

# VLAANDEREN MANAGER

Regionaal Zakenmagazine

Editie: Oost- en West-Vlaanderen - Nummer 39 - December 2011 - Jaargang 10 - Driemaandelijks in maart - juni - september - december - Afgiftekantoor 3500 Hasselt I



## Het grote bouwdebat

“Schoentje knelt  
bij financiering”

(Blz. 24)

## Ondernemen in Zuid-Oost-Vlaanderen

(Blz. 116)



## Tim Nagels, Medic Lab

“Uitbreiden om  
verder te groeien”

(Blz. 14)

## Pro's en contra's van thuiswerk

(Blz. 115)

## Ann Vancoillie, Creaplan

“Een enthousiast team  
is de beste publiciteit”



Ann Vancoillie: "Meer dan ooit leven we in een tijd waarin looks, trends en imago crucial zijn."



Als koppel een onderneming runnen, het is niet iedereen gegeven. Dirk Deleu en Ann Vancoillie slagen er wel in. Het echtpaar is de motor achter de bedrijven Creaplan en Aluvision, die binnen de sector van de standbouw een complementair duo vormen. "Uw bedrijf zien groeien is mooi, maar een ondernemer moet altijd waken over de organisatie. Creativiteit, kwaliteit en service - de drie hoofdpijlers binnen de filosofie van Creaplan - mogen er nooit onder lijden," zegt Ann Vancoillie.

Ann Vancoillie, Creaplan

## "Nieuwe media hebben persoonlijk contact nog belangrijker gemaakt"

Vrouwen als bedrijfsleider: hun aantal zit in de lift, maar een evenwicht met het andere geslacht is er nog niet. Voor Ann Vancoillie stond het al vrij vroeg vast dat ze professioneel op eigen benen wou staan.

Ann Vancoillie: "Ik kom uit een zelfstandig nest, mijn ouders runden een groothandel in aardappelen. Een van mijn broers heeft inmiddels de fakkel overgenomen, mijn andere broer is burgemeester. Voor mij was het evident ook ondernemer te worden, ik heb daar vrij snel naartoe geleefd. Bovendien was ik geprikkeld door de gedrevenheid van mijn ouders."

**M.M.: Ook uw man deelt die passie. Is het net moeilijker of makkelijker als uw privépartner ook uw zakelijke partner is?**

"In ons geval lukt het, gelukkig, wonderwel. Uiteraard hebben we er grondig over nagedacht vooraleer we ook professioneel een duo werden. Want er komt toch wel wat bij kijken. Het is vooral een kwestie van goede afspraken te maken, maar als dat lukt, is de combinatie heel zinvol en efficiënt. Je toont ook makkelijker begrip voor de flexibiliteit van elkaars drukke agenda. Het zou minder vanzelfsprekend zijn, mochten we bedrijven runnen die niets met elkaar te maken hebben. Ook als we thuis rond de tafel zitten, komt het werk uiteraard af en toe aan bod, maar we waken erover dat er voldoende 'quality time' voor ons gezin overblijft."

**M.M.: Als standbouwer zit Creaplan volop in de beurssector. Hoe gul is het gemiddelde Vlaamse bedrijf met zijn investeringen daarin?**

"Na de crisis heeft de markt van beursdeelnames zich goed herpakt. Sociale media bieden op zakelijk vlak heel wat mogelijkheden, onder meer om innoverende producten en markten te leren kennen, maar de ervaring leert dat de meeste ondernemingen

meer dan ooit belang hechten aan persoonlijk contact. Beurzen zijn dan ook de ideale plaats waar klanten, leveranciers en prospecten elkaar persoonlijk kunnen ontmoeten."

### Imagovertaling

**M.M.: Merkt u die toegenomen interesse in beurzen ook in het bedrag dat aan een stand wordt gespendeerd?**

"Meer dan ooit leven we in een tijd waar looks, trends en imago heel belangrijk zijn. Op beurzen willen ondernemingen het juiste imago uitstralen en hun aanpak en innovaties laten zien. Welke look het best wordt gehanteerd, hangt heel sterk af van de sector, het doelpubliek, de locatie, enzovoort. Aangezien wij in heel diverse sectoren werken, is het voor ons enorm boeiend telkens opnieuw de juiste creatieve concepten uit te werken. Ieder project is maatwerk: je start van een wit blad en evolueert naar een concept dat een unieke stand moet opleveren."

