

**made
in**

MAGAZINE

Limburg



Peter Geurden:

**“DIT IS EEN DRAMA.
IK LIG ER WAKKER VAN.”**

**HET BOCHTIGE PARCOURS
VAN NIELS LAGRANGE**

**PATRICIA ROBINNE KEST
VOOR LEUKE PORSCHE**

Bizar. Frustrerend. Schrikwekkend. Maar ook uitdagend. Dat is de coronacrisis voor Limburgse ondernemers. De overgrote meerderheid haalt alles uit de kast om niet te verzuipen. Een dosis creativiteit, flexibiliteit en vooral veel wilskracht leiden tot heel wat innovatieve projecten, die ook in de toekomst een economische meerwaarde zullen betekenen. Top!

We stellen ook een enorme solidariteit vast onder de Limburgse ondernemers. Zowel met hun eigen producten en diensten als met de vrijgekomen tijd en kennis, snellen ze andere bedrijven ter hulp om de crisis te overwinnen. Vooral de belangeloze inspanningen naar de ondersteuning van de zorgsector verdienen veel waardering.

Uit de massale reacties die we dagelijks bij Made in Limburg ontvangen, concluderen we dat het echter niet voor iedereen gemakkelijk is om de coronamaatregelen te trotseren. Meer nog, de meerderheid kijkt met een heel bang hartje uit naar een normalisering van de noodtoestand. We hopen van harte dat u de kracht en spirit kan vasthouden, en de financiële buffer vindt om door deze extreme situatie te manoeuvreren.

Made in Limburg speelt als medium graag een rol om de interactie tussen ondernemers te faciliteren en de beste voorbeelden, tips, nieuwtjes en andere nuttige info te verspreiden. Ook in dit magazine brengen we verhalen die u mogelijk kunnen inspireren. En misschien helpen ze om de zinnen even te verzetten in deze tijden van zware beproeving. Keep up the spirit!

Kurt Meers



5,5 – 8,8 L/100 KM • 144 – 199 G/KM CO₂ (WLTP).

Contacteer uw concessiehouder voor alle informatie over de fiscaliteit van uw voertuig.
Milieu-informatie KB 19/3/2004: www.mercedes-benz.be - Geef voorrang aan veiligheid.

De nieuwe GLB. All kinds of strenght.

Waar u ook gaat, met z'n royale ruimte en tot zeven zitplaatsen is de avontuurlijke GLB er helemaal klaar voor. Zijn intelligente MBUX-multimediasysteem met intuïtieve spraakherkenning is de perfecte co-piloot en brengt u veilig ter plaatse. Ontdek de nieuwe GLB op mercedes-benz.be of ga langs bij uw Erkend Concessiehouder Mercedes-Benz.



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

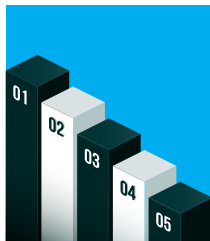
Dilsen-Stokkem

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. 5

Hoe zou het zijn met ... BART MARTENS



p. 13

New Kid on the Block JELLE WIERDSMA



p. 16

Spraakmakend NIELS LAGRANGE



p. 19

Verborgen parel TOPFANZ HALEN



p. 23

Zij is de baas HILDE RUTTEN

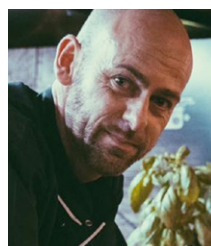


p. 27



CEO Binnenstebuiten PETER GEURDEN

p. 11



Met vallen en opstaan JOHN DONDRERS

p. 14



Limburg voor de lens CORONA IN DE WINKELSTRAAT

p. 18



De bureau van de CEO JO MELLEMAN

p. 21



Out of Office PATRICIA ROBINNE

p. 25



ONS GEDACHT

p. 28

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

AMAURY VERELST KOOPT KASTEEL ALS HOOFDZETEL

Het kasteel van Rapertingen is door Sebastien Claes (86) in een grote vastgoedtransactie verkocht aan de jonge vastgoedontwikkelaar Amaury Verelst (28). De nieuwe eigenaar legt zowat 10 miljoen euro op tafel voor een totaalproject, dat onder meer de thuishaven van zijn vastgoedbedrijf zal worden.

Sebastien Claes is een gekend figuur in Hasselt, en meer bepaald in de deelgemeente Rapertingen. Hij maakte zijn fortuin in de autohandel en investeerde dat later in heel wat vastgoed in en rond Hasselt. In een grote transactie heeft Claes zijn vastgoedvennootschap Part-Selekt (ondertussen beheerd door zijn kinderen) verkocht aan aannemer en vastgoedontwikkelaar Amaury Verelst uit Nieuwerkerken. Tot het pakket hoort onder meer het kasteel van Rapertingen, ook gekend als het kasteel Trekschuren, of nog vroeger als het kasteel Stiels. Verelst betaalde 5,5 miljoen euro voor de vastgoedportefeuille, inclusief schulden. De totale waarde van de transactie wordt op ongeveer 10 miljoen euro geraamd.

PORTEFEUILLE

De hele portefeuille omvat niet minder dan 49 grotere en kleinere panden en gronden. Behalve het kasteel van Rapertingen zitten er onder meer nog de hoeve Trekschuren, de site Cardoen, het pand van het Chinees restaurant Tsing Hua City en het pand van het voormalige café Joffry's bij. "Het hele dossier was niet minder dan 2.300 pagina's dik", zegt Amaury Verelst. "Het heeft wat tijd gekost om al die pagina's te paraferen", lacht hij. De akte werd vorige week bij de notaris ondertekend.

HOOFDKWARTIER

Wat Verelst van plan is met het nieuwe vastgoed, staat nog niet helemaal vast. De uitbaters van het Chinees restaurant en de autohandel Cardoen kunnen alvast hun zaak blijven voortzetten. "Wat wel vast staat, is dat Sebastien Claes, zolang hij nog kan, in zijn kasteel mag blijven wonen", zegt Amaury Verelst. "We hebben daarnaast een budget van 2,5 miljoen euro uitgetrokken voor de totale renovatie van het kasteel. Op termijn zal ons hoofdkwartier vanuit Nieuwerkerken verhuizen en zijn intrek nemen in het kasteel."

JONGE ONDERNEMER

Amaury Verelst is een selfmade jonge ondernemer, met een verleden in de Leuvense caféwereld. Vandaar ontstond de interesse in vastgoed. Zes jaar geleden begon hij samen met zijn toenmalige partner het bouw- en vastgoedbedrijf Verelst & Gilen. Nu gaat ieder zijn eigen weg. Verhelst is ondertussen actief over het hele land en ontwikkelt ook villaprojecten in Ibiza. Momenteel staan er 14 mensen op de loonlijst. Voor dit jaar wordt een omzet van 30 miljoen euro naar voor geschoven. "We groeien snel, tegen het einde van het jaar verwachten we met 20 medewerkers te zijn. Ons pand in Nieuwerkerken was dan ook snel te klein aan het worden", aldus nog Amaury Verelst.

2

1 OP 4 HAALT EIND MEI NIET BIJ VERLENGING LOCKDOWN

Als de lockdown zou worden verlengd, is 25% van onze bedrijven failliet. Dat zeggen ze zelf in een enquête van Unizo Limburg. Nog eens 20% stelt in dat geval eind juni niet te halen.

Deprimerende cijfers... We sommen enkele conclusies op:

- Bij 1/3 van de Limburgse ondernemers is er blijvende onduidelijkheid over wat ze mogen of moeten doen in deze lockdown-light. Meer dan 1 op 4 is getroffen door verplichte sluiting. Slechts 15% mag en kan volledig open blijven zonder problemen.
- 4 op 10 ondervraagden ondervindt vandaag nog geen problemen van de lockdown light. De rest kampt met geldgebrek (liquiditeit), vreest problemen om leningen/intresten af te betalen en is bang om leveranciers niet meer te kunnen betalen.
- Hoe lang kunnen de Limburgse bedrijven overleven bij een langere lockdown dan 4 april? Loopt de sluiting tot einde mei, vreest 1/4 eraan te zijn. Nog eens 1/5 mikt in dat geval op eind juni en nog eens 1/10 denkt het tot eind juli vol te houden. Amper 3/10 denkt 2020 te overleven bij een langere lockdown.
- 6 op 10 bevestigden kan geen telewerk organiseren voor hun personeel. Slechts 15% kan dat voor iedereen, en ongeveer 1 op 4 slechts voor een gedeelte. Over 'social distancing': van de bedrijven die open mogen blijven, zegt 3/10 dat zoiets niet lukt in hun werksituatie.

3

PETER GEURDEN: “VOOR HALF MILJOEN ANNULATIES IN 2 DAGEN”

Dat de maatregelen rond het Corona-virus de horeca, eventsector en retail zwaar treffen, hoeft geen betoog. Tal van ondernemingen die het al moeilijk hadden, vrezen nu helemaal kopje onder te gaan. En het gaat hard, zo getuigen de zaakvoerders van de betrokken sectoren.

Peter Geurden van Different Hotels vat het kernachtig samen: “Op 2 dagen tijd heb ik 250 mensen op economische werkloosheid moeten zetten en kregen we voor maar liefst 540.000 euro aan annulaties binnen. Een echt drama voor een bedrijf als het onze. Probeer dan maar eens om er het beste van te maken...” En ook de voorzitter van de horeca-federatie Filip Vanheusden spreekt van een drama.

Over de compenserende maatregelen is iedereen het eens: “Leuk, maar slechts een doekje voor het bloeden. Een aantal vaste kosten lopen door, en dan is er geen houden meer aan. Vergeleken met de gemiste omzet, is de compensatie beperkt.”

“Ik heb tijd, bel me gerust als je een opdracht voor me hebt.” Het zijn noodkreten die we ontvingen van koks, cafébazen, dj's en eventbureaus. “Alles is goed om bezig te blijven en toch een beetje geld in het laatje te brengen.”

SPLIT-KOST?

Ook de consultants, bedrijfstrainers en coaches zijn de kluts kwijt door de vele annulaties. Joris Smeyers van Koru HR heeft een voorstel: "Dat opdrachten niet kunnen doorgaan is een wijze beslissing. Echter, het doorschuiven van de kost van de annulatie naar -veelal kleine- derde partijen is maatschappelijk niet slim. Laten we de annulatiekost delen voor alle opdrachten die er gepland waren in de komende 14 dagen. Dit is een draagbare kost voor bedrijven en een meer leefbaar model voor uw consultant, trainer en coach."

CROWDFUNDING

En er komen nog positieve voorstellen: "Kunnen we geen crowdfunding-actie opzetten in de zin van 'adopt a shop'? Als we allemaal de lokale zelfstandigen steunen om deze moeilijke periode te overbruggen, doen we een grote maatschappelijke bijdrage. Als de zaken later opnieuw goed draaien, krijgen we onze inleg terug, met een klein percentje..."

