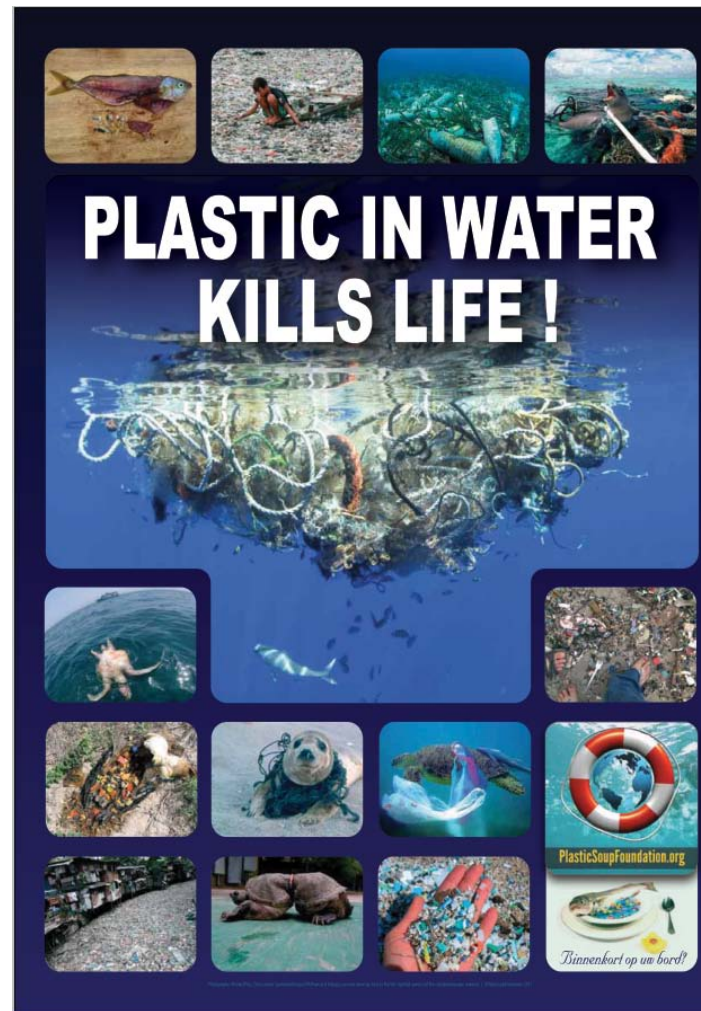




Jaarverslag 2011
Postbus 4019
5604 EA Eindhoven

info@plasticsoupfoundation.org

Telefoon 040 – 711 24 24



JAARVERSLAG 2011

JAARVERSLAG 2011



Inhoudsopgave

1. Mindmap Plastic Soup Foundation
2. Voorwoord
3. Bereikt in 2011
4. 2011 in cijfers
5. De Basis
6. De Driedaagse
7. Hoogtepunten
8. Fondsenwerving & financiële verantwoording
9. Communicatie
10. Het Team
11. Toekomst
12. Partners

2 VOORWOORD



In april 2009, op Earth Day, verscheen het boek Plastic Soep van Jesse Goossens. Dit werd groots gelanceerd tijdens een televisie-uitzending op National Geographic: TIME2ACT.

In het voorwoord van dit boek schrijft H.K.H. Prinses Irene het volgende: *“Wat een arrogantie om ons afval maar in zee te gooien, alsof deze onze persoonlijke achtertuin is! Als enige verzachtende omstandigheid was wellicht aan te voeren dat we er niet bij nadachten. Maar nu we weten dat ons afval de ecosystemen van de oceanen en de zeeën kapotmaakt – ja, het leven zelf van de koralen, de planten, de zeedieren, de vissen en de zoogdieren in groot gevaar brengt (er sterven jaarlijks alleen al honderdduizend dolfijnen door dit soort afval, zoals visnetten) – kunnen we niet anders dan opkomen voor al dat mooie en nodige leven. Waarom is dat nodig? Het wetenschappelijke antwoord luidt: omdat de ecosystemen, de verbanden van leven, het voor ons mogelijk maken om te leven op aarde. Maar er is ook een morele kant: wij mensen zijn slechts een onderdeel van het leven op aarde, maar door onze creatieve en cognitieve vermogens kunnen wij overzien wat we aanrichten, en daardoor dragen wij een verantwoordelijkheid voor de rest van het leven.”*

Die verantwoordelijkheid heeft Jesse Goossens en mij sindsdien nooit meer losgelaten en leidde op 11 februari 2011 tot de oprichting van de Plastic Soup Foundation (PSF).

In de maanden die volgden werd de organisatie opgebouwd met de hulp van vele mensen, organisaties, donateurs en de bijdrage van een groot fonds. Uit deze steun blijkt, dat we inderdaad leven in het Tijdperk van Verantwoordelijkheid, waar het gaat om bewustwording van mensen in de hele keten. Ook werd duidelijk dat educatie hierbij onontbeerlijk is, net zoals het delen in plaats van het afschermen van informatie. Alles wijst erop dat een nieuwe maatschappelijke beweging - de sociaaleconomische bewustwording tot de duurzame levensstijl - van onderaf komt en niet gestuurd wordt door overheden. Dat stemt ons optimistisch, ook al blijft het nog altijd veel te stil rondom de voortschrijdende milieuramp die de plastic soep is. Wat dat betreft is er voor de Foundation helaas nog heel veel werk te doen.

Terugkijkend op dit eerste precare jaar van haar bestaan past tegelijkertijd bescheiden trots. De Foundation is in korte tijd een (ook door de media) veelvuldig geraadpleegde autoriteit geworden met een professionele website, een sterk netwerk en een gedreven team van vrijwilligers.

Daar wil ik vanaf deze plek graag iedereen heel hartelijk voor bedanken.

Maria Westerbos
11 februari 2012

3 BEREIKT IN 2011



2011 was het jaar van oprichting voor de Plastic Soup Foundation.

2011 stond in het teken van professionalisering en (het genereren van) publiciteit.

Dankzij André Kuijper van AKIOM werd een solide financiële administratie opgebouwd. Daarnaast faciliteert AKIOM een postadres & telefoondienst, waardoor de PSF tijdens kantooruren altijd bereikbaar is.

Door een grote donatie kon een professionele website gebouwd worden met faciliteiten als een webshop, een community, het laatste nieuws, de missie/visie & belangrijke standpunten.

Uiteraard werd de PSF ook zichtbaar in de sociale media (Facebook, Twitter, Hyves).

Wereldwijd groeide de interesse in de plastic soep, maar de kloof tussen het probleem en mogelijke oplossingen bleef helaas onverminderd groot. Met de organisatie van een sympathieke publiciteitscampagne eind 2011 - de Plastic Soep Driedaagse - werd daarom allereerst gebouwd aan de naamsbekendheid van de PSF als (sterk) merk. In totaal wist de PSF via diverse media ruim vijf miljoen mensen te bereiken uit alle lagen van de samenleving.

Ook ondersteunde de PSF haar partnerorganisatie Stichting De Noordzee op 2 december 2011 bij de aanbidding van de petitie IK SCRUB PLASTICVRIJ aan D66-Europarlementariër Gerben-Jan Gerbrandy. Stichting de Noordzee heeft aangetoond dat er in minimaal 90 dagelijkse verzorgingsproducten plastic voorkomt: van shampoos tot tandpasta's, lipgloss, lenzenvloeistof en scrubs. Gerbrandy heeft vervolgens twee weken daarna schriftelijke vragen ingediend bij de Europese Commissie over Microplastics.

Financieel gezien ontving de PSF in dit eerste jaar een totaalbedrag van € 62.600. In afwachting van de jaarrekening, die medio maart 2012 wordt verwacht, kan geconcludeerd worden dat 2011 wordt afgesloten met een positief saldo van circa € 2.500, -- .

We kijken terug op een 1^e jaar waarin de PSF, vooral dankzij de driedaagse, in 1 keer de grootste organisatie in haar soort werd in Europa.

Wij bedanken iedereen; vrijwilligers, donateurs, partners en organisaties die de Foundation financieel steunden voor hun hulp en betrokkenheid. Samen gaan we door tot er een halt is toegevoegd aan de toenemende verontreiniging van de oceanen met plastics!

