

NUMMER

GROEIEN BEGINT HIER.

53



**WAAR WIND OP ZEE BEGINT:
BUSS TERMINAL EEMSHAVEN**

**SAMEN GROEIEN WERKT:
DATA B. LAAT HET ZIEN**

**TOPDUTCH IN OSAKA:
OUDE BANDEN, NIEUWE KANSSEN**



2

Zes jaar geleden had ik eerlijk gezegd nog nooit van de RIS3 gehoord. Inmiddels weet ik: zonder die strategie zou het werk van de NOM er heel anders uitzien.

RIS3 staat voor Research and Innovation Strategy for Smart Specialisation – een mond vol, en dan klinkt RIS3 toch veel makkelijker. Het is een Europese strategie die regio's helpt om hun eigen kracht te herkennen en te versterken. In gewoon Nederlands: waar zijn we goed in, en hoe bouwen we daar samen verder aan?

Toen ik bij de NOM begon, zag ik dat we met z'n allen veel moois deden – investeren, innoveren, internationaliseren – maar niet altijd vanuit één overkoepelende visie. Een visie heeft een fundament nodig. En dat fundament vond ik in de RIS3 voor Noord-Nederland.

RIS3

Drenthe, Fryslân en Groningen hebben, samen met gemeenten, kennisinstellingen en ondernemers, onder leiding van het SNN een sterke gezamenlijke innovatiestrategie ontwikkeld. Vier grote transities staan daarin centraal:

- van lineair naar circulair,
- van zorg naar (positieve) gezondheid,
- van fossiel naar hernieuwbaar,
- en van analoog naar digitaal.

Deze transities vormen al jaren de basis onder ons eigen strategisch plan. Ze geven richting aan wat we doen bij de NOM: investeren in bedrijven die bijdragen aan de economie van morgen, het stimuleren

van innovatie bij het mkb, en het helpen van ondernemers die de stap naar het buitenland zetten of zich in Noord-Nederland willen vestigen.

Onlangs stond ik op de startbijeenkomst voor de nieuwe RIS3. Daar werd opnieuw duidelijk hoe belangrijk dit gezamenlijke kompas is. Ook collega's uit diverse Europese landen waren aanwezig om hun ervaring te delen en ons kritische vragen te stellen.

Er waren grote vragen of we zouden slagen om een gedragen noordelijke visie op de economie en brede welvaart te hebben voor 2050. Want dat vonden onze peers uit Europa een noodzakelijke voorwaarde voor een goede RIS3. Een ambitieuze vraag – maar precies de richting waarin we als regio moeten denken.

Ik nodig je daarom uit om mee te doen. De nieuwe RIS3 is niet iets van beleidsmakers alleen. Het is iets van ons allemaal: ondernemers, kennisinstellingen, overheden én organisaties zoals de NOM.

Tegelijkertijd realiseer ik me ook dat 25 jaar vooruitkijken op een heel breed thema best moeilijk is. Hopelijk lukt het wel om een jaar of zeven vooruit te kijken gefocust op het toekomstig verdienvermogen. Ik gun namelijk alle organisaties en mensen die hiermee bezig zijn een richtinggevende RIS3. Want alleen samen kunnen we werken aan een toekomstbestendig Noord-Nederland met een sterk verdienvermogen.

Dina Boonstra

boonstra@nom.nl

 www.linkedin.com/in/dinaboonstra



39

ROAD TO OSAKA



12

SMAKELIJK: DE VEENDAMMER



36

GAAF: MEDIAJUNGLE

en verder ...

- 5 Financiering voor Buss
- 8 De pitch van Butter Bridge
- 15 Samen Sterk Wonen Wagenborgen
- 16 De drijfveren van Koen Atema
- 18 Internationaal groeien?
- 19 Big in Japan
- 22 Onze acceleratieprogramma's
- 24 Health-innovatie in Noord-Nederland
- 25 Geld voor groei
- 26 De koers van CCU FWD
- 28 Greenwall blijft innoveren
- 30 Exit: Data B. Mailservice
- 33 Jaarplan 2026
- 34 De HTSM-sector bloeit
- 38 10 vragen aan Steven de Groot
- 42 Build4Performance versnelt

10

NOM + IFG + BUSINESS ANGELS



3 TIPS
UIT DIT
NUMMER

- 1 Luisteren verkoopt beter dan zenden (blz.8).
- 2 Innovatie begint altijd bij mensen (blz.16).
- 3 Grenzen verleggen? Kies bewust (blz.18).

NOMMER is een magazine van N.V. NOM en speciaal bedoeld voor relaties en iedereen die geïnteresseerd is in de activiteiten van de investerings- en ontwikkelingsmaatschappij voor het Noorden. NOMMER is open, toekomst- en resultaatgericht en beschrijft de economische ontwikkelingen, de ondernemingsgeest, en het leven en werken in Groningen, Friesland en Drenthe.

Verspreiding: gratis onder alle relaties van N.V. NOM.

Redactie: Communicatie N.V. NOM, Manisch Creatief.

Eindredactie: Annemarie Atema, atema@nom.nl.

Idee, art direction en realisatie: Manisch Creatief.

Tekstbijdragen: Amber Boomsma, Dina Boonstra, Manisch Creatief, Folkert van der Glas, Steven de Groot, IO+ | Innovation Origins, Annette Jonkhoff, Amarenske Klatter, Richard Kootstra, Christian van der Nat, Annemieke Westerdijk, Celia Williams.

Fotografie: Douwe de Boer, Hans van Dijk (cover), Mascha Elzinga, Alfred Oosterman, Celia Williams, Ronnie Zeemering, Ronald Zijlstra.

4

Drukwerk: Scholma Print & Media.

Oplage: papier 2.500, digitaal 945.

Rechten: Niets uit deze uitgave mag worden overgenomen, vermenigvuldigd of geproduceerd zonder schriftelijke toestemming van de N.V. NOM of andere auteursrechthebbers. Alle gegevens zijn onder voorbehoud, en er kunnen geen rechten aan worden ontleend.

NOMMER is een uitgave van N.V. NOM, Investerings- en Ontwikkelingsmaatschappij voor Noord-Nederland. Paterswoldseweg 810, Groningen. Telefoon (050) 521 44 44, communicatie@nom.nl, www.nom.nl

Cover: Samenwerken maakt dat je stappen kunt zetten. Op de cover van links naar rechts: Johannes Offringa (Rabobank), Gijs Vermeer (Groninger Groeifonds), Marc Wegman (Buss Terminal), Erik Bertholet (Groningen Seaports) en Betty Postma (NOM).

De NOMMER is gedrukt op houtvrij offset, FSC Mix Credit gecertificeerd. De folie waarin de NOMMER bij verzending per post wordt aangeboden is bio based 12 mu folie. Deze folie is voor meer dan 80% gemaakt uit hernieuwbare grondstoffen zoals suikerriet en is minder milieubelastend, maar niet biologisch afbreekbaar.

November 2025

GROEIEN BEGINT HIER: CARRIÉREPORTAAL VOOR WERKEN IN NOORD-NEDERLAND

Groeien begint hier is meer dan een vacaturesite. Het platform laat zien waar je als professional, starter of carrièreswitcher écht het verschil kunt maken in Noord-Nederland. Op het platform vind je vooruitstrevende bedrijven met toekomstperspectief. Bedrijven die niet alleen zelf willen groeien, maar ook hun mensen en de regio willen laten meegroeien.

Het portaal is een initiatief van de NOM, de FOM (Friese Ontwikkelingsmaatschappij), het Groninger Groeifonds en het MKB Fonds Drenthe. Met het platform ondersteunen zij hun participaties bij het aantrekken van goed personeel en het vergroten van hun zichtbaarheid als werkgever.

Op Groeien begint hier komen vacatures van deze bedrijven samen. Bezoekers kunnen er gericht zoeken, rechtstreeks contact opnemen met werkgevers en zich breed oriënteren op de arbeidsmarkt in het Noorden.

Sinds de start van de online campagne in mei 2025 zijn de eerste resultaten positief: de campagne werd in totaal 267.852 keer weergegeven, en er werd ruim 5.700 keer doorgelinkt naar de website. Daarmee groeit de bekendheid van het platform en vinden steeds meer mensen hun weg naar noordelijke carrièremogelijkheden.

Groeien begint hier draagt bij aan een sterker, zichtbaarder en toekomstgericht Noord-Nederland, waar talent en ondernemers elkaar weten te vinden. Ook het verschil maken? Scan de QR-code.



Een baan
die meegroeit
begint hier.

- ✓ Vacatures
- ✓ Opleidingen
- ✓ Inspiratie

BUSS TERMINAL EEMSHAVEN: EEN STILLE KRACHT IN DE ENERGIETRANSITIE



Marc Wegman

managing director van Buss Terminal Eemshaven

5

Terwijl de meeste aandacht uitgaat naar de imposante windturbines op zee, speelt zich in de Eemshaven een minstens zo belangrijk deel van de energietransitie af. Daar werkt Buss Terminal Eemshaven al jaren gestaag aan iets groots – letterlijk én figuurlijk.

Het is een typisch voorbeeld van een bedrijf met een belangrijke rol voor de regio, waar je eigenlijk veel te weinig over hoort. Buss Terminal Eemshaven is namelijk een belangrijke logistieke uitvalsbasis voor veel grote windparken in het Noordzeegebied. En met een miljoenen-investering moet die rol straks nog groter en belangrijker worden. Hoog tijd dus voor een kennismaking. 'Voor ons is de Eemshaven een unieke plek en echt het centrum van de energietransitie. Niet alleen vanwege de locatie, maar vooral door de gezamenlijke drive.'

Buss Terminal Eemshaven is sinds 2011 de logistieke base harbour voor bijna 20 grote windparken in het Noordzeegebied. Het bedrijf is bijvoorbeeld betrokken bij de grootste windmolenparken in Denemarken

en Duitsland en verzorgt de op- en overslag en de pre-assemblage van grote onderdelen voor de windparken op zee. Die verschillende onderdelen worden opgehaald door een installatieschip en naar de plek gebracht waar het windpark gebouwd wordt. Een belangrijke rol dus, niet alleen voor de energietransitie, maar ook voor de concurrentiepositie van de Eemshaven.

Strategische ligging

Buss Group is van origine een Duits bedrijf en is actief in verschillende havens in het Noordzeegebied. De keuze voor een terminal in de Eemshaven in 2011 was volgens Marc Wegman, managing director van Buss Terminal Eemshaven, al snel gemaakt. 'We hebben hier een directe en open verbinding met de Noordzee. De schepen hoeven dus niet eerst door sluisen te varen, zoals dat het geval is bij sommige andere havens. In Noord-Duitsland heb je ook wel havens met een directe zeeverbinding, maar die liggen verder van de windparken af, dus daarmee heeft de Eemshaven een hele strategische ligging voor ons.'

En de directe verbinding met de Noordzee wordt volgens Wegman de komende jaren alleen maar belangrijker. 'Het opwekvermogen van windturbines wordt steeds groter. In het begin was dat een keer 3 megawatt, maar de grote fabrikanten zitten inmiddels al boven de 20 megawatt. De top van een windturbine wordt daarmee dus steeds zwaarder en dat geldt ook voor alles eronder.'



Je merkt echt dat de mindset is om circulaire en renewable energy bedrijven aan te trekken.

Marc Wegman
managing director Buss Terminal Eemshaven



6

Op de foto van links naar rechts: Johannes Offringa (Rabobank), Gijs Vermeer (Groninger Groeifonds), Marc Wegman (Buss Terminal), Erik Bertholet (Groningen Seaports) en Betty Postma (NOM)

>

Grotere schepen en zwaardere componenten

Dat zorgt er natuurlijk voor dat de schepen die al deze onderdelen moeten vervoeren, ook steeds groter en zwaarder worden. 'Inmiddels zijn de schepen al zo groot en de componenten zo groot en zwaar, dat de directe zeeverbinding en een daarvoor verzwaarde terminal de enige optie is. Dat is op zich natuurlijk goed nieuws voor ons, maar dat betekent tegelijkertijd ook dat we ervoor moeten zorgen dat we onze klanten ook de komende jaren kunnen blijven bedienen. Daarvoor moeten we onze kade in de Julianahaven verzwaren en de bodem verbeteren, zodat we de toenemende vraag naar capaciteit ook aankunnen.'

De huidige capaciteit van de Buss-kade in de Julianahaven is 6 tot 20 ton per vierkante meter. 'Het nieuwe gedeelte van de kade krijgt een capaciteit van 40 ton per vierkante meter en hiermee zijn we dan een van de eerste havens met deze capaciteit', vervolgt Wegman. 'Daarmee hebben we ruime marges in de componenten die de komende jaren gaan komen en zijn we goed voorbereid op de toekomst. Dat vergt natuurlijk wel eerst een grote investering, die onderaan de streep ook terugverdiend moet worden, dus dat was voor ons ook de aanleiding om op zoek te gaan naar externe financiering. We zijn erg blij met het vertrouwen van alle betrokken partijen.'

Eemshaven-ecosysteem

'Voor ons is de Eemshaven een unieke plek en echt het centrum van de energietransitie', zegt Wegman. Niet alleen vanwege de locatie, maar vooral ook door de gezamenlijke drive. Je hoeft hier maar uit het raam te kijken, dan zie je de LNG Terminal en RWE die bezig zijn met waterstof en verduurzaming, en je merkt ook echt dat de mindset is om circulaire en renewable energy bedrijven aan te trekken.'

'Je bent als bedrijf snel geneigd om alleen naar jezelf en je eigen terrein te kijken, maar de belangrijkste les die je hier al snel leert is om ook je omgeving zoveel mogelijk mee te nemen in de beslissingen die je maakt', vervolgt Wegman. 'We zitten hier met een grote groep bedrijven en die wil je ook niet in de weg gaan zitten met de bouw van de verzwaring van de kade, dus we doen er ook alles aan om voor zo min mogelijk overlast te zorgen.'

Mensenwerk

Maar achter al die indrukwekkende projecten schuilt vooral het vakmanschap van de mensen op de kade. 'We kunnen hier op kantoor wel van alles verzinnen voor de projecten en alles wat we om de projecten heen doen op de terminal, maar uiteindelijk gaat het om onze mensen die dag in, dag uit en in weer en wind op de kade staan',



vervolgt Wegman. 'Want geloof me, de regen kan hier in de Eemshaven soms horizontaal uit de lucht komen. Ik ben ook echt heel trots op de cultuur van innovatie en veiligheid die we hier binnen ons bedrijf hebben, met gedreven mensen die in alles meedenken en dingen vanaf de werkvloer initiëren.' Volgens hem is dat ook de reden dat het ziekteverzuim en de doorloop extreem laag zijn. 'Onze mensen zijn het allerbelangrijkst, en dat weten ze gelukkig ook', vult hij aan.

'Dat medewerkers centraal staan is ook altijd ons uitgangspunt, in plaats van alleen maar kijken naar de marges', zegt Wegman. 'We nemen natuurlijk materiaal aan dat enorm veel waarde heeft voor onze klanten en als een schip lang aan de kade ligt, dan kunnen de kosten ook snel oplopen. Maar als er iets is wat vertraging oplevert, dan zullen we nooit tegen onze mensen zeggen dat ze dan maar sneller moeten werken, omdat het ons anders te veel geld kost. Als het niet veilig kan, dan duurt het maar wat langer en dan is dat wat het is. Je grootste asset is niet je materieel, het zijn je mensen. Daar moet je goed voor zorgen en dat is iets wat je nooit uit het oog mag verliezen.'

MILJOENENINVESTERING

De gezamenlijke financiering komt van Groningen Seaports, de Rabobank, het Groninger Groeifonds en de NOM, met een aanvullende CINEA EU-subsidie. 'Hoewel de NOM bekend staat om haar betrokkenheid bij startup- en scale-upbedrijven, zetten we ons ook graag in voor gevestigde en innovatieve mkb-bedrijven' zegt Betty Postma, investment manager bij de NOM. 'Buss Terminal Eemshaven is daar een uitstekend voorbeeld van. Het bedrijf heeft een indrukwekkende klantenportefeuille opgebouwd en is reeds betrokken bij de realisatie van meer dan 10 windmolenparken op zee. Met deze investering kan Buss Terminal Eemshaven als base harbour haar bijdrage leveren aan het versnellen van de energietransitie. Dankzij de sterke samenwerking tussen alle investeerders is deze kapitaalintensieve investering mogelijk geworden.'

'Met de bodemverbetering en de verzwaring van de kade aan de Julianahaven heeft de Eemshaven straks twee zogenaamde heavy-duty areas', zegt Erik Bertholet, business manager logistics & offshore wind van Groningen Seaports. 'Met de nieuwe kade kan Buss straks twee schepen tegelijk bedienen en daarmee levert het een grote bijdrage aan de positionering van de Eemshaven in de offshore wind-sector, dus dat was voor ons ook de aanleiding om mee te financieren.'

'Buss is door haar strategische ligging een belangrijke, maar vaak onderbelichte schakel in de energietransitie', aldus Johannes Offringa, senior accountmanager grootzakelijk van de Rabobank. 'We werken alweer vele jaren nauw samen met Buss en we hebben ze kunnen helpen met verschillende financiële beslissingen. Daarom zijn we blij dat we ook nu weer kunnen bijdragen aan deze belangrijke stap voor de toekomst, waarbij de NOM en het Groninger Groeifonds bereid waren het laatste deel van de investering op zich te nemen.'

Dat Buss een belangrijke schakel is in de offshore windsector, was ook voor het Groninger Groeifonds een belangrijke reden om mee te financieren. 'Met deze investering kunnen we als Groninger Groeifonds een belangrijke bijdrage leveren aan de regionale economie', zegt Gijs Vermeer, investment manager van het Groninger Groeifonds. 'En daarnaast kunnen we hiermee de strategische positie van de Eemshaven voor offshore windenergie ook in de toekomst waarborgen.'