4

ERIK HOEBERS (HOTEC) PLOTS OVERLEDEN

Erik Hoebers, zaakvoerder van interieurbedrijf Hotec in Genk, is vrijdag overleden in het ZOL. De ondervoorzitter van Bouwunie Limburg werd amper 58 jaar.

Erik Hoebers was bedrijfsleider van Hotec, fabrikant van houten schrijnwerk, zoals trappen, binnendeuren en andere interieurelementen. Hij was gekend als een zeer geëngageerd persoon, zowel in het bedrijf, de familie als in het verenigingsleven. Zo was Erik ondervoorzitter van Bouwunie Limburg en van de Limburgse Schrijnwerkers & Interieurbouwers.

Davy Maesen, gedelegeerd bestuurder van Bouwunie Limburg, is ontdaan door het verlies: "Erik was een zeer aangenaam en geëngageerd persoon. Hij was een voorbeeld voor velen en zal enorm worden gemist. Wij denken met grote waardering terug aan zijn jarenlange inzet en betrokkenheid bij Bouwunie. Onze gedachten gaan uit naar Eriks echtgenote, zijn 2 zonen, zijn kleinkind en familie."

De avondwake voor Erik vindt woensdag om 18u30 plaats in de kerk van Bret-Gelieren.

5

BODSON HAALT 5 MILJOEN MASKERS OP IN CHINA

De luchtvaartorganisatie ASL van Philippe Bodson uit Hasselt heeft de voorbije nacht 5 miljoen mondkmaskers vanuit de Chinese stad Shanghai binnengevlogen. Volgende week volgt nog een grotere lading.

Dat het dreigend tekort aan mondkmaskers straks verleden tijd is, is voor een stuk te danken aan Limburgers. De afgelopen nacht heeft ASL met een gecharterde Boeing 747 20 ton aan mondkmaskers – goed voor 5 miljoen stuks – overgevlogen vanuit China. "Het was de derde leverancier die op de lijst stond van de FOD Volksgezondheid om mondkmaskers te leveren", zegt CEO Philippe Bodson van ASL. "Via via is men bij ons terechtgekomen om de vlucht te organiseren. Het chartervliegtuig is in de nacht van donderdag op vrijdag geland op de luchthaven van Luik-Bierset."

De Civiele Bescherming heeft de levering naar een kazerne in Peutie bij Vilvoorde gebracht. Van daaruit is vrijdagochtend om 5 uur de verdeling over de rest van het land begonnen, provincie per provincie.

Volgende week donderdag verwacht ASL een nog grotere vracht van 70 ton – goed voor 15 tot 20 miljoen mondkmaskers – te kunnen binnenvliegen. Op die manier kan een strategische reserve voor ons land worden aangelegd.

ASL is ook actief bij de repatriëring van Belgen uit het buitenland, met inzet van eigen vliegtuigen en die van privébezitters van jets. "Het doet deugd om in deze barre tijden een steentje te kunnen bijdragen", besluit Bodson.

6

KUMPEN LAAT 10.000 ZORGVERLENERS GRATIS BINNEN

Jean-Luc en Patricia Kumpen, zaakvoerders van de nagelnieuwe luxe-wellness Elaisa in Maasmechelen/Dilsen-Stokkem, tonen hun hart. Als de crisis voorbij is, mogen maar liefst 10.000 verpleegkundigen en dokters gratis het complex bezoeken.

"Wij geloven dat hulpverleners over heel de wereld veel dienstbaarheid en liefde tonen voor hun medemens", aldus Jean-Luc en Patricia, die ook Fashion Point en heel wat andere kledingwinkels uitbaten. "Hieruit halen ze de kracht om alle mensen te helpen met de middelen die er zijn. Toch is het ook belangrijk dat we allemaal op onze eigen manier zorg dragen voor elkaar met een gebaar – klein of groot – en een vriendelijk woord. Omdat Elaisa Energetic Wellness symbool staat voor vereniging en eenheid, wensen wij een ondersteunende bijdrage te leveren aan deze humanitaire crisis."

Het koppel nodigt maar liefst 10.000 artsen en verpleegkundigen vanuit Belgische en internationale ziekenhuizen uit, die rechtstreeks betrokken zijn bij Covid-19, om een dag te verblijven in Elaisa Energetic Wellness. "We schenken 5.000 dag-entrees (twv. 45 euro) aan artsen en verpleegkundigen uit België en 5.000 aan collega's uit het buitenland", zeggen de zaakvoerders. "Elke arts en verpleegkundige die vandaag in die levensbelangrijke zorg voorziet, kan [zich inschrijven](#) om vanaf 30 april te komen genieten van een dag rust en ontspanning. Een dag om terug op krachten te komen en te herbronnen. Zodat ze daarna hun verzorgende taken opnieuw met evenveel passie kunnen uitoefenen."

7

ORDER VAN MILJOEN EURO VOOR ESSEC

De Essec Groep, met hoofdkantoor in Beringen, heeft zopas goed nieuws gekregen. Er rolde een bestelling van meer dan een miljoen euro binnen om 4.000 Antwerpse zorgverleners van een smartphone te voorzien.

Essec is bij het grote publiek vooral gekend als B2C-leverancier van telecom-toestellen. Het bedrijf met de 5 vennoten levert ook IT- en telecomoplossingen aan zorginstellingen, KMO's en grote organisaties, zoals de NMBS, Infrabel, Digipolis, Stad Antwerpen en verscheidene brandweer- en politiediensten.

Eén van die grote klanten, met name Zorgbedrijf Antwerpen, heeft zopas een order bevestigd voor 4.000 nieuwe smartphones. "Essec is bij ons al langer leverancier van zorgoproepsystemen voor onze zorginstellingen", zegt Dimitri De Rooze van Zorgbedrijf Antwerpen. "Doordat zij een breed aanbod hebben, inclusief een eigen hersteldienst, hebben we deze bestelling bij hen geplaatst."

TESTFASE

Bij Essec zelf wordt de corona-crisis aangegrepen om de meest geavanceerde technologie te integreren in de dagelijkse werkprocessen. "Een goede oefening om te kijken hoe ver je hierin kan gaan", aldus mede-zaakvoerder Luc Achten. "Dat zal zeker zijn vruchten afwerpen om in de toekomst zo weinig mogelijk medewerkers de files in te moeten sturen bij 'normale' omstandigheden."

8

JENNIFER VERHUIST NAAR ANDERE KANT VAN DE TOOG

Jennifer Op De Locht, de gewezen centrummanager van o.a. Lanaken en Aarschot, tapt binnenkort uit een ander vaatje. In het centrum van Stokkem zal ze na de Corona-drooglegging, brasserie 't Uchterhoes gaan uitbaten.

Jennifer Op De Locht is werkzaam bij CityD-Wes uit Houthalen-Helchteren, het consultancybureau van Jan Boots, dat gespecialiseerd is in de versterking van handelskernen. In opdracht van haar werkgever, nam Jennifer in de praktijk het centrummanagement op in diverse Vlaamse steden en gemeenten. Maar nu gooit ze het dus over een andere boeg.

"Na bijna 10 jaar met handelaars, handelsverenigingen en gemeentebesturen gewerkt te hebben, sluit ik heel binnenkort een geweldige periode af", zegt ze. "De timing is niet meteen de beste, maar vanaf 1 april zal ik als zelfstandige door het leven gaan en neem ik de bloeiende horecazaak 't Uchterhoes over."

9

LIMBURGSE BEDRIJVEN KAMPEN MET SCHIJNZIEKEN

Heel wat gezonde werknemers melden zich ziek uit vrees om besmet te geraken met het coronavirus. Bedrijven trekken daardoor aan de alarmbel. Een aantal burgemeesters, waaronder Bob Nijs van Lommel, roept wie gezond is op om "zijn verantwoordelijkheid te nemen".

Eén van de bedrijven die met een groot personeelstekort kampt, is Viskoteepak in Lommel, een fabrikant van velletjes rond worsten. "Normaal werken we in vijf ploegen met 370 werknemers", stelt Jan Maas van het managementteam in Het Belang van Limburg. "Maar door de coronacrisis zitten we met een vijftigtal mensen thuis, terwijl dat er anders hoogstens tien zijn. We vermoeden daarom dat heel wat gezonde werknemers thuis blijven uit ongerustheid. Een begrijpelijke reactie, maar dat is onnodig. De werkomgeving is zo ingericht dat de afstandsregel van 1,5 meter overal gerespecteerd kan worden. Zelfs in de bedrijfskantine hebben we maatregelen genomen zodat iedereen apart aan één tafel kan zitten. Burelen worden door één persoon tegelijk gebruikt en daarnaast zijn er een dertig à veertig mensen die thuis werken."

Het bedrijf vreest dat de productie in het gedrang komt als er nog meer werknemers zich ziek melden. "En dat zou de eerste keer zijn sinds de oprichting in 1975. Als we het productieproces moeten stilleggen, zijn we misschien maanden kwijt voor dat volledig is heropgestart. We produceren op het vlak van salami's de worstenvellen voor 50% van de wereldmarkt. Als dit stilvalt, zal dat internationaal voelbaar zijn. Uit Spanje en Italië waar supermarkten worden leeggekocht, is de vraag nu juist heel groot."

De Lommelse burgemeester Bob Nijs (CD&V) steunt de noodkreet van de bedrijven op zijn territorium. Hij roept gezonde werknemers op om zeker te gaan werken. "Ze hebben angst. Een begrijpelijke reactie, maar wie kan moet zijn verantwoordelijkheid nemen om de werkgelegenheid in de toekomst niet in gevaar te brengen. Door te gaan werken, dragen ze ons steentje bij om onze regio te versterken zodra de crisis achter de rug is. We klappen elke avond in onze handen voor de zorgverleners, en dat is terecht. Maar ook werknemers uit andere sectoren, die in deze moeilijk omstandigheden naar hun werk gaan, verdienen applaus."

10

LIMBURGSE VASTGOEDEIGENAARS DOEN BLOKKER GEEN CADEAUS

Dirk Bron, de nieuwe eigenaar van Blokker in België, eist van de verhuurders zes maanden gratis huur. "Je werkt mee of je werkt niet mee. Zo niet, dan zie je vanzelf wat er gebeurt", zei hij. Maar zijn dreigement lijkt in Limburg weinig indruk te maken. "Ik ga hem geen cadeau van 40.000 euro geven", zegt Truienaar Michel Neven, die een pand aan Blokker verhuurt.

Vorige week nam Dutch Retail Group de 123 Belgische filialen van de noodlijdende winkelketen Blokker over. Eigenaar Dirk Bron wil die winkels weldra omvormen naar discounters onder de naam Mega World, en zo de concurrentie aangaan met Action. Maar dat kan hij naar eigen zeggen niet alleen.

