

made
in

MAGAZINE

Limburg

CEO Ronny Schoeffaerts

**“ ZAKELIJK SUCCES
IS REVANCHE OP
MIJN VERLEDEN ”**

**DE SPECTACULAIRE COMEBACK
VAN CAROLINE SANTERMANS**

**SPRAAKMAKEND:
ONDERNEMERS IN DE POLITIEK**

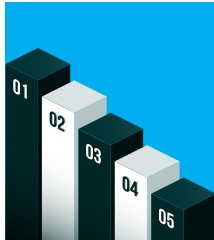
**ENKELE MODETRENDS
VOOR OP KANTOOR**

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 RONNY SCHOEFFAERTS

p. 7

Hoe zou het zijn met ... CAROLINE SANTERMANS

p. 13



Met vallen en opstaan SYLVIA FEYTONS, BOOK IN A BOX

p. 12

New Kid on the Block MARCELLS JOURNEY

p. 14



Spraakmakend POLITIEKER ÉN ONDERNEMER

p. 17

Ik vraag het aan ERIK GERITS!

p. 20

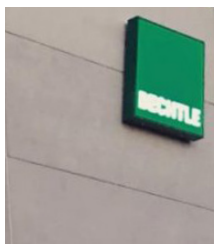


De toekomstdenker DAVID VANOPPEN PRIVATUM

p. 22

Verborgen parel BECHTLE DIRECT

p. 23



Voor u vergeleken DRESS FOR SUCCESS

p. 25

Out of Office GRETE REMEN

p. 26



ONS GEDACHT

p. 28



3,9 - 7,4 L/100 KM • 103 - 172 G CO₂/KM (volgens de NEDC-normen).
Milieu-informatie KB 19/3/2004: www.mercedes-benz.be - Geef voorrang aan veiligheid.

De GLA. Altijd stand-by.

Ontdek hem bij uw Erkend Concessiehouder Mercedes-Benz.

Mercedes-Benz

The best or nothing.



GROEP Jam.be

Uw Erkende Concessiehouders en Servicepunten Mercedes-Benz

Hasselt

Voogdijstraat 25

3500 Hasselt

Tel. 011 27 90 00

Bree

Gruitroderkiezel 39

3960 Bree

Tel. 089 46 01 40

Lommel

Lodewijk de Raetstraat 28

3920 Lommel

Tel. 011 80 58 00

Dilsen-Stokkem

Boslaan 57

3650 Dilsen-Stokkem

Tel. 089 51 84 30

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

1

Paal is de beste Porsche-dealer van het land

Porsche Centre Paal is zopas verkozen tot beste van België. Op een grootschalig evenement, waarop alle medewerkers van alle dealers waren uitgenodigd, kreeg het team van Thierry Brialmont de onderscheiding in handen. "We zijn daar enorm fier op", aldus de zaakvoerder.

Zoals dat gaat voor alle autodealers, legt de invoerder een aantal strikte vereisten op. "Er zijn tal van objectieven die moeten behaald worden en dat wordt grondig gecontroleerd", aldus Thierry Brialmont. "Voor de toekenning van de prijs, ligt de klemtoon echter op de dienst na verkoop. Zo wordt er gekeken naar de vooruitgang die de techniekers hebben geboekt in het behalen van expertise-certificaten. Het belangrijkste criterium is de tevredenheid van de klanten, die allemaal gecontacteerd worden na ieder bezoek."

Porsche Centre Paal kwam dus als winnaar uit de bus. "We wisten al enige tijd dat we bij de 3 finalisten waren, dus was de spanning tijdens de award-show te snijden. We waren met een hele bus van medewerkers naar het event afgezakt, zodat we samen de overwinning op gepaste manier konden vieren." Het is overigens de tweede keer dat Thierry Brialmont en zijn team de prijs binnenhalen. De eerste keer was in 2009 toen het dealership nog in Geel actief was.

2

Dit zijn de vriendelijkste handelaars uit uw gemeente:

Tijdens plechtigheden in Herk-de-Stad en Houthalen-Helchteren werden zopas de vriendelijkste handelaars bekendgemaakt van een 20-tal Limburgse gemeenten (en enkele grensgevallen). Het is een jaarlijkse uitreiking die georganiseerd wordt door Handelsgids. En de winnaars zijn... :

Alken: La Petite Provence
 Bocholt: Stico
 Bree: De Kiosk
 Geetbets: 't Snackske
 Gingelom: Bloemen Blavier
 Halen: Kokett
 Hamont-Achel: Haarstudio 3930
 Hasselt: So Sweet
 Hechtel-Eksel: Juwelier Dries
 Herk-de-Stad: WorldWideWaCCo
 Heusden-Zolder: Juwelier De Greeve
 Houthalen-Helchteren: Rutten Elektro
 Kortenaken: Het Vlijtig Bijtje

Maaseik: Juwelier De Greeve
 Meeuwen-Gruitrode: Kwasinova
 Neerpelt: 't Molentje
 Nieuwerkerken: BD Pleisterwerken
 Opglabbeek: Damen-Reumers Brood & Banket
 Overpelt: Puur Zen'za
 Peer: Thuya Skin Care
 Sint-Truiden: Schoonheidsinstituut Pure Beauty
 Zonhoven: Diana's Fashion
 Zoutleeuw: Boomkwekerij Gerry Vanthienen

Volgende maand volgt de uitreiking van de prijzen in nog een aantal andere Limburgse gemeenten.

3

Revolutionair concept uit Opglabbeek maakt indruk

In Genk-centrum is zopas de gloednieuwe sfeerverlichting ingehuldigd, goed voor maar liefst 516.000 led-lampjes die vanop afstand kunnen bediend worden om het hele jaar door de gewenste sfeer te brengen in het stadscentrum. Studie, ontwerp en uitvoering: Painting with Light uit Genk en Alkatech uit Opglabbeek.

De lampjes zelf komen uit China, omdat er in heel Europa geen alternatieve producent bestaat. Maar de rest van het werk, van voorstudie over assemblage tot plaatsing, gebeurde in Limburg. Het Genkse Painting with Light voerde eerst een lichtstudie uit. Daarna werd het concept bedacht en geassembleerd door Ali Adagdag en Willy Croonen, de zaakvoerders van Alkatech uit Opglabbeek. Het nieuwe verlichtingsconcept zal nu in de markt worden gezet als LedNet.

“Alle 516.000 leds zijn aanpasbaar naargelang de gelegenheid”, vertelt Ali Adagdag, zaakvoerder van Alkatech. “Kerst, Genk on Stage, carnaval, de bekerwinst van KRC Genk,... de hele installatie kan zorgen voor de juiste kleuren en sfeer. De hard- en software voor de sturing van dit project is uniek: helemaal vanaf 0 gebouwd en bijna exclusief Limburg.”
“En daar moeten we enorm trots op zijn”, zegt Lotte Trippaers, de bevoegde schepen van Stad Genk.

Alkatech is bijzonder ambitieus: “We willen dit innovatieve verlichtingsconcept ook aanbieden aan andere grootsteden. Het project is bovendien ecologisch en efficiënt, doordat het op afstand bedient wordt. Niets staat verder succes over de landgrenzen in de weg.”

4

Frank Bekkers niet langer CEO van Joyn

Joyn, het digitale getrouwheidsprogramma voor lokale handelaars, heeft een nieuw managementteam samengesteld. Frank Bekkers, mede-investeerder in het platform, geeft de fakkel als CEO door aan Karl Vankerckhoven (foto). Samen met Bernard de Burlin (CCO) en Koen Delvaux (CMO) zal hij het bedrijf leiden. Het managementteam wordt vervolledigd door Piet Steenberghe (CFO) en Natalie Hoekx (Marketing Director).

Frank Bekkers, ook gekend als voormalig stichter en CEO van Mobile Vikings, heeft nog werk genoeg. Zo zal hij zich in de toekomst concentreren op het versterken van het lokale economisch weefsel, met initiatieven als de Smart Cities Chair van de VUB en de innovatieve bedrijfscluster Smart Cities Vlaanderen.

Nog een nieuwigheid bij Joyn is de ledenwerking. Handelaars die zich bij Joyn aansluiten kunnen voortaan deelnemen aan opleidingen en krijgen ondersteuning bij hun digitale marketing. Zo worden de aanbiedingen van lokale handelaars mee opgenomen in een wekelijkse nieuwsbrief die wordt verstuurd naar intussen meer dan 1 miljoen Joyn-gebruikers.

