

ONDERNEMERS

special kmo's



Kamer van
Koophandel
Kempen





Renilde Craps voorgesteld als gedelegeerd bestuurder.
_06



Onze kmo's hebben heel wat troeven.
_18

Mei 2016

VOX

Investeren? Vergeet de maatregelen ontwrichte zone niet!	05
Durven, vernieuwen en veroveren.	
Minder ambitie mogen we niet hebben	06
Kies voor streekeigen groen rond je bedrijf	08
Wat te doen bij een arbeidsongeval?	10
Kempense ondernemers ruimen zwerfvuil op	13
Outplacement werkt	15
Werknemer is 1/3 goedkoper	14

SPECIAL

Sterk partnership is essentieel	17
Panelgesprek: kmo's	18
Metaalwerken Verloy investeerde in unieke machine	27

ONDERNEMEN & LEVEN

Fier op de Kempen – Marylise & Rembo Fashion Group	30
Positief bedrijfsnieuws uit de Kempen	36
Goed gekleed	40
Een dag uit het leven van ...	42
Nieuwe leden	44
Fietsende managers bezoeken Bikeville	46

STRUCTURELE PARTNERS

proximus

ENGIE
Electrabel

ING

sdworx

mensura
Protecting your human capital

ONZE KMO'S HEBBEN HEEL WAT TROEVEN

'GROTE BEDRIJVEN ZIJN OLJETANKERS, WIJ ZIJN SPEEDBOTEN'



Wanneer we de ondernemingsstatistieken bekijken dan leren we dat dat veel kleintjes één grote maken. In België is 99,8 procent van de ondernemingen een kmo of een bedrijf met minder dan 250 werknemers. Kmo's zijn goed voor ruim 60 procent van de toegevoegde waarde en 70 procent van de tewerkstelling. Het voorbije decennium waren het de zeer kleine ondernemingen (minder dan tien werknemers) die de meeste nieuwe banen creëerden. Redenen genoeg dus om onze kmo's eens extra in de kijker te zetten. Wij verzamelden de bedrijfsleiders van vier totaal verschillende kmo's rond de tafel voor een gesprek over de troeven van en de uitdagingen voor hun bedrijven.

Wanneer we spreken over een kmo, waarover spreken we dan eigenlijk? Wat onderscheidt jullie van de grote ondernemingen?

Chris Verleye (Salar): De definitie is wel gekend denk ik. Kmo's zijn kleine en middelgrote ondernemingen. Europa zegt dat een bedrijf een kmo is wanneer het zelfstandig is met minder dan 250 werknemers én met een jaaromzet van minder dan € 50 miljoen of een balanstotaal van minder dan € 43 miljoen. Maar dat is de technische definitie, de kenmerken en kwaliteiten die van een bedrijf een kmo maken zijn uiteraard veel diverser.

Geert Paepen (Peeters DE RAAMPRODUCENT): Wat ik heel belangrijk vind, is dat een kmo lokaal verankerd is. Ze zijn verbonden aan een bepaalde regio en de beslissingsmacht ligt ook in die regio. Grote bedrijven hebben ook regionale vestigingen, maar die worden aangestuurd vanuit een hoofdkantoor, vaak gelegen in een ver buitenland. Voor ons bedrijf is ook de focus op de eigen regio heel belangrijk, wij voelen niet de noodzaak om absoluut internationaal actief te zijn.

Jurgen Renders (J&S Cleaning group): Een kmo staat denk ik dicht bij zijn klanten dan een groot bedrijf. De betrokkenheid is veel groter. Ikzelf ken al mijn klanten persoonlijk en ze weten ook dat ze altijd bij mij terecht kunnen. De communicatielijnen zijn hierdoor kort en direct. Het is voor een kmo dan ook zeer belangrijk om beloftes waar te maken. Want door die nabijheid weet een ontevreden klant onmiddellijk de verantwoordelijke te vinden, wat bij een groot bedrijf wel eens wat moeilijker is.