Bezoek de website
voor meer informatie.





'WE WILDEN DE TAAL VAN INVESTEERDERS LEREN BEGRIJPEN'

8

Butter Bridge wil kritieke materialen terugwinnen uit industriële reststromen. Het bleek lastig om het verhaal van de startup helder over te brengen op investeerders. Het Investor Readiness Program (IRP) moest uitkomst brengen. 'Onze pitch is vrij hardhandig aangepast.'

Het is een zonnige ochtend als Steef Steeneken en Harmen Oterdoom in een kantoor op industrieterrein Oosterhorn, ten zuidoosten van Delfzijl, zitten. De ruimte heeft iets provisorisch, zoals je vaker ziet bij startups. 'Dit is een beetje ons thuishonk geworden', glimlachen de oprichters van Butter Bridge. Nog wel, want binnenkort gaan ze verhuizen.

'We vestigen ons straks in het Chemport Innovation Centre', vertelt Steef. 'Dat was al vanaf het begin één van onze wensen. Omdat je daar met meerdere innovatieve partijen bij elkaar zit. Bovendien is de regio gunstig voor onze activiteiten. Je hebt de havenaansluiting en

ook bevind je je in de directe nabijheid van partijen die veel kennis hebben van hoog temperatuur processen. En dat is precies waar wij ons met Butter Bridge ook mee bezighouden: het recyclen van kritische grondstoffen met behulp van hoge temperaturen en groene stroom.'

Meer concreet: Butter Bridge wil waardevolle metalen als koper, nikkel en zink terughalen uit industrieel afval dat Nederland normaal gesproken exporteert. Deze reststromen belanden nu veelal in containers naar landen als India en Vietnam, waar ze onder slechte omstandigheden worden verwerkt', licht Harmen toe. 'Vervolgens koopt Europa dezelfde materialen weer terug van China en Rusland. Een bizarre situatie, natuurlijk.'

Eerst bewijzen

De startup wil deze kringloop doorbreken met elektrische ovens die tot 2000 graden Celsius kunnen worden verhit. Het slimme zit vooral in de aanpak: verschillende soorten industrieel afval achter elkaar verwerken in dezelfde installatie. Elke individuele afvalstroom is te klein om er een hele commerciële fabriek voor te bouwen, maar door ze te combineren wordt het wel rendabel.

Harmen Oterdoom



Om hun plannen te verwezenlijken is logischerwijs financiering nodig. Het aantrekken van investeerders bleek echter uitdagender dan verwacht. 'In je enthousiasme loop je overal snel naar binnen', erkent Harmen. 'Maar je staat net zo snel weer buiten. Aanvankelijk wilden we meteen een commerciële fabriek bouwen, maar investeerders vonden ons verhaal te complex en onze plannen te kapitaalintensief.'

De les was duidelijk: eerst bewijzen dat het werkt, dan pas opschalen. Een stap terugdoen dus en met een Proof of Concept installatie laten zien dat ze het voor elkaar kunnen krijgen. Maar toch: het maakt het verhaal van Butter Bridge misschien wel begrijpelijker, maar nog niet per se aantrekkelijker voor investeerders die doorgaans kortere ontwikkeltijden, lagere initiële investeringen en een snellere return on investment prefereren.

Dynamiek doorgronden

Hoe verder? Die uitdaging bracht Steef en Harmen uiteindelijk bij het Investor Readiness Program (IRP) van de NOM. Het IRP is een op maat gemaakt programma voor startup-founders die willen leren hoe ze succesvol investeerders kunnen aantrekken. Het helpt hen onder andere om de dynamiek van het investeringsproces te doorgronden en hun verhaal daar beter op af te stemmen.

'Voor ons was het vooral belangrijk om de taal van investeerders te leren begrijpen', vertelt Harmen over de reden om aan het IRP deel te nemen. 'Als je daar niet dagelijks mee bezig bent, is dat soms abracadabra als je met elkaar in gesprek bent. We hoeven echt geen financieel expert te worden, maar we willen wel weten waar het over gaat. Het is net als zakendoen met Fransen. Het is makkelijker als je een beetje Frans spreekt. Je moet gewoon je best doen om met hen te communiceren en te laten zien dat jij hen wilt begrijpen.'

Frustratie

Harmen en Steef kennen elkaar van de toenmalige studie Mijnbouw-kunde en Petroleumwinning aan de TU Delft. Het contact is altijd gebleven, ondanks verschillende carrièrepaden in de wereld van de metallurgie.

'We waren beiden al vanaf het begin van onze loopbaan flink gefrustreerd geraakt door het feit dat wij in Europa industrieel afval wegschuiven naar landen met slechtere arbeids- en milieumomstandigheden', betoogt Steef. 'Terwijl we zelf een luxe levensstijl handhaven. In de jaren 80 en 90 was het: doe die kleine processen maar weg, dan hebben we dat gezeik niet. Nu is het de hele dag cherry picking. Die reststroom wel, daar een beetje van en die niet. Alleen: die luxe hebben we niet meer.'

Die frustratie was een voorname drijfveer achter het oprichten van Butter Bridge. Daar komt bij: de huidige wereldpolitieke ontwikkelingen maken het steeds belangrijker om voor kritieke metalen minder afhankelijk te worden van Rusland en China.

Toch bleek het dus niet eenvoudig om investeerders te overtuigen. Vooral omdat het technische concept vaak lastig te doorgronden was voor niet-technen. Het IRP bracht Harmen en Steef terug naar de basis: hoe vertel je je verhaal zo dat investeerders het begrijpen?

Leren en luisteren

Inmiddels hebben ze het hele programma doorlopen. Wat heeft het hen tot dusver gebracht? 'Het IRP heeft mij geleerd dat je het wiel niet opnieuw hoeft uit te vinden', zegt Harmen. 'Overal waar je tegenaan loopt denk je vaak: wat overkomt mij nu? Maar tijdens gesprekken met de andere deelnemers kom je er snel achter dat jouw problemen niet uniek zijn. Founders staan vaak voor dezelfde uitdagingen. Tegelijkertijd leer je hulp te vragen en te accepteren. Je hoeft het niet alleen te doen. Met andere woorden: je moet open blijven staan voor feedback en de input van anderen.'

En dan het verhaal van Butter Bridge richting investeerders, in hoeverre is dat sinds het IRP gewijzigd? Behoorlijk, zo blijkt. 'Leonie Ebbes, business developer van de NOM, heeft ons enorm meegeholpen', geeft Steef aan. 'Net zo lang tot ze het zelf helemaal snapte. Ja, onze pitch is vrij hardhandig aangepast. Het heeft ertoe geleid dat wij ook onze uitdagingen nu beter en toegankelijker kunnen verwoorden. Ik ben ervan overtuigd dat we door onze deelname aan het IRP eenvoudiger bij investeerders aan tafel komen. Het laat immers zien dat je bereid bent om te leren en te luisteren. Investeerders hebben geen zin in founders die koppig hun eigen gang gaan en het telkens beter denken te weten.'

Gas geven

Afgelopen maart, kort voor de start van het IRP, kreeg Butter Bridge de beschikking over een elektrische Proof of Concept oven. Met de installatie, door Steef en Harmen zelf samengesteld, wil het bedrijf na de verhuizing beginnen met het op pilotschaal terugwinnen van kritieke materialen uit industriële residuïstromen.

'De financiering blijft natuurlijk een ding', stelt Harmen. 'We zijn echt op zoek naar lange termijn investeerders die onze industrie snappen. Momenteel zijn we druk in de weer om een RVO-subsidie toegekend te krijgen. Als het lukt, is de kans groot dat er ook snel een cofinanciering volgt. Lukt de subsidie niet, dan blijven we gas geven en hopen dat iemand op onze trein springt.'



Steef Steeneken



Niels Palmers | business developer
NOM T +31 6 174 252 05 | E palmers@nom.nl



INVESTEREN MET IMPACT:

NOM EN IFG BOUWEN AAN NOORDELIJK ANGEL-NETWERK

10

Door business angels te verenigen in een actief netwerk, willen NOM en IFG het noordelijke investeringslandschap versterken. Samen met Arches Capital wordt gewerkt aan een formule die zowel de angels als vroege fase startups ten goede komt.

'Wanneer business angels hun krachten bundelen, kunnen ze veel meer impact maken dan alleen', stelt Daan Verhorst, investment manager bij de NOM. 'Nu opereren ze vaak versnipperd en zijn ze soms lastig te vinden, zowel voor ons als voor startups. Samen met IFG willen we daar verandering in brengen door in Noord-Nederland een actief netwerk op te bouwen.'

Business angels, ook wel informele investeerders genoemd, spelen een voorname rol in het investeringslandschap. Met name voor startups in een heel vroege fase zijn ze een belangrijke, zo niet de belangrijkste, bron van financiering. Het zijn meestal oud-ondernemers die zelf succesvol hun bedrijf hebben opgebouwd of verkocht en nu een deel van hun vermogen, ondernemerservaring en netwerk inzetten om startups vooruit te helpen, met een deel van de aandelen in het bedrijf als tegenprestatie.

Persoonlijk en hands-on

Business angels investeren doorgaans bedragen tussen de € 25.000 en € 350.000 per startup, precies in die kritieke fase waar familiekapitaal niet meer toereikend is en het voor venture capital-fondsen nog te vroeg is om in te stappen. Hun toegevoegde waarde gaat verder dan alleen het verstrekken van kapitaal. De betrokkenheid van business angels is vaak persoonlijk en hands-on en niet zelden fungeren ze voor jonge startup ondernemers als sparringpartner en coach. Door hun ervaring en specifieke sector kennis kunnen ze bedrijven al in een vroeg stadium wijzen op valkuilen en deuren openen die anders gesloten blijven.

In Noord-Nederland zijn er, verspreid over de hele regio, tal van business angels actief. De NOM en IFG kennen er veel, maar nog lang niet allemaal. Duidelijk is dat ze nog te vaak als eenlingen opereren. Terwijl ze hun slagkracht flink zouden kunnen vergroten wanneer ze zich organiseren.

'De meeste individuele angels kunnen hooguit een portfolio opbouwen van zo'n vier of vijf participaties', zegt Jan Timmer, verantwoordelijk voor de fondsstrategie van de NOM en IFG. 'Er zijn er maar weinig die in hun eentje € 500.000 in één startup investeren. Voor venture capitalists begint het daar pas. Door samen te werken kunnen angels hun investeringen spreiden, risico's verminderen en elkaars expertise benutten. Dat is beter voor henzelf, voor de startups én voor het regionale ecosysteem.'

Syndicaat van angels

Voor de NOM en IFG alle reden om eens te onderzoeken hoe Noord-Nederlandse business angels zich meer kunnen verenigen. Zo kwamen ze terecht bij Arches Capital, een syndicaat van angels dat in 2018 door Frank Appeldoorn, Diederik Stolk en Lotte Smit van Ditshuizen werd opgericht. Het verbindt ongeveer 100 business angels en combineert hun kennis, netwerk en kapitaal om te investeren in startups in de Benelux, met een sterke focus op B2B-softwarebedrijven in de vroegste fase. Daarbij wordt een gestructureerd selectie- en investeringsproces gehanteerd met meerdere pitchsessies. De 'Arch-angels' betalen een lidmaatschapsfee voor toegang tot de dealflow, terwijl Arches Capital het onderhandelings-, juridische - en fiscale werk voor haar rekening neemt.

'De angels mogen dus doen wat ze leuk vinden', glimlacht Frank Appeldoorn. 'Dat is spreken met de ondernemers. Wij verzorgen achter de schermen de rest. De angels zijn uiteraard nauw betrokken bij de validatie en de begeleiding van de portfolio-bedrijven. Arches Capital mag dan wel zijn opgebouwd uit business angels, maar we stellen ons op als venture capitalist. Startups krijgen zo het beste van twee werelden: de professionaliteit en structuur van een venture capitalist, gecombineerd met de compassie, het pragmatisme en de praktijkervaring van business angels. En alles is gericht op de vervolgronde. Wat venture capitalists nagenoeg altijd doen, maar door business angels nog weleens wordt nagelaten.'

Arches Capital Fund

Deze aanpak blijkt succesvol. Zo heeft Arches Capital inmiddels al in 23 veelbelovende startups geïnvesteerd. Ook Daan is enthousiast over het model. 'De door het team van Arches Capital geselecteerde startups gaan pitchen voor angels die verstand hebben van de betreffende business. Na een eventuele investering zijn deze angels in de lead als het gaat om het begeleiden van het bedrijf en het ontsluiten van het netwerk. Die specifieke sector-kennis wekt vertrouwen, waardoor andere angels sneller geneigd zijn om mee te liften. Bij een volgende case kan het net andersom zijn. Dat functioneert gewoon heel goed.'

In het voorjaar van 2024 lanceerde Arches Capital een heus fonds van € 20 miljoen, waarvan destijds al € 17,5 miljoen binnen was. Nu, ruim een jaar later, is dat gegroeid naar € 21,7 miljoen.

Het Arches Capital Fund is bedoeld voor pre-seed en seed-investeringen van € 250.000 tot € 1 miljoen. Doel is om de komende jaren met het fonds in twintig nieuwe startups te investeren en meerdere vervolgrondes te doen. Ook de NOM en IFG investeren mee. Of meer precies: 10% van het fonds is door de NOM en IFG gefinancierd. Simpelweg omdat het ook voor Noord-Nederland interessante mogelijkheden biedt.

Katalysator

'Het streven is dat bij een eerste investering zo'n driekwart van het kapitaal door de angels op tafel wordt gelegd en een kwart door het fonds', legt Jan uit. 'Bij vervolgrondes hebben angels die al eerder investeerden het recht om pro-rata mee te doen, dus evenredig aan hun aandeel. Als zij besluiten dat niet te doen, bijvoorbeeld om hun portefeuille te spreiden, springt het fonds bij om dat deel op te vangen. Op die manier bouw je een onderneming razendsnel op. Je hoeft een groot deel van het kapitaal niet meer elders op te halen, waardoor je snel kunt schakelen. Als je een vergelijkbaar mechanisme naar Noord-Nederland haalt, kan het voor business angels heel aantrekkelijk zijn om zich daarbij aan te sluiten. Sterker nog, het kan als een katalysator werken voor het organiseren van business angels in onze regio. Want dat is waar we uiteindelijk naartoe willen.'

Lange adem

Maar ja, het opzetten van een gestructureerd regionaal programma voor samenwerking met en tussen business angels gaat niet zomaar. Het is een weg van de lange adem. Zo moet er een slimme balans komen tussen de samenwerking met Arches Capital en het opbouwen van een zelfstandig functionerend netwerk in Noord-Nederland. Daarbij gaat Frank de nodige ondersteuning bieden, uiteraard.

'Een aantal van onze leden is afkomstig uit het Noorden', vertelt hij. 'Dus die kunnen we goed aansluiten. Daarna is het een kwestie van actief blijven en zorgen voor continuïteit. We willen minimaal eens per kwartaal, het liefst op maandelijkse basis, in Noord-Nederland een event organiseren. In de vorm van bijvoorbeeld kennissessies en masterclasses. Maar bovenal moet je ervoor zorgen dat je een goede dealflow hebt. Als dat het geval is, dan gaat het absoluut lopen.'

Waardevolle partners

In de kern hebben de NOM, IFG en business angels hetzelfde doel: hun kennis, kapitaal en netwerk inzetten om ondernemingen te doen groeien. Vandaar ook dat de NOM en IFG veel potentie zien in een goed georganiseerd netwerk van business angels in Noord-Nederland. 'Business angels zijn voor ons waardevolle partners in het financierings-landschap', benadrukt Daan. 'Daarom willen we graag onze dealflow met hen delen, toegang bieden tot ons brede netwerk en samen werken aan een sterker regionaal startup ecosysteem. Business angels die geïnteresseerd zijn of meer willen weten mogen dan ook altijd contact met mij opnemen.'

VEENDAMMER KAAS MET MAGNESIUMZOUT VAN NEDMAG



Ingmar Veneman | De Venehoeve

Wilfred Lijnbach | salesmanager Food Nedmag

Nedmag heeft in De Venehoeve haar Noord-Nederlandse partner gevonden voor het ambachtelijk produceren van de Veendammer, een kaas die is verrijkt met hun magnesiumzout. Het is een gezondheidsvoordeel dat deze kaas minder traditioneel zout en meer mineralen bevat. Al is het belangrijkste dat de makers er in geslaagd zijn om een smakelijk product te ontwikkelen. 'Voor een lekkere kaas komen mensen terug en dat is nodig om de Veendammer landelijk op de kaart te zetten', zegt ondernemer Ingmar Veneman.

We treffen elkaar na drie geslaagde open dagen van De Venehoeve, een veelzijdig boerenbedrijf in 2e Exloërmond. Op het erf van de biologische melkveehouderij verrees dit jaar een gloednieuw onderkomen voor de kaas- en zuivelmakerij van Ingmar, om verder te kunnen professionaliseren en opschalen. Al sinds 2016 maakt zij met haar team kazen en zuivelproducten van verse melk die afkomstig is van de eigen koeien. Deze producten verkocht ze eerder – samen met een breder biologisch assortiment – in haar boerderijwinkel in Stadskanaal. Nu komt alles samen in een modern bedrijfspand met een sfeervolle winkel op het eigen erf. De Venehoeve nieuwe stijl, waar dit najaar ook de Veendammer kaas samen met Nedmag is gepresenteerd.

