

made  
in

MAGAZINE

Limburg

Dirk Hendrickx

**“ZELFS MET  
30 JAAR ERVARING  
IS VERGISSEN  
MOGELIJK”**

**DANNY VANDERHOVEN  
STAAT (NOGMAALS) OP**

**DE IDEALE TEAMBUILDING  
VOOR UW KERSTFEEST**

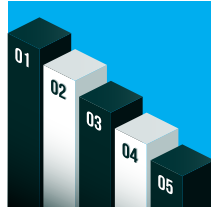


# inhoud

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

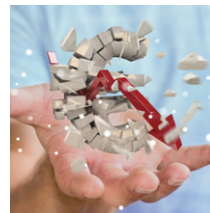


## CEO Binnenstebuiten DIRK HENDRICKX

p. 10

## Met vallen en opstaan DANNY VANDERHOVEN

p. 14

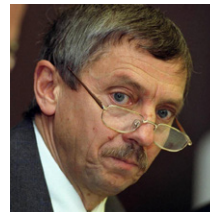


## Infografiek FAILLISSEMENTEN PER SECTOR

p. 16

## Spraakmakend BUITENGEZET IN JE EIGEN BEDRIJF

p. 18



## Hoe zou het zijn met ... RIK JAEKEN

p. 23

## De toekomstdenker GUIDO VOSSSEN: DE KLEDINGSECTOR

p. 25



## Limburgse expat ROEL BECKERS IN AUSTRALIE

p. 28

## U ligt wakker van ... UW MARKETING

p. 30



## Made in Limburg SOFTWARE UIT ZUTENDAAL

p. 32

## Voor u vergeleken ... TOFFE TEAMBUILDINGS

p. 34



## ONS GEDACHT

p. 38





5,6 – 8,8 L/100 KM • 147 – 200 G CO<sub>2</sub>/KM Milieu-informatie KB 19/3/2004: [www.mercedes-benz.be](http://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](http://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

## Ondernemer houdt uitverkoop wegens ziekte

De gekende Limburgse kunstenares en ondernemer Sonnie Melerowitz verkoopt haar hele collectie kunstwerken. Omdat ze momenteel de strijd met een zware ziekte aangaat, kan ze niet werken, wat voor een zelfstandige uiteraard grote gevolgen heeft.

Om deze moeilijke periode door te komen, biedt ze haar collectie kunstwerken te koop aan. Het zijn abstracte werken in warme, volle kleuren of aardetinten, en beelden in keramiek en brons. De collectie staat online op de website [www.art-outlet.be/](http://www.art-outlet.be/) en is te zien in Officenter Hasselt op 7 december vanaf 17 uur.

Een ander goed doel dat we graag nog even onder de aandacht brengen, is het pop-uprestaurant van Een Hart voor Limburg. Wie op 23 of 24 november een tafel wil reserveren, steunt hiermee de projecten die het streekfonds opzet voor kansarme kinderen in Limburg. Inschrijven kan alleen deze week nog via [www.eenhartvoorlimburg.be/keisolidair](http://www.eenhartvoorlimburg.be/keisolidair).

Beide projecten zijn warm aanbevolen!





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

### **Paesen overgenomen door kleinere sectorgenoot**

Wat al even in de sector geweten was, heeft bouwmaterialengroep Paesen uit Peer nu officieel gemaakt: het bedrijf wordt overgenomen. Koper is Van Pelt uit Zoersel, die door de overname de grootste groothandelaar in bouwmaterialen in ons land wordt.

Paesen stond al een tijdje te koop. Aan geïnteresseerden geen gebrek. Dat er een overnemer was gevonden, was geen geheim, maar de details werden tot dusver niet officieel meegedeeld. Nu komen Paesen en koper Van Pelt wel naar buiten met de bevestiging. Beide toeleveranciers aan de bouwsector smelten samen. Zo ontstaat een groep met een omzet van zo'n 145 miljoen euro (waarvan 85 bij Paesen) en 340 werknemers.

Van Pelt wordt zo de grootste toeleverancier van bouwmaterialen aan aannemers. De familiale onderneming met hoofdkantoor in Zoersel heeft nog een aantal andere activiteiten, zoals grond- en afbraakwerken, containerservices en tegelwerken. Er zijn ook 2 betonfabrieken, die door de toevoeging van Paesen in Houthalen-Helchteren, de capaciteit in de groep zien verdubbelen.

De familie Paesen blijft operationeel actief in de fusie-onderneming.



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

### Limburg boven bij uitreiking Gault&Millau

Jo Grootaers van restaurant Altermezzo in Tongeren is door Gault&Millau uitgeroepen tot beste jonge chef van Vlaanderen. Dat meldt onze verslaggever ter plaatse. Nog meer goed nieuws: De Stadt van Lujck, het nieuwe restaurant van Michel Neven en chef Pajtim Bajrami, heeft de prijs als 'ontdekking van het jaar' gewonnen. Zij krijgen als nieuwkomer in de gids meteen 15,5 punten op 20. Dezelfde score krijgt 'nieuwkomer' Luc Bellings (met De Vork van Luc Bellings). Andere nieuwkomers in onze provincie zijn De Cantarel en Hof De Draeck (beiden in Voeren), Rosch en Bistro Artchoc (Hasselt), Coco Pazzo (Sint-Truiden), Laurus (Heusden-Zolder), Da Gianni (Ham), De Poorteriej (Dilsen-Stokkem), het gloednieuwe Partaasch (Thor Central in Genk), Bellavia en L'Anima (Neerpelt), Osteria Cellini (Maasmechelen) en maar liefst 5 nieuwkomers in Maaseik: De Loteling, Bienvenue, Ratatouille, Alden-eikerhof en 't Pure Genot.

Het beste Limburgse restaurant is volgens Gault&Millau nog steeds Slagmolen in Opglabbeek met een score van 18 op 20. La Source in Lanaken en het Tongerse Magis vervolledigen de Limburgse top drie met een score van 17.

Daarna komen:

#### 16,5/20

- De Kristalijn (Genk)

#### 16/20

- JER (Hasselt)
- De Mijlpaal (Tongeren)
- Innesto (Houthalen-Helchteren)
- Vivendum (Dilsen-Stokkem)
- Cuchara (Lommel)

#### 15,5/20

- De Stadt van Lujck (Sint-Truiden)
- Altermezzo (Tongeren)
- De Vork van Luc Bellings (Hasselt)

#### 15/20

- De Fakkels (Sint-Truiden)
- La Botte (Genk)
- De Kwizien (Hasselt)
- La Feuille d'Or (Dilsen-Stokkem)
- Figaro (Hasselt)



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

### 14/20

- Hof De Draeck (Voeren)
- Ogst (Hasselt)
- Hostellerie Mardaga (As)
- Vous-lé-Vous (Hasselt)
- Aen de Kerck van Melveren (Sint-Truiden)
- Bistro Bis by Magis (Tongeren)
- Zoethout (Wellen)
- Koeckhofs (Hamont-Achel)
- Food Emotions (Hamont-Achel)
- Arlecchino (Hasselt)
- 't Kleine Genoegen (Hasselt)
- Le Cinqième (Zutendaal)
- Eetboetiek Jurgen (Hasselt)
- Rosch (Hasselt)
- 6Zinnen (Hasselt)
- Ratatouille (Maaseik)

### 13/20

- Lucie en Jimmy (Tongeren)
- 't Pure Genot (Maaseik)
- Aldeneikerhof (Maaseik)
- Au Nom de Dieu (Dilsen-Stokkem)
- De Poortერი (Dilsen-Stokkem)
- Mondevino (Borgloon)
- Laurus (Heusden-Zolder)
- Coco Pazzo (Sint-Truiden)
- Osteria Cellini (Maasmechelen)
- Le 54 (Tongeren)
- Kookpunt (Hasselt)
- Sjalotte (Tongeren)
- De Weijers Hoven (Hoeselt)
- Op Den Blanckaert (Bilzen)
- 't Vlierhof (Bilzen)
- La Piazza (Lanaken)
- De Marmiet (Bocholt)
- Gusto (Genk)
- De Molen (Genk)
- The Thrill (Genk)
- Partaasch (Genk)
- La Cocotte (Lommel)
- Fleurie (Peer)
- L'Uno con Altro (Peer)
- 't Fornuisje (Peer)
- La Strada (Maasmechelen)
- Osteria Moretti (Hasselt)
- Bistro Nano (Hasselt)
- Taratata (Hasselt)
- 't Vuchterhoes (Maasmechelen)
- Spoon (Maasmechelen)
- Bistro De Pepermolen (Neerpelt)
- Bellavia (Neerpelt)

### 12/20

- De Loteling (Maaseik)
- Bienvenue (Maaseik)
- De Cantarel (Voeren)
- L' Angelo Rosso (Sint-Truiden)
- Casbar (Sint-Truiden)
- La Fontanella (Hasselt)
- L' Aperi Vino (Hasselt)
- Het Burgemeesterhuis (Lommel)
- De Verleiding (Bilzen)
- Floc (Lanaken)
- Tiffany's (Maaseik)
- La Posta (Genk)
- O Geros (Genk)
- In de Zwaan (Hasselt)
- Crudo (Hasselt)
- Kaaiman (Hasselt)
- Bar Tre (Hasselt)
- Da Gianni (Ham)
- Da Lidia (Maasmechelen)
- L'Anima (Neerpelt)



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

### **Yin Oei: een vrouw aan het hoofd van Cegeka**

ICT-huis Cegeka heeft Yin Oei aangesteld als Country Director in België. Ze komt uit het eigen huis en wordt door het management gezien als de geknipte kandidate om de nieuwe strategische aanpak van het bedrijf uit te rollen in ons land.