Hilde Hanselaer (Harzé J – Van Est Oude Metalen): Lokale verankering en een grotere betrokkenheid zijn inderdaad de twee meest onderscheidende kenmerken voor een kmo. Je moet als kmo-bedrijfsleider er dan ook voor zorgen dat je medewerkers mee zijn in deze filosofie. Zij moeten beseffen dat die nabijheid een belangrijke troef is, maar ook een kwetsbaarheid. Als kmo moet je altijd doen wat je belooft en dat lukt enkel met de steun van de medewerkers. Wij hebben bijvoorbeeld – in tegenstelling tot grote bedrijven – niet de middelen om makkelijk afwezigheden op te vangen. Ik zeg daarom vaak lachend tegen een sollicitant dat je bij ons geen twee weken werkonbepaald kan zijn omdat je een nagel scheurde.

Hilde sprak al over een troef, wat zijn de belangrijkste troeven van kmo's?

Geert Paepen (Peeters DE RAAMPRODUCENT): Snelheid is ongetwijfeld een van de grootste troefkaarten. Een groot bedrijf of een multinational is als een olietanker. Eens de machine op gang is, dan is ze nog moeilijk van richting te veranderen. Kmo's zijn als speedboten: snel, wendbaar en makkelijk bij te sturen. Hierdoor zijn we slagkrachtiger, kunnen we sneller beslissingen nemen. En als we zien dat een beslissing niet de juiste was, kunnen we deze efficiënt en kortdurend bijsturen.

Chris Verleye (Salar): Dat schakelgedrag is heel belangrijk voor een klant of een leverancier. Zij weten dat wanneer er een probleem is, dit snel zal opgelost worden. Ook het feit dat ze bij een probleem of een bezorgdheid gewoon de telefoon moeten nemen en vijf minuten later de juiste persoon aan de lijn hebben, is geruststellend. We hebben allemaal al weleens bij Telenet of Luminus in de wacht gestaan, om dan uiteindelijk na veel geduld de verkeerde persoon aan de lijn te krijgen. We weten dus dat die directe service niet vanzelfsprekend is.

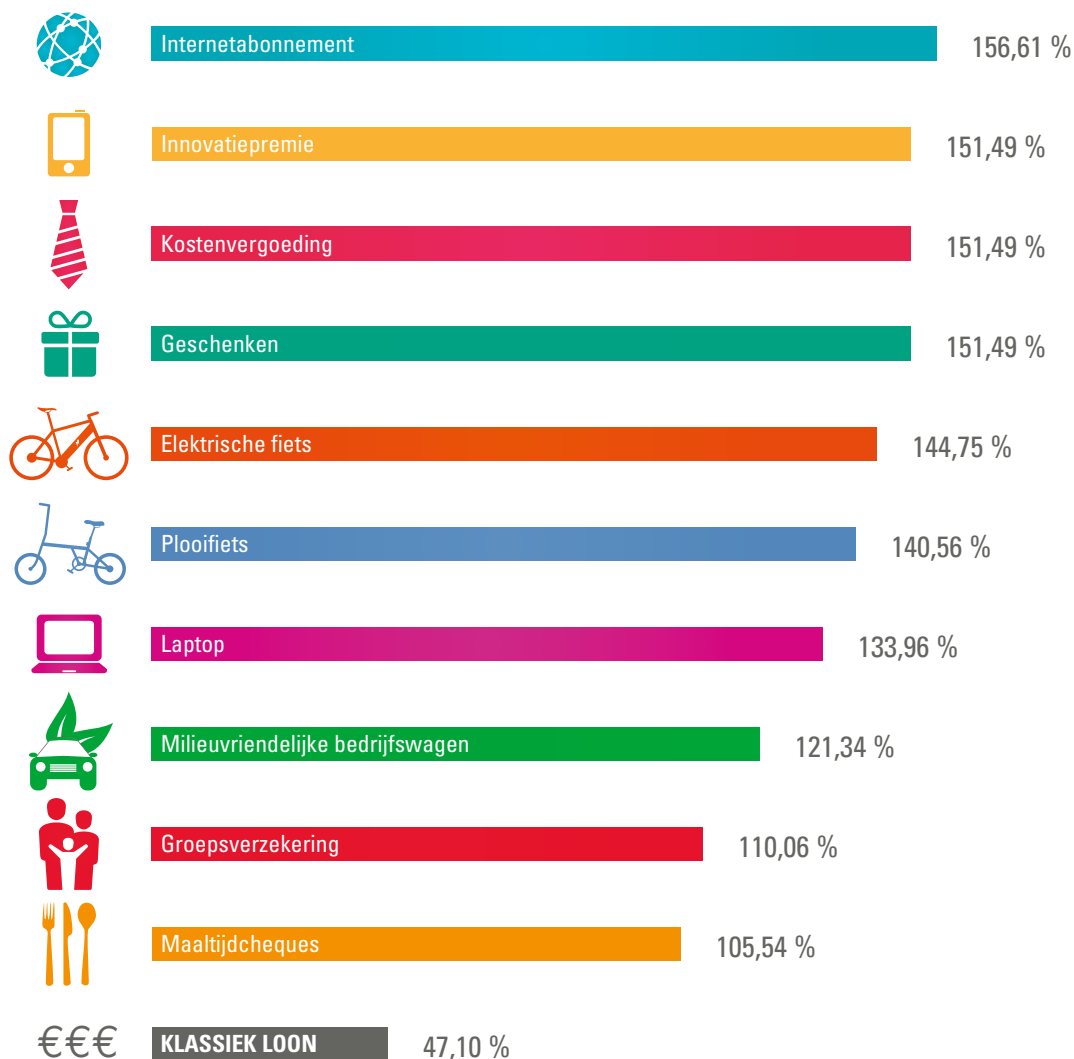
Hilde Hanselaer (Harzé J – Van Est Oude Metalen): Ik denk dat we zelfs nog een stap verder kunnen gaan. Doordat bij een kmo het hele bedrijf – dus ook de bedrijfsleiders – dicht bij de klanten staan, worden problemen veel sneller gedetecteerd. We kunnen een probleem hierdoor vaak al oplossen voordat het escaleert.

