

'Geef mensen ruimte om gedrevenheid bot te vieren'

Startend ingenieursbedrijf VeroTech krijgt raad van ervaren sectorgenoot Dekimo

SHORTCUT NAAR ERVARING

Duizenden Vlamingen lo-genstraffen dagelijks het doemdenken dat er bij ons geen ondernemersgeest te vinden zou zijn. De Tijd zet twee weken het vaak onbekende ondernemerschap in de kijker. Deze week gaan starters op bezoek bij beslagen ondernemers, een shortcut naar ervaring.



GEDREVEN
ONDERNEMEN

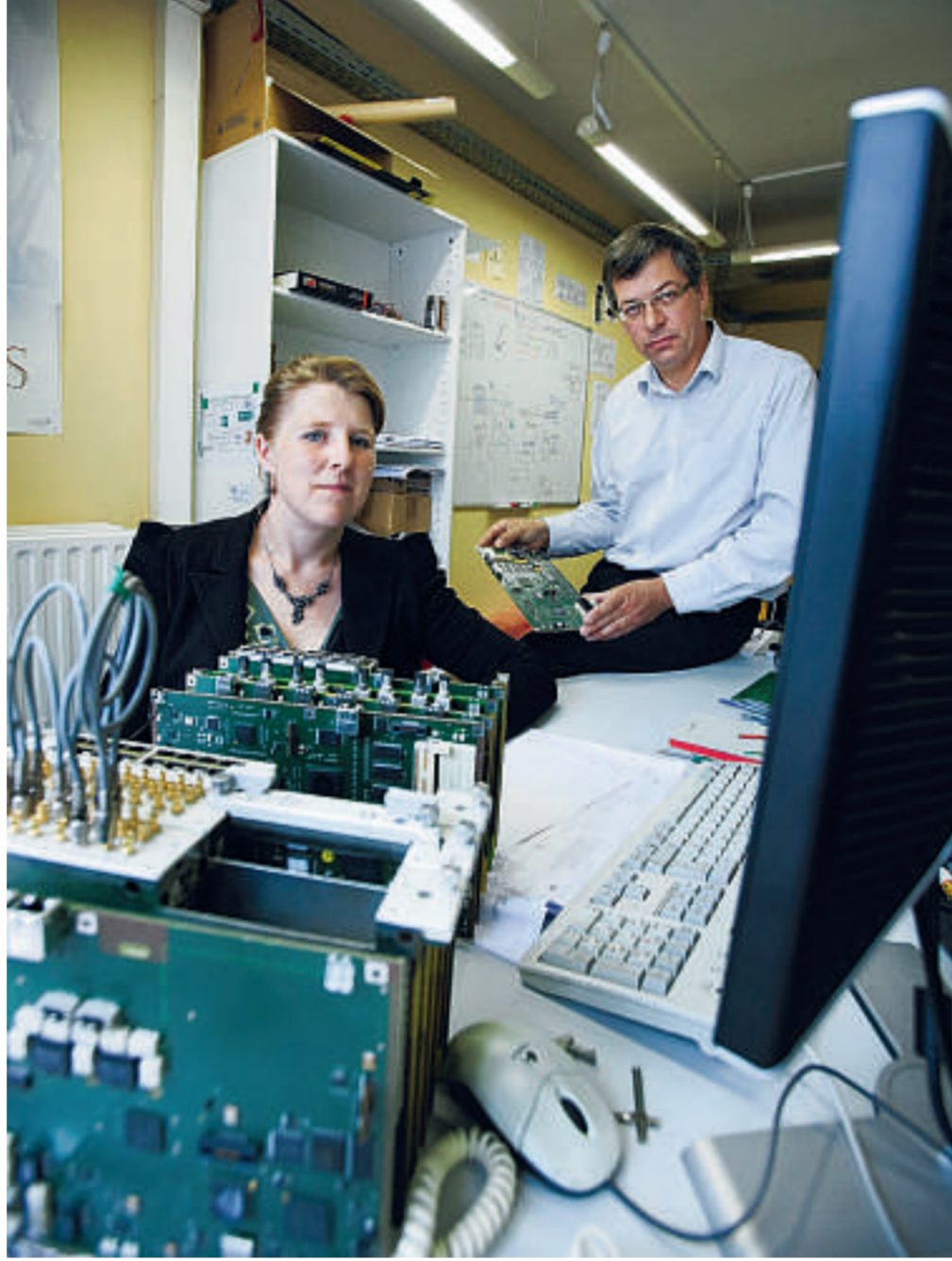
ERIKA RACQUET

Uiteindelijk zit er veel waarheid in het grapje van de gym-pies en de leeuw. Twee vrienden lopen in de savanne en zien een leeuw aankomen. De ene stopt om zijn sportschoenen aan te trekken. 'Je denkt toch niet dat je sneller bent dan die leeuw?', lacht zijn vriend. 'Nee, maar sneller dan jij.' Moraal: je kan veel redden als je maar beter bent dan de concurrent.'

