

**made
in**

MAGAZINE

Limburg



Bernard Halleman

**“ZONDER
GENK BESTAAT
APERAM NIET
MEER”**

Met vallen en opstaan

**HILDE PEERLINGS:
“VECHTLUST KOMT
STEEDS NAAR BOVEN”**

Hoe zou het zijn met ...

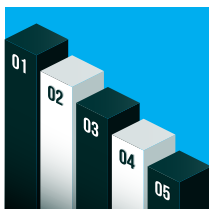
**MARC HENDRIKX:
EX-RODE DUVEL LEIDT
3 BEDRIJVEN IN HAM**

inhoud

Naast onze dagelijkse nieuwsartikels over de Limburgse ondernemerswereld, biedt Made in Limburg magazine u maandelijks meer diepgang, achtergrond en ontspanning.

TOP 5 VAN DE MAAND

p. 3



CEO Binnenstebuiten BERNARD HALLEMANS

p. 8

Met vallen en opstaan HILDE PEERLINGS

p. 13



Infografiek AANGROEI VAN ONDERNEMINGEN

p. 16

Spraakmakend WERKGEVERS- ORGANISATIES

p. 18



Wat is er gekomen van ... MARC HENDRIKX

p. 21

De toekomstdenker DE SOFTWARE- BUSINESS

p. 25



Limburgse expat PETER POLLYN IN NIEUW-ZEELAND

p. 27

U ligt wakker van ... VERZEKERINGEN

p. 30



Made in Limburg #100%TLT

p. 33

Voor u getest ... STIJLVOLLE HORLOGES

p. 35



ONS GEDACHT

p. 38

Elke dag brengt Made in Limburg de belangrijkste nieuwsfeiten over ondernemers en KMO's in Limburg. Hier een greep van de meest gelezen artikels of meest spraakmakende nieuws van de afgelopen maand.

1

Ondernemende festivalorganisator failliet verklaard

Bij de falingen die donderdag werden uitgesproken, staat ook Rudi Donckers. De Hamontse zakenman legde zelf de boeken neer. De beslissing volgt in de nasleep van het faliekant afgelopen festival Eurorock, dat hij in 2015 organiseerde in Neerpelt. Naar eigen zeggen werd er toen 80.000 euro gestolen uit zijn kantoor, waardoor een aantal groepen en andere leveranciers niet meer konden betaald worden. Uiteindelijk werd er een put gemaakt van zo'n 200.000 euro, die Donckers geleidelijk aan wou dempen.

Rudi Donckers is verpleegkundige van opleiding. Al op jonge leeftijd werd hij ondernemer, een carrière die met ups & downs verliep. Hij richtte onder meer een rusthuis op, startte een koffiezaak, organiseerde meerdere events en was actief in de wielersponsoring. Donckers was bij de jongste verkiezingen ook kandidaat voor de sp.a in Hamont-Achel. Zijn koffiebar in het centrum van Neerpelt werd vorige maand gesloten. Tot op heden is hij actief in de koffiehandel en leidt hij jong talent op, maar hij gaat naar eigen zeggen nu op zoek naar een job in loondienst.

Voor alle duidelijkheid: het koffiemark Donckers Koffie is niet failliet. Die activiteiten werden vorig jaar volledig overgenomen door de Lommelse ondernemer Bart Bosmans (Barbosa). Hij heeft de ambitie om de unieke samenstelling van Donckers Koffie verder te introduceren in (onder meer) het horecalandschap.

Elke dag brengt Made in Limburg de belangrijkste nieuwsfeiten over ondernemers en KMO's in Limburg. Hier een greep van de meest gelezen artikels of meest spraakmakende nieuws van de afgelopen maand.

2

Nieuw restaurant in Hasseltse hotspot

De cityclub was er al enkele maanden, maar nu is ook het stijlvolle restaurant van Entourage opengegaan. De prestigieuze zaak bevindt zich in hartje Hasselt, in het pand gekend onder de vorige naam 'De Refuge'.

Het moet gezegd, zaakvoerders Serge Byloos, Pieter Jorissen en Stijn Tureluren hebben kosten noch moeite gespaard om in Entourage een sfeer-
vol, vernieuwend concept neer te zetten. De 3 functies, met name de aperitiefbar, discotheek (cityclub) en nu dus ook het restaurant, lopen vlekkeloos in elkaar over. Afhankelijk van de openingsuren en dagen, kan je starten aan de bar, doorschuiven naar het restaurant en vervolgens tot in de late uurtjes de beats opzoeken. Of één van de drie, dat kan natuurlijk ook. De rode draad in het concept is 'casual chique'. Ongedwongen qua sfeer, met een culinair en muzikaal aanbod van hoog niveau.

Om het historische pand met de moderne inkleding maximaal te benutten, wordt Entourage ook verhuurd voor events. Intussen hebben al heel wat bedrijven er hun medewerkers en zakenrelaties ontvangen.

Elke dag brengt Made in Limburg de belangrijkste nieuwsfeiten over ondernemers en KMO's in Limburg. Hier een greep van de meest gelezen artikels of meest spraakmakende nieuws van de afgelopen maand.

3

Vandersanden koopt vier fabrieken voor neus concurrent

Baksteenfabrikant Vandersanden uit Bilzen heeft een megadeal gesloten. Het wist zopas vier fabrieken van de Ierse holding CRH over te nemen voor de neus van concurrent Wienerberger.

Het gaat concreet om drie fabrieken in Nederland (Tolkamer, Kessel en Beek) en één in Duitsland (nabij Dresden). Daarmee wordt Vandersanden meteen ook marktleider in kleiklinkers (straatstenen) in Nederland. De Bilzense baksteenfabrikant wordt in één klap de helft groter en krijgt er 230 medewerkers bij.

Vandersanden wist Wienerberger in snelheid te pakken. "De Oostenrijkers waren al twee jaar met de Ieren van CRH aan het babbelen. Maar wij hebben het eerste concrete voorstel op tafel gelegd", glundert CEO Jean-Pierre Wuytack van Vandersanden.

Het bedrijf telt nu 600 medewerkers in acht fabrieken (in België, Nederland en Duitsland) en heeft een capaciteit van 500 miljoen bakstenen per jaar. Recent nam Vandersanden ook al zijn Britse verkooppartner Hoskins Brick over. De omzet zal volgend jaar naar verwachting met de helft toenemen tot 160 miljoen euro.

Elke dag brengt Made in Limburg de belangrijkste nieuwsfeiten over ondernemers en KMO's in Limburg. Hier een greep van de meest gelezen artikels of meest spraakmakende nieuws van de afgelopen maand.

4

Zussen Zwaan starten met cateringdienst

Ze hebben beiden een passie voor de keuken en werken gewoon heel graag samen. En dus zijn de zussen Valerie en Stephanie Vanwingh een cateringbedrijf gestart. Zwaan Catering in Hasselt is een verlengstuk van de gekende brasserie In de Zwaan in Godsheide. Partner David Jossa mag ook meedoen.

"Mijn zus, David en ik werken al heel veel jaren samen en vinden dat heel plezant," zegt Stephanie Vanwingh. "Vandaar dat we deze cateringdienst zijn gestart. Het concept is eigenlijk gegroeid uit de afhaaldienst die we al hadden In de Zwaan. Klanten bleven vragen naar gerechten om thuis te serveren. Dat hebben we nu uitgebreid naar diverse formules. Met één rode draad: de kwaliteit van verse ingrediënten."

Zwaan Catering verzorgt recepties, walking dinners, communiefeesten, barbecues, enzovoort. "We werken telkens een voorstel uit op maat," aldus de zusjes. "Indien gewenst zorgen we ook voor de bediening, het bestek, de tafelversiering en uiteraard de afwas..."

Elke dag brengt Made in Limburg de belangrijkste nieuwsfeiten over ondernemers en KMO's in Limburg. Hier een greep van de meest gelezen artikels of meest spraakmakende nieuws van de afgelopen maand.

5

Starter van de week: uitvinding vermijdt keldervocht

CellR is de naam van een gloednieuw bedrijf dat aannemer Frank Vanspauwen en zijn partner Martine Nivelles zopas hebben opgericht. Ze gaan de markt op met een uitvinding die vocht in de kelder voorkomt.

"Het is een eeuwenoud probleem dat er water binnensijpelt via de ventilatieroosters van kelderruimtes," weet Frank Vanspauwen, een ervaren aannemer uit Bilzen. "Daar wou ik absoluut een oplossing voor vinden. Na heel veel zwoegen en zweten hebben we CellR ontwikkeld, een reservoir met rooster dat het regenwater opvangt en draineert."

