

**made
in**

MAGAZINE

Limburg

Filip Dings (Schevenels):

**“ ER BESTAAT EEN FORMULE
VOOR SUCCESVOL
ONDERNEMEN ”**

**KIM SEVERY KOMT THUIS
BIJ MAMZEL**

**STIJN MEURIS DIENT BURGEMEESTER
VAN ANTWOORD**

PUUR
ONDERNEMEN



4,2 - 10,0 L/100 KM · 111 - 229 G CO₂/KM (volgens de NEDC-normen).

Milieu-informatie KB 19/3/2004: www.mercedes-benz.be - Geef voorrang aan veiligheid.

Stijl en sport aan topcondities.

Ontdek nu onze **Sport Edition** modellen aan zeer scherpe prijzen op mercedes-benz.be/acties of bij uw Erkend Concessiehouder Mercedes-Benz.

- Grote selectie Sport Edition modellen
- Uitzonderlijke Saloncondities
- Interessante overnamepremie

Aanbod geldig bij aankoop van een nieuwe personenwagen Mercedes-Benz van 01/12/2018 t/m 03/02/2019. Niet cumuleerbaar met de star- of diploma-voorwaarden en Business Solution varianten. Overnamepremie geldig bij overname van de huidige wagen (minimum 6 maanden ingeschreven op naam van de huidige eigenaar) door uw Erkend Concessiehouder Mercedes-Benz (behalve Citan, Vito, Sprinter, V-Klasse, X-Klasse, G-Klasse). Aanbod onder voorwaarden bij de deelnemende Erkende Concessiehouders Mercedes-Benz, meer informatie op www.mercedes-benz.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

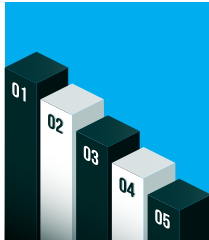
Boslaan 57
3650 Dilsen-Stokkem
Tel. 089 51 84 30

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 FILIP DINGS

p. 7

Hoe zou het zijn met ... TONY SMETS

p. 9



Met vallen en opstaan KIM SEVERY

p. 10

New Kid on the Block MICHIEL VANDEWEYER (BULLSWAP)

p. 12



Spraakmakend SLAAGKANSEN VAN START-UPS

p. 15

Ik vraag het aan STIJN MEURIS!

p. 17



Den bureau van de CEO ERIK GERITS

p. 18

Verborgen parel BEFRAKO

p. 20



Out of Office ALEXANDRA LIMAGE

p. 22

ONS GEDACHT

p. 24



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

HIER ZIJN ZE: DÉ FOTO'S VAN DE VOKA INVITITO!

Het was er 'boenk' op: de Nieuwjaarsinvitito van Voka Limburg mocht wederom op een massale belangstelling rekenen.

Na de verwelkoming en boodschap van voorzitter Francis Wanten (Doén, ondernemers, doén!) werden de buffetten en togen geopend voor een wervelende netwerkreceptie. Een fijne selectie van de deelnemers aan het feestgedruis, herkent u op **de fotopagina op onze website**.

2

VERRASSING: KIM NEEMT MAMZEL OVER VAN KIM

Kim Severy die vele jaren samen met Kim Hardy het succesverhaal van cadeautjesbedrijf Mamzel heeft geschreven, treedt na 2,5 jaar als stille vennoot opnieuw op de voorgrond. Ze koopt alle aandelen over van Kim Hardy, die zich gaat toeleveren op een ander project.

Mamzel ontstond in de eigen huiskamer van Kim Hardy en had als doel zoveel mogelijk andere huiskamers te vullen met geluk, in de vorm van kleine en leuke hebbedingetjes. Die werden via homeparties aan de man/vrouw gebracht door Mamzellen, zoals de energieke demonstratrices van het bedrijf worden genoemd. Kort na de start stapte Kim Severy mee in de zaak en samen bouwden Kim & Kim Mamzel uit tot een stevige kmo. Een eigen bedrijfsruimte in Lummen en een succesvolle e-shop waren enkele stappen in de groeifase.

37 GRADEN

Zo'n 2,5 jaar geleden werd bekendgemaakt dat Kim Severy haar actieve rol in het bedrijf liet varen, maar wel als stille vennoot op de achtergrond zou blijven. Ze richtte onder meer een bezorgservice voor gezonde lunches op en voerde opdrachten uit voor Unizo Limburg en Deusjevoov.

Intussen trok Kim Hardy verder aan de kar van Mamzel. Gaandeweg geraakte ze in de ban van een nieuw project, 37° genoemd. Het is een formule waarbij hedendaagse designers gekoppeld worden aan het handenwerk van mensen met een beperking, waardoor duurzame producten met commerciële potentie gecreeerd worden. "Ik zie veel mogelijkheden in de sociale- en de zorgconomie. En maak ik tijd in mijn agenda en ruimte in mijn hoofd vrij voor het onverwachte", aldus Kim Hardy.

VROLIJKHEID

En zo treedt Kim Severy opnieuw op het voorplan. "Ik ga inderdaad voor 100% de schouders onder Mamzel steken, daarin gesteund door een team van wijze en fijne investeerders. "Mamzel is altijd mijn dada geweest, waar ik mijn ding kan doen en gewoon kan zijn wie ik ben", aldus de nieuwe zaakvoerder. "Mamzel is en blijft voor mij een bedrijf waar zoveel positiviteit, vrolijkheid en speelsheid in zit. Een warme community die ik met heel veel passie en goesting verder wil ontwikkelen."

3

MATHIEU GIJBELS (76) OVERLEDEN

Bouw- en vastgoedondernemer Mathieu Gijbels is donderdagochtend op 76-jarige leeftijd gestorven in bijzijn van zijn vrouw en kinderen. Dit nieuws werd door de directie van nv Mathieu Gijbels bekendgemaakt. Mathieu stierf aan de gevolgen van kanker. De meer dan 300 medewerkers van het familiebedrijf nemen op vrijdag 1 februari afscheid van hun stichter.

In 1969 startte Mathieu Gijbels op 26-jarige leeftijd met het bedrijf dat nog steeds zijn naam draagt. De bouwonderneming groeide gestaag van het bouwen van stallen en hangars, over hoogwaardige industriebouw ("industriële villabouw") tot de huidige gevestigde waarde die de NV Mathieu Gijbels is op gebied van bedrijfs- en kantoorbouw.

Zoon Mathi Gijbels, die in 1998 de bedrijfsleiding overnam, vertelt: "Hij is rustig in zijn slaap gestorven, thuis in Genk, omringd door zijn familie. De moed en het optimisme waarmee hij gevochten heeft om terug gezond te worden, was bewonderenswaardig. Maar de ziekte was te sterk en uiteindelijk heeft hij ook in alle rust zijn leven kunnen afronden."

De naam Mathieu Gijbels zullen we nog vaak horen: "Papa heeft als het ware het fundament van ons bedrijf gelegd en er een stevig en mooi pand op gebouwd. Nadat ik de leiding overnam, hebben wij op die fundamenten mogen verder bouwen. Ondernemen in de bouwsector is niet steeds makkelijk, maar als je met die stabiele onderbouw mag beginnen, kan je alleen enorm dankbaar zijn. We hebben de ambitie om Mathieu Gijbels als kwalitatief aannemingsbedrijf nog verder te laten groeien. Vanop de stevige fundamenten."

En hij besluit: "Dit jaar vieren we ook het vijftig jarig bestaan van ons bedrijf, het doet pijn dat papa dat feest niet meer kan meemaken. Maar we gaan hem met alle 300 medewerkers daar zeker een centrale plek geven."



De afscheidsviering van Mathieu Gijbels zal op vrijdag 1 februari in Hangar58 (Bokrijk) plaatsvinden. De redactie en andere medewerkers van Made in Limburg zijn vereerd dat ze met Mathieu Gijbels vele jaren mochten samenwerken. Een 'sjeke tiep', zoals ze zeggen. Zijn heengaan is een groot verlies voor Ondenemend Limburg. Ons diep medeleven gaan uit naar zijn familie, alle medewerkers van het bedrijf en iedereen die goede herinneringen overhoudt aan de fantastische mens die Mathieu Gijbels was.

4

BEDRIJF ACHTER BORSTVOEDINGSBEHA FAILLIET VERKLAARD

Tien jaar na de oprichting is het merk van borstvoedingsbeha's Mammae failliet verklaard. Het afgelopen jaar haalden Martine en Eva Boonen alles uit de kast om het bedrijf te redden, maar dat is niet gelukt.

