

Een interview met Peter Wolf van Transmare

VOL GAS MET BAMBOEGRAS

Het bedrijf Transmare is een klinkend voorbeeld van een bedrijf dat voor klanten het verschil maakt. Met vestigingen in Roermond en Rotterdam timmert Transmare hard aan de weg met bamboevezels voor de versterking van kunststoffen. Het materiaal wordt ondermeer toegepast in de auto-industrie. Het tijdschrift Management Team riep het bedrijf uit als 'Gamechanger' en volgens het Financieel Dagblad is Transmare een 'Nieuwe Kampioen.' Niet alle ondernemers in de kunststof- en rubberindustrie hebben zo'n zichtbaar succes met de door hen ontwikkelde duurzame oplossingen. Daarom wordt het wel eens tijd om stil te staan bij de successen van deze sector. Kunststof Magazine interviewde de CEO van Transmare, Peter Wolf, over zijn rol in het succes van zijn klanten.

Van de redactie

DE OMZET VAN TRANSMARE IS DE AFGELOPEN JAREN AANZIENLIJK GEGROEID. WAT MAAKT TRANSMARE ZO SUCCESVOL?

'We hebben vier jaar geleden vol ingezet op het ontwikkelen van de markt voor biopolymeren en het bijmengen van natuurlijke vezels. De *biobased economy* gaat er absoluut komen, daar zijn we van overtuigd. Na uitgebreid onderzoek hebben we gekozen voor bamboe als

zelf om biopolymeren vragen. De aandacht in de media voor Transmare van de afgelopen twee jaar in enkele bladen heeft daar overigens zeker bij geholpen.'

WAAROM KIEZEN KLANTEN VOOR EEN OPLOSSING MET DE POLYMEREN VAN TRANSMARE?

'Het gaat om de specifieke producteigenschappen van onze producten in combinatie met

selproductie en is daarnaast sterk, licht en reukvrij. Deze factoren maken dat steeds meer klanten met de biopolymeren van Transmare willen werken.'

WAT IS HET OPMERKELIJKSTE COMPLIMENT VAN EEN KLANT GEWEEST?

'Die komt niet zozeer van onze klant, maar van onze partner Sabic. De *Vice President* van Sabic was van mening dat wij

HET IMAGO VAN PLASTIC EN KUNSTSTOFFEN IS NIET ALTIJD POSITIEF IN DE MAATSCHAPPIJ. MERKEN JULLIE DAAR WAT VAN? EN WAT DOET TRANSMARE DAAR AAN?

'Kunststoffen hebben vooral een slecht imago wanneer er niet op verantwoorde wijze mee wordt omgegaan. Wij maken prachtige grondstoffen voor onder andere folies voor de landbouw en de levensmiddelensector. Daar merken wij echt niets van een slecht imago. Ik vind in dit licht nog wel belangrijk om te stellen dat vieze en oude processen en producten echt zelf al door de industrie kritisch tegen het licht worden gehouden. Geleidelijk aan zullen deze producten daarom verdwijnen.'

'IK ZOU COLLEGA-ONDERNEMERS AANRADEN VOORAL NIET IN *ME-TOO* PRODUCTEN TE DENKEN'

bron van natuurlijke vezels om polymeren mee te versterken. Door bijmenging van 30 tot 40 procent bamboevezels kunnen onze klanten hun CO₂-uitstoot enorm terugdringen, terwijl het materiaal er veel beter aan wordt. Wij zijn als *front runner* de markt voor een deel zelf nog aan het ontwikkelen. Maar we krijgen steeds meer klanten die

het duurzaamheidsprofiel van het materiaal. We verwerken onder andere bamboevezel, biopolymeren en gerecyclede kunststoffen. Een van de natuurlijke grondstoffen is dus bamboevezel. Dat heeft een aantal grote voordelen. Het wordt op zeer ecologisch verantwoorde wijze geteeld, het concurreert niet met de voed-

de juiste zaken op een juiste manier doen. Dat zie ik als een groot compliment. Daarnaast hebben verschillende klanten ons in de periode van de reorganisatie erg geholpen. Zij hebben zo veel vertrouwen in Transmare dat ze ons ook in moeilijke tijden hebben ondersteund door bijvoorbeeld hun rekeningen vooruit te betalen.'

HOE ZORGT U VOOR AANSLUITING VAN KETENPARTNERS BIJ UW INNOVATIEPROCES?

'Allereerst door goede kwaliteit te leveren. Dat is een absolute vereiste om klanten aan boord te houden. Daarnaast gaat het om transparantie en loyaliteit. Wij zijn richting onze klanten en ketenpartners erg transpa-



Peter Wolf, CEO van Transmare.

rant over het gehele proces en kijken nadrukkelijk ook naar de win-win situatie. Wat levert dat ene biopolymeer nou voor onze klant op? Door zulke vragen te stellen realiseren we langdurige relaties die gebaseerd zijn op wederzijds vertrouwen.'

WAAR LIGT DE UITDAGING VOOR HET BEDRIJF OM DE KOMENDE TIEN JAAR VERDER DOOR TE GROEIEN?

'Allereerst de marktontwikkeling. Uitbreiding van ons afzetgebied in Duitsland en Frankrijk staat voor de komende tijd op

onze agenda. Ik kan er nog niet veel over zeggen, maar binnen afzienbare tijd verwachten wij bijvoorbeeld enkele grote internationale partijen aan ons te binden. Daarnaast zullen we blijven investeren in het ontwikkelen van nieuwe productielijnen. Het

mooie van Transmare is dat we met onze vestiging in Roermond een enorm achterland hebben dat we relatief makkelijk kunnen bedienen. Daarnaast gaan we met een nieuwe fabriek in Rotterdam de markt voor biobased 3D-printing grondstoffen verder ontwikkelen.'

WAT ZIJN IN UW OGEN DE BELANGRIJKSTE BEDREIGINGEN DIE DEZE GROEI IN DE WEG KUNNEN STAAN?

'Die zie ik niet zo snel. Wel geldt dat de economische malaise van de afgelopen vijf jaar niet enorm heeft bijgedragen aan een sterke focus op duurzaamheid. Zowel vanuit politiek als het bedrijfsleven merken wij dat als het economisch even een beetje tegenzit het onderwerp duurzaamheid toch snel van de agenda valt. Dat is jammer en slecht voor onze business.'

TOT SLOT: WELKE BOODSCHAP ZOU U COLLEGA-ONDERNEMERS WILLEN MEEGEVEN?

'Wij hebben geen grote R&D, maar hebben in het middensegment toch een redelijk stevige positie opgebouwd. Dat is het resultaat van *out-of-the-box* denken. Ik zou alle collega-ondernemers daarom willen aanraden vooral niet in *me-too* producten te denken. Daarnaast zie ik transparantie, ook in de samenwerking met klanten, als een belangrijke *driver* voor succes. Iedereen binnen de organisatie moet daarvan doordrongen zijn en dat is dus ook een punt waar ik intern veel over praat en coach: met hart en ziel voor de organisatie gaan. Mijn oom werkte vroeger voor Shell en liep altijd met een speldje van Shell op zijn kleding. Hij was enorm trots daar te mogen en kunnen werken. Dat gevoel van betrokkenheid is volgens mij essentieel voor een succesvolle onderneming.' ■