Frank en Martine zijn hun uitvinding al gaan voorstellen bij honderden architecten. "We hebben unaniem lovende reacties gekregen," zegt Martine. "De sector erkent dat CellR de missing link is om efficiënt aan vochtbestrijding te doen. Dat doet deugd. We zijn er dan ook van overtuigd dat de commerciële appreciatie snel zal volgen."

BERNARD HALLEMANS

APERAM



“Nooit meer weg uit Limburg”

Als operationeel verantwoordelijke van alle Aperam-fabrieken in Europa, stuurt Bernard Halleman (48) zo'n 4.500 mensen aan, inclusief de vaste onderaannemers. Een enorme verantwoordelijkheid, die nochtans niet lijkt te wegen op de minzame Hasselaar. Hij wil iedere medewerker persoonlijk kennen. En een secretaresse heeft hij niet. “Een afspraak heb ik net zo snel zelf ingeboekt”, zegt hij. Op een zeldzame verlofdag maakt hij graag tijd om, bij een kop koffie in de Corda Latte, zijn niet-alledaagse visie op het management in een multinational toe te lichten.

Het was door Jef Roos, tot 2002 gedelegeerd bestuurder bij het toenmalige ALZ, dat Bernard Halleman in Genk terecht kwam. "Professor Roos was in Leuven de promotor van mijn doctoraat in de metaalkunde, en hij heeft me gevraagd om hem naar ALZ te volgen. Ik was toen al 'gestoken' door de siderurgie, en moest dus niet lang nadenken. Aangezien we toen nog verplicht waren om in een straal van 25 kilometer rond het bedrijf te gaan wonen, ben ik als Antwerpenaar automatisch Limburger geworden... Dat heb ik me nog geen seconde beklagd. Thuis in Hasselt is nog altijd mijn basisstation. Meestal start ik de week bij Aperam in Genk. Daarna ga ik naar andere sites in Wallonië en Frankrijk of naar onze kantoren in Parijs en Luxemburg voor overleg met onze CEO of Lakshmi Mittal. Twee mensen waar ik veel bewondering voor heb en nog veel van kan leren. Mittal is een echte visionair en een enorme bron van inspiratie. Hij ziet als eerste de tendensen op de wereldmarkt en zet ons op het juiste spoor. Hij is erg veeleisend, maar als je presteert, krijg je van hem ook veel terug. Na de buitenlandse passages vind je me vrijdag meestal opnieuw in Genk. In het weekend probeer ik gewoon thuis te zijn. Zeker op zondag reserveer ik tijd voor mijn gezin. Werkweken van 70 of 80 uur zijn ruim voldoende."

ZWARE TRANSFORMATIE

Zijn huidige job, COO van Aperam Europa, doet hij nog maar 3 maanden. Daarvoor was hij CTO wereldwijd en vervulde hij diverse andere managementposities in binnen- en buitenland. "Ik ben gestart als ingenieur voor kwaliteitszorg en mocht tevens een onderzoeksafdeling oprichten", blikt hij terug. "Van daar uit zijn we gaandeweg verfijnde inox-producten voor eindgebruikers gaan maken, zoals keukenelementen. Die toepassingen staan helemaal haaks op de perceptie die onze sector meedraagt. Mensen denken als het over de staalindustrie gaat aan beelden van het oude Cockerill Sambre. De realiteit is helemaal anders. Aperam heeft een grote transformatie doorgemaakt, waarbij hoogtechnologische producten gefabriceerd worden. Robots, machines die met elkaar communiceren,... we zijn op dat vlak wereldtop. Ook qua omkadering is ons bedrijf mee met de tijd. We bellen via internet, bewaren documenten in de cloud, enzovoort. Een heel modern bedrijf dus, waar we hard aan gewerkt hebben. Eenvoudig was het nochtans niet. Zo zijn we sinds ik hier werk al vijf keer van naam veranderd. De fusie met onze Franse collega's, die tot een log staatsbedrijf behoorden, was heel zwaar. Maar we zijn erdoor gezwommen. Vandaag probeer ik nog steeds om het bedrijf te schoeien op de leest van de Vlaamse ondernemerscultuur. Met de mentaliteit die onze kmo's kenmerkt: hard werken, oog voor klantenservice, economisch denken, directe communicatie, marges verhogen,... Die dingen neem ik mee naar de andere Aperam-vestigingen om ze ook daar zo snel mogelijk te introduceren."

GENKSE GOUD

Het is volgens de COO dan ook geen toeval dat Genk intussen de meest rendabele fabriek uit de groep is. "Op nagenoeg alle vlakken steekt Aperam Genk er bovenuit: de beste faciliteiten, beste producten,... Dat zal altijd zo blijven. Zonder Genk bestaat Aperam niet meer. Dit ondanks de hoge loonkost in ons land. En de



erg hoge milieudruk, want hoewel we nu al de properste inoxfabriek ter wereld zijn, en nog steeds keihard werken om verbeteringen door te voeren, zijn de opgelegde normen hier in België veel strenger dan elders. De investeringen die we op dat vlak doen, zijn dan ook redelijk uniek.”

De grootste pluim voor Aperam Genk geeft Bernard Halleman echter aan de medewerkers. “Dat zij uitstekend presteren is niet alleen de verdienste van het management, maar ook van de sociale partners, die meegeholpen hebben om alle neuzen in dezelfde richting te krijgen”, zegt hij. Het beste in de mensen naar boven halen, dat is het stokpaardje van de COO. “De ervaring leert dat mensen bergen kunnen verzetten als de betrokkenheid groot is. Ze zijn heel fier op hun werk en verdienen om daarvoor gewaardeerd te worden. De interactie is heel belangrijk. Ik luister en spreek met ieder van hen. Zo probeer ik om alle medewerkers persoonlijk te kennen. Ik wil ten minste de naam en iets persoonlijk onthouden, bijvoorbeeld over hun kinderen of hobby. In Genk lukt dat vrij aardig. Ook in het management hamer ik op het belang van persoonlijk contact. In plaats van alles per telefoon of e-mail te regelen, wil ik dat ze van hun stoel komen en met de collega’s persoonlijk het gesprek aangaan. Ik verwacht dan ook geen managementrapporten van duizenden bladzijden of Powerpointpresentaties, maar een verhelderende mondelinge toelichting of een korte toer door de fabriek, helpt ons meestal veel verder vooruit.” Zonder veel poespas dus. Heel gewoon en recht voor de raap. Dat is de stijl en de persoonlijkheid van Bernard Halleman. “Een das heb ik nooit gedragen. Ik heb ook geen secretaresse. Een vliegticket boeken of een afspraak vastleggen kan ik zelf zeker zo snel!”

Hoe zijn toekomst eruit zal zien, weet Bernard Hallemans niet. "Ik ben nooit bewust bezig geweest met carrièreplanning", zegt hij. "Ik probeer gewoon altijd mijn best te doen en dan komen de nieuwe uitdagingen vanzelf. Er zijn er nog genoeg in mijn huidige job. De technologie moet steeds blijven evolueren om grootmachten als China voor te kunnen blijven. De kloof moet minstens 10 jaar bedragen om onze positie te handhaven. Daarvoor moeten we het juiste talent aantrekken en blijven investeren. Zowel in machines als in mensen. Jongeren laten doorgroeien in de organisatie. En van onze entiteit dé referentie van maken. Ambitie heb ik dus genoeg."

ZWITSERSE CHALET

En als hij ooit met pensioen zal gaan? "Ik zie me nooit meer weggaan uit Limburg. Ik ben hier inmiddels helemaal thuis en hou echt van de gemoeidelijkheid en bescheidenheid. Het enige dat ik hier soms mis, zijn de bergen. Een passie. Fietsen, wandelen, klimmen,... ja, ik zie me eventueel nog oud worden in een Zwitserse chalet. Helemaal in de natuur, om echt tot rust te komen. En daar af en toe muziek spelen. Piano, gitaar, zang,... zalig!" Hobby's die hij ook wil doorgeven aan zijn vier kinderen. "Ik trek nu al met mijn kinderen de bergen in als ze 18 jaar worden. Dat deed ik met mijn vader ook al. Het scheidt een innige band, en dat is belangrijk in alles wat ik doe."

Tekst: Kurt MEERS
Foto's: Luc DAELEMANS





2,1 - 8,4 L/100 KM · 49 - 192 G CO₂/KM Milieu-informatie KB 19/3/2004: www.mercedes-benz.be - Geef voorrang aan veiligheid.

