

Neem contact op met de auteur voor meer informatie via: www.basho.nl/contact.html

Novio Tech Campus

Waar kennis tot zaken komt

Toelichting bij de brandsheet Novio Tech Campus

Basho, Bureau voor Nieuw denken en doen
Holland Branding Group



Novio Tech Campus, het initiatief

Provincie Gelderland, gemeente Nijmegen, NXP, Ontwikkelingsmaatschappij Oost NV en Kadans Vastgoed bundelen de krachten voor ontwikkeling van de Novio Tech Campus. Ze werken samen met de bestaande kennisnetwerken Health-Valley, het Business Cluster Semiconductors, de Radboud Universiteit en het Universitair Medisch Centrum St.-Radboud om een krachtig platform te ontwikkelen voor het opkomend economische cluster van health en semiconductor bedrijven in de stad. Als beheerder en trekker van de campus en als host voor het platform hebben de partij- en de Novio Tech Campus BV opgericht.

De beschikbaarheid van de campus locatie maakt, na Heijendaal en Mercator, het aanbod van werkmilieus voor health, life-sciences en halfgeleiderindustrie in Nijmegen compleet. Bedrijven op Novio Tech Campus profiteren direct van de kennis en faciliteiten van NXP. Voorzieningen zoals het internationaal gewaardeerde Regional Quality Centre van NXP, zijn voor bedrijven in een open dienstverlening beschikbaar. Dat gebeurt in aanvulling op het al bestaande aanbod van de laboratoria en kennisinstellingen die verbonden zijn aan de Radboud Universiteit en het UMC. Een uitgebreid aanbod van laboratoriumfaciliteiten en werkruimten op het terrein wordt momenteel nog ontwikkeld en zal in het najaar van 2013 worden opgeleverd. Dat begint met de oplevering van het Novio Tech Innovation Centre.

De eerste nieuwkomers voor het Novio Tech Innovation Centre zijn veelal bedrijven die op Heijendaal of Mercator uit hun jasje groeien. Novio Tech Campus biedt met de combinatie van de beschikbare kenniscentra en het aanbod op de campus een uniek aanbod voor alle bedrijven die doorgroeien naar grootschalige nieuwe produc-

tie en zich betrokken zijn bij het cluster van health en semiconductor bedrijven in Nijmegen. De campus biedt voor hen niet alleen ruimte om te groeien, het biedt een platform van verwante bedrijven die de stap naar schaalvergroting en groei willen zetten.

Dit brandbook beschrijft het karakter van Novio Tech Campus. De brandstory en de kernwaarden worden hierin toegelicht als ondersteuning bij het uitwerken van plannen voor investeringen in de locatie of bij het uitwerken van initiatieven om het platform van bedrijven te faciliteren.

Het brandbook geeft geen instructies over wat wel en niet in plannen of campagnes opgenomen moet worden. Het brandbook beschrijft het karakter, de identiteit van het merk, zodat professionals (ontwerpers, plannenmakers, of managers) daaruit af kunnen leiden wat bij Novio Tech past en wat niet.

In deze toelichting op het merk gaan we eerst wat uitgebreider in op de functie van een brandbook bij het maken en beoordelen van plannen. Daarna beschrijven we de historische context van Novio Tech Campus. Dan volgt een beschrijving van de brandstory en de kernwaarden. Tenslotte beschrijven we een aantal instrumenten die helpen bij het gebruiken en toepassen van een brand.



Brandbook: corporate story en kernwaarden

Doel van het brandbook

Branding is een werkwoord. Het beschrijft de activiteit die erop gericht is de brand in de wereld te zetten. Dat is een voortdurend proces van kleine stapjes. Het brandbook fungeert in dat proces als geheugensteun en kompas.

Dit brandbook is daarom gemaakt om de professionals die aan het realiseren van Novio Tech Campus werken, duidelijkheid te bieden over het gewenste karakter van Novio Tech Campus.