Het was een lumineus idee: een beha die jonge moeders toeliet om op een elegante, discrete manier hun baby te voeden. Eva Boonen en Martine Boonen (zelfde naam, geen familie) oogstten veel succes met hun concept. Ze wonnen de publieksprijs in het televisieprogramma De Bedenkers en waren laureaat bij wedstrijden als Bizidee en Comeva. Het klantenbestand groeide sterk, onder meer dankzij de steun van gekende ambassadeurs als Zsofi Horvath, Erika Van Tielen, Ann Van Elsen en Anke Buckinx.

Beaunen, zoals het bedrijf achter Mammae heet, groeide snel. De collecties werden niet alleen in België, maar ook in speciaalzaken in een tiental andere landen verkocht. Toch bleef de grote doorbraak en vooral de rendabiliteit uit. In 2017 legden vier business angels 320.000 euro extra kapitaal op tafel om het bedrijf te boosten. De oprichters zetten zelfs een stapje terug in het operationele management.

Na meer dan een jaar zwoegen en zweten om de trein op de rails te krijgen, is uiteindelijk beslist om de beha in de ring te gooien. Donderdagochtend trokken de zaakvoerders naar de rechtbank om de boeken neer te leggen, waarna prompt het faillissement werd uitgesproken. Vier medewerkers (waarvan twee langdurig afwezig) verliezen hun baan. Het spijtige is dat Limburg hiermee een toonbeeld van creatief en innovatief ondernemerschap verliest.

5

ABDIJHOEVE SLUIT NA 58 JAAR DE DEUREN

Peter Withofs en Dominique Vanruxt, uitbaters van de gekende horecazaak Abdijhoeve in Houthalen-Helchteren (Kelchterhoeve), sluiten op 28 februari dit jaar de deuren. Door gebrek aan familiale opvolging eindigt daarmee 58 jaar bedrijfshistoriek.

Het was in 1961 dat Louis Withofs zijn horecazaak opende in het Domein Kelchterhoeve. De Abdijhoeve bestond toen nog uit stallen met een hooizolder. Withofs bouwde gaandeweg de locatie uit tot één van de grootste en bekendste horecazaken van Limburg. Tussendoor bouwde hij ook De Barrier in Houthalen-Helchteren uit tot een gekend restaurant.

Zoon Peter Withofs stapte mee in de zaak, nu ook al meer dan 40 jaar geleden. Er kwam een feestzaal bij waar heel veel families en bedrijven uit Midden-Limburg goede herinneringen aan overhouden. Daar komt eind februari een einde aan.

"Na 58 jaar de zaak met veel passie te hebben uitgebaat, hebben wij er zeer bewust voor gekozen om ons huidig contract niet te verlengen", vertelt Peter Withofs. "Dit komt omdat er geen opvolging is, want mijn dochter en zoon hebben hun eigen professionele weg gevonden. Stephanie runt haar eigen immokantoor ImmoW, en zoon Olivier is golfprofessional. Wij hebben gedurende 58 jaar steeds een zeer goede relatie gehad met de eigenaar, de gemeente Houthalen en dat geldt nog steeds. Maar op 28 februari houdt het dus op."

De familie Withofs is tot slot dankbaar voor het trouwe team en de talrijke vaste klanten. "Maar niets is eeuwig, aan alles komt een eind, en zoals ze zeggen. Zoals nu, in schoonheid..."

FILIP DINGS

SCHEVENELS PROJECT INTERIEURS



“ Overname gedaan omdat overlaters betrouwbaar waren ”

Een succesvolle ondernemer is iemand die weet hoe hij als mens gelukkig kan zijn. Dat is de filosofie van Filip Dings, CEO van interieurbouwer Schevenels Project Interieurs in Heusden-Zolder. Als kaderlid van multinationals reisde hij vroeger de wereld rond, op zoek naar de ideale formule om gelukkig te zijn. Na meer dan 10.000 testcases schreef hij zijn bevindingen neer in een boek. Negen jaar na de overname van Schevenels, moet hij vaststellen dat zijn recept ook bedrijfsmatig werkt. De formule van Filip Dings inspireert intussen honderden andere ondernemers, maar ook politici en andere beslissingnemers. Een opmerkelijk verhaal.

“Het heeft me altijd enorm geboeid waarom sommige mensen gelukkig zijn en andere niet”, zegt hij. “Ik zie veel rijkelui vol frustraties en boosheid, en anderzijds straatarme mensen die altijd stralen van geluk. Met afkomst, religie, cultuur of andere parameters heeft het evenmin iets te maken. Maar met wat dan wel? Gedurende 18 jaar heb ik overal waar ik kwam aan mensen gevraagd wat hen gelukkig maakt. En ook wat hen daarbij belemmert. Al die antwoorden heb ik vervolgens verwerkt tot een heel eenvoudig model, dat ik onlangs heb neergeschreven in een boekje, **Zuurstof voor het leven**. Er zit heel veel statistiek en wiskunde achter, maar dat heb ik in de tekst achterwege gelaten. De samenvatting op 1 pagina is intussen duizenden keren getest door mensen van alle slag. En overal ter wereld blijkt de formule te kloppen.” Het boekje is inmiddels al 5.000 keer verkocht (ten voordele van het goede doel) en vertaald naar het Frans, Engels en Arabisch.

Kort samengevat zegt Dings dat je gelukkig wordt van (de positieve intentie om) 3 dingen te doen: telkens iets nieuw (bij)leren, dingen creëren en bereid zijn om met anderen te delen. Daarbij moet je bewust zijn van 3 levensbeperkende illusies: je moet beseffen dat je niet alles alleen kunt doen, je moet weten dat 95% van je beslissingen onbewust genomen wordt en je moet weten dat genot niets te maken heeft met geluk. Tot slot moet je 3 valkuilen omzeilen: haat vervangen door mededogen, verleiding laten varen voor discipline en onwetendheid counteren met kennis. "Wie dat kan, is een gelukkige mens", weet Filip Dings.

WELVAARTCREATIE

En dat straalt af op de onderneming waar hij de CEO van is. "Schevenels Project Interieurs doet het inderdaad heel goed", zegt hij. "Dat is niet alleen af te meten aan de omzet, die intussen bijna verdubbeld is, maar ook aan andere factoren, zoals het extreem lage personeelsverloop. Een gevolg van de principes uit mijn boek in de praktijk om te zetten. Alle collega's zijn hier vriendelijk voor elkaar en hebben het gevoel dat ze erbij horen. De successen worden gedeeld en de ingesteldheid is positief. Er wordt in teamverband gewerkt en er heerst discipline. We zijn voortdurend bezig met mooie dingen te creëren en scholen ons steeds bij. Het resultaat is een bloeiend bedrijf dat welvaart creëert. Daarom wil ik de boodschap uitdragen naar andere ondernemers. Hoe meer mensen de principes toepassen, hoe beter het zal gaan met onze regio. Welzijn, vertaald naar persoonlijk geluk, en welvaart, wat overeenkomt met succes, zijn perfect combineerbaar. Ze bijten elkaar niet, maar hangen daarentegen nauw samen."

PUUR ONDERNEMEN

Het is om volgens die theorie een sneeuwbal effect te creëren, dat Filip Dings intussen een nieuw bedrijf is opgestart. "Puur Ondernemen is een coaching- en trainingsbureau dat als missie heeft om de dromen van ondernemers en managers te helpen realiseren. Volgens de basisprincipes uit het boek, bieden we opleiding aan om strategische plannen uit te werken, te groeien in leiderschap en HR, of de sales te optimaliseren. We helpen om de missie te definiëren en de corporate identity vorm te geven. Dat laatste is in mijn ogen de belangrijkste reden waarom je klant bij een bepaalde leverancier wordt en blijft. Het gaat om het vertrouwen dat ze uitstralen doordat ze dezelfde normen en waarden hanteren. Bouwbedrijf Mathieu Gijbels is daar een mooi voorbeeld van. Ze werken volgens een welomlijnde visie, die ze doortrekken naar alle lagen van het hele bedrijf. Hiermee trekken ze veel gelijkgestemde klanten aan en bouwen ze er een langetermijnrelatie mee uit. Zo moet het. Wij werken op dezelfde manier. Het zorgt ervoor dat we de vaste leverancier zijn van grote klanten zoals de Hasseltse horeca-ondernemers Dimitri Beckers en Dirk Hendrickx."