Hugo Kuyken steunt vooral op zijn gezond verstand bij het leiden van het engineeringbedrijf Dekimo. Dekimo maakt 'embedded software' op maat en ontwikkelt elektronische producten voor zijn klanten. Het begon als een van de eerste spin-offs van de Universiteit Gent, ruim 20 jaar geleden, en kon zich in de voorbije jaren versterken met enkele kleinere ingenieurskantoren, waardoor het ook vestigingen kreeg in Turnhout en Leuven. In 2008 kwam er een productiesite bij, de voormalige Pioneer-vestiging in Erpe-Mere, waar elektronica in kleinere oplages (100 tot 5.000 stuks) gefabriceerd wordt. De omzet van de groep be- loopt bijna 15 miljoen euro.

HALVE KRACHT

VeroTech, het ingenieursbedrijf dat Veronique Van de Kerckhove vorig jaar samen met Gert Rülle oprichtte, pakt het anders aan: naast de twee zaakvoerders zijn er intussen 15 ingenieurs in dienst met verschillende specialiteiten, die bij de klant ter plaatse projecten realiseren. Het bureau specialiseert zich in onderzoek- en ontwikkelingsprojecten in embed-ded software, elektronica, mecha-nica en mecatronica.



Hugo Kuyken, naast Veronique Van de Kerckhove: 'Je hebt als startend bedrijf geen zware overhead: houden zo.'

Gezien het team van VeroTech snel groeit, en de ambitie erin staat in de komende drie jaar naar zowat 50 mensen te groeien, heeft Van de Kerckhove wel wat vragen over hoe Dekimo mensen opleid- en laat doorgroei- en. 'We werven graag schoolverlaters aan', vertelt Kuyken. 'Zij krijgen eerst intern nog een opleiding, onder meer over pro-grammeertalen en elektronica. Ons onder-wijs is wel heel goed, daar niet van, maar je kan niet ver-achten dat pas afge-sterden de nodige specifieke kennis hebben.'

'Vervolgens beginnen ze mee te werken in een project, eerst als 'halve kracht'. De helft van hun tijd mogen ze afjuten als opleidings- tijd. Geleidelijk loopt de produc- tieve tijd dan op. Of ze uit het juiste hout gesneden zijn om hier mee te draaien, merken we vrij snel: we delen projecten op in deeltaken van vijf tot tien werkdagen, waar- door er veel evaluatie- momenten zijn.'

Hoe meer mensen meer weten, hoe sterker uw organisatie.

HUGO KUYKEN,
algemeen directeur
Dekimo

Volleerd is een inge- nieur nooit, hij of zij moet permanent bij- studeren om de evolu- ties te volgen. Kuyken: 'Ik ben beducht voor formele opleidingen. Vaak zijn lesgevers mensen die zelf amper nog ontwikkelen. Of ze zijn gebonden aan een leverancier, en hebben dus andere drijfveren. Ik geef mijn mensen liever de tijd en de kans om het zelf uit te zoeken, eventueel met de hulp van een ervaren collega. Als je medewerkers selecteert die ge- dreven zijn door technologie en het oplossen van problemen, is er meestal geen gebrek aan motivatie om nieuwigheden te doorgronden.'

De hiërarchie bij Dekimo is vlak, de carrièreplanningen zijn niet ingewikkeld. 'Hoewel je van een honderdtal mensen meestal nog wel weet wat ze kunnen en wie je waarvoor kan inzetten, hebben we wel een competentiematrix. De medewerkers vullen die zelf in, onder toezicht van hun coördinator: wat ze kunnen, wat ze willen. Hun kennis kunnen ze uitbreiden via doe-het-zelfcursussen die samen ongeveer heel ons kennisdo- mein afdekken. Het is geen ver- plichting. Wie wil, kan zo'n cursus verwerken, buiten de werkuren maar deels door ons vergoed.'

'Systematisch organiseren wij interne meetings waarop al onze ingenieurs hun ervaringen en ex- pertise delen', vertelt Van de

Kerckhove. 'Als ze met meerdere- ren bij dezelfde klant zitten in ver- schillende teams, organiseren ze daar zelf een netwerk. Hoe pakt Dekimo het aan om medewerkers hun kennis te laten delen en kennis te borgen?'