5

Designdepot Donum doet de deuren dicht

Noëlla Vangeel en Jos Peeters, zaakvoerders van designwinkel Donum in het centrum van Hasselt, hebben beslist ermee op te houden. Vanaf augustus dit jaar gaan ze zich exclusief richten op hun grote winkel in Antwerpen.

Donum bestaat exact 31 jaar in Hasselt. De gekende winkel, gevestigd in het voormalige postgebouw aan de Havermarkt, biedt unieke designspullen aan. Jarenlang was het een komen en gaan van klanten graag iets dieper in de buidel wilden tasten voor spullen met een mooi ontwerp.

Maar de zaakvoerders willen zich nu exclusief richten op hun vestiging in Antwerpen. Daar wilden ze met een conceptwinkel in 2006 het succes van Hasselt nastreven. Het resulteerde in 2014 in de opening van een mega-store, pal in het centrum van de stad (Frankrijklei).

Voor het mooie pand in de Hasseltse binnenstad zal uiteraard een nieuwe bestemming worden gezocht.



RONNY SCHOEFFAERTS



“ Miserie uit mijn jeugd is nog steeds mijn drijfveer ”

Dat Ronny Schoeffaerts het zakelijk succes niet in de schoot kreeg geworpen, is een fameus understatement. Vanuit een kansarm gezin wist hij zich langzaam maar zeker een weg te banen naar een eigen, succesvolle onderneming. Keihard werken en een onwrikbare visie op kwaliteit en eerlijkheid, hebben geleid tot een gerenommeerde specialist in interieurafwerking, die een 40-tal mensen tewerkstelt. “Ons nieuwe gebouw dat we momenteel realiseren, moet het orgelpunt worden van mijn bewogen parcours als ondernemer”, vertelt hij.

Zoals dat de gewoonte is in deze rubriek, blikt de zaakvoerder-eigenaar eerst even terug op het verleden. Zonder schroom vertelt Ronny Schoeffaerts (48) over de slechte omstandigheden waarin hij is opgegroeid. “Mijn vader was een alcoholieker die vaak in een ontwenningencentrum verbleef. Mijn moeder moest zorgen voor 3 kinderen en was daardoor niet in staat om te gaan werken. Het gevolg was dat wij opgroeiden in armoede. Voor de buitenwereld waren wij marginaal volk. Ik herinner me die negatieve perceptie over OCMW-klanten maar te goed. Het is een gevoel dat ik nog altijd meedraag. Als oudste van 3 kinderen werd ik door die omstandigheden al heel jong volwassen. Ik was maar een jaar of 10 toen ik allerlei jobs begon te doen om te zorgen voor brood op tafel. Fruit plukken of auto's wassen op de parking van de GB.... Zelfs tijdens de middagpauze op school trok ik met 2 volle emmers naar de supermarkt om een centje te verdienen. Van zodra het mocht, ik was toen 15 jaar, ben ik op leercontract gegaan. Ik wou zo snel mogelijk financiële stabiliteit omdat het de enige uitweg uit de miserie was. Het was dus niet dat ik toen al per se een eigen zaak wou oprichten, maar puur uit noodzaak leerde ik wel mijn eigen boontjes doppen.”

VUILLAPPEN

Tijdens zijn legerdienst kreeg Ronny Schoeffaerts de vraag of hij in de weekends wat wilde helpen bij een stukadoor. "Zo heb ik de stiel geleerd, en ben ik in de bouwsector gerold", zo gaat hij verder. "Tot ik 30 jaar was werkte ik altijd in loondienst. Lang genoeg om een goed beeld te krijgen van de manier van werken bij de doorsnee stukadoor. De perceptie dat 'plakkers' slordige vuillappen zijn die hun afval laten slingeren, is er niet zomaar gekomen. Toen ik de stap zette naar een eigen bedrijf, wou ik het helemaal anders aanpakken: kwaliteit boven alles, afspraken nakomen, proper werk afleveren... Ik zat met een groot ei in mijn broek: zouden de klanten hier wel voor willen betalen? Maar vanaf de eerste dag sloeg mijn visie enorm aan. Mijn oog voor detail en kwaliteit werd enorm gewaardeerd. Tot op vandaag wijk ik niet af van deze manier van werken. Wie hier wil komen werken, moet zich in mijn filosofie kunnen vinden. En dat loont."

Ronny Schoeffaerts bouwde met die werkwijze zijn bedrijf uit. "Je kent dat. De stukadoor wordt gevraagd of hij ook een gyproc-wandje kan zetten. Tuurlijk. En of hij nog een muurtje wil schilderen. Zeker. We werden dealer van kwalitatieve deuren (Brems en Anyway Doors) en gingen ook vloeren en plinten aanbieden. Dat alles is eigenlijk het gevolg van de vaststelling dat architecten, maar ook bouwheren, liefst zoveel mogelijk met één partij samenwerken. Daar hebben wij op ingespeeld en zo groeide ons aanbod geleidelijk uit tot een totaalpakket van interieurafwerking"

VERSLAPPEN

Wat zijn eigen taken betreft, behoudt Ronny graag het overzicht van de projecten. Geen enkel detail ontsnapt aan zijn blikveld. "Ik ben inderdaad een beetje een controlefreak die moeilijk kan loslaten", zegt hij. "Ik wil persoonlijk en vanop de eerste rij kunnen waken over het hoge niveau van kwaliteit en service dat we nastreven. Het team moet zich elke dag opnieuw bewijzen en kan geen moment verslappen. Een gevolg is dat ik nog heel veel zelf doe, zoals de planning. Afspraak is afspraak voor mij. Toch wel wat atypisch voor de bouw."

De CEO is dus gegroeid in zijn rol. "Ik ben gestart als vakman en daarna redelijk spontaan bedrijfsleider geworden. Een structuur en organisatie op poten zetten, dat is helemaal mijn ding. Het leiden van een team moet een beetje in de genen zitten. Je moet op buikgevoel beslissingen nemen. Zeker ik, want ik heb nooit kunnen studeren of extra managementopleidingen gevolgd. Ik begrijp wel dat sommigen zich daar niet comfortabel bij voelen. Mijn oudste zoon bijvoorbeeld. Hij werkt al 12 jaar in het bedrijf en is een echte top-vakman, maar hij voelt zich niet geroepen om in het management te stappen. Ik respecteer die keuze. Mijn jongste zoon is pas in de firma gestart en moet helemaal onderaan de ladder beginnen. We zullen zien hoe zijn ambities evolueren." Wie wel mee de lijnen uitzet, is Eveline Beeken, de echtgenote van Ronny Schoeffaerts. "Het is vast en zeker ook haar verdienste dat ons bedrijf op deze manier is kunnen groeien", aldus de CEO. "Ze verdient alle lof."



REVANCHE

Daarmee houdt de ambitie van Ronny Schoeffaerts niet op. "Ik ben nu 48 jaar en eindelijk begint de zaak na vele jaren van hard labeur, ook te renderen. Ik zou dus rustig op deze manier verder kunnen gaan tot mijn pensioen. Maar zo zit ik niet in elkaar. Ik wil iets achterlaten voor mijn kinderen (Ronny heeft ook nog een dochter die niet in de zaak werkt en een stiefzoon van 10 jaar) en voor mijn kleinkind (Jane, zijn oogappel, nvdr), waardoor zij in de toekomst iets hebben om op verder te borduren. Dat wordt ons nieuwe gebouw dat momenteel aan de Verbindingslaan in Diepenbeek wordt neergezet. Een investering van 6 miljoen euro, waarmee ik mij opnieuw in de schulden steek. Maar de beslissing is nodig, want door de enorme uitbreiding van het aanbod, moeten we alles onder één dak aan de klanten kunnen tonen. Het project moet een echt visitekaartje worden. Ik wil er met trots kunnen voorbij rijden en kunnen zeggen dat ik het ondanks alles toch niet zo slecht heb gedaan. Dat de voormalige marginaal van het OCMW toch iets met allure heeft neergezet. En dat zonder ooit één euro van iemand gekregen te hebben. Daar ben ik heel fier op. Als op 1 december de deuren van het nieuwe gebouw opengaan, heb ik weer een beetje afgerekend met het verleden."



Hoe zou het zijn met ...

CAROLINE SANTERMANS



Als oprichter en gedelegeerd bestuurder van Impact Interim was Caroline Santermans in de jaren 2000 een gekend ondernemer in Limburg. Haar bedrijf groeide als kool en ze had veel aanzien in de sector. Maar na de verkoop van haar zaak werd het wel wat stil rond haar persoon. Nochtans is ze met dezelfde gedrevenheid als vroeger, een hele tijd geleden een nieuw uitzendbedrijf gestart. Vandaag overstijgt Job Talent, zoals de onderneming heet, zelfs de recordcijfers uit het verleden. Dat komt onder meer door de succesvolle opstart van een rekruteringskantoor in Polen. Hoe het is met Caroline Santermans? Beter dan ooit!

