

# Wereldwijde jacht op vindingrijke start-ups

AkzoNobel en DSM stropen alle landen af om hun onderzoek innovatief te houden

## Niet bang zijn

**Z**ijn start-ups niet bang om hun keukengeheimen prijs te geven? Voor je het weet gaat het grote concern er met het intellectuele eigendom van door.

‘We beloven de start-up dat we geen claim maken op het intellectuele eigendom van de start-up, IP in jargon’, aldus Peter Nieuwenhuizen van AkzoNobel. ‘Als we tijdens de challenge gezamenlijk IP ontwikkelen, besluiten we binnen drie maanden of we hiermee met de start-up aan de slag willen.’ Zo niet, dan valt de IP aan de start-up toe. ‘We willen op een faire en gelijkwaardige manier met start-ups omgaan.’

Rob van Leen van DSM: ‘Veel start-ups zijn bang leeggeplukt en leeggezogen te worden. Maar start-ups realiseren zich vaak niet wat er bij komt kijken om een vinding naar de markt te brengen. Achteraf zeggen ze dan: “Jeetje, dat was ons alleen nooit gelukt.” DSM gaat in samenwerking voor de lange termijn voor een tweerichtingsverkeer. Anders werkt het niet.’



### Hans Verbraeken Amsterdam

De innovatiedirecteuren van de Nederlandse chemiereuzen AkzoNobel en DSM speuren permanent de horizon af op zoek naar start-ups met veelbelovende vindingen. En hun jachtterrein beperkt zich bepaald niet tot de landsgrenzen.

De traditionele innovatiemethode met naar binnen gerichte, afgeschermdedebijzelslaboratoria voldoet al lang niet meer. Open innovatie is het trefwoord. DSM begon er tien jaar geleden mee, AkzoNobel een jaar of drie terug.

‘Open innovatie staat voor alles wat we doen om vernieuwende technologie uit de buitenwereld bij ons naar binnen te halen’, zegt Rob van Leen, directeur innovatie bij DSM. ‘Het is een illusie dat je innovatie als concern fysiek nog in je eentje aankunt; 99% van de mensen die veel weten over zonne-energie, biomedische technologie, nutrition en biobrandstoffen werken buiten DSM’.

Peter Nieuwenhuizen, directeur Research & Development bij AkzoNobel Specialty Chemicals, spreekt graag van samenwerkende innovatie: ‘De start-ups leveren ons de passie, de nieuwe energie en de nieuwe perspectieven, wij brengen de kennis van onze laboratoria in en de

**Bedrijven als AkzoNobel en DSM proberen onder meer via competities passende start-ups aan zich te binden.**

FOTO: SUZANNE KREITER/GETTY

**Verse inzichten  
‘Start-ups leveren ons passie, energie en nieuwe perspectieven’**

**Bittere noodzaak  
De klant wil duurzaam, dus moest Akzo op zoek naar producten**

**Terrein omvormen  
DSM werkt aan een biotechcampus voor bedrijven van buiten**

kennis van de weg naar de markt.’

‘Tot 2005, 2006 waren wij erg intern gericht’, zegt Van Leen over DSM. ‘Terwijl we al een aantal jaren volop in transformatie waren van een chemiebedrijf naar een concern gericht op voedings-technologie en duurzame materialen. We beseften dat we nooit van onze plaats zouden komen als we die transformatie alleen via herschikking van onze portefeuille zouden nastreven. We moesten meer oog hebben voor trends en technologie buiten ons.’

Tegelijk is open innovatie bittere noodzaak omdat technologische vragen nu veel fundamenteeler zijn dan die van de afgelopen 20, 25 jaar, zegt Nieuwenhuizen van AkzoNobel. Innovatie was gericht op goedkopere, kostenefficiëntere en kwalitatief betere fabricage van producten voor een breder publiek. ‘Maar omdat de samenleving steeds meer om duurzaamheid vraagt, moeten we veel fundamenteeler op zoek naar nieuwe producten. Er is een nieuwe innovatieronde gaande. Steeds meer klanten willen producten op basis van biomassa in plaats van synthetische producten.’

Tegelijk gaat de technologische ontwikkeling razendsnel. Open innovatie is volgens de twee directeuren eigenlijk een cocktail van methoden om innovatie

buitengaats op het spoor te komen en veelbelovende start-ups naar binnen te trekken. Er worden samenwerkingscontracten met universiteiten gesloten. Een andere optie is het zogenoemde inlicentieren van technologie, zeg maar het huren van technologie, of het openen van een eigen ‘Open Innovation Center’, zoals AkzoNobel nu voorbereidt in Deventer. Verder zijn er joint ventures en acquisities.

En dan zijn er de zogenoemde challenges. Dat zijn competities waarop start-ups kunnen inschrijven in de hoop te worden uitverkoren voor een ontwikkelingscontract of voor een investering via een investeringsfonds, zoals het ICOS III-venture fund van AkzoNobel.

Zowel Akzo als DSM heeft dit jaar alweer een challenge afgerond. AkzoNobel organiseerde het afgelopen half jaar Imagine Chemistry, met wereldwijd 220 aanmeldingen. ‘Bijna honderd AkzoNobel-mensen werkten mee in de voorbereiding en aan de driedaagse zelf, waarbij met de beste twintig kandidaten werd gespard’, zegt Nieuwenhuizen. Uiteindelijk krijgen tien start-ups de gelegenheid hun duurzame ideeën onder de hoede van het bedrijf uit te werken. Met de drie hoogstgenoteerden sloot AkzoNobel een ontwikkelingsovereenkomst.

DSM hield samen met het Duitse

kenniscentrum Fraunhofer en het Amerikaanse Greentown Labs dit jaar zijn SunRise Techbridge Challenge in Boston, waarbij het concern uiteindelijk investeerde in twee start-ups en enkele samenwerkingscontracten aanging. Onlangs hield DSM ook nog een Bright Minds Challenge, gericht op zonne-energie en energie-opslag.

De genomineerde Bright Minds kwamen uit Argentinië, Brazilië en Tanzania. De Argentijn won de hoofdprijs van 500 uur begeleiding door DSM en consortiumpartners. Hij heeft patent op een schone methode om lithium, een belangrijke grondstof voor energie-opslag in batterijen, te winnen via zonne-energie.

En medio september mogen start-ups bij DSM aantreden in Delft in het nieuwe Biotechnology Center voor een Innovation Partnering Conference. Die is gericht op betere voedings-technologie. DSM wil het terrein omvormen tot een biotechcampus waar bedrijven van buitenaf zich vestigen — net als op het Chemelot-terrein in het Limburgse Geleen.

‘We zien jaarlijks vijf- à zeshonderd start-ups’, zegt Van Leen. ‘We reserveren jaarlijks oplopend tot € 20 mln voor investeringen in start-ups. Er zitten nu 25 start-ups in onze portefeuille. We hebben al duizenden bedrijven bekeken.’