

**made
in**

MAGAZINE

Limburg

Spraakmakend

**WIE TROK DE STEKKER
UIT IN LANGERLO?**

Expat

**HASSELAAR STUURT 4.000
MAN AAN VANUIT LONDEN**

Patrick Nijs (Vasco)

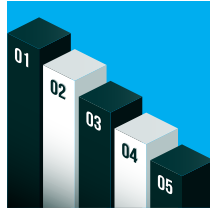
**“ GEEN PLAATS
VOOR
EGOTRIPPERS ”**

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 PATRICK NIJS VASCO

p. 9

Met vallen en opstaan DENNIS VANGENEUGDEN

p. 15



Infografiek WERKLOOSHEIDS- OVERSCHOT

p. 17

Spraakmakend HET VERHAAL ACHTER LANGERLO

p. 19



Hoe zou het zijn met ... LEON VAESSEN

p. 22

De toekomstdenker ACCOUNTANCY & FISCALITEIT

p. 24



Limburgse expat FREDERIC HUFKENS IN LONDEN

p. 27

U ligt wakker van ... BETAALBARE MARKETING

p. 29



Made in Limburg DRONE AAN EEN KABEL

p. 31

Voor u vergeleken ... KOERIERDIENSTEN

p. 33



ONS GEDACHT

p. 37



5,6 - 8,8 L/100 KM · 147 - 200 G CO₂/KM Milieu-informatie KB 19/3/2004: www.mercedes-benz.be - Geef voorrang aan veiligheid.

Feel Intelligent Drive.

De nieuwe S-Klasse.

Ontdek hem bij uw Erkend Concessiehouder Mercedes-Benz.

Mercedes-Benz

The best or nothing.



GROEP Jam.be
www.groepjam.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

NIEUWE GOLF VAN SPOOKFACTUREN TREFT LIMBURGSE ONDERNEMERS

Tal van bedrijven in Limburg hebben dezer dagen een 'factuur' ontvangen van OfficeConnectStore, een bedrijf met postadres in Barcelona. Er wordt een bedrag van 980 gevraagd, zogezegd om een 'business-licensie' te verlengen. De politie waarschuwt dat het om oplichters gaat, die hun technieken al vele maanden uitproberen in het hele land. Ook uit andere regio's, zoals Roemenië, komen soortgelijke brieven toe. OfficeMax is een andere naam die in dat verband opduikt.

"De factuur is eigenlijk een aanbieding waarbij geen enkele betaalverplichting geldt", aldus de politie. "Wie wel betaalt, gaat daardoor eigenlijk een overeenkomst aan, waardoor de kosten nog veel hoger kunnen oplopen dan het factuurbedrag. Zo staat het immers in de kleine lettertjes: wie op het aanbod ingaat, wordt tot verdere betalingen verplicht."

Het komt er dus op neer de spookfactuur zo snel mogelijk weg te gooien. Wie niet goed heeft opgelet en toch heeft betaald, kan best een klacht indienen bij de politie en zijn bankinstelling verwittigen.



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

BERINGS BEDRIJF MOET AFDANKEN DOOR VERLOREN AANBESTEDING

Ciblis, een bedrijf uit Beringen waar LRM bij betrokken is, gaat 10 mensen de laan uitsturen. Dat komt omdat de Vlaamse overheid bij een aanbesteding heeft gekozen voor een Amerikaanse concurrent. Beide ondernemingen maken software om bibliotheken digitaal te beheren. "Externe consultants én passages in het gunningsverslag zeggen dat onze technologie van wereldniveau is en de Amerikanen daar met hun verouderd systeem niet aan kunnen tippen", zegt Nico Cras van Ciblis. "Het is dan ook onbegrijpelijk dat Vlaanderen niet voor een aanbieder uit eigen regio kiest."

Ciblis heette vroeger Brocade Library Services en is een spin-off van de Universiteit Antwerpen en van Cipal in Geel. De LRM stapte in 2013 mee in het verhaal met een kapitaalinjectie van 800.000 euro. Het bedrijf verhuisde naar Paal-Beringen, waar de veelbelovende nichetechnologie verder werd ontwikkeld. Nationale en internationale bibliotheken werden klant, tot in Zuid-Afrika toe.

Toen Vlaams cultuurminister Sven Gatz op zoek ging naar een systeem voor alle Vlaamse bibliotheken (die nu onder Vlaams bestuur vallen), lag Ciblis in de bovenste schuif. Met overheidspartners als LRM en Cipal aan boord, kon het niet misgaan. Toch koos Gatz (afin, zijn administratie) voor de Nederlandse verdeler van Amerikaanse software. "De beste prijs-kwaliteitsverhouding", aldus de overheidsdienst.

Nico Cras van Ciblis is in zijn gat gebeten: "Neen, ik zie mezelf niet als een slechte verliezer. Maar ik kan er niet bij dat de Vlaamse overheid de Vlaamse technologie niet omarmt. De overheid laat hier de kans liggen om Ciblis te laten uitgroeien tot een wereldspeler in een niche. Onvoorstelbaar. Alsof de technologie van een client-serverplatform uit de jaren '90 een betere keuze is dan onze cloud-applicatie... Dat is zoets als concluderen dat een analog TV-toestel beter is dan een LED-scherm, of besluiten om een Tesla te kopen maar dan ééntje met een dieselmotor van de jaren '90 erin. Goedkoop misschien, maar zeker niet toekomstgericht. Het lijkt wel een slechte Belgenmop, maar het is bittere realiteit", zo besluit Nico Cras.

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

WEBSHOP VAN INSTAGRAMMERS NA 1 DAG UITVERKOCHT

Al twee jaar leven Céline Schraepen en Talisa Loup uit Beringen fulltime van Instagram. Ze hebben samen zowat een miljoen volgers en presenteren hen de nieuwste trends op vlak van kleding, schoenen, accessoires en boeken. Heel recent hebben de populaire vriendinnen ook een eigen winkel opgestart: via de webshop Totallytwo worden de producten die ze via Instagram testen en aanprijzen, te koop aangeboden.

"Een gigantisch succes, want toen we vorige maand online gingen, was na amper één dag onze webshop bijna volledig uitverkocht", zeggen Talisa en Céline. "Ondertussen zijn de voorraden uiteraard aangevuld en het loopt nog steeds als een trein. We hebben met deze webshop dus duidelijk de juiste keuze gemaakt."



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

VANDERSANDEN NEEMT MAASMECHELSE STARTER OVER

Internationaal baksteenproducent Vandersanden Group (Bilzen) gaat samen met start-up Joseph Bricks uit Maasmechelen. Daarmee haalt Vandersanden het meest innovatieve productieproces voor baksteenstrips in huis.

Joseph Bricks is een start-up die vorig jaar werd opgericht door Wim Heylen (zoon van Joseph Heylen, stichter van de voormalige steenbakkerij Heylen in Veldwezelt) en Matthieu van den Berg (ex-Wienerberger). Ze hebben een uniek procédé ontwikkeld waarmee baksteenstrips geperst worden in een mal. Hierdoor wordt meer dan 50% grondstoffen en energie bespaard.

Vandersanden haalt dus interessante technologie in huis en zal die wereldwijd gaan verkopen. "We waren zelf met gelijkaardig persprocédé bezig om onze eigen variant van deze eco-baksteenstrips te maken", zegt Jean-Pierre Wuytack, CEO van Vandersanden Group. "Tot dit voorstel van samenwerking ons uit Maasmechelen bereikte. Een geschenk uit de hemel, want samen staan we verder en sterker!"

De fabriek in Maasmechelen is nog in opstart en wordt pas deze maand in gebruik genomen. Intussen zijn er al tests gebeurd met zo'n 30 diverse kleuren van de nieuwe steenstrips. Begin 2018 zal het ruime assortiment wereldwijd worden gedistribueerd.



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

KWART VAN CEGEKA IS VERKOCHT

De Gimv neemt een belang van 23,6 procent in het Hasseltse ICT-bedrijf Cegeka. Met deze operatie wil Cegeka geografisch uitbreiden en zijn positie in bestaande markten versterken. De ambitie is om dat zowel organisch als via een buy & build-strategie te realiseren. Outsourcing in het algemeen staat centraal in de uitbreidingsplannen en moet de motor worden van verdere groei. Gimv wordt aandeelhouder naast CEO André Knaepen, de Limburgse Reconversie maatschappij (LRM) en het management van Cegeka.

Sinds zijn management buy-out in 1992 heeft André Knaepen Cegeka uitgebouwd van een lokale tot een pan-Europese IT-dienstverlener met vestigingen in tien landen. Het bedrijf telt vandaag ruim 4.000 medewerkers, die samen meer dan 2.500 klanten bedienen. Sinds 2006 is de omzet vertienvoudigd tot ruim 400 miljoen euro en het is Cegeka's ambitie om dit indrukwekkende groeiparcours de komende jaren voort te zetten. Binnen vijf jaar wil het nogmaals in omvang verdubbelen.