'In principe zitten zij hier sa- men, en niet verspreid bij klanten, wat kennis delen vanzelfspreken- der maakt. Al gebeurt het wel va- ker dan vroeger dat ze toch een pe- riode bij klanten op locatie wer- ken', vertelt Kuyken. 'Kennis zit in ruime mate in de hoofden, daar kan je moeilijk om heen. Natuur- lijk wordt alle projectinformatie netjes bewaard, al was het maar om de klant te kunnen helpen zo lang de garantieperiode loopt. Maar de archivering gebeurt na het afsluiten van het project. Het plukse wegvallen van een sleutelfi- gure zal altijd een probleem zijn. Als je meer dan 100 projecten runt, is het praktisch niet haalbaar en ook niet te verantwoorden om bij iedereen een 'tweede man' te laten dubbellopen.'

GEEN ZWARE OVERHEAD

Hoewel hij niet echt gewonnen is voor het inschakelen van exter- ne bestuurders, rekent Kuyken niet enkel op zijn eigen inzichten om het bedrijf te leiden. 'Warm aanbevolen: hoe meer mensen meer weten, hoe sterker je organi- satie. Scherm niet af voor je mede- werkers hoe de zaken lopen, laat hen weten hoe het staat. En laat hen je uitdagen. Het gevaar is na- tuurlijk dat je samen verkeerd kan zijn, vooral in een open cultuur. Als mensen dezelfde overtuiging delen, komt er geen tegenwind.'

'In dezelfde lijn: als iets fout loopt, kan je geneigd zijn aan één zeel te trekken en de fout bij de klant te leggen. Dat proberen we te vermijden door het principe dat de betrokken verkoper aan de kant van de klant hoort te staan en diens standpunt verdedigt.'

Dekimo heeft al wel enkele cri- sissen gezien, gevoeld en over- leefd. 'Zijn daar lessen uit te trek- ken?', wil Van de kerckhove weten. 'Het verloopt altijd weer anders', zegt Kuyken, 'maar je kan wel de moeite doen om te anticiperen. Je ogen openhouden voor wat er in de wereld gebeurt, en op tijd na- denken: 'wat als...? Wat zijn de im- plicaties en wat doen we?'. Je ver- kopers een tandje bij laten steken? Financiering zoeken om je men- sen aan de slag te houden met pro- jecten die je later kan verkopen of waardoor je in de toekomst sneller kan werken? Het komt erop aan je niet te laten overvallen.'

'En dan is er nog een simpele waarheid: als je probeert een van de goedkopere leveranciers te zijn, word je niet als eerste bedankt voor je diensten', besluit Kuyken. 'Als starter heb je nu het voordeel dat je geen dure managers hebt of zware overhead meezeult: houd dat zo.'

Slimme wagen van Vlaamse makelij getest

DAVID ADRIAEN

Het innovatiecentrum Flanders' Drive neemt een aanvang met testen van tech- nologie om voertuigen slimmer te maken. Een reeks bedrijven, waaronder Melexis, Mobistar en LMS, hebben onder de vleugels van Flanders' Drive technologie ontwikkeld die de veiligheid en het comfort van het autoverkeer moet verhogen.

Renilde Craps, directeur van Flanders' Drive stelde het eerste experiment voor op de testbaan van de autofabrikant Ford in Lommel. Een vaste camera aan een zebraap detecteert wanneer voetgangers oversteeken. Die in- formatie wordt via een centrale datasever doorgestuurd naar au- to's is de buurt die aangesloten zijn op het systeem. Wanneer de auto nadert, krijgt de bestuurder

een waarschuwing. Het systeem is vooral opgezet om automobilisten te waarschuwen voor zebraapaden om de hoek, die hij nog niet kan zien. 'Autofabrikanten als Volvo hebben al systemen ontwikkeld die voetgangers herkennen in het gezichtsveld. Wij werken aan een auto die om het hoekje kan kij- ken', zegt Craps.

Volgend jaar wil Flanders' Drive afgeleide toepassingen tes- ten zoals camera's die fietsers de- tecteren op een rotonde. De resul- taten kunnen na afloop van het project gebruikt worden door alle partners, waaronder Traficon, een Vlaamse specialist in verkeersca- mera's.

STEUN

Met de demonstratie wou Flanders' Drive onder meer aan minister van Innovatie Ingrid Lie- ten (sp.a) laten zien wat het de voorbije tien jaar heeft gepres- teerd. Beide partijen starten vol- gend jaar onderhandelingen over een nieuwe beheersovereen- komst. Tijdens de huidige vijfjari- ge periode kreeg Flanders' Drive 28 miljoen euro overheidssteun, goed voor 70 procent van zijn budget.

KMO in de spotlight



© SOFIE VAN HOFF

NAAM: Java Coffee.

WIE: Wim Claes, CEO.

WAT: Koffiebranders en gros- sier in foodservice voor de zorg- sector.

GROOTTE: 270 medewerkers, ongeveer 120 miljoen euro omzet.

