

# Duurzamere sportveldbelijning dankzij industriële bag-in-box-verpakking

Raf Bogaerts van Expo-Line ziet slimme technologie en innovatie niet als doelen op zich, maar als een voortdurende zoektocht naar efficiëntie, kwaliteit en verantwoordelijkheid. Met de introductie van de industriële bag-in-boxverpakking wil hij een antwoord bieden op de uitdagingen van transport, houdbaarheid en afvalverwerking in de sector. 'Onze taak is om bewustzijn te creëren over duurzaamheid, maar dan op een manier die niet duurder is voor de klant,' zegt Bogaerts. 'Dat is pas écht innovatie.'

Auteur: Karlijn Raats

Wie terugblik op de geschiedenis van Expo-Line, ziet een constante lijn van vernieuwing. Al in 2002, ruim voordat 'sustainability' een buzzwoord werd, bracht het bedrijf tankunits van 500 liter op de markt, destijds een circulaire oplossing avant la lettre. 'We zagen destijds al in dat grootverpakkingen niet alleen praktisch waren, maar ook milieuwinst konden opleveren,' vertelt Bogaerts. 'Maar door de klimaatverandering en de stijgende transportkosten hebben die systemen hun beperkingen laten zien. De hogere temperaturen zorgden voor condensvorming in de tanks, waardoor verf sneller verouderde en we eigenlijk achter de feiten aanliepen.' De veranderingen in de transportsector sinds covid deden daar nog een schep bovenop. 'Dedicated transport', vergelijkbaar met het vervoer van stookolie dat enkel gebeurt met als doel het bijtanken van stookolie, werd extreem duur. 'We waren bijna verplicht om weer terug over te schakelen naar levering in jerrycans,' legt hij uit. 'Dat was eigenlijk tegen onze principes, maar economisch niet



In het OHL-stadion (van Leicester City-eigenaar King Power) zet Luke Russell, Pro League Groundsman of the Year 2024, de lijnen met de E-Marker en Performance-verf. Hij is zo lyrisch over de kwaliteit en het duurzame productverbruik, dat hij er een paar keer over heeft bericht op zijn persoonlijke socialemedia-account

anders haalbaar.'

Na het stopzetten van het tanksysteem vroegen velen zich af welke richting Expo-Line zou inslaan en of de aandacht daarbij al dan niet naar andere landen zou verschuiven. Bogaerts maakt korte metten met die gedachte. 'Dat is echt een misverstand,' zegt hij. 'We hebben ons niet teruggetrokken uit onze thuismarkten. Integendeel, we zijn al die tijd volop bezig geweest om een duurzame, haalbare en toekomstgerichte oplossing te vinden voor onze kernmarkten in België en Nederland. Onze klanten daar zijn enorm trouw en voor ons van onschatbare waarde. Voor hen wilden we de juiste innovaties, niet de snelste.'

## Performance-verf

Het ontwikkelen van die nieuwe oplossing kostte tijd, want de uitdaging was groot en

tweeledig. De economische realiteit dwong Expo-Line om enerzijds naar de verpakking, anderzijds naar het productgebruik te kijken. Waar vroeger 10 tot 15 liter verf per veld nodig was, wist het bedrijf dat terug te brengen tot een hoeveelheid van slechts 3 tot 5 liter. 'Daaruit is onze Performance-verf ontstaan,' zegt Bogaerts. 'We wilden niet méér verf verkopen, maar minder. Want minder verbruik betekent ook minder transport, minder CO<sub>2</sub> en minder kosten. Ook bezinkt deze verf niet, verbruikt hij weinig en is hij compatibel met verschillende types belijningsmachines: zowel de handbediende toestellen als machines die werken met 12V-accu's en vernevelpompen, dus geschikt voor kleinere en grotere clubs tot semiautomatische of robotgestuurde systemen. Die stap in duurzaam productgebruik hebben we met de Performance-verf effectief gezet:

steeds meer klanten schakelen over op onze Performance-verf en onze belijningsmachine E-Marker, waarmee al meer dan tweehonderd clubs werken.'