"Deze kapitaalsoperatie is nodig om Cegeka's ambitie verder te realiseren", zegt André Knaepen. "In de eerste plaats blijven we investeren in de ontwikkeling van ons dienstenaanbod, want we willen een stap voor blijven op de markt. In onze geografische expansie concentreren we ons eerst op de landen waar we al actief zijn. Er is daar ruimte om onze diensten nog verder af te stemmen op de noden van onze klanten. We willen groeien in Europa, maar dat zal nooit ten koste gaan van ons lokale aanpak. Dat is het DNA en de kracht van Cegeka. Het is vanuit die sterke klantenrelatie dat we voor groei en duurzaamheid zorgen bij middelgrote en grote organisaties."

PATRICK NIJS

CEO VAN VASCO

A photograph of Patrick Nijs, CEO of Vasco, in a restaurant setting. He is wearing a dark blue suit jacket over a white shirt. In the background, a waiter in a white tuxedo is visible, and there are chandeliers hanging from the ceiling.

“Keuzes maken, doorzetten en niet beginnen zweven”

Na een lange carrière bij een groot Nederlands familiebedrijf, werd Patrick Nijs 4,5 jaar geleden door Jos Vaessen overtuigd om CEO te worden van Vasco. Door de grote veranderingen in de bouwsector en vooral in de wijze waarop klanten kiezen voor een verwarmings- en ventilatieleverancier, lagen er meteen enkele enorme uitdagingen op zijn bureau. “Intussen zitten we in een positieve flow. Door radicaal te kiezen voor innovatie heb ik alle vertrouwen in de verdere groei van Vasco”, zegt hij.

We legden Patrick Nijs op de rooster in De Molen, het gekende grillrestaurant in Genk. Voor botermals rundvlees en een warme ambiance kan je nergens beter zijn...

DE MOLEN

Welkom

Hapje: handgesneden steak tartaar
van Wit-Blauw Belgisch rund

Vooraf

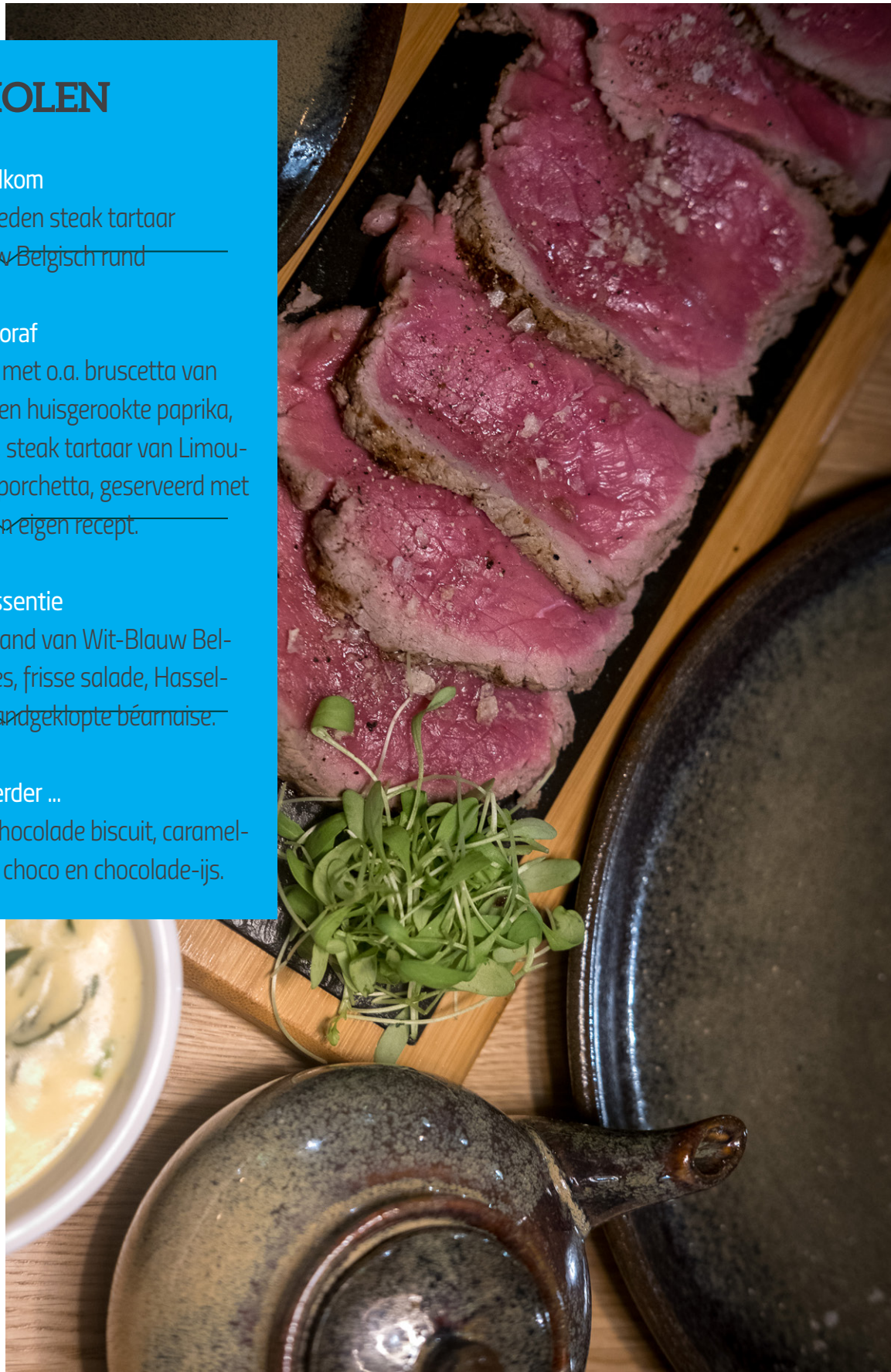
Tapasbord De Molen, met o.a. bruscetta van zongedroogde tomaat en huisgerookte paprika, bitterbal van pulled pork, steak tartaar van Limousin-rund, huisgemaakte porchetta, geserveerd met
BBQ-saus van eigen recept.

De Essentie

Botermalse chateaubriand van Wit-Blauw Belgisch rund, verse frietjes, frisse salade, Hasselback-aardappel en handgeklopte béarnaise.

En verder ...

Chocolademousse met chocolade biscuit, caramel-ganache, crumble van choco en chocolade-ijs.



WELKOM

"Ik ben afkomstig uit As", situeert Patrick Nijs (° 1963) zichzelf. "Na het college in Genk ben ik in Diepenbeek economie gaan studeren, met specialisatie in marketing. Nadien mocht ik in Luik een aanvullend jaar gaan volgen. Het was voor het eerst dat het LUC (nu UHasselt) zo'n uitwisseling organiseerde. We waren met drie Vlamingen en leerden het kotleven kennen. Veel bijgeleerd (lacht). Als één van de laatste der Mohikanen heb ik ook nog mijn legerdienst gedaan. Dertien maanden, vanuit Soest in Duitsland. Een geweldige ervaring!"

Als eerste job kwam de jonge Nijs terecht op de financiële afdeling van ALZ in Genk. "Tot de toenmalige baas, Roger Langenaken, me al na zes maanden naar de commerciële dienst in Brussel stuurde. Ook toen die afdeling naar Genk verhuisde, ben ik in de sales actief gebleven. Eerst internationaal, daarna bij de grote klanten in België en Luxemburg, zoals Van Hool en LAG. Ik heb bij ALZ vele kansen gekregen, en daar ben ik dankbaar voor. Maar toen een headhunter uit Nederland belde om voor de familiale metaalhandel MCB een Belgische directiefunctie op te nemen, heb ik toch de sprong gewaagd." Zes jaar later (Nijs was toen 39), verhuisde hij naar het hoofdkantoor in Nederland, waar hij uiteindelijk CEO en voorzitter van de raad van bestuur werd. "Met zo'n 1.300 mensen en een omzet die op het hoogtepunt bijna een miljard euro bedroeg, waren

we geen kleine jongens. Ik onthou van die periode vooral de zoektocht naar nieuwe leveranciers in landen als China, Rusland of Brazilië, waar op een heel andere manier zaken werd gedaan en andere ethische normen gehanteerd werden. Ik ontdekte het plezier van reizen en omgaan met andere culturen. Een boeiende periode, waar ik veel van geleerd heb. Ook op familiaal vlak, want door de verre verplaatsingen moesten vrouw en dochter het zonder mij zien te redden. Waar ik trouwens heel dankbaar voor ben, want als zij er niet achter stonden, had mijn carrière er heel anders uitgezien."



