

made
in

MAGAZINE

Limburg

Bart Claes (JBC):

**“ JA, DE UITDAGINGEN
ZIJN MOMENTEEL
BEHOORLIJK PITTIG ”**



5,3 - 8,4 L/100 KM · 138 - 185 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 GLA. Designed for the Wilderness. Enjoyed in the city.

Maak van elke dag een avontuur. Stap in, en trek in alle comfort de stadsjungle in. Functionele ruimte, krachtig design, MBUX-infotainmentsysteem en verhoogde zitpositie; de nieuwe GLA laat u voluit genieten. En is de stad u net iets te druk? Stap meteen weer in en rij veilig en zonder zorgen de echte wildernis tegemoet. Dubbel genieten. De nieuwe GLA, hij wacht op u bij uw Erkend Concessiehouder Mercedes-Benz of op mercedes-benz.be.



Uw Erkende Concessiehouders en Servicepunten Mercedes-Benz

Hasselt

Voogdijstraat 25
3500 Hasselt
Tel. 011 27 90 00

Bree

Gruitroderkiezel 39
3960 Bree
Tel. 089 46 01 40

Lommel

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

Dilsen-Stokkem

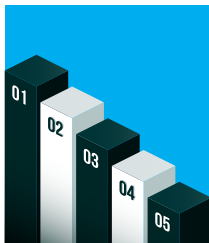
Boslaan 57
3650 Dilsen-Stokkem
Tel. 089 51 84 30

inhoud

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

TOP 10 VAN DE MAAND

p. 4



CEO Binnenstebuiten BART CLAES

p. 9

Hoe zou het zijn met ... LUDO BEULEN

p. 12



Met vallen en opstaan PATRICK BAILLIEN

p. 13

New Kid on the Block HOF VAN EEF

p. 15



Limburg voor de lens DE WERKENDE MENS

p. 17

Spraakmakend CORONAGEKIBBEL

p. 18



De bureau van de CEO MAARTEN BYNENS

p. 20

Verborgen parel OCTOPUS REPAIR & MAINTENANCE

p. 22



Out of Office CHRIS SLAETS

p. 24

Zij is de baas ISABELLE VERMEIRE

p. 26



ONS GEDACHT

p. 27

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

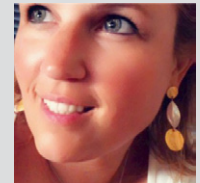
TWEE ONDERNEMERS LATEN LEVEN BIJ FRONTALE BOTSING

Bij een dramatisch verkeersongeval vorig weekend in Vroenhoven zijn de bestuurders van beide voertuigen om het leven gekomen. Het waren allebei supermarktuitleiders met een grote klantenkring en hechte familieband.



Het eerste slachtoffer was Eddy Stulens, mede-uitbater van superette Gerda Thijs in Bilzen. Hij stond bekend als een joviale handelaar die steeds de handen uit de mouwen stak en een vriendschappelijke relatie met zijn cliënteel belangrijk vond. Eddy Stulens zou in juni 66 jaar geworden zijn. Hij laat zijn echtgenote, zoon en 3 kleinkinderen achter.

Begin deze week overleed ook de chauffeur van het tweede voertuig. Ellen Meers (37) was zaakvoerder van AD Delhaize in Vlijtingen, een populaire buurtsupermarkt. Bij haar collega's en klanten stond ook zij bekend als hardwerkend en joviaal. Ze laat haar ouders, partner (Gert Levenstond van het gekende transportbedrijf in Riemst), en haar zoon Juno na.



Door de corona-maatregelen vinden beide uitvaartdiensten in beperkte familiekring plaats. Onze redactie biedt haar deelneming aan bij de getroffen families en vrienden.

2

ZAAKVOORDER FEESTZAAL PLOTS OVERLEDEN

Jo Knapen, zaakvoerder van Feestzaal Blickenberg in Borgloon, is overleden. Hij werd amper 32 jaar.

De immer goedlachse levensgenieter runde de zaak samen met zijn verloofde. Hij was zelf opgeleid als chef-kok (Hotelschool Hasselt) en richtte in 2015 grillrestaurant d'Entrecôte in Borgloon op. Naast de gerechten in Feestzaal Blickenberg, verzorgden Jo en Pauline ook externe cateringdiensten (firma Tête de Veaux).



Jo Knapen had een ruime vrienden- en kennissenkring in heel Zuid-Limburg. Zij vormden de basis van het trouwe cliënteel in zijn zaak. In zijn vrije tijd was de ondernemer erg actief in het verenigingsleven. Zo werd hij in 2016 nog gekroond tot Prins Carnaval in zijn thuisstad Borgloon.

Jo Knapen overleed woensdag heel plots, naar verluidt aan een longembolie. Hij laat als naaste familie zijn ouders en twee broers achter. Onze redactie biedt alle nabestaanden een oprechte blijk van medeleven aan.

3

CORONA IS DOODSTEEK VOOR 'T FLENSJE

Slechts één faillissement werd vorige week door de rechtbank in Hasselt uitgesproken: de vennootschap achter het gekende pannenkoekenhuis 't Flensje in het centrum van Houthalen-Helchteren.

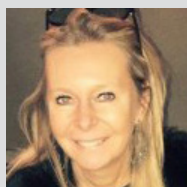
De zaakvoerders legden zelf de boeken neer. Herman Driessen werd aangesteld als curator. Schuldeisers van het 'bistorant', zoals 't Flensje zich noemde, kunnen tot 2 mei een schuldvordering indienen via het Centraal Register voor de Solvabiliteit.

De ondernemingsrechtbanken zijn door de coronacrisis normaliter gesloten. Het valt te verwachten dat na de hervatting een stroom aan nieuwe faillissementen zal volgen.

4

GELIEFDE ONDERNEMER UIT SINT-TRUIDEN OVERLEDEN

Els Roosen, zaakvoerder van de gekende kledingzaak Roosen Fashion in Sint-Truiden, is dinsdag na een slepende ziekte overleden.



Roosen Fashion heeft twee winkels in de Stapelstraat: eentje voor heren, de andere voor dames. De vestiging in Tienen sloot vorig jaar de deuren. Zaakvoerder Els Roosen was een dynamische ondernemer met een zeer breed sociaal netwerk. Ze genoot met volle teugen van het leven en mocht een ruime vriendenkring tot haar vast cliënteel rekenen.

Els was al een tijdje ziek en vocht moedig een oneerlijke strijd. Ze overleed dinsdag in het ziekenhuis van Leuven. Tal van vrienden en familieleden zijn erg ontdaan over het zware verlies. Onze redactie biedt hen alvast een warme blijk van medeleven aan.

5

NEDERLANDSE LEVERANCIER VAN HORECAPERSONEEL LEGT BOEKEN NEER

Mise en Place, het gekende uitzendbureau voor horecapersoneel, gooit in Nederland de keukenhanddoek in de ring. Door de coronacrisis ging de omzet van 80 miljoen naar 0... Zo'n 160 vaste medewerkers en 3.500 studenten verliezen hun (bij-)baan, zo melden onze collega's van WijLimburg.nl. De Belgische activiteiten lopen door.

Mise en Place heeft de hoofdzetel in Maastricht en is vooral actief in Nederlands en Belgisch Limburg. Eigenaar Charly van Goch, die in Lanaken woont, wist de afgelopen jaren ook vestigingen op te zetten in 4 andere landen, met in totaal 9.500 studenten in de database. Het horeca-uitzendbureau kreunt onder de corona-crisis, wat uiteraard geen verrassing is nu alle horecazaken dicht zijn en alle evenementen zijn afgelast.

De bedrijfsleiding heeft nu in Nederland het faillissement aangevraagd. Daardoor gaan 160 jobs en de bijbaantjes van 3.500 studenten verloren. "We konden niet anders", laten Van Goch en Managing Director Humbert Ummels optekenen bij WijLimburg. "We hebben dag en nacht gewerkt om het hoofd boven water te houden. Zo hebben we met man en macht geprobeerd studenten elders onder te brengen bij supermarkten, maar wij leven nu eenmaal bij de gratie van locaties waar grote groepen bij elkaar komen, en dat kan voorlopig niet meer. We gaan ons focussen op de bedrijven die we nog hebben", aldus Van Goch. "Met pijn in ons hart valt vandaag echter in Nederland het doek. Dank voor de fijne reis."

Het faillissement in Nederland wil dus niet zeggen dat de activiteiten in België verdwijnen. "We voeren momenteel vanuit onze 10 Belgische vestigingen zelfs nog opdrachten uit in de retail -en distributiesector", stelt Managing Director Steven Droogers.

6

DIRK HENDRICKX: "IK WEET ECHT NIET OF WE HET REDDEN"

Er dreigt een gigantisch bloedbad in de horeca. Zelfs in een zeer optimistisch scenario (een heropening vanaf 1 juni met maatregelen), zou de sector dit jaar een verlies van 6,5 miljard euro boeken. Dat is 45 procent van de totale jaaromzet, zo berekende het expertisecentrum Foodservice Alliance. Ook Limburgse horeca-uitbaters zeggen heel eerlijk dat het water hen aan de lippen staat.