‘Wat die kaas betreft, komt ook voor ons alles samen bij De Venehoeve’, zegt Wilfred Lijnbach, salesmanager Food bij Nedmag. ‘Wij waren al een poosje op zoek naar een Noord-Nederlandse productiepartner voor de Veendammer, omdat deze kaas een prachtig voorbeeld is van smaakvolle voedingsmiddelen met magnesiumzout. Ons product Novasal is kansrijk voor de voedingsindustrie om te kunnen voldoen aan zoutreductie, passend binnen de doelstellingen van het Nationaal Preventieakkoord. Het traditioneel gebruikte natriumzout kan bij overmatige consumptie onder andere leiden tot hoge bloeddruk, terwijl magnesiumzout juist een waardevol mineraal is voor de gezondheid. Door de andere smaakbeleving kan Novasal het natriumzout niet volledig vervangen, maar afhankelijk van het voedingsproduct is 30 tot 40 procent mogelijk. Dat is al een mooie gezondheidswinst.’

Elkaar versterken

Binnen de voedingsindustrie richt Wilfred zich op gebruik van magnesiumzout voor een grote variëteit aan producten. ‘Denk vooral aan soepen, vlees, vis, tomatensauzen, broodproducten en zeker ook aan kaas. Novasal doet het goed bij alles met umami, een volle smaak die ook typerend is voor gerijpte kazen. Samen met partners deden wij al langer onderzoek naar de toepassing van magnesiumzout bij kaasproductie en een proef bij kaasboerderij Slob in Zuid-Holland heeft geleid tot de ontwikkeling van de Veendammer kaas. Het was vooral een promotieproduct, maar we kregen steeds vaker de vraag waar het verkocht werd. Voor ons reden om verder te ontwikkelen met een



Theo Wildeboer | kaasmaker

Noord-Nederlandse productiepartner en die vonden we in De Venehoeve, op nog geen half uur rijden van Veendam, prachtig aan de rand van de veenkoloniën.’

Die toepasselijke ligging is mooi meegenomen, maar belangrijker was een partnerschap met gedeelde visie, vertrouwen en een klik. Ook daarin vonden Nedmag en De Venehoeve elkaar. Ingmar zegt daarover: ‘We zagen meteen mogelijkheden elkaar te versterken en voor ons was de timing perfect. We hadden hier net een grote investering gedaan om onze kaas- en zuivelmakerij flink te moderniseren en op te schalen. Wij willen ons nog sterker onderscheiden met unieke producten en de Veendammer is echt iets speciaals waar wij toekomst voor zien. Nedmag had al veel onderzoek gedaan, terwijl wij veel ervaring hebben met ambachtelijke productie. Werken met verse melk vraagt een andere aanpak dan in de fabriek. Wij zitten hier dicht op het proces en zorgen zo voor de verfijning die je in de smaak van de kazen terug proeft. Zeker ook in de Veendammer.’

Ambachtelijke touch

Kaasmaker Theo Wildeboer – die sinds het voorjaar bij De Venehoeve werkt – vond het een mooi proces om de Veendammer kaas met Nedmag te finetunen. ‘We konden goed sparren en van elkaar leren. Hun kaasspecialist heeft onderzoek gedaan op basis van fabrieksomstandigheden, terwijl wij ambachtelijk werken. Als je tien kaasmakers hetzelfde recept geeft, komen er tien kazen uit die nét even anders smaken. Dat komt omdat ze allemaal een eigen touch hebben in hun werkwijze. Elke stap in het proces heeft invloed en werken met magnesiumzout beïnvloedt dat proces ook. Kaas komt standaard in een pekelbad voor de smaak, de rijping en de houdbaarheid. Met magnesiumzout is het effect anders en daar had Nedmag al een eerste standaard voor ontwikkeld. Toch hebben wij de samenstelling en de duur van het pekelbad nog wat bijgesteld, om de kaas echt helemaal tot zijn recht te laten komen.’

>





Nedmag had al veel onderzoek gedaan, terwijl wij veel ervaring hebben met ambachtelijke productie.

Ingmar Veneman, De Venehoeve

14

- > 'Zij kunnen dat', beaamt Wilfred. 'Bij de jaarlijkse Zuivelkeuring Noord-Oost Nederland zijn in september zowel de kaas als de yoghurt en boter van De Venehoeve beloond met het gouden certificaat. De Veendammer heeft nog niet meegedaan, maar heeft wat ons betreft diezelfde potentie. De zoutreductie is daarbij een uniek voordeel, al geeft de smaak uiteindelijk de doorslag, ook voor de consument.' Ingmar knikt. 'Ik zei eerder al: voor een lekkere kaas komen mensen terug. Daarom wilden wij geen concessies doen aan de smaak van de Veendammer. Voor Theo was het meteen een mooie uitdaging om met magnesiumzout tot een goed resultaat te komen.'

Op de kaart zetten

Hoe dat resultaat is uitgepakt, mogen de mensen zelf proeven. 'Wat we alvast kunnen zeggen, is dat magnesiumzout de kaas iets smeuijger maakt. En de smaak komt het beste tot zijn recht bij belegen of oudere kazen, dus ze liggen hier na bereiding minimaal zestien weken in de kelder te rijpen.' Terwijl de eerste serie Veendammers op smaak komt, werkt het Venehoeve-team in samenspel met Wilfred en zijn Nedmag-collega's van business development en marketing aan de doorontwikkeling van andere kaasvarianten met magnesiumzout én het op de kaart zetten van de Veendammer. 'We zijn in gesprek met Udea, een groothandel in biologische levensmiddelen met landelijke dekking die bekend is van Ekoplaza. In de voedingsindustrie vergt het een lange adem om ertussen te komen met iets nieuws, maar met deze kaas hebben we echt iets onderscheidends.'

De verse melk waar **De Venehoeve** haar biologische kazen en zuivel mee bereidt, komt van eigen Fleckvieh-koeien die een groot deel van het jaar buiten grazen op kruidenrijk grasland. Ingmar Veneman werkt met een team van 19 mensen in haar kaas- en zuivelmakerij en boerderijwinkel, waarbij ook mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt hun plekje hebben gevonden. De opschaling en professionalisering van het bedrijf zijn mede mogelijk gemaakt door een LEADER-subsidie.

Meer info: www.devenehoeve.nl

Het magnesiumzout dat **Nedmag** al enkele decennia wint en verwerkt, wordt over de hele wereld voor talloze toepassingen gebruikt. Van de vele markten waarbinnen het bedrijf zich beweegt – van landbouw en industrie tot health & wellness – staat de voedingsmiddelenindustrie in de top drie. Om de toepassingen van het veelzijdige magnesiumzout te blijven ontwikkelen en verbeteren, neemt R&D een belangrijke plek in bij Nedmag. In totaal werken zo'n 150 mensen bij het bedrijf.

Meer info: www.nedmag.nl



Marjon Pot | business developer AgriFood
NOM T +31 6 279 632 96 | E.pot@nom.nl



Margriet Wiering

Gijs Vermeer

MET STEUN VAN HET GRONINGER GROEIFONDS BOUWT SAMEN STERK WONEN AAN EEN THUIS IN WAGENBORGEN

Een vertrouwde plek waar mensen met een verstandelijke beperking, stoornis in het autisme-spectrum en/of psychiatrische stoornissen zich thuis voelen. Dat is wat Margriet Wiering en Jelmer Nanninga voor ogen hebben met Samen Sterk Wonen Wagenborgen BV. Met hulp van onder meer het Groninger Groeifonds werd de overname en verbouwing van de locatie in Wagenborgen mogelijk gemaakt. ‘Het Groninger Groeifonds was voor ons echt het laatste financiële puzzelstukje’, vertelt Margriet.

Margriet en Jelmer nemen de locaties van voormalige zorginstelling De Factor over. De twee locaties worden gefuseerd tot één locatie in Wagenborgen. Daar wordt het voormalige kinderdagverblijf verbouwd en verduurzaamd tot een locatie met vijftien wooneenheden en ruimte voor dagbesteding. Op korte termijn verhuizen alle cliënten naar deze vernieuwde plek. ‘We wilden graag op één locatie verder’, legt Margriet uit. ‘Dat is efficiënter, overzichtelijker en past ook bij onze visie: een kleinschalige woonplek waar iedereen zich veilig en prettig voelt.’

Verbouwen, verduurzamen en verbeteren

In Wagenborgen zijn de verbouwingen inmiddels in volle gang. Het pand wordt aangepast zodat het ruimte biedt aan vijftien bewoners, inclusief een dagbestedingsruimte en een schuur voor activiteiten zoals houtbewerken en tuinieren. Buiten komen kippen, eenden en een kruidentuin, zodat cliënten ook verantwoordelijkheid kunnen nemen voor dieren en planten.

‘We willen dat mensen hier tot hun recht komen’, vertelt Margriet. ‘Dat ze kunnen leren, ontwikkelen en binnen hun mogelijkheden zo zelfstandig mogelijk zijn. Ook het personeel moet zich prettig voelen. Dat vinden we net zo belangrijk.’ Het team bestaat uit twaalf medewerkers en een bedrijfsleider, grotendeels hetzelfde personeel dat al verbonden was aan De Factor. Margriet en Jelmer hebben direct ingezet op een professionaliseringsslag: iedereen is opnieuw ingeschaald volgens de cao, protocollen zijn aangescherpt en er wordt gewerkt aan nieuwe kwaliteitsrichtlijnen.

‘Je merkt dat mensen daardoor vertrouwen krijgen’, zegt Margriet. ‘We gaan niet alleen voor stenen en cijfers, maar vooral voor kwaliteit. Dat zie je ook terug in het enthousiasme van het team.’

Financiering rondkrijgen

De financiering van de overname was een flinke uitdaging. Margriet en Jelmer brachten zelf geld in, en daarnaast waren de Rabobank en

het Fonds Nieuwe Doen bereid te financieren. Maar dat dekte niet alles. ‘Het Groninger Groeifonds sprong erbij als sluitstuk’, vertelt Margriet. ‘Hun achtergestelde lening zorgde ervoor dat de andere financiers het ook aandurften. Dat maakte echt het verschil.’ Gijs Vermeer van het Groninger Groeifonds had gelijk vertrouwen in het plan: ‘Dit zijn ondernemers die elkaar goed aanvullen en hun kwaliteiten en achtergrond sluiten aan bij wat er nodig is om een succesvol bedrijf te leiden.’ Margriet waardeerde het persoonlijke contact met onder andere fondsmanager Gijs Vermeer. ‘Ze kijken bij het Groninger Groeifonds echt verder dan cijfers’, zegt ze. ‘Ze komen langs, willen weten wie je bent en wat je maatschappelijke en lokale drijfveer is. Dat vond ik heel waardevol. Met Gijs waren de lijnen heel kort, hij dacht altijd – heel snel ook – mee met kleine en grotere vraagstukken.’

Ook Gijs kijkt positief naar de financiering en de impact daarvan: ‘Een mooie financiering waarin we samen met financieringspartners Fonds Nieuwe Doen en de Rabobank het rond hebben kunnen krijgen. SSWW vult regionaal een belangrijke rol in bij zorgvragen, dat past bij ons maatschappelijke en regionale doel als Groninger Groeifonds.’

Dromen en plannen

Voor de toekomst ziet Margriet vooral kansen in het versterken van de zorg op deze locatie. Er zijn geen directe uitbreidingsplannen naar andere vestigingen, maar wel ideeën om ambulante begeleiding aan te bieden in de regio. ‘Ik geloof dat we in Wagenborgen nog veel kunnen bereiken’, vertelt ze. ‘Zodra alles goed loopt, kunnen we verder kijken. Maar eerst wil ik dat deze plek helemaal klopt. Dat het pand mooi is, dat de zorg op orde is en dat het personeel zich gewaardeerd voelt.’

Advies voor andere ondernemers

Margriet weet als geen ander hoe intensief een overname en transitie kunnen zijn. Haar tip: ‘Neem de tijd. Dit soort processen kost tijd. Wat je alvast kan doen? Verzamel vooraf zoveel mogelijk informatie. Wat vraagt de gemeente, wat wil de bank zien, welke cijfers heb je nodig? Hoe beter je voorbereiding, hoe makkelijker het proces.’

Waar anderen risico's zien, ziet het Groninger Groeifonds kansen. Heb je een goed businessplan en durven andere financiers geen of niet genoeg geld te lenen? Wij gaan verder waar anderen stoppen! Omdat ons fonds het grootste risico neemt en daarmee vertrouwen geeft, durven andere geldschietters ook in te stappen. Zo helpen we je plannen waar te maken. Wil je meer weten over hoe het Groninger Groeifonds ook jouw plannen kan helpen realiseren? Scan de code en bekijk de mogelijkheden.



Drijfveren zijn de werkelijke motor achter groei en ontwikkeling. Daarom vertellen Noord-Nederlandse ondernemers in deze rubriek over hun bedrijf én beweegredenen.

'NIEMEYER LATEN BRUISEN, DAAR GA IK VOOR'

16

Zeg je Koen Atema (39), dan komt Niemeyer er in één adem achteraan. Als enthousiaste verbinder en eco-systeemontwikkelaar bouwt hij al ruim twintig jaar aan ondernemende netwerken in de stad Groningen. Na betrokkenheid bij trajecten als Media-centrale, Launch Café, Founded, Startup-Delta en Techleap komt voor Koen alles samen in het Niemeyer-project. 'De schaal-grootte van deze ontwikkeling is ongekend. Waanzinnig mooi om hier een bijdrage aan te mogen leveren.'

De ene keer als kartrekker of oprichter, de andere keer als partner of kwartiermaker: welke rol Koen ook vervult, hij zit altijd ondernemend in de film. Zijn vermogen om kansen te zien en het onverwachte te laten ontstaan door samenspel, ontdekte hij al jong bij vakantiebanen en door zijn eigen prille ondernemerschap. 'Op school kwam die ondernemende kracht helemaal niet uit de verf', blikt Koen terug. 'Pas toen ik bij bedrijven over de vloer kwam, openden zich de mogelijkheden. Een softwareproduct had ik op mijn zeventiende snel ontwikkeld, maar ik miste iets om verder te komen: een netwerk van gelijkgestemde mensen die met elkaar een kansrijke omgeving vormen voor het verder laten groeien van ideeën.'

'Zodra ik met andere pionierende leeftijdsgenoten en meer ervaren ontwikkelaars in contact kwam, ontdekte ik de kracht van onderlinge uitwisseling', vertelt hij bevolgen. 'Thuis kun je eindeloos sleutelen aan ideeën, maar zodra je met anderen gaat praten, dán kan er iets gebeuren wat je zelf nooit had bedacht. Die dynamiek vond ik meteen machtig mooi. Dat komt vooral door de bruisende energie van wat er kan ontstaan. Het is dat onverwachte. Het vinden van verrassende puzzelstukjes en het ontdekken van nieuwe mogelijkheden. Daar hoort een sfeer van openheid en enthousiasme bij waar ik op aan ga. Het gevoel van een ruimte vol ondernemende mensen binnenstappen en weten: hier gebeuren mooie dingen ... dáár doe ik het allemaal voor.'

De Niemeyer-dynamiek

Koen ziet het ook al voor zich op de unieke Niemeyer-locatie: een bruisend hart van bedrijvigheid, cultuur, leren en horeca, met het thema digitaal als verbindende factor. Hij zit daarom helemaal op zijn plek als projectleider vanuit Campus Groningen, die de voormalige tabaksfabriek samen met vastgoedontwikkelaar MWPO nieuw leven in blaast. 'Een megaproject van een omvang die voor alle betrokken partijen nieuw is', geeft Koen aan. 'Dat maakt het spannend in positieve zin – om wat er allemaal kan ontstaan – en soms zorgt het ook voor een spanningsveld. Want: je wilt het ijzer smeden als het heet is, maar er moet heel veel gebeuren en dat kost tijd en geduld. We zijn sinds eind 2022 onderweg en één van de grootste uitdagingen is het levendig houden van de Niemeyer-dynamiek terwijl we nog moeten verbouwen.'

'Dat doen we door ruimte te bieden aan tijdelijke activiteiten die het pand en de mogelijkheden weer even onder de aandacht brengen', vertelt de projectleider. 'Denk aan de Urban Trail in het voorjaar, waarbij duizenden deelnemers door de fabriek renden, maar ook aan de Noorderlicht-expo Machine Entanglements rondom technologische vernieuwing en natuurlijk recent de wereldpremière van de World Press Photo jubileumeditie. Allemaal activiteiten die een breed publiek trekken en verbinding houden met de stad Groningen én het nieuwe profiel van Niemeyer. Op kleinere schaal zijn er ook vanuit bedrijven soms activiteiten, al zijn we daar nog terughoudend mee. Regelmatig krijg ik vragen en voorstellen waarop ik nee moet verkopen. Ja, voor iemand als ik, die hier alles het liefst ziet bruisen, is dat soms best lastig. Maar we werken aan een veel groter plan en dát staat centraal.'



Dit wordt een locatie
die kan evolueren,
vanuit een stevige basis die
vernieuwing blijft faciliteren.

Koen Atema

AI Factory is magneet

Bekeken vanuit dat masterplan is de komst van de AI Factory van grote betekenis. 'Het expertisecentrum van deze AI fabriek past geweldig goed in de bedrijvigheid die wij hier voor ogen hebben', stelt Koen. 'Binnen de voedingsbodem van het ecosysteem dat we opbouwen, is dit een magneet die andere partijen aantrekt en zo de diversiteit vergroot. Net als in de natuur zijn zowel die variatie als de samenhang cruciaal voor een gezond systeem. Van startups en gerenommeerde bedrijven tot kennisinstellingen en innovatieteams: het is de uitwisseling tussen verrassende combinaties die gaat leiden tot creativiteit en nieuwe ontwikkeling. Bedrijvigheid staat bij Niemeyer centraal, al bieden we daarnaast ruimte aan cultuur, zodat het pand ook buiten kantoor tijden een creatieve hotspot kan zijn.'

