

made  
in

MAGAZINE

Limburg

Hilde Essers  
en Gert Bervoets

**“ TIJD EN ENERGIE  
IN UITBREIDING IS  
WAANZINNIG ”**

Spraakmakend:  
**OORLOG IN  
APOTHEKERSLAND**

Griet Vanhees:  
**“TEGEN DE WIL VAN  
ANTHONY GESTART”**

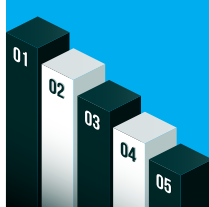


# inhoud

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 HILDE ESSERS & GERT BERVOETS

p. 9

## Met vallen en opstaan GERT GIJBELS

p. 14

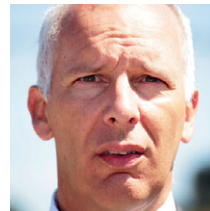


## Infografiek WAAROM U EEN SOLLICITANT NIET AANWERFT

p. 17

## Spraakmakend APOTHEKERS VOEREN LASTERCAMPAGNE

p. 19



## Hoe zou het zijn met ... MARC MEYLAERS

p. 22

## De toekomstdenker THE INTERNET OF THINGS

p. 25

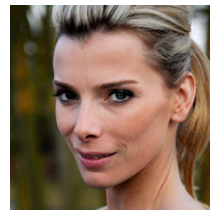


## Limburgse expat KRISTOF MANGELSCHOTS

p. 27

## U ligt wakker van ... JURIDISCHE VRAAGSTUKKEN

p. 29

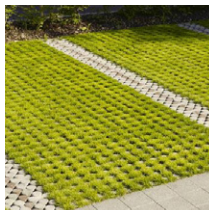


## Made in Limburg MUM OF THE WORLD

p. 31

## Voor u getest ... BEDRIJFSGROEN

p. 34



## ONS GEDACHT

p. 37

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

## Heijmans Bouw trekt zich terug uit België

Het Nederlandse bouwbedrijf Heijmans verwacht dieprode cijfers (110 miljoen euro) en gaat zich daarom volledig toeleggen op de Nederlandse markt. De bouwgroep trekt zich dus helemaal terug uit Duitsland en uit België, waar het de hoofdzetel heeft in Bilzen.

Het bouwbedrijf wil de Belgische activiteiten, goed voor een omzet van zowat 250 miljoen euro, verkopen aan bouwreus Besix. Het gaat om de vennootschappen Heijmans Bouw, Heijmans Infra, Van den Berg en Belasco. De ruim 800 werknemers krijgen zo een nieuwe baas.

# 2

## Depannagedienst haalt zware jongens aan boord

Depannage Delveau uit Hasselt, één van de grotere takeldiensten in de provincie, heeft fors geïnvesteerd in het wagenpark. Er werd zo'n 800.000 euro vrijgemaakt voor de aankoop van nieuwe sleep- en takelvoertuigen.

"We kunnen nu het hele arsenaal van opdrachten aan, zoals het takelen van zware vrachtwagens en bussen", zegt zaakvoerder Geert Delveau. "We zijn ook uitgerust om bijvoorbeeld wagens uit het kanaal te halen. Voor verzekeringsmaatschappijen, interventiediensten en leasingmaatschappijen is het belangrijk dat ze voor alle takelopdrachten bij één dienst terecht kunnen. Vandaar de investering."

Naast takeldiensten verzorgt Delveau ook de bandenservice voor particulieren en bedrijven.

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

### Foto Robyns dacht aan stoppen, maar breidt nu uit

Het laatste decennium zijn ze bijna allemaal verdwenen: de onafhankelijke fotospecialzaken. Onder de loodzware druk van de Media Markten, Vandenborres, Cool Blues en andere ketens, hebben de meesten hun zaak gesloten, of ondergebracht bij één van die grote ketens. Eén van de laatste der Mohikanen is ongetwijfeld Foto Robyns uit Sint-Truiden. De bijna 65-jarige familiezaak denkt zelfs aan uitbreiden. "Een kwestie van goede service en vooral mond-tot-mondreclame", verklapt zaakvoerder Frank Deltour (46) het geheim.

Grote, onafhankelijke fotozaken zijn in Limburg nog nauwelijks te vinden. Wat wil je, in een markt die jaarlijks met 20 procent zakt. Na Bögemann in Genk en Bartok in Hasselt en Mabo in Bilzen, rest er (ongeveer) alleen nog Foto Robyns in Sint-Truiden. De zaak heeft een historiek van bijna 65 jaar. In 1996 nam Frank Deltour de Truiense fotohandel over van zijn moeder Annie Robyns. "Mijn moeder was zo verstandig geweest om in 1984 al te beginnen met pc's, de legendarische Commodore 64. Dat heeft voor ons de overgang naar de digitale revolutie makkelijker gemaakt", zegt Frank Deltour.

Op dit moment telt Foto Robyns vier medewerkers: twee fotografiespecialisten, één laborant en één IT-specialist. De onderneming heeft ook nog een eigen labo voor ontwikkeling en afdruk. De zaak barst bijna letterlijk uit zijn voegen. "We denken er daarom aan om onze zaak hier uit te breiden, zodat we alles wat geriefelijker kunnen tentoonstellen", zegt Deltour lachend.

"Een goede service en mond-tot-mondreclame zijn het geheim", zegt Frank Deltour. "Wij pushen onze klanten niet. Het is helemaal niet erg als een klant nog 'eens wil nadenken' en zonder iets gekocht te hebben naar buiten wandelt. We kijken vooral op lange termijn. Ik heb liever dat een klant met een passend product vertrekt, dan met een ander toestel waar we meer aan overhouden."



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

Maar dat is niet de enige pijl op de boog. "We lenen ook met gemak demotoestellen en -lenzen uit, zodat de klant die kan uitproberen. Dat doe je toch ook met een wagen vooraleer je die koopt? We werken graag mee aan evenementen en organiseren ook zelf workshops met bekende fotografen. Dat zorgt voor een community-gevoel. En vooral: Facebook. Daar bereiken we de leden van onze community gemakkelijk. We hebben ooit een bericht op Facebook gepost met de vraag of een klant zo goed wilde zijn om zijn demotoestel terug te brengen. Dat heeft zoveel sympathie opgewekt dat dat toestel ondertussen wel is terugverdiend. Het is nooit teruggebracht", legt Deltour al lachend uit.

Het lijkt wel allemaal rozengeur en maneschijn. "Vergis je niet, ook wij hebben het niet gemakkelijk. Drie jaar geleden heb ik er zelf nog aan gedacht om er mee te kappen. De marges zijn zeer krap. We letten er ook op dat onze prijzen in de lijn liggen van de prijzen van online shops. Oh jawel, we hebben ook zelf een webshop, maar voorlopig levert die maar een fractie van de omzet. Onze webshop is vooral een uitbreiding van onze etalage", zegt Frank Deltour. "Ondertussen hebben we weer onze draai gevonden, zodanig dat we zelfs denken aan uitbreiden hier in het hartje van Sint-Truiden. We willen vooral niet verhuizen naar ergens aan de rand van de stad, ik blijf geloven in de voordelen van een ligging in het centrum."

Tot slot: het blijft toch vooral hard werken. "Zes dagen op zeven. Anders overleef je dit niet. En vooral bijblijven met de nieuwe trends en technologieën. Onze mensen en ikzelf studeren voortdurend bij", aldus Deltour. "Dat heet passie zeker?"

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

### **Genker Plantencentrum beste van België**

Na 2012 en 2014 hebben Bart Hiemeleers en zijn team van het Genker Plantencentrum opnieuw prijs... Op de Garden Centre Awards, die om de 2 jaar georganiseerd worden, werd hun bedrijf wederom uitgeroepen tot Beste Plantencentrum van België.

Bijna 30 centra hadden zich ingeschreven om een totale screening te ondergaan door een vakjury en een mystery shopper. Vorige vrijdag volgde in Grimbergen de bekendmaking van de resultaten. Daaruit bleek dat Genker Plantencentrum er andermaal met kop en schouders bovenuit stak. De derde opeenvolgende award als beste van België was binnen...

Genker Plantencentrum telt 23 vaste medewerkers en zo'n 50 tijdelijke arbeidskrachten. Er worden 4.400 soorten planten aangeboden. Het centrum is 2 hectare groot en beschikt over 600 parkeerplaatsen. Er werd recent nog fors geïnvesteerd in het bedrijf. Bart Hiemeleers wil nog meer inzetten op sfeer en beleving voor de bezoekers. Meteen is de favoriet voor de verkiezing 2018 gekend ...



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

## **Trixxo is nieuwe naam van Work@Home**

Dienstenchequebedrijf Work@Home en uitzendbureau Plug-injobs bundelen de krachten en gaan voortaan door het leven als Trixxo. Dat heeft zaakvoerder Luc Jeurissen zopas bekendgemaakt in Antwerpen. De hoofdzetel van Trixxo is en blijft in Hoeselt. Daarnaast telt het bedrijf 70 kantoren in heel Vlaanderen. Er zullen 4 afdelingen worden uitgerold: Trixxo Home omvat de services die werken met dienstencheques, Trixxo Jobs zet zich in voor HR-rekrutering, Trixxo Skills focust op opleidingen en Trixxo Care biedt thuiszorgdiensten.