Wat is er gekomen van ...

"Ik had zowat 10 jaar in dienstverband gewerkt, toen ik in 1999 met Impact Interim ben gestart", blikt Caroline Santermans even terug. "De drang om een eigen bedrijf op te richten en samen met een groep van mensen iets positiefs te realiseren, heeft er altijd ingezeten. Nochtans was dat niet de gemakkelijkste stap om te zetten, want ik moest mijn vaste job opzeggen en helemaal vanaf nul, het volledige risico dragen."

Ze ging van start met een kantoor in Neerpelt. "Omdat ik daar het langst had gewerkt en de contacten in de sector had", vertelt ze. "Snel daarna openden we de vestiging in Leuven, om uiteindelijk te groeien naar een 10-tal kantoren. Voornamelijk in Limburg, want de roots kan je moeilijk verloochenen... Het was een hele fijne periode. Hard werken, dat wel, maar de voldoening van het bedrijf te zien groeien, was groot."

NIEUW VERHAAL

Toch verkocht ze haar 'baby' in 2008 en stopte ze met werken in 2009. "Het was tijd om een gezin te gaan stichten en dat was niet haalbaar in combinatie met mijn drukke agenda", vertelt ze. "Het werk slorpte me volledig op. Op aanraden van de dokter moest ik het wat kalmer aan doen, en dus kwam het overnamebod op het juiste moment"

Maar een aantal maanden en een flinke dochter later, begon de ondernemersmicrobe te kriebelen. "Samen met mijn partner David zijn we opnieuw gestart met een uitzendbedrijf, deze keer vanuit Leuven. Dat is de regio waar David vooral de contacten heeft en zo konden we geleidelijk aan bouwen aan een nieuw verhaal." Dat werd Job Talent, inmiddels een uit de kluiten gewassen KMO met een 50-tal mensen, die dagelijks zo'n 700 uitzendkrachten aansturen. Van de 7 kantoren in Vlaanderen, bevinden er zich 3 in Limburg (Hasselt, Neerpelt en Sint-Truiden).

"Dat we succesvol zijn, heeft zeker te maken met mijn ervaringen in de zoektocht naar de juiste work-life balans", zegt Caroline Santermans. "Onze slogan luidt: werk in evenwicht. Ik wil dat werken voor Job Talent draagbaar en menselijk is. Dat er tijd is voor ontspanning en teambuilding. Ik dring ook aan dat jonge moeders 4/5 komen werken, zodat de combinatie werk-privé haalbaar blijft. Dat wordt gewaardeerd. We kennen dan ook een laag personeelsverloop. Anderzijds is het zeker geen vrijheid-blijheid. Iedereen hier moet wel ambitieus zijn, hard werken en de doelstellingen waarmaken. Het is de combinatie die haar vruchten afwerpt"

POLEN

Een tweede factor die Job Talent op de kaart heeft gezet, is volgens Caroline Santermans de aandacht voor knelpuntberoepen. "Er zijn in de sector weinig manieren om het verschil te maken, tenzij dat je de klanten echt kunt geven wat ze willen. Zoals geschikt personeel aanleveren voor het invullen van hun knelpuntvacatures. Wij doen dat onder meer met de opstart van een zusterbedrijf in Polen. Eurotalents, zoals het heet, is voor de volle 100% bezig met het rekruteren van gekwalificeerde werknemers voor Job Talent. Ze staan in België op onze payroll. Geen bouwvakkers, zoals je misschien zou denken, maar lassers, laboranten, onderhoudstechnici, draaiers-frezers, enzovoort. Intussen zijn er al zo'n 200 Polen naar België gekomen, sommigen met hun hele gezin. Wij zorgen voor aangepaste huisvesting, taalbegeleiding, brengen alles in orde voor het ziekenfonds, kindergeld, enzovoort. In ons bedrijf zijn hier nu al 8 mensen voltijds mee bezig, een aantal van hen ter plaatse in het kantoor in Lublin. Deze business-unit werkt enorm goed en vertegenwoordigt nu al zowat een kwart van onze omzet. Ik ben heel blij dat we op die formule hebben ingezet."

En nu? "Ik werk in een groeiend bedrijf met fijne, enthousiaste mensen. We werken hard en hebben tijd voor ontspanning. Ook privé loopt alles op wieltjes. Ik ben dus heel tevreden. De zaak opnieuw verkopen is echt geen optie. Laat ons maar op dit tempo en met deze spirit verderwerken. Tevreden klanten en medewerkers, daar gaat het om..."

Tekst: Kurt MEERS
Foto: MiL

SYLVIA FEYTONS, BOOK IN A BOX



“Op mijn sterfbed kan ik zeggen dat ik het geprobeerd heb.”

De trouwe lezers van Made in Limburg hebben zeker ooit gehoord van Book in a Box, een veelbelovende start-up, die in 2010 door de Hasseltse Sylvia Feytons en haar man Steven Gardyn boven de doopvont werd gehouden. Het duo werd de hemel ingeprezen en won een aantal mooie onderscheidingen. Een business angel én LRM stopten hen vers kapitaal toe en bereidden mee de stap naar het buitenland voor. Twee jaar en een aantal tegenslagen later, moesten ze echter noodgedwongen de boeken neerleggen. Voor Sylvia was die negatieve ervaring de aanleiding voor een nieuwe missie: het taboe rond failliet verklaarde ondernemers doorbreken...

Sylvia en Steven werkten beiden in de financiële sector, toen ze op een dag het idee kregen om een eigen zaak op te starten. “Book in a Box was een nieuw cadeauconcept voor boeken”, vertelt Sylvia. “Het was geïnspireerd op de populaire geschenkdoosjes zoals Bongo en Cadeaubox. We lanceerden een reeks van doosjes rond thema’s, zoals kookboeken, misdaadromans, science fiction, boeken van Vlaamse auteurs, enzovoort. De ontvanger van de box kon in dat thema zelf een boek kiezen uit een selectie van 20 titels die mijn man, een echte boekenwurm, had samengesteld. Het concept was een alternatief voor de klassieke boekenbon, waarmee je eigenlijk alleen maar geld geeft. Het was ook een andere, persoonlijke manier om iemand een tof boek cadeau te geven. Daarnaast was het ook gemakkelijk. Wie een Book in a Box had gekregen, kon het boek van zijn keuze gewoon online bestellen, waarna het netjes aan huis werd afgeleverd.”

Met vallen en opstaan

SKY IS THE LIMIT

Amper 10 maanden na het idee, stond het concept op poten en was de onderneming opgericht. "We kenden niets van de boekensector, maar met passie en gedrevenheid werkten we aan onze ondernemersdroom," gaat Sylvia verder. "We hebben zoals elke starter fouten gemaakt, maar we hadden weinig of geen marge om de gevolgen van die fouten op te vangen. Een start-up verbrandt nu eenmaal veel cash. En we stelden snel vast dat we actief waren in een sector onder druk, waarin ondernemen altijd moeilijk was en nog steeds is."

Sylvia en Steven werkten dag en nacht. Hij hield zich bezig met de selectie van de boeken en de logistiek, zij deed de rest, zoals de verkoop, boekhouding, marketing, investeerdersrelaties, enzovoort. Grote ketens als Carrefour en Dreamland sprongen op de kar om de doosjes te gaan verdelen. "Toen we daar naar buiten wandelden met een positieve beslissing van de aankoper, dachten we dat de sky the limit was. We droomden van de grote namen die nog zouden volgen. Dat waren echte hoogtepunten. Momenten waar we intens van konden genieten."

BELOFTE VAN HET JAAR

Wie een Book in a Box cadeau kreeg, was heel enthousiast, al bleven de grote volumes nog even uit. Er werden investeerders gevonden, waaronder een business angel en LRM, die via kapitaalverhogingen en leningen kapitaal verschaften. Bedoeling was vooral om met het geld de naambekendheid te vergroten. Ook van buitenaf kwam er erkenning. Zo werd Sylvia Feytons uitgeroepen tot Limburgse laureate van de Mabizz-wedstrijd 2012, waarmee beloftevolle ondernemers in de bloemetjes werden gezet.

