

De wereld een beetje beter, mooier en duurzamer maken

CREATIEVEN STOKEN HET INNOVATIEVUURTJE AAN



VAN BIGGENBODYWARMER TOT HET AANWAKKEREN VAN HET ARTISTIC FIRE BIJ KPMG. KUNSTENAARS, ONTWERPERS EN ANDERE CREATIEVEN HELPEN BOEREN, BEDRIJVEN EN ORGANISATIES BIJ HET ZOEKEN NAAR NIEUWE WEGEN. EN GAAN ZELFS MAATSCHAPPELIJKE PROBLEMEN TE LIJF. 'ZE KIJKEN ANDERS, NEMEN ALLE ZINTUIGEN MEE.'

TEKST WALTER VAN HULST

Kunstenaar en ontwerper Daan Roosegaarde (1979) is *hot*. Begin december werd zijn nieuwste werk onthuld, een enorme regenboog van licht op de hal van ns-station Amsterdam Centraal. Hij was afgelopen jaar een van de Zomergasten in het gelouterde tv-programma, zit aan tafel bij *De Wereld Draait Door* en rijgt prijzen en hoge plaatsen op allerlei ranglijsten aan elkaar; van Dutch Design Awards tot nummer 5 in de Trouw Duurzame 100 en van een designonderscheiding in China tot een plaats in de top 100 van *creative changemakers* van het Amerikaanse zakenblad *Forbes*. Met zijn werk, dat hij zelf omschrijft als technopoëzie, wil hij technologie gebruiken om de wereld om ons heen beter, mooier en duurzamer te maken. Keer op keer haalt hij de wereldpers met zijn inspirerende plannen en projecten. Of het nu een jurk is die transparant wordt onder invloed van emoties of nabijheid, een soort stofzuiger om de lucht te zuiveren in Beijing, een slimme, interactieve snelweg of een lichtgevend Van Gogh fietspad.

Die laatste twee projecten zijn het resultaat van samenwerking met bouwbedrijf Heijmans, dat met Roosegaarde inmiddels een meerjarig contract heeft getekend om exclusief gebruik te mogen maken van diens innovatieve ideeën voor de bouwsector. Samen gaan ze een tiental concepten van prototype naar concrete toepassing ontwikkelen.

Rondreizende iPad

'De bouw kan en moet anders', schrijft bouwer Heijmans op zijn website. 'In de verre toekomst is bouwen nog steeds een vak, iets dat kennis en kunde

vereist. Maar meer dan ooit wordt dit vak in diezelfde toekomst niet meer bepaald door het *maken*, maar ook door het *bedenken*. De klanten die deze producten en diensten kopen, willen deze soms liever delen en huren dan *hebben*. Dit betekent veel voor ons vak. Want zo bedenken wij nieuwe systemen waardoor we slimmer en efficiënter omgaan met ruimte, grondstoffen en materialen. Dat vergt verandering, creativiteit en integratie van systemen.'

Heijmans wil nadrukkelijk een voorloper zijn in een sector die niet bepaald bekend staat om zijn vernieuwingsdrang. De website is open en uitnodigend met blogs en interviews, zowel van medewerkers als van derden. Via het project Miss Yellow - een door het bedrijf 'rondreizende iPad' met social-mediasoftware en -accounts - werden medewerkers op speelse wijze aangespoord om verbindingen te zoeken en kennis te delen. En afgelopen jaar ging op initiatief van Heijmans langs de A2 bij Den Bosch de Spark Campus van start, een centrum voor technologie en innovatie in de bouw. Op een steenworp afstand van het hoofdkantoor, maar in principe een open, onafhankelijke broedplaats voor bedrijven, kennisinstellingen, studenten en start-ups.

Onafhankelijk

De samenwerking met Daan Roosegaarde past dus in een strategie van het bouwbedrijf om kennis en creativiteit van buiten naar binnen te halen. Omgekeerd treft de ondernemende technopoëet met zijn 'social design lab voor interactieve kunst, mode en architectuur' in Heijmans een ideale partner om zijn plannen te realiseren.