Bij de voorstelling van de nieuwe naam werd aangekondigd dat de 3.500 huishoudhulpen van Trixxo allemaal een elektrische fiets krijgen aangeboden als extra-legaal voordeel.

Vlaams minister van Werk, Economie, Innovatie en Sport Phillippe Muyters is verheugd met deze beslissing: "Het aanbieden van elektrische fietsen is innovatief op het vlak van HR, wil positief bijdragen aan het mobiliteitsprobleem en spoort tegelijkertijd werknemers aan om te bewegen. Trixxo stelt als werkgever een maatschappelijk voorbeeld dat hopelijk veel navolging krijgt."



5,3 L/100 KM · 139 G CO<sub>2</sub>/KM Milieu-informatie KB 19/3/2004: www.mercedes-benz.be - Geef voorrang aan veiligheid.

# De nieuwe E-Klasse All-Terrain. Masterpiece of Intelligence.

Ontdek hem bij uw Erkend Concessiehouder Mercedes-Benz.

**Mercedes-Benz**

The best or nothing.



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



# HILDE ESSERS EN GERT BERVOETS

## VAN H. ESSERS UIT GENK



“Onze mensen zijn fier op ons bedrijf”

**A**ls negatieve reclame ook reclame is, zit H.Essers in Genk nog voor vele jaren safe... U kent de commotie rond de uitbreidingsplannen ongetwijfeld. De winnaars van de prijs Limburgse Ondernemer van het Jaar proberen het te relativiseren. CEO Gert Bervoets en gedelegeerd bestuurder Hilde Essers kijken liever naar positieve evoluties. En die zijn er minstens evenveel bij de snelgroeïende logistieke dienstverlener.

Hilde Essers begon zelf onderaan de ladder bij het familiebedrijf. "Na mijn studies kon ik terecht bij dochterbedrijf Belstor", herinnert ze zich. "Vanuit een hobunit stond ik in voor de administratie. Het was toen zeker niet de bedoeling dat ik werd klaargestoomd om later H.Essers over te nemen. De belangstelling hiervoor is doorheen de jaren gegroeid. Geleidelijk aan heb ik de diverse facetten van het bedrijf leren kennen. Door in te spelen op opportuniteiten, verhuisde ik telkens naar een andere afdeling: aankoop, verkoop, planning, marketing... ik heb er overal een tijdje meegedraaid. Heel boeiend en tot op vandaag ook erg nuttig."

Hilde Essers is nu gedelegeerd bestuurder van de logistieke reus. Als mede-eigenaar en bestuurder neemt ze mee de grote, strategische beslissingen, die CEO Gert Bervoets tot een goed einde moet brengen.

"Anderzijds heb ik binnen het bedrijf een managementfunctie, verantwoordelijk voor marketing en communicatie. In die rol rapporteer ik zelf aan Gert. Voor ons is die structuur heel duidelijk. Openheid, eerlijkheid en transparantie zijn van groot belang. Onze kantoren liggen vlakbij elkaar, wat het makkelijk maakt om snel beslissingen te nemen en reflectiemomenten te houden."

Ook bestuursvoorzitter Noël Essers wordt nog regelmatig bij de besluitvorming betrokken. "We zouden gek zijn mochten we niet van zijn kennis en kunde gebruik maken, zoals bij overnames of bij de aankoop van 800 nieuwe vrachtwagens", vult CEO Gert Bervoets aan. "Op die manier vormen we een complementair team. We zijn het niet altijd eens, maar stellen altijd het belang van het bedrijf voorop."



**"WE GEVEN ONZE  
MENSEN VEEL VER-  
TROUWEN EN KANSEN,  
MAAR VERWACHTEN  
DAN WEL DAT ZE  
ONDERNEMEND ZIJN  
EN ZELFSTANDIG  
KUNNEN WERKEN."**



## ZWEMMEN

Hasselaar Gert Bervoets kwam eerder toevallig bij H.Essers terecht. "Ik heb 7 jaar voor Nestlé gewerkt, onder meer als Group Product Manager Dranken", vertelt hij. "Privé kwam ik wel eens bij de familie Essers over de vloer, aangezien ik vroeger bij dezelfde studentenclub actief was als de echtgenoot van Hilde. Als ik dan Noël tegen het lijf liep, vroeg hij me wel om voor H.Essers te komen werken, maar als wat en wanneer was me nooit heel duidelijk." Tot in 2001 er wel een concreet voorstel op tafel kwam. Toenmalig CEO Ivo Marechal ging een directieteam vormen en had daar een plaatsje voor Gert Bervoets. "Mijn eerste job was om een nieuwe vestiging op te starten in Wilrijk. Ik herinner me nog goed dat ik met Noël op een zondag er naartoe reed. Daar aangekomen zag ik alleen een wei met 2 paarden. Voila, zei Noël, hier moet onze nieuwe vestiging weldra staan. En dat was het. Ik moest maar springen in het diepe en zwemmen. Dat stukje van de bedrijfscultuur is intact gebleven. We geven onze mensen veel vertrouwen en kansen, maar verwachten dan wel dat ze ondernemend zijn en zelfstandig kunnen werken. Doordat ze zelf veel verantwoordelijkheid nemen, kunnen ze groeien en telkens hogere functies ambiëren. Uiteraard komt dat ook het bedrijf ten goede. Vorig jaar was onze organische groei goed voor 50 miljoen extra omzet. Dat is de verdienste van onze ondernemende medewerkers." Die zijn intussen met zo'n 5.400.

**"DE NEGATIEVE PER-  
CEPTIE DIE ROND ONS  
BEDRIJF GECREËERD  
WORDT, STROOKT NIET  
MET DE ERVARINGEN  
VAN ONZE MENSEN."**



## WAZE

H.Essers heeft niet alleen organische groei op het oog. "Willen we internationaal een rol van betekenis blijven spelen, moeten we prominent aanwezig zijn op de strategische locaties", weet Gert Bervoets. "Dubai en het Midden-Oosten,... daar gebeurt het allemaal. Ook in Latijns Amerika tasten we de mogelijkheden af. Argentinië en Bolivia zijn landen waar we sterk in geloven. We krijgen hier met enkele leden van het management elke dinsdag Spaanse les, zodat we ginds een mondje kunnen meepraten." Het bedrijf bestudeert ook nieuwe overnames. "Daarbij kijken we naar iets grotere spelers. Dat is nodig om internationaal sneller te kunnen gaan", aldus de CEO.

Een andere grote uitdaging ziet H.Essers in de wedloop naar nieuwe technologie. "Disruptieve innovatie, daar zijn we sterk mee bezig", aldus nog Gert Bervoets. "We hebben bijvoorbeeld 90 IT'ers in dienst, die processen optimaliseren en nieuwe toepassingen uitvinden. Apps als Waze (verkeers- en navigatietool) en Uber (taxi via internet) zorgen voor belangrijke evoluties in onze mobiliteit. Wij moeten daar in meedenken, bijvoorbeeld door een Waze voor vrachtwagenbestuurders te maken en dan onze mensen mee te krijgen in deze omwenteling. Uitdagingen zijn er dus nog meer dan voldoende."

## WARMSTE WEEK

Hilde Essers drukt ook op andere vlakken haar stempel op het bedrijf. "Ondanks onze grootte-orde, willen we het karakter van een typische, Limburgse KMO behouden", zegt ze. "Niet alleen door werkethiek van onze medewerkers, maar ook door de samenhang en de acties die worden ondernomen om de sfeer te bevorderen en het werk zo aangenaam mogelijk te maken. Zo doen we nog elk jaar een groot personeelsfeest met wel 2.500 aanwezigen. Waar gebeurt dat nog? Ook in de afdelingen moedigen we activiteiten aan die de groepsgeest versterken, zoals deelname aan sportieve uitdagingen of inzamelingsacties voor het goede doel, zoals recent nog voor de Warmste Week." Het leidt allemaal tot een grote verbondenheid van de medewerkers met hun bedrijf. "Ja, en daarom zijn de perikelen rond onze vooropgestelde uitbreidingszone hard aangekomen bij de medewerkers. De negatieve perceptie die rond ons bedrijf gecreëerd wordt, strookt niet met de ervaringen van onze mensen. En daar hebben zij het moeilijk mee. In dat opzicht heeft de onderscheiding voor Limburgse Ondernemer van het Jaar zoveel plezier gedaan. Onze mensen voelden echt de fierheid van weleer terugkomen. Dus dank u, Belang van Limburg en Made in Limburg!"

## SYMBOOLDOSSIER

En zo zijn we in het befaamde Esserbos beland. "We worden in dat dossier heel snel beoordeeld en veroordeeld, terwijl wij eigenlijk alleen maar vooruit willen en alle regels volgen.", vindt Gert Bervoets. "Mensen kennen vaak de concrete situatie van dat bos hier niet, en weigeren bovendien de dialoog, waarin we hen alles willen uitleggen. Allicht hadden we beter kunnen communiceren, en sneller met detailinfo naar buiten moeten komen, maar het is een heel complex dossier. Er zijn afspraken gemaakt tussen vele

partijen. Wij moeten en zullen in deze onze engagements volledig nakomen. Wat niet wegneemt dat het echt waanzinnig is hoeveel tijd en energie wij moeten stoppen in grondverwerving. Dit alleen maar om onze positie hier te vrijwaren en zo onze groei in het buitenland te kunnen versnellen. Als we multinationals willen bedienen, moeten we hen overal ter wereld volgen. Ook onze thuismarkt moet daar op georganiseerd zijn, of we verliezen het pleit. Dat is een nuchtere vaststelling. Jammer dat het zo moet lopen. Want we waren er nooit aan begonnen als Agentschap Natuur en Bos het licht niet op groen had gezet. Dat zijn de mede-eigenaars van wie we willen kopen. Zij vonden het een uitstekend project... Tja, het is voor sommigen een symbooldossier geworden. En daar zijn wij de dupe van."

