



Sparkling Plastic

Beleidsplan Sparkling Plastic

December 2019

Door Suzanne van Hees

Inhoudsopgave

| | |
|--|----------|
| Inhoudsopgave | 1 |
| Het idee | 2 |
| Stand van zaken | 2 |
| Educatieve tak | 3 |
| Sociale werkplaats | 3 |
| Ontwikkeling business cases | 4 |
| De markt | 4 |
| De doelgroepen | 5 |
| Bedrijf en product in de markt (SWOT-analyse) | 5 |
| Marketingplan | 6 |
| Marketing- en communicatiedoelen | 6 |
| Impact meten | 7 |
| Dienst en product | 7 |
| Prijs | 8 |
| Plaats en promotie | 8 |
| De organisatie en samenwerking | 8 |
| Planning | 9 |

Het idee

Stichting Sparkling Plastic is een lokale werkplaats in Den Bosch waar op een duurzame, educatieve, creatieve en sociale manier hard plastic afval gerecycled wordt. Bekijk ook het filmpje op <http://www.sparklingplastic.nl/> waarin helder uitgelegd wordt wat Sparkling Plastic is en doet.

Bij Sparkling Plastic wordt het harde plastic na binnenkomst eerst geselecteerd op soort en op kleur. Dat wordt geshredderd tot granulaat en dat wordt vervolgens verwarmd in een van de machines (intruder, extruder, of compression machine/oven) en daarin omgevormd tot een nieuw product. Daarbij laat de organisatie zich inspireren door Dave Hakkens' *Precious Plastic* machines.

Concreet doet wij dit samen met studenten, kunstenaars en andere creatievelingen. Zodat deze niet alleen na kunnen denken over toepassingen voor gerecycled plastic, maar het ook kunnen uitproberen en ermee kunnen experimenteren. Want er zijn genoeg hout- en metaalwerkplaatsen, maar geen plastic werkplaatsen. Door te experimenteren met het materiaal, kunnen daar nieuwe, mooiere en duurzame toepassingen uit ontstaan. Dit sluit mooi aan bij de DIY-beweging (Do-It-Yourself).

In de werkplaats werken mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Omdat Sparkling Plastic voor een inclusieve samenleving staat, waarin plaats is voor iedereen. Bovendien levert dat een mooie samensmelting en samenwerking op van mensen met een verschillende achtergrond: studenten, kunstenaars, vrijwilligers en mensen die buiten de boot dreigen te vallen. Zo leren we van elkaar.

Wat we bij Sparkling Plastic ook belangrijk vinden is om met name jongeren actief te betrekken bij het plastic probleem. Zij zijn de toekomst en daar zit ook de energie en de kans om anders met een materiaal als plastic om te gaan. Want eerlijk is eerlijk: de generatie vóór hen laat het wel een beetje afweten.

De doelstellingen van het project zijn:

- op een laagdrempelige, duurzame, creatieve en sociale manier plastic (afval) te recyclen;
- een broedplaats te ontwikkelen waar studenten en creatieven gestimuleerd worden op een innovatieve en artistieke manier na te denken over andere en duurzame toepassingen van gebruikt plastic;
- tegelijkertijd mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt een werkplek te bieden;
- met name jongeren betrekken in het zoeken naar oplossingen voor hergebruik van plastic, als onderdeel van het grotere plastic probleem.

Stand van zaken

In de zomer van 2018 zijn de initiatiefnemers aan de slag gegaan met het vormgeven van de organisatie. In januari 2019 is er officieel een start gemaakt met een startkapitaal bestaande uit eigen inbreng, subsidies vanuit het Maatschappelijke Initiatieven Fonds (MIF) van de Gemeente 's-Hertogenbosch, Prins Bernhard Cultuurfonds en later in het jaar ook een bijdrage van Rabobank Coöperatiefonds. In maart 2019 was stichting Sparkling Plastic een feit.

