

made
in

MAGAZINE

Limburg



Kurt Moons (Euro Shoe)

**“ RESPECT.
DAAR DRAAIT
ALLES OM. ”**

Sven Agten:

**“ LIMBURG HEEFT DE TREIN
NAAR CHINA GEMIST ”**

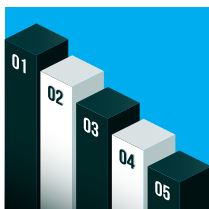
**GENKS DESIGNBUREAU
MAAKT WERELDWIJD FUIRORE**

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. 4



CEO Binnenstebuiten KURT MOONS

p. 9

Met vallen en opstaan JOHN CASTERMANS & KARIN LINDEKENS

p. 14



Infografiek TRENDS GAZELLEN LIMBURG 2017

p. 18

Spraakmakend POLITICI ADVISEREN BEDRIJVEN

p. 19



Hoe zou het zijn met ... RIK MONDELAERS

p. 22

Limburg voor de lens AMUSE BOUW 2017

p. 25



De toekomstdenker SVEN AGTEN OVER CHINA

p. 28

Limburgse expat JAN DIERCKX

p. 30



U ligt wakker van ... UW ENERGIE- FACTUUR

p. 33

Made in Limburg KESSELSGRANGER DESIGN WORKS

p. 35



Voor u getest ... 5 SUPERINTERESSANTE BOEKEN

p. 39

ONS GEDACHT

p. 43





4,2 - 8,4 L/100 KM · 109 - 189 G CO₂/KM Milieu-informatie KB 19/3/2004: www.mercedes-benz.be - Geef voorrang aan veiligheid.

De nieuwe E-Klasse Coupé. Masterpiece of Intelligence.

Ontdek hem bij uw Erkend Concessiehouder 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

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

Foto Robyns wil uitbreiden in plaats van stoppen

Het laatste decennium zijn ze bijna allemaal verdwenen: de onafhankelijke fotospecialzaken. Onder de loodzware druk van de Media Markten, Vandendorres, 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 gerieflijker 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.

1

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.

2

Nieuwe brasserie op de Corda Campus

Horeca-ondernemer Dimitri Beckers (o.a. Century, Crudo, Hassotel en Atelier V) heeft concrete plannen om zijn activiteiten op de Corda Campus uit te breiden. Zo komt er aan de hoofdingang van Corda 1, waar momenteel de tijdelijke expo Epicorda loopt, een gloednieuwe brasserie.

De Corda Campus is geen onbekend terrein voor Beckers, aangezien hij er momenteel al de Corda Bar, Corda Latte en Corda Cuisine uitbaat. Gezien het grote succes van de bedrijvensite, kampen ook de horecafaciliteiten met capaciteitsproblemen. Een aanzienlijke uitbreiding dringt zich dus op. Bovendien zijn er 2 nieuwe kantoorgebouwen in volle voorbereiding, waardoor ook daar bijkomende horeca noodzakelijk is.

De nieuwe brasserie past in een totaalconcept dat door de groep van de horeca-ondernemer op de Corda Campus zal uitgerold worden. Als onderdeel daarvan zal de huidige Corda Bar (kleinste deel met het schuine dak) een broodjeszaak worden die 's avonds kan afgehuurd worden als privé-café, onder meer voor personeelsfeesten. De Corda Cuisine zal wel in de huidige vorm blijven bestaan.

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

Uitbater Spar in Scholen is persoonlijkheid van het jaar

Jean-Libert Abrams en partner Viviane Mebis zijn uitgeroepen tot de Retail Persoonlijkheid van het Jaar. Ze moesten bij de verkiezing van de Hospitality Awards Belgium alleen 2 bakkerijen (uit Wetteren en Zottegem) laten voorgaan. In hun provincie en sector gingen ze dus met de hoofdprijs aan de haal.

De overwinning werd niet op een presenteerblaadje aangeboden. Een professionele jury onderzocht zorgvuldig de honderden kandidaturen, en beoordeelde het ondernemerschap op criteria als: inspirerend vermogen, daadkracht, authenticiteit, prestatiegerichtheid, klantvriendelijkheid, ondernemingsdrang en maatschappelijke toewijding.

Een fameuze verrassing voor Jean-Libert Abrams en Viviane Mebis die vorig jaar hun zaak in Scholen (Herk-de-Stad) fors hebben uitgebreid (x 2,5 keer de oppervlakte) en de vlag van Supra inruilden voor die van Spar. De winkel was meteen de enige onderscheiding die Limburg te beurt viel op de Hospitality Awards Belgium (voor retail en horeca).

4

De leukste foto's van de afterparty op de JCI Award

De jaarlijkse hoogmis van het jonge ondernemerschap lokte woensdag een pak schoon volk naar Hasselt. Onze fotograaf kwam terug met een rugzak vol explosief materiaal ... Bekijk hier de foto's

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

Belangrijke overname voor transportgroep TDL

De Limburgse transportgroep TDL wordt vanaf 1 maart de eigenaar van Bakker Logistiek België. TDL wordt daarmee 50 medewerkers, 40 transportcombinaties, een vestiging in Willebroek en 12 miljoen euro jaaromzet rijker. De laatste vijf jaar is de Limburgse transportgroep drie keer groter geworden.

Het is niet de allergrootste overname voor TDL, maar wel een van strategisch belang voor de afdeling Fresh Logistics, die het transport van verse voeding naar warenhuisketens en groothandels verzorgt. "De centrale ligging van de vestiging in Willebroek is een pluspunt", zegt Business Unit Manager Kristof Van Lommel. "We krijgen daarmee bijkomende mogelijkheden om ons fijnmazig distributienetwerk verder uitbreiden."

De logistieke groep van Yves Vandeput blijft dus groeien op basis van een uitgekende acquisitiestrategie. In 2013 werd Cardon Logistique in Doornik overgenomen, gevolgd door de versactiviteiten van XPO Logisitics in Kallo.

Onder meer hierdoor groeide TDL Group de afgelopen 5 jaar van 250 medewerkers naar 750 medewerkers. De omzet bedraagt zo'n 75 miljoen euro. De totale warehousecapaciteit is goed voor 60.000 m², de vloot telt zo'n 400 vrachtwagens.

KURT MOONS

VAN EURO SHOE GROUP

Met een medewerkersbestand van zo'n 2.500 mensen en een omzet van bijna 300 miljoen euro is de Euro Shoe Group een absolute topper in Economisch Limburg. Uitdagingen zijn er genoeg voor CEO Kurt Moons, die elke dag van Beersel (onder Brussel) naar Beringen pendelt. Een voorbeeld: de recente naamswijziging van huismerk Shoe Discount in Bristol. Dat komiek Philippe Geubels de vrijheid krijgt om die switch op een heel satirische manier onder de aandacht te brengen, wijst op de frisse wind die Kurt Moons door de organisatie jaagt. "Zelfrelativering en humor zijn erg belangrijk om een sympathiek merk te worden", zegt hij tijdens een aangenaam gesprek in het uitstekende restaurant De Kwizien in Hasselt, waar een Michelinster voor chef Ann-Sophie Breyssem nu écht niet meer veraf kan zijn...

“Uitgaan van eigen sterktes om internet voor te blijven”

DE KWIZIEN

Vooraf

Zeeduivel met quinoa, groene appel, waterkers en ijsbergsla

De hoofdmoot

lerse filet pur met champignon, zilverui en spruitjes
Kroket van kalfswang in boter van morieltjes

De uitsmijter

Ananas met Passoa, muscovado en pepermunt



VOORAF

Hoewel hij dus één van de grootste bedrijven in onze provincie aanstuurt, is Kurt Moons niet de netwerker die je op alle bijeenkomsten van Limburgse werkgeversorganisaties zult tegenkomen. De gemoeidelijke Oost-Vlaming (geboren in Dendermonde) houdt zich liever bezig met de interne werking van zijn onderneming. "Ik ben veel onderweg en kom 's avonds thuis als het werk gedaan is. Daarna maak ik graag tijd voor mijn gezin. In mijn vrije tijd ben ik vooral taxichauffeur voor mijn kinderen. Dan haal ik de verloren tijd met hen in."

