren van de bv natuur. Een survivalgids voor bedrijven van Ylva Poelman. Welkom Julie bij jouw eerste podcast.

JULIE PEETERS: Goedemorgen Werner.

WERNER VAN HOREBEEK:: Laatst las of hoorde ik ergens de suggestie, het idee om bij elke boardmeeting een lege stoel te plaatsen die dan de natuur of het klimaat zou symboliseren. Het idee erachter bij elke beslissing die men op zulke meetings neemt, zou die afwezige, aanwezige, minstens zijn, haar stem moeten kunnen laten horen. Vind je dat een goed idee?

JULIE PEETERS: In het boek dat we samen lezen, 9 succesfactoren van de bv natuur, staan daar alvast goed argumenten voor Werner. De schrijfster bekijkt de natuur als een onderneming, een organisatie. Met die blik heb je meteen het meest succesvolle bedrijf mee aan tafel zitten. Terwijl onze bedrijven struggelen om vijf, tien, twintig jaar te volharden, heeft de natuur ruim zo een vier miljard jaar van succes op zitten. Daar kunnen we wel wat van leren, toch?

WERNER VAN HOREBEEK:: En dat is dus wat de schrijfster en het boek willen doen. Grondig kijken naar de natuur om te zien welke wijze lessen bedrijven daaruit kunnen halen om beter te doen, om sterker te worden. Klopt?

JULIE PEETERS: Precies. Een survival toolkit voor bedrijven in uitdagende, snel veranderende tijden. De natuur heeft daar wel al wat ervaring mee. Daar kunnen bedrijven wat van leren.

WERNER VAN HOREBEEK:: Bio inspired innovation noemt de schrijfster dat, een zoektocht om te ontdekken wat de natuur zo ongekend toekomstbestendig maakt. Dat kan bedrijven inspireren om in deze woelige tijden te overleven.

JULIE PEETERS: Ja, inderdaad. En ze geeft meteen aan het begin van het boek een aantal inspirerende voorbeelden, van wat we bionica, biomimcry en bio inspired innovation noemen, voorbeelden van hoe de natuur een prima inspiratiebron kan zijn voor ons als bedrijfsvoerders. Een welbekend voorbeeld is bijvoorbeeld de klittenband. De ritsloze rits die geïnspireerd is op hoe zaden zich door middel van kleine haakjes vasthechten aan onze kledij, of de pijnloze, of toch bijna pijnloze injectienaald die geïnspireerd werd door de muggenbeet. Maar in het boek vind je nog veel uniekere voorbeelden.

WERNER VAN HOREBEEK:: En op die manier komt de schrijfster tot 9 succesfactoren, 9 manieren waarop de natuur succesvol is en blijft, maar die volgens haar nog onvoldoende aandacht krijgen.

JULIE PEETERS: Dat klopt, Werner, maar ze geeft ook meteen twee waarschuwingen mee. Het is geen echt doe-boek, maar wel een inspirerend boek. Het zegt niet wat je er precies mee kan of moet

doen. Ten tweede, het is geen keuzemenu tussen de 9 succesfactoren, je hebt ze allemaal samen nodig om succesvol te zijn. Het is dus een en-en in plaats van een of-of-verhaal. Maar als je als bedrijf ernaar handelt, dan ben je er al vast van overtuigd dat je kansen op succes grondig zal verhogen. Dat betekent dat dit boek geen quick winst zal geven, maar een focus en een kader dat je stapsgewijs een echte overlever maakt.

WERNER VAN HOREBEEK: Dat is mooi. Laten we dan meteen maar de koe bij de horens vatten, om een beeld uit het dierenrijk te gebruiken, en die 9 succesfactoren verkennen. We zullen ze vanzelfsprekend niet alle 9 even grondig kunnen behandelen tijdens het bestek van deze podcast, maar we kunnen onze luisteraars al wel een goed idee geven van wat dit boek te bieden heeft. De eerste succesfactor van onze natuur is flexibiliteit.