4 2011 IN CIJFERS



- 1 Website
- 1 Driedaagse
- 1 Commissie Strategie & Innovatie
- 1 Wetenschappelijke Commissie in oprichting
- 1 Oud-minister in het Comité van Aanbeveling
- 1 Petitie (mede) aangeboden
- 1 maal doorgedrongen tot de Europese Commissie over microplastics
- 1 Grote donateur
- 2 Erevoorzitters
- 4 Kleinere donateurs
- 6 Organisaties in de Raad van Advies
- 9 Partijen waarmee (op een internationaal platform) wordt samengewerkt



5 DE BASIS



HISTORIE

April 2009

'In de Stille Oceaan drijft een hoeveelheid plastic die twee keer zo groot is als de Verenigde Staten. Welkom in de Great Pacific Garbage Patch, ofwel de Plastic Soep.'

Daar waar Al Gore in *An Inconvenient Truth* de klimaatverandering op de kaart heeft gezet, wil het boek *Plastic Soep* dat doen met de gevolgen van plasticvervuiling voor onze oceanen, het milieu en onze gezondheid. Plastic is een wondermateriaal waar we niet meer zonder kunnen – maar het is ook de grootste vervuiler die we ons in kunnen denken. Dat ontdekt Jesse Goossens tijdens haar reizen en gesprekken in de Verenigde Staten en Europa. Haar *blogs* en interviews lezen als een shocktherapie: onverbloemd wordt uit de doeken gedaan wat plastic afval voor gevolgen heeft voor onze gezondheid en voor het milieu – niet alleen in de Stille Oceaan, maar ook hier en nu in Nederland. Maar het kán anders...'

Wat begon met het boek van Jesse Goossens resulteerde een kleine twee jaar later op 11 februari 2011 tot de oprichting van de Nederlandse Plastic Soup Foundation.

MISSIE

PLASTIC HOORT ABSOLUUT NIET THUIS IN DE ZEE

De verontreiniging van de oceanen met plastics is een extra probleem naast de wereldwijde temperatuurstijging, de verzuring en overbevissing. De oceanen beslaan 72% van het aardoppervlak en zijn onze voornaamste zuurstofleveranciers. Plastic verontreiniging vormt daarmee een ernstige bedreiging voor dit vitale aardse systeem, vooral omdat plastic niet langs biologische weg verteert. Door de degradatie en fragmentatie van plastics in kleine deeltjes verandert al ons water in een wereldwijde soep van microplastics, Global Plastic genoemd. Ook komen er toxische stoffen uit de plastics vrij. Dieren, maar zelfs zoöplankton, zien de uiteengevallen plastics voor voedsel aan. Hiermee dringt het vaak giftige afval onze voedselketen binnen. Een groot deel van de wereldbevolking is afhankelijk van voedsel uit zee. De plastic verontreiniging van het water kan onze gezondheid ernstig schaden. Tegen deze achtergrond wil de Plastic Soup Foundation (PSF) een halt toeroepen aan de toenemende verontreiniging van de oceanen met plastics. De PSF wil sterk bevorderen dat in de toekomst niet nog meer plastic in zee terecht komt.

- De PSF bevordert en steunt maatregelen die de verkleining en verspreiding van plastic afval (in zee) voorkomen.
- De PSF steunt acties, waardoor plastic afval uit de zee, van stranden en eilanden wordt verwijderd.
- De PSF zoekt internationaal samenwerking met deskundigen,

organisaties, universiteiten en bedrijven die een aansluitende missie en visie hebben.

- De PSF werkt nauw samen met op kop lopende deskundigen, onderzoekers en bedrijven.
- De PSF wil een beweging vormen en steunen, die met gebruik van 'social media' burgers actief om medewerking verzoekt, hen inschakelt bij het bedenken en werken aan oplossingen en het verzamelen van goede voorbeelden.
- De PSF wil dat er een verbod komt op plastic producten en plastic afvalproducten die klein zijn of kleine plastic deeltjes bevatten en op grote schaal worden geproduceerd, gedistribueerd, gebruikt en verspreid, of waarvan dat wordt verwacht.
- De PSF maakt zich er sterk voor, dat ontwikkelingslanden bij de aanpak van verontreinigingsproblemen worden gesteund. Samen met hen moeten alternatieven worden ontwikkeld, aansluitend bij de eigen cultuur en context. Dat wordt nagestreefd in een proces van gezamenlijke en duurzame, interactieve ontwikkeling.

VISIE

Om het mondiale probleem van Global Plastic aan te pakken is een grote wereldwijde omslag vereist. Het huidige systeem van de productie en consumptie van plastics is niet duurzaam. Dit moet plaatsmaken voor nieuwe systemen op basis van alternatieve grondstoffen en innovatieve processen en materialen. De Plastic Soup Foundation wil hieraan bijdragen door het bevorderen van:

- internationale samenwerking
- projecten van en met koplopende bedrijven
- en de verspreiding van *good practices* van duurzame oplossingen.

Daarnaast voert de PSF via de (sociale) media en door het verspreiden van onafhankelijke informatie de druk op bij industrieën en overheden om ook daadwerkelijk tot een omslag te komen.

WERKWIJZE

De PSF pakt projecten aan door altijd naar oplossingen te zoeken.

De PSF verdeelt niet, maar verenigt.

De PSF zoekt liever geen schuldigen en geeft de voorkeur aan samenwerking.

De PSF voelt zich verantwoordelijk voor een schonere & gifvrije wereld.

De PSF inspireert, informeert en brengt individuen en partijen bij elkaar die samen verschil kunnen maken.

De PSF baseert haar werkwijze op:

- Think & Link
- Inspire & Inform
- Unite & Move

Want wanneer spinnen zich verenigen, kunnen ze een leeuw vastleggen
(Ethiopisch spreekwoord).

PROFESSIONALISERING

De 1^e inkomsten en het werk van de Foundation vragen om een steeds verdergaande professionalisering. De zorg voor een goede besteding van de financiële giften maakt dat mogelijke activiteiten zorgvuldig & vooral ook *penny + pound wise* worden overwogen. Er wordt steeds tussentijds geëvalueerd en zonodig ingegrepen en bijgestuurd.

De toegenomen professionalisering zal ook tot uiting komen in de middenlange- en lange termijnvisie, waaraan in de komende periode

wordt gewerkt.

Deze gaan – naast de steeds verder aangescherpte missie & visie – de basis vormen van de manier van werken van Foundation. Onderdeel daarvan is het formeel vastleggen van de wijze van samenwerking met eventuele zusterorganisaties en samenwerkingspartners.

VERANTWOORDING

De PSF wil graag voldoen aan alle eisen van het Centraal Bureau Fondsenwerving (CBF Keur). Eén van de eisen is dat het percentage van de inkomsten dat wordt besteed aan eigen fondsenwerving en de organisatie maximaal 25% mag bedragen. Voor de PSF bedroeg dit percentage in 2011 circa 15%. Dit is beduidend lager dan de grens die het CBF Keurmerk stelt.

AANVRAGEN

Sinds haar driedaagse ontvangt de Foundation met grote regelmaat aanvragen op allerlei terrein; variërend van workshops, schoonmaakacties, (media)events en nog veel meer. Waar mogelijk - mits binnen de beschikbare financiële en menselijke middelen - komt de PSF tegemoet aan elke aanvraag die binnen haar missie en visie past.

KLACHTEN

De Foundation heeft tot op heden geen klachten ontvangen. Gelet op de wens om drie jaar na oprichting in aanmerking te komen voor het CBF Keurmerk, is de Foundation voornemens om in 2012 een formele klachtenprocedure op te stellen.

6 DE DRIEDAAGSE



Kunnen we straks allemaal over water lopen?

Van woensdag 30 november tot en met vrijdag 2 december 2011 vond de 1^e editie van de Plastic Soep Driedaagse plaats. Tijdens deze 'marathon' stelde de Plastic Soup Foundation zichzelf voor aan Nederland - en ook een beetje aan de wereld. Daarbij wilde de PSF geen gevoelens van machteloosheid bevorderen, maar aanzetten tot positieve bewustwording en actie.

Centraal stond de komst van de wereldberoemde Amerikaanse ontdekker van de plastic soep en tevens erevoorzitter van de PSF: Captain Charles Moore. Hij werd vergezeld door Marcus Eriksen en Anna Cummins van 5Gyres, die wereldwijd onderzoek doen naar de plastic vervuiling van

onze oceanen.