Yin vervoegde Cegeka in 2012 als Customer Engagement Manager. In 2016 werd ze verantwoordelijk voor Business Development in België, waarbij haar focus lag op het verkennen van nieuwe markten, partners en technologieën.

"Als Country Director wacht haar de taak om Cegeka België verder te wapenen voor de toekomst en het bedrijf meer dan ooit op de kaart te zetten in ons land," aldus CEO André Knaepen. "De technologiesector is niet langer een vak van enen en nullen. Emotionele intelligentie en bedrijfskennis spelen een steeds grotere rol. Onze medewerkers evolueren daarom van technologiespecialisten naar business consultants. Met haar capaciteit om de mensen rond haar te inspireren en motiveren, geloven we dat Yin de ideale kandidate is om die transitie te begeleiden. Door haar jarenlange interne ervaring binnen Cegeka kent ze het huis en ons metier als geen ander en kan ze een duidelijke verbindende rol spelen over de verschillende business units heen. Met Yin leggen we de basis voor de volgende 25 jaar"

Yin Oei weet waar ze aan begint: "De opdracht die ik meekrijg is heel duidelijk. Bedrijven die door een digitale transformatie gaan, wil Cegeka van dichtbij begeleiden als een pragmatische, maar innovatieve partner." Ze looft daarbij de waarden die haar werkgever uitdraagt: "De innovatieve spirit, de passie voor ondernemerschap, hoe het bedrijf zijn medewerkers ondersteunt in hun verdere ontwikkeling en uitdaagt om uit hun comfortzone te komen... Veel bedrijven streven die waarden na, maar bij Cegeka heb ik ze altijd gevoeld. De uitdaging om Cegeka België mee verder uit te bouwen, ligt helemaal in lijn met mijn gedrevenheid en competitieve karakter."



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

### **Antwerpse groep koopt BMW-concessie Peter Beckers**

Centrauto Group, een Antwerpse verdeler van BMW en Mini, heeft de twee vestigingen van Peter Beckers overgenomen. "Het gunstige investeringsklimaat in de provincie Limburg heeft de strategische beslissing tot deze overname versterkt", stelt Centrauto.

Centrauto Group heeft BMW-concessies in Wijnegem en Malle. Daar komen nu de vestigingen van Peter Beckers in Genk en Dilsen-Stokkem bij. "We zien deze overname niet louter als een geografische uitbreiding", aldus de directie van Centrauto. "Een schaalvergroting is vanzelfsprekend een doelstelling, maar nog belangrijker is dat we onze de service- en mobiliteitsfilosofie kunnen implementeren in de overgenomen Limburgse vestigingen."

"De concessies Peter Beckers zijn vandaag al succesvol, maar we hebben er alle vertrouwen in dat we door de synergieën en de 'best practices' van al de verschillende vestigingen nog een hoger niveau kunnen behalen. Uiteindelijk streven we ernaar om als Centrauto Group dé referentie te worden."

Daarnaast wil de groep meer werkgelegenheid creëren op alle locaties, de werkzekerheid garanderen én ook meer doorgroeimogelijkheden kunnen aanbieden aan de medewerkers. "Met een team van meer dan 250 werknemers is onze groep aan het uitgroeien tot de grootste mobiliteitspartner van BMW in België", aldus Centrauto. "En de ambities eindigen hier niet, want we zoeken verdere uitbreidingsmogelijkheden."

# DIRK HENDRICKX



“Heb me vergist,  
voor het eerst in 30 jaar”

**H**et is precies 30 jaar geleden dat Dirk Hendrickx van start ging met café De Kroon in Hasselt. Geen evidentie voor een werkloze kleuterleider zonder startkapitaal... Intussen heeft hij al heel wat watertjes, biertjes en wijntjes doorzwommen. Zijn restaurants Buon'Eatalia, L' Aperi Vino en De Goei Goesting draaien op volle toeren. Dat laatste pas sinds kort, want zelfs met 30 jaar ervaring op de teller kan je je nog altijd vergissen, weet Dirk Hendrickx.



"Ik was destijds de eerste mannelijke kleuterleider in Limburg", begint Dirk Hendrickx verrassend zijn verhaal. "Andere mensen gelukkig maken is altijd de rode draad geweest in wat ik doe. Zo heb ik mijn burgerdienst gedaan bij Sint-Gerardus in Diepenbeek. Jammer genoeg kon ik daar niet blijven. Veel werk was er niet in die tijd, en daarom ging ik op het aanbod in om te gaan helpen in de tennisclub van de Yachting in Hasselt. Een hele fijne tijd. Ik was er barman en dj, zorgde voor ambiance... De klanten en ikzelf amuseerden zich kostelijk. Toen in 1987 café De Kroon na een faillissement leeg kwam te staan, drongen de klanten aan om daar mijn eigen zaak te beginnen. Na veel wikken en wegen zette ik de stap. Maar dat werd al snel een ramp..."

## 20 TONNEN

Hendrickx stond er helemaal alleen voor en het cliënteel bleef achterwege. "Ik deed 's morgens open om 10 uur en mocht steevast Jules Demolder en architect Cloesen verwelkomen rond 11 uur. Die dronken een pintje en een sherry en dan was het wachten op meer volk... Het café was open tot 3 of 4 uur 's nachts, maar er kwam amper een kat. Na een jaar was ik zo moe dat ik echt de handdoek in de ring wou gooien." Maar dan keerde het tij. "Ik probeerde wat leven in de brouwerij te brengen, met live optredens van Fonny Peeters en een maandelijkse jazz-club. En ineens, uit het niets, was de zaak vertrokken. Het volk kwam plots van overal naar De Kroon: de gewone Hasselaar, studenten, advocaten, winkelpersoneel met middagpauze,... Het zat van 's morgens tot 's avonds stampvol. We tapten op een week ongeveer 20 tonnen. Niet normaal. Na 7 jaar werd De Kroon me te druk. Ik had nauwelijks nog controle, het was constant pompen of verzuipen. En plots diende zich een nieuwe opportuniteit aan in de vorm van een brasserie. Veel rustiger dus. Ik verkocht De Kroon aan een mooie prijs en stortte me in een nieuw avontuur."

## ZELF IN DE KEUKEN

Die brasserie was De Groene Hendrickx, een naam die Dirk zelf had bedacht. "Armand Schreurs had een pop die hij zo noemde, en er was uiteraard een directe link met mijn naam. Alleen was mijn vader niet zo blij, omdat groen staat voor gierig en afgunstig. Dat vormde echter geen probleem: de klanten wisten het concept meteen te appreciëren." Net zoals De Kroon hield Hendrickx deze zaak 7 jaar open. "Ik kon de brasserie op een hoogtepunt verkopen en evolueerde zelf naar De Goei Goesting, toen een klein restaurantje in de Dokter Willemsstraat. Opnieuw een instant succes. Direct boemvol vanaf de eerste service. Ik kende er wel wat problemen om goeie koks te vinden en lang te kunnen houden. Met als gevolg dat ik een jaar lang zelf de keuken heb gedaan. Ik had een bescheiden niveau en beperkte me tot eenvoudige gerechten met een zuiderse toets. Dat lukte eigenlijk prima. De klanten vonden het geweldig." En opnieuw passeerde er toen een trein waar Dirk moest opspringen. "Het huidige pand van De Goei Goesting op de Zuivelmarkt kwam vrij. Ik kon uitbreiden en had een ander concept in gedachten. In Parijs had ik een formule gezien van een betere brasserie met kleine degustatiegerechten. Dat leek me wel iets. Ik besliste om ervoor te gaan, ook al had ik mijn vader verloren die tot

dan mijn rechterhand was en 7 op 7 mij met raad en daad had bijgestaan. Een businessplan was er niet. Alle beslissingen werden ingegeven door buikgevoel. Vandaag kan dat uiteraard niet meer. Een horeca-ondernemer moet nu alles becijferen en van dichtbij opvolgen, anders gaat het meteen mis. De ligging, het concept, het personeel, de kwaliteit,... alles moet perfect zijn. Er zijn te veel regeltjes en wetgeving bijgekomen. Personeel is nog steeds veel te duur om rendabel te zijn. We zijn verplicht om in te krimpen qua openingsuren en aanbod. Ontbijten kan je bijvoorbeeld alleen nog in het weekend. Heel jammer is dat."