JULIE PEETERS: De schrijfster constateert met de aantal voorbeelden dat er op aarde misschien maar één constante is en dat is verandering. Het is volgens haar het kenmerk van leven. Denk daarbij aan groei, aan hoe we reageren op prikkels en ons kloppend hart en onze ademhaling. Een organisme dat niet verandert, is dood. En dus als verandering dé constante is, kunnen we daar maar beter goed mee omgaan in plaats van ons ertegen te verzetten. De natuur, zoals we haar kennen, accepteert, omarmt die verandering en zet daar haar enorme aanpassingsvermogen tegenover. Een voorbeeld dat bedrijven wel zullen herkennen, is dat van die digitale revolutie die momenteel plaatsvindt. Ze schrijft letterlijk grote veranderingen hebben er in de natuur altijd voor gezorgd dat hele ecosystemen drastische veranderingen ondergingen. En zo schudt de huidige digitalisering het hele ecosysteem van onze bedrijfswereld. Met andere woorden, verandering is net iets positief, dat ons alert houdt om onszelf, ons bedrijf en ons ecosysteem optimaal te houden. Initieel dragen we allemaal aanpassingsvermogen in ons.

WERNER VAN HOREBEEK: De natuur gaat met zulke veranderingen op twee manieren om. Enerzijds door flexibiliteit in haar organisme in te bouwen, anderzijds via een proces van vernieuwing dat we evolutie noemen. En daarmee hebben we meteen ook de tweede succesfactor te pakken. Eentje die we bij VLAIO heel goed kennen en ondersteunen, innovatie.

JULIE PEETERS: Helemaal juist, Werner. En sterker nog, waar het bij de natuur om gaat, is een proces van continue innovatie. Niet nu eens iets nieuws uitproberen om te kijken wat het wordt, maar permanent. En daarbij mag je ook geen schrik hebben om je eigen creaties te kannibaliseren als dat nodig is. De schrijfster breekt vervolgens een lans voor bio inspired innovation. Daarmee doorloop je zes fases, je brengt in kaart wat de nood is. Je omschrijft de uitdagingen in een duidelijke vraag en je gaat kijken in de natuur of je een analogie vindt. Daarbij ga je kijken hoe werkt deze biologische oplossing dan? En ga je bruikbare principes destilleren. Als laatste vertaal je dit naar je organisatie. Op die manier kan je het uitwerken tot een prototype.

WERNER VAN HOREBEEK: De derde succesfactor heet diversiteit. Waarom is dat voor de natuur belangrijk?

JULIE PEETERS: Voor de natuur is het zonneklaar. Als haar biodiversiteit maar groot genoeg is, zal er altijd een soort zijn die bestand is tegen specifieke veranderingen die plaatsvinden. Je merkt het bijvoorbeeld ook bij de gezonde, robuuste ecosystemen. Die bouw je niet op basis van monoculturen. Je hebt er heel wat verschillende soorten voor nodig die elkaar onderling helpen. Planten zijn voedsel voor herbivoren, die op hun beurt voeding leveren voor hoefdieren. Bestuivers helpen planten bij hun reproductie, schimmels ruimen dode bomen op. En ga zo maar door. De diversiteit, ook bij bedrijven voor robuustheid kan zorgen, is helaas nog niet helemaal doorgedrongen. Wij zijn als mensen van nature hokjesdenker en vertoeven het liefst bij mensen, die net als onszelf, denken. Soort zoekt soort, zeg maar. Geleidelijk aan, maar eigenlijk veel te traag, zie

je daar verandering in komen. Bij de samenstelling van teams wordt dan wel eens naar complementariteit gekeken en ook bij aanwerving kijkt men naar competenties die men in de organisatie mist. Maar dat is niet voldoende. Je moet de diversiteit ook toelaten in je onderneming. En dat niet alleen in jouw onderneming, maar ook in je ecosysteem. Het ecosysteem zal enkel gaan werken als de bestuivers anders zijn dan de planten. En net hun verschillen maakt hun ecosysteem sterk. Maar dat diversiteit een troef is om als onderneming succesvol te overleven, nee. Dat inzicht is nog niet helemaal doorgedrongen. Het is makkelijker om allemaal gelijkgericht te zijn, maar daar kom je niet het verste mee.

WERNER VAN HOREBEEK: Dat brengt ons naadloos bij de vierde succesfactor van de natuur, samenwerken. Daar kan jij als adviseur in de bio-economie zeker over meespreken. Want als er daar één ding belangrijk is, dan is het wel die samenwerking. Misschien moet je ons eerst vertellen wat bio-economie precies is en welke rol jij daar als adviseur in speelt?