DOELCONGRUENT

De normen en waarden speelden voor Filip Dings destijds een belangrijke rol bij de keuze om Schevenels over te nemen. "Ik zocht naar een investeringsopportunity en dit was het veertiende bedrijf dat ik heel grondig heb bestudeerd", zegt hij. "De sector of specialisatie waren niet zo belangrijk, wel de betrouwbaarheid van de overlaters. Ik wou absoluut in zee gaan met correcte mensen en met de broers Schevenels had ik direct dat gevoel. We zijn nu negen jaar verder en zij zijn nog steeds de drijvende krachten in dit bedrijf, ook al is het niet meer van hen. Ik heb nooit met het vingertje staan wijzen om te zeggen wat ze anders en beter moesten doen, maar hen integendeel alle vertrouwen gegeven. Zij zijn altijd in eer en geweten hun job blijven doen, en die kennen ze beter dan ik. Belangrijk was wel dat ieders rol bij de overname goed gedefinieerd werd. De belangen moesten 'doelcongruent' zijn. Als je afspraken maakt waar beide partijen gelukkig mee zijn, is de basis gelegd om op lange termijn met elkaar in zee te gaan. De neuzen moeten in dezelfde richting wijzen. En uiteraard heb ik na verloop van tijd een aantal eigen accenten gelegd en de verdere professionalisering aangestuurd. Maar dat ging heel gestaag. Ik zie de rol van de CEO of eigenaar zoals in de natuur: als je te hard trekt aan een plant om ze te doen groeien, zal ze kapot gaan. In de techniek is dat ook zo. Als je alsmat sneller wilt gaan, loop je het risico op oververhitting en dan is het sneller gedaan dan je denkt. Versta me niet verkeerd: we zijn razend ambitieus. Maar wel op ons tempo en altijd met onze basiswaarden in het achterhoofd. En zo komt het goed!"

Tekst: Kurt MEERS
Foto's: Luc DAELEMANS

TONY SMETS

“De gedrevenheid om vooruit te gaan. Dat zal altijd blijven.”

Als marketing- en communicatiespecialist was Tony Smets tientallen jaren kind aan huis in het Limburgse bedrijfsleven. Hij adviseerde groot en klein over de te volgen strategie, advertentiecampaagnes en andere profileringsmogelijkheden. Vandaag geniet hij van zijn pensioen, maar helemaal loslaten kan hij niet. Zo stelt hij als lid van Senior Consultants Vlaanderen nog steeds zijn ervaring en expertise ter beschikking van lokale kmo's.

“Ik ben mijn carrière gestart bij Het Belang van Limburg”, blikt hij terug. “Ze hadden destijds het tijdschrift Troubadour overgenomen van Miel Cools en ik moest dat uit de grond stampen. Maar de rage van de kleinkunst was toen in feite al voorbij, dus heel erg lang heeft dat niet geduurd...”

Via Louis Croonen (vader van o.a. Peter en Wim Croonen) kwam hij vervolgens bij Koerier terecht. “Ik groeide door tot verkoopsleider voor Limburg en bouwde er mijn affiniteit voor media en reclame verder uit. Dat gecombineerd met mijn studies in grafische vorming en publiciteit, gaf me voldoende basis om nadien met een eigen reclamebureau te starten.” Als ondernemer verzorgde Tony Smets en zijn team vele jaren de volledige marketing en communicatie van tientallen Limburgse bedrijven. “En we gaven ook magazines uit in eigen beheer. Inside Business Magazine, een titel die 11 jaar gelopen heeft, zal bij het ondernemerspubliek nog wel een belletje doen rinkelen.”

SENIOR CONSULTANT

Ook na de stopzetting van zijn eigen bureau, bleef hij nog een tijdje actief in de sector. Eens pensioengerechtigd, schakelde hij een versnelling terug. “Wat niet wil zeggen dat ik de marketing en communicatiewereld helemaal vaarwel heb gezegd”, vertelt hij. “Na het overlijden van mijn vrouw en het beëindigen van mijn actieve beroepsbezigheden, zocht ik een nuttig tijdverdrijf. Via mijn schoonbroer ben ik bij de Limburgse afdeling van Senior



Consultants Vlaanderen (SCV) terechtgekomen. Dat is een vereniging van ervaren ex-managers en ondernemers die, elk vanuit hun eigen expertise, advies geven aan starters, groeibedrijven, kmo's in een transitiefase, overheden of social- en non-profitorganisaties. We krijgen vragen rond strategie, juridische zaken, hr, marketing, innovatie, logistiek, enzovoort. We bekijken dan in het SCV-team wie het best geplaatst is om de specifieke case te behandelen en koppelen ook de voortgang terug naar de groep van SCV Limburg. Zelf stel ik mijn expertise ter beschikking om onder meer de marketing en sales te optimaliseren, marktonderzoek te doen, communicatiekanalen te zoeken, enzovoort. Ik vind het een schitterende bezigheid waar ik veel voldoening uit haal. Het is fijn om vast te stellen dat je advies succesvol in de praktijk wordt gebracht en je zo een steentje hebt bijgedragen aan de economische vooruitgang van de provincie. Ik beschouw het als iets teruggeven aan de zakenwereld, die altijd goed voor mij is geweest.”

KERAMIEK

De advisering gebeurt niet alleen op projectbasis. “Klopt, want we engageren ons eveneens voor adviesraden die bedrijven samenstellen”, aldus Tony Smets. “Ook hier bekijken we eerst intern wie het meest geknipt is om het zitje op te nemen.”

Daarmee is de agenda van de voormalige reclamegoeroe nog niet gevuld. “Een andere grote hobby is keramiek”, verklaart hij. “Een uitstekende manier om mijn creativiteit te botvieren en concreet gestalte te geven aan een idee of concept. Zoals in alles, wil ik nog veel bijleren en vooruitgang boeken. Ik besef dat ik op mijn leeftijd (71) niet meer alle tijd heb om mij langzaam in de keramiek te bekwaamen. De gedrevenheid is er dus nog steeds. Dat is in ondernemen ook zo. Vooruit willen, opportuniteiten zoeken, innovatief zijn,... Dat krijg je me toch niet afgeleerd...”

Tekst: Kurt MEERS
Foto's: MiL

KIM SEVERY



“Ik doe alleen nog dingen waar ik blij van word.”

Er is maar één ding waar ik soms spijt van heb: dat ik in een opwelling van frustratie ooit op Facebook heb gepost dat ik het ondernemen beu was. Gelukkig is die gedachte snel overgewaaid!” En hoe, want Kim Severy is na een zoektocht van 2,5 jaar opnieuw thuis. Bij cadeautjesbedrijf Mamzel, dat ze mee groot heeft gemaakt, is ze sinds enkele weken voor 100% aandeelhouder. Vol positieve energie wil ze een nieuw succesverhaal schrijven. In een openhartig gesprek vertelt ze over de diverse keren dat ze viel en weer opstond, om uiteindelijk te zien dat in de nieuwe situatie alle puzzelstukjes netjes blijken te passen.

“Het leven wordt gekleurd door de keuzes die je maakt”, steekt ze van wal. “Ik geloof sterk dat je een gevoel moet volgen om je levenswandel uit te stippelen. Dingen doen waar je gelukkig van wordt en al de rest links laten liggen. Ik heb het tot mijn eigen scha en schande moeten leren, maar ben er wel sterker uit gekomen.”

Een eerste keer dat Kim Severy een bepalende keuze maakte, was ze nog student. “Muziek was mijn passie. Ik speelde klarinet. En niet onaardig, aldus mijn leraars en medestudenten. Ik had de ambitie om hier in door te groeien en trok naar het

befaamde Lemmensinstituut. Maar daar voelde ik me helemaal niet thuis. Er was geen verbondenheid. Het ging niet over de essentie, met name de muziek. En dus ben ik daar vertrokken, ook al moest ik daarmee mijn grote droom opgeven. Gelatenheid is niets voor mij. Ik wandel weg als ik niet met volle overgave en plezier iets kan doen. Dat is nadien in mijn carrière ook meermaals gebleken.”

WINKELTJE SPELEN

In feite was ze nog student toen Kim Severy haar eerste bedrijf oprichtte. “Samen met een vriend die pas was afgestudeerd als

Met vallen en opstaan

architect, ben ik een eigen bureau begonnen”, herinnert ze zich. “Als kersverse interieurarchitecte kon ik zo diverse leuke projecten doen. Maar financieel was het niet haalbaar om er met twee van te leven en zo ging ik werken in loondienst. Eerst voor een keukenzaak, nadien voor de vastgoedpoot van Democo. Daar deed ik de klantenbegeleiding om samen het interieur van de nieuwbouwprojecten te bepalen. Heel leuk en gevarieerd. Intussen had ik Mamzel leren kennen. Hoewel ik toen het concept van homeparty’s maar niks vond, geraakte ik direct in de ban van het bedrijf. Toen ik voor het eerst als gast was uitgenodigd, wou ik meteen het hele aanbod kopen. Niet veel later stond ik zelf winkeltje te spelen met al die leuke spulletjes. Ik was de achtste Mamzel in de onderneming, dus was alles nog relatief nieuw. Maar gaandeweg werd het bedrijf groter en daarom ging ik oprichtster Kim Hardy een beetje helpen met de organisatie en administratie. Van het één kwam het ander en in 2010 zijn we samen een nieuwe vennootschap gestart: Mamzel was voortaan van Kim en Kim.”