Welkom

Hapje: handgesneden steak tartaar van Wit-Blauw Belgisch rund

VOORAF

Op een dag ging in Nederland de telefoon. “Jos Vaessen aan de lijn. Of we eens konden praten over de job van CEO bij Vasco. Ik had er wel oren naar, maar op dat moment zaten we met een heel moeilijke implementatie van een ERP-systeem bij MCB en ik wou niet als een dief in de nacht vertrekken. Uiteindelijk heb ik toch de stap gezet om CEO van Vasco te worden, ondanks de zware crisis in de bouwsector op dat moment. Jos liep toen zelf veel rond bij Vasco en hij vroeg me of ik daar een probleem mee had. Dat was uiteraard niet zo, want ik was het gewoon om in een familiebedrijf mee te draaien en kon van hem veel leren over de eigenheid van de sector.”

“De eerste vaststelling was dat er heel veel ideeën leefden bij Vasco maar dat er keuzes dienden gemaakt te

worden om een strategie voor de lange termijn op te enten. Nochtans is dat voor mij de sleutel van zakelijk succes: durven keuzes maken, er een draagvlak voor creëren en dan de focus vasthouden. Samen met alle afdelingen, maar ook met externen, hebben we beslist om in te zetten op innovatie, klantentevredenheid en operationele uitmuntendheid. We hebben dan ook meteen onze R&D-afdeling uitgebreid met jonge, clevere mensen. Misschien vreemd voor de buitenwereld, maar die innovatie is het stokpaardje van Jos Vaessen en daar wil hij nauw bij betrokken zijn. En dat is prima, want ook in het verleden heeft hij op dat vlak goede keuzes gemaakt. Zo was Vasco er op tijd bij toen de vraag naar vloerverwarming en ventilatie sterk begon te stijgen en had hij eerder ook al grondige vernieuwingen in het gamma van radiatoren doorgevoerd.”



Vooraf

Tapasbord De Molen, met o.a. bruscetta van zongedroogde tomaat en huisgerookte paprika, bitterbal van pulled pork, steak tartaar van Limousin-rund, huisgemaakte porchetta, geserveerd met BBQ-saus van eigen recept.

DE ESSENTIE

Waar is Vasco nu mee bezig? "De implementatie van onze strategie draait op volle toeren", vertelt Patrick Nijs. "De neuzen staan allemaal in dezelfde richting in het streven om de meest innovatieve fabrikant te zijn. R&D maakt overuren en ook andere afdelingen, zoals Sales en Marketing, hebben een omschakeling gedaan. We werken nu op een andere manier, aangepast aan de huidige marktomstandigheden. Bouwen is bijvoorbeeld helemaal anders dan pakweg 10 jaar geleden. Steeds meer mensen stappen af van de klassieke vrijstaande nieuwbouw. Er wordt veel meer gerenoveerd, appartementen zijn in en bouwpromotoren leveren kant-en-klare projecten op. Dat betekent voor ons een verschuiving in de doelgroepen van beslisseren. We moeten ons dus anders organiseren om de zogenaamde 'voorschrijvers' te benaderen met goede argumenten. Bovendien informeren heel wat eindklanten zich via het internet over de diverse verwarmings- en ventilatiemogelijkheden. Ons marketingapparaat moet daar op inspelen. Dat zijn maar enkele van de grote veranderingen die momenteel worden doorgevoerd."

Op managementvlak heeft Patrick Nijs intussen zijn stempel kunnen drukken. "Ik heb de indruk dat ons huidig team zich comfortabel voelt bij een aantal principes die ik persoonlijk belangrijk vind. Zo hanteer ik een stijl van open, eerlijke communicatie. Mijn deur staat bijna altijd open voor overleg. Er is een heel beperkte hiërarchie. We zijn allemaal harde werkers die de nodige bescheidenheid aan de dag leggen. Egotrippers die naast hun schoe-

nen gaan lopen, passen niet bij Vasco. Misplaatste trots is geen goede eigenschap."

Het gaat dus prima, maar zoals overal, zijn er ook harde noten om te kraken. "Ik denk aan de periode dat we 30 mensen moesten laten gaan, waarvan een aantal met vele jaren dienst. Een heel moeilijk proces, dat pijn deed. Ook voor Jos was dat niet evident. Maar we hebben in overleg met de vakbonden heel objectieve criteria vastgelegd om de keuze van vertrekkers te maken en voor hen een goed sociaal plan uitgewerkt. Zo konden er bijvoorbeeld acht mensen met brugpensioen. Intussen hebben we ook veel nieuwe collega's kunnen aanwerven en de negatieve trend kunnen ombuigen."



De Essentie

Botermalse chateaubriand van Wit-Blauw Belgisch rund, verse frietjes, frisse salade, Hasselback-aardappel en handgeklopte béarnaise.

EN VERDER ...

"Ik heb er alle vertrouwen in dat we met deze strategie Vasco verder zullen zien groeien", aldus de CEO. "Het is duidelijk dat we in een positieve flow zitten en marktaandeel winnen. Wat niet wegneemt dat er nog grote uitdagingen zijn, zoals de specifieke benadering van de 'voorschrijvers', zoals architecten en bouwpromotoren, maar ook de evolutie in de digitale marketing. We hebben daar al belangrijke stappen in gezet en het hele team is 'mee' in het verhaal. Dat geeft veel genoegdoening. Ik zou deze job dus nog heel lang willen doen."

Misschien komt er stilaan meer tijd voor hobbies? "Het klopt dat ik het werk altijd heb laten primeren.

Toen ik bijvoorbeeld in Nederland werkte, waren de contacten met heel wat vrienden wat verwaterd. Vanuit het besef dat die emotionele verbondenheid toch belangrijk is, zijn de banden intussen weer aangehaald. Zo ben ik lid van Rotary Genk en ga ik wel eens naar KRC kijken. Voor het overige spendeer ik mijn vrije tijd met het gezin. Een weekendje naar zee, daar kan ik echt van genieten. Beetje wandelen, fietsen,... zalig. En lopen, dat heb ik altijd graag gedaan. Al wordt het tijd om de intensiteit opnieuw wat op te drijven..."

Tekst: Kurt MEERS
Foto's: Luc DAELEMANS



En verder ...

Chocolademousse met chocolade biscuit, caramelganache, crumble van choco en chocolade-ijs.



DENNIS VANGENEUGDEN (NURAMA)



Zijn jonge bedrijfje heeft al een aantal keren aan de rand van de afgrond gestaan, maar zaakvoerder Dennis Vangeneugden is geen opgever. Met de steun van collega's en investeerders wist hij Nurama, de nieuwe naam van Medianeut, intussen te lanceren tot een veelbelovende KMO met 11 werknemers. Weldra wordt een nieuwe kapitaalronde afgesloten en ligt de Europese doorbraak voor de hand. "Ik heb vooral geleerd dat anderen de dingen moeten doen waar ik zelf niet goed in ben", zegt hij.

Dennis Vangeneugden legde een openhartige getuigenis af tijdens de inspiratie-avond FaalFolies van Startups.be en Unizo Limburg. Daar vertellen ondernemers over de valkuilen die ze overwonnen hebben. Het doel is om andere ondernemers duidelijk te maken dat iedereen wel eens tegenslagen te verwerken krijgt en de weg naar het zakelijk succes bezaaid ligt met scherpe nagels. Niet opgeven is de boodschap.

"De eerste tegenslag moest ik incasseren toen er van een bedrijf nog geen sprake was", vertelt Dennis. "Mijn ouders vonden niet dat ik hogere studies moest gaan doen en er was dus helemaal geen geld om naar de universiteit te gaan. Gelukkig was ik koppig genoeg om mij toch in te schrijven, maar simpel was anders. Zelfs mijn schamele studiebeurs werd ingehouden. Ik moest het dus maar zien te rooien. Zo ging ik letterlijk bij de

bakker vragen of ik een oud brood mocht kopen aan een fractie van de prijs."

Nog tijdens zijn eerste jaar, richtte Dennis een bvba op. "Ik was al langer gepassioneerd door 'de commerce' en was gestart met dingen te kopen en te verkopen. Dat kon vanalles zijn. Ik huurde een magazijn, dat al snel te klein werd. De zaken gingen goed. Door uiteindelijk de hele inboedel van de hand te doen, kon ik financieel verder om mijn studies af te maken."

