made in Limburg MAGAZINE

Bart Lodewyckx:

“ BELGEN ZIJN SCHILDPADDEN DIE NAAR EEN TGV STAREN ”

HILAIRE SPREUWERS RICHTTE RODE DUIVELS OP

KARIN VAN DE VELDE IS GEEN KEUKENPRINSES

JAARGANG 4 - FEBRUARI 2020

0,7 - 1,1 L/100 KM · 18 - 28 G/KM CO_2 (WLTP).
Contacteer uw = voor alle informatie over de fiscaliteit van uw voertuig.
Milieu-informatie KB 19/3/2004: www.mercedes-benz.be - Geef voorrang aan veiligheid.

De GLE Plug-in Hybrid Sport Edition.

Ontdek nu onze **Saloncondities**.

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

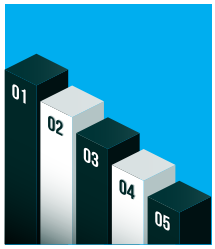
Lommel
Lodewijk de Raetstraat 28
3920 Lommel
Tel. 011 80 58 00

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

inhoud

Naast onze dagelijkse nieuwsartikels over de Limburgse ondernemerswereld, biedt Made in Limburg Magazine u maandelijks meer diepgang, achtergrond en ontspanning.

TOP 10 VAN DE MAAND p. 4



CEO Binnenstebuiten
BART LODEWYCKX p. 10

Hoe zou het zijn met ...
LEON VLIEGEN p. 12

Met vallen en opstaan
HILAIRE SPREUWERS (KITCHEN MOTORS) p. 13

New Kid on the Block
ILSE DALEMANS (YES COMMUNICATIE) p. 15

Spraakmakend
WIT, WITTER, WITST p. 17

Den bureau van de CEO
RAYMOND VANSTRAELEN p. 19

Verborgen parel
VISKOTEEPAK LOMMEL p. 21

Out of Office
KARIN VAN DE VELDE p. 23

Zij is de baas
MET O.A. MYRIAM EERLINGEN p. 25

ONS GEDACHT p. 30

Top 10 artikels

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

1 DE MOOISTE MENSEN VAN DE INVITITO ...

3.000 Limburgse ondernemers, managers en andere stakeholders verzamelden donderdag op de Nieuwjaarsinvititо van Voka Limburg.

Naast de gebruikelijke nieuwjaarswensen riep kersvers voorzitter Karin Van De Velde op tot politieke daadkracht: "Limburg ligt met het Vlaams regeerakkoord in pole position, maar nu is er Limburgse eendracht en daadkracht nodig", zei ze. Je kan de foto's bekijken via https://www.madeinlimburg.be/nieuws/de-mooiste-mensen-van-de-invitito/

2 CRENEAU PAKT PVS, TRIBU EN 150 MAN MEE NAAR DUBAI

Na de inrichting van het Belgisch paviljoen voor de wereldtentoonstelling in Dubai, zal het Limburgse bureau Creneau International er nu ook het horecagedeelte uitbaten. Veel van de 150 mensen die hiervoor 6 maanden nodig zijn, komen uit de zaken van Dimitri Beckers, zoals The Century, Het Cordaat en Hassotel. Audiovisueel specialist PVS (Hasselt) en Tribu (Bilzen) helpen bij de aankleding van het paviljoen.

De inrichting van het retail- en horecagedeelte in Dubai werd eerder al toegewezen aan Creneau International. Het bureau van Werner Vanherle en Bart Canini mag na een tweede aanbesteding, nu ook de exploitatie ervan in handen nemen. "Omdat wij zelf al heel wat ervaring hebben met horeca-uitbating, en al langer aanwezig zijn in Dubai, hadden we ons daarvoor kandidaat gesteld", legt CEO Bart Canini uit. Het gaat concreet om een restaurant volgens het concept van Le Petit Belge (zoals er onlangs eentje opende in Maasmechelen Village), een typische Belgische frituur en wafelkiosk. Maar ook voor de catering van de dagelijkse B2B- en avondevenementen wordt Creneau verantwoordelijk. Er wordt gerekend op een omzet van 6 miljoen euro over de hele expo-periode (van 20 oktober 2020 tot 10 april 2021), of 1 miljoen euro per maand.

Alles samen worden er 150 mensen gezocht om een half jaar (of een deel ervan) in Dubai te gaan werken. "Voor al die mensen moeten wij kost en inwoon voorzien", stelt Canini. "We zoeken daarom niet alleen studenten die na hun studies er een half jaar tussenuit willen, maar ook mensen met ervaring in de horeca. Precies daarom hebben we een samenwerking opgezet met de C-Group van Dimitri Beckers."

"Wij zien het voor onze mensen als een soort incentive", zegt horeca-ondernemer Dimitri Beckers. "Zij kunnen tegelijk zorgen voor de nodige ervaring." Voor de inrichting van het horeca- en retailgedeelte van het paviljoen heeft Creneau een beroep gedaan op de Hasseltse audiogroothandel PVS (bekend van het merk Audac) en de Bilzense producent van top-buitenmeubelen Tribù.

"Het wordt hectisch, maar een schitterende uitdaging", beseft Canini. "Alleen al de complexe invoerrechten voor de Verenigde Arabische Emiraten beloven een klus te worden." En alsof dat nog niet genoeg is, moet tegen einde maart het horecadeel van Quartier Bleu in Hasselt de deuren openen, met een Maison Mathis en het nieuwe concept Trenta Nove. "Ja, we weten momenteel wat gedaan..."

3

BAETEN (MAASEIK) NEEMT GOYENS (GENK) OVER

Opmerkelijke fusie in de Limburgse wijnwereld: de gekende wijnhandel Goyens uit Genk wordt overgenomen door Baeten Vinopolis uit Maaseik. "We hebben een heel complementair gamma en hanteren dezelfde waarden en normen in de bedrijfsvoering. Deze samenwerking zorgt voor continuïteit en groei", zeggen Luc Goyens en Raf Baeten.

De ouders van Luc Goyens zijn destijds in Waterschei gestart met een superette. "Mijn vader specialiseerde zich toen al in wijnen", vertelt Luc. "Naast de winkelverkoop, leverde hij aan grote bedrijven als Ford en Philips, en ook de betere restaurants waren goede klanten. Toen ik zelf als 25-jarige in de zaak ben gestapt, ging ik me samen met mijn vader exclusief op de wijnhandel toeleggen. Zo bouwden we op de Hasseltweg de huidige vestiging, met een winkel, magazijn en degustatieruimte."

TROUW

Wijnen Goyens groeide doorheen de jaren uit tot een alom gerespecteerde leverancier van een breed aanbod in wijnen, champagnes en sterke dranken. "We zijn gekend voor de 'range' van goedkope tot heel dure flessen", zegt Luc Goyens. "De klanten zijn zowel bezoekers van de winkel, de betere horecazaken als bedrijven en instellingen die relatiegeschenken aankopen. Een trouw publiek, dat ik met het volste vertrouwen aan Baeten Vinopolis toevertrouw. Ik wou alleen met een partij in zee gaan waarvan ik weet dat de structuur, visie, waarden en vooral de klantenservice overeenstemmen met onze aanpak."

"Dat die overeenstemming er is, staat buiten kijf", bevestigt Raf Baeten, die samen met zijn zus Michèle de derde generatie vertegenwoordigt bij Baeten Vinopolis. "Goyens staat heel hoog aangeschreven in onze sector. Omdat zij ook het topsegment aanbieden, kunnen wij het niveau van ons gamma verder optillen. Ook qua klanten en geografische dekking zijn we complementair. Door de fusie bereiken we nu heel Limburg met een totaalaanbod."

OP VAT

Er zijn trouwens nog meer frappante gelijkenissen. "Klopt, want Baeten is net als Goyens gestart als een winkel in delicatessen, die zich nadien is gaan specialiseren in wijnen. Mijn vader Jos Baeten heeft in de tijd van de steenkoolmijnen het gamma verder uitgebreid. De betere huiswijnen zijn we daarna gaan verpakken in vaten, wat een zeer ecologisch concept is." Net als in de winkel in Maaseik zullen er weldra in Genk ook permanent 20 flessen wijn open staan om te degusteren.

MEDE-INVESTEERDER

Luc Goyens (62) zal nog enkele maanden de overdracht naar de overnemers begeleiden en blijft ook nadien ter beschikking voor advies. Het volledige personeel stapt mee over naar Baeten. De activiteiten in Genk zullen voortaan worden aangestuurd door Brecht Vanhoef, die al enkele jaren ervaring heeft opgedaan in Maaseik en ook mee investeert in de overname.

4

NIEUWBOUW VAN ILIAENS SCHIET AARDIG OP

De Alkense vakhandel Iliaens wil deze zomer verhuizen naar een nieuw complex dat momenteel in de steigers staat. Vlak tegenover de autokeuring bouwen Kris Iliaens en Ingrid Koolen een winkel, showroom en kantoren op 4.000 m2. De investering bedraagt zo'n 3 miljoen euro..

Iliaens is een begrip in de streek. De handel in ijzerwaren, gereedschappen en bouwbenodigdheden voor vakmensen en doe-het-zelvers bestaat al sinds 1947 en wordt momenteel geleid door de derde generatie. Door plaatsgebrek op de huidige locatie aan de Steenweg (waar later een nieuw handelsproject wordt gebouwd), gingen de zaakvoerders op zoek naar een nieuwe stek. Die werd gevonden op industrieterrein De Kolmen, vlak tegenover de autokeuring. De aanschuivende automobilisten kunnen er vaststellen dat industriebouwer MTS uit Sint-Truiden druk in de weer is om het indrukwekkende project tegen de zomer gebruiksklaar te krijgen. De gevelpanelen zijn inmiddels geplaatst.

"We kijken er naar uit om in de nieuwbouw onze klanten te kunnen ontvangen", zeggen Kris Iliaens en Ingrid Koolen. "We kunnen er alle faciliteiten inrichten naar onze goesting en ambities." Het volledige terrein is 13.000 m2 groot. "Naast de winkel en kantoren komt er een ruime parking, en achterliggend trekken we 9 hallen op die verhuurd zullen worden aan KMO's." Het team van Iliaens dat rond het bouwverlof de oversteek naar De Kolmen maakt, bestaat nu uit 19 medewerkers en de 2 zaakvoerders. "We verwachten dat de verhuis ons een extra boost zal geven en we dus spoedig nog enkele nieuwe collega's zullen mogen verwelkomen", besluit het duo.

5

BEKENDE BAKKER HOUDT HET VOOR BEKEKEN

Peter Verboven, zaakvoerder van de gelijknamige bakkerij in Hasselt, heeft vorige week aangekondigd dat de gekende zaak dichtgaat. Als redenen voor de definitieve sluiting verwijst hij naar de goedkope broodproducten in de supermarkten en naar de mobiliteit in de Hasseltse binnenstad.