Of er, tot slot, met al deze perikelen nog tijd overblijft voor hobby's? "Zeker. Net als vroeger ben ik na de werkuren met het huishouden bezig", vertelt Hilde Essers. "Ik ben bestuurder bij VKW Limburg en ga 3 keer per week lopen. Het hoofd volledig leegmaken. In het verleden heb ik al 3 marathons gelopen en misschien dat ik er voor dit najaar nog eentje op de kalender zet." Gert Bervoets is duidelijk een tikkeltje jaloers: "Af en toe ga ik lopen of fietsen, maar niet aan het tempo van Hilde. Het weekend reserveer ik voor de familie. Meestal houdt dat in dat ik veel sportwedstrijden van de kinderen ga volgen. Voor mij is dat best wel ontspannend genoeg..."

Tekst: Kurt MEERS  
Foto's: Luc DAELEMANS



## GERT GIJBELS



“Staar je niet blind op alle lof die je als starter zult krijgen”

**J**e kan visionair zijn, maar als je producten of diensten op de markt komen vooraleer de consumenten er klaar voor zijn, schiet je weinig op. Het overkwam Gert Gijbels, die met Mookum een platform had opgezet waarmee designspullen via crowdsourcing konden ontwikkeld worden. “We waren er te vroeg mee. Bovendien was de financiering te krap om onze aanloopfase te overbruggen. We hebben vele lessen getrokken uit dit project”, zegt de ondernemer, die vandaag met zijn Netwerk Ondernemen, de volgende generatie starters belangeloos en onafhankelijk adviseert.

“Ik ben mijn carrière gestart bij Atlas Copco, waar ik een online platform heb opgezet”, steekt Gert Gijbels van wal. “Daarvoor moest ik veel naar het buitenland reizen. Dat beviel me wel. Toen Christian Leysen me vervolgens vroeg om voor hem een business in China op te starten, moest ik niet twijfelen. Ik was toen 25 jaar en moest voor zijn dochterbedrijf Ahlers een vijftal kantoren opzetten. Daarmee waren we vrij vroeg in die markt aanwezig. We wisten snel te groeien, van 5 naar 60 mensen.” In 2005 startte Gert dan in China zijn eigen onderneming op. “Er kwamen steeds meer vragen van bedrijven die zaken wilden doen in China, en iemand ter plaatse nodig hadden om de kwaliteitscontrole, leveranciersselectie en de administratieve formaliteiten te vervullen”, vertelt hij. “Ik was de juiste man op de juiste plaats. Barco, Telenet,... ik was hun lokale vertrouwenspersoon. Zo fungeerde ik tevens als ontvangstcomité voor Belgische werkgeversorganisaties en andere groepen die in China op economische missie kwamen. Erg boeiend allemaal!” Familiale prioriteiten maakten een einde aan dat verhaal. “Mijn vrouw wou na 5 jaar graag terugkeren naar België en deed dat ook. Ik ben nog 2 jaar langer in China gebleven, maar dat was uiteraard moeilijk houdbaar. Daarna ben ik in België een jaar als externe innovatieconsultant voor Telenet gaan werken en dan met Mookum begonnen.”

**“WE WERDEN OP EEN VOETSTUK GEPLAATST, HOEWEL WE NOG EEN HEEL LANGE WEG MOESTEN AFLEGGEN.”**

## SALAMI-TECHNIEK

Mookum was een absolute voorloper. “Het opzet was om jonge designers de middelen te geven om hun ideeën daadwerkelijk vorm te geven”, legt Gert uit. “We lieten jonge designers samen producten ontwerpen en deze werden online via een stemming door het publiek beoordeeld. Toekomstige klanten en anderen die erin geloofden, konden door middel van crowdfunding de producten ook aankopen. Een revolutionair idee in die tijd. We kregen van overal enorm veel lof. Starter van het Jaar, winnaar van de E-Commerce Award, financiers die zich kwamen aanbieden,... Een investeringsfonds, een business angel en een Nederlandse partner kwamen over de brug. Het kon allemaal niet op. We werden op een voetstuk geplaatst, hoewel we nog een heel lange weg moesten afleggen. Het geïnteresseerde publiek volgde hele snel. In een mum van tijd hadden we een community van 20.000 leden, stuk voor stuk ‘early adopters’. Maar daarna vlakte de belangstelling af. Het werd duidelijk dat we te vroeg waren om een echte doorbraak te forceren. Er was meer tijd nodig om het grote publiek van de formule overtuigen. Maar die tijd kregen we niet. De financiering gebeurde volgens de zogenaamde ‘salami-techniek’. Naargelang er milestones werden bereikt, kwam er een volgende schijf van de financiering vrij. Niet ideaal, want zo moesten wij elke 6 maanden op zoek naar vers geld. We speelden paniekvoetbal en hadden geen tijd om onze visie op lange termijn toe te passen.”

## ZACHTE LANDING

Nefast, zo bleek. "Het grote publiek was er nog niet klaar voor", zegt Gert Gijbels. "Ze kenden het concept van crowdsourcing niet en waren dus argwanend om producten aan te kopen. Momenteel is dat helemaal anders, maar wij waren dus eigenlijk te vroeg. Met iets meer middelen hadden we de aanpassingsperiode misschien kunnen overleven. Maar het ging dus niet meer, en dan hebben we de stekker eruit getrokken. Met veel pijn in het hart. Plezant is anders. Maar het moest om iedereen nadien recht in de ogen te kunnen kijken. Dat is belangrijk. Door tijdig te stoppen is de landing nog vrij zacht geweest. Er zijn bij de crash geen doden gevallen in het vliegtuig. De schrammen die we hebben opgelopen, konden genezen worden."

## NETWERK ONDERNEMEN

En dus moest Gert op zoek naar een nieuwe uitdaging. "Ik kende in Brussel het Réseau Entreprendre, een netwerk dat groeibedrijven met raad en daad bijstaat. Ondernemers die volledig onafhankelijk en belangeloos de rol van mentor, klankbord, spiegel willen opnemen. Het is dat concept dat ik ook in Vlaanderen heb opgestart onder de noemer Netwerk Ondernemen. Een succes, want vandaag bestaat het uit zo'n 85 prominente ondernemers die op dit moment een 50-tal innovatieve groeibedrijven in begeleiding hebben. Heel belangrijk is dat er geen commerciële relatie bestaat tussen beiden. Advies wordt dus niet gefactureerd. De mentor participeert evenmin in het groeibedrijf, zodat er dus geen financiële belangen meespelen. De mentor is dus echt onafhankelijke en een belangeloze vertrouwenspersoon die ervaring heeft als ondernemer."

Gert Gijbels beseft dat zijn huidige project er niet was geweest zonder de ervaring die hij bij Mookum heeft opgedaan. "Uiteraard hebben we daar erg veel van geleerd en willen we de levenslessen doorgeven aan andere groeibedrijven. Het zou zonde zijn om hen dezelfde fouten te laten maken. Het is en blijft boeiend om het groeiproces van die 50 bedrijven in begeleiding vanop de eerste rij mee te maken. Het voelt aan alsof wij zelf als een soort 'peter' het traject van ieder project mee kunnen bewaken. Netwerk Ondernemen is intusse, net zoals Mookum destijds, een nieuwe baby van mij geworden. Maar wel een tje die door een vader met enige ervaring zal opgevoed worden..."