"IK WAS DE EERSTE UNIVERSITAIR DIE DOOR VADER ANDRÉ BRANTEGEM WERD AANGEWORVEN."

Dat Kurt Moons in de schoenenbusiness zit, is helemaal geen toeval. "Na mijn studies (Rechten en Bedrijfseconomie aan de KU Leuven) kwam ik via-via bij Brantano terecht", vertelt hij. "Toen een bescheiden familiebedrijf met 11 winkels, dat op zoek was naar hulp op administratief en financieel vlak. Ik was de eerste universitair die door vader André Brantegem werd aangeworven. Een heel gezellige tijd, want de kinderen (Philippe en Joris Brantegem), die mee in de zaak waren gestapt, wilden fors uitbreiden, terwijl alle processen voor verbetering vatbaar waren. Er was dus letterlijk en figuurlijk veel werk aan de winkel en iedereen toonde een grote gedrevenheid om er een succes van te maken. Mijn inbreng werd erg gewaardeerd, en geleidelijk klom ik op tot de algemene directie. Ik leerde er omgaan met de specifieke eigenheid van een familiebedrijf. Als externe raadgever moest ik soms bemiddelen tussen de generaties, die af en toe een andere mening waren toegedaan. Daarbij koos ik geen partij, maar stelde ik wel altijd het belang van het bedrijf voorop. Een principe dat ik ook later bij andere familiale ondernemingen strikt heb toegepast."

Moons groeide mee met Brantano. "Met de instap van Mitiska (de holding van Luc Geuten, die onder meer ook Carpetland, AS Adventure, Heytens, Ceramega en Vanden Borre in portefeuille had) werden we een internationale, beursgenoteerde keten met meer dan 150 winkels. Ook dat was een heel boeiende periode, want Mitiska bracht veel knowhow over de retailsector en professionalisme mee. De combinatie met de productkennis van de familie Brantegem was ideaal. De beursgang zorgde wel voor heel wat veranderingen. Waar Brantano altijd een bescheiden, low profile bedrijf was geweest, was er nu een permanente druk om te communiceren en steeds stijgende verkoopcijfers voor te leggen. Het was pas toen Mitiska de participatie verkocht aan Macintosh, dat ik zelf andere oorden ben gaan opzoeken."

Na 20 jaar ging Kurt Moons aan de slag bij Santana Kurkvloeren. "Ik had even genoeg schoenen gezien", lacht hij. "In de nieuwe job waren er uitdagingen genoeg. Tot ik na amper 18 maanden Joris Brantegem

aan de lijn kreeg. Hij had net de fietsenfabriek van Eddy Merckx gekocht en wilde dat ik daar het roer in handen zou nemen. Hoewel ik absoluut geen jobhopper ben, ging ik toch in op zijn voorstel. Niet eenvoudig, want van fietsen had ik helemaal geen verstand. Een moeilijk concept ook, want alle onderdelen werden aangekocht bij verschillende merkleveranciers, en dan geassembleerd tot één product. Maar moeilijk gaat ook natuurlijk. Na 3,5 jaar kwam er echter een andere aandeelhouder (Jan Toye, voormalig eigenaar van Brouwerij Palm), die een andere strategie wou hanteren. Daarmee was de tijd rijp om afscheid te nemen." De terugweg naar de schoenenbranche lag ineens helemaal open...

“DE TIJD WAS IN DE SECTOR PRECIES BLIJVEN STILSTAAN.”

“Ik had de familie Vanaudenhove van Euro Shoe Group al in mijn tijd bij Brantano leren kennen”, vertelt Kurt Moons. “Zij waren toen concullega’s, die nog ooit interesse toonden om Brantano over te nemen, maar de familie Brantegem had daar toen geen oren naar. We hebben elkaar destijds nooit stokken in de wielen gestoken en de band is altijd professioneel gebleven. Het is een kleine wereld, hé...”. Van een functie als externe bestuurder, werd Kurt Moons al snel aangesteld tot CEO bij Euro Shoe Group. “Een grote troef was dat ik veel ervaring had om als niet-familiale CEO de belangen van de aandeelhouders en de familiale gevoeligheden te kunnen inschatten. Bovendien moest ik vaststellen dat de sector op zich heel weinig was veranderd vergeleken met mijn periode bij Brantano. Ik was dus snel ingewerkt. De tijd was in de sector precies blijven stilstaan, met veel protectionisme en weinig innovatie. Nochtans was dat juist heel erg nodig gezien de sterke concurrentie van de online winkels en het faillissement van heel wat prominente retailers in België en Nederland. Er moest ook bij Euro Shoe dus snel een nieuwe strategie komen.”



Vooraf

Zeeduivel met quinoa, groene appel,
waterkers en ijsbergsla

DE HOOFDMOOT

"Ik heb onbevooroordeeld en zonder oogkleppen een analyse gemaakt, en daar mijn voorstel van aanpak op afgestemd", aldus Kurt Moons. "Hiermee ben ik naar de raad van bestuur gestapt, en ze zijn me gevolgd." Deze visie wordt momenteel met mondjesmaat zichtbaar voor het grote publiek. "Het houdt in dat we één lijn in ons verhaal willen krijgen. Met Bristol in Nederland (125 winkels), Shoe Discount (170 winkels) en Avance (40 winkels) hadden we 3 merken, 3 stijlen en 3 verschillende percepties. We kiezen nu voor een vereenvoudiging naar 1 concept voor de hele Benelux: 1 naam (Bristol) en 1 positionering in de markt. Daarom hebben we Avance verkocht, zijn we afgestapt van het woord 'discount' en hebben we gekozen voor een stijl waarmee we vooral sympathie willen opwekken. Met een goede prijs voor een respectabel product en een toffe marketing, kunnen we vast en zeker de grote volumes van weleer terughalen. Voorwaarde is dat we het hele team mee op de kar krijgen. Daar is een wel een cultuurwijziging voor nodig. Ik beschouw de mensen op kantoor en in de winkels als partners, als gelijken. Er is geen wij en zij. Ik erken de medewerkers in hun eigenheid en geef hen de verantwoordelijkheid over de dingen waar zij het meest van afweten en waar hun interesses liggen. Respect is voor mij het sleutelbegrip. In alle richtingen en op alle niveaus. Iemand respecteren doe je door het iedere dag in de praktijk te tonen."

**"RESPECT
IS VOOR MIJ
HET SLEUTELBEGRIP.
IN ALLE RICHTINGEN
EN OP
ALLE NIVEAUS."**



De hoofdmoot
Ierse filet pur met champignon,
zilverui en spruitjes
Kroket van kalfswang in boter van morieltjes

DE UITSMIJTER

Eens de we nieuwe strategie op de rails hebben, is het een kwestie van opnieuw te bouwen. We houden de focus op de Benelux. Een markt die voor veel internationale concurrenten te complex en te divers is. Voor ons niet, wij voelen ons hier goed. Het zal nog enige tijd vergen vooraleer we de 250 overgebleven winkels volgens de nieuwe look & feel, helemaal op één lijn hebben. Er zijn er momenteel zo'n 140 klaar, de rest moet tegen september klaar zijn. Dan moet alles 'gebristoleerd' zijn, zeg maar. Tegelijk werken we hard aan onze positionering. We willen niet uniek en exclusief zijn, maar wel sympathiek. If they like you, they might buy you, dat is de filosofie. De slogan luidt: Er zit een beetje Bristol in iedereen. Wat wil zeggen: het is niet verkeerd om een keer te komen kijken wat we allemaal te bieden hebben. Humor is een manier om dit alles in de praktijk te brengen. Niet gemakkelijk. Daarom hebben we Philippe Geubels gevraagd om de naamswijziging via tv-spots aan te kondigen. Hij heeft carte blanche gekregen en doet dat op zijn eigen, satirische manier. Vinden wij prima. De zelfrelativering maakt het plezierig. Dat is een stijlbreuk met het verleden, maar dat effect willen we juist creëren."

