



Voorwoord van Michel, voorzitter 2024-2025

Beste,

We zijn een nieuw kalenderjaar gestart. Graag via deze weg alvast de beste wensen maar bovenal een goeie gezondheid gewent van het Bestuur van de Ontbijtclub. We kunnen terugblikken op een geslaagd "eerste semester" van de OCK met als start het bezoek aan Robberechts vervolgens de voordracht van Charlotte Van Brabander, dan het bezoek aan de Oosterweelverbinding en als afsluiter de voordracht van Wim Heylen. Deze laatste oogste niet alleen heel veel bezoekers maar ook veel jeugdige toekomstige bezoekers. In januari geven we weer gas en we starten met ons Winterfeest, waar wij u en uw partner graag ontvangen in Den Eyck te Kasterlee. De uitnodiging kan u hieronder vinden maar werd ook al per mail verstuurd.

Veel leesplezier met onze Newsletter.

Voorzitter Ontbijtclub 2024 – 2025



Volgende sessie

We nodigen jou en je partner van harte uit op ons **Winterfeest** op **vrijdag 24 januari** in de stijlvolle feestzalen van **Den Eyck** te Kasterlee.

Het belooft een sfeervolle avond te worden met een smaakvol menu, goed gezelschap en een vleugje entertainment. Een mooie gelegenheid om elkaar in een ontspannen sfeer te ontmoeten en samen te genieten.

We ontvangen je graag vanaf 17.45 uur. We kijken ernaar uit om je te verwelkomen!

Inschrijving is verplicht via de website.

Winterfeest Den Eyck



Planning:

17.45 u - 18.15 u: ontvangst

18.15 u - 19.15 u: receptie met champagne en hapjes

19.30 u - 20.30 u: Bas Birker stand up comedian

20.30 u - 22.30 u: diner aan tafel gevolgd door een dessertenbuffet





Wim Heylen: hoe het allemaal begon en over entrepreneurship - building better business

Onze laatste ontbijtvergadering van 2024 werd meteen de topper van het jaar; niet minder dan 60 aanwezigen genoten van het inspirerende verhaal van Wim Heylen!

Wim Heylen; een succesvolle ondernemer uit onze eigen rangen, pur sang, self made, met nog altijd de beide voetjes op de grond en vooral ook zijn hart aan 'afrit 21', onze eigen geliefde Kempen!

Uit de talrijke interessante quotes en ondernemers-lessen onthouden we vooral dat uw 'notoriteit' belangrijk is; een woord dat voor de meesten onder ons nieuw was maar veel te maken heeft met uw uitstraling, uw persoonlijkheid en uw geloofwaardigheid. Of op z'n Wims gezegd: 'uitpakken om in te pakken'.

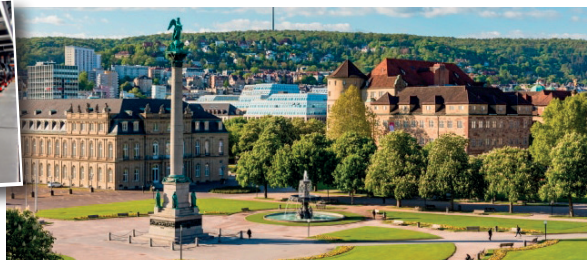
We leerden ook dat het belangrijk is om uw projecten een 'naam' te geven zodat ze herkenbaar, identificeerbaar en tegelijkertijd gemeenschappelijk worden.

Maar de essentie van ondernemen, gaat volgens Wim over 'connecties maken', mensen ontmoeten, elkaar verrijken en doen verlangen naar meer ... en dat doe je niet persé alleen met de beste mensen, maar vooral met de juiste mensen. Want ook dat is ondernemen, 'you can't make a good deal with a bad person' en je hebt beter een oprecht 'contract by nature' dan een waterdicht 'contract by paper'.