Volgens Foodservice Alliance zou er 2,9 miljard uit de Belgische horeca verdampen als alle zaken op 1 juni mogen heropenen. Willen we echter alle maatregelen van social distance respecteren, zal de capaciteit drastisch dalen, en dringen er zich bijkomende investeringen op. In dat geval gaat er maar liefst 6,5 miljard euro verloren. De huurgelden en personeelskosten lopen dan immers door, zonder dat er evenredige inkomsten tegenover staan. Bovendien is het vangnet van de eenmalige premie dan niet meer voorhanden. "Geen enkele sector is tegen zo'n dreun opgewassen", zegt Gert Laurijssen, CEO van Foodservice Alliance. "De lockdown wordt dan een knock-out."

De vrees voor het voortbestaan zit er flink in bij de horeca-uitbaters. Ook bij Dirk Hendrickx, zaakvoerder van De Goei Goesting, L'Aperi Vino en Buon'Eatalia in Hasselt. "Er gaan veel doden vallen in de horeca, en ik sluit niet uit dat ik met een van mijn drie zaken daarbij ben. Buon'Eatalia bijvoorbeeld bestaat nog maar vier jaar. Ik heb daar meer dan een miljoen euro in geïnvesteerd, maar op die tijd heb je geen buffer. We zijn nu ook bezig met leveringen en afhalen, maar ik weet niet hoe lang we dit zo nog kunnen volhouden."

De bal ligt nu in het kamp van de Nationale Veiligheidsraad, die een aarts moeilijke oefening moet maken waarin gezondheidsrisico's worden verenigd met een haalbaar economisch model.

7

CAFÉ DAT 2 DAGEN NA OVERNAME MOEST SLUITEN, ZOEKT 5 MEDEWERKERS

Het zal je maar overkomen... Je investeert in de overname van een horecazaak, opent na een restyling de deuren, en krijgt 2 dagen later te horen dat je door de uitbraak van het coronavirus verplicht moet sluiten... Het overkwam Jérôme Fontaine van Cosmocafé in Sint-Truiden. De jonge ondernemer (28) blijft echter niet bij de pakken zitten, en start zowaar een aanwervingscampagne.

Het Cosmocafé in Sint-Truiden werd 2 jaar geleden gelanceerd door Pascal Vossius en Koen Vanmechelen. Zij gaven echter op 11 maart jongstleden de fakkel door aan een nieuw trio ondernemers. Amper 2 dagen later kondigde de overheid echter aan dat alle horecazaken verplicht moesten sluiten door het coronavirus. Een flinke streep door de rekening.

De overnemers geloven echter sterk in de toekomst. Om klaar te zijn als de ban wordt opgeheven, hebben ze alvast 5 vacatures online geplaatst. "Wij willen met onze vacatures niet optimistisch zijn maar realistisch", aldus Jérôme Fontaine. "Onze zaak gaat ooit, liever vroeg dan laat, terug open en die dag willen we klaar staan. We hopen een prachtige zomer te gaan beleven om deze gigantische teleurstelling toch enigszins goed te maken. Maar natuurlijk kunnen we dat niet alleen. Daarvoor hebben we een sterk team nodig."

Het Cosmocafé in Sint-Truiden zoekt dus nieuwe talenten: chef-kok, assistent chef-kok, teamleader, horecamedewerker en jobstudenten. Alle vacatures staan online op de website van het Truiense café. "Sollicitanten zijn dan ook van harte welkom", besluit de zaakvoerder.

8

FARMALINE VERDUBBELT OMZET SINDS LOCK-DOWN

Vergeleken met vorig jaar zag online apotheek Farmaline de afgelopen 4 weken de omzet verdubbelen. Ergens is het logisch, want mensen hebben meer nood aan producten om hun gezondheid te verbeteren, én bovendien bestellen mensen die niet uit hun kot mogen komen, nu eenmaal meer online. "Ondanks de enorme drukte slagen we er toch in om het coronavirus buiten ons bedrijf te houden", aldus zaakvoerder Lode Fastré en Leen Ponet.

Sinds de start van de lockdown, nu juist een maand geleden, verdubbelde online apotheek Farmaline zijn omzet. "Ondanks de groeiexplosie staat gezondheid op de eerste plaats", stellen de zaakvoerders. "Het kostte bloed, zweet en tranen om onze organisatie op zo'n korte tijd uit te breiden. Hoewel we in enkele weken tijd meer dan 100 extra medewerkers aanwierven, hielden we altijd één duidelijk doel voor ogen: besmetting van werknemers voorkomen. Dat doen we op twee manieren. Enerzijds adviseren we onze klanten om niet te hamsteren. Zo blijft de vraag binnen de perken en kan iedereen veilig thuis beleverd worden. Anderzijds hanteren we zelf heel strikte social distancing-regels, stellen we interne toezichthouders aan en huren we extra poetsploegen in. Met resultaat. Nog geen enkele medewerker geraakte besmet. Hout vasthouden..."

EN WELKE PRODUCTEN DOEN HET GOED IN CORONATIJDEN?

"Enerzijds uiteraard de producten die coronasymptomen bestrijden, zoals ontsmettende gels en zepen (+34%), maar ook 31% meer pijnstillers à la paracetamol en Ibuprofen, voor patiënten met koorts. En ten slotte 21.000 neus- en keelsprays (+28%). Daarnaast zitten voedingssupplementen en producten die de weerbaarheid verhogen in de lift. Bovendien explodeert de verkoop van thermometers (3.360 stuks). En van haarkleurmiddelen", besluit Fastré met een knipoog.

9

MEERS KOOPT COLLEGA OP

De Meers Transport Groep uit Lanaken heeft een akkoord bereikt met Marc Hermans voor de overname van zijn transportactiviteiten. Het gaat om een vloot van 7 vrachtwagens die voor vooral grondstoffen uit groeves vervoeren.

Marc Hermans ontgint de grondstoffen en transporteert ze zelf naar de afnemers. Het laatste traject laat hij nu over aan Meers, zodat hij zich helemaal op de ontginning en het beheer kan concentreren.

Een win-winsituatie. "Op deze manier gaan beide partijen een samenwerking aan op lange termijn, en doen we elk waar wij goed in zijn", aldus CFO Jan Rondas en CEO Xavier Meers van de overnemende partij. "Deze overeenkomst past volledig in onze strategie om in onze specialiteiten verder te groeien. Wij blijven opportuniteiten bekijken."

10

NIEUW LOGISTIEK CENTRUM GOED VOOR 250 JOBS

Op het industrieterrein in de Dellestraat in Lummen wil logistieke dienstverlener Montea een milieuvriendelijk distributiecentrum bouwen van meer dan 30.000 m2. De investering is goed voor 250 nieuwe banen.

Montea bouwt logistiek vastgoed en verhuurt of leaset de gebouwen vervolgens aan de eindgebruikers. Een nieuw project dat op stapel staat, situeert zich in de industriezone LUmmen/Zolder, waar het bedrijf naast Bosal een terrein van 5,4 hectare gaat aanboren voor een grote investering.

Het magazijn zal ongeveer op 28.500 m2 groot zijn, aangevuld met 3.200 m2 kantooroppervlakte. Op de plannen zijn 26 laad- en loskades getekend. Er zullen 250 mensen tewerkgesteld worden.

Opvallend is dat de investeerders er het eerste 'fossielvrije' gebouw voor logistieke activiteiten in België van willen maken. Een groendak, warmtepompen, zonnepanelen en andere milieuvriendelijke technieken moeten zorgen voor deze primeur.



Bart Claes

JBC

“Ja, de uitdagingen zijn momenteel behoorlijk pittig”

Het zijn woelige tijden voor stuurman Bart Claes van JBC. Zijn familiale kledingketen is de ingrijpende digitaliseringsgolf nog maar net te boven gekomen, of corona komt het kopje weer onder water duwen. Maar Claes blijft bijzonder strijdvaardig. “Waar het naartoe gaat? Dat beslist de consument. Wij kunnen alleen de signalen oppikken en ons zo goed mogelijk aanpassen. We maken strategische keuzes in lijn met onze normen en in functie van de continuïteit voor de zowat 1.250 mensen die voor Claes Retail Group (JBC) werken.”

Het is nu zo’n 35 jaar geleden dat Bart Claes het management van JBC vervoegde. “Mijn vader heeft me dat gevraagd toen ik mijn studies Handelsingenieur in Leuven ging afronden”, weet hij nog. “Tot die tijd was ik eigenlijk niet bezig met mijn professionele toekomst. Ik had als jongere wel vakantiewerk gedaan bij JBC en dat boeide me, maar het was allerm minst een uitgemaakte zaak dat ik later in het bedrijf zou stappen. Na mijn legerdienst ben ik dan onder de vleugels van mijn vader bij JBC gestart. Ik ging me toeleggen op mijn interesses, die aansloten bij mijn studies: marketing, sales, IT,... Dat zijn vandaag nog steeds de domeinen die ik van dichtbij opvolg.”

Als nieuwkomer in het bedrijf kwam hij zijn zus Ann tegen, die een jaar eerder de stap naar JBC had gezet. Sindsdien vormen ze een ijzersterk, complementair duo. “In feite zagen we elkaar niet zoveel als kind” herinnert Bart zich. “Ik was veel bezig met voetbal en spendeerde heel wat vrije tijd bij de ouders van mijn moeder. Ann had haar eigen hobby’s en vriendenkring, en vertoefde vooral bij de grootouders aan vaders kant. We gingen ook naar een andere school. Het klinkt misschien vreemd, maar we hebben elkaar pas echt goed leren kennen door samen te werken bij JBC. De normen en waarden die we van thuis hebben meegekregen, zoals eerlijkheid, respect, loyaliteit, samenwerking, ondernemingszin en doorzettingsvermogen, zijn wel het bindmiddel geweest. Dat DNA hebben we overgebracht naar het bedrijf.”