De boodschap van de Driedaagse luidde:

Kunnen we de gigantische, steeds groter wordende hoeveelheid plastic afval die in de oceanen drijft, nog opruimen en aangroei stoppen, terwijl ook onze eigen Noordzee steeds meer verandert in een plastic soep?

Het was de bedoeling dat de hele Nederlandse samenleving iets mee zou krijgen van de Plastic Soep Driedaagse en de boodschap kon beklijven. Om dat te bereiken en de organisatie beheersbaar te houden, kregen de verschillende dagen een eigen thema. Elk thema correspondeerde met aparte doelgroepen. Indeling van de driedaagse op hoofdlijnen was:

DAG 1, INDUSTRIE & WETENSCHAP
DAG 2, JONGEREN & AFVAL
DAG 3, SAMENLEVING & POLITIEK

In de aanloop naar de Driedaagse waren er drie fases:

- het creëren van **awareness** met een website, een spot en een groot artikel in De Telegraaf
- het consolideren van de bereikte **interest**
- het kweken van **desire** (ik wil ook wat doen).

DE MEDIA-AANDACHT EN WAARDERING VAN BEZOEKERS, DEELNEMERS & POLITIEK

Op www.hetkanwel.net - een site met maandelijks minstens 400.000 lezers - schreef de bij de PSF onbekende Désirée Crommelin na afloop het volgende gastblog:

“Er zijn van die dagen dat ik zelfs als intelligente optimist me hoogst ongemakkelijk voel. Dat overkwam me tijdens het Nationaal Sustainability Congres, toen kapitein Charles Moore, de ontdekker van de Plastic Soup, met het woord TRASH (rotzooi) in het zand geschreven met golfballen - en omringd door nog meer plastic troep - de erbarmelijke staat van onze wereldzeeën liet zien.

Rondom deze voortschrijdende milieuramp blijft het akelig stil. En dan te denken dat vorig jaar bij de ramp met het olieplatform Deepwater Horizon de verontwaardiging, maar ook de inzet naar het zoeken van oplossingen, wereldwijd heel groot was. Toen ging het, volgens Moore ‘slechts’ om olie, die in haar vloeibare vorm gemakkelijker afbreekbaar is dan in haar verharde vorm, plastic. Dat plastic blijft ons als Plastic Soup nog jarenlang achtervolgen in onder andere de oceanen. Daar beschadigt het maritieme ecosystemen en dus ook onze voedselketen.

Over selectieve verontwaardiging gesproken: we zijn boos op BP, de Verenigde Staten, maar doen onverschillig over het laten slingeren in ons dagelijkse leven van plastic tasjes, bakjes of flesjes. De door Moore voorgestelde oplossingen beluisterde ik tijdens het congres in verschillende variaties: Streef naar afbreekbaarheid van materialen en gebruik grondstoffen opnieuw. Verbrand ze niet te snel, want dat is vernietiging van schaarse grondstoffen en luchtvervuilend. Stimuleer echter ook het hergebruik van gebruiksvoorwerpen door smart design, dus handig en aantrekkelijk in het gebruik.

Wij leven nu in het tijdperk van Verantwoordelijkheid, waar de cirkel de norm wordt in productieprocessen. Dat vraagt, zo hoorde ik in de discussie tussen kopstukken van het Nederlandse bedrijfsleven, om een nieuwe vorm van zaken doen. Hergebruik, MVO of groen, het is meer dan een marketing stunt; het gaat om bewustwording van mensen in de hele keten. Onontbeerlijk hierbij is educatie en het delen in plaats van het afschermen van informatie. Alles wijst erop dat ook deze maatschappelijke beweging, de sociaaleconomische bewustwording tot de duurzame levensstijl, van onderaf komt en niet gestuurd wordt door overheden. Dat stemt me optimistisch.

Ten leste nog een tip van de architect Tomas Rau aan die overheden: hef alleen belasting op grondstoffen die nooit verloren gaan. Dat is echte btw, belasting over de toegevoegde waarde.”

Ditzelfde blog werd ook geplaatst op de site van Ode Magazine.

Desirée vat hier heel goed samen welk effect de boodschap van de Plastic Soep Driedaagse had op de meest uiteenlopende mensen in onze samenleving. Na de presentatie van Charles Moore & Marcus Eriksen op Het Nationaal Sustainability Congres ging er een golf van afschuw door de zaal heen en twitterden honderden mensen uit industrie en wetenschap tegelijk over de plastic soep.

Na afloop kregen beide Amerikanen de hoogste dagwaardering van de 750 bezoekers, namelijk een 7.9.

Waar het de pers betreft, was het drie dagen lang helaas een grotere *tour de force* om aandacht te genereren. Dagelijks werden er nieuwe persberichten uitgestuurd waarop de pers wel reageerde, maar de ernst van de problematiek slechts mondjesmaat doordrong. “Maar iedereen

weet nu toch wel dat er een plastic soep is?”, zei een redacteur van het Journaal: “Dat is toch geen nieuws meer?”

Het volgende moment bleek een journalist van ‘De Wereld draait door’ juist nooit van de soep gehoord te hebben. Zoals Desirée Crommelin hierboven constateert: “Rondom deze voortschrijdende milieuramp blijft het akelig stil”. Reden waardoor de omvang van de problematiek ook nog maar nauwelijks is doorgedrongen tot politiek Den Haag en directe aanleiding om in de namiddag van 1 december het volgende persbericht uit te sturen:

PLASTIC SOEP LAAT POLITIEK DEN HAAG VOLKOMEN KOUD

Waar in steeds meer landen de discussie over de ernstige vervuiling van onze oceanen hoog op de politieke agenda staat, laat Den Haag het massaal afweten.

Het politieke debat waarvoor alle fractiewoordvoerders milieu van de politieke partijen in de Tweede Kamer bij herhaling zijn uitgenodigd is te onbelangrijk om aan deel te nemen, zo blijkt. Alleen Marieke van der Werf van het CDA is aanwezig samen met Dick de Vos, raadslid van de Partij voor de Dieren in Leiden.

Terwijl topwetenschappers en de industrie op dag 1 van de Plastic Soep Driedaagse hun verontrusting hebben getoond, lijkt het nog niet te zijn doorgedrongen tot politici dat het plastic afval inmiddels doordringt in de voedselketen en een bedreiging lijkt te vormen voor onze gezondheid. Daarnaast heeft Stichting de Noordzee aangetoond, dat er in minimaal 90 dagelijkse verzorgingsproducten plastic voorkomt: van shampoos tot tandpasta’s, lipgloss, lenzenvloeistof en scrubs. Samen met de Plastic Soup Foundation ijvert Stichting de Noordzee voor een volledig verbod op het gebruik van microplastics in consumentenproducten.

D66-Europarlementariër Gerben-Jan Gerbrandy neemt op 2 december om 12.00 uur de petitie IK SCRUB PLASTICVRIJ in ontvangst van Eelco

Leemans, directeur van Stichting de Noordzee, en Charles Moore, ontdekker van de Plastic Soep. Enkele duizenden Nederlanders hebben deze petitie inmiddels ondertekend.

Om 10.00 uur vist Charles Moore naar plastic in de Hofvijver om dit vervolgens samen met Marieke van Der Werf en Dick de Vos onder de microscoop te ontleden.

Juist dit vissen in Hofvijver haalde tenslotte de landelijke pers. De gedachte dat de plastic soep inmiddels ook Den Haag heeft bereikt, betekende plotseling nieuwswaarde.

Uiteindelijk werd er in de volgende media aandacht besteed aan de Driedaagse:

PRINT & NIEUWSSITES

ANP, ANP Foto, Telegraaf, Trouw, Volkskrant, de GPD, de Wereldomroep (met een artikel in vijf talen, namelijk Engels, Spaans, Portugees, Indonesisch en Chinees), de Ingenieur.

RADIO

Vroege Vogels, Radio West, BNR Radio.

WEB

tallose sites.

SOCIAL CALL

Op dag drie is er via bekende Nederlanders als Eric Corton (bekend van Serious Request), maar ook door het CDA Tweede Kamerlid Marieke van der Werf, een tweet uitgegaan naar tienduizenden en nog eens tienduizenden Nederlanders.

Al met al hebben uiteindelijk miljoenen mensen gehoord of gelezen over de Plastic Soep en de Plastic Soep Driedaagse. Daarmee heeft de Foundation haar doel meer dan bereikt: de organisatie en het onderwerp staan op de Nederlandse kaart.