Daarom kreeg maandag iedereen die een winkelpand aan Blokker verhuurt, een brief in de bus. Daarin stelt hij eerst zichzelf voor en licht hij zijn plannen toe. "Ondernemen doe je niet alleen", zegt Bron. Dus vraagt hij de verhuurders om een bijdrage: zes maanden gratis huur. "Ik vraag dat omdat de winkels, met het oog op de transformatie naar Mega World, een tijdje dicht moeten. Die brengen dus niets op, maar ik moet wel personeel en huur betalen." Verderop in de brief benadrukt de nieuwe eigenaar dat hij niemand kan dwingen. "Maar bij gebrek aan antwoord binnen de drie weken ga ik ervan uit dat u definitief instemt", besluit hij.

Het dreigement lijkt in Limburg, waar nog zeventien filialen van Blokker gevestigd zijn, alvast weinig indruk te maken. Michel Neven, die een pand in Sint-Truiden aan de winkelketen verhuurt, denkt er niet aan om op het voorstel in te gaan. "Blokker betaalt 6.613 euro per maand, ik ga hem geen cadeau geven van bijna 40.000 euro", zegt Neven. "Ik ben er zeker van dat ik nog geïnteresseerden zal vinden als Blokker vertrekt, al wordt het moeilijker en moeilijker. Maar de echte bedoeling van Bron is volgens mij om van een aantal slecht gelegen locaties af te geraken. En op deze manier kan hij de schuld in de schoenen van de verhuurders schuiven."

Ook Jan De Nys, CEO van Retail Estates, ontving een bedelbrief van Bron. "Op een brief die eindigt met de mededeling dat we toezeggen als we niet binnen de drie weken reageren, gaan we niet in", klinkt het resoluut. "Toch zijn wij allesbehalve blind voor de bekommernissen van winkelluitbaters en zijn we graag bereid om naar zijn toekomstplannen te luisteren."

PETER GEURDEN

DIFFERENT HOTELS



“Corona versnelt de introductie van nieuwe business-modellen”

Begonnen met een bruin café, nu 37 jaar geleden, kan je stellen dat Peter Geurden al heel wat wachtertjes -én pintjes- in de horeca doorzwommen heeft. “Een carrière die met vallen en opstaan is verlopen”, blikt hij terug. “De huidige coronacrisis is één van de absolute dieptepunten. Maar we laten de moed niet zakken. Intussen zijn we bezig met nieuwe, futureproof concepten uit te werken. Zo komt er misschien toch nog iets goeds voort uit dit drama.”

Peter Geurden komt niet uit een ondernemersfamilie. Toch zit de microbe om eigen bedrijven te starten hem in het bloed. “Het begon lang geleden met een kleine bruine kroeg”, vertelt hij. “Daarna ben ik zelf nog de chef geweest in een restaurant. Als oud-leerling van de Hotelschool in Hasselt had ik mijn plan in de keuken leren trekken. Intussen kruisten er permanent diverse opportuniteiten mijn pad. Zoals de vraag om in de hotelbusiness te stappen. Door de sluiting van de mijnen was Limburg aan een reconversie toe, en werd er geïnvesteerd in sectoren zoals het toerisme. Omdat het aanbod van hotels in onze regio ondermaats was, waagde ik mijn kans om in Genk een eigen hotel te openen. Mijn broer Ludo oefende toen jobs uit voor grote, internationale hotelketens, en die sfeer sprak me wel aan. Samen met investeerder Nand Beuls (ere-voorzitter VKW Limburg) begonnen we aan de bouw van Hotel Ecu in Genk, dat opende in 1991.” De start van een mooi verhaal.

SLECHTE TIMING

Peter Geurden ging vanaf toen zelf het management opnemen en het operationele delegeren. "Ik was vooral bezig met expansie", zegt hij. "Er was een gat in de markt, en Nand wou dat het vooruit ging. Uiteraard was ik zelf ook ambitieus. We groeiden door overnames, zoals het toenmalige Atlantis-hotel in Genk (nu het bekroonde Hotel Zuid van Lidia Paletta), en bouwden ook nieuwe accommodatie. Projectontwikkelaars wilden hotels hebben in de grotere Limburgse steden en kwamen dan bij mij uit om dit te realiseren. We zijn in dit groeitraject voor ondersteuning gaan aankloppen bij LRM, en zo konden we een echte hotelgroep vormen, met een stevige structuur."

Het lijkt misschien alsof het vanzelf ging, maar de weg naar de top was lang. "Inderdaad, het is met veel vallen en opstaan verlopen", geeft Peter Geurden toe. "We hebben tegenslagen gekend, zoals de bankencrisis. Hierdoor veranderde de wereld heel plots: de klanten wilden niet meer naar duurdere hotels komen, de banken haalden hun schuldratio's naar beneden, enzovoort. En wij hadden net beslist om een aantal hotels en faciliteiten, zoals restaurants en wellnesscentra, over te nemen en in eigen beheer te gaan exploiteren. We hadden bovendien LRM terug uitgekocht. De timing was heel ongelukkig... Toch geraakten we er goed door, vooral dankzij de goede structuur van professionals die we intussen hadden uitgebouwd. De experts voor het financiële, de marketing en andere facetten, hielpen ons vooruit. En intussen kon ik mezelf ook verder bijscholen en ontwikkelen. Ik leer trouwens nog elke dag bij."

VERVANGBAAR

Zo heeft hij ook moeten leren om een goede baas te worden. "Dat is voor een stuk een natuurlijk proces geweest. Het hangt een beetje van je karakter af, en anderzijds leer je dingen te delegeren waar anderen beter in zijn. Zo heb ik veel taken van het management kunnen toevertrouwen aan Rachida (Naya, directeur van Different Hotels). Zij is mijn rechterhand en vult me perfect aan. Een ander facet van onze visie is om mensen veel vrijheden te geven. Als ze binnen bepaalde lijnen blijven, kunnen ze zich volledig ontplooien. Ze grijpen hun kansen, nemen verantwoordelijkheid, trekken hun plan en sleuren de groep vooruit. Zo maken ze Different Hotels onafhankelijk van Peter Geurden. En dat is top, want ik moet op elk moment vervangbaar zijn."

HORROR

Met de huidige corona-crisis wordt het vakmanschap van Geurden als ondernemer op de proef gesteld. "Het is heel kleinschalig begonnen met de annulatie van een paar seminars. We dachten dat snel te kunnen opvangen. Maar dan is het hek van de dam gegaan en kregen we op twee dagen tijd voor zowat een half miljoen aan annulaties binnen. Heel drastisch. De omzet ging meteen naar nul. Met zo'n 270 werknemers is

dat een harde noot om te kraken. Alsof we plots in een slechte horrorfilm terecht waren gekomen. En het einde is nog niet in zicht. Als we opnieuw een beetje omzet gaan genereren, zal dit heel langzaam vooruitgaan. Met alle gevolgen vandien. Lang kunnen we deze situatie niet volhouden, ondanks alle steunmaatregelen. Er zijn nu eenmaal vaste kosten van meerdere honderduizenden euro, die gewoon doorlopen, zonder dat er iets binnen komt. Een heel stuk van je werk en visie kan pijlsnel om zeep zijn. De timing zal nu heel belangrijk zijn: we moeten ons businessplan bijsturen en saneren om de komende jaren door te komen. Het probleem is dat hotelkamers niet schaalbaar zijn. Je kunt ze maar één keer verkopen en moet dus de verliezen in kleine stapjes goedmaken."

SLIM ZIJN

De situatie noopt Geurden om creatief te zijn. "We werken aan nieuwe businessmodellen om onze toekomst te verzekeren", zegt hij. "Ik merk gelukkig heel veel steun voor de horeca van andere ondernemers, klanten en instellingen. Zo rollen we ons concept uit om de hotels om te bouwen tot zorgaccommodatie. In noodsituaties, zoals nu, moeten we extra capaciteit kunnen creëren. We hebben aparte kamers, keukens, grotere functionele zalen,... Alles is er om, samen met het ZOL bijvoorbeeld, een verlengstuk aan het ziekenhuis op te zetten. Een goed leerproces om ook in de toekomst een permanent aanbod van zorgtoerisme uit te werken. We hebben al een groep van 32 hotels waarmee we het concept van de zorgkamers willen uitrollen. Mensen die zorg nodig hebben, zoals een kinesioloog of verpleegkundige, kunnen in ons hotel met vakantie komen zonder dat ze het gevoel hebben in een zorgomgeving te verblijven. Ze vertoeven bij ons in een sfeer van vakantie, vrije tijd, bourgondisch leven, en dus niet tussen de witte schorten, wachtzalen en andere zieke mensen. Een totaal andere beleving. Met het ZOL bekijken we ook de optie om mensen na een ingreep enkele dagen te laten boeken in ons hotel, zodat ze in alle rust kunnen bekomen en toch opgevolgd worden. We zien het zelfs ruimer, bijvoorbeeld voor mensen met een burn-out, die hier in een ontspannen sfeer en onder begeleiding zichzelf terug kunnen ontdekken."

WAKKER LIGGEN

Ondanks de goede ideeën, is Peter Geurden bezorgd over de toekomst. "Ja, ik lig er wakker van. Het is een drama voor iedereen. Onze mensen zijn ongerust, en als ondernemer draag ik de eindverantwoordelijkheid. Alleen geraak ik hier niet uit. Vandaar ook een warme oproep naar alle klanten: denk goed na over waar je na de crisis met vakantie gaat. Door in eigen streek te blijven, help je de lokale horeca er bovenop. Die solidariteit gaan we meer dan nodig hebben..."

Tekst: Kurt MEERS
Foto's: Luc DAELEMANS

BART MARTENS



“Nieuwe niche gevonden op succesrecept van vroeger”

Zowat 5 jaar lang is het redelijk stil geweest rond ondernemer Bart Martens. Na de verkoop van zijn bedrijf Etalentis heeft hij onder de radar diverse nieuwe projecten opgestart. Het meest recente is Baldr®Services, een schoonmaak- en onderhoudsbedrijf voor gebouwen en installaties. Dus als je wil weten hoe het gaat met Bart: uitstekend!

Het is precies 5 jaar geleden dat Bart Martens zijn ingenieursbureau Etalentis verkocht aan Mides-Gevacon, een sectorgenoot met hoofdkantoor in Roeselare. Het bedrijf, dat net zoals Alliacta van Rudi Smeets thans behoort tot de groep House of Talents, telde bij de overdracht door Bart 45 medewerkers. Die werden uitgestuurd om projecten in de bouwsector en industrie tot een goed einde te brengen. Met succes, want Etalentis behoorde tot de top in het vakgebied. Het stond in 2014 nog op de lijst van de 50 snelst groeiende technologische bedrijven in het land. Een interessante overnameprooi dus, en zo geschiedde.