VERSTIKKEND

Meer dan zeven jaar werkte het duo keihard om Mamzel naar een volgend niveau te tillen. “Het ging echt heel goed”, herinnert Kim Severy zich. “Ik kon me helemaal uitleven. Opportuniteiten zoeken, uitproberen hoe alles werkt... Heel hands-on. Maar stilaan begonnen er wel wat dingen scheef te groeien. Ik probeerde het van me af te zetten door nog harder te werken. Ik wou vooral dat anderen mij graag zouden zien, en dacht dat te bereiken door telkens een tandje bij te steken. Maar er kwam geen kentering en ik werd er ongelukkig door. Mijn zelfvertrouwen kreeg een flinke deuk en ik was in die periode zeker niet de aangenaamste mens om mee samen te werken. Ik stelde me de vraag wat en voor wie ik het eigenlijk allemaal aan het doen was, en toen kwam het verstikkende gevoel opnieuw naar boven. Ik moest rust vinden en daarom Mamzel vaarwel zeggen. Het ging niet anders.”

SASA-TIME

Kim liet zich intensief begeleiden om haar hoofd vrij te maken. “Arcturus uit Kessel (bij Lier) heeft me heel goed geholpen om op zoek te gaan naar mezelf. Om te herbronnen. Om te kijken waar ik goed in was en waar ik gelukkig van werd. Intussen kon ik voor Unizo Limburg aan de slag in de begeleiding van starters. Uit die gesprekken bleek dat mijn ervaring en inzichten gewaardeerd werden en ik mensen in beweging kon zetten. Zo vond ik de energie terug om opnieuw een eigen zaak te starten.”

Dat werd SasaTime, een bezorgservice voor gezonde lunches. “Het was veel meer dan dat”, legt Kim Severy uit. “Samen met twee vennoten hadden we een concept uitgetekend waarbij ik was gebrand op het inspireren van mensen. Met korte, persoonlijke boodschappen op de verpakkingen, wou ik de klanten even doen nadenken. Hen op weg helpen naar een positieve communicatie met zichzelf.” Maar ook dat verhaal stokte. “Een andere visie over de aanpak tussen de vennoten”, verklaart ze. “Bovendien wilden we naar de B2B-markt evolueren en dat kostte handenvol geld. Wat we niet hadden, en dus moest de stekker

eruit.” Ze kreeg er even genoeg van. “In een opwelling vroeg ik me af waarom ik nog ondernemer wou zijn. Het zoog mijn energie leeg, ik verwaarloosde mijn gezin en kwam altijd tijd en geld te kort om de business op gang te krijgen. Erg frustrerend. Tegelijk werden ondernemers door de publieke opinie weggezet als belastingsontduikers en bullebakken die makkelijk rijk konden worden op kap van hun mensen. Ik had even niet meer de moed om tegen dat beeld te vechten.”

MESSAGE

Kim kreeg toen een telefoontje van Jo Peters, zaakvoerder van interieur-inrichter, standen- en decorbouwer Deusjevo in Genk. “Of ik niet als sparringpartner wilde fungeren om de organisatie vanuit een ander oogpunt te bekijken. Een leuke opdracht, die voor mij was afgerond met het advies om een rechterhand aan te werven. Intussen was ik ook cursussen gaan volgen om te leren masseren. Dat paste in mijn grote droom om ooit een plek te creëren waar iedereen volledig zichzelf kan zijn. Waar iedere bezoeker plezier kan vinden in hetgeen waar hij behoefte aan heeft: muziek spelen, lezen, lekker eten en drinken, een massage meepikken,... Ooit pik ik de draad van die droom nog wel op...”

En plots, op het juiste moment, stond Kim Hardy voor de deur. “Ik was dan wel operationeel uit Mamzel gestapt, maar had wel nog mijn aandelen”, legt Kim Severy uit. “Kim Hardy kwam me vertellen dat ze toe was aan andere uitdagingen en iemand zocht om Mamzel op de rails te houden. Daar heb ik niet lang over moeten nadenken. Ik ken het bedrijf op mijn duimpje en zie er veel potentie in. Het is een fijne formule om iets in beweging te zetten en impact te creëren. Toen ik direct de steun kreeg van mijn vroegere collega’s, en ook mijn echtgenoot, zoon en andere familieleden enthousiast reageerden, wou ik er volledig voor gaan. Op een week tijd kon ik een aantal straffe investeerders vinden die mij met raad en daad willen bijstaan, en zo was het plaatje helemaal rond.” Kim maakte een akkoord met Kim en werd ineens voor 100% aandeelhouder.

BLIJ

“We zijn klaar om met volle goesting een nieuw hoofdstuk bij Mamzel te schrijven”, aldus Kim Severy. “Iedereen wil er 200% voor gaan. Persoonlijk heb ik de kracht om de kar te trekken. Dat kan omdat ik lessen heb getrokken uit het verleden. Ik heb dat allemaal moeten meemaken om te staan waar ik nu sta. Vandaag kijk ik in alle positiviteit naar de toekomst. Alles is een opportuniteit. Er is geen schrik voor verandering. Ik ga niet meer uit van de verwachtingen die de buitenwereld heeft naar mij of het bedrijf, maar zal zelf onvoorwaardelijk invulling geven aan hetgeen waar ik gelukkig van word. De conclusie is simpel: dingen doen die me blij maken, die me doen lachen, die me vrijheid geven en toelaten om eigen keuzes te maken. Dan kan ik zonder verlies aan energie, positief bouwen aan het groter geheel en die blijdschap aanstekelijk maken. Zo zal het zijn en nooit meer anders.”

Tekst: Kurt MEERS
Foto's: Els VERBAKEL

MICHIEL VANDEWEYER (BULLSWAP)



De Airbnb voor bouwmachines, zo wordt de start-up Bullswap genoemd. De jonge Limburgse ondernemers Michiel Vandeweyer, Laurens Opitek en Jannes Valkeneers hebben een platform opgericht waar vraag en aanbod voor de verhuur van professionele machines gebundeld wordt. Een oplossing die vermijdt dat dure investeringen 30 tot 50 procent van de tijd gewoon stilstaan. Co-founder Michiel Vandeweyer spreekt:

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

"Ik werkte als student in een restaurant in Hasselt. Alles wat ik daar verdiende werd terug geïnvesteerd in het nachtleven van Leuven, dus daarvan bleef eigenlijk niets meer over. Na mijn studies ben ik meteen begonnen in het familiebedrijf van mijn vader (Groep Vandeweyer). Ondertussen ben ik daar al twee jaar bezig. Wat ik daar verdiende, heb ik kunnen investeren in Bullswap."

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

"Nee, Jannes en ik waren al enkele maanden aan het zoeken naar een businessopportunity omdat het ondernemen echt wel in ons bloed zit, denk ik. Toen kwam Laurens ook vrij snel in de picture omdat hij zelf ook op zoek was om iets te beginnen. Jannes heeft me dan voorgesteld aan Laurens en dat klikte meteen. Pas daarna zijn we beginnen brainstormen over mogelijke ideeën en zijn we na 3 of 4 keer samenkomen op het idee van het delen van bouwmachines gekomen."

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

"Zelf werk ik nog bij de Groep Vandeweyer en krijg ik de kans om daarnaast te ondernemen. Dit wordt echt wel gestimuleerd bij ons in de familie waar ik hen natuurlijk ook zeer dankbaar voor ben."