## TOEGEHAPT

Terwijl De Goei Goesting floreerde, zat Hendrickx niet stil. Hij broedde op nieuwe, universele concepten, zoals een informele wijnbar met kleine gerechtjes. "Iets wat altijd open is en waar alles kan, maar niets moet", legt hij uit. "Dat is L' Aperi Vino geworden, in het aangrenzende pand. Ik wou het nergens anders doen omdat ik de controle zou kwijtgeraken. Voordien had ik al met een vennoot het Carbon-restaurant in Genk opgestart, maar dat gependel was niks voor mij." L' Aperi Vino sloeg in als een bom, maar nog was de honger van de horecabaas niet gestild. "Het pand daarnaast, waar vroeger de Blue Olive was, stond al een hele tijd leeg. Ik heb vaak overwogen om er iets te beginnen, maar eigenlijk was ik toen verzadigd. Toen de eigenaar echter met een andere kandidaat kwam aandraven, wou ik de concurrentie voorblijven en heb ik toch toegehapt. Buon'Eatalia is nu 1,5 jaar open en ook daar mogen we van een succes spreken. Samen met mijn partner Fabienne heb ik daar alles zelf ingericht en dat vond ik heel fijn om te doen."

## VERGISSING

So far, so good. Een perfect parcours zou je denken. Toch ging het recent nog een keer grondig fout. "In De Goei Goesting was ik ineens mijn chef kwijtgespeeld en nog 2 andere trouwe medewerkers. Bovendien wou de eigenaar van het gedeelte waar de keuken was gevestigd, op die plaats appartementen gaan zetten. Ik was dat circus beu en besliste om met het eten te stoppen. Een soort cocktailbar, met hapjes uit de keuken van L' Aperi Vino, dat moest de opvolger van De Goei Goesting worden. Maar Unico, zoals het heette, draaide van geen kanten. In de zomer wel nog een beetje, maar Hasselt was duidelijk niet klaar voor deze formule. Ik had me vergist, voor het eerst in 30 jaar. Kan gebeuren... Intussen vertelden veel klanten over hun fijne herinneringen aan De Goei Goesting en hoe spijtig ze de sluiting vonden. We hebben dan even radicaal als we ermee gestopt zijn, beslist om De Goei Goesting te heropenen. Met een vernieuwd interieur, terug naar het oude concept. Daar hebben we meteen enorm veel appreciatie voor gekregen. De eerste vrijdag en zaterdag moesten we al volk weigeren..."

## INRICHTING

En de toekomst? "Ik ben nu 56, dus heb ik nog wel wat mooie jaren voor de boeg", aldus Dirk Hendrickx. "Wat ik nu wil doen, is zorgen dat de 3 zaken op wieltjes lopen en dat ik dan het hoofd kan





# CEO Binnenstebuiten

vrijmaken om creatief bezig te zijn. De constante druk is niet te onderschatten. Je wordt in de horeca tegenwoordig opgeslorpt door wetten en regeltjes, zodat er geen tijd is om nieuwe dingen uit te denken. Zo zou ik graag advies willen geven over de inrichting van andere horecazaken. Gewoon op basis van ervaring, mensen helpen om een mooie zaak te creëren. Dat zou me wel liggen. En voor de rest wil ik vooral een goede gastheer zijn. Ik wil elke dag tussen mijn klanten staan en met hen een natuurlijke band opbouwen. Dat is mijn leven. Naar trouwfeesten, het voetbal of verre bestemmingen gaan interesseert mij niet. Ik wil in mijn zaken zijn. Ik eet hier en drink hier mijn pintje en wijntje met vrienden. Ik wil niks missen van de ambiance, maar ook niet van het reilen en zeilen achter de schermen. Ik zit er kort op, dat gaat gewoon niet anders. Financieel en qua personeel moet alles kloppen, anders ontspoord het direct. En eens dat goed onder controle is, zullen we wel zien. Er zijn nu 3 zaken die goed scoren, mijn vrouw en zoon van 25 werken actief mee. Gaan we nog kopen of verkopen? We zullen zien. Niks moet en alles kan. Bang voor de toekomst zijn we zeker niet."

Tekst: Kurt MEERS  
Foto's: Luc DAELEMANS



## DANNY VANDERHOVEN



### “Niet veel gescheeld of koksjas hing aan de haak”

**D**e Griffie: zo heet het zopas geopende huiskamerrestaurant van topchef Danny Vanderhoven. Met de start van zijn nieuwe culinaire concept in Hasselt, veegt hij meteen de spons over het verleden, dat tot dusver gepaard ging met hoogtes en laagtes. “Ik sta nu in een open keuken, vlakbij de gasten. Ik kook waar ik zin in heb en verzorg samen met mijn vrouw ook de bediening. Zonder personeel, lekker ons eigen ding doen. Dat geeft ons opnieuw energie.”

“De schoolbanken waren niet echt aan mij besteed”, blikt de patron-cuisinier even terug. “Ik heb een diploma van boekhouder, vooral omdat mijn ouders dat belangrijk vonden. Het beroep heb ik echter nooit uitgeoefend. Samen met mijn broer runde ik een metaalbedrijf en daarna ben ik als kok aan de slag gegaan. Ik leerde het vak bij La Butte aux Bois, Vivendum en Luc Bellings, om na 2 jaar terug te keren als chef van La Butte aux Bois. En zoals dat wel vaker gebeurt, opende ik daarna mijn eigen zaak in Rekem (Lanaken). Ik investeerde er veel geld, maar er was één probleem: er kwam geen volk... Wat we ook probeerden, de zaak bleef leeg. Ook het prachtige terras dat we hadden aangelegd bracht in de zomer niets extra. Ik begon aan mezelf te twijfelen. Na een jaar wou ik gewoon stoppen. Het scheelde niet veel of ik had de koksjas definitief aan de



haak gehangen. Maar de eigenaar van het pand moedigde me aan om nog even door te gaan. En toen ineens, ik had het zelf nooit verwacht, kwam het bericht dat we een Michelinster hadden behaald. Een schitterende bekroning, die wel even een boost aan de zaak heeft gegeven. De naambekendheid was leuk, maar toch mag je de impact daarvan niet overschatten. Het gat dat voordien was gemaakt, kregen we niet dichtgefietst. Ik probeerde al het mogelijke. Ik verkocht zelfs mijn auto om mijn wijnkelder aan te vullen. Maar het mocht niet baten. Na een bezoek van de BTW werd de zaak failliet verklaard."

## FLAIR-BON

"Ik was er echt kapot van", zegt Danny. "Ik ben twee maanden haast niet buiten geweest. Beschaamd, ja. Er waren wel wat gedupeerden, en dat vond ik heel erg. Nog steeds trouwens. Daarna kon ik toch de moed bijeen rapen en in Rekem een doorstart maken met behulp van familie. Zij hielpen ons er bovenop. We wilden echt terugvechten. En daarbij konden we onze ster behouden, dus bleven we wel in de aandacht."

Intussen was Peter Geurden van het Terhills Hotel bij Danny komen aankloppen. "Hij had een fantastisch voorstel om in het hotel een tweede zaak te openen", aldus de chef. "Een concept met kleine hapjes voor de hotelgasten. Goed, ik geloofde erin, maar de praktijk bleek een ander paar mouwen. Het draaide van geen kanten. En twee zaken tegelijk runnen was geen geschenk om het op te lossen. Vandaar dat we besloten om de sterrenzaak te verhuizen naar het Terhills Hotel, maar ook dat was geen goede zet. De bezetting was te laag en ik stond in een aparte keuken, ver van de gasten. De beleving was er niet echt. Er waren wel wat hotelgasten die met een Flair-bon kwamen overnachten, maar dat is niet het publiek van een sterrenrestaurant. Bovendien doken er financiële perikelen op. Ik moest nog een pak geld krijgen, en kon daardoor zelf niet aan alle verplichtingen voldoen. Mijn tegoed was zowat het dubbele van mijn schuld. Zo'n situatie word je moe. Daarom besloot ik zelf om ermee te kappen. Weg uit Maasmechelen, op zoek naar iets nieuws."