LEERMOMENTEN

Eens de zaak verkocht, dreigde het 'zwarte gat'. "Dat viel bij mij heel goed mee", vertelt Bart Martens. "Ik heb me eerst nog een hele tijd ontfemd over de correcte overdracht van Etalentis naar de overnemers. Het was belangrijk dat de continuïteit voor de klanten en medewerkers kon gewaarborgd worden." Daarna stapte Martens in diverse nieuwe projecten, soms als consultant, soms als vennoot. "Je hebt ineens tijd en wat middelen, dus bekijk je welke opportuniteiten je pad kruisen", zegt hij. "Niet altijd eenvoudig, want als ondernemer ben je gewoon dat het vooruit gaat. Je kunt moeilijk stilzitten en wilt zo snel mogelijk je energie steken in nieuwe waarde-creatie. Toch is het de kunst om pas toe te happen als je een echt veelbelovend, toekomstgericht businessmodel krijgt voorgeschoteld. Bovendien is het belangrijk dat de normen, waarden en visie van de partners waarmee je in zee gaat, heel goed bij jou passen. Op dat vlak heb ik ook wel wat leermomenten doorgemaakt de laatste jaren."

TECHNIEK

Eén van de projecten, Baldr®Services genoemd, is nu uitgegroeid tot de nieuwe hoofdbezigheid van Bart Martens. "Ik was er al een tijdje mee bezig, samen met mijn schoonbroer", vertelt hij. "Het idee is gestoeld op de overtuiging dat de technische expertise van de medewerkers een belangrijke meerwaarde biedt. Dit passen we toe in de sector van schoonmaak en onderhoud. We werven technisch geschoolde mensen aan voor het reinigen en behandelen van de volledige buitenkant van woningen en bedrijfsgebouwen. Het team zorgt ook voor de schoonmaak en het onderhoud van daken, gevels, parkeerplaatsen, materialen en allerlei installaties. Door de technische bagage van onze medewerkers, krijgt deze service een extra dimensie. Hierdoor kunnen ze immers ook actie ondernemen om kleine herstellingen uit te voeren en preventief schade te voorkomen. Mits wat extra opleiding en het gebruik van de beste materialen en producten, krijg je een aanbod dat de levensduur van gebouwen en machines flink kan verlengen. De daling van de 'total cost of ownership' is wat iedere klant nastreeft."

AMBITIE

Bart Martens is hiermee 'back on track'. "De ambitie met dit nieuwe bedrijf is niet gering. De enthousiaste reacties uit de markt bevestigen dat we snel kunnen groeien. Naar het volume van Etalentis? Dat zal de tijd uitwijzen!"

Tekst: Kurt MEERS
Foto: Jobat



JOHN DONDERS

**HYGIENE SUPPORT,
GENTS, KAMIEL-HY**

Hartstilstand en burnout krijgen ondernemer niet klein

Een manusje-van-alles die een bloedhekel heeft aan stilzitten... Dat is John Donders. Doorheen zijn carrière stapelden zich dan ook de bedrijven en projecten op die hij met veel enthousiasme uit de grond stampte. Maar overdaad schaadt, en Donders bekocht zijn gedrevenheid bijna met zijn leven. Lesje geleerd? Ja, maar van het ondernemersvirus geraakt hij niet genezen.

"In 2006 ben ik gestart met professionele reinigingsdiensten voor de voedingsnijverheid", vertelt hij. "Het ging om de dagelijkse reiniging en ontsmetting van productiemachines en -ruimtes. Als maatschappelijk verantwoord ondernemer was -en is het voor mij nog steeds- van cruciaal belang om degelijke en kwalitatieve diensten te leveren, waarbij de mens centraal staat. Al snel bleek dat deze aanpak sterk gewaardeerd werd, door zowel onze klanten als onze medewerkers. De dienstverlening van Hygiene Support werd daarom uitgebreid naar kantooronderhoud, glaswas, specifieke technische reinigingen en algemene bedrijfshygiëne."

Een schot in de roos. "Ja. Als Limburgse KMO konden wij rekenen op een zeer trouwe en gespreide klantenportefeuille van zowel kleinere, lokale ondernemingen als winkelketens én internationaal gerenommeerde bedrijven. Eind 2013 tel- den wij ruim 60 enthousiaste medewerkers."

Met vallen en opstaan

KOPPIG

Maar toen sloeg het noodlot een eerste keer toe. "Op 20 februari 2014 werd ik helaas getroffen door een hartstilstand", vertelt John. "Ik werd succesvol gereanimeerd en enkele dagen later zat ik al te factureren vanop de ziekenhuisafdeling Intensive Care. Gedrevenheid, of misschien eerder koppigheid, haalde het op dat moment van het gezond verstand. Binnen de kortste keren draaide ik weer volop mee. Langs alle kanten hoor je dan aanmoedigende berichten en positieve reacties. Vrienden betrekken je nog nauwer en intensiever bij vele vormen van sociale contacten. Zelf werd ik door al die positieve impulsen ook wel 'geboost' en ging ik met veel graagte tal van nieuwe uitdagingen aan."

ROOFBOUW

En dat waren er veel. "Begin 2015 werd ik voorzitter van Unizo Zonhoven. Eind van dat jaar lanceerde ik met Gents een collectie van houten en kalfslederen vlinderdassen. En begin 2016 werd mijn foodtruck Kamiel-HY boven de doopvont gehouden. Dat waren redelijk veel activiteiten om te combineren, zeker voor een hartpatiënt. Kortom, ik pleegde roofofbouw op een lichaam dat eigenlijk schreeuwde om rust."

Trop is teveel. "Inderdaad, want begin 2018 protesteerde het lichaam opnieuw. Deze keer in de vorm van een stevige burn-out. Een gevolg van de bewustwording dat ik na mijn hartstilstand niet meer voluit kon gaan en fysiek werd beperkt. Dat gevoel was al een tijdje onderhuids aan het rijpen. Heel moeilijk. Want ook al hoor je van artsen, familie en vrienden dat je eerst aan je gezondheid moet denken, toch wil je nog altijd op volle kracht doorgaan."

HEIMWEE

De inactiviteit bleef niet zonder gevolgen. "Na ongeveer een jaar van afwezigheid, werden in juli 2019 de boeken van de vennootschap neergelegd. De curator vond zeer snel een overnemer, waardoor een sociaal bloedbad gelukkig voorkomen kon worden. Daar ben ik heel blij mee. Nog steeds, nu bijna een jaar later, ontvang ik lovende berichten van voormalige medewerkers en klanten. Mensen met heimwee naar onze aanpak. Dat doet deugd."

John Donders is vandaag nog steeds als ondernemer actief. "Inderdaad. Momenteel werk ik als freelance adviseur. Ik tracht in hoofdorde aan te geven dat goede, humane contacten zeer belangrijk zijn. Luisteren naar de behoeftes en de bekommernissen van opdrachtgever en medewerker is essentieel om hieruit oplossingen voor de lange termijn te destilleren. Optimaal communiceren en regelmatig mensen een schouderklopje geven: dat kost niks, maar geeft zoveel voldoening."

BLIJMAKER

En heeft hij nu zijn lesje geleerd? "Ja, al combineer ik nog steeds het nuttige en het aangename. Zo vind je me her en der nog altijd in mijn retro-foodtruck. Op tal van bedrijfs- en privéfeestjes bak ik heerlijke pizza's in een aangenaam, verzorgd kader. Lekker eten maakt mensen blij en tovert steeds weer lachende gezichten. Voor mij is dat ontspanning."

John Donders heeft de juiste balans nu dus gevonden. "Recent noemde iemand mij Mr. Positivity. Ik haal dus inderdaad zeer veel voldoening en energie uit het aangenaam omgaan met mensen, mensen blij maken, en positief stimuleren. Op die manier wil ik graag nog lange tijd mezelf ten dienste stellen van onze maatschappij. Een inzicht dat er ook gekomen is door de onvoorwaardelijke steun van velen. In eerste instantie mijn vrouwtje en kinderen. Ik bedank ook graag alle toffe vrienden en kennissen om samen oneindig veel mooie momenten mee te beleven. En zeker ook Kelly Bielen, die mij reanimeerde. Zonder Kelly was ik hier niet meer. Maar mijn missie is nog niet voltooid." John gaat dus nog even door, daar kan je Donders op zeggen!

Tekst: Kurt MEERS
Foto's: Mil

JELLE WIERDSMA GROEIMAKERS



“Falen is totaal geen optie”

Groeimakers is een online adviesbureau voor online marketing dat opereert vanuit Runkst. Oprichter en zaakvoerder Jelle Wierdsma ziet de zaken groeien als kool. Amper enkele maanden na de opstart van de vennootschap, heeft hij een medewerker in dienst genomen en 2 vacatures online geplaatst. Zijn verhaal als startend ondernemer: dat lees je hier!

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

“Ik heb 7 jaar in dienstverband gewerkt vooraleer ik de sprong waagde naar het ondernemerschap. De laatste 3 jaar bediende ik enkel al enkele klanten in bijberoep, en met de combinatie van beiden kon ik een centje opzij houden om enkele maanden geleden de sprong te maken en de vennootschap op te richten.”

2. Heb je er ooit aan gedacht om samen met iemand anders je onderneming op te starten?

“Zeker! Ik heb er minstens 2 jaar lang in geloofd dat als ik ooit zou ondernemen, het met een vennoot zou zijn. Ik heb zelfs concreet via verschillende netwerkgelegenheden (bvb. Bryo van Voka) contacten gelegd met andere marketing- en communicatieprofielen met het oog op een joint venture... Op een gegeven moment heb ik echter een klik gemaakt, en beslist dat dit iets is dat ik alleen kan en wil doen, op mijn eigen manier, mijn eigen tempo. Daar ben ik nog steeds heel blij om, anders wachtte ik nu misschien nog steeds op ‘de ideale vennoot’. Enkele maanden nadat ik solo gestart was, kwam ik toevallig een oude bekende tegen die concrete plannen had voor een ‘digital transformation agency’, waarbij hij in mij een goede match als vennoot zag. Het idee zag er goed uit en ook de klik zat goed, dus ben ik daar in mee gegaan, maar uiteindelijk is dat project nooit helemaal van de grond gekomen. Die ervaring heeft mijn idee gesterkt dat een tweede vennoot niet per se een zegen zou zijn voor Groeimakers. De dingen zijn goed zoals ze nu zijn.”