De nieuwe E-Klasse Berline en Break. Masterpieces of Intelligence.

Ontdek hen en boek een testrit bij uw Erkende Concessiehouders Mercedes-Benz.

Mercedes-Benz

The best or nothing.



GROEP Jam.be

Uw Erkende Concessiehouders en Servicepunten Mercedes-Benz

Hasselt

Voogdijstraat 25
3500 Hasselt
Tel. 011 27 90 00

Bree

Gruitroderkiezel 39
3960 Bree
Tel. 089 46 01 40

Lommel

Lodewijk de Raetstraat 28
3920 Lommel
Tel. 011 80 58 00

Dilsen-Stokkem

Boslaan 57
3650 Dilsen-Stokkem
Tel. 089 51 84 30

HET VERHAAL VAN HILDE PEERLINGS



“En toen ging het licht uit.
Letterlijk.”

Failing Forward is een internationale campagne waarbij lokale ondernemers vertellen over hun successen en tegenslagen. Hilde Peerlings, vroeger CEO van autobedrijf Delorge-Peerlings, en nu bedrijfscoach heeft haar schouders onder het project gezet, met als doel het stigma rond falen te doorbreken. Een ambassadeur die niet beter kon gekozen zijn, want Hilde Peerlings heeft zelf de hoogtes en laagtes van het ondernemerschap van heel dichtbij mogen ervaren.

“Mijn carrière speelde zich aanvankelijk af in de financiële wereld”, blikt ze terug. “Een veilige omgeving, met vele uitdagingen, maar vooral veel zekerheden. Na 10 jaar voelde ik de behoefte om het platgetreden pad te verlaten en meer impact te creëren. Ik wou mijn positieve spirit kwijt en zelf, als ondernemer, iets gaan neerzetten. Op dat punt zijn er velen die aarzelen: ga ik voor mijn gevoel en neem ik risico's, of blijf ik in mijn vertrouwde habitat... Net op dat moment zag ik dat mijn broer worstelde met de overname van het garagebedrijf dat mijn ouders hadden opgericht. Er was geen kennisoverdracht en hij zag het niet zitten om alles in zijn eentje te beredderen. Ik heb dan de sprong gewaagd, vooral om de organisatie en structuur van het bedrijf op poten te zetten. De samenstelling van een goed team, de automatisering,... kortom, heel veel organisatorische aspecten die nodig zijn om een groeibedrijf in de steigers te krijgen. Eigenlijk is dat exact wat ik nu als bedrijfscoach ook doe. De processen die bij multinationals hun degelijkheid hebben bewezen, toepassen op kmo-maat.”

BELEVING

Vijf jaar verder stootte Hilde op een ander ambitieniveau bij haar broer. “Ik had het gevoel dat alles onder controle was, en wou een versnelling hoger schakelen. Mijn broer wou liever het bestaande consolideren. Wat prima was, maar ik moest en zou mijn dromen blijven najagen. Zo ben ik vanaf nul gestart met een totaal nieuw garagebedrijf in Lommel. Ik wou echter niet zoals iedereen auto's gaan verkopen, maar wel mobiliteit en zekerheid. Ik wou het verschil maken door de klanten beleving te bieden en hen te ontzorgen. Centraal in mijn visie stond klantentevredenheid. En dat werkte. Ik kon invoerder D'leteren overtuigen om concessiehouder te worden van hun merken, en zo ging de bal aan het rollen. Het bedrijf kwam heel snel op de kaart, een bewijs dat mijn concept werkte.”

In 2008 botste Hilde op een eerste tegenslag. “Op een dag moest ik ineens vaststellen dat D'leteren de computerprogramma's had stopgezet. Ik kon niet meer in het systeem om bijvoorbeeld wisselstukken te bestellen. Vreemd. Al snel bleek dat ze een klacht hadden ontvangen van een concullega, die vond dat wij het logo hadden misbruikt en nog andere ongeoorloofde reclame hadden toegepast. Ik wist dat ik niets verkeerd had gedaan en voelde de vechtlust meteen opborrelen. Ik heb een hele nacht doorgewerkt en een lijvig dossier met alle argumenten en bewijzen samengesteld. Samen met een advocaat ben ik mijn zaak bij D'leteren vol vuur gaan bepleiten. Uiteindelijk werd ik in het gelijk gesteld, en heeft dat geleid tot een duurzame vertrouwensrelatie met de invoerder. Zo kon ik verder gaan bouwen, met de overname van een tweede zaak in Overpelt tot gevolg. Met dezelfde ingrediënten van klantenzorg waarmee Lommel groot was geworden, wist ik samen met mijn team ook het nieuwe project op de rails te krijgen. De toekomst zag er goed uit.”

DRAAIBOEK

De Noord-Limburgse groep ging vervolgens geen stap, maar een grote sprong verder, toen in 2012 de samenwerking met Delorge werd beklonken. Hilde Peerlings werd CEO van het fusiebedrijf en stond, onder

meer, mee aan de wieg van de nieuwe concessies langs de Grote Ring van Hasselt. “De schaalvergroting was nodig”, kijkt ze terug op die periode. “Al vrij snel wisten we beide bedrijven te integreren tot een mooi geheel, de diverse expertise te bundelen en onze positie in de branche versterken. Maar na drie jaar had ik ook daar het gevoel dat mijn werk er zowat op zat. Alles liep prima, voor alle scenario’s lag er een draaiboek op tafel. Ik had een nieuwe uitdaging nodig. En dan moet je opnieuw durven springen en niet de functie aanhouden waar de drive eigenlijk uit is. Met de nodige voorbereiding nam de nieuwe uitdaging een vliegende start, namelijk expertise en ervaring delen als bedrijfsconsultant, met de focus op maatwerk voor een bedrijf in nood of groei. Vervolgens breidde het uit met een mandaat in het bestuur van LRM en Corda Campus, en zetel ik ook in raden van advies in diverse bedrijven in diverse sectoren. En ben ik onlangs ingestapt als venoot – mentor bij The Birdhouse, een accelerator in Gent en Antwerpen.

EROP OF ERONDER

Eerder had Hilde Peerlings ook al een zware persoonlijke tegenslag moeten verwerken. “Medische problemen, waardoor ik lang aan het ziekenhuisbed was gekluisterd”, vertelt ze. “Nog in het ziekenhuis ging ik al de zaken oppakken: vervangers zoeken, de planning herschikken, taken verdelen, rapportering opzetten,... Niet eenvoudig. Op zo’n momenten zie je de mensen opstaan die het heft in handen nemen en hun verantwoordelijkheid niet uit de weg gaan. Medewerkers die in positieve zin verrassen en hun potentieel naar boven brengen. Dat is een mooie genoegdoening op zo’n moment.”

Begin 2016, toen ze 1 jaar met haar nieuwe activiteit was gestart, ging de lamp opnieuw uit. “Bijna letterlijk. Het was ineens erop of eronder. Gelukkig was ik goed voorbereid om tegenslagen op te vangen. Mijn klanten hadden een stappenplan ontvangen waarop ze ook zonder mij konden voortborduren. Tegelijk gaven ze me de tijd en ruimte om mijn ziekte te overwinnen. Een heel mooi gebaar, waar ik hen dankbaar voor ben.”

ENERGIE

Intussen draait het consultingbureau van Hilde Peerlings alweer op volle toeren. “Ik hou van input waar je output van kunt maken”, legt ze uit. “Met het juiste advies de business zien excelleren, dat geeft veel voldoening. Niet alleen starters, maar ook gevestigde waarden die om een bepaalde reden in een storm terechtkomen, moeten goed geholpen worden. Soms ligt de oplossing ook in het samenbrengen van die twee groepen. Ik denk aan een traditionele kleding- of schoenenwinkel, die door samenwerking met een starter een succesvol online verkoopskanaal kan opzetten... Zo’n projecten aansturen: mooier kan het toch niet zijn? Awel, daar kan ik nu veel energie en positivisme uit putten. Dat is voor mij de essentie van ondernemen. Deze nieuwe weg leg ik af met passie en drive voor mijn klanten, om ze toekomst-proof te maken!”

