

PORTRET
Informal Investment

Verliefd op zeewier

‘Onze investeerders zijn
echte pioniers’

‘Zeventien jaar geleden ben ik voor het eerst vader geworden. Ik zat in de directie van Pepsi Cola en was volop bezig met marketingplannen om kinderen zoveel mogelijk cola te laten drinken. Ik dacht: is dit wat ik wil doen? Ik nam ontslag om bedrijven te adviseren over duurzaamheid. Maar bestaande bedrijfsstructuren veranderen je niet zo makkelijk. Je kunt beter zelf nieuwe modellen ontwikkelen, zodat grote organisaties kunnen afkijken. Twee jaar geleden vertelde een ondernemer mij over zeewier, ik was op slag verliefd.’

‘Zeewier is de snelst groeiende biomassa op de planeet en er is geen effectievere manier om CO2 op te nemen. Je kunt er energie mee opwekken en het is voeding voor mens en dier. Dat betekent dat wij geen aanspraak hoeven te doen op fossiele brandstoffen, er geen bossen gekapt hoeven te worden voor sojaplantages en vee CO2-neutraal gehouden kan worden. Anderhalf jaar heb ik aan het project gewerkt zonder mezelf salaris uit te keren. Hoe kunnen wij zeewier verbouwen? Wie zijn de belangrijkste spelers? Je weet niet wat je niet weet tot je het weet.’

‘Investeerders vragen naar een plan. De oneindige werking van zeewier is niet algemeen bekend, dat maakte het lastig. Via Informal Investment Services kon ik meedoen met een aantal pitches. Dan komen alleen de mensen op je af die een klik hebben met je verhaal en iets goeds willen doen met hun vermogen. Voor een investeerder is het spannend; zij begeven zich ook op onontgonnen terrein. Samen ben je pionier, ga je een avontuur aan. In de eerste investeringsronde hebben wij 1,3 miljoen opgehaald. Dat is genoeg om op één hectare zee zeewier te verbouwen.’

‘Over een paar jaar hebben wij minstens vijftig hectare zeewier, liggen er zeewierproducten bij de Albert Heijn, tanken wij met zeewiergas, verwarmen wij onze huizen door middel van zeewier en zijn koeien CO2-neutraal. Zeewier is het nieuwe soja. Daar gaan wij voor zorgen, maar dat kunnen wij niet alleen. Het is ons doel om een community op te zetten en onderzoekers, ondernemers en bestaande partijen aan te trekken. Noem een veevoederleverancier, maar ook een Unilever. Uiteindelijk moeten wij toe naar een wereld waarin de consument niet hoeft te kiezen, omdat de juiste keuze al gemaakt is.’

FEITEN

WIE /
JOOST WOUTERS
WAT /
THE SEAWEED COMPANY
WWW /
THESEAWEEDCOMPANY.COM



Foto: Maurice Heesen