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

“Daar hoef ik me voorlopig geen zorgen over te maken aangezien ik op meerdere fronten actief ben. Ik hou me bij Bullswap nu vooral bezig met de kapitaalronde die we aan het finaliseren zijn en daarna gaan we kijken hoe we intern de rollen gaan verdelen. Bij de Groep Vandeweyer zitten we ook niet stil en zijn we enkele opportuniteiten aan het onderzoeken dus is er momenteel meer dan werk genoeg.”
- 5. Heb je hulp gekregen van instanties of personen die cruciaal waren om de stap naar ondernemerschap te wagen?**

“Natuurlijk was het vooral belangrijk dat Jannes, Laurens en ikzelf 100% achter ons concept stonden om de stap uiteindelijk te zetten. Voor we van start zijn gegaan hebben we eerst met tientallen ervaren ondernemers gesproken. Deze hadden we deels zelf in ons netwerk en daarnaast heeft VKW ons ook nog in contact gebracht met interessante profielen. Ook mijn vader laat het toe om naast mijn huidige functie ook tijd vrij te maken voor Bullswap en om te ondernemen in het algemeen. Ook bij de verschillende accelerator-programma's waarbij we zijn aangesloten, krijgen we enorm veel ondersteuning (Startit@KBC en Birdhouse). Naast kantoorruimtes waar we gebruik van mogen maken, zijn de workshops en de begeleiding van de ervaren ondernemers echt een meerwaarde voor ons.”
- 6. Zou je naar het buitenland verhuizen als blijkt dat zo de slaagkansen van je start-up verhogen?**

“Ik zelf ga nog actief blijven binnen de Groep Vandeweyer dus verhuizen naar het buitenland is voor mij iets moeilijker. Binnen Bullswap is internationalisering wel al opgenomen in onze roadmap en zouden mijn 2 collega's het niet erg vinden om naar het buitenland te gaan. Nederland staat in 2019 al op de agenda, de verdere internationalisering moeten we nog in kaart brengen.”
- 7. Vind je dat start-ups in Limburg meer of juist minder 'gepamperd' moeten worden?**

“Persoonlijk vind ik dat er een overaanbod aan ondersteuningsmogelijkheden is. Zelf zijn we hier heel selectief in geweest en hebben we alleen moeite gestoken in de programma's waarvan we wisten dat dit echt een meerwaarde zou zijn. Als je wil kan je als starter elke dag ergens een gratis opleiding gaan volgen. Je mag natuurlijk niet vergeten dat je een motor op gang probeert te krijgen en dit gaat alleen door je te focussen op je product en je klanten.”
- 8. Met welke Limburgse ondernemer zou je over 20 jaar graag vergeleken willen worden?**

“Je moet het natuurlijk beter doen dan je vader, anders ben je maar een afkooksel en 'de zoon van...' (lacht). “Nee, ik heb respect voor zeer veel ondernemers, om er echt ééntje uit te kiezen vind ik zeer moeilijk.”
- 9. Wat doe je om de concurrentie in je sector voor te blijven?**

“In België hebben we momenteel nog geen echte concurrentie. We kijken vooral met argusogen naar de buitenlandse markt. We maken accounts aan op platformen over heel de wereld en kijken hoe zij het doen. We houden hun socialmediakanalen in de gaten en proberen uit te zoeken welke investeerders erachter zitten.”
- 10. Zou je zwichten voor een miljardair die morgen aan je deur staat om je start-up over te nemen?**

“We hebben al enkele keren deze vraag gehad. Maar intern hebben we hier een zeer duidelijke visie over en zijn we niet van plan om snel te verkopen. Het is voor ons alle drie ons eerste project en willen natuurlijk wel een stempel drukken door te bewijzen wat we kunnen.”

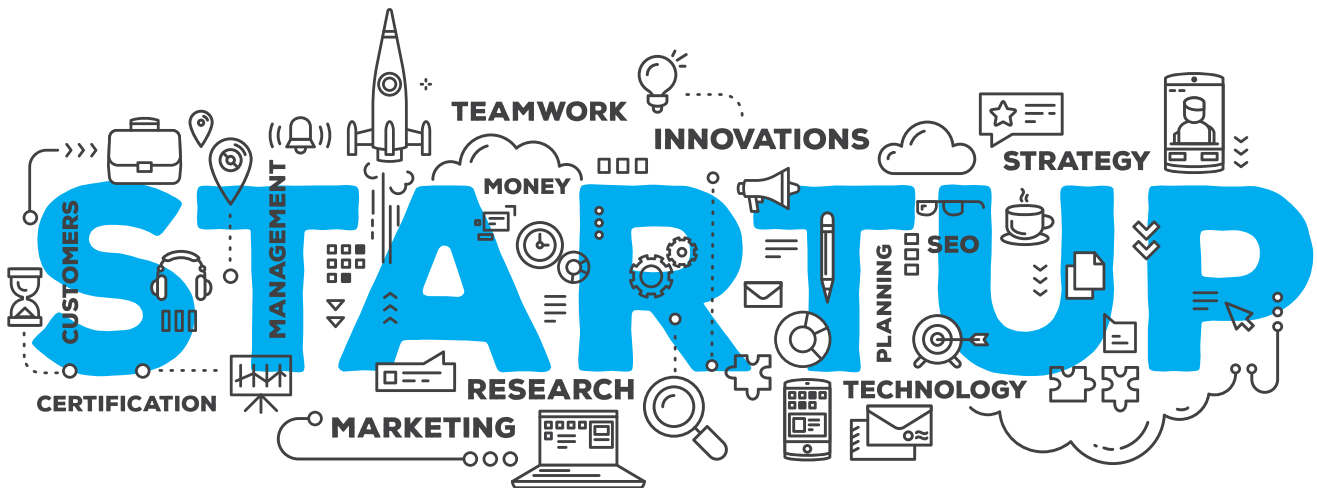
Tekst: Kurt MEERS
Foto: MiL

Maak van uw dak de hoogste winstpost van uw bedrijf.



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 www.luminus-solar.be

WAAROM VALLEN ZELFS DE GROTE PRIJSBEESTEN VAN ONZE STARTERS OM?



Met Small Teaser en Mammae werden zopas twee bedrijven failliet verklaard die ooit de parels aan de kroon van de Limburgse start-upcultuur waren. Ondanks dat hun prijzenkast uitpilde met prestigieuze onderscheidingen en ze meer dan eens vers kapitaal wisten op te halen, moesten ze toch de handdoek in de ring gooien. Ook andere veelbelovende start-ups hebben de afgelopen jaren de steile ambities niet kunnen waarmaken. Waar ligt het aan? Want er zijn ook best wat succesverhalen in Limburg. We trokken op onderzoek uit.

De euforie over het hoge aantal starters is nog niet gaan liggen. In onze provincie worden systematisch nieuwe records gebroken. Het is hip om met een eigen zaak te beginnen. Zelfs studenten wagen zich nog tijdens hun studies aan het grote ondernemersavontuur. De drempel om te starten is flink afgebrokkeld. Tal van organisaties, banken, maar ook privé-investeerdere staan te drummen om de beloftevolle nieuwkomers naar een hoger niveau te tillen. En dat is allemaal uitstekend nieuws.

Het werpt overigens zijn vruchten af, want de start-upcultuur in Limburg heeft al een aantal stevige kleppers opgeleverd die voor een aanzienlijke tewerkstelling en toegevoegde waarde in onze economie konden zorgen. Niet zelden zijn LRM en de incubatoren de motor achter het succes. Voorbeelden zijn Ticto, dat vorig jaar werd verkocht voor 14,2 miljoen euro. Ook het vaak gelauwerde TrendMiner wisselde van eigenaar voor enkele tientallen miljoenen. We waren tevens onder de indruk van Porphyrio, het bedrijf van Limburgse bio-ingenieurs dat werd verkocht aan het Duitse Evonik.

KAPITAALINTENSIEVE KLEPPERS

Zulke succesverhalen zijn nodig. Nieuwe starters kijken op naar deze voorbeelden en willen een gelijkaardig parcours nastreven. Zo zijn er tientallen start- en scale-ups die goed op weg zijn om definitief door te breken en het juk van belofte van zich af mogen gooien. De meest geciteerde namen in deze categorie zijn IT-gerelateerde bedrijven als UgenTec, Sparkcentral, Fibricheck, Cubigo, EpiGaN of Ontoforce. Van dichtbij gevolgd door toppers die de groei iets meer gestaag aanpakken, zoals Appwise, Proactify, Team Cyclis of The Safe Group. U hoort nog van hen!

Maar... er is nog altijd een grote keerzijde aan het startersverhaal. Zowat een derde van alle starters bestaat na 5 jaar niet meer. Heel veel van hen sterven een stille dood. Anderen doen dan wel weer een belletje rinkelen omdat ze in de beginfase van hun bestaan regelmatig in de kijker hebben gelopen. De meerderheid zijn kleintjes, maar ook kapitaalintensieve kleppers zijn regelmatig terug te vinden in de lijstjes van faillissementen die Made in Limburg wekelijks presenteert. We denken aan technologiebedrijf IrisPact, dat vlak voor het tot een investering van 13 miljoen zou komen, de boeken moest neerleggen. Of aan Navitell, de digitale verhalenverteller waar veel potentieel in zat. Hoort ook in dat rijtje: IT-dienstenleverancier Ten Steps Ahead uit Tessenderlo.

