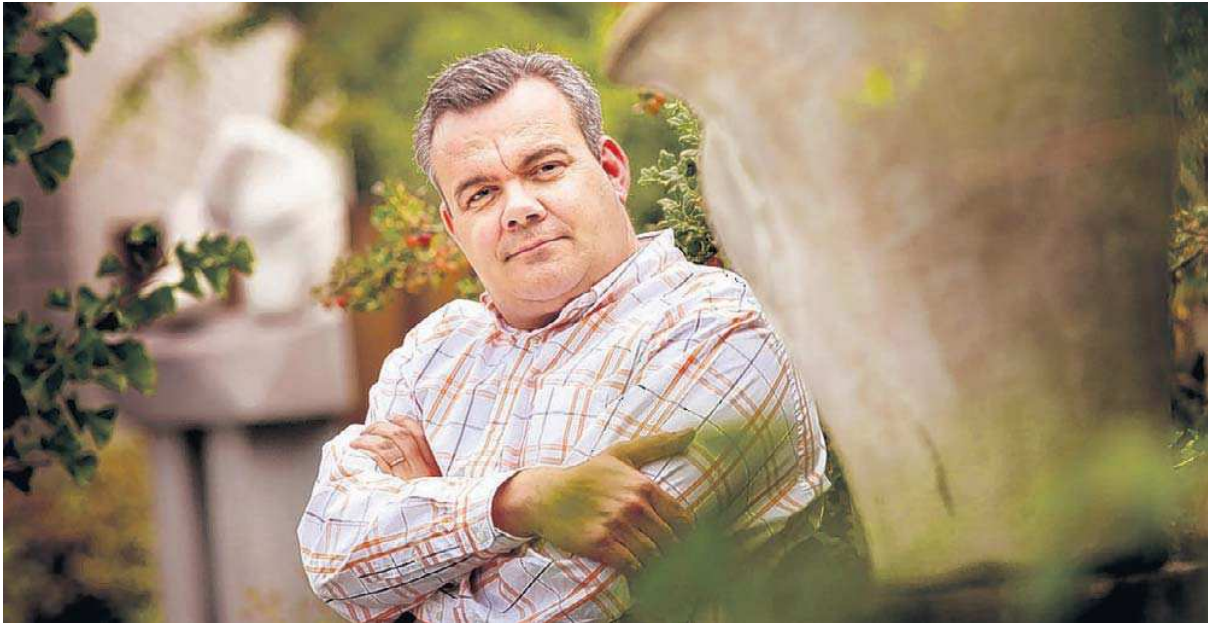


Bericht uit de gouden kooi

Archi's, die hebben we in Limburg nodig, valt Edwin Currie maar meteen met de deur in huis. Hij bedoelt mensen zoals Archi Leenaers, eigenaar-directeur van Anatech, een bedrijf in Sittard dat hightech-meetapparatuur maakt. Maar die zijn er te weinig of ze zitten vastgeroest bij DSM en Sabic, voegt de oprichter-eigenaar van fijnchemiebedrijf Kriya er meteen cynisch aan toe.



Instemmend gemompel vanuit het publiek is zijn deel, al komen er ook tegenwerpingen uit de zaal. Je zult maar ondernemer zijn en 25 medewerkers hebben, dan vergaat je de zin wel, broemt bedrijfsadviseur Lex Crijns. Daarmee is de toon die avond meteen gezet in het Sittardse ondernemershuis.

Limburg heeft meer dan ooit innovatieve ondernemers nodig om de economie te verjongen. Daar is iedereen het over eens. Maar de knappe koppen die dat moeten doen, zijn er niet. Of ze zijn niet vrij, zitten vast bij DSM, in wat ze zelf 'een gouden kooi' noemen: een vaste baan met een flink salaris, legt Currie uit.

En hij kan het weten. Currie komt zelf uit de DSM-stal. Werkte er als researcher. Maar drie jaar geleden sprong hij toch van boord, ondanks alle onzekerheid en het besef dat er geen weg terug is. Hij wilde wat anders. Dat werd Kriya in Sittard. Een nanotechnologiebedrijf. Dat betekent simpel gezegd dat Currie met techniek werkt die alleen onder de microscoop te zien is, vandaar de term nano (superklein).

