

ONDERZOEK Bedrijven Bio Science Park weinig te zien in de stad

# Weinig sponsoring door biotech

Het Leiden Bio Science Park is belangrijk voor de economie en het imago van Leiden, maar bedrijven op het park lijken weinig betrokken te zijn bij de Leidse samenleving. Uit een steekproef onder vijftig maatschappelijke instellingen blijkt dat twee procent van de sponsorgelden voor organisaties in de stad van de bedrijven op het park komt.

Martijn de Meulder

**Leiden** ■ Het Leiden Bio Science Park is ontzettend belangrijk voor de stad: een derde van de Leidse werkgelegenheid, en daarmee ook de gezondheid van de stadseconomie, hangt samen met het park. „Maar wat mij wel opvalt is dat je in de stad zelf erg weinig ziet van deze bedrijven. We hebben een geweldige MKB in Leiden dat actief maatschappelijke initiatieven ondersteunt, hoe komt het dat we zo weinig van de Bio Science Park-bedrijven zien?” vraagt Jeroen Maters zich af. Hij is bekend als initiatiefnemer van het Singelpark en eerder betrokken bij onder andere het Lakenhal-mecenaat, StadsLab en de Nacht van Ontdekkingen. In het Leidsch Dagblad las hij onlangs het verhaal over het grote economische waarde van het Bio Science Park, dat zette hem aan het denken. „Als je kijkt wie er actieve sponsors zijn van het maatschappelijke leven in de stad, cultuur, sport, sociale initiatieven en evenementen, dan is dat toch heel vaak het lokale bedrijfsleven. Met het belang van het Bio Science Park voor de stad in gedachten, zou je denken dat er op dat gebied nog een wereld te winnen valt.”

**Balans**

Maters heeft een punt. Als we vijftig willekeurige Leidse maatschappelijke organisaties op een rij zetten en onderzoeken door welke bedrijven zij worden ondersteund door op hun website de sponsornamen te turven – lijkt de verhouding nogal scheef. De vijftig organisaties blijken te worden ondersteund door maar liefst 757 voornamelijk Leidse bedrijven en instellingen die in totaal 1096 donaties deden – want sommige ondersteunen meer organisaties. Het frappante is nu dat slechts acht van die bedrijven/instellingen gevestigd zijn op het Bio Science Park. Samen droegen de parkbedrijven 24 keer bij aan één van de vijftig Leidse maatschappelijke organisaties. Ofwel: 1,1 procent van de donerende bedrijven is op het BSP gevestigd, 2

procent van alle donaties komt van het BSP. Het is een benadering, er kunnen altijd nog onbekende sponsordeals zijn, maar dat de verhouding uit balans is, is evident.

**Brug**

Hoe komt dat? „Dat is een goede vraag, het onderschrijft ook dat het echt een uitdaging is om een brug te slaan tussen het park en de stad”, reageert Jeffrey Kenens. Hij is niet alleen advocaat bij Teekens-Karstens, maar ook bestuurslid van de Ondernemersvereniging Bio Science Park. Daarin hebben zich een groot aantal bedrijven van het park verzameld, waaronder Astellas, Avery Dennison, BaseClear, Batavia, en Galapagos. „Als ondernemersvereniging vinden we dat de verbinding tussen het park en de stad beter kan. Dat sponsoring voor bedrijven op het park niet direct 'top of mind' lijkt te zijn, komt mogelijk door de ligging van het park net buiten het centrum. Daarnaast zijn de meeste bedrijven vooral internationaal gericht en veel minder lokaal. Klanten, beleid en medewerkers komen ook steeds meer van buiten Leiden waardoor die bedrijven wat minder goed zijn geworteld in de Leidse samenleving. Maar als ik die getallen hoor, dan is het verschil inderdaad wel erg groot.”

De ondernemersvereniging wil die situatie veranderen, stelt hij: „Dit jaar organiseren we in mei samen de TK Challenge Foundation om een hardloopevenement op het Bio Science Park, waar iedereen aan kan meedoen. Daarmee halen we namens het Bio Science Park sponsorgelden op voor een Leids maatschappelijke doel. Ik hoop dat dit ook overslaat naar de bedrijven op het park zelf. De TK Challenge Foundation is in gesprek met bedrijven op het park om te kijken of ze zich als sponsorpartner willen aansluiten bij de stichting, waarmee ze kunnen laten zien dat ze ook maatschappelijk betrokken willen worden. Een van de grotere bedrijven heeft aangegeven dat dit expliciet hun wens is. Ik denk dat

## Wie sponsoren er wel?

Op het Leiden Bio Science Park zijn meer dan driehonderdvijftig bedrijven actief, acht van hen steunen de vijftig maatschappelijke doelen uit de steekproef. Daarin hebben we de volgende sponsordeals gevonden:

- CHDR / Proefpersoon.nl 7x: PS|theater, Leids Film Festival, Leiden Marathon, Asopos, Werfpop, Augustinus, Rijksmuseum Boerhaave.
- Janssen 5x: Museum Boerhaave, Corpus, de Leiden marathon, Pieterskerk, PS|theater
- LUMC 4x: Leiden City of Science, Scarabee Inloophuis, Jeugdorp, Pieterskerk
- Biopartner 3x: PS|theater, ZVL-1886, ZZ Basketbal
- Hogeschool Leiden 2x: 3 October Vereniging, Leiden City of Science
- Astellas 1x: Speelgoedbank
- BaseClear 1x: Rijksmuseum Boerhaave
- Galapagos 1x: Rijksmuseum Boerhaave

dat het Bio Science Park en de stad nader tot elkaar komen”, vertelt hij. „Want veel Leidenaren weten niet goed wat er hier gebeurt en vinden het misschien wel eng, terwijl het dat absoluut niet is. Onbekend maakt onbemind. Andersom geldt dat bedrijven op het Bio Science Park ook veel profijt hebben van zo'n mooie stad naast de deur. Dan is het goed om je verantwoordelijkheid te nemen en bij te dragen een sterk maatschappelijk leven. Van een uitwisseling tussen stad en park wordt iedereen beter.”

