© Jürgen de Witte

Tussen buikgevoel en businessplan

Jan Bart Van In • eindredacteur

De praktijkervaringen van drie West-Vlaamse starters

West-Vlaanderen blijft (spijts alle braindrain) een vruchtbare bodem voor het kiemen van nieuwe bedrijven. Starters van diverse pluimage, al dan niet gewapend met ervaring, zetten hun schouders onder zeer uiteenlopende ondernemingsprojecten. Wat drijft hen? Welke drempels en valkuilen moeten ze overwinnen? Wie zijn hun bondgenoten? Laten ze zich vooral leiden door een buikgevoel of pakken ze hun bedrijfsproject heel rationeel en planmatig aan? Welke rol speelt een bedrijvencentrum, een doorgangsgebouw en/of een erkenning en begeleiding als creatieve starter, voor deze pioniers?

In deze *'In de Kijker'*, geven we het woord aan drie jonge ondernemingen, Fagrotec bvba, Field Focus bvba en Totaalinrichting Delaere bvba, die ieder op korte tijd een opmerkelijk startersparcours hebben afgelegd.

"Eerste aanwerving is een scharniermoment"

© Jürgen de Witte

Frederic De Deene (Fagrotec bvba)

Landbouwingenieur Frederic De Deene zag, na een wervelende buitenlandse loopbaan, een gat in de Belgische markt van de inrichting van pluimvee- en varkensstallen. De EU-verordening die pluimveehouders verplicht om van legbatterijen over te stappen naar meer diervriendelijke systemen, geven zijn firma Fagrotec een boost van formaat. Het bedrijf is twee jaar na de start het Bedrijvencentrum Brugge al ontgroeid.

Frederic De Deene (37) is opgegroeid in Wevelgem, waar moeder een apotheek uitbaatte. Na zijn studies als landbouwingenieur (K.U.Leuven) en een MBA in Barcelona gaat hij twee jaar in Spanje werken. De lokroep van een carrière in het buitenland blijft groot, ook wanneer hij, terug in België, in dienst treedt van VDS uit Deerlijk, producent van premixen en dierenvoeding voor de agricultuur. Dat brengt hem naar diverse bestemmingen in Afrika.

Frederic De Deene: "Ik kreeg er een grote verantwoordelijkheid in het opstarten en begeleiden van complete projecten zoals de oprichting van een broeierij in De Seychellen. Dat was voor mij een intro in de pluimveesector. Vanuit mijn basis in de agrotechniek kreeg ik de kans om als projectmanager vorm te geven aan complete concepten met een brede focus, inclusief het financiële plaatje. Als jonge gast kreeg ik de vrijheid om een grote verantwoordelijkheid op te nemen en dat was een formidabele leerschool."

DUTCHMAN

Tijdens zijn 'missies' in Afrika leert Frederic Big Dutchman kennen, een bedrijf dat in 1930 werd opgestart door twee, naar de VSA uitgeweken, Nederlandse broers en dat sinds 2008 in handen is van de Duitse familie Meerpohl.

Frederic: "Big Dutchman is de internationale nummer 1 in de inrichting van installaties voor varkens en pluimvee en biedt een totaalconcept, inclusief elektriciteit, ventilatie en de automatisatie van voederlijnen. Zij zochten een nieuwe partner-distributeur voor België. Fagrotec is opgericht in mei 2008. Dit jaar stevenen we af op 5 miljoen euro aan project realisaties met een team van drie mensen, in combinatie met een netwerk van onderaannemers. Onze meerwaarde zit in het mee bedenken van het complete concept voor de klant en in ons streven naar een langetermijnrelatie gebaseerd op een sterke service na verkoop. De snelle groei die we doormaken heeft, naast de sterke reputatie van leverancier Big Dutchman, ook te maken met een nieuwe EU-richtlijn die de pluimveehouders verplicht om over te schakelen van klassieke legbatterijen naar meer diervriendelijke systemen."

Waarom bent u gestart in het BC Brugge?