Hasselt is een icoon armer, want bakker Peter Verboven heeft zijn allerlaatste Dessert Spéciale klaargemaakt. Naast deze specialiteit verdwijnt ook de geheime receptuur van zijn Hasseltse speculaas en vele andere unieke brood- en banketcreaties.

"Met pijn in het hart maar het kan gewoon niet anders", legt Verboven uit. "Een hele groep klanten vindt kwaliteit steeds minder belangrijk. In de grootwarenhuizen liggen vandaag alle soorten brood, vaak goedkoper maar zeker niet beter dan hier. En toch kiezen steeds meer mensen daarvoor."

"Daarnaast is de binnenstad voor mijn zaak één grote chaos. Onze klanten zijn mensen die hier sinds jaar en dag met de auto hun bestellingen komen oppikken. Sorry, maar met onze producten kan je geen paar honderd meter door de stad wandelen. Sinds de 'paaltjes' er staan (om auto's uit de winkelstraten te weren), is onze omzet met de helft gedaald. En het akkoord dat we met de stad hadden om minstens op zondag de paaltjes tot 12 uur 's middags omlaag te laten, werkt niet. De ene zondag lukt het, de andere zijn ze gewoon omhoog. Zo kan je echt je klanten niet bedienen."

Verboven is er de kop van in: "Ik vind het zelf doodzonde om te stoppen, want goesting is er nog genoeg. En als 55-jarige moet je nog even aan de slag blijven in ons land... Mijn vrouw Noëlla en onze vaste hulp Grasiëlla hebben zich ook tot de laatst dag geweerd als duivels in een wijwatervat, maar het lukt gewoon niet meer. En dus halen we net de zestigste verjaardag van onze bakkerij niet. Die zouden we op 1 april gevierd hebben. Papa heeft hier de fundamenten van een geweldige bakkerij gelegd en mama is er dan ook doodziek van. Maar er is gewoon geen andere keuze. En dus staat het gebouw en de handelszaak vanaf nu te koop."

Verboven denkt er wel aan om elders, op kleine schaal, opnieuw aan het bakken te gaan.

6

ROB HASEVOETS RIJGT PRIJZEN AAN ELKAAR

Vastgoedkantoor ERA Nobis uit Stevoort is uitgeroepen tot snelst groeiende ERA-kantoor in Vlaanderen. "Bovendien behoren we nu tot de 4 best draaiende partners van het land, en dat heeft ons afgelopen weekend een Golden Award opgeleverd", zegt zaakvoerder Rob Hasevoets.

ERA bestaat 25 jaar in België en dat werd zopas gevierd met een groot feest voor alle aangesloten makelaars en hun medewerkers. Traditiegetrouw worden op de jaarlijkse bijeenkomst ook een aantal awards uitgereikt. Daarmee wil de organisatie de kantoren in de bloemetjes zetten die zich het afgelopen jaar in positieve zin lieten opmerken.

Eén van de grote winnaars was ERA Nobis, met vestigingen in Hasselt, Herk-de-Stad, Alken en Zonhoven. Als lid van de top 4 mocht Rob Hasevoets een Golden Award gaan afhalen. Alleen de beste 10 kantoren uit het netwerk mogen die onderscheiding mee huiswaarts nemen.

Meer nog, ERA Nobis werd meteen ook uitgeroepen tot snelst groeiende ERA-kantoor in Vlaanderen. Er waren ook individuele prijzen voor de medewerkers van Haesevoets. Zo mocht Nele Verbeek zich een plaatsje toe-eigenen in de Club Excellence 2020, voorbestemd voor de beste commerciële medewerkers.

Rob Hasevoets is dan ook zo fier als een gieter: "Uiteraard zijn wij zeer vereerd met deze erkenning. Het is dankzij de inzet en vakmanschap van het hele team dat ERA Nobis zo goed scoort. En ja, het is ook gepast om onze klanten in deze hulde te betrekken, want het zijn uiteindelijk zij die ons steeds opnieuw het vertrouwen schenken."

7

DOMINQUE DE COSTER KOMT ALS WINNAAR UIT DE BUS

Op de jaarvergadering van OndernemersClub Houthalen-Helchteren (OCHH) werd Dominique De Coster van het gelijknamige bedrijf, feestelijk in de bloemen gezet voor zijn verdienste voor de lokale economie.

Het is een traditie dat op de nieuwjaarsreceptie van de OCHH én het gemeentebestuur, een ondernemer uit Houthalen-Helchteren met een lange staat van dienst wordt gelauwerd. Voorzitter Wim Verstraten (Cuva Voeding) had de eer om Dominique De Coster en zijn echtgenote op het podium te roepen voor de prijsuitreiking. Ook burgemeester Yzermans had tijdens zijn speech in De Barrier lovende woorden voor de laureaat.

Dominique Coster is één van de grootste aannemers van grond- en afbraakwerken in onze provincie. Hij ging in 1979 van start als zelfstandig grondwerker en bouwde in 40 jaar tijd het bedrijf uit tot een groep met 130 medewerkers. In 2000 stapten de zonen Tom, Rob, Bert en Jan mee in de zaak.

Naast een mooi boeket voor zijn vrouw, ontving Dominique De Coster een kunstwerk als aandenken.

8

START-UP HELEMAAL KLAAR VOOR BIG BANG

iino Benelux, het jonge bedrijfje van Jef Noelmans en Vincent Beckers, heeft alles in gereedheid gebracht om het land te veroveren. "In het eerste jaar van ons bestaan hebben we al een 50-tal installaties van thuisbatterijen verkocht, maar als binnen 11 maanden de terugdraaiende teller wordt afgeschaft, verwachten we een échte boom. We zijn er klaar voor", aldus het duo.

"We hebben het voorbije jaar niet stilgezeten", zeggen Noelmans en Beckers, die verdeler zijn van het wereldmerk Alpha-ESS. "In de eerste plaats hebben we een dealernetwerk aangelegd van installateurs die onze thuisbatterijen mee verkopen en plaatsen. Het zijn allemaal professionals die thuis zijn in de hernieuwbare energie, en door ons verder worden bijgeschoold in de technische specificaties van thuisbatterijen. Deze mensen krijgen ook een commerciële training, want het is niet zo eenvoudig om de voordelen van een nieuw product bevattelijk uit te leggen aan het grote publiek. De onduidelijkheid in de subsidievoorwaarden maakt het er niet makkelijker op. En toch… We hebben al zo'n 50 installaties verkocht en geplaatst, meer dan we vooropgesteld hadden. Daarbij ook een groot project van 100 kWh, toch niet niks…"

VERHAAL

Het duo zette bovendien de interne organisatie op punt. "Zo hebben we een ERP-pakket geïnstalleerd, een logistiek platform opgezet, onze webshop klaargestoomd, handleidingen opgesteld, een helpdesk geïnstalleerd, enzovoort. Er werden ook contacten gelegd binnen de sector, zoals met andere bedrijven en instellingen van het energieplatform bij POM Limburg. We mogen wel stellen dat we goed gewapend zijn voor de toekomst. En die ziet er fraai uit, want op 1 januari 2021 wordt de wetgeving aangepast zodat een thuisbatterij een groot financieel voordeel kan opleveren voor iedere energieconsument. Aangevuld met de puur ecologische overwegingen, krijg je dan een heel sterk verhaal."

READY, GO!

iino Benelux heeft nog veel concrete plannen vooraleer het opnieuw Nieuwjaar is: "Om onze installateurs te ondersteunen, gaan we zelf naar de B2C-markt communiceren. Wij zijn intussen getraind om de boodschap duidelijk over te brengen en leiden zo de klanten toe naar onze partners. Een win-win-situatie. Intussen scholen we onszelf permanent bij, doen we inspanningen naar lobbywerk en optimaliseren we de flow van onze projecten. Om maar te zeggen: we laten niets aan het toeval over om marktleider te worden in dit segment van thuisbatterijen. De wereld is er stilaan klaar voor, wij zijn dat helemaal!"

9

VINO EN MORTADELLA TUSSEN DE ROKJES EN HOGE HAKKEN

Boetiek Domani aan de Guido Gezellelaan in Heusden-Zolder viert haar 25-jarig bestaan op een speciale manier. De zaak trakteert zichzelf op een investering van 1 miljoen, waarbij de collecties van kleding en schoenen worden geflankeerd door Italiaanse wijnen en lifestyleartikelen. "Een concept-store met bar, wat zorgt voor een unieke beleving", zegt zaakvoerster Brenda Corsi.

Voor wie aan zijn winkelbeleving nog extra diepgang wil geven, kan bij Domani een echte Italiaanse cappuccino of een glas wijn van Vino Ascanio bestellen. Een klein hongertje? Geen probleem. Brenda Corsi serveert ook ontbijt of een Italiaanse vleesschotel…

Met haar uitbreidingsproject is ze niet over één nacht ijs gegaan. "Het businessplan is gebaseerd op statistieken van de Universiteit Hasselt", zegt ze. "Beleving in de winkel in heel belangrijk. Dat is de toekomst. Wij geloven sterk dat ons concept hier op zijn plaats is, gezien de talrijke nieuwe initiatieven op de mijnterreinen van Zolder, waardoor onze gemeente op de Europese kaart komt te staan."

De uitbreiding is tegelijkertijd een voorzet naar de opvolging in de zaak. "Mijn 2 kinderen Nagaia (21) en Ascanio (29) en mijn schoondochter Saartje (28) werkten het totaalconcept van boetiek met horeca en wijnhandel mee uit", aldus nog Brenda Corsi. Domani & Vino Ascanio heeft dus een lange toekomst voor de boeg!"

10

MICHELINSTER VOOR VOORMALIGE SOMMELIER KRISTALIJN

Ze was al verkozen tot Beste sommelier van België in 2012, Gastvrouw van het jaar in 2017 en nu heeft ze ook een Michelinster te pakken: Jennifer Silvius en haar partner Ralph Hermans hebben met hun restaurant Rantree zopas het goede nieuws vernomen.

Rantree bestaat sinds 2014, toen Jennifer Silvius haar functie van sommelier in De Kristalijn (Genk) ruilde voor de opstart van een eigen zaak. Het koppel ging vol ambitie van start in Maastricht. Eind 2018 verhuisde het restaurant naar het Dormio Resort op de Dousberg aan de rand van Maastricht. Met groot succes, want bij de bekendmaking van de nieuwe Nederlandse Michelingids, blijkt dat Rantree voortaan met 1 ster genoteerd staat.

Er zijn overigens nog 2 andere restaurants in Nederlands Limburg die een eerste ster hebben binnengehaald. Althans, ze hebben beide hun verloren ster teruggewonnen. Naast Marrees (het vroegere Bretelli) is het Servais Tielman die na de overname van Beluga Loves You opnieuw in de gids verschijnt. Intussen zet de juridische strijd met de vorige eigenaar zich verder.