Tekst: Kurt MEERS  
Foto's: Koen FASSEUR

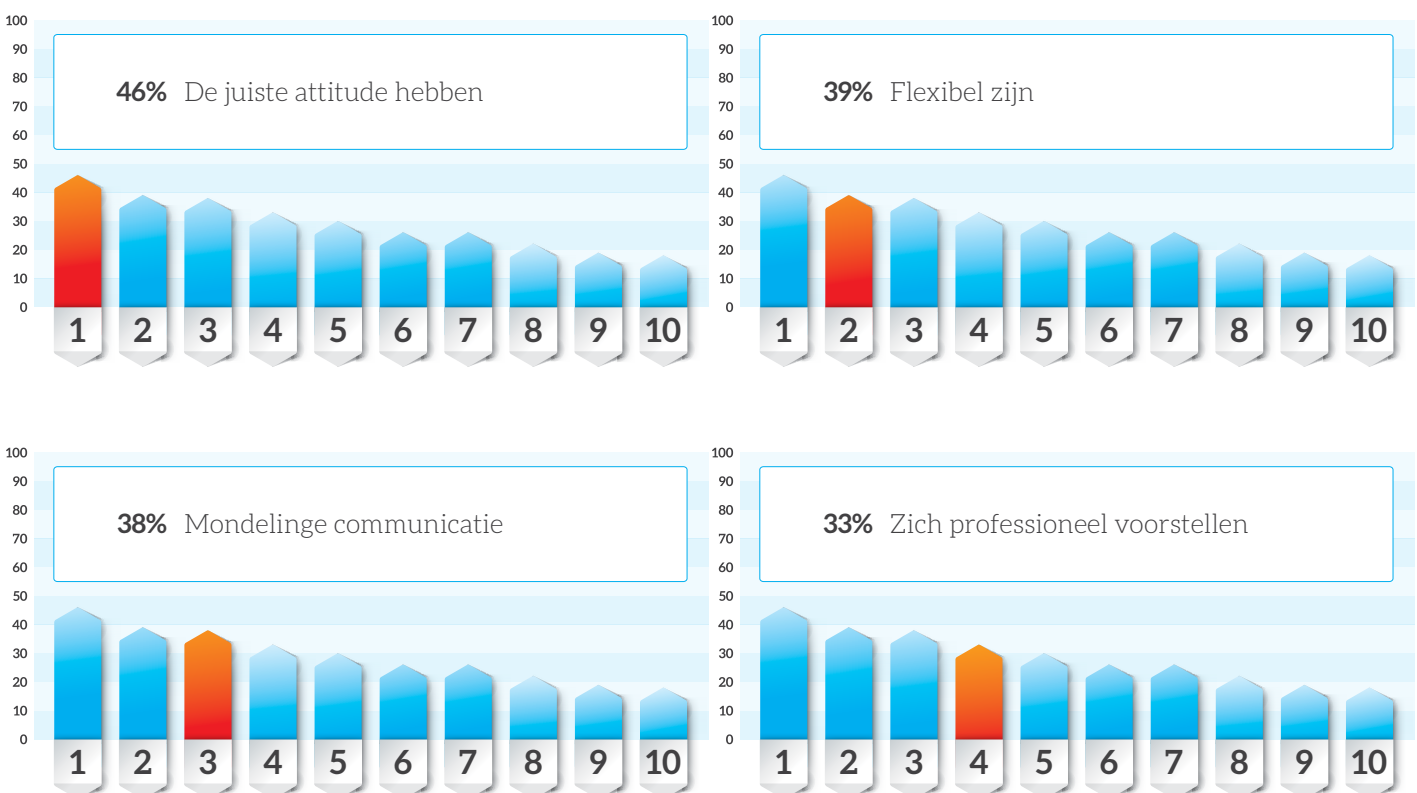


# WAAROM U EEN SOLLICITANT NIET AANWERFT

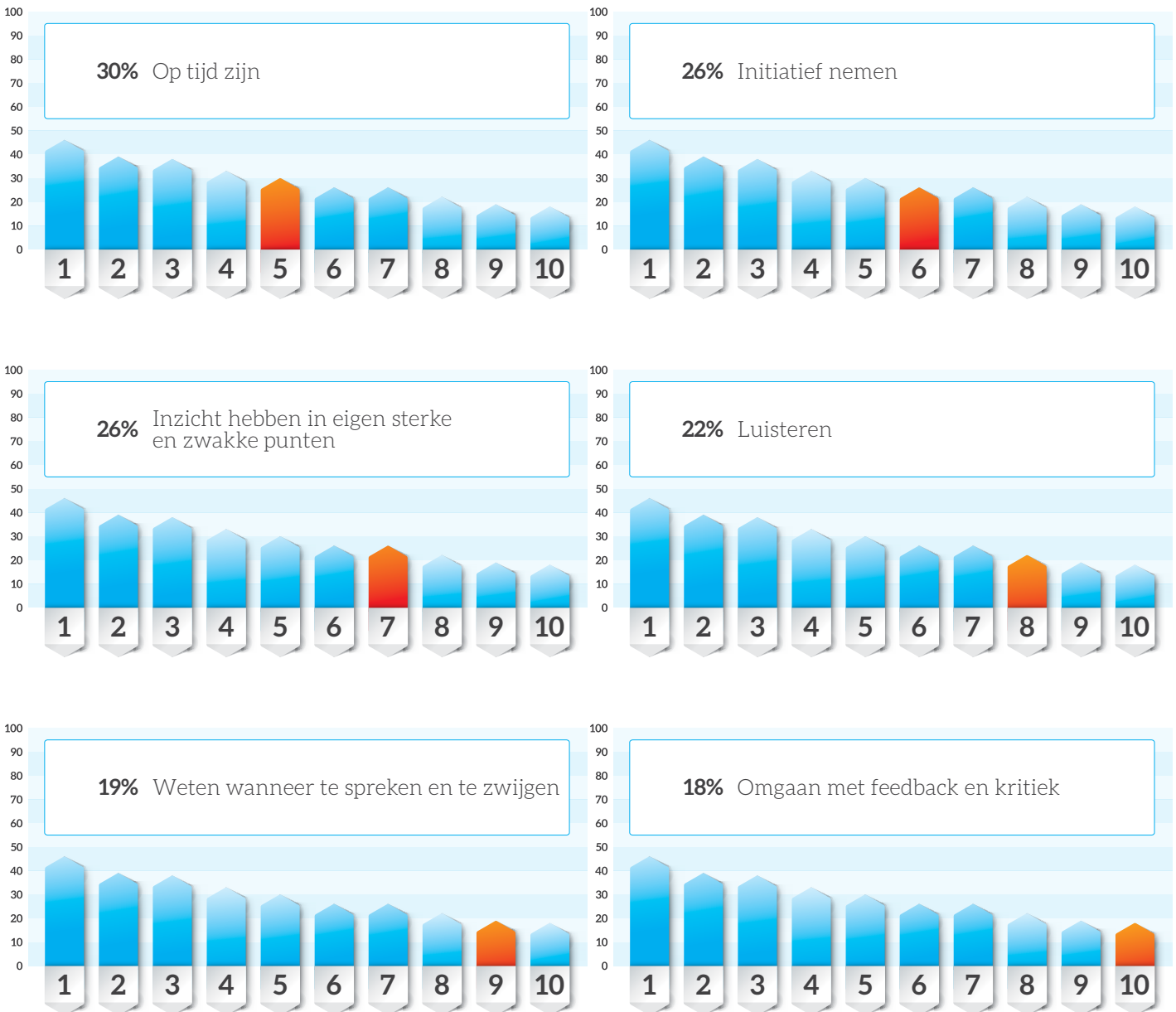
Met het opdrogen van de arbeidsreserve zijn er steeds minder argumenten om sollicitanten niet aan te werven. Toch zijn er veel kandidaten die -ondanks de krapte op de arbeidsmarkt- niet aan de bak geraken. Uit een onderzoek van het Vormingsfonds voor Uitzendkrachten (VFU) blijkt nu wat de voornaamste redenen zijn om iemand niet te selecteren. Los van de ervaring of inhoudelijke kennis van de job, blijken attitudeproblemen de voornaamste oorzaak. Vooral jongeren hebben hier last van ...

Tekst: Kurt MEERS

Bron: Vormingsfonds voor Uitzendkrachten (VFU)



## WAAROM U EEN SOLLICITANT NIET AANWERFT



# APOTHEKERS VOEREN LASTERCAMPAGNE TEGEN FINALIST VAN JCI AWARD



**E**nkele apothekers, voornamelijk uit West-Vlaanderen, hebben na een oproep in een besloten Facebook-groep, een lastercampagne opgezet tegen de online apotheek Farmaline uit Tongeren. Met vrij gestandaardiseerde communicatie willen ze het bedrijf van Lode Fastré in diskrediet brengen en hem laten schrappen als genomineerde voor de prestigieuze JCI Award Jonge Ondernemer van het Jaar. De organisatie van de award, de mede-kandidaten en de pers kregen e-mails, telefoontjes en berichten op social media uit een georchestreeerde campagne, met verwijten over illegale praktijken en oneerlijke concurrentie. Een eigen onderzoek wijst echter uit dat jaloezie van zij die de digitale transformatie nog niet hebben gemaakt, aan de basis ligt van het ongenoegen.



Al vele jaren wordt in bedrijfskringen voorspeld dat wie de digitale trein mist, zijn handeltje kan opdoeken. Boekenwinkels, fotografen, schoenenverkopers, taxichauffeurs en reisbureaus zijn zich daar terdege van bewust. Ook in andere sectoren bouwen disruptieve ondernemers die voor e-commerce kiezen, een voorsprong uit ten opzichte van collega's die vasthouden aan traditionele verkoopskanalen. Zoals 'over de toonbank', de enige manier waarop klassieke apotheken hun spullen aan de man brengen. De medicijnen die alleen op voorschrift verkrijgbaar zijn, moeten nog wel in de apotheek worden afgehaald, maar al bijna 10 jaar geleden doken ook de eerste online apotheken op die voorschriftvrije producten gingen verhandelen. Van dag 1 werden de digitale collega's argwanend bekeken. Net zoals Uber, Zalando of Booking.com werden -en worden ze nog steeds - als luizen in de pels beschouwd door de digibeten. De jonge, moderne en gedigitaliseerde consument juicht de ontwikkelingen daarentegen toe.

## MINDER WINST

"Het is eigenlijk simpel", vertelt een apotheker. "We hebben altijd een beschermd beroep uitgeoefend, waarbij we geografisch werden gevrijwaard van concurrentie. We moesten niet noodzakelijk vriendelijk zijn of een uitstekende klantenservice bieden, want de mensen uit de buurt hadden weinig andere keuzes. Met de opkomst van de online apotheken is die comfortzone echter weg. Daar hebben sommigen het moeilijk mee. Ten eerste zijn de marges op geneesmiddelen op voorschrift sterk verminderd. Ten tweede zijn de voorschriftvrije producten, waar wel nog iets mee te verdienen valt, nu overal online te koop. Dat vreet aan de omzet, waardoor grote investeringen zoals de overnameprijs van de apotheek of de specifieke inrichting, veel lastiger kunnen afbetaald worden en er gewoon minder te verdienen valt. Logisch dus dat de online collega's niet graag gezien zijn bij de rest."