Vanaf januari heeft de organisatie sterk ingezet op 1) het inrichten van de werkplaats door aanschaf van machines, 2) het ontwikkelen van de educatieve tak en 3) het aangaan van relaties met relevante stakeholders om de organisatie stevig in te bedden in de lokale samenleving. Op dit moment (december 2019) staan punt 1) en 2) stevig op de kaart en wordt er volop aan punt 3) gewerkt. Waar nu de focus op ligt is 4) het verstevigen van de business case.

Er komen inkomsten binnen vanwege verhuur van materiaal en werkplaats en expertise: designers komen vanuit Amsterdam, Eindhoven, Arnhem naar Sparkling Plastic om in de werkplaats te werken. Ze kunnen nergens anders terecht in Nederland, wat aangeeft hoe uniek Sparkling Plastic is. Deze vorm van inkomsten wordt in de nabije toekomst zeker uitgebreid, maar is nog niet kostendekkend. Daardoor zijn we nog erg afhankelijk van subsidies. Dat is in de opstartfase wellicht onvermijdelijk, maar op den duur onwenselijk.

Steviger neerzetten van de organisatie en business case is ook een voorwaarde om de sociale werkplaats te organiseren. Deze heeft een stevige basisorganisatie nodig waar een zekere mate van continuïteit gegarandeerd is. Dat is punt 5) waar de organisatie op inzet.

Om het maatschappelijk aspect van de organisatie (impact first) meer naar voren te laten komen, is een ANBI-status aangevraagd, om bijdragen in de vorm van giften aantrekkelijker en mogelijk te maken.

Educatieve tak

Een van de belangrijkste doelstellingen van de stichting is om studenten te betrekken bij het ontwikkelen van nieuwe toepassingen voor gebruikt plastic. Studenten weten inmiddels de weg naar ons steeds beter te vinden. De aanvragen voor stages lopen binnen. Dat was ook de reden om een S-BB erkenning aan te vragen. Deze is er inmiddels voor de (Mbo-)opleidingen Media Vormgever, Marketing Communicatie, Adviseur Duurzame Leefomgeving en Human Technology. Momenteel is de 4e stagiair aan de slag bij Sparkling Plastic.

Ook hebben we tweemaal een samenwerking gehad met het interdisciplinaire Het Techniek Atelier (Koning Willem 1 College), waarin steeds 25 studenten zich over verschillende vraagstukken buigen, variërend van het inrichten van de werkplaats, veilig gebruik van machines, tot optimaliseren van het sorteringsproces en het ontwikkelen van marktwaardige producten.

Verder zijn er verschillende individuele studenten, alleen of in groepjes, die ons weten te vinden en vragen of ze dingen uit kunnen proberen in de werkplaats. Zij benaderen ons vooral via Facebook en via Precious Plastic (Eindhoven) en komen vanuit Avans, HAS, St. Lukas in Boxtel, Design Academy, Master Institute of Visional Cultures. Verdere samenwerking met diverse Academies van Avans hogeschool is volop in ontwikkeling.

Sociale werkplaats

Duurzaamheid kan niet los gezien worden van sociaal handelen. Immers, zorgdragen voor de omgeving en voor de generaties na ons is per definitie een sociale daad. Daarom willen de mensen

achter Sparkling Plastic de organisatie sociaal inrichten, met oog voor inclusiviteit: iedereen kan en mag meedoen, ongeacht waar iemand vandaan komt.

Concreet betekent dit dat we werkplekken bieden voor mensen met 'een afstand tot de arbeidsmarkt': mensen die op een bepaald punt in hun leven een 'verkeerde' afslag hebben genomen, dan wel een valse start hebben gemaakt, waardoor ze nu tussen wal en schip of buiten de boot vallen, of een beperking hebben waardoor ze nu niet (volledig) zelfstandig kunnen functioneren en werken. Bij de werkplaats kunnen en mogen ze werken met zoveel als mogelijk zelfstandigheid en verantwoordelijkheid.