"IF THEY LIKE YOU, THEY MIGHT BUY YOU"

En intussen wordt ook het online-kanaal uitgebouwd. "De focus blijft liggen op de winkels. Ik vind het geen excuus om te gaan klagen over omzetverlies aan digitale concurrenten. Je moet jezelf de vraag stellen wat je als alternatief te bieden hebt. Heb je voldoende beleving in de winkels? Is het personeel supervriendelijk? Heb je jezelf voldoende in de plaats van de klant gesteld? Dat zijn dingen waar je het verschil mee kunt maken. En ja, we hebben zelf ook een webshop en gaan daar professioneel mee om. Maar op dat vlak is de ambitie het olympisch minimum. We gaan niemand overtuigen om te switchen naar online winkelen. We geloven heel sterk dat face-to-face nog altijd de grootste meerwaarde biedt. Dat is de richting die we uit willen gaan."

Tekst: Kurt MEERS
Foto's: Luc DAELEMANS



De uitsmijter
Ananas met Passoa, muscovado en pepermunt

JOHN CASTERMANS & KARIN LINDEKENS



“De pech hield niet op.
Maar wij deden door.”

Wat doet het met een mens om een familiezaak die sinds 1938 bestond, te zien verdwijnen? John Castermans en Karin Lindekens hebben jarenlang alle pech van de wereld getrotseerd, en desondanks hun bakkerijgroep Philda uiteindelijk moesten opgeven. Toch raapten ze de moed bijeen om met de chocolade-afdeling een doorstart te maken. Vandaag is Conditus Chocolate Creations in Opglabbeek een bloeiende onderneming, die allerlei chocoladeproducten voor de B2B-sector maakt.

"Ik ben in 1987 in de zaak van mijn ouders gestapt, die toen als tweede generatie een redelijk grote bakkerij runden", vertelt John Castermans. "Naast de huis-aan-huisleveringen en de winkels, waren we gepassioneerd door chocolade. Ik ben als het ware niet met de paplepel, maar met de chocolade groot gebracht." John had net zijn universitair diploma in de Toegepaste Economische Wetenschappen op zak, maar besliste toch om bakker en ondernemer te worden. "Uiteraard hadden we de ambitie om de zaak verder uit te bouwen", zegt hij. "Dat lukte ook vrij aardig. De verkooppunten werden in 10 jaar tijd omgevormd van bakkerswinkels tot 'convenience-stores', waar je niet alleen brood, maar ook charcuterie, ontbijt, pralines, wijnen en cadeautjes kon kopen. Met die omschakeling ging een aanzienlijke investering gepaard, in totaal zo'n 1,25 miljoen euro."

Maar toen sloeg het noodlot toe. "Het begon met wegenwerken aan onze voornaamste winkel in Bilzen", blikt John terug. "Amper 6 weken nadat we daar van start waren gegaan, werd de rijrichting veranderd en verdween bijna de hele parking. In totaal is er zo'n 9 jaar lang voor onze deur gewerkt, waardoor de klanten dan wel, en dan weer niet tot bij ons konden geraken. Een onhoudbare situatie."

SANERING

Ook in Nerem, een deelgemeente van Tongeren, strooiden infrastructuurwerken roet in het eten. "Klanten moesten 10 kilometer omrijden om tot bij ons te geraken. Op dat traject kwamen ze uiteraard veel andere bakkers tegen." En zo zagen John en zijn vrouw Karin de reserves snel slinken. "Met de chocolade-afdeling ging het wel nog goed, maar de bakkerijen waren een verloren zaak. We hebben na 3 jaar hard werken dan bescherming tegen de schuldeisers moeten aanvragen (WCO) en zijn een rechtszaak gestart tegen Aquafin, dat door de aanslepende werken aan de basis lag van onze problemen. Uiteindelijk hebben we die zaak gewonnen, maar het geld staat na 8 jaar nog steeds niet op de rekening van de curator... We hebben dan nog ingegrepen en zwaar gesaneerd. Van 30 medewerkers zijn we naar 17 gegaan."

OPGLABBEK

Omdat hun passie toch vooral bij de chocolade lag, werd met het akkoord van de gerechtelijke instanties, beslist om dat gedeelte zelf over te nemen en een doorstart te maken. "Dat is allemaal heel rechtmatig gebeurd, op basis van de schattingslijsten", legt John uit. "De nieuwe start was ergens ook wel een bevrijding. De chocolade was eigenlijk altijd onze échte passie geweest. Bovendien hadden we nu wat meer tijd voor het gezinsleven. Een bakkerij draait 24/7 en moet rekening houden met heel wat personeel. Dat konden we met Conditus, zoals de chocolaterie heet, anders aanpakken."

In 2014 beslisten de zaakvoerders om hun bedrijf van Tongeren naar Opglabbeek te verhuizen. "In de eerste plaats om dichterbij onze klanten in Midden-Limburg te zijn", aldus John Castermans. "We kregen

Met vallen en opstaan

er meteen veel sympathie van andere ondernemers, die ons het succes erg gunden. Ze bekeken ons niet met de stempel 'failliet', wat een aantal particulieren natuurlijk wel deden. Ook van onze verhuurder, ondernemer Rik Klerkx (voorheen Limoco, nu Marian nv) kregen we een flink steuntje in de rug. Tot op vandaag merken we hier een positieve sfeer, waar we met volle goesting kunnen werken aan de opbouw van Conditus Chocolate Creations."

PASSIE

John en zijn vrouw maken nu gespecialiseerde chocoladeproducten voor de B2B-markt. "Voornamelijk promotionele- en relationele, gepersonaliseerde relatiegeschenken, waarbij de nadruk ligt op kwaliteit. We weten dat de perceptie van een bedrijf samenhangt met de kwaliteit van de cadeautjes die ze uitdelen. Als je zelf een pen krijgt die niet schrijft, zal je automatisch bedenkingen hebben bij de kwaliteit van de geleverde diensten, niet? We maken nu het verschil door ook heel creatief te zijn. De doosjes, lintjes en opdruk van onze verpakkingen en pralines zelf, zijn in de kleuren van de klant, mooi verzorgd, precies zoals we het zelf zouden willen krijgen. Daarmee is de trein van ons tweede leven nu vertrokken. De klanten, ook grote jongens zoals Mathieu Gijbels of Melexis, zijn heel tevreden. En wij ook, want wat is er mooier dan van je passie je vak maken en tegelijk nog wat van het leven te kunnen genieten?"

Tekst: Kurt MEERS
Foto's: MiL





Autoruit beschadigd? Carglass® is altijd dicht bij u

Doe een beroep op een van onze 42 Service Centers, verspreid over het hele land. Makkelijk bereikbaar, comfortabel en dicht bij u in de buurt.

En als u niet naar ons kunt komen, dan komen wij naar u. Waar u het wenst. In de stad, aan de kust of op het platteland. Thuis, op uw werk of onderweg. Waar u ook bent.

Wij staan altijd voor u klaar. 24 uur op 24 en 7 dagen op 7. Ook op feestdagen.



42 Service
Centers



Mobiele
Service



24/24 - 7/7

Book online **carglass.be**
of via gratis App


CARGLASS®

TRENDS GAZELLEN LIMBURG 2017

Er worden in onze provincie tal van ondernemersprijzen uitgereikt. Zo ook de Trends Gazellen. In tegenstelling tot heel wat andere onderscheidingen, wordt de rangschikking voor deze wedstrijd louter op basis van cijfers opge maakt. De naakte resultaten van de grootste omzetsijging wordt weergegeven in 3 categorieën: de kleintjes, middelgrote bedrijven en de grote jongens. We publiceren hier de top 20 van iedere reeks.