De markt voor dit soort kruisbestuivingen groeit, stellen Sandra Boer en Robert Tordoir, beiden directeur van



Kunstenaar en ontwerper Daan Roosegaarde realiseerde het Van Gogh fietspad in Eindhoven samen met bouwbedrijf Heijmans. Fonkelende steentjes geven een beleving van de sterrennacht zoals Van Gogh die ooit schilderde.

Art Partner in Amstelveen, een bedrijf dat kunstenaars koppelt aan bedrijven, organisaties en instellingen. Na zeven jaar werken als adviseur startte Boer in 2004 een eigen bedrijf op het snijvlak van cultuur en economie. Twee jaar later richtte zij samen met Tordoir het huidige bedrijf Art Partner op. 'We zien steeds meer creatieven van het type Roosegaarde', stelt Boer. 'Tien jaar geleden was het *not done* om kunstenaars uit hun atelier te halen en in een commerciële omgeving te laten werken. Je wilde als artiest toch onafhankelijk blijven. Maar steeds meer van hen zijn op zoek naar nieuwe markten en nieuwe uitdagingen. Het is best spannend om in een compleet andere omgeving bezig te zijn en te ontdekken dat je daar toegevoegde waarde kunt leveren.' Met die beperking van de vrijheid valt het trouwens best mee, is de ervaring van Boer. 'Bedrijven, organisaties en instellingen realiseren zich dat ze zo'n creatief persoon juist

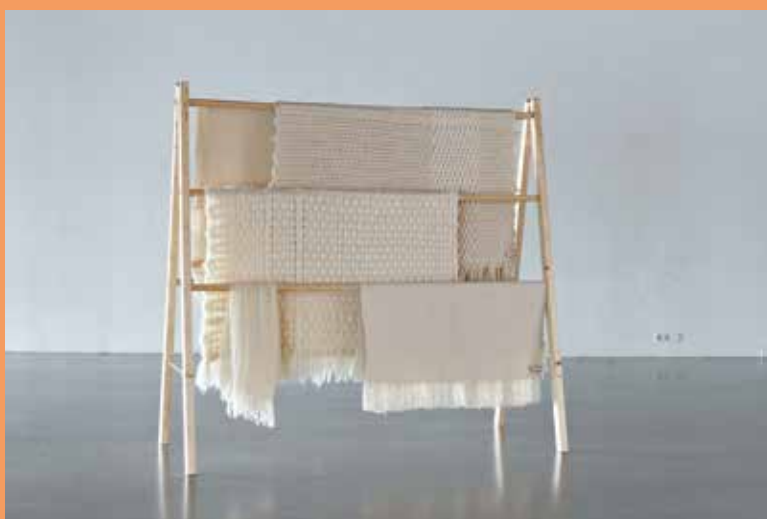
de ruimte moeten geven om volledig tot zijn recht te laten komen. Bovendien, als je als kunstenaar in traditionele zin een opdracht aanneemt, krijg je ook een thema en een aantal kaders en randvoorwaarden mee, in die zin is een opdracht nieuwe stijl niet veel anders.'

Vertaalslag

Een kritische houding ten opzichte van de opdracht en de opdrachtgever is juist de kracht van de koppeling, stelt Boer. 'Het moet klikken. Veel creatieven nemen een klus alleen aan als deze hen echt interesseert en intrigeert, en anders niet. Het gaat hun niet louter om het geld, maar op de eerste plaats om de inhoud. Die oprechte interesse is ook de drijfveer en zorgt ervoor dat ze grondig te werk gaan, zich serieus verdiepen in de thematiek.' Ze noemt het voorbeeld van Andreas Vonder, regisseur, toneelschrijver en *creative intervention professional*.