En ook al zegt Wim dat de factor geluk een niet te onderschatten component is, het siert hem dat hij ondanks alles bescheiden en spontaan blijft en vooral ook dankbaar is aan de sterke vrouw aan zijn zijde; de vrouw ook van zijn leven. Verliefd worden op uw business kan je volgens Wim beter niet doen want je moet rationeel kunnen blijven denken, maar verliefd worden op de juiste vrouw is natuurlijk wel 'the right thing to do'!

Dankjewel Wim voor de geweldige ochtend en hopelijk kan je nog veel jongeren, ouderen en alles daartussen nog talrijke keren inspireren in één van de mooiste stieren ter aarde; het ondernemerschap!

Korte reis: Save the Date



Deze zal doorgaan van **24 april tot en met 28 april**. Wij gaan dit keer naar **STUTT GART**, een regio vol interessante bedrijven om te bezoeken.

Noteer deze data alvast in uw agenda, meer nieuws volgt binnenkort!

Beneens zet met HVO 100 een grote stap richting duurzaam bouwen

Het Olense bouwbedrijf Beneens kondigt aan dat het voortaan gebruik maakt van HVO100, een duurzame en schone vervanger voor traditionele diesel. Na de volledige elektrificatie van hun personenwagens, markeert deze stap opnieuw een belangrijke vooruitgang in de inspanningen van het bedrijf om de CO2-uitstoot aanzienlijk te verminderen.

In samenwerking met Brandstoffen Kenis maakt Beneens gebruik van HVO100, ook wel bekend als Hydrotreated Vegetable Oil. Deze brandstof wordt geproduceerd uit hernieuwbare grondstoffen zoals plantaardige oliën, dierlijke vetten en afvalproducten zoals gebruikt frituurvet. Dankzij HVO100 kan de uitstoot van broeikasgassen tijdens de levenscyclus van de brandstof tot wel 90% worden verminderd in vergelijking met fossiele diesel.



Dit resulteert in een totale CO2-reductie van het bedrijf van ongeveer 84%.

Naast het gebruik van HVO100 voor hun voertuigen, zal Beneens ook op hun werven overschakelen naar deze brandstof als alternatief voor rode mazout. "Met deze stap behalen we in 2025 al onze doelstelling van 75% reductie voor 2030", aldus CEO Joeri Beneens. "Het is tijd om onze ambities bij te stellen en nog verder te gaan."

* Beneens
Betrokken lid - Jo Beneens



Veritas legt de basis voor toekomstige groei met een innovatieve smart deal: management en ondernemers zijn klaar voor de volgende stap

CEO Corneel De Maeyer: "Het vertrouwen van onze aandeelhouders en het engagement van het management zijn de hoekstenen van onze toekomst. We zijn klaar om onze ambities waar te maken."

Na een succesvolle transformatie kondigt Veritas, de toonaangevende naai- en modeketen met 120 winkels in België, Nederland en Luxemburg, vandaag een strategische aandeelhouderswissel aan. Deze stap versterkt de toekomst van het bedrijf en opent nieuwe mogelijkheden voor groei en innovatie. Een aantal huidige aandeelhouders blijft aan boord, waaronder Erwin Van Osta, Carl Liekens en Walter Van Gastel, terwijl CEO Corneel De Maeyer toetreedt als aandeelhouder. Samen met een sterke groep individuele ondernemers onderstrepen zij het vertrouwen in het groeipotentieel van Veritas.

Imposante groei en verdubbeling van EBITDA

Sinds de overname eind 2019 heeft Veritas onder leiding van Corneel De Maeyer een indrukwekkende transformatie doorgevoerd. De omzet steeg naar meer dan 100 miljoen euro, terwijl de bedrijfswinst (EBITDA) verdubbelde tot 10 miljoen euro in 2023. Deze prestaties zijn het resultaat van een strategische focus op assortimentsvernieuwing, operationele efficiëntie en klantgerichtheid.

