

**LIMBURG**

# INNOVATIEF, DUURZAAM EN WINSTGEVEND VLAANDEREN

*Zes weken lang plaatst Trends verrassende ondernemingen in Vlaanderen en Brussel in de kijker. Stuk voor stuk interessante ontdekkingen die benadrukken hoeveel ondernemerschap, innovatie en duurzame winstgevendheid Vlaanderen biedt.*

WOLFGANG RIEPL, FOTOGRAFIE KRIS VAN EXEL



Liefst 257 bedrijven stelden zich dit jaar kandidaat voor de vierde editie van Trends Business Tour. Trends selecteerde, samen met een eminente jury, vijf bedrijven per provincie. De belangrijkste criteria waren innovatie en duurzaamheid, en dat gekoppeld aan een gezonde en winstgevende groei. Welke bedrijven werken aan vernieu-

wing en kunnen hun spraakmakende innovaties vol toegevoegde waarde ook wereldwijd in de markt plaatsen? En hoe duurzaam en winstgevend zijn die innovaties?

Een jury, met het revisoren- en advieskantoor BDO, de bank ING, de financiële databank Roularta Business Information, de Vlerick Business School, en de

redactie van Trends namen de kandidaturen onder de loep. Zes weken lang stellen we u uit alle Vlaamse provincies en het Brussels Gewest telkens vijf markante, verfrissende en verrassende bedrijven voor. ©

**Deze week:** Limburg  
**Volgende week:** Vlaams-Brabant



## AR METALLIZING

# ETIKET VERDAMPT IN NATUUR

*AR Metallizing uit Genk positioneert zich als een unieke etikettenproducent voor wereldbrouwers.* WOUTER TEMMERMAN

**A**R Metallizing is wereldleider in gemetalliseerd papier voor etiketten voor onder andere bierflesjes, maar ze komen ook terecht in de voedingssector of in de farmaceutische industrie.

Sinds dit jaar commercialiseert het een biologische variant die voor verpakkingen bestemd is: een gelamineerd, gemetalliseerd karton dat bestaat uit enkele lagen en biologisch afbreekbaar is. De innovatie zit vooral in het biologisch afbreekbaar maken van een product met metaal. “We dampen een microscopisch dun laagje op het papier”, legt CEO Bart Devos uit. “Het is afbreekbaar omdat dat laagje in de natuur uiteindelijk ook weer verdampst.”

AR Metallizing werkte drie jaar aan de innovatie. Een ploeg van chemici en ingenieurs kon het project als een soort start-up in de onderneming ontwikke-

len en verder verfijnen. “We merkten dat onze klanten deze oplossing zochten, maar niet vonden in de markt van hoger gepositioneerde verpakkingen”, legt Bart Devos uit. Na de lancering van

### “Onze klanten zochten een biologische oplossing, maar vonden ze niet”

het biologisch afbreekbare etiket dit jaar wijst Devos naar bestellingen in de grootorde van enkele miljoenen euro's. Op de klantenlijst staan namen als AB InBev, Carlsberg, Disney, Heineken, Kleenex, Nestlé en SABMiller.

### Snel groeien

De lijst maakt duidelijk dat AR Metallizing vooral zijn faam verwierf in de bierindustrie, maar Bart Devos kijkt

breder. “We willen zo veel mogelijk producenten van massaconsumptiegoederen als klanten. We groeien snel: in tien jaar steeg ons productievolume van 10.000 naar 50.000 ton, het aantal

werknemers ging maal drie tot bijna 300 en onze geconsolideerde omzet steeg van 25 miljoen naar 120 miljoen euro.”

Let wel: dit gaat om de cijfers van de consoliderende moeder HIG Luxembourg Holdings. Daarin schuilen ook dochters in Italië en de Verenigde Staten. Dat liet zich voelen in de omzet en het aantal werknemers van de Belgische tak. “We worden globaler. Als onze cijfers hier teruglopen, is dat omdat we hebben uitgezocht waar we onze producten het meest efficiënt kunnen neerzetten.”