KERSTMIS

Broer en zus Claes hebben een duidelijke taakverdeling. "Dat is eigenlijk spontaan zo gegroeid", zegt Bart. "Terwijl ik me meer om de algemene bedrijfsleiding bekommer, is Ann de expert aan de kant van het product. Ieder specialiseert zich verder in zijn domeinen, wat niet wil zeggen dat we geen voeling hebben met de departementen van de andere. We kunnen ook perfect dingen van elkaar overnemen of inspringen als dat nodig moest zijn." Lukt dat beter in familieverband? "Ik heb elders veel goede én veel slechte voorbeelden gezien van de familiale overdracht naar de volgende generatie. Een familiebedrijf is op zich dus geen garantie op succes. Al is het wel aangenaam als het in die structuur lukt, zoals bij ons. Ann en ik kennen elkaars sterke en zwakke punten en hebben die ook leren aanvaarden. We zijn niet te beroerd om te werken aan de eigenschappen waar de ander zich aan ergert. Het gevolg is dat we ook privé nog altijd prima overeenkomen. We vieren bijvoorbeeld nog altijd Kerstmis samen..."

ONMISBAAR

Geleidelijk aan hebben Bart en Ann het management versterkt met vakspecialisten. "Op een gegeven moment moet je naar de toekomst kijken en de continuïteit van het bedrijf verzekeren. We mogen dan wel een sterk duo zijn, maar de verantwoordelijkheid over zoveel medewerkers is te groot om jezelf onmisbaar te wanen. Vandaar dat we heel bewust jong talent hebben binnengehaald en diverse sleutelposities met ervaren professionals hebben ingevuld. Bijkomend voordeel hiervan is dat ik zelf nog meer gericht met strategie en expansie kan bezig zijn. Zo hebben we met Mayerline een tweede merk binnengehaald en hebben we lang de overname van Veritas bestudeerd. Allemaal in functie van verdere groei."

Ondanks zijn jarenlange ervaring en het schitterende track-record, kreeg Bart Claes de afgelopen 4 jaar enkele pittige uitdagingen te verwerken. "Het is begonnen met een echte storm die in 2016 boven de retail is losgebarsten", zegt hij. "In de eerste plaats heeft een grote groep van consumenten de uitgaven voor kleding sterk verminderd. Het gevolg is dat aan de onderzijde van de markt, spelers als Primark een deel van de koek hebben ingepalmd. Anderzijds is op hetzelfde moment de online business in opmars gekomen, waardoor de klassieke retail een tweede opdoffer te verwerken kreeg. Door dit alles is onze sector compleet veranderd. De retail heeft alle bestaande plannen en strategieën overboord moeten gooien en is met een wit blad moeten herbeginnen. Ook voor JBC was dat een erg moeilijke oefening, die ons enkele jaren van bloed, zweet en tranen heeft gekost. Met succes, want vorig jaar was de turnaround een feit. Eindelijk schuldenvrij en rendabel. En dan, amper een paar maanden later, breekt de coronacrisis uit..."

AI, AI, CORONA...

Opnieuw een zware klap voor JBC. "Het is inderdaad heel heftig", bekent Bart Claes. "Als 125 fysieke winkels dicht zijn, verlies je een enorme omzet. De webshop maakt daar slechts een kleine fractie van goed. Bijkomend daalt ons product sterk in waarde. De lente-collecties hadden de deur uit moeten zijn, want als we binnenkort mogen heropenen zoeken de klanten naar zomerkleding. Intussen hebben we ook al de herfstcollecties besteld en moeten we de vorige stock nog zien af te bouwen. Hoe gaan we hieruit geraken? Alleen door een grote solidariteit tussen iedereen in de keten", denkt de CEO. "Als consumenten bewust lokaal gaan kopen, als alle bedrijven elkaar helpen en als de financiële instellingen en overheden extra krediet verstrekken en uitstel van betaling verlenen... We moeten een 'survival of the fittest' vermijden, want dan gaan een aantal mooie ondernemingen volledig verdwijnen, en dat zou jammer zijn. Ik pleit voor een scenario waarin we allemaal een beetje lijden, maar toch doorzetten en er samen doorheen komen. Ik geloof sterk in de in de veerkracht die hiervoor aanwezig is. Iedereen steekt in deze moeilijke tijden meer dan één tandje bij, toont zich uiterst creatief en flexibel... Dat is echt bewonderenswaardig. Het inzicht en de bereidheid om te slagen is er, nu de uitvoering nog."

DUURZAAM

Waar dit alles toe zal leiden, is ook voor Bart Claes een open vraag. "Het is duidelijk dat de consument de richting zal bepalen. Zijn verwachtingspatroon is helemaal anders door zijn benchmark met zicht op de wereld. Online winkelen in een internationale context is helemaal ingeburgerd. Wij kunnen niet anders dan permanent de signalen uit de markt oppikken en ons telkens aanpassen. Eenvoudig is dat niet, want we voeren nu strijd met de grote, internationale merken. Het komt er dus op aan om anders te zijn, en beter in te spelen op de wensen van de klant. JBC doet dat door de extra aandacht voor design en kwaliteit. Al onze collecties worden nog altijd in Limburg bedacht en uitgetekend. Zo onderscheiden we ons telkens met iets speciaals, met oog voor detail."

En ook de manier van zaken doen werkt onderscheidend. "We zijn van nature een waarde-gedreven organisatie, die keuzes maakt in functie van een duurzame, menswaardige samenleving. Dat is geen show, we zijn zo. Beleidsmensen met een geweten, die voor de spiegel gaan staan om goede beslissingen te nemen. Wat we doen moet kloppen met wie we zijn als mens. Zo waken we over de productie volgens Code of Conduct in samenwerking met Fair Wear. Overal ter wereld volgen we dat op. Dezelfde inspanningen doen we naar onze leveranciers. We weigeren bijvoorbeeld om onze orders nu te annuleren, omdat we weten dat hier mensen hun brood mee moeten verdienen. We geloven in langetermijnrelaties en laten niet zomaar onze partners vallen als het door corona -of wat dan ook- wat minder gaat." Die visie geeft JBC een unieke positie in de retailsector. "Ja. Het is niet dat we het er speciaal voor doen, maar het is wel fijn dat we hier door de consument voor gekend en erkend worden. Dat compenseert deels de pittige inspanningen die we hier voor leveren."

VOETBALCLUB

Hoe lang JBC die onafhankelijke strategie kan volhouden? "Het tweesporenbeleid van zowel de fysieke als online winkels vergt aanzienlijke investeringen als we de Zalando's en Alibaba's op afstand willen houden. De vraag is hoe lang we onze eigen, lokale touch kunnen behouden in deze sterk globaliserende economie. Ik vergelijk het soms met onze Belgische voetbalcompetitie, waarin steeds meer clubs in buitenlandse handen komen omdat ze qua budget niet kunnen opboksen tegen de internationale grootmachten. De kleintjes gaan failliet, de groten worden opgeslorpt en de lokale eigenheid verdwijnt. Makkelijk is dat niet. We gaan er wel voor blijven vechten. Dat zijn we in de eerste plaats verplicht aan de 1.250 fantastische mensen die elke dag keihard meewerken. De keuzes die we maken gebeuren in functie van de continuïteit voor hen. En dan zien we welke mooie toekomst JBC te wachten staat. Ons schip zal niet stranden, alleen kennen we de exacte eindbestemming nog niet."

Tekst: Kurt MEERS
Foto's: Luc DAELEMANS





Ludo Beulen

“Het laten hangen, dat staat niet in mijn woordenboek”

Precies 70 is hij nu, de man die gedurende zeven jaar bij de organisatie van zelfstandige ondernemers Unizo Limburg de voorzittershamer hanteerde. Dat maakte van Ludo Beulen een ‘bekende Limburger’. Op 10 februari kreeg hij de diagnose kanker onder de neus geduwd. “Maar het laten hangen, dat staat niet in mijn woordenboek”, zo reageert hij.

Ludo Beulen is ook de man die Houthandel Beulen in Hasselt uitbouwde tot een gespecialiseerde en gerespecteerde kmo. Zoon Koen Beulen nam er in 2007 de fakkel als zaakvoerder over. Dat gaf aan vader Ludo de ruimte en de tijd om André Remans in datzelfde jaar als voorzitter van Unizo Limburg op te volgen. Eerst als voorzitter ad interim, vier maanden later werd hij bij de voorzittersverkiezingen ook bevestigd in die functie.

Ludo Beulen leidde de organisatie zoals hij zelf is: met doorzettingsvermogen én met humor. “Ik zag het als mijn doel om Unizo Limburg verder uit te bouwen als een professionele organisatie die ten dienste staat van de zelfstandige ondernemer”, zegt hij daarover. In 2014 gaf hij de voorzittershamer door aan huidig voorzitter Geert Lambrechts. Ludo Beulen was helemaal klaar om samen met zijn echtgenote Lies Kerkhofs, voormalig directeur van Alden Biesen, te genieten van het leven en de (klein)kinderen. De fiets werd al snel een nieuwe vriend van het sociale beest en de immer goedlachse Ludo Beulen.

