

Een duurzame toekomst met polymeren



ronde tafel gesprek

Tekst: Koen Chatrou, Fotografie: Kees Beekmans

De wereldbevolking groeit en de energiebehoefte op aarde neemt toe. We willen allemaal meer luxe, terwijl de reserves aan fossiele brandstoffen snel slinken. Niet bepaald een rooskleurig toekomstbeeld. Er wordt dan ook hard gezocht naar alternatieve (grond) stoffen. Eén van die duurzame alternatieven is kunststof. Een rondetafelgesprek over een duurzame toekomst met polymeren.





Ron Erkenbosch



Arie Brouwer



Wijnand Hollander

Locatie van het gesprek is het Campus Innovation Center bij SABIC in Bergen op Zoom. Gastheer Willem Sederel ontvangt namens SABIC de gasten in een inspirerende ruimte. Aan tafel zitten Peter De Loose, Technical Sales Manager bij Symra Technology bv, onderdeel van de Symragroep. Symra heeft zo'n anderhalf jaar geleden de stap gezet naar biopolymer pleischuim, een toepassing voor industriële verpakkingen en in de bouw. Naast hem zit Ron Erkenbosch, Senior Accountmanager bij Cor Rijkun Verpakkingen. Het bedrijf houdt zich bezig met het aanbieden van bio-based toepassingen. Een voorbeeld zijn plastic verpakkingen.

Tegenover hem zit Wijnand Hollander, bestuurder bij de Nederlandse Federatie voor Rubber en Kunststoffen (NRK) en namens voestalpine Polynorm Van Niftrik bv. Het bedrijf is gespecialiseerd in het bedenken van oplossingen en de productie van zowel kunststoffen als combinaties van kunststoffen met metalen. Gespreksleider is Arie Brouwer, directeur van DPI Valuecentre. DPI Valuecentre is een netwerkorganisatie die zich met name bezighoudt met innovatie. Dit doen zij door startende ondernemers in de sector te helpen bij het op de markt brengen van producten, door hen te coachen, bijeenkomsten te organiseren, competenties bij bijvoorbeeld hbo-docenten te verbeteren en door de oprichting van een landelijk netwerk. Op die manier kunnen bedrijven in de chemie gezamenlijk optrekken.

Omdenken

Brouwer trapt af. Hij vraagt zich af waar de komende jaren de uitdagingen liggen voor de sector.

Hollander: "Er is nog een gigantische slag te slaan in het omdenken van mensen. Polymeren kunnen de oplossing zijn voor veel problemen. Het is aan ons om mensen daarvan te overtuigen. Daarbij speelt voorlichting een belangrijke rol. Het is een bewustwordingsproces bij zowel bedrijven, scholieren en consumenten. Deze nieuwe toepassingen vragen om techniek, om opleiding en om een nieuwe manier van opleiden."

Kunststof dakpannen

Dat dat omdenken nog niet zo eenvoudig is, ziet Erkenbosch. "In de bouwwereld denkt men in staal en stenen. Als je kunststof dakpannen aanbiedt, is de reactie: die waaien weg. Men wil er niet aan. Zo gaat dat ook vaak binnen de automotive-sector. Gelukkig heeft Renault met de Megane een stap in de goede richting gezet door meer kunststof te gebruiken." Sederel haakt in: "Ik heb de hoop dat er meer volgen. Het gewicht van auto's en vliegtuigen moet naar beneden. Kunststoffen kunnen daar een bijdrage aan leveren. Nu is het aan ons anderen daarvan te overtuigen."

Betrouwbaar

Volgens Sederel zien klanten best een duurzame toekomst door het gebruik van kunststof. Maar er zijn volgens hem nog genoeg uitdagingen. "Klanten willen precies weten hoe materiaal reageert, bijvoorbeeld in crashsituaties en op lange termijn. We kennen onze materialen en materiaalsystemen soms nog onvoldoende om niet zo goed te kunnen simuleren als met metalen. Dit is met name van belang voor veiligheidskritische

toepassingen. Kunststof moet zo betrouwbaar zijn dat de constructeur zich comfortabel voelt om het daadwerkelijk te gebruiken. Daarbij moet je in ogenschouw nemen dat men gewend is aan toepassingen met metalen. We moeten kunststof verbeteren, zodat bepaalde zwakke punten niet meer bestaan. Ik heb de hoop dat die overstap er snel gaat komen. Automobielfabrikanten moeten binnenkort een boete betalen als de CO₂ uitstoot over de gemiddelde vloot te hoog is."

Productietijd

Een ander probleem dat om een oplossing vraagt is de tijd die het vraagt om een kunststofproduct te maken. "Ik vind vijf minuten al veel te lang. Systemen in de vliegtuigbouw hebben een paar uur nodig om tot een onderdeel te komen. Dat zijn technische problemen waar we iets aan moeten doen. Dan is er ook nog het aspect van materiaalkeuze. Hoe garandeer je de betrouwbaarheid bij bijvoorbeeld gerecyclede materialen? En als we het hebben over bio-based: wat zijn dat voor materialen? Concurrenieren die met voeding? Is het alternatief daadwerkelijk groener?"