De aanpak van AR Metallizing wist dit jaar overigens het Japanse Nissha te overtuigen. De multinational kocht het bedrijf van de Britse investeringsmaatschappij HIG Capital. “Nissha heeft een visie op lange termijn. Het bedrijf staat bekend als een vernieuwer en zijn O&O-afdeling is een enorme steun”, besluit Bart Devos. ©



**BART DEVOS**  
“We worden globaler.”

## AR METALLIZING

Bron: Nationale Bank

In duizend euro	2014	2010
Omzet	65.655	81.276
Bedrijfsresultaat	1902	4059
Solvabiliteit	21 %	36 %
Werknemers	94	93

ISOLA BELGIUM

# STILTE CREËREN UIT AFVAL

*Isola Belgium bevestigt het imago van Limburg als groenste en stilste provincie. De onderneming uit Tongeren maakt geluidswerend bouw materiaal uit afval. Na België wordt Turkije de nieuwe groeimarkt.* ROEL VAN ESPEN

## ISOLA BELGIUM

Bron: Nationale Bank en Isola Belgium

In duizend euro	2014	2010
Omzet	11.439	8256
Bedrijfsresultaat	1150	1316
Solvabiliteit	49 %	43 %
Werknemers	24	22

**MAARTEN BOSTYN,  
HERMAN MULLENS EN  
WILFRIED BLOCKEN**  
"Het hergebruik van afval  
resulteert in een nieuw  
kant-en-klaar product."



**W**ie in een appartement of een rijhuis woont, kent geluidshinder. Gelukkig gelden sinds 2008 strikte normen voor de structuren van residentiële gebouwen. Die moeten de overbrenging van contactgeluiden beperken. Isola Belgium mikt een stapje hoger. Het bedrijf ontwikkelde Thermogran, een innovatief en duurzaam materiaal dat veel beter zou isoleren dan wat de richtlijnen voorschrijven. Daarnaast zorgt dit product ook voor een goede thermische isolatie. "Dat allemaal op voorwaarde dat het correct wordt geplaatst. Thermogran is het

sche eigenschappen en de noodzakelijke drukweerstand. Het hergebruik van afval resulteert uiteindelijk in een nieuw kant-en-klaar product, met zowel thermische als akoestische eigenschappen."

### Van Kortrijk tot Turkije

Als grondlegger van gespoten polyurethaan is Isola Belgium in dertig jaar uitgegroeid tot een innovatieve speler in isolatie. Toen Wilfried Blocken zijn bedrijf oprichtte in 1984, lag zijn focus op de productie van gespoten PUR en de recyclage van hardschuimplaten. Met de ontwikkeling van Thermogran is het

rechtstreeks op de particuliere markt. Diverse instanties meten de kwaliteit van de producten, zoals het WTCB (Wetenschappelijk en Technisch Centrum voor het Bouwbedrijf). Op bouwvelden worden geluidsmetingen uitgevoerd door de studie bureaus Vinçotte, Venac en De Fonseca. Die moeten de verhoogde akoestische werking van Thermogran verzekeren.

Sinds de introductie van Thermogran in 2009 ging de omzet sterk omhoog. Isola opende bijkomende filialen in Kortrijk en in Turkije. De onderneming wil dus ook naar het buitenland. Thermogran wordt volledig geproduceerd in Tongeren. "Daardoor dragen we bij aan het behoud van het milieu", motiveert Blocken de verankering in Limburg. "We recyclen oude materialen in de productie. Daarmee maken we nieuwe materialen die leiden tot een lager energieverbruik." Dit engagement vertaalt zich ook in een passieve kantoorruimte met een minimale CO<sub>2</sub>-uitstoot. ©

### "We dragen bij aan het behoud van het milieu"

resultaat van een doorgedreven recyclageproces", duidt Wilfried Blocken, de oprichter van Isola Belgium. "We maken het op basis van granulaten uit polyurethaanafval. Die bewerken we in diverse stappen, waarna ze voldoen aan akoesti-

bedrijf uit Tongeren nu ook actief in akoestische isolatie. Sinds 2013 wordt eveneens chape in het pakket van de vloeropbouw aangeboden.

Het bedrijf richt zich op bouwbedrijven en architecten, maar verkoopt ook



**JAGA**

# AFVAL BESTAAT NIET

*Artistieke interieurcreaties uit gerecycleerd afval en andere afgedankte producten. Jaga geeft materiaal een tweede leven.* WOUTER TEMMERMAN

**J**aga profileert zich al jaren als pionier met energiebesparende binnenklimaatoplossingen. De zuinige Low-H2O-radiatoren vormen de belangrijkste productlijn en gaandeweg breidde Jaga zijn aanbod uit naar zuinige systemen voor koeling en ventilatie.

Jaga wil zich in zijn inspanningen voor duurzaam ondernemen niet beperken tot de productontwikkeling. Via het Rubbish-project ontwerpt het sinds 2009 beursstanden en showrooms met materialen die doorheen de hele keten herbruikbaar zijn. Het herwaardeert gerecycleerd afval uit de productie en afgedankte producten tot artistieke interieurcreaties. Of het geeft afgekeurde vloerroosters en radiatorpanelen een nieuw leven, maar dan als wanden voor beursstanden. "Dat is meer dan een gimmick", lacht zaakvoerder Jan Kriekels. "Jaga heeft via

Rubbish al honderden containers afval als grondstof gebruikt en een nieuw leven gegeven. Het is een belangrijke besparing op grondstoffen en drukt de kosten voor afvalverwijdering."