Frederic: "Mijn echtgenote en ik zijn nogal gehecht aan de zee en dus kozen we om te starten vanuit Brugge. Het aanbod in deze regio is niet groot. Het Bedrijvencentrum biedt instapklare ruimte met een lage financiële drempel en voldoende flexibiliteit. De diensten die zij verlenen, verlossen een ondernemer van diverse kleine handelingen die anders veel tijd roven. Het enige wat ik in het BC Brugge mis, is wat meer opslagruimte. Door onze steile groei kijken we nu al uit naar een eigen bedrijfspand van minstens 300 m² om te kopen. Maar dat is niet gemakkelijk te vinden in de Brugse contreien."

Welke kritische factoren zijn in uw ervaring belangrijk voor een starter?

Frederic: "Ondernemen is voor mij: grenzen verleggen en horizonten verruimen. De meeste starters hebben geen budget om intensief marktonderzoek te doen. Daarom is ervaring hebben in je branche cruciaal. De overheid heeft de jongste tijd meer aandacht voor de ondersteuning van starters. Dat is positief maar eigenlijk zou die begeleiding moeten aanvangen nog vóór de eigenlijke start. Als antwoord op de vraag: hoe begin ik eraan? Goede adviseurs zijn onontbeerlijk. Als je bedrijf in een stroomversnelling geraakt dan is het ook belangrijk om taken te delegeren want anders riskeer je om te crashen. Mijn eerste aanwerving was een scharniermoment en tegelijk een moeilijk beslissingsproces. Evenzo vitaal is budgetteren en kosten beheersen. Dromen is goed maar de realiteit primeert. Ik kan het mij bijvoorbeeld niet veroorloven om een opdracht slecht uit te voeren, want het gaat telkens over installaties met een aanzienlijk prijskaartje. Een goede reputatie opent vanzelf nieuwe deuren. ■

www.fagrotec.be

© Jürgen de Witte

“Ga ervoor maar met gezond verstand”

Kristof Hots (Field Focus bvba)

Dienstenbedrijf **Field Focus bvba** is opgericht begin 2009 en opereert vanuit het Bedrijvencentrum Waregem. Volgens zaakvoerder Kristof Hots is een starter beter gewapend met gezond verstand, gedrevenheid en voeling met zijn sector dan met een gedetailleerd of omslachtig businessplan.

Field Focus bvba is actief in field marketing en legt zich toe op productpresentaties voor consumentenbedrijven in supermarkten en winkelketens. De focus ligt op segmenten zoals kleine elektroapparaten en toebehoren.
Het team telt vandaag 3 vaste medewerkers en 60 freelance demonstrateurs.
Oprichter Kristof Hots (35) uit Zwevegem komt uit een ondernemersnest. Zijn grootouders waren textielfabrikanten en vader Hots was als verkoper actief in binnen- en buitenland.
Gewapend met een opleiding graduaat marketing (KATHO), een master aan de universiteit van Mons (Bergen) en een kmo-challenge en retailmarketing bij Vlerick, ging Kristof, in 1998, als marketingmanager aan de slag bij elektronicabedrijf Assemblics in Harelbeke. Begin 2009 zette hij zijn schouders onder zijn eigen ondernemingsproject.

Welk traject ging vooraf aan de start van Field Focus?

Kristof Hots: “Ik had voldoende ervaring binnen de KMO-wereld en ben vooral zeer gedreven. Deze factoren, samen met de vaststelling dat het vaak beter kan, hebben mij ertoe aangezet zelf een zaak op te starten. Ik ben overtuigd dat een zeer kwalitatieve dienstverlening ook in moeilijke tijden kan overleven. Field Focus is ontstaan uit de overname van de activiteiten van een demonstratiekantoor uit Wetteren, waarvan de zaakvoerders met pensioen gingen.
Oorspronkelijk startte ik onder de naam “Sales Forces”. Maar toen kwam er een klacht van het Amerikaanse “salesforce.com”. Het was kiezen tussen een onzekere, dure en langdurige juridische procedure of een naamsverandering. De keuze was als starter snel gemaakt.”