'Het gaat dan wel nadrukkelijk om kunst en cultuur die het digitale thema raakt. Zo faciliteren we ook ruimte voor kritisch en ethisch debat rondom de rol van AI en digitalisering in onze maatschappij. Juist hier is dat op z'n plek', vindt Koen, 'omdat je elkaar daarmee scherp houdt en laat nadenken over de manier waarop wij allemaal onderdeel zijn van deze impactvolle ontwikkelingen. Zo stimuleren we allerlei vormen van kruisbestuiving die tot zinvolle innovaties kunnen leiden.' De projectleider kan bijna niet wachten tot het zover is, al moet er eerst nog verbouwd worden in de enorme fabriek. 'In 2027 is de oplevering van fase 1 en kan de eerste lichting huurders erin. Achter de schermen zijn gesprekken gaande en wordt de basis gelegd voor een nieuwe community. Ja, in dit stadium moet je nog verbeeldingskracht hebben, maar zodra de eerste ondernemers hier straks zitten, worden zij de nieuwe cultuurdragers van de Niemeyer-vibe.'

Hier wil ik zijn

Intussen geniet Koen van de processen die gaande zijn. 'Gesprekken met ondernemers en kennisinstellingen, meekijken met de architect, ervaren hoe Campus Groningen en ontwikkelaar MWPO van elkaar leren, intussen de dynamiek levendig houden en steeds weer het beoogde profiel van Niemeyer scherpstellen om zo de juiste partijen mee te krijgen: het zijn allemaal elementen waarmee we bouwen aan deze unieke ontwikkelplek. Precies wat ik het liefste doe. En ja, daar horen onzekerheden bij, juist omdat het nieuw is en we niet weten wat er allemaal kan ontstaan. Waar we in de kern op inzetten, is wél helder: dit wordt een locatie die kan evolueren, vanuit een stevige basis die vernieuwing blijft faciliteren. Zo'n plek waar je binnenkomt en meteen voelt: hier gebeuren mooie en zinvolle dingen, hier wil ik zijn.'

VAN IDEE TOT EXPORT:

WIJ HELPEN NOORDELIJKE ONDERNEMERS INTERNATIONAAL GROEIEN



18

De NOM helpt ondernemers in Noord-Nederland om succesvol de stap naar het buitenland te zetten. Vanuit het team Internationaliseren werkt projectmanager Wim A.B. aan het versterken van de exportpositie van het noordelijke mkb.

'Tot een aantal jaar geleden kon je met exportvragen terecht bij de Kamer van Koophandel, nu ligt die verantwoordelijkheid bij de regionale ontwikkelingsmaatschappijen. Voor Noord-Nederland betekent dat: bij de NOM.' Via partners als GroBusiness, Ik ben Drents Ondernemer en Ynbusiness worden bedrijven actief benaderd en ondersteund bij hun exportplannen – van eerste ideeën tot deelname aan internationale handelsmissies.

De NOM wil ondernemers vooral laten zien welke kansen er al liggen. Er bestaan talloze handelsmissies en internationale events, georganiseerd door onder meer de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO) en Trade & Innovate NL (TINL). 'Wij zorgen dat noordelijke ondernemers daar goed op kunnen aanhaken', zegt Wim. 'En als we zien dat bepaalde sectoren of regio's nog onvoldoende bediend worden, dan organiseren we zelf iets.' Uiteindelijk draait het om bewuste keuzes: export is geen toevallige order uit het buitenland, maar een strategische beslissing. Daarom werkt de NOM onder meer aan een export readiness-programma dat bedrijven gaat helpen om gericht en duurzaam te groeien op internationale markten.

Bekijk de handelsmissies en internationale events via de NOM: scan de QR-code en ontdek waar jouw volgende stap ligt.



i Wim A.B. | projectmanager Internationaliseren
NOM T +31 6 270 871 72 | E ab@nom.nl

BIG IN JAPAN: EEN WERELDPODIUM VOOR NOORD-NEDERLANDSE BEDRIJVEN

19

Internationale ervaring scherpt het ondernemerschap. Bedrijven die over de grens actief zijn, worden vaak innovatiever, spreiden risico's beter en leren sneller. Daarnaast wordt voor elke nieuwe baan die direct door exportbedrijven wordt gecreëerd, nog een baan gecreëerd bij hun lokale toeleveranciers en dienstverleners. Met andere woorden: internationaal ondernemen laat de hele regio groeien.

Maar de stap naar het buitenland is niet vanzelfsprekend. Nieuwe culturen, wetten, talen en netwerken vragen tijd en lef. Neem Japan: in 2024 exporteert Nederland voor ruim tien miljard euro aan goederen en diensten naar het land. Japan loopt dankzij grote ambities in groene energie – met waterstof als speerpunt – wereldwijd voorop in de energietransitie. Daarmee ontstaan mooie kansen voor Noord-Nederlandse bedrijven om samen te werken en kennis uit te wisselen.

Toch kan zo'n markt voor Nederlandse bedrijven een grote afstand lijken, zowel in kilometers als in cultuur. Een manier waarop Trade and Innovate NL (TINL) deze afstand wil overbruggen, is door middel van handelsmissies naar het buitenland. Sinds begin 2025 vervult de NOM een regiefunctie in het TINL-netwerk, met als doel deze missies toegankelijker te maken voor noordelijke ondernemers. 'We willen het noordelijk mkb aanhaken op exportgerelateerde events, ondersteuningsmogelijkheden en handelsmissies. Dat doen we door dit soort zaken en informatie actief onder de aandacht te brengen bij bedrijven in de regio,' vertelt Wim A.B., projectmanager Internationaliseren bij NOM.

Economische Missie Waterstof en Offshore Wind

Tijdens de World Expo 2025 in Osaka, sloten zowel de NOM als de New Energy Coalition zich aan bij de bredere economische missie van RVO naar Japan en organiseerden ze daarnaast hun eigen activiteiten. Noord-Nederlandse bedrijven presenteerden samen met Japanse multinationals baanbrekende innovaties op het gebied van groene energie en circulariteit. En daarnaast was het gelijk een mooie kans om de Japanse markt te verkennen, kennis te maken met bedrijven





Sophie Hermans (minister van Klimaat en Groene Groei), Shinichi Kihara (director-generaal Japans ministerie van Economie, Handel en Industrie), en Giles Dickson (CEO WindEurope) in gesprek bij de waterstof en offshore wind conferentie.

20 > en te kijken naar nieuwe samenwerkingen om de energietransitie nog verder te brengen. 'Het was een mooie onderdompeling en een geweldige ervaring.'

Waterstof road trip

In opdracht van en in samenwerking met RVO en PIB Japan Hydrogen organiseerde New Energy Coalition een waterstof road trip door Japan. Die begon in Tokio en eindigde op de World Expo in Osaka, met een crossover conferentie rondom het thema waterstof en offshore wind. 'Ik ben heel trots dat we deze economische missie konden mede-organiseren en ook mochten invullen', aldus Martijn de Vries, Team Manager R&I bij New Energy Coalition. 'Daarbij haakten minister van Klimaat en Groene Groei, Sophie Hermans, en burgemeester van Rotterdam, Carola Schouten, ook bij veel programmapunten aan. Het was voor de deelnemende bedrijven een mooie kans om zichzelf te introduceren en om kennis te maken met de Japanse markt en marktpartijen.'

'En daarnaast is het natuurlijk een geweldige kans om van elkaar te leren', vervolgt De Vries. 'Want de energietransitie is een wereldwijde uitdaging en daarom is het belangrijk om te kijken hoe en waar we elkaar kunnen aanvullen om tot een volledige waterstofketen te komen. En de crossover conferentie rondom waterstof en offshore wind was een hele mooie afsluiter, met mooie en waardevolle paneldiscussies en had met zo'n 250 mensen ook een goede opkomst.'

'Dankzij de bijdragen van bijvoorbeeld Equinox Ocean Turbines en Erik Bertholet van Groninger Seaports, hebben we Noord-Nederland op de kaart gezet als innovatieve regio, met een sleutelrol op het gebied van offshore wind en waterstof. De innovatiekracht, het ondernemerschap

en de ervaring die wij hebben is voor Japanse bedrijven en overheden interessant en belangrijk. En omgekeerd kunnen wij natuurlijk ook veel van de Japanse aanpak leren, bijvoorbeeld op het gebied van de implementatie van een sectorbrede waterstofstrategie, met bijpassende stimuleringsmaatregelen.'

Eén van de hoogtepunten van de road trip was volgens De Vries een bezoek aan JERA's Hekinan Power Plant, de grootste kolen-centrale van Japan. 'JERA heeft ambitieuze plannen om uitstootvrij te worden en wil daarvoor ammoniak als brandstof gaan gebruiken. Japan ziet ammoniak ook als een belangrijke drager voor waterstof, want het is makkelijk te vervoeren, op te slaan en te gebruiken in bestaande infrastructuur. Dat is ook voor onze Nederlandse waterstofambities heel interessant, want met ammoniak kun je groot-schalig en efficiënt waterstof transporteren, wat voor industriële toepassingen interessant is. Het Japanse voorbeeld laat dus heel concreet zien hoe deze energiedrager kan worden ingezet in de energiesector.'

Equinox Ocean Turbines

Het Friese Equinox Ocean Turbines was een van de Noord-Nederlandse bedrijven die deelnam aan de economische missie. Het bedrijf kreeg een wereldpodium bij de Global Startup EXPO in Osaka. 'We ontwikkelen turbines die energie opwekken uit waterkracht en Japan is een ontzettend belangrijke markt voor ons, omdat daar een van de krachtigste oceaanstromen ter wereld langs stroomt', zegt Bart Velthuis, Chief Commercial Officer van Equinox.

'Dus dat was voor ons een hele belangrijke reden om mee te gaan', vervolgt Velthuis. 'Het was fantastisch om bij de startup expo te

mogen pitchen en daarnaast was ons belangrijkste doel om kennis te maken met het Japanse ecosysteem. We hebben denk ik in totaal zo'n 45 verschillende bedrijven gesproken, dus het was een mooie onderdompeling en een geweldige ervaring.'

Summit Engineering

Project- en adviesbureau Summit Engineering uit Eelde deed vooraf aan de missie mee aan de TopDutch Innovation Challenge en kwam samen met het Groningse DNV uit de bus als challenge winnaar. De twee bedrijven ontwikkelden voor de regionale vestiging van Ueshima Coffee Company (UCC) in Bolsward een flexibel concept voor de omschakeling van aardgas naar waterstof bij koffiebranden. 'Die oplossing mochten we presenteren in Osaka en dat was geweldig om te doen', zegt Robbert van der Pluijm, oprichter van Summit Engineering. 'Het was voor ons ook een mooie kans om verder kennis te maken met onze eindklant en onze oplossing te laten zien aan het hoofdkantoor', vervolgt van der Pluijm. 'De presentatie sloeg ook goed bij hen aan, merkten we. En daarnaast is het natuurlijk een geweldige ervaring. Je merkt ook dat ze in Japan pragmatischer te werk gaan en onderling heel actief kennis uitwisselen. In Nederland beslissen we misschien sneller, maar daarna willen we dan vaak dat alles in één keer goed gaat. En dat merk je in Japan veel minder.'

Meer focus op trade

De missie past volgens projectmanager Internationaliseren bij NOM Wim A.B. goed bij de nieuwe focus op trade en export. 'Eerder kon je als bedrijf met exportplannen daarvoor altijd terecht bij de KvK, maar dat is vandaag de dag vooral een digitaal loket, waardoor het ook niet altijd duidelijk is bij wie je nu moet aankloppen. Die ondersteunende taak ligt nu bij alle regionale ontwikkelingsmaatschappijen. Daar ben ik sinds dit jaar ook actief bij betrokken als projectmanager Internationaliseren. Naast het opzetten van challenges en het profileren



Osamu Mogi, representative director & senior executive corporate officer van Kikkoman

van onze regio in het internationale netwerk, willen we dat meer noordelijke mkb's aan dergelijke missies deelnemen.'

Tijdens de week van de missie organiseerde de NOM ook een speciaal evenement, waar C-Suite-leidinggevendenden van Japanse multinationals bijeenkwamen om de afsluiting van de TopDutch Innovation Challenge te vieren. Dit omvatte een 'Innovation Market', waar deelnemers aan de missie hun producten konden tentoonstellen. Volgens A.B. was dit niet alleen een kans voor de bedrijven, maar ook om het innovatieve potentieel van de hele regio te laten zien. 'Als NOM waren we ook de enige regionale ontwikkelingsmaatschappij met een inhoudelijk georganiseerd event in het Nederlands paviljoen tijdens de World Expo en daarmee konden we de deelnemende bedrijven ook een podium bieden.'



Wim A.B. | projectmanager Internationaliseren
NOM T +31 6 270 871 72 | E ab@nom.nl



Receptie bij het Nederlandse paviljoen

VERSNELLEN MET IMPACT?

DOE MEE AAN EEN VAN ONZE ACCELERATIEPROGRAMMA'S

Regionale Ontwikkelingsmaatschappijen (ROM's) in Nederland hebben één gezamenlijk doel: innovatieve bedrijven helpen groeien. Hun kracht? Een unieke combinatie van kennis, netwerk, coaching en toegang tot kapitaal.

22

Met zeven landelijke acceleratieprogramma's bieden de ROM's start-ups en scale-ups de kans om hun innovatie sneller naar de markt te brengen én bij te dragen aan belangrijke maatschappelijke transitities. Als NOM werken we daarin nauw samen met de andere ROM's, zodat ondernemers profiteren van één landelijk netwerk met regionale kracht.

Wat is een ROM-acceleratieprogramma?

Een ROM-acceleratieprogramma is een intensief groeitraject voor jonge, innovatieve bedrijven. Gedurende enkele maanden werken deelnemers samen met experts, coaches en andere ondernemers aan hun volgende groeistap: van idee naar markt, of van pilot naar opschaling.

De programma's richten zich op thema's die strategisch belangrijk zijn voor Nederland, zoals duurzaamheid, energie, gezondheid en digitalisering. Deelnemers krijgen begeleiding, toegang tot partners en investeerders, en leren hun propositie scherp te stellen. Het resultaat: focus, versnelling en concrete groei.

DE PROGRAMMA'S IN ÉÉN OVERZICHT

Ontdek welk programma past bij jouw ambitie

Elk traject heeft zijn eigen focus, doelgroep en aanpak – maar allemaal helpen ze jou sneller impact te maken. Scan voor meer informatie over criteria, planning en praktische details de QR-code die bij het betreffende programma staat.

TOEKOMSTBESTENDIG BOUWEN – FASE 1

Get ready to go to market

Doel: Circulaire innovaties in de bouw sneller naar de markt brengen.

Deze eerste fase helpt startups en scale-ups met biobased of data-gedreven innovaties hun marktintroductie te versnellen. Deelnemers leren scherp te kiezen, hun klant beter te begrijpen en een overtuigend verdienmodel te ontwikkelen. De sessies combineren coaching, kennisdeling en peer-feedback. Na afloop hebben deelnemers een concreet groeiplan en een waardevol netwerk.



TOEKOMSTBESTENDIG BOUWEN – FASE 2

Get ready to scale

Doel: Bedrijven voorbereiden op opschaling en financieringsrondes.

De tweede fase richt zich op startups en scale-ups die al op de markt zijn en klaar zijn voor de volgende groeistap. In zes maanden werken deelnemers aan hun groeistrategie: van procesoptimalisatie tot teamontwikkeling en financiering. Zes intensieve groepssessies gecombineerd met persoonlijke begeleiding, helpen ondernemers een solide groeiplan op te stellen.



WONINGBOUW VERSNELLEN – FASE 1

Innovatie voor de bouwopgave

Doel: Innovaties in de woningbouw sneller realiseren.

Startups en scale-ups met innovatieve oplossingen voor woningbouw – van digitalisering tot modulaire bouw – krijgen ondersteuning bij marktintroductie. Met het Startup Framework© van Gridt werken deelnemers in zes sessies aan klantvalidatie, businessmodelontwikkeling en een succesvolle marktintroductie.



SMART ENERGY HUBS

Samen slim energie benutten

Doel: Lokale energiehubbs versnellen en netcongestie verminderen.

Smart Energy Hubs spelen een centrale rol in de energietransitie. Dit programma ondersteunt consortia, overheden en bedrijven bij de ontwikkeling van hubs waar energie-opwekking, opslag en gebruik samenkomen. Landelijke samenwerking met provincies, gemeenten, netbeheerders en kennisinstellingen helpt projecten te versnellen en obstakels weg te nemen.



HEALTH TECH ACCELERATOR

Zorginnovatie naar de markt

Doel: Technologische innovaties sneller implementeren in de zorg.

De gezondheidszorg staat voor uitdagingen op het gebied van betaalbaarheid, toegankelijkheid en kwaliteit. De Health Tech Accelerator helpt startups in Life Sciences & Health hun innovaties bij de patiënt te krijgen. In zes maanden werken deelnemers met experts, mentoren en peers aan product-marktfit, groeistrategie en positionering. Persoonlijke coaching en toegang tot zorgorganisaties, investeerders en partners zorgen voor echte impact.



GREEN CHEMISTRY ACCELERATOR

De toekomst van de chemie is circulair

Doel: Opschalen van biobased en circulaire chemie-innovaties.

Dit 200 dagen durende maatwerkprogramma ondersteunt ondernemers met internationale groeipotentie. Het koppelt bedrijven aan investeerders en kennispartners, helpt bij het realiseren van pilot- en demofabrieken en begeleidt bij het aantrekken van de juiste partners en financiers. Samen met InnovationQuarter en andere ROM's werken deelnemers aan concrete doorbraken in duurzame chemie.



BUSINESS INNOVATION PROGRAM FOOD (BIPF)

Vernieuwing op het bord

Doel: Innovaties in de voedingssector versnellen.