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

“Dat is voor mij niet het geval geweest. Ik heb gekozen voor een redelijk ‘organische’ overgang van bijberoep naar hoofdberoep, en aangezien ik in de dienstensector actief ben, waren er weinig grote ‘up-front investeringen’ nodig. Ik heb enorm veel

respect voor ondernemers die de 'death valley' moeten trotseren vooraleer ze zichzelf een loon kunnen uitkeren en er brood op de plank komt, maar toch ben ik blij dat ik mijn passie heb kunnen volgen zonder die weg te moeten inslaan. Na 7 jaar in de 'gouden kooi' van een degelijk maandloon weet ik niet of ik zo'n risico aangedurfd zou hebben, vooral met oog op mijn gezin. Mijn vrouw vond de overstap van bediende naar ondernemer al bijzonder spannend, dus alles is relatief."

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

"Nee. Er zijn voor digital marketeers vacatures genoeg om weer als bediende aan de slag te gaan, maar falen is eigenlijk geen optie. Ik ben op dit moment alleen bezig met de toekomst van het bedrijf, wat ook wel diversificatie inhoudt. In die zin leeft er voor Groeimakers altijd een Plan B, C en D, maar dat is meer een kwestie van bedrijfsstrategie dan carrièreplanning."

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

"Ik ben veel dank verschuldigd aan Yoei Severy, zaakvoerder van Yappa, waar ik tot 2018 in dienstverband werkte. Ik had als werknemer een zeer open verstandhouding met hem, hij was altijd heel begripvol en flexibel, ook toen hij voelde dat mijn hart trok naar een ondernemersverhaal los van Yappa. Ik heb veel geleerd in de 2,5 jaar bij Yappa, en heb er mezelf gevonden. Daarnaast ook veel erkenning voor twee ex-collega's van Lampiris die me in 2018 introduceerden bij Joyn. Daar stonden toen enkele interessante digitale transformatieprojecten op het programma, en ik kreeg de mogelijkheid deze op zelfstandige basis onder handen te nemen, voor enkele dagen per week. Dat was het kantelpunt, want ik moest hiervoor mijn job opzeggen en van mijn bijberoep mijn hoofdberoep maken."

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

"Nee. Dat is iets persoonlijk. Ik ken ondernemers die ervan dromen om vanuit de Verenigde Staten of gewoon vanuit een warm zuiders land te werken, maar ik ben nogal honkvast. Ik ga een aantal weken per jaar op vakantie, doorgaans een hotel-, kampeer- of skivakantie, en zelden naar een verre, exotische bestemming."

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

"Hier heb ik eigenlijk geen mening over. Ik ben nooit echt bezig geweest met de 'start-up scene', maar heb wel in de praktijk al de risico's gezien van vreemd geld dat in een start-up geïnvesteerd wordt. Veel ondernemers zijn mentaal niet klaar om een plotse kapitaalinjectie op de juiste manier in te zetten, en veel investeerders starten met de verkeerde verwachtingen. Ze worden dan op cruciale momenten zenuwachtig en betekenen uiteindelijk de ondergang, eerder dan de redding van een beloftevol ondernemersverhaal. Als dienstenleverancier spreek ik misschien vanuit een luxepositie, maar ik ben zeer dankbaar dat ik zonder externe investeerders kan werken."

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

"Ik ben niet uit op persoonlijke faam, en hoewel ik veel respect heb voor heel wat ervaren ondernemers in Limburg, is het niet mijn bedoeling 'de nieuwe X' te worden. Misschien komt dat nog, maar voorlopig kijk ik niet verder dan een paar jaar vooruit, en ben ik al erkentelijk als ik erin zou slagen een team van 10 mensen uit te bouwen."

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

"Durven innoveren: we experimenteren voortdurend met de nieuwste tools, kanalen en technieken. We blijven ook dicht bij onze kern: bedrijven helpen groei te realiseren, dat is niet hetzelfde als 'de communicatie beheren'. Door die focus zijn we complementair met een zeer grote groep bureau's die toegeven dat ze vooral sterk zijn in de creatieve en operationele kant van communicatie, en minder in de analytische en data-georiënteerde kant van marketing."

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

"Daar is het wat vroeg voor. Maar éénmaal we een mooi team hebben uitgebouwd, een mooi portfolio aan klanten, en we een mooie naam voor onszelf gemaakt hebben in de markt, zou ik mogelijk wel oren hebben naar het aanbod van een geïnteresseerde koper. Veel hangt af van de toekomstplannen op het moment van het aanbod: heb ik concrete vooruitzichten om bijvoorbeeld het bedrijf nog eens te verdubbelen over de komende paar jaar, dan is dat een mooie uitdaging die ik niet snel zou laten verstoren. Maar aan de andere kant: kom ik op een persoonlijke limiet, waarbij ik voel dat ik stilaan eerder een remmende factor ben dan een stimulans voor Groeimakers, dan zou ik waarschijnlijk veel vatbaarder zijn voor een overnameaanbod."

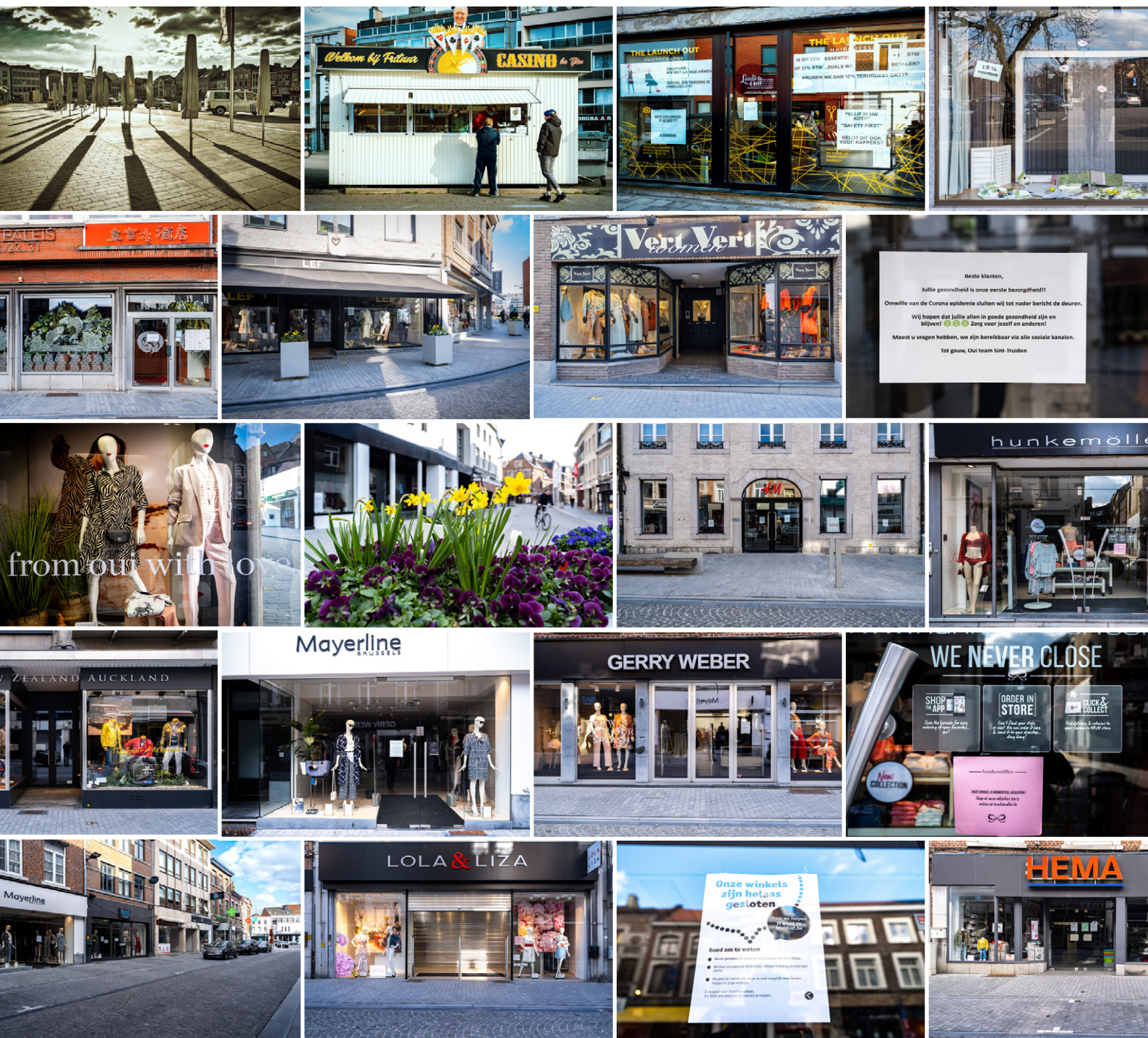
11. Welk cadeau zou je het eerste personeelslid geven dat 20 dienstjaren op de teller heeft?

"Geen idee eigenlijk! Als dat ooit gebeurt mag er van mij een groot verrassingsfeest georganiseerd worden, want ik geloof dat de nieuwe generatie werkkrachten zelden zijn hele leven in één bedrijf zal werken, dus dat we niet vaak het geluk zullen hebben het 20ste dienstjaar van één van onze werknemers te mogen vieren."

CORONA IN DE WINKELSTRAAT

Hoewel nog meer dan 80 procent van de bedrijven helemaal of gedeeltelijk open is, zorgt de lockdown voor een triestig straatbeeld in de commerciële centra. Onze fotograaf trok naar Sint-Truiden en Bilzen om er de economische tristesse in de winkelstraten vast te leggen. Limburg voor de corona-lens...

Tekst: Kurt MEERS
Foto's: Luc DAELEMANS



HET BOCHTIGE PARCOURS VAN ONDERNEMER NIELS LAGRANGE



In het razendpopulaire tv-programma *The Sky is the Limit* worden vanuit heel Vlaanderen ondernemers opgevoerd die hun euro's nauwelijks geteld krijgen. Meestal flamboyante types, die ook nog leuke televisie opleveren. In de nieuwe reeks is één van hen in onze contreien veel besproken: de Noord-Limburgse ondernemer Niels Lagrange. Een controversiële keuze, en dat is zacht uitgedrukt volgens bevoorrechte getuigen.

Lagrange Vloeren is een gekende onderneming in Noord-Limburg. Zaakvoerder Geert Lagrange verkoopt in Pelt al vele jaren tegels en andere vloerbedekking aan projectontwikkelaars en particulieren. Dochter Séverine is zaakvoerder van Placybel, ook letterlijk een dochteronderneming, die instaat voor de plaatsing van de vloeren. De pater familias heeft ook een zoon, die niet in de zaak werkt, maar semi-professioneel bezig is met autosport. Niels (29) is piloot in het team GL Racing, de initialen van Geert Lagrange. Al van jongsafaan stort Lagrange jr. zich op de racerij. Het begint met karting, gevolgd door autoraces in diverse kampioenschappen. Hij rijdt ook in het ADAC GT-kampioenschap voor het team Grasser Racing. "Geen onverdienstelijke piloot", aldus een insider. "Hij heeft de 24u van Zolder gewonnen, en dan moet je wel een beetje kunnen sturen. Toch bestaat zijn palmares vooral uit minder spraakmakende kampioenschappen. Vergelijk het met een voetballer die zegt vier landstitels te

hebben gewonnen, maar niet vermeldt dat ze zijn behaald in de competities van Moldavië en Malta..."

