

## Holland. A Story Worth Telling

*Economische ecosystemen: Je gaat het pas zien als je het doorhebt*

Door Ido Verhagen, 11 januari 2011

Als je afgaat op de media of het politieke debat in Nederland denk je al gauw: ik geef dit land nog een jaar of tien voordat het definitief van ellende in het veen wegzakt. Tenmiste, als we in de tussentijd niet zelf de dijken hebben doorgestoken.

Hoe anders ziet het Nederland eruit dat ik iedere dag tegenkom als ik als adviseur van Boer & Croon op pad ben. De afgelopen tien jaar, waar ik ook kwam, trof ik organisaties en sectoren van wereldklasse aan. Niet van het kaliber 'we spelen het spelletje ook aardig mee'. Maar allemaal bedrijven en organisaties die tot de wereldtop behoren.

We doen onszelf echt tekort. Het is me een raadsel.

In opdrachten over positionering, branding of storytelling, haal ik graag Johan Cruijff aan: 'je gaat het pas zien als je het door hebt'. Waarschijnlijk speelt hier ook zoiets. Ik noem een paar voorbeelden om dat te illustreren.

De Nederlandse maritieme maakindustrie – het kostte me enige tijd om deze tongbreker foutloos uit te spreken – vroeg ons te helpen bij hun exportpromotie als motor van innovatie. De gedachte was simpel: hoe meer vraag wij uit het buitenland weten aan te trekken, hoe meer wij worden uitgedaagd om te innoveren, hoe sterker we als sector worden. Waar voorheen alle bedrijven en sectoren onder eigen vlag en vaandel de wereld in trokken, wilden ze meer hun gezamenlijke kracht laten zien. En wat voor een kracht bleek dat te zijn. Door showcases aan elkaar te knopen zoals het Palmeiland van Dubai, het liften van de Koersk, de logistieke kracht van de Rotterdamse haven en het unieke trackrecord van de jacht- en scheepsbouw, ontstond als vanzelf een kwaliteitslabel: *Maritime by Holland*. Ik noem het wel eens de simpelste opdracht ooit: we hoefden het verhaal alleen maar op te schrijven en te gaan vertellen. Internationaal ging het erin als koek. Omdat men voelde dat het waar was.

Nog zo'n voorbeeld: Universiteit Twente vroeg ons de universiteit met nieuw elan in de markt te zetten. Tevoren betrapte ik me op de gedachte: dat zal niet eenvoudig worden. Die universiteit was daar toch alleen neergezet als compensatie voor de ingestorte textielindustrie? Een derde technische universiteit, was dat nou wel nodig? Niets bleek minder waar. Bij nadere kennismaking bleek op de rijke industriële grond van Twente een klein wondertje te zijn verricht. In nog geen 50 jaar was daar een *university of technology* ontstaan die op wereldniveau meespeelt op het terrein van de drie *converging technologies*: nano, bio en ict. Net als MIT in Harvard combineert de UT deze kennis met sociale wetenschappen en ondernemerschap, zodat toepassing van technologie in maatschappij en bedrijfsleven in de Twentse haarvaten zit. Geen wonder dat je daar wereldspelers als Stork Fokker en Ten Cate tegenkomt. Voor mij was het nieuw, voor Boeing niet: de Amerikanen zagen Twente als de uitgelezen plek voor hun Europese onderzoekscentrum.

En wat te denken van Zuidoost Nederland. Het blijkt één van de meest innovatieve regio's van Europa te zijn: Brainport. We weten allemaal dat zo'n 120 jaar geleden Gerard Philips daar een gloeilampenfabriek stichtte. Wat minder bekend is dat daar veel meer uit voortkwam dan de huidige multinational en een voetbalclub. Philips kwam op het geniale idee om naast zijn fabriek een natuurkundig laboratorium te bouwen waar de slimste geesten de ruimte kregen om te innoveren dat het een lieve lust was. De gloeilamptechnologie had hij met geld van zijn vader gekocht, andere technologieën wilde Philips zelf ontwikkelen. Gevolg is een indrukwekkend trackrecord van innovaties die de wereld veranderden, talloze spinoffs die op zichzelf ook weer wereldspelers werden, zoals NXP, ASML en TomTom en een heel ecosysteem aan toeleveranciers die zich kenmerken door high tech, low volume en Dutch precision. Een topman van Bosch vertrouwde ons toe, toen wij hem bezochten voor een marktonderzoek voor Philips Research, dat hij diep onder de indruk was van de praktijk van open innovatie die hij in Brainport en op de High Tech Campus was tegengekomen. Nederland lag hier volgens hem lichtjaren voor op Duitsland. En het zou nog wel even duren voordat ze in Stuttgart de muren rond hun campus zouden slechten.