DIAGNOSE

Tot 10 februari dit voorjaar. De dokters duwden hem de diagnose kanker onder de neus. “Het was een onverbiddelijke boodschap”, zegt Ludo Beulen. “Keihard kwam dat binnen. Maar ik had me meteen voorgenomen om dit feit te aanvaarden en de moed niet te laten hangen. Ik had volgens de dokters twee opties: ofwel geen chemo met nog vier of vijf maanden te leven, ofwel met chemo nog langer van het leven kunnen ‘genieten’. Maar een operatie, dat bleek onhaalbaar.” Ludo koos voor de tweede optie.

Een ongeluk komt nooit alleen. Een paar weken geleden, op Goede Vrijdag om precies te zijn, overleed ook zijn 96-jarige moeder, die in het rusthuis verbleef. “Dat is een bijkomende slag natuurlijk”, zegt Ludo. “Maar uiteindelijk ben ik blij dat ons Moeke heel vredig en rustig is ingeslapen.”

VERBAZEND GOED

Ondertussen gaat het veel en veel beter met de gewezen Unizo-voorzitter. “De dokters zijn heel tevreden. De chemotherapie slaat verbazend goed aan. Mijn bloedwaarden zijn ook spectaculair verbeterd. En het belangrijkste van alles: ik voel me ook goed. Het blijft een feit dat ik deze ziekte als een Zwaard van Damocles boven mijn hoofd hangt. Maar ik wil niet bij de pakken blijven zitten. Dat heeft geen zin. Het leven is te kort om te zitten kniezen. Als ik te voet naar Compostella was vertrokken, dan was ik nu al meer dan halfweg”, lacht hij.

En ja, ook in coronatijden onderhoudt Ludo Beulen zijn sociale contacten, zij het vanop een afstand. “Lies waakt over de veilige afstand, daar is ze zéér streng in”, lacht Ludo Beulen. “Zo kennen we haar”, lacht hij. “Het zijn moeilijke tijden voor alle ondernemers. Maar ik zie er velen die met creativiteit en doorzettingsvermogen hun zaak boven water willen houden. En dat stemt me bijzonder tevreden: ondernemers die niet opgeven en niet bij de pakken blijven zitten. Vanuit mijn kot wens ik hen allemaal het beste toe.”

Tekst: Dominiek CLAES
Foto: MIL



Met vallen en opstaan

Patrick Baillien

Drukkerij Baillien-Maris

“Doorzetten,
ondanks twee
overlijdens en
evenveel crisissen”



Met vallen en opstaan

Baillien-Maris is één van toonaangevende drukkerijen die Limburg rijk is. Het familiebedrijf, en zaakvoerder Patrick Baillien in het bijzonder, bleef gaandeweg nochtans niet van het ongeluk gespaard. Het overlijden van zijn broer Vincent en recent van zijn vader Clement, maken van Patrick nu de enige beslissingnemer. “Nochtans is een klankbord geen overbodige luxe als je bijvoorbeeld de bankencrisis of de coronacrisis moet zien te overwinnen”, zegt hij.

Baillien-Maris werd opgericht door Clement Baillien, die zijn zonen Patrick en Vincent al op jonge leeftijd voor de leeuwen gooide. “We vormden een hecht en complementair team, waardoor het ons bedrijf voor de wind ging”, vertelt Patrick. “We hadden een mooie orderportefeuille en groeiden als kool. De verhuizing naar onze nieuwbouw aan de Genkersteenweg was een absoluut hoogtepunt in de bedrijfsgeschiedenis.”

Tot in 2006 een zware klap volgde. Letterlijk. “Mijn broer, die zich binnen het bedrijf vooral bezighield met de productie-technische aspecten, is toen bij een verkeersongeval om het leven gekomen”, aldus nog Patrick. “Een mokerslag voor de hele familie en medewerkers. Op dat moment hadden we net bijkomende machines besteld. Even hebben we gedacht om het order te annuleren, maar uiteindelijk hebben we toch doorgezet. Een terechte beslissing, zo bleek achteraf, al heeft het een hele tijd geduurd eer we die mokerslag te boven zijn gekomen.”

STERKER

Baillien-Maris vond dus opnieuw de juiste kadans. “In 2008 was het orderboek goed gevuld en ging het ons voor de wind. Vandaar dat we een nieuwe, nog grotere investering aandurfd in een state-of-the-art pers. Kostenplaatje dat jaar: 4,5 miljoen euro. Maar... net op dat moment brak de bankencrisis uit. De consumenten hielden de vinger op de knip, en grote retailers draaiden hun reclamebudget terug. Bijgevolg verloren ook wij belangrijke orders en lag zelfs de hele sector een tijdje ‘op zijn gat’. Het was toen een goede keuze om niet bij de pakken te blijven zitten en onmiddellijk naar alternatieven te zoeken. Wij hebben toen bijvoorbeeld gekozen voor het aanboren van de Nederlandse markt. Met succes, want we zijn uiteindelijk sterker uit deze crisis gekomen.”

VALT MEE

Een goede les, want anno 2020 doet zich een nagenoeg identiek scenario voor. “Ook nu vallen grote investeringen, een familiaal overlijden en een mondiale crisis ongeveer samen”, weet de CEO. “We hebben onlangs extra machines in gebruik genomen, waarna eind januari mijn vader is overleden. Hij was niet meer operationeel actief in het bedrijf, maar betekende toch een grote ruggensteun. Dat maakt dat ik er nu alleen voor sta, weliswaar met een sterk en ervaren team van medewerkers achter mij. Samen kunnen we de coronacrisis wel aan. Voorlopig valt het hier nog best wel mee. We hadden enkele grote orders lopen bij het begin van de uitbraak, waardoor we in maart ‘slechts’ 30% van de omzet verloren hebben. April wordt iets zwaarder, maar we merken toch dat de conjunctuur opnieuw aantrekt. De vooruitzichten dat de winkels opnieuw opengaan, maakt dat de bestellingen hier druppelsgewijs opnieuw binnenvallen. En dat is goed nieuws, zo leert de ervaring. We geraken niet snel in paniek. Dat is de les die we van de vorige crisis hebben geleerd. Alles komt uiteindelijk toch weer goed.”

VERTROUWEN

Baillien-Maris is hoopvol over de toekomst. “We weten dat heel wat ondernemingen in crisistijden net een tandje bijsteken voor hun marketing. Ze beseffen dat extra reclame hen sneller uit het dipje kan halen. En dat is goed nieuws voor ons. Als alle betalingen goed blijven doorkomen, maken we ons geen zorgen. De bereidheid van de banken om kredieten te versoepelen is een belangrijk signaal voor het ondernemersvertrouwen. Nee, die coronacrisis overleven we wel. Daar laten we onze slaap niet voor!”

Baillien-Maris telt momenteel een personeelsbestand met 25 mensen en een omzet rond 5 miljoen euro. Het bedrijf is gespecialiseerd in het drukken van magazines, folders, boeken, enzovoort. “En in heel gespecialiseerde opdrachten”, voegt Patrick Baillien nog toe. “De ‘specialekes’ om meer uitstraling te genereren: dat doen we graag én goed”, besluit de CEO.

Tekst: Kurt MEERS
Foto's: MiL

Hof van Eef



“Gezond uit de Hasseltse grond”

Bolster is al enkele jaren een gevestigde waarde in het ontwerp, aanleg en onderhoud van tuinen. Zaakvoerder Eef Coolen heeft de smaak van het ondernemerschap goed te pakken en heeft daarom in Hasselt een gloednieuw concept op de wereld gezet. Hof van Eef heet de tuin waar seizoensgebonden groenten worden gekweekt, die via een abonnementsformule aan eetbewuste klanten worden aangeboden.

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

“Ik had een spaarpotje opgebouwd tijdens mijn vorig werk. Met de bedoeling om dat te besteden aan een bijzondere kans, als die voorbij zou komen waaien. En die kwam er, met dit perceel aan de Runksterkiezel in Hasselt. Zodra ik zag dat dit te koop stond, wist ik dat daar mijn spaarvarken naartoe ging. Het was liefde op het eerste gezicht, mag je wel zeggen. Maar zeker geen blinde liefde, ik zag meteen het grote potentieel van deze plek.”

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

“Ik heb er zeker aan gedacht, ja. Maar omdat het zo’n grote sprong was, leek het me in eerste instantie verstandiger om solo die stap te zetten. Wat niet wegneemt: ik vind het cruciaal om goed omringd te zijn. Mensen met hun eigen blik kunnen mij als ondernemer alleen maar verrijken. Ik maak er zelfs een punt van om die mensen te zoeken, om dicht bij mij te staan.”

3. Is het in coronatijden extra moeilijk om een zaak uit de grond te stampen?

"Ik ga niet zeggen dat het allemaal makkelijk was. Maar in deze coronatijden beseffen mensen eens te meer hoe belangrijk het is om lokaal, duurzaam en gezond te kopen. En laat dat nu net zijn wat Hof van Eef is. Dus het is hét moment voor een zaak als de onze."

