

West-Vlaanderen Werkt

De polsslag van de
West-Vlaamse economie

3 2019

BLIJF
JE BIJ
ONS?

Kusttoerisme loopt op wieltjes
Revival van de kusthotels
Zijn gocarts Vlaams erfgoed?

west-vlaanderen
de gedreven provincie



Verleng je abonnement online
via [Kenniswest.be/westvlaanderenwerkt](https://www.kenniswest.be/westvlaanderenwerkt)

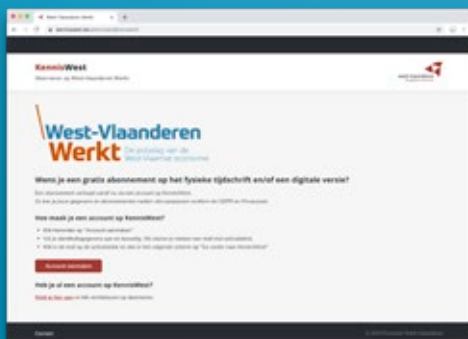
Beste lezer,

West-Vlaanderen Werkt brengt de voortdurende verandering van het sociaaleconomisch landschap in beeld en wil zelf ook niet blijven stilstaan!

We moderniseren het abonnement en voldoen zo ook aan de nieuwe GDPR- en Privacywetgeving. Zo kan je voortaan zelf je gegevens en abonnement eenvoudig beheren. Dat kan vanaf nu via **KennisWest**, het nieuwe informatieportaal van de Provincie West-Vlaanderen dat begin oktober online ging.

Wil je dus het fysieke tijdschrift verder gratis toegestuurd krijgen en/of een herinneringsmail van zodra een nieuwe editie verschijnt?

Registreer je dan nu via www.kenniswest.be/westvlaanderenwerkt



Hulp nodig bij registratie?

Bel ons (elke werkdag tussen 9u en 12u en 14u en 17u) op 080020021 (Gratis nummer)

Mail ons: info@kenniswest.be

Wist je dat...

- je op Kenniswest.be het volledige archief van West-Vlaanderen Werkt tot de eerste editie van 1959 digitaal kan raadplegen?
- je met een account op KennisWest.be dagelijks de door ons geselecteerde persartikels meteen kan lezen onder de knop KennisWest Vandaag?
- kennisWest.be de opvolger is van kennisplatformeconomie.be en alle informatie van dat platform meegenomen werd naar het nieuwe platform?

Bedankt om bij ons te blijven!

West-Vlaanderen Werkt

#3 2019 - jaargang 61



10

In de kijker

- 04 Logflow: groeiversnelling via nieuwbouw
- 05 Plopsa investeert 30 miljoen in verblijftoerisme
- 55 Vlas is (nog meer) in zijn sas

Naarstige plekken

- 06 'Beau Sejour' in Zeebrugse strandwijk?

Fabrieken voor de Toekomst

- 08 Machinebouw- & Mechatricalabs
- 09 Quick Wins / Testfaciliteit op zee

Ondernemen begint met een droom

- 10 Djamil Zenasni, creatief met stoffen

13 Blankenberghe. — Joyeuses vacances
Vrolijke vacantes

Themakatern

- 13 – 41 Kusttoerisme loopt op wielmpjes

Starters' lief en leed

- 42 Starterslabo & Fundament

Innovatie in de kijker

- 44 Valtech Group uit Menen

Bedrijvig onderwijs

- 46 Toeristisch West-Vlaanderen voor 50-plussers
- 47 Howest sensibiliseert rond strandafval
- 48 Nieuwe horecaopleiding bij VIVES

Lees meer

- 50 Boek: Met de familie aan zee

Conjunctuurnota

- 52 Conjunctuur stabiliseert nog op hoog peil

- 54 Colofon



44

Logflow: groeiversnelling via nieuw hoofdkantoor

Logistiek consultant Logflow uit Loppem investeert 5,5 miljoen euro in de realisatie van een nieuw hoofdkantoor, als onderdeel van het project O-Forty in de Siemenslaan in Oostkamp. De creatie van 2.500 m² kantoorruimte in het nieuwbouwcomplex langs de autosnelweg, biedt ruimte voor op termijn 130 tot zelfs 150 medewerkers.

De groei van het logistieke consultantbedrijf Logflow versnelt jaar na jaar. Pionier **Eric Vandenbussche** startte in 2000 zijn geesteskind op. De eerste werknemer kwam in 2011 in dienst en vandaag telt het ingenieursteam ruim dertig mensen. Om de verdere groei te ondersteunen en om ruimte te creëren voor het groeiende team, ruilt Logflow in de tweede helft van 2020 een huurlocatie in Loppem voor een eigen nieuwbouw in Oostkamp.

Fundamenten voor de toekomst

Eric Vandenbussche: "Op onze toekomstige nieuwe werkplek willen we ook creatief werk stimuleren. Het Nieuwe Werken en de campusgedachte moeten een stimulans zijn om nieuwe werkkrachten aan te trekken. De nieuwbouw zal toelaten om onze dienstverlening verder uit te breiden, wat de klantenservice ten goede zal komen. Naast de West-Vlaamse hoofdvestiging is er al een filiaal in Zandhoven en we openen in de toekomst nog meer Belgische filialen. Ook voor de nakende internationalisering is er nood aan een grote visibiliteit en goede bereikbaarheid."

De Logflowtoren wordt omringd door bufferzones, bomen en veel groen en zal vijf verdiepingen tellen. Met nog zeven andere gebouwen ontstaat zo een R&D- en kantorencampus.

Warehouse of the future

Eric Vandenbussche: "In ons nieuwe gebouw komt er een afdeling voor R&D-activiteiten. De vierde industriële revolutie is ook in de logistiek niet tegen te houden. Onze business is zeer kennisgedreven. Het gaat om IT,



automatisering en hard- en software. Wij gaan er werken rond artificiële intelligentie in de logistiek."

Logflow is een logistiek adviesbureau met focus op warehousing in de breedste zin. Het heeft een impressionante referentielijst van logistieke projecten met manuele, semimanuele en volautomatische oplossingen voor kleine, middelgrote en grote ondernemingen in diverse sectoren.

Het project **O-Forty** langs de E40 in Oostkamp - waarvan de site Logflow een onderdeel wordt - is in volle opbouw en heeft de ambitie om de Vlaamse 'Google Campus' te worden. "De nieuwe bedrijfssite van bijna 35.000 m²

is dan ook een van de eerste 'slimme' kantoorgebouwen in de regio", zegt **Kathleen Dewulf** van projectontwikkelaar **Global Estate Group**. Het onderzoeks- en ontwikkelingscentrum zal ook specifiek gericht zijn op technische bedrijven met een focus op R&D. Daarenboven gaat het over een BEN-project (Bijna Energie Neutraal). In totaal zal O-Forty acht gebouwen tellen die voor Global Estate Group werden ontworpen door het gerenommeerde Brugse architectenbureau **Govaert & Vanhoutte**.

www.logflow.be

JBVI

Plopsa investeert 30 miljoen in verblijfstoerisme

Plopsa Group investeert circa 30 miljoen euro in diverse overnachtingsmogelijkheden op haar site in De Panne. Plopsahotel (20 miljoen) opent in de zomer van 2020. Dit wordt in een latere fase geflankeerd door een vakantiepark met 76 huisjes. Op termijn kan Plopsa Group aan de westkust 1.400 verblijfstoeristen ontvangen.

Negentien jaar geleden ruimden de bijen van de Meli plaats voor de mediagenieke Studio 100-figuren die de sterkhouders zijn van het concept Plopsaland. Een hoog investeringsritme, een sterke thematisering en een uitgekiende marketingmachine stuwden het aantal bezoekers in De Panne van 300.000 in 1999 naar de kaap van 1 miljoen in 2011. In 2016 piekte dat aantal op 1,4 miljoen euro, maar viel in 2018 terug op ruim 1,2 miljoen. Daarboven komen nog eens de 260.000 klanten van het zwembadcomplex **Plopsaqua**, dat in maart 2015 operationeel werd. Hiermee is de maximumcapaciteit van de site van 35 ha stilaan bereikt. In diezelfde periode groeide de tewerkstelling gestaag mee: van 50 vaste medewerkers en 60 seizoensmedewerkers in 1999 naar de huidige 140 vaste krachten (VTE) en 80 uitzendkrachten (op jaarbasis). Daarbovenop komt nog een 75-tal vaste medewerkers van de nv **Studio Plopsa**. Deze vennootschap staat in

voor de overkoepelende diensten van de ganse groep (de uitbating van zeven themaparken in drie landen) en heeft als uitvalsbasis De Panne. De nieuwe verblijfsaccommodatie die in 2020 operationeel wordt, genereert nog eens 50 nieuwe jobs.

Project van lange adem

In de zomer van 2020 opent Plopsa Group de deuren van haar allereerste hotel. Het viersterrenhotel omvat 12.000 m2 oppervlakte gespreid over vier bouwlagen, waaronder een ondergrondse parking voor 39 wagens. De 117 themakamers, waarvan elf speciale themasuites en veertien luxesuites, worden ingericht rond de personages van Studio 100. Het complex omvat ook een buffetrestaurant voor een 350-tal personen, twee bars en drie vergaderzalen. De ingang van het waterpretpark Plopsaqua De Panne wordt volledig in het geheel geïntegreerd. De realisatie van het Plopsahotel werd door CEO **Steve Van den Kerkhof** reeds

aangekondigd in 2013, maar de werken startten finaal pas in september 2018 op. Hoofdaannemer Furnibo levert de ruwbouw van het hotel eind dit jaar op.

Vakantiepark als vervolg

De ambities rond verblijfstoerisme van Plopsa Group reiken nog verder, met plannen voor de aanleg van een vakantiepark naast het pretpark in De Panne. De groep kocht daarvoor in 2017 de 7 ha grote site van de naastgelegen **camping Ter Hoeve** aan. Die werd uitgebaat door de familie Van Gheluwe. Wanneer de werken aan dit verblijfspark starten is nog niet gekend. Plopsa mikt er op 76 vakantiehuusjes, met verder plaats voor kampeertenten, caravans en mobilhomes. Via een brede waaier aan verblijfsfaciliteiten, van een viersterrenhotel tot de kampeersite, wil de groep op termijn elk toeristisch marktsegment in De Panne invullen.

NVDH



foto Plopsa Group

‘Beau Séjour’ in Zeebrugse strandwijk?

