

‘Een boot van plastic afval was mijn man op de maan’

Marius Smit



Tekst: Jacques Geluk

Plastic Whale heeft de afgelopen jaren tienduizenden plastic flesjes en duizenden kilo's overig afval, zoals zakjes, emmers en autobanden, uit de Amsterdamse grachten gevestigd. Dat doet het bedrijf met drie boten die van datzelfde afval zijn gemaakt. Maar er zijn meer toepassingen en een toenemend aantal bedrijven en particulieren adopteert of koopt een boot van gerecycled plastic. De durf en het ondernemerschap van oprichter Marius Smit betalen zich uit. Dat komt ten goede aan zijn bedrijf, waarvoor ook internationaal grote belangstelling bestaat, én een mooiere wereld.

“**P**lastic is van grote waarde als grondstof. De plastic flessen die we opvissen worden gerecycled tot granulaatkorrels. Daarvan maken ze schuimplaten, die de basis vormen van onze boten. Voor de eerste boot van 6 x 2,2 meter zijn grosso modo 10.000 flessen gebruikt, ongeveer het aantal dat in 2014 is opgevisst. De twee nieuwe boten zijn vervaardigd van zes- à zeventuizend flessen”, zegt Marius Smit. “Ik verwacht dat we dit jaar nog veel meer opvissen. Voorlopig alleen in de Amsterdamse grachten, maar straks kan de hele wereld ons werkterrein worden. Er is nu al veel belangstelling, zowel uit Nederland als internationaal.”

Smit heeft Plastic Whale in 2011 opgericht. Inmiddels is het plasticvisbedrijf precies zoals hij het destijds voor ogen had: “Mijn geld verdienen met het op een ondernemende manier leuker en mooier maken van de wereld.” Het bedrijf heeft een aantal inkomstenbronnen. “Het organiseren van evenementen, waarbij ik een presentatie geef en we daarna met bedrijven in de grachten op plastic gaan vissen, loopt heel goed. Diverse grote ondernemingen als Nike, Heineken, Tommy Hilfiger en zelfs een Japanse bank benaderen ons daarvoor. Ook met de exploitatie van de boten gaat het goed. We hebben een exploitatievergunning voor elf boten, wat betekent dat we ook commercieel mogen varen, bijvoorbeeld met toeristen.”

Sponsoring is eveneens een goede inkomstenbron, vertelt Smit. “Bedrijven kunnen een boot adopteren. We hebben onlangs nog een contract gesloten met vijfsterrenhotel Pulitzer aan de Prinsengracht, dat volgend jaar zijn eigen boot kan laten varen. De vijfde boot laten we deze winter bouwen voor een particuliere koper en met andere geïnteresseerde partijen zijn we in gesprek. Ik ben de coördinator en de verbindende schakel en verantwoordelijk voor de strategie en het vertalen daarvan in een creatief

concept. Daarnaast heb ik specialisten om Plastic Whale heen verzameld, die heel erg goed zijn in wat ze doen. Allemaal toppers.” Het bedrijf telt drie voltijds medewerkers en een vaste kern van mensen die het inzet wanneer dat relevant is. Onder hen ongeveer tien schippers. “Het is ongelooflijk hoeveel mensen, bedrijven, topmerken met ons willen samenwerken.”

EILAND

Het is interessant te horen wat voor Marius Smit de eerste aanleiding is geweest om uiteindelijk in 2011 met zijn unieke onderneming te beginnen. “Ik heb internationale marketing gestudeerd, vooral vanwege het internationale aspect en de mogelijkheid veel te reizen. Daarom ben ik ook, samen met mijn vriendin, die nu mijn vrouw is, twaalf jaar geleden een jaar lang de wereld rondgegaan. We kwamen op de allermooiste plekken. Het viel me toen al op dat er overal plastic afval lag. Dat was voor mij een ‘fact of life’, een soort gewenning. Dat veranderde nadat we na een nacht op een idyllisch strandje wakker werden. Het was heel slecht weer,

‘Duurzaam onderscheidend vermogen wordt niet gecreëerd door wat je zegt, maar door wat je doet’

veroorzaakt door een tyfoon op enkele honderden kilometers van Borneo. Door de aanlandige wind was het strand overspoeld met plastic afval. Dat was zo schokkend dat mijn ogen opengingen. Al snel – ook al omdat ik me onderweg was gaan realiseren dat de intrinsieke motivatie voor het marketingvak ontbrak – begon ik mij te verdiepen in die plastic soep. Een fenomeen dat toen nog niet zo bekend was, maar daarna wereldwijd steeds meer aandacht kreeg. Ik wilde proberen iets positiefs en constructiefs toevoegen. Ik had alleen toen nog geen idee hoe ik dat moest aanpakken.”