Jurgen Renders (J&S Cleaning group): De kennis van de lokale markt is voor de meeste kmo's ook een heel belangrijk verkoopargument. Er zijn nu eenmaal heel wat activiteiten die we lokaal zullen blijven uitvoeren. Het feit dat kmo's dit doen met kennis van de streek en met mensen uit de streek, is een serieuze plus. Mijn mensen wonen allemaal in een straal van maximum 20-25 kilometer rond het bedrijf.

Hilde Hanselaer (Harzé J – Van Est Oude Metalen): En het feit dat je lokaal rekruteert, betekent normaal ook dat je mensen de taal van de streek spreken. Dat mag gek klinken, maar klanten vinden dat belangrijk. Bij ons in het bedrijf krijgt iedereen kansen, we discrimineren op geen enkele manier. Alleen op het vlak van taal maken we geen compromissen. Onze mensen spreken vlot Nederlands, punt.

Chris Verleye (Salar): Bij ons in het bedrijf weten de medewerkers zelfs welke klanten ze in algemeen Nederlands te woord moeten staan en welke klanten liever in het dialect aangesproken worden.

Top 10 verloningsoptimalisaties



* Top 10 verloningsoptimalisaties werknemer ten opzichte van kost werkgever, 2016. Bron: www.deloitte.com/be/top-15-verloningsoptimalisaties-2016

Salar
sociaal secretariaat

Salar staat graag aan uw zijde, ook als het gaat over verloningsoptimalisatie. Onze experts bekijken graag samen met u de mogelijkheden.

Wilt u veranderen van sociaal secretariaat?
Zeg uw contract op voor 30 juni 2016!
Meer info? Contacteer ons gerust.

expertise binnen handbereik

Turnhoutsebaan 190 – 2460 Kasterlee – T 014 28 23 00 – info@salar.be – www.salar.be



Voor leveranciers en klanten zijn er dus al heel wat troeven, maar waarom wil je als medewerker voor een kmo werken?

Chris Verleye (Salar): Bij een kmo is een werknemer nog altijd een werknemer en geen nummer. Bij een multinational ben je als werknemer toch sneller een lijntje op een spreadsheet. Bij een kmo mag of moet een medewerker zelfstandiger werken. Als werknemer krijg je zo meer verantwoordelijkheid en ben je veel meer betrokken bij alle aspecten van de bedrijfsvoering.

Geert Paepen (Peeters DE RAAMPRODUCTENT): Door het gevarieerde en uitgebreide takenpakket, krijg je bij een kmo meer kansen om ervaringen op te doen. Vaak is er ook de mogelijkheid om je eigen functie mee vorm te geven. Hierdoor kan een medewerker groeien.

Hilde Hanselaer (Harzé J – Van Est Oude Metalen): Doordat kmo's meestal werken met een kleiner team, is de afstand klein. Iedereen kent iedereen. Hierdoor krijgen mensen kansen die ze in een grotere onderneming niet zouden krijgen. Gewoon omdat hun competenties opvallen, ook wanneer de medewerker in kwestie ze niet uitschreeuwt.