Nederlands Limburg telt nu 10 Michelin-sterren, verdeeld over 9 restaurants. Sabero in Roermond is het enige met 2 sterren aan de muur. Belgisch Limburg telt 3 zaken met 2 sterren en 9 met 1 ster.

BART LODEWYCKX
UNIZO LIMBURG

“ Ik hou van verrassingen. Maar alles op zijn tijd. ”

Je kunt geen omelet bakken zonder de eieren te breken... Als fervent hobby-kok weet Bart Lodewyckx, gedelegeerd bestuurder van Unizo Limburg, dat maar al te goed. En dus heeft hij in de bijna 8 jaar dat hij aan het roer staat van de ondernemersvereniging, al een paar keer grondig aan de boom geschud om het klassieke schip van koers te veranderen. Niet zonder succes. “Onze leden merken dagelijks dat de wereld razendsnel evolueert. Het is onze plicht om hier als organisatie in mee te gaan, willen we relevant blijven voor de ondernemerswereld”, zegt Lodewyckx. Een vraaggesprek.

De tijd vliegt. Op welke realisaties ben je trots?

“Ik denk dat we met ons team wel degelijk een omslag in de organisatie teweeggebracht hebben. Eén van de belangrijkste verwezenlijkingen vind ik dat we heel sterk zijn gaan werken vanuit de behoeften van onze leden. We luisteren heel goed naar hen en bieden hen vervolgens een dienstverlening op maat aan. Zo leggen we wekelijks tientallen bezoeken bij ondernemers af, waar we face-to-face mee in gesprek gaan. Niet om hen iets te verkopen, maar wel om te luisteren naar wat hun uitdagingen zijn en hoe we ze kunnen helpen. Voor die klantgerichte aanpak vanuit de basis, krijgen we veel waardering.”

“Daarnaast ben ik fier op de uitbouw van ons adviesteam. Vroeger hadden we 2 startersadviseurs en kregen we alleen starters over de vloer. Nu staan we met een team van 10 experten klaar om ondernemers eerstelijnsadvies te geven op alle kantelmomenten en kruispunten in hun ondernemerschap. Dat kan gaan over de financiering van hun zaak, over groeipijnen, over structuur aanbrengen tot HR-uitdagingen. Wij zijn voor veel ondernemers een klankbord. En waar ik persoonlijk ook trots op ben is de G100, onze community van 100 Limburgse groei-KMO’s die maandelijks samenkomen in werkgroepen. Deze formule is zo succesvol dat wij ze momenteel aan het uitbreiden zijn naar andere doelgroepen zoals de retailers, starters, vrouwelijke

ondernemers, freelancers en anderen. We vinden met die werkgroepen het warm water niet opnieuw uit, maar voor onze organisatie is het wel een enorme meerwaarde."

Vertaalt die aanpak zich in vele extra leden?

"Ons ledenaantal is al een hele tijd stabiel, wat in deze tijden een succes mag genoemd worden. Een ledenorganisatie is nog altijd relevant, maar die formule komt onvermijdelijk onder druk te staan. De nieuwe generatie bindt zich immers minder gemakkelijk. Zij beschouwen de wereld, en dus ook organisaties als de onze, als een menukaart waaruit ze vrij kunnen kiezen als zij daar zin in hebben. Daarom zijn we onze ondernemers alsmaar meer gaan beschouwen als klanten, die uit ons aanbod de kersen pikken die zij het lekkerst vinden."

Of uit het aanbod van de collega-organisaties?

"Ja. Maar er is plaats voor allemaal. Elke werkgeversorganisatie in Limburg heeft haar eigen DNA. Dat van ons is bovendien exclusief: wij richten ons alleen op eigenaar-ondernemers van KMO's tussen 0 en pakweg 30 werknemers. Dat zijn mensen die op het einde van de maand zelf voor hun centen zorgen, en bij uitbreiding voor de centen van hun personeel. Dat zijn mensen die dus grote risico's nemen. Daardoor kunnen we ook erg duidelijke standpunten innemen. Als je ook grote multinationals vertegenwoordigt, dan kom je quasi automatisch in een spreidstand als het bijvoorbeeld gaat over fiscaliteit of het afdwingen van een gelijk speelveld. Dat probleem hebben wij veel minder. Wij kunnen ons voor 100% focussen op de belangenverdediging van onze specifieke doelgroep. Twee derde van onze medewerkers is vandaag actief in de individuele en collectieve adviesverstrekking. Wat ook wil zeggen dat we verhoudingsgewijs minder met de organisatie van activiteiten bezig zijn.

De kritiek dat jullie een eventbureau zijn, is dus achterhaald?

"Ik denk dat we dat geweer inderdaad van schouder hebben veranderd. Al blijft het samenbrengen van ondernemers uiteraard belangrijk. Ik denk dat we nog bijna elke werkdag ergens in de provincie een informatieve bijeenkomst op de agenda hebben staan."

Volgt de rest van de Unizo-familie in deze transformatie?

"Ons bestuur in Limburg is inderdaad helemaal mee. Met Geert Lambrechts hebben we een fantastische voorzitter, die de noodzaak van verandering goed aanvoelt. De nationale Unizo-organisatie is -eerlijk gezegd- soms een ander paar mouwen. Limburg is altijd een voorloper geweest om vernieuwing door te voeren. Door onze provinciale structuur en financiële onafhankelijkheid, hebben we altijd ons eigen ding kunnen doen. Af en toe botst dat omdat we op 2 sporen werken. Wij staan letterlijk met onze voeten in het veld, dichtbij de eigenaar-ondernemers, terwijl ze in Brussel dan weer véél dichter bij de administratie en de politiek staan. Maar zoals in elke goede familie worden meningsverschillen ook weer even snel uitgeklaard. Dan is Unizo Nationaal blij dat wij als proefkonijnen de kastanjes uit het vuur hebben gehaald en kunnen ze onze experimenten uitrollen naar de andere regio's."

Wat wil je in de toekomst nog realiseren?

"Er liggen nog heel veel grote uitdagingen op ons te wachten. Denk aan het gelijke speelveld dat we willen creëren tussen kleine, lokale ondernemingen en grote multinationals. Als er voor de Zweedse meubelgigant Ikea een rode loper wordt uitgerold, verwachten we dat diezelfde rode loper, met alle bijhorende voordelen, ook voor een lokale meubelboer komt te liggen. Van ons mag Starbucks ook zijn koffiehoeken verder uitbouwen, maar niet als ze een ander fiscaal gunstregime genieten dan de lokale koffieshop die een straat verder onderneemt. Want dan maak je lokale handel morsdood."

Nog zo'n gigantische uitdaging: de concurrentie met de internethandel. "Er verdwijnt per jaar 8 miljard aan online-uitgaven naar het buitenland. Een groot deel naar Nederland. We moeten ons de vraag durven stellen waarom wij niet onze eigen Bol.com of Coolblue hebben. Een deel van onze leden hoort dat niet graag, maar ik had liever gezien dat we onze eigen Belgische grote online-spelers hadden. Want die evolutie houd je niet tegen en dan kan je maar beter zelf een stevige marktpositie uitbouwen. Als we nu aan een inhaalbeweging beginnen, dan gaan we daar pas binnen jaren de vruchten van plukken. Maar stilzitten is geen optie. Op online vlak moeten we veel meer ambitie hebben. Tegelijkertijd moet er snel werk gemaakt worden van een gelijk speelveld. Internet stopt niet aan de grens. Onze regels wel. We lijken wel schildpadden die gapen naar een passerende TGV-trein."

The future is bright. Maar niet zonder zorgen.

"Klopt. Ik maak me bijvoorbeeld zorgen om het onderwijs en ook over de achterstand van jongeren met een migratieachtergrond in het onderwijs. Daar zijn al vele inspanningen gebeurd, maar het gaat telkens om gekapt stro, om versnipperde initiatieven. Daarnaast maak ik me zorgen over vele zelfstandigen, die wel het statuut van zelfstandige hebben, maar zich nog onvoldoende opstellen als een ondernemer. Het is onze ambitie om hen meer in die richting te laten evolueren en hen daarin te versterken, zodat ze zich sneller kunnen aanpassen aan de veranderende markt van morgen. Nog te veel ondernemers denken dat het hun tijd wel zal duren, maar zo werkt het anno 2020 niet meer. Wie denkt dat zijn markt niet aan verandering onderhevig is, is een vogel voor de kat."

Drastische carrièrewending?

Het had in 2017 geen haar gescheeld of Bart Lodewyckx was benoemd als opvolger van de nationale Unizo-topman Karel Van Eetvelt. De huidige CEO van voetbalclub Anderlecht stelde echter een andere kroonprins aan, en Lodewyckx ging zich zonder morren verder focussen op de Limburgse gelederen. Of er in de toekomst nog zo'n trein zal passeren en of hij er dan wel zal opspringen, is geen uitgemaakte zaak. "Wat het zeker nooit wordt, is de politiek. Dat nooit. Echt nooit. Ik haal mijn energie uit het behalen van resultaten met een team dat telkens naar een hoger niveau klimt. Ik vind politiek zeer boeiend maar ik zou er totaal niet in functioneren. En ik ga al zeker geen politieke beweging oprichten", knipoogt hij naar Karel Van Eetvelt. "Eén ding weet ik wel: ik doe mijn huidige job bijzonder graag en wil ze zeker nog enkele jaren doen. Want ik beschouw mijn werk nog niet als af. We hebben nog een aantal plannen waarmee we nog meer het verschil kunnen gaan maken naar ondernemers. Maar daarna wil ik nog eens een heel andere wending aan mijn carrière geven. Ik hou van verrassingen. Maar alles op zijn tijd..."

Tekst: Kurt MEERS
Foto's: Luc DAELEMANS

LEON VLIEGEN

“ Dit vak kan ik na mijn pensioen blijven doen ”

Sommigen kennen hem nog als adjunct-directeur van VKW Limburg, anderen herinneren zich Leon Vliegen als de nationale HR Manager van Jaar. Vandaag leidt hij zijn derde professionele leven als coach en HR-consultant. “Op vlak van plezier in het werk en de waardering die ik ervoor krijg, ben ik met mijn gat in de boter gevallen”, zegt hij.

Het is al even geleden dat Leon Vliegen aan de zijde van Jos Stalmans het mooie weer maakte bij VKW Limburg. “Een boeiende periode, waarin ik kon kennismaken met tal van gepassioneerde ondernemers en managers. Daarna ben ik zelf het bedrijfsleven ingestapt, te beginnen bij Borealis. Het is daar dat ik het HR-vak geleerd heb. Het was een hele uitdaging om als werkgever in competitie te treden met andere grote spelers. Een stevige employer branding was nodig om de sterkste profielen aan te trekken. Wat ik er ook heb opgestoken, was de omgang met de vakbonden. Die was bij momenten nogal ‘combattief’, maar dat maakte het wel boeiend.” Hoogtepunt in de 12 jaar dat hij bij Borealis bleef, was de verkiezing tot HR Manager van Jaar in 2003. “Inderdaad, een mooie bekroning die heel wat weerklank heeft gekregen.”

