



SUCCESSVOLLE DERDE EDITIE CONNECTED  
**"PARKEER JE EIGEN BELANG"**

Op dinsdag 10 april vond alweer de derde editie van het kennisevent CONNECTED plaats. Ruim 400 deelnemers kwamen in De Maaspoort bijeen om het door henzelf samengestelde kennisprogramma te volgen. Noord-Limburg Business verzorgde de zeer goed bezochte paneldiscussie 'Innovatie door samenwerken'.

FOTOGRAFIE: PETRA LENSSEN

Bart Verlegh en Trudy van Megen



### Succesfactoren voor innovatie

Niet alleen de panelleden, maar ook het publiek had ervaring met de (on)mogelijkheden van samenwerken en innoveren. Na het vragen van enkele succesfactoren kwamen de toehoorders met de volgende input:

- anders denken
- vertrouwen
- kennis
- veranderbereidheid
- personeel dat meedenkt
- creativiteit
- doorzettingsvermogen
- lef
- ondernemerschap
- dialoog aangaan
- organisatiestructuur aanpassen
- risico durven nemen
- nieuwe zekerheden zoeken
- durven falen

Tijdens de discussie kregen panelleden Bart Verlegh (Innoveins), Trudy van Megen (Feed Design Lab), Jan Houwen (Volantis) en Sylvia Laurensse (Koninklijke Kusters Engineering) enkele stellingen voorgelegd. Aan de hand van deze stellingen vertelden zij over het belang van samenwerken om tot innovatie en nieuwe ideeën te komen.

#### EFFECTIEF

Discussieleider Jan-Jaap In der Maur startte de discussie met de stelling dat er zonder samenwerken geen innovatie en dus ook geen toekomst voor een bedrijf is. Jan Houwen is van mening dat samenwerken niet noodzakelijk is om te kunnen innoveren. "Maar dit kan het innovatieproces wel sneller laten verlopen." Deze mening wordt door een toehoorder niet gedeeld, die meent dat je in je eentje sneller beslissingen kan nemen en sneller kan schakelen. Volgens Bart Verlegh draait het niet zo zeer om snelheid, maar om kwaliteit. "Samen ben je beter in staat om een sterk product te ontwikkelen, maar het is wel steeds belangrijker om snel tot elkaar te komen. Snelheid is steeds vaker de standaard en dat vergt onder andere meer en eerdere openheid van de innoverende partijen." "Samenwerken wil zeker niet zeggen dat het proces langzamer verloopt",

geeft Sylvia Laurensse aan. "Je komt juist tot betere inzichten. Je gaat eerder grenzen over dan wanneer je alleen werkt." "Je kunt heel goed in je eentje innoveren, maar wil je echt tot vernieuwing binnen je branche dan kun je juist heel veel leren van een ander bedrijf", vult Trudy van Megen aan. "Soms is het wel wat makkelijker en laagdrempeliger om samen te werken met bedrijven die actief zijn in andere sectoren, maar het loont ook zeker om partijen in je eigen branche op te zoeken. Innovatieve processen kunnen dan heel snel en effectief verlopen." Verlegh ziet juist heil in die sectoroverstijgende samenwerkingsverbanden. "Binnen mijn eigen vakgebied komen de innovatieve ideeën de laatste jaren juist uit andere sectoren of juist door revolutionaire samenwerkingsverbanden. Twee logistieke bedrijven kunnen samen zeker tot innovatie komen, maar ik geloof meer in kruisbestuivingen, bijvoorbeeld tussen de sectoren logistiek en ICT."

#### ROL VAN DE KLANT

Discussieleider In der Maur vraagt in hoeverre de klant een rol speelt bij innovatie. "De klant heeft altijd je prioriteit", reageert Houwen. "Je zoekt immers een oplossing voor je probleem of je wil graag tot nieuwe ideeën te komen. Die klanten worden echter bij elk bedrijf

op een andere manier geholpen. Bedrijven binnen hetzelfde segment kunnen op dat vlak van elkaar leren. Ook het toepassen van kennis uit de ene sector binnen de andere sector kan zorgen voor een versnelling. En dan kun je echt stappen zetten." Verlegh pleit voor een combinatie van beide. "Als marketeer denk je natuurlijk vanuit de klant, maar de klant heeft zelf niet altijd de beste oplossing voor zijn probleem. Klanten kunnen zeker bijdragen aan je productiviteit, maar ga juist ook met vreemden in gesprek. Met bijzondere combinaties kun je juist niet voor de hand liggende oplossingen realiseren. In die combinaties zit de verrassende innovatie die je bedrijf een grote stap voorwaarts brengt."