Maar het tij keerde. "Die periode was heel intens en moeilijk", weet Sylvia nog. "Er doken tegenslagen op die we niet hadden verwacht, zoals de boeken die in ons magazijn gingen kreuken omdat het er niet warm genoeg was. De concurrentie zat intussen niet stil. De boekhandels wilden onze boxen niet verkopen omdat wij een alternatief boden voor hun eigen cadeaubonnen." En toen dan een leverancier kopje onder ging, bleek de buffer te klein om die tegenslag het hoofd te bieden. "Er was onvoldoende marge om veel verkeer te doen, want we hadden onvoldoende omzet."

Het echtpaar moest de boeken neerleggen. "Meteen kwam een curator naar ons kantoor om de deur op slot te doen. Onze computers stonden daar nog, maar wij moesten in de keuken gaan zitten en mochten ons eigen kantoor niet meer binnen. Het was echt surreëel en deed heel veel pijn."

"Het businessmodel zat niet goed", weet Sylvia nu. "We schatten mensen verkeerd in. We overschatten het potentieel van het product en waren te optimistisch over het groeitempo. We onderschatten de kosten. We kozen voor een ICT-systeem dat te gesofisticeerd was voor de volumes die we draaiden."

FAILING FORWARD

Hun geesteskind was niet meer. Sylvia en Steven gingen het hoofd leegmaken in de bergen. Nadenken over de toekomst. En wat bleek: Sylvia was zwanger, waarmee nieuw leven zich meteen aandiende. Die symboliek gaf hen de kracht om de moeilijke periode te overbruggen. Steven keerde terug naar de banksector, en nadat ze haar zoon op de wereld had gezet, ging Sylvia aan de slag bij Bizidee, waar ze als directeur het prille ondernemerschap van andere starters kon ondersteunen. Vandaag werkt ze voor Startups.be, waar ze onder meer de campagne Failing Forward coördineert. "Failing Forward heeft de ambitie om het taboe rond falen doorbreken", zegt ze. "Ik heb gemerkt dat de buitenwereld heel streng oordeelt en veroordeelt als het gaat over personen die iets geprobeerd hebben en mislukt zijn. Dat houdt mensen met goede ideeën tegen om zelf de stap naar het ondernemerschap te zetten. Doodjammer. Het taboe rond falen doorbreken is noodzakelijk om het starten van een eigen zaak toegankelijk te maken voor iedereen, ook voor diegenen die angst hebben voor het falen." Onder meer Ann Claes (JBC), Hilde Peerlings (consultant), Noël Slagen (Musebooks) en Heidi Rakels (Itsana Groendesign en GuardSquare) zijn ambassadeurs van de campagne.

ONBETAALBAAR

"Spijt van mijn avontuur bij Book in a Box heb ik alleszins niet", blikt Sylvia nog even terug. "Ik kan later op mijn sterfbed niet zeggen dat ik het niet geprobeerd heb, ook al heeft Book in a Box heel veel pijn en verdriet met zich meegebracht. Ik zou het direct opnieuw doen, maar anders. Zelfs zonder garantie op succes. De persoonlijke groei en lessen die ik geleerd heb zijn onbetaalbaar. Het was een intense ervaring die me veel rijker heeft gemaakt."

De droom om opnieuw ondernemer te worden, heeft ze nog niet opgeborgen. "Ik wil mijn kinderen bijbrengen dat niet alles van de eerste keer lukt, maar je het gewoon moet durven doen en blijven proberen tot het lukt." Er zijn zelfs al ideeën voor die droom: "Ik ben momenteel bezig met de ontwikkeling van Smart Textiles voor kinderen en daarnaast probeer ik via lezingen, coaching en workshops mensen te inspireren dat fouten maken erbij hoort, maar dat je er vooral sterker van wordt!"

Meer info: www.sylviafeytons.be en www.metfalenenopstaan.be

Carrosserie beschadigd?

Carglass® herstelt, Carglass® vervangt



- ✓ Herstellen als het kan
- ✓ Sterk in kleur
- ✓ Snelle herstelling van kleine schade
- ✓ Schadediagnose online

- ✓ Vakmanschap met garantie
- ✓ 25 jaar ervaring
- ✓ Vertrouwde partner

voor Info, schadediagnose en offerte

carglass.be

Bel gratis 0800 234 05 (24/24-7/7)



CARGLASS®

CARROSSERIE

MARCELLS JOURNEY



Karen Geöcze von Szendrői heeft samen met haar collega Nele Verrezen onlangs het bedrijf Marcells Journey opgestart. Het is een unieke dienstverlener die organisaties gidst doorheen alles wat met verandering te maken heeft. “We begeleiden bedrijven door de jungle van alles wat moet veranderen en zorgen ervoor dat dit met de nodige dosis plezier gepaard gaat”, aldus de kersverse ondernemers, die dan ook met veel plezier onderstaande vragen beantwoordden.

1. Waarmee heb je het spaargeld verdiend dat je in de zaak hebt gestopt?

Karen: “Het geld had ik bijeen gespaard door vorige jobs in de telecom en modesector waar ik de laatste 15 jaar vooral als leidinggevende van sales en loyalty afdelingen gewerkt heb.

Nele: “Met mijn job als criminologe in het CAW waar ik teams aanstuurde, veranderingen begeleidde en vernieuwende projecten opzette met tal van organisaties in het kader van intrafamiliaal geweld.”

2. Hebben er mensen uiteindelijk afgehaakt om mede-oprichter te worden?

Karen: “Nee, die vraag was niet aan de orde, ik ben mee in de zaak van mij man gestapt, wel met de bedoeling om daar mijn eigen tak in te ontwikkelen.”

Nele: “Nee, ik heb deze vraag ook nooit gesteld omdat ik het alleen wou doen.”

3. Moet je jezelf in de startfase dingen ontzeggen omdat je geen volwaardig loon kunt uitkeren?

Karen: "Ik kon met mijn spaargeld de nodige investeringen doen wat betreft kantoor en extra opleiding, én ik kon exact 6 maanden leven op de manier waarop ik gewend was. Ik heb me dus gelukkig niets moeten ontzeggen, maar de financiële druk was niet te onderschatten. De eerste maanden geef je ontzettend veel uit en komt er amper iets binnen. Een moeilijk moment zeker als je net een huis hebt gekocht en mama bent geworden! Die ervaring zorgt er wel voor dat je je veel bewuster bent van alles wat je uitgeeft en je gaat automatisch kritischer naar je aankopen kijken."

Nele: "Ik zou het niet meteen ontzeggen noemen maar je maakt bewuster keuzes (vb. bepaalde aankopen). Je doet dit eigenlijk met veel plezier omdat het voor de verwezenlijking van je droom is. Geld is bij mij nooit een drijfveer geweest. Als je vanuit deze motivatie een bedrijf start, gaat het mijn inziens snel mis omdat je mogelijks gaat pushen en klanten appreciëren dit niet."

4. Heb je een Plan B achter de hand voor het geval de start-up toch niet het verhoopte succes wordt?

Karen: "Ik ben in de zomer van 2016 gestart met het idee: het ergste wat mij kan overkomen is dat ik op 2 januari bij een interimkantoor moet aankloppen om werk te vragen. Dat schrikte mij totaal niet af, integendeel, dan had ik het op z'n minst geprobeerd. En dat had ik ervoor over. Daar heb ik nu echt geen seconde over moeten nadenken. Geld is ook voor mij nooit een motivatie geweest. Ik ben geen zaak gestart om financieel rijk te worden, wel om een bepaalde de vrijheid te hebben, in een job en hoe ik die invul, op de manier waar ik gelukkig van word, dat is een andere soort rijkdom."

Nele: "Toen ik startte met mijn eigen bedrijf heb ik mij wel deze vraag gesteld en de mogelijke scenario's op een rijtje gezet. Daarbij was het voor mij echter belangrijk om nog een bijkomende vraag te stellen en dat was "Ben ik dan bereid om dit offer te brengen?" En dit was volmondig ja omdat ik het op zijn minst geprobeerd wou hebben en niet op mijn oude dag mij de vraag zou moeten stellen "Wat als?". Voor mij is het plan B om mij dan terug beschikbaar te stellen op de arbeidsmarkt in een job waar ik terug financiële middelen kan opbouwen om nadien terug te proberen en mijn kans als ondernemer te wagen, weliswaar rekening houdend met de Lessons Learned."