**"WE HEBBEN ALTJD EEN BESCHERMD BEROEP  
UITGEOEFEND, WAARBIJ WE GEOGRAFISCH  
WERDEN GEVRIJWAARD VAN CONCURRENTIE."**

Ander gevoelig punt is dat de regelgeving voor e-commerce niet uniform is in alle Europese landen. Er zijn richtlijnen om nationale wetten aan te passen aan (meer liberale) internationale regels, maar het tempo waarop dat gebeurt, verschilt in iedere lidstaat. Zo kan er in Nederlandse verdeelcentra van e-commerce nachtarbeid worden uitgevoerd en in België tot vorig jaar niet. En zo kan er door Nederlandse online apotheken wel reclame worden gemaakt, en door Belgische niet. Nu Farmaline tot een beursgenoteerd Duits bedrijf behoort en officieel vanuit Nederland opereert, gelden voor hen andere regels dan voor Belgische collega's. Een apotheker vertelt: "Je kan dat oneerlijke concurrentie of een overtreding van de deontologie noemen. Anderzijds worden gewoon de wetten gevolgd die door Europa en de lidstaten in kwestie zijn opgesteld. Dat zijn nu eenmaal de gevolgen van een globaliserende economie." Ook daar komen we dus dezelfde discussies tegen zoals bij Uber of Airbnb: de traditionele sector die zich aan alle wettelijke middelen vastklampt om de collega's 2.0 te weren. Disruptie lokt weerstand uit: een wereldwijd, eeuwenoud en menselijk gegeven.

## OPGEDOEKT

Wat wel duidelijk is: niemand van de benaderde partijen in het dossier Farmaline is opgezet met de lastercampagne. Zowel JCI Limburg als de andere genomineerden nemen het op voor Lode Fastré en Leen Ponet. "Onze criteria zijn duidelijk", aldus commissievoorzitter Wim Lenaers. "We nomineren en bekronen jonge Limburgse ondernemers. Of die nu hun hoofdzetel naar het buitenland hebben verhuisd, of intussen zijn overgenomen, maakt in feite niets uit. Als de oprichter van Google uit Zichen-Zussen-Bolder zou komen, zouden we hem ook nomineren als hij jonger dan 40 zou zijn..." JCI Limburg kan de kritiek op hun criteria maar matig appreciëren. "We reiken deze prijs nu al tientallen jaren uit. Het is een award met uitstraling, die wordt toegekend door een jury die zeker niet over één nacht ijs gaat. Als je de lijst met voormalige winnaars bekijkt, zijn daar bijna uitsluitend gevestigde waarden uit voortgekomen. Velen zijn zelfs uitgegroeid tot echte captains of industry, wat zonder disruptieve ideeën onmogelijk zou geweest zijn. Mochten onze criteria of jurering niet zijn zoals het hoort, was de formule van onze award al lang opgedoekt. Ook de uitverkochte zaal bij de uitreiking, telkens meer dan 1.000 aanwezigen, is een bewijs van onze geloofwaardigheid bij het grote publiek. Die gaan we heus niet op het spel zetten."

Ook de andere genomineerden ontvingen e-mails waarin hun tegenkandidaat zwart werd gemaakt. "Ik vind Farmaline een heel sterk verhaal waar ik erg veel respect voor heb", aldus Yoeri Severy van Yappa, ook één van de kanshebbers. "Ik heb Lode Fastré leren kennen als een harde werker die een voortrekkersrol opneemt in de digitalisering van zijn sector. Daar verdient hij absoluut erkenning voor. Het is zeker een kanshebber voor de hoofdprijs, al zullen wij ons vel uiteraard ook duur verkopen. De JCI-award is een sportieve, plezierige en positieve wedstrijd onder collega-ondernemers. Dat houden we graag zo."

## DOORZETTING

Lode Fastré wou zelf heel kort reageren. "Het klopt dat we al van bij de start van ons bedrijf hebben moeten vechten tegen een handvol collega's die zich bedreigd voelden", zegt hij. "We hebben nooit anders geweten, en stellen dezelfde weerstand vast in andere sectoren. Daar telkens tegen in gaan, vergt erg veel energie en doorzettingsvermogen. Vandaar dat wij ons focussen op het positieve en uitgaan van onze eigen sterktes. Daar halen we veel meer voldoening uit. Tot spijt van wie ons benijdt."

Tekst: Kurt MEERS  
Foto's: MiL

# MARC MEYLAERS



## “Ik amuseer me opnieuw”

**M**arc Meylaers (51) lijkt sinds ruim twee jaar van de radar verdwenen. Eind 2014 stapte hij op bij het Breese bedrijf LAG en de groep Burg. Hij verlengde zijn contract als CEO niet. Officieel heette het dat een “verschil in visie” tussen Meylaers en de Chinese aandeelhouder China International Marine Containers (CIMC) aan de basis lag van de breuk. Dat houdt Meylaers, die ondertussen aan de slag is bij ATL in Beringen, nog altijd staande. “Ik ben nog altijd trots op LAG, apetrots zelfs”, zegt hij.

Marc Meylaers was meer dan 20 jaar verbonden aan LAG, de Breese bouwer van industriële voertuigen met momenteel zo’n 400 medewerkers. In 2007 kreeg hij de leiding over de groep Burg, met naast LAG nog drie vestigingen in Nederland en een in Duitsland. Hij volgde er Peter van der Burg op, die toen een stap terug zette. Sinds 2007 is LAG en de groep Burg in handen van de Chinese groep CIMC. Maar eind 2014 zet Meylaers een punt achter de samenwerking met de Chinezen. Een verschil in visie op het management ligt aan de basis. “Aan de resultaten ligt het zeker niet”, liet Meylaers toen verstaan. “2014 wordt weer een winstjaar voor LAG, na jaren van verlies en het orderboek is erg goed gevuld.”



# Wat is er gekomen van ...

## OVERLEG

Meylaers stond ook bekend als een man van overleg en evenwicht. Hij had erg goede relaties met de vakbondsafgevaardigden van LAG opgebouwd. Dat leverde hem en LAG overigens de persprijs 2009 van Voka Limburg op. De prijs wordt jaarlijks toegekend aan het Limburgse bedrijf of organisatie die het 'best' communiceert met de pers. De persjury was vol lof over het feit dat het bedrijf, ondanks een hard toeslaande crisis, hierover "heel proactief, open en correct" informeerde. LAG Trailers is voor de pers geen onbekende, maar het is nu ook geen bedrijf waar journalisten dagelijks over de vloer komen. LAG zag zijn omzet in 2009 door de crisis met meer dan de helft terugvallen. In oktober van dat jaar moest het bedrijf tijdens een bijzondere ondernemingsraad de intentie bekendmaken om 100 van 500 jobs te schrappen. Diezelfde dag nog werd door de bedrijfsleiding een persconferentie georganiseerd, waarbij ook de twee vakbondsafgevaardigden mee aan tafel zaten. Als statement kon dat tellen.

## TROTS

"Ik ben nog altijd trots op wat ik – samen met anderen – met LAG heb kunnen bereiken", zegt Marc Meylaers. "Dat bedrijf stáát er opnieuw als een huis, vooral als gevolg van het succesvol invoeren van Duitse assemblagetechnieken. We zijn met LAG door een bijzonder diepe crisis gegaan. Het water stond toen boven de lippen. Ik ben zó tevreden dat het weer erg goed gaat met LAG." Geen greintje gramschap te horen bij Meylaers? "Nee, ik kan de Chinese aandeelhouders ook niks verwijten. Ze zijn beursgenoteerd en dat brengt een ander soort bedrijfsvoering met zich mee, waarbij je vooral meerwaarde op aandelen moet realiseren in plaats van aandeelhoudersmeerwaarde. Terwijl ik tot dan toe altijd in een familiale omgeving heb kunnen werken, wat een totaal ander gegeven is. Het paste gewoon niet bij mij, en het was dan ook logisch dat ik andere horizonten opzocht."

## ATL RENTING

Die andere horizonten vond Meylaers bij het Beringse familiebedrijf ATL Renting, actief in het verhuur en leasing van trailers, trucks en chassis. "Dat is een gat dat de banken door de bankencrisis hebben laten vallen. Door de nieuwe kapitaalverplichtingen zagen de banken en captives zich verplicht om dergelijke risicovolle activiteiten links te laten liggen. In dat gat is ATL Renting met succes gesprongen."

ATL Renting werd zo'n 20 jaar geleden gestart door Vital Geybels. Het is de spil van de familieholding AGI, die nog een aantal andere bedrijven overkoepelt. Marc Meylaers stuurt niet enkel ATL Renting aan, hij doet binnen de groep ook dienst als vertrouwenspersoon en klankbord voor de familiale eigenaars. "Twee jaar geleden hadden we een vloot van zo'n 3.700 voertuigen rondrijden bij verschillende klanten. Nu zijn er dat bijna 5.000. ATL is behalve in ons land ook nog actief in Nederland, Duitsland, Polen, Roemenië en Slowakije. Ja, het gaat hard. Maar vooral, ik amuseer me opnieuw. Ik kan weer ondernemen in plaats van de toenemende bureaucratie te bekampen. ATL is bovendien actief in de voor mij vertrouwde branche. LAG is zelfs een belangrijke leverancier", lacht Meylaers.