Tekst: Kurt MEERS
Bron: Trends

	Kleine ondernemingen	KMO's	Grote ondernemingen
1	C. Outdoor	Michael Kors Belgium	Punch Powertrain
2	Callexcell	Containers Maes	Melexis Technologies
3	SMC	Rako Sleep Systems	Cegeka
4	Eurosped Belgium	Testronic Lab. Belgium	Martens Brouwerij
5	Bonneux Machinery	Prato	H. Essers Logistics Cy
6	Odetrans	Teleflex Medical EDC	F.F.P.
7	Hof ter Bloemen	Roba Metal Processing	H. Essers
8	Traflux	Smithers-Oasis Belgium	Atlas Copco - Power Tools
9	de Molen - Genk	Valiant International	Soprodal
10	Apotheek Piringen	Jacobs A. Transport	IPTE Factory Automation
11	Habemo Building Partner	Beliès	Democo
12	Creten Belgium	Dexters Marco	SABCA Limburg
13	Aromazz	Ecophos Industrial Serv.	Bioterra
14	Hertigers	Peters-Transport	Hans Anders België
15	A.M.O. All Drive	Zappware	Limelco
16	Berkmans	Baillien E.	Levenstond Seafood
17	Ciratec & Co	Isola Belgium	Martin Mathys
18	The Nectar	Fenego	Tribù
19	Finvision	Garden Trade International	Alural Lummen
20	YP Eurofix	Casters Algemene Ondernemingen	Loomans Plastic

POLITICI ADVISEREN BEDRIJVEN



“Met favoritisme, laat staan omkoping, heeft dat ab-so-luut niks te maken”

Gezien de hele commotie rond vergoedingen die sommige politici krijgen voor advies aan privébedrijven, gingen we eens luisteren bij onze Limburgse bedrijfsleiders zelf. Wat vinden zij van de publieke verontwaardiging? Waarom huren ze eigenlijk de expertise van politici in? En wat vinden de politici zelf hierover? Gaan ze nu deze opdrachten vermijden en alles wat ze verdienen aan het gemeentehuis afficheren?

Echt veel Limburgse bedrijven met politici in hun raad van bestuur of raad van advies zijn er niet. We spreken dan niet van vennootschappen die aan politiek gelieerd zijn, zoals de autonome gemeentebedrijven, bedrijvenparken, enzovoort. Grote ondernemingen kiezen als bestuurders vaak voor CEO's en topmanagers van andere bedrijven. Toch zijn er hier en daar wel die gemeentelijke en zelfs parlementaire vertegenwoordigers aan boord halen om –al dan niet tegen betaling- een adviserende rol op te nemen.

Om niet aan de publieke schandpaal genageld te worden, reageren ze liever anoniem.

“Waar gaat het om? Dat wij ons zo goed mogelijk weten te omringen met experts die onze business vooruit kunnen helpen”, zo klinkt het. “Daarbij zoeken we profielen die complementair zijn: een jurist, een hr-manager, een financieel expert of een marketinggoeroe. Eigenlijk maken we een afspiegelingscollege van onze directie, met de bedoeling om in ieder domein onszelf geregeld een spiegel voor te houden. We hebben mensen nodig die vanop afstand een onge-nuanceerd oordeel kunnen geven en een controle kunnen uitoefenen. Bovendien zijn onze bestuurders en adviseurs mensen die door hun praktijkervaring ook strategisch de lijnen mee kunnen uitzetten. Ze weten hoe de wereld ineens zit, en hoe de toekomst zal evolueren. Zoals dat gaat voor de aanwerving van een personeelslid, kiezen we gewoon voor de beste. Of dat nu iemand is met een politiek mandaat of niet, dat maakt niet uit.”

BUITENLANDSE REIS

Voor het geld moet zo'n bestuurder het niet doen. “Er wordt van die mensen een heel actieve inbreng verwacht in de vergaderingen. Vaak nemen ze ook huiswerk mee, en moeten ze thuis allerlei rapporten en verslagen doornemen. Ze leveren dus wel degelijk prestaties, waar een vergoeding moet tegenover staan. Mensen van dat niveau hebben anders wel iets beters te doen in hun vrije tijd. Veel stelt dat echter niet voor. Het is veel minder dan wat we een extern consultant zouden betalen. Je merkt dan ook dat al deze mensen het vooral uit persoonlijke interesse doen. Ze leren graag bij, stellen hun kennis ter beschikking en helpen met plezier de zaak vooruit. Dat we één keer per jaar met de groep op restaurant gaan en zelfs al ooit een vergadering tijdens een buitenlands weekend georganiseerd hebben, is niet meer dan een vorm van appreciatie die nodig is om het nuttige aan het aangename te koppelen. Met favoritisme, laat staan beïnvloeding of omkoping, heeft dat ab-so-luut niks te maken.”

“MENSEN VAN DAT NIVEAU HEBBEN ANDERS WEL IETS BETERS TE DOEN IN HUN VRIJE TIJD.”

Of de politieke contacten nadien dan niet worden uitgebuit? “Hoegenaamd niet”, aldus onze bronnen. “Doen er zich buiten onze vergaderingen, niet meer dan 6 per jaar, vragen voor over de materie waarin onze politieke bestuurders expertise hebben, gaan we uiteraard eerst bij hen te rade. Dat is logisch. Maar politieke invloed kopen, dat is te zot voor woorden. Wij volgen voor vergunningen en subsidies, 2 domeinen waar politici de wegen goed kennen, netjes de geijkte procedures. Dat is al moeilijk genoeg. In tijden van polarisering, waarbij politieke tegenstanders op de loer liggen om imagoschade te berokkenen, gaan we heus geen risico's nemen. Onze reputatie is heilig.”

CONSULTANTS

Louis Machiels, CEO van Group Machiels, herinnert zich dat zijn bedrijf vroeger een Raad van Advies had waar enkele politici in zetelden. "Dat is absoluut geen geheim. We waren toen in volle expansie en in de startfase van enkele grote buitenlandse projecten. Dan is het toch logisch dat je bijvoorbeeld een internationaal ervaren eminentie als Willy Claes om goede raad kunt vragen?" Naarmate het bedrijf groter werd, heeft Group Machiels de raad van advies afgeschaft. "Dat is heel spontaan gegaan, allicht omdat de meerwaarde ervan geleidelijk afbrokkelde. We schakelen nu veel meer consultants in die nog meer dan politici, heel gespecialiseerde materies beheersen. En intussen hebben we zelf voldoende contacten en kennis om ook zonder adviesraad overal vlot onze weg te vinden."

FATSOEN

Noem het gerust flauw, maar de meeste politici die helemaal niets te verbergen hebben, willen niet 'on the record' over dit onderwerp hun mening kwijt. Bang om toch geassocieerd te worden met het kleine percentage van collega's die over de schreef gaan? Heeft wel de ballen aan zijn lijf: Marino Keulen, voormalig minister, parlementair en burgemeester van Lanaken. "Kijk, ik heb geen enkel mandaat als bestuurder of adviseur bij een privébedrijf, dus gaat deze discussie aan mij voorbij", zo steekt hij van wal. "Eigenlijk is het geen debat waard, want deontologie laat zich niet vastleggen in regels. Een politicus met enig fatsoen, en zo zijn er gelukkig nog heel veel, weet best wel waar de grenzen liggen en waar er mogelijk belangenconflicten optreden. Die feeling is aangeboren."

TRANSPARANTIE

Keulen maakt een onderscheid tussen mandaten in publieke diensten en privébedrijven. "Als je vertegenwoordiger bent in een (semi-)overheidsinstantie, hoort het grote publiek te weten dat je dat doet en wat je er voor krijgt. Daar is transparantie een must. Of je als privépersoon echter alle contacten met private bedrijven moet kenbaar maken, is een andere discussie. Hoe ver ga je dan daar in? Moet een advocaat, omdat hij bijvoorbeeld toevallig in de gemeenteraad zetelt, al zijn klanten van de praktijk publiek maken? Dat gaat veel te ver. Je kan toch geen beroepsverbod opleggen aan iedereen die een politiek mandaat bekleedt?"

Dat politici ook bedrijven adviseren en helpen, vindt Keulen de normaalste zaak van de wereld. "We werken hard, hebben veel expertise en een uitstekend helikopterzicht over alles dat een invloed op de business kan hebben.