#### INVESTEREN

De tweede stelling stelt dat innoveren en samenwerken erg ingewikkeld kan zijn. Deze stelling krijgt bijval uit het publiek. Je hebt elkaar weliswaar nodig om toegevoegde waarde te creëren, maar met die samenwerking ontstaat ook de vraag wie recht heeft op welk deel, en welk deel nu eigenlijk die toegevoegde waarde biedt. Een andere ervaring die wordt gedeeld is dat het innovatieproces soms vervalt tot een zakenrelatie waarbij bedrijven zich opstellen als aannemer en onderaannemer, waarmee



## OVER DE PANNELLEDEN

### Bart Verlegh

Bart Verlegh maakt met zijn marketing- en businessdevelopment bureau BlueHub onderdeel uit van Innoveins. Dit samenwerkingsverband, dat is gericht op innovatie, bestaat daarnaast uit de bedrijven Botany, dat onderzoek doet naar de professionele tuinbouw en industrie, en het high-tech engineeringbureau Blue Engineering. Innoveins richt zich op innovatieve technische oplossingen voor de agrarische sector. Zo is het bedrijf anderhalf jaar bezig geweest met een robot voor de komkommerteelt. "Innovatie maakt het mogelijk om technische toepassingen betaalbaar en schaalbaar te maken. Maar daarvoor is wel goede interactie tussen de verschillende partijen nodig. Je moet dezelfde definities gebruiken en elkaars wereld leren begrijpen."

### Trudy van Megen

Trudy van Megen neemt deel namens Feed Design Lab, een onderzoek- en opleidingscentrum voor innovatie in diervoerindustrie. Op dit moment zijn er 104 bedrijven bij deze organisatie aangesloten en wordt er onderzoek gedaan naar de geschiktheid van algen als eiwitbron ter vervanging van soja. Maar deze succesvolle samenwerking heeft wel een aanlooptijd gehad. "Het Feed Design Lab is een initiatief van twee Limburgse directeuren die ondanks hun succesvolle bedrijven toch in wilden spelen op de veranderingen in de feedsector, zoals het minderen van het gebruik van Zuid-Amerikaanse soja als grondstof voor hun producten, het toepassen van nieuwe

grondstoffen als algen & insecten en de inzet van andere machines. Zij wilden een proeffabriek oprichten waar bedrijven zonder risico testen konden uitvoeren en projecten konden ontwikkelen. Het idee werd niet direct positief ontvangen. Er rees onder andere de vraag wie er dan precies eigenaar van de opgedane kennis zou worden. Ook hielden hun concullega's zich in eerste instantie afzijdig. Toen de initiatiefnemers uiteindelijk besloten om het plan in etappes uit te rollen en de leiding in handen van iemand van buitenaf kwam, kreeg het initiatief een breed draagvlak. Binnen tien maanden kon het Feed Design Lab worden gebouwd, en dat is nu inmiddels vier jaar geleden."

### Jan Houwen

Jan Houwen is CEO en eigenaar van Volantis, een ingenieurs- en consultancygroep actief in industrie en bouw. In 2013 maakte het bedrijf samen met onder andere Océ onderdeel uit van een groep ondernemingen die hun vizier wilden richten op de ontwikkeling van de regionale maakindustrie. "Het gezamenlijk doel was een impuls geven aan de maakindustrie en deze in de regio, nationaal en internationaal op de kaart te zetten. Vaak zijn het universiteiten die de basis vormen voor een ontwikkelingen, of zijn het grote bedrijven zoals Philips en DSM die als kartrekker opereren. In onze regio zijn deze partijen niet of beperkt aanwezig, en moet het dus vooral vanuit de innoverende MKB-bedrijven komen. Door samen te werken en de kansen die innovatie biedt te herkennen kunnen we de maakindustrie laten groeien. Daarvoor zijn een aantal innovatie-ontwikkellijnen opgesteld. Binnen de ontwikkellijn

CircularDesign hebben Dejatech, Hotraco, BAS en Volantis het Circular Science Center opgericht. Deze bedrijven hebben allemaal een andere achtergrond, maar werken samen om in 2030 wereldoplossingen voor de enorm stijgende voedselvraag te hebben ontwikkeld ze gaan complete Urban foodoplossingen neerzetten."

