



EZ ÓRIÁSI NYERESÉG A CÉGEKNEK. BY THE WAY, NINCS SZEMÉLT

KINYÚLT PULÓVER, KOPOTT FARMER, FESZTIVÁLKARKÖTŐK ÉS KOSZOS IPHONE. TOM SZAKY LÁTSZÓLAG EGY TÚLKOROS BUDAPESTI EGYETEMISTA, PEDIG TÖBB MILLIÓ DOLLÁROS STARTUPOK ALAPÍTÓJA ÉS FEJE. A TERRACYCLE ÉS A LOOP NEMCSAK MAGYAR GYÖKEREIK MIATT KÜLÖNLEGESEK. BÁR A KAPITALIZMUS AZ ELSŐ, NEMES CÉLÉRT KÜZDENEK: MEG AKARJÁK SZÜNTETNI A SZEMETET.

ÍRTA: LAZA BÁLINT ÉS SMEJKÁL PÉTER
FOTÓK: UMBRELLA KREATÍV MŰHELY



Ugy tűnt, itt a vége. Tom Szaky Ohióban rekedt. Fáradt volt, és ideges. Már az is tízórányi vezetésbe telt, hogy New Yorkból ide jusson, a rossz időjárás miatt törölték a járatát. Arkansasba szeretett volna eljutni, a világ legnagyobb árbevételű cége, a Walmart központjába. Csakhogy a beszállókártyákat ellenőrző stewardess rámutatott a jegyre firkantott négy A betűre, jelezve, hogy a szokatlanul hirtelen jegyvásárlás - és minden bizonnyal az izzadt, ziháló Tom - miatt szükség van egy újabb biztonsági ellenőrzésre, különben nem szállhat fel a gépre. Hajnali hat óra volt, Szakyt nyolcra várták a Walmartnál, az út mindössze fél óra, a biztonsági őrök viszont aludtak.

„Elmeséltem a stewardessnek az egészet. Mutattam, hogy itt a kezemben egy adag gilisztaszar, ezen múlik a cégem jövője. Kértem, ne itt legyen vége mindennek” - meséli Tom Szaky, a TerraCycle nevű szemétfeldolgozó alapítója, immár Budapesten, magyarul, nekünk. Végül időben átjutott a biztonsági ellenőrzésen, és innentől fokozatosan multiméterűvé hizlalta a céget. „Szia, hogy vagy?” - köszön, mélyen a szemedbe néz, mosolyog. Az első perctől az utolsóig magyarul - néha angol szavakkal megtoldva - beszélget, kérdéseket tesz fel, prezentál, előad. Mindezt úgy, hogy bevallása szerint csak akkor gyakorolja a nyelvet, amikor Magyarországra látogat.

HELLÓ, TOM VAGYOK... HELLÓ, TOM VAGYOK...

Tom kisgyerek korában hagyta el Magyarországot, még a 80-as években. Orvos szülei először Németországba, azután Hollandiába, majd Belgiumba és végül Kanadába vitték. Itt kezdett vál-

lalkozni 1996-ban, mindössze 14 évesen. Első cégét, a Flyte Design iskolai barátaival alapította, weblaptervezéssel foglalkoztak. Nem sokkal később már öt számjegyű bevételt termelt, olyan megrendelővel, mint a kanadai Roots ruhamárka. Persze, a siker nem tartott örökké: kidurrant a dotkomlufi, Tom szülei pedig szerették volna, ha fiuk egyetemre megy. Így is lett: beiratkozott a Princetonra üzletet tanulni.

„Elmentem az egyetemre, első nap, első óra, bevezetés a közgazdaságtanba, jön a híres professzor, Daniel Kahneman. Volt ott négyszáz gyerek, kérdezte a néptől, hogy mi a lényege az üzletnek. Haszon a tulajnak, azért létezik a cég. Ez volt a válasz. Profit to stakeholders - kiáltja Tom, hogy szinte bele-rezeg a diktafon. - Nekem nagy problémám volt ezzel. Nézzük mondjuk a Wallmartot. Van kétféle alkalmazottjuk. Ők miért dolgoznak ott? Azért, hogy legyen haszon a tulajnak? Nem. Aki a boltból veszi a terméket, miért veszi? Biztos, hogy nem ezért. De akkor miért így tanítják?”

