



Anton Koelma

📍 **'Je kunt nu met alle steensoorten plankgas geven'**  
- Anton Koelma

## LAGERE BOUWPLAATSKOSTEN EN JUISTE KWALITEIT BEPALEN KEUZES

Daar waar de bouwwereld voor een transitie staat van projectgericht bedrijf naar dienstverlenende organisatie, heeft Remix Droge Mortel BV, leverancier en producent van Remix en Sakrete mortels, zich in het afgelopen decennium al naar een klantgerichte organisatie ontwikkeld. Remix heeft zijn mortels kunnen innoveren naar kwalitatieve producten die problemen op de bouwplaats helpen oplossen: geen witte sluiers meer op gevels en het gewenste metselproductieniveau. Het noordelijk bedrijf is hierdoor uitgegroeid tot marktleider in Nederland. Op marktontwikkelingen als renovatie, duurzaam bouwen en verlaging van bouwplaatskosten wordt nuchter en met innovatieve producten ingespeeld. Voor elke klant wordt even hard gelopen. Wat zijn dan die succesfactoren van groei, die ook in de huidige marktsituatie opgaan, die ook nog eens 'crisisproof' zijn?

'Wij zorgen voor lagere bouwplaatskosten en bieden de juiste kwaliteit', leggen directeur Anton Koelma en marketeer ing. Jan Jousma uit. 'Niet de inkoopprijs maar juist de totale kosten op de bouwplaats zijn bepalend voor je kostprijs', licht Koelma toe. De directeur moet dat financiële plaatje vaak uitleggen aan aannemers en metselbedrijven. Dan wordt al snel het rekensommetje duidelijk en wordt de keuze gemaakt voor productiviteit. Door in de afgelopen jaren voortdurend onderzoek te doen onder zijn klanten, heeft Remix een goed beeld gekregen van de factoren die van invloed zijn op de gewenste metselproductie en de kosten. Deze worden niet alleen door het weer bepaald, maar ook door de steensoort en de metselmethode. Daarnaast kwam uit de onderzoeken het probleem van de witte sluiers op de gevels steeds weer naar voren. Met die gegevens als uitgangspunt heeft het bedrijf alle energie ingezet om zijn mortels te innoveren naar producten waarbij deze problemen op de bouwplaats juist worden voorkomen.

### Tevreden klanten

Aan innovatie gaat marktonderzoek vooraf. 'Als je de klant vraagt wat hij wil,' zegt Koelma, 'is het antwoord steevast: de laagste bouwplaatskosten.' Het draait vooral om hoog tempo om het geplande productieniveau te halen. 'En geen vieze muren', onderstreept Koelma nog eens. 'Wij zijn fabrikant van een halffabricaat, wij kunnen mede het metseltempo bepalen en dus de productiviteit.' Jousma: 'We hebben daar onze R&D op ingezet. Dat heeft een groot aantal innovatieve producten opgeleverd, zoals het Remix Mortel-Op-Maat systeem®, dat in de afgelopen zeven jaren ontwikkeld is.' Elke steen heeft een ander absorptievermogen, wat van grote invloed is op de metselproductie. Jousma: 'De metselproductie is ook afhankelijk van het weertype, dus dat is ook meegenomen in ons Mortel-Op-Maat systeem.' Koelma vult aan: 'We hebben onze mortels zo geïnnoveerd dat je nu met alle steensoorten plankgas kan geven. En na het gereedkomen van een

gebouw heb je met onze uitbloeiingsarme mortels niet langer te maken met reinigingskosten voor witte sluiers op de gevels. Ook dat telt mee in de bouwplaatskosten.’ Het levert de aannemer ook nog eens een tevreden opdrachtgever op. ‘Wat is nu fijner dan een tevreden klant?’

### Innovatieprijs voor 4 in 1

Producten moeten worden vermarkt, zeker in crisistijd. ‘We maken nu meer gebruik van onze usp’s dan voorheen’, legt Koelma uit. ‘Wij bedienen elke klant, of deze nu groot of klein is, op dezelfde wijze.’ Strategisch is gekozen voor afzet via bouwmaterialenhandels als Raab Karcher, BouwCenter, CRH en vele anderen. Ook omdat 50% van de markt zakgoed is, dat wordt afgenomen voor de kleinere klussen. ‘Het zijn onze belangrijkste partners.’ En Koelma noemt hen juist partners. ‘De steen is belangrijk, wij leveren een bijproduct, het verbindingsmiddel, dat wel esthetisch van belang is. Wij ondersteunen onze partners door morteladvies te geven bij elke steensoort, ook aan hun klanten.’ In feite heeft iedere bouwplaats zijn eigen mortel, alles is geregistreerd. En er wordt ondersteund om zowel productie als kwaliteit te kunnen leveren. Ook op de opkomende renovatiemarkt is ingespeeld. Hiervoor is een echte renovatiemortel ontwikkeld, de 4 in 1 mortel. Jousma: ‘Het gaat om metselen, stukadoren, tegels in mortel zetten en een cementdekvloertje leggen. En dat met één mortel met verschillende eigenschappen voor elke toepassing’. Voor die 4 in 1 mortel kreeg het bedrijf een innovatieprijs.