SPIN-OFFS

Wat opvalt is dat er vaak spin-offs van onderwijsinstellingen niet in slagen om de ultieme doorbraak te forceren. We denken aan de printbare elektronica van Lumoza, de e-learningmodules van Indaxi of Opikanoba, cameratechnologie van Camargus of de informatieve touchscreens van TinkerTouch. Stuk voor stuk bewonderenswaardige technologie, die echter niet kon omgezet worden in een rendabel businessmodel.

En dan zijn er nog prijswinnaars die voorlopig een beetje ter plaatse blijven trappelen, zoals de bedrijven die met een B beginnen: Buggy Booker, Breko, Bella Stoma, Bambooti,... stuk voor stuk mooie concepten die hopelijk nog internationaal succes zullen boeken.

Als we de getuigenissen analyseren van wie het allemaal niet heeft gehaald, komen een aantal redenen steeds terug:

GEBREK AAN KAPITAAL

Tijd om te groeien is er nauwelijks. Wie de concurrentie voor wil blijven moet een aardige spaarpot hebben om het concept snel en massaal te kunnen uitrollen. Dat geldt nog meer voor wie internationale ambities koestert. En juist omdat er wereldwijd zoveel starterskapitaal voorhanden is, zijn het de concurrenten met de juiste connecties -en dus niet altijd die met het beste idee- die de grote vetpotten binnenrijven en de doorbraak kunnen forceren. In kapitaalintensieve sectoren als IT en biotechnologie speelt deze factor een nog grotere rol.

RUZIE ONDER AANDEELHOUDERS

Steeds meer zie je dat starters met twee of meer co-founders een zaak opstarten. Op dat moment nog vrienden of ex-collega's. Ze delen hun complementaire kennis en ervaring om vol ambitie de wereld te veroveren. Maar eens de bal aan het rollen gaat en de taken moeten verdeeld worden, kan er wrevel ontstaan. Mensen die in een vroege fase het schip verlaten, laten de blijvers zitten met een lacune in de benodigde competenties. Het komt tevens voor dat er zich in een vroeg stadium nieuwe investeerders melden, die een andere visie willen doordrukken en zo verantwoordelijk zijn voor een breuk binnen de aandeelhouders. De krappe financiële basis waar de meeste starters mee kampen, is geen voordeel om de peis en vree langdurig te bewaren.

GEBREK AAN STRATEGISCHE VISIE

Een goed idee is een essentieel begin, maar dat omzetten in een succesvolle zaak, is nog een ander paar mouwen. Starters hebben wel kaas gegeten van hun materie, maar weten niet hoe ze een zaak moeten runnen. Sommigen laten zich adviseren door instanties als StudentStartUP, Corda INCubator, Startit@kbc, enzovoort. Anderen proberen het toch op eigen houtje, en moeten tot eigen scha en schande nadien toegeven dat het ontbreken van een rode draad en een stevig ondernemingsplan, de malaise heeft veroorzaakt.

Bij wie mislukt is er meestal nog meer dat ontbreekt dan alleen de strategie. De drempel om te starten is zo laag geworden dat bij een aantal van hen de essentiële basiskennis en/of de nodige werkkraft ver moet gezocht worden. En dan is het bedrijf uiteraard al op voorhand ten dode opgeschreven.

ACHTERHAALD IDEE

In een aantal gevallen blijkt het zakelijk idee gewoon niet sterk genoeg. Het gebeurt dat bedrijfjes worden opgestart nadat willekeurige mensen enkele uren hebben samengezeten om te brainstormen tijdens een pitch-event. Het klinkt mooi, maar veel overlevingskansen zijn er niet, aangezien het idee bijna altijd immatuur is. Een aantal andere ideeën hebben wel potentieel, maar moeten op de internationale markt opboksen tegen soortgelijke bedrijven die al veel verder staan in hun ontwikkeling. Het gebeurt ook dat concepten met potentieel gekopieerd worden en vervolgens met meer financiële armslag, een voorsprong in de markt uitbouwen.

RAD VOOR DE OGEN

Een aantal starters hebben een verkeerd beeld van wat succesvol ondernemen inhoudt. Ze zijn niet realistisch over hun slaagkansen en over de manier om zich gestaag te ontwikkelen. Ze krijgen een gratis locatie en advies van topcoaches aangeboden, er wordt gezwaaid met startkapitaal, ze rijgen de onderscheidingen aan elkaar, mogen een extra kantoor openen in de VS, enzovoort. Het kan allemaal niet op. De toekomst oogt rooskleurig, maar de gesprekken over rendabiliteit worden weleens over het hoofd gezien. Zelden slagen start-ups erin om in de eerste 3 jaar break-even te draaien, laat staan winst te maken. Nochtans niet onbelangrijk...

En zo moeten de starters diverse valkuilen overwinnen om uiteindelijk succesvol te kunnen zijn. Een weg van lange adem. Met vereende krachten van alle stakeholders in Limburg is het onze taak om de uitval zoveel mogelijk in te perken en onze jonge, beloftevolle bedrijven maximaal te ondersteunen.



Ik vraag het aan

STIJN MEURIS!



In deze rubriek beantwoordt een prominent figuur een vraag die hem door zijn voorganger op deze pagina wordt gesteld. Aan het woord is deze keer zanger, journalist, tv-maker en ondernemer Stijn Meuris. Hij kreeg een vraag voorgeschoteld van Steven Vandeput, burgemeester van Hasselt:

“Hoe kan investeren in cultuur een economische meerwaarde leveren voor onze stad?”

“Investeren in cultuur kan een stad zeker en vast iets opleveren”, stelt Stijn Meuris. “Probleem is wellicht dat die return-on-investment niet altijd eenduidig meetbaar is of in concrete financiële cijfers uit te drukken valt. De meerwaarde zit eerder in de gevolgen voor de stad op middellange termijn: mensen (toeristen, media, bezoekers, artiesten) die de stad vaker zullen bezoeken nadat ze er enkele positieve ervaringen hebben gehad, waarbij ze bijna onopvallend gemerkt hebben hoeveel troeven die stad te bieden heeft. Hasselt heeft wat dat betreft meer dan voldoende mogelijkheden.”

“Om het slechts over één cultuuraspect te hebben: Hasselt beschikt nu al over één van de beste en meest professionele festivals van Europa (Pukkelpop), één van de beste liveclubs van het land (Muziekodroom) en aanverwante podia (bijvoorbeeld CCHa en CaféCafé), plus over een hoog aangeschreven en kwalitatieve muziekopleiding via PXL Music. Door die troeven slim te connecteren en Hasselt als ‘verbindend element’ uit te spelen, zouden we al snel de aandacht trekken tot ver buiten het regionale.”

En Meuris gaat verder: “Ook in andere cultuursegmenten (mode, gastronomie, theater...) zouden zo’n ‘harmonische huwelijken’ tussen aparte aanbieders logische bonussen kunnen opleveren, en van de stad een organische partner maken met een eigen stijl en uitstraling.”

Tekst: Kurt MEERS
Foto: MIL

Voor het volgende magazine stelt Stijn Meuris een vraag aan Dominic Stas, Managing Director Regional Newsbrands & Audiovisual bij Mediahuis: “Hoe ziet u concreet regionale media evolueren in een tijdvak waarin oplages van gedrukte media zwaar onder druk staan, en digitale platformen steeds meer af te rekenen krijgen met lezerskritiek op betaalmuren?”

Den bureau van de CEO

ERIK GERITS, CEO KRC GENK



Op dit moment kloppen heel wat Limburgse voetbalharten in overdrive, want een nieuwe titel ligt voor de Genkies omzeggens binnen bereik. Uiteraard worden de prijzen pas op de laatste speeldag uitgedeeld, maar zou het toeval zijn dat KRC Genk alsmat beter is gaan spelen sinds Erik Gerits de grote baas werd in de Luminus Arena? Mischien heeft het te maken met de sfeer en uitstraling van zijn werkplek? Tijd dus om dat eens grondig uit te zoeken.

Gerits verwelkomt ons hartelijk op het derde verdiep boven de hoofdingang. Daar bevinden zich de kantoren omdat... er daar nog ruimte was. Met verschuifbare wanden. Geen blauw-witte clubkleuren in eigen zijn kantoor, dat tot zijn spijt geen zicht heeft op de binnenkant van het stadion. Wel een eerder smal raam, zonder zicht naar buiten toe.

De inrichting is sober, met een ruim bureau en een grote vergadertafel. "Die wilde ik absoluut in mijn bureau. Het is veel handiger om een gesprek te voeren of kleine meeting te beleggen dan telkens te verhuizen naar de vergaderzaal hier verderop in de gang"

Den bureau van de CEO

“NIKS WEGGOOIEN”

Opvallend is zijn bijna 'clean desk'. Alles digitaal? "Thuis heb ik een 'kloon' die precies hetzelfde bevat als deze pc hier en alles zit in de cloud. Toch print ik mails nog steeds af, zeker als ze lang zijn. Ik hou ervan om dan de op de print aantekeningen te maken, de belangrijkste zaken aan te duiden en zo verder op te volgen."

