

Biotechstad Leiden moet op de kaart

Mondiale campagne in najaar

door Wilfred Simons

LEIDEN - De ondernemers op het Leidse Bio Science Park gaan Leiden wereldwijd als 'biotechlogiestad' presenteren. Dit najaar begint een publiciteitscampagne, die grotendeels wordt betaald met het geld dat binnen is gekomen via het Ondernemersfonds. Eind juni presenteert een commissie onder leiding van rector magnificus Breimer van de Universiteit Leiden de eerste plannen.

De komende jaren moet het 'volstrekt vanzelfsprekend' worden dat Leiden synoniem is met biotechnologie. De stad moet, zeker in de beeldvorming, een voorsprong krijgen op andere Europese biotechsteden en -streken, zoals Zuid-West Engeland, het Belgische Leuven, Beieren, het Île-de-France rondom Parijs en het zuidelijker gelegen Grenoble. Een Amerikaans of Aziatisch farmaceutisch bedrijf dat vestiging in Europa overweegt, moet automatisch aan Leiden denken. Dat zegt secretaris Aron Gaiser van de Vereniging van Ondernemers en Instellingen op het Bio Science Park (VOIBSP).

Voor het zover is, moet nog heel wat gebeuren. De heropening van de voormalige stal van Stier Herman als ontmoetingscentrum voor ondernemers, onderzoekers en andere betrokkenen in museum Naturalis is de eerste stap.

Belangrijk is ook dat het aangekondigde bezoekerscentrum op het Stationsplein er komt. Hier moet iedereen die iets met de

stad wil, van toerist tot nieuwe buitenlandse ondernemer, op maat bediend worden. De Universiteit Leiden is de trekker van dit plan, dat een soort 'uitstal-kast van Leiden' moet worden.

Verder 'moet er een einde komen aan initiatieven om biotechlogieparken op te richten in plaatsen als Maastricht, Groningen en Amsterdam'. Dat zegt directeur Nettie Buitelaar van de stimuleringsorganisatie CCLS, die beginnende biotechbedrijven aan expertise en contracten helpt. „Nederland is daar veel te klein voor.” Binnen Nederland moet Leiden dé plek worden waar medische biotechnologie centraal staat. Wel is er plek voor een tweede park, dat zich richt op 'groene biotechnologie', ofwel de ontwikkeling van voedings- en andere belangrijke gewassen.

Het in Leiden gevestigde merkenbureau Millford Brand id weerde eerder deze week dat de Leidse biotechbedrijven onvoldoende doen om bij het grote publiek vertrouwen in biotechnologie te wekken. Daardoor blijft een zweem van wantrouwen rondom de bedrijfstak hangen, meent directeur Ype Jorna.

Gaiser en Buitelaar wijzen erop dat de meeste Leidse biotechbedrijven niet aan consumenten leveren. De bedrijven die dat wel doen, denken wel degelijk aan hun merk, zegt Gaiser. „Ik vind dat Crucell, Pharming en Centocor bijvoorbeeld goede websites hebben.” Ook een bedrijf als Katwijk Farma is met zijn bijzondere 'antroposofische' gebouw en verpakking een herkenbaar merk, menen zij.