Tekst: Dominiek CLAES  
Foto's: MiL



Excellente  
**klantervaring**  
ook digitaal



# Kies voor ervaring, kennis en kwaliteit

## Website met persoonlijke service

Op [Carglass.be](http://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)

**CARGLASS**<sup>®</sup>

# De toekomstdenker

Elke maand kijken we samen met een toekomstdenker hoe een sector de volgende jaren zal evolueren.  
Vandaag the Internet of Things.

## JO NELISSEN EN ROSALINE WIJNEN (ABN EN SMARTLOG) OVER THE INTERNET OF THINGS



### “Data zijn het nieuwe goud”

**T**he Internet of Things is een visie over de ontwikkeling van onze economie en bij uitbreiding zelfs de hele samenleving. Door machines en apparaten uit te rusten met slimme technologie, zullen ze kunnen communiceren met gebruikers en andere toestellen. Hierdoor zullen voorwerpen autonome beslissingen kunnen nemen en ons het leven heel wat gemakkelijker en goedkoper maken. Een grote voorvechter van die theorie is Jo Nelissen van klimatisatiebedrijf ABN in Bilzen. Hij gelooft rotsvast dat hiermee een grote omwenteling in ons economisch denken voor de deur staat.

Samen met zijn echtgenote Rosaline Wijnen, heeft Jo Nelissen bovenop de activiteiten bij ABN, het bedrijf Smartlog opgericht. Hiermee brengt hij The Internet of Things nu al in de praktijk. “We zijn niet zomaar wakker geworden met het idee om met Smartlog te starten”, begint Jo het verhaal. “In de oefening die we regelmatig maken om te kun-



nen inspelen op toekomstige trends, hebben we 5 jaar geleden al het belang van slimme technologie en de koppeling aan het internet, als een prioriteit vooropgesteld. We geloven sterk dat het businessmodel in vele sectoren drastisch gaat veranderen. Je zal niet meer gewoon een product leveren, vervolgens een factuur sturen, en klaar... Nee, een klant verwacht dat je hem helpt om bijvoorbeeld energie en kosten te besparen. De meerwaarde wordt gecreëerd door te meten en te weten. De kunst zal zijn om zoveel mogelijk waardevolle informatie te verzamelen, en inzicht te krijgen in die data. Wie daar nuttig mee aan de slag kan gaan, heeft de toekomst in handen."

## WIN-WIN

Heel concreet werkt Smartlog met alle mogelijke soorten van sensoren. Die geven informatie over toestellen en bedrijfsprocessen. Door de koppeling met internet kan de business geoptimaliseerd worden. "Ik geef een voorbeeld: we monitoren de koude keten van verse voeding", legt Nelissen uit. "Zo weten we bijvoorbeeld direct als de temperatuur in een koelcel onder of boven een kritische waarde gaat. Dit veroorzaakt een alarm, waardoor automatisch een aantal koeltechniekers worden verwittigd. Wie beschikbaar is en de herstelling wil uitvoeren, kan de lead nemen en direct in actie schieten. De technologie genereert dus zakelijke opportuniteiten. Bovendien gaat er geen tijd verloren en blijven de kosten binnen de perken. Een win-winsituatie."

Jo Nelissen geeft nog een voorbeeld. "Rijkswaterstaat in Nederland contacteerde ons omdat er op zee boeien door schepen werden aangevaren en ze de kosten hiervoor niet konden verhalen op de schuldigen. Zo'n boei kost 25.000 euro... Wij hebben dan met Smartlog allerlei sensoren op de boeien geplakt, waarmee we nu perfect kunnen weten wanneer een boei wordt aangevaren en via geo-mapping kunnen zien welk schip de dader was. Dit ver-

loopt allemaal automatisch." Hij geeft meteen nog enkele voorbeelden, zoals sensoren die vermijden dat schepen zich vast varen onder bruggen. Of onmogelijk maken dat schippers vluchtmisdrijf plegen als ze de houten balken in een zeevaartsluis hebben geramd. En ook: sensoren die aangeven of en wanneer de kleppen van grote installaties moeten onderhouden worden.

## GOUD

"Het zijn stuk voor stuk toepassingen die zorgen dat onze klanten geld besparen en efficiënter hun business kunnen runnen", aldus Jo Nelissen. "De macht komt dus te liggen bij wie over de data beschikt. Het nieuwe goud is in handen van wie kan meten, weten en daar goed mee kan omspringen. De Internet of Things zal daar voor zorgen. Ja, dit zal ook jobs doen sneuvelen. Sensoren zullen bijvoorbeeld aangeven dat onderhoudsbeurten op machines kunnen overgeslagen worden omdat ze permanent gemonitord worden. Er zullen ook heel andere businessmodellen uit voortvloeien. Ik denk aan de verhuurprijs van auto's of heftrucks in functie van hoe de huurder ermee omgesprongen is. Het is perfect mogelijk om alle parameters van het gebruik in kaart te brengen en zo te weten of het beheer als een 'goede huisvader' is gebeurd."

Jo Nelissen en Rosaline Wijnen laten Smartlog ook los op hun eigen ABN. "We denken aan een formule waarin je airco kunt huren. Voor een vast bedrag per maand kunnen we de installatie volledig monitoren, waarbij we automatisch langskomen als er onderhoud of herstellingen dienen te gebeuren. Zo benaderen we de markt op een totaal andere manier. Het kan de klant een grote besparing opleveren en wij profileren ons met een unieke dienstverlening. Iedereen tevreden dus, en dat is precies waar The Internet of Things voor zal zorgen."

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

## KRISTOF MANGELSCHOTS IN IERLAND



### “Zaken doen gebeurt regelmatig in de pub”

**G**evraagd naar de redenen waarom buitenlanders van Limburg houden, staat gemoedelijkheid niet zelden op de eerste plaats. Kristof Mangelschots een 35-jarige Hasselaar, vindt nochtans net daarom zijn draai in het buitenland. De Ierse hoofdstad Dublin is momenteel zijn uitvalsbasis. “Niet alleen privé, maar ook zakelijk is de sfeer heel losjes”, zegt hij. “Een deal sluiten tussen pot en pint mag je hier gerust letterlijk nemen.”

Mangelschots is een globetrotter. Hij woonde en werkte al vele jaren in steden als Krakau, Hongkong, Boston en New Delhi. Sinds hij enkele weken geleden in het huwelijksbootje stapte met een Ierse, ligt zijn toekomst momenteel in het land van de Guinness en St-Patrick's Day. Hij woont er nu 4 jaar, maar op professioneel vlak is het niet meer dan een uitvalsbasis. Voor zijn job als Global Accountmanager van een softwarebedrijf, moet Kristof immers erg veel reizen. "Afhankelijk van de klanten kan het aantal vlieguren per jaar oplopen tot 100", vertelt hij. "Gemiddeld verblijf ik meer dan 100 dagen per jaar in een hotel. Ik ben nogal sociaal, dus erg vind ik dat helemaal niet. Ik vertoef maximaal enkele weken na elkaar in het buitenland. In de weekends ben ik meestal thuis."

## OP CAFÉ

De job van Kristof Mangelschots situeert zich in software waarmee grote sommen geld worden verhandeld. Er zijn dus heel directe banden met de financiële sector. "Momenteel ben ik verantwoordelijk voor drie van onze grootste klanten: BNP Paribas, Northern Trust en GAM. Die zijn elk goed voor verschillende miljoenen euro in omzet. Regelmatig reis ik van hoofdkantoor naar hoofdkantoor. Vandaar de vele verplaatsingen. Ik help de klanten met het optimale gebruik van onze software, zodat het rendement gemaximaliseerd wordt."

Na elke trip keert hij terug naar het hartje van Dublin, waar zijn kersverse echtgenote wacht. "Het zijn lange werkdagen, van 's morgens vroeg tot vaak 20 uur. De job is dus best veeleisend. In Ierland kom ik tot rust. De mensen zijn er altijd supervriendelijk en de omgang is heel relaxed. Zo kan je hier gerust zaken doen op café. Als de vergadering te lang duurt, verhuist iedereen gewoon naar de pub om de details te bespreken. Dat werkt evengoed. Heel anders dan in Luxemburg bijvoorbeeld, waar alles zeer officieel moet verlopen."

## DUUR

Mangelschots en zijn vrouw wonen in het financiële centrum van Dublin. "Niet goedkoop. Een appartement huren kost hier snel 2.000 euro per maand. Het leven is hier veel duurder dan in België. De verloning is dan ook gelukkig navenant." Ondanks het lokale huwelijksbootje waar hij ingestapt is, weet hij nog niet zeker of Ierland de definitieve bestemming wordt. "Tot dusver ben ik een aantal jaren op iedere locatie geweest. Ik weet nog niet of ik lang op dezelfde plaats kan aarden. Sowieso geniet ik van de sociale contacten met andere culturen en gebruiken. Dat maakt de job voor mij zo boeiend en helpt ook om beter zaken te doen."

## GUINNESS

Aanpassen aan de lokale gebruiken, dat houdt in Ierland het drinken van Guinness in. "Inderdaad, ik ben zelfs Guinness-ambassadeur", lacht hij. "Als je regelmatig bezoekers meeneemt naar het Guinness-museum krijg je die eretitel. Het is zeker niet door mijn overmatige consumptie, want op dat vlak zijn de Ieren niet te kloppen."

