

De kracht van enthousiasme

Bescheiden aan de wereldtop. Het Sittardse bedrijf Anatech, ontwikkelaar en producent van zeer geavanceerde meetinstrumenten, won zondag de MKB Limburg Innovatieprijs. Onbekend in eigen regio. Maar in eigen vakkring inmiddels een heuse wereldspeler.

Ties Wijffels, de geestelijke vader van SaTurnA, geniet nog een dagje 'prestatieverlof'. Hij kreeg op een zekere avond een ingeving. Hij bedacht een superkleine meetsensor waarmee onder extreme omstandigheden de samenstelling en zuiverheid van materialen kan worden bepaald.

Het ontwerp, geschetst op de achterkant van een puzzelboekje van dochterlief, gaf na maanden van doorontwikkeling eerste tekenen van leven. "Ik herinner me de uitroep van Ties Wijffels nog als de dag van gisteren", zegt directeur Archi Leenaers. "*Houston, we have a signal!*" ... Kippenvel."

Zondagavond leverde de vinding Anatech de MKB Innovatieprijs op. Directeur Leenaers is verguld. "Verrast ook. De sensor is mooi, knap gemaakt. Maar de grote vraag was natuurlijk of die ook op de waardering van het grote publiek kon rekenen. Gelukkig was dat zo. De felicitaties stromen binnen, de telefoon staat soms roodgloeiend. Reden voor een mooi feestje morgen met het hele bedrijf."

SaTurnA (een Simultaan Thermische Analyse-sensor) is een wondertje der techniek. Een ingenieus 'naaldje' dat - hoe klein ook - in eerste ontwerp enige gelijkenis vertoonde met de planeet Saturnus. Het meet gewicht tot op een tienmiljoenste gram nauwkeurig en kan temperatuursverschillen tot op een miljoenste graad exact aangeven. "Het is een instrument waarbij je bij wijze van spreken ziet wanneer een vlieg op de rug van een olifant gaat zitten," verheldert Leenaers.

Meten is weten. Hoe preciezer, des te waardevoller voor de industrie. "Vroeger was alles lekker overgedimensioneerd. Grote apparaten. Tegenwoordig is kostprijs een heel essentiële en haast allesbepalende factor. Hoe nauwkeuriger de instrumenten, des te commercieel interessanter voor het bedrijfsleven."

Het bedrijf Anatech is al ruim twintig jaar synoniem voor innovatie. Sinds 1987 zijn er door een relatief kleine groep medewerkers (nu 28 mensen in totaal) zo'n 35 vernieuwende producten ontwikkeld, gepatenteerd en via collega-instrumentenmakers gedistribueerd in meer dan 120 landen.

"Wij verkopen onze producten aan grote, soms beursgenoteerde wereldspelers. Instrumentenmakers met hun eigen wereldwijd vertakte distributienetwerk. We plakken er dan wel hun merknaam op, maar op de achterkant staat wel dat ene regeltje: *Made in the Netherlands*", zegt Leenaers met gepaste trots.

Innovatie in de genen, in het hart én het hoofd. Volgens het juryrapport is Anatech een bedrijf "dat het innovatieve karakter over de hele linie uitstraalt, zowel in de ranche van producten, alsook in onderzoek, bedrijfsvoering en personeelsbeleid." Een inspirerende werkplek moet de innovatiekracht onder medewerkers in de ideeënfabriek bevorderen.



Directeur Leenaers kijkt mee over de schouder van een Anatech-medewerker

"Als Anatech zijn we aangewezen op creatieve mensen in het ontwikkelgedeelte. Daarom moet je hen ook een werkplek bieden waar ze zich thuis voelen. Ik mag niet van medewerkers verwachten dat ze heel creatief zijn als ik ze als een nummer behandel en tussen schotten in zet. Ik laat ze veel liever hun eigen werkplek inrichten. Hierdoor stijgen ze hopelijk boven zichzelf uit. Sterker nog: gaan ze bij de top behoren. Ik geloof echt in de kracht van het enthousiasme." Leenaers voelt zich als een soort coach van een wereldelftal. "Ik zet de kaders, bepaal de koers. Maar de uitvoering laat ik aan mijn mensen over. Want daar hebben zij meer verstand van."

Klein, maar fijn. Anatech timmert flink aan de mondiale weg. "Als je als bedrijf over vele jaren nog wilt bestaan, dan zul je - hoe kostbaar en tijdrovend dat ook is - permanent moeten innoveren", zegt Leenaers. "En innoveren is heel iets anders dan 'iets een leuk modekleurtje' geven. Innoveren is een continu proces van voldoen aan de behoefte en inspelen op de markt."

Leenaers beweert dat te veel MKB bedrijven nog te weinig oog hebben voor innovatie. "Als Anatech zetten we eenderde van het personeel in voor innovatie en ontwikkeling. Een kwart van ons budget gaat erin om. Ik vind dat in deze regio nog veel meer besef tot innoveren mag ontstaan. Want het zou tot geweldig zijn als er meer bedrijfjes in Limburg zouden ontstaan die tot de wereldtop in een bepaalde sector gaan behoren." Dat ook andere bedrijven die hightech naalden in de hooiberg vinden, dan wel zelf ontwikkelen.

Bron: Dagblad de Limburger / Limburgs Dagblad, 23 juni 2009

Tekst: Frans Dreissen

Foto: Annemiek Mommers