

Boodschappenkrat voor zeevracht

Het idee van een opvouwbare zeecontainer van kunststof was eigenlijk 'een beetje knip- en plakwerk' van het brein van uitvinder René Giesbers. Zijn vinding kan het transport van zeevracht radicaal veranderen. Door **Elsbeth Stoker**

De opvouwbare groene zeecontainer van de Rotterdamse René Giesbers (48) krijgt bijzonder veel aandacht, zeker voor een product waarvan alleen een prototype bestaat. Waarvan onbekend is of het aan alle eisen voldoet. En waarvan de bedenker eigenlijk verwarmingsinstallateur is.

Ruim een jaar geleden presenteerde Giesbers het prototype van de Cargoshell; een zeecontainer die gemaakt is van composiet (een ijersterke kunststof) en die de geschiedenis in moet gaan als de eerste container met een groen label. Sindsdien is het een gekkenhuis.

Het was een snikhete dag in juni, herinnerd Giesbers zich. Hij stond met zijn hele familie in de cruiserterminal van de Holland-Amerikaalijn, in afwachting van de genodigden. 'Ik wist van tevoren niet hoeveel mensen er zouden komen. Niemand in de Rotterdamse haven kent René Giesbers. Dus ik had de presentatie op mijn verjaardag gepland. Als er niemand zou komen, kon ik in ieder geval met mijn familie alle limonade opdrinken.'

Dat bleek niet nodig. Behalve heel veel mensen, onder wie de havenwacht, de haveninspectie, Bart Kuipers van de Erasmus Universiteit, rukte ook de pers massaal uit. 'Ten verwaringsinstallateur die op zijn eigen houtje de zeecontainer opnieuw uitvindt', zegt de gefascineerde Kuipers. Wat hem betreft is het idee revolutionair.

Het grote voordeel van de container van composiet is, het gewicht. 'Stel: je vervoert 10 duizend containers en de Cargoshell is 400 kilo lichter dan zijn stalen concurrent. Dat scheelt 4 miljoen kilo en een hoop brandstof.' Wat Kuipers betreft heeft de Cargoshell veel marktpotentie. 'Bedrijven die claimen duurzaam te werken, zullen zeker interesse hebben. Of denk aan het Rode Kruis. Je klapt de Cargoshell uit en je hebt een huisje.'

Innovatiever dan Philips

Niet alleen de Nederlandse pers heeft zich voor de uitvinder van een Australisch radioprogramma tot *The Economist*. Ze hebben er allemaal aandacht aan besteed. Daarnaast heeft hij honderden mailings gehad, heeft hij van het Amerikaanse leger. Maar de klap op de vuurpijl kwam in juli 2010. Toen de CNBC-jij van de meest innovatieve Europese bedrijven uitnoemde. Wat bleek: Cargoshell staat op nummer 11. Oftewel, CNBC acht Cargoshell innovatiever dan 23 miljoen andere ondernemers. 'Moet je lachen', zegt Giesbers, terwijl hij de lijst toont. 'Ik laat zelfs Philips achter me. Belachelijk!'

Giesbers zit in het kantoor van Giesbers & Van der Graaf. In een van de kamers zit het hoofdkantoor van Cargoshell. In de ruimte van zo'n 12 vierkante meter staat een bureau, een computer, en een kast met prints met de zeecontainer. Verder niets.

In dit bedrijf, op een industrieterrein in Rotterdam-Noord, begon Giesbers 32 jaar geleden met werken, in dienst van zijn vader. Als 16-jarige cv-installateur. Samen met zijn twee broers en een zus kocht hij zijn vader uit. Inmiddels heeft de familie 150 man in dienst. Kortom, Giesbers weet alles van cv-ketels. Maar niets van zeecontainers en de haven. Hoe komt



Verwarmingsinstallateur René Giesbers, uitvinder van de lichte klapcontainer, tussen 'gewone' stalen containers.

Foto Marcel van den Bergh / de Volkskrant

2040 Waarmee verdient Nederland over dertig jaar zijn geld

het dan toch dat hij furie maakt met zijn opklapbare zeecontainer?

'Ik wil eerst even iets zeggen voor dat ik begin', zegt hij bij aanvang van het interview. 'Als ik het over 'ik' heb, bedoel ik dus 'we'. Ik heb dit niet alleen gedaan en wil niet dat mensen denken: wat een arrogante eikel.'