Het is dan ook onze plicht om onze ondernemingen te informeren over subsidies, reglementeringen, mogelijke vestigingsplaatsen, opleidingen, enzovoort. Dat wij hun belangen behartigen, spreekt voor zich. Een vergoeding moet daar niet tegenover staan, aangezien we dat doen vanuit ons publiek mandaat"



Tekst: Kurt MEERS
Foto's: MIL

RIK MONDELAERS



“ Blij dat ik Bouwcampus nog kan begeleiden ”

Hij wist niks van de bouw, hij wist niet eens wat een spouwhaak was toen Rik Mondelaers (63) als jonge dertiger aan de slag ging als directeur van de toenmalige Syndicale Kamer van de Bouwnijverheid Limburg. Goed 28 jaar later gaf hij de fakkel als directeur van de Confederatie Bouw Limburg door aan Chris Slaets. “Ik ben blij dat ik de realisatie van de Bouwcampus of ‘Construction Academy’ nog mag begeleiden”, zegt Mondelaers, die tot eind 2014 het gezicht van de Limburgse bouwsector was.

Wat is er gekomen van ...

Dat Rik Mondelaers een workaholic was, is bekend. "Mijn kantoor was mijn living", zei Mondelaers daar zelf over. Dat had veel te maken met het familiaal leed dat hij heeft meegemaakt. Zijn echtgenote Annemie De Peuter overleed nadat ze zeventien jaar lang gesukkeld had met een spierziekte. Tot overmaat van ramp verloor Rik ook zijn dochter Julie tijdens haar stage in een prestigieus hotel in Cambodja. Ze studeerde hospitality management in Barcelona. Ze was kerngezond, maar die ochtend was ze niet meer wakker geworden. Volgens de dokters was ze een natuurlijke dood gestorven. Een mens zou zich voor minder op zijn werk storten. Gelukkig kon Rik rekenen op de steun van zijn latere nieuwe partner.

Mondelaers heeft sinds een paar jaar ook last van oorsuizingen. Andere mensen zouden daar wild van worden. Rik Mondelaers niet.

Daarom, hoe gaat het nu met Rik Mondelaers?

"Met de gezondheid gaat het god zij dank prima, op die vervelende oorsuizingen na. Dank je!"

Het zwarte gat is niet aan u besteed?

"Nee hoor. Momenteel begeleid ik de Confederatie nog bij de nieuwbouw van hun 'bouwcampus' in Diepenbeek. Hierbij zijn vooral de organisatie en de contacten met de Hogeschool en de UHasselt belangrijk. Opleiding van jongeren vond ik tijdens mijn carrière al erg belangrijk, ik vind het dan ook formidabel dat ik hieraan nu nog mijn bijdrage kan leveren. Ik ben fier dat ik dit nog mee kan coördineren, blij dat ik die kans nog gekregen heb. Ook de nieuwbouw zelf begeleid ik nog mee. Op die manier kan ik de laatste twee projecten die ik nog als directeur ben begonnen, ook tot een goed einde leiden. Ik weet dus heus nog wel wat te doen."

Ook nog andere mandaten of bezigheden?

"Ik probeer mij ten dienste te stellen van de maatschappij. Binnen de Rotary ben ik bijvoorbeeld actief in de commissie 'Dienst aan de gemeenschap'. Bij de Senior Consultants Vlaanderen stel ik mijn ervaring en gezond verstand ter beschikking van de kleinere ondernemingen. Eind dit jaar wil ik daar actief aan beginnen. Uiteraard is dit alles onbezoldigd." (lacht)

Bent u ook tevreden van uw opvolger?

"Jawel, Chris Slaets leidt de Confederatie met dezelfde gedrevenheid en spirit, zo stel ik vast. Weet je, een manager is maar geslaagd in zijn levenswerk als hij dat kan doorgeven aan de juiste persoon. Met Chris is dat zeker het geval."

Tekst: Dominiek CLAES
Foto's: Tom PALMAERS

made
in

LIVE

Limburg

3/5/2017

14u30-23u00

DRONEPORT SINT-TRUIDEN

- ✓ Inspiratienamiddag en netwerkvavond
- ✓ Succesvolle gastsprekers/ondernemers geven je tips & tricks
- ✓ Culinaire verwennerij
- ✓ Uniek kader en beleving



AMUSE BOUW 2017

En of er veel mooi volk was bij Amuse Bouw 2017, de huidige naam voor wat vroeger het Feest van de Aannemer was. De Confederatie Bouw Limburg had alle toppers uit de sector verzameld voor een luchtige bijeenkomst en een sfeervolle receptie. De Barrier in Houthalen-Helchteren was het prachtige decor van het feest. Onze fotograaf wist deze aanwezigen op de gevoelige plaat vast te leggen:

Tekst: Kurt MEERS
Foto's: Ronny VAN THIENEN





Limburg voor de lens





Limburg voor de lens



De toekomstdenker

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

SVEN AGTEN OVER CHINA



“Met onze kerktorenmentaliteit gaan we er niet geraken”

Waar de hele wereld vroeger massaal goederen in China liet produceren om van de goedkope arbeid te genieten, zijn de rollen tegenwoordig helemaal omgedraaid. Neerpeltenaar Sven Agten woont en werkt er, en weet als geen ander hoe de toekomst van onze zakenrelaties met de Chinezen er zal uitzien. Conclusie: we laten in Limburg erg veel opportuniteiten liggen ...

“Goedkoop? Hier is niks meer goedkoop”, steekt Sven Agten van wal. “Er zijn zoveel investeringen geweest en jobs gecreëerd dat de lonen fors gestegen zijn. De middenklasse is erg koopkrachtig geworden. Zij vormen het publiek van buitenlandse bedrijven die naar China exporteren. België dreigt die trein volledig te missen. Wij voeren nog geen 2 procent van onze goederen uit naar China. Vreemd, als je weet dat 1/3 van alle luxeproducten ter wereld in China geconsumeerd wordt en 1/3 van alle Duitse auto's in dit land wordt aangekocht. Wij Belgen beschouwen China totaal verkeerdelijk als een ontwikkelingsland waar niets te rapen valt. Fout. Limburgers, en bij uitbreiding de rest van ons land, zijn bang voor onbekende. Ze hanteren een kerktorenmentaliteit zonder ambitie. De koudwatervrees zal ons zuur opbreken, want andere landen vinden wel vlot de weg naar de Chinese middenklasse. Het zijn zij die in de toekomst succesvol zullen zijn.”

CONTACT > CONTRACT

Sven Agten vindt dat China voor elke exporteur een strategische markt moet worden. “De tijd van ‘zomaar eens proberen’ is lang voorbij. Wie in China zaken wil doen, moet daar veel tijd en geld in stoppen. De CEO van het bedrijf moet met volle overtuiging een langetermijnvisie voor het ontwikkelen van de Chinese markt onderschrijven. Anders lukt het gewoon niet. Ik zie het hier elke dag opnieuw gebeuren. One shots die bij de eerste tegenslag de rug keren van China. Of die 1 mannetje aanstellen om voorzichtig iets te proberen. Sorry, maar als je in Portugal, Zweden of Frankrijk zaken wil doen, moet je daar ook voor 100 procent in geloven en in investeren. Toch?”

Volgens de Neerpeltenaar moeten de Limburgers die in China zaken willen doen, eerst hun vooroordelen aan de kant schuiven. “Er circuleren nog teveel negatieve verhalen van contracten die niet worden nageleefd, etcetera. De waarheid is anders. In China is persoonlijk contact belangrijker dan een contract op papier. Als ze jou kennen ontstaat er vertrouwen en zal je geen problemen ondervinden om zaken te doen. Om hier succesvol te kunnen zijn, moet je de cultuur dus goed begrijpen. Voor nieuwkomers is er een mind switch nodig vooraleer ze met Chinezen in zee kunnen gaan. Anders loopt het gegarandeerd fout. Ik heb hier al veel expats kortstondig zien passeren die het land niet snappen en niet bereid zijn om een lokaal netwerk uit te bouwen.”