Nick Vanderheyden, freelancejournalist

Langs de Belgische kustlijn waait sinds enkele jaren een nieuwe wind van innovatiedrang en doelgericht ondernemerschap: in zowat alle badplaatsen zijn projecten aan de gang die bijdragen tot de heropleving van onze kust. Toch is er een badplaats waar het voorsnog windstil lijkt: de strandwijk van Zeebrugge. Nochtans heeft deze ‘vergeten’ badplaats unieke troeven.

Commotie alom in Zeebrugge toen de media bij de start van de zomer 2017 meldden dat Jump dichtging, het laatste strandwinkeltje met gocart-uitbating op de zeedijk van de badplaats. Einde juni van dit jaar was er dan weer het slechte nieuws over het faillissement en de leegstand van de bekende strandbar-horecazaak ‘t Zandlopertje op de zeedijk. Dit soort nieuwsfeiten creëert al enige tijd het beeld van Zeebrugge als ‘badplaats op zijn retour’. Cijfers van Westtoer uit 2018 tonen de impact: met 100.000

dagtoeristen in 2018 blijft Zeebrugge ver achter in het rijtje van badplaatsen. Toch kwam er in de zomer van 2018 wel degelijk een (tijdelijke) opvolger voor Jump, op initiatief van ondernemer **Bert De Neve**. De Neve is zaakvoerder van Imex Fun Products uit Brugge, een groothandel in strandartikelen. In de lente van dit jaar gaf De Neve de fakkel alweer door aan **New Beaufort bvba** van de familie Duhayon. Die zorgt ook voor de continuïteit van de gocartverhuur op de zeedijk.

Jean-Pierre Duhayon: “We hebben geen slechte zomer achter de rug. Toch blijft het wachten op nieuwe impulsen om het toerisme in Zeebrugge aan te wakkeren, zoals een wandelpad naar laag water.” Er zijn nog meer nieuwe initiatieven op de dijk, zoals het restaurant **Amuzee** en een pop-upginbar in het gebouw van ‘t Zandlopertje. Ook de strandclub **Icarus** en strandbar **Banana Moon Beach Club** doen het naar verluidt goed. Icarus investeerde vijf jaar geleden in een nieuwbouw op het strand. Met een 600-tal leden is Icarus vandaag de grootste kitesurfclub van België. Niet verwonderlijk, aangezien het grootste strand van onze kustlijn zich het meest van al leent voor (water)sportactiviteiten.

Hotelaccommodatie

In oppervlakte is de Zeebrugse strandwijk de kleinste Belgische badplaats. Hij is daarbovenop begrensd door de haven, de Kustlaan en het natuurgebied de Fonteintjes. Een uitbreiding is dus niet evident. Dit verklaart waarom niet in de strandwijk maar vooral

in de vissershavenwijk volop wordt gebouwd - met ook plannen voor hotelontwikkeling. Alleen de Brugse bouwpromotor **Hyboma** waagt er zich aan een nieuwbouwproject, met enkele lofts en appartementen op de hoek van de Brusselstraat met de Adriaan de Gerlachestraat. Deze kleinschaligheid vertaalt zich ook in het aantal hotels: twee. Zowel **hotel Monaco** aan de Baron de Maerelaan als **hotel Atlas** aan de Brusselstraat zijn familiale hotels, met respectievelijk 15



Mike Chielens van hotel Atlas
foto NVDH



en 19 kamers. Beide hotels rekenen bovenal op de havenarbeiders als grootste klantengroep. "We danken circa 60% van onze bezettingsgraad aan de havenactiviteiten", klinkt het. "Neem dit aandeel weg en onze hoteluitbating is niet meer rendabel." De pensioengerechtigde uitbaters van hotel Monaco zijn al even op zoek naar een overnemer. Voor 1,3 miljoen euro bent u eigenaar van het hotel, inclusief tweeslaapkamerappartement.

Mike Chielens, sinds 2004 uitbater van hotel Atlas, zit naar eigen zeggen op een kantelpunt: "We moeten keuzes maken. Een van de mogelijkheden is een uitbreiding met vakantieverblijven, zodat we meer groepen en sportverenigingen kunnen aantrekken. Want het strand van Zeebrugge is een uitgelezen sportlocatie in de tussenseizoenen. Het achterliggende, ongebruikte, gemeentelijke zwembad kan een uitweg bieden. Al is het vooralsnog niet duidelijk welke plannen er daarvoor zijn."

Revitalisering

De strandwijk van Zeebrugge heeft duidelijk zijn beperkingen. Toch zit er heel wat potentieel in deze wijk en bij uitbreiding in heel Zeebrugge. In 2017 is er op initiatief van het Brugse stadsbestuur een revitaliseringsplan opgemaakt, dat de leefbaarheid en aantrekkingskracht van Zeebrugge aanzienlijk moet verhogen. Het plan beschrijft 11 locaties en 10 beleidslijnen. De Stad heeft hiervoor 8 miljoen euro voorhanden, die ze in 2014 bedong bij Elia tijdens de gesprekken over de aanleg van Stevin. Dit hoogspanningsstation is actief sinds eind 2017.

Steve Demulder, hoofd van de cel projectcoördinatie bij Stad Brugge: "Behalve over de heropleving van de strandwijk gaat het plan ook over de aanpak van de omgeving rond de Stella Mariskerk, de aanleg van een kustpark op de site van het militaire domein Knaepen en de verbinding tussen de vier wijken - dorp, vismijn, stationsbuurt en strandwijk.

Het is een dossier met bijzonder veel actoren en onduidelijkheden, waarin alle deelprojecten aan elkaar zijn gekoppeld. Daarom bekijken we de revitalisering bovenal op lange termijn."

Beau Séjour

Het stadsbestuur doet alvast inspanningen om de beleving in de strandwijk nu al te verhogen. Onder meer via events als 'Film op het strand' en de festivals We Can Dance en Bomboclat. Schepen van Toerisme **Philip Pierins**: "We besteden dit jaar circa 250.000 euro aan promotionele acties. Daarnaast toonden we met de lancering van de pop-up in 't Zandlopertje, als stadsbestuur snel te kunnen schakelen. We verwachten veel van de tweede reeks van de tv-serie 'Beau Séjour'. Het tweede seizoen van deze topserie speelt zich integraal in Zeebrugge af en komt in 2021 op Eén. Dit is een uitstekende hefboom om de aantrekkingskracht en naambekendheid van Zeebrugge te verhogen."



Steerfoto strandwijk Zeebrugge.
foto NVDH

Machinebouw- & Mechatronicalabs gooien hoge ogen

In mei en juni openden POM West-Vlaanderen, TUA West en kennispartners KU Leuven Campus Brugge, UGent Campus Kortrijk, Sirris en Howest vijf Machinebouw- & Mechatronicalabs waar bedrijven nieuwe technologieën rond Industrie 4.0 kunnen uittesten.

De overgang naar Industrie 4.0 is een grote uitdaging en leidt tot efficiëntere productietechnieken, slimme producten en nieuwe businessmodellen. Om West-Vlaamse maakbedrijven future proof te maken is de integratie van nieuwe technologieën en digitale innovaties (zoals augmented en virtual reality, collaboratieve robots, big data of Internet of Things) noodzakelijk. West-Vlaanderen beschikt over maar 10% van de Vlaamse middelen voor onderzoek en ontwikkeling. Terwijl maar liefst 40% van de Vlaamse jobs in de mechatronica en bijna 25% in de metaalverwerkende sector in onze provincie te vinden zijn.

“Navraag bij West-Vlaamse bedrijven bevestigde de nood aan meer onderzoekers die in het hart van de sector actief zijn”, vertelt **Jean de Bethune, voorzitter van POM West-Vlaanderen**. “De nabijheid van onderzoekslabo’s en -teams versterkt niet alleen de vraaggerichtheid ervan, het zorgt ook voor een snellere en efficiëntere doorstroming tot op de bedrijfsvloer. En dat moet uiteindelijk het doel zijn van onze gezamenlijke inspanningen.” De krachtenbundeling van alle kennispartners actief in West-Vlaanderen zorgt ervoor dat productiebedrijven in elk van de domeinen high-end demonstratie- en testinfrastructuur voor hun concrete bedrijfsfase kunnen gebruiken.

Twee labs bevinden zich op de **campus Brugge van KU Leuven**. Het innovatielab The Ultimate Machine vormt machines,

voertuigen en robots om tot (semi)autonome systemen, geïntegreerd binnen de Industrie 4.0-omgeving en het bedrijfsnetwerk. Het tweede lab, The Ultimate Factory, gaat nog een stapje verder en interconnecteert verschillende machines en voegt lokale intelligentie toe, binnen een Industrie 4.0-omgeving, om de efficiëntie, nauwkeurigheid en flexibiliteit van productieprocessen te verbeteren.

In Kortrijk openden drie andere Machinebouw- & Mechatronicalabs hun deuren: het technologielaab Augmented & Virtual Reality (AR/VR) en de applicatielabs Smart Assembly & Production (SA/P) en Smart Production Organisation (SPO). Het eerste is te vinden bij **Howest**, de andere twee bij **UGent Campus Kortrijk**. AR/AR schakelt gametechnologie in om werknemers virtueel op te leiden. SA/P toont hoe nieuwe technologie operatoren in hun taken kan ondersteunen en hoe robots en mensen veilig kunnen samenwerken. SPO tenslotte, creëert een slimme productieorganisatie door het vereenvoudigen van aansturingsmethodes en het virtueel valideren van ontwerpkeuzes en optimalisaties. Alle labs staan open voor vragen vanuit het bedrijfsleven.



Info: www.fabriekenvoordetoekomst.be/machinebouw-mechatronicalabs

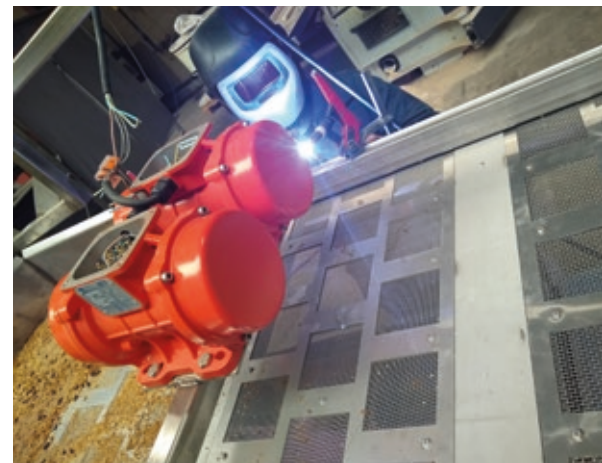
Ruggensteun voor innovatieve ondernemingsprojecten

POM West-Vlaanderen lanceert opnieuw een oproep **Quick Wins** voor innovatie-samenwerkingsprojecten. De projecten hebben als doel een product, technologie of dienst in de ideeënfase versneld naar de pilootfase te brengen. En dit binnen een termijn van één jaar. Belangrijke voorwaarde is dat het gaat om een samenwerking tussen bedrijven en dat per project minstens één West-Vlaamse kmo betrokken is.