IMPULSIEF

Nu goed, tussen de pitspoezen en het verbrande rubber door, heeft Niels Lagrange zich ook aan het ondernemerschap gewaagd. Zo was hij in Leuven franchisenemer van de gekende juwelenketen Pandora. (Via Google vind je nog een beoordeling met 5 sterren terug die Lagrange zelf heeft gepost). De zaak ging over de kop, naar eigen zeggen omdat hij een aantal essentiële economische wetmatigheden in de wind sloeg. "Dat omzet niet hetzelfde is als winst, daar heb ik me in het begin aan mispakt", lachte de Peltse ondernemer een vraag over zijn faillissement weg. Hij gaf dus meer uit dan er binnen kwam. "Ik heb moeten leren om niet alles in één keer te willen, geduld te hebben, niet meer zo impulsief te zijn." Je hebt dus te veel gekocht? "Ja, voor-

al op de verkeerde momenten”, zegt hij. In de nasleep van het faillissement kwamen er klachten. “Niels heeft me nog een ca-deaubon verkocht toen hij al wist dat de zaak dicht zou gaan en dus de bon geen waarde meer had”, aldus een getuige.

SMEEKBEDES

Zoals het een goed ondernemer betaamt, ondernam Niels Lagrange kort daarna een tweede poging voor zakelijk succes. Met vallen en opstaan: het is een weg die iedereen moet afleggen. Deze keer koos hij voor een totaal andere stiel: een poetsfirma. Als onderaannemer/uitvoerder van een ruitenwasser, trok Niels zelf van deur tot deur om eigenhandig de ramen te lappen. Maar ook dat draaide op een sisser uit. Op 12 september vorig jaar werd de racepiloot persoonlijk failliet verklaard voor de activiteiten in zijn poetsbedrijf. Kan gebeuren, al was de timing om er de brui aan te geven, niet echt doordacht te noemen. Wie bij de Ondernemingsrechtbank Antwerpen, afdeling Hasselt, zelf de boeken neerlegt, weet dat hij de volgende donderdag op de zitting failliet zal verklaard worden. Net die donderdag 12 september had Niels Lagrange de volledige Vlaamse pers opgetrommeld om op het Circuit Zolder de laatste wens te vervullen van rolstoelatlete Marieke Vervoort. Een nobel initiatief, dat onder het oog van camera's en fotografen, werd overschaduwd door de binnenkomende berichten over het faillissement. Smeekbedes van familie en management om imagoschade in de pers te vermijden, konden de coronagewijze verspreiding van het slechte nieuws niet indijken. De schrik dat sponsors zouden afhaken bij zoveel negatieve publiciteit, zat er dik in.

BANG

Toch geraakte het budget rond voor deelname van Team Lagrange aan het Europese racecircuit, goed voor zo'n 350.000 euro, aldus pa Geert Lagrange. Vele sponsors, voornamelijk uit de Limburgse bouwsector, zegden hun steun toe. De man die zich daar dubbel voor plooid, is Philip Goedtkindt, een commerciële manager in het vastgoed, die voordien actief was bij de gezworen vijand in de racerij, Belgium Racing van ondernemer Patric Derdaele. Komen we later op terug... Zaterdag 28 maart had in Bilzen de officiële VIP-presentatie van Niels Lagrange, het team en 'zijn' Lamborghini, moeten plaatsvinden. Corona-perikelen gooiden roet in het eten, de drank, én de oliefilter.

Intussen is Niels Lagrange geen Bekende Limburger meer, maar een Bekende Vlaming. Dat heeft alles te maken met zijn deelname aan het populaire tv-programma *The Sky is the Limit* van gevierd producent Peter Boeckx. Die had eigenlijk eerst 'concurrent' Patric Derdaele voor de reeks willen strikken. “We hebben daar inderdaad een aantal gesprekken over gehad, maar ik heb vrij snel vriendelijk bedankt”, aldus Derdaele.

Boeckx schakelde naar een andere vitesse: Niels Lagrange was Plan B. “Peter had een aantal foto's van me gezien op Instagram, en me via dat kanaal gecontacteerd”, aldus Lagrange in *Het Belang van Limburg*. “Hij zei: 'Jij leidt blijkbaar een tof leven', en vroeg me om eens af te spreken. Toch heb ik niet meteen toegehaakt, want ik was toen al eens failliet geweest en toch wat bang voor de reacties van de kijkers.”

FLAUW

Boeckx was op de hoogte van de penibele situatie bij Pandora destijds. “Niels is inderdaad geen miljonair of topondernemer”, aldus de programmamaker in andere media. “Maar mijn programma gaat niet alleen daar over, maar wel over de 'happy few'. Ik vind de case van Niels interessant, want hij leidt een leven dat tot de verbeelding spreekt.” Feit is dat Lagrange niet veel plezier beleefde aan zijn eerste rondjes op tv. Hij liet zich door Boeckx verleiden tot enkele domme uitspraken, zoals over het verschil tussen omzet en winst. Of nog: “In Amerika ben je een loser als je nog nooit failliet bent gegaan.” Het leverde hem een stroom van negatieve reacties op. Onder meer Voka Limburg reageerde 'not amused'. “Wij hebben verschillende boze mailtjes en telefoontjes gekregen van Limburgse ondernemers. Ze voelen zich geschoffeerd door de uitspraken van Niels Lagrange”, aldus Johann Leten. “Die man heeft een heleboel flauwe uitspraken gedaan. Iemand als Niels Lagrange is zeker niet de standaard van wat wij beschouwen als goed ondernemerschap.”

DECADENT

De entourage van Lagrange bekent schuld. “Hij is onervaren en jong. Daar moet gedeeltelijk de oorzaak van zijn uitspraken worden gezocht”, aldus Philippe Goedtkindt. “Maar gedeeltelijk zijn zijn woorden ook verkeerd gebracht en het gevolg van een hetze in gang gestoken door 'een Lommelse industriebouwer.’ Waarmee hij de bal terugkaatst naar zijn voormalige werkgever Patric Derdaele, die inderdaad op sociale media en in de pers zijn afkeer voor de uitspraken van Niels Lagrange nooit onder stoelen of banken heeft gestoken. “Kijk, ik heb in het verleden de familie Lagrange en ook Niels enorm veel geholpen”, zegt hij. “Het enige dat ik terugkreeg was niet 1 mes in mijn rug, maar verschillende messen. Net zoals veel andere mensen. Daarom is het schandalig dat iemand als Niels deelneemt aan *The Sky is the Limit*, wetende dat hij na de opnames nogmaals zijn boeken neerlegde. De decadente levensstijl wordt uitvergroot terwijl hij steeds meer schuldeisers achterlaat.” En dat is niet de enige die hij achterlaat...

ROMY

Want op extra-sportief vlak heeft Lagrange wel al de eerste Grote Prijs van het seizoen binnen: zijn nieuwe lief Romy Biscop runt twee kledingzaken en is eveneens te zien in *The Sky is the Limit*. In anderssoortige magazines als dit, circuleerden al weken hardnekkige geruchten over de nieuwe romance, waar hij zijn vriendin en baby van 8 maanden voor zou verlaten hebben. De ontkenning kwam de al wankelende geloofwaardigheid van Lagrange niet ten goede. Onder druk van een nakend interview met zijn ex-vriendin, bekenden Niels en Romy aan de vooravond van de publicatie, dat ze wel degelijk een koppel vormen. “Terwijl in de tv-reeks de geboorte van zijn dochtertje nog aan bod moet komen”, aldus de critici. Eén ding kan je Niels Lagrange alvast niet verwijten: zowel zakelijk als privé kiest hij niet voor de makkelijkste weg recht door, maar gaat het er nogal bochtig aan toe. Stevige chicanes, laten we het daar op houden...

Tekst: Kurt MEERS
Foto's: MIL

Den bureau van de CEO



JO MELLEMAN CEO HET POETSBUREAU

“ De post-its met boodschappen
van onze medewerkers:
die red ik zeker uit een brand ”

De Diestersesteenweg in Paal-Beringen. Hoofdkantoor van Het Poetsbureau. Slechts één vraag: is het bureau van de CEO even netjes als de huizen en werkruimtes van zijn klanten? Want je kan dan wel de topman en topvrouw van een poetsbedrijf zijn, het is altijd tof om te weten en met eigen ogen te zien of hun “bureau van de CEO” ook voldoet aan de geplogenheden van het bedrijf: netjes zijn dus, en in de deze Corona-tijden: smetvrij. We werden niet ontgoocheld, integendeel.

Den bureau van de CEO

Je bent als echtpaar druk bezig met je carrière in de IT-wereld en dus schakel je op het thuisfront een poetshulp in. Elly Huysmans en Jo Mellemans waren heel tevreden over die poetshulp, maar hoorden haar subtiel klagen over haar werkgever. Dat zette Elly en Jo aan het denken om het anders en beter te gaan doen. Zo startte aan de keukentafel ten huize Mellemans in 2007 Het Poetsbureau, intussen een prachtonderneming die dagelijks 9.000 poetsmedewerkers op pad stuurt, 300 bedienden telt en over 2019 op groepsniveau een omzet van 150 miljoen euro realiseerde.

APART CACHET

"Mijn kantoor is om tot rust te komen als dat nodig is in dit hectisch en dynamisch bedrijf", steekt de CEO van wal. Dat rustpunt heeft hij momenteel hard nodig. Als één van de grootste dienstencheque-bedrijven wordt hij vaak in de media geciteerd. Volgens de topman heerst er "pure paniek" bij klanten en poetshulpen. "Poetshulpen vrezen besmet te worden, net zoals klanten dat omgekeerd van de medewerkers van Het Poetsbureau vrezen. Ze durven zelfs poetshulpen niet meer binnenlaten. Bovendien melden veel poetshulpen zich ziek." Hij vervolgt: "Mijn bureau is ook een plek om mensen te ontvangen en te vergaderen in een wat aparte sfeer en kader. Altijd open, tenzij er meetings zijn. Ik wil mijn bureau zo toegankelijk mogelijk houden en streef naar zo weinig mogelijk hiërarchie."

De historiek die aan het nieuwe hoofdgebouw voorafgaat, is mooi. Thuis begonnen waar het al snel veel te klein werd. Zijn echtgenote werd zwanger, bedienden in huis en in de keuken... Al vlug zochten ze een kantoorpand, meer bepaald het huis erlangs. Langs de huidige nieuwbouw dus. (Mijmert) "Ik had vroeger weinig licht en helemaal geen vast bureau. Het werd er eveneens snel te klein en de behoefte aan een fiks groter pand groeide alsmaar. We gingen dan op zoek naar een locatie om te bouwen, maar tussen de start en de oplevering van een kantoorgebouw, zit een hele tijdsspanne. Daarom verhuisden we grotendeels naar de Schoebroekstraat om voorlopig te huren. Ondertussen kochten we grond om een nieuw hoofdkantoor te bouwen."