PRESENTATIES OVER ONDERNEMERSCHAP

Veel bedrijven en andere organisaties vragen Marius Smit uit te leggen hoe hij erin is geslaagd dat voor elkaar te krijgen en mensen te betrekken. “Ik ben destijds zonder garanties en vastomlijnd plan begonnen en heb mijn nek uitgestoken om een probleem op te lossen waaraan iedereen zich ergert. Dat ondernemerschap waarderen mensen en daarom zijn er zoveel aangehaakt.” Smit vertelt hoe hij in 2009, als hij bij de Telegraaf Media Groep (TMG) werkt als strategisch adviseur, besluit freelancer te worden. Van klussen doen komt niet veel, het plastic neemt zijn leven over. Ik heb zwaar financieel geïnvesteerd, want ik verdiende anderhalf jaar lang niets. De vraag van TMG of ik een leidinggevende functie wilde invullen kwam dan ook op een goed moment. Ik kon mijn hypotheek weer betalen en het plastic stond even op een laag pitje. Nadat ik



een nieuwe manager had gekregen, met wie het niet klikte, ben ik daar in december 2013 weer vertrokken. Precies op het moment dat de bouw van de eerste boot begon. Wat ging ik met die boot en mijn leven doen? Toen kwam ik op het idee van Plastic Whale de eerste professionele Plastic Fishing Company ter wereld te maken en dat plan hebben we in maart 2014, samen met de eerste boot, tijdens de HISWA Amsterdam Boat Show gepresenteerd.”

INSPIRATIEBRON

“Weet je wat mijn grootste inspiratiebron is?”, zegt Marius Smit, “de toespraak die de Amerikaanse president John F. Kennedy in 1961 hield, waarin hij een helder beeld schetste van een man op de maan. Dat leek toen nog een onmogelijke taak, maar het leverde veel innovatiedrang en positieve energie op. Je hoeft geen Kennedy te heten om een man op de maan te creëren. De mijne was in 2011 een boot van plastic afval bouwen, terwijl ik nog nooit een boot had bestuurd, laat staan gebouwd. Maar ook een netwerk samenstellen van burgers, bedrijven en overheidsinstanties die op een gedreven manier samen, zonder naar elkaar te wijzen en verantwoordelijkheden af te schuiven, vooruit wilden.” Zorgvuldig formulerend: “Gewoon doen en accepteren dat fouten maken en verlies lijden onderdeel zijn van dat proces. Dat is belangrijk. Net als aanvaarden dat de weg naar resultaat lang kan zijn en in stappen moet worden afgelegd. Denk aan Thomas Edison, die voordat hij licht creëerde eerst honderd keer had gefaald. De discussie over circulaire economie, waarin producten en materialen worden hergebruikt en grondstoffen hun waarde behouden, schrikt sommige bedrijven af, omdat ze denken dat dit een volgende stap naar perfectie is. Integendeel, streven naar perfectie leidt alleen maar tot te hoge verwachtingen, investeringen en risico’s.” Smit geeft zijn toehoorders bovendien mee dat het er niet om gaat wat je zegt, maar om wat je doet en met wie. “Ze moeten vanuit hun eigen ervaring leren, groeien en nieuwe kansen ontwikkelen. En beseffen dat het verschil maken vraagt om gedrevenheid en altijd bloed, zweet en tranen kost.”

BUSINESSMODEL

“We gaan niet uit van een businessmodel voor tien jaar. Wanneer het probleem in Amsterdam is opgelost, wat nog jaren kan duren, hebben we overal ter wereld

‘We willen de perceptie van plastic veranderen’

werk. Het probleem van het plastic afval is immens. Dat los je niet alleen op door het uit de grachten, of zoals Boyan Slat uit de oceanen te vissen, het is ook belangrijk bewustwording te creëren. Dat doen we op twee vlakken. Het eerste is dat we mensen in aanraking laten komen met het probleem. Als ze merken dat de grachten niet zo schoon zijn als ze lijken en zien hoeveel plastic er werkelijk in ligt zijn ze behoorlijk onder de indruk. Hun perceptie willen we veranderen door aan te tonen dat plastic geen afval, maar een waardevolle grondstof is waarvan ook onze mooie boten zijn vervaardigd. Niet alleen degenen die met ons meevaren zien en ervaren dat, ook de mensen die op de grachten lopen of langsvaren in rondvaartboten. Natuurlijk moeten we constant bezig zijn met die perceptieverandering. Daar helpt persaadacht bij, maar ook de partijen om ons heen dragen daaraan bij. Een van onze sponsors, Ecover, gaat flessen maken voor hun was- en schoonmaakmiddelen met door ons opgevoerd Amsterdams grachtenplastic. Deze flessen gaan ze in beperkte oplage via Albert Heijn distribueren, waardoor nog meer consumenten in aanraking komen met dit fenomeen.” 📣

Marius Smit is oprichter van Plastic Whale, een in 2011 opgerichte onderneming die plastic afval opvist uit de Amsterdams grachten en zorgt voor hergebruik van deze waardevolle grondstof. Smit studeerde internationale marketing en heeft in diverse marketingfuncties gewerkt.

mariusmit@speakersacademy.nl