JULIE PEETERS: In de bio-economie gaan we kijken naar de waarden van alle organische stromen. Stromen die in de natuur groeien. Hoe we deze zo hoogwaardig mogelijk kunnen inzetten. We gaan organische reststromen gaan opwaarderen en nieuwe telen inzetten voor nieuwe toepassingen. De bio-economie brengt nieuwe opportuniteiten voor zowel de landbouwers als verwerkers, als machinebouwers, logistieke bedrijven. Met andere woorden opportuniteiten voor het hele ecosysteem. Net zoals in de natuur kan een ecosysteem enkel tot stand komen en blijven wanneer er samengewerkt wordt. Dit ecosysteem bestaat uit ondernemers en landbouwers. Een divers team waarvan we in de natuur hebben gezien dat zulke teams een grote kans hebben op overleven. We spreken hier dan ook van een hechte samenwerking binnen het ecosysteem. Wanneer je met organische stromen werkt, werk je met iets levend, want elke minuut, seconde, verandert. Om de waarde van dit levend organisme zo goed mogelijk in te kunnen zetten, speelt samenwerking een cruciale rol. Het is duidelijk dat bio-economie heel wat nieuwe opportuniteiten voor de primaire als secundaire sector met zich meebrengt. Daarbij komen ook uitdagingen en onzekerheden naar boven. Als bedrijfsadviseurs staan we klaar voor ambitieuze, groeiende, transformerende of innoverende bedrijven bij te staan als een klankbord, om te luisteren naar hun uitdagingen en vervolgens hen bij te staan met advies. Daarnaast helpen met het vinden van partners voor het opzetten van deze samenwerking en het vinden van de nodige kennis. Ook bij deze samenwerking voeren wij graag een faciliterende rol. Innoveren, ook in bio-economie vraagt het financiële middelen. Tijdens de begeleiding van deze bedrijven houden we de VLAIO subsidies in ons achterhoofd en kijken we of het traject hiervoor in aanmerking komt. Als dat zo is, brengen we het bedrijf op de hoogte en ondersteunen we hen tijdens hun subsidieaanvraag.

WERNER VAN HOREBEEK: In dit hoofdstuk lees ik ook dat samenwerking in de natuur enkel werkt als die functioneel is, als er een duidelijk doel is, zoals je zegt en dat dat doel door alle betrokkenen wordt begrepen en iedereen het erover eens is hoe je dat doel het best bereikt. Ik dacht daarbij spontaan aan het Ecosystem Pie Model dat jullie regelmatig gebruiken om zulke waardeketens voor organisaties in kaart te brengen. Kan je daar nog iets meer over vertellen?

JULIE PEETERS: Ja hoor. Het doel gaat verder dan een bedrijfsdoel. Er wordt gekeken naar het doel van het ecosysteem. Welke waarde creëert het ecosysteem? De waarde moet gevoed worden door de waardepropositie van ieder bedrijf in het ecosysteem. Het Ecosystem Pie Model is een grafische tool die helpt om het ecosysteem in kaart te brengen, verder te ontwerpen en te analyseren. De eerste stap zijn de actoren in het ecosysteem definiëren. Volgens het model zijn het twee cruciale complementariteiten die bekeken moeten worden. Ten eerste kijken er andere organisaties, ook wel actoren genoemd, die de schakel zijn tussen de grondstof, jouw bedrijf en de uiteindelijke gebruiker. Een typische actor die hierbij naar boven komt, zijn logistieke partners of machinemakers. Ten tweede moet er gekeken worden naar de actoren die nodig zijn om de innovatie succesvol te maken.

Als we nu het voorbeeld van bermgras nemen, om je isolatieplaat met bermgras te kunnen maken, heb je logistieke partners nodig om deze zo snel mogelijk bij de verwerking te krijgen voor dat het rottingsproces van start gaat. Eens we onze isolatieplaat hebben, betekent dat niet dat deze direct inzetbaar is. Stel dat de typische gyprocplaten niet monteerbaar zijn tegen de hennep isolatie. Dat betekent dat de consument je product niet kan gebruiken. Er is dus geen waarde voor de consument. Er zal dus een actor moeten betrokken worden in het ecosysteem om deze creatie net een waarde te laten creëren voor de consument. Het is dus een grote oefening, maar wel van groot belang. Het Ecosystem Pie Model maakt het mogelijk om deze oefening op een overzichtelijke en eenvoudige manier aan te pakken. Nadat de actoren duidelijk zijn, kijken we naar de waardepropositie canvassen van de bedrijven zelf, vervolgens kijken we naar een aftoetsing hoe dat deze de waarde van het ecosysteem voeden en op deze manier krijg je dus een duidelijk inzicht waar jij als bedrijf, maar ook de andere bedrijven bijdragen, overzicht over de middelen, de activiteiten, maar ook de afhankelijkheden en de risico's. En wij als bedrijfsadviseur nemen hier heel graag een faciliterende rol op.