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

"Nee, een plan B is er bewust niet. Net omdat we er een succes van gaan maken. Dit is hét moment en we gaan er alles aan doen om het te realiseren."

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

"Ik vind dat je je als ondernemer moet omringen met mensen die goed zijn in hun vak. Je mag nooit denken dat je zelf alle wijsheid in pacht hebt. Ik vind het belangrijk dat ik goed advies krijg en daar als creatieve ondernemer verder op kan bouwen. Ik ben de durver (die je nodig hebt), mijn omgeving is de aftoetsing. We zitten natuurlijk in een nieuwe sector, waardoor er nog niet zoveel mensen zijn die je kunnen adviseren. Ik denk dat ik vooral vertrouwen op instinct en gezond verstand."

6. Van waar komt je idee? Zijn er voorbeelden in binnen- of buitenland die je geïnspireerd hebben?

"Stadslandbouw - groenten en fruit duurzaam, ecologisch en dichtbij de stad telen - is de laatste jaren zonder twijfel in de opmars. Er zijn schitterende voorbeelden in Japan en de VS. Maar ook in eigen land vindt het stilaan zijn plek. Gent en Brussel zijn zeker voortrekkers. Er zijn een aantal gelijkaardige projecten in en aan Limburg, maar provinciehoofdplaats Hasselt was nog een beetje een blinde vlek. Om hier te starten met Hof van Eef was dus de perfecte match."

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

"Ik vind pampereen een fout woord. Als ondernemer moet je niet in de watten gelegd worden, het is net de uitdaging om jouw weg te vinden en te timmeren. Maar helaas zijn er vaak nog te veel (administratieve) obstakels. Daar mag wat mij betreft zeker wel werk van gemaakt worden. Maar een luier heb ik niet nodig op dit moment..."

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

"Daar hoeft ik niet over na te denken: ondernemster Françoise Chombar van Melexis. Ik vind het indrukwekkend hoe ze situaties in een breder geheel kan zien. Ze werkt niet vanuit een tunnelvisie maar ziet 'the big picture' in alles. Daardoor neemt ze weloverwogen beslissingen, altijd beredeneerd en beargumenteerd. Ik vind het ook schitterend hoe ze diversiteit in haar bedrijf omarmt. Op elk vlak."

9. Is er veel concurrentie in je sector en wat kan je doen om hen voor te blijven?

"Er zijn al een aantal spelers op de markt, die zich bezighouden met stadslandbouw, groentepakketten en educatie. Maar de concurrentie is niet moordend, zeker niet in Limburg. Als Hof van Eef vinden we het ook cruciaal om niet de zoveelste stadsmoestuin te zijn, maar een merk dat mensen zonder twijfel herkennen. Met zeker het idee van: gezond uit Hasseltse grond."

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

"Dat hangt af van wat hij of zij met Hof van Eef zou doen. Ik zou zeker niet meteen 'neen' zeggen. Vooral niet als het me de mogelijkheid geeft om meer, soortgelijke eerlijke projecten op te starten. Want daar wordt iedereen beter van. Maar ik vermoed dat de kans klein is, ik denk niet dat de meeste miljardairs meteen een affiniteit met stadslandbouw hebben."

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

"Dat hangt voor mij heel erg af van de persoon af. Ik zal zeker nooit zomaar een onpersoonlijk cadeau geven, zoals een gouden horloge of een eigen pennenset na zoveel jaren dienst. Voor mij is het heel belangrijk om dichtbij mijn medewerkers te staan. Zo zit ik in mekaar: ze moeten hun werk doen, maar tegelijk wil ik dat ze zich thuis voelen in de hof."

Tekst: Kurt MEERS
Foto: MIL

De werkende mens

Waar we vorige maand nog de ijzige stilte in de winkelstraten moesten portretteren, kunnen we nu al foto's publiceren van de voorzichtige herstart van onze economie. De fotograaf moest niet lang zoeken naar enthousiaste Limburgers die volop aan het werk zijn. Een sfeervolle reportage!

Tekst: Kurt MEERS
Foto's: Luc DAELEMANS



Corona- kibbelen: De pot verwijt de ketel



Zelden is er in ons land meer discussie geweest over werken of niet werken. Dat de gezondheid primeert, is zowat het enige officiële punt van gelijkenis tussen bedrijfsleiders, werknemers en hun respectievelijke vakverenigingen. Natuurlijk heeft het gekibbel heel wat achterliggende redenen, die niet officieel uitgesproken worden. Ondertussen vliegen de wederzijdse beschuldigingen over het misbruik van de coronacrisis als losse stofdeeltjes in het rond. Wat wordt er gezegd over elkaar?

WERKNEMERS ZIJN...

1. Schijnziek

"Dat er werknemers zijn die schrik hebben om besmet te worden en daarom binnen willen blijven, dat snap ik", aldus een werkgever uit Beringen. "Een aantal van mijn mensen heeft dat ook tegen mij gezegd, en ik heb ze thuis gelaten. We hebben nu toch veel minder werk, dus kan dat. Maar heel wat andere personeelsleden sturen zonder veel uitleg een ziektebriefje. 'Ik moet hoesten en wil niemand aansteken', zeggen ze. Maar ondertussen zetten ze wel foto's op Facebook van fietstochtjes met de kinderen en zelfs eentje van een picknick in het park... Sorry, maar dat zijn wel de eersten die straks mogen vertrekken als het hier niet snel beter gaat met ons bedrijf."

Een bedrijfsleider uit Tongeren klaagt over de doktersbriefjes. "Wij proberen echt het hoofd boven water te houden en hebben daar iedereen voor nodig. Alle maatregelen van social distancing worden hier perfect gerespecteerd. Maar toch komt 20% van het personeel niet opdagen. Allemaal ziek, zogezegd. Dat de dokters briefjes afleveren zonder hun patiënten gezien te hebben, is toch wraakroepend? Het zet de deur wagenwijd open voor misbruik. Als wij daar iets van durven zeggen, stellen we zozegd onze portefeuille boven de gezondheid. Onzin. Het is omdat een minderheid ons in de steek laat, dat we het moeilijk krijgen. Stel dat we failliet gaan, dan zijn zij mee de oorzaak."

2. Lui

"Onze firma had kunnen doorwerken, maar heb zelf beslist om technische werkloosheid aan te vragen en iedereen thuis te laten", aldus een ondernemer uit Bilzen. "De motivatie van het personeel zit onder het vriespunt. Ze willen gewoon thuis zitten met de kinderen en klusjes doen in huis. Zoals vakantie, inderdaad. Ze geven toe dat ze liever niks doen voor 70% van het loon dan te komen werken voor 100%. Ik heb nog een extra premie voorgesteld, maar dat lachten ze gewoon weg. Eén van mijn mensen is ondertussen wel keihard aan het trainen om een triatlon te gaan doen, hoorde ik van zijn burens. Wat moet ik dan nog zeggen?"

3. Zwartwerkers

Een bouwvakker die we konden spreken, geeft toe dat corona een zegen voor hem is. "We staan allemaal op technische werkloosheid, maar gaan toch werken. Er zijn nu geen controles, dus kunnen we de hele dag wat zwarte centjes verdienen. Heel fijn. We werken zelfs overuren nu!" Een werkgever reageert: "Voor ons houdt het systeem ook voordelen in, als je het slim aanpakt. Dat is zo. Maar voor een werknemer nog meer. Wie officieel gedeeltelijk werkloos is, allerlei premies krijgt, én nog bijverdient in het zwart, dat is een 'dikke burger'. Crisis, zeggen ze dan?"

WERKGEVERS ZIJN...

1. Geldwolven

"Socialdistancing? Bij ons op het werk hebben ze daar precies nog nooit van gehoord", getuigt een productiemedewerker. Onze baas zegt wel dat alle maatregelen strikt nageleefd worden, maar de praktijk is anders. Wij worden gewoon als melkkoe ingezet. Ons bedrijf maakt nu andere, coronagerelateerde producten, dus is er veel werk. De baas wil de koe bij de horens vatten, en kijkt voor niks of niemand om. Logisch dat enkele collega's zich spontaan ziek hebben gemeld."

Een andere werknemer getuigt: "Onze baas foefelt gewoon met de premies. Hij haalt voor elke vestiging een sluitingspremie binnen, terwijl we in feite gewoon doorwerken. Hij schrijft zijn facturen uit op de volgende maanden, zodat hij nu inkomensverlies kan bewijzen ten opzichte van vorig jaar. Geen propere koffie."

2. Mensonterend

"We hebben hier net hetzelfde meegemaakt als bij Torfs", aldus een vakbondsvertegenwoordiger over het bedrijf waar hij werkt: "Mensen in tijdelijke werkloosheid die worden ontslagen. Dit alleen om een deel van de ontslagkosten af te wimpelen op de overheid. En dan zijn er nog de dreigementen. Wie niet komt werken heeft 'het faillissement op zijn geweten' of 'laat zijn makkers in de steek'. De baas dreigt met de boeken neer te leggen als niet iedereen komt opdagen en extra uren maakt. Voor onze moeilijke thuissituatie met kinderen, is geen enkel begrip. Echt, deze corona brengt het slechtste in mensen naar boven."

VAKBONDEN ZIJN...