Design voor mensen met een beperking

Tal van ontwerpers en andere creatieven bedenken producten en diensten om mensen met een beperking te ondersteunen. Roland Pieter Smit bijvoorbeeld studeerde cum laude af aan de Design Academy Eindhoven. Hij ontwierp weefgetouwen die rekening houden met de mogelijkheden van de gebruikers. Autistische mensen kunnen bijvoorbeeld werken met zeer dun garen, terwijl mensen met het syndroom van Down de voorkeur geven aan dikker draad. Onder de naam Wolwaeren worden de door hen gemaakte dekens en vloerkleden op de markt gebracht. De schapenboeren die de wol leveren, krijgen een eerlijke prijs. Onder de titel *Onbeperkt!* laat een tentoonstelling bij Yksi Expo (Eindhoven, 27 januari t/m 2 mei) voorbeelden zien van design voor mensen met een beperking, van een dyslexiealfabet tot hulpmiddelen voor ouderen en (top) sporters met een beperking en van fotografie voor blinden en slechtzienden tot Wolwaeren.



Andersdenker of Vreemde Eend

Art Partner heeft in de loop der jaren een breed scala aan activiteiten en interventies ontwikkeld: van een cursus *story telling* (het vertellen van een pakkend verhaal), tot een evenement of zelfs een blijvende ruimte als een bijzondere beleving inrichten. Samen met het Huis van Proeven ontwikkelt Art Partner theaterale smaakmakers die de betekenis van kernwaarden voor een organisatie zichtbaar en voelbaar maken. Ook helpen kunstenaars medewerkers van een bedrijf, organisatie of instelling (of een afdeling) om de visie en de rol die ze zelf daarbij hebben, te laten ervaren en naar boven te halen welke dilemma's er zijn om die visie uit te voeren.

Maar ook kunnen kunstenaars worden ingehuurd als Andersdenker of Vreemde Eend. Directeur Sandra Boer: 'Voor elke aanvraag wordt maatwerk geleverd. We nemen de tijd om de juiste kunstenaar(s) en de juiste aanpak bij de betreffende thematiek te zoeken.' Het bemiddelende bedrijf werkt inmiddels met een vijftigtal creatieven, van beeldend kunstenaars tot theatermakers en van fotografen tot multimedia-artisten.

Lease Car Shuffle

Kunstenaar Teun Castelein snoof de cultuur van KPMG op en constateerde dat de medewerkers van het advies- en accountancybureau vooral getriggerd worden door competitie, analytisch uitdagende spelletjes, en dat hun leaseauto een terugkerend onderwerp van gesprek is. Als ludiek element van een inhoudelijke KPMG-dag, georganiseerd met inbreng van een tiental creatieven, bedacht Castelein het spel Lease Car Shuffle gebaseerd op het bekende spel Rush Hour. KPMG'ers die deelnamen aan die dag werd gevraagd om hun leaseauto ter beschikking te stellen. Op de parkeerplaats moesten teams met elkaar in de slag, waarbij de rode auto zo snel mogelijk uit een grid moest worden gehaald (foto René ten Broeke).



Hem werd gevraagd om voor KPMG een training *story telling* van twee dagen te ontwikkelen, maar dat weigerde hij. Vonder stelde dat hij met acteurs in het theater wekenlang oefent om iets echt onder de knie te krijgen en wilde geen concessies doen aan de kwaliteit, niet zomaar even een 'kunstje' komen doen. Uiteindelijk is KPMG 'om gegaan' en leren deelnemers nu in zes weken om verhalen te vertellen met zoveel mogelijk impact. Nuttig bij klantcontacten en voordrachten.

De basis van de meerwaarde van creatieven zit volgens Boer met name in de frisse, vrije blik waarmee de thematiek tegemoet wordt getreden. 'Ze mogen meer, daarvoor worden ze ook binnengehaald. En ze kijken anders, ze nemen alle zintuigen mee. Ze horen, zien en voelen.' Het vakmanschap van de kunstenaar zit 'm volgens de directeur van Art Partner daarnaast in de vertaalslag van die waarnemingen naar beeld, geluid of taal die indruk maakt. 'Om het voorbeeld van Vonder nog eens te nemen: die heeft meer dan vijftien jaar ervaring met mensen en groepen op het podium. Hij weet als geen

BOER: 'CREATIEVEN MOGEN MEER, DAARVOOR WORDEN ZE OOK BINNENGEHAALD.'

ander situaties om te zetten naar indringende woorden of scènes die blijven hangen, die iets doen met mensen.'