Jurgen Renders (J&S Cleaning group): Ook niet te onderschatten is het feit dat je als medewerker het eindresultaat van projecten ziet. In een groot bedrijf werken zoveel verschillende mensen aan een project, dat lang niet iedereen op het einde van de rit van het resultaat kan genieten. Bij een kmo is elk teamlid betrokken, waardoor iedereen fier kan zijn op het eindresultaat.

Wat zijn volgens jullie de uitdagingen voor de kmo's?

Hilde Hanselaer (Harzé J – Van Est Oude Metalen): Gek genoeg ook dat kleinere team (lacht). Doordat de middelen beperkt zijn heb je soms het gevoel dat je alles zelf moet oplossen. Als kmo-bedrijfsleider moet je kunnen toegeven dat je sommige competenties niet zelf hebt en ook niet in huis hebt. Op die momenten moet je durven externe hulp inschakelen of je laten begeleiden.

Chris Verleye (Salar): De lat om te ondernemen is de jongste jaren nu eenmaal een stuk hoger gaan liggen. Kmo's zijn zich nog aan het aanpassen. Bedrijfsleiders en medewerkers moeten veel meer bolwerken. Elke nieuwe stap die je zet, heeft gevolgen. Denk alleen nog maar aan de administratie.

Jurgen Renders (J&S Cleaning group): Vooral voor een jong bedrijf zoals wij, dat volop groeit, is dat een uitdaging. Wij moeten zoveel tijd en energie in die administratie stoppen, dat we moeten opletten dat de kwaliteit van onze dienstverlening er niet onder gaat lijden. Het is daarom heel belangrijk om beslissingen op het juiste moment te nemen.

Geert Paepen (Peeters DE RAAMPRODUCTENT): Ondernemen is nog altijd geen exacte wetenschap en als kmo hebben we geen studiedienst die elke beslissing minutieus kan voorbereiden. Als kmo-bedrijfsleider moet je bij een beslissing je buikgevoel durven laten meespelen. En wanneer je dit doet, de flexibiliteit – waar we het eerder over hadden – maximaal gebruiken.

PEETERS

DE RAAMPRODUCENT



Passionee|
Punctueel
sinds 1970

Belgische productie van pvc en aluminium
ramen en deuren voor de professionele
plaatser die meerwaarde zoekt.

Polderstraat 48 – 2480 Dessel
info@peeters.com
www.peeters.com

AAN DE TAFEL

Hilde Hanselaer

Harzé J – Van Est Oude Metalen

Harzé J – Van Est Oude Metalen koopt van zowel particulieren als bedrijven schroot en oude metalen die ze sorteren en 'verbeteren', zodat de meeste van deze metalen terug kunnen ingezet worden als primaire of secundaire grondstof. Verder aanvaarden ze als inzamelpunt voor recupel alle afgedankte huishoudapparaten en is Harzé een depollutiecentrum voor voertuigwrakken.

Vermits kwaliteit, milieu, veiligheid en maatschappelijk verantwoord ondernemen voor het bedrijf geen loze begrippen zijn beschikken ze over een geïntegreerd managementsysteem dat ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001 en ISO 26000 omvat. Het is dan ook vanzelfsprekend dat ze voor bedrijven alle nodige documenten kunnen afleveren. Hun motto: samen recycleren voor een betere wereld.



Geert Paepen

Peeters DE RAAMPRODUCTENT

Peeters DE RAAMPRODUCTENT, opgericht in 1970, is een B2B-producent van hoge kwaliteitsramen en deuren in aluminium (profiel AluK-Blyweert) en kunststof (PVC Kömmerling). In drie vestigingen in Dessel wordt door een gemotiveerd team van 75 medewerkers alles 'made in Belgium' gefabriceerd. Begin 2016 startte het bedrijf een nieuw hoofdstuk onder de naam Peeters, De RAAMPRODUCTENT. De oude naam Plastiekbouw Peeters werd hiermee definitief losgelaten en de Raamproducent geeft duidelijk de focus van het bedrijf aan: productie van ramen en deuren voor professionele plaatsers, die het verschil willen maken door met producten van eigen bodem te werken, bijgestaan door het passionele en punctuele team van Peeters.