Dat klinkt allemaal hoogdravender dan het is. Philips gebruikte die techniek al twintig jaar geleden om in Sittard coatings te maken voor op beeldbuizen. Die miniatuurlaag voerde elektrische lading af en werkte tegelijk antireflecterend. Die techniek lag voor Currie voor het grijpen toen Philips de beeldbuis de deur uitdeed.

Nu, drie jaar later en enkele geldschietters verder, heeft Currie vaste grond onder de voet gevonden op de Chemelot-site, ook wel DSM-campus genoemd. Het bedrijf staat, maakt winst en heeft twaalf man in dienst. Currie erkent die campus veel dank verschuldigd te zijn. Alle voorzieningen zijn aanwezig, hoofdbewoners DSM en Sabic tonen zich zorgzame huisvaders.

Toch is er veel meer nodig om van die campus het kloppend hart te maken van innoverend Limburg, keert Currie terug naar zijn openingszet. Er moeten meer ondernemers op af komen. De campus wordt pas een succes als er zeker vijftig bedrijfjes samenklonteren die uitgroeien tot flinke mkb-ondernemingen, is de stelling die hij poneert. En die jonge ondernemende honden zijn er in de regio niet, is de teneur ook in de zaal. Limburgers zijn geen ondernemend volkje.

Aan Archi Leenaers is al dat gesomber niet besteed. Hij heeft geen campus nodig om succesvol te zijn. Hij trok ook negen jaar geleden de stofjas van DSM uit om voor zichzelf te beginnen. Kocht Anatech, nu 28 werknemers. Zijn geheim is atypisch personeelsbeleid, gedurfde innovatie en scherpe bewaking van de eigendomsrechten. Anatech springt niet op toevallige kurken die voorbij komen drijven, maar doet wat anderen niet durven te doen, vat hij de bedrijfsfilosofie samen.

Dat levert meetapparatuur op waarop veel marge zit én toegewijd personeel, moeten we weten. Prikklommen horen daar niet bij, die zijn dodelijk. Standaardmensen kent Anatech niet, wel een masseur. Eén op de vier werknemers heeft een arbeidshandicap. Hij verzet zich dan ook tegen de gedachte dat innoveren alleen is weggelegd door wizzkids op een campus. Ook mensen met alleen maar de lagere school kunnen dat, mits de ondernemer maar zorgt voor het goede klimaat en de juiste sfeer.

Het verdienmodel van Remko Goudappel is weer van een ander kaliber. Hij werkt wel nog bij DSM, zij het in een afgeschermd hoekje, het innovatiecentrum in Urmond - op een steenworp afstand van de campus. Goudappel houdt zich bezig met Claryl, een door DSM uitgevonden coating die van glas glashelder glas maakt, zo wil de foldertaal. Veel fotografen, kunstenaars en lijstenmakers zweren er inmiddels bij.

Zo gemakkelijk het hier staat, was het niet. Het duurde twee jaar om van de uitvinding een product te maken en nog eens twee jaar om het in de markt te zetten. DSM wilde er aanvankelijk niet aan. Een chemiebedrijf gaat toch geen glas dippen en zelf verkopen? Daar is lef voor nodig, moet ook Goudappel toegeven.

Die groeide toen bleek dat de investering gering was (een paar miljoen) en de kansen in de markt groot. Het speciale glas is nu zelfs in beeld om toegepast te worden in kassen en zonnecellen. Omdat het glas meer licht doorlaat, groeien de tomaten sneller en neemt het rendement van zonnecellen toe. Kassa voor DSM, het bedrijf hoeft niks te doen behalve de knowhow ter beschikking te stellen aan de glasboeren. In ruil daarvoor betalen zij royalty's, glundert hij.

Toch heeft ook Goudappel nog wel een tip voor de campusbouwers. Trek ook talent van buiten Limburg aan én meer vrouwen. Want nieuwe ideeën gedijen nu eenmaal beter in een minder eenzijdige. Limburg moet dus minder

Limburgs worden om succes te hebben. Geen leuke les misschien, maar wel hard nodig om de gezapigheid en valse gezelligheid in de regio te doorbreken.

Bron: Dagblad De Limburger / Limburgs Dagblad, 10 april 2010

Tekst: Peter Kamps

Foto: Rob Oostwegel