Achter hem staan enkele overlijdenskaartjes van KRC-mensen die veel betekend hebben voor de club en een felicitatiekaart voor zijn 50ste verjaardag. Meer niet. Ook veel kasten tegen twee muren die wellicht heel wat gekregen cadeaus en stapels documenten bevatten. Juist geraden. "Ik geef het toe, ik kan moeilijk wat weggooiën", zegt Gerits. "Dit of dat document of die notitie moest nog maar eens van pas komen. Als je kampioen wordt of de beker wint, krijg je een bepaald schild of bekertje. Die kleine replica's staan wel bij mij thuis, de echte in ons museum."

OUT OF THE BOX

Het kantoor zoals het er nu is, heeft hij geërfd van zijn voorganger. Gerits kon het niet naar eigen inzicht inrichten omdat hij onmiddellijk heel andere dingen aan zijn hoofd had als CEO. Of beter: als teamleader van het extra-sportieve, zoals hij zichzelf graag bestempelt. Heel het kantorencomplex in het stadion is organisch gegroeid. Dat maakt dat verschillende diensten regelmatig verhuizen. Hij koos wel voor openheid door kasten te verschuiven. "Iedereen mag mij zien", aldus de directeur, die zweert bij een open deur-beleid. "Iedereen kan binnenlopen. Ik vind het helemaal niet correct zo'n groot bureau te hebben alleen maar voor mij. Het moet functioneel zijn. Bovendien loop ik zelf heel veel rond of bel ik, dat gaat veel sneller en efficiënter dan mails of memo's allerle." Ook liet hij een televisie installeren om één en ander te kunnen projecteren. Als hij wat 'out of the box' moet denken, gaat hij naar de andere kant van de gang, waar zich de loges met zicht op het voetbalveld bevinden.

LIMBURGSE LANDKAART

Het is toch wel een heel andere werkomgeving dan bij zijn vorige job als gedeputeerde bij de provincie Limburg, waar hij grotere en meer ingerichte werkruimte had. In juni 2010 maakte hij vanuit KRC een eerste zijstap naar de politiek als schepen van Economie en Toerisme van de stad Genk. "Daar had ik dan een tweede bureau, bovenop dat hier bij KRC", zegt hij. "Ik wou dicht bij mijn diensten zijn, omdat ik heel veel contact met hen wilde hebben. Dat is een constante in mijn aanpak, dicht bij mijn medewerkers zijn."

In 2016 maakte hij een tweede zijstap in de politiek als gedeputeerde, terwijl hij directeur Organisatie was bij KRC Genk. "Als gedeputeerde had ik de gelegenheid om eigen accenten in mijn bureau aan te brengen, zoals een heel grote landkaart met een groot gedeelte van Limburg erop." Maar aan de uitdaging om bij KRC Genk fulltime aan de slag te gaan, kon hij dus niet weerstaan. Een keuze van het hart, maar met spijt omdat hij in de politiek toch heel wat aan het realiseren was. "Vooral door samen te werken met alle betrokkenen, kan je veel bereiken. Alles alleen doen gaat sneller, maar samen bereik je meer", beklemtoont Gerits.

I HAVE A DREAM

De plannen voor de bouw van een nieuw trainingscomplex vlakbij de Luminus Arena krijgen steeds meer vorm. Daar zouden dan nieuwe kantoren komen en zou Gerits het zijne naar eigen goeddunken van nul kunnen waarmaken. Bijvoorbeeld met een veel beter zicht op de mooie site, waar het voetbalgebeuren zich afspeelt, maar ook op de omliggende terrils en bossen. "En met mooie beelden van mijn familie, ons team, dus iedereen die hier werkt en van de KRC Genk-succes- sen", aldus de KRC-topman. "We hebben hier toch al veel ongelooflijk mooie momenten gekend. Daarom worden sportieve contracten of sponsorovereenkomsten niet buitenhuis op restaurant afgewikkeld maar binnenshuis, in ons eigen themacafé. Zo kunnen bezoekers en nieuwkomers proeven van ons mooie stadion, de sfeer en de fierheid." Hij heeft maar van één ding spijt: "Tijdens al die jaren heb ik eigenlijk te weinig foto's genomen van de memorabele momenten van de club. Je onthoudt ze wel, maar visueel vervagen ze."

GEEN 9 TO 5

"Een eigen secretaresse? Die heb ik nu niet, maar toegegeven, het is heel handig om tijdrovend en minder belangrijk werk uit handen te geven. Kantoormeubilair hoeft niets speciaal te zijn. Het mag misschien wat ergonomischer, maar moet wel in dezelfde strakke stijl zijn als de bureaus van de anderen. Ook een comfortabele zetel om eens te lezen en een document rustig door te nemen, staat op mijn verlanglijstje. Dat alles maakt lange werkdagen gemakkelijker. Want werkdagen van 9 tot 5, dat lukt niet in een carrièrefunctie als je er met liefde en passie voor gaat. Ik ben vroeger hier en ook later weg. Het werk moet gedaan zijn, dat is mijn principe. Zelfs op zondagnamiddag zonder thuiswedstrijd kan ik hier een paar uur rustig doorwerken. Ik kom nooit met tegenzin hier naar toe. (Lacht) Maar hier wonen? Neen, dat is niet het geval."

SNOEPPOT

Ook kunst zoals schilderijen hoeft niet op zijn droomkantoor. Maar dat met die foto's van memorabele momenten zit blijkbaar diep. "Tijdens die 26 jaar vergeet je heel veel. Kijk, in de politiek heb je één keer om de zes jaar een examen. In het voetbal is dat elke week. En zelfs een kampioenschap is heel tijdelijk, want na mei-juni begin je als uittre- dend kampioen weer aan een nieuw seizoen en is alles voorbij." Erik Gerits is ook jager, op klein wild, hoewel jacht wat gecontesteerd wordt bij het grote publiek. Hij zou zelfs terug wat gaan sporten, wat actiever zijn in het leven, met allerlei fitnessstoestellen in huis is dat niet zo moeilijk. Niettemin een moeilijke opgave voor hem, want her en der kun je horen dat de teamleader een echte snoeper is. Hij zou altijd een grote snoeppot op zijn bureau hebben staan, maar die echter niet te zien was tijdens het bezoek. Leeg? In de pot komen –volgens de overlevering- medewerkers regelmatig eens graaien als ze een babbel doen. Zou dat kloppen van dat écht snoepen of is het een manier om met zijn medewerkers de techniek van 'management by inviting around' in de praktijk te brengen? We vermoeden de beide, want het getuigt in elk geval van een slimme aanpak om subtiel, maar efficiënt, KRC Genk naar successen te leiden.

Verborgen parel

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.

B E F R A K O

70% van alle naaimachines wordt verkocht in Zonhoven



Ze verkopen ongeveer 40.000 naaimachines per jaar en palmen daarmee zowat 70% in van de totale markt in België. Toch doet de naam Befrako bij velen niet direct een belletje rinkelen. Het familiebedrijf uit Zonhoven is dan ook vooral gekend van topmerken die ze verdelen zoals Singer, Pfaff, Honeywell en Braun. Een straffe 'verborgene parel'..

Befrako is de afkorting van Bert, Frank en Koen. Het zijn 3 telgen van de ondernemersfamilie Evers, die al meer dan 80 jaar een bloeiende elektrozaak in Zonhoven uitbaat. Exact 20 jaar geleden kwam daar een verdeelhuis van naaimachines bij dat dus Befrako werd gedoopt. Het is vooral Koen Evers die de kar trekt van deze onderneming. En dat gaat hard.

EXCLUSIEF

De groei heeft onder meer te maken met de verbreding van het gamma. De modellen van wereldmarktleider Singer zijn te koop van instapmodellen voor particulieren tot een exclusieve lijn voor professionals. Zij vertegenwoordigen 70% van de omzet in naaimachines bij Befrako. Daarnaast heeft Evers twee andere topmerken binnengehaald die niet via internet te koop worden aangeboden: Pfaff is met 25% het tweede grootste merk in portefeuille en Husqvarna Viking met 5% het kleinste. De prijsklasse strekt zich hierdoor uit van 150 tot 12.000 euro voor een machine. Er worden per jaar zo'n 40.000 stuks verkocht, zowel voor de grote massa via retailketens als heel exclusief via de vakhandelaars. In totaal heeft Befrako zo'n 90 unieke verdeelpunten in ons land.