Op welk soort klanten ligt uw focus?

Kristof Hots: “Wij zoeken klanten die op lange termijn willen samenwerken rond kortlopende acties. Omdat we veel tijd en energie investeren in de voorbereiding van onze demonstraties, heeft een samenwerking voor één of enkele opdrachten weinig zin. Ook richten we ons op verkoopondersteunende acties en niet op de zuiver promotionele activiteiten zoals street marketing, flyering, …”

Waarom koos u voor het Bedrijvencentrum Waregem?

Kristof Hots: “Het BC in Waregem is eerst en vooral zeer goed gelegen, niet ver van mijn woonplaats en zeer dicht bij op- en afritten. Bovendien is het voor een starter zeer nuttig dat er telefoonpermanentie is en service voor het ontvangen en versturen van brieven en pakketten. Handig is ook dat we beschikken over verschillende types vergaderzalen. Uit ervaring weet ik dat dit bij de meeste bedrijven een probleem is. Wij benutten ook een magazijn dat rechtstreeks aansluit op onze kantoren.”

Field Focus kreeg een nominatie als ‘creatieve starter’ binnen Actie voor Starters. Waarin zit het creatieve aspect van uw onderneming?

Kristof Hots: “De concurrentie heeft een prijzenslag uitgevochten met dalende prijzen tot gevolg. Omwille van de beperkte marges aanvaardde men noodgedwongen acties met grote volumes, zonder passende voorbereiding of opvolging. Field Focus gaat tegen de stroom in door wel sterk te investeren in deze dienstverlening. Daarnaast verteren wij niet zomaar de opdrachten van de klant, maar denken we ook commercieel mee. Dit maakt dat wij geen pure leverancier zijn, maar eerder een verlengstuk van de interne verkooporganisatie van de klant.”

Welke waren de gunstige factoren en de tegenvallers bij de start?

Kristof Hots: “Door de economische crisis waren er veel ervaren mensen beschikbaar op de arbeidsmarkt. Dit liet toe om snel mensen aan te trekken die Field Focus een toegevoegde waarde bieden en die bijdragen tot een kwalitatieve dienstverlening.
De economische crisis was anderzijds ook een belangrijke hindernis, want het eerste wat dan sneuvelt is het marketingbudget van de klanten.”

Welke kritische factoren zijn in uw ervaring belangrijk voor een starter?

“Mijn motto luidt: ga ervoor. De belangrijke kritische factoren zijn: gezond verstand, voeling met de sector, hard werken, hard werken en nog eens hard werken…
Marktonderzoek is voor de meeste starters te duur en ervaring in de sector staat soms creativiteit in de weg. Banken nemen geen risico’s en zijn dus weinig toegankelijk voor starters. In tegenstelling tot sommige andere ondernemers, ben ik er niet van overtuigd dat het altijd een goede zaak is om zeer gedetailleerde businessplannen en financiële plannen op te maken. De helft van de bedrijven die op vandaag succesvol zijn, was anders wellicht nooit opgericht.” ■

www.fieldfocus.be

"Loop niet vooraleer je kan gaan"

© Jürgen de Witte

Steven Delaere (Totaalinrichting Delaere)

"In mijn werkveld vergaat de wereld twee keer per jaar. Eenmaal vóór het kerstverlof en eenmaal net vóór het zomerverlof. De klanten willen dan perse hun interieuropdracht afhebben. Dus dan steken we een tandje bij."

Ondernemer Steven Delaere legt zich als gespecialiseerde schrijnwerker toe op de creatie van maatmeubelen en de inrichting van interieurs. Het bedrijf kent een felle groei en is na vier jaar Bedrijvencentrum Regio Kortrijk rijp voor de sprong naar een eigen bedrijfsgebouw.