Erik Verkest, CEO van CIM Capital: "We zijn trots dat we na een succesvolle transformatie het bedrijf kunnen overdragen aan een dynamisch team van ondernemers. Voor CIM Capital markeert dit een belangrijke mijlpaal."

Een sterk netwerk: 120 winkels en groeiambities

De nieuwe eigenaarsstructuur is gericht op het combineren van stabiliteit en groei. Met een team van ervaren ondernemers en een duidelijke toekomstvisie is Veritas beter gepositioneerd dan ooit om haar positie in de markt verder te versterken.

CEO Corneel De Maeyer concludeert: "We staan vandaag sterker dan ooit. Met vertrouwen en ambitie kijken we vooruit, gesteund door een team dat meebouwt aan een succesvolle toekomst voor Veritas."

Smart deal: stabiliteit en groei

De transactie werd gerealiseerd via een innovatieve 'Smart Deal', waarbij SDM Corporate Finance een centrale rol speelde. Monard Law verzorgde de juridische overeenkomsten en PWC ondersteunde het proces met due diligence-onderzoek en fiscale expertise. De financiering werd mede mogelijk gemaakt door KBC en Fortis Bank. CIM Capital werd geadviseerd door Laurius.

Over Veritas

Het verhaal van Veritas start in 1892 wanneer Jean-Baptiste Leestmans een oude merceriezaak koopt in hartje Antwerpen. Zoveel jaren later is Veritas uitgegroeid tot een winkelketen met 120 winkels in de Benelux en marktleider in beenmode en mercerie. Vandaag bestaat Veritas 132 jaar en zijn beenmode en mercerie nog steeds een deel van hun core business. Daarnaast wil Veritas zijn klanten inspireren met praktische meeneemitems en ready-to-wear stukken die perfect aansluiten bij de nieuwste modetrends en elke look compleet maken.

Je vindt bij Veritas een mooi aanbod aan eigen merken waaronder Insua en bekende merken zoals Chantelle, Calvin Klein, Stox, Wolford, Falke en Tommy Hilfiger... Er werden ook tal van nieuwe winkels en flagshipstores geopend in o.a. Brugge, Antwerpen, Westland-Shopping en Knokke.

Bij Veritas staat klantgerichtheid centraal. Het merk streeft ernaar om producten van steeds hogere kwaliteit aan te bieden, met een gevarieerd assortiment dat geschikt is voor alle leeftijden – van de creatieve DIY-liefhebber tot de modebewuste fashionista. Met originele DIY-items, trendy ready-to-wear-stijlen en aantrekkelijke koopjes blijft Veritas telkens opnieuw verrassen. Daarnaast hecht Veritas veel waarde aan een sterke connectie met haar klanten, zowel online via sociale media en nieuwsbrieven, als offline in de winkel, waar persoonlijk advies en luisteren naar de klant voorop staan. Met passie en toewijding wil Veritas klanten blijven inspireren, zodat ze zorgeloos kunnen shoppen en hun eigen stijl kunnen creëren.

"Maak wie je bent, elke stijl, elke dag"



Bluebridge treedt toe tot de SDM-familie

Een unieke mix van lokale verankering, diepgaande marktkennis en decennialange ervaring. Dat is de omschrijving van het recept waarmee SDM en de West-Vlaamse M&A-specialist BlueBridge de krachten bundelen. “We gaan de Smart Deal breed uitdragen in West-Vlaanderen”, klinkt het bij Thomas Viaene (SDM) en Jens Vanden Bussche (BlueBridge).



“We hebben de gemeenschappelijke missie om bij strategische momenten waarde te creëren voor ondernemers als ondernemer.”

verderzetten en onze ambitie om marketleider te worden in West-Vlaanderen versnellen. We hebben de gemeenschappelijke missie om op strategische momenten waarde te creëren voor ondernemers als ondernemer”, zegt Jens Vanden Bussche.