TRUMP BIEDT KANSEN

Sven Agten ziet nieuwe opportuniteiten nu Donald Trump de plak zwaait in de VS. “Trump staat voor protectionisme en het afsluiten van zijn grenzen voor buitenlandse producten. Dat biedt kansen voor Europeanen om naar China te exporteren, aangezien dat land aan belang zal winnen. Maar nogmaals: dan moeten de buitenlandse zakenpartners de sociale en culturele finesses van China heel goed kennen of zich laten bijstaan door anderen die hier kaas van gegeten hebben. Wie het land en de gewoontes niet kent en waardeert, maakt geen schijn van kans. Dan mag je nog 10 diploma's hebben: in China zijn ze daar echt niet van onder de indruk ...”

Tekst: Kurt MEERS
Foto's: Sven DILLEN

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

GENKENAAR JAN DIERCKX IS DIERENARTS IN FRANKRIJK



“Eigenlijk werk ik gewoon een beetje verder van huis”

Vanuit Genk verhuisde Jan Dierckx zowat 15 jaar geleden naar Frankrijk. Aangetrokken door het avontuur, ging hij in de Bourgogne aan de slag als dierenarts. Vandaag runt hij in het oosten van het land, vlakbij de Zwitserse grens een eigen praktijk. “Het is de bedoeling om hier de rest van mijn carrière te blijven, al weet je dat natuurlijk nooit”, zegt hij.

"Na mijn humaniora heb ik een jaar als AFS-uitwisselingsstudent in Brazilië gewoond", vertelt Jan Dierckx (45). "Allicht heb ik daar de zin voor het avontuur ontdekt. Nadat ik eerst een aantal jaren in België als dierenarts had gewerkt, en ook in de industrie een job had uitgeoefend, zag ik een zoekertje van een dierenarts in Frankrijk. Ik heb niet getwijfeld en ben direct naar ginds getrokken. Een job met beide voeten in de praktijk, in een nieuwe omgeving... dat sprak me wel aan. Na vele jaren voor een baas gewerkt te hebben, kreeg ik de kans om venoot te worden in een praktijk in het oosten van Frankrijk. Samen met mijn vrouw Els en zoon Louis wonen we in Morteau, vlakbij de Zwitserse grens."

CHAUVINISTEN

"De job zelf is een combinatie van bezoeken aan boerderijen en consultaties in de praktijk", zegt hij. "Voormiddag ga ik langs bij de boeren om het vee, bijna alleen koeien, te behandelen. Namiddag komen dan de klanten bij ons langs voor de kleine huisdieren, zoals honden en katten. 's Avonds moet er dan meestal nog wat administratie worden afgehandeld en dan zit de dag er op." Hoewel we buurlanden zijn, merkt Jan een verschil in cultuur. "Fransen babbelen veel meer dan wij. Ze vinden de vorm ook veel belangrijker en zijn veel chauvinistischer. Ze beschouwen zichzelf onderdeel van een grote, historische natie, en zijn daar heel fier op. Dat gevoel uiten ze vaak in conversaties, zeker met buitenlanders. Om aanvaard en gewaardeerd te worden, is het noodzakelijk je in te leven in de lokale situatie en gewoonten. Dat is natuurlijk altijd zo, maar Fransen zijn er wel extra gevoelig voor. Als je dat weet, en daar bovenop een goede en vriendelijke service levert, dan is het vertrouwen gewekt en kan je voor lange termijn een zakelijke relatie aangaan."

KERSTBALLEN

Met de collega's heeft Jan Dierckx naar eigen zeggen een goede verstandhouding. "We zijn een klein team van 3 vennoten en 4 medewerkers. De samenwerking verloopt heel vlot. Ook met de collega's van andere praktijken in de buurt kunnen er goede

afspraken worden gemaakt. De werksfeer is heel joviaal." Na de werkuren geniet Jan vooral van de natuur. "We zitten hier in het gebergte, dus zijn er op dat vlak ontspanningsmogelijkheden genoeg. Wandelen en fietsen in de zomer, skiën in de winter... Het kan hier allemaal. Voor de rest gaan we met het gezin ook wel eens iets bezoeken. En nog een hobby is kienen. Het is begonnen als een fundraiser voor de school van onze zoon, maar zo heb ik de smaak te pakken gekregen. Vorige week heb ik nog een bijzettafeltje en een doos kerstballen gewonnen..."

KOFFIEKOEKEN


Terugkeren naar België zit er voorlopig niet in. "Drie tot 4 keer per jaar komen we op familiebezoek. De rit is zo'n 600 kilometer, dus dat is wel te doen. De grote feesten, zoals Kerstmis en Pasen proberen we in België door te brengen. Het eerste wat ik dan doe, is een lekker pintje drinken. En 's morgens verse koffiekoeken halen, want dat hebben ze in Frankrijk niet." Ook op professioneel vlak zit Jan Dierckx voorlopig gebeiteld over de grens. "Doordat de lokale boeren hun melk aan een mooie prijs kunnen verkopen om er Comté-kaas van te maken, is hun stiel rendabel en houden ze hun veestapel intact. In België daarentegen hebben de boeren het veel moeilijker om rond te komen en wordt de sector geleidelijk afgebouwd. De werkzekerheid voor een veearts is in deze streek dus erg groot. Enig nadeel is dat we dicht bij de Zwitserse grens wonen, wat het leven wel een stuk duurder maakt"

De familie Dierckx zien we dus niet snel door de Shopping van Genk slenteren. "Ik ben hier nu ongeveer 15 jaar en de bedoeling is om mijn volledige carrière hier te blijven. Maar binnen 10 jaar kan het ook tijd zijn voor iets anders, wie weet? Anderzijds woon ik op 600 km van Limburg, wat dus heel relatief is. Voor de ene ben ik een expat, voor andere werk ik gewoon een beetje verder van huis..."

Tekst: Kurt MEERS
Foto's: Mil

CARMETUM

OUTSTANDING

A photograph of an outdoor furniture set in a park-like setting. The set includes a large light-colored sectional sofa with blue and white patterned cushions, a blue armchair, and a round ottoman. A wooden coffee table holds a vase of white flowers. The background features tall, bare trees under a blue sky with light clouds.

BASTALPE | BROKIS | CASSINA | COLECT | CORES DA TERRA | DEDON | DOMANI | EXPORMIM | EXTREMIS | FAST
GANDIA BLASCO | GERVASONI | GLOSTER | INDERA | JARDINICO | KÉTTAL | KNOLL | MANUTTI | MDF ITALIA | MERIDIANI
MINOTTI | PAOLA LENTI | PIET BOON | RODA | ROSHULTS | ROYAL BOTANIA | SKARGAARDEN | TRIBU | VINCENT SHEPPARD

WWW.CARMETUM.BE

UW ENERGIEFACTUUR



Ze hebben het vooral gedaan als commerciële opportuniteit die een aardige som geld oplevert. Maar ook uit zorg voor de maatschappij heeft voetbalclub KRC Genk een half miljoen geïnvesteerd in energiezuinige voorzieningen. “We hopen hiermee een voorbeeld te zijn voor tal van bedrijven en zelfs particulieren, die elk op hun manier, een mooie besparing kunnen realiseren en tegelijk het milieu van dienst zijn”, aldus algemeen directeur Patrick Janssens.

Om het stadion tegen 2020 energieneutraal te krijgen, had Janssens er zelfs een naamswitch voor over. De Cristal Arena werd omgedoopt tot Luminus Arena, aangezien met Luminus de ideale partner werd gevonden om dit ingrijpende traject tot een goed einde te kunnen brengen.

Het proces verloopt in 4 fases. In de eerste plaats zijn de stookketels vervangen door condenserende gasketels die de helft minder verbruiken. Circulatiepompen worden nu intelligent aangestuurd, zodat ze niet meer dag en nacht moeten draaien. Een begrenzer zorgt ervoor dat de verwarming nergens boven de maximale waarde uitstijgt. Dit alles levert een besparing in CO₂-uitstoot op van maar liefst 460 ton. Het gaat om een reductie van 42% in het eerste jaar, wat dus de tussenstand voor het bereiken van de doelstellingen zowat halverwege brengt. Intussen heeft Luminus ook geadviseerd om de terreinverwarming slimmer aan te pakken, wat nog een flinke duit voor de clubkas oplevert.