Quick Wins past binnen de werking van Fabrieken voor de Toekomst. Met deze call stimuleert de POM innovatie in de West-Vlaamse industrie, specifiek in de sectoren Nieuwe Materialen, Voeding, Blue Energy en Machinebouw & Mechatronica. In de laatste editie van Quick Wins kregen negen projecten een financiële steun

van **€ 15.000 per dossier**. De resultaten illustreren het brede karakter van de oproep en de verscheidenheid aan innovatie-invalshoeken. Zo ontwikkelde **Hypertechnics** samen met **Nexans** een elektrische connector voor hernieuwbare energietoepassingen op zee die makkelijk aan te passen is aan de wens van de klant. Binnen de voedingssector werd aan productontwikkeling gedaan. Zo experimenteerde **Herbas** samen met **Proef!** met de fermentatie van kool, die heel wat gastronomisch potentieel heeft. In een ander project ontwikkelde **Tor Royal** samen met **Vermeulen Construct** een prototype voor een zeefmachine om de meelwormkweek efficiënter te maken. Het resultaat is de geogste meelworm, een kwalitatief en hygiënisch product. Binnen het thema automatisatie liepen projecten die inzetten op augmented

en virtual realityoplossingen voor de industrie en een project gericht op de automatisatie van groentepluk. Meer details over de oproep Quick Wins vind je op www.fabriekenvoordetoekomst.be



Meelwormzeefmachine van Tor Royal in samenwerking met Vermeulen Construct

Testfaciliteit op zee voor bedrijven

Sinds mei is het Maritiem Innovatie- & Ontwikkelingsplatform Blue Accelerator een opvallende verschijning voor de kust van Oostende. Op dit testplatform, een initiatief van POM West-Vlaanderen, kunnen bedrijven en kennisinstellingen allerlei testen en demonstraties op zee in real life zeecondities uitvoeren.

Het Maritiem Innovatie- & Ontwikkelingsplatform is een realisatie van het Europese project **Blue Accelerator**. De POM werkt als promotor binnen dit project samen met UGent, VIVES, VITO, VLIZ en TUA West. Het testplatform bevindt zich op 500 m van de oostelijke dam van de haven van Oostende. De gele constructie is een living lab voor het testen van mariene en maritieme innovatieprojecten, in real life zeecondities.

De cabine van het testplatform bevat energievoorzieningen, machines en meetapparatuur. Het Duitse bedrijf **NEMOS GmbH** stond in voor het ontwerp en de bouw van het platform met hulp van de firma's **Herbosch-Kiere**, **DECO** uit Brugge en **Noordzee Kranen** uit Oostende. NEMOS ontwikkelt innovatieve systemen die energie uit oceaangolven opwekken. Dit prototype, een langwerpige drijver van 8 m lang en een dubbel zo grote substructuur onder water, drijft in de buurt van het platform. In augustus 2019 nam POM West-Vlaanderen het testplatform officieel van NEMOS over. De POM stelt het testplatform ter beschikking van bedrijven en kennisinstellingen die nieuwe producten en technologieën willen onderzoeken, testen en

demonstreren. Hiervoor beschikt de POM over een exploitatievergunning van 15 jaar. Voorbeelden van mogelijke tests zijn meteorologisch onderzoek, corrosieonderzoek, toepassingen met lucht- en onderwaterdrones,... Het project werd gefinancierd met onder meer provinciale, Europese en Vlaamse middelen.

Meer info: eddy.dewinter@pomwvl.be



Djamil Zenasni, zetelmaker en stoffeerder (Brugge):

“Eerst een beetje verliefd zijn, anders werkt het niet”

Christina Van Geel, Stem & Pen

Djamil Zenasni houdt van schoonheid, van zachte stoffen en van kaas. Hij begon zijn ondernemend leven als kaasmaker, nu maakt en stoffeert hij zetels, hij renoveert huizen en baat een B&B uit, 'LA Maison Zenasni' in hartje Brugge. Het hart is trouwens betrokken in alles wat hij doet. De 'coup de coeur' stuurt zijn dromen en bepaalt zijn pad. Hij houdt van het leven. Dat hij via zijn werk schijnbaar versleten dingen en huizen een tweede leven kan geven, creatief, maar altijd met respect voor de ziel van het origineel, dat maakt hem gelukkig. Dwaal even mee door de kleurrijke ziel en onderneming van Djamil Zenasni.



foto Jan

Djamil Zenasni: Ik ben geboren in **Algerije**, maar ik was amper vijf jaar toen mijn ouders naar België kwamen. Ik heb dus weinig herinneringen aan mijn kindertijd in mijn geboorteland. De jaren erna gingen we er wel elk jaar met vakantie, terug naar de familie. Tot de burgeroorlog uitbrak in 1991. Die heeft tien jaar geduurd, toen was het niet veilig om het land te bezoeken. Ik kom er telkens heel graag, maar Algerije is geen toeristisch land. Het socialisme is sinds de onafhankelijkheid in 1962 de staatsdoctrine. Algerije heeft zich lang van de buitenwereld afgesloten, het land was ongevoelig voor toerisme. Nu voel je daar langzaam en voorzichtig verandering in komen. Maar het is nog altijd een heel ander land dan de buurlanden Marokko en Tunesië. Als kind wilde ik graag acteur worden of comedian. Ik vertel graag mopjes en ik lach graag, nog altijd. Ik was een verlegen kind, maar de lach vond ik toch altijd heel belangrijk. We lachen allemaal veel in mijn familie, de Algerijnse zon straalt verder in ons. Ik heb veel geleerd van mijn ouders: dat je nooit mag opgeven bijvoorbeeld. Mijn ouders waren ook ondernemers. Toen ik een kind was hebben ze in Brussel de eerste hamam geopend. Dat was toen heel nieuw in België. Ze hebben er hard gewerkt en het is een succes geworden. Mijn moeder is nu 82, enkele maanden geleden heeft ze de hamam verkocht.

Maar tot die tijd is ze er blijven werken. Ze deed het zo graag, waarom moest ze stoppen? Ze hebben me ook geleerd dat je het ijzer moet smeden als het heet is. Je moet nu leven, niet uitstellen tot morgen wat je vandaag kan doen. Als je een waardevol project hebt, ga ervoor en hou vol. Ze hebben me geleerd om mijn dromen te herkennen en te volgen. En wat ik doe, wil ik ook goed doen en voldragen. Ik verander niet om de zes maanden van idee of project. Dingen groeien natuurlijk wel. Naast het stofferen van zetels renoveer ik huizen en in Brugge baat ik ook een B&B uit, maar dat zit allemaal in dezelfde lijn. Het ene project leidt heel organisch tot het volgende.

Mijn ouders zijn in België gekomen met heel weinig geld. Maar op eigen kracht hebben ze iets heel moois van hun leven gemaakt, dat is een belangrijke les voor mij. Ik geef niet op, ik ben een doorzetter, dat hebben ze mij geleerd.

Traag maar solide

Na mijn studies economie ben ik kaasproducent geworden in een coöperatieve kaasmakerij **Het Hinkelspel** in Gent. De voedingssector heeft me altijd geboeid. En kaas is een mooi product. En lekker! (lacht) In de coöperatieve maakten we kaas uit biologische rauwe melk. We waren met zes. Iedereen werkte op hetzelfde niveau,

iedereen was gelijk, zonder baas. We hadden het hele proces in eigen handen: van de fabricatie tot de verkoop. Dat was een heel fijn gevoel. Ik heb veel geleerd van de mensen in de kaasmakerij. Omdat we alles van naaldje tot draadje zelf deden en alles zelf moesten beslissen. Ik heb er leren ondernemen.

Zo werk ik nu nog altijd: elke zetel die ik stoffeer werk ik met eigen handen af van begin tot einde, en ik verkoop ze in mijn eigen winkel. Geen grote hoeveelheden, geen massaproductie, dat interesseert me niet. Kwaliteit vind ik veel belangrijker dan kwantiteit. En ik hou graag voeling met de dingen die ik maak. Ik werk traag maar solide en dat is gezond.

Ik wil me ook niet verbinden aan grote ketens voor de verkoop van mijn zetels. Ik zou veel sneller veel groter kunnen worden, maar het zou me ook afhankelijk maken van één grote klant en dus ook veel kwetsbaarder. Ik hou van mijn onafhankelijkheid en van mijn vakmanschap.

Coup de coeur

De 'coup de coeur' is heel belangrijk voor mij. In alles wat ik doe moet mijn hart betrokken zijn. Als die eerste 'coup de coeur' er niet is, dan begin ik er niet aan. Eerst het hart, en daarna geeft het verstand er zijn goedkeuring aan. Want ik stort me natuurlijk niet blindelings en zonder na te denken in nieuwe projecten. Maar ik moet toch altijd eerst een beetje verliefd zijn. Het moet goed voelen, anders werkt het niet. Af en toe koop ik in Brugge huizen op die ik dan renoveer. Ook op die huizen moet ik altijd een beetje verliefd zijn. Het moet klikken tussen mij en de ziel van het huis. Daarvoor vertrouw ik sterk op mijn intuïtie.

En zoals de 'coup de coeur' mijn gids is, zo is creativiteit de motor in mijn leven. Die creativiteit kan ik kwijt in het stofferen van zetels en wanneer ik huizen renoveer. Ik ben er trouwens van overtuigd dat een goeie ondernemer sterk is op drie fronten: overweg kunnen met financiën,

voldoende technisch onderlegd zijn en echt goed zijn in zijn of haar vak. En tenslotte, de creativiteit moet stromen. Die creativiteit laat je ook toe om alert te blijven, om voeling te hebben met de veranderende wereld en jezelf van tijd tot tijd te vernieuwen.