MAANDVERBAND

Als eerste job ging hij aan de slag bij een investeringsmaatschappij. "Er werden bij de start vele beloftes gedaan over de mogelijkheid om te participeren, maar toen puntje bij paaltje kwam, was er altijd wel een excuus om mij af te wimpelen. Daarop heb ik mijn boeltje bijeen gepakt en ben ik zelf begonnen met de uitwerking van een ondernemingsidee. Ik zou in handels- en horecazaken tv-schermen met reclame gaan ophangen. Digital Signage, zoals dat heet. De software hiervoor gingen we zelf schrijven, maar omdat ik dat zelf niet kan, kwam er meteen iemand in dienst. En ook in de verkoop had ik al een medewerker rondlopen, zonder dat het product klaar was. Het gevolg laat zich raden: zware kosten, maar nog geen inkomsten. En dus: bijna failliet. Gelukkig vond ik een investeerder, die zelfs meteen een voorschot wou geven, of anders wat het toen al over & out geweest met Medianeut, zoals het bedrijf heette."

Niet veel later, de toepassing was inmiddels klaar, kreeg Dennis Vangeneugden de vraag of de content op de schermen ook kon aangepast worden naargelang de bezoekers die op dat moment passeerden. "Een voorbeeld: stel dat je weet dat er veel vrouwen

tussen 25 en 40 in de supermarkt rondlopen, dan wil je geen reclame voor een gereedschapskoffer op de tv-schermen, maar misschien wel een promotie voor damesparfum of maandverband", zegt hij. "In een café waar voetbal te zien is, ga je Jupiler promoten en geen cava rosé... En dus gingen we zoeken naar diverse data om te weten welke klanten met welke voorkeuren de schermen passeren. Zo is Nurama ontstaan, de opvolger van Medianeut." De technologie werd systematisch verfijnd en uitgebreid tot een uniek concept voor one-to-one marketing.

FRANK BEKKERS

Het bedrijf heeft inmiddels enkele kapitaalrondes achter de rug, en staat stevig op eigen benen. "Dankzij investeerders die in ons geloofden, zoals Frank Bekkers", aldus Dennis. "Hij raadde me aan om het team te versterken met mensen die andere competenties hebben dan ik. Zo is Alexander Mazurek als vennoot ingestapt. Hij is mijn tegenpool en neemt alles op waar ik slecht in ben, zoals de organisatie. Dat werkt perfect. Het was dan ook een goede les: besef dat je niet alles zelf kunt, en zeker niet in alles de beste kunt zijn."

Dezer dagen wordt er een nieuwe kapitaalinjectie verwacht, waardoor Nurama verder kan doorbreken in de Benelux en de technologie ook in andere Europese landen kan gaan uitrollen. "En hoewel ik er zeker van ben dat er nog vele tegenslagen mijn pad zullen kruisen, hoop ik wel dat we inmiddels door de zuurste appels heen zijn", besluit Dennis Vangeneugden.

Tekst: Kurt MEERS
Foto's: MiL

HOE LIMBURG HET FAMEUZE WERKLOOSHEIDSOVERSCHOT DICHTFIETSTE

In juni van dit jaar is de werkloosheidsgraad (het aandeel van de werklozen in de beroepsbevolking) in Limburg voor het eerst onder de Vlaamse werkloosheidsgraad gezakt. En dat is een historische gebeurtenis. Sinds de sluiting van de mijnen lag de werkloosheidsgraad in Limburg een pak hoger dan in de rest van de Vlaanderen. Nadien kreeg de Limburgse economie opnieuw klappen door de sluiting van Philips in Hasselt en Ford in Genk. Dat voedde telkens weer het fameuze 'werkloosheidsoverschot'.

Maar nog geen drie jaar na de sluiting van Ford, is de historische achterstand weggewerkt. In juni noteerde Limburg een werkloosheidsgraad van 6,57 procent,

terwijl de Vlaamse werkloosheidsgraad die maand afklokte op 6,64 procent. Dat blijkt uit de detailtabellen van Arvastat. Sindsdien is de werkloosheidsgraad in zowel Vlaanderen als Limburg opnieuw toegenomen. Dat heeft te maken met de traditionele instroom van schoolverlaters in de werkloosheidsstatistieken. In augustus 2017 lagen Limburg (7,6 procent) en Vlaanderen (7,5 procent) nagenoeg op dezelfde hoogte op vlak van werkloosheidsgraad. Afwachten of Limburg erin slaagt om voor het eerst sinds 1989 – sinds dergelijke statistieken beschikbaar zijn – om een werkloosheidsbonus uit te bouwen vergeleken met de rest van Vlaanderen.

Tekst: Dominiek CLAES
Bron: Arvastat

Werkloosheidsgraad in Limburg en Vlaanderen (maand juni, in procent)





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®

HET ECHE VERHAAL ACHTER LANGERLO



“Tommelein heeft achterpoort gevonden om centrale te kelderen”

De energiecentrale van Langerlo is dood en begraven. In plaats van de gigantische biomassacentrale die er volgend jaar zou moeten draaien, wordt er druk gezocht naar kopers om de bruikbare restanten van het industrieel erfgoed aan te verpatsen. Nochtans zag het er bijzonder rooskleurig uit, want Langerlo zou, gesteund door een nooit geziene subsidiepot van 2,2 miljard euro, dé vaandeldrager moeten worden om voor ons land de internationale emissienormen te halen. Het draaide helemaal anders uit. Waarom?

Zoals altijd in deze rubriek gingen we luisteren bij diverse hoofdrolspelers in het dossier. Daaruit blijkt onder meer dat de politiek geen zuivere rol heeft gespeeld en de voormalige eigenaars E.ON en German Pellets boter op het hoofd hebben. Een listig spelletje waar vooral het personeel de dupe van geworden is, hoewel ook zij volgens insiders, niet helemaal vrijuit gaan.

We schetsen nog even de situatie: De energiecentrale van Langerlo, gelegen naast het Albertkanaal in Genk, werd gebouwd in 1975. De stroom werd opgewekt door de verbranding van steenkool, wat evident was gezien de nabijheid van de mijnen in Waterschei en Winterslag. Jarenlang was Langerlo een heel belangrijke bron van energievoorziening. Zo'n 700.000 gezinnen werden

ermee bevoorrad. Later (in 1999) werden er twee kleinere gasturbines bijgebouwd, zodat de centrale niet alleen van kolen afhankelijk was. Er waren echter grootste plannen met Langerlo. In het Energiedecreet (8 mei 2009) liet de Vlaamse regering opnemen dat twee centrales (Gent en Genk) zouden omgebouwd worden naar biomassa, met de bedoeling om zo de klimaatdoelstellingen te behalen. Dat mocht wat geld kosten. Aan degene die Langerlo zou ombouwen van steenkool naar biomassa, werd er tien jaar lang maximale groenestroomcertificaten beloofd. Goed voor een subsidie van jaarlijks meer dan 200 miljoen, in totaal bijna 2,2 miljard euro. Dit was ongeveer een derde van het jaarlijkse budget dat Vlaanderen hier aan zou spenderen. Een grote economische opportuniteit, zou iedereen denken, want de kosten voor zo'n ombouw werden geraamd op 'amper' 150 miljoen euro. Hoe dan ook, een return on investment om U tegen te zeggen...

LEUGENAAR

Toch liet het Duitse E.ON, op dat moment eigenaar van de nv Langerlo, in 2014 weten niet geïnteresseerd te zijn. De officiële reden was dat E.ON geen zware investeringen meer wou doen in Europa, maar eerder groeimarkten ging verkennen zoals Brazilië, Turkije en Rusland. Onze gesprekspartners beweren echter dat E.ON bang was voor de politieke spelletjes in ons land en bovendien "het gezeur van het personeel" helemaal beu was. "De 120 medewerkers voerden te pas en te onpas actie omdat ze bang waren dat een overname en de ombouw gevolgen zouden hebben voor hun riante lonen en tal van bijkomende voordelen", zo klinkt het. Zonder eerst een sociaal plan voor de medewerkers op papier te zetten (een bewijs dat ze niet wilden meegaan in de verzuchtingen), ging E.ON daadwerkelijk op zoek naar een koper. Moeilijk kon dat niet zijn, want wie wou er nu niet 150 miljoen investeren om 2,2 miljard terug te krijgen?

Toch duurde het even vooraleer er met German Pellets van de Duitse ondernemer Peter Leibold een overnemer werd gevonden. In augustus 2015 raakte bekend dat deze internationale fabrikant van houtpellets voor de ombouw van Langerlo zou gaan zorgen. "Maar Leibold heeft uiteindelijk iedereen een rad voor de ogen gedraaid", zeggen insiders. "Hij bleef bij hoog en laag beweren dat de investeerders waren gevonden en er op korte termijn zou gestart worden met de werkzaamheden. Zelfs toen zijn German Pellets in financieel zwaar weer terecht kwam, bleef hij de ondernemingsraad van Langerlo voorliegen dat de 150 miljoen spoedig op tafel zouden liggen en de deadline van augustus 2018 niet in gevaar zou komen." In de praktijk kwam Leibold geen enkele belofte na. "Hij heeft het bedrijf leeggezogen en is daarna met de noorderzon vertrokken", zo klinkt het in Genk. "Een pure oplichter. Hij heeft nooit de intentie gehad om Langerlo daadwerkelijk om te bouwen. Daarmee ging veel kostbare tijd verloren."