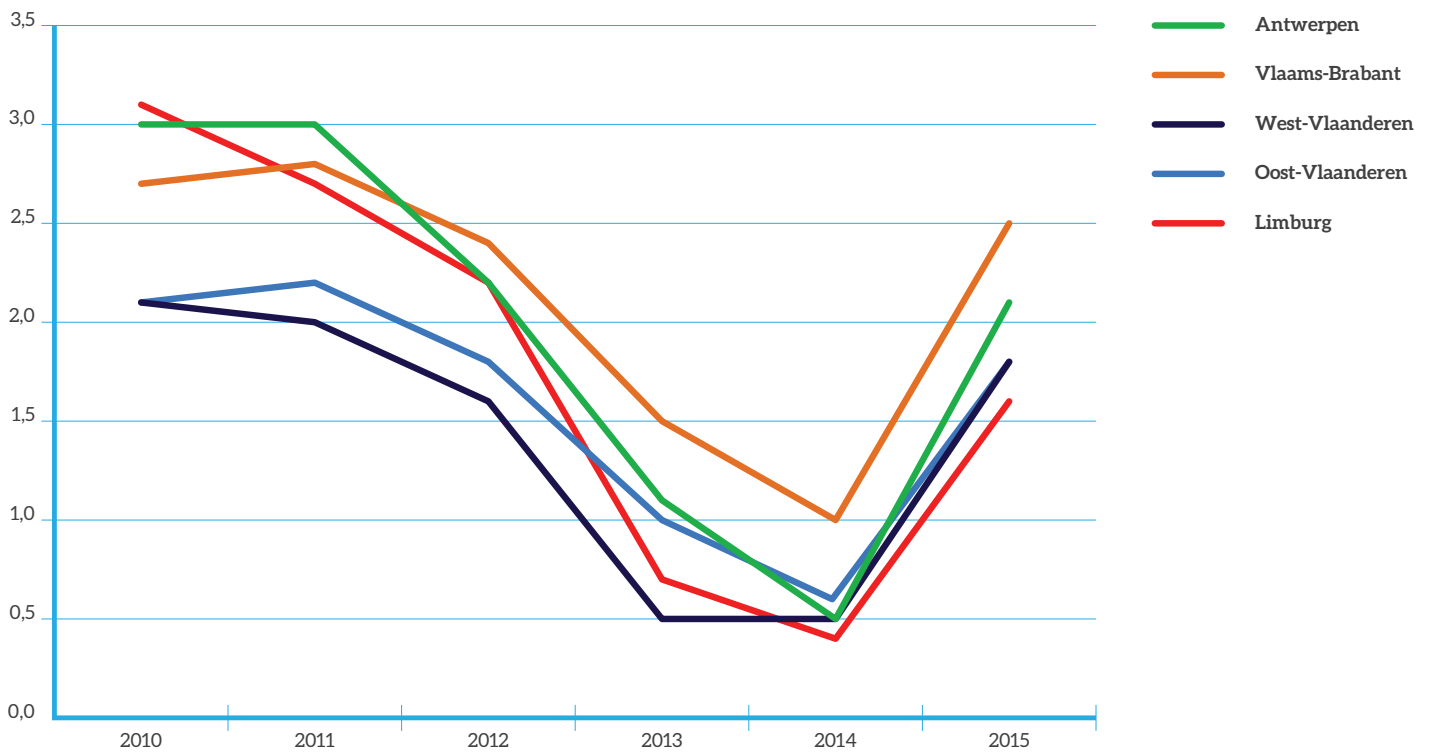
Meer info: www.metfalenenopstaan.be

Tekst: Kurt MEERS
Foto's: MiL

NETTO AANGROEI VAN ONDERNEMINGEN

Een opmerkelijke statistiek is de netto aangroei van het aantal ondernemingen per provincie. Waar iedereen dacht dat het recordaantal starters een enorme voorsprong voor onze provincie zou opleveren, blijkt dat allerm minst het geval. Meer nog, het verschil tussen het aantal opgerichte ondernemingen en het aantal verdwenen bedrijven (faillissementen en stopzettingen), is het kleinst in Limburg. Dat was in het verleden wel even anders. In 2010, dus lang voor de sluiting van Ford Genk, was Limburg zelfs koploper in Vlaanderen.

Tekst: Kurt MEERS
Cijfers: Voka Limburg





Excellente
klantervaring
ook digitaal

Kies voor ervaring, kennis en kwaliteit

Website met persoonlijke service

Op Carglass.be vindt u alle nodige informatie voor de oplossing van uw autoruitprobleem en een **up-to-date afsprakensysteem**.

- Boek super makkelijk uw afspraak, direct in onze agenda, in minder dan 5 minuten.
- Beheer zelf uw afspraak online, bellen is niet meer nodig.
- Chat terwijl u surft voor hulp en vragen.
- Visueel aantrekkelijk op desktop, tablet en smartphone.

Kortom, extra service voor nog meer tevreden klanten.



Book online carglass.be of via gratis App
Bel gratis **0800 136 36** (24/24 - 7/7)



NIET BIJ WERKGEVERSORGANISATIE VOOR COMMERCIËLE VOORDELEN



Intern houden ze uiteraard veel evaluatiemomenten om bij de leden af te toetsen of ze goed bezig zijn. Maar kennen de Limburgse werkgeversorganisaties ook de redenen waarom ondernemers géén lid van hun vereniging worden? Op welke vlakken schieten ze schromelijk te kort? En wat doet hen beslissen om toch elk jaar het lidgeld neer te tellen? Dat en andere aspecten legden we bloot met onze populaire enquête.

Ons kent ons. Zo zit de Limburgse ondernemerswereld in elkaar. Heel veel contacten, zelfs bij bedrijven die voornamelijk van de export leven, worden gelegd tijdens ontmoetingen die de grote werkgeversorganisaties op poten zetten. De Nieuwjaarsinvitito van Voka, de VKW Happening of het Feest van de Ondernemer zijn maar enkele voorbeelden van festiviteiten waar ondernemend Limburg samentroeft en de basis wordt gelegd voor zakelijke contacten.

Althans, dat dachten wij. In onze enquête, die op enkele dagen tijd werd beantwoord door zo'n 350 respondenten, gingen we na wat de grote voordelen zijn van het lidmaatschap. Vooral de sympathisanten van Unizo Limburg en Voka Limburg vulden de vragen in, kort gevolgd door de aanhang van VKW Limburg. Uiteraard zijn een aantal respondenten ook lid van 2 of zelfs meer organisaties. De anderen (sectorverenigingen als Confederatie Bouw of Agoria) en lokale handelsverenigingen zijn iets minder goed vertegenwoordigd in deze statistieken. Precies 10 procent van de antwoorden komt van ondernemers die bewust géén lid zijn van een organisatie. We vatten de resultaten en de reacties voor u samen.

“DE SFEER IS GOED”, ZOU ROBERT WASEIGE HET OMSCHREVEN HEBBEN.

RECEPTIETAFEL

Eerste vaststelling: het samenbrengen van ondernemers is en blijft de voornaamste bestaansreden van de werkgeversorganisaties. De activiteiten zijn voldoende talrijk en relevant. Meer nog dan dat de aanwezigen er inhoudelijk iets willen opsteken, schrijven ze zich in om interessante mensen te ontmoeten. De contacten die ontstaan tijdens de werkgroepen, na het bedrijfsbezoek en rond de receptietafel, worden als bijzonder waardevol beschouwd. Misschien verwonderlijk, maar de overgrote meerderheid zit daar niet te azen op commerciële deals. De ingesteldheid is eerder om 'top of mind' te zijn op het moment dat er offertes worden aangevraagd. Mocht er uiteindelijk business uit voortkomen, is dat meegenomen, maar ervaringsuitwisseling en de funfactor zijn belangrijker. “De sfeer is goed”, zou Robert Waseige het omschreven hebben. Waar het aangename niet aan het nuttige wordt gekoppeld, valt de belangstelling meteen fors terug.

Anderzijds is de sfeer van de gezellige mannenclub een reden voor veel andere ondernemers om thuis te blijven. Ofwel hebben ze geen tijd om op regelmatige basis de meetings af te schuimen, ofwel komt de inhoudelijke invulling niet overeen met hun verwachtingspatroon, ofwel voelen ze zich niet thuis in het onskent-ons milieu. Dit levert reacties op als: “Je komt er altijd dezelfde mensen tegen” en “Als nieuwkomer is het moeilijk om in bestaande netwerken een vertrouwensband op te bouwen”. Bijna 30% geeft aan de organisaties als “een besloten clubje” te beschouwen. Past ook in dit rijtje is de kritiek “minder praten en meer doen”. Wat ons meteen brengt bij het volgende punt.