Na de vestigingen in Beringen en Zwijndrecht, werd Vliegen nationaal HR-directeur voor de groep. “Daar lag de focus meer op ontwikkeling, zowel van de organisatie als individuele werknemers. De uitdaging was om als strategisch businesspartner het HR-beleid te verbinden met de rest van het bedrijf.” Toen Borealis een herschikking maakte op Europees niveau en de collega’s van Vliegen naar Wenen werden overgeheveld, maakte hij om familiale redenen de keuze om andere oorden op te zoeken.

WAARDERING

“Na opdrachten bij Tyco Electronics en Pregis (het voormalige Sentinel Foam) heb ik in 2013 samen met een vennoot het bedrijf Fly Consult opgericht”, vertelt hij. “We hebben ons gespecialiseerd in diverse domeinen, zoals leiderschapsontwikkeling, individuele coaching en teamcoaching. Daarnaast richten we assessment- en developmentcenters in, bijvoorbeeld wereldwijd voor Heineken. Een derde tak is begeleiding, consultancy en strategiebepaling. Tot slot doen we ook rekrutering en selectie, zowel voor de privé als de zorgsector. Een hele boterham, maar heel gevarieerd en bijzonder boeiend. Je ervaart dat je werk vruchten afwerpt, en krijgt daar veel waardering voor. Ik vind het ook interessant om bij heel diverse ondernemingen over de vloer te komen en telkens te proeven van de bedrijfscultuur die er heerst.”

KUNST

Aan uitbollen denkt Leon Vliegen (58) nog niet. “We hebben de ambitie om Fly Consult verder uit te bouwen”, zegt hij. “De zaken lopen goed. We houden de bestaande klanten goed vast en winnen er regelmatig nieuwe bij. Ik wil er zeker nog een jaar of 10 mee doorgaan. En zelfs daarna is het perfect mogelijk om opdrachten te blijven doen. Ik sluit wel niet uit dat we op termijn naar partners zoeken die later eventueel het roer kunnen overnemen.”

Doorheen de jaren heeft de ondernemer duchtig gesleuteld aan zijn eigen work-life balance. “De weekends hou ik tegenwoordig zoveel mogelijk vrij. Joggen, fietsen, koken,... daar maak ik dan tijd voor. Een andere hobby situeert zich in de kunstwereld. Als voorzitter van een kunstinstelling ondersteunen we kunstenaars die interessante projecten willen uitvoeren. Opnieuw een totaal andere wereld, maar die afwisseling heb ik nodig. Het is altijd fijn om in contact te komen met andere visies, stijlen, gewoontes, achtergronden,... Dat verrijkt je geest en laat toe om ook professioneel betere inschattingen te maken. En zo zijn hobby en beroep toch altijd een beetje verweven.”

Tekst: Kurt MEERS
Foto’s: MiL

HILAIRE SPREUWERS

“ Een dosis geluk én hard werken, anders lukt het niet ”

Geloof het of niet, maar tot zijn dertigste werkte Hilaire Speuwers als bouwkundig tekenaar. Zijn verjaardag was het sein om het roer drastisch om te gooien en een nieuwe carrière als chef-kok aan te vatten. Dat werd een geweldig succes, maar toch besloot hij om zijn gelauwerde restaurant BitterZoet te sluiten. Ondernemen met vallen en opstaan, dus...

“Als bouwkundig tekenaar was ik echt aan het wegkwijnen achter mijn bureau”, vertelt Hilaire Spreuwers (42). “Ik werd toen net 30 jaar en besliste om te gaan doen wat ik graag wou doen: koken. Ik stopte van de ene dag op de andere, schreef me in voor de koksschool en ging tegelijk de lerarenopleiding volgen. Een combinatie die best wel ‘heavy’ was, maar goed. Dat was wat ik absoluut wou doen.”

Spreuwers koos binnen zijn nieuw vakgebied niet voor de makkelijkste weg. “Ik heb meer de Nederlandse, ietwat rebelse mentaliteit”, zegt hij. “Ik hou niet zo van traditionele, platgetreden paden. Ik ben altijd op zoek naar nieuwe, innovatieve dingen. Zo ben ik ook uitgekomen bij BitterZoet, het restaurant waar ik de smaken van de gerechten combineerde met aangepaste bieren. Toegegeven, daar was wel lef voor nodig, maar de formule werd gesmaakt.”

Met vallen en opstaan

BitterZoet werd overladen met awards. "Van de talrijke prijzen en oorkondes vond ik de Drijfveer van Unizo Zonhoven nog altijd de mooiste", zegt hij. "Een onderscheiding die mij werd toevertrouwd door lokale collega-ondernemers, en dat deed me extra plezier. Ook dat ik als jonge starter het wist te halen van bedrijven als Konings en Arte, gaf me een enorme boost in het vertrouwen. De Drijfveer staat nog altijd prominent op mijn bureau."

STEKKER ERUIT

Ondanks het succes sloot Spreuwers uiteindelijk toch de deuren van BitterZoet. "Zoals overal in de horeca was het een kwestie van knallen in het weekend en overleven tijdens de week. Op het einde moest de rekening kloppen, maar die oefening viel negatief uit. Koken op dit niveau was gewoon niet rendabel. En dan moet je hard durven zijn en tijdig de stekker eruit trekken. Dat hebben we dan ook gedaan, hoe jammer het ook was. Een andere reden was dat ik veel moest bezig zijn met adminstratie, fiscaliteit, allerlei regeltjes, enzovoort. Ondertussen kreeg ik heel wat interessante projecten voorgeschoteld waar helaas geen tijd voor was. En dat vond ik jammer."

RODE DUIVELS

Exit BitterZoet. "Ik heb dan even alles laten bezinken en heb dan een aantal projecten aanvaard die mijn pad kruisten", vertelt Hilaire Spreuwers. "Zo kon ik voor Njam TV gerechten maken voor foodfotografie. Heel leuk, en rendabel bovendien... Ik werd ook gevraagd om voor Horeca Vlaanderen jonge topchefs te gaan begeleiden en de Vlaamse gastronomie wereldwijd uit te dragen. Een fantastische ervaring, want ik richtte de Rode Duivels van de gastronomie op, zeg maar. Met ons nationale team namen we deel aan internationale kookwedstrijden en konden we Vlaanderen op de internationale kaart zetten als culinaire bestemming. Die opdracht heeft me langs vele landen en culturen geleid. Dat was ook het geval voor de trend-tours die ik in binnen- en buitenland mocht organiseren. Samen met andere horeca-ondernemers de lokale keukengeheimen ontdekken. Heerlijk."

GORDON RAMSAY

Intussen voert Hilaire Spreuwers nog steeds diverse projecten uit. "De foodfotografie, dat blijf ik doen. Ik verzorg ook cateringdiensten, kwestie van de voeling met het koken te behouden. Daarnaast begeleid ik als adviseur start-ups en doorwinterde professionals die graag eens een andere kijk op hun horecazaak willen hebben. Dat kan gaan van advies over de samenstelling van de kaart, de omgang met het personeel, selectie van de leveranciers, tot de kleur van het interieur. Een Vlaamse Gordon Ramsay, ja daar lijkt het soms op (lacht). Er is veel nood aan deze dienstverlening. Een horeca-uitbater is verplicht om een echte ondernemer te zijn, wil hij rendabel kunnen werken. Dat aspect ontbreekt vaak in de opleiding of de ervaring die ze opdoen. Terwijl het toch essentieel is en er veel kansen blijven liggen om succesvol te zijn."

POLITIEK

En wat brengt de toekomst? "Ik ben nu 42 en heb al heel veel leuke dingen in mijn leven gedaan. Op die weg wil ik verder gaan. Niks meer tegen mijn goesting doen, alleen nog opdrachten aannemen waar ik blij van word. Er zijn uitdagingen genoeg." Ook buiten de keuken... "Inderdaad. Ik heb zopas beslist om actief in de politiek te stappen", zegt hij verrassend. "Als voorzitter van Open VLD in Heusden-Zolder wil ik de partij opnieuw op de kaart zetten. Ik ben er zeker van dat je op lokaal niveau nog het verschil kunt maken voor de mensen. Onze gemeente heeft nood aan verbindende figuren, en dat is opnieuw een stevige uitdaging die ik met beide handen aanneem." Bezig baasje, die Hilaire!

Tekst: Kurt MEERS
Foto's: MiL

ILSE DALEMANS

YES COMMUNICATIE

“ Opkijken naar iemand als Noël Essers ”

Ze leerde het vak onder meer bij Mathieu Gijbels en staat sinds kort op eigen benen. Ilse Dalemans zal zich de start van YES Communicatie niet beklagen, want vanaf dag 1 lopen de opdrachten lekker binnen. Zij is deze editie onze New Kid on the block...

1. **Waarmee heb je het spaargeld verdiend dat je in de zaak hebt gestopt?**
   “Ik ben sinds mijn twintigste aan de slag, toen ik nog studeerde werkte ik tegelijk voor het Europees Parlement, erna voor Provincie Limburg en recentelijk bij Mathieu Gijbels. Dan kan je wat sparen natuurlijk. Tegelijk ben ik voor een deel van mijn startkapitaal ook een lening aangegaan. Gezien de lage rentevoet vandaag is dat geen slecht idee.”

2. **Heb je er ooit aan gedacht om samen met iemand anders je onderneming op te starten?**
   “Nee, niet echt. Er kan maar één chef-kok in de keuken zijn. Uiteraard werk ik dagelijks met heel wat freelancers. Ze zijn echt partners geworden, gaande van website developers, fotografen, ... noem maar op. Zo werk ik graag: omringd door professionals, maar zelf in de driver’s seat.”

3. **Moet je jezelf in de startfase dingen ontzeggen omdat je geen volwaardig loon kunt uitkeren?**
   “We hadden als gezin rekening gehouden met een financieel meer onzekere periode. Dus dat was voorzien in de planning. Hierdoor komen we niet voor verrassingen te staan en kan het dagelijkse leven gewoon verder lopen zonder we iets (moeten) missen.”

4. **Heb je een Plan B achter de hand voor het geval de start-up toch niet het verhoopte succes wordt?**
"Toen ik aan het twijfelen was om de sprong naar het ondernemerschap te maken, was het idee dat ik altijd terug als werknemer zou kunnen beginnen, een troostende gedachte. Ik blijf mijn masterdiploma hebben, twee handen om uit de mouwen te steken en een hoofd gevuld met ideeën. Dus in het slechtste geval ga ik gewoon terug solliciteren. Dat nam ergens een faalangst weg. Maar eigenlijk hou ik er al niet meer echt rekening mee dat het zou mislukken. Ik doe het te graag en dat vertaalt zich in mooie opdrachten en in het groeiende klantenbestand."