Het berekenen van de gerealiseerde mediawaarde is - door de verschillende media - vervolgens vrij complex. Waar het gaat om print is de formule vrij makkelijk: het gaat om de waarde van een artikel als het een advertentie zou zijn geweest.

Standaard richtlijnen voor het berekenen van online mediawaardes ontbreken echter, in de eerste plaats omdat bereikcijfers op verschillende manieren tot stand kunnen komen. Tellen alle bezoekers die op een bepaalde pagina komen mee, of zijn alleen unieke bezoekers relevant? Dat online berichten belangrijk zijn blijkt uit recent onderzoek: via social media kunnen trends en ontwikkelingen in de samenleving voorspeld worden. Een aantal instanties ontwikkelt momenteel richtlijnen om tot een betrouwbare standaard te komen. De PSF volgt dit op de voet.

Zeker is, dat de PSF voor de driedaagse dertigduizend hits kreeg op google. Na de driedaagse bedroeg dit op het hoogtepunt maar liefst 7 miljoen hits!

Via de traditionele media (print, radio, regionale en lokale televisie) zijn er naar schatting circa vijf miljoen mensen bereikt. Hanteren we de berekeningen van sport marketeers en waarderen we een contactmoment met tien eurocent (vergelijkbaar met de 'goedkope' wielersport), dan zou de mediawaarde in totaal

5 miljoen x € 0,10 = € 500.000 bedragen.

Sinds de Driedaagse wordt de Foundation verder vrij frequent benaderd door de pers met vragen, waaronder de EO, de Waterkampioen, de Krant van de Aarde en Radio Wereldomroep.

Al met al kan geconcludeerd worden dat de driedaagse in elk opzicht succesvol was.

HOE IS HET GESTELD MET DE POSITIONERING VAN DE PSF SINDS DE DRIEDAAGSE?

De Plastic Soup Foundation is inmiddels te beschouwen als dé autoriteit waar het gaat om vragen van de media, maar eveneens waar het partijen betreft die zoeken naar samenwerking, publiciteit, versterking van hun content en ga zo maar door.

Daarbij zijn voor de PSF drie grootheden van belang:

1. wetenschappelijke borging & samenwerking met als doel strategie & innovatie
2. bewustwording van mensen in de hele keten met als doel educatie en het delen in plaats van afschermen van informatie
3. het bevorderen van een sociale beweging van onderaf, die zich bewust is van de sociaaleconomische noodzaak tot een duurzame levensstijl en die niet gestuurd wordt door overheden.

Over punt één; wetenschappelijke borging en samenwerking, stuurde de PSF al op de eerste dag van de Driedaagse het volgende persbericht uit:

NEDERLANDSE TOPWETENSCHAPPERS GAAN DE STRIJD AAN MET DE PLASTIC SOEP

Op de eerste dag van de Plastic Soep Driedaagse hebben leden van de studiegroep "Sustainability" (een denktank gedragen door de European Foundation on Social Quality en het International Institute of Social Studies van de Erasmus Universiteit Rotterdam) met enthousiasme kennis genomen van de initiatieven die ontwikkeld worden om de steeds ernstiger wordende vervuiling van de oceanen met plastic afval onder controle te krijgen en te reduceren. De studiegroep, die in juni 2012 een bijdrage zal leveren aan de V.N. Conferentie voor Duurzame Ontwikkeling (de zogenaamde Rio+20 Conferentie), ziet veel mogelijkheden tot samenwerking met de Plastic Soup Foundation en de Amerikaanse pioniers die de plastic soep voor het eerst onder de publieke aandacht brachten.

De denktank weet zich daarbij gesteund door een team van 150 internationale wetenschappers die op uitnodiging actief participeren in het zoeken naar oplossingen.

Uit zeer recent onderzoek blijkt dat er in praktisch alle monsters uit de 5-Gyres plastic deeltjes zijn aangetroffen. In het zuiden van de Stille Oceaan ging het om gemiddeld 60.000 deeltjes per vierkante kilometer. Het meeste plastic werd gevonden in de buurt van Paaseiland: bijna het zeventvoudige!

Eerder op de dag openden Charles Moore (de ontdekker van de Plastic Soep) en Marcus Eriksen (5Gyres Institute) het tot de laatste stoel uitverkochte 12^e Nationaal Sustainability Congres in Den Bosch. De zeer ernstige vervuiling van onze zeeën en oceanen maakte volgens Folkert van der Molen, inhoudelijk congresorganisator namens advies- en ingenieursbureau DHV, een diepe indruk op de toehoorders, waardoor het onderwerp ook tijdens het meteen hierop volgende publieke debat tussen topindustriëlen werd opgepakt.

Waar het gaat om bewustwording in de hele keten (punt twee) is een goede stap gezet, maar moeten nog vele stappen volgen. Zeker als de PSF een substantiële bijdrage wil leveren aan een invloedrijke sociale beweging van onderaf, voor wie plastic geen gratis of goedkoop wegwerpproduct meer is.

Daarom is het nu zaak om

- de strikte onafhankelijkheid en zelfstandigheid van de PSF zo snel en goed mogelijk verder in te richten
- pro-actief te reageren op allerlei zaken rondom de problematiek, zowel nationaal als internationaal
- een actieve lobby op te starten om besluitvormers steeds adequaat te informeren
- zowel de Nederlandse als de Engelse community op en uit te bouwen
- actief aandacht te blijven genereren in de pers (nieuws maken)
- de Foundation met regelmaat zichtbaar te profileren door serieuze, maar ook ludieke acties te organiseren of aansluiting te zoeken bij acties van anderen
- strategisch en innovatief voorop te lopen
- het internationale platform verder uit te breiden
- fondsen te werven.

7 HOOGTEPUNTEN OP EEN RIJ



In het nog jonge bestaan van de PSF waren er al meteen hoogtepunten, waarbij de samenwerking binnen het campagneteam van de Plastic Soep Driedaagse absoluut een hoofdprijs verdiende. De vrijwilligers van het 1^e uur: Patrick Neumann, Harmen Spek, Emma van Bree, Michiel Roscam Abbing en Machteld Honig vormden samen met vormgever Martin Roodnat en de fotografen Odi Busman & Peter Smith een ijzersterk en overtuigend team, waarvoor in dit jaarverslag alle complimenten.

- De PLASTIC SOEP DRIEDAAGSE ging op 30 november 2011 van start met een presentatie van erevoorzitters Charles Moore (de ontdekker van de Plastic Soep) en Marcus Eriksen (5Gyres

Institute) tijdens het Nationaal Sustainability Congres van DHV in Den Bosch. Daarmee werd het congres tevens geopend. Na afloop kregen beide Amerikanen de hoogste dagwaardering van de 750 bezoekers, namelijk een 7.9.

- Dag 2 van de driedaagse stond in het teken van jongeren en afval. Bij enkele hoge onderwijsinstellingen puilden een zaal uit voor een lezing over de soep.

Basisschool de Kariboe in Heemskerk werd verrast met een *Plastic Breakfast* onder leiding van Jan Andries van Franeker, bioloog bij onderzoeksinstituut Imares in Wageningen. Samen met bijna 70 kinderen sneed hij de magen van Noordse stormvogels open om de kinderen te laten zien hoeveel plastic deze dieren eten, omdat het voedsel lijkt.

- Voor, tijdens en na de driedaagse wist de PSF via diverse media ruim vijf miljoen mensen te bereiken uit alle lagen van de samenleving. Hanteren we de berekeningen van sport marketeers en waarderen we een contactmoment met tien eurocent (vergelijkbaar met de relatief goedkope wielersport), dan zou de mediawaarde in totaal
 $5 \text{ miljoen} \times \text{€ } 0,10 = \text{€ } 500.000$ bedragen.
- De kosten van de Driedaagse bedroegen daarentegen slechts € 24.500, -- .
- Er kwam samenwerking tot stand met de studiegroep "Sustainability" (een denktank gedragen door de European

Foundation on Social Quality en het International Institute of Social Studies van de Erasmus Universiteit Rotterdam).