**M.M.: In welke mate verschilt een stand anno 2011 van een exemplaar uit een vorige generatie?**

"Sinds het ontstaan van Creaplan hebben wij zelf de nadruk gelegd op ecologisch verantwoorde stands. Tegenwoordig constateren wij dat die vraag nu ook steeds meer van de klant zelf komt. Het streven naar duurzaam ondernemen komt onder

meer tot uiting in een zo laag mogelijke ecologische voetafdruk bij de productie van de stand. We werken daarom met de Aluvision-bouwoplossing die opnieuw inzetbaar is. Deze vormt als het ware het skelet van de stand. Dat leunt perfect aan bij het groene imago dat veel klanten zo belangrijk vinden."

**M.M.: Creaplan is soms ook actief in de evenementenbranche. Vinden jullie zelf 'incentives' met het team belangrijk?**

"Jaarlijks, al van in de beginjaren van Creaplan, toen de ploeg nog veel kleiner was, houden we de traditie van een uitstap in stand. Dit is bij onze mensen een begrip geworden, waar telkens opnieuw weer vol verwachting naar uitgekeken wordt. Samen werken is ook samen ontspannen! Net daarom hebben wij op onze bovenverdieping een ruimte gecreëerd waar medewerkers samen kunnen eten, maar ook een partijtje biljart of tafelvoetbal kunnen spelen. In ons vak is creativiteit heel belangrijk, een leuke werkomgeving kan dit alleen maar stimuleren. Waar mensen graag vertoeven, worden er in team mooie zaken gerealiseerd."

### Eigen inbreng

**M.M.: Kan het ook een tool zijn om nieuwe medewerkers aan te werven?**

"Een enthousiast team is de beste publiciteit voor een onderneming, niet

### De trage politiek

Het economisch klimaat is vandaag hoogst onzeker en allerminst rooskleurig. Zullen de crisis in de eurozone, het ontbreken van een volwaardige regering en de Dexia-affaire ertoe leiden dat bedrijven op marketingvlak de portefeuille minder snel zullen openen? "We hopen uiteraard van niet," reageert Ann Vancoillie. "De bedrijfswereld is een erg dynamische omgeving, met snelle beslissingen. Het vereist flexibiliteit om in te spelen op veranderende marktsituaties, enzovoort. Dat staat haaks op de traagheid waarmee de politieke situatie in ons land momenteel evolueert. Het is onthutsend om vast te stellen hoe het bij de politici rond de onderhandelingstafel aan daadkracht ontbreekt. Daar moet verandering in komen."



alleen naar klanten maar ook naar sollicitanten toe. Een 'incentive' met het team is een sfeerbrenger, maar heeft weinig nut als de goede werksfeer niet authentiek is. Belangrijk bij ons is dat iedereen zijn talenten ten volle kan gebruiken en uitbouwen. Iedereen moet zich gestimuleerd voelen om een eigen inbreng te hebben. Zeker in een projectomgeving als bij Creaplan, is de input van de betrokken medewerkers heel belangrijk. Daarom moeten ze zich ook thuis voelen in ons bedrijf."

**M.M.: Vereist dat een aparte HR-aanpak?**

"De zoektocht naar nieuwe medewerkers is intens en is ook noodzakelijk om onze groei te kunnen voortzetten. De juiste man of vrouw op de juiste plaats vinden, is een dagelijkse uitdaging. We hebben een HR-verantwoordelijke in dienst die via jobbeurzen, advertenties en mond-tot-mondreclame voor een instroom van nieuwe profielen zorgt. We besteden veel aandacht aan het aanwervingstraject en investeren tijd en energie in diverse gesprekken per kandidaat, om zo goed mogelijk in te schatten of iemand daadwerkelijk geknipt is voor een bepaalde functie. Gelukkig kunnen we ook rekenen op een heel trouw team, opgebouwd door de jaren heen. Een vaste kern is al van in de beginjaren bij Creaplan en heeft meegeschreven aan het verhaal."

**M.M.: In 2002 is Creaplan verhuisd van Kortemark naar Nazareth, een verplaatsing van bijna 50 kilometer. Welke inspanningen heeft u moeten leveren om uw medewerkers mee te krijgen?**

"Ik vind het nog altijd een hele prestatie dat we er toen in geslaagd zijn met ons volledige team, toen 17 mensen, de overstap te maken. Onze vorige locatie was te klein geworden en in West-Vlaanderen vonden we toen geen bouwgrond. Tot één van onze medewerkers de industriezone in Nazareth zag. Qua ontsluiting en ligging is dit sowieso optimaal, van hieruit kunnen we nog een stuk efficiënter werken. We zijn daar met iedereen vrij vroeg en openlijk over gaan communiceren en vonden iedereen bereid bij ons te blijven."