1. Op het geld uit

"Wie is de enige winnaar in deze coronasituatie?", vraagt een zaakvoerder uit Hasselt retorisch. "De vakbond natuurlijk. Hoe langer de technische werkloosheid duurt, hoe meer zij mogen uitbetalen en daar een mooie vergoeding voor ontvangen. Logisch dat zij officieel schermen met de gezondheid van hun mensen, terwijl ze in feite alleen voor eigen winkel praten. Als we spreken van relance-maatregelen, dan is corona de relance van de vakbonden. Ze hebben klappen gekregen door het afbrokkelen van ledenaantal, en kunnen nu hun kas opnieuw spijzen dankzij de crisis. En daar halen ze alles voor uit de kast."

2. Machtsgeil

"De bonden beseffen het gevaar niet van de instortende economie", aldus een bestuurder bij een werkgeversorganisatie. "Of ze doen alsof. Dat ze zelfs stakingen en prikacties uitlokken heeft niet alleen te maken met hun financieel voordeel. Ze zien de kans rijp om machtspelletjes te spelen op een moment dat de werkgevers het moeilijk hebben. Ze willen zich profileren bij de achterban. Waarom vragen ze bijvoorbeeld voor bepaalde groepen extra premies? Dat is schandalig. Zeker als je weet dat de mensen in de zorg zich driedubbel plooiën en geen cent extra verdienen. Heel contradictorisch ook. Als wij voorstellen om een extra premie te betalen, is dat om werknemers naar een ongezonde werksituatie te lokken. Als zij het voorstellen, is dat als extra beloning voor het harde werk?"

WERKGEVERSORGANISATIES ZIJN...

1. Lobbyisten

"Waarom mogen bepaalde winkels open en andere met hetzelfde aanbod niet? Waarom starten de bedrijven op, terwijl de scholen dicht blijven? Dat komt omdat de werkgeversorganisaties hun mannetjes in de beslissingsorganen hebben", aldus een syndicalist. "De druk die zij kunnen uitoefenen is veel groter dan andere groepen. Zeker met de liberalen aan het roer, worden de maatregelen genomen in functie van de lobbyisten bij de werkgevers."

2. Dramaqueens

"Wie financiert die clubjes van de werkgevers? De bedrijven, en dan vooral zij in de bestuursorganen", stelt dezelfde vakbondsbron. "Logisch dat ze naar hun pijpen dansen en zoveel en zo hard mogelijk roepen dat alle bedrijven zo snel mogelijk open moeten gaan en van ongeziene steunmaatregelen moeten genieten. Ze doen precies alsof de wereld zal vergaan, terwijl er door de banken en overheid een nooit gezien pakket aan ondersteuning is toegezegd. Heb je de huidige faillissementscijfers al gezien? Het zijn er veel minder dan voor de corona! Misschien komt daar later nog verandering in, maar momenteel is het een broodje aap van een zootje paniekzaaiers."

Kortom, iedereen probeert de coronacrisis in zijn voordeel te benutten. Van de nood een deugd maken, zeg maar. Een tactisch steekspel, wat hoort bij een beetje oorlog. Niet?



Maarten Bynens Initium

“Kunstwerk van moeder siert elk van onze 7 vestigingen”

Eind vorig jaar werd in een artikel op Made in Limburg de krachtenbundeling van elf Limburgse ondernemers in het investeringsfonds Renardmont toegelicht. Eén van de prominente initiatiefnemers is Maarten Bynens die met zijn Hasseltse industriële holding Initium zeven Limburgse kmo's met een 150 werknemers onder zijn hoede heeft. Renardmont richt zich op welbepaalde industriële kmo's en wil ze op lange termijn groeikansen geven en zich in Limburg laten verankeren. We namen een kijkje in zijn kantoor in Dilsen-Stokkem.

Den bureau van de CEO

Geen wonder dat Bynens in het kader van zijn engagement voor Renardmont en voor zijn zeven eigen kmo's, veelvuldig op verplaatsing is en niet echt over een centrale werkplek beschikt. Niet dat zijn auto een half kantoor vol dossierbakken is, daarin grijpen heel wat handsfree telefoongesprekken plaats. Maar veelvuldig onderweg zijn naar zoveel vestigingen dwingt toch wel tot een locatiekeuze, ondanks de mogelijkheid om overal gewoonweg in te pluggen met zijn laptop. Vandaar dat men hem drie dagen per week aantreft in zijn semi-vast kantoor op het industrieterrein Lanklaar, in Dilsen-Stokkem, meer bepaald bij Seculux, een groothandel in automatisatietoebehoren. Dat is ook de onderneming waar hij het langst actief is, sinds 2014.

HUISELJK

Na een bijzondere aangename autorit – enkel vrachtwagens zijn onderweg om de coronacrisis te trotseren – worden we hartelijk verwelkomd in het vernieuwde kantoorgebouw met een moderne uitstraling. Geen receptioniste die ons gedag zegt, maar de baas himself die ons zonder handjes te schudden naar zijn bureau begeleidt. We mogen plaatsnemen aan een heel lang, donkerbruin bureau dat eveneens dienst doet als vergadertafel.

"In deze moeilijke, ongewone tijden is mijn kantoor hier als het ware onze 'war room'", zegt Maarten. "Het lijkt zelfs wat op een cockpit om van hier uit een overzicht over alles te kunnen hebben. Niettemin hou ik van een huiselijke sfeer in de bureaus op het werk, dat is de rode draad in al onze vestigingen. Mensen zijn op de beste uren van de dag erg veel aanwezig op hun werk, achter hun computerscherm. Dat mag dan ook gerust in een aangename, comfortabele sfeer. En dus ook hier in mijn cocon, om goed en aangenaam te kunnen werken." Houten vloeren, plafondhoge wandkasten in donkerbruin hout zonder handgrepen met allerlei dossiers erin, een ergonomische stoel, het draagt er allemaal toe bij. "Het moet er echt niet luxueus uitzien, maar vooral functioneel zijn."

OVERZICHT

Het digitale tijdperk heeft duidelijk al zijn intrede gedaan: er is omzeggens geen enkel document te bespeuren op Bynens' bureau. Een buitengewoon grote, gebogen monitor zuigt alle aandacht weg. (Fier) "Heel praktisch is dat. Je kan er twee computers tegelijkertijd op aansluiten en zo verschillende apps op de schermen gelijktijdig hebben openstaan zonder je ogen te moeten pijnigen met kleine letters. Ook heel wat medewerkers doen hun job aan zo'n scherm. Het levert immers ongekende productiviteitswinst op.

Ik had het al over dat "cockpit"-concept. Binnen onze groep is het belangrijk dat veel autonomie binnen onze bedrijven zelf zit en de lokale bedrijfsleiding haar ding kan doen met eigen beslissingsmacht. We hebben dan ook geen centraal, uniform ICT-platform met bijvoorbeeld een centraal boekhoudpakket en zo, voor hen opgezet. Wél hebben we een overkoepelend monitoringsplatform ontwikkeld om een duidelijk overzicht van de groep te hebben. En daartoe is deze reuzegrote monitor natuurlijk een uitgelezen instrument, een digitaal dashboard om te zien

hoe het met de zaken verloopt. Voor mij is het visueel allemaal hetzelfde maar onderliggend is het apart georganiseerd. Als ik onderweg ben, moet alles wat ik nodig heb gewoon in mijn boekentas kunnen. Omzeggens alle documenten worden hier via scans digitaal opgeslagen en gaan vervolgens door de pa-pierversnipperaars om geen dubbel archief te moeten bijhouden."

KUNST UIT EIGEN HUIS

Door die digitalisering is thuis werken uiteraard een optie. "Inderdaad, maar een 'man cave' heb ik niet. Er is wel een bijgebouw in de tuin van ons huis, waar een bar en werkruimte zou komen. Ondertussen is die bar er, maar ook een sauna en zo heeft mijn wederhelft het helemaal ingepalmd en is het hele project dus anders uitgedraaid... Het zij zo. Maar ik hou er ook wel van om in één van de zeven vestigingen in het weekend eens wat langer te vertoeven en er in stilte de dynamiek en sfeer te kunnen opsnuiven."

Veel groen valt er binnen niet te bespeuren in Bynens' kantoor. "Dat klopt, ik heb niet zoveel met groen, maar we kijken wel naar een inrichting met groene wanden. En als ik door het grote raam naar buiten kijk, zie ik onze aanplanting voor het gebouw met die mooie olijfbom als blikvanger. U kijkt wat argwanend? U moet zich geen zorgen maken, die olijfbom kunnen we indien nodig – bij felle vrieskou ofzo – met een heftruck laten oplichten en binnenzetten."

MOEDER

Een mooi, kleurrijk, ietwat Mondriaan-achtig schilderij siert de muur achter de ondernemer. "Ik vind het belangrijk dat het hier mooi, sober aangekleed is, ook met plexiglasen vormen zoals in de gang. Hier in mijn bureau zie je geen foto's, kunstwerken of bepaalde trofeeën. Thuis heb ik wel wat van die zaken staan. Ik heb er zelfs een kleine, eigen werkruimte maar die is momenteel een klaslokaal voor de kinderen geworden. Om terug te komen op dit schilderij hier, het is één van mijn moeder -Josette Mantels. In alle vestigingen hangt er één van haar. Ze is kunstschilderes, en terecht fier dat haar werk mijn kantoor siert."