5. Heb je hulp gekregen van instanties of personen die cruciaal waren om de stap naar ondernemerschap te wagen?

Karen: "Ja, hier zijn 3 mensen heel cruciaal geweest, allereerst Sophie Bijnens van Motmans & Partners, zonder haar inzicht tijdens de loopbaanbegeleiding, was ik er nooit over beginnen nadenken om een eigen zaak te starten. Vervolgens Eric Monard, van Monard Law, die heeft me tijdens een goed gesprek het spreekwoordelijk duwtje in rug gegeven en me gemotiveerd om me nog extra te specialiseren in mijn vak. Dankzij zijn motiverende woorden, ging ik op Culture Camp bij Zappos in Las Vegas om mijn rugzak te vullen met alles wat zij weten over klanten en medewerkers centraal stellen. En als laatste wil ik mijn man noemen, Hans Similon, hij heeft ervoor gezorgd dat ik heb doorgezet. In die eerste maanden, als je veel geld uitgeeft en er amper iets binnen komt, heb ik heel vaak gedacht: 'Is dit wel iets voor mij? Kan ik met die onzekerheid leven?' Zonder hem was de kans groot dat ik had opgegeven, bezweken onder de financiële druk. Grote dankjewel dus aan alle drie."

Nele: "Ja, ik heb een traject van loopbaanbegeleiding gevolgd om te weten te komen waar mijn sterktes en valkuilen als persoon lagen. Daarnaast heb ik over mijn plannen veel met de mensen in mijn netwerk gesproken en zij hebben mij uiteindelijk gestimuleerd te stap te zetten. Een goede vriend van mij heeft mij uiteindelijk de push gegeven om uit de comfortzone te stappen en bood mij een eerste project in zijn bedrijf aan. Ik geloof dat het bijzonder belangrijk is om te kunnen ondernemen dat je je omringt met mensen die in je geloven als persoon, die je stimuleren, motiveren en je niet naar beneden halen."

6. Zou je naar het buitenland verhuizen als blijkt dat zo de slaagkansen van je start-up verhogen?

Karen: "Ja, ik zou zeker ooit naar het buitenland verhuizen, maar niet alleen om de slaagkansen van mijn start-up te verhogen. Wij hebben een zoontje van 2 jaar en 8 maanden en merk dat ik bij verandering, iedere keer de impact op hem, mee in rekening neem. Ik leg de aandacht voor beide ook continu in de weegschaal, dat is soms nog een zoektocht, maar met een goede planning en hulp van mijn schoonmoeder lukt dat best wel."

Nele: "Ja, ik zou dit doen omdat je jezelf als bedrijf steeds in vraag moet durven stellen en bijsturen waar nodig."

7. Vind je dat start-ups in Limburg meer of juist minder 'gepamperd' moeten worden?

Karen: "Mijn vrienden en familie, die niet in Limburg wonen, vragen mij heel vaak: hoe komt het toch dat al die straffe ondernemersverhalen uit Limburg komen? Dat pampereen werp dus duidelijk zijn vruchten af, daarom zeg ik: blijven doen!"

Nele: "Ik denk dat er vandaag de dag al een vrij stimulerend klimaat is om mensen aan te moedigen een eigen bedrijf te starten. Het lijkt mij dan ook niet nodig om start-ups nog meer te gaan pampereen. De inspirerende verhalen worden bekendgemaakt, er wordt ingespeeld op de noden, de incubatoren en ondersteuning is aanwezig. Als je het vandaag dan nog niet doet, gaat het niet gebeuren. Voor mij lijkt het vandaag makkelijker om een bedrijf te starten dan enkele jaren geleden."

8. Met welke Limburgse ondernemer zou je over 20 jaar graag vergeleken willen worden?

Karen: "In mijn jeugd was ik nooit fan van maar 1 artiest, maar kon ik over verschillende stijlen heen, genieten van verschillende genres. Zolang die artiest zich maar onderscheidde, op zijn eigen manier, volop ging voor zijn overtuiging. Dat is vandaag nog niks veranderd als ik naar de ondernemers rondom mij kijk. Velen inspireren mij, maar ik zou binnen 20 jaar vooral graag een nog straffere versie van mezelf zijn!"

Nele: "Moeilijke vraag, het zijn er wel een paar. Ik zou graag vergeleken willen worden met personen die authentiek hun onderneming hebben uitgebouwd, de dingen anders hebben gedaan, moed en lef hebben getoond, hun sector op hun grondvesten hebben doen daveren en veel respect hebben voor klanten en hun medewerkers."

9. Wat doe je om de concurrentie in je sector voor te blijven?

Karen: "Vooral niet te veel kijken naar wat concullega's doen, maar wel leren van andere sectoren. Op zoek gaan naar zaken die zij doen om de verwachtingen naar hun klanten te overshooten en dat vertalen naar onze business. Er vooral ons eigen ding mee doen. Wij kopiëren nooit zomaar iets, maar passen alles aan in het verhaal van Marcells Journey. En we scholen ons regelmatig bij. Na Zappos in 2016, ging ik vorig jaar naar Vlerick Business School en dit jaar naar Hyper Island. Met de aangeleerde methodieken gaan wij nadien ook aan de slag, vertalen die naar Marcells Journey en zorgen zo voor een uniek verhaal en ervaring"

Nele: "Authentiek zijn als personen, ons verhaal vertellen. Niet naar de eigen sector kijken maar wel daarbuiten en hier inspiratie uithalen. Jezelf en je bedrijf continu blijven heruitvinden door uit je "kot te komen" en naar lezingen, inspirerende plekken te gaan (vb. Hyper Island). De dingen anders doen dan je concullega's. Durven feedback vragen aan je klanten en dit ook weer gaan bijsturen waar nodig of indien het geapprecieerd wordt nog verder gaan uitwerken".

10. Zou je zwichten voor een miljardair die morgen aan je deur staat om je start-up over te nemen?

Karen: "Goh, als iemand Marcell wil kopen, dan mag dat, maar ik vrees dat er dan al snel een broertje of zusje voor Marcell zou volgen. Ik beleef vandaag nog veel te veel plezier aan het ontwikkelen en herwerken van onze methodieken, en ze vervolgens live te zien gaan tijdens onze workshops ;-)"

Nele: "Enkel als ik mijn ding er voldoende mee heb kunnen doen en ik het gevoel heb er zelf klaar mee te zijn en een nieuwe uitdaging nodig te hebben. Ik zou het gekregen geld dan ook investeren in de nieuwe uitdaging."

11. Welk cadeau zou je het eerste personeelslid geven dat 20 dienstjaren op de teller heeft?

Karen: "Zover ga ik het niet laten komen! 20 jaar voor hetzelfde bedrijf? Dat verwacht ik niet van een medewerker, een mens raakt vastgeroest. Ik zou na 5 jaar een traject loopbaanbegeleiding aanbieden!"

Nele: "Een reis doorheen de tijd en de realisaties waartoe deze persoon heeft bijgedragen en dit ook weergeven in het bedrijf (vb. Wall of Glory). Daarnaast zou ik op zoek gaan naar een passend cadeau dat aansluit bij de drijfveer van de betrokkene. Stel dat deze persoon vooral gemotiveerd wordt door het team, dan zou ik inzetten op een teamevent waar deze persoon in de kijker wordt gezet. Stel dat de persoon gedreven wordt door het kunnen hebben van slagkracht, dan zou ik hem of haar een nieuwe belangrijke uitdaging in het bedrijf laten trekken."

POLITIEKER ÉN ONDERNEMER: EEN HAALBARE COMBINATIE?

Met de gemeenteraadsverkiezingen in het vooruitzicht worden her en der namen gelost van kandidaten die naar de stem van de kiezer zullen dingen. Daarbij zijn traditioneel ook een aantal ondernemers, die de moed vinden om het taboe te doorbreken. "Want kleur bekennen houdt altijd een risico in op negatieve reacties van klanten", zo beseffen zij die de sprong wagen. Een vrees die niet onterecht is, zo blijkt.



Martin Vandereyt is een gerenommeerd bouwondernemer uit Zonhoven, die zopas heeft aangegeven de lijst van de lokale CD&V te gaan versterken. "Het klopt dat veel ondernemers en zelfstandigen prima politici zouden kunnen zijn, maar zij zich niet verkiesbaar willen stellen omdat er een taboe op rust", zegt hij. "Zeker voor handelaars die producten of diensten aanbieden bij het grote publiek, ligt dat heel gevoelig. Toen ze mij zijn komen vragen, heb ik ook eerst gepolst naar de reacties bij vrienden en kennissen. Er was eigenlijk niemand die heel enthousiast was en het me 100 procent kon aanraden."

En toch gaat hij ervoor. "Ik heb doorheen de jaren veel ervaring en kennis opgedaan in de ondernemerswereld, en dat wil ik via de politiek aanwenden in het voordeel van andere ondernemers. Ik stel vast dat de inspanningen voor het bedrijfsleven nu maar heel sporadisch gebeuren en er niet bij alle beslissingen rekening wordt gehouden met de impact op de ondernemingen. Dat is nochtans heel belangrijk, want zij zorgen voor tewerkstelling en welvaart. Er zijn overal politici met die focus nodig."