De Kleer heeft wel een idee hoe het komt dat er zo weinig bedrijven op het park maatschappelijke doelen steunen: „Met name in de life sciences verkeren veel bedrijven nog in onderzoeksstadium. Die zijn gewoon technisch failliet en



Het Leiden Bio Science Park met op de achtergrond het historische centrum van de stad.

ARCHIEFFOTO HIELCO KUIPERS

hopen later een grote slag te slaan door de verkoop van medicijnen of het bedrijf zelf. Ze draaien op het geld van externe investeerders. Dat kun je niet zomaar weg gaan geven aan goede doelen. Voor ons als Biopartner is het makkelijker, wij hebben een kasstroom om dit uit te betalen. Een onderzoeksbijdrage heeft niets.”

**Bestuurders**

Er is nog een reden aan te wijzen: de verwevenheid van bestuurders van bedrijven met de stad. Want de lokale aannemer, bakker of drukkerij die een sportclub of kunstfestival sponsort, heeft altijd een bedrijf dat midden in de Leidse samenleving staat. Zij komen de maatschappelijke instellingen van

Leiden en hun bestuurders vanzelf wel tegen. De kapitaalcrachtigere bedrijven op het Bio Science Park zijn vaak internationale bedrijven of hebben bestuurders die buiten de stad wonen. Dat dit een belangrijk mechanisme zou kunnen zijn signaleert niet alleen Jeffrey Kenens, dat blijkt ook uit het verhaal van De Kleer over hoe hij de sponsordeals voor Biopartner heeft gesloten: hij is namelijk een Leidenaar. „Mijn connectie met ZZ Leiden kwam toen ik de cursus Leiden-kunde van oud-wethouder Blaauwberg ging volgen. Daar kwam ik Marcel Verburg tegen van ZZ Leiden en hij vroeg Biopartner als sponsor. Dat geldt ook voor PS|theater, ze hebben hier eens gespeeld en we hebben dezelfde

accountant. De mensen achter ZVL-1886 kende ik ook al. Persoonlijke contacten zijn vaak het smeer-middel voor sponsoring.” Ook een van de grootste bedrijven op het park, Janssen, ondersteunt meerdere maatschappelijke doelen: Museum Boerhaave, Corpus, de Leiden marathon, de Pieterskerk en ook PS|theater. „Dat vinden we belangrijk, we voelen verantwoordelijkheid voor de maatschappij waarin wij werken en daar zetten we ons voor in, zo ook in Leiden”, laat Eliane Lauwers namens het bedrijf weten. „Welke projecten we ondersteunen hangt af van de inhoud, de relevantie voor onze medewerkers en of het mag binnen de geldende wet- en regelgeving.” Een Leidse maat-

schappelijke organisatie die ondersteuning zoekt van Janssen kan zelf met het bedrijf contact opnemen, vertelt ze: „Zo gaat het soms, of er is contact via een of meerdere medewerkers, waardoor er een samenwerking kan ontstaan.” Dat laatste is interessant, want ook Lauwers geeft dus aan dat ook in een groot bedrijf persoonlijke contacten van in dit geval medewerkers vaak de reden zijn om een sponsorsamenwerking op te zetten.

En dan PS|theater, dat heeft zijn sponsoring door LBSP-organisatie goed voor elkaar met ondersteuning door zowel het CHDR, Biopartner en Janssen. Hoe heeft het gezelschap dat voor elkaar gekregen? Ook hier blijkt: dankzij per-

soonlijke contacten. Artistiek leider Pepijn Smit: „Die contacten komen vooral voort uit een project waarbij we een theatervoorstelling hebben samengesteld en gespeeld bij diverse bedrijven op het Bio Science Park. Dan bouw je een warme band op waar je allebei wat aan kunt hebben. Zo werkt het meestal: betrokkenheid van beide kanten is de sleutel bij sponsoring. Ook in andere omstandigheden trouwens, want als wij een willekeurig ander bedrijf aanschrijven in koude acquisitie dan komt er doorgaans weinig van.”

**Vitaal**

De bedrijven van het Bio Science Park zijn dus sterk ondervertegenwoordigd in het Leidse maatschappelijke leven. Maar uit deze korte rondgang lijkt dat niet uit onwil te zijn, eerder door het ontbreken van een goede contacten tussen het park en de stad. De ondernemersvereniging en zijn leden zeggen actiever te willen werken aan maatschappelijke participatie en het verbinden van stad en park. Er is dus een kans dat de bijdrage van het Bio Science park in de Leidse sponsoring de komende jaren wat toeneemt.

„Dat zou heel mooi zijn”, reageert Jeroen Maters. „Want we kunnen als Leidenaars natuurlijk ontzettend trots op zijn op het Bio Science Park. Het geeft de stad veel banen, een gezicht en we scoren en landelijk en internationaal mee. Maar het is goed als de bedrijven op het park ook bedenken dat ze er direct economisch belang bij hebben om van Leiden een fijne, gezonde woonstad te maken voor hun werknemers. Talentvolle nieuwe werknemers trek je makkelijker naar een stad die vitaal is. En wat zorgt daar in belangrijke mate voor? Het maatschappelijke leven en de verenigingen. „Think global, act local” is de internationale uitdrukking daarvoor, ik denk dat dat in Leiden ook heel goed zou kunnen”

Dit artikel is mede mogelijk gemaakt door het Leids Mediafonds.