## HUMEUR

Terwijl Danny en Ineke op zoek waren naar een nieuw pand in Maastricht of Hasselt, werd, als logisch gevolg, de vennootschap in Maasmechelen failliet verklaard. "Het is aan de curator om die situatie nu uit te zuiveren", aldus Danny. "Wij focussen ons nu op de toekomst. We hebben met De Griffie een locatie gevonden die ons erg bevalt. We hebben zelf maanden lang de handen uit de mouwen gestoken om het naar onze zin te maken. Dichtbij de mensen in een open keuken. Slechts 25 couverts, dus allemaal knus en gezellig. We houden het erg informeel. Er zal geen kaart zijn, maar een viertal gerechten die ik maak naargelang mijn humeur en het aanbod in de versmarkt. Simpel en lekker. Ook wat de wijnen betreft. "

Danny en Ineke zijn dus klaar voor een nieuwe start. "We pakken het deze keer helemaal anders aan. Zonder personeel, alleen met ons twee. Zaterdag en zondag gaan we sluiten. We leggen ons geen druk op. Een nieuwe Michelinster is geen doel. Komt die er ooit, dan is dat fijn, maar we gaan ons zeker niet forceren. Als onze gasten tevreden zijn en we beleven er zelf plezier aan, dan is het al lang goed."

# FAILLISSEMENTEN PER SECTOR

In onderstaande tabel zien we de evolutie over tien jaar van het aantal faillissementen in Limburg per sector. Traditioneel zijn sectoren als horeca en bouw erg gevoelig voor faillissementen. Doorheen de jaren merken we grote schommelingen, afhankelijk van de conjunctuur, maar ook van maatregelen als de Witte Kassa of de verlaagde BTW voor woningrenovaties.

Tekst: Kurt MEERS  
Bron: Graydon België

Aantal faillissementen		januari - oktober											
Limburg	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2017 vs 2016	%
<b>TOTAAL</b>	379	395	475	585	638	653	749	667	692	575	577	2	0,3%
HORECA	75	75	86	108	116	112	115	100	127	107	122	15	14,0%
OVERIGE PERSOONLIJKE DIENSTEN	8	8	12	22	16	10	24	13	15	20	8	-12	-60,0%
BOUW	83	60	104	114	118	144	164	152	143	107	123	16	15,0%
TRANSPORT	13	24	25	14	32	33	28	23	17	23	10	-13	-56,5%
KLEINHANDEL	43	42	48	79	75	69	90	69	74	62	63	1	1,6%
GROOTHANDEL	23	35	43	37	45	40	34	45	37	25	37	12	48,0%
HANDELSBEMIDDELING	9	4	9	10	6	11	17	17	14	15	15	0	0,0%
GARAGEHOUDERS & AANVERWANTE SECTOREN	7	10	15	14	23	15	28	21	13	11	7	-4	-36,4%
DIENSTVERLENING AAN BEDRIJVEN	40	42	48	53	84	83	75	86	82	72	61	-11	-15,3%
SPORT & RECREATIE	3	7	5	5	6	5	10	5	10	7	4	-3	-42,9%
IMMO	8	7	3	8	9	6	6	12	5	9	6	-3	-33,3%
LAND- EN BOSBOUW	12	6	8	5	11	7	13	7	20	7	5	-2	-28,6%
VOEDINGSINDUSTRIE & VOEDINGSNIJVERHEID	0	3	7	9	8	9	9	7	13	6	5	-1	-16,7%
DRUKKERIJEN, UITGEVERIJEN & MEDIA	4	3	4	4	7	3	9	6	3	5	4	-1	-20,0%
METAALINDUSTRIE	7	5	10	16	14	4	13	16	15	10	6	-4	-40,0%
VRIJE BEROEPEN (TOTAAL)	4	6	3	9	8	3	11	7	11	8	7	-1	-12,5%
BOUWTECHNISCHE BEROEPEN	4	5	1	8	6	0	7	5	8	6	4	-2	-33,3%
ANDERE	3	6	2	6	3	4	10	3	3	4	4	0	0,0%
ONBEKENDE ACTIVITEIT (GEEN NACE CODE)	22	31	27	44	36	65	63	60	69	59	70	11	18,6%





# 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®**

## BUITENGEZET IN JE EIGEN BEDRIJF



**J**e start een zaak of rolt erin met de beste bedoelingen. Samen met één of meerdere partners gooi je alle gewicht in de schaal om de 'baby' te doen uitgroeien tot een volwassen bedrijf. Maar vroeg of laat gaat het fout tussen de bestaande of nieuwe aandeelhouders en wordt één van de partijen aan de deur gezet. Onder lichte dwang of officieel 'in de beste verstandhouding', maar altijd met een wrange nasmaak. Het gebeurt veel vaker dan we denken. Made in Limburg sprak enkele ondernemers die het recent meemaakten.

Gezien de gevoeligheden (en zelfs schriftelijk vastgelegde akkoorden over de inhoud van de communicatie), wilden de meeste ondernemers alleen off the record hun verhaal kwijt. Wij bundelen de getuigenissen en komen uit op vier frequent voorkomende situaties waarin oprichters en vennoten uit hun eigen bedrijf zijn gezwaard.

## 1- STARTERS DIE SAMEN HET RISICO NEMEN

In de huidige start-upcultuur is het meer regel dan uitzondering dat bedrijven met meerdere personen worden opgestart. Een brainstorm over een idee is soms voldoende om aan elkaar gekluisterd te zijn. Het is sympathiek om samen aan de start te gaan staan. Het wordt meestal gedaan omdat beginnelingen het ondernemersrisico niet alleen durven dragen en omdat ze alleen onvoldoende startkapitaal hebben. Samen pionierswerk verrichten heeft ook wel iets avontuurlijks. Samen doorwerken in woonkamer van de ouders tot in de late uurtjes terwijl de pizzakoerier langskomt: romantiek die hopelijk op het feest van het 50-jarig bestaan nog eens wordt opgerakeld....

Maar heel snel blijkt dat samen werken nog iets heel anders is dan samen starten. "Zeker als er in de beginfase weinig geld binnenkomt en de pot moet gedeeld worden", aldus een jonge ondernemer uit Hasselt die vorige maand door de andere oprichters vriendelijk verzocht werd om op te krassen. "Als de onderlinge gezinssituaties verschillend zijn, zoals kinderen of een huis dat moet afbetaald worden, zorgt dat voor extra druk. Er wordt dan nog meer afgewogen wie het meeste recht heeft op de schamele inkomsten. Bovendien gaan ook de partners zich nog eens moeien, en dan loopt het helemaal verkeerd. In mijn geval was het echter een verschil in visie dat ons uit elkaar dreef. De uitwerking van het idee en de toekomstplannen werden bij de opstart nauwelijks besproken, maar bleken wel heel snel voor verdeeldheid te zorgen. We waren met drie oprichters, waarbij de twee andere zijn gaan samenspannen om mij buiten te krijgen. Hun belangen liepen meer gelijk dan die van mij. Geen gezonde situatie. Ik heb er echt van afgezien. Een eigen zaak starten was een echte ontgoocheling. Als ik nog eens herbegin, doe ik het zeker niet meer met vennoten."

Ook problematisch: als er vers geld nodig is. "We moesten bij derden gaan aankloppen om een volgende fase te overleven", aldus een andere jongere die een jaar geleden door zijn vennoot wandelen werd gestuurd. "De investeerder wou eigenlijk zijn inleg zo snel mogelijk terugverdienen en zette mijn vennoot onder druk om mij eruit te zetten. Mijn meerwaarde werd in twijfel getrokken, maar eigenlijk was het een louter financiële kwestie. En daar stond ik dan: vorige job pas opgezegd, de hele wereld fier verteld over mijn nieuwe project, en dan ineens gewoon niks meer in handen. Herstarten van nul, terwijl je de andere met je geesteskind ziet pronken. Heel pijnlijk. Zeker als ik de naam ergens zie opduiken, want de letters van mijn naam zitten er nog in verwerkt..."