Mijn persoonlijke toegevoegde waarde

Soms komen mensen hier met een oude versleten zetel van hun oma, een erfstuk waar ze geen afscheid van willen nemen. Dat zijn vaak stukken met een grote emotionele waarde, een mooie herinnering. Het maakt me blij als ik zie dat ik die mensen gelukkig kan maken door die zetel opnieuw tot leven te brengen. Huizen en dingen die op het eerste gezicht versleten zijn een tweede kans geven, creatief maar altijd met respect voor wat geweest is, dat is voor mij een heel belangrijke meerwaarde in alles wat ik doe. Het is mijn persoonlijke toegevoegde waarde.

We zouden ons allemaal meer bewust moeten zijn van onze toegevoegde waarde. Een verpleegster in het ziekenhuis, iemand die bij de stadsdienst paspoorten overhandigt, een leraar,...: iedereen is belangrijk en betekent iets voor de ander. Maar je moet wel durven gaan voor je roeping, je droom. Dan heb

je een mooi leven, wat je ook doet. Dat je ergens goed in bent en een diploma haalt is zoveel belangrijker dan je plek op de sociale ladder. Ik denk dat mijn afkomst me daarin stuurt.

Als ondernemer heb ik al veel kansen gekregen en mooie momenten meegemaakt. Ik vind het belangrijk om de maatschappij ook iets terug te geven. Daarom werk ik bijvoorbeeld elke donderdagmiddag als vrijwilliger bij **Poverello**. Daar vind ik rust in.

Schoonheid kan de wereld redden

Ik omring me graag met schoonheid. De wereld is soms een kille en gewelddadige plek. Ik vind het belangrijk om mezelf te omringen met mooie dingen en zachte materialen. Ook daarom doe ik wat ik doe: ik werk graag met mooie, kleurige en aangename stoffen. Ik hou bijvoorbeeld ook enorm van mooie kleren. Dat is echt een 'soft spot' (lacht). Ik voel me sterker en vrolijker als ik mooie kleren draag waar ik me goed in voel. De kleren maken de man een beetje zelfzekerder!

Ik ben het helemaal eens met wat Dostojevski schrijft: "Alleen schoonheid kan de wereld redden."



foto Jan



TRAINING

COACHING

ADVIES



Vertrouw op professioneel advies van SBM.

SBM adviseert, coacht en traint. Very hands-on. Met performante tools op maat. Gericht op meetbare resultaten.

www.sbm.be

Kusttoerisme loopt op wieltjes

Kust bekoort tijdens de vier seizoenen
Revival van de kusthotels
Gocarts met de billen bloot



*De redactieraad van
West-Vlaanderen Werkt zet
zijn beste beentje voor.*

#3 2019 - jaargang 61

Themakatern

Kusttoerisme loopt op wieltjes

- 14 Inhoudstafel
- 15 Ouverture: Extra trapkracht voor de billenkarren
- 16 Trends in het kusttoerisme (Westtoer)
- 20 Kusthotels zitten terug in de lift
- 23 C-Hotels scheert hoge toppen
- 25 INHO en Accor in expansieve alliantie
- 27 Middelkerke verdubbelt aantal hotelkamers
- 29 Symbiose tussen revuetheater en hotelvertier
- 31 Frisse zeebries voor gocartverhuring
- 34 Billenkar is ruim 160 jaar oud
- 35 Interview T&T Quality Go-Carts uit Knokke
- 37 Reportage Arizona & Happy Gocarts
- 39 Reportage Verhuringen Linda in Oostende
- 40 Reportage Rubens Bikes in Knokke



foto Jan



Extra trapkracht voor de billenkarren a.u.b.

Een ritje met de gocart op en rond de zeedijk: voor jong en oud vormt het een vast ingrediënt van een vakantie of dagtrip aan onze kust. Dit recreatief-sportief 'ritueel' is al ruim 70 jaar oud.

Nergens in Europa vind je zo'n fijnmazige concentratie van uitbaters van 'billenkarren' en gelijkaardige kustrijwielen: een vijftigtal op een strook van 60 km. Onze kustzone is - samen met de Nederlandse badplaats Cadzand - de enige locatie op het continent waar gocarts op de openbare weg mogen rijden. De typische stevige drie-, vier- of zeswielige trapkarren verwierven dan ook terecht het aureool van 'kusterfgoed'. Bovendien is de enige nog overgebleven producent van deze specifieke kustrijwielen een ambachtelijk bedrijf uit Knokke, dat onze billenkarren ook exporteert over heel Europa. Toch zijn de constructie en het verhuur van kustrijwielen nog nooit in kaart gebracht: niet als historisch fenomeen, maar ook niet als economische sector. Hoeveel vestigingen zijn er vandaag nog? Wie zijn die uitbaters? Wat zijn de typische kenmerken van deze bedrijven? Waar kopen ze hun rijwielen? Tot voor kort bleven deze vragen onbeantwoord.

West-Vlaanderen Werkt geeft met een sectorportret in dit themadossier graag de aanzet voor de 'ontleding' en emanatie van deze bijzondere niche. Die verdient echt wel wat meer visibiliteit en uitstraling.

Een vijftigtal verhuurders zet, gewapend met heel wat vakkennis, een lange traditie voort. Ze bieden onder meer elke zomer werk aan wel 500 jobstudenten.

De sector van de verhuring van kustrijwielen teert al vele jaren op het creatieve individualisme van de uitbaters. Een overkoepelende beroeps- of belangenorganisatie is er niet. Het lijkt een zwakke schakel in dit pittoreske verhaal. Want vandaag gebeurt er nagenoeg niks op het vlak van sectorpromotie en gezamenlijke imago creatie rond het fenomeen 'gocart-billenkar'. Deze sportieve kustrijwielen lenen zich nochtans prima voor de lancering van thema-evenementen, ludieke wedstrijden en races, exposities met historische exemplaren enz. Wie zet daar eens zijn schouders onder?

Een eerste aanzet komt alvast van de intercommunale projectvereniging **Kusterfgoed**. Die organiseert in 2020 een zomerproject rond het nog weinig ontgonnen thema van de 'kustrijwielen'. Werk aan de billenkarrenwinkel...

Het intrigerende portret van de gocartsector vormt een pittoresk onderdeel van ons themadossier over de veelzijdige facetten van het **kusttoerisme**. Daarin brengt het provinciaal toerismebedrijf **Westtoer** een interessant overzicht van de diverse geledingen van deze economische microkosmos.

We hebben ook extra aandacht voor de **kusthotels**: na een halve eeuw van teloorgang, maken die sinds 2013 een markante comeback en wordt er koortsachtig geïnvesteerd in renovatie en uitbreiding.

Kortom, met deze editie van West-Vlaanderen Werkt beleef je een extra vakantiegevoel.

Jan Bart Van In, hoofdredacteur

De Kust: een topbestemming voor de vier seizoenen

Het toerisme is een snel evoluerende sector. De Kust heeft zich de jongste jaren doorgezet als een bestemming voor de vier seizoenen. "Een terechte keuze", aldus gedeputeerde Sabien Lahaye-Battheu en Stefaan Gheysen, algemeen directeur van provinciebedrijf Westtoer. "Er wordt tegenwoordig gereisd naar alle uithoeken ter wereld. Maar ook een korte vakantie naar de Kust, meerdere keren per jaar, hoort er nog altijd bij." Anno 2019 maken dagtoeristen, verblijfstoeristen en tweede verblijvers van de Kust nog altijd dé topbestemming in Vlaanderen.

Jan Bart Van In, hoofdredacteur

westtoer

Het provinciebedrijf Westtoer en de tien kustgemeenten hebben de Kust strategisch sterk gepositioneerd als een bestemming voor een korte vakantie gedurende het hele jaar. Ooit was de Kust een zomerbestemming bij uitstek: dit is niet meer aan de orde. Enkele decennia geleden gingen de rolluiken dicht zeg maar begin september om terug geopend te worden in juni. Maar de tijden én het reisgedrag veranderen: tegenwoordig betekent een zonnig weekend in maart evenzeer een voltreffer voor de toeristische sector aan zee.

De dagtoeristen, een trouw publiek

In 2018 bezochten 17,9 miljoen dagtoeristen de Kust. De zomermaanden juli en augustus zijn de logische

topmaanden en zijn goed voor 35% van het aantal dagtoeristen. 65% van de dagtoeristen komt buiten deze vakantiemaanden. April en mei zijn de topmaanden in het voorjaar. Een kwart van de dagtoeristen komt in de laatste vier maanden. Een topdag telt circa 200.000 dagtoeristen. Een warme en zonnige zon- of feestdag in de zomervakantie of in een verlengd voorjaarsweekend is een typische topdag.

Een dagtoerist besteedt gemiddeld 45 euro per persoon aan de Kust, een stijging met 12% of 5 euro meer ten opzichte van 2009. Gemiddeld gaat 28 euro naar restaurants en cafés en 10 euro naar shopping. In totaal genereert het dagtoerisme jaarlijks ongeveer 800

miljoen euro aan de Kust, met een economische return voor verschillende sectoren.