U ligt wakker van ...

LAADPALEN

Fase 2 dient om de koeling en ventilatie in de Luminus Arena te optimaliseren. Daarna, we zijn dan 2019, wordt het dak vol gelegd met 400 zonnepanelen. Tot slot worden er nog bijkomende maatregelen genomen die de laatste loodjes naar een volledige energieneutraliteit moeten wegnemen. Dat kunnen laadpalen voor elektrische voertuigen zijn, een koppeling aan het warmtenet van het Thorpark of energiezuinige transportmogelijkheden waarmee supporters naar de Luminus Arena kunnen afzakken.

VOORBEELDFUNCTIE

CEO Patrick Janssens is erg tevreden over de samenwerking met Luminus. "Het is duidelijk een partner die meedenkt om onze doelstellingen te behalen. Ze stellen de expertise van hun medewerkers helemaal ter beschikking van hun klanten. Hierdoor creëren zij een win-winsituatie, want tevreden klanten geven de goede boodschap makkelijk door aan andere geïnteresseerden. Zo willen wij zeker een signaal geven dat het altijd de moeite loont om het hele energiehuishouden kritisch te laten bekijken. Ik ben zeker dat Luminus bij iedere onderneming een fors bedrag zal weten te besparen."

Tekst: Kurt MEERS
Foto's: MiL





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

KESSELSGRANGER



Allemaal uit Genk: de pijp van Bentley, marimba van Adams en een Amerikaanse duikboot

KesselsGranger. Say what? Het tweede deel spreek je op z'n Engels uit. Repeat... OK! Bij gewone stervelingen zal de naam geen belletje doen rinkelen, maar in de sector van exclusieve luxeproducten kent men het Genkse ontwerp bureau maar al te goed. Steven Kessels en James Granger zijn de vormgevers van talrijke spraakmakende producten voor grote, internationale merken. En dat doen ze gewoon op C-Mine Crib.



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

"Zelf woon ik in Brussel, maar ik heb in Genk gestudeerd en mijn ouders wonen in Maaseik", zegt Steven Kessels, die zijn Nederlandse tongval net niet kan verbergen. Hoeft ook niet. Een heel andere tongval is te horen bij James Granger, zoon van een Engelsman die lang geleden naar Nederland verhuisde. Het was daar dat beide zaakvoerders elkaar tegenkwamen tijdens hun opleiding en zo werd KesselsGranger DesignWorks geboren.

"We hebben altijd een zwak gehad voor mooie voorwerpen uit de luxe-sector", zegt Steven Kessels. "Er vertoeven mensen die een knap design weten te waarderen en daar ook de juiste prijs voor willen betalen. Zelf vinden we het uiteraard leuk om mee te werken aan prestigieuze projecten. Het zijn stuk voor stuk producten met een hoge emotionele waarde. Dingen die mensen iets doen, die een beleving creëren. Daar zijn we graag mee bezig." Daarnaast levert de studio ook grafische ontwerpen af en wordt er advies verstrekt.



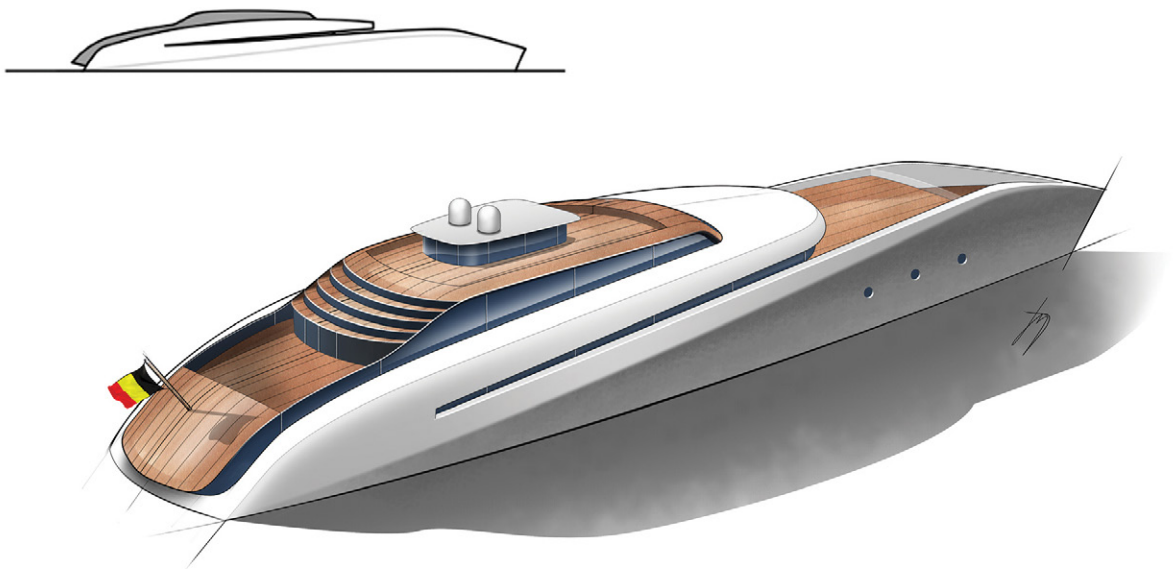


In Made in Limburg leggen we natuurlijk ook graag de klemtoon op bekende en minder bekende Limburgse producten.

DUIKBOOT

KesselsGranger werkt op internationale schaal. "Onze klanten komen inderdaad uit alle uithoeken van de wereld", aldus nog Steven Kessels. "Zo zijn we bijvoorbeeld momenteel voor een klant uit Hongkong een moderne lijn van gitaartassen aan het maken. Wat er momenteel in die markt bestaat is redelijk oubollig. Vandaar dat je hier op kantoor allerlei gitaren aantreft. Nog een voorbeeld: voor een klant in de VS maken wij designschetsen voor een duikboot. Van die dingen vinden we top!"

Een overzicht van de voornaamste realisaties levert een lange, indrukwekkende lijst op. "De marimba's en xylofoons van instrumentenbouwer Adams, een hypermoderne pijp die het Nederlandse Gubbels op de markt brengt met de Bentley-signatuur of een catamaran voor Waterbus... In Genk rollen deze design ideeën vlot uit de printer. "Het zijn vaak opdrachten die heel wat technische kennis vereisen", vult James Granger aan. "We moeten ons telkens erg goed inwerken om niets van de functionaliteit verloren te laten gaan. Met een knap design ben ie er immers niet als het product niet optimaal functioneert."





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

LUXE INTERIEURS

Bladeren we verder door het portfolio: een mobiel politiekantoor, diverse yachts, elektrische bussen, zitbanken, haltes voor de Waterbus, enzovoort... "We hebben best wel een aantal spraakmakende projecten op ons palmares", geeft Granger toe. "De meeste opdrachten bereiken ons via mond-tot-mond-reclame. De wereld is soms klein in deze branche." Nog één project lichten we er graag uit. Voor een prestigieus Luiks bedrijf dat gepantserde luxewagens maakt, neemt KesselsGranger het interieurontwerp voor zijn rekening. "Het gaat om luxe merken, die verlengd en extreem beveiligd worden", leggen de Genkse designers uit. "Peperdure bolides die, naast de ruime standaard luxe, een aanvullende uiterst luxueuze aankleding vereisen. Wij zorgen ervoor dat het interieur volledig aan de comforteisen van de klanten voldoet. En die zijn nooit gering. En soms redelijk bizar. Zo moesten we onlangs een cassettespeler in zo'n voertuig inbouwen. Ieder zijn goesting, zeker?"

Tekst: Kurt MEERS

Foto: MiL



E. Gubbels | Bentley Pipes
www.kesselsgranger.com


KesselsGranger
DESIGN WORKS

5 SUPERINTERESSANTE BOEKEN

Vooraleer u aan de zomervakantie begint te denken, is het goed om nu al uw zomerlectuur te bestellen. Wij gingen alvast even speuren naar interessante boeken over de Limburgse economie die u vast en zeker kunnen inspireren!