En waarom precies CD&V? "Eerlijk gezegd zijn er meerdere partijen die me gevraagd hebben", aldus Martin Vandereyt. "Ik heb naar de diverse visies geluisterd en die van CD&V sprak me het meeste aan. Ik ben ook christelijk opgevoed, al is dat bijzaak. Ik ben van plan om met alle overtuigingen samen te werken die een rol van betekenis voor de ondernemers willen spelen."

BOEGBEELD

Had ook op een CD&V-lijst kunnen staan: Angelo Bruno, schepen in Genk en eigenaar-zaakvoerder van de tankstations en andere diensten onder de noemer Group Bruno. "Klopt, want ik ben nog misdienaar geweest", lacht hij. "Ik heb eerst een tiental jaar in de sociale sector gewerkt, waar ik me kon inzetten voor mensen die het moeilijker hebben in de samenleving. Buurtwerk, jeugdhuisen, parochiale werken,... van die dingen. Het is daar dat ik priester-arbeider Jef Ulburghs heb leren kennen. Mijn boegbeeld. Het is via hem dat ik uiteindelijk bij sp.a ben beland. En dat is prima, want ik kan me nog steeds bezighouden met de sociale accenten in het beleid."



Of zijn politiek mandaat indruist tegen de belangen van zijn onderneming? "Nee, behalve misschien dat je heel voorzichtig moet zijn om mee te doen aan aanbestedingen of subsidies aan te vragen, want dan wordt er heel snel een schijn van partijdigheid ingeroepen, ook al is dat nergens voor nodig. In het algemeen vind ik het juist een verrijking om ook ondernemer te zijn. Ik kan in ons bedrijf het goede voorbeeld geven van een sociale werkgever te zijn. Tewerkstelling creëren en mensen kansen geven om uit de armoede te geraken. Wij doen dat bij Group Bruno en tonen zo aan dat ondernemingen een katalysator kunnen zijn om de samenleving van dienst te zijn."

Zijn er mensen die omwille van de politieke kleur elders gaan tanken? "Zo zullen er zeker zijn. Maar dan denk ik dat het eerder te maken heeft met de persoonlijke sympathie voor de ene of de andere, en niet met de partij van de eigenaar."

Een bijkomende moeilijkheid die Bruno ervaart als politicus-ondernemer is het nationale partijstandpunt. "Het gebeurt bij alle partijen dat de top beslissingen neemt die niet stroken met de mening van de lokale mandatarissen", zegt hij. "Zo zit politiek in elkaar. Het is water bij de wijn doen. Compromissen sluiten, evenwicht zoeken en af en toe op uw tong bijten. Al is dat niet altijd gemakkelijk in mijn geval... (lacht)"

VERGUNNING

Iets minder enthousiast over zijn politieke carrière, is een gemeenteraadslid van een Zuid-Limburgse gemeente. "Ik ben daar eerlijk in. Ik had destijds voor mijn bedrijf een vergunning nodig die niet zo evident was", vertelt hij. "De burgemeester, voor wie ik wel enige sympathie had, vroeg me bij de bespreking over die vergunning of ik niet op zijn lijst wou komen staan. Er werd niet expliciet gezegd dat het zou meespelen, maar zo voelde het wel aan. Ik heb dan maar toegezegd en geraakte eigenlijk zonder campagne te voeren, ook nog verkozen. Maar veel tijd steek ik daar niet in. Sommige dossiers zijn interessant om te volgen, maar de politieke spelletjes steken mij dik tegen. Je moet vaak tegen iets zijn omdat de anderen er voor zijn. In het bedrijfsleven werkt het totaal anders. Daar beslis je objectief op basis van feiten en cijfers. De politiek ontgoochelt mij. Ik ben zeker geen kandidaat meer in oktober, ook al is dat niet fijn voor mijn partijgenoten die het wel goed menen."

PERSONA NON GRATA

Een andere anonieme getuige, die professioneel een vrij beroep uitoefent, houdt de politiek ook voor bekeken. "Mijn grootste frustratie is dat je door op een lijst te gaan staan, door velen als 'de vijand' wordt beschouwd. Hoewel ze zelf geen kleur bekennen, zijn er toch veel mensen die je in een hokje duwen en je scheef gaan bekijken. Ze associëren je direct met de partijkopstukken die op tv komen en geloven dat je zelf ook achter al die standpunten staat. Ja, ik heb het aantal klanten zien teruglopen sinds ik in de politiek ben gestapt. De vaste klanten zijn wel gebleven, maar voor heel wat anderen ben ik toch een soort 'persona non grata' geworden. En dat is jammer, want zeker op gemeentelijk vlak streven de meeste politici naar de beste beslissingen voor iedereen, ongeacht de kleur. Dat wordt echter niet altijd zo bekeken. Ik ga me opnieuw wat neutraler opstellen, los van de politiek. Achteraf gezien was een interessante ervaring, maar voor mij hoeft het niet meer."

ERIK GERITS!



In deze rubriek beantwoordt een topman of vrouw uit het Limburgse ondernemersleven een vraag die hem door zijn voorganger op deze pagina wordt gesteld. We bijten de spits af met een vraag aan Erik Gerits, gedeputeerde van Economie en algemeen directeur van voetbalclub KRC Genk.

“Zou je andere mensen de raad geven om van hun hobby hun beroep te maken als de kans zich voordoet?”



Ik vraag het aan

“Je kent allicht de bekende uitdrukking: ‘Als je van je hobby je beroep kan maken, dan hoeft je geen dag te werken.’ Echter, niet iedereen kan muzikant of voetballer worden. Vanuit mijn functie bij KRC Genk ken ik heel wat jonge voetballertjes die dromen om de volgende Messi te worden. Dit is echter weggelegd voor de ‘happy few’: zij die zeer getalenteerd zijn en beschikken over veel werkkracht en doorzettingsvermogen.”

“Toch is er niets mooiers dan van je hobby of je passie je beroep te kunnen maken”, aldus nog Erik Gerits. “Maar dit mag zeker niet blind gebeuren. En niet van iedere hobby of passie kan je ook een inkomen bekomen waar je van kan leven. Maar waar een wil is, is vaak wel een weg. Soms moet je ook verder durven kijken. Ikzelf ben hiervan het beste voorbeeld: het was snel duidelijk dat ik als jong voetballertje niet was weggelegd voor een carrière als profvoetballer, maar ik kan wel elke dag meewerken aan een mooi voetbalproject.”

“Belangrijk is dat iedereen uitgaat van zijn talenten. Ik ben nog nooit iemand tegengekomen die geen talenten had. Deze opsporen en ze op de beste manier inzetten, lijkt eenvoudig maar is het niet altijd voor iedereen. Toch is dit voor mij de vertrekbasis. Daarnaast is het belangrijk om je passie te volgen. Probeer een beroep te kiezen dat aansluit bij je passie(s), zodat je elke morgen kan opstaan met goesting om te gaan werken. Zelf heb ik het geluk gehad om 25 jaar geleden bij KRC Genk te mogen beginnen en ik kan zeggen dat er tot op heden geen enkele dag is geweest dat ik met tegenzin ben gaan werken. Elke dag opnieuw gaan we met hart en ziel aan de slag om samen met de rest van ons team KRC Genk te maken tot de nummer 1 voetbalclub, waar onze supporters zich thuis voelen.”

En de directeur heeft nog meer goede raad in petto: “Ook in mijn politiek werk was het mijn gedrevenheid om mee te bouwen aan een betere samenleving. Iedere dag opnieuw, eerst als schepen van stad Genk, maar de voorbije jaren als gedeputeerde voor de Provincie Limburg, heb ik dagelijks mijn passie voor mijn stad, onze regio en onze provincie getoond. Maar er waren ook vele Limburgers op mijn pad waar ik mee heb mogen samenwerken. Stuk voor stuk Limburgers met een groot Limburggevoel. Het motto tijdens mijn beleidsverklaring was dan ook: ‘Groeï is niet gewoon toeval maar het resultaat van krachten die samenwerken’. Juist door die samenwerking, door de juiste gepassioneerde mensen samen te brengen, kun je stappen vooruit zetten.”

En Gerits besluit: “Van je hobby je beroep maken, het is in de eerste plaats je passie brandend houden en je talent zo optimaal mogelijk benutten, om zo, in de job waarin jij je goed voelt, er iedere dag opnieuw voor te gaan! Dat is de raad die ik iedereen aanbeveel, en het is dan ook mijn overtuiging dat ondernemers, dat werkgevers met open armen klaarstaan om die passie binnen te halen.”

