

Onbevungen entree in de wereld van inox en ijzer

“Mensen die weifelen, slagen nooit in hun ondernemingen”
(Napoleon)

Achteraf begrijpt Karine De Bie wel waarom zij en haar man met de nodige scepsis hadden af te rekenen toen ze als jonge twintigers het toenmalige Alinco overnamen. Toch ging het jonge koppel niet over een nacht ijs. Het ondernemerschap zat hen in de genen en bovendien beschikten ze over de nodige capaciteiten, intelligentie en gezond verstand. Tel daar nog een flinke dosis lef bij en het verklaart waarom een kwakkelend bedrijf in amper zeventien jaar nagenoeg marktleider in de sector werd.

Tekst: Gerda Baeyens



MEER DAN DERTIG EIGENAARS

“Alinco kent een rijke geschiedenis, vertelt Karine. Zo hebben een aantal medewerkers en klanten samen gezorgd voor de doorstart van het bedrijf toen het op een bepaald moment failliet ging. Uiteraard was dat een prijzenswaardig initiatief, maar het betekende ook dat wij bij de overname met behoorlijk wat eigenaars te maken hadden. Dat dit de zaken er niet op vergemakkelijkte mag wel duidelijk zijn. De onderhandelingen verliepen dan ook vrij moeizaam. Onze leeftijd - wij waren beiden begin twintig - speelde ook niet bepaald in ons voordeel. Achteraf begrijp ik wel waarom er wat scepsis was omtrent onze plannen; wij waren immers twee jonge snotters die nog niets hadden bewezen en toch de verantwoordelijkheid voor een bedrijf ambieerden. Maar al hadden we relatief weinig ervaring, we wisten wel degelijk waaraan we begonnen. We waren beiden afgestudeerd in de Toegepaste Economische Wetenschappen en hadden daarnaast een specialisatiejaar handelsingenieur gevolgd. Bovendien hadden we thuis gezien wat hard werken inhield want onze ouders hadden een eigen bedrijf. Peters ouders hadden een aardappelhandel en die van mij stelden in hun schrijnwerkersbedrijf acht mensen te werk. Aan de keukentafel ging het dan ook geregeld over het bedrijf, medewerkers en de zakelijke beslissingen die moesten worden genomen. ”

VERLIES WORDT SUCCES

“Als de productie goed loopt, volgt de rest vanzelf”

“Met de steun van onze ouders werden de onderhandelingen na negen (*symbolische*) maanden succesvol afgerond en was de overname van Alinco een feit. Dat was in 1995. Het eerste kwartaal na de overname sloten we af met een fiks verlies. Wellicht was de financiële situatie van het bedrijf mede de reden waarom de overname voor ons betaalbaar was. Natuurlijk waren we enorm teleurgesteld door het negatieve resultaat, maar het deed ons ook inzien dat het roer drastisch om moest. Daarom namen we een aantal belangrijke beslissingen. Allereerst besloten we het toenmalige management te vervangen en dat besluit vertaalde zich al vrij snel in een vernieuwde drive bij onze medewerkers. Die hadden overduidelijk de motivatie teruggevonden en gingen weer voluit voor het bedrijf. Daarnaast begonnen we drastisch te investeren in een goed machinepark. Tot slot gingen we ons ook richten op de interne efficiëntie. Als de productie goed loopt, volgt de rest vanzelf, dachten we (*wat ook is gebleken*). Dus was het zaak om alle interne processen optimaal op elkaar af te stemmen. Ook vandaag hebben we trouwens nog geregeld een atelierversameling om na te gaan wat misgaat, wat beter kan en hoe we daarvoor kunnen zorgen. Kunnen omgaan met constructieve kritiek en openstaan voor suggesties van medewerkers, zorgen niet alleen voor een positief klimaat maar komen de hele bedrijfsvoering ten goede.”



VAN KOELKAST TOT APOTHEKERSKAR

“In feite hebben we een relatief eenvoudig product, gaat Karine verder. Ons uitgangspunt is een inox of aluminium plaat en daar doen we vervolgens alles mee: knippen, lassen, laseren, ponsen, rollen, plooiën... Vooral in dat laatste zijn we zeer goed geworden. Ons product wordt verwerkt in de meest uiteenlopende sectoren: van de voedingsindustrie tot de farmaceutische sector en de algemene industrie (bv. havenbedrijven). Om een praktijkvoorbeeld te noemen: we hebben jarenlang de ombouw van alle General-Electric-koelkasten in de Europese markt voor onze rekening genomen. Daarnaast werken we geregeld voor collega-metaalbedrijven. Bepaalde handelingen waartoe zij om de een of andere reden niet in staat zijn, nemen wij dan van hen over. Die brede mix maakt het bij een economische crisis ook makkelijker om de eventueel vrijgekomen productie op een andere manier in te vullen. Het zorgt voor een financieel gezonde situatie.”