1. LIMBURGS DESIGN IN BOEKVORM

Martin Margiela, Raf Simons, Studio Job, Michael Verheyden, Marina Yee, Bram Boo, Piet Stockmans.... Stuk voor stuk namen met internationale renomme. Allemaal hebben ze hun roots in Limburg. Onze provincie is nauwelijks groter dan de hele stad Milaan en telt vier keer minder inwoners én toch brengt het zoveel designtalent voort. Het boek *We Are Wonderful* (<http://www.wearewonderful.be/>) bundelt voor het eerst al deze designers in een boek, een vuistdik naslagwerk over 25 jaar Limburgs design en een opgemerkte installatie in Atelier Clerici, Milaan.

Uitgeverij Lannoo, 49,99 euro
(ISBN 978 94 014 4059 2)



2. EEN VERRASSENDE ODE AAN CREATIEF EN INNOVEREND LIMBURG

Naast de warmste provincie van Vlaanderen is Limburg ook de plek waar jonge creatievelingen hun eerste stappen zetten als ondernemers, waar vele beroemdheden hun jeugd doorbrachten en waar het stedelijke landschap de laatste jaren een unieke evolutie heeft doorgemaakt. Dit prestigieuze boek, dat te koop is vanaf juni, toont de verhalen, de plaatsen en de mensen die de persoonlijkheid van Limburg vormgaven en -geven. Het boek, dat gewoon Limburg is getiteld, werd samengesteld en opgetekend door Stijn Meuris en Sue Somers. De bijdrage over de economie in Limburg is van de hand van Made in Limburg-journalist Kurt Meers.

Uitgeverij Hannibal, 39,50 euro
(ISBN 978 94 9208 195 7)



3. DRIE BOEKEN OVER ARCHITECTUUR

Het Hasseltse redactie bureau Palindroom heeft recent maar liefst 3 publicaties uitgebracht. Ze focussen allemaal op architectuur en architecten. In het kleinste boekje, vOIop bOb, wordt de loftrumpet gezongen van bOb Van Reeth, Vlaanderens eerste bouwmeester en nog steeds een van de meest inspirerende architecten van België (bestel hier <http://www.boek.be/boek/9789057185656>). Het tweede boekje, Materiaalkeuze Architecten, publiceert de resultaten van een enquête over dit thema. Tot slot brengt Palindroom het boek BIMtonic uit, een introductie tot de nieuwe digitale bouwtechniek Building Information Modeling (BIM).

Al deze boeken zijn te bestellen via Palindroom (011 56 19 50 of www.palindroom.be)



4. VAN WINKEL NAAR WEBWINKEL

In het boek Van winkel naar webwinkel leer je hoe je met je detailhandel succesvol de overstap maakt naar een webshop. De Limburgse ondernemers Jan Van Orshoven (Analyz-it) en Sara Reymen (Tekstueel) hebben voor dit project de handen in elkaar geslagen. Aan de hand van leerrijke casestudy's en handige tips & tricks leggen ze uit hoe je met succes een webshop in de markt zet.

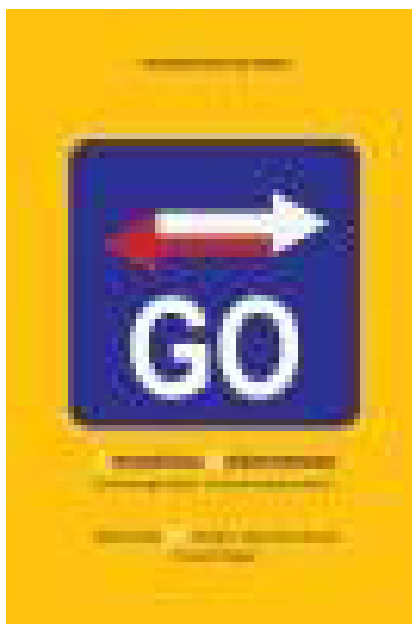
Dit boek is gratis te downloaden via deze link (<http://www.winkel-naar-webwinkel.be/download-gratis>)



5. GRENZELOOS ONDERNEMEN

Ondernemer Armand Vliegen is een grensgeval. Hij pendelt al jaren tussen België en Nederland om bedrijven te helpen met hun business aan de andere kant van de grens. Over de moeilijkheden die daarbij moeten overwonnen worden, en vooral de voorbeelden van de succesverhalen, heeft hij nu een boek geschreven. Er staan meer dan 60 interviews in van Belgische en Nederlandse ondernemers die bij de burens zaken doen. "Vandaag niet actief over de grens, dan morgen geen bestaansrecht", zo luidt de harde conclusie van Armand Vliegen.

Het boek is getiteld GO! en kan voor 34 euro besteld worden via deze link (<http://www.grenzeeloosondernemen.eu/grenzeeloos-ondernemen-bestellen>)



Bijster

**winst boeken door beter inzicht
in operationele, HR en financiële processen**



Verkrijg inzicht met Improview®



Stuur bij op basis van de resultaten



Maak gebruik van onze expertise

www.bijster.be

Corda Campus

Kempische steenweg 311

3500 Hasselt

0470 66 27 62

PAMPEREN

Mijn zoon van 5 draagt 's nachts nog een pampers. Mijn dochter van 3 niet meer. Buiten het feit dat meisjes altijd wat vooruit zijn op hun leeftijd, moeten we daar geen conclusies aan koppelen. De ene kleuter heeft wat meer tijd nodig dan de andere en moet wat meer gepamperd worden om tot een droog resultaat te komen. Ze geraken er allebei wel...

Bij starters is dat niet anders. De ene trekt goed zijn plan en weet op eigen kracht de afstand tussen idee en bloeiend bedrijf te overbruggen. De andere moet daarentegen constant bij het handje worden genomen en zou zonder professioneel advies, voor het volstorten van zijn kapitaal een betonmolen gaan huren.

Ik vraag me af of we er goed aan doen om onze starters dood te knuffelen. Nog voor ze een euro verdiend hebben, hebben ze allemaal een prijzenkast verzameld waar FC Barcelona jaloers op is. Trofee van hier, award van daar. Belofte van het jaar, uitvinding van de eeuw, Meest Verdiensterlijke Poging Van Kandidaat-Ondernemer Die Nog Nooit Failliet Is Gegaan.... Ze krijgen kantoorruimte in een incubator: gratis. Ze krijgen advies van 101 experts: gratis. Ze krijgen een smak geld van LRM, crowdfunding of een Business Angel: gratis. Hun businessplan wordt nagelezen, hun reis om in San Francisco te 'pitchen' wordt betaald en als het geld op is, gaan ze toch eventjes in een 'kapitaalronde' enkele miljoenen ophalen? Kortom: The Sky is the Limit. Enerzijds is het prima dat zoiets allemaal

kan. Er zijn succesverhalen genoeg die staven dat het voor sommigen echt werkt. De TrendMiners, Ugentecs en SparkCentrals van deze wereld kussen hun beide handen dankzij deze 'start-up scène'.

Maar: hebben al deze starters er wel baat bij om in zo'n fictieve wereld hun kiemen van het ondernemerschap te planten? Kweken ze voldoende realiteitszin, zodat ze niet bij de minste tegenslag helemaal gaan flippen? Is hun verteld dat een plan B nodig kan zijn als hun droom toch aan diggelen gaat?

Eigenlijk zouden we beter het kaf van het koren scheiden door een natuurlijk selectieproces zijn werk te laten doen. Hen eerst een beetje laten spartelen in het diepe water en zien wie blijft bovendrijven. Een incubatieperiode van zelfredzaamheid waar wat eelt op de ziel wordt gekweekt. Wie dan daarna nog steeds als een Vrolijke Frans de gedrevenheid heeft om de wereld te veroveren, mag eens komen aankloppen om een miljoentje te lenen of het gsm-nummer van Warren Buffet te vragen. Misschien dat LRM naast Drone Port ook wel een Voetjes op de Grond Port wil bouwen?

Kurt Meers



facebook



LinkedIn

VOLGENDE VERSCHIJNING:
28 APRIL 2017

COLOFON

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

Contact: 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.