



De koers van het bio science park

Het Bio Science Park is de economische motor van Leiden, de kurk waar de stad op drijft. Honderden bedrijven werken er aan de wereld van morgen. Maar wat doen ze precies? De komende maanden duikt het Leidsch Dagblad in de wereld van de biotech in de regio. Deze keer: VitalNext, een bedrijf dat een nieuw voedingssupplement voor ouderen maakt. Deze serie verhalen wordt mede mogelijk gemaakt door het Leids Mediafonds.



Rein Strijker: „Veel verzorgingshuizen hebben wel iets anders aan hun hoofd dan het uitproberen van nieuwe voedingssupplementen.”

FOTO HIELCO KUIPERS

PORTRET Een poeder dat senioren helpt gezond te blijven

VitalNext gooit appelglans in de strijd tegen ondervoeding

Acht jaar heeft VitalNext op het Leiden Bio Science Park gekost om een nieuw voedingssupplement te ontwikkelen waarmee ouderen langer gezond kunnen blijven. De beloftes zijn groot, toch blijkt het poeder verkopen in de extreem concurrerende markt een kunst apart.

Martijn de Meulder

„Je ziet ons geheim als je een appel opwrijft tot deze gaat glanzen. Die glans wordt namelijk veroorzaakt door Ursolzuur, een stofje dat heel goede eigenschappen blijkt te hebben voor de strijd tegen ondervoeding.” Rein Strijker zegt het met zichtbaar genoegen. „Ja, natuurlijk. Dat hebben wij ontdekt, een prachtige vondst toch? Het is ook heel interessant om dit product te ontwikkelen. Ik was de eerste werknemer bij Pharming waar we jarenlang extreem geavanceerde oplossingen voor zeldzame ziektes zochten. Met VitalNext doen we het andersom: we ontwikkelen een relatief eenvoudig middel voor iets waar we bijna allemaal mee te maken gaan krijgen: ouderdom. Dat is een heel andere markt, een heel ander spel.”

Het voortschrijden van zijn eigen leeftijd bracht Strijker in 2013 op het idee voor VitalNext: „De gemiddelde levensverwachting van Nederlanders stijgt fenomenaal, na je vijftenzestigste leef je gemiddeld nog zo'n twintig jaar. De helft

„
Door corona blijkt het moeilijk om de markt te veroveren

daarvan ben je gezond, de andere helft is dat vaak minder. Ondervoeding door een tekort aan bouwstoffen speelt daarin een grote rol. Dat kan heel makkelijk gebeuren als je ouder wordt en er overkomt je iets: je valt en breekt je heup bijvoorbeeld, of sociaal gebeurt er iets waardoor je minder gaat eten en bewegen. Voor je het weet ga je

over de drempel. Een derde van de 65-plussers kampt ermee. Je spiermassa slinkt door ondervoeding en dat heeft nare consequenties: je krijgt minder weerstand tegen infectieziekten, wordt kwetsbaarder.”

„Dat probleem is niet nieuw, ouderen wordt al decennialang medische voeding voorgeschreven. Toch zagen Strijker en de zijnen een kans: „Die producten bevatten een breed spectrum aan voedingsstoffen. Op het gebied van spierbouw en -functie schieten ze echter tekort. Dat willen wij verbeteren.” De locatie van VitalNext op het Bio Science Park hielp bij de zoektocht naar de oplossing: „Als je hier lang genoeg rondloopt, ken je veel mensen waarbij je te rade kunt gaan. De sleutel vonden wij bij Galapagos, waar ze een molecuul hadden ontdekt dat een groot effect had op spiergroei. Dat specifieke molecuul konden we niet gebruiken omdat het van nature niet in voedsel voorkomt. Dan mag je het van de wetgever ook niet toepassen. Maar het bleek dat Ursolzuur daar enorm op leek.”

Vitalnext

Idee: Gezondheidsproducten voor de verouderende mens maken

Waar: Biopartner 2-gebouw

Wie: Rein Strijker (64), was eerder directeur bij Pharming en oprichter DNA-reparatiebedrijf DNAge

Werknemers: 6

Investering: 'een paar miljoen'. Investeerders onder meer de Van Herk Groep, OostNL en het Universitair Medisch Centrum Groningen

Na tests op muizen bij TNO in Leiden en met mensen in een onderzoeksprogramma aan de universiteit van Wageningen, is het product van VitalNext nu af: „We maken een wit poeder met weinig

smaak. Je kunt het mengen door bijna al je eten en drinken. Dat is een voordeel, want de huidige producten zijn vaak wat zoetige drankjes. VitalNext kun je ook in hartige voeding mengen.”

Dus nu verkopen maar? „Zeker. Verzekeraars vergoeden het, de feedback van de eerste klanten is positief en in het eerste kwartaal gaan we ook naar Duitsland. Maar door corona blijkt het moeilijk om de markt te veroveren. Veel verzorgingshuizen hebben wel iets anders aan hun hoofd dan het uitproberen van nieuwe voedingssupplementen. Wat mij ook heeft getroffen is hoe anders deze markt is dan wat ik gewend ben. Er gaat alleen al in Nederland meer dan 100 miljoen euro per jaar in om. Bestaande partijen geven dat niet zomaar op, er wordt keihard geconcurrerd. Ik dacht dat je 3-0 voor zou staan als je een product hebt dat beter is dan de rest. Niet dus. Alles draait om sales en marketing. Daar gaan we in de komende periode aan werken. Het gaat echt wel komen, alleen duurt het net iets langer dan we aanvankelijk dachten.”