Startups en scale-ups in de foodsector – van plantaardige eiwitten tot slimme productieketens – werken samen in een landelijk netwerk met RVO, Rabobank, Invest-NL en FoodValley NL. In 10 masterclasses behandelen deelnemers cruciale vragen die de basis vormen voor een gezonde businesscase. Het programma vergroot de kans op een succesvolle onderneming aanzienlijk.



KLAAR OM TE VERSNELLEN?

Heb je de programma's bekeken, twijfel je over deelname of wil je gewoon even sparren? Neem contact op met Steven de Groot, hij denkt graag met je mee over het juiste traject.



Steven de Groot | business developer
NOM T +31 6 158 227 71 E degroot@nom.nl



Samenwerking DHENN en EDIH NN versnelt inzet van AI en robotisering in de zorgpraktijk.

Van links naar rechts: Paul Mulder, Leo van der Burg, Martin Smit en Robin Brouwer.

ZORG EN BEDRIJVEN VERSTERKEN HEALTH-INNOVATIE IN NOORD-NEDERLAND

24

Noord-Nederland bundelt de krachten om de zorg toekomstbestendig te maken. Binnen het Digital Health Ecosysteem Noord-Nederland (DHENN) en de European Digital Innovation Hub Noord-Nederland (EDIH NN) werken zorginstellingen, kennispartners, overheden en technologiebedrijven structureel samen. De samenwerking versnelt de inzet van AI, robotisering en andere digitale innovaties om de zorg betaalbaar, werkbaar en mensgericht te houden.

EDIH NN, met de NOM als penvoerder, vervult daarin een verbindende rol tussen de zorgsector en het bedrijfsleven.

Zorginnovaties sneller laten slagen

‘De zorg staat voor een enorme opgave’, zegt Martin Smit, directeur van het UMCG Innovation Center en vertegenwoordiger vanuit DHENN. ‘De zorgvraag groeit, maar het aantal professionals niet. Alleen door technologie slim in te zetten, kunnen we de kwaliteit en betaalbaarheid van zorg behouden. Daarvoor hebben we het bedrijfsleven nodig.’

Precies daar richt de samenwerking zich op. DHENN vertegenwoordigt het ecosysteem rond digitale gezondheid; EDIH NN brengt het bedrijfsleven en technologische oplossingen samen. ‘Negen van de tien zorginnovaties stranden in de pilotfase’, zegt Paul Mulder, innovatiemakelaar Life Science & Health bij EDIH NN. ‘Door de zorgvraag en het bedrijfsaanbod beter op elkaar af te stemmen, vergroten we de kans dat innovaties slagen.’

Technologie in dienst van de zorg

De samenwerking zorgt ervoor dat zorginstellingen sneller toegang krijgen tot relevante technologie, terwijl bedrijven beter begrijpen wat de zorg écht nodig heeft. ‘De grootste uitdaging is dat technologie in de zorg ook echt wordt toegepast’, zegt Smit. ‘Dat vraagt om een scherp beeld van welke innovaties de zorg nodig heeft, zodat bedrijven daarop de juiste oplossingen kunnen ontwikkelen.’

Alle innovaties staan in dienst van de zorg, benadrukt Leo van der Burg, business developer bij FME, consortiumpartner van EDIH NN. ‘We richten ons op toepassingen waarin AI, robotisering en digitalisering samenkomen. Zulke systemen nemen routinetaken over en ondersteunen professionals bij complexe beslissingen, terwijl de regie bij de mens blijft.’

Op naar een gezonder Noord-Nederland

De gezamenlijke aanpak versterkt de innovatiekracht van de regio en verbindt kennis, zorg en bedrijfsleven in één ontwikkelproces. Daardoor stijgt de kans dat zorginnovaties daadwerkelijk worden toegepast, met voordelen voor instellingen, ondernemers én patiënten.

Zo draagt de samenwerking direct bij aan het belangrijkste doel: een gezonder Noord-Nederland.



Anna Moerbeek | projectmanager
NOM T +31 6 112 865 53 | E moerbeek@nom.nl

GELD VOOR GROEI:

OVERZICHT VAN NOORDELIJKE FINANCIERINGSFONDSEN

Ondernemen vraagt soms om extra financiële ruimte. Voor groei, vernieuwing of om plannen sneller uit te voeren. In Noord-Nederland werken verschillende fondsen samen om dat mogelijk te maken. Op www.geldvoorgroei.nl vind je een overzicht van deze fondsen, hun criteria én voorbeelden van bedrijven die al financiering hebben ontvangen.

De website is bedoeld om ondernemers inzicht te geven in de mogelijkheden die er zijn. Of het nu gaat om investeren in nieuwe technologie, het uitbreiden van productie of het versterken van werkkapitaal; de fondsen achter Geld voor Groei denken mee over wat past bij de onderneming én bij de regio.

Binnen de NOM beheren we een groot deel van deze fondsen. Naast het NOM-fonds zijn dat het MKB Fonds Drenthe, de FOM en het Groninger Groeifonds. Daarmee ondersteunen we ondernemers in alle fasen van hun ontwikkeling. Van startende innovator tot gevestigde groeier.

Op geldvoorgroei.nl brengen we al deze mogelijkheden samen op één plek. Zo kunnen ondernemers snel zien welke regelingen er zijn, aan welke voorwaarden ze moeten voldoen en welke bedrijven hen al voorgingen.

NOM

Voor startende bedrijven en bedrijven die willen groeien of een overname willen doen.

FOM Friese Ontwikkelings Maatschappij

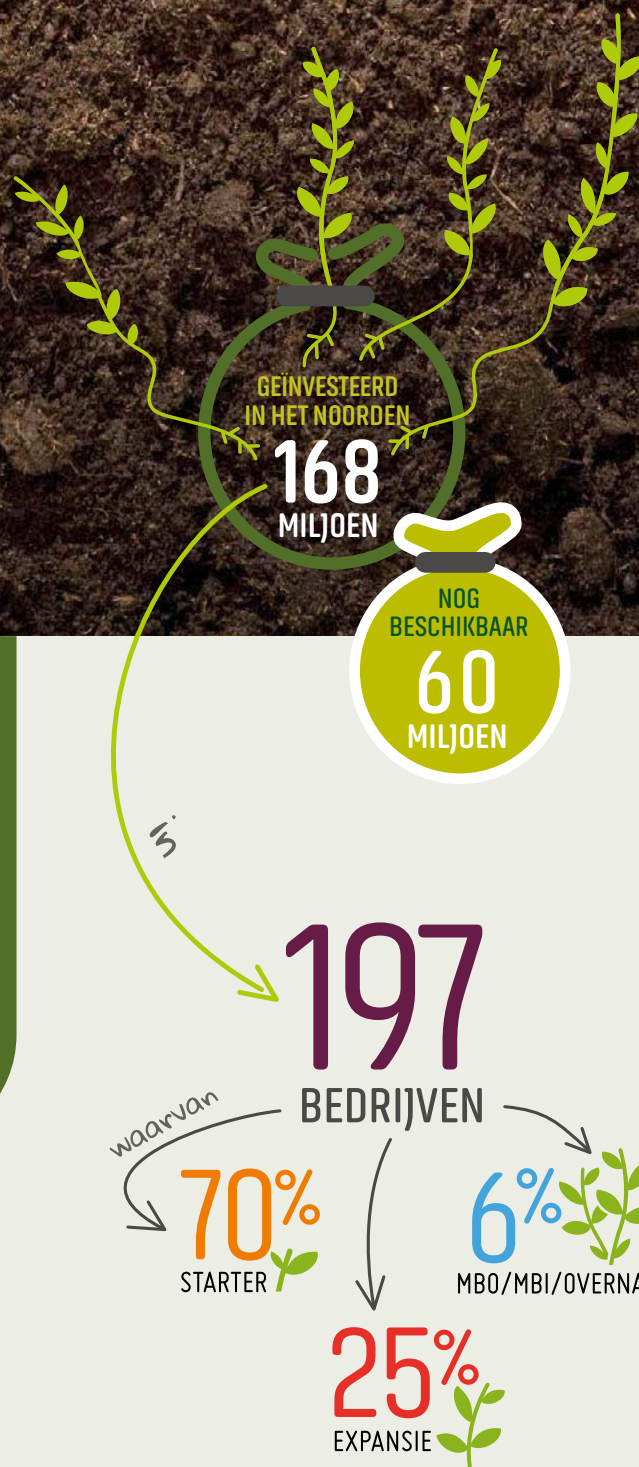
Voor innovatieve ondernemers, starters en bestaande bedrijven in Fryslân.



Voor starters en bestaande bedrijven in Drenthe.

GRONINGER Groeifonds

Voor starters, het mkb en voor grote investeringen in Noord-Groningen.





CCU FWD ZET KOERS NAAR CIRCULAIRE KOOLSTOFECONOMIE

‘Zonder CCU is er geen circulariteit.’ Het was de rode draad tijdens het congres CCU FWD op 2 oktober in Groningen. Een dag waarop ondernemers, onderzoekers en beleidsmakers samenkwamen met één ambitie: van Noord-Nederland dé plek maken waar koolstof opnieuw waarde krijgt.

CO₂ als grondstof voor groei

De centrale vraag van de dag: hoe maken we van CO₂ geen afvalstof, maar een waardevolle bouwsteen voor nieuwe producten? Volgens Matthias Heinemann van de Rijksuniversiteit Groningen liggen de kansen voor de regio voor het oprapen. ‘We beschikken hier over industrie, kennis en infrastructuur. De uitdaging ligt in het slim combineren van technologie, energie en markt.’

Die visie werd verder uitgediept in bijdragen van Mark Schmets (ministerie van Klimaat en Groene Groei) en tijdens een paneldiscussie onder leiding van Elzo de Lange. In dat gesprek, met onder andere Joost Dobben (Groningen Seaports), Gerwin Wiersma (Provincie Groningen) en Wilfred de Jager (EEW), stond de ontwikkeling van het CCU Fieldlab in het Chemport Innovation Center centraal. Daar worden straks technologieën getest waarmee CO₂ kan worden omgezet in brandstoffen, plastics en chemicaliën.



We hebben alle bouwstenen in huis. Nu is het tijd om ze aan elkaar te leggen. **Een congresdeelnemer**

Van ideeën naar concrete ketens

De middag stond in het teken van vier werksessies waarin deelnemers samen onderzochten hoe de regio haar positie kan versterken.

- Industriële CCU-ketens: samenwerking en schaalvergroting zijn cruciaal. De bouwstenen – CO₂, waterstof, kennis en infrastructuur – zijn aanwezig, maar de businesscase vraagt om beleid en marktprikkels.
- Onderzoek en ontwikkeling: de roep om een regionaal platform waar kennisinstellingen en bedrijven gezamenlijk kunnen inschrijven op Europese innovatiesubsidies werd breed gedeeld.
- Beleid en marktcreatie: de invoering van een offtake obligation – een verplicht aandeel CCU-materialen in producten – zou de vraag kunnen stimuleren en een gelijk speelveld creëren tussen CCU en CCS.
- Infrastructuur: hier werd vastgesteld dat de Eemshaven zich richt op CO₂-opslag en Delfzijl op hergebruik. De uitdaging ligt in het efficiënt benutten van ruimte en ondergrondse infrastructuur. Innovaties zoals multicore-buizen en gedeelde pijpleidingen bieden perspectief.

Uit alle sessies kwam dezelfde boodschap naar voren: de technologie is er, maar de stap naar grootschalige toepassing vraagt om samenwerking, beleid en investeringszekerheid.

Energie en nieuwe verbindingen

Wat deelnemers vooral meenamen van de dag, was het gevoel van urgentie én optimisme. Uit de evaluaties bleek dat de werksessies



bijzonder werden gewaardeerd vanwege de ruimte voor dialoog en concrete actiepunten. Veel aanwezigen gaven aan nieuwe samenwerkingen te hebben opgezet of vervolgspraken gemaakt.

De energie van het congres reikte bovendien verder dan de muren van het House of Connections. Ook online bereikten de posts over CCU FWD meer dan 10.000 professionals, met opvallend veel betrokkenheid vanuit het bedrijfsleven en onderzoeksinstituten. Daarmee is duidelijk dat CCU als thema leeft – niet alleen in de regio, maar ook nationaal.

De volgende stap: van visie naar uitvoering

De uitkomsten van CCU FWD vormen het vertrekpunt voor vervolgsessies in 2025 en 2026. Op 22 januari 2026 organiseert Chemport met de partners een digitale follow-upsessie, waarin de voortgang van de besproken thema's centraal staat. Later in het voorjaar volgt een verdiepende bijeenkomst, gericht op het vormen van consortia en het concretiseren van projecten binnen de CCU Forward Challenge.

Chemport en organisatiepartners willen met deze stappen een netwerk van bedrijven, onderzoekers en beleidsmakers verder laten groeien. Samen werken zij aan een regio waar CO₂ niet langer als afval wordt gezien, maar als grondstof voor economische groei en klimaatimpact.

Zoals een deelnemer het verwoordde: 'We hebben alle bouwstenen in huis. Nu is het tijd om ze aan elkaar te leggen.'

De tijd om te handelen is nu

CCU FWD liet zien dat de transitie naar een circulaire koolstofeconomie geen verre toekomstvisie is, maar hier en nu vorm krijgt. Met haar sterke industriële basis, kennisinfrastructuur en samenwerking tussen publieke en private partijen heeft Noord-Nederland alles in huis om voorop te lopen in de koolstoftransitie.

De tijd om te handelen is nu. En het Noorden doet dat.



Amarenske Klatter | communicatieadviseur Chemport
NOM T +31 6 505 000 36 | E klatter@nom.nl

GREENWALL GELUIDSSCHERMEN:

GROEN EN BIJNA 100% CIRCULAIR

Geluidsschermen van Greenwall staan volop in de belangstelling. Dit bedrijf in Beilen voorziet in de groeiende behoefte aan vergroening en verduurzaming van de openbare ruimte. Mede mogelijk gemaakt door een lening bij het MKB Fonds Drenthe die het bedrijf onlangs heeft afgelost. Een mijlpaal voor directeur Erik Muggen, met veel waardering van het fonds. 'Bijna jammer', zegt investment manager Tim Vonk van het fonds, 'dat Greenwall zonder ons verder gaat.'

Erik Muggen,
directeur Greenwall

De Greenwall-elementen bestaan uit een stalen frame, kokosdoek en een kern van hennephoutvezel. Klimplanten begroeien het frame, in een speciaal voorbereikt plantbed. Erik: 'Bijzonder is dat ze geluid wren én enorm goed geluid absorberen. En het Greenwall-element is voor 99,8% re-usable en recyclebaar: het enige product met zo'n hoge mate van circulariteit.'

Start in 2005, keuzes in 2017

Het oorspronkelijke idee is van hovenier en jeugdvriend Henk Booman: een direct groene tuinafscheiding. Aan Erik de vraag om dit naar de markt te brengen. 'Met een telefoonnummer, website en een stapel folders was Greenwall BV in 2005 een feit.' De potentie wordt een stuk groter als, na een tip van een akoestisch bureau, labtesten uitwijzen hoe goed geluidwerend dit scherm is. 'Daarmee gingen we naar de zakelijke markt, aannemers, projectontwikkelaars, gemeenten en provincies; die zijn nu goed voor bijna 95% van onze omzet.'

Greenwall BV floreert. Dat vergt keuzes over de koers. Als in 2017 blijkt dat de beide compagnons daar verschillend over denken, besluiten zij uit elkaar te gaan. Met de vraag hoe dat te financieren, schakelt Erik een financieel adviseur in. Die schetst drie opties: banklening, crowdfunding en MKB Fonds Drenthe.

Cofinanciering verplicht

De eerste gang is naar de bank. Logisch, stelt Tim: 'De bank is goedkoper dan wij, bovendien mogen wij niet financieren als de bank dat kan. En cofinanciering is een vereiste van financiering door ons.'

De bank blijkt geen haalbare kaart. Erik: 'Onze flow belooft vaak twee jaar tussen opdracht en uitvoering. Dan zit er wel eens een 'slecht' jaar tussen. Zulke schommelingen, daar wordt een bank zenuwachtig van. Wij hebben bovendien geen bezit als onderpand.' Tim begrijpt dat wel. 'Banken werken onder meer met spaargeld van particulieren, dus gelden er strenge regels.' Natuurlijk is ook het MKB Fonds Drenthe 'streng', maar op een andere manier. 'Het is geen subsidie, het bedrijf moet wel in staat zijn het geld terug te betalen. Ons doel is revolverend: we willen winst maken om zo in de toekomst meer bedrijven te kunnen helpen. Maar naast het economisch rendement kijken wij vooral naar de kwaliteit van de ondernemer en het maatschappelijke rendement voor de regio. In de vorm van werkgelegenheid, maar in dit geval ook in vergroening en verduurzaming.'

Crowdfunding: in een half uur rond

'De kernwaarden van Greenwall – groen – duurzaam – ecologie – fijnstoffiltering – sloegen zó goed aan dat we in een half uur ons streefbedrag met crowdfunding hadden behaald, van voornamelijk particuliere beleggers', vertelt Erik.

Daarmee en met zijn goede verhaal kreeg hij bij het fonds de handen op elkaar voor het restant. Tim: 'Erik toonde aan dat hij sterk is in het binnenhalen van opdrachten en dat hij de benodigde overtuigingskracht heeft. Greenwall beweegt zich op een groeiemarkt en werkt bovendien veel met Drentse (onder)aannemers. We kunnen goed uitleggen aan een doorsnee Drent waarom we dit bedrijf met Drents geld willen financieren.'

Erik én zijn compagnon zijn tevreden over de uitkoop. 'Mede omdat wij elkaar het beste gunden, is dit op een zodanig prettige manier afgesloten dat onze vriendschap er niet onder heeft geleden.'