Bár Tom élvezte az egyetemet, voltak kedvenc tárgyai, tanárai, a kőkemény üzleti filozófia nem volt inyére - szerinte az

üzlet lényege a változás, ami „lehet gonosz vagy nem gonosz”, ezzel azonban nem foglalkozunk eleget. Mondjuk az egyetemen ő sem ezen agyalt: a haverjai füvet akartak termesztetni a koleszban, és a minőségi táptalajhoz gilisztákat tenyésztettek, ételmaradékkal etették őket. Az állati ürülék és az ételmaradékok keverékéből nyert komposztanyagot, afféle folyékony trágyát, műanyag flakonokban tárolták. Időközben kiderült, hogy a giliszták trágyázta föld nemcsak a fűhöz jó, hanem minden növényhez - és hatékonyabb, mint a mesterséges trágyák.

Tomnak ismét megjött a kedve a vállalkozáshoz, 2001-ben a gilisztabizniszhez alapította meg a TerraCycle-t, ami mára hatalmas újrahasznosítási biznisszé hízott. Az indulás viszont nem volt könnyű. Az egy dolog, hogy a folyékony trágya finoman szólva sem szexi termék, fontosabb, hogy nagy cégeken át kell értékesíteni, hogy eljusson a végfelhasználókhoz. Olyan partnerek kellene, mint mondjuk a már emlegetett Walmart.

„Nehéz volt a tárgyalásig eljutni. Megkaptam a nevét a vevőnek, írtam neki e-mailt, hívtam is, de nem vette fel. Mindennap kétszer, háromszor, négyszer hívtuk, mindig más telefonszámokról, hogy ne lássa kétszer ugyanazt a számot. Negyven napig ez ment, és a negyvenegyedikén felvette: »Who the fuck are you, keep calling us?«” - vagyis: ki a fasz vagy te, hogy állandóan hívogatsz minket?

„Megérte - vágta rá Tom telefonon. - Adj fél órát, és megmondom, miért teszek ebbe ennyi energiát, és miért akarom, hogy te vedd ezt meg.” A walmartos megadta magát: gyere, kapsz fél órát, akkor legalább nem hívogatsz többé. Az ohiói reptéri nehézségeket leszámítva a projekt innen már sínen volt. „Megmutattam az egészet a vevőnek, elmondtam, hogy miért jó a termék. És ez volt a hatalmas pillanat: Tessék, itt van! Rátette a polcra a flakonos trágyát, az hozta a bevételt, és bumm.”

„**Tessék, itt van!
Rátette a polcra
a flakonos trágyát,
az hozta a bevételt,
és bumm.**”

Az ígéretes kezdetek viszont alapvetően rossz üzleti modellen alapultak. Az megint egy dolog, hogy a princetoni szoba (majd egy telek) tele volt bűzölgő trágyával megtömött műanyag flakonokkal, iszonyú szagot árasztottak a nyári, forró koleszban. De Szaky és társai - jórészt szobatársak, haverok - ezek eladásával hiába kerestek pénzt, mert azt vissza kellett forgatni újabb és újabb flakonok beszerzésébe. „Az egyetem nekem adta az összes kajahulladékot, azt dolgoztuk fel. Az összes pénzemből - és még kicsit többől, mert kértem kölcsön is - építettem egy nagy gilisztaszar-masínát, beletettük a kaját, és kijött a trágya. Húszezer dollár volt.”

Egy idő után elfogyott minden pénzük. Kifigyelték a környékbeli éttermek szeméttisztítási szokásait, és miután a kukák megteltek ételmaradékkal, összegyűjtötték, már ők maguk is azt ették. „Gondolj bele, kijössz a Princetonról, a legjobb egyetem a világon, és a szemétből eszed a kenyeret. Ez ment egy évig.” Amikor már a flakonokra sem telt, villanykörteként villant fel a gondolat:

de jó is lenne, ha nem kellene újabbakat venni, hanem fel lehetne használni őket újra és újra!