TURTELAKS

Toch meldde zich in mei 2016 de Estse groep Graanul Invest om de nv Langerlo over te nemen van German Pellets. Graanul, eigendom van ondernemer Raul Kirjanen, was rotsvast overtuigd om Langerlo nieuw leven in te blazen. Iedereen die met Kirjanen heeft gewerkt, geloofde in de oprechtheid van zijn intenties, ook al was de kost voor de ombouw intussen geraamd op 250 miljoen euro. De klok tikte intussen wel ongenadig voort en de publieke opinie was gekanteld. Toenmalig energieminister Annemie Turtelboom was genooddaakt om alle Vlamingen op te zadelen met een extra energieheffing, onder meer door de oversubsidiëring van grote zonnepanelenparken door de vorige legislaturen. De zogenaamde 'Turteltaks' was een makkelijk doelwit voor de oppositie om Turtelboom en haar Open VLD af te schieten. Een snelle berekening leerde dat de sluiting

van Langerlo, en daarmee het opschorten van de subsidies, de Turteltaks voor de gezinnen zou doen dalen van 100 euro naar 77euro per gezin. Dat stemde tot nadenken. Niet alleen op financieel vlak kwam er kritiek. De groene jongens waren erachter gekomen dat het verbranden van houtpellets toch niet zo milieuvriendelijk was dan wat ze zich bij biomassa hadden voorgesteld. En dus wilden zij ook dat Langerlo zou sterven. Open VLD greep in en zette Turtelboom op non-actief. Bart Tommelein moest de meubelen redden kreeg de opdracht om Langerlo te kelderen. "Dat ging echter niet zonder slag of stoot, want juridisch gezien was het contract waterdicht", aldus een jurist dichtbij de zaak. "De zogenaamde 'bandingfactor' om de hoogte van de subsidies te bepalen, was voor Langerlo vastgelegd op het maximum. Daar was geen speld tussen te krijgen."

FAILLIET

De enige uitweg voor Tommelein was de deadline. "Door het getalm van E.ON en vooral de leugens van Leibold, had Graanul Invest erg veel tijd verloren", wordt verteld. "Kirjanen kreeg de nv in handen in juni 2016 en moest 2 jaar later helemaal klaar zijn om recht te hebben op de subsidies. Omdat hij beseftte dat het moeilijk zou worden, wou hij gebruik maken van een bepaling in het contract, die een verlenging van de termijn kon toestaan. Er was voorzien dat het Vlaams Energieagentschap 3 keer een jaar extra mocht geven indien er onvoorziene omstandigheden op technisch vlak zouden opduiken. Die waren er wel degelijk, want heel wat toepassingen voor de ombouw moesten op maat gemaakt worden en zouden voor vertraging zorgen." Daarmee rook Tommelein zijn kans. Hoewel het Vlaams Energieagentschap bevolkt wordt door neutrale ambtenaren, is iedereen het erover eens dat de bevoegde voogdijminister daar zijn veto heeft neergelegd. "Graanul kon fluiten naar de verlenging en dat was een

serieuze streep door de rekening. De investeerders trokken zich terug door de onzekerheid over de timing en de bijhorende subsidies. Bovendien hadden ze al een jaar de zware lonen doorbetaald van 120 mensen die thuis met hun vingers zaten te draaien. Dat was onhoudbaar." Daarop legde nv Langerlo in april 2017 de boeken neer. Alle personeel stond op straat. De miljarden waren uitgespaard. Tommelein, de linkse partijen en de milieuverenigingen hadden hun goesting: het was over & out.

RECHTBANK

En nu? Er zijn nog een aantal kandidaten geweest die na het faillissement onderzocht hebben of de ombouw nog te realiseren valt voor medio 2018, al dan niet met mogelijke verlengingen. Ze dropen echter één voor één af. Rest nu niet veel anders dan de stukjes en beetjes te verkopen die nog waarde hebben. Zo kan er met de twee nog werkende gasturbines vast en zeker een mooi project opgezet worden. Bovendien heeft het terrein van 25 hectare, vlak aan het kanaal, een groot potentieel om nieuwe multimodale activiteiten op te starten. Het is nu hopen dat er zich ernstige kandidaten melden en de rechtbank het licht op groen zet om er alsnog iets van te maken. En hoe moet het met het personeel? Dat lijkt wel goed te komen. Een maand na het faillissement bleek volgens de Teverkstellingscel dat de helft al een nieuwe job had gevonden. Eind goed, al goed dus. Of toch ongeveer.

Tekst: Kurt MEERS
Foto's: Mil

LEON VAESSEN



“Ik hoef mezelf en mijn mensen niets te verwijten”

Ruim zes jaar geleden werd de algemene bouwonderneming Vaessen uit Dilsen-Stokkem failliet verklaard. Zestig jobs kwamen daardoor op de helling te staan. Leon Vaessen (77), toen niet enkel gedelegeerd bestuurder van het gerenommeerde bouwbedrijf, maar ook gewezen voorzitter van de Limburgse en Vlaamse Confederatie Bouw, blijft er nuchter onder. “Het kan nu eenmaal gebeuren. Het was een zeer pijnlijke ervaring. Mijn grote geluk is dat ik mezelf of mijn mensen niets hoef te verwijten”, blik hij terug.

Wat is er gekomen van ...

De bouw van de nieuwe Hasseltse gevangenis zou het kroonjuweel worden van bouwbedrijf Vaessen, die het gebouw realiseerde in tijdelijke vereniging met het toenmalige Heijmans. Maar het werd een administratieve en uiteindelijk financiële strop voor algemene bouwonderneming Vaessen. "Het is onwaarschijnlijk wat een puinhoop de bouwheer – de Regie der Gebouwen – van dit project heeft gemaakt. Alles wat kon mislopen, is misgelopen. Wraakroepend," zegt Leon Vaessen.

Een paar voorbeelden wil Leon wel kwijt. De elektriciteitsleidingen moesten in de betonwanden worden ingewerkt. Maar toen wij klaar waren om het beton te storten, was er nog altijd geen aannemer voor de elektriciteitswerken aangesteld. Hetzelfde met de kogelvrije beglazing. Het heeft zes maanden geduurd vooraleer er duidelijkheid kwam over de precieze soort beglazing. Om de bouw niet verder te vertragen, hebben we daarom voor tijdelijke beglazing moeten zorgen", somt Vaessen op.

VIJF MILJOEN EXTRA

Door de administratieve rampspoed bij de Regie zagen de aannemers de kost voor de bouw met 5 miljoen euro toenemen. "Geen onaardig bedrag op een totaal van 25 miljoen", aldus Vaessen. "Alle experten hebben ons gelijk gegeven, maar de Regie weigerde steeds te betalen." De zaak werd voor het gerecht aanhangig gemaakt, en de Regie werd in eerste aanleg veroordeeld tot volledige betaling. De Regie der Gebouwen ging nog in hoger beroep, maar ondertussen was de financiële ademnood voor bouwbedrijf Vaessen te groot geworden. De handelsrechtbank in Tongeren verklaarde het bedrijf in augustus 2011 failliet. De procedure in hoger beroep is nog hangende, en is nu een zaak voor de curator.

DOORSTART

Zes jaar later blikt Leon Vaessen nuchter terug. "Het is een pijnlijke ervaring, dat zeker. Het kan echter iedere ondernemer overkomen. Maar we zijn niet bij de pakken blijven zitten", zegt Leon Vaessen. "Mijn grote geluk is dat ik mezelf en mijn mensen niets hoeft te verwijten. Wij hebben hard gevochten en er alles voor gedaan. Ik ben nadien ook niet ondergedoken en heb mij niet achter een boom verstopt. Ik heb mij niet teruggetrokken uit het sociale leven. Ik heb ditzelfde verhaal ook verteld als iemand daar naar vroeg. Ik hoeft mij niet te schamen."

FIETSEN

Zelf is Leon Vaessen niet meer actief. "Ik ben nu meer thuis. Vroeger hadden we een tuinman, maar dat doe ik nu zelf. Ik ben nog lid van het Okra-zangkoor en regelmatig halen we de fiets van stal. Een elektrische wel te verstaan. Dat geeft je het gevoel dat je altijd met een flinke rugwind onderweg bent", lacht hij. "Nee, het zwarte gat ben ik nog niet tegengekomen. Ik weet heus nog wel wat te doen."

De toekomstdenker

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

Vandaag hebben we het over accountancy en fiscaliteit.