Professionals begeleiden deze werkplaatswerkers waar dat nodig is in hun werk en in wat ze nodig hebben om er te kunnen werken. Zij kijken in eerste instantie als mens, zonder 'zorg'-ogen om op die manier de werkers aan te spreken op hun mens-zijn, ipv als cliënt of patiënt. Verder werken ze vanuit een open, daadkrachtige hulpverleners blik (vgl. Krachtwerk, presentiebenadering, doen wat nodig is en waar het kan overlaten aan de ander). Ze kijken niet alleen naar wat iemand een goede werknemer maakt, maar kijken en doen ook mee in het leven erachter, en helpen mee om de daar aanwezige drempels weg te halen die mensen ervan weerhouden volwaardig deel te laten nemen aan de maatschappij. Deze sociale begeleiders zijn niet standaard aanwezig, maar worden ingevlogen waar nodig.

Ontwikkeling business cases

De werkplaats staat open voor in principe iedereen die plastic wil recycleren. Voor bedrijven, design studios en individuele gebruikers rekenen we een huurprijs per dagdeel. Daar komen al inkomsten uit voort en deze vormen dan ook een deel van ons business plan. Dit is echter niet voldoende om de stichting kostendekkend te kunnen laten draaien. Dus zijn we nog altijd op zoek naar aanvullende businessmodellen. Dit staat hoog op de prioriteitenlijst. Concreet onderzoeken we daarin de volgende mogelijkheden:

- Verhuur werkplaats en materiaal
- Aansluiting vinden bij bedrijven. Door opdrachten van hen aan te nemen waar we vervolgens met studenten aan werken. Daarover gaan we de komende tijd intensief in gesprek met lokale (grote) bedrijven
- Producten ontwikkelen en vermarkten
- Voorlichting te geven over plastic, hergebruik en circulariteit icm workshop aan particulieren en bedrijven (inzet expertise icm workshop)
- Projecten uitvoeren ism scholen
- Sociale werkplaats: werkplekken bieden aan mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt
- CO2 compensatie en SROI (PSO) door bedrijven

Zolang we deze nog niet uit- en doorontwikkeld hebben, zien we ons genoodzaakt nog een keer een beroep te doen op subsidies. Wat verder een belangrijk gegeven hierbij is, is dat we vooral inzetten op de maatschappelijke waarde en in die zin een bijdrage (willen) leveren aan de betekenis-economie.

Al staan we met het ene been in de betekenis-economie, het andere staat nog in de 'oude' en gangbare economie en dat vraagt een goede dekking in de kosten in termen van euro's.

De markt

We zien dat we voorzien in een behoefte door mogelijkheden aan te bieden om met gerecycled plastic te werken. Met name jongeren willen dat graag en zien daartoe de noodzaak en urgentie. Zij weten ons gelukkig ook te vinden en dat bevestigt ons in onze overtuiging dat we op de goede weg zijn.

We voeren volop gesprekken met stakeholders in de markt om te onderzoeken op welke manier wij als Sparkling Plastic voorzien in een behoefte die zij hebben, en ook hoe zij een rol zouden kunnen vervullen binnen Sparkling Plastic: als toeleverancier van plastic, als opdrachtgever voor het ontwikkelen van een product, als financier, als ambassadeur, enz. Dit alles met het oog op bestendiging van de organisatie en het organiseren van (financieel) bestaansrecht.

Op dit moment zijn we de enige 'open' plastic werkplaats in Nederland waar in principe iedereen terecht kan om te komen werken met gerecycled plastic. En mensen weten ons daarin te vinden en betalen een bijdrage per dagdeel voor het gebruik en ook voor het benodigde advies.

Daarnaast zien we een markt voor het geven van voorlichting en educatie i.c.m. het geven van workshops over plastic.

Inhoudelijk vinden we de samenwerking met plastic werkplaatsen die met vergelijkbare machines werken maar met een andere doelgroep. Op die manier wisselen we kennis en expertise uit.