Smart Deal uitdragen

Door samen te werken, combineren SDM en BlueBridge lokale verankering en marktkennis met decennialange ervaring. SDM en BlueBridge slaan de handen in elkaar op commercieel vlak en voor de uitvoering van transacties om een premium dienstverlening te garanderen. SDM-speerpunten zoals de Smart Deal en de ‘no cure no pay’-aanpak vinden op die manier hun weg naar West-Vlaanderen. Het potentieel van de regio is groot. Dat bewijst niet enkel de mooie groei van BlueBridge, maar ook de deals die SDM eerder al in de provincie realiseerde. Via Thomas Viaene en adviseurs Luc De Bree en Anthony Vandenbossche toonde SDM zich al actief in West-Vlaanderen. “Recent ondersteunden we IT Provider uit Tielt bij hun Smart Deal,” vertelt Thomas Viaene, “en leidden we de verkoop van Traxgo uit Waregem aan het Nederlandse Clifford in goede banen.” “De Smart Deal is voor onze ondernemende provincie bijzonder interessant”, vult Jens Vanden Bussche aan. “Gesteund door een lokale verankering is het de bedoeling om het Smart Deal-concept breed uit te dragen in deze dynamische regio.”

Cruciale beslissingen begeleiden

Met de toetreding van BlueBridge tot de SDM-familie ontstaat een krachtige entiteit die klaarstaat om de uitdagingen van de toekomst aan

te gaan. De komende jaren zullen naar verwachting duizenden kmo- en familiebedrijven op zoek gaan naar opvolging. Door hun gecombineerde expertise en sterke lokale verankering zijn SDM en BlueBridge uitstekend gepositioneerd om deze bedrijven te ondersteunen bij hun transitie en groeiambities. “We willen niet alleen marketleider in West-Vlaanderen worden, maar ook een betrouwbare partner voor ondernemers die voor cruciale beslissingen staan”, verklaart Thomas Viaene. “Onze focus op kwaliteit, onafhankelijkheid en diepgaande marktkennis zal de sleutel zijn tot ons succes in West-Vlaanderen en daarbuiten.”

BLUEBRIDGE: ONDERNEMER TUSSEN DE ONDERNEMERS

“Na een carrière bij EY en een gespecialiseerd M&A-advieskantoor, heb ik BlueBridge in 2020 opgericht. In West-Vlaanderen was er een noodzaak aan kwalitatief ondernemersadvies dat waarde creëert voor de ondernemer”, vertelt Jens Vanden Bussche als we hem vragen naar de levensloop van zijn kantoor. Zijn vader Dirk, een voormalig kantoorhouder en bankier bij KBC, ondersteunt de ondernemingsplannen, die zich de voorbije jaren vooral focusten op de kmo-markt. “Ik ben met BlueBridge gestart om kmo’s op een persoonlijke en hoogwaardige manier van A tot Z te ondersteunen bij hun transactiebehoefte.” Of anders gezegd: Jens Vanden Bussche wil net als SDM als ondernemer tussen zijn ondernemende klanten staan en dat werpt zijn vruchten af. “Sinds onze oprichting hebben we een indrukwekkende groei gekend en bouwen we in West- en Oost-Vlaanderen een sterke reputatie op”, zegt hij.

SDM had al langer een West-Vlaams team in de rangen, maar versterkt zijn ambities in de provincie nu gevoelig met de komst van BlueBridge. Het snelgroeiende bureau uit Oostkamp bij Brugge begeleidde recent nog de verkoop van douanespecialist DKM Customs Group aan de investeerder Tillegem en die van Van Vooren aan Fronnt. Het zijn adelbrieven die meteen duidelijk maken wat het doel is waarmee SDM en BlueBridge aan hun gezamenlijk avontuur beginnen: marketleider worden in West-Vlaanderen.



