



Tekst: Michiel Mastenbroek

Fotografie: Jiri Büller

Concentratie op innovatie

Harry Hendriks, CEO Philips Benelux, is er duidelijk over: de Eindhovense High Tech Campus is het ‘kloppende innovatieve hart van Philips’.

“Soms hebben mensen het over de Philips-campus”, zegt Harry Hendriks. “Maar het is toch echt de High Tech campus.” De campus, waar nu rond de achtduizend ambitieuze onderzoekers uit de hele wereld werken, is ontstaan om iets waardevols achter te laten in Eindhoven toen het hoofdkantoor van Philips naar Amsterdam verhuisde. Inmiddels is er een indrukwekkend innovatief ecosysteem ontstaan, een echte brainport. “De helft van alle Nederlandse R&D-inspanningen en nieuwe patenten komt uit deze regio. Die campus, als hotspot in de Brainport-regio, is een geweldige kraamkamer voor ontwikkeling en innovatie. Het hart van de R&D van Philips zit in Nederland, ruim de helft van de wereldwijde inspanningen. Philips is qua kennis sterk, we staan in de top 5 van de mondiale science citation-index. Als iemand mij acht jaar geleden



>> had gevraagd hoe ik de campus in 2010 voor me zag en ik had dan de huidige situatie beschreven, dan had niemand me geloofd. Zo zie je maar wat concentratie op innovatie teweeg kan brengen.”

Nederland: een vergelijking

Philips heeft researchafdelingen in alle delen van de wereld. Dat biedt de kans vergelijkingen te maken, hoe staat Nederland er innovatief voor? “Een algemene opmerking: Nederland heeft – afgezien van gas – geen grondstoffen. We moeten het dus van kennis en dienstverlening hebben. We zijn op een aantal relevante criteria, zoals de Global Competitiveness Index en de Kennisinvesteringsquote, de laatste jaren gezakt. Omdat andere landen momenteel sneller gaan, moet hier het niveau van het onderwijs en universiteiten dus omhoog.

het feit dat een goed functionerend lab alleen kan gedijen bij de gratie van netwerken, samenwerkingsverbanden. Netwerken verplaats je niet, die bouw je op. Je kunt dan niet zomaar even verdubbelen. Kennis zit in hoofden van mensen, mensen die op het gewenste niveau kunnen denken. Waarbij naast de ‘breinen’ ook andere zaken tellen. Als een onderzoeker op de High Tech Campus hier de meest geavanceerde elektronenmicroscopie ter wereld nodig heeft, dan is die microscopie er in drie kwartier. Dat is de kracht van de nabijheid van kennisintensieve bedrijven.”

Kennis is kracht

Philips getroost zich grote inspanningen om in Nederland tot een hoger niveau van kennisontwikkeling te komen. Onder meer door mensen en instituten met elkaar te

“Innovatie is niet iets wat langskomt op een regenachtige middag”

Wat dreigt is dat het fundament om tot innovatie te komen, minder sterk wordt ten opzichte van het buitenland. En het is zéér onverstandig om achterop te raken, want achterstanden zijn moeilijk te overbruggen. Je kunt ervoor kiezen om volger te zijn, maar als je geen grondstoffen hebt en lastig loonmatigingen kunt opleggen, zal concurrentie steeds moeilijker worden. Tenzij je innovatief bent. Philips heeft R&D-afdelingen in Eindhoven, Sjanghai en Briarcliff in de VS en verder doen we onderzoek in onder meer India en Duitsland. Ons wordt vaak gevraagd waarom we niet meer onderzoekers in China hebben. Dat gaat voorbij aan

verbinden. Ook is een fors aantal wetenschappers van Philips deeltijdhoogleraar in Delft en Eindhoven. Hierdoor wordt de uitwisseling van kennis tussen universiteit en bedrijfsleven geïntensiveerd. Het niveau van het onderwijs in Nederland moet verbeteren, stelt Hendriks. “Het algehele peil moet omhoog. Tempo en ambities dienen een impuls te krijgen. We proberen als Philips ook invloed uit te oefenen op het onderwijs. Philips doet bijvoorbeeld mee aan Jet-Net, het Jongeren en Technologie Netwerk Nederland. Doel is om havende vwo-leerlingen een reëel beeld te geven van technologie en hen te interesseren voor vervolgoplei-



ding. Onze CEO Gerard Kleisterlee zit in het Innovatieplatform, waarbij onderwijs een belangrijke component is. En zo ontwikkelen we meer initiatieven om het onderwijs in Nederland te helpen verbeteren.”