## 2- VRIENDEN DIE UIT ELKAAR GROEIEN

Nog een herkenbare situatie is dat jeugdvrienden met elkaar zakelijk in zee gaan. Ze kennen en vertrouwen elkaar en hebben al vele watertjes doorzwommen. "Dan moet samen een zaak opstarten ook wel lukken", vertelt een 40'er die met een vriend een bouwbedrijf was gestart. "Je merkt snel dat de mooie, anekdotische herinneringen van het verleden overschaduw worden door hardere discussies. Vaak over geld. Ik had dat niet voor mogelijk geacht toen we eraan begonnen. Maar toch.... Het is zoals in een huwelijk zeker? Mensen veranderen. We hebben nog enkele jaren het 'uitgehouden' met elkaar, maar toen was het op. De vraag werd gesteld:



koop jij mij uit of andersom? Moeilijk. Want het ging om veel geld, en dat hadden we geen van beide. En zoals het wel vaker lijkt te gaan in zo'n gevallen, is hij die blijft, degene die extern geld kan vinden om de overname te financieren. En dan ben je, zoals in mijn geval, 'gesjareld'. Ik was niet alleen mijn veelbelovend bedrijf kwijt, maar ook nog eens mijn kameraad. De zaak is nog steeds niet bekoeld. Het was wel beter voor de stress."

Een andere ondernemer met een voedingsbedrijf rond Sint-Truiden, vertelt over de afnemende werkkraft van zijn mede-stichter en kameraad. "We hebben bijna 10 jaar alles samen gedaan. Altijd heel waakzaam geweest om de andere te betrekken bij beslissingen. Over budgetten en aanwervingen werd altijd overleg gepleegd. Ook het aantal gewerkte uren, vakantiedagen en verloning liepen steeds gelijk, zonder noemenswaardige discussies. Tot het duidelijk werd dat hij het eigenlijk beu was. Hij had echt niet meer de drive van de beginfase en veegde zijn voeten aan ons project. Oneerlijk, vond ik. Toen het de spuigaten uitliep, had ik al een externe investeerder achter de hand om zijn deel uit te kopen. Zo hebben we op een professionele manier de wegen laten scheiden. Mijn vennoot deed daar zelf niet moeilijk over, maar de relatie is toch niet meer wat ze geweest is. Ik merk nu dat ik die beslissing veel te laat heb genomen. Er is een hele last van mijn schouders gevallen. Mijn eigen ding kunnen doen, dat was de bedoeling bij de start, maar het heeft jaren geduurd eer ik die vrijheid kon afdwingen. Het voelt aan alsof ik nu een doorstart kan nemen."

### 3 - FAMILIEBEDRIJVEN MET TE VEEL HANEN OP EEN MESTHOOP

De situatie waarbij aandeelhouders vriendelijk worden verzocht het bedrijf te verlaten, doet zich veel voor bij generatiebedrijven. Niet zelden heeft vader de zaak opgericht en wordt op de kinderen gerekend voor de op-



volging. "Het stond bij ons in de sterren geschreven dat wij met 3 broers en een neef de rol van onze ouders zouden overnemen", aldus de oudste zoon van de derde generatie in een Noord-Limburgs bouwbedrijf. "Onze jongste broer en de neef wilden en konden geen actieve functie in het bedrijf opnemen. Mijn vader en nonkel stonden er nochtans op dat zij als bestuurder ook hun deel zouden krijgen. Ik moet er zeker geen tekeningetje bij maken dat die situatie tot conflicten leidde? We wilden er vanaf, maar dat bleek niet zo eenvoudig. Het heeft maanden geduurd vooraleer we, met de hulp van externe bemiddeling, tot een akkoord zijn gekomen. Geen ruzie in de familie was het voornaamste uitgangspunt, dus moest er heel omzichtig te werk worden gegaan. Het resultaat was tot ieders tevredenheid. Of toch ongeveer. Mijn neef was financieel content, maar kon emotioneel moeilijk afscheid nemen. Hij kon zijn 'geleide exit' niet echt verkroppen en werkt nu, een beetje uit wraak, voor een concurrent. We hebben er niet zoveel last van, maar zijn naam is wel dezelfde als die van ons, en dat zorgt soms voor verwarring bij klanten. Het contact op familiefeesten verloopt iets koeler, maar we zijn blij dat het zoals grote mensen is opgelost."

Studies tonen inderdaad aan dat er spanningen ontstaan als blijkt dat kinderen (of neefjes) niet in gelijke mate geïnteresseerd of bekwaam zijn om een leidende rol op te nemen. Dat wordt meestal pas na verloop van tijd duidelijk, als de machtsstrijd losbarst over wie nu eigenlijk de baas is. "Dat was bij ons ook zo. Ik heb me wat opgeworpen als de natuurlijke leider, maar de anderen hadden evenveel aandelen en zeggenschap, hoewel ze een ondergeschikte rol in het bedrijf hadden. Mijn broer die wel nog voor ons werkt, interesseert het niet om manager te zijn. 'Ge moogt het hebben', zegt hij. Hij wil zelf liever de handen uit de mouwen steken en als werknemer functioneren. Vind ik prima. De kans dat het ooit tot een breuk komt tussen ons, acht ik heel klein."

#### **4 - ONDERNEMERS DIE ZAAK VERKOCHT HEBBEN EN 'VOOR DE CONTINUÏTEIT' NOG WAT BLIJVEN HANGEN.**

Komt ook heel vaak voor: ondernemers die hun zaak verkopen (volledig of een meerderheidsparticipatie) maar zich niet kunnen schikken in de nieuwe machtsverhoudingen en tot slot worden buitengezet in het bedrijf dat ze zelf hebben groot gemaakt. "Mijn man ik werkten allebei voor een familiale kmo toen we een bod van een multinational kregen dat we niet konden weigeren", verklaart een vrouwelijke ondernemer uit Dilsen-Stokkem. "Geen makkelijke keuze, want we hadden de zaak destijds van mijn ouders overgenomen. Met de overnemers was vastgelegd dat we nog minstens drie jaar aan boord zouden blijven om de overgang voor personeel en klanten zo makkelijk mogelijk te maken. Maar al na drie maanden liep het verkeerd. Er werd een externe manager aangeduid, met een totaal andere leiderschapsstijl. Een jongere met heel wat diploma's, maar weinig praktijkervaring én een grote mond. Hij vond dat alles wat wij hadden opgebouwd anders en beter moest. Er vertrokken twee trouwe medewerkers en we zagen de cijfers naar beneden gaan. Blijkbaar onze schuld, want mijn man en ik kregen zes maanden na de overname onze C4. Bijzonder pijnlijk. Niet zozeer voor onszelf, maar wel omdat we zagen dat het personeel ongelukkig werd en de klanten gingen afhaken. Ook voor mijn ouders, die vroeger nog eens langskwamen, was het een emotioneel moment. We hadden ons de overname wel an-

ders voorgesteld. Wij zijn zelf op onze pootjes terechtgekomen en hebben goed verdiend, maar ik weet toch niet of we er goed aan gedaan hebben te verkopen en zeker niet of we nadien nog hadden moeten blijven.”

Een andere getuigenis komt van een ondernemer die zelf een zaak heeft overgenomen en de stichter uiteindelijk de laan heeft uitgestuurd. “Probleem was dat er was afgesproken om nog een aantal dossiers op te volgen, een beetje advies te verstrekken en maximaal een dag per week op kantoor te zijn, maar hij had het veel te moeilijk om los te laten. Hij ging zich moeien in innovaties die echt nodig waren om het bedrijf rendabel te maken. Toen heb ik van mijn hart een steen moeten maken en gezegd dat hij niet meer moest komen. Voor de man zelf was dat erg, maar zijn aanwezigheid hypothekeerde wel de continuïteit en de groei van het bedrijf. Dit terwijl het omgekeerde het objectief was. En dan moet je afscheid nemen. Het personeel heeft me dat niet kwalijk genomen. Ze voelen integendeel dat er nu ruimte is voor meer dynamiek, en dat motiveert hen. Eind goed, al goed dus.”

De **conclusies** zijn samengevat tweevoudig: Er kan maar één haan op dezelfde mestroop zitten. Tenzij er heel goede en schriftelijk vastgelegde afspraken zijn gemaakt over de besluitvorming en de hiërarchie, loopt het vroeg of laat fout als er twee partijen hun wil willen doordrukken.

Tweede vaststelling: aandeelhouders moeten kunnen aanvaarden dat de gedrevenheid om een zaak te runnen voor iedereen iets anders inhoudt. De discussie die leidt tot het afscheid van één of meerdere vennoten gaat meestal over de vergelijking van wie het hardste werkt. En dat is heel subjectief, zeker als er weinig afspraken over bestaan of de verhoudingen gedurende de jaren grondig wijzigen.