5. **Heb je hulp gekregen van instanties of personen die cruciaal waren om de stap naar ondernemerschap te wagen?**
"Onuitputtelijk vertrouwen van de mensen die het dichtst bij me staan, voornamelijk mijn man en mijn ouders. Niet toevallig ook allemaal ondernemers. Hun "shoot for the stars"-aanmoedigingen enerzijds, maar ook hun praktisch advies anderzijds. Want er komt wel wat administratieve rompslomp bij kijken, vond ik, alvorens je jezelf zelfstandig ondernemer mag noemen. Het was voor mij handig om even te kunnen afchecken hoe zij met bepaalde dingen omgaan of wat zij zouden aanraden."

6. **Zou je naar het buitenland verhuizen als blijkt dat zo de slaagkansen van je start-up verhogen?**
"Oei, neen daar zou ik niet gelukkig van worden, denk ik. En laat dat nu net hét grote doel zijn in mijn leven: gelukkig zijn."

7. **Vind je dat start-ups in Limburg meer of juist minder 'gepamperd' moeten worden?**
"Ik vind dat niemand gepamperd moet worden, maar dat iedereen best de weg getoond wordt naar de juiste begeleiding en correct advies. Of je nu werknemer of ondernemer bent."

8. **Met welke Limburgse ondernemer zou je over 20 jaar graag vergeleken willen worden?**
"Ik vind Noël Essers een ondernemer om naar op te kijken. Klein begonnen, deed wat hij liefst deed. Had plezier in een werkdag en wilt ook na zijn pensioen nog actief blijven. Hij is de fun-factor nooit verloren, dat wil ik ook! Vorig jaar werd Noël tot ereburger uitgeroepen in mijn geboortedorp Hechtel-Eksel. Je ziet hem stralen, maar hij blijft daar zo enorm nuchter onder. Heerlijk om te zien."

9. **Wat doe je om de concurrentie in je sector voor te blijven?**
"Leven en laten leven. Hen vooral niet als concurrentie zien. Als je diensten verkoopt, weet je wat je sterktes zijn. Iedereen heeft zijn eigen accenten. Liefst werken we aanvullend aan mekaar."

10. **Zou je zwichten voor een miljardair die morgen aan je deur staat om je start-up over te nemen?**
"Oh ja zeker, hij mag het hebben... Ik blijf dan toch doen wat ik het liefst doe, dat is teksten vormgeven, de juiste woorden zoeken, een geheel doen kloppen en marketing projectmanagement. Dan kan ik gewoon gratis werken, hé."

11. **Welk cadeau zou je het eerste personeelslid geven dat 20 dienstjaren op de teller heeft?**
"Samen met de andere 20 medewerkers een feestweekend organiseren? Of ik vraag waarmee ik hem/haar het meest plezier mee zou doen. Communiceren hé, dat werkt!"

Tekst: Kurt MEERS
Foto: MiL

WIT, WITTER, WITST: DE KASSA'S IN ONZE HORECA

Wil je in de Mediamarkt een kassa kopen, moet je niet langer in de rayon van het bruingoed zijn. Want witter dan wit zijn de digitale rekenwonders waarmee elke zwarte ton en ieder onterecht uitbetaald overuur onverbiddelijk aan de oppervlakte opborrelen. En toch kwamen de klanten van een Zutendaalse kassaventer onlangs in het oog van de storm omdat de uitgedraaide bonnetjes hun maagdelijkheid hadden verloren. De uitwas van een nationale sport, of toch een misdrijf om zwaar aan te tillen? De meningen zijn verdeeld…

Het was met veel machtsvertoon dat de speurders begin december vorig jaar binnenvielen in de privévertrekken van 3 gekende Limburgse horeca-ondernemers. Er werd (na een tip) duchtig gespeurd naar bewijzen van fraude met de witte kassa. Dit geregistreerd kassasysteem trad op 1 januari 2016 in voege voor alle horecazaken die jaarlijks meer dan 25.000 euro omzet halen uit maaltijden die ter plaatse geconsumeerd worden. De rest kon er nog lustig op los frauderen…

Het stond dan ook in de sterren geschreven dat met de invoering van de verplichting, de jacht was geopend naar achterpoortjes om het systeem te omzeilen. Beetje logisch, want de horeca geldt –samen met de bouw en de poetsdiensten- sinds jaar en dag als de meest zwarte sector van het land. Meer nog: het onofficiële gedeelte heeft heel vaak het verschil gemaakt tussen overleven en over de kop gaan. Daar moeten we niet flauw over doen. Zowel de exploitanten als de klanten hebben er altijd hun voordeel mee gedaan. Het is dan ook niet voor niets dat de introductie van de witte kassa werd aangekondigd als de doodsteek voor de kleinschalige, familiale, bourgondische horeca, die tot ons cultureel erfgoed behoort. En die voorspelling zat er niet veel naast als we de statistieken van onze meest gelezen rubriek met faillissementen mogen geloven.

DRUGSTRANSPORT

De achterpoortjes dus… We moeten in de voorwaardelijke wijs spreken, want de Limburgse kassaverkoper in kwestie én zijn gewiekste softwareprogrammeur zijn (nog) niet veroordeeld voor het opzetten van een frauduleus systeem. Mogen we de gespecialiseerde pers als Het Belang van Limburg geloven (En dat doen wij!), werden er bepaalde codes in de kassa van tientallen horecazaken gestopt, die in de back-office ervoor zorgden dat de bestelling in kwestie onzichtbaar bleef voor Fons de Fiscus. Spitsvondig, dat wel, maar vooral héél gedurfd. Want een handigheidje dat lang onder de radar blijft en aardig wat duiten in het laatje brengt, is te aanlokkelijk om het beperkt en sporadisch te blijven gebruiken. "Dit steeds vaker en steeds meer gaan doen is een menselijke reflex", zo verdedigt een chef-kok zijn collega's. "Het is vergelijkbaar met het uitvoeren van een lucratief drugstransport. Bijna nooit blijft het bij één succesje en gaan de poederbendes door tot ze uiteindelijk gesnapt worden. Mij is het ook voorgesteld hoor: een waterdicht systeem waarmee ik, afhankelijk van het risico dat ik wou nemen, tot 50 procent meer zou kunnen verdienen. Toegegeven: een dilemma. Meedoen of braafjes het boekje volgen, met het risico meer zwarte sneeuw dan zwart geld te zien? Toch voor het eerste gekozen, maar ik begrijp de collega's die ingestapt zijn wel heel goed."

STOMVERBAASD

Wat niet wil zeggen dat fraude goed te praten valt. De meeste reacties volgen de gradaties die de betrokkenheid van de ondernemers weerspiegelen. Van begrip, zelfs sympathie voor de schoolse, creatieve belastingontwijking ("een nationale sport") tot de eis van hoge celstraffen voor regelrechte, grootschalige en professioneel georkestreerde oplichterij. "Uiteraard vinden wij ook dat tegen het misbruik mag en moet opgetreden worden", zegt Filip Vanheusden, voorzitter van Horeca Vlaanderen. "Alle ondernemers moeten op een gelijk speelveld kunnen opereren. Oneerlijke concurrentie is uit den boze. Het is zo al moeilijk genoeg om in deze sector de eindjes aan elkaar te knopen. Er zijn andere, wettelijke manieren die moeten ondersteund worden om te zorgen dat horecamensen hun brood verdienen en tegelijk heel veel personeelsleden een toffe en duurzame job kunnen aanbieden. Zoals de flexi-jobs. We zijn stomverbaasd als politieke partijen zoals Groen deze regeling willen afschaffen."

EIGEN DEUR

Dat het gesjoemel met de kassa tot oneerlijke concurrentie leidt, wil niet iedereen gezegd hebben. Zelfs niet de voorvechters van de goede moraal die alleen cola serveren nadat ze hebben gemeten of er voldoende bubbels inzitten… "De 'creatieve boekhouders' in onze sector beschouw ik niet echt als concurrentie", aldus een restauranthouder uit Tongeren. "Ik hanteer voor mezelf een eerlijke prijs-kwaliteitverhouding en het is op die basis dat klanten beslissen om naar hier te komen. OK, ik hou door het spel eerlijk te spelen op het einde van de rit minder over, maar dat maakt niet het verschil of mijn zaak nu vol is of niet. Iemand die fraudeert zal geen uitzonderlijk lage prijzen hanteren om klanten van mij af te snoepen. En hij moet evengoed kwaliteit serveren of anders komt er bij hem helemaal niemand. Natuurlijk had ik ook graag wat meer verdiend en het is goed dat de sjoemelaars worden aangepakt. Maar oneerlijke concurrentie… neen. Ik ben zelf verantwoordelijk voor het aantal klanten dat hier over de vloer komt, en over de som die 's avonds in mijn witte kassa ligt. En daar ben ik tevreden mee, los van hoe anderen het aanpakken. Als zij het risico willen lopen, fine, maar ik keer alleen voor mijn eigen deur."

EN NU

Hoewel er heel wat commotie is ontstaan door de invallen en de grote media-aandacht die daarmee gepaard ging, denken de insiders dat de storm snel zal gaan liggen. "Eigenlijk wordt er al niet meer over gepraat", weet een Truiense brasserie-uitbater. "Wie misbruik gemaakt heeft van het systeem, zal op de blaren moeten zitten en een boete betalen. Klaar. Tegelijk zal het misbruik van de kassa's nu wel gedaan zijn. Misschien dat er hier of daar nog wel een slimmerik zal proberen een nieuw achterpoortje te zoeken, maar de schrik om gepakt te worden, zit er nu toch goed in. Ik denk dat we ons beter allemaal focussen op wettelijke maatregelen die onze sector boven water moeten houden. Maar daar heb je sterke en slimme politici voor nodig, en dat is nu net het probleem…"

Tekst: Kurt MEERS
Foto's: Shutterstock.com

Den bureau van de CEO

RAYMOND VANSTRAELEN
MANAGING PARTNER BIORACER

“ Leverancier van 80 wil gelukkig wel nog uit gaan eten soms ”

Opgroeien in Schakkebroek, starten met een bedrijf in een garage in Nieuwerkerken en er een succesverhaal van maken: het hoeft niet altijd in Silicon Valley zo te gaan, het kan ook in landelijk Limburg. Na een verdienstelijke wielercarrière met 106 overwinningen hing Raymond Vanstraelen de fiets aan de haak en richtte hij Bioracer op in 1976. Met als eerste activiteit de biometrische analyse van wielrennerslichamen in actie, alsook het begrip bike-fitting. Say what?

