

Luke de Ruijter werkt al bijna dertien jaar bij Schellevis Beton.

‘We zijn volop bezig met het recyclen van oude bestrating’

Schellevis richt focus op duurzaamheid en internationalisering



‘Met een historie van 85 jaar zijn we al op leeftijd, maar in ambitie en dadendrang zijn we jong en innovatief.’ Zo omschrijft Schellevis Beton, een betoncentrale uit Dussen (Noord-Brabant), het eigen bedrijf dat zich voor de komende jaren wil concentreren op internationalisering en duurzaamheid. ‘Op zoek naar een duurzamer aanbod en werkwijze zijn we onder andere bezig met recycling van oude bestrating en een milieuvriendelijke vervanger voor cement. We willen stroom afnemen van een zonnepark dat vlak naast ons bedrijf komt te staan,’ vertelt productiemanager Luke de Ruijter. Schellevis Beton is behalve in Nederland ook actief in Duitsland, Engeland, België en Scandinavië en wil zijn afzet in die landen verder uitbreiden.

Auteur: Rosanne de Boer

‘In het kader van duurzaamheid doen we momenteel een proef waarbij we onze klanten stimuleren hun oude bestrating in te leveren. We doen dit voorzichtig, zodat er geen afbreuk aan de kwaliteit wordt gedaan. Van deze bestrating kunnen we hoogwaardig granulaat maken. Dit halffabricaat in korrelvorm kunnen we daarna toepassen in onze producten,’ vertelt productiemanager Luke de Ruijter van Schellevis Beton. ‘Miskleunen uit het productieproces brengen we naar een recyclingbedrijf waar we al jaren een relatie mee hebben. Beton is honderd procent recyclebaar.’ Na een slok water vervolgt hij: ‘We zijn druk bezig met het inzetten van gerecycled materiaal. Zo hebben we door een van onze grondstoffenleveranciers een eigen granulaat laten maken. Zo kunnen we op dit moment al minimaal 50 procent van ons primaire grind vervangen door secundair materiaal. Dit is materiaal dat uit recycling is verkregen. In de nabije toekomst willen we verdere stappen zetten. We werken aan de inzet van meer secundair materiaal om het milieu minder te belasten.’

Milieuvriendelijk alternatief

Dat de productie van cement voor veel CO₂-uitstoot zorgt, beseft De Ruijter. ‘De boeren wordt nu verteld dat zij wat moeten doen aan hun stikstofuitstoot. Wij vinden dat wij daar ook iets mee moeten en kijken naar vermindering van de CO₂-uitstoot bij het maken van cement.’ Hij legt uit dat Schellevis Beton al jaren naar een milieuvriendelijker alternatief zoekt. ‘Als dat product morgen wordt gevonden, gaan we het meteen op duurzaamheid testen en zijn we bereid daarvoor te gaan als het winstgevend is. Na 28 dagen kun je de druksterkte testen. Dan weet je nog niet wat het weer doet met het product. Om dat te zien, is meer tijd nodig. We testen na 35 dagen de buig- en treksterkte.’ Het vergt geduld, maar De Ruijter vindt het van groot belang dat er naar alternatieven gezocht wordt. ‘Ongeveer 5 procent van de CO₂ die wereldwijd in de atmosfeer terecht komt door toedoen van de mens, is afkomstig van de cementindustrie. In Nederland is dat overigens niet meer dan 1 procent en daarmee is Nederland wereldwijd koploper met het verlagen van de CO₂-footprint van cement,’ zegt Edwin Vermeulen, woordvoerder van Betonhuis, de branchevereniging van de cement- en betonindustrie.

Gas

Naast stikstof is gas tegenwoordig een vaak



‘Beton is honderd procent recyclebaar,’ aldus productiemanager Luke de Ruijter van Schellevis Beton

besproken onderwerp. Schellevis Beton is blij dat het geen gas gebruikt om zijn producten uit te harden. ‘Ons product hardt zichzelf uit. Dat bespaart ons een hoop energie. We gebruiken in het productieproces wel elektriciteit. Binnen een aantal jaar kunnen we onze stroom voor 100 procent uit een zonnepark krijgen dat naast ons bedrijf komt te staan.’ Hoe verloopt het productieproces? ‘Schellevis maakt een mengsel van zand en grind en voegt er cement en water aan toe. Het mengsel wordt in een mal gegoten, direct ontkist en in een droogtrommel geplaatst. De tegel die eruit komt, kan na 24 uur op een pallet gestapeld worden om de voorraad in te gaan.’