100% onafhankelijk

“Door onze onafhankelijkheid, 100% focus en een gezamenlijk team van 35 mensen, kunnen we absoluut de beste dienstverlening in de markt bieden”, vertelt Thomas Viaene, junior partner bij SDM, tijdens een interview in het O-Forty Business Center in Oostkamp. Van daaruit zal hij samen met BlueBridgeoprichter Jens Vanden Bussche het team aansturen. “Met de steun van SDM kunnen we de snelle groei, die we vanaf de start gekend hebben,



VGD Antwerpen verhuist naar nieuw kantoor



Voor VGD is een kantoor geen vast gegeven meer. Het zijn eerder plekken waar medewerkers op elk moment van de dag kunnen samenkomen, met ruimtes om in alle rust te werken of in detail een dossier met een klant te bespreken. In het nieuwe VGD-kantoor in Antwerpen komen al deze elementen op een perfecte manier samen. “We hebben een omgeving gecreëerd die niet alleen samenwerking bevordert, maar ook het beste uit onze mensen haalt”, stelt An Peeters die samen met Maarten Lindemans partner is van het kantoor.

De war for talent woedt nog steeds en bedrijven halen alles uit de kast om nieuw talent aan te trekken. Doorslaggevend in de keuze van een nieuwe werkgever is vaak de werkplek waar men terechtkomt, want ondanks het feit dat thuiswerk ingeburgerd is, blijft het verlangen om elkaar fysiek te ontmoeten groot. Inspeland op die evolutie kiest VGD ervoor om flexibele werkplekken te creëren. “In totaal hebben we nu 14 werkplekken met moderne faciliteiten, waar medewerkers vrij toegang tot hebben. Ze kiezen daarbij zelf, volgens hun agenda, waar ze willen werken”, stelt An Peeters.

Baas in eigen huis

De meest recente werkplek ligt op het Nieuw Zuid in Antwerpen, een bruisende wijk waar wonen, werken en leven naadloos in elkaar overvloeien. “Ten opzichte van de vorige locatie is dit een hele verbetering. Het vorige pand huurden we, wat onze vrijheid beperkte”, vult Maarten aan. Daarom kiest VGD nu voor een eigen pand. “Hierdoor kunnen we de ruimtes volledig naar onze eigen standaarden inrichten en veel sneller inspelen op de veranderende behoeften van onze medewerkers en klanten. Wat een paar jaar geleden modern was, kan nu al verouderd zijn. Met een eigen kantoor kunnen we dus sneller schakelen en continu mee evolveren met de tijd.”

In dat kader probeert het bedrijf zijn kantoren dan ook duurzaam in te richten. Zo zijn de vloer en de akoestische wandpanelen van het kantoor in Antwerpen uit gerecycleerd materiaal gemaakt. “Dat is een bewuste keuze, want we willen onze ecologische voetafdruk zo klein mogelijk houden. Daarnaast heeft inzetten op duurzaamheid een positief effect

op onze medewerkers. Wanneer zij voelen dat ze voor een bedrijf werken dat waarden op het gebied van duurzaamheid respecteert en verdedigt, voelen ze zich automatisch beter op hun werk. En iedereen weet dat je met gemotiveerde mensen veel kunt bereiken. Daarom is duurzaamheid ook een belangrijke pijler in onze bedrijfsstrategie.”

Een werkplek die het verschil maakt

VGD maakt duidelijk werk van het welzijn van zijn medewerkers. Daartoe lanceerde het ook een programma met tips en tricks. “Door medewerkers fit en gelukkig te houden, bind je hen ook aan je bedrijf. Op dat vlak is de uitdaging overigens niet min, want ook wij hebben het niet makkelijk om de juiste profielen te vinden. Er staan liefst 80 vacatures open”, verduidelijkt An.

Een deel van die vacatures is verbonden aan het kantoor in Antwerpen, dat met 1100 m² groot genoeg is om de verdere groei op te vangen. “De huidige werknemers zijn alvast gewonnen voor de nieuwe werkplek, want de locatie heeft vele troeven, zoals het panoramisch uitzicht op de Schelde en de nabijheid van tal van cafés en restaurants. Om me heen zie ik dus enkel tevreden mensen die elke dag het beste van zichzelf geven.”