Vuurtje

Edo Roos Lindgreen is partner bij KPMG en verantwoordelijk voor het corporate innovatieprogramma. 'Wat kunstenaars kunnen betekenen voor een organisatie als die van ons? Zij kunnen het vuurtje van begeestering en vernieuwing aanstoken.' Hij vertelt over het congres met de tweehonderd partners waar Joost Conijn een lezing kwam geven. Als een

soort Leonardo da Vinci zoekt Conijn de grens op tussen kunst en technologie, tussen mens en machine. Hij bouwde een houten auto die op gas uit een houtgasgenerator voortbewoog en reed ermee door Oost-Europa. Met een zelfgebouwd vliegtuig vloog hij in vier maanden naar Kenia. Roos Lindgreen: 'Tweehonderd accountants en adviseurs, doorgaans zeer rationeel ingestelde mensen die denken en doen in termen van veiligheid en zekerheid, raakten diep onder de indruk. Je voelde het in de zaal. Al die KPMG'ers zaten te denken: "Ik wou dat ik Conijn was". Kunstenaars hebben een aangeboren drang om te scheppen, om nieuwe, avontuurlijke paden te bewandelen. Dat zit hun in de genen. Conijn wist die passie goed over te brengen.'

Vandaar ook de naam Artistic Fire, het project dat Roos Lindgreen samen met Art Partner heeft opgezet om bij KPMG het vuurtje van innovatie aan te wakkeren. In wisselende samenstelling zijn inmiddels al enkele tientallen kunstenaars betrokken geweest bij diverse events en trainingen die uiteindelijk moeten bijdragen

aan teambuilding, betere pitches bij klanten en nieuwe diensten. Honderden medewerkers van het advies- en accountancybureau volgden de eerder genoemde *cursus story telling* en een *crash course creativity* die werd ontwikkeld met het bureau Open the Oyster.

ROOS LINDGREEN:

'KUNSTENAARS HEBBEN

EEN AANGEBOREN

DRANG OM TE

SCHEPPEN. DAT ZIT HUN

IN DE GENEN.'

Zeer aanvaardbare tarieven

Ook hebben stylist Annemieke Paarlberg en Maze de Boer, kunstenaar en scenograaf voor Toneelgroep Amsterdam, voor KPMG een ruimte ingericht die aanzet tot creativiteit. Dit A-Lab, in Amsterdam-Noord, wordt onder andere gebruikt voor brainstormsessies met klanten. Veel klanten doen overigens ook mee aan de activiteiten van het project Artistic Fire. Roos Lindgreen: 'Uiteindelijk is innovatie voor mij: nieuwe producten en diensten bedenken en ontwikkelen die waarde toevoegen voor onze klanten. Hun inbreng is dus erg belangrijk, het gaat om hun wensen en behoeften. Bovendien helpen onze adviseurs steeds vaker klanten bij transformaties, met name om innovatiever te worden. Door hun deelname kunnen we hen laten kennismaken met dit soort methoden en mogelijkheden.' Met als prettige bijkomstigheid dat kunstenaars werken tegen 'zeer aanvaardbare tarieven', erkent het hoofd innovatie van KPMG. 'Zeker als je het vergelijkt met consultants.' Als panacee ziet Roos Lindgreen de inbreng van externe creatieven echter niet. 'Het is geen must. Na alle narigheid van de afgelopen tijd kwam in de persoon van Jan Hommen een nieuwe topman aan het roer en werken we zelf onder de noemer True Blue momenteel hard aan het herstel van kwaliteit, vertrouwen van de klanten en enthousiasme van de eigen medewerkers. In dialoogsessies praten we indringend over de kernwaarden, en ook over de fouten die zijn gemaakt, en hoe we die in de toekomst kunnen voorkomen. Dat werkt uitstekend, ook zonder kunstenaars. Je moet externe creativiteit inbrengen als je denkt dat het meerwaarde heeft.'