- Behalve deze ‘denktank’ zijn meer gesprekspartners overtuigd geraakt van de wenselijkheid van een duurzame relatie met de PSF, waaronder De Baak en Duurzame Pabo. Daarnaast is KIMO toegetreden tot de Raad van Advies en oud minister Jacqueline Cramer tot het Comité van Aanbeveling.
- De PSF ondersteunde verder Stichting De Noordzee bij het aanbieden van de petitie IK SCRUB PLASTICVRIJ aan D66-Europarlementariër Gerben-Jan Gerbrandy. Stichting de Noordzee heeft aangetoond, dat er in minimaal 90 dagelijkse verzorgingsproducten plastic voorkomt: van shampoos tot tandpasta’s, lipgloss, lenzenvloeistof en scrubs. Samen met de Plastic Soup Foundation ijvert Stichting de Noordzee actief voor een volledig verbod op het gebruik van microplastics in consumentenproducten. Al twee weken later stelde Gerbrandy vragen aan de Europese Commissie over Microplastics.
- Dankzij de driedaagse is de PSF nu de grootste organisatie in haar soort in Europa. Op verzoek van Marcus Eriksen & Anna Cummins (5Gyres.com) werkt de Foundation nu onder meer aan samenwerking in de vorm van een *European Plastic Soup Coalition*.

8 FONDSENWERVING & FINANCIËLE VERANTWOORDING



INKOMSTEN

Voor haar werk ontving de Foundation in 2011 uit verschillende bronnen inkomsten. Daarbij is het van belang om te weten, dat er voor de Stichting uiteraard een BTW vrijstelling is aangevraagd bij de belastingdienst, gelet op haar ANBI status. Op 17 januari 2012 was hierover nog geen uitsluitsel. Om die reden heeft de PSF tot op heden over alle binnengekomen facturen ook BTW betaald.

DONATIES BESTEMD VOOR DE ORGANISATIE PLUS HET ONTWERPEN EN BOUWEN VAN EEN WEBSITE

De PSF kon haar oprichting financieren dankzij de wel heel bijzondere nalatenschap van Roelie van Opijnen. Na haar overlijden wilde zij geen bloemen op haar graf. In plaats daarvan vroeg ze iedereen die haar lief was om samen een donatie te doen aan de PSF, die op dat moment nog niet bestond.

Roelie schonk de PSF postuum € 1.100,-- en wordt daarmee herinnerd als één van de *founders* van de PSF. Hier hoort ook een woord van dank bij voor haar echtgenoot David Been, die de PSF vervolgens als bestuurslid met raad en daad bijstond in het 1^e precaire jaar van haar bestaan.

Van Adessium werd een bedrag van € 50.000,-- ontvangen. Daarvan was € 15.000,-- bestemd voor de Plastic Soep Driedaagse en € 35.000,-- voor organisatiekosten en het bouwen van een website. Hiermee kon de PSF een uitvoerende organisatie opstarten: vooralsnog zonder vaste kantoorfaciliteiten.

Hierop werd maandenlang gewerkt aan een professionele website waarbij veel hinder werd ondervonden van professionele hackers van een IP-adres in Amerika. Inmiddels worden zowel de Nederlandse als de Engelse site van de PSF dagelijks aangevallen door een niet traceerbare *hackrobot*. Dankzij de niet aflatende inspanningen van Anton van Beusekom, webconsultant, blijft de website inmiddels sterk beveiligd en zonder noemenswaardige problemen in de lucht. Hierdoor zijn de aanvankelijk beraamde kosten van € 21.000,-- echter wel bijna € 9.000,-- hoger uitgevallen (inclusief BTW). Om deze beveiliging in stand te houden, ontvangt de PSF maandelijks een factuur van € 150,-- voor de volgende diensten:

Managed Hosting van 6 websites op SSL beveiligde VPS Server
Dagelijkse backup site en database PSF
Dagelijkse backup site en database PSF Engels
Dagelijkse backup site en database PSF Community
Dagelijkse backup site en database PSF Internationale Community
Dagelijkse backup site en database PSF Shop.

DONATEURS DRIEDAAGSE

Specifiek voor de Plastic Soep Driedaagse ontving de PSF de volgende bedragen, onder meer om zowel de problematiek als de naamsbekendheid van de organisatie te vergroten:

Adessium	€ 15.000,--
Van Ganswinkel	€ 5.000,--
Natural Plastics & Patina	€ 5.000,--
DHV	€ 15.000,--

Hierin de is PSF ruim geslaagd.

INKOMSTEN IN 2012

Met de publicatie van dit jaarverslag legt de PSF de basis voor nieuwe fondsaanvragen, *crowd funding*, specifieke projectsubsidies, maar ook geld wervende activiteiten op Koninginnedag en andere feestelijke dagen.

OVERZICHT UITGAVEN

In 2011 is in totaal een bedrag toegezegd van € 62.600,-- .
Daarvan is iets meer dan € 6.000,-- besteed aan de organisatie.
Aan voorlichting & bewustwording is circa € 24.500,-- uitgegeven.
Een bedrag van bijna € 30.000,-- is besteed aan het bouwen en onderhouden van een professionele en goed beveiligde website.

Van de totale inkomsten is 15% besteed aan de organisatie. Dat is beduidend lager dan de grens van 25% die het keurmerk Goede Doelen (CBF) stelt.

9 COMMUNICATIE



Eén van de centrale taken van de Foundation is het doorlopend zo adequaat mogelijk informeren van het grote publiek.

Los van de behaalde resultaten tijdens de Driedaagse, is de website van de Foundation om die reden een essentieel communicatiemiddel. Hier is alle informatie over de organisatie 24/7 terug te vinden is voor externen.

Had de website in de week rondom de Driedaagse gemiddeld 400 unieke bezoekers per dag, inmiddels is dat teruggelopen tot een kleine 2.500 bezoekers per maand. Let op: daarbij is sprake van de optelsom van een aantal url's, die allemaal naar plasticsoupfoundation.org leiden. De meeste bezoekers komen binnen via www.plasticsoep.nl: een domeinnaam die door Jesse Goossens is overgedragen aan en nu direct leidt naar de PSF-site.

(Ter vergelijking: een succesvolle organisatie als de Johan Cruijff Foundation heeft iets meer dan 2000 bezoekers per maand.)

Op de website kan iedereen (onder meer) terecht voor:

- actuele standpunten
- het laatste nieuws
- links naar sociale media
- de community (nu nog in de kinderschoenen)
- speaker corner

In 2012 wordt verder de uitgave van een digitale nieuwsbrief overwogen.

Verder blijft het vergaren van *free publicity* hoog in het vaandel staan. Daarbij beschouwt de PSF het als een permanente uitdaging om zo min mogelijk geld uit te geven voor een maximaal resultaat.

In de zomer van 2012 staat de eerste *social media* campagne gepland met als werktitel:

LAST SOCIAL CALL!

Spoel jij ook elke dag ongezien een handvol plastic door je doucheputje?

10 HET TEAM



BESTUUR

Het bestuur van de PSF had in 2011 last van de nodige, maar ook gezonde turbulentie in haar zoektocht naar missie, visie en logistieke vorm. Met het succes van Driedaagse raakte dit proces in een stroomversnelling en besloot het 1^e bestuur op de grens van 2011/2012 om af te treden:

“Het allereerste bestuur van de PSF is erg blij en trots met de bereikte resultaten in 2011 en geeft het stokje nu graag door aan een nieuwe generatie bestuurders die de organisatie in duurzaam vaarwater kan en wil brengen. De PSF heeft zich in het eerste jaar van haar bestaan dermate snel en succesvol ontwikkeld, dat alle betrokkenen van het eerste uur met trots terugkijken op de behaalde resultaten en de vernieuwing en groei met vertrouwen tegemoet zien.”

Momenteel wordt door een overgangsbestuur gezocht naar bestuurders die qua profiel passen bij de hoge eisen van een snel groeiende en in potentie grote organisatie op het snijvlak van de samenleving. De inbreng van de Raad van Advies én die van de kern van vrijwilligers - feitelijk de operationele organisatie - is hierbij van groot belang.

Na installatie van dit nieuwe bestuur zal Maria Westerbos als laatste bestuurder van het 1^e uur eveneens aftreden.

Een woord van dank is hier op zijn plaats voor:

- Anna van Heijst, de 1^e voorzitter, die af moest treden om gezondheidsredenen
- Hans Brugmans, voorzitter annex penningmeester, die een belangrijke bijdrage leverde aan de professionele basis onder de stichting
- David Been, secretaris met een groot (regel)hart
- Hans van Weenen, zonder wie de visie en missie van de PSF veel minder richting zou hebben gekend in 2011.