Voor de klanten is de verhuis trouwens ook een goede zaak. “Het nieuwe kantoor ligt slechts op 500 meter van onze vorige locatie en is de ideale omgeving om vertrouwelijke en strategische gesprekken te voeren. Het is in feite een weerspiegeling van de kwaliteit en professionaliteit die VGD in zijn dienstverlening nastreeft”, besluit An Peeters.

* Betrokken lid - Paul Peeters



Pieter Janssens (iO): 'Ik zoek graag het randje op. Ook al ga je soms op je bek'

Wat begon als eenmanszaak in 2005, is uitgegroeid tot een internationale speler met 2.000 werknemers. Pieter Janssens van digitaaldienstverlener iO houdt wel van risico's nemen, en die draaiden goed uit. 'Ik plaats boerenverstand boven overdenken.'

Ontbijt met De Tijd.

'Kijk, ik ben net aan het meubilair begonnen. Die details, daarmee kan ik uren bezig zijn. Dan zet ik me in kleermakerszit aan de salontafel en vergeet ik alles.' Pieter Janssens tilt enthousiast maar voorzichtig het dak van zijn huis. Dat is er een in Lego, maar wel een exacte replica van de villa in Westerlo waarin Janssens ons ontvangt voor het ontbijt. 60.000 steentjes blijken er al in het bouwwerk te zitten. 'En binnenkort begin ik aan de tuin.'

Janssens blijkt op meer vlakken aan bouwwoede te lijden. Elders in het huis vallen enkele bouwwerken van Kapla - speelgoed dat bestaat uit houten staafjes - te bewonderen. 'Daar begin ik dan samen met de kinderen aan, maar uiteindelijk doe ik 90 procent zelf', grinnikt hij. 'Dat zit ergens in mij, dat bouwen. Als kind wilde ik architect worden, maar mijn resultaten waren allesbehalve super, waardoor ik het advies kreeg een technische richting te volgen. Dan wordt het moeilijk om in de architectuur terecht te komen. Maar ik vond dat eigenlijk allemaal best. Graag ben ik nooit naar school gegaan.'

Janssens gooide het over een andere boeg. Nadat hij tijdens een zomerkamp in aanraking was gekomen met de programmeertaal HTML, besloot hij websites te maken voor lokale zelfstandigen en verenigingen. Dat deed hij aanvankelijk in bijberoep, naast zijn studies boekhouden/informatica, daarna design en later heel even handelsingenieur. Maar Intracto, zoals hij zijn in 2005 opgerichte zaak noemde, groeide te snel om alles te blijven combineren.

'Ik was van plan te groeien in het tempo van één werknemer per jaar. Als ik dat



had waargemaakt, had ik vandaag 18 werknemers en was ik wellicht even blij geweest. Maar na zes maanden waren we al met drie. En toen vroeg een conculega uit de buurt of ik geen zin had om zijn klanten over te nemen. Hij was hun gezaag bev, zei hij. (lacht) Voor 6.000 euro mocht ik ze hebben, en ik kreeg er een computer bij.'

Die overname bleek een cruciaal moment, want die ontevreden klanten, die op dat moment zo'n 20.000 euro per jaar uitgaven, brachten een jaar later 120.000 euro binnen. 'Gewoon, door ze op een andere manier te benaderen en te behandelen', zegt Janssens. 'Dat heeft iets in mij losgemaakt. Plots zo snel groeien was opwindend. Die toevallige overname is de basis geweest voor wat we de voorbije jaren hebben neergezet: een mix van eigen klanten werven en gericht overnames doen.' Buy-and-build heet dat in zakelijk jargon. Zo bouwde hij dan toch.

