

Black Bear | Zes mannen, een war room en een missie met zwart poeder

Sabine Sluijters
Vandaag, 14:30

Ze hebben een klimaatmissie én een neus voor zaken, de zes oprichters van Black Bear. Met het recyclen van de grondstof 'carbon black' uit oude autobanden willen ze de wereld veroveren.



Pieter ter Kuile (links) en Martijn Lopes Cardozo van Black Bear. Foto: mark horn voor het fd

Black Bear maakt carbon black uit oude autobanden. Het zwarte poeder wordt als ingrediënt gebruikt voor het maken van autobanden, rubber, coatings en inkt. Het traditionele productieproces van de koolstof, waarbij aardolie gedeeltelijk verbrand wordt, is energie-intensief en vervuilend. Doordat Black Bear het zwartsel terugwint, bespaart de fabriek jaarlijks ruim 20.000 ton CO₂. En dat levert ook nog energie op.

Het starten van een innovatief bedrijf is niet alleen voorbehouden aan jonkies. De zes oprichters van Black Bear hebben ieder op hun eigen vakgebied jarenlange ervaring. In een oude portiersloge op het terrein van bandeninzamelaar Kargro in Nederweert hebben ze hun hoofdkwartier ingericht. De verschillende kamers in het provisorische kantoor zijn maar net groot genoeg voor de vijftien mensen die er werken en luisteren naar namen als 'war room' en 'situation room'.

'Iedereen werkt hier uit overtuiging en is bereid financieel een stap terug te doen', zegt Pieter ter Kuile. Zelf werkte de cfo voor zijn overstap naar Black Bear 20 jaar als directeur corporate finance

Chronologie

2010
→ Black Bear opgericht door Jan Jonkman en Ronald Verberne

2011
→ Hoge kwaliteit carbon black op lab-schaal. Chris Twigg komt erbij.

2012
→ Hoge kwaliteit carbon black op industriële schaal, positieve feedback klanten

bij Kempen & Co. 'We hadden allemaal goede banen en de eerste jaren hebben we geïnvesteerd in Black Bear en niet verdiend.' Chris Twigg, binnen Black Bear beter bekend als 'de carbon black-man', werkte als technisch rubberexpert bij DSM. 'Voordat hij besloot over te stappen naar Black Bear heeft hij eerst onze carbon black laten onderzoeken om te kijken of hij het goed genoeg vond', lacht Ter Kuile. Als rubberexpert wist Twigg precies waar carbon black, een belangrijk ingrediënt bij de productie van allerlei soorten rubber, verf, coatings en inkt aan moest voldoen.

2013
→ Pieter ter Kuile, Martijn Lopes Cardozo sluiten zich aan en later ook Joost Raimond

2014
→ Joint venture met de Kargro Groep en - financiering van € 10 mln rond

Goed materiaal leveren is cruciaal voor het jonge bedrijf. 'Juist omdat het nieuw is wat we doen, is het belangrijk dat we constante hoge kwaliteit leveren', zegt ceo Martijn Lopes Cardozo. De natuurkundige, die in de VS ervaring opdeed bij technologiebedrijven, kwam eind 2013 bij het managementteam en is verantwoordelijk voor de strategie van het bedrijf. 'We moeten zorgen dat we een betrouwbare merknaam zijn. Dat klanten altijd de goede kwaliteit geleverd krijgen, of ze het nu kopen in Spanje, Turkije, Noorwegen of Amerika.'

Maar er is nog een reden waarom Black Bear zo obsessief met kwaliteit bezig is: de huidige lage olieprijs. Black Bear koopt zijn grondstof — versnipperde autobanden — op om te recyclen tot carbon black en die weer te verkopen voor een prijs die moet concurreren met de prijs van carbon black uit aardolie. 'Traditioneel is er 2,5 ton olie nodig om 1 ton carbon black te maken', somt Ter Kuile op. 'Ook met de lage olieprijs van nu kunnen we rendabel produceren. Door een hogere kwaliteit te produceren, kunnen we in specialistische segmenten afzetten. Daar zijn de prijzen nog steeds hoog genoeg.'

