

Kosten voor de helft gesubsidieerd: 35.000 euro per jaar Innovation Officer helpt mkb'er bij scouten nieuwe technologieën

(vervolg van voorpagina)

SITTARD-GELEEN - Het merendeel van de werknemers houdt er toch eigenlijk wel van om te werken in een beetje stabiele omgeving. Een uitdaging is best lekker, maar werknemers vinden het ook prettig als de basis de basis blijft met een beetje 'houvast'. Zekerheid. En: 'rust' is productief. Maar een ondernemer heeft die luxe niet. Niet in deze tijd. Die moet schakelen tussen de keiharde werkelijkheid van vandaag – de weekcijfers, de klant die niet op tijd betaalt – en het onbekende, de vaak wazige wereld van vernieuwing... een wereld waarin je vrij moet kunnen denken. Los van de basis. En dat is lastig schakelen.



In het kader van de evaluatiebijeenkomst over de Innovation Officer-regeling ging de gedeputeerde van Economische Zaken Jos Hessels (tweede van rechts) onder meer op werkbezoek bij MagnaMedics Diagnostics en Basic Pharma in Sittard en Geleen.

Vandaar het succes van de actie 'Innovation Officer' die eind februari op de Chemelot Campus in Sittard-Geleen werd geëvalueerd. Ruim twee jaar geleden gestart, in een gezamenlijk initiatief van onder andere Industriebank LIOF, Syntens (innovatienetwerk voor ondernemers) en de Provincie Limburg, zijn er nu 31 Innovation Officers in Limburg aan het werk. Voor de helft gesubsidieerd (zo'n 35.000 euro per jaar) en vrij gemaakt om de mkb-ondernemer op het onzekere pad van de innovatie te begeleiden. Om de veranderende omgeving in kaart te brengen, om nieuwe technologie te scouten, om met 'wat-als-scenario's' de basis eens lekker op zijn kop te zetten en een nieuwe toekomst te schetsen. Met nieuwe producten, nieuwe toepassingen of nieuwe productiemethoden. Zodat de ondernemer zijn 'going concern' in zwaar weer recht kan houden met de wetenschap dat er structureel aan vernieuwing gebouwd wordt. Om beheerst tijd vrij te kunnen maken voor die nieuwe frisse blik, kortom: een blik vol kansen. Ondernemers die er ervaring mee hebben spreken van 'nieuw elan'. Over het gevoel dat ze hadden toen ze vol enthousiasme hun bedrijf startten.

Praten over groei, niet over crisis

Jos Hessels, gedeputeerde van Economische Zaken van de Provincie, heeft er die middag voor vrij gemaakt om de boodschap kracht bij te zetten. Hij start met de aankondiging van de (inmiddels ondertekende) intentieverklaring tussen de universiteit en het academisch ziekenhuis (beide in Maastricht) en de Provincie Limburg waarin Chemelot – formeel gesteund door een consortium – het centrum van open innovatie in de TTR ELAt-regio zal worden

(TTR-ELAt staat voor Technologische Top Regio-Eindhoven-Leuven-Aken *triangle*). Gedeputeerde Hessels: "Nu is het tijd voor snelheid en daadkracht." En dat spreekt de ondernemer aan. Er wordt gesproken over groei, niet over crisis. Over mogelijkheden. De mkb'er wordt uitgedaagd in te stappen en gebruik te maken van de slijpstream. Hier wordt technologie ontwikkeld, kennis, waar de mkb'er wat mee kan. *New business*. En dat is wat zo'n Innovation Officer moet zien. Moet interprete-

ren en vertalen. Gastheren van deze bijeenkomst – Magna-Medics en BasicPharma – zijn beide levende voorbeelden van beschikbare kennis (onder andere van nanotechnologie en het commercialiseren van nieuwe farmaceutische grondstoffen) die de mkb'er in de waardeketen helpt in het innovatieproces. Praktisch en concreet. Jos Hessels doet dan ook een oproep: "Er is budget en er is een structuur. Het is de mkb'er zo gemakkelijk mogelijk gemaakt om aan een tweede ronde van de actie 'Innovation Officer' deel te nemen en om het werk voor de Innovation Officer interessant te maken. Hier liggen uitdagingen voor alle partijen. Innovatie werkt. De actie werkt. Dat is een feit."

Syntens: Actie heeft veel los gemaakt

Murk Peutz, directeur van Syntens Zuid, liet onderzoek doen naar de ervaringen die ondernemers en Innovation Officers de afgelopen twee jaar opdeden. "De actie heeft veel los gemaakt. Innovation Officers creëren een nieuwe dynamiek, ze helpen de ondernemer naar buiten te kijken, schetsen een grotere wereld en leggen contacten. Concreet en vaak heel verrassend. Met nieuwe ideeën, nieuwe kennis die daadwerkelijk omgezet worden in nieuwe kansen. Dat is open innovatie; een grotere wereld zien en die ook binnen halen. Innovation Officers – voornamelijk hbo'ers en academici – hebben bewezen die externe oriëntatie substantieel te verbeteren. Ik nodig het mkb uit hier eens serieus over te denken want open innovatie kan ook voor de mkb'er praktijk worden." Voor meer informatie:

www.syntens.nl/innovatiezuid/innovation-officer.aspx
Coen Cuijpers

'Limburg, Liefde voor het Leven' bekroond op Berlijns filmfestival

De brutale imagocampagne 'Limburg, Liefde voor het Leven' heeft hoge ogen gegooid op het internationale filmfestival 'Das Goldene Stadtter' in Berlijn.

De postercampagne eindigde namelijk als tweede binnen de categorie 'print advertising', na de grootschalige mediacampagne van het Zwitserse St. Gallen-Bodensee.

De campagne 'Limburg, Liefde voor het Leven' is een initiatief van Provincie Limburg en wordt uitgevoerd door de Stichting Samenwerkende VVV's in Limburg (SVL). De huidige postercampagne ging in 2008 van start en is zowel humoristisch als confronterend. De beelden en teksten sluiten aan bij de vijf niet kopieerbare en ijzersterke thema's van Limburg, namelijk Liefde voor de Tong (Bourgondisch), Liefde voor Kinderen (vele attracties), Liefde voor het Grenzeloze (Europese ligging), Liefde voor eigen Land (unieke mooie landschap), Liefde voor de Oorsprong (onthaasten en wellness).

De voorzitter van de Bundesverband der Deutschen Film und AV-Produzenten, Wolfgang Jo Huschert, prijst het innovatieve karakter van de campagne. "Een dergelijke confronterende toerismecampagne is nu nog ondenkbaar in Duitsland. Het Nederlandse Limburg laat ons dan ook zien wat ons hier in de toekomst in de bushokken te wachten staat. Namelijk humor en lef." De winnende posters zijn te bekijken op www.liefdevoorhetleven.nl. Limburg viel ook binnen de categorie 'Regiofilms' in de prijzen. De bruisende promotiefilm 'Liefde voor het Leven' van VVV Zuid-Limburg won binnen dit onderdeel de 3e prijs.