

# 'NOOIT GEDACHT DAT HET ZÓ SUCCESVOL ZOU ZIJN'

BRAM BREGMAN IS PROJECTMANAGER BIJ KLM.



## WAAROM NEEMT KLM DEEL AAN EEN PUBLIEK-PRIVATE SAMENWERKING?

Bram Bregman: "Onze belangrijkste redenen zijn het vergroten van onze innovatiekracht en het stimuleren van de uitwisseling van kennis en kunde tussen mensen die bij KLM werkzaam zijn en de studenten met wie ze samenwerken. KLM heeft te maken met vergrijzing. De gemiddelde leeftijd is inmiddels 49 jaar en we hebben de afgelopen jaren als gevolg van de economische teruggang niet veel nieuw personeel aangenomen, anders dan dat we zo nu en dan wat externe professionals externen inhuren. Het verwerven van nieuwe kennis en kunde vindt echter veel minder plaats als we samenwerken met ingehuurde externen dan wanneer we met studenten een project of een onderzoek samen doen. Binnen KLM hebben we meerdere initiatieven op het gebied van publiek-private samenwerking. Die met Amsterdam Creative Industries Network is daar één van."

## WAT LEVERT HET OP?

"Voor KLM levert het op korte termijn vooral nieuwe ideeën op en daarnaast een relevant kennisnetwerk dat zich niet beperkt tot de onderwijsinstellingen. Aan Amsterdam Creative Industries Network

doen tientallen bedrijven mee, van heel groot tot midden- en kleinbedrijf en eenmansbedrijfjes. Het is veel makkelijker om daarmee verbindingen te leggen en samen iets te doen als je deelneemt in zo'n PPS."

## HOE KOMT U AAN PROJECTEN?

"Door er intern ruchtbaarheid aan te geven. Vervolgens heeft de mond-tot-mondreclame zijn werk gedaan. We zijn nu amper twee jaar verder en we hebben niet vier projecten gerealiseerd, zoals de verwachting was, maar wel 25, op heel veel verschillende plekken bij KLM. Soms waren ze vrij abstract en alleen ter inspiratie. Andere keren hebben studenten echt werkende prototypes opgeleverd en heeft dit op korte termijn geleid tot relevante bijdragen aan projectresultaten binnen KLM. We hadden van tevoren niet kunnen bedenken dat het zo succesvol zou zijn."

## WAAR ZIT DE GROOTSTE TOEGEVOEGDE WAARDE?

"Voor KLM is dat meerledig. Ik denk dat de mensen die in een project hebben gecreëerd met studenten, vrijwel zonder uitzondering de toegevoegde waarde zien van de multidisciplinaire samenstelling van teams. Verder leren we van de studenten om dingen uit te proberen en ook proefondervindelijk te ervaren wat wel en niet

## AMSTERDAM CREATIVE INDUSTRIES NETWORK CREATIEVE INDUSTRIE EN DIGITALE TECHNOLOGIE

Het Amsterdam Creative Industries Network (ACIN) is katalysator van publiek-private samenwerkingen op het gebied van creatieve industrie en digitale technologie. Het netwerk is opgericht in 2013 door de Hogeschool van Amsterdam, de Amsterdamse Hogeschool voor de Kunsten en Hogeschool Inholland.

### LABS EN KNOWLEDGE MILE

In de beginjaren heeft ACIN labs opgericht, die rond specifieke onderwerpen als data, creatieve industrie, zorg, mode, erfgoed, games, ontwerp en publiceren eigen netwerken en producten hebben ontwikkeld. Inmiddels zijn de labs zelf uitgegroeid tot belangrijke netwerkpartijen die onderwijs, onderzoek en praktijk verbinden. Een ander belangrijk ACIN-initiatief is de Knowledge Mile: een living lab dat grootstedelijke vraagstukken en kennis tussen het Mr. Visserplein en het Amstelplein in Amsterdam bij elkaar brengt.

### KATALYSATOR

Als katalysator deelt ACIN nu de kennis en ervaring die het heeft opgedaan in het opzetten van deze initiatieven, in nieuwe samenwerkingsverbanden. Ervaring uit de Knowledge Mile komt bijvoorbeeld terug in Campus Amsterdam, een koepel van alle living labs in Amsterdam. En kennis die ACIN heeft opgedaan in het verbinden van onderzoek en onderwijs in de labs, zet het in voor de Digital Society School: een nieuwe opleiding, volledig gericht op de gevolgen van verdere digitalisering van de samenleving.

[www.amsterdamcreativeindustries.com](http://www.amsterdamcreativeindustries.com)

werkt. Dat is voor ons van belang, omdat we van nature een organisatie zijn die - om goede redenen - wat risico-avers is. Je kunt het 'fouten maken' noemen, maar dat is dus heel positief. Gewoon leren van je ervaringen."

## WAT MAAKT DE SAMENWERKING SUCCESVOL?

"Ik denk de mix van generaties en de empathie die de KLM-collega's van nature lijken te hebben jegens de studenten: studenten hebben automatisch meer krediet dan extern ingehuurde professionals, van wie meer verwacht wordt. En de on-

gedwongenheid - niet te verwarren met vrijblijvendheid - die de samenwerking kenmerkt."

## ZOU U DIT AAN ANDERE BEDRIJVEN AANBEVELEN?

"Absoluut! Voor grotere organisaties zoals KLM is het heel belangrijk. Die zijn erg zelfvoorzienend, juist vanwege hun schaalgrootte. Dan heb je soms toch een beetje last van navelstaren en het *not invented here*-syndroom. Kijken naar andere bedrijfstakken om te zien hoe die een vergelijkbare uitdaging tackelen, werkt heel inspirerend."

