

De zoektocht naar het nieuwe ASML

Rutger Betlem

maandag 26 januari 2015, 19:00

update: dinsdag 27 januari 2015, 12:26



Werkplaats van Admesy (Mark Horn)

De zoektocht naar het nieuwe ASML loopt via het programma NextOEM (PDF)

De Eindhovense burgemeester Rob van Gijzel sluit dinsdagmiddag het programma NextOEM af. Na tien maanden intensieve begeleiding moeten de deelnemende bedrijven in staat zijn de komende jaren exponentieel te groeien.

Het lijkt soms alsof de start-up de norm is om het innovatieve vermogen van de Nederlandse economie te duiden. In Eindhoven pakken ze het echter anders aan. Daar richt Brainport, een samenwerkingsverband tussen bedrijven, kennisinstellingen en overheden, zich met het programma NextOEM (de volgende 'original equipment manufacturer') juist op hoogtechnische doorgroeiers.

Juiste voedingsbodem

Het is een type ondernemer dat speciaal in de belangstelling staat van de politiek. Minister Henk Kamp van Economische Zaken schreef afgelopen jaar in zijn beleidsnota Ambitieuus Ondernemerschap de juiste voedingsbodem te willen scheppen voor groeibedrijven en ook de nieuwe start-up-ambassadeur, Neelie Kroes, zegt meer Nederlandse ondernemingen te willen laten doorgroeien tot grote bedrijven met internationale allure. Toch is er bij stimuleringsprogramma's voor ondernemers weinig aandacht voor groeiondernemers. Aan kleine start-ups en snelgroeïende internetbedrijven geen gebrek, maar het nieuwe Philips zit er niet

'We willen juist geen start-ups in ons programma. Het gaat om groeibedrijven met uitontwikkelde producten.'

Eugene Kaerts,
programmamanager NextOEM

bij.

Uitontwikkelde producten

NextOEM is in Nederland redelijk uniek. Het overheidsinitiatief Groeiversneller, waarbij kleine, maar ambitieuze ondernemers elkaar stimuleren en advies krijgen van grote partijen, en het nieuw opgerichte NLevator zijn de bekendste andere partijen in de markt van groeiadvies.

Eugene Kaerts, programmamanager van NextOEM: 'We willen juist geen start-ups in ons programma. Het gaat om groei-bedrijven met uitontwikkelde producten.' De afgelopen tien maanden ontvingen zes van hen intensieve groei-begeleiding.

Gouden Gazelle

Dat het niet om loze beloftes gaat, bewijst JSB, dat chromatografische systemen ontwikkelt. Het Eindhovense bedrijf kreeg eind vorig jaar als beloning voor zijn onstuimige groei (+37%) een High Growth Award. Admesy, dat kleurmeters voor hoogwaardige industriële toepassingen ontwikkelt, ontving in november een Gouden Gazelle Award. De onderneming zag de omzet in drie jaar tijd toenemen tot €2,2 mln (+ 569%). Dit jaar rekt oprichter Steven Goetstouwers met ruim 25% te groeien.

Mini-mba

Marco Koenen van JSB: 'Ik zie NextOEM als een mini-mba. Je werkt korte tijd heel gericht aan de opzet van je onderneming.' Koenen bracht het geleerde direct in praktijk. 'Dat heeft ons geen windeieren gelegd', zegt hij in een reactie. JSB is een winstgevend bedrijf met een omzet van zo'n €10 mln. De onderneming levert bijvoorbeeld apparatuur waarmee onderzoek gedaan wordt naar het gebruik van chemische wapens in Syrië, maar is ook actief in petrochemie, voedselveiligheid en milieuonderzoek.

De onderneming is typerend voor de Brabantse regio. Het gaat om gecompliceerde producten die vaak de juiste marktbenadering missen om uit te groeien tot groei-bedrijven. Kaerts: 'We leren die bedrijven samen te werken, commercieel te denken en naar het buitenland te kijken.'