## Omzetverlies

Jaga exporteert ruim driekwart van zijn omzet, en past het systeem intussen toe in China, Noord- en Zuid-Amerika. En ook in het productaanbod van

grondstoffenontginning tot productie, distributie, gebruik, onderhoud, vervuiling en recyclage. Met de resultaten van de analyse bepaalt Jaga de meest vervuilende stadia en stemt het er zijn productie maximaal op af. Zelfs als dat niet de meest kostenefficiënte oplossing is en als de markt moeilijk is.

Ondanks succesvolle exportverhalen, zoals de 2 miljoen euro omzet die het in drie jaar tijd in Canada opbouwde, is de

## "Jaga heeft al honderden containers afval een nieuw leven gegeven"

Jaga is de aandacht voor de levenscyclus voelbaar. Via een levenscyclusanalyse beoordeelt het de impact van een product op het milieu. Alle levensstadia van dat product spelen een rol: van de

omzet van de Belgische tak dalend. Het deert Jan Kriekels niet. "Die daling wijten we aan een aarzeling in de markt. Maar op dit moment zie ik meer en meer interesse bij grote partijen zoals aannemers en studiebureaus. Voor mij is het belangrijk dat we onze winst hebben gemaakt met respectvolle partijen die iets toevoegen aan onze wereld. Wij verliezen soms omzet omdat we niet in zee gaan met een partij die daar geen belang aan hecht. Ik vind het een compliment." ☺

**JAN KRIEKELS**  
"Dit is meer dan een gimmick."

## JAGA

Bron: Nationale Bank

In duizend euro	2013-14 <sup>(1)</sup>	2010-11 <sup>(2)</sup>
Omzet	47.128	55.769
Bedrijfsresultaat	886	-1485
Solvabiliteit	18 %	19 %
Werknemers	400	461

(1) Boekjaar van 1 april 2013 tot eind maart 2014

(2) Boekjaar van 1 april 2010 tot eind maart 2011





## PUNCH POWERTRAIN

# IN HOGERE VERSNELLING

*Het managen van de groei. Voor veel bedrijven lijkt het een luxeprobleem, maar voor Punch Powertrain is het de grootste uitdaging.*

WOLFGANG RIEPL

**COR VAN OTTERLOO**  
"Innovatie zit bij ons  
in de genen."

## PUNCH POWERTRAIN Bron: Nationale Bank

In duizend euro	2014	2010-'11 <sup>(1)</sup>
Omzet	95.969	45.265
Bedrijfsresultaat	12.639	-2670
Solvabiliteit	57 %	57 %
Werknemers	332	180

**H**et bedrijventerrein in Sint-Truiden lijkt wel één grote bouwput. Mensen aanwerven is een grote uitdaging. "We gaan van 670 werknemers vandaag naar ruim 1200 werknemers in 2020", zegt Cor Van Otterloo, de CEO van Punch Powertrain.

Punch Powertrain is een producent van automatische versnellingsbakken voor hoofdzakelijk kleinere wagens. De onderneming richtte haar pijlen de voorbije jaren vooral op Azië, en in de eerste plaats op China. Met succes, want het bedrijf groeit als kool. Het segment van de kleinere wagens groeide nog sneller dan de algemene Chinese automarkt. Klanten zijn onder meer BYD, Geely (van de Chinese eigenaar achter Volvo Cars), en Proton uit Maleisië. In 2014 werden 135.000 versnellingsbakken verkocht. "Dit jaar gaan we voorbij het kwart miljoen, bijna een verdubbeling. De omzet maakt dezelfde beweging." Punch Powertrain viel dit voorjaar al in de prijzen, als snelst groeiende

Trends Gazelle van de provincie Limburg.

Vanaf 2016 komt er extra groei via versnellingsbakken voor hybride en elektrische wagens. "We hebben nu zeven klanten voor die nieuwe, in eigen

## "We gaan naar 1200 werknemers in 2020"

huis ontwikkelde versnellingsbakken. Dieseltax heeft daar niets mee te maken. Dieselmotoren bestaan niet in Azië. Dat is een Europees fenomeen."