Extra dank gaat uit naar Marijn van der Maesen, bestuursadviseur, voor haar belangeloze ondersteuning van de PSF. Zo droeg zij in belangrijke mate bij aan de totstandkoming van de statuten en schreef zij de 1^e beleidsstukken.

MEDEWERKERS

Geld voor het aanstellen van medewerkers was er niet in 2011. Het is wel de ambitie van de PSF om in 2012 een klein uitvoerend bureau te openen.

VRIJWILLIGERS

De kern van vrijwilligers die de PSF in 2011 operationeel hebben gedragen, is sterk, loyaal en solide. *(Zie ook: hoogtepunten)*

RAAD VAN ADVIES

Ondanks de bestuurlijke wisseling is de Raad van Advies volledig aangebleven en zelfs uitgebreid met de toetreding van Bert Veerman van KIMO Nederland/België.

Andere leden zijn:

- | | |
|---------------------|--|
| - Anna Cummins | 5Gyres |
| - Rob van Tilburg | DHV |
| - Jos van Renswoude | Wetenschappelijke Denktank
Sustainability |
| - Eelco Leemans | Stichting De Noordzee |
| - Ruud Halbersma | Natural Plastics. |

COMITE VAN AANBEVELING

Doel is dat het Comité van Aanbeveling in 2012 verder gestalte krijgt, nu oud-minister Jacqueline Cramer hier als 1^e zitting in heeft genomen.

11 TOEKOMST



UIT DE STATUTEN

De stichting heeft ten doel:

- a. het verminderen van de aanwas van plastic soep (plastic afval in alle type wateren); en
- b. de toxiciteit van kunststof te verminderen om zo ecologische schade, ondermeer aan de voedselketen, te voorkomen.

Zij tracht dit doel te bereiken onder meer door:

- gebruik te maken van de kracht van het collectief door de ambities en acties van de verschillende belanghebbenden vanuit Nederland te verenigen;
- b. ervoor zorgen dat alle partijen kennis en daadkracht delen om consumenten, bedrijven en overheden bewust te

maken, te overtuigen en te laten handelen (kennis, houding, gedrag) om bij te dragen aan de oplossing van het probleem van de Plastic Soep. De stichting vervult hierin een initiërende en coördinerende rol.

De stichting is een goede doelen organisatie die:

- Nederlandse burgers, consumenten, organisaties, bedrijven en overheden bewust maakt van het probleem van de Plastic Soep;
- hen tot acties inspireert die bijdragen aan het oplossen van het probleem van de Plastic Soep; en
- een onafhankelijke informatiebron biedt over kunststof afval.

In 2011 maakte de PSF een begin met het bereiken van haar doel. Na afloop van de driedaagse - een grote publiciteitscampagne op 30 november & 1 en 2 december – moest echter geconstateerd worden dat het met de maatschappelijke bewustwording over de Plastic Soep nog slecht is gesteld. Grote groepen mensen hebben weliswaar van het probleem gehoord, maar vertalen dat nog niet naar het eigen hier & nu. Hierdoor voelen overheden en industrieën vooralsnog de noodzaak niet om tot een omslag te komen en ontbreekt het de media aan motivatie om regelmatig over deze milieuramp te berichten. Blijkbaar heeft de Plastic Soep nog lang niet de alarmstatus die het verdient.

Concreet betekent dit, dat de PSF ook in 2012 maatregelen bevordert en steunt die de verkleining en verspreiding van plastic afval (in zee) voorkomen.

Op de agenda staan - in aansluiting op de missie van de PSF - bij de publicatie van dit jaarverslag de volgende acties & projecten.

- 1. De PSF steunt acties waardoor plastic afval uit de zee, van**

stranden en eilanden wordt verwijderd.

DE PSF (onder)steunt opruimacties op haar website en roept actief op tot deelname. In bijzondere gevallen neemt de PSF actief deel aan een actie, zoals de Nationale Binnenwater Opruimdag die gepland staat in juni 2012.

2. De PSF zoekt internationale samenwerking met deskundigen, organisaties, universiteiten en bedrijven die een aansluitende missie en visie hebben.

- De Plastic Soup Foundation wil in juni 2012 graag participeren in de Verenigde Naties Conferentie over duurzame ontwikkeling in Rio de Janeiro, Brazilië. Samen met de projectgroep van de European Foundation on Social Quality (EFSQ) en het Institute of Social Studies (beter bekend als de Denktank Sustainability) wordt gekeken welke rol er samen gespeeld zou kunnen worden. Andere betrokkenen zijn: Charles Moore cs, the International Organisation Friends of the Earth en groeperingen in Azië en Australië. Indien mogelijk wordt ter plekke een site event georganiseerd waar experts uit de hele wereld zich voor de allereerste keer verzamelen om kennis over de Plastic Soup te delen en mogelijke strategische oplossingen te bespreken. Het eerste, door de Denktank (vertrouwelijk) opgestelde document - te sturen naar Rio juni 2012 - is gereed. Vooral nog wordt nu gezocht naar financiering.
- De PSF is voornemens om een wetenschappelijke commissie samen te stellen die de organisatie deskundig kan adviseren bij het innemen van standpunten. Inmiddels is een 1^e oriënterend gesprek gevoerd met de Vrije Universiteit van Amsterdam.

- Via de Duurzame Pabo is ook gesproken met Charles Hopkins, Unesco Chair in Education for sustainable Development, York University, Canada over de mogelijkheid om de problematiek van de plastic soep op te nemen in internationale lesprogramma's. Dit wordt vervolgd.
 - In januari 2012 heeft de PSF zich aangesloten bij de Plastic Pollution Coalition. Uit een mail: "We are a global alliance of people, organizations and businesses working towards a world free of plastic pollution. Capt. Charles Moore is a founding member, as are 5Gyres. Overall, over 140 organizations from around the world are members, with an aggregate reach to over 2M people. We have projects on every continent, in many countries. We would like to welcome you to Plastic Pollution Coalition, and invite you to use our existing social media platforms - we have a Facebook fan page with over 20,000 people; a Cause with over 80,000 people and also support financially ThePlasticFreeTime.com, a portal of news and information, as well as citizen engagement dedicated entirely to the topic of plastic pollution."
- 3. De PSF werkt nauw samen met op kop lopende deskundigen, onderzoekers en bedrijven.**
De T-Xchange, Partners for Innovation en Natural Plastics ondersteunen de PSF vanaf het 1^e uur.
- 4. De PSF wil een beweging vormen en steunen, die met (maximale) gebruikmaking van 'social media' burgers actief om medewerking verzoekt, hen inschakelt bij het bedenken en werken aan oplossingen en het verzamelen van goede**

voorbeelden. In 2012 zal veel aandacht worden besteed aan het bouwen van een actieve community. Ook staat er een grote, grensoverschrijdende sociale media campagne gepland in de zomer van 2012 waarover hieronder meer.

5. **De PSF wil dat er een verbod komt op plastic producten en plastic afvalproducten die klein zijn of kleine plastic deeltjes bevatten en op grote schaal worden geproduceerd, gedistribueerd, gebruikt en verspreid, of waarvan dat wordt verwacht.** Samen met reclamebureau Lubbers & De Jong wordt een campagne voorbereid met als werktitel LAST SOCIAL CALL: SPOEL JIJ OOK ELKE DAG ONGEZIEN EEN HANDVOL PLASTIC DOOR JE DOUCHEPUTJE?

Deze campagne zal worden geladen via Facebook waarbij samenwerking wordt gezocht met grote partijen uit de wereld van muziek, kunst & cultuur. Het hoogtepunt vindt plaats op het moment dat de Amerikaanse plasticindustrie een event in Brussel organiseert tegen regelgeving.

Uit PlasticNEWS.com, d.d. 30 januari 2012: " Outside the U.S., the European Union will be reviewing the scope and status of its REACH (Registration, Evaluation, Authorization and Restriction of Chemicals) chemical-management regulation this summer. To underscore what could happen if regulations become too far-reaching, SPI will be putting on an event in Brussels "about what a day without plastics would look like,"

6. **De PSF maakt zich er sterk voor, dat ontwikkelingslanden bij de aanpak van verontreinigingproblemen worden gesteund. Samen met hen moeten alternatieven worden ontwikkeld, aansluitend**

bij de eigen cultuur en context. Dat wordt nagestreefd in een proces van gezamenlijke en duurzame, interactieve ontwikkeling.