'MKB Fonds Drenthe eigen verantwoordelijkheid'

Een lening bij het MKB Fonds Drenthe is óók voor het fonds risicodragend. Erik: 'Je hebt daardoor een andere relatie dan met een bank. Het fonds straalt uit dat zij óók verantwoordelijk zijn, een gezamenlijke motivatie om het tot een succes te maken.'

Dat gedeelde eigenbelang brengt een zekere 'bemoeizorg' met zich mee. Dat is ook afhankelijk van het type financiering. Tim: 'Als we bijvoorbeeld aandelen kopen, is onze bemoeienis met een bedrijf groter dan bij deze lening.' Hoe ervaart de ondernemer dat? Erik: 'De investment manager kwam een keer of vier per jaar praten, over de markt, waar loop je tegenaan als ondernemer. Niet inhoudelijk deskundig, wel kritisch: ik dacht eerst dat we vast een keer zouden botsen, maar nee, hij was een goede sparringpartner. Dus een soort bemoeizorg maar op een positieve manier.'

Innovatie en groei

Greenwall blijft innoveren. 'Ons unieke GGS-beplantingsmodel geeft de begroeiing een optimale start in het leven, inclusief 1 jaar onderhoud en inboet: vervanging van planten die niet in één keer aanslaan.' Met het juiste onderhoud blijft een scherm 30 jaar goed. 'We bekijken samen met aannemers mogelijkheden van een soort beheerscontract bij levering.' Aan verdere duurzaamheid wordt ook gewerkt. 'Zoals een oplossing voor de kunststof repen die in de kokosvezel zijn gevlochten. Alle andere onderdelen zijn volledig recyclebaar of van hernieuwbare grondstoffen. De hennep komt uit Oude Pekela. De kokosvezel kopen we nu nog in Duitsland, maar we gaan experimenteren met duurzamere alternatieven, schapenwol of hennepvlas.'

Greenwall zet nog meer in op uitbesteden van productie en (af)bouw en focust op eigen kerntaken: 'Nieuwe producten en bestaande producten doorontwikkelen. We willen voorop blijven lopen en groeien in de markt, ook in Europa. Vanuit Beilen kunnen we 1.000 km in omtrek bedienen.' Tim is blij dat het MKB Fonds Drenthe daarin kan bijdragen. 'Het succes blijft de verdienste van de ondernemer. Maar mooi dat wij daarin kunnen ondersteunen, als financier, adviseur en aanjager van positieve impact voor Drenthe.'

29

A28 – VOORBEELD IN EIGEN DORP

Naast de A28, aan de overkant van Van der Valk Hotel Spier, staat een groen geluidsscherm van Greenwall. 'Een paar jaar geleden is de schanskorfconstructie die daar stond in een storm geknapt en is de vulling van stenen leeggelopen. Dat leek mij een uitgelezen kans om ons als lokaal bedrijf in onze eigen gemeente te profileren. Uiteindelijk kregen we na een behoorlijk intensief besluitvormingsproces groen licht: mooi ons product in eigen dorp!'



Tim Vonk | investment manager

T +31 6 253 519 51 | E vonk@mkbfonds drenthe.nl



Liana Klaster-Willems

Allard van der Horst

30

EXIT NOM BIJ DATA B. MAILSERVICE EEN LOGISCHE STAP

In aanloop naar de verkiezingen dit najaar, deed Data B. Mailservice in Leek waar ze goed in zijn: in korte tijd miljoenen gepersonaliseerde stembiljetten drukken en versturen. In een NOS-item gaf het innovatieve bedrijf voor het eerst een kijkje achter de schermen. Omdat Data B. na diverse groei- en vernieuwingsfases stevig op eigen benen staat, nam de NOM in dezelfde periode afscheid als aandeelhouder. Met directeur Liana Klaster-Willems blikken we terug én vooruit.

Na ruim twee decennia betrokkenheid bij Data B. is het voor de NOM een exit om bij stil te staan. Voorafgaand aan het gesprek met Liana zegt investment manager Allard van der Horst: 'Het is uitzonderlijk dat we zo lang als aandeelhouder met een bedrijf verbonden zijn. We streven ernaar maximaal zeven à acht jaar in ondernemingen te participeren. Er geldt weliswaar geen harde deadline, maar deze duur van 21 jaar is wel uniek.' Dat hadden zijn oud-collega's in 2004 vast niet voorzien, toen de NOM aandeelhouder werd bij Data B. Mailservice (zie het kader op de volgende pagina). Het bedrijf in Leek was toen al sinds 1991 actief in de wereld van documentenstromen. Destijds stond oprichter Bé Klaster nog aan het roer, terwijl dochter Liana een jaar eerder was binnengehaald voor het uitbouwen van de productieafdeling.

Haar komst bij het bedrijf was niet vanzelfsprekend. 'Werk en familie houd ik graag gescheiden, daarom ben ik eerst mijn eigen weg gegaan in de financiële wereld en machinebouw', vertelt Liana. Dat ze in 2003 toch instapte bij Data B. was omdat ze een scherpe neus heeft voor groeimogelijkheden én wist dat haar vader na een jaar afscheid zou nemen als directeur. Maar het liep anders. Om te kunnen groeien, kwam in 2004 de NOM als aandeelhouder in beeld. Voorwaarde bij de deal was dat Bé Klaster nog vijf jaar aan het roer bleef. 'Dat was langer dan ik had voorzien', zegt Liana nuchter. 'Maar ik zat bij Data B. wel goed op mijn plek en na een jaar was ik eraan gewend dat m'n vader ook mijn directeur was. Daarom ik heb nooit spijt gehad dat ik ben aangehaakt.'

Kans voor cultuuromslag

Terugblikkend maakte Data B. na het vertrek van Bé Klaster in 2009 misschien wel de meest lastige jaren door. Dat lag volgens dochter Liana niet alleen aan de toen nog zittende directie. 'We verloren in die periode ook een grote klant die meer dan de helft van onze omzet genereerde. Achteraf was dat een zegen, want zo'n afhankelijkheid is ongezond. Het maakt gemakzuchtig. Het vertrek van die klant was

dé kans voor een cultuuromslag. Bewuste keuzes maken, focussen, moeite blijven doen en altijd scherp zijn: voor mij zijn dat belangrijke voorwaarden voor een gezonde bedrijfsvoering en dat kon destijds bij Data B. echt beter.'

Liana sprak haar ambities en ideeën uit en kreeg – naast de productieafdeling – in 2012 ook de financiële en technische zaken onder haar hoede. Toen ze zich een jaar later bij het bedrijf inkocht, groeide haar inspraak in de koers. 'Vanaf het moment dat ik hier werk, voel ik me al verantwoordelijk voor het bedrijf', vertelt de doelgerichte voorvrouw, die sinds 2017 algemeen directeur is. 'Als ik mogelijkheden zie, dan wil ik daar naar handelen. Ik wil meer dan alleen de zaken strak in de steigers zetten, ik wil dóór kunnen, verder ontwikkelen. Innoveren is belangrijk en voor Data B. zag ik volop kansen. Zodra ik me in 2013 had ingekocht, zijn we fors gaan investeren in nieuwe machines en softwareontwikkeling. Dat was best spannend, want stel dat we na die moeilijke jaren misschien al te laat waren met vernieuwing. Gelukkig bleken we opnieuw een voorloper en hebben we onze voorsprong altijd weten te behouden.'

De lat ligt hoog

Allard was in die cruciale vernieuwingsfase nog niet betrokken als investment manager – de laatste zes jaar heeft hij Data B. in portefeuille gehad, na twee voorgangers – maar hij herkent de sterke focus op innovatie. 'Naast hun grote betrouwbaarheid schuilt de kracht van dit bedrijf in de doorgaande ontwikkeling. Ze blijven investeren in moderne machines, goede mensen en technische vooruitgang. Meedenken met klanten, scherp zijn op kansen, lean en mean werken... bij Data B. kunnen ze leveren omdat ze er altijd bovenop zitten en de lat hoog leggen. Zo houden ze hun voorsprong in een veeleisende markt. Knap hoe ze dat doen en alle credits voor het huidige management.'

Als aandeelhouder is de NOM altijd een sparringpartner, al zag Allard bij Data B. een grote zelfstandigheid. 'Liana kent alle ins en outs van het bedrijf en ook als het gaat om slimme financiële keuzes hoeven wij haar niets uit te leggen', erkent de investment manager. 'Het is mooi dat wij als investeerder van betekenis konden zijn bij het helpen groeien van dit prachtige bedrijf. Na diverse vernieuwingsfases staat Data B. ook financieel zo stevig dat wij als NOM weinig toegevoegde waarde meer hebben. Drie jaar geleden is de andere grote aandeelhouder Bank Nederlandse Gemeenten uitgekocht en nu was er ruimte voor een marktconforme deal om de aandelen van NOM terug te kopen. Een zakelijk besluit op een passend moment.'

Ruimte voor ontwikkeling

'Deze exit is een logische stap', vindt ook Liana. 'Wij hebben de participatie van de NOM niet meer nodig, dus kunnen zij hun aandelen >



Het is mooi dat wij als investeerder van betekenis konden zijn bij het helpen groeien van dit prachtige bedrijf.

Allard van der Horst | investment manager NOM

> beter verzilveren en weer in andere Noord-Nederlandse bedrijven investeren. Wij hebben altijd alle ruimte voor ontwikkeling gekregen van de NOM en dat verdienen andere kansrijke ondernemers ook. Overigens zie ik om me heen dat er genoeg bedrijven zijn waar op organisatorisch vlak nog veel te verbeteren is. Vooral als het gaat om focus houden op waar je naartoe wilt. Daar kan de NOM mogelijk nog meer toegevoegde waarde bieden, bijvoorbeeld door een pool van specialisten. Dat ik zelf goed financieel inzicht heb en zaken snel kan doorrekenen voor de lange termijn is absoluut helpend geweest om te komen waar we nu staan. Net als de focus scherp houden, onder alle omstandigheden.'

De marges in de markt van Data B. zijn soms krap, al stelt Liana bij aanbestedingen kwaliteit en integriteit altijd voorop. 'Betrouwbaarheid is een essentiële factor in dit vak. Als er in een aanbesteding alleen focus is op de laagste prijs, vraagt dat concessies in veiligheid en kwaliteit. Je ziet dat sommige aanbieders door de stijgende prijsdruk zó scherp offren, dat ze die veiligheid en kwaliteit niet meer kunnen garanderen. Wij kiezen er bewust voor om in kwaliteit en veiligheid te blijven investeren; we hebben de verantwoordelijkheid om al die vertrouwelijke gegevens van klanten en burgers te beschermen. Daar hangt een prijskaartje aan, maar ook een helder verhaal over het belang van die beveiliging. Na een aantal datalekken bij andere partijen, met veel media-aandacht, hoef ik dat verhaal bij onze klanten steeds minder vaak uit te leggen.'

Blijven groeien

De flow zit er goed in bij Data B. Hoe gaan ze verder nu alle aandeelhouders zijn uitgekocht? Liana nam vorig jaar al een sabbatical van vier maanden om wat zaken helder te krijgen. 'Het was goed om te ontdekken dat ik niet onmisbaar ben. Die periode heeft aan beide kanten tot inzichten geleid over mijn rol in het bedrijf. Mijn compagnon Steven Jansen houdt zich vooral bezig met IT en samen doen we de sales. Ik ben van de productie en financiën, maar we hebben recent een financieel manager aangenomen die taken van mij overneemt. Zo creëer ik meer ruimte om me te richten op visie voor de toekomst. We blijven innoveren en ja, er zijn nog steeds ambities om verder te groeien, zowel door overnames als markuitbreiding. We richten ons bijvoorbeeld meer op andere overheidsleveranciers en we zijn bezig met het lanceren van ons product Bboxx, een op maat ontwikkeld digitaal platform voor burgers.'

Naast Bboxx heeft Data B. nóg een nieuw product in de pijplijn, maar daar kan de ambitieuze ondernemer nog niets over zeggen. Behalve dat ze het in 2013 al bedacht heeft. 'In die fase waren we nog veel te druk met vernieuwen en het verstevigen van onze basis. De focus lag al die tijd bij onze klanten en wat zij nodig hebben. Dat is nog steeds zo, maar we willen onze ontwikkelruimte volledig benutten. Daarom voeren we nu gesprekken met potentiële partners over het uitrollen van dat nieuwe product.' Daarnaast begint Liana (53) alvast na te denken over de toekomstige bedrijfsoverdracht. 'Dat speelt pas op langere termijn, maar wil ik wel goed voorbereiden.'



Ze zijn een belangrijke landelijke speler in de wereld van crossmediale documentstromen. Klanten worden ontzorgd bij het printen, couverteren en versturen van papieren documenten, maar ook bij het versturen van allerlei digitale post, variërend van gewone mailingen, facturen of aanmaningen tot aanslagen of andere vertrouwelijke informatie via Mijn Overheid en DigiD. Waar wenselijk worden ook digitale betaaloplossingen gekoppeld, waarvoor Data B. in eigen huis software ontwikkelde.

De veelzijdige fysieke en digitale diensten worden vanuit Leek uitgevoerd voor een breed scala aan klanten: van het mkb tot pensioenfondsen, verzekeraars, onderzoeksbedrijven en woningcorporaties. Al is Data B. vooral actief in de overheidsmarkt, voor zowel gemeenten als de Belastingdienst en andere rijksoverheidsdiensten. Van aangiften en WOZ-aanslagen tot stembiljetten: Data B. zorgt ervoor dat alle vertrouwelijke stukken bij de burger komen, fysiek en digitaal.

Door de toenemende digitalisering, innovatie en de noodzaak van beveiliging, is de productie van Data B. steeds meer IT-gedreven. Onder de zeventig mensen die op het hoofdkantoor in Leek werken, zijn twintig IT'ers. Voor ontwikkeling is in 2016 een zelfstandige tak opgericht in Barcelona, waar vijftien IT'ers zich volledig richten op innovatie.

Ondanks de groei van digitale documentenstromen, blijft papier een stabiele rol spelen. Door de coronapandemie zag Data B. het aandeel van digitale documenten bij de overheid zelfs weer iets zakken van 31 naar 29 procent. Dat komt door de noodzaak om alle burgers te bereiken en dat lukt nog niet volledig via de digitale weg. Bovendien schieten digitale alternatieven soms nog tekort, zoals het checken van de identiteit bij verkiezingen.



NOM

PLAN DE CAMPAGNE 2026

Wie krijgt geen fijn gevoel bij het 'heerlijke avondje'? De meesten zullen direct aan Sinterklaas denken. Voor de NOM is 5 december een extra bijzondere dag vanwege de 'AvA'. Dat staat voor de Aandeelhoudersvergadering. Aan het einde van het jaar bespreken de aandeelhouders het jaarplan van de NOM. Daarin staan alle activiteiten en projecten opgesomd.

De afgelopen jaren veranderde er best het een en ander rond het jaarplan. Lange tijd was de totstandkoming ervan een geruisloos proces. Geen hamerstuk, maar ook geen document waarover lang werd gediscussieerd. Dat is de afgelopen jaren veranderd. De NOM is blij met de nauwe samenwerking die we met de provincies en het ministerie van Economische Zaken hebben.

Want gedurende het jaar is er al veel contact over de ambities en accenten voor het komende kalenderjaar. Hierdoor vinden we goede aansluiting met de economische visies van onze provinciale aandeelhouders. En met de plannen van het Rijk, zoals de Nationale Technologie Strategie (NTS). Binnen die kaders werken onze sector-teams hun plannen uit.

De meeste voornemens passen in een programma. Voor het werkveld van 'Innoveren' is er bijvoorbeeld een programma voor business development. Maar ook een programma voor de ontwikkeling van ecosystemen. Binnen het werkveld 'internationaliseren' onderscheiden we o.a. een programma voor de acquisitie van 'missing links'. Naast de directe en indirecte investeringsactiviteiten zet ook het werkveld investeren eigen accenten. Nieuw in 2026 is een Acceleratie Programma voor waardecreatie binnen onze portfoliobedrijven.

Het jaarplan zal binnenkort op onze website verschijnen. Zo neemt iedereen kennis van onze plannen. Alles tezamen moeten deze een bijdrage leveren aan een toekomstbestendige regio. Met alle Nommers betreden we ook in het komende kalenderjaar weer nieuwe innovatiepaden die mens en maatschappij verder brengen.

Van autonome systemen en slimme materialen tot Future-Proof Computing: in Noord-Nederland wordt gewerkt aan technologieën die de toekomst vormgeven. Door slim te investeren in baanbrekende HTSM-bedrijven en de slimme maak-industrie, wil de NOM het ecosysteem versterken en innovaties versnellen.

HTSM staat voor High Tech Systemen en Materialen. In dit brede werkveld, dat we vaak combineren met de slimme maakindustrie, worden geavanceerde systemen, materialen en technologieën ontwikkeld voor industriële toepassingen. Noord-Nederland heeft een bloeiende HTSM-sector die bijdraagt aan economische vooruitgang en maatschappelijke uitdagingen, zoals duurzame energie, gezondheid en mobiliteit.

De maakindustrie heeft diepe wortels in onze regio. Al in de 19^e eeuw, toen ijzersmederijen uitgroeiden tot machinefabrieken, ontstonden er innovaties rond landbouwwerktuigen en machines in de strokarton-industrie. Feitelijk werd hiermee het fundament gelegd voor de noordelijke metaal- en maakindustrie.

De echte doorbraak naar een moderne maakindustrie vond plaats nadat Philips zich vanaf 1950 geleidelijk op meerdere locaties in Noord-Nederland vestigde. De elektronicafabrikant bracht niet alleen werkgelegenheid, maar vooral ook kennis, expertise en nieuwe productietechnieken naar de regio. Het gaf de slimme maakindustrie, als voorloper van de HTSM-sector, een impuls die doorwerkt tot de dag van vandaag.