Tekst: Kurt MEERS  
Foto's: MIL





## RIK JAEKEN



“Ik beperk me tot wat goede raad van een oude man”

**A**ls boegbeeld van Unizo en Syntra stond Zonhovenaar Rik Jaeken jarenlang in de spotlights van ondernemend Vlaanderen. Als dank voor zijn inzet werd hij door de koning zelfs verheven in de adelstand. Vandaag probeert hij het iets kalmer aan te doen, onder meer door in Spanje zorg te dragen voor kraakverse sinaasappelen en noten...

# Wat is er gekomen van ...

Rik Jaeken is dit jaar 68 geworden. Als ingenieur runde hij vroeger een ICT-bedrijf en daarna een firma in de verkoop en het onderhoud van speedboten. Hij had bestuursverantwoordelijkheid in tal van organisaties, waaronder Unizo Nationaal. Vandaag is Jaeken nog steeds consultant, maar dagelijks gaan werken doet hij al 4 jaar niet meer. "Mijn echtgenote was ziek, en mijn prioriteiten lagen thuis", vertelt hij. "Ik ben toen gestopt met al mijn bestuursmandaten, een 10-tal op dat moment. Alleen bij Syntra heb ik nog een jaartje doorgewerkt omdat er nog geen opvolger was." Nadat zijn vrouw de ongelijke strijd tegen haar ziekte had verloren, ging Rik meer tijd doorbrengen in zijn tweede thuis in Spanje. "Daar verblijf ik nu regelmatig, in 'the middle of nowhere', in alle rust en kalmte", zegt hij. "Ik ben een beetje boer geworden. Zo zorg ik dat de appelsienen en noten kunnen groeien. Het buitenleven bevalt me uitstekend. Voor de rest lees ik veel. Vooral over de actualiteit in ons land. En ja, ik heb er nog uitgesproken meningen over. Ik droom ervan om ooit mijn visie op de realiteit eens te kunnen neerschrijven in een boek. Misschien wordt dat eerder filosofische oudemannenpraat, maar goed... (lacht)."

## ONAFHANKELIJK

De scherpte heeft hij zeker niet verloren. "Kijken we naar de roep om Vlaamse onafhankelijkheid", zo geeft hij een voorbeeld. "Alles zou beter moeten worden na iedere staatshervorming. Maar de verkeerschaos of infrastructuurwerken als de Noord-Zuid zijn onder Vlaamse bevoegdheid nog geen stap vooruit geraakt. Stel dat Vlaanderen onafhankelijk wordt, dan moeten we straks naar de Kust rijden via een ander land, zoals Brussel.

Allez, waar zijn we mee bezig?" Een ander stokpaardje is de kernuitstap. "Ik ben ingenieur en ken de gevaren. Als we dat willen afschaffen, ben ik akkoord. Maar dan moet iedereen wel er zich van bewust zijn dat de stroom regelmatig zal uitvallen als er geen wind of zon is om de alternatieve energiebronnen draaiend te houden. Willen we dat? Ik dacht het niet..."

## TE OUD?

Als hij in België is, zit Rik zeker niet met zijn vingers te draaien. "Ik heb de banden met het verleden zeker niet doorgeknipt, dus kom ik nog regelmatig bij Unizo, Syntra, Zenito, enzovoort. Ik ben ook nog bestuurder bij Geos, een laboratorium in Wellen dat bouwmaterialen onderzoekt, zoals bitumen. Inhoudelijk is dat te boeiend om ermee te stoppen. Er zijn ook ondernemers die me contacteren met de vraag om eens van buitenaf een zakelijk probleem te bestuderen. Daar maak ik dan graag een halve dag voor vrij, maar langere opdrachten laat ik links liggen. Ik vind mezelf te oud om nog structureel ergens mee te draaien. Mijn tijd is voorbij. Ik zie zo vaak dat ondernemers vasthouden aan hun manier van werken, maar niet beseffen dat ze door de jongere generaties met hun nieuwe technieken, helemaal voorbij gefietst worden. Ze zeggen dan 'voor mij hoeft die vernieuwing en verandering niet meer'. Dat is misschien goed voor hen, maar zeker niet voor het bedrijf. Voor ze het beseffen is het verval ingezet, en dan kan het snel gaan. Daarom laat ik het liever over aan de experts van nu en beperk ik me tot wat goede raad van een oude man..."



## GUIDO VOSSEN (VOSSEN FASHION) OVER DE KLEDINGSECTOR

**W**aar schoenen en bepaalde kledingstukken massaal via internet worden aangekocht, blijft het maatwerk in gespecialiseerde kledingzaken erg in trek. “We evolueren zelf naar een omnichannel-aanpak, maar het advies in de winkel zal altijd blijven bestaan”, weet Guido Vossen van Vossen Fashion, één van de boegbeelden in de Limburgse kledingsector.

Bij Vossen is inmiddels de derde generatie actief in het bedrijf. Huidig zaakvoerder Guido Vossen (zelf van de tweede generatie) stoomt zijn drie winkels klaar voor de toekomst. “We zijn een heel traditionele sector, die eigenlijk heel laat op de kar van het internet is gesprongen”, zegt hij. “Dat komt omdat klanten hun kostuums en andere merkkledij moeten passen en op maat laten aanpassen. Het advies en de retouches vind je niet op internet. Ook in de toekomst zal deze dienstverlening nodig blijven. We zien hier mannen binnenkomen die zich op een stoel neerzetten en hun vrouw met een verkoper de winkel insturen. Zij staan alleen recht om te passen...”



### VERHUUR

Toch is er een hele omwenteling aan de gang. “Om te overleven moeten we kiezen voor omnichannel, dus voor diverse kanalen om onze kleding te gaan aanbieden”, weet Guido Vossen. “Artikelen zoals accessoires, hemden of speciale stukken zullen we ook via een webshop verkopen. Daarvoor gaan we samenwerken met City Fashion, het platform dat de e-commerce-activiteiten voor lokale retailers coördineert. Deze samenwerking zal voor ons een tegengewicht bieden aan de grote internetreuzen.”

Maar dat alleen is voor Vossen onvoldoende om in de toekomst het verschil te maken. “Lokale, familiale winkels zullen door beleving en extra dienstverlening hun klanten moeten aanspreken”, weet Vossen. “Zo kiezen wij heel bewust om opnieuw rouw- en ceremoniekleding te verhuren. Dat klinkt oubollig, maar er is veel vraag naar en het zorgt



ervoor dat klanten bij het bestellen, afhalen en terugbrengen, drie keer in onze winkel komen. Dat zorgt sowieso ook voor extra verkoop. We organiseren ook events, zoals workshops voor kleur- en stijladvies."

## PERSONALISEREN

Een ander voorbeeld om het aanbod te verbreden, is de B2B-aanpak. "Wij hebben ons altijd exclusief op eindklanten gericht, maar met bedrijfskleding spreken we nu ook de ondernemingen aan. We investeerden in machines om logo's en namen erop te borduren. Of nog een voorbeeld: het aanbieden van gepersonaliseerde kledij, waarbij klanten hun stof, voering, knopen en andere details zelf kunnen kiezen. Misschien allemaal kleine dingen, maar wel allemaal een meerwaarde om ons cliënteel te kunnen boeien."

Vossen ziet de vernieuwing ook in samenwerking met leveranciers. "Met merken als Boss, Van Gils of Roy Robson hebben we al vele jaren een uit-

stekende verstandhouding. Zo organiseren we nieuwe formules, zoals een stand in onze winkels waar de goederen eigendom blijven van de fabrikant. Wat niet is verkocht, nemen ze terug. Dus ook in de onderlinge relaties en commerciële afspraken is innovatie mogelijk."

Tot slot ziet Guido Vossen een grote uitdaging in het vinden van geschikt personeel. "De arbeidsmarkt voor onze sector droogt op", zegt hij. "Wij proberen te anticiperen door samen te werken met scholen. We bieden stages en andere scholingsmogelijkheden aan voor studenten in winkelmanagement (PXL) en de richting verkoop van de lokale scholen. Het de vakkennis bijbrengen die nodig is om gericht advies te kunnen geven, is cruciaal. Je ziet, er zijn dus nog uitdagingen genoeg willen wij ons handhaven in de sector."

Tekst: Kurt MEERS  
Foto: 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](http://www.luminus.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.

## ROEL BECKERS IN AUSTRALIË



### “Uitkijken naar een frietje met een hamburger spécial”

**A**anvankelijk zou hij voor 2 jaar naar Australië verhuizen, maar intussen heeft Genkenaar Roel Beckers al voor 2 jaar bijgetekend. De Digital Project Manager en zijn gezin hebben het uitstekend naar hun zin Down Under. “Als ik thuiskom gaat bijna elke dag de barbecue aan”, bekent hij. “Dat is pure ontspanning.”