Na een 1^e innovation lab met jongeren tijdens de Driedaagse, geeft de PSF samen met De Baak een vervolg aan een pilot op de Filippijnen.

Concreet luidt de projectomschrijving als volgt: *The Dutch Plastic Soup Foundation in cooperation with the Baak has set itself a concrete goal: diminish the plastic waste in the Estero de Paco - once the cleanest and loveliest creeks in Manila - by 2015. To accomplish this goal the first steps have already been taken.*



7. **Daarnaast laat de PSF geen kans onbenut om zich te presenteren op relevante congressen, conferenties, workshops of duurzame events voor de industrie of consument.**

Op de website staat een agenda waar en wanneer de PSF in het land te vinden is.

OVERIGE AMBITIES IN 2012 & 2013

Realisering van de vertaling van Plastic Ocean, het 1^e boek van Charles Moore, in eigen land, maar ook (onder meer) in China i.s.m. Denktank Sustainability.

European Plastic Soup Coalition

Op verzoek van Marcus Eriksen & Anna Cummins neemt de PSF het voortouw om in 2012 tot de oprichting van een Europese Coalitie te komen: een sterk internationaal samenwerkingsverband tussen gelijkgezinde organisaties, waaronder *www.artmill.eu* : *'A small Czech NGO that has it's roots in the 1989 changes in Czechoslovakia'*.

Varen in een Oceaan van Plastic

Concept > Ffact.

Wat > wereldwijd leggen zeezeilers beelden vast van de Plastic Soup en zijn ze te volgen op een wereldkaart. Alle ervaringen samen leiden eventueel tot de samenstelling van een documentaire.

Doel > Plastic Soup dichterbij mensen brengen, informatie verzamelen, netwerk van varende ambassadeurs creëren.

Hoe > via zeilers netwerk oproep plaatsen, ingezonden beelden plaatsen op website, wereldkaart plotten in samenwerking met Algalita Marine Research Foundation & 5Gyres.

UNEP'S DIVISION ON EARLY WARNING & ASSESSMENT

Onderzoeken van mogelijke samenwerking.

SAVE PLANET

Realiseren van samenwerking waar het gaat om **The United Nations**

Campaign for Responsibility on Hazardous Chemicals and Wastes – of wel United Nations Safe Planet Campaign.

Zomer van 2013

Eerste expeditie samen met 5Gyres, de European Plastic Soup Coalition, Stichting De Noordzee en KIMO via de Azoren naar Saragossa Zee, net onder de Bermudadriehoek.

Mogelijke pilots van de Werkgroep: Strategie en Innovatie onder leiding van Siem Haffmans.

Er is een groot aantal stakeholders betrokken bij het probleem van de plasticverontreiniging van de oceanen. Dit betekent dat ook voor het oplossen van dit probleem deze partijen een rol kunnen en moeten spelen. De belangrijkste stakeholdergroepen zijn: overheden, industrie (en handel), visserij en scheepvaart, burgers, media, NGO's, wetenschap en onderwijs.

De werkgroep Strategie en Innovatie richt zich vooral op de doelgroep industrie en handel. Uit de eerder dit jaar uitgevoerde *'Verkennde studie: Plasticverontreiniging van de oceanen'* blijkt dat de volgende twee oplossingsrichtingen als meest kansrijk zijn geïdentificeerd bij het stimuleren van de industrie om plasticverontreiniging van de oceanen aan te pakken:

1. de verantwoordelijkheid voor het eigen product is een belangrijk uitgangspunt om bedrijven na te laten denken over de effecten van hun product op mens en milieu. Naast de effecten kan voor bedrijven ook meespelen dat er sprake kan zijn van imagoschade indien bekend wordt welke negatieve effecten hun producten hebben. Idealiter zou de industrie op al haar producten het voorzorgprincipe toepassen. Dit betekent het niet toepassen van plasticproducten en –additieven als niet zeker is dat deze niet

leiden tot verontreiniging van de zee met plasticafval, -fragmenten en -deeltjes, of hun toxische en persistente hulpstoffen;

2. voor de industrie betekent dit dat ze bijvoorbeeld meer moeten doen aan de ontwikkeling en toepassing van biologisch afbreekbare materialen. Maar ook dat ze meer verantwoordelijkheid nemen bij het daadwerkelijk realiseren van gescheiden inzameling, terugname en hergebruik of recycling van het gebruikte product.

Pilots met koplopers uit de handel en industrie kunnen een voorbeeldfunctie hebben voor andere bedrijven uit deze doelgroep en in de keten. Pilots moeten: innovatief zijn, met aansprekende bedrijven uitgevoerd worden, een brede publiciteit krijgen, opschaalbaar zijn en repliceerbaar voor andere bedrijven. Bij voorkeur dekken de pilots verschillende concrete uitwerkingen van productverantwoordelijkheid, zoals: het inzetten van bio-based grondstoffen (biologisch afbreekbare materialen), het elimineren van toxische stoffen en hergebruik en recycling van producten. Om hun betrokkenheid te waarborgen moeten pilot- projecten deels door de deelnemende bedrijven gefinancierd worden.

Plan van aanpak

De werkgroep Strategie en Innovatie stelt voor om een vijftal pilots op te zetten in samenwerking met aansprekende bedrijven uit de handel en industrie. Hiervoor wordt de volgende aanpak voorgesteld:

1. identificeren van prioritaire stromen en 'aansprekende bedrijven'; in overleg met Stichting Noodzee wordt een selectie gemaakt van prioritaire stromen, zoals: visnetten, scrubs, wattenstaafjes, flessen en doppen, etcetera en de 'verantwoordelijke' producten. Vervolgens wordt

een shortlist opgesteld van aansprekende bedrijven, die deze producten op de markt brengen, waarmee de pilot-projecten bij voorkeur mee worden uitgevoerd;

2. opzetten pilots. Er wordt contact gelegd met marktpartijen die deze producten op de markt brengen om ze te interesseren in een pilot-project. Via de marktpartijen worden andere relevante bedrijven in de keten benaderd voor deelname. Er wordt een projectplan geschreven met aanpak, planning en begroting;
3. uitvoeren pilots. Op basis van een gezamenlijk geformuleerde strategie wordt er een nieuw product / systeem ontwikkeld (Cradle to Cradle benadering) op basis van de technische kringloop (recycling) of de biologische kringloop (aqua-biologisch degradeerbaar);
4. PR & Communicatie. De PSF zal via persberichten en andere manieren zorgen voor publiciteit die de deelnemers in een positief daglicht zetten en de ontwikkelde oplossingen aan hun eerste klanten zullen helpen.

Mogelijke strategische/innovatieve pilots (onder voorbehoud)

1. Naar schatting 10% van de vervuiling van de oceanen bestaat uit visnetten en gerelateerde producten. Er zijn bioplastics beschikbaar, maar toe nu toe is dit nog iet technisch en economisch haalbaar om deze op grote schaal toe te passen. Dit pilotproject zal proberen de technische en economische haalbaarheid proberen aan te tonen van biologisch afbreekbare visnetten en aanverwante producten.
2. Microbeads zijn kleine kunststof bolletjes. In verschillende cosmetica producten worden microbeads toegepast. In samenwerking met bedrijven (SaraLee, Unilever, etc.) en waterzuiveringbedrijven wordt gewerkt aan het vervangen van kunststof microbeads door biologisch afbreekbare alternatieven.

3. Per jaar gaan er in Nederland 1,5 miljard plastic tasjes over de toonbank. Doel van dit project is om het gebruik terug te dringen door het aanbieden en promoten van goede alternatieven. Dit pilotproject zal hiertoe contacten leggen met het CBL, grote retailers en aanbieders van oplossingen, zoals de Tassenbol en diverse duurzame alternatieven.
4. Drankflessen en doppen worden veel onderweg gekocht en komen vaak in het zwerfvuil terecht. Er zijn bioplastic flessen leverbaar van PLA, maar deze zijn niet afbreekbaar in de zee. In samenwerking met frisdrank merken en producenten van flessen en doppen wordt er een biologisch afbreekbare verpakking ontwikkeld, die tevens geschikt is voor recycling.
5. Via het project Fishing for Litter wordt er kunststof afval uit de zee gevist. Dit afval kan worden ingezet om producten te maken, die een grote communicatieve waarde hebben. Deze producten kunnen bijvoorbeeld door de Plastic Soup Foundation worden verkocht als relatiegeschenk. Mogelijke producten: Plastic Soep bord, boodschappentas, recycling bak, et cetera.