Open innovatie

Philips ging een aantal jaren geleden over op open innovatie. “Daar hebben wij baat bij. Het versnelt ontwikkelprocessen en stimuleert dat Philips kennis elders betreft, bijvoorbeeld van kleinere bedrijven. Voor sommige projecten hebben we bijvoorbeeld kennis nodig van vloeistoffen. Vroeger organiseerden we dat dan zelf. Nu doen we dat door met andere partijen samen te werken. Ook op de High Tech Campus, waar kleine bedrijven zitten, merk je dat kennisuitwisseling, elkaars kracht versterken, de tendens is. Kleine bedrijven maken grote bedrijven sneller. In de wereld van vandaag hebben we elkaar keihard nodig.” Infrastructuur is daarbij heel belangrijk, benadrukt Hendriks. “Het is niet voor niets dat chipmachinefabrikant ASML zich in de Brabantse regio heeft kunnen ontwikkelen. Hier is de kennis en zijn toeleveringsbedrijven. ASML is de beste ter wereld geworden, vanuit Veldhoven! ASML is een spin-out van Philips. Op eigen benen doet dat bedrijf het prima. En ASML huurt weer allerlei kennis en kunde in bij andere bedrijven in de regio. Zoals wij dat ook doen. Een dergelijke concentratie van kennis en kunde proberen we ook in andere regio’s te bevorderen. Vooruitgang is niet te stuiten. In de jaren zeventig van de vorige eeuw waren er bijvoorbeeld protesten tegen robotisering van fabrieken. Nu ziet iedereen dat we nog steeds bijna volledige werkgelegenheid hebben en de welvaart enorm is gestegen. Je moet niet alleen willen, maar ook durven. Veranderingen zijn altijd noodzakelijk, maar niets is onzekerder voor mensen dan verandering.”

Senseo

Overigens moet je technologie en innovatie goed van elkaar onderscheiden, vindt Hendriks. “De Senseo-koffiemachine is een mooi voorbeeld van een apparaat dat technologisch geen hoogstandje is, maar waar binnen de markt wel grote behoefte aan was. Soms

Harry Hendriks voorzitter van de directie van Philips Electronics Benelux, begon in 1976 bij Philips. Na verschillende internationale functies binnen het bedrijf kwam hij in 1995 terug naar Nederland om directeur marketing Europa te worden binnen de divisie Consumentenelectro-nica. In juni 2002 werd hij voorzitter van de Directie van Philips Electronics Nederland. Vanaf 1 januari 2009 Philips Electronics Benelux. Daarnaast is hij lid van het dagelijks bestuur van werkgeversorganisatie VNO/NCW en vice-voorzitter van Stichting Brainport.

heb je *break-away* innovaties, een nog niet bestaand product voor nog niet bestaande markten. Maar doorgaans gaat het om een gemanaged proces, met doelstellingen. De romantiek van de grote ideeën en uitvindingen spreekt natuurlijk erg aan. Maar innovatie is niet iets wat langskomt op een regenachtige middag. Toevalligheden kunnen een rol spelen. Maar veel vaker zijn de behoeften van onze klanten uitgangspunt om tot een nieuwe innovatie te komen.”

Focus op gezondheid

“Ons innovatiebeleid is erop gericht kennis te concentreren, om zo stappen vooruit te kunnen zetten. Wat we nu nodig hebben zijn oplossingen voor toekomstige problemen. Door de vergrijzing zullen de kosten voor gezondheidszorg oplopen en de aantallen chronisch zieken toenemen. We hebben in Nederland vermaarde universitaire ziekenhuizen, goed geneeskundig onderzoek. Op het vakgebied moleculaire geneeskunde bijvoorbeeld heeft Philips samenwerkingsverbanden met universiteiten en ziekenhuizen. Moleculaire geneeskunde kan de gezondheidszorg ingrijpend



“Duurzaamheid is een *no-brainer*, je hoeft er niet over na te denken”

>> veranderen. Het gaat dan om het vroegtijdig opsporen, behandelen maar ook preventie van ziekten zoals kanker en Parkinson. Zo zijn we nu bezig met de combinatie van een PET- en MRI-scanner. Dat geeft veel betere inzichten, omdat je de beelden van zachte en harde weefsels in één opname als het ware over elkaar heen kunt leggen. Dat scheelt enorm in de kosten en de beelden zijn ook van veel betere diagnostische kwaliteit. Licht heeft te maken met comfort en schoonheid, maar ook met energiezuinigheid, veiligheid en je prettig voelen, met gezondheid dus. Op die manier proberen we bij Philips innovatie in een breed perspectief te benaderen.”

Duurzaamheid en opkomende markten

Duurzaamheid is belangrijk voor Philips. “In het algemeen vinden we een innovatie die niet duurzaam is, geen goede innovatie. De meest duurzame landen zullen over tien jaar de meest concurrerende landen zijn. Duurzaamheid is met andere woorden een *no-brainer*, je hoeft er niet over na te denken. Philips zet bewust duurzame stappen. We hebben bijvoorbeeld een stofzuiger waarvan de buitenkant deels is gemaakt van gerecycled tapijt en van niet eetbare maïs. Voor ontwikkelingslanden hebben we de Woodstove en een solarlamp ontwikkeld. We richten ons bewust op de *bottom of the pyramid* en maken daar producten voor. In China worden voor grote projecten ledlampen voorgeschreven. Daarmee staan ze in één klap in de 21ste eeuw en wordt een fase overgeslagen. Opkomende markten vormen een zeer interessante afzetmarkt voor ons. De kunst van een innovatief bedrijf is om

steeds voorop te lopen en dat lukt ons daar net zo goed als hier. Philips is ook een sterk merk in opkomende markten als China en India. Vorig jaar stonden we op de 42ste plaats van bekendste merken ter wereld. Het enige Nederlandse bedrijf in de top 100.” ●

De favoriete innovatie van Harry Hendriks is **DirectLife**, de bewegingsmonitor van Philips. “Dit apparaatje meet je dagactiviteit. Je kunt jezelf via een computerprogramma vergelijken met anderen. Er zit ook een coach achter. Wij bewegen te weinig in de Westerse wereld. Philips zoekt naar producten die bijdragen aan gezondheid.”