Met de hulp van het investeringsfonds Waterland ging Janssens in binnen- en buitenland op overnamepad. Intracto heet vandaag iO en het oorspronkelijke kantoor in Herentals is nu het

zenuwcentrum van een Europees digital agency. Dat biedt zijn vele klanten - van multinationals als Toyota over ngo's als Unicef tot de Vlaamse overheid - alles aan wat er aan digitale diensten te vinden is, van strategisch advies in marketing en communicatie tot het bouwen van websites en onlineplatformen, het bedenken van de creatieve content en het uitwerken van digitale strategieën. Het bedrijf telt 2.000 werknemers in vier landen en boekte vorig jaar een operationele marge van 40 miljoen euro op een omzet van 250 miljoen euro.

Opletten, of moeder belt

Terwijl de echtgenote van Janssens ons van koffie voorziet, plukt de 40-jarige Kempenaar een pistolet uit het rijkelijke ontbijtbuffet, met fruit, croissants en macarons. 'Dit is niet mijn gewoonte', zegt hij tussen twee happen door. 'Ik ben meer het type bij wie er maar 17 à 20 minuten zitten tussen de wekker die afloopt en het naar buiten stappen. Ontbijten doe ik normaal niet.'

Staat hij weleens stil bij de steile opmars van zijn bedrijf? Janssens denkt na. 'Weet je, het is na de feiten altijd verleidelijk om te zeggen dat je een groot plan had. Je 'post-rationaliseert'



jezelf dan tot groot ondernemer. (lacht) Maar heel eerlijk: veel heeft met geluk te maken. Het geluk om op het juiste moment met het juiste bezig te zijn.'

Je moet wel dŭrven te springen, opperen we. Dat is niet evident als je zoals Janssens uit een eerder risico's schuwend gezin komt. 'Ik moet oppassen wat ik zeg, want telkens als ik beweer dat ik niet uit een ondernemende familie kom, krijg ik telefoon van ons moeder. (lacht) Maar dat is voor alle duidelijkheid niet negatief bedoeld. Ik kom uit een warm nest en ik heb een gelukkige jeugd gehad. Maar ja, mijn ouders waren actief in het onderwijs en in de sociale sector. Ook in de ruimere familie Janssens zit geen enkele ondernemer. En de families Janssens in de Kempen, die zijn gróót. (lacht)'

Wat maakt hem dan een wat andere Janssens? 'Ik heb altijd een beetje volgens het Pippi Langkous-principe geleefd', zegt hij. 'Ik heb het nog nooit gedaan, dus ik denk wel dat ik het kan.' Dat klopt uiteraard niet altijd. Je gaat al eens op je bek, maar dan leer je weer iets bij en ga je naar het volgende. Ik hou wel van een beetje risico. Ik zoek graag het randje op. Net buiten je comfortzone gaan, zonder roekeloos te worden.'

Het is een levenshouding die hij ook in zijn bedrijf probeert te cultiveren, zegt Janssens. 'Ik ben niet zo'n fan van theorie, van mensen die eerst zeven maanden moeten nadenken voor ze iets durven uit te voeren. Ik plaats boerenverstand boven overdenken. Als je na twee maanden met iets de markt op gaat, dat in de derde maand wat bijstuurt en in de vierde maand perfectioneert, ben je nog altijd sneller en wellicht ook beter dan wie met z'n neus in de boeken zit. We zijn ook geen kernreactor aan het bouwen, hé - dat doe je niet in de hoop dat het lukt - maar in onze business moet je berekende risico's durven te nemen.'

Tranen op de ring

Het randje opzoeken is een rode draad in Janssens' carrière. 'Als bedrijfsleider moet je durven te zeggen: zo'n 90



procent van wat we verkopen, kennen en kunnen we, maar 5 à 10 procent moet oncomfortabel voelen. Dat moet net iets te complex, net iets te weinig vertrouwd voelen. Dat zijn de zaadjes die je plant voor morgen. Anders sta je stil, en stilstaand water begint te stinken. Dat is een val waarin veel agency's trappen.'