Tekst: Kurt MEERS
Foto: MIL

Voor het volgende magazine stelt Erik Gerits een vraag aan Ronnie Leten, voormalig CEO van multinational Atlas Copco: “Welke oplossing kan u aanreiken voor het tekort aan technisch geschoold personeel?”

De toekomstdenker

Elke maand kijken we samen met een toekomstdenker hoe een sector de volgende jaren zal evolueren. Vandaag hebben we het met David Vanoppen over de bescherming van persoonlijke gegevens.

DAVID VANOPPEN (PRIVATUM)

Neen, GDPR heeft niets te maken met de gerechtelijke politie of met public relations... Er zijn nog heel veel bedrijven die niet weten wat dat beestje betekent, laat staan dat ze actie ondernomen hebben om de Europese verordening toe te passen. "En toch zal de impact op iedere organisatie enorm groot zijn", zegt David Vanoppen, die als toekomstdenker enkele maanden én jaren vooruitkijkt naar de gevolgen van GDPR.

"GDPR staat voor General Data Protection Regulation, en is kort samengevat, een Europese verordening die de persoonlijke gegevens van ieder individu moet vrijwaren", aldus David Vanoppen, Managing Partner van Privatum, een Limburgse onderneming die zich toespitst op advies rond GDPR en andere vormen van gegevensbescherming. "Vanaf 25 mei moeten alle data beschermd worden waarmee iemand kan geïdentificeerd worden, zoals naam, adres, telefoonnummer, e-mailadres of foto, maar ook andere persoonlijke gegevens zoals het loon of het medische dossier. Elk individu heeft door GDPR het recht te weten wie zijn gegevens bijhoudt en wat ermee gebeurt. Hij mag ook de data laten wijzigen en zelfs laten schrappen. Bedrijven of organisaties die de wet overtreden, zijn strafbaar en kunnen boetes oplopen."

KRITISCHE BLIK

David Vanoppen (ex-Icasa) ziet twee fases in dit verhaal. "Eerst is er de nabije toekomst, met het ingaan van de verordening op 25 mei. Er is al een hoop 'fuzz' gecreëerd rond GDPR, en een aantal grote organisaties zijn dan ook al langer bezig met zich in orde te stellen en zich dus 'GDPR-compliant' te maken. Met ons bedrijf Privatum hebben we zo al grote klanten geholpen als Joyn en Callexcell. Maar ook bij kleinere ondernemingen merken we dat de vraag naar advies spectaculair toeneemt naarmate de deadline nadert. Het voordeel van een extern expert in te schakelen is dat alle processen onbevooroordeeld, met een kritische blik, worden bekeken en zo vele problemen worden ontdekt die niet in overeenstemming zijn met de GDPR-richtlijnen. De overtredingen zijn meestal niet dramatisch of te kwader trouw, maar worden toch best integraal aangepakt. Met een aantal verbetervoorstellen kunnen klanten aan efficiëntie winnen. Wij helpen hen om als een goede huisvader met hun gegevens om te springen."

LANGE TERMIJN

En eens de hype voorbij is (tweede fase, na 25 mei), kunnen de advieskantoren zoals Privatum dan definitief de deuren sluiten omdat hun job erop zit? "Hoegenaamd niet, want de technologische evolutie gaat zo snel, dat er zich telkens nieuwe opportuniteiten voordoen waar ondernemers gretig op zullen inspelen", voorspelt



David Vanoppen. "Dat maakt dat er telkens opnieuw moet gekeken worden naar de verenigbaarheid met de GDPR-regels. De screening en het uitrollen van de oplossingen zal dus in de toekomst permanent noodzakelijk zijn. Een reflex die een evidentie zal worden."

Is de procedure rond het opzetten van GDPR-compliance vergelijkbaar met de implementatie en controle op een ISO-norm of andere kwaliteitslabels? "Ja, met het verschil dat GDPR verplicht is en een ISO niet, wat leidt tot andere gevolgen voor wie ermee in orde is. Ik vergelijk GDPR eerder met situaties, zoals illegale tewerkstelling. De wetten zijn er, de controles ook. Wie zich toch laat betrappen op zwartwerk, moet op de blaren zitten. Wij benaderen het echter positief. Door preventief alle processen volgens de regels te optimaliseren, kunnen bedrijven op beide oren slapen en zal GDPR hen belangrijke voordelen opleveren. Want wie wil er nu niet samenwerken met een betrouwbare partner die vast en zeker als een goede huisvader met zijn gegevens omgaat?"

Tekst: Kurt MEERS
Foto: MiL

Maak van uw dak de hoogste winstpost van uw bedrijf.

TAP HIER voor uw berekening of offerte



U plaatst zonnepanelen bovenop uw hoogste verdieping? Dan maakt u pure winst na het terugverdienen van uw investering. Zeker wanneer u er nog groenestroomcertificaten bovenop krijgt. Bereken uw rendement of vraag uw offerte op luminus.be/zon.

In deze rubriek zoomen we in op een bedrijf dat bij het grote publiek en collega-ondernemers onder de radar blijft, maar desondanks erg knappe projecten realiseert en indrukwekkende prestaties neerzet.

BECHTLE DIRECT WEBWINKEL VAN 30 MILJOEN

Bechtle Direct, zegt u dat direct iets? Met een omzet van meer dan 30 miljoen euro en zo'n 60 personeelsleden is het een uit de kluiten gewassen KMO die jaar na jaar nieuwe recordcijfers neerzet. De afgelopen 5 jaar wist de online handelaar in computerbenodigdheden zelfs te verdubbelen. Nochtans is deze parel niet meer helemaal verborgen, want eerder deze maand verhuisde Bechtle Direct naar een nieuwe zichtlocatie in Neerpelt.

Bechtle Direct is een grote verkooporganisatie die via het internet allerlei hard- en softwaretoepassingen aanbiedt. Daarnaast brengt het ook IT-systemen en 'managed services' aan de man voor de B2B-markt. De Belgische tak is een dochterbedrijf van het Duitse Bechtle E-Commerce Holding AG, sinds 2000 beursgenoteerd. De multinational is actief in 14 Europese landen. Er zijn ongeveer 70.000 artikelen in stock, allemaal IT en elektronica-gerelateerde producten. Het bedrijf mikt tegen 2020 op een omzet van 5 miljard euro en 10.000 werknemers.

DUBBEL

De afdeling voor België wordt geleid door gedelegeerd bestuurders Ruth Wachelder (alg. manager) en Raf Peeters (CFO). Die wisten met hun team, sinds het eerste volledige boekjaar (2002) een steile opmars te realiseren. Waar aanvankelijk een omzet van zo'n 3 miljoen miljoen euro werd geboekt, is dat cijfer inmiddels vertienvoudigd. De afgelopen 5 jaar ging het om een verdubbeling, wat wijst op de sterke groei.

Bechtle Direct ging in België van start vanuit een klein kantoor in Hamont-Achel. Toen die locatie te klein werd, drong een verhuizing naar naar Neerpelt (Heerstraat) zich op. Maar ook daar bleek de kantoorruimte snel te klein, waardoor een nieuwe locatie moest gezocht worden. Elders in Neerpelt, meer bepaald aan het Knooppunt, is begin maart een splinternieuw pand officieel geopend.

ONTPLOOIING

"Het is een plaats met een rijke economische geschiedenis, waar decennialang de sigarennijverheid floreerde", zegt burgemeester Raf Drieskens. "Later kwamen er op die plaats textielabriekjes, wat enorm veel werkgelegenheid in onze regio opleverde. Deze site in Neerpelt heeft alle kansen voor een hoogwaardige ruimtelijke en economische ontplooiing. Met de komst van Bechtle Direct wordt daar meteen invulling aan gegeven." Zo'n 60 medewerkers verdienen er voortaan hun boterham.

Tekst: Kurt MEERS
Foto: MiL



DRESS FOR SUCCESS

Niet alleen je skills, ook je kleding speelt een belangrijke rol om een goede indruk te maken. Dé outfit voor succes? Die zit onder meer verscholen in de keuze voor de juiste kleuren... .

Blue: not only for Mondays

Blauw is de haast 'rationele' kleur die vertrouwen en rust uitstraalt. Met blauwe kleding kom je **evenwichtig**, **efficiënt** en **stabiel** over. Geen evidente meeting voor de boeg? Blauw is je partner in crime om vertrouwen te winnen!

Tip: Combineer verschillende tinten blauw om je outfit niet te eentonig te maken.