Productiestart
Deze zomer is de fabriek in Nederweert operationeel en kan die 1,5 tot 2 miljoen autobanden per jaar gaan verwerken

Het geheim van Black Bears productie zit niet zozeer in het ontwikkelen van nieuwe apparaten, maar in het productieproces. Aangezien potentiële klanten zoals Michelin, Goodyear en ook AkzoNobel vaak maandenlang willen testen voordat ze op nieuwe grondstoffen overgaan, produceert Black Bear al geruime tijd carbon black volgens een eigen procedé. Omdat ze nog geen fabriek hadden, gebruikten ze hiervoor installaties in drie fabrieken in Duitsland. Op de eigen productielocatie in Nederweert komen al die stappen nu bijeen.

Om de fabriek te kunnen bouwen richtte Blackbear de joint venture Dutch Green Carbon op met de Kargro Groep. De investering van € 10 mln kwam van Kargro en de zes oprichters. Ook kreeg de joint venture leningen van Rabobank en het Limburgs Energiefonds.

Deze zomer is de fabriek operationeel en kan dan 1,5 tot 2 miljoen banden per jaar verwerken: een kwart van alle banden die jaarlijks in Nederland verbrand of hergebruikt worden in bijvoorbeeld rubber matten. Hoewel er in Nederland nog groei mogelijk is, denkt Lopes Cardozo internationaal. De wereldkaart in de situation room weerspiegelt deze ambitie. 'Als we succesvol willen worden, moeten we snel internationaal opschalen'

De mondiale markt voor het zwarte poeder bedraagt € 12 mrd. Maar de echte verdienste zit volgens de ceo in de milieuwinst. Met elke geproduceerde ton carbon black bespaart Black Bear 4,8 ton CO₂. 'Per jaar is dat hetzelfde als een bos van één miljoen bomen,' zegt Lopes Cardozo. 'Dat is echt grote impact'. En de technologie is schaalbaar. 'Er zijn wereldwijd genoeg banden om ruim achthonderd van dit soort fabrieken te bouwen. Dan heb je het over bijna een miljard bomen'.

Het is die ambitie om impact te maken die de zes leden van het management van Black Bear delen. 'Dit is voor ons allemaal het laatste grote project dat we doen', zegt Lopes Cardozo. 'Dat moet iets wezenlijks zijn'. Zijn persoonlijke drijfveer is de klimaatcrisis. 'Daar wil ik wat aan doen. En ik ben geen politicus, ik ga niet demonstreren. Maar ik kan wel bedrijven helpen opbouwen'.

Het Oordeel

Wat vindt de neutrale investeerder van deze start-up? Deze week: Martijn Blom.

'Dit bedrijf bewijst het maar weer: niet politici of activisten zorgen voor klimaatverandering, maar uiteindelijk zijn het ondernemers die het verschil maken. Maar deze mannen doen het gewoon.

Er is maar weinig mis aan dit bedrijf. Het is een serieuze business, opgezet vanuit een ideologische missie. Het is circulaire economie, zonder het hippieachtige gezever dat hier vaak mee gepaard gaat.

Dit is een zeer ervaren team, zonder dat de website er meteen uitziet alsof die ook in de jaren negentig gebouwd is. Sterker nog, de marketing is zeer verzorgd en informatief. Het is ook mooi dat dit bedrijf dankzij voldoende financiering vanuit Nederland kan opschalen.

Kwaliteit is heel belangrijk, maar natuurlijk allang geen unique sellingpoint meer — eerder een voorwaarde.

De meerwaarde zit wel in de impact op de samenleving die gerealiseerd wordt. Zeker als dit bedrijf die meerwaarde inzichtelijk kan maken door deze impact te meten: dan zou vervolgfianciering en voldoende vraag nog het minste probleem voor de toekomst moeten vormen.

Mijn eigen auto mag begin mei weer naar de garage. Ook twee van de banden moeten vervangen worden. Nooit eerder heb ik me afgevraagd wat er met de oude banden gebeurt. Maar wellicht moet ik deze keer een ritje naar Nederweert overwegen.'

Martijn Blom is social entrepreneur, informal investor en oprichter van *De Investeerdclub*.



Door **Sabine Sluijters**

Sinds 2015 als technologieredacteur werkzaam voor het FD. Daarvoor werkzaam als strateeg in de Haven van Rotterdam. Heeft een bijzondere interesse in cleantech en energietransitie.

[Lees alle artikelen van Sabine Sluijters](#)

Deel dit artikel