## JURIDISCHE VRAAGSTUKKEN



**D**e arm der wet grijpt iedere bedrijfsleider wel eens bij de lurven. Zakelijke contacten leiden onvermijdelijk vroeg of laat tot juridische betwistingen. Is het niet met het personeel, dan wel met slechte betalende klanten, een ontevreden klant, de verhuurder van uw pand, een overnametarget of een Chinees die met uw idee is gaan lopen. De complexiteit van het recht maakt dat het haast onmogelijk is om die zaken zelf te behandelen. Gedegen juridisch advies is noodzakelijk en essentieel voor ieder bedrijf.

Klanten zijn mondiger en veeleisender geworden. Het kleinste meningsverschil kan soms al voor de rechtbank worden uitgevochten. De drempel naar een rechtszaak is zodanig verkleind dat een procedure niet meer de laatste oplossing is. Onder meer in de bouwsector, en dan vooral in de residentiële projecten, worden aannemers overstelpt met dagvaardingen waarin soms pietluttige onvolkomenheden door de rechtbank moeten beoordeeld beslecht worden. Een andere trend die het aantal juridische dossiers gevoelig doet stijgen, is de globalisering en digitalisering. E-commerce met het verre buitenland leidt niet altijd tot een transactie volgens het klassieke verwachtingspatroon. Tot slot is er ook de verhoogde mondigheid van de werknemers. In de 'war for talent' stijgt hun marktwaarde en duiken er sneller betwistingen over de gemaakte afspraken op.





# U ligt wakker van ...

## MULTIDISCIPLINAIR

Gespecialiseerde advocatenkantoren, zoals Adlex in Genk, doen er alles aan om bedrijven bij te staan in het kluwen van juridische vraagstukken. De materie is zo divers en complex dat in elk vakgebied een specialist nodig is. Omdat de problemen van bedrijven zich meestal niet beperken tot één specifiek rechtsdomein, en zij vaak zelfs niet eens weten tot welke expert ze zich voor ieder dossier moeten wenden, is een multidisciplinair advocatenkantoor een handige oplossing. Op die manier heeft de bedrijfsleider één aanspreekpunt, en wordt elk probleem door een vakspecialist behandeld. Die evolutie verklaart ook de consolidatie die in de sector aan de gang is. Individuele advocaten en kleine groeperingen klitten samen om een totaalservice te kunnen leveren.

## FUSIES

Bij Adlex Advocaten is die multidisciplinaire dienstverlening al een hele tijd het uitgangspunt. Afhankelijk van de rechtsdomeinen waarin extra expertise en capaciteit nodig is, worden nieuwe mensen aange trokken en fusies opgezet. Zo vervoegden de afgelopen jaren onder meer de praktijken van Ivo Budé (2012) en Guy Heyvaert (2010) de groep van Adlex Advocaten. Er groeien ook intern advocaten door tot partner van de organisatie. Onlangs trad Anneleen Meylaerts nog toe als partner bij Adlex. Ze vervoegt daarmee Leo Panis, Jan Vandersanden, Mathieu Cilissen, Guy Heyvaert, Steven Menten en Jan Verlinden.

## BEDRIJFSCULTUUR

Adlex Advocaten telt momenteel 29 advocaten, die volgens een overkoepelende filosofie, binnen ieder rechtsdomein de klanten bijstaan. "De focus ligt uiteraard op de correcte en snelle afhandeling van ieder dossier", aldus vennoot Leo Panis. "Daarnaast besteden we intern veel aandacht aan de bewaking van onze bedrijfscultuur en aan kennisoverdracht. Ook dat zijn kerntaken binnen onze bedrijfsvoering", besluit hij.

Tekst: Kurt MEERS  
Foto's: MiL





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

# MUM OF THE WORLD



## “Mijn man wist niet dat ik gestart was”

**H**et merk van zwangerschapsmode Mum of the World doet het uitstekend. De eerste collectie was na de lancering helemaal uitverkocht en de aantallen zijn intussen al verdubbeld. Bedenker, bezieler en manusje-van-alles is Griet Vanhees, de voormalige tv-presentatrice die intussen al 10 jaar in Hasselt woont. “Dit is wat ik graag doe”, zegt ze. “Het maakt me blij en gelukkig dat zwangere vrouwen zich door mijn kleding sexy en vrouwelijk voelen.”





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

“De interesse voor fashion en lifestyle heeft altijd in mij gezeten”, bekent Griet Vanhees. “Al van jongsafaan maakte ik mooie kleedjes voor mijn poppen. Die passie is gebleven. Toen ik als professional stylings en make-overs moest begeleiden, hoorde ik wel vaker van zwangere mama’s dat ze niet echt hun gading vonden in het aanbod van zwangerschapskledij. Persoonlijk vond ik evenmin mijn goesting toen ik zelf mama ging worden, en voelde zo de drang opkomen om zelf ontwerpen te gaan maken. Maar mijn man (racepiloot Anthony Kumpen, de zoon van Paul, nvdv.) zag dat niet zitten en raadde het mij af. Tja, dat werkte averechts natuurlijk. Achter zijn rug ging ik ‘moodboards’ maken met mijn ideeën en zocht ik fabrikanten op om samples te maken. Het uitgangspunt was om zwangerschapskledij te ontwerpen die ook nadien nog draagbaar zou zijn. Pas toen ik de eerste collectie in handen had, vertelde ik het aan Anthony. Gelukkig was hij meteen enthousiast en graag bereid om me alle steun te bieden.”

De eerste collectie van Mum of the World (by Griet) scoorde meteen erg goed. “Ik had in de beginfase 14 winkels overtuigd om mijn collectie te verkopen”, herinnert ze zich. “Het bleek meteen een schot in de roos, wat alles geraakte snel uitverkocht. Een jaar later hebben we de aantallen verdubbeld en opnieuw wordt de kleding goed onthaald. Vrouwen vertellen me dat ze een sexy en vrouwelijk gevoel krijgen als ze mijn zwangerschapskleding dragen. Die feedback maakt me gelukkig. Ik word blij als ik een positieve bijdrage aan hun welzijn kan leveren, en dat op een moment dat ze zich doorgaans niet zo goed voelen.”

## MIAMI

Griet gaat dus keihard verder. “Ja, ik wil de kleding leuk en betaalbaar houden. Daarom doe ik ook alles zelf. Het ontwerp, de contacten met de fabrikanten, de onderhandelin-

gen met de winkels, de leveringen, de administratie... Een hele boterham. Ik heb nu wel een eerste agent aangeworven met als doel om de buitenlandse markten te bewerken. In eerste instantie zijn dat Frankrijk, Nederland en Duitsland, maar ook in Miami is er bijvoorbeeld een winkeltje dat Mum of the World verkoopt. Ook daar is de interesse groot. Ik leg nu verdere contacten in de VS, onder meer via het netwerk dat we hebben opgebouwd in het Nascar-circuit (waarin Anthony racet). De bedoeling is om eventueel later naar Miami te verhuizen. We zien wel hoe dat verhaal evolueert.”

## MATURITEIT

Het Hasseltse modelabel gaat een mooie toekomst tegemoet. “Ik wil zeker verder groeien, maar pak het wel heel voorzichtig aan. Ik ga geen gekke dingen doen. Als starter van 38 jaar heb ik nu pas de maturiteit om alle aspecten van de business aan te kunnen. En naast de kledinglijn heb ik mijn bezigheden als mama en echtgenote. Ik moet me dus vaak in 3 splitsen. Aangezien ik zoveel mogelijk zelf wil blijven doen, is massaproductie van de zwangerschapskleding niet aan de orde. Er is trouwens een bepaald publiek dat voor mijn stijl valt, dus zal het wel een niche blijven. Wat niet wegneemt dat er nog heel veel potentieel is in binnen en buitenland.”

Om de doorbraak te versnellen, zou Griet Vanhees een beroep kunnen doen op de kennis en ervaring van haar schoonvader, Voka-voorzitter Paul Kumpen. “Niet dat ik goede raad afsla, maar ik ben nogal vrijgevochten en pak het graag op mijn manier aan”, lacht ze. “Paul weet trouwens nog maar pas wat ik eigenlijk juist doe. Hij verschoot ervan en toonde wel interesse. Maar ik denk niet dat zwangerschapskleding ooit zijn specialiteit zal worden...”

Tekst: Kurt MEERS  
Foto: Dick Demey

De Luminus  
Environment  
and Energy  
Awards belonen  
innovatieve  
en duurzame  
bedrijven



Energie-efficiëntie is voor uw bedrijf een sterke motor voor groei. Daarom ondersteunt Luminus initiatieven die op lokale, regionale of nationale schaal een opmerkelijke bijdrage leveren voor een duurzame toekomst.

Uw bedrijf heeft een project of initiatief op het gebied van milieubescherming of energiebesparing? Schrijf u dan snel in voor de Luminus Environment and Energy Awards.

Wie weet wint uw project dan een award in één van de vijf categorieën!

Alle info en inschrijvingen via [www.eeaward.be](http://www.eeaward.be)





# BEDRIJFSGROEN

**D**e buitenkant van je bedrijfsgebouw is een visitekaartje dat mee de eerste indruk van bezoekers bepaalt. Onkruid op de parking zal het imago geen goed doen als er een sollicitant, hot prospect of investeerder over de vloer komt. In deze editie legt Eef Coolen van Bolster Tuinen in 3 tips uit hoe uw bedrijfsomgeving eenvoudig kan opgewaardeerd worden.