Die instelling dreef iO naar het buitenland. 'Rond 2017 waren we in België een gevestigde waarde. Ik had een 200-tal mensen in dienst en alles liep goed. Toen zich een kans voordeed in Nederland, moest ik de keuze opnieuw maken: blijf ik in mijn comfortzone of spring ik? Het is het tweede geworden. Dat was mijn grootste gok ooit. Ik reed op een dag vanuit Nederland naar huis en op de ring rond Eindhoven schoten de tranen in mijn ogen, omdat ik besepte dat het goed was uitgedraaid. Dan en daar heb ik beslist nog een stap verder te gaan.'

Janssens haalde investeringspartner Waterland aan boord en veroverde na Nederland de voorbije jaren ook Zweden en Denemarken. 'Ik heb nochtans geen echte internationaliseringsdrang. Ik zie mezelf geen kantoor in New York of Singapore openen. Maar in de markten waarin we actief zijn, kunnen we onze voet zetten. Als we ergens komen, is het om er belangrijk te worden.'

Turbulent jaar

Terwijl er verse koffie op tafel komt, erkent Janssens dat het niet altijd van een leien dakje is gelopen. Zeker de voorbije jaren waren moeilijk. Eerst was er corona, waardoor het moeilijker was om overgenomen bedrijven te integreren. Daarna kwamen de oorlog in Oekraïne

en de energiecrisis. 'De ellende bleef ons gelukkig grotendeels bespaard, maar veel agency's zagen hun klanten beknibbelen op de uitgaven. In zo'n neerwaartse cyclus zijn eigenaars niet geneigd te verkopen, wat ik begrijp. We hebben daardoor twee jaar vertraging opgelopen in onze overnameplannen.'

Tegelijk steeg de rente. Ook dat had een impact op iO, dat zich stevig in de schulden stak om zijn doelen te bereiken. Eind vorig jaar had het bedrijf 28 miljoen euro financiële kosten op zijn schuld van 300 miljoen euro. Zoekt Janssens ook financieel het randje op? 'Ik moet niet flauw doen, vorig jaar was een vervelend jaar. Terwijl onze expansie op pauze stond, steeg de rente, kregen we een indexering van 11 procent op ons bord en schafte de regering de regeling voor auteursrechten af, wat onze kosten nog meer deed stijgen (het gunstregime voor roerende voorheffing werd naast schrijvers en kunstenaars de jongste jaren ook veel door IT'ers gebruikt, red.). Maar de situatie is nooit ondraaglijk geworden.'

'Als ik kijk naar dit jaar, ben ik weer op mijn gemak', zegt Janssens. 'We zien onze brutobedrijfswinst (ebitda) toenemen met meer dan 30 procent. Tegelijk stijgt onze financieringslast maar met 10 procent. En met een duidelijk dalende rente in het verschiep zullen die financieringskosten volgend jaar aanzienlijk lager zijn. Zolang onze cashflow sneller stijgt dan de financieringskosten zitten we goed. De voorbije jaren waren door externe omstandigheden turbulent, maar de situatie klaart op. We pikken nu de draad weer op, op zoek naar het randje.'



GENT RAADT AAN KERSTBOOM OP TE ETEN...



Data werkingsjaar **Save the Date**



- 24/01/25 : Winterfeest Den Eyck
- 20/02/25 : Spreker Geert Vromman
- 20/03/25 : Spreker Geert Janssens
- 17/04/25 : Spreker Chris Verleye
- 15/05/25 : Nog in te vullen
- 20/06/25 : Zomerfeest & Autorally



Secretariaat Ontbijtclub Kempen

Drukservice-Impressa nv
Greesstraat 13 - 2200 Herentals
† 014 28 55 55 - f 014 28 55 50
ib@impressa.be

Samenstelling bestuur werkingsjaar 2024-2025

Voorzitter: Michel Sollie
Secretaris: Koen Vanlommel
Finance & Accounting: Gerald Favril
Nieuwsbrief & website: Christof Maes, Dave Van De Putte
Ledenwerking: Inge De Roovere
Organisatie & Events: Tom Bongaerts, Christof Maes, Dave Van De Putte