MOS

"Omdat we tot dan toe in minder aangename werkplekken zaten, was het erg belangrijk het anders aan te pakken", aldus Jo Mellemans. "Zoals u kan merken kozen we voor veel lichtinval en groen, wat we hier in volle centrum van Paal, binnen en buiten het pand hebben doorgetrokken. Zo is er de mosinvulling die binnen overal terugkomt. Waarom mos? Ik zag een foto op internet en heb een Belgisch bedrijf gecontacteerd dat mosprojecten uitvoert. Ik gaf hen een nieuwe uitdaging: het grote cirkelframe dat hier hangt, moest gemaakt worden met een kunstwerk in mos. Terzelfdertijd hebben we een muurbekleding in schors laten aanbrengen, wat ze ook nooit eerder deden. Dat alles zorgt nu voor een apart én uniek cachet, dat in het hele gebouw is doorgetrokken. Het mos is gevriesdood, niet dood dus, maar kan niet meer groeien. Het heeft geen functionele waarde buiten het akoestisch voordeel."

KUNST

Anders en beter. Dat is de bedrijfsslogan van Het Poetsbureau. "Dat begint al bij het binnenkomen, waar onze receptioniste -én tege-

lijktijd management assistent- Sofie, u vriendelijk ontvangt", benadrukt Mellemans. "Sollicitanten zijn aangenaam verrast door het open karakter en warme sfeer die hier aanwezig is."

De bedrijfsslogan uit zich ook in de inrichting van Jo zijn bureau: groene accenten, houten vloer met grijze, achthoekige tegels om de wat scheve vorm van het gebouw enigszins op te vangen. Wit als basiskleur aan binnen- en buitenkant, strakke witte meubels en een clean desk. Het is duidelijk dat deze onderneming al in het digitale tijdperk zit. Kunst uit zich ook digitaal. "Tegen die wand aan de vergadertafel ziet u een groot scherm in een Samsung-kader. Op dat 'klassieke' scherm verschijnen er op geregelde tijdstippen kunstfoto's, foto's van beeldhouwwerken... Er staan hier geen trofeeën, maar morgen komt er eentje. We deden mee aan het internationale concept "A Great Place to Work", waar Vlerick bijhoort en Wouter Torfs bekend van is. We krijgen het label van "Beste Werkgever" omdat we op de 5e plaats van beste werkplekken in België zijn beland, vandaar."

Een vluchtige blik door een stuk glazen wand toont het bureau van zijn echtgenote, dat met wat zeteltjes ingericht is. "De andere directieleden hebben inderdaad een gelijkaardig bureau als het mijne, mét andere accenten, zoals die zeteltjes. Bij mij is er enkel mijn bureau en deze vergadertafel. Onze vergaderzalen dragen de naam van één van onze 5 waarden."

Op de halfhoge, lange kast achter het bureau van Jo staan wat planten, een communiefoto van de kinderen en een foto van hemzelf. (Lachend) "Niet dat ik mezelf zo belangrijk vind maar die foto is genomen tijdens de openingsreceptie en werd toen geplaatst op het bureau van de persoon in kwestie. Maar nu kan ik hem omgekeerd op mijn bureau zetten waar dan te lezen staat "Out of Office"

Een kunstwerk van Piet Stockmans trekt de aandacht. "Dat kregen we cadeau bij de oplevering van dit pand van bouwfirma Mathieu Gijbels. Blijkbaar een traditie van Gijbels om bij de oplevering een mooi Stockmans-werk te schenken met de bedrijfsnaam en hun naam erop."

HART ONDER DE RIEM

Als er brand zou uitbreken, wat neemt Mellemans dan uit de vuurhaard zeker mee? (Denkt na) "Goh, ik heb hier geen materiële gehechtheid staan... (snel) maar die twee kaders met post-its in de gang, die bijna zeker wel. Die hebben een grote emotionele waarde. Onlangs kwamen we erg negatief in de pers met een kapitaalvermindering, met veel negatieve reacties. Het ging nochtans om een heel normale financiële transactie. Talrijke medewerkers en externen hebben toen spontaan een kort briefje geschreven om ons een hart onder de riem te steken, heel hartverwarmend. Met de deur open kan ik er altijd naar kijken. Maar we kregen ook al veel positieve media-aandacht. We proberen als bedrijf exposure te creëren door onze authenticiteit, zoals met de poetsauto's. 'Walk the talk' dus, met telkens nieuwe accenten."

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.



TOPFANZ HALEN

Klant en leverancier
richten samen nieuwe
succesfirma op

Wist je dat... een ondernemersduo vanuit Limburg zowat 95 procent van de merchandising voor de voetbalclubs uit de Jupiler Pro League regelt? Topfanz, het bedrijf van Jo Appeltans en Gilles Van Doorne, gaat de succesformule nu ook uitrollen naar Nederland en Frankrijk. Zij zijn onze Verborgene Parel!

De basis voor het bedrijf werd gelegd begin jaren 2000, toen STVV-supporter Jo Appeltans ging helpen om de merchandising van zijn favoriete club op te krikken. Dat resulteerde onder meer in de oprichting van Sjallemann, een website waarop lokale clubs hun eigen supporterssjaals kunnen bestellen. "De passie voor fanbeleving werkte aanstekelijk en het aantal klanten groeide snel", aldus Appeltans. Intussen ging hij via dit kanaal ook tal van andere gadgets en gepersonaliseerde business gifts aanbieden. Allemaal te veel om in bijberoep te blijven doen, en dus zegde hij in 2013 zijn vaste job als logistiek specialist op, en ging hij op ronde om de profclubs te overtuigen van de mogelijkheden.

JOINT-VENTURE

Vennoot Gilles Van Doorne werkte in Londen toen hij in de aanloop naar het WK van 2014 online op zoek ging naar fan-artikelen van de Rode Duivels. Ontgoocheld over het aanbod, richtte hij zelf de webshop Belgoshop op. Een aantal artikelen bestelde

hij bij Jo Appeltans en zo ging de bal aan het rollen. De ondernemers beslisten om de handen in elkaar te slaan en samen de joint-venture Topfanz boven de doopvont te houden.

WEST-EUROPA

Het bedrijf is vandaag gevestigd in Halen en biedt diensten en producten aan bij nagenoeg alle clubs uit de Jupiler Pro League. Ook honderden amateurteams bestellen hun goederen bij het Limburgse duo. Intussen heeft Topfanz het aanbod verder uitgebreid. Zo wordt er nu ook marketingadvies verstrekt aan de klanten.

Jo en Gilles merken dat de belangstelling voor hun dienstverlening ook in het buitenland toeneemt. Vandaar dat in 2020 wordt ingezet op uitbreiding naar de buurlanden en vervolgens naar andere naties en competities in West-Europa. Een topper met heel wat fans: om in de gaten te houden!

Eerste ondernemershulp in CORONA-tijden!

UNIZO loodst u door deze uitdagende tijden met alle info over de actuele regelgeving en updates van alle vormen van steunmaatregelen.

Het is alsof we met z'n allen in een heel slechte film terecht zijn gekomen. Wat ons de voorbije weken is overkomen, had niemand bij de aanvang van dit jaar kunnen voorspellen. Bij de eindredactie van dit Made in Limburgmagazine was ook nog niet duidelijk hoe lang deze toestand gaat duren. En tegen het moment dat u dit leest, is de kans reëel dat dit nog altijd niet duidelijk is. Ons standpunt is duidelijk: indien de maatregelen nodig zijn voor de volksgezondheid, dan moeten we dat met z'n allen respecteren. Hoe zwaar en uitdagend dit ook wordt voor u als ondernemer.

Als UNIZO willen wij u echter door deze moeilijke periode loodsen. Met permanente informatie en ondersteuning. Zo zijn onze medewerkers al enkele weken zeer actief op de **UNIZO Coronalijs 0800 20 750**. Hier kan u terecht met al uw prangende ondernemersvragen. In de eerste week van de coronacrisis deden al meer dan 20.000 ondernemers beroep op deze servicelijn en wij blijven ook de komende dagen en weken stand-by.

- Daarnaast vindt u de **meest geactualiseerde informatie over de coronamaatregelen** op www.unizo.be/corona. We updaten deze site meermaals per dag.
- Blijft u graag **automatisch op de hoogte van alle nieuwigheden**, schrijf u dan in voor onze coronanieuwsbrief [via deze link](#).
- De voorbije weken heeft de regering al een eerste reeks goede maatregelen genomen. Zo is er de **hinderpremie voor handels- en horecazaken** [via deze link](#).

Daarnaast zijn er tal van fiscale maatregelen genomen die ondernemers meer zuurstof moeten geven om deze periode door te komen:

- vermindering van voorlopige sociale bijdragen 2020
- uitstel van betaling /vrijstelling sociale bijdragen
- vereenvoudiging vervangingsinkomen (crisis-overbruggingsrecht) bij onderbreking activiteit
- crisiswaarborg
- afbetalingsplan betaling werkgeversbijdragen
- gespreide betaling personen/vennootschapsbelasting
- spreiding betalingen btw en bedrijfsvoorheffing
- vermindering voorafbetalingen zelfstandigen

- versoepeling aanvraag tijdelijke werkloosheid voor werknemers
- bekijk hier [de Coronasteunmaatregelen](#) die nu van kracht zijn

Het mag duidelijk zijn; we zijn al geruime tijd in crisis en die situatie zal nog geruime tijd aanhouden. Uitzonderlijke omstandigheden vragen daarom om uitzonderlijke maatregelen. Dat geldt niet alleen voor onze gezondheid, maar ook voor onze economie. **We zijn er daarom niet alleen om rechtstreeks advies aan u te leveren, maar vertegenwoordigen ook uw stem in de Economy Risk Management Group (ERMG), die de impact van Corona op onze economie en bedrijven opvolgt en vooral voorstellen zal formuleren voor ondersteunende maatregelen.** UNIZO pleit alvast voor een noodfonds waarin enkele miljarden worden vrijgemaakt om de ondernemingen in alle getroffen sectoren te ondersteunen, want anders zal het aantal faillissementen niet te tellen zijn.

We hebben nood aan een soort Marshall-plan, als we willen dat onze economie na deze crisis terug opveert! Tien jaar geleden heeft de overheid kosten nog moeite gespaard om de banken te redden. De overheid moet nu evenveel inspanningen leveren om onze kmo's te redden. En dat mag wat kosten. Want een economie die niet meer opveert, gaat ons veel meer kosten. En tot slot: zorg goed voor uzelf en de anderen. Samen krijgen we deze crisis klein!