BART VANDELOO (FINEKO) OVER ACCOUNTANCY EN FISCALITEIT

Als trendwatchers voorbeelden noemen van beroepen die radicaal zullen veranderen door de impact van de digitale transformatie, staan boekhouders en accountants vaak bovenaan het lijstje. De sector staat dan ook voor enorme uitdagingen. Dat weet ook Bart Vandeloos, vennoot bij Fineko in Genk. "Hoe slim een computer ook wordt, de expert in ons beroep zal hij nooit kunnen vervangen", weet hij.

"We moeten vaststellen dat slimme software, digitalisering en cloudtoepassingen ervoor zorgen dat boekhoudpakketten steeds gebruiksvriendelijker en performanter worden", zegt Bart Vandeloos. "Intelligente rapporteringssoftware 'praat' met meerdere pakketten en leidt tot financiële rapporten met toegevoegde waarde voor de onderneming en de ondernemer. Een positieve evolutie."

Toch komt dit volgens hem niet in conflict met het takenpakket van een accountant of belastingconsulent. "Hoe intelligent de software ook is, of zal zijn, een professional vervangen is nog heel andere koek. De menselijke toegevoegde waarde van een accountant of belastingconsulent is immers cruciaal. Er zijn zoveel variabelen in een dossier, ook op menselijk vlak, dat een computer onmogelijk de perfecte individuele oplossing voor elke klant zal kunnen aanreiken."

REVOLUTIE

Gespecialiseerde dienstverlening op maat zal meer dan ooit aan de orde zijn. "Er wordt voorspeld dat 95% van alle boekhoudactiviteiten zal verdwijnen tegen 2025", aldus Bart Vandeloos. "Dat klopt volgens mij niet. Het is juist dat de manier waarop een boekhouding gevoerd wordt drastisch zal veranderen en veel efficiënter zal verlopen. De tijds winst die daardoor ontstaat zal de accountant nuttig kunnen besteden aan dienstverlening op maat van de ondernemer."



Bart Vandelloo ziet het eerder als een opportuniteit voor het beroep. "De zogenaamde vierde industriële revolutie is allerm minst een bedreiging, maar biedt daarentegen interessante mogelijkheden om ons vak nog beter te kunnen uitoefenen. De snelle vooruitgang in informatica laat toe om meer ondersteuning te geven, onder meer bij de ontwikkeling van de strategie van een onderneming. Financiële data zijn daarbij uitermate belangrijk en de accountant is bijzonder goed geplaatst om te analyseren, te interpreteren en een bevoorrechte partner te zijn in het financiële beleid."

SPECIALISERING

Die evolutie heeft uiteraard een belangrijke impact op het profiel van de medewerkers in boekhoud- en accountancykantoren. "Inderdaad", bevestigt Bart Vandelloo. "De toenemende complexiteit en voortdurende wijzigingen in ons vakgebied vereisen gespecialiseerde en goed opgeleide medewerkers, die bereid zijn om doorheen hun carrière, voortdurend bij te leren en opleidingen te volgen. Competenties en specialisaties die elkaar aanvullen. Zo hebben wij bij Fineko ondertussen een team uitgebouwd van zo'n zestig enthousiaste medewerkers, waaronder heel wat juristen en fiscalisten. Dat is nodig om het hele spectrum van onze dienstverlening in detail te beheersen."

SPARRINGPARTNER

"De rol van de nieuwe accountant en belastingconsulent, zeg maar de 2.0-versie, is die van belangrijke sparringpartner voor een ondernemer", vindt de vennoot van Fineko. "Daarbij mag de klant heel veel-eisend zijn, want hij moet er eerst en vooral op kunnen vertrouwen dat de uitgebreide boekhoudkundige en fiscale verplichtingen efficiënt, correct en tijdig worden vervuld. Een ondernemer verwacht een proactieve accountant en belastingconsulent met ervaring, kennis, visie en veel gezond verstand als onderdeel van een performante bedrijfsvoering. Hij moet er daarenboven op kunnen rekenen dat zijn privévermogen degelijk wordt beheerd. Zo is een specialisatie op het vlak van erfrecht en erfbelasting ondertussen een must voor een modern accountantskantoor. Het is door telkens een stapje verder te gaan in die soorten dienstverlening, dat wij de integrale begeleiding aankunnen, en dit op zowel financieel, fiscaal, juridisch en bedrijfseconomisch vlak. Lang niet alle kantoren in onze sector zullen aan deze strenge vereisten van hun klanten kunnen voldoen, wat een verdere consolidatie tot gevolg zal hebben. Alleen wie erin slaagt om een performant, loyaal en gemotiveerd team van medewerkers uit te bouwen en te behouden zal het vertrouwen van de ondernemer kunnen winnen. Het verzamelen van kennis, ervaring en inlevingsvermogen is en blijft de grootste uitdaging."

Tekst: Kurt MEERS
Foto: MiL



BEKIJK HIERONDER ENKELE VAN ONZE EINDEJAARSPAKKETTEN

Fijn om te geven, fijn om te krijgen.

JE KAN OOK ZELF JE EIGEN EINDEJAARSPAKKETTEN SAMENSTELLEN!

Alles is mogelijk naar ieders smaak en budget. Wij adviseren je graag in onze winkels in GENK en HASSELT.

SPAANS PAKKET

Een typisch Spaans cadeaupakket om een authentieke paella te bereiden. Met onder andere dé originele paellarijst uit Valencia.



PIZZA PAKKET

Maak zelf traditionele pizza, zoals de Italianen dit doen! Haal Italië naar je eigen keuken en geniet van het zelf maken van de lekkerste verse pizza.



ITALIAANS PAKKET

Met dit luxe Italiaanse cadeaupakket maak je een heerlijke verse pasta zoals de Italiaanse mamma's dat vroeger al deden.



HAPJES PAKKET

Maak kennis met onze favoriete hapjes. Dit pakket is de perfecte start van je feest.



Met allerlei leuke extra's, zoals recept- en toepassingskaarten!

PLAATS JE BESTELLING VIA ONS E-MAILADRES



SHOPPING 1 | GENK | HASSELT | KONING ALBERTSTRAAT 42
GENK@OILVINEGAR.BE | 089 75 56 02 | 011 32 41 70 | HASSELT@OILVINEGAR.BE

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

FREDERIC HUFKENS IN LONDEN



“Een goed paar ogen is belangrijkste in mijn job”

Wist je dat... de grote baas van AS Adventure een Hasselaar is? Frederic Hufkens (50) woont met zijn gezin in Londen en stuurt meer dan 4.000 mensen aan die in heel Europa werken voor de prestigieuze keten van outdoor-benodigdheden. “Ik reis ongeveer 4 dagen per week doorheen de wereld, maar het liefst passeer ik nog altijd bij mijn moeder in Hasselt”, bekent hij.

"Ik heb economische studies gedaan in Brussel aan de ULB, VUB en de Solvay Business School", blik Frederic Hufkens terug. "Daarna volgde een postgraduaat in financiële analyse en statistiek. Ik ben altijd graag met cijfers bezig geweest en uiteraard is het in de zakenwereld belangrijk om goed te kunnen rekenen. Na een jaar in de banksector, ben ik voor grote retailers en consumentenmerken gaan werken. De voornaamste kwaliteit die je daar moet hebben, is volgens mij goed kunnen zien. Hoe ziet een aantrekkelijke winkel eruit? Wat zijn de trends in de sector? Hoe maakt de concurrentie het verschil? Welke kleuren zullen de klanten aanspreken? Die observaties zijn nodig om de voeling met de markt te behouden. Het is een reden waarom ik nog steeds naar beurzen ga. Ik kan er telkens iets bijleren en de energie voelen die er in de sector leeft. Als CEO moet je blijven meegaan in de loopgraven om juiste beslissingen te kunnen nemen. Het voordeel van die beurzen is ook dat ik dan tussen onze mensen sta en efficiënt met hen van gedachten kan wisselen."

TENNIS

Frederic Hufkens is zo'n vier dagen per week onderweg, onder meer naar de buitenlandse kantoren, beurzen, regio's waar AS Adventure grootste plannen heeft, klanten, leveranciers, enzovoort. "In het weekend ga ik dan terug naar mijn gezin in Londen, al gebeurt het ook wel dat ik meer dan 10 dagen onderweg ben. Veel tijd voor hobby's is dus er niet. Soms ga ik wel eens lopen in de bossen of tennissen. Maar het gezin gaat voor. Naast mijn dochter van 20, die in Maastricht studeert, heb ik nog kleine kinderen van 6 jaar en eentje van 7 maanden. Dat maakt het redelijk druk en niet altijd evident om lang van huis te zijn." Waarom Londen? "Mijn vader was een echte anglofiel, waardoor ik als kind al vaak in Engeland vertoefde. Ik wist toen al dat ik er ooit zou willen wonen. Dat plan is gelukt, want ondertussen staat de teller op 25 jaar. Wie me lang

niet gezien heeft, zegt wel eens dat ik precies een Engelman ben geworden. Maar zo voel ik me helemaal niet."