“OMDAT HET ZO HOORT”

TEGENGEWICHT VAKBONDEN

Tweede belangrijke reden om toch jaarlijks het lidgeld te storten (2/3 vindt dat hij waar voor zijn geld krijgt), is de belangenverdediging. Het is de groep van ondernemers die apprecieert dat de werkgeversorganisaties hun vertegenwoordigen op beleidsniveaus. Vooral in reactie op de vakbonden, waarin de werknemers zich

verenigen, en voor het afdwingen van maatregelen die het bedrijfsrendement opkrikken (loonlasten, fiscaliteit, subsidies,...), vinden de ondernemers het waardevol dat iemand in hun plaats op de onderhandelingsstafel klopt. Hun lidgeld wordt beschouwd als een solidariteitsbijdrage, iets waar anderen die beweren dat ze "er niets aan hebben" niet van kunnen beschuldigd worden, hoewel ze uiteraard ook mee profiteren van de voordelen die het lobbywerk van de organisaties oplevert. Leden stellen dan ook onomwonden dat ze betalen uit sympathie voor de geleverde inspanningen en "omdat het zo hoort".

Kritiek die er komt, is dat de werkgeversorganisaties nog te weinig wegen op de politieke besluitvorming. Ze vinden dat de resultaten die worden geboekt, minimale rechtstreekse voordelen opleveren. Meer dan 40% van de ondervraagden heeft deze bedenking, wat er meteen het belangrijkste punt van de tekortkomingen van maakt. Dat verklaart misschien ook de vaak voorkomende voorspelling dat de focus in de toekomst zal komen te liggen op de organisatie van events en netwerkmomenten (31%).

ER IS TE WEINIG SAMENWERKING TUSSEN DE WERKGEVERSORGANISATIES

FUSIE: NU!

Belangrijk punt van kritiek dat vaak terugkomt: er is te weinig samenwerking tussen de werkgeversorganisaties (40%). Ze kopiëren de succesvolle formules van elkaar, voeren onderzoeken uit die naast elkaar doorlopen, kaarten elk afzonderlijk belangenbehartigende dossiers aan en kennen een grote profileringsdrang die erop gericht is om de collega's te slim af te zijn. (We geven de beleefdste commentaar weer...). Suggesties die volgen zijn onder meer: als één stem naar buiten treden, de bundeling van succesvolle activiteiten (één nieuwjaarsreceptie, één 'chambers trophy',...), een verdeling van de doelgroepen (bv. Unizo voor lokale zelfstandigen), tot een regelrechte fusie. Onverwacht is dit toch een thema dat sterk leeft. Dat het ooit echt tot een fusie zal komen, gelooft echter bijna niemand. Meer dan de helft van de respondenten denkt dat elke organisatie netjes naast elkaar zal blijven bestaan.

Nog opvallend: hoewel heel wat respondenten aangeven dat ze de persoonlijke aanpak als een reden voor het lidmaatschap beschouwen (vooral Unizo doet dit), ziet een minderheid de toekomst van de organisaties in het maatgerichte dienstbetoon.

Slotsom: de meeste ondernemers zijn best tevreden over het werk dat hun koepelorganisatie aflevert. De ondersteuning bij de uitbouw van een relatienetwerk, de persoonlijke begeleiding bij opstart of probleem-dossiers, en de collectieve belangenverdediging zijn de voornaamste pluspunten. Als nu de alcohol en de sigaren op de activiteiten wat vaker achterwege blijven, de krachten worden gebundeld en fors tegen de vakbonden wordt ingegaan, is de (afzonderlijke) toekomst van de werkgeversorganisaties verzekerd!

MARC HENDRIKX



“Weinig verschil tussen voetbal en zakenleven”

Het zou een goede kwisvraag kunnen zijn: Wie was 20 keer Rode Duivel, speelde voor zowel Lommel, STVV als Racing Genk, en sloot zijn carrière af bij AS Eupen? Wikipedia zal je ongetwijfeld direct leiden naar Marc Hendrikkx. Wat is er 5 jaar na zijn afscheid van het professionele voetbal van hem gekomen? Wel, hij is venoot in 3 bedrijven die het allemaal heel goed doen. “Ik onderneem zoals ik gevoetbald heb”, zegt hij. “Altijd alles geven, voor 100%. Onverzettelijk op het doel af, en dit in samenwerking met een uitstekend team. In wezen is er dus niet zoveel verschil tussen voetbal en bedrijfswereld.”

Wat is er gekomen van ...

“Ik heb destijds een opleiding als technisch ingenieur gevolgd, en die interesse is altijd gebleven”, blikt Marc Hendriks terug. “Terwijl mijn teamgenoten in het voetbal zich met andere dingen wisten te ontspannen, las ik allerlei boekjes over de nieuwste technologische ontwikkelingen. Het was dan ook logisch dat ik na mijn carrière als voetballer, het in de richting van IT en technologie moest gaan zoeken. De eerste maanden combineerde ik mijn bedrijfje met het voetbal, en ging ik na de uren computernetwerken opzetten en onderhouden. Getax en GRL Glasrecycling waren de eerste bedrijven die in mij geloofden. Ondanks de persoonlijke band die ik met hen had, moest ik me daar evengoed bewijzen. Met succes, want we werken er nog steeds voor...”

VLIEGENDE START

Toch is zijn naambekendheid als voetballer een voor- én een nadeel gebleken. “Voor sommigen was het fijn om een bekend gezicht te mogen verwelkomen en werd er tussen de anekdotes over het voetbal door, zonder veel problemen een samenwerking aangegaan. Met goed werk te leveren, ging de bal dan aan het rollen, voor vele jaren. Anderzijds waren er ook sceptici, die niet meteen vertrouwen hadden in een voetballer die aan hun netwerk begon te prutsen. Daar moest ik eerst alle twijfels uit de weg zien te ruimen.” Maar dat lukte allemaal, en GOit, zoals het bedrijf heet, nam –net zoals toen Hendriks nog op het veld stond- een vliegende start. “Eigenlijk heeft de mond-tot-mondreclame zijn werk goed gedaan”, aldus de voormalige Rode Duivel. “Op korte tijd hebben we een mooie klantenportefeuille opgebouwd, zowel bij kmo’s als grotere ondernemingen.”

**“WE BOTSTEN OP PROBLEMEN WAAR GEEN
STANDAARD OPLOSSINGEN VOOR BESTONDEN EN
HEBBEN DAAROP BESLOTEN OM ZELF DE SOFTWARE
TE GAAN SCHRIJVEN”**

PUNTOO

Twee jaar geleden waren Hendriks en zijn vennoot Lambert Nullens toe aan een volgende stap. “We botsten op problemen waar geen standaard oplossingen voor bestonden en hebben daarop besloten om zelf de software te gaan schrijven”, vertelt hij. “Op die manier is GOdevelop ontstaan, een nevenbedrijf dat op basis van webapplicaties maatgericht teweerk gaat. De basis is standaard, en daar enten we dan specifieke behoeften op. Zo krijg je een performant systeem dat budgetvriendelijk is en alles bevat wat je nodig hebt. Met GOdevelop hebben we intussen ook PUNTOO ontwikkeld, een revolutionair modulair ERP-systeem dat volledig in de cloud functioneert. We krijgen er heel positieve reacties op.” In deze twee bedrijven werken intussen twaalf mensen, aangevuld met acht buitenlandse programmeurs die voor GOdevelop aan de slag zijn.

Wat is er gekomen van ...

LELIJKE FIETSEN

En nog is de ondernemershonger van Marc Hendrixx hiermee niet gestild. "Ik stoorde me aan de lelijkheid van de elektrische fietsen die er op de markt bestaan", zegt hij. "Samen met twee vennoten vonden we dat het mogelijk moest zijn om een technisch perfecte fiets ook een mooie vormgeving mee te geven. Zo is Jools Bikes ontstaan, een op en top Limburgs fietsenmerk, dat fraai ogende elektrische fietsen ontwerpt en fabriceert. Het gamma is erg populair in de winkels, en groeit elk jaar. Zo werken we momenteel aan prototypes van fatbikes, plooi-fietsen en een elektrische step. Het is iets heel anders, maar erg leuk om mee bezig te zijn."

Het gevolg van het succes is dat Hendrixx en co veel te krap behuisd zaten. "Begin december zijn we ingehuisd in ons nieuwe bedrijfsgebouw in Ham", glundert hij. "We hebben een bestaand pand kunnen kopen en dat helemaal gerenoveerd. Een grote investering, maar wel plezant om nu een eigen stek te hebben. Het is een beetje op de groei gekocht. De grote polyvalente ruimte verhuren we momenteel voor opleidingen en andere activiteiten."