De doelgroepen

Stichting Sparkling Plastic richt zich op meerdere doelgroepen:

- De voornaamste doelgroep betreft studenten. Zij willen leren over werken met gebruikt plastic en dat vinden we in hoge mate belangrijk (conform onze doelstellingen). Deze doelgroep benaderen we rechtstreeks, en indirect via onderwijsinstellingen
- Een tweede belangrijke doelstelling zijn mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Voor hen willen we graag een fijne werkplek creëren in een mooie organisatie waar diverse mensen op hun manier werken aan een circulaire economie. Deze doelgroep benaderen we rechtstreeks, maar ook indirect via gemeente (WeenerXL) en maatschappelijke (zorg)aanbieders
- Als derde doelgroep zijn bedrijven en andere (lokale) stakeholders te onderscheiden, om Sparkling Plastic stevig in de lokale samenleving in te bedden en dwarsverbanden te leggen waar anderen minder mogelijkheden zien.

Bedrijf en product in de markt (SWOT-analyse)

| Sterktes (intern) | Zwaktes (intern) |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • DIY-benadering • Faciliteiten om met gerecycled plastic te werken • Kennis van plasticsoorten • Contacten met studenten via onderwijsinstellingen • Om kunnen gaan met grote diversiteit aan mensen (maatwerk) | <ul style="list-style-type: none"> • Nog relatief onbekend • lowtech machines kunnen eenvoudige producten maken (geen geavanceerde) • Nu nog voor groot deel afhankelijk van subsidies |
| Kansen (extern) | Bedreigingen (extern) |
| <ul style="list-style-type: none"> • Meer focus op duurzaamheid in maatschappij • Mogelijkheid om met gerecycled plastic te werken is zeer beperkt elders • Maatschappelijke behoefte aan het leveren van sociale en duurzame bijdrage | <ul style="list-style-type: none"> • Onbekendheid met mogelijkheden om met plastic te werken • Terughoudendheid ivm plastic dampen • Voorbijgestreefd worden door concurrenten die met high tech machines werken |

Marketingplan

Uitgangspunten in de marketing en communicatie:

We willen een organisatie zijn die *duurzaamheid* hoog in het vaandel heeft staan. Dit komt tot zijn recht door het feit dat wij

- met Sparkling Plastic beogen aandacht te vestigen op het plastic afvalprobleem
- door aan te tonen wat gedaan kan worden met het plastic dat al bestaat
- we de volgende generatie(s) tools aanbieden waarmee zij het plastic probleem kunnen aanpakken
- we de samenleving aan het denken zetten over gebruik van plastic
- we initiatief nemen door zelf aan de slag te gaan, naast dat we ook informeren en inspireren

We willen een organisatie zijn waarin *inclusiviteit* een belangrijke voorwaarde is. Dit betekent dat we onder andere, maar niet uitsluitend:

- Mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt proberen aan te nemen, een werkplek en begeleiding te bieden

- Geen onderscheid maken in ons aannamebeleid
- Mensen benaderen met een positieve houding en oog hebben en houden voor de menselijke waarden

Marketing- en communicatiedoelen

- Verhogen van naamsbekendheid
- Verhogen van bekendheid omtrent dienstverlening en mogelijkheden
- Verhogen van bekendheid omtrent eindproducten
- Verhogen van bekendheid qua mogelijke samenwerkingen
- Opbouwen van relaties met scholen en gemeente 's-Hertogenbosch
- Opbouwen van relaties met regionale grotere bedrijven
- 1 geïntegreerde aanpak en uitstraling
- Optimale inzet van beschikbare middelen en kanalen

Omdat Sparkling Plastic verschillende doelgroepen kent, is het belangrijk om onderscheid te maken in de behoeften en eigenschappen van deze doelgroepen en daar de marketing op aan te passen. Ook hebben de doelgroepen verschillende *levels van awareness*, van onbewust tot volledig bewust. Daarom is het van belang om per doelgroep te bepalen in welk level zij zich begeeft om daar de communicatie op af te stemmen.