Den bureau van de CEO

Vandaag de dag realiseert Bioracer een omzet van 28 miljoen euro met 375 medewerkers, waarvan een 75-tal op het hoofdkantoor in Tessenderlo. Dat is ideaal gelegen langs de E313 met veel passage, "hoewel de steeds toenemende activiteit op het industriepark voor verkeersproblemen dreigt te zorgen", aldus Raymond Vanstraelen. Fabrieken in Macedonië, Tsjechië, Roemenië en zelfs Columbia staan in voor de productie. Het af en toe opduikende gerucht dat iedereen er bij Bioracer in lycra-sportpakjes zou rondlopen, blijkt alvast niet te kloppen…

Een succesverhaal zonder weerga dus en een terechte winnaar van de Ambiorix-prijs van VKW Limburg vorig najaar. Die trofee kreeg een ereplaats aan de ingang van Raymond zijn bureau. Dat aan één zijde niet altijd bemand is, want niet zo lang geleden heeft hij de fakkel van CEO doorgegeven aan Danny Segers, een fervent liefhebber van… pikdorsers. Zij delen het kantoor en zitten tegenover elkaar achter een halfhoge kast, een beetje uit het zicht. "Zo zie je onze kleine papierrommel niet." grapt Danny.

TRANSPARANT

"Een bureau moet uitstralen wie je bent." steekt Vanstraelen van wal. "Ons DNA is volgens de slogan 'We make you faster'. Alles is hier dus clean en gericht op snelheid. Heel belangrijk is dat we zoveel mogelijk open én transparante ruimte met heel veel licht proberen te scheppen. Grote glaspartijen, alles in witte en witgrijze kleur en strak vormgegeven, eerder minimalistisch. Een gevoel van ruimte geven, dat wil ik, net zoals bij mij thuis. 'De mens is de maat der dingen', zei Leonardo da Vinci al en het vormde de inspiratie voor ons logo. Vlak bij onze bureau is ook de open koffieruimte, waar heel wat informatief besproken wordt op een heel andere basis dan dat men aan een vergadertafel zou zitten. We proberen via die transparante inrichting de vele contacten tussen onze medewerkers te vergemakkelijken, de zaken zo spontaan in elkaar te laten vloeien. We stimuleren vertegenwoordigers om er elkaar tips of nieuwigheden door te geven, enzovoort. En (lacht): eigenlijk is mijn kantoor op de beste plaats in het gebouw. We zien zo ook wie hier zoal binnen en buiten loopt en met de wagen toekomt, wie tegen zijn goesting uitstapt. Vooral bij sollicitanten kijk ik daarnaar."

De voorzitter en CEO zijn ook voorstander van "open deur-beleid". Geen naambordje met titels aan de deur, wel altijd een kier, zodat iedereen kan in- en uitlopen. Ook geen zithoek met fraaie zetels en tafeltje, enkel een grote vergadertafel voor de meetings van het directiecomité. "Beneden zijn er drie échte vergaderzalen met alle multimedia aanwezig", vult Vanstraelen aan. "Daar kan ook met externen samengezeten worden. Vroeger was dat wel 'in', zo'n zithoek in een directiekantoor met een grote frigo erbij. Net als een secretaresse trouwens, die vlakbij in een aanpalend bureau ter beschikking moest staan."

KRAFTWERK

Een hele reeks uitgestalde trofeeën voor exportprestaties en andere bekroningen, vallen snel op. "We hebben er veel weggegeven en bewaren de onderscheidingen dus zeker niet in de kelder. Zelfs de bekers die ik als wielrenner kreeg, heb ik niet meer. Ik hecht weinig belang aan die dingen. Terugdenken is immers niet zo mijn ding, ik denk altijd vooruit. Lut Weyers van Cocomo heeft me bij een presentatie van de mens achter de CEO, doen inzien dat men ook het verleden moet ophalen om je eigen DNA te kennen. En niet enkel naar de beste mensen te zoeken maar hen ook waarderen en hen groter proberen te maken. Een schouderklopje geven. Mensen vertrouwen geven en hen zeggen 'Gij kunt dat'. En ook kijken of hun partner hen steunt in hun job, wat ik vaak deed door zo'n mogelijke sleutelpersoon 's zondags met partner uit te nodigen om te gaan eten. Wellicht daarom zijn onze vertegenwoordigers bijna steevast oud-wielrenners. En vanuit dat hele proces van vooruitdenken vloeit wellicht ook voort dat ik me nu bij Bioracer toespits op innovatie en de pr verzorg."

Twee grote schilderijen nemen een prominente plaats in. "Ik mag dan wel een beetje muziekanalfabeet zijn, maar de mannen van de Duitse groep Kraftwerk kopen hier al 25 jaar hun fietskledij. Tijdens de jaren tachtig waren ze toch wel erg bekend met hun techno-muziek. Het zijn fietsfanaten die hier op een mooie dag binnengewandeld kwamen en dat nog regelmatig doen. Van hen kreeg ik dit schilderij waarop ze in onze kledij staan." Vlak erlangs hangt er nog een werk van de Tongerse kunstenaar Raf Verjans met een aantal wiskundige formules erop die overgaan in een Bioracer-wielrennerstrui. Of er ook kunst van medewerkers hangt? "Nee, maar dat is een goed idee. Op onze design-afdeling zijn er wel een aantal die hun werken verkopen en tentoonstellingen organiseren. We werken nu vooral met foto's van kampioenen die onze outfits dragen."

ATOMA-SCHRIFTJES

Bij Bioracer wordt het ook steeds meer een clean desk-gebeuren. (Ferm) "Ik probeer niet te veel papierrommel te hebben, hoewel het al eens gebeurt. Maar alles wordt steeds meer gedigitaliseerd en we hebben hier genoeg grote kasten om dossiers en andere zaken in kwijt te geraken. Ook de zogenaamd 'kleinere' klanten, die toch 95% van ons klantenbestand uitmaken- en de leveranciers gaan steeds meer de digitale weg op. (Schalks) Wat niet wil zeggen dat papier helemaal weg is bij mij, het is nog een beetje 'old school'. Ik heb nog altijd mijn Atoma-schriftjes om nota's te nemen, zelfs die van dertig jaar terug heb ik nog. Altijd handig om ideeën te noteren of opmerkingen te memoriseren."

Neemt hij ook een schriftje mee op restaurant? "Voor het werk uit eten gaan, is er niet vaak meer bij, ook al omdat we vooral voor kleinere klanten opdrachten vervullen en daar niet echt nood toe is", aldus Raymond. "De culinaire cultuur is op dat vlak helemaal veranderd de voorbije jaren. Er mag niet gedronken worden enzo. Een grotere, flexibel in te richten zaal die ook gebruikt wordt voor feesten, biedt ons gelegenheid om seminars te houden of die te laten verzorgen door UNIZO, VOKA, VKW Limburg… die dan meestal zelf voor catering zorgen." Maar Vanstraelen is flexibel: "Morgen heb ik toch nog een lunch buitenshuis en wel met een 80-jarige leverancier. Die staat nog wel op zo'n dingen. Gelukkig maar…"

Tekst: Dirk HAESEVOETS
Foto: Luc DAELEMANS

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.

VISKOTEEPAK LOMMEL

In het Hoge Noorden van Limburg bevindt zich een fabriek die tot de absolute wereldtop behoort. ViskoTeepak maakt er met bijna 400 medewerkers miljoenen kilometers worstenvellen. De topproducten zijn gegeerd in alle uithoeken van onze aardbol. En toch is het een bedrijf dat vaak onder de radar blijft en slechts heel sporadisch met nieuws naar buiten komt. ViskoTeepak is onze Verborgen Parel!

"Een droog of een nat", vraagt de bejaarde serveuse van de voetbalkantine, als we een worstje bestellen omdat we het tempo van de collega-drinkebroers niet kunnen volgen (en toch evenveel in de pot hebben gelegd). Moest je er een merknaam opkleven, vertaalt bovenstaande vraag zich als "een Bifi- of een Zwan-saucisseke"? Voor het Lommelse bedrijf ViskoTeepak maakt het antwoord niet uit, want zij produceren de 'vellekes' van beide worstjes.

HOUTPULP

En dat is niet alles. ViskoTeepak produceert in grote lijnen 3 soorten van darmen voor de voedingsnijverheid: natuurdarmen, die eetbaar zijn en samen met de worst worden gebakken, plastic darmen, die moeten worden verwijderd vooraleer de worst wordt opgegeten, en cellulose darmen, die worden gemaakt van houtpulp en dienen om de worstjes vorm te geven tijdens het roken en koken. De bekende tv-worstjes behoren tot die laatste categorie.

AZIË

Bij Visko-Teepak in Lommel, een dochter van de Finse multinational, worden jaarlijks miljoenen kilometers van worstenvellen geproduceerd. Daarvan wordt 99,7 procent geëxporteerd naar meer dan 100 landen. Vooral Azië en Zuid-Amerika zijn groeimarkten. De vestiging in Lommel, die werd opgericht in 1975, telt 380 medewerkers (van de 1.100 wereldwijd). De omzet bedraagt al enkele jaren net geen 100 miljoen euro. Daarmee staat het bedrijf op plaats 73 in de VKW Top 500. Bottom line wordt er wel altijd verlies geleden, maar daar maalt het Finse hoofdkwartier niet om. Al bij al toch niet slecht geboerd voor een vellekesfabriek…

Tekst: Kurt MEERS
Foto's: MiL

Een ondernemersvriendelijk beleid in de provincie creëren. Daar maakt Unizo Limburg haar missie van; dag in, dag uit. Ook vorig jaar werd er niet stilgezeten. Een overzicht van wat de organisatie in 2019 voor u als ondernemer heeft betekend:

Nationaal sterk op diverse terreinen

Op het nationale niveau heeft Unizo sterk lobbywerk neergezet. Dit heeft geresulteerd in een voorstel tot verhoging van het basispensioen voor zelfstandigen. Daarnaast werd bekomen dat kmo's beter beschermd zijn tegen de machtspositie die grote spelers nogal eens durven misbruiken. Ook zal de ondernemer voortaan vanaf dag 1 een uitkering krijgen bij een arbeidsongeschiktheid van meer dan 7 dagen.

Individuele belangenbehartiging: 1.500 Limburgse ondernemers verder geholpen

In Limburg heeft Unizo opnieuw erg veel aandacht besteed aan de individuele belangenbehartiging voor ondernemers. Daar valt vooral de individuele begeleiding van Limburgse kmo's op bij het verminderen van de loonlasten. Velen komen daarvoor in aanmerking omdat ze in een steunzone gelegen zijn, maar slechts weinigen weten dit. Vaak laat men zo duizenden euro's aan loonlastvermindering liggen bij het creëren van bijkomende tewerkstelling, gekoppeld aan nieuwe investeringen. Hiermee werden tientallen kmo's geholpen.

Verder is het een klassieker dat Unizo ondernemers bij diverse vergunningsprocedures helpt waardoor men veel tijd wint en versneld zijn plannen kan realiseren. In een aantal gevallen is Unizo er ook in geslaagd om dossiers van bedrijven te kunnen deblokkeren door hen met de juiste instanties in contact te brengen.