"HET VOETBAL IS MOOI GEWEEST, IK HEB ER ONGEVEER HET MAXIMALE UITGEHAALD. IK KOESTER DIE PERIODE ENORM."

ZWEMMEN

De voormalige flankspeler heeft ook in de schaarse vrije tijd het voetbal vaarwel gezegd. "Ik volg het nog wel op de voet, vooral in mijn functie als analist voor Het Belang van Limburg", zegt hij. "Maar actief aan sport doen, zit er niet meer in. Tenzij gaan zwemmen met mijn twee dochters, Amélie en Julie. Ook aan het trainerschap denk ik niet. Het voetbal is mooi geweest, ik heb er ongeveer het maximale uitgehaald. Ik koester die periode enorm. Wie kan zeggen dat hij van zijn hobby zijn beroep heeft kunnen maken, mag van geluk spreken. En dat doe ik nu met mijn bedrijven eigenlijk al voor de tweede keer. Een ander hoofdstuk, dat ik met evenveel passie en goesting beleef. Net zoals in het voetbal wil ik mijn doel bereiken door mij voor 100% in te zetten en nooit de armen te laten zakken. Die winnaarsmentaliteit zal dan toch de aard van het beestje zijn."

Tekst: Kurt MEERS
Foto's: Sven DILLEN



intellisol
**BARST
VAN DE
ENERGIE**

ZONNEPANELEN | AIRCO-WARMTEPOMPEN
VENTILATIE | LED-VERLICHTING

ONTDEK ONZE
**Energiezuinige
oplossingen**



RELIGHTING



GEBOUWAUTOMATISATIE



ZONNEPANELEN



BATTERIJSYSTEMEN



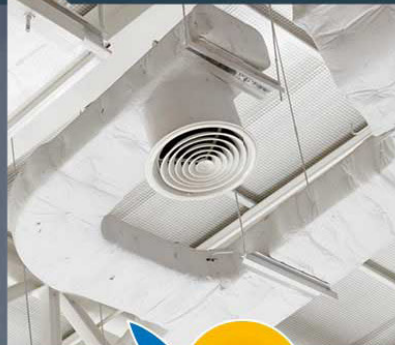
WARMTEPOMPBOILERS



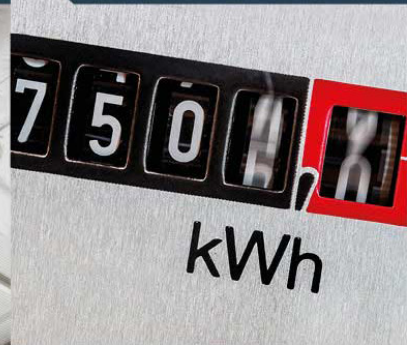
AIRCO-WARMTEPOMP



VENTILATIE



ENERGIEMONITORING



Maastrichtersteenweg 163a, 3680 Maaseik
T. 089 355 300 | info@intellisol.be
www.intellisol.be



intellisol
intelligent energy systems

De toekomstdenker

Elke maand kijken we samen met een toekomstdenker hoe een sector de volgende jaren zal evolueren.
Vandaag de softwarebusiness.

ALEX VANDEREYCKEN VAN SCAPTA OVER DE SOFTWAREBUSINESS



“Er is een tsunami op komst in onze sector”

In ons land gaat het nog een tijdje duren, maar de doorbraak van Dynamics 365, het ERP-cloudplatform van Microsoft, gaat volgens ingewijden voor een aardverschuiving zorgen. “Een ERP-implementatie is altijd heel complex, duur en op maat geweest”, zegt Alex Vandereycken van Scapta, een ICT-dienstverlener met een goede kijk op de evoluties. “Door wat Microsoft nu van plan is, wordt ERP een commodity en zal iedereen dit voor een redelijke prijs kunnen aanschaffen.”

Enterprise Resource Planning of ERP is de software die wordt gebruikt om cruciale processen in organisaties aan te sturen. Aan- en verkoop, financiële informatie, klantenbeheer, het hr-beleid, enzovoort. Traditionele leveranciers zijn wereldspelers als SAP, Oracle en Microsoft, met hun Dynamics NAV. "Het is volgens ons die laatste die een wereld van verschil gaat maken", vertelt Alex Vandereycken. "Microsoft heeft met Dynamics 365 (Business Edition) een toepassing gemaakt die volledig in de cloud werkt, en een totaal geïntegreerd pakket aanbiedt waarin alle processen optimaal beheerd kunnen worden."

JOBS SNEUVELEN

Scapta uit Hasselt beschikt nu al onder het brand scapta365 over het systeem, dat eigenlijk alleen nog maar in de VS wordt aangeboden. "We merken dat het heel snel gaat", aldus Alex Vandereycken. "Zelfs zonder er reclame voor te maken, stromen de aanvragen binnen. In de eerste plaats klanten met Microsoft Navision die naar het nieuwe cloudplatform willen overschakelen. Waarom? Ze krijgen nu heel wat toeters en bellen voor een heel aanvaardbaar bedrag. Bovendien is er zonder extra werk van consultants, altijd de laatste versie beschikbaar. Hiermee worden de traditionele oplossingen helemaal onder druk gezet. Waar er vroeger 20 tot 30 werkdagen nodig waren voor een implementatie, zal dat met het nieuwe systeem nog 2 tot 5 dagen zijn. Tevens zullen de inkomsten uit onderhoudscontracten voor de klassieke leveranciers fors gaan dalen. Een flinke streep door de rekening van de jongens die moeten leven van zulke grote projecten. Er zullen dus vast en zeker jobs sneuvelen bij de software vendors. We denken dat de grote concurrenten zoals Exact, Sage om in leven te blijven eerst de kleintjes type Adsolut en vervolgens elkaar zullen opeten. We voorspellen ook dat lokale spelers, die bijvoorbeeld boekhoudpakketten aanbieden, het knap lastig zullen krijgen om met de goedkope oplossing van Microsoft te concurreren. Wat de plaatselijke leveranciers bieden, zal immers allemaal standaard in Dynamics 365 zitten."

OMARMEN

Scapta zelf heeft alvast de bedrijfsorganisatie aangepast om maximaal op deze evolutie te kunnen inspelen. "Wij geloven sterk dat het standaardpakket zal worden aangevuld met business apps, die een oplossing op maat zullen bieden", weet de CEO van Scapta. "Het zijn deze features die wij willen bouwen, zodat de klanten van Dynamics 365 in de appstore het stukje maatsoftware dat zij nodig hebben, kunnen kopen. Wij omarmen dus de evolutie waar vele anderen schrik van hebben." Al kan het nog wel even duren eer de nieuwe toepassing goed is ingeburgerd. "Over 5 jaar zal misschien de helft van de bedrijven al overgeschakeld zijn. Over 10 jaar kan het al 80 procent zijn. Bedrijven zoals wij zullen in ieder geval nog een hele tijd de service naar zowel nieuwe als klassieke gebruikers verzorgen. Ook klanten zullen trouwens hybride gaan werken en geleidelijk aan overschakelen, bijvoorbeeld door een nieuwe server in de cloud te zetten. Hardware zal overbodig worden om operationeel te zijn. Tegen de mogelijkheden van de megagrote datacenters met cloud-functionaliteiten zal geen enkele lokale serverleverancier of onderhoudstechnicus nog opkunnen. Wie de evolutie negeert, zal straks keihard de rekening gepresenteerd krijgen."

Limburgse expat

Limburg zendt zijn zonen en dochters uit over de wereld en Made in Limburg wil de nodige aandacht schenken aan hun reilen en zeilen.

PETER POLLYN IN NIEUW-ZEELAND



“Als je mensen thuis uitnodigt hebben ze hun eigen eten bij”

Bilzenaar Peter Pollyn had een leuke job bij radiatorenfabrikant Vasco in Dilsen-Stokkem, toen hij plots een aanbod kreeg om naar de andere kant van de wereld te verhuizen. Al 3 jaar woont en werkt hij nu in Nieuw-Zeeland, waar hij een uitgebreid team aanstuurt om de nieuwste trends in bruin- en witgoed voor de wereldmarkt te ontwerpen. In de vrije uren geniet hij samen met zijn gezin van het actieve buitenleven.