Leiders met lef

Boer en Tordoir (Art Partner) stellen vast dat een groeiend aantal bedrijven, organisaties en instellingen openstaat voor de externe creatieve inbreng. Er lijkt zelfs sprake van een omslag. Nog geen twee jaar geleden schreef Slow Management dat bedrijven erg huiverig

Het A-Lab van KPMG, ingericht als ruimte die aanzet tot creativiteit (foto Bonnita Postma).



Woensel Supertoll

Woensel Supertoll heet het sociaal kunstproject in Eindhoven van kunstenaar Tijs Rooijackers. Hij werkt samen met rapper Fresku, sociaal ontwerpcollectief Tante Netty en het filmmakersduo OddOne. Als eerste stap heeft Rooijackers in het Van Abbemuseum een immense tol van houten planken geconstrueerd, beschreven door rapper Fresku. Deze planken zijn stuk voor stuk gestoomd, gebogen en opgehangen. Begonnen als een briesje werd het een wervelwind en uiteindelijk een enorme dynamische tol. Van dit proces is een muziekclip gemaakt met Fresku.

Als volgende stap gaan bewoners van de Eindhovense wijk Woensel in workshops op zoek naar hun drijfveer en uitten die op een houten plank. Rooijackers stoomt en buigt ook deze planken en verwerkt ze tot een tiental 'zwermkunstwerken' door de wijk heen. Uiteindelijk wordt een aantal teksten geselecteerd en gebruikt voor een Supertoll, die eind 2015 of begin 2016 wordt geplaatst bij een nieuw station voor het openbaar vervoer.



Een zwermkunstwerk van kunstenaar Tijs Rooijackers in de wijk Woensel in Eindhoven.

waren voor artistieke interventies. Boer: 'Afgelopen jaar was voor ons het beste tot nu toe. Enerzijds hebben we inmiddels meer ervaring en vooral meer voorbeelden om te laten zien. Anderzijds zie je de noodzaak tot verandering toenemen, terwijl de gangbare methoden met adviseurs, coaches en psychologen blijkbaar niet altijd het gewenste resultaat opleveren.'

Veel bedrijven, organisaties en instellingen zien volgens haar dat het anders moet, maar ze weten nog niet precies hoe ze dat willen invullen. Gelukkig komen er meer 'leiders met lef', zoals Boer hen betitelt. 'Want een traject met kunstenaars is en blijft natuurlijk erg onzeker. We beginnen meestal met uit te leggen dat het waarschijnlijk geen kunstwerk op zal leveren, en dat het om het proces en een nog onbekend resultaat gaat. Een bestuursvoorzitter reageerde eens met de woorden: "Als ik het goed begrijp, weet ik niet wat er gaat gebeuren, hoe lang het gaat duren en wat ik uiteindelijk krijg. En ik begrijp dat het bovendien gaat schuren, en misschien wel pijn gaat doen. En daar moet ik dan ja tegen zeggen en nog voor betalen ook!" Maar hij ging uiteindelijk wel met ons in zee.'

Pragmatisch

De droom van Boer en Tordoir is dat het binnen organisaties normaal en zelfs noodzakelijk gevonden wordt

om altijd één of meerdere kunstenaars in huis te hebben. Niet alleen voor trainingen en cursussen maar ook om het bestaande te bevragen, om zich te verbazen en te verwonderen, om de boel scherp te houden en telkens in te springen op actuele vraagstukken en thema's. Kortom, om het proces van vernieuwing van de organisatie - sociale innovatie - op gang te houden.