### Bag-in-boxoplossing

Voor wat betreft de vernieuwde verpakking kwam er onlangs witte rook uit de schoorsteen. 'De industriële bag-in-boxoplossing,' verklaart Bogaerts. De industriële bag-in-boxoplossing staat gepland voor introductie in 2026 voor de Performance-verf. Anders dan de bekende wijnverpakking van zak in kartonnen doos, bestaat deze variant uit een stevige industriële container van 250, 500 of 1000 liter met een luchtdichte plastic liner. 'Het product komt niet in contact met lucht of licht en behoudt daardoor veel langer zijn kwaliteit,' legt Bogaerts uit. 'De klant kan de container vacuüm trekken, waardoor het product niet bezinkt en de houd-



Raf Bogaerts



De bag-in-boxoplossing voor de Performance-verf van Expo-Line

baarheid tot wel twee jaar stijgt. We verlagen transportkosten, verhogen de kwaliteit en maken het systeem economisch interessanter.' Voor Bogaerts is innovatie overigens geen kwestie van futuristische robots, maar van doordacht vakmanschap. 'Slimme technologie betekent dat je nadenkt over de hele keten: van productie tot belijning,' zegt hij. 'Wij leveren niet enkel verf, maar een totaaloplossing, inclusief de belijningsmachine E-Marker, logistiek en service. We luisteren goed naar onze klanten en nemen signalen serieus. Dat is óók een kwestie van service. Toen clubs zich afvroegen wat ze moesten doen met lege jerrycans na het verdwijnen van de tankunits, zijn we direct gaan werken aan een oplossing, wat heeft geleid tot deze bag-in-box.'

## 'De beste verf is die met het hoogste rendement, de laagste footprint en het minste gedoe'

### Hergebruik, bulk- en logistiek voordeel

De nieuwe verpakking biedt tal van voordelen: bulkproductie en logistieke efficiëntie, geen lege jerrycans meer, langere houdbaarheid en lagere kostprijzen. Ook over retourstromen is nagedacht. Na gebruik kan de eindgebruiker de plastic zak, niet meer dan een dunne liner, uit de box halen. Dit is het enige afval. Lege boxen worden in Nederland, België en Noord-Frankrijk door Expo-Line zelf opgehaald. Bij grotere afstanden verloopt het inzamelen van de boxen via partners in lokale hubs. 'Een stapel van tien platte boxen past op één palletplaats,' vertelt Bogaerts. 'Zo wordt het retourtransport betaalbaar en sluiten we de cirkel. De boxen krijgen daarna een nieuwe liner en vertrekken opnieuw naar de volgende klant.'

### EX Evolution

De volgende stap in Expo-Lines circulaire strategie heet EX Evolution, die Expo-Line al eerder was gestart, maar die door de bag-in-box wordt geüpdatet. Dit concept bundelt de E-Marker-belijningsmachine met zijn gebruikmaking

van opstuurbare boxen in geval van storingen, Performance-verf en de nieuwe bag-in-box-verpakking in een abonnementsformule. 'In EX Evolution zit eigenlijk dertig jaar innovatie samengebracht,' zegt Bogaerts trots. 'Geen aparte aankopen meer, maar één systeem waarin we het verbruik optimaliseren, het transport beheren en de kwaliteit garanderen. En doordat we in bulk leveren, wordt het abonnement voor de klant waarschijnlijk nog voordeliger ook.' In 2026 lanceert het bedrijf ook een app waarmee klanten hun boxen en verfverbruik kunnen traceren, het transport kunnen volgen en data kunnen delen. Bogaerts: 'Zo kunnen we het hele proces standaardiseren en tegelijk verbeteren.'

### Innovatie als DNA

Bogaerts ziet Expo-Line als een technologiebedrijf, chemiebedrijf én sportservicebedrijf tegelijk, verenigd onder de paraplu van innovatie. Hij richtte het bedrijf ooit op met zijn broer, die de technische kant beheerde. Na diens vroegtijdige overlijden zette Bogaerts de gezamenlijke innovatieve visie voort. 'Expo-Line heeft dertig jaar lang ongeloof, economische uitdagingen door covid en andere schommelingen overwonnen,' zegt hij. 'We zijn standvastig de weg naar duurzaamheid en circulariteit ingeslagen en blijven trouw aan onze koers. Alle kennis die we in dertig jaar tijd hebben opgedaan, zit nu in het geoptimaliseerde pakket EX Evolution. Hiermee is ons DNA nog altijd hetzelfde, maar aangepast aan de nieuwe tijdgeest.' De missie blijft onveranderd: innovatie die ertoe doet. 'Je kunt altijd wel goed zijn,' besluit Bogaerts, 'maar je wilt dat doen op een duurzame manier die niet duurder is.'



**BE SOCIAL**  
Scan, lees & deel!