

Leden HAN Smart Business Center weten: samenwerking verrijkt

Hogeschool als sparringpartner



Jonathan van Deutekom
Directeur HAN Smart
Business Center

'We kunnen onderwerpen dat mkb binnen trekken die actueel gaan worden.'



Gerard Berendsen
Voorzitter HAN Smart
Business Center

'Juist de bedrijven die de verbinding zoeken lopen voorop in de markt.'

Ondernemerschap anno 2008 vraagt flexibiliteit, samenwerken in ketens, investeren in duurzaamheid en 1001 dingen meer. Het HAN Smart Business Center helpt bedrijven om die kansen (en bedreigingen) in kaart te brengen. HAN-medewerkers denken bijvoorbeeld mee over interessante toepassingen van nanotechnologie in het mkb, studenten onderzoeken nieuwe domoticaconcepten. 'We willen onze enorme bron van kennis de komende jaren nóg beter ontsluiten', zeggen directeur Jonathan van Deutekom en voorzitter Gerard Berendsen.

Het doel van het HAN Smart Business Center is helder: het wil de concurrentiepositie van bedrijven versterken. Het hbo heeft een belangrijke rol als het gaat

om het bedrijfsleven te ondersteunen en het flexibeler en creatiever te maken. Daarom zijn er lectoraten op allerlei kennisgebieden en daarom startte een jaar of vier geleden het HAN Smart Business Center. Jonathan van Deutekom: 'We willen die nauwe verbinding met het regionale bedrijfsleven. We willen weten welke vraagstukken er leven en hoe we daadwerkelijk iets kunnen betekenen. De HAN wil naast de ondernemers gaan staan als een sparringpartner. We werken aan langdurige relaties, waarbij mensen niet steeds andere gezichten zien. Die continuïteit leidt tot een beter begrip van wat er wederzijds speelt. We komen in het ritme van een bedrijf.'

Wat spreekt ondernemers aan?

Van Deutekom: 'Innovatie an sich speelt altijd: hoe kom je tot nieuwe producten en diensten, hoe zit het met je marktbenadering en je klantengroepen? Waar zitten nieuwe kansen op gebieden als gezondheid, milieu of internationale handel? Het gaat om het mkb dat geen grote eigen afdelingen marketing of ontwikkeling heeft.'

Jullie zijn vier jaar bezig. Weten de bedrijven jullie te vinden?

Van Deutekom: 'Steeds beter. Bedrijven komen via bestaande netwerken van HAN-medewerkers binnen. Of via bijvoorbeeld innovatienetwerk Syntens. Bedrijven verzilveren kennisvouchers van de overheid bij ons. Het gemiddelde mkb-bedrijf is toch meer georiënteerd op het hbo, dan op een universiteit of TNO.'

Gerard Berendsen, tevens lector Total quality management in organisatienetwerken: 'Voorheen konden bedrijven hun vraagstukken vooral via afstudeeronderzoek van studenten kwijt en waren de banden minder intensief. Nu hebben we al die lectoren met hun ken-

niskringen die echt capaciteit hebben om op vragen in te spelen. HAN-onderzoekers en -studenten moeten echt leveren binnen de gemaakte afspraken. Het kan zijn dat er extra begeleiding op studenten wordt gezet, maar ook dat er afspraken gemaakt worden over een concreet onderzoek voor één of meer bedrijven. Om een voorbeeld binnen mijn eigen lectoraat te noemen: een groep van vier kleine organisatieadviesbureaus en een softwareontwikkelaar werken al langer samen, maar kwamen bij ons met de vraag hoe ze hun spel op de markt het beste kunnen spelen.'

Julie hebben ook regelmatig themabijeenkomsten?

Berendsen: 'Ja, want in die ontmoetingen kan veel gebeuren. Natuurlijk is er een grote groep die nog niet die relatie met de hogeschool heeft. Van de tienduizenden bedrijven in de regio zijn er nu zo'n 120 lid van het HAN Smart Business Centre. Maar die zijn bewust lid geworden en ze betalen ervoor. Het lidmaatschap heeft waarde voor hen. Het zijn ondernemers die weten dat ze niet alles op eigen kracht kunnen. Samenwerking werkt verrijkend, vinden ze. Juist de bedrijven die de verbinding zoeken met andere bedrijven en kennispartners, lopen voorop in de markt. Het is wetenschappelijk allang aangetoond dat het werkt, maar het wordt nog te weinig gedaan.'