Het brandbook richt zich op alle activiteiten, investeringen, beleidsmaatregelen en initiatieven die erop gericht zijn om met Novio Tech Campus van “Kennis tot zaken te komen”, zowel met fysieke investeringen op het campusterrein, als met het organiseren van ontmoetingen binnen het netwerk van health en semiconductors bedrijven in de regio, ook als deze niet fysiek op de campus zitten maar er wel belangrijk voor zijn.

De werking van een brand

De werking van een brand is sterker en dieper naarmate de kennis van het merk de professionals meer inspiratie biedt en hen ook de mogelijkheden aanreikt om - in al hun handelen - het ‘hart te raken’ van wat Novio Tech Campus is.

Een goede beschrijving van het merk stelt hen dan in staat de eigenheid van Novio Tech Campus te versterken en het zelfbewustzijn te laten groeien. Met het brandbook in de hand, kunnen professionals dan scherper de vraag stellen of “nieuwe initiatieven passen bij de ambities van de partners” en “of de eigenheid van het Nijmegen cluster wordt versterkt”.

De corporate story

Centraal in het brandbook staat de corporate story: het verhaal over wat Novio Tech Campus wil zijn, welke rol zij in wil spelen en hoe zij geworteld is in de clusters health en semiconductor.

Instrumenten

Een aantal gereedschappen helpen om de corporate story in praktijk om te zetten:

- De kernwaarden van de Novio Tech Campus: in alles wat we doen, vinden we deze waarden belangrijk. In de waarden zit de inbreng samengevat van alle be-

trokken stakeholders: beleidsmakers, wetenschappers, ondernemers, investeerders, ontwikkelaar, management en netwerkpartners. De corporate story verhaalt de betekenis van de kernwaarden.

- Een merkprisma dat schematisch de samenhang beschrijft tussen wat de aanbieder en de vrager belangrijk vinden van Novio Tech Campus.
- Een longlist van kwaliteiten die wel en niet bij Novio Tech Campus passen.
- Handelingsprincipes, dat zijn de bij het brand passende gedragingen.
- Een projectscorecard, dat is een hulpmiddel om in een projectteam een voorstel “on brand” te brengen op de belangrijkste voorstellen die aan de orde zijn.

Een brandbook wordt gebruikt:

- Als naslag werk voor professionals (wat was ok al weer de essentie van het merk).
- Als inwerk document voor nieuwkomers die aan het team worden toegevoegd.
- Als briefingdocument van de opdrachtgever aan uitvoerders.
- Als toetsingskader bij het beoordelen van voorstellen en plannen (zoals het ondernemingsplan voor het Novio Tech BV), nieuwe beleidsprogramma's, investeringen of subsidies.

Het belang van de context

Het merk kan beter begrepen worden vanuit zijn context. Voor Novio Tech Campus is deze context sterk bepaald door de geschiedenis van NXP en Philips op de locatie in Nijmegen. Het initiatief tot Novio Tech Campus is direct voortgekomen uit de veranderingen in de marktomstandigheden voor de semiconductor sector en de gevolgen daarvan (het wegtrekken van productie naar het buitenland) voor NXP. Tegelijk ontstaat een grote dynamiek in de health sector in Nijmegen. Bij het ontstaan van deze dynamiek spelen de Radboud Universiteit en het Universitair Medisch Centrum St.-Radboud een belangrijke rol, samen met een groot aantal snel groeiende ondernemingen die nieuw ondernemerschap in de stad brengen.

De corporate story van Novio Tech Campus gaat over de ontmoeting van deze twee sectoren en hun onderlinge synergie. Aan de beschrijving van het merk gaat daarom een korte historische reflectie op de ontwikkelingen in beide sectoren in Nijmegen vooraf.

Enkele historische noties bij het Nijmeegse economische cluster

De industrialisatie komt in Nijmegen pas laat op gang. In de eerste fase van de industrialisatie golf, tot 1880, ontbrak het simpelweg aan ruimte. De stad ligt dan binnen de wallen en de uitbreiding van de stad is beperkt door het Rijk voor haar militaire betekenis als vestigingswerk. Ook in de periode direct daarna ontstaat niet echt een industriële Nijmeegse traditie. De stedelijke ontwikkeling staat eerder ten dienste van het bieden van een aantrekkelijk woonklimaat.