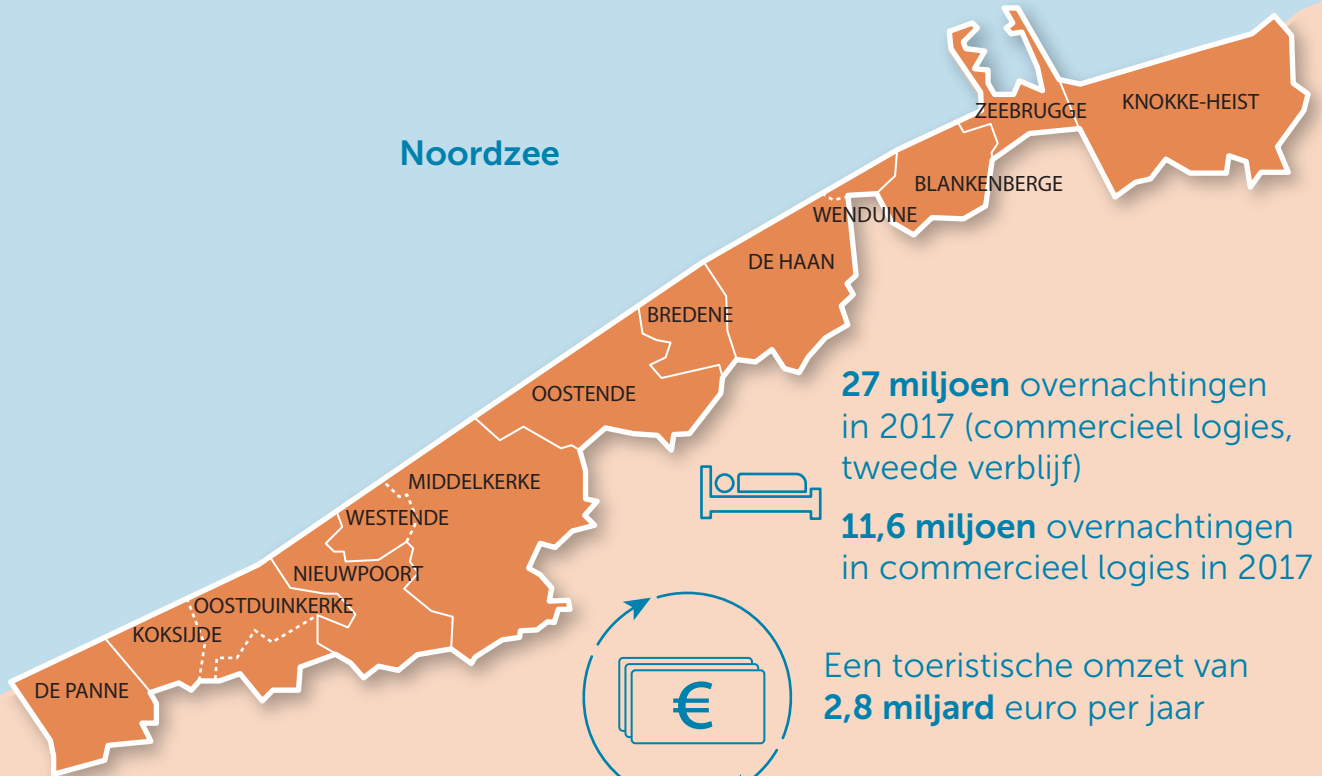
Iets meer dan zes op de tien dagtoeristen zijn Vlamingen, waarvan 6% West-Vlaamse omgevingsrecreanten die op minder dan 20 km van een kustgemeente wonen. Walen en Brusselaars zijn goed voor 23% van de dagtoeristen. Fransen maken 13% uit van de dagtoeristen naar de Kust en bezoeken vooral de westkust. In vergelijking met het onderzoek uit 2009 is het aandeel van de Franstalige Belgen en (Noord-)Franse dagbezoekers toegenomen met 5%. Nederlandse dagtoeristen (2%) vertoeven in de eerste plaats in Knokke-Heist.





Het kusttoerisme in tien cijfers

bron: Westtoer



27 miljoen overnachtingen in 2017 (commercieel logies, tweede verblijf)
11,6 miljoen overnachtingen in commercieel logies in 2017

Een toeristische omzet van **2,8 miljard** euro per jaar



Circa **41.700** voltijdse jobs



17,9 miljoen dagtoeristen in 2018
Tot **200.000** dagtoeristen op een topdag



Dagtoerist besteedt gemiddeld **45** euro
Vakantieganger besteedt gemiddeld **68** euro per persoon per nacht



20 % van de verblijfstoeristen komen uit de buurlanden



95.897 individuele vakantiewoningen in 2017

Stefaan Gheysen, algemeen directeur

Westtoer: "Dagtoeristen zijn een trouw publiek. 90% van de dagbezoekers in 2018 kwam minstens één keer op daguitstap naar de Kust in 2017. West-Vlaamse omgevingsrecreanten zijn fervente dagbezoekers van de Kust: 59% kwam zelfs meer dan tien keer in 2017. Ook de andere Vlamingen en Fransen zijn trouwe dagtoeristen met ruim 20% die meer dan tien keer naar onze Kust kwam in 2017".

Vakantiebestemming voor families met kinderen

De Kust ontvangt jaarlijks ongeveer 2,5 miljoen vakantiegangers in commercieel logies.

Hotels zijn qua aantal vakantiegangers de belangrijkste logiesvorm. Op de tweede plaats staan de verhuurde vakantiewoningen. Ook vakantiecentra, vakantieparken, jeugdlogies en kortkampeerplaatsen op campings zijn belangrijke logiesvormen aan de Kust.

In 2017 waren de **Belgen** goed voor **80%** van deze vakantiegangers. De overige 20% kwam vooral uit de buurlanden, met Frankrijk (6%) en Duitsland (5%) voorop.

In 2011 is een gelijkaardig onderzoek uitgevoerd als in 2017: toen was Nederland nog de grootste buitenlandse markt. Nu staan Nederlandse vakantiegangers op de derde plaats (4%). De Kust heeft nog altijd een trouw publiek dat graag terugkomt, vaak ook naar dezelfde badplaats. In vergelijking met het onderzoek in 2011 trekt de Kust ook meer nieuwe bezoekers (23% in 2016, 18% in 2011). Opvallend is dat het kustpubliek jonger is dan in 2011: een derde (34%) van de vakantiegangers is jonger dan 18 jaar (27% in 2011) en slechts 32% is ouder dan 50 jaar (40% in 2011). Eén op drie gezelschappen is ook ruimer dan enkel het gezin. De Kust positioneert zich de laatste jaren duidelijk meer als een aantrekkelijke bestemming voor families met kinderen en jongeren.

De hedendaagse vakantieganger blijft niet in de eigen badplaats. Bijna zes op de tien verplaatst zich langs de Kust. Hiervoor gebruikt men vaak de kusttram (49%). Eén op vijf gebruikt de fiets. Daarnaast combineert 13% van de vakantiegangers een verblijf aan zee met een bezoek aan het hinterland. Een vakantieganger in commercieel

logies besteedt gemiddeld 65 euro per persoon per nacht. Hiervan gaat gemiddeld 29 euro naar het logies. De overige 36 euro wordt voornamelijk uitgegeven aan restaurant, shopping, supermarkt en terrasbezoeken. De gemiddelde bestedingen variëren per logiesvorm en zijn het hoogst in hotels en het laagst op kortkampeerplaatsen van campings. In totaal genereert het commercieel verblijfstoerisme aan de Kust jaarlijks bijna **800 miljoen euro**, met een economische return voor verschillende sectoren.

De tweedeverblijvers

Van alle overnachtingen aan de Kust (27 miljoen) komt 41% van tweedeverblijvers in vakantiewoningen. In 2017 telde de Kust 95.897 individuele vakantiewoningen. Dit zijn woningen waar geen domicilie gevestigd is. Deze zijn vooral in handen van Belgen: 71% komt uit Vlaanderen, 14% uit Wallonië en 7% uit Brussel. De overige 8% komt uit het buitenland, voornamelijk uit de buurlanden. De vakantiewoningen staan in voor bijna **18 miljoen overnachtingen**: 6,8 miljoen door huurders en 11,1 miljoen door eigen gebruik of het zogenaamde tweede verblijfsgebruik.

Gemiddeld is een vakantiewoning aan de Kust 73 nachten per jaar bezet, gebaseerd op een onderzoek van 2015. Daarvan zijn 49 nachten voor rekening van tweedeverblijvers. Zij komen gespreid in het jaar naar zee. Op topmomenten zoals de paasvakantie, 21 juli en 15 augustus zijn zes op de tien eigenaars zelf aanwezig. Slechts 13% van de eigenaars verhuurt zijn vakantiewoning. Dit doen ze voornamelijk om de onkosten te dekken. De overige 87% van de eigenaars verhuurt zijn vakantiewoning niet. Belangrijkste reden om niet te verhuren is de vrijheid om zelf gebruik te kunnen maken van hun vakantiewoning. Van alle eigenaars is 45% 65 jaar of ouder. Ook de medioren (50–64 jaar) vormen een belangrijke groep. De belangrijkste redenen om een vakantiewoning te kopen zijn om te ontsnappen aan de



dagelijkse routine en om meer tijd met familie en vrienden door te brengen. Voor één op drie is de vakantiewoning een langetermijnbelegging. De keuze voor de Kust is evident: men vindt de Kust het hele jaar door een aantrekkelijke bestemming. De aanwezigheid van zee en strand is een belangrijk motief, gevolgd door de gezonde omgeving, de gezelligheid en het behoud van waarde van de woning. Gemiddeld besteedt een tweedeverblijver 41 euro per persoon per nacht aan de Kust. Dit is gemiddeld vijf euro meer dan de gemiddelde dagelijkse bestedingen van huurders van vakantiewoningen. De belangrijkste uitgaveposten liggen in lijn met de populairste activiteiten: restaurants, dagelijkse boodschappen en shopping. Daarnaast heeft een tweede woning een gemiddelde kost van ongeveer 6.000 euro per jaar. Tweedeverblijvers in vakantiewoningen staan in voor 1,1 miljard euro bestedingen per jaar, goed voor 38% van alle bestedingen gegenereerd door het kusttoerisme.

Vijf strategische doelstellingen voor het kusttoerisme

Wat biedt de toekomst? **Gedeputeerde Sabien Lahaye-Battheu** ziet vijf

strategische doelstellingen die het kusttoerisme toekomstgericht ondersteunen en stimuleren:

1. Om het (internationaal) toeristisch potentieel te versterken zijn investeringen nodig in strategische hefboomprojecten. Deze projecten werken imagooversterkend.
2. Vier seizoenen: de Kust versterkt verder haar positie als een bestemming voor de vier seizoenen.
3. Innovatief & duurzaam: innovatieve projecten zorgen voor een eigentijds aanbod. Een duurzame aanpak van de toeristische ontwikkeling ondersteunt en stimuleert het imago van de regio.
4. Kwaliteit & gastvrij: de toeristische sector positioneert de Kust als een gastvrije bestemming. Het aanbieden van kwaliteit behoort tot de topprioriteiten.

5. Authenticiteit: naast het kustbrede imago blijft ook het authentieke DNA van de badplaatsen een unieke troef.

“De Kust versterkt verder haar positie als een bestemming voor de vier seizoenen.”