Verborgen parel

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.

STUNT

Het bedrijf pakt regelmatig uit met een marketingstunt. Zo werd ooit de grootste driekleur van het land genaaid en werd het gemeentehuis van Zonhoven ingepakt met de Belgische vlag om de Rode Duivels te steunen op het WK Voetbal. Befrako leerde jaren lang de bezoekers van Pukkelpop omgaan met naaimachines op Petit Bazar. En zaakvoerder Koen Evers schreef mee aan Het Grote Singer Naaiboek dat veel succes oogstte op de Boekenbeurs in Antwerpen.

HAARDROGERS

Naaien is echter niet de enige focus van Befrako. Andere eieren in de mand zijn de verdeling van merken als Braun Medical (bloeddrukmeters en thermometers), Honeywell (verwarming en ventilatie), Revlon (beautyproducten als manicuresets en haardrogers), MILL (Noorse designverwarming) of Stadlerform (Zwitserse luchtbehandeling). Het bedrijf heeft ook een machine op de markt gebracht die brood bakt met behulp van capsules, zoals een koffie-apparaat.

COMPLEX

Koen Evers blijft ambitieus om ook in de komende jaren de groei verder te zetten. Twee jaar geleden werd het potentieel geschat op een stijging van 30 tot 50%. Die cijfers zijn inmiddels gerealiseerd en opnieuw vooropgesteld. Als strategie mikt de ondernemer de komende tijd op de uitbreiding van de verkoop aan vakhandel. Daartoe zijn extra mensen aangeworven die onder meer de meest complexe en duurdere toestellen gaan demonstreren bij de gespecialiseerde handelaars. Er worden ook roadshows georganiseerd om de vakmensen te ondersteunen. Tot slot kiest het Zonhovense bedrijf voor bijkomende diensten om de klant volledig te ontzorgen. Zo werd het servicecenter van Singer overgenomen, zodat ook de hele naservice via Befrako verloopt.

In september vorig jaar organiseerde de Zonhovense distributeur nog een groot event voor klanten en leveranciers om het 20-jarig bestaan in de verf te zetten.

Tekst: Kurt MEERS
Foto's: Mil





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

ALEXANDRA LIMAGE SPRINT TRANSPORT

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

"Ik verzet geen afspraken om op restaurant te gaan. Maar mocht het kunnen neem ik mijn afspraak mee naar De Slagmolen in Oudsbergen."

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

"Oh, dat zijn er zoveel: alle onderdelen, rollend materieel, bureaubenodigheden, drukwerk, smeermiddelen, enz. Die koop ik lokaal want ik vind dat je lokale handelaars en kmo's moet steunen."

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

"Moeilijke keuze: de Audi E-Tron Sportback en de Lightyear One. Beiden helaas nog niet op de markt. We wachten in spanning!"

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

"Daar wil ik nu nog niet aan denken. Als ik mijn passie en drive op mijn 60ste nog heb, ga ik gewoon door. En als de tijd rijp is om het roer door te geven, zal dat aan iemand zijn met dezelfde visie én enthousiasme."

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

"De meeste taken binnenshuis vind ik geen drama. Buitenshuis daarentegen, ik heb een absolute hekel aan onkruid wieden en andere tuintaken."

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

"Johan Thijs, topman van KBC Groep en pas verkozen als manager van het jaar."

7. Op welke sportprestatie ben je stiekem jaloers?

"De ongelofelijk knappe prestatie van onze Limburgse Nina Derwael die door haar topscore goud won op het WK."

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

"Sociale dumping! Ik erger mij werkelijk blauw aan 'collega's' uit de sector die een oneerlijke prijzenoorlog voeren en door allerlei achterpoortjes sociale fraude plegen. Er zou meer geld naar de controle-instanties moeten vloeien en de transportvergunning moet gewoon ingetrokken worden. Enkel geldboetes, dat werkt blijkbaar niet voldoende."

9. Hoeveel % bedraagt de kans dat je ooit op een verkiezingslijst zult belanden?

"Zeg nooit nooit, op dit moment heb ik er geen ambitie voor."

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

"In Mallorca. Een finca aan zee met een buitenkeuken, een zwembad en genoeg slaapkamers zodat vrienden en familie kunnen blijven logeren. En we dopen de finca om tot 'Casa Fiesta!'"

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

"Risotto. Of als ik genoeg tijd krijg Ossobuco met rode wijn en verse tomaten. En met mijn Ierse Peppered Pork."

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

"Transport en Logistiek Vlaanderen om me telkens doorheen nieuwe regelgevingen en wetten in de sector te gidsen."



Mercedes-Benz
The best or nothing.



NEEM IN 2020 EEN VLIEGENDE START!

Jazeker, we weten dat het nog maar net 2019 is.
Maar met Groep Jam kijken we graag vooruit.

Bijvoorbeeld naar 1 januari 2020. Dan verandert er veel op vlak van bedrijfswagens en fleet management.

Hoe zit het met de belastingheffing? En met de fiscale aftrekbaarheid?
En hoe bereidt u uw bedrijf voor op een optimale vloot?

Onze fleet experts leggen het u graag uit. Neem gerust contact op.
Zonder omwegen.

En natuurlijk ... ook voor 2019 wensen we u een vliegende start en een behouden commerciële rit.

Groep JAM

Hermans Etablissements

Voogdijstraat 25
3500 Hasselt
Tel.: +32 (0)11 27 90 00

Garage Modern

Gruitroderkiezel 39
3960 Bree
Tel.: +32 (0)89 46 01 40

HerMod

Lodewijk de Raetstraat 28
3920 Lommel
Tel.: +32 (0)11 80 58 00

JAM Maas & Kempen

Boslaan 57
3650 Dilsen-Stokkem
Tel.: +32 (0)89 51 84 30

Openingsuren

Maandag:	08:30 - 19:00
Dinsdag:	08:30 - 19:00
Woensdag:	08:30 - 19:00
Donderdag:	08:30 - 19:00
Vrijdag:	08:30 - 19:00
Zaterdag:	08:30 - 17:00
Zondag:	Gesloten

Email: hasselt@groepjam.be

WAT IS HET NU?

De polarisatie die zich in de politiek manifesteert, slaat over naar de consument.

Aan de ene kant heb je de Gele Hesjes die protesteren tegen de hoge prijzen voor basisproducten als brandstof, elektriciteit of water. De dreigementen zijn niet min: als alles niet stante pede goedkoper wordt, zullen ze nog meer auto's in brand steken, winkels plunderen en autowegen barricaderen. Kortom, de economie saboteren en de gewone mensen een hak zetten, kwestie van een 'postieve' boodschap uit te dragen. Geleerd van de andersgekleurde hesjes?

Eens deze herrieschoppers de straten hebben verlaten, duiken er aan de andere kant klimaatbetogers en andere wereldverbeteraars op met een tegenovergestelde boodschap: zij zijn woedend omdat alles te goedkoop wordt. Zij viseren eveneens basisproducten zoals kleding (Primark), voeding (processed convenience foods) en vliegtuigreizen (Ryanair). De consument wordt opgeroepen om méér te betalen, want dat is wat meer duurzaamheid en lokaal kopen (meestal) inhoudt. Vliegtuigtaks om het milieu te redden! Geen onderlijfjes meer uit Bangladesh! Stop met internetwinkelen! Boycot goedkope melk en fruit! Iedereen akkoord?

Nee dus. Hoe nobel en goed bedoeld de intenties ook zijn, het is voor beide zijden van het spectrum nooit goed en dat zal het ook nooit zijn. De reden is simpel. De extremen verzetten zich tegen de keuzes die wij als welvarend Westers land hebben gemaakt: democratie en het principe van de vrije markteconomie. Het spel van vraag en aanbod, dat door de (met meerderheid van stemmen verkozen) overheid wordt bijgestuurd met taksen en belastingen. Daar moeten we vooral heel blij mee zijn. En dus niet sloganesk gaan schreeuwen dat het hele systeem niet deugt. Dat is té gemakkelijk, want er is niemand –neen, niemand- die tegen het milieu, voor kinderarbeid of tegen gezondheid is. Er is trouwens geen alternatief. Of gaan we het communisme of een ander totalitair regime invoeren? De verkiezing van Trump en de Brexit leren dat ook een massa niet altijd bij machte is om de extremen te doorprikken. Niet in de politiek, niet in de economie.

Kurt Meers



facebook



LinkedIn

VOLGENDE VERSCHIJNING:
1 MAART 2019



demarketingafdeling



COLOFON

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

Contact: redactie@madeinlimburg.be

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

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