WERNER VAN HOREBEEK: Terug naar het boek, we zijn ondertussen bij succesfactor 5 aanbeland en dat gaat over recycling. Dat is er eentje die laatste jaren met onze circulaire en bio-economie aan belangstelling wint. Ik vond bijvoorbeeld de uitspraak in de biobased economy levert de natuur zowel de ingrediënten als de recepten voor slimme materialen, we een heel goede. Kan je daarvan vertrekken?

JULIE PEETERS: Natuurlijk. De natuur is een master in constructies opbouwen waar minimaal gebruik van materiaal centraal staat. Dit gaat dan over 10% minder materiaal dan in onze standaard ontwerpen. Deze kennis van de natuur werd al eerder gebruikt om onze velgen 20% lichter te maken. De ontwerpen werden gebaseerd op een exoskelet van bijvoorbeeld kiezelwieren, een soort macroalg. Dan komt natuurlijk de vraag wat met de sterkte, de toepasbaarheid in de producten die wij gebruiken? Alles hangt af van de structuur waarmee het opgebouwd is. Neem nu een spinnenweb, op een, twee, drie weg te doen uit ons huis, het lijkt dus een hele zwakke constructie. Maar niets is minder waar. Heb je al ooit zo een spinnenweb op je hand gelegd? Dat weegt letterlijk niets. Rekening houdend met dat gewicht en de sterkte van het web, dan blijkt spinnenzijde vijf keer sterker te zijn als staal. Ten tweede, als je even denkt aan het moment dat je dit wegdoet, dan moet je toch meermaals draaien met je borstel eer dat deze breekt. Met andere woorden, een spinnenweb heeft een enorm elasticiteitsvermogen. Door de constructie van het spinnenweb heeft het een combinatie van twee sterke eigenschappen, sterke en elasticiteit, die een totaal een sterkte geeft om een vlieg in volle snelheid te vangen, zonder kapot te gaan. Met de juiste verhoudingen kan het zelfs een Boeing 747 met een kruissnelheid van 900 kilometer per uur tegenhouden. We kunnen dus concluderen dat de natuur een echte materialen- en constructie-expert is.

WERNER VAN HOREBEEK: Een bibliotheek waar dat we heel wat uit kunnen halen, lijkt mij dan. Ik stel voor dat we hoofdstukken zes, acht en negen, respectievelijk zonne-energie, feedback en optimaliseren in deze podcast onbesproken houden. Niet dat ze onbelangrijk zijn, eerder integendeel, maar we hebben nog wel wat te bespreken met de zevende succesfactor, informatie, akkoord?

JULIE PEETERS: Helemaal akkoord.

WERNER VAN HOREBEEK: De natuur doet er haar voordeel mee, denken we maar aan ons eigen DNA waarmee we informatie doorgeven aan volgende generaties. Met een opslagcapaciteit bovendien waar wij momenteel alleen nog maar van kunnen dromen. Wat ik hier in dit hoofdstuk onder andere leerde, was dat terwijl wij vandaag kampen met informatie overload, de mailtjes, de vele apps die

onze aandacht vragen, het nieuws dat permanent binnenstroomt, de natuur daar heel probate antwoorden op heeft.

JULIE PEETERS: Inderdaad Werner, de natuur heeft ons met heel wat filtermechanismes uitgerust. Doe de test. Als er in een gezellig druk cafeetje plots jouw naam wordt uitgesproken, is de kans er groot dat je dat gehoord hebt. Of als je plots een luide knal hoort, dan wordt er automatisch voorrang gegeven aan de auditieve informatie in plaats van de visuele. Dat zijn eenmaal voorbeelden van hoe de natuur ons helpt om met informatie om te gaan.

WERNER VAN HOREBEEK: En ook fake news blijkt geen recent fenomeen, maar iets waar de natuur regelmatig zelf last van heeft.