KANSEN EN BEDREIGINGEN

Als producent van een marktgestuurd item wordt ook Alinco ongetwijfeld geconfronteerd met de nodige concurrentie? “Dat klopt. Het is een illusie te denken dat je met de lageloonlanden kunt concurreren. Trouwens, de concurrentie komt niet alleen uit die landen; ook Spanje, Italië, Duitsland, Nederland bijvoorbeeld werken vaak met beduidend lagere prijzen. Omdat Nederland bijvoorbeeld niet het systeem van economische werkloosheid kent, gaan bedrijven daar in crisistijd een eind onder de Belgische prijzen zitten. In de metaalsector doet een bedrijf het ofwel heel goed, ofwel heel slecht. Gelukkig behoren wij tot de eerste groep.”

“Wij hebben geen oogkleppen op”

“Je hoeft enkel mee te gaan met evoluties”

Maar hoe vang je die concurrentie dan op als je niet met je prijs kunt of wilt zakken, willen we van de zaakvoerster weten. “Door te zorgen dat je beter bent dan je concurrenten, luidt haar antwoord. Daarbij proberen we zo weinig mogelijk te focussen op de concurrentie en vooral naar onszelf te kijken. Kijken hoe wij voor nog meer toegevoegde waarde kunnen zorgen. Dat wij een bijzonder snelle levering garanderen, is bijvoorbeeld een van onze sterktes. Daarnaast doen we tot op zekere hoogte zelf het tekenwerk. Maar we spelen ook alert in op de vraag en het aanbod van de markt. We hebben geen oogkleppen op en beseffen maar al te goed dat we in een sterk evoluerende wereld zitten. Misschien verdwijnt de vraag naar inox binnen tien jaar... Misschien wordt kunststof wel het product van de toekomst... Niemand weet wat de toekomst inhoudt. Het komt er vooral op aan om mee te gaan met de evoluties. Als een markt verdwijnt, moet je dat aanvaarden en nieuwe opportuniteiten zoeken. De afgelopen zeventien jaar hebben ons echter geleerd om niet bang te zijn voor veranderingen.”

NEGATIEF ONDERNEMERSKLIMAAT

“De industrie verdient meer waardering”

“Wat ik vooral betreurt is het huidige kortetermijndenken. Het algemeen denken vandaag de dag is: ‘Hoe verdienen we zo snel mogelijk, zo veel mogelijk geld?’. Noch de regering, noch de vakbonden denken op lange termijn en dit draagt ertoe bij dat we vandaag een uiterst negatief ondernemersklimaat kennen. Van de ene op de andere dag wordt bijvoorbeeld een bedrijfsauto anders belast of worden subsidies op zonnepanelen afgeschaft. Logisch dat de markt van de zonnepanelen vervolgens instort! Ik denk dat het hoog tijd is om een aantal systemen in vraag te stellen. Ik denk daarbij aan faciliteiten als educatief en ouderschapsverlof, tijdskrediet enz. Let wel, educatief verlof op zichzelf is niet verkeerd; maar dat iemand 50 minuten les volgt, en daarvoor recht heeft op 60 minuten verlof, kan er bij mij niet in! Wat dat betreft moet de regelgeving veel kritischer worden bekeken. Daarnaast vind ik dat de industrie dringend opwaardering verdient. Net als de landbouw, figureert zij namelijk in de marge van onze samenleving. Maar een maatschappij die alleen op dienstverlening steunt, werkt niet op lange termijn.”

De bevoegenheid waarmee Karine De Bie over deze problematiek praat, leidt tot de vraag of zij geen rol in de politiek ambieert? “Ik denk dat de politiek voor mij niet snel genoeg gaat. Ik ben te gedreven... In politiek moet je vooral geduld hebben en compromissen weten te sluiten, en dat zijn nu niet bepaald mijn sterkste eigenschappen”, lacht ze.