Ook voor productinnovatie zou het een goed idee zijn om meer vrijdenkers in te schakelen. Sommige grotere bedrijven hebben creatieven aan het werk in hun R&D-afdeling. Of ze huren creativiteit in op projectbasis, bijvoorbeeld van een designbureau. Tevens zien we links en rechts voorbeelden opborrelen van cocreatie, waarbij klanten of creatieven ideeën mogen aanreiken, mee mogen denken of zelfs mee mogen ontwerpen en ontwikkelen. Structurele vormen van samenwerking en

BOER: 'DE GANGBARE METHODEN MET ADVISEURS, COACHES EN PSYCHOLOGEN LEVEREN NIET ALTIJD HET GEWENSTE RESULTAAT OP.'

langer lopende contracten op het gebied van vrije, conceptuele vernieuwing zoals tussen bouwbedrijf Heijmans en kunstenaar en ontwerper Daan Roosegaarde zijn echter nog zeldzaam.

Toch is er bij jongere generaties kunstenaars en ontwerpers sprake van een sterk groeiende belangstelling voor het tot stand brengen van nieuwe producten (en diensten), vaak ingegeven door motieven die te maken hebben met het beter, mooier en duurzamer maken van de wereld, net als Daan Roosegaarde. Niet vanuit hoogdravend idealisme,

BiggenBodyWarmer en KalverCol

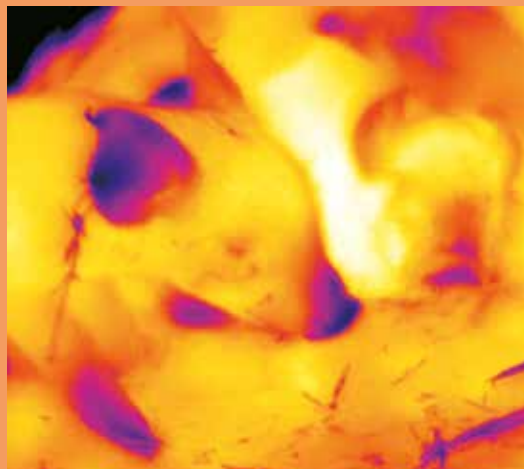
Een BiggenBodyWarmer? Jazeker, sommige biggetjes kunnen wel wat hulp gebruiken vlak na de geboorte. Ze gaan snel op zoek naar een speen om warme melk te drinken bij moeder varken. Maar die weg kan behoorlijk lang zijn. De biggetjes zijn vochtig en koelen snel af, met name de kleinste onder hen. Temeer omdat hun warmtehuishouding nog niet volledig ontwikkeld is. Sommige redden het niet.

Arno Vlooswijk van het Thermolab in Helmond legt uit hoe dat zit. 'Veel zoogdieren - ook mensen - hebben vlak na hun geboorte nog niet genoeg isolerend wit vetweefsel om zich warm te houden. Daarom hebben ze zogenaamd bruin vet, ook wel babyvet genoemd. In tegenstelling tot wit vetweefsel, dat voor opslag is bedoeld, kan bruin vetweefsel warmte produceren.' Het is, stelt Vlooswijk, een essentieel onderdeel van de warmtehuishouding of thermoregulatie zoals hij het noemt.

Vlooswijk heeft zich gespecialiseerd in het gebruik van infrarood. Daar kun je huizen mee bekijken om warmtelekken zichtbaar te maken, maar hij gebruikt deze techniek om de thermoregulatie van levende wezens in beeld te brengen. Zijn Thermolab is gevestigd op de Groene Campus in Helmond, niet alleen een instelling voor mbo-onderwijs, maar ook een ontmoetings- en kenniscentrum voor de agrisector. Met bedrijven en studenten van verschillende richtingen doet Vlooswijk allerlei projecten. En zo ontstond het idee van de BiggenBodyWarmer, in samenwerking met de docent varkenshouderij, varkenshouder William Meulendijks uit Deurne en Niels Aarts, student natuur en vormgeving. Tot een serieproduct is het nog niet gekomen. 'Varkensboeren vinden het niet praktisch genoeg. Ze zijn niet altijd aanwezig bij de geboorte van de biggen. En het ding is nog te duur. Een fabriek in China is bezig met een wegwerpversie, maar zelf zie ik meer in een warmteproducerende gel of pasta. Dat zit nog dicht bij de werking van écht bruin vet.' Inmiddels is het idee onder de naam KalverCol ook toegepast als een gebreide col voor pasgeboren kalfjes, want ook bij hen doet zich het probleem van onderkoeling voor.