Eén van de vier techregio's

Inmiddels profileert het Noorden zich nadrukkelijk als een van de vier techregio's van Nederland, samen met Eindhoven, Delft en Twente. Dit wordt bevestigd door de aanwezigheid van een sterke kennisinfrastructuur, vernieuwende hightechbedrijven, cross sectorale innovatie en vitale samenwerkingsverbanden.

Zo is er onder meer het Innovatiecluster Drachten (ICD), een samenwerkingsverband waarin bedrijven, kennisinstellingen en overheden samenwerken aan innovaties op het snijvlak van smart industry, digitalisering en hightech productie. Een ander initiatief is EDIH NN, een regionaal innovatie- en ondersteuningsnetwerk dat bedrijven helpt bij hun digitale transformatie.

ICT en digitalisering zijn verweven met alle HTSM-ontwikkelingen. Of het nu gaat om sensoren, robotica, slimme productiesystemen,

DE OPKOMST VAN HET

intelligente software en real-time dataverwerking, zonder deze elementen functioneert geen enkel modern hightech systeem.

Autonome systemen

Gevoed door onderwijs en onderzoek van wereldklasse neemt de slimme maakindustrie een prominente plaats in binnen de noordelijke HTSM. De focus ligt met name op de ontwikkeling en implementatie van autonome systemen: technologieën (software in samenwerking met hardware) die zelfstandig opereren en beslissingen nemen zonder directe menselijke tussenkomst.

Autonome systemen worden onmisbaar om de belangrijke transitities te doorlopen en bieden kansen om de noordelijke economie te versterken en bedrijven toekomstbestendig te maken en te houden. De NOM wil de ontwikkeling van autonome systemen stimuleren door te investeren in kansrijke bedrijven en door innovatieve projecten en ecosysteem-interventies te initiëren. Zo zijn we nauw betrokken bij de oprichting van INFINITECH, een nieuw samenwerkingsverband en expertisecentrum dat innovatie versnelt door bedrijven, kennisinstellingen en overheden te verbinden rondom autonome systemen, AI en slimme maakindustrie.

Future-Proof Computing

Naast autonome systemen is ook Future-Proof Computing een speerpunt van de NOM. De term verwijst naar technologieën, software en hardware die zodanig zijn ontworpen dat ze flexibel, betrouwbaar en duurzaam zijn voor toekomstig gebruik en veranderende eisen. Niet onbelangrijk in een tijd waarin AI een razendsnelle vlucht neemt, energieverbruik de pan uit rijst en datasoevereiniteit steeds belangrijker wordt.

Want hoe garanderen we voldoende veilige datasets, stroom en rekenkracht? En hoe verbeteren we de energie-efficiency van chips en datacentra? Alle reden dus om stevig in te zetten op Future-Proof Computing. Het mooie is: de komst van de AI-fabriek in de stad Groningen schept daarvoor uitstekende voorwaarden.

De AI-fabriek is een expertisecentrum en supercomputerfaciliteit en wordt het centrale punt voor AI-onderzoek, innovatie en toepassing in Nederland, met directe impact op de noordelijke HTSM-sector. Het faciliteert samenwerking, verkleint de afhankelijkheid van 'Big Tech', de Amerikaanse IT-infrastructuren en biedt rekenkracht en kennisinfrastructuur die het hele Noorden, van hightech maakindustrie tot het mkb, vooruit helpt.

Aanjager en verbinder

Als aanjager van de regionale economie investeert de NOM gericht in HTSM-bedrijven die een waardevolle aanvulling vormen op het noordelijke ecosysteem. De inzet ligt hierbij op innovaties die aantoonbaar bijdragen aan het oplossen van maatschappelijke en economische uitdagingen. Denk aan bedrijven die werken aan autonome systemen, baanbrekende sensortechnologie of cloud computing.

NOORDEN ALS TECHREGIO

De NOM fungeert niet alleen als investeerder, maar ook als verbinder tussen bedrijven, kennisinstellingen en overheden. Door partijen samen te brengen ontstaan er samenwerkingsverbanden die van grote waarde zijn voor innovatie en opschaling binnen de HTSM-sector. De uitstekende onderzoeks- en prototypefaciliteiten in Noord-Nederland, maken de regio zeer aantrekkelijk voor bedrijven met R&D-potentieel.

Een groeiend aandachtsgebied is dual-use technologie: innovaties die zowel civiel als voor militaire toepassingen kunnen worden ingezet. Via het SecFund, een investeringsfonds voor defensie-innovatie, investeert de NOM in bedrijven die voorzien in de innovatiebehoeften van Defensie en bijdragen aan de strategische autonomie van Nederland. Voorbeelden zijn autonome counterdrone-systemen en vernieuwende

radiotechnologie. Het fonds opent voor noordelijke HTSM-bedrijven nieuwe deuren naar financiering en defensieopdrachten.

Investeringsportfolio

Het investeringsportfolio van de NOM telt diverse veelbelovende bedrijven in de HTSM-sector. De spreiding is groot en loopt uiteen van bedrijven in robotica en edge computing tot innovators in slimme materialen en sensortechnologie. De breedte van het portfolio onderstreept de veelzijdigheid van de noordelijke HTSM-sector en versterkt de complete waardeketen.



André Harmens | ecosysteemontwikkelaar HTSM
NOM T +31 6 113 017 15 | E harmens@nom.nl

Daan Verhorst | investment manager IT
T +31 6 292 173 12 | E verhorst@nom.nl

GAMECHANGER: QDI SYSTEMS

WWW.QDISYSTEMS.COM

Een schoolvoorbeeld van HTSM-innovatie is QDI Systems uit Groningen, een pionier in deep tech. De startup werd in 2019 door natuurkundige Artem Shulga opgericht als spin-off van het Zernike Institute for Advanced Materials van de RUG.

QDI Systems ontwikkelde een technologie die is gebaseerd op nanomateriaal, zogeheten quantum dots. Deze nanodeeltjes zetten licht uiterst efficiënt om in elektrische signalen, waardoor camera's en sensoren lichtgevoeliger, energiezuiniger, nauwkeuriger en meer schaalbaar worden dan huidige siliconentechnologieën.

De technologie is bij uitstek geschikt voor toepassing in de markt voor consumentenelektronica en de medische sector. QDI Systems

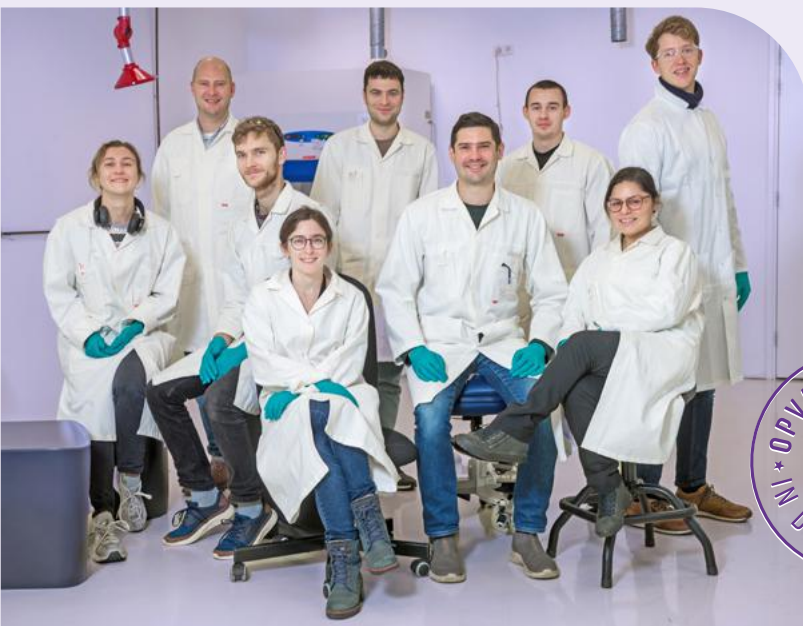
richt zich onder meer op korte-golf-infrarood (SWIR) toepassingen die gezichtsherkenning in smartphones aanzienlijk verbeteren. Maar de technologie biedt de consumentenmarkt uiteraard meer interessante mogelijkheden. Denk aan het ondersteunen van de volgende generatie wearables die niet alleen basale functies meten, maar ook gedetailleerd gezondheids- en omgevingsdata verzamelen.

Voor de medische sector ontwikkelde QDI Systems als eerste ter wereld een toepassing voor röntgenapparaten. Dit zorgt bij onderzoeken voor een hogere beeldkwaliteit en een lagere blootstelling aan schadelijke straling. QDI Systems zet, met andere woorden, een nieuwe standaard voor medische beeldvorming en patiëntveiligheid.

Om de technologie door te ontwikkelen en verder op te schalen haalde de startup een financiering op bij meerdere investeerders, waaronder de NOM. Maar ook helpen we QDI Systems met een netwerk om in de regio door te groeien en talent aan te trekken. Want ja, een bedrijf dat de potentie heeft om wereldwijd markten te transformeren willen we te allen tijde voor Noord-Nederland behouden.

Kennis, kapitaal en netwerk

Door strategisch te investeren en partijen te verbinden blijft de NOM onverminderd bouwen aan een robuust en toekomstbestendig HTSM-ecosysteem. De ambitie is helder: het Noorden positioneren als een van de vier techregio's van Nederland. De NOM heeft kapitaal, kennis en een netwerk. De deur staat altijd open voor ondernemers die met slimme oplossingen en innovaties bijdragen aan de uitdagingen van morgen.



MEDIAWIJS

BEN JIJ

Ontdek het met

Niels Bloembergen

Remco van der Steen

VEILIG OP PAD IN DE DIGITALE JUNGLE

36

In een steeds digitaal wordende wereld vol met nepnieuws, phishing, chatbots en clickbait is mediawijsheid en digitale geletterdheid belangrijker dan ooit. De Friese startup Mediajungle wil daarom dat iedereen veilig en mediawijs mee kan doen aan de digitale samenleving. Met speciale aandacht voor mensen die vaak achteraan staan bij de toegang tot kennis en het leren van vaardigheden. Dat doen ze met serious gaming.

Mediajungle werd officieel opgericht in 2024, maar het idee erachter ontstond al in 2017, toen mede-oprichter en huidig directeur Niels Bloembergen werkzaam was in de zorg. 'Mijn roots liggen in de behandeling en begeleiding van jongeren met een licht verstandelijke beperking', aldus Bloembergen. 'Dat zijn mensen die vaak moeite hebben met de snelheid en complexiteit van onze samenleving. En ik merkte dat digitalisering en een wereld die zich steeds meer online afspeelt, vaak meer problemen opleverden dan het deze jongeren echt hielp.'

Serious gaming

'Ik zeg het misschien wat gechargeerd, maar het is een beetje het principe van de kanarie in de kolenmijn', vervolgt Bloembergen. 'Een probleem in de maatschappij signaleer je namelijk vaak als eerste bij deze groep. Dat probleem los ik natuurlijk niet ineens op, maar ik merkte vooral ook dat het geen gespreksonderwerp was, ook niet bij de andere begeleiders en behandelaars. Binnen de zorginstelling waar ik destijds werkte, besloten we daarom iets te ontwikkelen om dat gesprek op gang te brengen', vervolgt Bloembergen. 'Dat kan heel goed met serious gaming, want dat is een hele aantrekkelijke en vooral leuke manier om iets te leren, waarbij het spel niet het doel is, maar een middel.'

Het werd een combinatie van bordspel en app, waarbij de content steeds aangepast kon worden. Het idee werd ingezonden voor een challenge van Netwerk Mediawijsheid en kwam als winnaar uit de bus. 'Jorrit van Kaam en Remco van der Steen van Klare Koek waren verantwoordelijk voor de technische kant, maar ook het design, de look en feel en de gameplay hebben we samen gerealiseerd. Dat was een



gouden match, want we hebben er samen echt een enorm gaaf spel van weten te maken', zegt Bloembergen. 'De zorginstelling waar ik werkte zag zichzelf vooral als aanjager van het idee en had geen plannen om het spel verder door te ontwikkelen. Dus gingen we met z'n drieën verder met Mediajungle.'

'Toen we het spel uitbrachten en verder door gingen ontwikkelen, zagen we ook ineens hoe ontzettend groot de behoefte was. Niet alleen zorginstellingen, maar ook scholen, bibliotheken en kinderopvangcentra stonden te springen om dit soort materiaal, want er was gewoonweg niks. Digitale geletterdheid en mediawijsheid worden binnenkort ook onderdeel van het landelijke curriculum van basis-, voortgezet en speciaal onderwijs. Het principe van de kanarie in de kolenmijn bleek dus goed te kloppen, en we hadden ineens iets waarmee we een veel breder maatschappelijk probleem konden helpen oplossen.'

Opschalen

'De eerste jaren werkten we nog veel in onze eigen tijd aan Mediajungle', zegt mede-oprichter Jorrit van Kaam. 'Remco en ik hadden daarnaast

ons werk met Klare Koek en Niels had ook zijn eenmanszaak ernaast. Maar we kwamen uiteindelijk op het punt dat we echt stappen moesten gaan zetten, omdat we een grote behoefte zagen die in de toekomst alleen maar groter wordt. En als je blijvend impact of verschil wil maken als ondernemer, dan hoort daar ook gewoon een goede bedrijfsvoering bij. Je wilt ook niet afhankelijk zijn van de grillen van de politiek of de fondsen en subsidies. Het was voor ons ook een logisch moment om op te schalen en te kijken naar financiering.'

Die financiering werd gevonden bij de FOM en het Donor Impact Invest Fund (DIIF). 'Digitale geletterdheid is een hot topic en een grote maatschappelijke uitdaging en Mediajungle weet daar op een hele mooie en impactvolle manier op in te spelen', zegt investment manager Jonathan Tol namens de FOM. 'Ze namen ook deel aan de investor- en market readiness programma's, dus we stonden ook al een tijd met ze in contact. Als impact startup passen ze ook goed in ons profiel en zijn ze een mooie aanwinst voor de regio, dus helpen we ze graag met hun plannen om verder op te schalen.'

Als het makkelijk was, zou iedereen het doen

'We hebben veel gehad aan het hele investeringstraject, want je wordt daarmee gedwongen om echt heel goed te kijken naar je plannen en je propositie', zegt Van Kaam. 'In het begin denk je nog weleens: is dit nou echt allemaal nodig? Je moet daardoor dingen soms opnieuw uitzoeken, maar dat blijkt gewoon heel waardevol te zijn en het helpt je om betere beslissingen te maken.'

'We kregen veel hulp van de FOM en als we dan ergens tegenaan liepen werd vaak gezegd: als het makkelijk was, dan zou iedereen het doen', vult Bloembergen aan. 'Dat is een boodschap die ik nu ook graag zelf verkondig. Het is heel goed om met een kritische blik naar je bedrijf te kijken en veel waardevoller dan bij wijze van spreken alleen een zak geld aan te nemen en dan zelf daar maar iets mee doen.'

Internationale ambities

'De investering willen we gebruiken voor een verdere professionaliseringsslag', zegt Van Kaam. 'Dus bijvoorbeeld op het gebied van marketing en sales alles professioneler optuigen, want dat is voor ons belangrijk om een grotere doelgroep te kunnen bereiken. En we hebben daarnaast ook best wel grote plannen om Europa in te gaan. We zien namelijk ook interesse vanuit meerdere Europese landen. We zijn ook al actief in het Nederlands sprekende deel van België, waarvoor we ook een Belgische check hebben op de content die we daar maken.'

'En gezien het feit dat digitale geletterdheid en mediawijsheid nu ook een vaste plek in het onderwijs krijgen en scholen daar nu mee aan de slag gaan, willen we daar ook echt op gaan inzetten en heel goed bij aansluiten', vult Bloembergen aan. 'Dat is voor ons een hele grote wens en dat betekent dat we daarmee ook alles wat we maken onafhankelijk willen laten accrediteren door het RIVM, zodat we aan kunnen tonen dat we aan de kwaliteitsnormen voldoen en dat onze interventies ook echt effectief zijn. Dat willen we op korte termijn afgerond hebben. En dan zijn we daarmee ook de eerste in Nederland op dit thema, vanuit Friesland.'

AANGENAAM

Steven de Groot,
business developer,
laat zich kennen in 10 vragen.

1 Wat eet je graag?

Een goeie bak ramen met Gyoza en wat sushi erbij is top. Of zelfbereid stoofvlees met patat.

2 Wat is je meest eigenaardige gewoonte?

Poeh. Het eerste dat me te binnen schiet is koffie drinken onder de douche.

38

3 Wat is je favoriete muziek?

Heel uiteenlopend. Vooral lange sets van elektronische muziek vind ik heerlijk om naar te luisteren.

4 Wat is je favoriete reis?

Indonesië, specifiek het natuurgebied Komodo National Park. Aanrader!

5 Wat is je favoriete ontspanning?

Tennis, piano spelen of een goede serie kijken.

6 Aan welke eigenschap heb je een hekel?

Ongeduld.

7 Wie zijn je helden?

Om het op mijn werk te betrekken: de startups waarmee wij werken binnen ons Startup Programma van de NOM. Je moet het maar durven: tijd, energie (en vaak ook geld) investeren in een bedrijfs-idee dat zich nog niet bewezen heeft. Dat zoveel mensen in Noord-Nederland toch deze stap zetten en de grenzen van innovatie opzoeken, daar kan ik alleen maar respect voor hebben.

8 Waar ben je trots op?

Ik ben trots op het Noord-Nederlandse ondernemerschap. Er gebeurt enorm veel in de regio en dat merk je.

9 Aan welke plek bewaar je de fijnste herinnering?

Boedapest. In 2019 heb ik daar een halfjaar mogen studeren. Sindsdien alweer drie keer terug geweest. Wat mij betreft echt de highlight van Centraal-Europa. Ik heb nog nooit iemand negatief gehoord over Boedapest en kan het iedereen aanraden.