Steven Delaere (36) is opgegroeid in Gullegem waar zijn ouders voorheen een zuivelgroothandel uitbaatten. Na een opleiding als A2 houtbewerker was hij 13 jaar aan de slag bij een grote interieurbouwer in de regio Kortrijk. Na zijn uren begon hij bij te klussen in bijberoep. De stap naar een volwaardige eenmanszaak gebeurde in 2004 en in de lente van dit jaar werd Totaalinrichting Delaere een heuse bvba. Sinds begin 2007 betrekt de firma een atelier in het doorgangsgebouw van het Bedrijvencentrum Regio Kortrijk in Wevelgem. De onderneming heeft de wind in de zeilen.

Steven Delaere: "Ons orderboek is goed gevuld en ook in het crisisjaar 2009 zijn we blijven groeien. Precies omwille van de lage opbrengst van aandelen en spaarrekeningen zijn onze (meer behoede) klanten geneigd om te investeren in een aanpassing of vernieuwing van hun interieur en in meubilair op maat. Mijn samenwerking met drie interieurarchitecten is ook een pluspunt. Ik heb vandaag al vier medewerkers in dienst en ben op zoek naar twee extra krachten. Geschikte mensen vinden is een probleem. Dat los je niet op met grote vacatureadvertenties, wel door gericht te netwerken."

Waarin zit de toegevoegde waarde van Totaalinrichting Delaere? Waarin onderscheidt u zich?

Steven Delaere: "We beloven onze klanten alleen datgene wat we ook effectief kunnen waarmaken. Een goede planning is daarbij cruciaal. Als ondernemer en leider van mijn team ben ik als eerste en als laatste in de zaak aanwezig. Klanten worden steeds mondiger en kritischer. Maar dat schrikt mij niet af. Muggenziften is in mijn branche niet aan de orde. Flexibiliteit wel. Dat betekent dat je bijwijlen een beroep moet durven doen op je collega's."

Waarom koos u voor het Bedrijvencentrum Regio Kortrijk?

Steven: "Als productiebedrijf hadden we van in het begin voldoende atelierruimte nodig, onder meer om een CNC-houtbewerkingsmachine te kunnen plaatsen die 7 meter op 5 meter groot is. Een atelier vinden van ten minste 400 m², tegen een betaalbare prijs, is voor een starter niet evident in deze regio. De huurprijs in het doorgangsgebouw is billijk. Bovendien kan je vrijblijvend putten uit een waaier aan diensten. Ook de netwerking met de overige huurders en met het management is een meerwaarde. Dankzij de contacten van BC-directeur Pol Huyzentruyt werd een aanslepende interventie van Eandis snel opgelost. Het enige nadeel van onze unit is dat er geen bureelruimte voorzien is. Een opsteker was dat wij zelf mochten bijdragen aan de uitbreiding en de vernieuwing van het BC Kortrijk. Dat leverde meteen een mooie klantenreferentie.
Na vier jaar onderdak in het BC zijn we klaar voor een nieuwe fase. In januari 2011 start de bouw van ons eigen atelier en kantoorgebouw van 1.200 m² op een terrein van 2.500 m² in Bissegem. We investeren 850.000 euro in dit project incluis aankoop van de grond."

Welke kritische factoren zijn in uw ervaring belangrijk voor een starter?

Steven: "Mijn motto luidt: begin niet te lopen vooraleer je kan gaan. Als startende ondernemer loop je dus beter niet te rap van stapel. Doe eerst je huiswerk. Plannen is belangrijk en budgetteren ook. Een goede huisbankier en een degelijke boekhouder of accountant zijn daarbij van belang. Zij adviseerden mij bijvoorbeeld over de voordelen van de overschakeling van een eenmanszaak naar een bvba. Ondernemen begint natuurlijk met een buikgevoel maar het is nuttig om je ideeën te toetsen aan die van deskundige raadgevers. Ik kreeg bij de aanvang van mijn zaak veel hulp van een schoolmakker die ook in de branche actief is. Een andere belangrijke factor is ervaring. De meest succesvolle starters zijn mensen die de stiel en de business eerst enkele of vele jaren hebben geleerd en aangescherpt in één of meerdere bedrijven. Investeer ook in een constructieve omgang met je medewerkers. Voor hen ben ik een collega en geen baas…" ■

www.totaalinrichting-delaere.be

© Jürgen de Witte