Niches

Het bovengenoemde Admesy uit Ittervoort heeft daar al veel ervaring mee. Het bedrijf levert onder andere lichtmeetapparatuur aan de fabrieken van Samsung en HTC. 'In deze niche zijn we de nummer twee van de wereld', vertelt Goetstouwers. De ondernemer richt zich heel bewust op kleine markten. 'De totale wereldmarkt voor spectrometers is misschien €200 mln groot. Door ons op de niches te richten kunnen we veel betere marges behalen', zegt hij. 'Onze omzet is misschien bescheiden, maar we zijn niet zo klein als het lijkt.' Door NextOEM weet Goetstouwers veel beter waar hij naar toe wil met zijn bedrijf. 'We hebben inzicht in op welke knoppen we de komende jaren gaan drukken en kunnen met een veel veiliger gevoel investeren.'

Waardevol netwerk

Dat de begeleiding intensief is, bewijst Bas Lemmens van Nemo Healthcare, een bedrijf dat oplossingen bedenkt voor veiligere bevallingen. Hij ging dit jaar met een van zijn coaches op zakenreis naar de Verenigde Staten. 'Dit zijn geen mensen die af en toe een uurtje voor je vrij maken.' Zijn coach, een oud-topmanager van Philips, bracht hem de fijne kneepjes van de onderhandelingstafel bij. 'Hij kent het klappen van de zweep.' Na tien maanden heeft Lemmens samenwerkingsovereenkomsten met partijen in Israël, Finland, Noorwegen, Duitsland, Engeland en de VS. Daarnaast wordt hij steeds vaker benaderd door durfinvesteerdere. 'Het netwerk van de coaches is van grote waarde gebleken.'

'De fouten die deze bedrijven maken in de eerste fase van hun ontwikkeling kunnen lang doorwerken.'

Carla Koen, hoogleraar
entrepreneurship

Geen plaats voor start-ups

Het programma NextOEM is opgericht om kleine ondernemingen uit te laten groeien tot multinationals in de maakindustrie. OEM staat voor 'original equipment manufacturers' — het zijn bedrijven die de komende jaren exponentiële groei moeten kunnen realiseren.

De afgelopen tien maanden werden zes bedrijven door mentoren en coaches klaargestoomd om dat punt ook daadwerkelijk te bereiken.

Het gaat om een divers gezelschap van hightechondernemingen. Van een bedrijf dat de elektronica levert voor de aansturing van Led-verlichting, tot een bedrijf in de biomoleculaire diagnostiek.

Solide omzet

Het groei-programma is om meerdere redenen anders dan bestaande 'snelkookpannen'. Om te beginnen gaat het niet om start-ups, maar om ondernemingen met een solide omzet van minimaal €500.000 en maximaal €10 mln. De meeste hebben al een of meer investeringsrondes achter de rug.

NextOEM neemt geen aandeel in de bedrijven die het ondersteunt. Kandidaten betalen een eenmalige bijdrage van €15.000.

NextOEM wordt uitgevoerd door Brainport Eindhoven en ondersteund door partners vanuit de industrie, dienstverleners, universiteiten en de overheid. Het programma wordt dit jaar uitgebreid naar de regio Vlaanderen.

'Living dead'

Dat er vaart ook Erik van Beusekom van Leddriven, een producent van vermogens-elektronica voor led-verlichting: 'We hebben veel contacten opgedaan met potentiële financiers. Wij zijn toch de nerds van het verhaal, we zitten niet in dat wereldje.'

Groei-bedrijven, met name in de hightech, hebben een grote behoefte aan dit type coaching, merkt Carla Koen, hoogleraar entrepreneurship bij de TIAS School for

Business and Society en de TU Eindhoven. 'De fouten die deze bedrijven maken in de eerste fase van hun ontwikkeling kunnen lang doorwerken.' Ze noemt onder andere het kiezen van de verkeerde markt. 'We zien nogal eens 'living dead', bedrijven die overleven, maar uiteindelijk onvoldoende rendement behalen omdat ze ooit voor het verkeerde marktsegment gekozen hebben.'



Over de auteur

Rutger Betlem

Rutger Betlem studeerde communicatie, journalistiek en autonome kunsten. Richt zich bij Het FD met name op innovatie, technologie, biotech, FD Gazellen en start-ups.