De concentratie van de economische activiteiten in Nijmegen volgt de trends van de opkomst en ondergang van enkele grote ondernemingen. De concentratie van economische activiteiten rond een sterke Nijmeegse metaalnijverheid wordt gevolgd door de opkomst van elektrotechnische bedrijven en later, in de jaren vijftig, door de semiconductor sector.

Daarnaast zijn de ontwikkeling van de foodsector in Nijmegen vanaf het begin van de vorige eeuw van belang met de fabriek van Stam & Co die later overgenomen wordt door Honig. De komst van het Europees research centrum van Heinz naar Nijmegen is de meest recente ontwikkelingsstap in de Nijmeegse foodsector.

Een echte clustervorming, met aan elkaar verbonden economische activiteiten en een eigen dominante marktpositie, komt voor geen van deze sectoren niet tot ontwikkeling.

Voor de semiconductor activiteiten van Philips is Nijmegen als vestigingsplaats in eerste instantie vooral een *veilig ontwikkelingsmilieu*. De ontdekking van de halfgeleiders zoals transistoren, leidt tot een nieuwe opkomende markt, die binnen Philips op dat moment tot interne concurrentie leidt. De productie van elektronenbuizen is dan nog lucratief, het is een erg rendabel deel van de onderneming met een groot marktaandeel. De halfgeleiders zijn echter de nieuwe kanshebbers en vormen een bedreiging voor de rendementen die met de investeringen in de bestaande buizen fabrieken moet worden gerealiseerd. Nijmegen is dan voor de halfgeleider fabriek een *beschermde enclave* binnen het concern, waar de eerste halfgeleiders voornamelijk transistoren, in de markt kunnen worden gezet.

Nijmegen groeit met de nieuwe technologie mee en snel wordt stevig in de opkomende productie van geïntegreerde chips geïnvesteerd. Vanaf de jaren tachtig investeert het bedrijf in nieuwe fabrieken voor de productie van wafers met microprocessoren (chips). De digitale technologie komt dan op.

De pogingen van (dan nog) Philips om een dominante positie te verwerven op de markt van de productie van digitale technologie mislukken echter. Nijmegen vormt wel een belangrijke schakel in de productie, maar er ontstaat geen autonoom cluster in Nijmegen. De afhankelijkheid van de researchafdelingen in Eindhoven blijft bijvoorbeeld.

Met de verzelfstandiging van NXP van Philips verandert deze positie niet wezenlijk. NXP is een sterke schakel in de productieketen van nieuwe hightech applicaties, maar ontwikkelt zelf geen nieuwe toepassingen en eindfabricages. Het bedrijf produceert voor leidende bedrijven in een groot aantal sectoren.

Innovaties staan ten dienste van het verbeteren van het productieproces, het versterken van de betrouwbaarheid, het verbeteren van de produceerbaarheid en het versterken van de traceerbaarheid van de producten. De sterke kanten van NXP met zijn toeleverende bedrijven ontwikkelen zich in die richting. Jaarlijks produceert de vestiging in Nijmegen tot wel 600 nieuwe soorten chips (P.M. Check bij NXP). De grote variëteit in productie dwingt hen zich te specialiseren in snel en flexibel omgaan met productieprocessen, zonder de betrouwbaarheid en de efficiency van de productie te niet te doen.

Het Regional Quality Centre ontwikkelt zich tot een internationaal vermaard instituut dat van grote waarde is om de positie van Nijmegen binnen het concern te handhaven.

Neem contact op met de auteur voor meer informatie via: www.basho.nl/contact.html

In opdracht van:
Provincie Gelderland
Novio Tech Campus BV
Gemeente Nijmegen
samen met:
Health-Valley
Business Cluster Semiconductors

Oktober 2012
Basho, Bureau voor nieuw denken en doen
Holland Branding Group