KIP MET APPELMOES

Zijn roots verloochent Frederic Hufkens niet. "Ik ben er nog altijd heel fier op om Belg te zijn", zegt hij. "Ze zeggen me soms in het buitenland dat ik precies met een licht accent praat. Dan antwoord ik: 'ik hoop het'. Hasselt is nog altijd mijn tweede thuis. Ik bezoek mijn moeder zo vaak mogelijk en zij komt regelmatig naar Londen. Ik probeer in België zoveel mogelijk contact te houden met vrienden en te genieten van de culinaire toppers. Voor mij zijn dat een portie mosselen met friet en kip met appelmoes... Zalig." Of hij nog ooit terugkomt? "Niet direct, maar 'never say never'. We zien wel. Voorlopig ben ik nog altijd ongelooflijk graag bij AS Adventure. Ik ben er goed verankerd, ook voor een stukje als aandeelhouder. Het klopt dat er regelmatig headhunters bellen om over te stappen naar andere grote retailers. De sector ondergaat momenteel grote transformaties, en om het tij te kunnen keren, is nu eenmaal veel ervaring nodig. Maar 'it's not about the money'. We werken hier dagelijks met veel jonge, fijne en bekwame mensen. Dat is op zich ook heel veel waard."

Zijn werk bij AS Adventure is dus nog niet af. "We hebben onlangs een grote overname gedaan in Duitsland, goed voor 39 winkels en 52 miljoen euro omzet. We zijn ook pas gestart met de eerste winkels in Frankrijk. Dat zijn dus twee gigantisch grote markten die nog helemaal te ontginnen zijn. We spreken nu een potentieel aan van 280 miljoen klanten, allemaal in landen waar nog veel koopkracht is. Italië en Spanje staan nog op de radar. Willen we daar overal het maximale uithalen, is er nog veel werk voor de boeg. Uitdagingen zijn er nog meer dan voldoende..."

Tekst: Kurt MEERS
Foto: MiL

BETAALBARE MARKETING



Als er in crisisjaren ergens op bespaard wordt, dan is het wel marketing. Nu het economisch herstel zich doorzet, wordt er opnieuw voorzichtig geïnvesteerd. Er zijn evenwel nog geen massale budgetten voorhanden om ongelimiteerd de klanten te bestoken met allerlei promotiemateriaal. Toch zijn er vlak om de hoek een aantal oplossingen die, met een uitstekende prijs-kwaliteitverhouding, een maximale impact van de marketingacties kunnen veroorzaken.

Hellinx Printing, met vestigingen in Bilzen, Hasselt en Genk, is zo'n bedrijf dat er wonderwel in slaagt om de kosten bij hun klanten onder controle te houden. Nochtans geen evidentie. Hoe doen ze het? "Binnen onze sector is een zeer interessante prijzenslag aan de gang", bevestigt zaakvoerder Gert Hellinx. "Grote buitenlandse drukkerijen trachten hier voet aan de grond te krijgen. Zo verlaagden zij de prijzen op de markt erg drastisch, tot zelfs 40% onder de gangbare tarieven. Zij konden dat omdat ze op grote schaal hun drukwerk lieten uitvoeren door drukkerijen in Europese landen met een veel lagere loonkost. Daardoor kregen veel Belgische ondernemingen harde klappen."

POLEN

Maar Hellinx bleef overeind. "We waren verplicht om onszelf te heruitvinden, anders waren we ook een vogel voor de kat geweest", aldus Gert Hellinx. "Onze succesformule kopieerden we van de grote jongens zelf. We zijn al onze prijzen online gaan plaatsen en hebben voor een aantal producten de prijzen enorm verlaagd, tot soms zelfs de laagste van het land. Dat was alleen mogelijk door een no-nonsense aanpak. We hebben als kleine regionale drukkerij onze stoute schoenen aangetrokken en zijn zelf in het voormalige Oost-Duitsland en Polen naar partners gaan zoeken. We hebben hen geholpen met investeringen in moderne machines, en laten nu daar al het drukwerk doen waar we hier te duur voor zijn. Door het bundelen van vele opdrachten is de transportkost van ginds naar hier verwaarloosbaar." Het kleinere en meer gespecialiseerde drukwerk gebeurt uiteraard nog steeds in Limburg.

LAYOUT

Hellinx investeerde bovendien in extra service. "Wat je ziet is dat opdrachten die in het buitenland gedrukt worden, moeten geüpload worden op een website of per mail worden doorgestuurd. Wij koppelen daar de persoonlijke service aan om bijvoorbeeld de lay-out erbij te doen, de bestanden na te kijken op fouten en ze voor de klant drukklaar te maken. Dat geheel maakt een wereld van verschil."

DOORVERKOOP

Niet zonder gevolg. "Ondanks dat de prijzenslag in de sector voortgaat, weten wij ieder jaar een zeer mooie groei te realiseren. Een bewijs dat ons concept werkt. We worden nu zelfs opgemerkt door klanten vanuit heel Vlaanderen. Er is een gat in de markt voor de combinatie van lage prijzen, kwaliteit en service. Bovendien komen niet alleen de eenmanszaken nu naar Hellinx, maar ook grote multinationals en communicatiebureaus die instaan voor de doorverkoop van drukwerk. Als ik dat mag zeggen: we zijn goed bezig!"

Tekst: Kurt MEERS
Foto: MiL



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

DRONE AAN EEN KABEL IS EUROPESE PRIMEUR



Met Droneport in Brustem profileert Limburg zich als de hoofdplaats van de nieuwe industrie. Niet toevallig, want op een zakdoek van deze regio zijn er tal van jonge bedrijven die zich met hart en ziel op de ontwikkeling van drones hebben gestort. Met de Tythus, een drone aan een kabel die werd ontworpen én gemaakt door Dronematrix uit Hasselt, hebben we zelfs een Europese primeur van een product 'Made in Limburg'.

"We krijgen vaak de vraag wat nu de meerwaarde is van een drone die aan een kabel hangt", zegt Bart Engelen, projectmanager bij Dronematrix. "Het is nochtans eenvoudig. Waar een 'gewone' drone afhankelijk is van zijn krachtbron (meestal een batterij) is de vliegduur sterk

bepikt. Na maximaal een half uur moet de drone terug naar de basis. Maar door er een kabel met stroomvoorziening aan te hangen, kan de drone uren of dagen, hypothetisch zelfs voor onbepaalde tijd, in de lucht vertoeven."



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

STREAMEN

De ontwikkeling ging van start twee jaar geleden, toen Dronematrix de vraag kreeg van een Brussels bedrijf om een drone te realiseren die 360°-video's kon filmen, live beelden kon streamen en uren in de lucht kon blijven hangen. "Een hele uitdaging, die we tot een goed einde wisten te brengen", herinnert Engelen zich. "De kabel bleek dé oplossing. Gaandeweg ontdekten we dat er met deze toepassing nog heel veel andere mogelijkheden zijn. En zo ging de bal aan het rollen."

GELIJKVORMIG

Intussen is Dronematrix er als eerste in geslaagd om voor de Tythus, zoals het beestje heet, een Belgische homologatie te behalen. Die is tevens geldig in heel Europa. "Je kan dit het best vergelijken met het gelijkvormigheidsattest van een wagen", weet Bart Engelen. "Dit attest bewijst dat het drone-toestel veilig kan vliegen in klasse 1A,, wat staat voor dronevluchten van het hoogste risico."

PRECISIELANDING

De Tythus, die volledig gebouwd wordt in Diepenbeek, heeft nog wel meer bijzondere eigenschappen. Bart Engelen: "De grootste uitdaging was om het systeem volledig te automatiseren. Met 1 druk op de knop stijgt de drone op tot de gewenste hoogte en eenmaal daar, kan via een beveiligde beeldtransmissie, zowel foto- als videomateriaal verzameld en verstuurd worden. Dit zelfs vanop grotere afstand. De drone wordt bestuurd met eenvoudige knoppen of een joystick en de ingebouwde veiligheidsmecha-

nismen (6 in totaal) brengen het toestel steeds veilig naar de basis. Op zich al redelijk uniek allemaal, maar het wordt nog beter... (lacht). Wat je nergens anders zult vinden is de autonomie (door de kabel) én de precisielanding. Via redundante computertechnologie wordt het systeem gestuurd. Dus geen moeilijke handelingen of besturingszenders, maar een eenvoudige en zelfontwikkelde app is het hart van ons systeem. Via de ingebouwde en opgelegde veiligheidsmechanismen (waaronder stroomuitval, kabelbreuk, data-transmissiebreuk, brand, vandalisme) kan de drone steeds veilig landen, op de centimeter precies."