Een laatste voorbeeld dan: het Bio Science Park Leiden. We schoten met z'n allen in de stress van de mogelijke sluiting van een medicijnfabriek in Oss. Nederland had met de verkoop van de medicijntak van AkzoNobel definitief de aansluiting op de life sciences verloren, zo werd gezegd. Voor het gemak was het ons even ontgaan dat in Leiden een van de meest innovatieve bioscienceparks van Europa ligt, zo'n 25 jaar geleden gestart door een ondernemende medicus van het LUMC. Zelfs het huidige kabinet, dat hoog opgeeft van economische clustervorming, vergat in een opsomming van clusters in het regeerakkoord daarbij *success case* Leiden als voorbeeld te noemen. Rijdt je de volgende keer over de A44 naar Den Haag, kijk even naar links: daar ligt een heel netwerk van bedrijven die zich gezamenlijk richten op de ontwikkeling van baanbrekende therapieën voor ziekten als Alzheimer, HIV/Aids en Diabetes op basis van de laatste inzichten op terrein van genetica en biomedische technologie. Ook hier door intensieve samenwerking met de universiteiten van Leiden en Delft en het LUMC. Voor internationale spelers uit Europa, de VS en Azië reden om daar een vestiging te openen.

Het aardige is dat deze voorbeelden niet van toevalligheden aan elkaar hangen. Als je even kijkt, zie je al gauw rode lijnen. Het gaat stuk voor stuk om ecosystemen van bedrijvigheid, kennisontwikkeling en innovatie. Niet om solistisch opererende partijen, maar bedrijven en organisaties die elkaar weten te vinden en samenwerken. Met een aantal grote spelers als aanjager, maar vooral veel kleinere toeleveranciers wat het systeem flexibel, wendbaar en daarmee crisisbestendig maakt. En in alle netwerken kom je dezelfde, kennelijk typisch Nederlandse, waarden tegen. Een nuchtere oplossingsgerichtheid ('sure we can'). Een passie voor topkwaliteit en precisie. En een open cultuur van samenwerken, als het nodig is zelfs tussen de grootste concurrenten. Soms komen daar nieuwe iconen uit voort, zoals Crucell in Leiden, TomTom in Brainport maar bijvoorbeeld ook Eyeworks en Endemol. Deze mediabedrijven zouden nooit zijn ontstaan zonder de creatieve ondergrond van ons pluriforme omroepbestel waar tegenwoordig zo makkelijk op wordt afgegeven. Ondertussen ligt daar de kiem van het 'media- en entertainment ecosysteem' dat in de Noordelijke Randstad is te vinden.

Het zijn verhalen die wat mij betreft stuk voor stuk meer verteld mogen worden. Of liever gezegd: verteld moeten worden. En niet zozeer om tegenwicht te bieden tegen het

Haagse en Hilversumse fatalisme. Maar om de verhalen sterker te maken. En meer zichtbaar te maken in binnen- en buitenland. Want naast de kracht kom ik ook zorgen tegen. De massale concurrentiekracht die ons te wachten staat uit landen als China en India kunnen we het hoofd bieden, maar alleen als we in kennisontwikkeling en innovatie een generatie voor blijven liggen op Azië.

En daarvoor zijn een aantal zaken nodig, zo wordt verteld:

- Talent: de slimste talenten uit de wereld moeten weten dat ze hier de kennis, contacten en infrastructuur vinden waar ze zichzelf volop kunnen ontwikkelen (gehoord in Leiden).
- Ideeën: iedereen die waar ook ter wereld een goed idee heeft, moet weten dat hij hier de creativiteit vindt om deze ideeën door te ontwikkelen tot een concept of product (gehoord in Brainport).
- Vraag: als je behoefte hebt aan een bepaald product, zelfs als het nog nooit is gerealiseerd, moet je weten dat je in Nederland de kennis en ondernemers kunt vinden die het waarmaken (gehoord bij Maritime by Holland).

En dit vraagt natuurlijk om meer dan alleen een marketing- of communicatiestrategie. Nog lang niet alle netwerken hebben hun volle groeipotentie benut. Nog lang niet altijd weten partijen elkaar even makkelijk te vinden. Dus ook aan de organisatorische kant zijn verbeterlagen mogelijk. In samenwerking tussen bedrijfsleven en kennisinstellingen, op het terrein van netwerkvorming, infrastructuurverbetering, bereikbaarheid, duurzaamheid, gezamenlijke faciliteiten en innovatiefondsen.

Dames en heren, ophouden met zeuren en somberen. Aan de slag.