

Innovatiekracht in de regio

Volgens premier Balkenende moeten Nederlandse bedrijven hun 'innovatieve kracht' laten gelden om onze internationale positie te versterken. Een mooie term, die in feite niets anders betekent dan het durven toepassen van iets nieuws. En van oudsher ligt de uitvoering voornamelijk bij het MKB, niet voor niets de motor van onze economie. Tijd voor een rondje 'Research and Development', om de vernieuwingsdrang in onze regio in kaart te brengen.

Tekst: Marco Beentjes

Innoveren kan op vele fronten. Via nieuwe producten en diensten bijvoorbeeld. Het gat in de markt ontdekken waar iedere ondernemer van droomt. Maar ook een nieuwe organisatieopbouw, productiewijze of introductie van een bestaand product in een nieuwe markt kunnen een positieve schok teweeg brengen. In meer of mindere mate, maar wat zou dat? Of, zoals Ludo Goudkuil van Stratoplan zich terecht afvraagt: "Wat is het verschil tussen een slimmigheidje en een innovatie?"



Kadasterinformatie inzichtelijk

Een goede vraag van de man die via zijn bouwmanagementbureau veel contacten heeft opgebouwd met woningcorporaties. Vanuit een beperkt inzicht in mogelijkheden van locaties voor toekomstige woningbouw bereikte hem de vraag of het mogelijk is om alle interessante aspecten voor een heel gebied op één of andere manier inzichtelijk te maken. Een uitdaging voor Goudkuil, die contact zocht met een data-informaticus en een geo-informaticus om de gewenste gegevens te koppelen en via een website te kunnen presenteren. "In opdracht van woningcorporaties, projectontwikkelaars en gemeenten brengen we nu sinds tien maanden afgebakende gebieden in kaart. De klant logt in op www.stratoplan.nl en vindt daar een haarscherpe luchtfoto, kadasterinformatie en bestemmingsplannen. Deze informatie wordt ondersteund met eerdere aankooprijzen en andere wetenswaardigheden, die in de plattegrond inzichtelijk worden gemaakt. De informatie wordt als het ware in verschillende lagen over de luchtfoto heen geprojecteerd", aldus de ondernemer. "Onze website toont een voorbeeld van hoe het exact werkt."

In dit geval worden de mogelijkheden van het wereldwijde web optimaal benut. Een insteek die we ook bij andere innovatieve bedrijven terugvinden, bijvoorbeeld Novo Nordisk. Als uitvinders van onder andere de NovoPen, een injectiespuit voor het gebruiksvriendelijk injecteren van insuline die over de gehele wereld door diabetespatiënten wordt gebruikt, heeft het bedrijf een naam hoog te houden. De meest recente ontwikkeling maakt gebruik van e-media: Een online kookprogramma voor iedereen die is geïnteresseerd in gezonde voeding en in het bijzonder mensen met diabetes (suikerziekte). Eén en ander komt voort uit het zogenaamde 'changing diabetes' programma, waarmee de insulineproducent wil bereiken dat de behandeling van de ziekte, de diabeteszorg, de wijze waarop de maatschappij met de ziekte omgaat en de toekomst van diabetespatiënten verbeteren. "Bij veel mensen leeft een verkeerd beeld over wat mensen met diabetes wel en niet mogen eten", aldus Karen Vink van Novo Nordisk. "De website www.eetjemetonsmee.nl toont de bereiding van lekkere, gezonde gerechten en geeft voedingswaarden aan. Speciaal voor diabetespatiënten uitgebreid toegelicht door een diëtiste. De afleveringen worden gemaakt met topkok Michiel Spitzer en jongeren met diabetes. Zij krijgen zo de gelegenheid om misverstanden weg te nemen bij leeftijdsgenoten en geïnteresseerden mét en zonder de ziekte."

Ook binnen de verzekeringsbranche worden vernieuwende diensten doorgevoerd. Wat te denken van het Alphense KOSTER verzekeringen, dat als eerste adviseur in Nederland enkele jaren geleden collectieve privéverzekeringen introduceerde. Jolanda van Mil: "Na ons zijn

Collectieve voordelen

Ook binnen de verzekeringsbranche worden vernieuwende diensten doorgevoerd. Wat te denken van het Alphense KOSTER verzekeringen, dat als eerste adviseur in Nederland enkele jaren geleden collectieve privéverzekeringen introduceerde. Jolanda van Mil: "Na ons zijn



FOTO: R. A. VAN DER ZWART

'Koken in beeld' van Novo Nordisk wordt gemaakt door jongeren met diabetes.