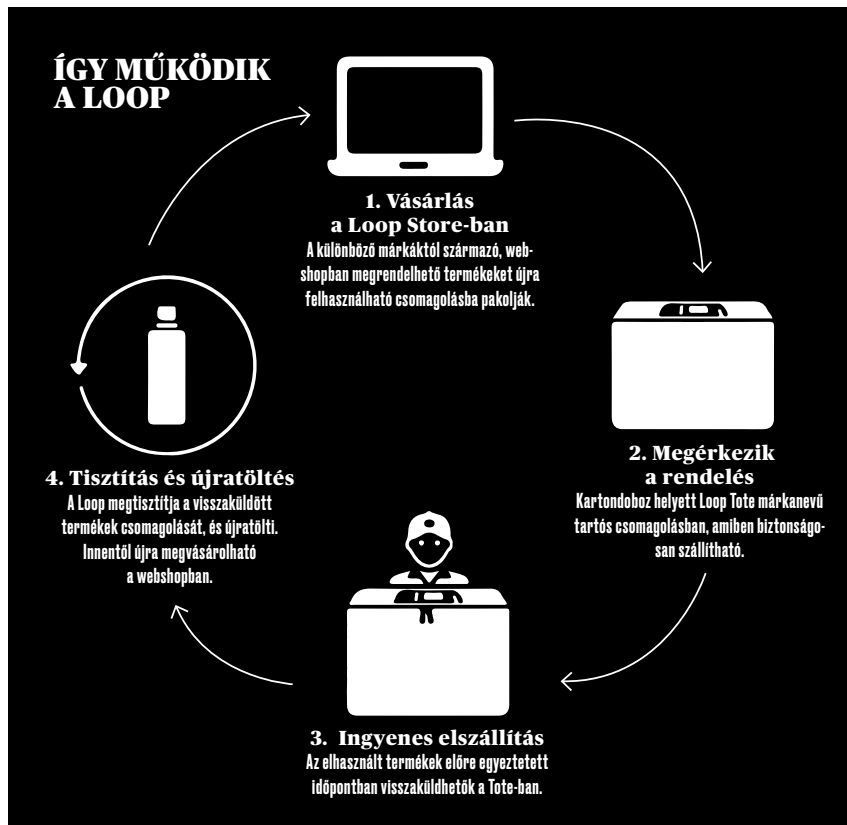
Tulajdonképpen ez adta meg a kezdőlökést a TerraCycle átállásához: a gilisztatrágya tárolásához üdítőgyártó multiktól kértek használt műanyag flakonokat - így már csak a tetejére kellett kupak helyett adagolót szerelni, csökkentek a költségek. Tom nem kisebb cégeket vett rá az együttműködésre, mint a Coca-Cola és a Pepsi. Használt flakonjaikkal 2007-ben 3,3 millió dollárt keresett a TerraCycle, idővel pedig elhagyták a gilisztákat, hogy teljesen az újrahasznosításra koncentrálhassanak.

SOKFÉLE SZEMÉT, SOKFÉLE MEGOLDÁS

Tom Szaky alap gondolata az, hogy a szemét civilizációs találmány, a létezését kell megszüntetni. Ha a TerraCycle honlapjáról próbáljuk kideríteni, hogyan fogja ezt a nagyon hangzatos és hasznos célt elérni, sokkal nem jutunk előrébb.

„Rengeteg projekt fut egyszerre, kipróbáljuk, mi jön be” - feleli Daniel Rosen, a TerraCycle jogi részlegért felelős alelnöke. Egyrészt minden vállalatnál meg kell találni azt a megoldást, ami az üzleti modelljükbe is illeszkedik, és valahogy hasznot termel. Másrészt van profiton túli magyarázat is: a szemét sokféle, mindegyik típust máshogy lehet újrahasznosítani, feldolgozni, nincs egyetlen, tökéletes megoldás, ami ráhúzható a pelenkákra ugyanúgy, mint a kóliszivegre.

A rengeteg projektben közös nevező, hogy a szemét csak látszólag haszontalan. Erre a hétköznapi, mindenki által ismert példa az újrahasznosítás, amikor mondjuk az üvegből újra pohár lesz, vagy a műanyagból valamilyen eszköz. De nem ez az egyetlen módszer, vannak vadabb, már működő megoldások is. A P&G-vel például használt pelenkákat gyűjtenek be Hollandiában. A szülők bedobják az erre kijelölt gyűjtőbe, cserébe kedvezményt kapnak a következő Pampers-vásárlásból, mindegy, hogy milyen márkát adtak le. De a Terránál a pelenkában lévő széklet is fontos orvosi diagnosztikai alapanyag, új projektje még ezt is megpróbálja újra használni. Ezt az elszántságot látva nem meglepő az sem, hogy négyszer kerültek csőd-közelbe, igaz, felvásárolni is többször próbálták őket. Tom egy egymillió dolláros ajánlatot is visszautasított (még az elején, amikor még nagyon kellett volna a pénz), mert hiszi, hogy nem



a profit, hanem a küldetés a lényeg. „Mission first, a pénz csak utána.”