BIJZONDER: 'Onze koffie wordt vooral geschonken in zieken- en rusthuizen, overheidsdiensten, hotels, op de luchthaven en langs onze snelwegen. We ver- delen naar de particuliere klant enkel via twee eigen winkels, de

shop in Leuven en handelsbeur- zen. Koffie is inmiddels aange- vuld met een heel pakket goe- deren die we leveren aan groot- keukens.'

'Als familiebedrijf in een sector waarin ook multinationals actief zijn, moet je je sterke punten uit- spelen: de persoonlijke binding met klanten, onderbouwd door een goede service. Mijn echtge- note ontfermt zich over de ver- koop aan particuliere consumen- ten en de deelname met koffie- bars aan festivals. Mijn zoon en dochter, de vierde generatie, zijn allebei in de onderneming begin- nen mee te werken, met veel passie en inzet.'

SEMINARIERUIMTES

PREMIUM CLASS

Leuven - Provinciehuis Vlaams-Brabant

www.vlaamsbrabant.be
PROVINCIE VLAAMS BRABANT



Het provinciehuis van Vlaams-Brabant in Leuven opende in september 2003 zijn deuren. Indrukwekkende glaspartijen, aantrekkelijke groene patio's en doordachte uitrusting zorgen voor een eigentijdse ontvangstruimte waar 'transparantie' de boventoon voert. Het provinciehuis is ideaal gelegen op loopafstand van het station en het Leuvense stadscentrum. Organisatoren van colloquia, seminars, congressen, tentoon- stellingen enz... vinden er tegen een aantvaardbare prijs heel wat mogelijkheden:

- Auditorium
- Perszaal
- Provincieraadszaal (half rond)
- Polyvalente zaal
- Restaurant met zonneterras
- Koffiehoek
- Diverse grote en kleinere vergaderzalen

info: www.vlaamsbrabant.be
provincie Vlaams-Brabant - promotie & ontvangst,
dienst facilitair beheer
Provincieplein 1, 3010 Leuven, Tel. 016-26 73 80 - Fax 016-26 73 41
E-mail: provinciehuis@vlaamsbrabant.be
mail voor vergaderinfo en/of reserveringen a.u.b. uitsluitend naar
provinciehuis@vlaamsbrabant.be

Trappist van Westvleteren 'eenmalig' te koop in Colruyt

Verkoop moet verbouwingen abdij financieren

KIM EVENEPOEL

Het trappistenbier Westvleteren zal op 3 november uitzon- derlijk te verkrijgen zijn in alle Belgische Colruyt- winkels. De abdij wil met die stunt de fi- nanciering van de grote verbouwings- werken, die wegens verzakkingen nood- zakelijk waren ge- worden, helemaal rond krijgen. De ab- dijgemeenschap be- nadrukt dat het om een eenmalige actie gaat.

De abdij van Westvleteren werd een tiental jaar geleden geconfronteerd met verzakking- en die niet meer hersteld kon-

den worden. Daarom werd besloten tot een grondige ver- bouwing. Die kon deels gefinan- ciëerd worden met eigen midde- len en giften, maar een extra inspanning van de brouwerij was nodig om het hele project afge- werkt te krijgen. 'Ik vermoed dat we met onze actie alles gefin- anciëerd zullen krijgen', zegt broe- der Godfried.

Met deze actie krijgen we alles gefinancierd.

BROEDER GODFRIED,
abdij van Westvleteren

Sinds september 2010 heeft de brou- werij maandelijks een extra brouw- beurt van Trappist Westvleteren 12 in de planning opgenomen. De extra voorraad die daarmee werd opgebouwd, zal in 93.000 pak- ketten - met de naam bouw- steenboxen - in de Colruyt-win-

kels verdeeld worden. Klanten kunnen met een bon uit Knack, Le Vif of De Standaard één pak- ket verkrijgen. Broeder Godfried benadrukt dat het om een een- malige actie gaat in ons land. Volgend jaar wordt een verge- lijkbare actie voor het buiten- land op poten gezet.

Nochtans heeft Westvleteren doorgaans geen probleem om zijn bier verkocht te krijgen. 'De biervoorraad aan de poort gaat gewoon door', zegt broeder Godfried. 'Sommige mensen wil- len enkel het bier, en liggen niet wakker van de verbouwingen. Wij respecteren dat', klinkt het. 'Met de bouwsteenboxen vragen wij expliciet steun voor ons pro- ject'. De opbrengst van de een- malige actie gaat, na aftrek van alle kosten, integraal naar de ver- bouwingen.

ADVERTENTIE



- Aankoop van Wijnen en
- Volledige Wijnkelders
- Verkoop van exclusieve Wijnen op dronk

T:0032(03)295.60.60 - F: 0032(03)295.06.06 - Mail: chris@bwww.be