Internationalisering

Schellevis Beton stond in mei op de Chelsea Flower Show in Engeland. ‘Architect Kate Gould ontwikkelde er een tuin met tegels van ons. Deze tuin met staptetegels kreeg de prijs voor de Best Sanctuary Garden en Best Construction Award, maar ook een gouden medaille voor het gehele ontwerp.’ De betoncentrale heeft eerder een prijs gewonnen op de Chelsea Flower Show. Het bedrijf is al enige tijd actief in



Engeland, wil daar verder uitbreiden en hoopt dat deze prijzen meer deuren openen. Op de GaLabau Messe in Neurenberg (Duitsland) in september was Schellevis Beton ook aanwezig. 'We lieten daar onze trapeziumtegels zien die 120 centimeter lang is, 8 centimeter dik en aan de ene kant 30 en andere kant 60 centimeter breed. In Duitsland zijn we al zeker tien jaar actief en bezig met verdere uitbreiding. Het hele pakket dat we in Nederland aanbieden, willen we ook daar verkopen via geselecteerde dealers.' In België, in Kruisem (ten zuiden van Gent), zijn materialen van Schellevis te zien bij

'Op de Chelsea Flower Show ontvingen de tuinen met onze tegels meerdere prijzen,' vertelt Luke de Ruijter



De vervaardigde producten worden op een pallet geplaatst voor de laatste controle voordat ze verpakt worden.

NOA Outdoor Living, een beleevingspark waar allerlei nieuwe producten te bekijken zijn op afspraak. 'In Scandinavië is Schellevis sinds zes jaar actief en begint de samenwerking meer vorm te krijgen. Een belangrijke uitdaging is de afstand. Je wilt dat je product wel aankomt zoals je het vanuit Nederland hebt verstuurd. Je wilt niet zomaar even langs en hebt minder zicht op de gang van zaken.'

Groei

De Ruijter kwam als vijftienjarige zaterdaghulp bij Schellevis. Hij werkt er nu ruim 12,5 jaar. 'Ik heb een opleiding mechatronica gedaan en bedrijfskunde gestudeerd. Toen er een functie vrijkwam, heb ik gesolliciteerd en ik mag mezelf productiemanager noemen. Bij Schellevis werken ongeveer 55 mensen van wie 35 in de productie.'

In coronatijd groeide de vraag naar Schellevis' producten sterk. 'Mensen gingen minder op vakantie en waren meer in hun tuin. Zij wilden dat deze er mooi uitzag en besteedden geld aan een tuinarchitect die onze producten aanraadde. Onze tegels zijn niet in een bouwmarkt te koop, maar alleen via onze dealers en via internet. Veel architecten zetten onze naam in hun offertes. Zo leren onze klanten onze producten kennen. Of ze zien onze tegels bij een buurman en vinden ons op het web. Veel klanten horen via mond-tot-mondreclame over ons of via hun architect.'

De betoncentrale staat 5 en 6 oktober op de Vakbeurs Openbare Ruimte in de Jaarbeurs in Utrecht. 'Hier laten we de bezoekers kennis maken met onze nieuwe waterpasserende producten en de eco-tegel die we al langer in ons assortiment hebben.' De open structuur van deze zeskantige tegel zorgt ervoor dat het hemelwater de bodem infiltreert en niet het riool in loopt. De tegel is gemaakt van gerecycled grind uit sloopmateriaal (betongranulaat).'

Kernwaarden

'Onze kernwaarden zijn meesterschap, authenticiteit, ambitie en toewijding.' Bij meesterschap denkt Schellevis aan het beheersen van het proces in het algemeen. 'We streven er ook naar onszelf steeds te verbeteren, productietechnisch gezien, maar ook in het advies dat we voor en tijdens de aankoop van onze producten geven. We willen kwaliteit bieden. Authenticiteit betekent voor ons dat we een echt en eerlijk product willen maken. Bij ambitie gaat het



Productiemanager Luke de Ruijter houdt het proces op de werkvloer in de gaten.

om de groei die we beogen, niet alleen in Nederland, maar ook in de landen om ons heen. Onze ambitie is de wensen van onze klant te volgen die misschien een tegel met bijzondere vorm wil, zoals de trapeziumtegels of waterpasserende bestrating. Toewijding betekent voor ons: betrokken zijn bij de wensen van de klant. We willen ervoor zorgen dat er iets moois gecreëerd kan worden met onze producten.' Op de website van Schellevis staat: 'In onze ogen bestaat voor ieder idee een mal. Zo helpen we graag om vorm en inhoud te geven aan creatieve ontwerpen.'

Schellevis heeft een nieuw logo. Het beeldmerk is geïnspireerd op de natuur. De gestapelde tegels in het logo lopen uit naar een blad. De Ruijter legt uit: 'Zo illustreren we de verbinding tussen ons product en de natuurlijke buitenruimte. De kleur oranje staat symbool voor onze Nederlandse afkomst.'