Julie willen vooral actieve bedrijven die zélf in die samenwerking investeren.

Van Deutekom: 'Zeker. We bouwen samen aan kennis, zij leren ervan, onze medewerkers en studenten leren ervan. We staan op een punt dat we gaan opschalen. Zo wil de HAN in Kleve, net over de grens bij Nijmegen, een servicepunt vestigen. Een projectleider die de Duitse markt goed kent, doet nu een haalbaarheidsstudie. Duitse of Nederlandse studenten aan de HAN kunnen nuttige projecten gaan doen in die Euregio.'

Noem eens iets waarop jullie sterk inzetten?

Berendsen: 'Dat is bijvoorbeeld de vergrijzing. De zorgvraag en de zorgzwaarte nemen toe en de arbeidsmarkt wordt krappere. De vraag is welke technologische middelen mensen in de zorg kunnen ondersteunen. Daarvoor moet je alle partijen bijeen brengen om samen naar creatieve oplossingen te zoeken, van bedrijfsleven tot woningcorporaties, zorgverleners en kennisleveranciers. Via onderzoek kunnen we bekijken of ideeën werken of niet. Zo'n thema past helemaal in Health Valley, zoals het gebied hier rondom Nijmegen en Arnhem gedoopt is.'

Dat zorgnetwerk is een nieuwe tak aan het HAN Smart Business Center.

Van Deutekom: 'Het onderwerp is niet nieuw, de contacten waren er natuurlijk al. Maar de hele thematiek

willen we steviger neerzetten. Wij kunnen zo'n zorgnetwerk bouwen omdat we zowel een faculteit Techniek als een faculteit Gezondheid en een faculteit Economie en Management hebben. De faculteiten stoppen er extra geld en aandacht in. We denken mee over *new business development*, pakken organisatievraagstukken bij de kop, en doen onderzoek naar producten en diensten.'

Berendsen: 'Neem woonzorgcomplex Meulenvelden met 220 wooneenheden in het hart van Didam. Het is een nieuw concept van zorgverlening, voor senioren met een geringe tot een zeer intensieve zorgbehoefte. De woningen zitten vol *Diamotica*. Dat is een speciale naam voor de *domotica* die voortkomt uit de samenwerking tussen Laris Wonen en Diensten, zorgaanbieder Diafaan, KPN, Van Dorp Installaties en *domotica*-leverancier CLB Benelux. HAN-studenten onderzoeken allerlei bedrijfskundige, technische en organisatorische aspecten ervan. Met zijn allen zet je een mooi multidisciplinair project neer.'

Dat zijn nogal grote vraagstukken.

Berendsen: 'Dat klopt. Het is niet vragen naar de bekende weg. Als je iets bekends snel op een rij gezet wil hebben, kun je bij een regulier adviesbureau te rade gaan en je hebt je cijfers en gegevens. Maar alles aan het Meulenveldenconcept is nieuw. Wat werkt, wat kan er van geleerd worden, wat kan verder bedacht worden?'

Is er nog zo'n nieuwe ontwikkeling te noemen?

Van Deutekom: 'We kijken binnen het HAN Smart Business Center bijvoorbeeld ook naar het thema nanotechnologie. Is dat interessant voor het mkb? We gaan naar een bedrijf toe, vertellen aan de hand van concrete toepassingen wat nanotechnologie is en wat er gaande is in het onderzoek en op de markt. Wat kun je ermee bij het verwijderen van vuil of het aanbrengen van zelfherstellende coatings? Kun je jezelf in de markt onderscheiden door iets met nanotechnologie te gaan doen? Het is zo'n trend die bij veel mkb'ers nog ver van hun bed is. Wij bieden eerste verkenningen aan. Zo doen we dat ook met energievraagstukken, met recycling. We hebben een voortrekkersrol en kunnen onderwerpen dat mkb binnen trekken die actueel gaan worden.'

Waar zitten de uitdagingen de komende tijd?

Van Deutekom: 'We hebben op de HAN met al onze medewerkers en studenten een enorme bron van kennis. Die willen we nog beter ontsluiten en ten volle inzetten voor de regio.'

Berendsen: 'We sluiten natuurlijk nauw aan op de programmalijnen van de HAN, waaronder energie en milieu, ondernemen en creativiteit en management van bedrijfsprocessen. Het is steeds weer kijken wat ertoe gaat doen in ondernemersland.'

www.han.nl/sbc

'Het is steeds weer kijken wat ertoe gaat doen in ondernemersland'