10 Wat is je levensmotto?

Probeer zoveel mogelijk in het nu te leven.



Steven de Groot | business developer
NOM T +31 6 158 227 71 | E degroot@nom.nl

425 JAAR HANDEL, ÉÉN GEDEELDE TOEKOMST: BRUGGEN BOUWEN MET JAPAN



39

In de bruisende metropool Osaka, tussen paviljoens vol duurzame technologie en grensverleggende ideeën, zette Noord-Nederland deze herfst opnieuw voet aan wal – precies 425 jaar nadat het schip *De Liefde* er als eerste Nederlandse vaartuig aankwam. Wat toen begon als handel, is uitgegroeid tot een duurzame relatie waarin kennis, innovatie en vertrouwen de spil vormen.

Vandaag de dag werken in Noord-Nederland duizenden mensen bij een van de vijftien Japanse multinationals die hier actief zijn. Vooral in sectoren als agrifood, HTSM, chemie en life sciences is de samenwerking sterk. En dat is geen toeval: juist in deze domeinen ligt de sleutel tot een slimme, gezonde en duurzame economie – een ambitie die Noord-Nederland deelt met Japan.

Tijdens de World Expo 2025 in Osaka bracht een delegatie van de NOM, samen met vertegenwoordigers van Noord-Nederlandse bedrijven en gedeputeerden Willemien Meeuwissen (Provincie Drenthe) en Erik Jan Bennema (Provincie Groningen), een bezoek aan Japan. Doel: de banden tussen de TopDutch-regio en haar Japanse partners verder versterken.

TopDutch Innovation Challenge

Op 24 september organiseerde de NOM, onder de vlag van TopDutch, een netwerk- en innovatiedag in het Nederlandse paviljoen van de Expo. Centraal stond de TopDutch Innovation Challenge, één van de challenge- ➤

- > based innovatieprogramma's van de NOM. Het uitgangspunt: het stimuleren van duurzame innovatie door Japanse bedrijven met vestigingen in Noord-Nederland samen te brengen met Noord-Nederlandse ondernemers. De Japanse dochteronderneming heeft een visie voor een innovatie die hun proces duurzamer zal maken en gaat een samenwerking aan met een ondernemer die over de kennis beschikt om dit te realiseren.

De NOM vervulde een verbindende rol: ze hielp bij het formuleren van de uitdagingen, begeleidde de selectie van geschikte partners en zette haar internationale netwerk in om samenwerking tot stand te brengen.

Volgens Fleur Mulder, strategist bij de NOM, past deze aanpak perfect bij de Noord-Nederlandse mentaliteit. 'Onze regio kenmerkt zich door openheid, gelijkwaardigheid en een sterke samenwerkingscultuur', vertelt ze. 'Grote en kleine bedrijven werken hier als partners – dat is de ideale voedingsbodem voor gezamenlijke innovatie.'



Fleur Mulder, strategist bij de NOM

Een pragmatische transitie naar waterstof

De gepresenteerde projecten toonden de breedte en effectiviteit van deze aanpak. Een aansprekend voorbeeld was de samenwerking tussen UCC Benelux, onderdeel van het Japanse koffiemark UCC, DNV en Summit Engineering, die beide vestigingen in het Noorden hebben. Samen hebben zij één van de bestaande koffiebranders omgebouwd zodat deze zowel op aardgas als op waterstof kan draaien. Deze hybride technologie maakt het mogelijk om stapsgewijs over te schakelen naar waterstof, waardoor productieprocessen niet alleen groener worden, maar ook economisch haalbaar blijven tijdens de overgangsfase naar hernieuwbare energie.

Circulaire transportbanden

Een ander voorbeeld kwam van Teijin Aramid, gevestigd in Delfzijl, Emmen en Arnhem en onderdeel van het Japanse concern Teijin. Dit bedrijf nam deel aan de Chemport Sustainable Industry Challenge, waarin New Born Rubber, een spin-off van de Rijksuniversiteit Groningen, een circulair proces ontwikkelde om de aramidevezels van Teijin terug te winnen uit afgedankte transportbanden. De technologie maakt het mogelijk om waardevolle materialen opnieuw in de productie te brengen en afvalstromen drastisch te reduceren – een belangrijke stap richting een volledig circulaire industriële keten.



Gerwin Elderman, R&D Application Engineer Teijin Aramid en Remco van Leeuwen, Project Manager New Born Rubber

Verbinding op hoog niveau

Naast deze technologische hoogtepunten bood de bijeenkomst ruimte voor het versterken van persoonlijke en zakelijke relaties. Tijdens een besloten Leaders Luncheon ging NOM-directeur Dina Boonstra in gesprek met CEO's en senior executives van tien Japanse bedrijven die actief zijn in Noord-Nederland. Ook vertegenwoordigers van het Nederlandse ministerie van Klimaat en Groene Groei en de Consuls-Generaal van het Koninkrijk der Nederlanden in Osaka schoven aan. De bijeenkomst bood ruimte om gezamenlijke ambities te bespreken op het gebied van verduurzaming, kennisuitwisseling en verdere samenwerking in het Noorden.



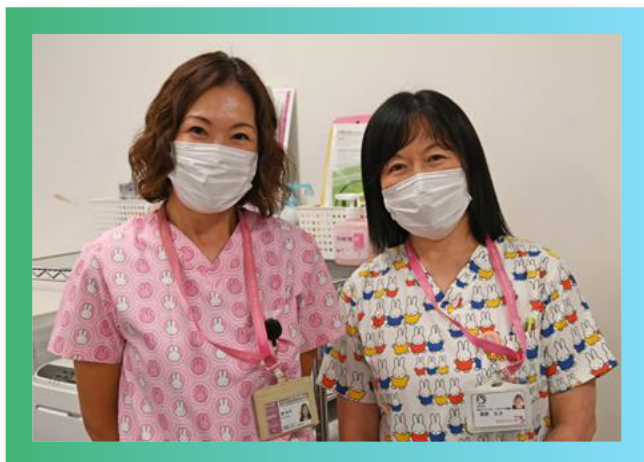
Tijdens de Leaders Luncheon

Leren van elkaar voor meer gezonde jaren

De samenwerking beperkt zich niet tot het bedrijfsleven. Ook op wetenschappelijk gebied groeit de band tussen Japan en Noord-Nederland. De delegatie bezocht de Medical Megabank van de Tohoku University (ToMMo) in Sendai, waar gesproken werd over de samenwerking met de Lifelines-biobank uit Roden en het UMCG.

Lifelines en ToMMo behoren tot de enige twee grootschalige, multi-generatiele cohortstudies ter wereld die zich richten op de algemene bevolking. Wetenschappers van beide universiteiten wisselen kennis uit over genetica, leefstijl en ethische vraagstukken. Hun gedeelde missie: inzicht krijgen in hoe mensen gezonder oud kunnen worden.

Maar juist de verschillen maken de samenwerking zo waardevol. Hoe beïnvloeden cultuur en leefstijl de gezondheid van Nederlanders en Japanners? En wat kunnen we van elkaar leren om meer gezonde levensjaren te creëren? Dat is de vraag die onderzoekers van het UMCG en Tohoku samen proberen te beantwoorden.



Oude relaties, nieuwe kansen

De medewerkers van *TopDutch* verwelkomen ons in hun Nijntje-operatiekleding. Een belangrijk onderdeel van de reis was het bezoek aan Japanse bedrijven die al jaren actief zijn in de TopDutch-regio, waaronder Menicon, Kikkoman, Teijin Limited en Kisuma Chemicals. Deze ontmoetingen stonden in het teken van waardering, vertrouwen en toekomstgerichte samenwerking.

‘Het versterken van de banden met de hoofdkantoren van deze bedrijven is essentieel’, zegt Wubbo Everts, projectmanager Internationaliseren bij de NOM. ‘Zo borgen we langetermijninvesteringen, stimuleren we R&D-samenwerking en stemmen we regionale kansen af op mondiale strategieën.’

Volgens Everts is de aantrekkingskracht van Noord-Nederland onverminderd groot. ‘Japanse bedrijven kiezen voor onze regio vanwege de innovatiekracht in groene energie, hightech en agrofood, de gunstige ligging en het goed opgeleide talent.’

Daarom heeft de delegatie ook een ontmoeting gehad met de Nederlandse ambassadeur in Japan, de heer Gilles Beschoor Plug, om de mogelijkheden voor economische en wetenschappelijke samenwerking tussen beide landen te bespreken.

Groeien begint hier – en daar

De reis naar Japan liet zien hoe diep de wortels reiken van de samenwerking tussen Japan en Noord-Nederland. Maar nog belangrijker: hoeveel potentie er boven de grond komt wanneer mensen elkaar opzoeken met een open blik en gedeelde ambitie.

Met respect voor traditie en oog voor de toekomst bouwen Japan en Noord-Nederland samen aan duurzame groei. Want groeien – dat begint hier. En soms aan de andere kant van de wereld.



Op bezoek bij Teijin HQ in Tokio



Op bezoek bij Menicon HQ in Nagoya



BUILD4PERFORMANCE

Je vindt ze al over de hele wereld, maar ze worden gemaakt in Hoogeveen. Het snelgroeende bedrijf Build4Performance (B4P) timmert internationaal hard aan de weg met state-of-the-art race simulators voor zowel liefhebbers als professionele coureurs. En met de recente toetreding van de NOM als medeaandeelhouder, moeten die internationale ambities verder versneld worden.

B4P werd in 2018 opgericht, maar het idee werd vijf jaar daarvoor al geboren. 'Ik maakte hiervoor met mijn bedrijf Build4Power supersnelle custom PC's', zegt oprichter Martijn van der Woord. 'In 2013 stond ik met een showcasemodel op CES Las Vegas, waar we een race-simulator aan dat model gekoppeld hadden. Maar ik was niet zo onder de indruk van die simulator. Ik ben geboren met twee rechterhanden, opgegroeid met technisch lego en heb een studie werktuigbouwkunde gedaan, dus ik dacht: dat kan ik ook wel maken, maar dan beter.'

Het moest een simulator worden waarbij je alles kon voelen, van rijgedrag, hoogteverschillen tot zelfs de gaten in de weg. Maar dat ging niet in één keer goed. 'Het eerste model viel vies tegen', grapt Van der Woord. 'Het deed helemaal niet wat ik wilde, dus toen vroeg ik me wel even af of ik dit wel moest gaan doen. Maar dankzij een eerste investering had ik een jaar later iets waar ik wel tevreden mee was.'

Stroomversnelling

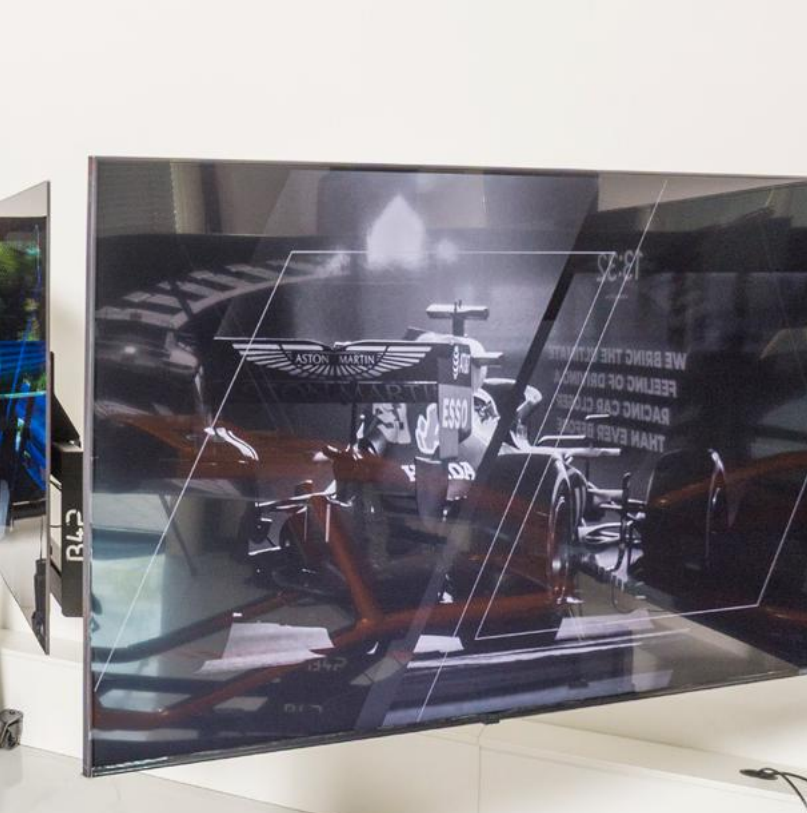
Wat begon als passie en eenmanszaak naast zijn andere bedrijf, groeide al snel uit tot een goedlopende BV. Maar het echte kantelpunt kwam toen Van der Woord contact opnam met voormalig Formule 1-

coureur Robert Doornbos, met de vraag of hij geïnteresseerd was in een virtuele proefrit. 'Ik had er geen hoge verwachtingen van, want hij krijgt natuurlijk heel veel van dit soort verzoeken. Maar hij kwam toch langs en was zelfs erg onder de indruk. En als ik ook een Formule 1-versie van de simulator kon bouwen, dan zou hij ervoor zorgen dat 'ie in het Ziggo Sport Race Café zou komen te staan. Daar had ik toevallig al een ontwerp voor, dus die heb ik toen gelijk laten zien.'

En zo geschiedde. Robert Doornbos werd ambassadeur en later zelfs aandeelhouder van B4P. 'Dat was een fantastische ervaring en zorgde ineens voor heel veel naamsbekendheid, maar het was ook erg hard werken. Van vrijdag tot en met zondag, 's ochtends vroeg heen, dan opbouwen en 's avonds laat weer afbreken en weer terug naar Hoogeveen. Dat was begin 2020 en we hadden er net een paar weekenden opzitten toen de eerste lockdown werd aangekondigd. Alles zat op slot, coureurs zaten ineens thuis, maar wilden wel races maken. Het zorgde voor een explosie in de vraag naar onze simulatoren, want we zaten dankzij het Formule 1 Café nog vers in het geheugen bij iedereen.'

Basis voor internationale groei

Om aan de enorme vraag te voldoen, kwam er een groot magazijn bij. Daarmee was de eerste basis voor de toekomst gelegd, hoewel de ideeën over de invulling ervan wel bleken te verschillen. 'Eén van de



We zien een sterke internationale potentie en ondersteunen het bedrijf daarom graag bij het realiseren van zijn wereldwijde ambities.

Thomas Hekman | investment analyst NOM

'Build4Performance heeft zich in Nederland al ruimschoots bewezen en onderscheidt zich als een hightech-bedrijf binnen de regio,' zegt NOM investment analyst Thomas Hekman. 'We zien een sterke internationale potentie en ondersteunen het bedrijf daarom graag bij het realiseren van

GAAT INTERNATIONAAL GAS GEVEN



Martijn van der Woord
oprichter Build4Performance

eerste investeerders had een andere toekomstvisie dan ik. En als we het hebben over ondernemerslessen, dan was dit wel een grote les', zegt Van der Woord. 'Het voelt dan toch als een huwelijk wat op de klippen loopt, net toen we succesvol begonnen te worden. En ik wilde ook niet meer terug naar een situatie waarbij ik alles in m'n eentje moest toen. Gelukkig vond ik twee andere investeerders die bereid waren de aandelen over te nemen en ik heb ook echt veel van ze geleerd. We hebben samen het bedrijf zo schaalbaar mogelijk gemaakt om daarmee ook een goede basis te leggen voor internationale groei, maar daarvoor hadden we extra kapitaal en kennis nodig.'

'Via Marktlink kwamen we daarvoor bij de NOM terecht', vervolgt Van der Woord. 'En los van alleen de financiering hebben ze ook veel kennis in huis op het gebied van export en internationaliseren, dus dat was voor ons een doorslaggevende factor. En verder bieden ze ons ook de tools en de handvaten om echt iets van onze plannen te kunnen maken.'

zijn wereldwijde ambities. Met de toetreding van de NOM als aandeelhouder helpen we Build4Performance om internationaal op te schalen, met kapitaal, begeleiding en toegang tot ons (inter)nationale netwerk.'

Abu Dhabi

Voor wat betreft internationale groei de komende jaren, zijn de ogen gericht op het Midden-Oosten, specifiek Abu Dhabi, Dubai en Saudi-Arabië. 'Dat is een hele interessante en snelgroeiende markt voor ons', aldus Van der Woord. 'Vooral de game-industrie, zoals e-sports, die daar heel populair aan het worden zijn. En een groot onderdeel van die e-sports is het simulator-racen, dus dat is perfect voor ons. Een bijkomend voordeel is dat Robert dit jaar met zijn gezin geëmigreerd is naar Dubai, dus in die zin hebben we daar nu voet aan de grond en hij is daar ook bezig een netwerk op te bouwen.'

'Verder zijn we een paar hele interessante samenwerkingen aan het opzetten voor volgend jaar', vervolgt Van der Woord. 'Ik kan er nu nog niet te veel over zeggen, behalve dat het gaat om grote partijen die ook onderdelen leveren voor simulators. Dat zal de sneeuwbal een stuk makkelijker laten rollen. En sinds dit jaar zijn we een samenwerking aangegaan met Rudy van Buren, ook wel bekend als The World's Fastest Gamer. Hij heeft een enorme bak aan ervaring als autocoureur, sim- en testrijder in de Formule 1 en is iemand die exact weet hoe een auto hoort te voelen op het circuit. Ik ben enorm trots op wat we allemaal al bereikt hebben. Ik denk dat we nu het complete pakket hebben om echt gas te geven.'



Thomas Hekman | investment analyst MKB en Overnames
NOM T +31 6 253 377 97 | E hekman@nom.nl



WWW.NOM.NL