Ideëenkamer

Erkenbosch ziet het als een uitdaging om mensen te laten kiezen voor maatschappelijk verantwoord ondernemen. "Wij hebben veel op voorraad en werken heel laagdrempelig. Klanten kunnen bij ons komen kijken om te zien welk verhaal er achter ons hoogwaardige product steekt. Je moet niet beginnen met de prijs, maar met het verhaal, anders win je het niet. Marketing is wat mij betreft



Willem Sederel



Peter de Loose

van essentieel belang. Als consumenten in de supermarkt een tasje scannen, moeten ze kunnen zien dat het een tasje is dat van misgrondstof is gemaakt. Dan zijn ze best bereid daar een paar cent meer voor te betalen."

Inkoper

Volgens Peter de Loose valt er nog heel wat te winnen bij de inkopers van een bedrijf. "De inkoper krijgt instructies van het management. Bij een rendabel bedrijf moet de inkoopprijs van een grondstof niet boven een bepaalde limiet komen. Bedrijven zijn gecharmeerd van ons product dat bijna geheel uit afval van suikerriet gemaakt kan worden." Toch wordt er vaak voor de goedkope variant gekozen. Het management van een bedrijf moet zijn inkopers de ruimte geven om ook voor een duurzame oplossing te kunnen kiezen. Pas dan krijgen wij de kans om onze productie te verhogen en de prijs te doen laten dalen."

Afwachten

Brouwer vat samen: "Bewustwording is dus van essentieel belang. En dat geldt voor het bedrijfsleven, het onderwijs en de consument." Hollander heeft vertrouwen in de nieuwe generatie. "De jeugd heeft durf. Durf die wij missen. Zij staan te springen om nieuwe, duurzame technologieën. We moeten de jeugd meer de ruimte geven."

Opleiden

Daar ligt dan ook meteen een probleem. Want laat rhemie nu niet een vakgebied zijn dat onder

jongeren niet erg populair is. Het is niet 'sexy'. "Jongelui verleden tot techniek is erg belangrijk, maar zeker niet makkelijk", stelt Sederel. "We moeten als sector zelf mensen voorlichten en deels opleiden en ervoor zorgen dat toekomstige studenten wel voor techniek kiezen. SABC doet dat door onder meer lagere scholen en middelbare scholen te ontvangen. Ook gaan onze mensen naar scholen toe, bijvoorbeeld als gastdocent. Dat is allemaal vrijwilligerswerk. Maar dat doen we met een bepaald doel voor ogen." Sederel hoopt dat de toepassing van duurzame materialen, bio-based producten en recycling zorgt voor hernieuwde interesse bij jongeren. "Het beeld van techniek klopt ook niet. We hebben zoveel meer te bieden. Materiaalwetenschap, biologie, landbouw, engineering, chemie, werktuigbouw. Ik denk dat dat jongeren zeker wel interesseert. Wij moeten de deur meer opengooien en laten zien wat we te bieden hebben. Just in tijden van crisis. "Opmerkelijk is dat het probleem in Duitsland veel minder speelt. Hollander: "Daar wordt ook vanuit de overheid veel aan gedaan."

Overheid

Volgens de deelnemers aan het gesprek ligt er dus ook een taak voor de Nederlandse overheid. Die moet de bedrijfstak meer in de picture zetten en zorgen voor meer opleidingsmogelijkheden. Brouwer vraagt wat de deelnemers zouden doen als ze zelf aan het politieke roer zouden staan. Hollander: "Ik zou financiële ruimte creëren. Die overheid kan het natuurlijk niet alleen, ze moeten een raamwerk creëren. Bedrijven moe-

ten het uiteindelijk zelf doen. Maar dat kun je wel stimuleren door een belastingmaatregel toe te passen." Sederel: "Als overheid moet je ondernemerschap stimuleren. Het moet mogelijk zijn om een keer wat te proberen, die financiële armlast moet er zijn. Dat is in de Verenigde Staten ook zo, daar kun je ook een keer falen. Dat is in Nederland veel minder het geval."

Je stapt hier niet zomaar naar een bank om 'iets te proberen'. Daarnaast zou ik vechten om minder te bezuinigen op research en development. Dat moet je niet zien als kostenpost, maar als investering. Ga innoveren en laat je verrassen. Je gaat voor a, je komt uit bij b. Dat is toch prachtig? We moeten realistisch zijn. Azië en Amerika wachten niet op Europa. Die gaan gewoon door."

Media

Ook consumenten moeten plastic 'sexy' gaan vinden. De Loose: "Op dit moment is het nog veel navestaren wat we doen. Wij weten wel dat plastic de toekomst heeft, maar weet de consument dat ook? Daarin hebben ook de media een belangrijke taak. Negatieve berichtgeving doet daar geen goed aan." Brouwer vult aan: "Onze bedrijfstak kan bijvoorbeeld veel betekenen voor het langer goedhouden van voedsel. Dat soort voordelen wordt alleen in de inner circle uitgedragen. Wij hebben de neiging om elkaar te overtuigen en zijn erg bescheiden. Dat is kenmerkend aan de chemie- en kunststofindustrie. Het bedrijfsleven heeft de opdracht om de voordelen ook naar de consument duidelijk te maken. Steek je nek uit."