Gedeputeerde Sabien Lahaye-Battheu



©Westtoer

Franstalige Belgen tuk op de Kust

Franstalig België is een zeer belangrijke markt voor de Belgische Kust. 22% van alle toeristen aan de Kust zijn Franstalige Belgen. In 2017 telde de Kust circa 4,9 miljoen Franstalige Belgen die voor één of meerdere dagen naar zee afzakten. Daarbij besteedden ze samen circa 545 miljoen euro aan de Kust, goed voor 20% van de 2,8 miljard bestedingen die toerisme aan de Kust genereert. In de drie pijlers van het kusttoerisme (dagtoerisme, verblijfstoerisme in commercieel logies en tweede verblijfstoerisme), nemen de Franstalige Belgen een prominente plaats in.

West-Vlamingen houden van hun Kust

Inwoners uit West-Vlaanderen zijn zeer trouwe bezoekers van de Kust. In 2017 waren bijna 4,1 miljoen van de dagtoeristen afkomstig uit West-Vlaanderen. Dit is 35% van alle Vlaamse dagtoeristen. Hiermee scoren de West-Vlamingen het hoogst qua dagtoerisme aan zee. De populairste kustgemeenten van de West-Vlaamse dagtoeristen zijn Oostende, Nieuwpoort en Koksijde.

“Daarnaast kozen 110.000 inwoners van de provincie voor een verblijf van één of meerdere nachten. Ongeveer 17.900 West-Vlamingen hebben een tweede verblijf aan zee. Westtoer berekende dat de West-Vlamingen in totaal 423 miljoen euro besteden aan de Kust. Vlaanderen en Wallonië blijven de belangrijkste markt voor onze Kust”, aldus **Sabien Lahaye-Battheu**, gedeputeerde van toerisme.

De Vlamingen: belangrijkste markt voor de Kust

Over alle kusttoeristen heen, is 65% afkomstig uit Vlaanderen. In 2017 ontving de Kust 14,4 miljoen Vlaamse toeristen voor één of meerdere dagen. Samen besteedden ze ongeveer 1,8 miljard euro aan de Kust, goed voor 64% van de 2,8 miljard euro omzet die het kusttoerisme jaarlijks genereert.

Recordinvestering van 45 miljoen euro

Kusthotels zitten (terug) in de lift

Na een halve eeuw afbouw en teloorgang is het tij voor de kusthotels eindelijk gekeerd: het aantal hotels stabiliseert en het volume aan hotelkamers stijgt sinds 2013 fors, van 5.521 naar 6.331 in 2018. Dat is een groei van 15%. Een nieuwe generatie hoteliers investeerde in de jongste drie jaar een recordbedrag van 45 miljoen euro in renovatie, herinrichting en uitbreiding.

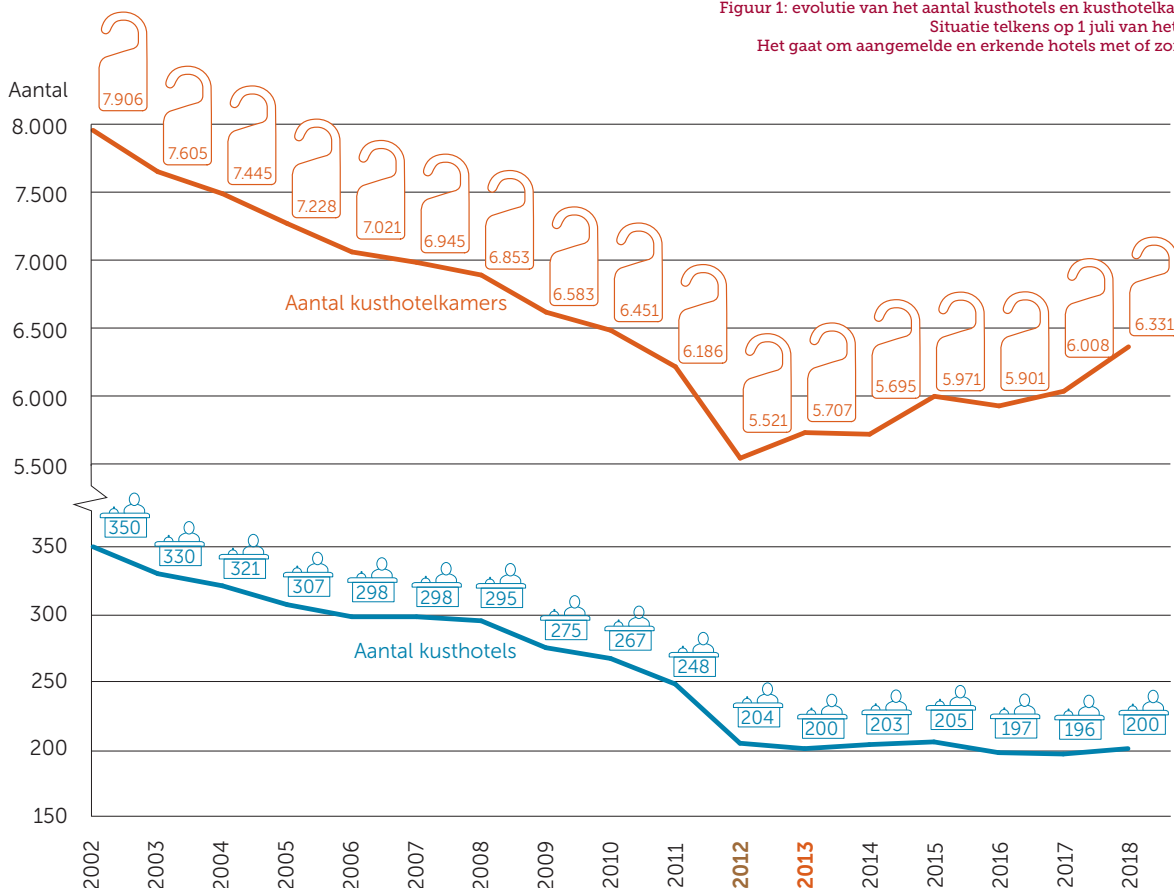
Jan Bart Van In, hoofdredacteur

Onze Kust blijft veruit de grootste toeristische trekpleister in ons land maar slechts 2,6% van de totale logiescapaciteit in de kustzone wordt door hotels ingevuld. Dat was vijftig jaar geleden wel anders: toen had de hotelindustrie een dominante en gezichtsbepalende positie in het kusttoerisme. In **1960** deelden **1.145 kusthotels** de lakens uit in **22.000 kamers** met samen 47.000 bedden. Vanaf de jaren '80 van de vorige eeuw kende de sector een zware neergang.

In 2012, het jaar van het absolute dieptepunt, was het aantal kusthotels teruggevallen op 200 met nog amper 5.521 kamers. Het hotelaanbod aan onze Kust is dus drastisch ingekrompen. Daar waar een 50-tal jaar geleden de tweede verblijven schaars waren, is dit nu het grootste toeristische logiesaanbod aan onze Kust. De hotelsector stond hierdoor onder enorme druk. Meer en meer kleine en familiale hotels verdwenen onder invloed

van bouwpromotoren. Dit omdat de rentabiliteit van de kusthotels traditioneel onder het Vlaamse gemiddelde ligt en de grondprijzen torenhoog de pan uit swingen. Daarenboven heeft een strengere logieswetgeving sinds 2010 gezorgd voor de stopzetting van een groot aantal minder kwalitatieve één- en tweesterrrenhotels. Het provinciale toerismebedrijf **Westtoer** monitort sinds 2002 nauwgezet het logiesbestand aan onze Kust.

Figuur 1: evolutie van het aantal kusthotels en kusthotelkamers 2002-2018.
Situatie telkens op 1 juli van het betreffende jaar
Het gaat om aangemelde en erkende hotels met of zonder classificatie



Figuur 1 toont op basis van deze cijfers de recente evolutie van het aantal door de overheid erkende hotels en hun hotelkamers.

In 2002 beschikte de Kust nog over 7.906 hotelkamers in 350 hotels. De grafiek toont heel duidelijk het reeds vermelde historische dieptepunt in 2012. Vanaf 2013 is er een gunstige kentering: het aantal hotels houdt vanaf dan stand (rond de 200) en het aantal kamers begint aan een opmerkelijke comeback: van 5.521 naar **6.331 (+810)** op zes jaar tijd, dat is een uitgesproken groei van 15%.



Heropbloei

De heropbloei van het aantal hotelkamers manifesteert zich in de meeste kustgemeenten, met Oostende als voortrekker.

Een opmerkelijke vaststelling is dat Oostende in het jongste decennium Blankenberge onttroonde in zijn positie als de kustgemeente met het meeste aantal erkende hotels. Een halve eeuw lang was Blankenberge de hotelkampioen (met vooral kleine familiepensjons) en dat was ook nog zo in het jaar 2002, met toen 78 hotels.

Dat bestand viel in 2018 terug naar 36 uitbatingen. In diezelfde periode daalde het hotelbestand in Oostende iets minder (van 63 naar 38), waarmee de 'koningin der badsteden' de hotelfakkel helemaal overneemt. De nummer drie in het klassement is De Haan met 31 hotels in 2018, op de voet gevolgd door Knokke-Heist met 28 logiesbedrijven.

Schaalvergroting en investeringskoorts

Als het aantal kusthotels stabiliseert of licht groeit terwijl het aantal kamers

tegelijk fors toeneemt, dan stijgt uiteraard de gemiddelde capaciteit per logiesbedrijf: van 27 kamers per hotel in 2012 naar **32 kamers in 2018**.

Kleinere hotels werden uitgebreid of maakten de voorbije jaren plaats voor grotere hotels die vaak professioneler en het jaar rond gerund worden. De heropstanding van de hotelindustrie aan onze Kust wordt uiteraard bewerkstelligd door een fikse investeringsgolf in de renovatie en/of uitbreiding van oude hotelcomplexen en in de realisatie van nieuwe infrastructuur.