René Hof van DuPhaMed bewijst zijn ontwikkelingskracht opnieuw

er vele andere aanbieders gekomen met 'personal benefit statements' en 'verzekeringsarrangementen voor medewerkers'. Waar het om gaat is dat medewerkers, omdat ze bij een bedrijf werken, korting kunnen krijgen op verzekeringen, zonder dat het de werkgever iets kost. Nu de arbeidsmarkt verandert, zoeken bedrijven zelf ook naar middelen om zich te onderscheiden. Deze secundaire arbeidsvoorwaarde komt dan goed van pas."

De collectieve kortingen op particuliere schadeverzekeringen kunnen al snel leiden tot een besparing van 300 tot 500 euro op jaarbasis voor de medewerkers. Een groot deel van dit bedrag zit volgens KOSTER in de autoverzekeringen, na een ware prijzenslag in de premies van deze verzekeringen in de afgelopen jaren.

En van verzekeringen springen we over naar een klein kunststof product dat recent in Alphen het levenslicht zag en inmiddels over de gehele wereld wordt geëxporteerd. Aan de basis staat René Hof van DuPhaMed, die al eerder landelijk de pers (en VOA-magazine) haalde met het bedenken van de Sigibox; een hardbox-cover voor pakjes sigaretten die de van overheidswege verplichte ontmoedigingsteksten afdekt. Inmiddels heeft de innovatiedrang Hof in een heel andere sector geïntroduceerd, naar aanleiding van een vraag van een bevriende tandarts. Deze had moeite met het exact positioneren van de röntgenbuis en de sensor voor digitale fotografie, een systeem dat tegenwoordig meer en meer wordt toegepast in tandartsenpraktijken. Een goed gepositioneerde sensor kalibreert de grote hoeveelheid schadelijke straling, die voorheen uitwaaierde door het lichaam van de patiënt. Samen met de tandarts en een ingenieur ontwikkelde René Hof een simpele, patiëntvriendelijke ring en sensorhouder.

Houd het simpel

"Ik geloof in KISS: keep it stupidly simple. Het resultaat is een universeel systeem waar de sensor in wordt geklikt en

dat de röntgenbuis exact positioneert. Elke tandarts en assistent kan ermee overweg. In februari 2005 is dit gepatenteerde systeem op de markt gekomen en inmiddels zijn er tien- á vijftienduizend startpakketten verkocht", aldus Hof. En daarmee is kennelijk slechts een begin aangeboord van een enorm potentieel. "Na elk jaar honderd procent te hebben geplust, hebben we onlangs de eerste Amerikaanse klant verwelkomd. Ter vergelijking: in dat land bevinden zich 150.000 tandartsen tegenover de 7.000 in Nederland."

De laatste Alphense ondernemer in dit overzicht is Jan Mol. Als één van de partners van Tendris geeft hij leiding aan dochteronderneming Lemnis Lighting. Dit bedrijf is verantwoordelijk voor een revolutionaire nieuwe lamp: De Pharox LED lamp (LED staat voor Light Emitting Diode, red). Dit alternatief op het reguliere peertje is in november 2006 geïntroduceerd en maar liefst 90 procent zuiniger dan een gloeilamp. Ook is de levensduur minimaal 50 keer langer.

Een directe besparing op energie en kosten, waardoor minder vervuiling wordt veroorzaakt en dus een bijdrage wordt geleverd aan een schonere wereld. "Als ieder Nederlands huishouden vier gloeilampen zou vervangen door Pharox lampen dan besparen we in Nederland per jaar 1,5 miljard KWh aan energie", aldus een woordvoerder van het bedrijf, die ons tijdens vakantie van Jan Mol te woord stond. "Dit is gelijk aan het jaarlijkse energieverbruik van alle woningen in Amsterdam en betekent een enorme vermindering in CO₂-uitstoot. Het gebruik van Pharox lampen levert gebruikers daarnaast jaarlijks een besparing van circa 40 euro op de energierekening."



De nieuwe LED lamp is 90 procent zuiniger dan een gloeilamp

Al met al geeft het bovenstaande een impressie van de indrukwekkende innovatiekracht in de regio Alphen aan den Rijn. Een gebied dat van buitenaf met bewondering wordt bekeken vanwege de proactieve houding van ondernemers. Ludo Goudkuil: "Vroeger werkte ik vanuit Koudekerk aan den Rijn meer richting Leiden en Den Haag. Maar nu ik mij meer concentreer op Alphen aan den Rijn valt mij de levendigheid op van het Alphense ondernemerswereldje. Deze regio is enorm actief, ook te zien aan de vele businessclubs. Innovatie is slechts een logisch gevolg." ■

Heeft u zelf een gat in de markt ontdekt? Of hanteert u wellicht een innovatieve nieuwe organisatieopbouw, productiewijze of ander bedrijfsmatig aspect? Schroom dan niet om contact op te nemen via marco@VOAonline.nl voor mogelijke publicatie in uw VOA-magazine.