"Ik ben via mijn werk in Australië verzeild geraakt", vertelt Roel Beckers. "Bij Deloitte Digital had ik de laatste jaren regelmatig contact met collega's in Australië, en van het ene is het andere gekomen (lacht). Als Digital Project Manager zorg ik voor de coördinatie van grote digitale projecten, met een waarde hoger dan 1 miljoen dollar. Concreet moet ik het project plannen, wekelijkse statusrapporten maken, de teamleden aansturen en het budget beheren. Dat alles uiteraard in nauwe samenwerking met de klant en het team."

## INSIDE-OUT

Vergeleken met zijn job in België, merkt Roel een aantal verschillen. "Het grootste is wellicht de 'no worries-mentaliteit'. Alles is hier goed, ook al kan het beter. De business wordt heel vaak besproken in één van de vele koffiebars die Melbourne rijk is. Het is dus allemaal wat informeler en gezapiger. De hiërarchie is ook veel vlakker. Problemen worden sneller besproken en er wordt vaker samengewerkt om tot goede oplossingen te komen. Nog een zakelijk verschil is klantenservice. In Australië wordt daar heel veel belang aan gehecht. Het is essentieel om succesvol te zijn als organisatie."

De collega's hebben allemaal een specifieke expertise. "Men werkt hier volgens het 'inside-out-principe'. Dat wil zeggen dat iedereen zich toelegt op een bepaald aspect van de business en daar een expert in wordt. Eens je als expert erkend wordt en concrete realisaties of 'achievements' kunt aantonen, begin je aan de 'upsell'. Het moet snel duidelijk zijn wat je kan betekenen!"

## DUVELKE

Roel vertrekt thuis rond 8 uur met de fiets naar het werk. "Ik rij naar het station en neem de trein naar het centrum, waar ik een uurtje later achter mijn bureau zit. In de ochtend heb ik dan meestal een 'daily stand-

up' met het team, zeg maar een korte meeting over de lopende zaken. Daarna kijk ik e-mails na of staan er meerdere meetings gepland. 's Middags neem ik vaak een half uur lunchpauze, gecombineerd met een kleine wandeling. Tussen 17u30 en 18u vertrek ik dan terug naar huis om de barbecue aan te steken... De 'barbie', zoals de barbecue hier wordt genoemd, is pure ontspanning voor mij. Ik experimenteer graag met nieuwe gerechten. Met een cider of een Duvelke in de hand is het nog wat aangenamer... Ontspannen houdt ook regelmatig een bezoekje aan het strand in. Ideaal om wat af te koelen. We trekken met het gezin al eens de natuur in. En tijdens de herfst- en wintermaanden (onze lente en zomer) ben ik Year Lead Coordinator van de Brighton Soccer Club, het voetbalteam van onze jongste zoon. En ik supporter voor de Brighton Cricket Club, waar onze oudste zoon actief is. Daarnaast draag ik ook mijn steentje bij als vrijwilliger voor de school van onze kids, de Brighton Beach Primary School!"

## HAMBURGER SPÉCIAL

Een terugkeer naar België is voorlopig met 2 jaar uitgesteld. "Ik heb inderdaad voor 2 jaar bijgetekend, dus we zullen wel zien wat de toekomst brengt. Als ik zo vergelijk zijn er zeker voor- en nadelen aan beide landen. In Australië is de mentaliteit veel meer relax. In België is het sociale zekerheidssysteem dan weer veel beter. En goedkoper vooral... Door de afstand is het reizen naar België redelijk beperkt. In mei ben ik een weekje in Limburg geweest voor de communie van mijn petekind. Belofte maakt schuld... En in juli 2018 gaan we met ons gezin terug, voor een blij weerzien met de familie. Eerlijk gezegd kijken we allemaal uit naar een frietje van de frituur, met een lange hamburger spécial (lacht).

Tekst: Kurt MEERS  
Foto: Mil

# EFFICIËNTE MARKETINGACTIES



**J**e bent een kmo die beseft dat je zonder gerichte marketingacties geen doelpubliek kunt bereiken. Maar... je kan of wil niet direct een voltijdse medewerker in dienst nemen om de marketing op een professionele manier aan te pakken. Een dilemma waar demarketingafdeling een oplossing voor biedt. "We werken ons volledig in in de materie van de klant, waardoor we ons echt als een volwaardig lid van het team kunnen gedragen", zegt zaakvoerder Tamara Bergmans.

“Het probleem dat we bij onze klanten vaststellen is dat ze wel aan marketing willen doen, maar niet goed weten hoe ze dat moeten aanpakken”, vertelt Tamara Bergmans. “Aanvankelijk twijfelen ze om externe expertise in te roepen omdat hun branche heel specifiek is. Het is voor deze doelgroep dat wij met demarketingafdeling een verschil maken. Onze werkwijze is dat wij ofwel bij de klant in huis gaan werken, zodat we de bedrijfscultuur, activiteiten en medewerkers goed leren kennen en nog beter op elkaar kunnen inspelen. We werken ons dus volledig in en zijn echt een afdeling binnen het bedrijf. Die keuze zorgt voor directe communicatie en schept enorm veel vertrouwen bij onze klanten. Daarnaast kunnen we opdrachten uitvoeren vanuit ons eigen kantoor in Genk. Ook daar zijn we constant in nauw overleg met de klant en werken we samen met onze interne marketing- en communicatiespecialisten om maatwerk af te leveren en de doelstellingen van de klant dichterbij te brengen.”

## AANSMEREN

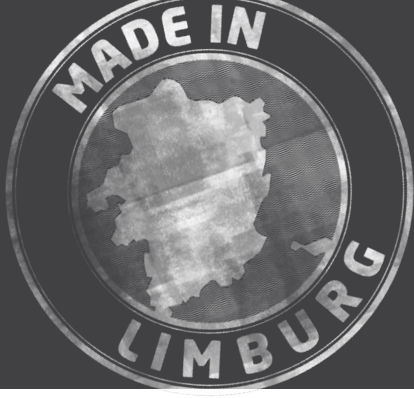
Het persoonlijke engagement maakt van demarketingafdeling een gewaardeerde partner. “We voelen ons verbonden, alsof we mee in de zaak zitten. Het gevolg is dat we altijd voorstellen doen die concreet iets bijbrengen aan de groei of andere doelstellingen van de klant. Anders doen we het niet. We vinden het immers niet correct om als leverancier zoveel mogelijk diensten aan te smeren. Dat zouden we zelf als klant ook niet graag hebben. Eerlijkheid duurt nog steeds het langst. Het mag dan ook niet verwonderen dat we met demarketingafdeling veel langetermijnklanten hebben. Zij beschouwen ons écht als een verlengstuk van hun eigen organisatie, ook al omdat wij dezelfde snelheid, flexibiliteit en kwaliteit nastreven.”

## KOPZORGEN

Een ander probleem dat zich voordoet is dat een bedrijf voor alle disciplines binnen marketing en communicatie bij andere leverancier terecht moet. Copywriting, grafische vormgeving, creatieve campagnes, e-mailmarketing, sociale media of public relations... er zijn voor alle toepassingen vast wel geknipte partners te vinden. Maar het kan ook anders. “Door alle expertise onder één dak aan te bieden, nemen wij de klant heel wat zorgen uit handen”, aldus nog Tamara Bergmans. “De drempel naar een integrale, maatgerichte aanpak, waarbij alle specialisaties worden ingezet op het juiste moment, is de grote sterkte van demarketingafdeling. We mogen met enige fierheid zeggen dat we die flow van projecten goed in de vingers hebben. Onze aanpak is nu klaar om uit te rollen naar het hele scala van Limburgse kmo's met groei-ambities.”

Tekst: Kurt MEERS  
Foto: MiL





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

## SOFTWARE UIT ZUTENDAAL ZORGT VOOR BELEVING OP IEDER EVENT



**A**ls het Zonhovense bedrijf Guestcam weldra in China neerstrijkt om een virtuele attractie te bouwen, is dat succes onder meer te danken aan de software die ze gebruiken van MGX uit Zutendaal. Enkele jonge IT-adepten maakten een knap product dat weldra zijn weg naar het hele buitenland zal vinden.

“Onze softwaretoepassing heet MGX, de afkorting van Magix”, zegt Tom Cox. “We hebben dit ontwikkeld op vraag van 2 Belgische dierentuinen. Zij wilden hun bezoekers een mooie foto aanbieden met een leeuw, aap of giraf op de achtergrond, maar ‘in het echt’ was dat niet mogelijk. Althans niet zonder het risico te lopen om opgegeten of vertrappeld te worden...”