Maar het mooiste 'kunstje' is wel de glazen afscheiding, een schuifraam als het ware tussen zijn kantoor en dat van zijn assistente Sophie Vandeput. Tot op heuphoogte is dat een vaste glazen wand. Het ondoorzichtige gedeelte tot aan het plafond kan open en dicht geschoven worden. Als het dicht is, blijft het mogelijk om discrete gesprekken te voeren. Indien de glazen wand blijft openstaan, is er heel directe communicatie tussen Maarten en Sophie mogelijk. Belangrijk binnen het streven naar waarden als een vlakke structuur en transparantie. "Zij is als het ware mijn extern geheugen en is op de hoogte van al het reilen en zeilen binnen de groep. (Lachend) En zo gebeurt het vaak dat een afspraak al in mijn digitale agenda verschijnt vooraleer ik hem zelf heb kunnen invullen."

Tekst: Dirk HAESVOETS
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.



Maasmechelen Octopus Repair & Maintenance

Een bijzonder bedrijf dat we op onze tocht door Limburg zijn tegengekomen, is Octopus Repair and Maintenance. De firma van zaakvoerder Xavier Slock is niet erg zichtbaar aanwezig omdat heel wat werkzaamheden onder water worden uitgevoerd. Zoals het een echte octopus betaamt, zorgt het bedrijf voor onderhouds- en herstellingswerkzaamheden aan kaaien, zwembaden, tanks en andere vochtige installaties...

Octopus Repair and Maintenance is in de eerste plaats een 'gewone' firma voor het onderhoud en de herstellingen van machines en andere installaties. "Lassen, slijpen, boren,... we doen het allemaal", aldus zaakvoerder Xavier Slock. "Ook de klassieke las- en constructiewerkzaamheden voeren we met veel precisie uit in onze ateliers in Maasmechelen."

BEROEPS

De grote specialisatie van Octopus Repair and Maintenance is echter het uitvoeren van onderhoudswerken aan installaties die in het water liggen. "Als gecertificeerd en ervaren beroepsduikers voeren wij de meest uiteenlopende duikwerkzaamheden uit", laat Xavier Slock optekenen. "Boren, lassen, berging en onderhoud van toepassingen die zich onder de waterspiegel bevinden, zijn slechts enkele van de vele mogelijkheden."

TANKS

Octopus Repair and Maintenance telt heel wat gekende Limburgse bedrijven onder zijn klanten: Ebema, Timmers, Konings, Terberg Specials, Looza, enzovoort. "Vaak zijn het ondernemingen die een beroep op ons doen voor het totale onderhoud. Dat we daarbij ook taken aankunnen om gevulde tanks, bekkens, kaaimuren en andere watergebonden infrastructuur te onderhouden, is mooi meegenomen."

UITBREIDING

Een échte verborgen parel dus deze keer. "Klopt. De meesten weten niet van ons bestaan af, maar eens we er gewerkt hebben, komen er meteen positieve referenties bij. En dat is goed om gestaag ons specialisatie in deze nichemarkt verder uit te breiden."

Ondernemers dankzij UNIZO Limburg gewapend tegen corona

Van meet af aan zat UNIZO Limburg mee in de cockpit bij de regering om de ondernemersbelangen tijdens de coronacrisis maximaal te verdedigen. Een rol die we trouwens altijd al – ook voor de crisis – op Europees, Federaal, Vlaams, provinciaal en gemeentelijk niveau met ongelooflijk veel inzet opnemen. Hieronder een kort overzicht van het gewicht dat UNIZO Limburg de afgelopen weken in de schaal legde én van enkele zaken waarvoor we de komende tijd blijven ijveren.

Het was meteen duidelijk dat de impact van de coronacrisis op ondernemers zwaar zou zijn. UNIZO pleitte daarom onmiddellijk bij de overheid voor steunmaatregelen om cashflowproblemen op te vangen. Denk maar aan het uitstel van betalingen en extra financiële middelen ter ondersteuning.

Voornaamste realisaties

De voornaamste realisaties die UNIZO mee afdwong? "Daarop prijken met stip de hinder- en compensatiepremie, het crisis-overbruggingsrecht, het vereenvoudigd systeem rond tijdelijke werkloosheid, het uitstel van de solden en een reeks acties rond betalingsuitstel, zoals de sociale bijdragen", licht Bart Lodewyckx, gedelegeerd bestuurd van UNIZO Limburg toe. "Verder hebben we ons daadkrachtig nog meer vastgebeten in het winkelhier-verhaal, waarmee we de lokale economie ondersteunen." Ook de lancering van het nieuwe Vlaamse platform koopinjebuurt.be speelt daar verder op in.

Dat de coronacrisis bij haast elke ondernemer het koud zweet deed (en doet) uitbreken, staat buiten kijf. "En dat merkten we ook bij de UNIZO Ondernemerslijn. Tot nu toe klopten al 40.000 ondernemers bij ons aan met hun vragen naar aanleiding van de coronacrisis, en dat cijfer blijft nog steeds elke dag stijgen. Zestig UNIZO-medewerkers doen er alles aan om hen zo snel mogelijk verder te helpen, met als streefdoel om binnen de 24 uur een duidelijk antwoord te geven."

Nieuwe realiteit en werkomgeving

Op onze agenda voor de komende weken staat de vraag voor nog verschillende andere specifieke maatregelen, waaronder duidelijke afspraken rond de afwezigheid van personeel en de regeling voor de betaling van handelshuur. "En uiteraard is een realistisch, duidelijk en concreet exit-plan, samen met een relanceplan voor de economie, prioritair."

Niemand die eraan twijfelt dat ook de komende maanden voor ondernemers erg uitdagend zullen zijn. "UNIZO Limburg blijft dan ook strijden om alle ondernemersbelangen maximaal te verdedigen op alle niveaus. Tegelijk kunnen ondernemers op UNIZO Limburg blijven rekenen voor informatie, tips en begeleiding", stelt Bart Lodewyckx. "Op onze website vind je alvast een aparte pagina "Back to business" met een handige coronatoolkit. Zo krijg je concrete antwoorden op vragen als: Waar moet je als ondernemer nu precies rekening mee houden? Hoe zit het met je financiële balans na corona? Welke signalisatie heb je nodig? En welk persoonlijk beschermingsmateriaal is noodzakelijk? Op de coronacrisis kon je je niet voorbereiden, maar op de periode erna wel!"

0800 20 750
CORONALIJN
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 ...



Chris Slaets

Confederatie Bouw Limburg

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

"Werklunches, overleg..., er worden nu eenmaal makkelijk afspraken gemaakt bij een gezellige maaltijd. Dus ik kan heel erg genieten van de 'gewone' dingen. Mijn vrouw weet dat en maakt dan ook regelmatig ouderwetse Vlaamse kost. Maar als we in het weekend met vrienden een hapje gaan eten, dan kies ik graag voor buitenlandse keuren. Bijvoorbeeld Barabas, een tapasbar uitgebaat door een oude vriend in mijn woonplaats Bilzen, is dan een vast adres. Verschillende kleine hapjes delen, een lekker flesje wijn erbij, meer moet dat niet zijn."

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

"Eigenlijk hebben wij thuis een beetje een routine die ook in deze coronatijden handig blijkt. Een keertje per drie weken ongeveer doen we een grote inkoop, we gaan naar de supermarkt met een lijst en kopen alles wat we nodig hebben in één keer. Met een beetje planning lukt dat best. Daarbuiten echter, kopen wij enkel lokaal. Wij gaan elk weekend naar de slager, de fruit- en groenteboer, de bakker en de brouwer bij ons in de buurt. Ik vind dat belangrijk, de kleine zelfstandige in onze omgeving steunen. Die mensen werken met hart en ziel in hun zaak, ze kennen hun klanten en willen dat je tevreden bent. Bovendien weet je dat je geld investeert in je eigen omgeving en dat geeft toch een goed gevoel."

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

"Goh, een mooie nieuwe wagen is altijd leuk, maar als ik echt de nodige centjes had, maar vooral, ook wat handiger was op dat vlak, dan zou ik toch graag een oldtimer hebben. Ik zie me al helemaal rondcruisen met een oude Cadillac cabrio. Maar ik ben echt geen mechaniker, en dat houdt me tegen om zo een aankoop te doen. Want dan vind ik dat je toch een zelf een beetje TLC aan zo een wagen moeten kunnen geven, he."

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

"Om eerlijk te zijn: daarover heb ik helemaal nog niet echt nagedacht. De Confederatie is natuurlijk geen onderneming as such, maar hier in Limburg is het op dit ogenblik toch een beetje mijn kindje. Ik doe mijn job echt graag, geniet van alle contacten die ik kan leggen en initiatieven die we kunnen nemen en hoop dat nog een hele poos te mogen doen. Wat ik niet wil, is blijven op het ogenblik dat ik niet meer de vernieuwing kan zijn die de organisatie nodig heeft. Je ziet dat wel vaker dat mensen moeilijk afscheid kunnen nemen en daardoor net te lang op hun stoel blijven zitten. Daar wil ik me zeker voor hoeden."

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

"Aan allemaal? Nee, ik doe in het weekend een flink stuk van de inkoop en het gras maaien is ook steevast mijn klus, maar poetsen, koken en strijken, daar ga je me niet vaak op kunnen betrappen!"