### ‘Regendichte PE-verpakking van zakgoed een daverend succes’

- Jan Jousma

### Duurzame PE-verpakking

Een andere innovatie is de regendichte PE-zakgoed verpakking van de mortel. Jousma: ‘De PE-verpakking vervangt de traditionele papieren zakken met geperforeerde plastic inlaag. Die gingen bij slecht weer kapot, waardoor het materiaal vroegtijdig verhardde. Dan moest het worden afgevoerd, hetgeen weer extra kosten meebracht.’ Met de polyethyleen verpakking is ook de levensduur van de mortel verlengd van 12 naar 24 maanden, waardoor het nu voor de aannemer ook interessant is om restanten te bewaren voor hergebruik. Het PE is milieuvriendelijk en kan vijftig maal worden gerecycled en levert dus als restafval weer geld op in plaats van stortingskosten. Jousma: ‘En we hebben er handvatten aan laten zetten om het tillen ergonomischer te maken. Met de zakfabrikant hebben we een ingenieus ontluchtingssysteem ontwikkeld, dat ervoor zorgt dat de zakken stofdicht zijn en bij regen niet inwateren. De mortel blijft hierdoor verser en de zakken blijven flexibel en zijn beter te transporteren en op te slaan. Met daverend succes hebben we een trend gezet in mortelverpakking’.

### Duurzaam bouwen

Een ander innovatief traject was het inzetten op het Dubo-keur voor duurzaam bouwen. Koelma: ‘We



zijn de enige in onze branche.’ Er werd mee begonnen toen het nog in de kinderschoenen stond. Koelma: ‘Je werd een beetje uitgelachen als je je ermee inliet. Het had toen nog een hoog “geitenharensoekengehalte”. Nu hebben we een voorsprong, omdat milieugericht werken een issue is.’ Elke twee jaar wordt het bedrijf onderworpen aan een herkeuring. Remix maakt inmiddels ook gebruik van windenergie. ‘We worden helemaal groen’, vertelt Koelma. Ook het logistieke proces is milieubewuster. De vrachtwagens hebben grotendeels een retourlading. Koelma: ‘Als je dat allemaal bij elkaar optelt, dan zijn we schoner dan de rest in de markt.

We zijn echte pioniers geweest en nu is het serious business.’ Er wordt gekeken naar ontwikkelingen, ook bij andere industrieën met moderne bedrijfsprocessen. Koelma: ‘We volgen het en dan bekijken we of we het kunnen vertalen naar onze markt.’

### Marktleider

Moederbedrijf Agar Holding heeft in het afgelopen decennium veel geïnvesteerd in Remix. Koelma: ‘Onze drijfveer is dat we een

winstgedreven organisatie zijn. We willen continuïteit en dan moet je als bedrijf doorontwikkelen, je moet zorgen voor je klant en als je interessant bent voor je klant krijg je volumeafzet. Daarbij zetten we in op moderne marketing. Wees maar onderscheidend’, benadrukt Koelma. ‘Als leverancier voelen wij ons ook verantwoordelijk voor het eindproduct en de beleving van het gebouw.’ In Noordoost-Nederland was het bedrijf al marktleider en inmiddels ook in de rest van Nederland. Langzaam wordt de markt in West-Europa veroverd. Inmiddels wordt er al geëxporteerd naar Duitsland, België, Denemarken en Noorwegen. Bij de productie wordt daarom in een nieuw drieploegensysteem gewerkt om juist in time te kunnen leveren.

Is het bedrijf nu dan uitontwikkeld? Nee. Zo worden vergrauwingsarme mortels ontwikkeld om vergrauwing van de gevel tegen te gaan, een vergipsingsproces dat vaak pas na een aantal jaren optreedt. 3D-printing wordt ook aandachtig gevolgd. Marktontwikkelingen voltrekken zich langzaam, zijn vaak aan het oog onttrokken. Tot ze er ‘opeens’ zijn. Koelma: ‘We blijven de markt verrassen met nieuwe innovatieve klantgedreven mortels.’



Fotografie: Jan Jousma

Tekst: Henri Hendriks