Varkenshouder William Meulendijks (links) en ontwerper Niels Aarts (rechts).



Een infraroodopname geeft inzicht in de warmtehuishouding van dieren. De warmste plekken zijn lichtgeel. Hoe roder, hoe kouder. En paars geeft de koudste plekken aan.

Doelbewust prutsen

‘Making Art Work’ luidt de titel van de intreedende die Jacco van Uden afgelopen maart uitsprak als lector *change management* aan de Haagse Hogeschool. Liever nog dan de kunst toe te passen bij artistieke interventies in organisaties zou hij de kunst willen gebruiken als inspiratiebron en metafoor. ‘Veel taalgebruik verwijst nog steeds naar een mechanisch organisatiebeeld, de organisatie als machine. Denk aan woorden als input, output en efficiency. De omgang met personeel past eveneens in de metafoor van de organisatie als machine. Werknemers worden gezien als kleine radertjes in een groter geheel. Als er één kapot is, moet je hem vervangen. Ook het leger is voor veel organisaties een inspiratiebron. Er wordt gesproken over strategie, vijanden en marktpenetratie.’

Van Uden wil onderzoeken of organisaties kunnen leren van de kunstwereld. ‘Wat kunnen we opsteken van de relatie van een kunstenaar tot zijn kunstwerk? En welke lessen kunnen we trekken uit de wijze waarop een kunstwerk tot stand komt? Ik ken een kunstenares die zegt dat

ze altijd eerst een tijdje moet ‘klooien’ als ze een kunstwerk maakt. Ze gaat niet recht op haar doel af maar probeert eerst dingen uit. Ik vind het dan erg interessant om te bedenken hoe je dit “doelbewust prutsen” zou kunnen inzetten in organisaties.’ Ook voor het opleiden van studenten kan dat relevant zijn, stelt Van Uden. ‘Hoe gaan zij zich toe-eigenen dat je in organisaties vaak “speelser” en “vloeibaarder” moet werken als je wilt innoveren?’

Overigens heeft hij ook goed nagedacht over de naam van het lectoraat. ‘De twee woorden staan niet voor niets uit elkaar. Het gaat dus niet alleen over veranderingmanagement, maar je moet het ook lezen in de gebiedende wijs: verander het management!’

maar stoelend op een praktische en pragmatische benadering. Opvallend is ook de hang naar samenwerking, met andere partijen of als groep van creatieven in een (tijdelijk) collectief.

Boerenslimheid en creatiekracht

Die toenemende maatschappelijke betrokkenheid en vernieuwingsdrang onder jonge kunstenaars en ontwerpers is goed zichtbaar tijdens de Dutch Design Week (DDW), elk jaar in oktober in Eindhoven. Met de afgelopen jaren een hoofdrol voor allerlei vormen van social design, het zoeken naar en ontwikkelen van duurzame alternatieven voor tal van aspecten in onze samenleving.

Zie bijvoorbeeld het project Agri meets Design, voor de tweede achtereenvolgende keer prominent aanwezig tijdens de DDW op initiatief van het ministerie van Economische Zaken, landbouwkoepel ZLTO en provincie Noord-Brabant. In allerlei sessies bedenken boeren, designers, ambtenaren en ondernemers tijdens zo’n week samen creatieve innovaties voor de agrifoodsector, afgelopen keer rond het thema verspilling van voedsel. Bijvoorbeeld tijdens een Food Waste Hack,

gericht op het bedenken en indien mogelijk ontwikkelen van slimme apps en games. In de woorden van ZLTO-directeur Elies Lemkes: ‘Agri meets Design is een creatieve broed- en werkplaats waarin twee werelden samen sleutelen aan eigentijdse oplossingen voor maatschappelijke uitdagingen van morgen. Door slimme samenwerking gloort nieuw perspectief aan de horizon. Mix boerenslimheid met creatiekracht en je hebt een unieke combinatie om de wereld een beetje beter te maken.’ ■