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

## BARCODE

Met dat gegeven ging MGX aan de slag. "Het werkt zo: we plaatsen ergens op een evenement een 'green key' wand, waar de fotografen alle aanwezigen netjes in beeld brengen. Het dier, of een ander object, wordt nadien netjes gemonteerd op de foto, zodat het levensecht lijkt. De foto wordt gekoppeld aan een barcode, die op een kaartje wordt meegegeven aan de bezoeker. Hiermee kan hij (of zij) op een infopunt van het event, of thuis achter de computer, toegang krijgen tot de foto's van het evenement. Er kan vervolgens een afdruk worden gemaakt en het kiekje kan meteen via sociale media verspreid worden. Instant visibiliteit op sociale media is tegenwoordig heel belangrijk voor organisatoren van events, en gewoon leuk voor wie op de foto's staat. De responstijd van verschijning bepaalt voor een stuk de populariteit."

## VUILNISBAK

MGX gaat op die manier grote verspilzucht tegen. "Je merkt in pretparken en op andere events vaak een hele muur met afdrukken, waar dan alle bezoekers hun foto's moeten gaan zoeken en eventueel een bestelling kunnen plaatsen. Wat niet is verkocht, verdwijnt in de vuilnisbak. Met ons systeem is die verspilling verleden tijd."

MGX is permanent bezig om de toepassing nog te verfijnen. "De fotograaf of eventorganisator heeft er heel weinig werk aan. Het proces verloopt nagenoeg automatisch. Hetzelfde platform gaan we nu gebruiken om ook video's te maken met MGX. Tot slot, voor wie eraan mocht twijfelen: wij zijn nu al volledig in regel met de privacy-regels die weldra van toepassing worden (GDPR). Klaar dus om Europa en de rest van de wereld te veroveren!"

Tekst: Kurt MEERS  
Foto: MiL





## TOFFE TEAMBUILDINGS VOOR UW KERSTFEESTJE

**M**et het eindejaar in zicht, vraagt u zich ongetwijfeld af hoe u nog voor de vakantie - of tijdens een nieuwjaarsdrink - de teamgeest kunt aanscherpen. Een activiteit die voor iedereen leuk is en toch ook een nuttige bijdrage kan leveren. We geven enkele suggesties:

1. **KeiSolidair** is een grootschalige actie die is opgezet door het streekfonds Een Hart voor Limburg. Het project biedt bedrijven en hun medewerkers de kans om op een plezierige manier geld in te zamelen voor maatschappelijk kwetsbare kinderen in Limburg. Dit kan op verschillende manieren, zoals auto's wassen, een ontbijt serveren, wafels bakken, vogelkastjes timmeren, een uurtje langer werken, enzovoort. Het nuttige wordt aan het aangename gekoppeld. Met een goed en solidair gevoel de warme kerstperiode in!





2. Een workshop volgen is altijd een goed idee. Zoals **cocktails maken** bij Sipsnsoda in het centrum van Hasselt. Bartender Thomas Janssens heeft een knap atelier ingericht waar hij groepen kan ontvangen om hen in te wijden in de wondere wereld van de beste blends. Zowel cocktails als (niet-alcoholische) mocktails kunnen samen bereid en geproefd worden. Daarna kunnen ze uiteraard tijdens de feestdagen door de deelnemers zelf met de nodige show thuis worden geschonken. In dezelfde sfeer zijn er - bij andere aanbieders - ook tal van chocoladeproeverijen, gin-tastings, workshops om aperitiefhapjes te maken, enzovoort.



3. Altijd leuk om te doen, is samen deel te nemen aan een **sportieve uitdaging**. Niet iedereen op kantoor heeft hetzelfde niveau, maar daar valt een mouw aan te passen. Zo kan een deel van de groep een leuke wandeling doen, terwijl de rest rondjes gaat hardlopen. Er bestaan formules om hier targets aan te koppelen, bijvoorbeeld om geld in te zamelen voor de Warmste Week of mee te doen aan de competitie voor Het Fitste Bedrijf.



4. Een populaire nieuwigheid is een bezoek aan een **escape-room**. In kleine groepjes worden collega's in een gebouw gedropt, waar ze diverse intellectuele uitdagingen voorgeschoteld krijgen. De bedoeling is om goed samen te werken en de codes te ontcijferen om binnen de tijd uit het gebouw te ontsnappen. De formules zitten goed in elkaar en zijn boeiend voor een breed publiek. En je moet niet douchen achteraf...



5. Het klinkt misschien wat schoolreis-achtig, maar een **stadsbezoek** is altijd een geslaagd uitje. Er bestaan diverse programma's, zowel passief (bijvoorbeeld een wandeling onder begeleiding van een gids) als actief (bijvoorbeeld met de fiets op zoek naar antwoorden op een vragenlijst). Hier kunnen altijd culinaire en informatieve stops worden ingebouwd.

6. Blijf op kantoor en verzamel alle collega's in de refter. Laat ze allemaal op voorhand een ludiek cadeautje kopen voor een bepaalde collega. Het kan ook een item zijn dat je zelf ooit gekregen hebt en waar je absoluut van af wilt... De catering kan je organiseren met een **potluck dinner**: de collega's wiens naam met a tot e beginnen zorgen voor een zelfgemaakt voorgerecht. Die van f tot l brengen een hoofdschotel mee. Van m tot r staan ze in voor een huisbereid dessert en de rest laat de drank aanrukken. Pret gegarandeerd!



Tekst: Kurt MEERS  
Foto's: MiL





# Op talent staat geen leeftijd.

Ontdek de voordelen van het aanwerven  
van 55-plussers op [vdab.be/werkgevers](https://vdab.be/werkgevers).

**Dat werkt.**

**VDAB**

samen sterk voor werk





# SLAPEND RIJK

Het is de vraag van één miljoen: waarom is de ene ondernemer succesvol en de andere niet? Heeft hij meer gestudeerd dan zijn concurrenten? Gewoon geluk gehad of meer risico's durven nemen? Is zijn (of haar...) buikgevoel beter ontwikkeld? Of misschien van thuis uit een hoger startkapitaal meegekregen?

Volgens ons is het eenvoudiger dan dat. Vergeet alle Vlerick-opleidingen, Plato-trajecten en incubator-programma's. Ondernemers die de successen aan elkaar rijgen hebben maar één ding met elkaar gemeen: ze zijn uitgeslapen.

De vaststelling leert dat er twee soorten zijn. Ten eerste: zij die heel weinig slaap nodig hebben. Ze kunnen zonder moeite door de week gaan pinte-lieren en 's anderdaags om 5u opnieuw in de weer zijn. Nog voor het ochtendgloren zijn ze bezig met voorbereiden en anticiperen. En als iedereen terug tussen de wol ligt, gaan zij nog even analyseren en optimaliseren. De som is snel gemaakt: ze kloppen gewoon veel meer uren dan hun concurrenten en maken zo een wereld van verschil. Game over. Wie beweert dat "er maar 24 uur in een dag zijn", heeft gelijk. Maar wie daar 20 uur van werkt, wint het pleit met de vingers in de neus. Slapend rijk worden bestaat niet.

De tweede soort heeft wel voldoende nachtrust nodig, maar kan zijn business zo organiseren dat 8 uur pitten een enorme troef wordt. Ze investeren in slaap om de rest van de dag snel en efficiënt te kunnen denken. En dat loont. Waar concurrenten versuft liggen te gapen, zetten de uitgeslapen ondernemers twee stappen ineens. Ze nemen snel de bovenhand in onderhandelingen, slaan niet in paniek als er zich een probleem voordoet, bewaren de kalmte in heftige discussies en relativeren elke tegenslag met een kwinkslag. Fris van geest. Scherp in details... Bye bye, man met wallen onder de ogen: opgerold staat netjes.

En de allerstrafste ondernemers die we kennen, zij combineren de twee. Ze staan heel vroeg op, verzetten bergen werk, blijven de hele dag uiterst alert én zijn ook 's avonds nog zo fris als een hoentje. 'Niet onder een klak te vangen', zou ons ma zeggen. Meestal eten en drinken ze ook nog gezond en sporten ze regelmatig. Ze gebruiken met andere woorden hun 'gezond' verstand. Wordt dat ons nieuwjaarsvoornemen?

Kurt Meers



facebook



LinkedIn

VOLGENDE VERSCHIJNING:  
**26 JANUARI 2018**



demarketingafdeling



**COLOFON**

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

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

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

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