SECURITY

Al deze veiligheidsmechanismen zijn Dronematrix opgelegd door het DGLV (Dienst Directoraat Generaal van de Luchtvaart). "Zij verhoogden zelfs hun eigen veiligheidsnormen op basis van onze technologie", stelt Bart Engelen. "Hiermee is Dronematrix de eerste Europese speler die zo'n vernuftig en toch uiterst betrouwbaar systeem op de markt brengt. Van de Tythus worden nu een aantal varianten gebouwd voor de veiligheids- en facilitaire markt. De klemtoon ligt op intelligente toestellen die vooral voor security-toepassingen ingezet kunnen worden." Daarnaast heeft Dronematrix nog een aantal andere toestellen gemaakt, waaronder de Yacob, die niet aan kabel hangt en ook voor security-opdrachten kan ingezet worden.

Tekst: Kurt MEERS

Foto: MiL

KOERIERDIENSTEN

De opmars van de e-commerce heeft ook in de wereld van de koerierdiensten voor een aardverschuiving gezorgd. Als klant weet je nooit goed welk bedrijf de service van 'the last mile' zal verzorgen. En kwaliteitsverschillen zijn er vast en zeker. Ook voor het versturen van pakjes en andere orders naar klanten, is het de moeite om een vergelijking te maken tussen de diverse aanbieders. Zonder afbreuk te doen aan de inspanningen van de lokale spelers (ga daar zeker eerst eens kijken!), houden we hier enkele grote nationale en internationale dienstverleners tegen het licht. Voor u getest!



1. POSTNL

Postnl heeft een performante track & trace, die nog iets beter uitgebouwd is dan de concurrenten. Ze bezorgen ook op zaterdag en nemen retourzendingen mee terug. Afhalen kan in servicepunten. Is de ontvanger niet thuis, wordt het pakje de dag nadien opnieuw aangeboden. Nadelen zijn vooral het overvolle leveringsschema dat de zelfstandige bezorgers toegestopt krijgen. Daardoor weet je als klant wel de dag van levering, maar het uur kan variëren tussen 8 uur 's morgens en 21u 's avonds. Het is de sterkste groeier in de markt, vooral dankzij de populariteit van Bol.com.



2. GLS

Met het geel-blauwe logo is GLS prominent aanwezig in het straatbeeld. De sponsor van de Rode Duivels beschikt over een track & trace-systeem en stelt in heel het land zo'n 500 afhaalpunten ter beschikking van de klanten die zelf hun pakje willen ophalen. GLS is prijsgunstig. Nadeel is ook hier dat de timing van de levering kan variëren gedurende de werkdag. Zendingen worden voor ontvangst afgetekend op een handcomputer. Is er niemand thuis, kunnen pakjes bij burens of 'achter het muurtje' achtergelaten worden.



3. DPD

Is een dochterbedrijf van de Franse post en actief in heel Europa. Dat is een voordeel voor zendingen naar andere landen in Europa, waar DPD een uitgebreid netwerk heeft. In België rijden er zo'n 550 voertuigen van de koerierdienst rond. DPD heeft een iets beter imago dan het gemiddelde in de sector. Ze zijn redelijk stipt door de 4 eigen depots in ons land, verdeeld over Vlaanderen en Wallonië. Daar wordt het bedrijf goed ondersteund door een performant IT-platform.



4. UPS

Multinational UPS, de afkorting van United Parcel Service, is de grootste en oudste koerierdienst van de wereld. Over enkele maanden openen zij in Lummen een nieuw distributiecentrum, waar 100 jobs gecreëerd worden. Dit moet ook de snelheid voor leveringen in Limburg ten goede komen. UPS is net als Fedex specialist in internationale zendingen en dit naar zo'n 220 landen. In Europa heeft het bedrijf meer voet aan de grond dan Fedex. UPS heeft een betrouwbaar imago. Levertijden zijn wel langer dan bij lokale koerierdiensten.



5. FEDEX

Als je er, net zoals Pampers, Kodak, Bic of Xerox voor kunt zorgen dat je bedrijfsnaam synoniem is voor een productcategorie, heb je het ver geschopt. "Een pakje versturen" wordt in de VS "to Fedex" genoemd. In ons land wordt de service vooral gebruikt voor internationale zendingen. Het grote internationale netwerk is de sterkte van Fedex, dat over een grote vloot eigen vliegtuigen beschikt. Zendingen naar de VS kunnen bijvoorbeeld al de volgende dag aankomen. De laatste stap van de bezorging gebeurt vaak door onderaannemers wegens een gebrek aan grondvoertuigen. DHL en TNT Express zijn de Europese tegenhangers van FedEx en UPS, in die zin dat zij ook de hele logistieke keten, van transport, distributie en bezorging voor hun rekening nemen.



6. PARCIFY

Parcify is geen koerierdienst op zich, en daarom een vreemde eend in dit lijstje. Het Limburgse bedrijf biedt echter een oplossing die de service van alle koerierdiensten grondig kan verbeteren. De app laat toe dat koerier en ontvanger kunnen zien waar de andere partij zich exact bevindt, zodat het pakje in de handen van de ontvanger wordt afgeleverd, ook al is die net zijn hond gaan uitlaten of nog op het werk zijn e-mails aan het afwerken. Parcify wordt ook toegepast door privé-bezorgers die de pakjes in hun 'gewone' privewagen meenemen of 's avonds na de werkuren rondrijden om een centje te gaan bijverdienen. De Uber van de koerierdiensten, zeg maar.

Tekst: Kurt MEERS
Foto's: MiL





Elektrisch rijden

Elektrisch rijden is de toekomst van mobiliteit. Luminus helpt ondernemers om **de juiste laadoplossing** te kiezen.

Elk van onze oplossingen is geschikt voor alle types elektrische wagens en plug-in hybrides. Wij helpen u graag de juiste keuze maken!



Rij slim, rij elektrisch met Luminus.



Ontdek alle info op www.luminus.be

VOOR EEN GOODIE BAG?

Vrouwen zijn er niet om begrepen te worden, wel om bemind te worden. Oscar Wilde verzekerde zichzelf met die uitspraak van eeuwige roem. En seks, mogen we hopen. Die quote onderschrijven geeft misschien enig krediet om niet meteen met pek en veren overladen te worden. Want toegegeven: we begeven ons op glad ijs en lopen het risico voor seksist, vrouwenhater, anti-feminist en meer van dat fraais versleten te worden...

Want vrouwen begrijpen is inderdaad niet evident. Ook zakelijk niet. Zo ontgaat het ons volledig waarom zoveel vrouwen louter op elkaar terugvallen om zakelijk succes na te streven. Aan de ene kant schreeuwen ze moord en brand omwille van zogenaamde professionele ongelijkheid (in lonen, in jobkansen, in work-life balance,...), maar aan de andere kant zijn ze zelf de enigen die de segregatie tussen geslachten organiseren, in stand houden en zelfs verheerlijken.

Of niet? Ze richten eigen netwerkclubjes op, gaan samen koken, geven eigen magazines uit, organiseren bijeenkomsten met een vrouwelijke spreker, zetten home-bizz-parties op, gaan samen netwerken in de bioscoop, enzovoort... Dit alles uiteraard "Exclusief". Zolang er geen mannen bij komen kijken is succes verzekerd. Eigen Geslacht Eerst!

Ziet u het mannen al doen? Elkaar opwachten aan de ingang van een receptie om samen naar binnen te gaan? Inschrijven voor een activiteit omdat er een goodie bag en een glas cava te krijgen zijn? Don't think so.

Liefste dames: we zijn 2017, niet 1817. We leven niet in in Saudi-Arabië of Aleppo. Misschien is het tijd om de slachtofferrol van 'minder kansen' en 'niet aanvaard te worden in de typische mannenwereld' los te laten. De zakenwereld kijkt niet naar segregatie op basis van geloof, afkomst, geaardheid en zeker niet van geslacht. Alle talent wordt als volwaardig aanzien en hier en daar mogen we zelfs spreken van positieve discriminatie van vrouwen. Het juk mag dus worden afgegooid. Kansen grijpen gaat over keuzes maken. Een wijs man zei ooit tegen allochtonen die zich achtergesteld voelden: "Afkkomst is geen keuze, toekomst is dat wel." Voor geslacht geldt hetzelfde. Vooruit met de geit:

de mannen verwelkomen u hartelijk in de zakelijke kring en bemind worden zal u zeker!

Kurt Meers



facebook



LinkedIn

VOLGENDE VERSCHIJNING:
28 OKTOBER 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.