“Ik was zeker niet actief op zoek naar een andere baan, toen ik bij Vasco als productmanager aan de slag was”, herinnert Peter Pollynn zich. “Een mooie tijd, waarin ik veel heb geleerd van Jos Vaessen en uitkeek naar de strategische koers die door Patrick Nijs was uitgetekend. Persoonlijk was er altijd wel een latente wens om ooit naar het buitenland te verhuizen. Tot ik heel toevallig werd gecontacteerd door Fisher & Paykel voor een uitdagende functie in Nieuw-Zeeland. Van het bedrijf had ik op dat moment nog nooit gehoord, maar het bleek één van de marktleiders voor allerlei huishoudtoestellen te zijn. Sinds 2012 is Fisher & Paykel overgenomen door het Chinese Haier, met 90.000 personeelsleden de allergrootste op de wereldmarkt.” Een aantal jobinterviews via Skype later, nam Peter Pollynn het risico om samen met zijn echtgenote en 3 kinderen, de oversteek naar Nieuw-Zeeland te wagen. Het hele hebben en houden werd in een container naar het stadje Dunedin (aan de kust op het zuidereiland) verscheept.

“WAT VOORAL OPVALT IS DAT ER HEEL EFFICIËNT WORDT GEWERKT. GEEN KOFFIEKLETS OF LANGE MEETINGS. HET MOET VOORUIT GAAN.”

KOFFIEKLETS

“Wat ik momenteel doe, is een internationale functie voor het R&D-center van Fisher & Paykel”, legt hij uit. “Een team van zo’n 200 knappe koppen werkt er aan de nieuwste toestellen voor outdoor cooking (zoals barbecues) en vaatwassers. Het is mijn taak om na te gaan wat de internationale trends zijn, waar de concurrentie mee bezig is, en wat we zelf moeten ontwikkelen om voorlopers in de sector te blijven. Zoals de ‘afwaslade’ bijvoorbeeld, een kastlade waar een vaatwasser in verwerkt zit. Een heel strategische job, waarvoor ik veel moet reizen. Ik vertoef bijvoorbeeld regelmatig in de VS, Canada, Zuid-Oost Azië en Australië. Bovendien zoek ik ook naar synergie met de andere bedrijven van de Haier-groep, zoals GE Appliances, dat voor 5 miljard dollar werd overgenomen.”

De manier van werken in Nieuw-Zeeland is anders dan in Limburg. “Wat vooral opvalt is dat er heel efficiënt wordt gewerkt. Geen koffieklets of lange meetings. Het moet vooruit gaan. De reden is dat familie en buitenactiviteiten heel belangrijk zijn, en er dus gemiddeld minder lang wordt gewerkt. Als ik om 18 uur naar huis ga, is het kantoor hier helemaal leeg. Voor de rest is de sfeer wel iets losser. Er wordt verwacht dat iedereen zijn verantwoordelijkheid opneemt, wat een vrij platte structuur mogelijk maakt. Informeler dus. Mijn eerste werkdag verscheen ik met pak en das, maar dat vestje is al na enkele minuten in een schuif beland omdat ik helemaal uit de toon viel...”

SURFPLANK

Na de uren geniet Peter zoals de andere Nieuw-Zeelanders vooral van het buitenleven. “We kunnen te voet naar het strand, dus dat is gemakkelijk”, lacht hij. “Ik sport hier ook veel: tennissen, mountainbiken,... en ja, ik heb me recent zelfs een surfplank gekocht, zoals de Nieuw-Zeelanders. Ik moet wel nog veel oefenen...”

Voor de rest brengen we veel tijd door met vrienden. Het is hier heel gewoon om bij elkaar op bezoek te gaan. Het was wel even wennen aan het feit dat iedereen zijn eigen eten en drank meebrengt. Eigenlijk wordt dat gedaan om het de gastheer zo makkelijk mogelijk te maken. Alles wordt op een grote tafel gezet en iedereen kan zichzelf bedienen. Wat mijn vrouw klaarmaakt is meestal wel het eerste op, moet ik toegeven..."

Zijn gezin voelt zich goed thuis aan de andere kant van de wereld. "Onze oudste kinderen worden 10 jaar in februari en hebben zich heel snel aangepast. Dat geldt ook voor onze dochter van 5. Ze hebben veel vriendjes en hobby's, dus dat zit helemaal goed. Mijn vrouw werkt hier als begeleidster van internationale studenten in een grote middelbare school. Zij heeft dus ook de handen meer dan vol!"

EUROPA

Een terugkeer is niet direct aan de orde. "De kans is groot dat we in 2017 naar de hoofdstad Auckland zullen verhuizen, waar ik voor het bedrijf de functie van Global Product Manager op groepsniveau kan gaan uitoefenen. Wat daarna de toekomst brengt, valt af te wachten. Haier heeft sowieso heel veel internationale jobs, maar ook Fisher & Paykel zelf is erg ambitieus. Over enkele jaren willen ze sterk inzetten op de Europese markten, dus misschien dat ik dan terug die kant uitkom. Het zal een beetje afhangen van de professionele opportuniteiten die zich aandienen... Een echt plan is er dus niet. We doen gewoon waar we ons het beste bij voelen!"

Tekst: Kurt MEERS
Foto's: MiL



VERZEKERINGEN



“Proactief, daar hou ik van.”

Verzekeringen zijn een noodzakelijk kwaad waar iedere bedrijfsleider mee moet afrekenen. Hoewel de polissen vaak van dezelfde grote maatschappijen komen, merken ondernemers dat er veel verschillen zijn tussen de makelaars. Niet alleen qua prijzen, maar vooral in het serviceniveau, vallen er interessante deals te sluiten.

We vroegen aan Jan Broos van Mercedes-consessies Groep JAM (Hasselt, Bree, Lommel en Dilsen-Stokkem) hoe hij zijn verzekeringen aanpakt. "De autobranche heeft het niet gemakkelijk om een goede verzekeraar te vinden", zegt hij. "Er zijn heel wat aspecten met uiteenlopende risico's aan ons vak verbonden. Een flexibele makelaar die met de klant meedenkt, is dus van groot belang." Groep JAM kwam eerder toevallig terecht bij het kantoor Bamps Eurassur uit Genk. "We zochten een verzekering voor de vervangwagens die we onze klanten ter beschikking stellen", herinnert Jan Broos zich. "Deze dienst valt niet onder de langetermijnverhuur, dus moest er een oplossing op maat worden uitgewerkt. Bamps Eurassur was daar graag toe bereid en zo is de bal aan het rollen gegaan. Vervolgens hebben we alle polissen van het bedrijf, zoals de BA en arbeidsongevallen, aan hen toevertrouwd. En daar hebben we echt geen spijt van."

RISICO

Jan Broos vindt het belangrijk dat zijn makelaar niet met handen en voeten gebonden is aan één maatschappij. "Bamps Eurassur gooit onze portefeuille regelmatig op de markt en kijkt proactief waar er goede deals te doen zijn. Proactief, daar hou ik van. Bij verzekeringen is het perfect mogelijk om ooit een polis te verkopen en vervolgens jarenlang niets meer van de makelaar te horen. Daar heb je als klant niks aan. Ik apprecieer het enorm dat Bamps Eurassur een aantal keren per jaar met een vergelijking afkomt en suggesties doet om verzekeringen te veranderen naar andere maatschappijen. Dat is een service zoals het hoort. We krijgen van hen ook regelmatig tips om de risico's verder in te perken. Bijvoorbeeld rond de verhoging van de veiligheid zijn er vaak kleine ingrepen mogelijk die een groot verschil kunnen maken. Daar zijn we onze makelaar dankbaar voor."

GERUSTSTELLING

De CEO van Groep JAM is ook tevreden over de nazorg. "Wat je heel vaak hoort, is dat er bij een schadegeval excuses worden gezocht om niet te moeten tussenkomen. Daar hebben wij helemaal geen last van. Elk schadegeval wordt snel en professioneel opgevolgd. Die zekerheid is een hele geruststelling."

Tekst: Kurt MEERS
Foto's: MiL



WAAROM WERKT U NOG NIET MET ONS ?
+40 SUCCESVERHALEN IN COMMUNICATIE, MADE IN LIMBURG.

Klik hier om onze referenties te bekijken

SAMEN SUCCES SCREEEN

MEDIA.

PLANNING, INKOOP & ADVIES
PRINT
TV & RADIO
OUTDOOR
JOB
DIRECT MAILING

VORMGEVING.

CONCEPTONTWIKKELING
LOGO & HUISSTIJL
POS MATERIAAL
PRODUCTIE RADIO & TV SPOTS
FOTOSHOOTS
COPYWRITING
BEGELEIDING PRINT- & DRUKWERK

ONLINE.

ONLINE BANNERING
GOOGLE DISPLAY NETWORK
E-MAILMARKETING
WEBSITES
SEO & SEA
SOCIAL MEDIA

PERS & EVENTS.