Tabel 1: grootste hotelinvesteringen in de kustgemeenten periode 2016-2018
Bron: Graydon Belgium, op basis van de jaarrekeningen

	Naam	Locatie	Invest 2016	Invest 2017	Invest 2018	Invest 2016-18
1	Andromeda Hotel nv	Oostende	2.260.305	2.367.502	1.435.446	6.063.253
2	IBIS Zeebrugge -Exploitatie ISZ cvba	Zeebrugge	86.264	2.232.972		2.319.236
3	Riant Sejour nv	Blankenberge	87.979	1.294.219	582.059	1.964.257
4	Sandeshoved bvba	Nieuwpoort	523.368	907.773	444.770	1.875.911
5	Van Bunnens bvba	Knokke		1.855.459	18.225	1.873.684
6	Hotel Cosmopolite - Rojan bvba	Nieuwpoort	391.783	1.338.172		1.729.955
7	Lugano bvba	Knokke	484.054	621.314	277.250	1.382.618
8	Royal Astrid nv	Oostende	662.857	453.546	264.678	1.381.081
9	Hotel Du Commerce nv	Blankenberge	1.061.951	276.520		1.338.471
10	Memlinc Hotel nv	Knokke	451.258	510.006	347.631	1.308.895
11	Belcasa Suite Hotel - Immo B.C. bvba	Westende	9.699		1.182.638	1.192.337
12	Hotel Apostroff - Delfran bvba	Koksijde	634.633	271.267	167.444	1.073.344
13	Ostend Hotel - Ostend Invest nv	Oostende	476.735	261.267	293.264	1.031.266
14	Hotel Atlanta - Hotelmanag. GP nv	Knokke	496.373	504.635	1.958	1.002.966
	totaal		7.627.259	12.894.652	5.015.363	25.537.274

De sector investeerde in de periode 2016-2018 het recordbedrag van **45 miljoen euro**.

Tabel 1 toont de 14 grootste investeringsprojecten in die periode, op basis van cijfers uit de jaarrekeningen van de betreffende logiesbedrijven. Die zijn verzameld en verwerkt door **Graydon Belgium**, specialist in handelsinformatie. Deze top 14 was samen goed voor ruim 25,5 miljoen euro aan inspanningen in renovatie en (ver)nieuwbouw. De koploper in dat klassement (goed voor 6 miljoen euro) was de grondige renovatie en uitbreiding van het **Andromeda hotel** (vier sterren) op de dijk van Oostende, door groep **C-hotels**. De cluster rond CEO **Xavier Vercaemst** is dan ook een belangrijke factor in de heropleving van de hoteleconomie aan onze Kust (zie reportage op pagina 23). Een andere hyperactieve en relatief nieuwe speler in de hotelbranche aan de Noordzee is **INHO nv** (groep Debutquoy). In alliantie met de Franse beursgenoteerde hotelgroep Accor tekent deze voor de realisatie van acht compleet nieuwe drie- en viersterrenhotels in diverse kustgemeenten en één renovatie in Oostende. Dit onder de merknamen Ibis en Mercure, samen goed voor 746 hotelkamers (zie verder op pagina 25).

Hun eerste realisatie was het **IBIS hotel in Zeebrugge** (nr. 2 in onze tabel), dat in 2012 de deuren opende met 60 kamers en in 2018 is uitgebreid naar 79 kamers. Naast de toename van het aantal hotelkamers duidt ook een andere evolutie op de renovatie van de kusthotels: familiehotels worden meer dan voorheen overgenomen om hotel te blijven en dus niet om plaats te maken voor appartementen. Een aantal voorbeelden hiervan zijn de recente overnames van hotel Azaert en hotel Helios in Blankenberge, hotel Andromeda, hotel Acces, hotel Pacific, hotel Bero en hotel Royal Astor in Oostende en hotel Continental in De Panne.

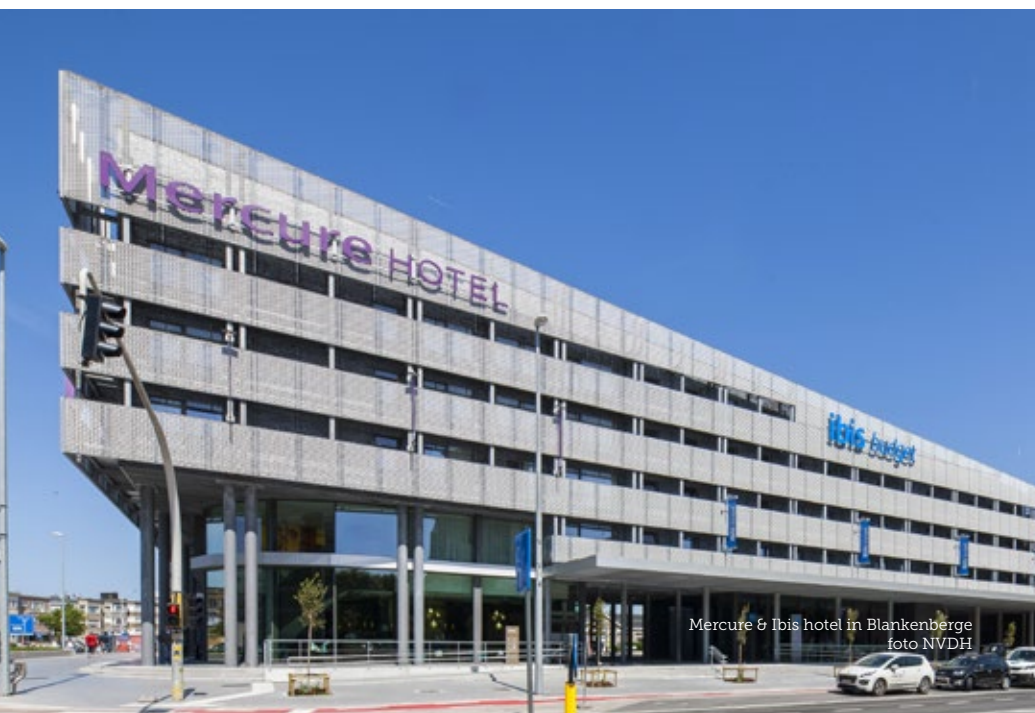
Kwaliteitslabel

Westtoer stelt ook vast dat de algemene kwaliteit van de kusthotels de voorbije jaren sterk toeneemt. Bestaande hotels renoveren en/of breiden uit. Recente voorbeelden zijn de vernieuwingen in hotel Cosmopolite in Nieuwpoort, Grand Hotel Belle Vue in De Haan, hotel Memlinc in Knokke-Heist, Rewind hotel in Oostduinkerke, hotel Botteltje, hotel Louisa, hotel 't Kruishof, hotel Monarc en hotel Europe in Oostende. Verder beschikken intussen ongeveer 50 kusthotels over het **Q-label** van Westtoer,

een kwaliteitslabel dat garant staat voor een goede service. Een nieuwe generatie beroepsorganisaties zoals Kusthotels vzw zet mee haar schouders onder deze verhoogde dynamiek.

Nieuwe maatschappelijke ontwikkelingen leggen de lat hoog voor toeristische ondernemers. Vakantiegasten willen in alle vrijheid iets apart beleven en hun bijzondere ervaringen delen met familie, vrienden en kennissen. De rol die hotels hierin spelen is van cruciaal belang voor een toeristische bestemming. Hotels bepalen in belangrijke mate het beeld dat door de bezoekers wordt gevormd en kunnen (in de visie van Westtoer) niet worden losgekoppeld van de bestemmingsontwikkeling van een regio als de Kust. Hotels zorgen voor een dynamische mix van toeristen. Een voldoende hotelaanbod aan onze Kust is een van de belangrijkste pijlers om haar positie als significante toeristische bestemming te behouden.

Met bijzondere dank aan Darline Vandaele en Liesbet Billiet van Westtoer.



C-Hotels scheert hoge toppen met concepthotels

Nick Vanderheyden, freelancejournalist

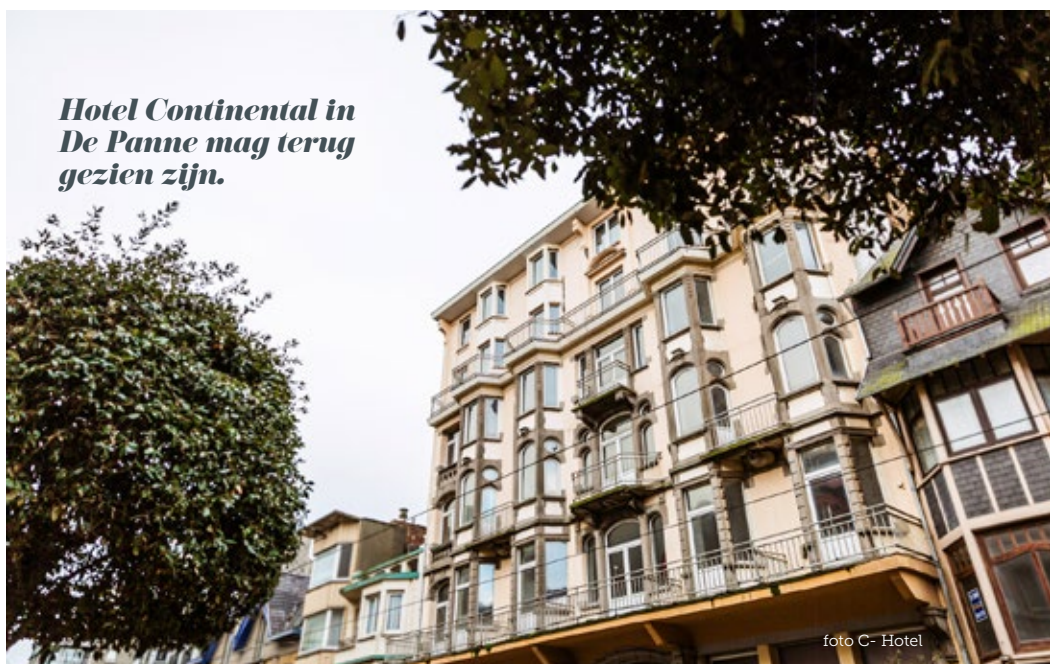
C-Hotels, met hoofkwartier in Oostende, is een belangrijke en dynamische factor in de recente heropleving van de kusthotels. De ambitieuze West-Vlaamse hotelgroep telt vijf jaar na zijn oprichting reeds 550 kamers, verdeeld over negen hotels aan de ganse Belgische Kust. Het team rond Xavier Vercaemst zet daarbij met succes in op de realisatie van concepthotels.

De missie en corebusiness van het West-Vlaamse hotelconcern C-Hotels is de opwaardering, rationalisatie en optimalisatie van bestaande (soms tanende) hotels in functie van een rendabelere uitbating. Steeds met eenzelfde visie: het aanbieden van een unieke en pure hotelomgeving.

CEO Xavier Vercaemst: "We focussen op datgene waar we goed in zijn: het hotelwezen. De hedendaagse vakantieganger wil vrij zijn, onder meer om te gaan verkennen waar hij/zij lekker uit kan eten, en is dus minder dan vroeger geneigd om zich aan het hotel te binden. Hetzelfde geldt voor wellnessfaciliteiten en dergelijke. Daarom bouwen we die nevenactiviteiten af zodat we kunnen focussen op de kern van de hotelexploitatie, zonder aan comfort in te boeten. In deze corebusiness onderscheiden we ons ook door een aanbod aan unieke, gethematiseerde logementen."