Collectieve belangenbehartiging: tientallen dossiers tot een goed einde gebracht

In 2019 werd de succesvolle actie "Winkelhier" opgezet waarbij Unizo consumenten stimuleert om bij eigen ondernemers te kopen.

Verder lukte het om de provincie Limburg, de stad Beringen en gemeente Heusden-Zolder te laten afstappen van een fietssnelweg over de Lochtemanweg op het gelijknamige industrieterrein. Onder impuls van Unizo Limburg is een nieuwe studie rond alternatieve routes voor de fietssnelweg afgerond, waaruit het provinciebestuur Limburg nu een route zal kiezen die het meest efficiënt is en waarvan de kmo's op het industrieterrein Lochteman geen last hebben.

Ook een reeks van aandachtspunten in het Unizo-memorandum voor de nieuwe Vlaamse regering zijn gerealiseerd, zoals de verankering van LRM als belangrijke financierder voor de Limburgse kmo's.

Samen met de andere sociale partners werd er verder voor gezorgd dat er enkele infrastructurele aanpassingen komen als voorloper op de realisatie van de Noord-Zuidverbinding, onder meer een rechtstreekse aansluiting van het vrachtverkeer vanaf het Industrieterrein Houthalen Zuid op de E314. Zo wordt vermeden dat het vrachtverkeer nog via het "Hamburgerkruispunt" moet passeren. Hierdoor vermindert de verkeersdruk op dit belangrijke kruispunt sterk.

unizo
LIMBURG

UNIZO Limburg werkt via belangenbehartiging, advies, begeleiding en informatie aan een ondernemersvriendelijk beleid in Limburg.
0496 10 17 69
patrick.buteneers@unizo.be
https://www.unizo.be/limburg

Out of Office

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

KARIN VAN DE VELDE

CEO CALLEXELL EN VOORZITTER VOKA LIMBURG

1. **Voor een etentje in welk restaurant zou je een afspraak durven verzetten?**
   "Angelo Rosso in Brustem! De gezellige sfeer en prijs-kwaliteit maken van het restaurant een lokale topper. Bovendien ligt het dicht bij huis. Uiteraard is ook Slagmolen niet te versmaden."

2. **Waar ga je bewust iets kopen omdat het aanbod 'Made in Limburg' is?**
   "Ik heb niet één specifieke winkel, maar zowel privé als met Callexcell zal ik altijd eerst naar de lokale Limburgse handelaars gaan. Ook voor mijn kleding zal ik bijvoorbeeld eerst in Sint-Truiden kijken of ik daar mijn goesting vind."

3. **Als je niet naar het budget moet kijken, welke auto staat dan in je garage?**
   "Mijn favoriete oldtimer is de Citroën Mehari. Geen ontzettend dure wagen, maar wel eentje die me altijd in vakantiestemming brengt."

Out of Office

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

4. **Op welke leeftijd wil je het roer van je onderneming doorgeven?**
"Binnen 10 tot 15 jaar zal dat moment aanbreken, want dan bereik ik ongeveer de pensioengerechtigde leeftijd."

5. **Aan welke huishoudelijke taak heb je een absolute bloedhekel?**
"Aan alle huishoudelijke taken! Ik organiseer wel ieder jaar een grote kuis waarbij ik alle kasten uitwas en overbodige spullen naar de kringloopwinkel breng. Daar kan ik wel van genieten."

6. **Met welke Limburgse ondernemer (M/V) zou je een Blind Date (Bizz) wel zien zitten?**
"Ik zat al eens in Blind Date Bizz met Peter Veekmans, maar hem kende ik al. Cegeka-oprichter André Knapen heb ik daarentegen nog nooit ontmoet. De groei die hij met zijn bedrijf realiseerde is bewonderenswaardig."

7. **Op welke sportprestatie ben je stiekem jaloers?**
"De wereldtitels van Nina Derwael. Ik vind het enorm straf wat zij als vrouwelijke én Truiense atlete presteert. Ook Simon Mignolet is op dat vlak een lokale held voor mij."

8. **Over welk onderwerp zou je een boze lezersbrief naar een krant durven sturen?**
"Ik zou de vraag omkeren. Er zijn vandaag zo veel boeiende verhalen van ondernemingen die nog niet aan bod kwamen. Ik zou hen in de kijker willen zetten in plaats van te klagen."

9. **Hoeveel % bedraagt de kans dat je ooit op een verkiezingslijst zult belanden?**
"0,0 %. Als voorzitter van Voka – KvK Limburg kan ik onze ondernemers optimaal ondersteunen en dingen in beweging zetten. De politiek gaat te langzaam, ondernemers gaan vooruit."

10. **Waar mag het vakantiehuis staan dat de Nationale Loterij je cadeau wil doen?**
"Ibiza. Een geweldig leuk eiland en niet ver vliegen."

11. **Met welk zelfgemaakt gerecht durf jij je inschrijven voor een kookwedstrijd?**
"Dat zou ik nooit durven, want ik kan niet goed koken. Voor lekker eten ga ik op restaurant en thuis eten we dagelijkse kost. Ik kan me toch moeilijk inschrijven met worst en bloemkool?" (lacht)

12. **Wie krijgt zeker een vermelding in je speech als je de Nobelprijs voor Economie wint?**
"Iedereen die me in mijn carrière kansen heeft gegeven. In de eerste plaats denk ik aan mijn zakenpartner Roland Duchâtelet. Ik zal zelf ook altijd tijd maken voor ondernemers die advies nodig hebben."

Tekst: Kurt MEERS
Foto: MiL

MYRIAM EERLINGEN

DCA WOONPROJECTEN

“ Respect voor bouwvakkers in weer en wind ”

Woonprojecten bouwen is één zaak, er kopers warm voor maken een hele andere... De Hasseltse Myriam Eerlingen heeft in haar huidige job haar passie gevonden. “De female touch kan het verschil maken in onze sector”, zegt ze.

Myriam Eerlingen groeide op in Kuringen, en daar woont ze nog steeds. Na haar studies in de Handels- en Consulaire Wetenschappen (UHasselt) en het voltooien van een MBA in het Spaanse Salamanca, ging ze aan de slag in diverse reclamebureaus. “Als communicatie-adviseur leer je veel types van bedrijven en sectoren kennen. Door projectontwikkelaars te helpen met hun marketing en communicatie, kreeg ik belangstelling voor vastgoed. Omdat ik na verloop van tijd ook eens aan de andere kant van de tafel wou zitten, en meer op lange termijn me strategisch wou vastbijten in dezelfde materie, werd een Antwerpse vastgoedmakelaar mijn volgende werkgever. Daar leerde ik het klappen van de zweep, met name hoe je met doordachte campagnes kwalitatieve leads kunt genereren.”

En dat doet ze nog steeds, vandaag als hoofd Marketing van DCA Woonprojecten, de projectontwikkelaar van het bouwbedrijf DCA. Momenteel bouwt DCA in Limburg in Heusden-Zolder het project Residentie Verde, maar de meeste projecten situeren zich in het Antwerpse. “Het geeft veel voldoening als je ziet hoe mensen meegaan in de sfeervolle beleving die je rond een bouwproject creëert”, zegt ze. “Potentiële klanten moeten, nog voor de eerste steen is gelegd, zich kunnen voorstellen hoe hun toekomstige thuis eruit zal zien. Dat verhaal moet kloppen, anders doen ze niet zo’n grote investering die richting geeft aan de volgende stappen in hun leven. Als dat lukt, ben ik tevreden. Ik zie het als de apotheose van een lang proces, waarbij bouwvakkers in weer en wind de werken voltooien. Daar heb ik veel respect voor. Als ik een steentje kan bijdragen om een project waar ze bloed, zweet en tranen voor gelaten hebben, over te dragen aan gelukkige kopers, is mijn missie geslaagd.”

Een vrouw in de bouw, het blijft een zeldzaamheid. “Inderdaad, al neemt het aantal vrouwelijke collega’s in onze sector snel toe. Van vooroordelen heb ik geen last. Ik voel, integendeel, veel respect en vertrouwen van mannelijke collega’s en zakenpartners. Ze waarderen de ‘female touch’ van de sfeerschepping, beleving en happiness die wij rond een technische materie kunnen creëren. Een gender-complementair team is de sleutel tot het succes!”

Tekst: Kurt MEERS
Foto: MiL

TAMARA BERGMANS

KINGFISHER

“ Alle zekerheden loslaten was niet zo simpel ”

Ruim 15 jaar werkte ze op de marketingafdeling van 2 bedrijven, om vervolgens zelf te starten met haar onderneming ‘Demarketingafdeling’. Intussen heeft Tamara Bergmans de zaak herdoopt tot Kingfisher en stelt ze 8 mensen tewerk.

“Ik heb talen gestudeerd, maar ben eerder toevallig op de marketingafdeling van Vasco in Dilsen-Stokkem beland”, zo blikt Tamara Bergmans even terug op de begindagen van haar carrière. “De materie boeide me zodanig dat ik in Brussel 2 jaar lang een postgraduaat ging volgen. Dankzij die theoretische onderbouwing wist ik uiteindelijk door te groeien tot Marketing Manager. Na 10 jaar in de internationale B2B-markt, kon ik ook 5 jaar lang bij A. Vogel de B2C-marketing en communicatie verzorgen. De schat aan kennis en ervaring die ik al die tijd kon vergaren, wou ik heel graag aanwenden om mijn kinderdroom waar te maken: een eigen zaak opstarten…”

En zo opende Tamara haar bedrijf Demarketingafdeling, waarmee ze als externe partij ging instaan voor de marketing en communicatie van KMO’s. “Beginnen als zelfstandige was nochtans geen evidente keuze”, herinnert ze zich. “Ik moest alle zekerheden loslaten, op een moment dat de kinderen nog klein waren en mijn man ook investeerde in zijn carrière. De start verliep -zoals bij iedere ondernemer, denk ik- met vallen en opstaan. Na mijn eerste klant, Jacobs Transport in Genk, ging de bal aan het rollen en wist ik, stap voor stap, de zaak te laten groeien.”

De huiskamer van de privéwoonst werd geruild voor een kantoor in het Genkse, het personeelsbestand dikte aan tot een team van 8 collega’s en de klanten werden steeds vaker over de landsgrenzen gevonden. “Dat was ook één van de redenen om de naam te veranderen in Kingfisher”, vertelt Tamara Bergmans. “Vandaag komt 40% van ons cliënteel uit Nederland. Daar beseffen ze dat hun marketing en communicatie voor de Belgische markt, best door een bureau van hier wordt verzorgd. Zoals wij, dus.”

