



STAPPENPLAN SUCCESVOL INNOVEREN IN WINKELGEBIEDEN

d.d.1 juni 2020

Het belang van innovatie is duidelijk, maar de juiste aanpak vaak een stuk minder. Veel retailers en een groeiend aantal vastgoedeigenaren en gemeenten hebben moeite met het 'hoe': hoe zorg je dat de noodzakelijke vernieuwing daadwerkelijk plaatsvindt? En hoe organiseer je dit? Het volgende stappenplan biedt daarvoor de nodige handreikingen.

Stap 1: Inzicht in de innovatiebehoefte van stakeholders

De eerste stap is het mobiliseren van stakeholders om mee te denken over de behoeften doelstellingen van innovatie. Daarvoor is het van belang eerst inzicht te krijgen in hetvraagstuk, ofwel de wensen en verlangens, waarvoor een oplossing wordt gezocht. Vervolgens kan de innovatiebehoefte van stakeholders worden geïnventariseerd. Voorbeelden van die behoeftes zijn:

- inspelen op technologische ontwikkelingen;
- inspelen op de hernieuwde functie van de binnenstad
- verbeteren van skills van bestaande en toekomstige ondernemers en medewerkers
- ontwikkelen van nieuwe businessmodellen

Het belangrijkste resultaat na deze stap: draagvlak bij de stakeholders in het winkelgebied om innovatie verder uit te werken.

Stap 2 Vertaling behoeften en doelstellingen naar soort innovatie

Uit de verschillende innovatietrajecten die zijn gedaan, blijkt dat er meerdere vormen van innoveren zijn:

- experimenteren: zoeken naar innovatieve oplossingen
- implementeren: toepassen van innovatieve oplossingen
- inspireren: opschalen van innovatieve oplossingen

Belangrijk is om samen met alle stakeholders het ambitieniveau te bepalen. Dit is bepalend voor de vorm waarop een lab of innovatietraject ingericht moet worden en welke innovatie partners nodig zijn.

Stap 3: Innovatiepartners

Als de thema's en vorm van innovatie vaststaan, dan is het belangrijk te bepalen welke innovatiepartners nodig zijn om de innovatiebehoefte te realiseren. Denk aan kennisinstellingen, arktpartijen en brancheorganisaties. Om deze partners vervolgens uit te kunnen dagen, moet het volgende duidelijk zijn: wat is het probleem waarvoor oplossingen worden gezocht? Deze kennisvraag vormen een uitnodiging aan partners om met innovatieve oplossingen te komen met meetbare resultaten. Hoe concreter de kennisvraag, hoe hoger de investeringsbereidheid van stakeholders.



Stap 4: Beheers de verwachtingen, geef regelmatig updates en rapporteer over de voortgang

In deze fase staan de innovatiedoelen, innovatiethema's en innovatiepartners vast en gaan de verschillende partijen aan de slag met de toepassing van innovatie. Belangrijk is de ambities zo te formuleren dat stakeholders en partners weten wat ze kunnen verwachten, en wat van hen wordt verwacht. Organiseer daarom meerdere voortgangsbijeenkomsten om de projecten te



evalueren en eventueel bij te stellen. Uiteindelijk is het doel dat (toekomstige) knelpunten binnen het innovatietraject worden opgelost.

Meer informatie

Lees hier de Retailagenda publicatie [Succesvol innoveren in winkelgebieden](#)