„Abban látom az ő egyediségét, hogy ipari méretekben gondolkodik. Ugyanúgy, mint a legnagyobb fogyasztói márkák. Ehhez skálazza a megoldásait, azokkal a partnerekkel dolgozik, akiknek a legnagyobb hatása lehet. Már bizonyította, hogy felülről lefelé képes építkezni, rendszereket létrehozni. Ez a nagy márkáknak sokkal vonzóbb, mint a lobogó tűz egy világmegváltó szemében. Jó az üzenete, hogy a kapitalizmust a kapitalizmuson keresztül lehet javítani” - mondja Lévai Gábor, aki a Fehér Albatrosz Kft.-n keresztül fenntartható vállalkozásokba fektet pénzt. Szakyval személyesen még nem találkoztak (a cégeiben sincs benne), de már szervezik, hogy leüljenek beszélgetni.

A sok kísérletezés után (a Target üzletlánccal félrement megállapodáson például 4,5 millió dollárt buktak 2008-ban) a TerraCycle modellje most nagyjából így néz ki: Van egy online platform, ami egyrészt önkéntesekkel, másrészt cégek bizonyos termékeinek felhasználóival gyűjti az épp szükséges típusú hulladékot. Ezután ezt partnercégekhez eljuttatva, általuk garantálja az újrahasznosítást. Végül a gyűjtőgető felhasználók a partnercégek üzleti modelljébe illeszkedő dolgokat kapnak, például bizonyos márkáknál kedvezményt a következő vásárlásból. A TerraCycle ma már önállóan nem gyárt semmit, a különböző

gyártókkal talál ki újrahasznosítási, újrafelhasználási megoldásokat, ezeket licenceli.

A cég 2018-ban 31 millió dolláros árbevételűt produkált, 21 országban van jelen. „Már veszünk is cégeket, fogunk venni még egyet 2020-ban” - mondja Tom. Magyarországon is itt vannak, harmincfős budapesti irodájuk felel az összes informatikai fejlesztésért. Az irodát vezető Domokos Béla - vagy ahogy mindenki hívja, Dom - 2018 októberében csatlakozott a céghez, a multik világából jött. A startupok és a nagyvállalatok közötti átmenetnek írja le a Terrát: „Még alapvetően startup jellegű, de szerencsére megfelelő hangsúlyt kap az IT.” Majd arról beszél, hogy bár megjárta pár nagy céget, most érzi először, hogy innét akár nyugdíjba is menne. Addig azonban hátravan még a TerraCycle eddigi legnagyobb dobása, a Loop, aminek informatikai hátterét szintén a magyar iroda fejleszti.

VÉGTELEN, MAJDNEM

A Loop a többi projektétől eltérő modellre épül, külön céget és dolgozókat kapott - ha a vezetők között van is átfedés. Alapötlete nem a szemét újrahasznosítása, hanem a még szemétté sem vált termékek újrafelhasználása. Például az energiatalok most reflexből kukába hajgált dobozait - alapos mosás után - újra meg lehet tölteni.

„A Greenpeace kitett egy listát, hogy melyik tíz cég a legnagyobb műanyagszennyező. Közülük kilenc velünk dolgozik, a tizedik is majdnem itt van. Azért csináltam a Loopot, hogy ne legyen szemét. De nem ezt mondom a partnereknek. Azt mondom nekik, hogy itt egy lehetőség: a fogyasztónak nem kell többet költenie, a termék ezerszer jobb lesz, és a konkurencia sem tud felzárkózni. Ez óriási nyereség a cégeknek. By the way, nincs szemét.”

A Tom által behúzott óriási márkák jellemzően gyártanak valamilyen olyan terméket, amit külön csomagolni kell, a természeti rendszer szerint pedig a csomagolás már az első felhasználás után szemét lesz. Gondoljunk csak egy üdítősfalakra vagy egy fogkrémes tubusra. Szaky ötlete, hogy ezeket a csomagolásokat ne egyszer használatos anyagokból gyártsák, hanem olyanokból, amik többet is bőven kibírnak.

De mi olyan érdekes ebben, amikor a tejes- és sörösüvegeket évtizedek óta újrahasznosítják? „A boltoknak ez nem tetszik, mert több munka az üres palackokkal foglalkozni, mint újakat venni. A Coca-Cola és a Pepsi két év múlva csak műanyagba tölt majd, az újrafelhasználás meg fog szűnni” - magyarázza Tom. Ráadásul minél többször használunk valamit, annál nagyobb eséllyel erodálódik, illetve az is kérdés, pontosan

ÉNIDŐ KLUB

A MEDIWEL TÁMOGATÁSÁVAL

SAJÁT VÁLLALKOZÁSON TÖRÖD A FEJED?

