

VOLBERDA

GEBREK AAN LEVITECH'S PLEIT VOOR ACTIEF INNOVATIEBELEID

Nederland doet het goed wat betreft kenniscreatie. Op basis van het aantal patenten of wetenschappelijke publicaties per hoofd van de bevolking mag worden geconcludeerd dat ons land bij de internationale top behoort. Maar kenniscreatie leidt niet automatisch tot innovatie. Het aanwenden en benutten van die kennis in bedrijven en het vercommercialiseren daarvan in de vorm van nieuwe producten en diensten is natuurlijk pas echte innovatie. Wat betreft het toepassen en vermarkten van kennis scoort Nederland aanzienlijk slechter en vaak wordt wel badinerend gesproken van de Nederlandse innovatieparadox: we hebben hier veel kennis, maar bedrijven zijn niet in staat die te vermarkten. Het ministerie van EL&I onder aanvoering van de nu demissionaire minister Verhagen heeft daarom de slogan 'kennis, kunde, kassa' ingevoerd. Door te investeren in negen topsectoren moet intensieve samenwerking tussen overheid, ondernemers en onderzoekers de excellente kennis omzetten in klinkende munten.

Levitech is in dit verhaal een positieve uitzondering. Het kennisintensieve bedrijf heeft de nieuwe kansen in een groeiende markt als de solar vroegtijdig gezien. Het heeft zwaar geïnvesteerd in aluminiumoxidepositie, een nieuwe technologie voor zonnecelfabricage. De Levitrack-machine voor de productie van zonnecellen zou dertig procent van de markt kunnen pakken. In ons industrie- en innovatiebeleid hebben we het vaak over onze multinationals als Philips, Shell, DSM en AkzoNobel, maar we zouden ons beter kunnen richten op de nieuwe Shell's en misschien is Levitech een optie.

Maar in tegenstelling tot Levitech zien veel andere bedrijven helaas het nut van investeringen in r&d niet in. Onze kennisinstellingen, zoals TNO, hebben nu juist een schat aan kennis in huis; deze kennis is onder meer vastgelegd in patenten die vaak ongebruikt blijven. TNO doet er van alles aan om te zorgen dat deze kennis wordt toegepast, maar dat is niet gemakkelijk. Ze zoekt daarom steeds meer naar onconventionele methoden. Onlangs heeft TNO een wedstrijd georganiseerd waarbij studenten het recht kunnen winnen om een nieuw bedrijf te starten rond een patent van TNO, de Entrepreneur Team Challenge. Levitech-concurrent en TNO-spin-off SoLayTec is ook het resultaat van een dergelijke innovatiestimulering.

Natuurlijk leidt zo'n steuntje in de rug tot scheve gezichten bij Levitech, dat op eigen houtje de innovatiewedstrijd meespeelt. Maar we moeten ons in Nederland toch afvragen of we met een 'laissez-faire' industrie- of innovatiebeleid de innovatieparadox kunnen oplossen. We hebben te weinig zelfstandige Levitech's in Nederland en de meeste kennis blijft onbenut. Een actief innovatiebeleid leidt tot meer innovatieve bedrijven en houdt ook voorlopers als Levitech scherp en concurrerend. ●



Henk W. Volberda is hoogleraar strategisch management en ondernemingsbeleid, Rotterdam School of Management, Erasmus Universiteit, en wetenschappelijk directeur van INSCOPE – Research for Innovation. Vanuit zijn expertise op het gebied van strategisch management beschouwt hij met een kritische blik telkens een artikel in Link Magazine. hvolberda@rsm.nl