## Enthousiaste rechtlijnigheid

**M.M.: Welke evolutie heeft u zelf als ondernemer doorgemaakt?**

"Het jonge meisje dat zelfstandig wou zijn, maar nog niet goed wist op welke manier, heeft plaats gemaakt voor iemand die het runnen van een bedrijf wil combineren met voldoende zorg voor een gezin en hobby's. Gedrevenheid is de motor van alles, dat had ik destijds ook bij mijn ouders gemerkt. Sinds ik hier in 1999 begon, heb ik verschillende fases doorlopen. Initieel bekommerde ik me om het administratieve, later om de verkoop. Nu hou ik me zowel bezig met personeel, verkoop, algemeen beleid als met de overkoepelende visie. Bovendien doe je dat in een voortdurend veranderende tijdsgeest, waarin de markt snel evolueert. Ook de eisen en normen over standbouw wijzigen. De flexibiliteit om met dat alles om te gaan, is bepalend voor het succes."

**M.M.: Waaraan hecht u zelf veel belang?**

"Het is cruciaal om heel rechtlijnig en consequent te zijn, in alles wat je doet. Dit kan doorgetrokken worden op alle lagen van het ondernemen, ook naar personeel toe. Medewerkers hebben het recht te weten welk doel we als bedrijf willen bereiken. Hoe kan je van hen verwachten er passioneel voor te gaan als je zelf niet enthousiast bent? Het voortbestaan van een onderneming is afhankelijk van de cijfers die je kan voorleggen, maar het zijn de mensen die voor die resultaten zorgen. Standbouw is meer dan gelijk welke andere sector een 'people's business'. Ieder project is een groepsgebeuren, waar je met verschillende mensen werkt naar een eindrealisatie tot in de laatste details en dit alles nog eens tegen de tijd! Als de beurs opengaat, moet het project er staan."

**M.M.: Is die 'human touch' een typisch vrouwelijk accent?**

"Ik denk dat de globale aanpak weinig afhankelijk is van het geslacht. Vermoedelijk bekijken een man en een vrouw hun bedrijf als vennoten vanuit een andere invalshoek dan pakweg twee mannen of twee vrouwen samen, maar de mix lijkt me heel interessant. Behalve bij onze opbouwafdeling zijn beide geslachten in alle departementen van ons bedrijf gelijkwaardig



## Fiche Creaplan

- **Oprichtingsjaar:** 1994
- **Belangrijkste activiteiten:** standbouw, displays en showrooms op maat
- **Aantal medewerkers:** 45, aangevuld met freelancers en interimkrachten
- **Omzet:** 8 miljoen euro

## Fiche Ann Vancoillie

- **Leeftijd:** 42
- **Studies:** "Communicatiewetenschappen. Daarna heb ik me in Boston verder gespecialiseerd in public relations en marketing, en ben ik daar ook afgestudeerd."
- **Carrière:** "In 1993 werkte ik in Parijs één jaar voor WCSS, een Amerikaans zusterbedrijf van IBM, gespecialiseerd in logistieke software. Nadien keerde ik naar België terug en was ik 4,5 jaar actief binnen de bedrijvengroep van Aimé Desimpel. Sinds 1999 leid ik Creaplan."

vertegenwoordigd. Zeker bij de interieurarchitecten zorgt dat voor een leuke kruisbestuiving van ideeën, maar ook op collegiaal vlak leidt dat tot een gezond evenwicht. Persoonlijk vind ik het leuk om af en toe met andere vrouwelijke bedrijfsleiders van gedachten te wisselen, maar uiteindelijk is de inhoud van een gesprek belangrijker dan het geslacht van de gesprekspartner."

**M.M.: Hoeveel tijd kunt u in uw agenda nog reserveren voor uw gezin?**

"We waken erover dat we daar voldoende ruimte voor vrijmaken. Zo is het een traditie om vrijdagavond in familieverband door te brengen, als start van het weekend. Gelukkig hoeven de kinderen (14, 12 en 11 jaar) ons er weinig op attent te maken om eens over iets anders dan het werk te praten. Ik vind het heel belangrijk hun wereld te kennen, en heel veel met hen te communiceren. Verder kan ik me ook ontspannen met koken, lezen, cultuur en reizen. Een trip naar het buitenland is zalig om andere culturen te leren kennen, dingen te beleven, te ervaren hoe mensen daar leven, enzovoort. Het is heel prikkelend en geeft mij telkens weer heel wat nieuwe energie."

**Bart Vancauwenberghe**

(Foto's: Bart Vandermeersche)