0800 20 750
CORONALIJS
voor ondernemers

unizo.be/corona



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>

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



PATRICIA ROBINNE IDÉARTE

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

"Paul-Luc, Nicole en het team van De Fakkels verrassen me culinair altijd opnieuw. Ook l'Angelo Rosso – op een steenworp van ons kantoor in Sint-Truiden – staat op mijn lijstje met favorieten. M'n nieuwste ontdekking is Blanco, waar een Nederlands-Turkse chef verrast met een 'East meets West'-concept'. En in het najaar opent mijn vriendin Nadia Karaat, haar interiorstore met gezonde mindsetvoeding, naast het architectenbureau Klaarchitectuur. Daar kijk ik enorm naar uit."

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

"In de lente en zomer haal ik wekelijks (soms zelfs dagelijks) ijsjes bij Limone. Ik stop regelmatig aan een kraampje langs de weg voor Haspengouwse aardbeien en we kopen het hele jaar Truval-fruit. Bij de Noen koop ik zelfgemaakte granola, gemberextract en de lekkerste tomatensaus. En onze dochter Axelle drinkt heel vaak Pipo-appelsappen. Allemaal dingen om te eten en te drinken, nu ik er zo bij stilsta ☺. Oh ja, nog een Limburgs product waar ik heel gelukkig mee ben: ik draag elke dag gezonde make-up van Cent Pur Cent van Caroline Rigo."

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

"Een zwarte Porsche 911 cabrio. Professioneel ben ik bezig met creativiteit en vormgeving. Dat zat er al van kindsbeen af in: als kind bewonderde ik de vormgeving van een Porsche en zei ik altijd dat ik later zo'n auto zou kopen. Voorlopig is het echter bij een praktische gezinswagen gebleven. Maar dromen mag he..."

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

"Ik hoop op 60-jarige leeftijd. Dat lijkt me een mooi moment in de intense communicatiewereld, die constant beweegt en vervelt. Mijn man is iets ouder: dan kunnen we samen nog wat van het leven genieten."

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

"Aan poetsen heb ik echt een hekel. Ik ben daar wat te ruw voor en heb geen geduld om tot in de kleinste hoekjes te poetsen. Strijken doe ik liever, dan kan ik af en toe naar buiten kijken en dromen."

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

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

"Met Ann en Bart Claes van JBC. Zij waren mijn eerste werkgevers, en ik heb nog altijd heel veel bewondering voor hen. Over fashion en communicatie kan ik uren praten, dus het zou een inspirerende Blind Date kunnen worden voor allebei."

7. Op welke sportprestatie ben je stiekem jaloers?

"Op de sportprestaties van Nina Derwael. Het esthetische aspect van deze sport spreekt me aan. Alles verloopt zo soepel en vloeiend. Ik loop Nina soms tegen het lijf bij mijn kapper 't Haaratelier. Ze is echt een supersympathieke Truiense heldin."

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

"Als er iemand beweert dat alle mensen dezelfde kansen hebben en zelf keuzes kunnen maken. Natuurlijk geloof ik in ondernemerschap. Je moet initiatief nemen in het leven. Maar waar je wieg staat, dat bepaalt ook veel."

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

"0%. Als ik dat wilde, dan had ik er al opgestaan. Ik vind politiek heel belangrijk, maar bedenk liever strategieën en campagnes achter de schermen: de voorbije gemeenteraadsverkiezingen hebben we met Idearté een 20-tal lokale partijen begeleid. Politiek is een harde wereld. Ik vrees dat ik te emotioneel ben om daarin mee te draaien."

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

"In Estepona. Dat gezellige stadje in Zuid-Spanje is nu al onze tweede thuis. Je hebt er altijd het beste van twee werelden. Je kan er ontspannen aan zee én in de bergen. En je kan er shoppen én cultuur opsnuiven."

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

"Geen haar op mijn hoofd denkt eraan om dat te doen. Maar ik heb wel een paar gerechten die bij mijn familie en vrienden in de smaak vallen: mijn kalkoengebraad met stoemp, tartaar van tonijn en advocado en lasagne met geitenkaas en munt en basilicum."

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

"Mijn ouders, ook al heb ik ze al vroeg moeten missen. Mijn vader gaf me het ondernemersbloed en creativiteit door. En mijn mama het zorgen voor anderen en haar authenticiteit. Die mooie waarden draag ik dagelijks. Verder denk ik aan Pascal Vossius, al sinds de beginjaren een echte ambassadeur voor Idearté. En Christa Jouck, die me een eerste grote, nationale campagne toevertrouwde. Zij gaven mijn startende zaak begin jaren '90 een ferme boost. Vandaag krijg ik die extra power van mijn gepassioneerde vennoten Bert Stas en Aline Ghys. Jonge ondernemers geven me heel veel kracht en energie en inspireren me eindeloos. En tenslotte uiteraard mijn man Steph - mijn soulmate - en mijn kinderen Michelle en Axelle, omdat zij al jaren achter hun altijd ondernemende vrouw en mama staan."

Tekst: Kurt MEERS
Foto: Mil

HILDE RUTTEN

BERGHOFF BENELUX

“Ik wil mijn gezonde dosis naïviteit niet verliezen”



Letterlijk tussen pot en pan is waar Hilde Rutten zaken doet. De CEO van Berghoff Benelux begon zowat 10 jaar geleden aan haar avontuur als zelfstandige en staat -na België- nu op het punt om Nederland te veroveren met een hoogwaardig gamma van keukengerei.

Hilde Rutten kwam na enkele omzwervingen terecht bij Raf Vanthoor, die vanuit Heusden-Zolder de internationaal gerespecteerde handel in potten, pannen, messen en ander keukengerei, Berghoff uit de grond had gestampt. “Ik leerde er de klappen van de zweep kennen, maar koesterde altijd de droom om zelfstandige te worden”, vertelt ze. “Toen Raf me dan in 2008 voorstelde om met een eigen bedrijf de verkoop en distributie van Berghoff in de Benelux te gaan doen, heb ik niet getwijfeld.”

Hilde scherpste meteen de messen en vloog erin. “Omdat ik jarenlang de manier van aanpak bij onze buitenlandse distributeurs had bestudeerd, had ik een goed beeld van de do’s en don’ts in onze business. Ik leerde snel het belang van alles stap voor stap te doen. Zoals het aanwerven van personeel. We zijn gestart met tijdelijke contracten, IBO’s en stagiairs. Dat doen we nog steeds. Zo kunnen we de beste krachten er meteen uitpikken en samen snelheid maken. Al is dat geen garantie op succes, want ik werd op dat vlak al een paar keer ontgoocheld. Soms ben ik misschien te naïef, en denk ik dat iedereen het goed voor heeft met ons. Maar van de andere kant mag je niet te achterdochtig zijn, anders verlies je je spontaniteit. En dat is juist heel belangrijk om zaken te doen.”

Vandaag is Berghoff Benelux een gevestigde waarde. “We hebben hard moeten knokken om hier te geraken”, zegt ze. “Met dank aan het stevige netwerk, dat ons groeiproces heeft versneld. Het is niet wat je kent, maar wie je kent... Ook het feit dat ik een vrouw ben, heeft zeker een positief effect gehad. Als winnares van de Livia Award kreeg ons bedrijf veel aandacht. Ik werd ook gevraagd voor bestuursfuncties, interviews, presentaties, enzovoort. Als man zou dat veel minder zijn geweest”

Hilde Rutten is samen met haar echtgenoot Rabin Houben, die in 2015 het bedrijf vervoegde, intussen volop bezig met de Nederlandse markt in te palmen. “Een nieuwe stap, die maakt dat we de hele organisatie opnieuw moeten uitbreiden. Er is enorm veel potentieel in Nederland, en we leren er nog dagelijks bij van de manier waarop ginds wordt gewerkt. Dat helpt ook de business in België vooruit. We zitten dus nog steeds in een goede flow...”

Tekst: Kurt MEERS
Foto: Mil

#JE SUIS ONDERNEMER

Natuurlijk verdienen de dokters en verpleegkundigen die zich dagelijks blootstellen aan coronapatiënten tonnen respect. Geen geklaag en gezaag. Werken begot. Er moeten de klok rond mensenlevens worden gered en daar zetten ze hun eigen gezondheid voor op het spel. Een dikke 'chapeau' is op zijn plaats. Het dagelijkse fast-food-buffet met trouweestallures, het voorkruippasje in de supermarkt en de gratis scrub in de wellness: het is jullie van harte gegund!

De massale steun zal zeker deugd doen. Intussen leven we ook mee met de andere beroepsgroepen die te lijden hebben onder een volledige sluiting: kelners, koks en cabardouchekes.... #Je Suis Horeca! #Je Suis Hoe....! (Oei, we hadden het bijna gezegd)

Wat opvalt is dat -omgekeerd evenredig met het respect voor de zorg- het misprijzen voor ondernemers toeneemt. Zij die werknemers oproepen om zich niet onnodig ziek te melden, worden haast verketterd. Wie werkwilligen een extra premie wil betalen, wordt beschouwd als een zakkenvuller die de gezondheid van zijn medewerkers ondergeschikt maakt aan winstbejag. Laat staan dat een ondernemer het zou aandurven om een controle-arts te sturen of -zoals aan de spelers van Anderlecht- zou vragen om één maandloon te laten vallen voor 'de goeie zaak'.

Natuurlijk zijn dat onpopulaire maatregelen, maar net zoals in de beginfase van de pandemie, is de ernst van de (economische) situatie nog niet doorgedrongen. Als straks de helft van onze bedrijven failliet is, wie gaat er dan zorgen voor de lonen en het dopgeld? Gaan we in volle crisistijd echt de hand afhakken waar we met z'n allen uit eten? Geloof het maar: onze economie gaat sneller plat dan de beroepsgroep hierboven besproken. En dan zijn we serieus genaaid.

Misschien volstaat het om ieders prioriteit, namelijk de gezondheid, maximaal te interpreteren en na te streven. Het belang van onze financiële gezondheid moet niet veel onderdoen voor ons fysiek of geestelijk welzijn. Meer nog: mentale en lichamelijke klachten vloeien vaak voort uit onzekerheid over de toekomst, armoede, eenzaamheid, enzovoort. Hoe moeilijk de evenwichtsoefening ook is, een zwart-wit benadering waarbij we de hele economie in isolatie laten sterven, zal ons veel zuurder opbreken dan de viruscrisis. Een beetje meer #Je Suis Ondernemer zou ons al een stap in de goede richting brengen. Respect!

Kurt Meers



facebook



LinkedIn

VOLGENDE VERSCHIJNING:
30 APRIL 2020



COLOFON

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

Contact: redactie@madeinlimburg.be

Hoofdredacteur: 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 veeleenvoudigd en/of openbaar gemaakt zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.