FONDSENWERVING IN 2012

In 2012 werft de PSF fondsen op de volgende wijzen:

- crowdfunding (onder meer via www.pifworld.com)
- donaties van burgers (via de website, maar ook fundraising op Koninginnedag en andere grote events)
- fondsaanvragen bij Adessium, Postcode Loterij, Stichting Doen en overige grote goede doelen organisaties
- fondswerving bij bedrijven (Corporate Social Responsibility)
- subsidieaanvragen.

12 PARTNERS in 2011



Als advies- en ingenieursbureau dat herkend wil worden vanwege haar innovatie en oplossingen voor duurzaamheid, voelt DHV zich geroepen bij te dragen aan het vinden van antwoorden op de vragen die spelen rondom de plastic soep. Met een grote gerenommeerde expertise in waterbeheer en -zuivering en duurzaam ondernemen binnen allerlei (zowel industriële als niet-industriële) sectoren sluit het bovendien ook aan bij wat DHV kan.

Niet verwonderlijk heeft DHV dan ook inmiddels het gesprek gevonden met verschillende milieuorganisaties, industriële partijen, brancheverenigingen, overheden en politici. Het vinden van oplossingen voor de plastic soep vindt bij DHV plaats vanuit een pragmatische benadering waarbij effectiviteit, draagvlak en technische en economische haalbaarheid de belangrijkste criteria zijn.

van Ganswinkel Groep 

van Ganswinkel ■ Coolrec ■ Maltha ■ AVR

Van Ganswinkel Groep ziet afval niet als restproduct, maar als waardevol begin vaneen nieuwe cyclus. In eerste instantie willen we voorkomen dat er afval ontstaat. En het afval dat toch vrijkomt? Dat willen we een tweede leven geven als grondstof. Onze visie luidt dan ook: 'Afval bestaat niet'.

Van Ganswinkel Groep reisde in 2010 mee met de Beagle, om onderzoek te doen naar de plastic soup. We voelen ons betrokken bij de problematiek en delen graag onze kennis en ervaring om het vraagstuk een stap verder te brengen.



PARTNERS FOR INNOVATION

Plastic Soep is een symbool van onze wegwerpmaatschappij, waarbij de verspilling uiteindelijk terug komt op ons eigen bord.

Partners for Innovation steunt de PSF omdat wij denken in duurzame oplossingen en geloven dat ook dit probleem het beste bij de bron aangepakt kan worden.



FFact levert klantgerichte oplossingen met een belangrijke duurzaamheidscomponent. Onze expertise op het gebied van afval, energie, klimaat en verpakkingen maakt ons bijzonder. Zowel in ons werk als privé zijn wij betrokken bij afvalbeheer in de zee of aan de kust. FFact draagt graag bij aan initiatieven waarmee het probleem van de plastic soep kan worden aangepakt.



Afval hoort absoluut niet thuis in de Noordzee en in de oceanen en daarom gaan wij voor een totale stop van alle afvalstromen naar zee. Aanpak bij de bron is voor Stichting De Noordzee het leidende principe, ondersteund door educatie en bewustwordingscampagnes.

Alle bronnen van afval in de Noordzee stoppen is zeer complex en vraagt een actieve lange termijn aanpak van veel verschillende partijen. Stichting De Noordzee heeft als doel gesteld dat het afvalprobleem in zee binnen één generatie (2035) opgelost dient te zijn. In 2020 moet de hoeveelheid afval minstens met 50% afgenomen zijn. Om dit doel te bereiken werken wij samen met andere partijen - zoals de Plastic Soup Foundation - aan een schone en gezonde zee.



T-Xchange is sinds 2009 betrokken bij de problematiek van de Plastic Soep. Eén van de aspecten is het plastic afval in en rond rivieren in grote steden over de hele wereld: afval dat zich uiteindelijk bij de steeds groter wordende plastic soep in de oceanen zal voegen. Sommige rivieren zijn zelfs nauwelijks meer te herkennen als rivier en zijn veranderd in stromen van stinkend afval. Social Serious Gaming kan ingezet worden om de lokale bevolking te mobiliseren om wat aan deze plastic vervuiling te doen.

T-Xchange draagt graag bij aan een oplossing voor dit complexe, wereldwijde probleem. Een van aspecten die het vinden van een oplossing voor dit probleem zo moeilijk maken, is het feit dat er geen duidelijk aanwijsbare probleemeigenaar is. T-Xchange is gespecialiseerd in de toepassing van Serious Gaming voor complexe, multi-stakeholder problemen. Door vertegenwoordigers van alle betrokken partijen samen en met behulp van een Serious Game naar een oplossing toe te laten werken, kom je sneller tot betere resultaten.

T-Xchange draagt bij aan een oplossing voor dit globale probleem door deze Serious Games te faciliteren.

Administratieve ondersteuning en coördinatie. Samenwerken is cruciaal maar gaat niet vanzelf. Dankzij de in 2011 gratis professionele ondersteuning van AKIOM kon de PSF haar doelstellingen mede realiseren.





Natural Plastics sponsort de Plastic Soup Foundation omdat wij weten dat conventionele plastics zoals bijvoorbeeld PVC, PET en ABS in onze zeeën, meren en al het oppervlaktewater een veel groter gevaar zijn voor ons milieu dan men denkt.

Plastics van deze herkomst en oorsprong zijn geëvolueerd door de vaak meer dan 150.000 additieven welke toxisch behoren tot het nieuwe asbest van de aarde. Helaas is er op onze wereld bijna geen plek meer te vinden waar plastics het natuurlijk evenwicht niet verstoren en geen negatieve invloed hebben op mens, plant en dier. Het is ongelooflijk dat plastics zo onbewust gebruikt worden en dat de gevolgen hiervan nog steeds niet onderkend worden. De Plastic Soup Foundation richt zich juist op bewustwording en is op zoek naar mogelijkheden om er echt wat aan te doen.

Natural Plastics produceert zelf enkel en alleen producten welke geen schade aanrichten aan het milieu en zet bioplastics in voor diverse toepassingen. Ons motto is "Our waste, their future" en niet "Our waste, no future". Dit gezien het verbruik van 140 kg plastics per persoon per jaar door inmiddels 7 miljard aardbewoners.

Natural Plastics steunde de PSF in 2011 ook financieel en deed dat samen met



De Baak neemt de lerende mens als uitgangspunt en kiest voor de menskant van het ondernemen. We willen een bijzondere onderneming zijn die anderen en zichzelf door leren verder brengt. Een duurzame aarde vanzelfsprekend moeten zijn, maar is dat (nog) niet.

De Plastic Soup Foundation laat het er niet bij zitten en toont leiderschap en ondernemerschap. De Baak ziet haar rol in de verbinding: van bedrijfsleven, ngo's en overheden om samen tot duurzame innovaties, nieuw ondernemerschap en leiderschap te komen.

Wij faciliteren, co-creëren en ondersteunen duurzame initiatieven. Duurzaam ondernemen doe je immers samen. Wij dragen van harte en vol overtuiging bij aan het werk van de Plastic Soup Foundation. Omdat het beter moet en omdat het beter kan.



Contributing to Nature and Society

"...compassion for fellow human beings and care for the planet..."

D U U R Z A M E P A B O

Plastic soep ligt op het bordje van de toekomstige generatie. Daarom is het nodig om ook kinderen te betrekken bij de plastic soep.

Samen met de Plastic Soup Foundation is een wedstrijd uitgeschreven om kinderen na te laten denken over oplossingen voor plastic soep en afval. En er is lesmateriaal verzameld om op een eenvoudige manier uit te leggen wat plastic soep is.

Duurzame PABO is het netwerk van pabo's en basisscholen die actief bezig zijn met duurzame ontwikkeling in het onderwijs. Sociale betrokkenheid, economische voorspoed, een schoon milieu en ruimte voor de natuur geven invulling aan het concept duurzame ontwikkeling. Duurzame PABO ondersteunt studenten, leerkrachten en docenten die deze taak oppakken.