Elke doelgroep heeft andere interesses en belangen, waar de marketing op aangepast dient te worden. Bedrijven hebben meer oog voor MVO, SROI, imago, terwijl kunstenaars en creatieven eerder kijken naar materiaal en techniek, beeld en overdracht. Scholen richten zich vooral op het educatieve en duurzame aspect.

Per doelgroep zetten we het gepaste communicatiemiddel in, bijvoorbeeld LinkedIn voor bedrijven, Instagram voor studenten en creatieven. Daarnaast zetten we in op SEO om dmv zoekwoordenonderzoek zoekmachineoptimalisatie te creëren en daardoor beter vindbaar te zijn.

Naast een strategisch marketingplan dat Sparkling Plastic onlangs vastgesteld heeft, wordt er gewerkt aan tactische communicatieplannen per doelgroep. Sparkling Plastic wordt daarin ondersteund door Bureau Maas Communicatie.

Impact meten

Een belangrijk instrument in marketing en communicatie is *impact* zichtbaar maken. Momenteel loopt er een traject waarin de impact van Sparkling Plastic aan de hand van het *impactpad* (zie <https://impactpad.nl/> ontwikkeld door Avance) in kaart wordt gebracht. Ook volgt Suzanne van Hees (een van de initiatiefneemsters van Sparkling Plastic) een masterclass Sociaal Ondernemen via Rabo Foundation om het sociaal ondernemen beter in de vingers te krijgen en daarmee Sparkling Plastic als organisatie te verstevigen. Ook levert dit benodigde informatie op om te kunnen meten hoe mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt binnenkomen en welke doelen we daarin stellen. Dit tbv verantwoording naar opdrachtgevers en financiers.

Dienst en product

Sparkling Plastic is vooral een dienstverlenend bedrijf waar ook producten verkocht worden:

1. Ze levert een dienst in de vorm van verhuur van een werkplaats aan waar de doelgroep gebruik van kan maken.
2. Ze biedt expertise om in de werkplaats te kunnen werken en over plastic en het recyclen ervan.
3. Daarnaast biedt Sparkling Plastic voor bedrijven en andere opdrachtgevers pakketten aan om interne vragen van bedrijven op te laten pakken en uit te laten werken door studenten van verschillende disciplines.
4. Tot slot maakt ze ook producten van gebruikt plastic tbv verkoop, al dan niet als eindproduct.
5. Zie ook het punt business case voor een overzicht van verder te vermarkten diensten en producten.

Prijs

De prijs van de werkplaatshuur hebben we bepaald na marktonderzoek naar werkplaatsen in de regio waar mensen terecht kunnen voor het werken met machines. Aangezien er geen plastic werkplaatsen zijn, betreft dit een schatting en is een vergelijking gemaakt met andere werkplaatsen waar dingen gemaakt worden, zoals open timmer- en grafische werkplaatsen.

Pakketten voor bedrijven gaan in overleg met de opdrachtgever (maatwerk). In de nabije toekomst willen we echter ook meer gestandaardiseerde pakketten aanbieden, omdat we zien dat bedrijven nog niet echt een idee hebben van wat er mogelijk is. Vandaaruit kunnen we dan doorpakken en een maatwerkproduct afleveren.

Plaats en promotie

De werkplaats is gelokaliseerd in de Gemeente 's-Hertogenbosch en richt zich voor nu en de nabije toekomst op Bossche studenten en andere lokale stakeholders. Ondanks deze focus werken we nu al op verzoek over de gemeentegrenzen heen en krijgen we verzoeken van organisaties uit bv Eindhoven en Amsterdam.

Echter de focus van zakendoen en contacten leggen ligt op de gemeente 's-Hertogenbosch en haar directe omgeving. Daar benaderen we relevante stakeholders en bouwen we aan ons netwerk. Daarbij maken we dankbaar gebruik van de netwerken die allen meebrengen: in het maatschappelijke veld, bij de gemeente, bij het Bossche bedrijfsleven of anderszins.