NYISS ÉNIDŐ KLUBOT!

Gyes után nehezen találsz „családbarát” munkahelyet a lakóhelyed közelében? Vállalkoznál, de nem tudod, hogyan fogj hozzá? Szeretnél egy kisebb befektetéssel átlagot meghaladó jövedelemre szert tenni?

A Mediwel támogatást nyújt álmaid megvalósításához!

A kezdeti lépésektől a nyitáig mindenben segítünk:

- ✓ a hivatalos papírmunkában
- ✓ a betanításban
- ✓ a helyiség berendezésében
- ✓ az értékesítésben
- ✓ + teljes körű marketingtámogatást nyújtunk

Az Énidő Klub a feltöltés és a nyugalom szigete azok számára, akik szeretnék az énidőjüket tartalmasan eltölteni. Egy klub, ami közösségi élményt nyújt, közben segít relaxálni, stresszmentesebben élni, testileg és lelkileg feltölteni, leszámolni a plusz kilókkal, megszabadulni gyógyszer és mellékhatások nélkül a fájdalomtól. Városonként és a fővárosban kerületenként egyetlen klub beindítására nyílik lehetőség.* Legyen az az egy a tiéd! Vágj bele!



mediwel
Innovative Health & Beauty

www.mediwel.hu | 1037 Budapest, Vörösvári út 107. +36 20/779 4070

*Vidéken településenként és Budapesten kerületenként 1-1 üzlet nyitása lehetséges, kivétel vidéken a 100 ezer fős lakosság feletti városok, ill. Budapesten a 2,3,4,11,17,18 kerületek, ahol 2 üzlet nyitható.

mennyi terméknek kell a piacon lennie ahhoz, hogy minden felhasználóhoz juthasson belőle egy adott időben.

„A TerraCycle egyértelműen főleg a hulladékra, a megmaradó dolgokra fókuszál, kávézacc, cigarettacsikk, egyszer használatos csomagolóanyagok. A Loop egytel visszalép az életciklusban, és azt nézi, mi az, ami keletkezik, hulladék lesz - mondja Lévai Gábor a két cég modelljéről. - Ezért nyúltak vissza a tejeseberek modelljéhez. Hogyan lehet a csomagolóanyag tartósan használható? Ha sikerül erre struktúrát és logisztikai rendszert létrehozniuk, az lehet a siker kulcsa. Mert az önmagában kevés, hogy visszaváltható az unileveres mosogatószer tartója. Ez akkor lesz jó, ha úgy lehet visszaváltani, hogy egyébként az emberek fogyasztanak.” Tom válasza erre: ha a vevő visszaküldi a csomagolást, a következő vásárláskor kedvezményt kap.

”

Érezzük a nyomást, nagy kihívás ez. Vannak, akik hasonlót már csináltak, de ilyet még soha senki.

”

Persze semmi sem örök, így a Loopnál külön csoport dolgozik azon, hogy megállapítsa, meddig lehet újra és újra kimosni a csomagolásokat. Ezek fémből vannak, és a cég számításai szerint három ciklusnál lesz nullszaldós a doboz - azaz ennyinél már a gyártónak is megéri együtt dolgozni a Looppal ahelyett, hogy újabb és újabb tégléket gyártana. „Ötmél lesz 50 százalékkal jobb, és tizenegynél 75 százalékkal jobb az eredmény. Ezután nem emelkedik tovább, mert a mosás ugye pénzbe kerül.” Ha eltörik, akkor is újra lehet persze építeni a dobozokat, szóval tulajdonképpen a Loop rátermetségén múlik, mennyire lesz sikeres a formátum.

A tisztítást három gyárban végzik, Londonban, Párizsban és New Yorkban. Ezek két épületből állnak: az egyik egy raktár, a másik a tisztító rendszernek ad helyet. A gépek félmillió euróba kerültek (három van, szóval 1,5 millió euróval számolhatunk). Jövőre nagyobb üzemek épülnek, ez további hétmillió euróba ke-

rül majd. „2020-ban nyitjuk Németországot, Japánt, Kanadát, Kaliforniát” - mondja Tom, aki épp befektetőket keres a projekthez.