## 1. VERVANG JE GAZON DOOR EEN BLOEMENWEIDE

Iedere week het gazon maaien, dat is een stevige kostenpost als bedrijf. Stel je voor dat je maar enkele keren per jaar moet maaien én dat je gazon er veel kleurrijker uitziet. Dat bereik je als je een bloemenweide aanlegt. Je vindt er allerlei soorten planten in terug in alle mogelijke kleuren. Het ziet er heel natuurlijk uit, het is een kleurbommetje, trekt vlinders aan en vraagt minder onderhoud. Veel toffer dan dat gazon dat er altijd hetzelfde uitziet. Er bestaan verschillende soorten mengsels, maar weet wel dat je een bloemenweide bij voorkeur toepast in de zon en op een schrale bodem. Zaai het mengsel niet rechtstreeks in je bestaand gazon. Bewerk de grond eerst zodat je de zaaies kan inzaaien op kale grond.



# BEDRIJFSGROEN

## 2. VERGROEN DE BUITENMUREN VAN JE BEDRIJF

Niets is zo saai (en lelijk) als kale bedrijfsmuren die aansluiten op een versteende oprit. Niet sfeervol om klanten te ontvangen, toch? Het kan allemaal wat vrolijker als je de buitenmuren gaat vergroenen. Dat kan met verticaal tuinieren, maar meestal hangt daar wel een kostenplaatje aan vast. Je hebt ook al veel effect als je de verharding niet volledig laat aansluiten tot tegen de muren, maar eerst nog een border met planten voorziet. Dat is trouwens ook een stuk budgetvriendelijker. Je kan kiezen voor lage haagjes, bloeiende planten en misschien zelfs een klimplant die een muur mag vergroenen. Kies je voor een goede plantencombinatie, dan heb je er minder onderhoud aan dan als je die oprit onkruidvrij moet houden.

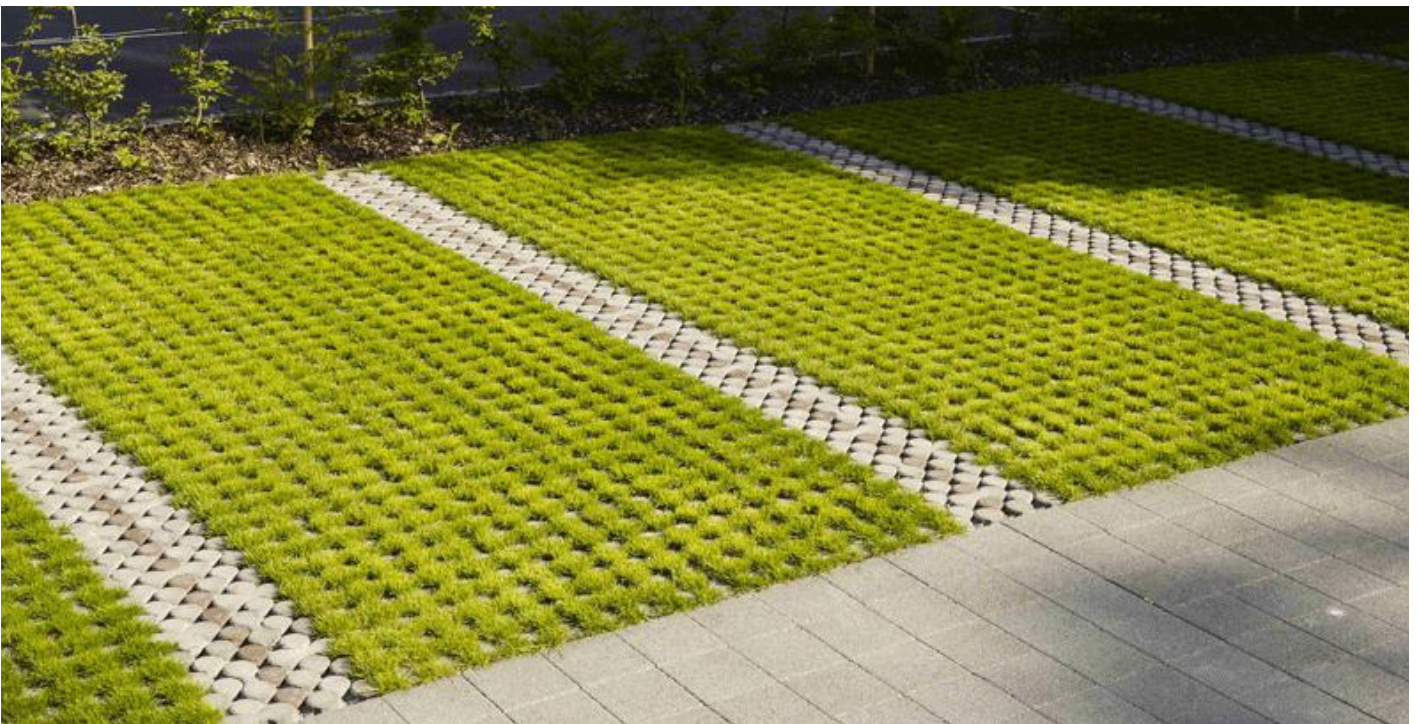




# BEDRIJFSGROEN

## 3. ECOLOGISCHE VERHARDING, MOOI EN FUNCTIONEEL

Een volledige oprit beklinken, dan krijg je al snel een 'balzaaleffect'. Bovendien is de aanleg duur als je met een stevige oppervlakte zit. Een versteende oprit is trouwens ook nauwelijks waterdoorlatend. Dat kan bij een fikse regenbui voor problemen zorgen. Je kan daarom kiezen voor de integratie van waterdoorlatende verhardingen. Iedereen kent de traditionele grasdallen van vroeger, maar daar zijn nu veel hipper varianten op in allerlei motieven. Op die manier word je oprit groener, kan het water infiltreren en het is iets goedkoper in aanleg. Wil je niet grasmaaien? Dan kan je zulke ecologische verhardingen ook combineren met een mooie grindsoort. Wees er zeker van: combineer traditionele verhardingen met hun ecologische broertjes en het resultaat is mooi en functioneel.



Tekst: Kurt MEERS  
Foto's: MiL

# SELECTIEVE GRAAICULTUUR

Een hondenstiel is het: politicus. Van de seconde dat je kandidaat bent op een lijst, word je door 75 procent van je burens en collega's scheef bekeken en in een (honden)hokje geduwd: een übersos, tsjeef of zwarte, naar het evenbeeld van de meest gehate figuren uit de respectievelijke partijen. Je wordt opgevorderd voor de nieuwjaarsrecepties van alle dorpsafdelingen (alweer goedkope schuimwijn en gezouten nootjes...), mag vroegmarkten gaan afschuimen om kaartjes uit te delen en wordt platgebeld door verre kennissen die een bouwvergunning of vakantiewerk voor hun dochter nodig hebben. Bovendien begint voor verkozenen de klok van hun houdbaarheid genadeloos te tikken: sta je niet elke week met een straffe uitspraak in de gazet, kan je over 4 of 6 jaar bij je zuilgenoten gaan zeuren voor een job.

Om maar te zeggen: alleen uit idealisme hou je het in de politiek geen half jaar vol. Er moet een verloning tegenover staan die het toch de moeite maakt. Ofwel hou je dan vast aan je vorige job van burgemeester, advocaat, concertorganisator of bedrijfsleider en beschouw je de politiek als een vrijetijdsbesteding die een zakcent oplevert. Ofwel probeer je door de combinatie van een aantal mandaten (de partijen zijn daar creatief in) toch een loon bijeen te sprokkelen dat in de buurt komt van wat de privé betaalt.

Aan dat laatste komt nu een einde, want de publieke opinie staat op haar achterste poten. Een paar blootgelegde excessen, met niet zelden als begunstigde de

zelfverklaarde verdedigers van 'de kleine man', maken ineens alles wat politici verdienen onderdeel van 'de schandalige graaicultuur'. Alle nuance is zoek, waardoor politieke mandaten een exclusiviteit dreigen te worden van ambtenaren die zich enkele jaren verlof zonder wedde kunnen permitteren en daarbij op hun werk niet eens gemist worden.

Het geweten van de natie wordt in deze discussie andermaal vertolkt door de culturele (pseudo)vedetten. U weet wel, de cabaretiers, zangers, actrices en acte-de-présence-bv's die zichzelf erg au sérieux nemen en niet vies zijn van wat ongenueanceerd getier over gekapte bomen, Donald Trump en bonussen voor CEO's. Dit in ruil voor wat gratis media-aandacht, want hun nieuwe zaalshow of CD komt er immers aan...

Om dan tegelijkertijd te lezen dat een Hasseltse zangeres in ruil voor een gratis (of fors afgeprijsd) luxe-appartement, eventjes een blauwe pruik opzet en paginagroot gaat vertellen hoe fan-tas-tisch het woonproject wel is. Selectieve graaicultuur: het is van alle slag en stand.

Kurt Meers





facebook



LinkedIn

VOLGENDE VERSCHIJNING:  
**31 MAART 2017**

## COLOFON

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

Contact: [redactie@madeinlimburg.be](mailto:redactie@madeinlimburg.be)

**Business Manager:** Dominique De Pessero | **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.