Tamara heeft nog stevige groeiplannen met Kingfisher. “Stap voor stap willen we het team uitbreiden met mensen die uit het juiste hout zijn gesneden. Ik geloof sterk in profielen met de juiste combinatie van actuele expertise en menselijke verbondenheid. Die bundeling van krachten, kennis en mentaliteit zorgt voor tevreden klanten, en dan komt de rest wel vanzelf…”

Tekst: Kurt MEERS
Foto: MiL

ANNELEEN VAN BOSCH

WARSCO UNITS

Als advocate aan de balie, zag het leven van Anneleen Van Bosch er 5 jaar geleden nog helemaal anders uit. Vandaag leidt ze als CEO de constructeur van tijdelijke accommodatie Warsco Units. En intussen is ze ook nog mede-aandeelhouder van cadeautjeswinkel Mamzel...

"Mijn papa is advocaat, dus lag het voor de hand dat ik Rechten ging studeren", vertelt ze. "Na mijn stage in een ander kantoor, waar ik de tijd kreeg om mijn strepen te verdienen, ben ik samen met mijn vader een praktijk opgestart. De uitbouw van die zaak vond ik heel boeiend. Ik merkte gaandeweg dat ik het meeste energie kreeg van nieuwe projecten op te zetten. Het liefst van al zette ik de schouders onder een groeiscenario. Na 6 jaar kwam ik tot de conclusie dat mijn motivatie en interesses het best tot uiting konden komen buiten de advocatuur. En zo ging ik aan de slag als consultant."

Via het Voka-netwerk ontmoette Anneleen de eigenaar van Warsco Units, Marc Warson. "Hij liep in zijn bedrijf tegen een aantal vraagstukken aan, en vroeg me om als extern adviseur daar een licht op te werpen. Na 3 maanden werd de opdracht van 1 dag per week uitgebreid naar een voltijdse functie. En na een jaar van fijne samenwerking kwam plots en onverwacht de opportuniteit om mijn rol te herdefiniëren tot CEO van het bedrijf. Hoewel dat op voorhand nooit mijn bedoeling was, heb ik toch mijn hart en ziel verpand aan 1 opdrachtgever: Warsco Units. Een uitstekende beslissing, vind ik nog steeds. Door de synergie met Marc en de rest van het team hebben we al heel mooie projecten gerealiseerd om het familiebedrijf te professionaliseren en te doen groeien."

Intussen is Anneleen Van Bosch ook persoonlijk aandeelhouder geworden van Mamzel, het cadeautjesconcept van Kim Severy. "Ik ken haar al heel lang, en ben gecharmeerd door haar verhaal", aldus nog Anneleen. "Ik geloof sterk in gepassioneerde ondernemers die met de hulp van hun netwerk, tot straffe resultaten in staat zijn. Vandaar dat ik niet heb geaarzeld toen Kim zocht naar investeerders. Met slechts één voorwaarde: dat ik actief betrokken zou worden als klankbord, als raadgever. Een rol die me ligt. En ik weet nu dat aandelen hebben of niet, geen verschil maakt in je motivatie en de beslissingen die je neemt. Een wijze les, die toekomstperspectieven biedt, zowel bij Warsco als Mamzel."

Tekst: Kurt MEERS
Foto: MiL

JACQUELINE MAHIEUX

HART IN BUSINESS COMMUNITY

Ze sprak nauwelijks Nederlands toen Jacqueline Mahieux in Limburg neerstreek en hier een professionele carrière ging uitbouwen. Diverse succesvolle projecten later, is ze nu van start gegaan met een gloednieuw coachingbedrijf.

"Ik ben eigenlijk in dit vak gerold door me bij Syntra in te schrijven voor een cursus HTML, verspreid over 3 zaterdagen", vertelt Jacqueline Mahieux. "Met wat ik in die cursus geleerd had, startte ik de eenmanszaak Infoweb. Daarbij verkochten we per klant één informatieve webpagina. Mijn echtgenoot Etienne Colla vervoegde het bedrijf om te programmeren, terwijl ik de projecten verkocht. Ik had intussen genoeg zelfvertrouwen om meer naar buiten te komen. Want om klanten commercieel te overtuigen, moet je uiteraard de taal voldoende beheersen."

Het bedrijf bouwde ook applicaties, en één daarvan, het platform voor e-mailmarketing Flexmail, kende veel succes. "Dankzij de aandacht voor marketing, een goede prijszetting en netwerking, wisten we snel marktaandeel te winnen." Flexmail was gegeerd door overnemers. "We wilden niet verkopen, maar na lang aandringen zijn we in 2015 toch overstag gegaan", vertelt Jacqueline.

Daarna volgde een periode van bezinning over haar professionele toekomst. Intussen nam ze engagementen op in het verenigingsleven. Zo was Jacqueline vele jaren voorzitter van de Unizo Vrouwelijke ondernemers (Livia) en fungeert ze tot op heden als voorzitter van voetbalclub KRC Genk Ladies. "Ook hier ben ik van nul moeten starten en heb ik erg veel kunnen leren. Het invullen van de ambitie om te professionaliseren verloopt met vallen en opstaan. Er moet nog hard gewerkt worden eer het damesvoetbal de nodige stabiliteit zal kennen."

Intussen heeft Jacqueline Mahieux een nieuwe zakelijke opportuniteit gevonden. Samen met Jeannette Palmers is ze gestart met Hart in Business Community, een coaching-bedrijf dat instaat voor de professionele begeleiding van ondernemers en managers. "De deelnemers worden meegenomen in een uniek coachingtraject", vertelt ze. "Ze worden door topcoaches uitgedaagd om een spiegel van hun persoonlijkheid voor te houden. Van daaruit worden de individuele bouwstenen versterkt die kracht, motivatie en inspiratie geven om hun onderneming te stuwen naar ambitieuze doelstellingen." De eerste coachingsessies zullen plaatsvinden vanaf eind januari 2020. "Opnieuw een uitdaging waar ik me voor 100% in kan uitleven", zegt ze. "De aard van het beestje, denk ik..."

Tekst: Kurt MEERS
Foto: MiL

KIM VAESSEN

CLIMATRIX

“ Ik leg mijn aanpak uit aan iedere sollicitant ”

Hoewel ze was voorbestemd om later in het bedrijf van haar ouders aan de slag te gaan, heeft Kim Vaessen haar eigen weg gebaand in het ondernemerslandschap. Climatrix, actief in verwarmings- en koelingssystemen, telt in tussen 19 medewerkers en verhuist dit jaar naar een nieuw bedrijfspand.

“Vooraleer bij het familiebedrijf Rofix in dienst te gaan, deed ik ervaring op bij Exel Logistics en ASAP Interim”, vertelt Kim. “Mijn ouders vonden dat ik eerst elders het klappen van de zweep moest leren. Zo kon ik op korte tijd veel bijleren. Ze hadden gelijk. En tegelijk kwam ik daar tot het besef dat ik ooit graag mijn eigen ding zou willen doen…”

Dat gebeurde toen ze onder de vleugels van Rofix een aparte afdeling opstartte. “Steeds meer mensen kozen voor vloerverwarming, dus gingen we die systemen aan het gamma toevoegen. Gaandeweg werd het aanbod verder uitgebreid met andere verwarmings- en koelingssystemen, zoals klimaatwanden en klimaatplafonds. Daar is uiteindelijk Climatrix als een apart bedrijf uit gegroeid.”

Kim Vaessen wist haar onderneming uit te bouwen tot een alom gerespecteerde KMO. “Ik heb me altijd wel thuisgevoeld in de bouwsector”, vertelt ze. “Er zijn vooral mannen in actief, en hun directe stijl van communiceren apprecieer ik wel. Dat is ook onderdeel van mijn eigen aanpak. Kwaliteit en service leveren, en altijd waarmaken wat je belooft. Die manier van werken is ons DNA, en dat leg ik altijd uit aan sollicitanten, zodat ze bij de start weten wat ze hier mogen verwachten. Dat wordt wel gewaardeerd..”

Kim staat intussen flink haar mannetje als bedrijfsleider, die een team van 19 mensen aanstuurt. “Dankzij allerlei technische opleidingen en managementcursussen kon ik groeien in mijn rol”, zegt ze. “Daarbij heb ik ook veel hulp gekregen van diverse ondernemers uit mijn netwerk. Hun tips hebben het groeiproces van ons bedrijf zeker versneld.”

Climatrix wil op het elan doorgaan. “In 2019 kenden we een stijging van 42%, dus zijn we zeker op de goede weg. Dit jaar willen we de groei aanhouden, en met ons nieuwe bedrijfspand in aanbouw, wordt de basis daarvoor gelegd. We kijken de toekomst dus hoopvol tegemoet.”

Tekst: Kurt MEERS
Foto: MiL

FRISCO'S OP DE NOORDPOOL

"De blik in je ogen, dat is kunst", zong ondernemer/kunstenaar Stijn Meuris als antwoord op de vraag: wat is kunst? En wat betekent het voor u? Een kikker uit papier-maché met de handtekening van Delphine Boël? Een met duct-tape opgeplakte banaan? Een getatoeëerd varken, de tophit Met Romana op de Scooter, de signature dish van Bert van de Slagmolen of een goddelijke dribbel van Lionel Messi? Moeilijk te zeggen, want ieder individu wordt geraakt door een totaal andere vorm van expressie. Wat een doorgaans zelfverklaarde kunstkenner ervan vindt, is dus waardeloos.

En dan stelt zich een ander probleem. Hoe ga je als overheid in godsnaam bepalen welke kunst en cultuur subsidies mogen ontvangen? Een eerlijk criterium lijkt ons de hoeveelheid van liefhebbers te zijn. En dan kom je snel uit bij artiesten die het niet nodig hebben, genre Wim Delvoye, Luc Tuymans, Dimitri Vegas en De Zanger Christoff.

"Mis", aldus de kunstzinnige, intellectuele navelstaarders, die vinden dat je financieel niet mag raken aan kunst waar alleen de happy few warm van worden. "Anders dreigt dat waardevolle culturele erfgoed helemaal verloren te gaan", zo luidt het.

Trekken we die redenering door naar de economie, dan moeten er subsidies worden uitgekeerd aan starters die frisco's gaan verkopen op de Noordpool. Of rundsbrochetten op een veganfestival. Want hier of daar zal er misschien toch wel een verloren gelopen ziel voor te vinden zijn…

In een vrijemarkteconomie spelen vraag en aanbod. Zijn er geen klanten te vinden voor je absurde business-idee, dan heb je pech. Maar ontdek je wel hét gat in de markt, dan heb je geen achterstallig kindergeld nodig om een koninklijk paleis te kunnen kopen. De economie reguleert zichzelf wel.

Een mechanisme dat de cultuursector ook eens moet proberen in plaats van te gaan wenen dat de subsidies worden verminderd (mocht dat al het geval zijn). Komt er twee man en een paardenkop naar het tuba-concert in de parochiezaal, dan gaat de geldkraan dicht. Overleef dan maar op eigen kracht of stop. Hou ermee op.

Kurt Meers

VOLG ONS OP

VOLGENDE VERSCHIJNING:

28 FEBRUARI 2020

COLOFON

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

Contact: redactie@madeinlimburg.be

Hoofdredacteurr: Ivo Vandekerckhove | **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 verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.