Het verhaal van Giesbers en zijn zeecontainer begint begin 2008. Op een nacht wordt hij wakker en denkt: 'Een zeecontainer, dat is toch ook eigenlijk een dom ding.' Hij staat op en begint te tekenen. 'Ik tekende zomaar een nieuw concept voor een zeecontainer. Ik zei tegen mezelf: jongen, waarom, bestaat dit nog niet?'

Hoe het komt dat hij zomaar dacht aan een opklapbare zeecontainer van composiet is hem een raadsel. 'Ik denk dat het knip- en plakwerk is van mijn hersenen. De week ervoor hoorde ik toevallig op de radio een item over een fietsbrug van composiet. Dat zou beter zijn voor het milieu, en sterker dan beton. Ik denk dat mijn hoofd dit onbewust heeft gekoppeld met andere informatie.'

De weken na zijn zeecontainer: openbaring werkt hij zijn idee uit. Hij laat 'ballonetjes' op in zijn omgeving. Om te testen dat niemand hem uitlacht. Maar niemand lacht. Sterker nog, velen zeggen: goed idee. Zijn

broers en zus stemmen zelfs in om het project te financieren.

Daarna zoekt Giesbers mensen die wel kennis hebben van zeecontainers, composiet en de havenwereld. Samen met hen wil hij zijn idee uitwerken tot een prototype. Zijn doel: een container die door één persoon in 30 seconden uitgeklapt kan worden. Hij moet lichter zijn dan de huidige containers van staal, hij mag niet uit losse onderdelen bestaan en het moet onderhoudsvriendelijk zijn.

In april 2009 is het prototype klaar. 'Het was precies zoals ik die nacht had bedacht', zegt Giesbers tevreden. Van marketeers krijgt hij het advies eerst een productielijn op te zetten en een keurmerk voor zijn container te halen. 'Je wilt immers zeker weten dat hij heel blijft als hij met windkracht ne-

gen uit de kraan valt. Maar Giesbers (die al meer dan 100 duizend euro in het project heeft gestopt) heeft 'zoiets van: dat slaan we even over'. Hij wil weten of er überhaupt interesse is. Dus organiseert hij in juni 2009 het feestje in de cruiserterminal.

Rode loper

Als hij nu een product zou hebben, zou de verkoopteller op duizenden containers staan, zegt hij. Maar zover is het nog niet. Begin 2011 hoopt Giesbers zijn zeecontainer gecertificeerd te hebben, zodat zeker is dat hij aan alle veiligheidsnormen voldoet. Daarnaast is hij met 'Brussel' in overleg om een groen label te ontwikkelen.

Het enige wat dan nog rest is het vinden van partijen die het ding gaan maken en investeerders voor de fi-

nananciering. 'Er hebben zich allerlei partijen gemeld', zegt Giesbers, die weigert namen te noemen. Wat hij wel kwijt wil, is dat hij dit het liefst met Nederlandse partners wil doen zodat de Cargoshell een product wordt waar 'de BV Nederland in 2040 trots op is'. Maar of dat gaat lukken? 'Dat wil ik nog wel even kwijt', zegt Giesbers, die voor het eerst in het gesprek gefrustreerd klinkt. 'Men roept in Nederland dat de rode loper wordt uitgelegd voor innovatie. Maar ik heb geen rode loper gezien. Ik heb aandacht gekregen vanuit de hele wereld. Maar niemand uit den Haag benadert me met de vraag: meneer Giesbers, waar kunnen we u bij helpen?'

Deel 22 uit een serie over de toekomst van de Nederlandse economie.

Kunststof klapcontainer is 400 kilo lichter

Denk bij de nieuwe container van Cargoshell aan een boodschappenkratje, zegt Giesbers. Zijn zeecontainer wordt bij een formaat van 20 voet waarschijnlijk 1.800 kilo zwaar. Dat is 400 kilo lichter dan zijn stalen concurrent, zegt Giesbers. Doordat de container lichter is, scheelt het energie voor de vrachtwagens, de boten en de kranen die de container uit het schip tillen. Daarnaast vergt de container minder ruimte. 'Er is onvoldoende ruimte voor alle leegstaande containers in Rotterdam. Dus worden ze naar opslagplaatsen elders in het land gebracht', aldus Giesbers. De Cargoshell neemt, als hij uitgeklapt is, een kwart van de ruimte in beslag.



De container wordt uitgeklapt.