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?

"Dat is moeilijk om te kiezen, vind ik. Ik heb erg veel respect voor ondernemers. Je moet het maar doen, he. Je zaak opstarten, uitbouwen en alle tegenslagen en uitdagingen het hoofd bieden. Het is één zaak om nu met tijdelijke werkloosheid thuis te zitten, maar een hele andere om de verantwoordelijkheid te dragen over het feit dat je werknemers aan het einde van deze crisis nog een job hebben en hun gezin onderhouden. Het is mijn taak om onze ondernemers bij te staan met raad en daad, maar ik ben er mij altijd van bewust welke verantwoordelijkheid zij dragen op vlak van werkzekerheid voor hun personeel."

7. Op welke sportprestatie ben je stiekem jaloers?

"Nafi Thiam, de zevenkampster, daarvoor heb ik ontzettend veel respect. Ik vind het vooral inspirerend dat ze zoveel zaken goed kan. Andere sporters kunnen zich focussen op 1 sporttak en daar heel ver in gaan, maar voor de zevenkamp moet je toch nog wel uit ander hout gesneden zijn. En dan het doorzettingsvermogen van zo een dame, niet alleen topsportster zijn, maar ook nog een opleiding afwerken en zonder een greintje attitude: knap gewoon."

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

"Dat is nu niet meteen een actie die ik zou ondernemen. Ik zou veel sneller de telefoon opnemen en iemand persoonlijk contacteren als ik ergens mee zit. Wat me vaak stoort zijn mensen die liever problemen dan oplossingen zien. In de huidige crisis stoort me dat ook. Je kan bij de pakken gaan zitten, je opsluiten in huis en wachten tot de storm overwaait.. Of, je kan nadenken over hoe het anders kan. In deze tijd komt creativiteit naar boven en kunnen we samen zoveel meer dan we denken. Dus als de vraag is: waar erger ik me over? Dan is het antwoord: mensen voor wie het glas altijd half leeg is..."

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

"0%. Punt."

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

"In Normandië. Dat is de plek waar mijn vrouw en ik regelmatig naartoe ontsnappen, een terrasje in Honfleur, een ritje langs de Côte Fleurie, de majestueuze Pont du Normandie, de landingstranden, Etretat of Saint-Malo en Cancale wat verder naar het zuiden.... Als het zou kunnen, mogen ze me daar ook begraven, het kerkje van Saint-Valery in Varengeville-sur-mer moet zowat de meest magische begraafplaats ter wereld zijn."

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

"Zoals hierboven aangegeven ben ik niet zo een goede hulp in het huishouden. De laatste jaren probeer ik op vraag van de kinderen wel al eens zelf een gerecht klaar te maken. Spaghetti bolognaise is ondertussen een koud kunstje, en laatst ben ik zelfs aan pannenkoeken begonnen, maar ik koester geen illusies over mijn culinaire talenten. Ik zal mij vooral beperken tot het appreciëren van de talenten van anderen op dat vlak."

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

"Dat zal dan toch mijn vrouw moeten zijn. Ik leid een redelijk druk bestaan en ben ook vaak 's avonds en in het weekend op pad voor mijn werk. Dat betekent dat er in de opvang van de kinderen en het rondrijden voor de hobby's niet vaak op mij gerekend kan worden. Mijn vrouw is daar nogal pragmatisch in en laat mij mijn ding doen, terwijl ze toch ook genoeg aan haar hoofd heeft. Ik prijs me dus gelukkig met de ruimte die ik heb om professioneel mijn ding te doen. Daarnaast zijn er onderweg toch flink wat mensen geweest die mij gesteund hebben in mijn loopbaan of mij een zetje gegeven hebben om de volgende stap te zetten. Ik ga ze hier niet bij naam noemen uit schrik dat ik iemand zou vergeten, maar het moet gezegd dat ik een aantal mensen die ik professioneel ontmoet heb, een warm hart toedraag."

Isabelle Vermeire

Veccaro

“ Voor ik het bedrijf overnam, ben ik er nauwelijks geweest ”



Het herstellen van auto's moet zowat het meest mannelijke beroep ter wereld zijn. Toch is één van de toonaangevende bedrijven in die sector, in handen van een vrouw. Isabelle Vermeire nam in 2011 de familiale onderneming Vecarro over van haar ouders en heeft sindsdien een straf groeitraject bewandeld.

“Ik heb eerst 15 jaar in de retail gewerkt voor diverse bedrijven”, zo steekt Isabelle van wal. “Daarna heb ik dan het familiebedrijf overgenomen. Niet evident, want ik was totaal nieuw in het vak. Ik kwam voordien zelden of nooit in het bedrijf en heb er zelfs nooit vakantiewerk gedaan. Het was dan ook geen overbodige luxe om eerst nog 1,5 jaar samen te werken met mijn vader. Op die manier kon de overdracht toch soepel verlopen.” Isabelle wist snel haar stempel te drukken. “We zaten midden in de digitaliseringsgolf, dus moest er snel geschakeld worden om bij te blijven”, zegt ze. “We zijn ook vrij snel van 3 naar 4 vestigingen gegaan (Overijse, Lochristi, Kempen en Genk). Vervolgens hebben we in 2017 een nieuw hoofdkantoor in Genk gebouwd, voorzien van alle nieuwe snufjes zoals een volautomatische mengmachine.”

RECHT DOOR ZEE

Het resultaat is dat Vecarro jaarlijks zo'n 5.500 wagens herstelt. “Dat zijn voornamelijk voertuigen van lease- en fleetklanten, maar sinds de verhuizing naar de nieuwbouw in Genk, zien we ook een sterke stijging van het aantal particuliere klanten. Dit groeitraject willen we doortrekken, zowel in het aantal voertuigen als in het aantal locaties.”

Is het succes een gevolg van de 'female touch'? “Het verschil wordt gemaakt door andere, universele eigenschappen, denk ik. Als ondernemer ben ik recht door zee. Open communicatie naar alle stakeholders werkt. Mijn bedrijf is ook wendbaar en ik heb geleerd om in elke situatie een opportuniteit te zien. Wat niet wegneemt dat het in mijn branche niet altijd evident is als vrouw. Voor sommigen blijft het raar dat een vrouw wel degelijk iets van een auto kent, en meer nog, ook een correcte inschatting van de schade kan maken...”

Isabelle bewijst dagelijks het tegendeel. En na de kantooruren? “Dan kan ik genieten van een goed boek, een interessant gesprek, een gevatte opmerking en vooral: van mijn eerste koffie van de dag”, besluit ze lachend.

Tekst: Kurt MEERS
Foto: MiL

't Zijn zotten die (thuis)werken

Tussen de meest alarmerende coronaberichten stond er eentje dat pas écht angstaanjagend is: volgens een enquête wil 6/10 werknemers als de coronacrisis voorbij is, minstens 2 dagen van thuis werken... Jezus, Maria, Jozef! Als de lockdown iéts heeft duidelijk gemaakt, is het wel dat thuiswerk met meer dan 1 persoon de grenzen van de menselijke tolerantie verpulvert. Wie dacht dat Temptation Island dé ultieme relatietest was, heeft nog nooit een quarantaine met telewerken meegemaakt. Het staat buiten kijf dat gezinsdrama's de meest voorkomende doodsoorzaak worden als we met z'n allen -in pyamabroek- heelder dagen in ons kot blijven. Als de begrafenisondernemers denken dat ze nu al veel werk hebben: Het moment is rijp om zich een extra vloot van dubbeldek corbillards aan te schaffen!

Een verlenging van de quarantaine of de structurele invoering van collectief thuiswerk is niet alleen mentaal, maar ook economisch een ramp. Slechts enkele beroepsgroepen slaan er munt uit: wapenhandelaars, producenten van heel straffe kleefbanden, echtscheidingsadvocaten, vakbondskassiers, neuropsychiaters en dieetgoeroes. En tel er nog de online verkopers van computerkabeltjes en de gespreksleiders van de AA bij. Maar al de rest? Miserie! Tot de bedelstaf veroordeeld! Cafés aan overheidsgebouwen: taptoe. De soepboer in de bedrijfskantine: opgesopt. Die van de naftomp: drooggelegd. En de hele Chaussée d'Amour: plat.

Indien thuiswerk écht de norm wordt, eisen we op advies van gespecialiseerde free-ologen, dat de Nationale Veiligheidsraad een karrenvracht aan ongezien strikte maatregelen oplegt: 1) Mannen werken maandag en dinsdag thuis. Vrouwen donderdag en vrijdag. Wie samen betrapt wordt: 250 euro boete. Elk. 2) Verplichte oormaskers met noise-reduction. 3) Een thuiswerkvergunning na geslaagd examen videobellen met alle systemen 4) De uitbreiding van de dienstencheques naar psychiatrisch onderhoud. De rest van de maatregelen zal stapsgewijs worden bekendgemaakt en via Powerpoint te downloaden zijn op de website www.ikwordhierzot.be.

Kurt Meers



facebook



LinkedIn

VOLGENDE VERSCHIJNING: **29 MEI 2020**

Interesse om te adverteren? Contacteer Ode Saenen: ode.saenen@mediahuis.be - 0498/19 13 53

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 veeleelvoudigd en/of openbaar gemaakt zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.