PERSMOMENTEN
LANCERINGSEVENTS
NETWERKEVENTS

ZOVEEL MEER.

VERPAKKINGEN & DRAAGTASJES
KADOBONNEN & WENSKAARTEN
GADGETS & KALENDERS,...

MAAK VANDAAG NOG
EEN AFSPRAAK MET
JAKOBUS OF CORNEEL

INFO@JAKOBUSENCORNEEL.BE
OF **011 33 11 32**

WWW.JAKOBUSENCORNEEL.BE

JAKObUS & CORNEEL



In Made in Limburg leggen we natuurlijk ook graag de klemtoon op bekende en minder bekende Limburgse producten.

#100%TLT: TERECHTE LIMBURGSE TROTS

Ja, ze bestaan nog: de producten die heel bewust worden samengesteld door uitsluitend een beroep te doen op Limburgse leveranciers. Dat was het uitgangspunt voor ondernemer John Donders om van start te gaan met Gents, een merk van vlinderdassen uit hout en kalfsleder.

“Ik ben persoonlijk een enorme voorstander van het lokale ondernemerschap”, steekt John Donders van wal. “Overall waar mogelijk koop ik zelf producten en diensten in bij plaatselijke handelaars. Het is een manier om zelfstandigen in de buurt te steunen, wat ik veel belang-

rijker vind dan op zoek te gaan naar de goedkoopste op de markt, die de winst vervolgens naar het buitenland doorsluisst.” Donders is dan ook niet toevallig voorzitter van de Unizo-afdeling in Zonhoven.





In Made in Limburg leggen we natuurlijk ook graag de klemtoon op bekende en minder bekende Limburgse producten.

KALF

De keuze voor lokale partners voor de ontwikkeling van een totaal nieuw product, was dan ook niet toevallig. "Aangezien ik met mijn hoofdactiviteit in de schoonmaaksector actief ben, is dit project een totaal andere zijsprong", zegt hij. "Met Gents wil ik originele vlinderdassen op de markt brengen, vervaardigd uit hout en kalfsleder. Een eyecatcher, die een ludiek en stijlvol verschil maakt op een manier die niemand verwacht. Veel meer variatie dan een klassiek zwart vlinderdasje is er al decennia lang niet. Vandaar!"

Donders ging voor de vormgeving te rade bij dorpsgenoot Studio Koppers. Voor de uitvoering werd samengewerkt met Cuthings, dat de basisvorm voor het houten model freest. "Ook de verdere afwerking van de vlinderdassen gebeurt manueel door Limburgse handen", aldus nog John Donders. "Zelfs de personalisatie, zoals de vermelding van een bedrijfslogo, gebeurt door een lokale collega, met name Fusemedia."

AMBASSADEURS

Dat Gents op en top Limburgs is, wordt uitgespeeld in de marketing. "We creëerden de hashtag #100%TLT, wat staat voor 100 procent Terechte Limburgse Trots", legt de zaakvoerder uit. "De hedendaagse man is terecht trots en gaat graag goed gekleed. De recente 'hipster-rage' is daar een mooi bewijs van. Uitpakken met ambachtelijke, lokale producten is een sterke uiting van identiteit. De dragers van onze vlinderdassen zijn de voornaamste ambassadeurs van ons product."

De verdeling van de Gents-vlinderdassen is inmiddels gestart. "Je raadt het al: de lokale handelaars, barbershops, lederwinkels én de cadeauboetiek Mamzel hebben de primeur gekregen. Een opstapje naar het veroveren van de wereld", knipoogt hij.

Tekst: Kurt MEERS
Foto's: MiL



POLSHOOGTE

Want met een stijlvol nieuw horloge hou jij altijd en overal de vinger aan de pols...



Tekst: Elspeth JENKINS
Foto: Rodania

STRAK IN HET PAK

Deze afgelijnde droomexemplaren houden het classy en professioneel. Net zoals jij.



Ladies diamond conquest horloge
€ 1860, Longines
www.longines.com



Alegria horloge
€ 349, Swarovski
www.swarovski.com



Zwart horloge
€ 70, Swatch
www.swatch.com

HET KLASSIEKE HORLOGE

Gaat nooit uit de mode en past bij elke outfit: een aankoop voor het leven.



Clé horloge
Prijs op aanvraag, Cartier
www.cartier.com



Horloge met zwart lederen bandje
€ 199, Manfred Cracco
www.manfredcracco.com



Estelle horloge
€ 89,95, Komono
www.komono.com

BLITZ

Zelfs in een stressvolle meeting over de budgetten voor 2017 laat jij je niet van de 'wijzer' brengen.



'Lady Mini Powder' horloge
€ 399, Claude Bernard
www.claudebernard.ch



Bling horloge
€ 329,95, Michael Kors via Zalando
www.zalando.be



Horloge met zilver en goudtinten
€ 189, Thomas Sabo
www.thomassabo.com



interiors & architecture . nieuwbouw . villa-renovatie

Pas

www.pas-interiors.be

EEN NIET ZO VROLIJK KERSTFEEST

Nog net voor het jaareinde werd er een sociaal akkoord gesloten bij onder meer Douwe Egberts, Axa Verzekeringen en Makro. Er moeten jammer genoeg respectievelijk 274, 650 en 350 mensen de deur uit. Mooi kerstcadeau, zo'n C4 met hulst omringd... Het nieuws kwam echter niet als een nest engelen uit de lucht gevallen. Iedereen wist wel degelijk de klepel van de jingle bells hangen. In 2017 worden de regels om brugpensioen (vermomd als SWT) immers veel strenger. Wie dan vanaf 55 jaar met pensioen wordt gestuurd, zal een lagere premie ontvangen. De verdere beschikbaarheid voor de arbeidsmarkt (die nochtans alleen op papier bestaat) wordt automatisch ingesteld op 62 jaar. Met andere woorden: toen de ster bleef stille staan, was hét moment aangebroken om nog snel-snel gebruik (of misbruik?) te maken van het voorbijgestreefde systeem. Zo kreeg het ranzige kerstcadeau voor de betrokken werknemers toch nog een gouden strikje. Hoe erg het ook is, maar de komende 30 jaar (gemiddeld) kunnen ze op beide oren slapen. Iedere maand de centen netjes op de rekening. Oef.

Laat ons even een horror-scenario schrijven, waarin u zich dient voor te stellen dat deze mensen plots op hun pensioen een forse belasting moeten betalen. En bovendien op al hun centen die ze nog op hun spaarboekje of onder de matras hebben liggen, een taks van 25 procent mogen dokken. Zonder boe of ba, een kwart naar Vadertje Staat. Hoe gedegouteerd zou u daardoor zijn?

Wel, nochtans is dat scenario exact waar de ondernemers zich aan mogen verwachten. De liquidatiebonus, onlangs opgetrokken van 10 naar 25%, was al een feit. Op het moment dat u een onderneming stopzet, komt de fiscus langs om een kwart te incasseren van de winst die overblijft. Een kwart. Op het flink bijeengespaarde bedrag dat voor uw pensioen zou moeten dienen, en waar nota bene, al elk jaar vennootschapsbelasting op betaald werd...

Als het van CD&V afhangt, komt daar nu nog een meerwaardebelasting op aandelen bij. Ondernemers die dus met pensioen willen gaan en de aandelen van hun zaak willen overdragen naar hun kinderen of een andere koper, zullen een fors percentage in de grijpgrage handen van de staatskas zien verdwijnen. Boodschapper van dienst: federaal minister van Werk, Kris Peeters. Juist, de man die in zijn vorig leven als Unizo-baas een pink zou gegeven hebben om ondernemers te behoeden voor zo'n liquidatiebonus en meerwaardebelasting.

Onze kerstboodschap voor ondernemers is niet zo vrolijk als de geboorte van het kindje Jezus: U zult niet met pensioen kunnen gaan. Amen.

Kurt Meers



facebook



LinkedIn

VOLGENDE VERSCHIJNING:
27 JANUARI 2017



COLOFON

Made in Limburg Magazine is een uitgave van Mediahuis nv - Katwilgweg 2, 2050 Antwerpen

Contact: redactie@madeinlimburg.be

Business Manager: Dominique De Pesseroy | **Designer:** Steve Emons | **Redactionele bijdragen** door o.a.: Kurt Meers en Dominiek Claes | **V.U.:** Dominic Stas - Katwilgweg 2, 2050 Antwerpen

Niets uit deze uitgave mag worden veelevoudigd en/of openbaar gemaakt zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.