

stoffen in pinda's en mogelijk ook in andere noten of peulvruchten aan te tonen. Die was weliswaar ingewikkeld en tijdrovend, maar het ontwikkelen van een alternatief kostte dermate veel geld dat niemand eraan kon beginnen. Nu wij via een omweg met deze verbetering zijn gekomen, mogen we er volgens mij ook best van profiteren."

Marktconform

Dat profiteren kan in de ogen van Martensen vele vormen aannemen: "Het is een aparte uitdaging om voor het bedrijfsleven te werken. Je leert wat er in de praktijk speelt en voor het wetenschappelijk onderzoek is dat heel waardevol. Dat mag je gerust een deel van de winst voor de vakgroep noemen. Daarnaast is het maken van speciale apparaten een mooi leerobject voor de stagiaires van de MTS, die we in de instrumentmakerij begeleiden. Ze kunnen ervaring opdoen in fijnmechanische technieken."

Eigenlijk is de tweeduizend gulden die de instrumentmakerij voor een Kobracel rekent een schijntje. Maar ja, redeneert Martensen, het ding is niet ontwikkeld na een vraag uit de markt en dan moet je niet de volledige ontwikkelingskosten doorberekenen. Als er een gerichte vraag van een onderneming ligt, dan hanteert de Vrije Universiteit marktconforme tarieven, waarin alle kosten worden meegenomen. Martensen: "Het geld dat we zo verdienen hebben we hard nodig. Als we zelf een aanvraag indienen voor nieuwe apparatuur, dan wordt ons tegenwoordig direct gevraagd hoeveel we kunnen bijdragen. Het kan om flinke bedragen gaan, tussen de dertig en vijftig procent van de totale kosten. Zo hebben we zelf meebetaald aan de aanschaf van een computergestuurde freesbank."

Inmiddels is Dirk Jan Coehoorn bij zijn stand teruggekeerd. "Die Kobracel", zegt hij, "is bij een bedrijf dat hier op de beurs staat te krijgen voor iets meer dan de helft van onze prijs. Maar het is toch geen valse concurrentie als de klanten toch bij ons blijven komen? Ondernemers moeten in staat zijn om de beste aanbieder te vinden en als iemand meer wil betalen dan nodig is mag dat, lijkt me. Het komt trouwens ook voor, dat het bedrijfsleven een idee bij een universiteit weghaalt en een produkt heel goedkoop op de markt



Dirk Jan Coehoorn: "We moeten zorgen dat de kritische massa groot genoeg blijft."

brengt. Zo'n bedrijf heeft tenslotte geen ontwikkelingskosten gehad."

Terwijl Coehoorn praat, doen voorbijgangers regelmatig een greep in de standaard met promotiemateriaal naast de stand. Ze hebben een voorkeur voor de 'Aap-Noot-Mies-poster', die met behulp van het aloude leesplankje de Vrije Universiteit aanprijst. "Leuk voor de kinderkamer", zie je ze denken. Coehoorn haalt uit diezelfde standaard een brochure die 'Uw toegang tot kennis' als titel draagt. Het is een uitgave van het Transferpunt van de Vrije Universiteit en geeft een overzicht van de universitaire kennis die in de aanbieding is.

De lijst van onderzoeksthema's en kennisgebieden in de brochure is lang: van biotechnologie en informatica tot kunst en van lasertechnieken en milieuonderzoek tot economische vraagstukken. Daarnaast biedt het Transferpunt advies, contractonderzoek, cursussen en nog veel meer. Coehoorn moet dat hele terrein overzien. Is hij de laatste universeel geleerde? "Ach nee", grijnst de transfermedewerker, "ik weet een klein beetje van een heleboel. Van huis uit ben ik technicus, een hoog-vacuümspecialist. Ik ben ook vijf jaar districtsbestuurder geweest voor de Industrie- en Voedingsbond CNV en nu doe ik werk waarin ik die beide achtergronden kan gebruiken."

Een belangrijk deel van dat werk bestaat uit weten wie ergens echt veel vanaf weet en of zo iemand met die kennis de boer op wil. Coehoorn geeft een voorbeeld: "We hebben op de

Machevo een presentatie van de biotechnologen. Dat is niet toevallig, ik ken de hoogleraren daar en ik weet dat ze openstaan voor contacten met het bedrijfsleven. Dan heeft het zin om zo iets te promoten. Zo krijg ik rechtstreeks vragen over dat onderwerp van mensen uit de voedingssector."

Met andere vragen kan Coehoorn minder vlot uit de voeten. Een ondernemer die informatie zocht over de bestrijding van woelmuizen, verwees hij door naar de aanpalende stand van de Landbouwuniversiteit Wageningen. "Op dezelfde manier krijg ik vragen van mensen die collega's hierheen verwijzen. Dat mogen er trouwens meer zijn; doorverwijzen is nog geen gewoonte."

Zaadontwikkelaar

Wat Coehoorn betreft zouden Nederlandse bedrijven veel vaker een beroep mogen doen op wetenschappelijke kennis. Ze zouden daarmee sterker staan in de internationale concurrentiestrijd. Maar hij ziet ook wel dat vooral ondernemers in het midden en kleinbedrijf al blij zijn als ze de eindjes aan elkaar kunnen knopen. Het ontbreekt hen aan tijd om te neuzen in de wondere wereld van de wetenschap en technologische innovaties. Daarom is het misschien zo rustig op het Kennisplein van de Machevo.

Maar toch lopen er regelmatig mensen de stand van de Vrije Universiteit binnen. En die bezoeken leiden ook tot resultaten. Coehoorn praat langdurig met een Belgische zaadontwikkelaar,