A befektetők pedig jönnek. „Ma már felveszik nekem a telefont.” A Suez nevű szennyvízfeldolgozó vállalat először az európai TerraCycle Europe leányvállalat 30 százalékat vette meg, majd rögtön a Loopban is szerzett négy százalékot, még mielőtt elindult volna. A cégek és a különböző országokban levő vállalataik tulajdonosi és befektetői szerkezete egyébként változatos és összetett, a kontinensek között is vannak eltérések. És akkor a partnereket még nem említettük, pedig többek közt a Procter & Gamble, a Pepsi, az Unilever és a Nestlé-féle Häagen-Dazs is beszállt. A szolgáltatás május 14-én elindult Párizsban, 21-én Amerikában.

„Három fázis van. Az első, hogy a Loop Store-on át vásárolhatják meg a partnerek termékeit a vásárlók. A második, hogy a partnerek webshopjai beszívják a Loop csomagolását. A harmadik, hogy az áruházak polcain is megjelennek a Loop-dobozok” - magyarázza Dom. A második fázist még idén ősszel, a harmadikat jövőre érné el a Loop. „Érezzük a nyomást, nagy kihívás ez. Vannak, akik hasonlót már csináltak, de ilyet még soha senki.”

FRIENDS FIRST

A Loop a TerraCycle következő evolúciós lépcsőfoka, ami, ha beválik, maga alá gyúri a Szakyból dollármilliomost faragó TerraCycle-t - még ha évekbe is telik majd. Ez azonban nem zavarja. „Nekem már van elég pénzem” - mondja. Bevallása szerint csak két nadrágot tart, hobbija a hajózás, házat pedig egy erdővel borított birtokra építtette, jórészt hulladék felhasználásával.

„Úgy találkoztunk, hogy olvasott rólam a neten, aztán bejött a galériámba” - meséli Sinkovics Ede festőművész, Tom Szaky egyik barátja, akivel nem sokkal az interjú előtt is találkoztak. „Ketten jöttek egy munkatársával, ő topmenedzsernek volt öltözve, Tom Szaky meg Tom Szakynak. Én meg az európai



előítéleteim miatt rögtön az öltönyöshöz kezdem beszélni, mire rámutatott Tomra, hogy ő a főnök.” Ede azóta többször is járt Szakynál, aki megszervezte a művész első amerikai kiállítását is, ingyen. Szaky maga is gyűjti a magyar alkotók munkáit, és Edétől sem áll távol a hulladék művészi felhasználása, Szakynak többek között cigarettacsikkokból készített egy Lincoln-portrét.

De nem csak ez számít. „Olyan művészeket keresek, akik pozitívak, optimisták” - mondja Tom, aki nemcsak azért szereti, ha a pohár inkább félig tele van, mert jobban érzi tőle magát, hanem szerinte az üzletnek is jót tesz. „Minden startup ilyen, optimista kell legyen.” Ehhez persze némi ravaszság sem árt. „Egyszer azt mondtam neki, hogy Tom Sawyer jut róla az eszembe, félig viccesen, de félig komolyan. Le-

festeti a barátaival a kerítést, és még fizetnek is neki érte” - mondja Sinkovics Ede, aki szintén őszinte, közvetlen, és persze optimista embernek írja le barátját.

„A barátság az első, az üzlet másodlagos” - magyarázza Daniel, hogyan áll Szaky a barátsággal és üzlet kapcsolatához. Ő már csak tudja, 12

éves kora óta ismeri Tomot, és nehéz nem észrevenni a rokonságot a „mission first” gondolatmenettel. „Ha az irodában mondom, hogy most a barátira van szükségem, úgy is rendelkezésre áll” - mondja Daniel, bár azt alátámasztja, hogy Tom az üzletben rámenős. „Komoly céljai vannak. Ahhoz, hogy elérje őket, erős vezetőnek kell lennie, és nyomás alatt kell tartania a többieket, hogy olyan dolgokat is elvégezzenek, amikről nem is hitték, hogy meg tudják csinálni.” ☺

ZWB

A TerraCycle Zero Waste Boxes gyűjtőnév alatt futtat sok projektet, itt különböző márkák hulladékait gyűjtik be és hasznosítják újra. Például:

MÁRKA	HULLADÉK
Morgan Stanley	műanyag csomagolás
Dolce Gusto	kávékapszulák
Salesforce	névtáblák és nyakpántok
Sodexo	kávékapszulák
Subaru of America	cukorkák és falatkák csomagolóanyagai, kávékapszulák