

# Ondersteuning voor élk innovatief bedrijf

Bedrijven die behoefte hebben aan innovatieondersteuning komen nauwelijks in contact met de juiste aanbieders, stellen Willem Foorthuis en Gea Vellinga. Ze pleiten voor het inzetten van Artificial Intelligence én studenten.

WILLEM FOORTHUIS  
GEA VELLINGA

**D**e overheid stelt momenteel extra budgetten beschikbaar om de economie een zetje te geven. De dans om het binnenhalen van deze miljarden is al begonnen. Tegelijk wordt de roep om deze middelen efficiënt te besteden, steeds luider. Wat is er aan de hand?

Kleine en middelgrote bedrijven innoveren zelden alleen. Zij maken vaak gebruik van externe kennis, netwerken en financiële middelen. De overheid steunt daarom juist deze bedrijven op allerlei manieren. Niet alleen via subsidies maar ook via proeftuinen, fondsen, clusters, netwerken enzovoorts. Maar hoe goed bereiken deze middelen de doelgroep?

Studenten van de Hanzehogeschool Groningen hebben in 2020 enquêtes uitgezet onder 11.000 noordelijke innovatieve bedrijven en bedrijven met innovatiepotentie. Met wie heeft een bedrijf contact om te innoveren, en waaraan is behoefte? Het onderzoek leverde maar liefst 1200 respondenten op.

De resultaten geven een schokkend beeld. Van de 1200 respondenten heeft 80 procent behoefte aan innovatieondersteuning. Er is dus veel vraag. Maar zij komen nauwelijks terecht bij de juiste aanbieders. Ruim 65 procent van de respondenten met een innovatievraag heeft de laatste drie jaar geen contact gehad met een regionale organisatie die daarvoor is opgericht. Als twee derde van de bedrijven met een innovatievraag geen contact heeft met de juiste organisaties, gaat er iets mis.

MKB weet blijkbaar niet wat de regio hen biedt. En de regio heeft blijkbaar alleen contact met bedrijven die zichzelf aanmelden.

**D**eze aanpak van 'zelfselectie' gaat voorbij aan het perspectief van een ondernemer. Want uit ditzelfde onderzoek blijkt dat alle respondenten samen contact hebben met maar liefst 200 aanbieders van innovatieondersteuning. Een ondernemer moet zelf bij verschillende, onderling vaak niet samenwerkende projecten aankloppen. Elk project biedt een klein deel van de behoefte; een ondernemer heeft soms meer ondersteuning nodig.

Het nieuwe van het eerdergenoemde onderzoek was dat alle innovatieve bedrijven zijn benaderd. Meestal worden dit type onderzoeken uitgevoerd onder bestaande netwerken en kanalen, waardoor lo-



Kleine windmolens in Zuidbroek van fabrikant EAZ Wind uit Hogezaand.

FOTO HUISMAN MEDIA

*Ruim de helft van de bedrijven werkte afgelopen 3 jaar met studenten*

gischerwijs een veel gunstiger beeld ontstaat over het bereik van een regering.

Voor dit onderzoek is gebruik gemaakt van Artificial Intelligence (AI). AI maakt het snel doorzoeken en indelen van grote hoeveelheden data veel eenvoudiger. Innovatieve bedrijven werden via AI 'gespot' en hebben van de studenten de enquête ontvangen.

Een hoopvol resultaat uit het onderzoek betrof het bereik van studenten. Ruim de helft van de bedrijven met een innovatievraag werkte afgelopen 3 jaar met studenten. Het overgrote deel is dat ook in de toekomst van plan. Waar het overheden niet lukt om over de drempel te komen, lukt het studenten wel!

Daarmee komen twee interessante oplossingen in beeld om beter tot in de haarvaten van de regio door te dringen. De kloof tussen ondernemers en regionale beleidsmakers kan verkleind worden door het inzetten van AI, in combinatie met inzet van studenten.

Een initiatief waarbij deze geïntegreerde aanpak wordt toegepast is Gebiedscoöperatie Westerkwartier.

Studenten verlaten met honderden of duizenden tegelijk de vertrouwde schoolbanken en bemensen een paar maanden lang lokale innovatiewerkplaatsen. Van daaruit leggen ze contact met ondernemers. Geen willekeurige ondernemers, maar ondernemers die via data zijn 'gespot' en hebben laten weten wat ze willen.

**D**e studenten zorgen met hulp van de professionals van de innovatiewerkplaatsen voor de juiste regionale contacten. Het resultaat is een snellere en betere match tussen ondernemers en regio.

Zo'n aanpak verdient navolging en ondersteuning. Het mes snijdt aan twee kanten. Studenten maken kennis met vele interessante maar vaak onbekende bedrijven in de regio. Ze blijven daar misschien ook na hun studie. Bedrijven krijgen een student over de vloer en krijgen tevens beter en sneller contact met partijen waar ze behoefte aan hebben. De budgetten worden beter verdeeld.

Het gebruik van data vormt een cruciaal onderdeel van de aanpak. Het percentage bedrijven dat de weg in de regio niet weet moet op deze manier snel en structureel dalen.

Ondernemers, studenten én de regio plukken er de vruchten van.

Willem Foorthuis is lector duurzaam ondernemen aan de Hanzehogeschool Groningen Gea Vellinga is CEO van Innovatiespotter