### Sylvia Laurensse

Sylvia Laurensse is Strategisch Innovatie Manager bij Koninklijke Kusters Engineering, dat sinds 1911 bestaat. "De core business van het bedrijf bestaat nu nog uit het produceren van machines voor het vernietigen van geld dat uit roulatie is gehaald. Daarnaast zetten we onze technische kennis in om in te spelen op de ontwikkelingen op het gebied van de circulaire economie. Een voorbeeld hiervan zijn machines voor het opschonen van compost." Voor Kusters Engineering gaat innoveren om grenzen verleggen. "Eind 2016 werd in India besloten om alle 500 en 1000 roepiebiljetten uit roulatie te nemen. Dat betekent dat dertig van onze machines sinds die tijd twee jaar fulltime zullen draaien om deze biljetten weg te werken. Deze vernietigde biljetten hebben echter geen duurzame bestemming. Omdat dat niet strookt met onze duurzame strategie, lanceerden we in 2017 samen met het National Institute of Design in India een wedstrijd waarbij studenten uit heel India ideeën in mochten zenden. Uiteindelijk koos de jury vier innovatieve ideeën die wij onder andere met een nabij gelegen bedrijf in Venlo aan het uitwerken zijn. Zonder deze internationale samenwerking hadden we deze ideeën niet gehad."

je niet verder komt. "Wil je echt samenwerken, dan zul je je eigen belang tijdelijk opzij moeten zetten voor het algemene belang van de innovatie. Dat maakt het lastig", geeft Van Megen aan. Verlegh knikt: "Wanneer je samen moet werken met mensen van andere afdelingen, bedrijven of sectoren zul je eerst tijd in hen moeten investeren voordat je het daadwerkelijke innovatieproces kunt starten. Maar die investering is wel cruciaal om tot een productieve innovatie te komen." "Samen nieuwe wegen creëren is vaak het moeilijkst, want iedereen begint met het doel van de eigen organisatie", zegt Houwen. "Daarom moet je samen een nieuw doel aan de horizon zetten waar je als groep naartoe moet werken. En afgezien daarvan moet het natuurlijk ook gewoon klikken." Laurensse geeft aan dat vertrouwen daarbij een belangrijke factor is. "Je moet open naar elkaar kunnen zijn om zo het vertrouwen te creëren dat nodig is om samen te kunnen werken en het gezamenlijke doel te kunnen bepalen. Dat geldt voor innovatie net zo

goed." Verlegh: "Bovendien is risico nemen onderdeel van het ondernemerschap. Elk bedrijf zou binnen de strategie ruimte moeten hebben voor innovatie. Het zijn de innovatieve bedrijven die ons aan het denken zetten en ons uitdagen." Laurensse: "Innoveren is nodig om door te kunnen blijven gaan, dat geldt zeker ook voor ons bedrijf. Door steeds nieuwe stappen te zetten, blijf je jezelf opnieuw uitvinden."

#### BUURMAN

De derde stelling gaat over de aanwezige partijen in de regio. Weten deze elkaar inmiddels goed te vinden? Volgens Houwen gaat dit steeds beter. "Ik zie een enorme ontwikkeling in de regio waarbij bedrijven elkaar steeds beter leren kennen en ook de behoefte hebben om elkaar op te zoeken. Wel denk ik dat de ondernemingen die voornamelijk internationaal opereren, er goed aan doen om ook eens iets vaker te kijken wat er precies op het industrieterrein rond het hoofdkantoor gebeurt." "Innoveren is ook investeren in

mensen", zegt Verlegh. "Elke ondernemer heeft nu eenmaal diens eigen strategie en doelstellingen. Ook kan ik me voorstellen dat je in de beginfase misschien niet meteen al je kaarten op tafel gooit. Toch begint het met lokaal investeren en een vertrouwensbasis. Door aan de voorkant te investeren zien mensen dat samenwerken en innoveren loont en dan komen de kaarten ook makkelijker op tafel. Ik kan me heel goed voorstellen dat de 104e partij die zich heeft aangesloten bij het Feed Design Lab makkelijker te overtuigen is geweest dan de derde partij." Van Megen: "Zonder de beide kartrekkers was het Lab zeker niet van de grond te gekomen, en dat heeft mede te maken met het feit dat de eerste bedrijven ver van elkaar afstonden qua bedrijfsactiviteiten. De echte veevoederleveranciers sloten later pas aan. Samenwerken met de buurman werpt vaak een drempel op. Dat is een gemiste kans, maar wel vaak de realiteit. Daarom is het zo belangrijk om je eigen belang te kunnen parkeren."

Sylvia Laurensse



Jan Houwen