Lady in red

Rood is dé kleur van de passie en gedrevenheid. Heb je moeilijke onderhandelingen in het vooruitzicht, dan laat je knalrood best achterwege wanneer je je outfit kiest. Rood geeft een **strijdvaardige en vastberaden indruk**: perfect voor wanneer je je team moet **motiveren**!

Tip: Kies voor een bescheiden touch of red: een rode handtas bijvoorbeeld. Dit seizoen combineer je rood naadloos met (fel) roze voor wat extra punch!



SHOP THE LOOK ▶



SHOP THE LOOK ▶

Ontdek deze outfits voor succes op www.cityfashion.be/madeinlimburg >

In deze rubriek leggen we een bedrijfsleider enkele pittige vragen voor over onderwerpen die niet direct met het bedrijf te maken hebben ...

GRETE REMEN CEO VAN DAMHERT NUTRITION

1. Voor een etentje in welk restaurant zou je een afspraak durven verzetten?

Ben niet het type om afspraken te verzetten ... toch niet voor een etentje.

2. Waar ga je bewust iets kopen omdat het aanbod 'Made in Limburg' is?

Ik koop alles lokaal of liefst zoveel mogelijk. Onze handelaars zijn de basis van onze sociale welvaart. Ook in ons bedrijf pas ik constant de gunfactor toe; we kopen onze wagens, drukwerken enz altijd in de buurt. Ook onze aankoop van grondstoffen zo dicht mogelijk, korte keten bevorderen. Zo zijn we zeker waar en in welke omstandigheden onze producten worden gemaakt. Think global, act/love local is mijn adagium. Waarom ver weg kopen als het hier ook verkrijgbaar is?

3. Als je niet naar het budget moet kijken, welke auto staat dan in je garage?

Ik ben tevreden van mijn wagen. Dus hunker echt niet naar een Bentley of een Rolls.

4. Op welke leeftijd wil je het roer van je onderneming doorgeven?

Oei, daar zijn we nu niet mee bezig maar ook realistisch zijn. Niets is eeuwig en een einde kan een nieuw begin zijn. Een leeftijd is hier niet op gepind, misschien wel de drang naar een iets rustiger leven... Maar eens een ondernemer, altijd ondernemer. Ik heb geen zittend gat zeggen ze in Limburg!

5. Aan welke huishoudelijke taak heb je een absolute bloedhekel?

Eerlijk? Aan eten klaarmaken... In het weekend heb ik meer tijd, maar tijdens de week is en blijft dit een heuse opgave. Want je moet ook alles in huis hebben, de smaken verschillen ook in ons 7-koppig gezin, dus moet ik iedereen eens 'pleasen'... En dan de afwas! Pff... Gelukkig helpt dan iedereen een handje.

6. Met welke Limburgse ondernemer (M/V) zou je een Blind Date (Bizz) wel zien zitten?

Als ik zelf mag kiezen is het wel geen Blind Date ;-) Maar als ik toch moet kiezen, liefst iemand met goeie Limburgse humor, zoals Armand Schreurs. Want lachen is gezond!

7. Op welke sportprestatie ben je stiekem jaloers?

Ik ben zelf niet sportief en ook niet een jaloers type. Hard werken wordt altijd beloond. Ik zou eerder mijn bewondering uitdrukken voor degenen die N° 1 worden worldwide (ongeacht welke sport) en dan met de voeten op de grond blijven. Kim Clijsters is een sprekend voorbeeld maar ook Nafi Thiam blinkt uit in prestatie en haar nederigheid siert haar enorm.

8. Over welk onderwerp zou je een boze lezersbrief naar een krant durven sturen?

Over dierenmishandeling kan ik me serieus kwaadmaken. Maar eigenlijk over onrechtvaardigheid ten opzichte van zwakkeren het algemeen. De maatschappij is maar zo sterk als de zwakste schakel.

9. Waar mag het vakantiehuis staan dat de Nationale Loterij je cadeau wil doen?

Ik zou nooit een huis kopen in het buitenland. Maar als het wordt aangeboden, kies ik voor Zanzibar, aan een strand met wit zand, blauw-groen water met een temperatuur van 30°. Time for Africa zou ik zeggen.

10. Met welk zelfgemaakt gerecht durf jij je inschrijven voor een kookwedstrijd?

Met gâteau crème au beurre. Ik ben een kleindochter van een bakker. Dus met een eeuwenoud dessert van mijn opa durf ik die competitie aan!

11. Wie krijgt zeker een vermelding in je speech als je de Nobelprijs voor Economie wint?

Margrethe Vestager, de Europese commissaris voor Mededinging. Een dame met pit die haar tanden durft te tonen tegen de giganten als Apple, Google, Facebook, en andere. Door hun dominantie omzeilen ze elementaire regels en houden zo oneerlijke concurrentie en een ongelijk speelveld in stand ten nadele van onze KMO's. Zij durft de machtsposities aan banden leggen. Topdame!

Tekst: Kurt MEERS
Foto: MiL



PAARD EN KAR

Een tijdje geleden was ik te gast in Maleisië, om er als 'onafhankelijk waarnemer' de gecontesteerde palmolie-industrie te leren kennen. Palmolie zou slecht zijn om twee redenen. Een aantal gezondheidsexperts beweren dat er een negatief effect is op hart- en bloedvaten. Minstens evenveel collega's weten dat palmolie 100% natuurlijk is, en vinden het zeker gezonder dan boter of andere vetstoffen. Wie van beiden gelijk heeft, kan ik als niet-wetenschapper onmogelijk weten, maar ik ben geneigd de tweede groep te geloven. Gezien de massale hoeveelheden palmolie die we dagelijks verorberen, zouden eventuele negatieve effecten al lang boven water gekomen zijn. Unilever en Nestlé kunnen zich dat echt niet permitteren. Vast staat wel dat sommige marketeers van de concurrentie, de twijfel bij Jan-met-de-pet uitbuiten door hun koekjes, choco, babyvoeding, pizzadeeg, maar ook zeep, tandpasta of kaarsen aan te prijzen als 'palmolie-vrij'. Ze willen zich onderscheiden in de markt door te doen uitschijnen dat palmolie schadelijk is. De banggemaakte, onwetende consument wordt dus (voor de platte commerce) om te tuin geleid.

Een tweede argument om de palmolie af te schieten, is dat er massaal regenwoud wordt gekapt ten voordele van de industrie. We kregen in Maleisië te zien dat de waardevolle bossen erg goed beschermd zijn en daar nog geen twijgje van mag verdwijnen of de dader de bak in vliegt. Wat wel is: struikgewas, landbouwgrond en wettelijk vastgelegde gebieden worden massaal gebruikt voor het aanplanten van palmbomen om de olie te winnen. Inderdaad: voor het planten van bomen. Extra natuur dus. Luchtzuivering. Fotosynthese. Maar ook dan viert de desinformatie hoogtij.

De lokale bevolking beweert dat internationale ngo's puur uit zelfbehoud propaganda voeren tegen palmolie. Een klagezang over enkele chimpansees (die we trouwens ook gezien hebben) die door de palmindustrie uit het regenwoud zouden verdreven zijn, volstaan om massale giften in het laatje te krijgen, zodat de activisten overal wereldcongressen voor een beter milieu kunnen afschuimen.

Een vertegenwoordiger van de lokale boeren (die in Maleisië allemaal overschakelen op het winnen van palmolie), maakte zich kwaad. "Waarom komen jullie hier een waarde-oordeel vellen over wat wij doen? Wij planten bomen aan omdat de palmolie ons een inkomen bezorgt. Wat moeten wij doen? Onze dorre grond onbewerkt laten en met paard en kar de tijd laten stilstaan? Allemaal gaan doppen? Jullie hebben gemakkelijk praten met die grote industrieterreinen en dure luxe-auto's op de snelwegen. Jullie hebben zelf welvaart gecreëerd door grond en natuur op te offeren voor woonwijken en fabrieken. Kom ons dus niet de les spellen als wij vooruit willen in het leven."

Point taken. Maar wacht eens... Kijken we even vlakbij huis naar dossiers als Essers, Terhills of de Noord-Zuid. Ook daar tiert de desinformatie welig over een paar bomen die onze voortuitgang, welvaart en werkgelegenheid in de weg staan. Maleisië ligt korter bij Limburg dan we denken. Verkiezingskoorts, losgelaten op de kap (!) van de onwetende burger. Erg.

Kurt Meers



CARMETUM

OUTSTANDING

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

WWW.CARMETUM.BE

facebook



LinkedIn

VOLGENDE VERSCHIJNING:
27 APRIL 2018



demarketingafdeling



COLOFON

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

Contact: redactie@madeinlimburg.be

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

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