### Onderzoek en ontwikkeling

Punch Powertrain is gesplitst in een afdeling in Sint-Truiden en één in het Chinese Nanjing. Daar gebeurt de assemblage. Maar de productie van belangrijke onderdelen, en vooral O&O, blijft in de fruitstad. Jaarlijks gaat een tiende van de omzet naar O&O. "Innovatie zit bij ons in de genen. En dat is niet

enkel O&O. In ons personeelsbeleid zit ook O&O. Mensen regelen zelf hun werk, onze bazen zijn coaches. Een baas weet niet alles, de operators kennen hun machines veel beter. Het gevolg is dat iedereen hier met de glimlach werkt en

de productiviteit enorm is gestegen." Elke werknemer in Sint-Truiden krijgt ook een jaarbonus. Vorig jaar was dat 200 euro. De bonus is voor iedereen even hoog, en wordt berekend op basis van de ebitda-cijfers. Ook de Chinezen in Nanjing krijgen een bonus, min of meer vergelijkbaar met een dertiende maand.

De volgende vijf jaar investeert Punch Powertrain 400 miljoen euro in verdere groei. De onderneming zoekt ook nieuwe markten in India, en Noord- en Zuid-Amerika. ©

**RLB SYSTEMEN/EXPOLINE**

# DE TRUC MET DE WITTE LIJN

*Niet alleen de Mannschaft schitterde op de grasmat tijdens de Wereldbeker voetbal in Brazilië. Ook Expoline uit Tessenderlo blonk uit, en wel met zijn Vanishing Spray.* ROEL VAN ESPEN



## RLB SYSTEMEN/EXPOLINE

Bron: Nationale Bank en RLB Systemen/Expoline

In duizend euro	2014	2010
Brutomarge	640.934	155.870
Bedrijfsresultaat	115.702	52.982
Solvabiliteit	31 %	29 %
Werknemers	11	3

**RAF BOGAERTS**  
"We hebben in twee jaar een groei van 70 procent gerealiseerd."

**B**ij de meeste traditionele verven zakt het vaste gedeelte na verloop van tijd naar de bodem. Maar RLB Systemen/Expoline kan dat bezinkingsproces – dat heet ‘decanteren’ – weren met nieuwe technieken.

Dat resulteerde in de ontwikkeling van Expoline Direct, een kant-en-klare belijningsverf voor voetbalvelden. Door de permanent homogene samenstelling van dit product kan het bij sportclubs opgeslagen worden in grote vaten. Die worden gratis ter beschikking gesteld en ter plaatse gevuld door een tankwagen. Op die manier worden het gebruik van verpakkingsmateriaal en transport gevoelig verminderd.

“Decanteren van belijningsverf was tot voor kort een almaar weerkerend fenomeen”, zegt Raf Bogaerts, oprichter en zaakvoerder van het bedrijf uit Tessenderlo. “Maar wanneer verf bezinkt, verliest ze veel van haar kwaliteit. De binding van de ingrediënten verzwakt. De vaste stof zakt naar de bodem en

vormt klonters. Daardoor is de houdbaarheidsdatum beperkt. Bovendien zorgen de klonters vaak voor verstopte belijningswagens.” Expoline Direct voorkomt die problemen.

### Marktleider

Op voetbalvelden wordt behoorlijk wat met verf gespoten. Raf Bogaerts waarschuwt dat jaarlijks 300.000 lege plastic bussen op de afvalberg terechtkomen in België, Nederland en Duitsland. “Door het gebruik van onze tankunits kan dat aantal gevoelig worden afgebouwd. Meer en meer voetbalverenigingen kiezen voor deze duurzame oplossing. Expoline Direct heeft ook een hoge witheidsgraad. De verf kan dus zelfs verdund worden met water, zonder dat ze heel veel aan kwaliteit inboet.” Raf Bogaerts verklaart ook dat de onderneming werkt aan “een nieuwe samenstelling waardoor het benodigde volume nog eens kan worden gehalveerd.”

Toch blijft het bedrijf vooral bekend voor zijn fameuze Vanishing Spray. Het product waarmee de scheidsrechter een witte lijn op het voetbalveld maakt, bijvoorbeeld voor het nemen van een vrijschop. De lijn verdwijnt veertig seconden later automatisch. Vanishing Spray werd tijdens het de Wereldbeker voetbal in Brazilië geïntroduceerd. Het bedrijf verkoopt het materiaal via de e-commercewebsite Voetbalmateriaal.com. “Vandaag zijn we al marktleider in België, Nederland en Duitsland”, weet Bogaerts, die samen met zijn echtgenote Katrien Jacobs het bedrijf leidt.

De belijningsproducten van Expoline zorgen voor een jaarlijkse organische omzetgroei van een vijfde tot een kwart. “Via de ontwikkeling van innovatieve ideeën en de uitbouw van onze e-commercewebsite hebben we de afgelopen twee jaar zelfs een globale groei van ongeveer 70 procent gerealiseerd”, besluit Raf Bogaerts. ©