JULIE PEETERS: Dat klopt. In de natuur wordt ook wat afgelogen, schrijft de auteur. Biomimicry is een bekend fenomeen waarbij organismen zich voordoen als een ander organisme. Denk aan wandelende takken die hun uiterlijk als camouflage gebruiken of bepaalde soorten zweefvliegen die zich voordoen als gevaarlijke wespen, dus om niet lastig gevallen te worden. Alleen, dat moeten we eruit leren, de natuur verdraagt zulke fake news slechts in beperkte mate. Wie zich permanent laat beduvelen, sterft uit en worden valse berichten consequent genegeerd, dan heeft het ook geen zin meer om ze te versturen. Zo zorg de natuur ervoor dat communicatiesystemen alleen blijven bestaan als de signalen vaak genoeg nuttige informatie bevat. Daar kunnen we nog iets mee in deze tijden van fake news, niet?

WERNER VAN HOREBEEK: Inderdaad. Nog een interessante term die ik in dit hoofdstuk oppikte en waar bedrijven mee aan de slag kunnen, denk ik, is de kenniseconomie. Nee, ik verspreek me niet, het gaan niet om de kenniseconomie, maar om de kenniseconomie. Wat is dat voor een beestje?

JULIE PEETERS: Ja, de kenniseconomie kennen we wel en die wordt alsmaar groter. Maar de auteur houdt een pleidooi voor een economie die draait op wat dat je kunt met die kennis. We focussen nog te veel op het vergaren van de kennis. Maar kennis is makkelijk kopieerbaar. Veel interessanter is het om in te zetten op unieke, creatieve manieren om iets origineels met die kennis te doen. Dat maakt jouw bedrijf veel solieder.

WERNER VAN HOREBEEK: Dat is uiteindelijk wat onze definitie van innovatie is, een goed idee dat je toepasbaar maakt en dat je ook gebruikt. Het laatste hoofdstuk Een nieuwe blik, vat de 9 factoren en wat ze voor de bedrijfswereld kunnen betekenen, nog eens bondig samen. Wat haal jij daaruit, Julie?

JULIE PEETERS: Twee dingen zou ik willen benadrukken, "don't be scared, be prepared", vind ik een hele leuke slogan die het allemaal eigenlijk samenvat. Net zoals de natuur, moet je de woelige tijden niet bestrijden met meer controle, maar net omarmen en aanvaarden. Dat gezegd zijnde, moet je je wel optimaal voorbereiden en deze 9 succesfactoren zijn een mooi kompas om daarmee aan de slag te gaan. Ten tweede, ik zei het al aan het begin, het is zaak om op alle 9 die terreinen vooruitgang te boeken. Het volstaat niet om op diversiteit of informatie of innovatie in te zetten, maar je moet ze alle 9 samen in je strategie verwerken. Zoals de titel van dit hoofdstuk zegt met de nieuwe blik naar je onderneming kijken en dat kan stapsgewijs.

WERNER VAN HOREBEEK: Mooi gezegd Julie. Persoonlijk vond ik het een zeer interessant boek, een leerrijk ook, ik heb er veel uit bijgeleerd, maar wat vond jij ervan en zou je het ondernemers aanraden om het ook ter hand te nemen?

JULIE PEETERS: Ik wil daarnaast wel nog even toevoegen dat het een erg leuk boek is. Er zit ook heel wat humor in het boek verweven. De manier waarop elk succesfactor ingeleid wordt, is gewoon

hilarisch. Een mailconversatie tussen de mens en de natuur, een cursus zelfacceptatie voor hermafrodieten, heel leuk gedaan. Daarnaast leer je, zoals je zegt, heel interessante dingen bij. Daarmee moet je dan volle bak aan de slag als ondernemer. En misschien is jouw openingsuggestie daarbij niet eens zo slecht. Vraag eens tijdens een vergadering, brainstorm, creatieve sessie, wat de natuur van jouw idee zou vinden of hoe de natuur jouw uitdaging zou aanpakken. Wie weet levert dat inspiratie voor hele nieuwe wegen op.

WERNER VAN HOREBEEK: Heel erg bedankt Julie om aan deze podcast mee te werken. Fijn om met jou van gedachten te kunnen wisselen. Keep up the good work in de bioeconomie.

JULIE PEETERS: Dank je wel Werner.