

‘Het gaat niet om geld, maar om het delen van kennis’

Voor een klein bedrijf is een elektronenmicroscop te duur. Bij Amolf kunnen ze er gebruik van maken.

Van onze verslaggever
Martijn van Calmthout

AMSTERDAM Het FOM-instituut Amolf in Amsterdam opende deze week een webwinkel, waar bedrijven uit het midden- en kleinbedrijf op zoek kunnen naar faciliteiten, apparatuur, bruikbare ideeën en deskundigheid. Op storeforscience.nl kunnen ze intikken wat ze zoeken en na gaan wat het onderzoeksinstituut, bekend om zeer fundamenteel fysisch onderzoek, eventueel voor ze kan doen. ‘Philips en Shell weten ons altijd wel te vinden, die kennen de onderzoekswereld goed. Voor kleine hightechbedrijfjes geldt dat veel minder’, zegt Amolf-directeur prof.dr. Albert Polman, zelf fysicus.

Wat hebt u als winkelier eigenlijk te bieden?

‘Bijvoorbeeld onze faciliteiten. Er staan hier peperdure apparaten, die



Albert Polman

Een handige manier om meer externe geldschietters te vinden?

‘Nee. Dit draait om de verantwoordelijkheid die je als overheidslab hebt om je kennis en middelen waar mogelijk te delen.’

Dat willen grote bedrijven als Philips toch ook?

‘Dan heb je het vrijwel altijd over veel grotere projecten, waarvoor je vaak een paar onderzoekers voor meerdere jaren moet aanstellen. Dat moet je allemaal keurig regelen in contracten en vertrouwelijkheidsclausules. Voor het mkb willen we het nadrukkelijk kleiner en losjes houden.’

Al iemand in de winkel gehad?

‘Vanochtend lanceerden we de site, vanmiddag meldde zich de eerste

derden in principe ook kunnen gebruiken, zoals elektronenmicroscopen. Als iemand daarmee wat plaatjes wil maken, horen we het graag.’

klant. Een bedrijfje in telecomonderdelen, nota bene hier in ons eigen sciencepark. Zonder de site hadden ze nooit aan ons gedacht, denk ik.’

En omgekeerd, wat hebt u eigenlijk aan zo’n webwinkel, als wetenschappelijk instituut?

‘Het geeft je zicht op zaken die je normaal wat vergeet in de wetenschappelijke omgeving. De vraag zoals het bedrijfje ons vandaag stelde, voerde terug naar ons eigen onderzoek van tien jaar geleden. Daar kijk je als wetenschapper niet snel meer naar, want er is niks meer over te publiceren. Maar eigenlijk beginnen de toepassingen nu pas te komen, en dus ook nieuwe vragen van bedrijven.’

Binnenkort zitten al uw duurbetaalde toponderzoekers hele dagen te praten met bedrijfjes die gratis kennis en faciliteiten komen halen. Kost dat niet gewoon geld?

‘Ja, maar het past als gezegd in onze missie om niet alleen goed onderzoek te doen, maar ook om de kennis beschikbaar te stellen. Bovendien: het eerste advies is gratis, maar als we vervolgspraken maken, moet de ontvanger natuurlijk wel de kosten vergoeden. Als de

vraag groter is dan verwacht is dat misschien een probleem, maar toch vooral een teken van succes.’

Dit kabinet eist een grotere vinger in de pap van de industrie in wetenschappelijk onderzoek. Is dit hoe u daaraan tegemoet komt?

‘Eerlijkheidshalve: nee. We hebben een jaar gewerkt aan onze webwinkel. We waren dus al bezig toen het kabinet zijn beleid formuleerde.’

Wat vindt u eigenlijk van die politieke nadruk op gebruikers?

‘Er wordt wat mij betreft te gemakkelijk gedacht dat een directe koppeling van onderzoek aan de wensen van de industrie altijd goed is voor het land. Op korte termijn natuurlijk wel. Maar je staat met lege handen als die projecten na een paar jaar klaar zijn en je geen fundamenteel onderzoek voor de lange termijn hebt gedaan. Juist dat onderzoek leidt tot nieuwe innovaties en producten. Het echte vernieuwende onderzoek is het enige waarmee we kunnen winnen van de Indiërs en de Chinezen.’

ADVERTENTIE

SVBmedia &
services
maakt...

**uw online
strategie zichtbaar**

www.svbmedia.nl