Een sprekend voorbeeld daarvan is de transformatie van het voormalige Royal Astor hotel in Oostende tot het viersterrenhotel **Upstairs** met 96 kamers in een 'urban style', met veel hout, metaal, groen en ook een indoorglijbaan. Dat heropende in juni 2018 en was meteen een schot in de roos.

Xavier Vercaemst: "In functie van dit concept bezochten we op een aantal dagen tijd tientallen hotels in New York. We brachten deze New Yorkse sfeer onder in het hotel, zodat we onze gasten een unieke ervaring presenteren. In De Panne laten we de rijke



Hotel Continental in De Panne mag terug gezien zijn.

foto C- Hotel

geschiedenis van het **Continental hotel** herleven via een uitgesproken art nouveau-inkleding. Het gaat om een bijzonder gebouw, opgeleverd in 1904 en ontworpen door de vooraanstaande architect Albert Dumont. Na een grondige renovatie verbouwden we de 60 bestaande kleine kamers van het beschermde pand (voorheen een vakantieverblijf van een ziekenfonds) tot 40 ruime kamers. We vervingen het aanpalende polyvalente gebouw door een nieuwbouw met 30 kamers."

Opmerkelijk is dat de exploitatie van C-Hotels door twee koppels wordt gerund. Samen met Xavier Vercaemst en **Inge Decuypere**, maken ook **Jan Dobbelaere** en **Stefanie Dumont** werk van de uitbouw van hun hotelgroep.

Beide koppels leerden elkaar jaren geleden kennen en matchten meteen wat betreft visie en ambitie.

Xavier: "Jan en Stefanie runden drie apart-hotels aan de middenkust en na onze ontmoeting werd het snel duidelijk dat we bijzonder complementair zijn. In 2014 hebben we samen onze schouders onder C-Hotels gezet. **Hotel Andromeda** in Oostende, dat al veel langer een overnemer zocht, werd onze eerste mijlpaal. Het viersterrenhotel met zijn 111 kamers is prachtig gelegen aan de zeedijk vlak naast het Kursaal. Maar de verlieslatende thalassa en horecazaak hebben we geschraapt. Bij overnames op dit niveau is het niet evident om ook het dure vastgoed te verwerven. We konden in dat aspect niet op eigen kracht opboksen tegen

de internationale hotelconcerns. Om daarin te slagen zochten en vonden we een alliantie met twee vastgoedpartners: **Immo Depoorter** uit Middelkerke en **projectontwikkelaar Steenhoven** uit Staden, gelieerd met bouwbedrijf Alheembouw. Depoorter treedt ook op in het vastgoedinvesteringsluik van andere van onze hotelprojecten.”

Stevige uitbreiding in 2019

In 2016 verwierf C-Hotels hotel Helios in Blankenberge, dat is omgevormd in een Ibiza-stijl, en in 2017 hotel Acces in Oostende, dat in de zomer van 2019 heropende onder de nieuwe naam Cocoon. Dit als viersterrenupgrade in een Hampton-Beach aankleding, met 67 kamers.

“Nog in de zomer van 2019 kreeg het bestaande hotel Zeegalm in Middelkerke een grondige opknapbeurt met uitbreiding van de infrastructuur. De 22 bestaande studio's ondergingen een renovatie, terwijl het oude receptiegebouw plaatsmaakte voor een nieuwbouw met receptie, ontbijtruimte en 20 hotelkamers.”

De drie jongste projecten (Cocoon, Continental en Zeegalm) vergen samen een investering van 11 miljoen euro, waarbij Groep Caenen Capital Fund participeert in de hotels Cocoon en Continental. De aanzienlijke uitbreiding van de portefeuille maakt dat C-Hotels mikt op een jaaromzet van 15 miljoen euro en reeds 120 mensen tewerkstelt. Met een gemiddelde jaarbezetting van 65% (80% voor de drie Oostendse hotels en 55% voor de locatie in De Panne) en een operationele kasstroom (ebitda) van 30%, realiseert de groep haarscherp zijn objectieven. Dit mede dankzij innovatieve tools, zoals een centraal gestuurd open reservatiesysteem en een softwaregestuurd revenue management.

Zoektocht naar opportuniteiten

De ambitie van de twee ondernemende echt)paren achter C-Hotels stopt niet



met deze negen vestigingen. De jacht op nieuwe opportuniteiten blijft open. Zo is er met C-Holidays een verhuur- en beheerpoot voor vakantiewoningen.

Inge Decuyper: “Met C-Holidays bieden we in het domein Zeegalm in Middelkerke diensten aan eigenaars en huurders van vakantiewoningen. Daarnaast dromen we verder en kijken we naar steden als Brugge, Gent, Brussel en Antwerpen. Deze bieden uitstekende locaties voor bijvoorbeeld ons Upstairs-concept. Dit urban concept richt zich op iedereen (van creatieveling over wereldreiziger tot de buurman om de hoek) die op zoek gaat naar een logement in een hippe, ongedwongen sfeer.”

“C-Hotels is als eerste gestart met de realisatie van concepthotels aan de kust.”

Inge Decuyper en Xavier Vercaemst

INHO en Accor in expansieve alliantie

Negen nieuwe kusthotels met 746 kamers

Nick Vanderheyden, freelancejournalist

In de voorbije zeven jaar deden de ketenhotels van de Franse hotelgroep Accor hun intrede aan de Belgische kust. De eerste realisatie was Ibis Styles Zeebrugge in 2012. Ondertussen zijn er negen franchisehotels in de kustgemeenten. Nummer tien komt eraan: een Mercure naast het Ibis Budget in Knokke. Initiatiefnemer voor deze inplantingsgolf is de holding nv Industrie Hotelière et Immobilière (INHO) van de familie Debucquoy. Die doet daarbij beroep op particuliere investeerders.

Vóór 2012 was er geen enkele internationale hotelketen aanwezig aan de Belgische kust. **Industrie Hotelière et Immobilière (INHO)** dook als eerste in dat gat in de markt. Deze groep met roots in Oostende is een franchisepartner van het Franse hotelconcern Accor. In zeven jaar tijd opende INHO liefst negen ketenhotels, met in totaal **746 kamers** aan onze Belgische kust (zie tabel).

Koen Hutsebaut, directeur financiën en administratie bij de INHO-groep: "We zijn niet alleen aan de kust actief. Op zeven jaar tijd openden we 14 franchisehotels in heel België, goed voor een ritme van twee hotels per jaar. Dit stevige tempo danken we onder meer aan onze strategie om hotelkamers aan te bieden aan particuliere investeerders. Binnenkort

starten we met de procedures voor de bouw van een nieuw Mercure Hotel met 70 kamers, naast het bestaande Ibis Budget in Knokke-Heist. Dit ligt aan het bedrijventerrein 't Wallekje en het nieuwe oefencomplex van Club Brugge en vlakbij AZ Zenoo."

Bezettingsgraad 68%

De **nv INHO**, met de West-Vlaamse familie Debucquoy-Van Canneyt als referentieaandeelhouder, fungeert met een aantal zustervenootschappen als holding boven de hotelexploitaties. De groep genereert aan onze kust een directe tewerkstelling van 120,8 VTE (een 200-tal in hoofden). Daarnaast worden meerdere onderaannemers ingeschakeld, zoals poetsdiensten en

leveranciers. Met een bezettingsgraad van 68% noteerden de kusthotels van INHO in 2018 gezamenlijk 163.386 overnachtingen, goed voor een omzet van om en bij de **17,5 miljoen euro**.

Koen Hutsebaut: "Aangezien het gaat over recente hotels, enkele zelfs nog in opstartfase, zijn deze cijfers bijzonder hoopgevend. Een belangrijke nuance: we stellen de hotelkamers beschikbaar als investeringsvastgoed. Investeerders strijken daarbij 90% van de inkomsten op. De formule biedt beleggers een interessant alternatief in de zoektocht naar een hoger rendement voor hun spaargeld. We zijn in België trouwens pionier in deze niche.

Het is daarnaast wel de ambitie om met onze exploitatievenootschappen zelf ook een recurrent inkomen te halen uit de uitbating van de hotels. Het feit dat we kunnen rekenen op de naam en faam van een groep als Accor, resulteert in een verhoogde zekerheid voor onszelf én voor de hotelkamereigenaars."

Franchise met Accor

Met meer dan 30 hotelmerken, 3.600 hotels en 460.000 kamers in 93 landen op vijf continenten, behoort de Franse hotelgroep **Accor** tot de wereldwijde top in de hotelwereld. Voor vastgoedpromotor INHO was Accor een gedroomde partner, ook omdat het concern veel interesse toonde in de uitbouw van sommige INHO-merken aan de Belgische kust.

Tabel 1: Industrie Hotelière et Immobilière in alliantie met Accor
Exploitatie kusthotels, situatie najaar 2019
Bron: INHO nv

	Locatie	Naam hotel	Opening	Aantal kamers	Werknemers in VTE
1	Zeebrugge	Ibis Styles	2012	79	19
2	Oostende	Mercure	2014	95	21
3	Blankenberge	Mercure	2017	64	17
4	Blankenberge	Ibis Budget	2018	79	8
5	De Haan	Ibis	2016	83	14
6	Middelkerke	Ibis Budget Airport	2018	102	9
7	De Panne	Ibis	2014	79	14
8	Nieuwpoort	Ibis Styles	2017	97	10
9	Knokke	Ibis Budget	2018	68	8
			Totalen	746	120
10	Knokke	Mercure	in aanvraag	70	
				816	

Thomas Persyn, Finance & Accounting bij INHO: "A brand is a promise, waardoor klanten weten wat ze kunnen verwachten en vertrouwen hebben door de aanwezigheid van een doorgewinterde speler. We zijn daarom dankbaar dat een speler als Accor zich bereid toonde om zijn naam te koppelen aan deze franchiseformule. Het contract met Accor is zeer gedetailleerd en resulteert in een erg afgebakende wisselwerking, met duidelijke verplichtingen voor beide partijen. Wij nemen onder meer de medewerkers en het management van de hotels voor onze rekening. Tegelijk maken wij gebruik van hun naam- en merkbekendheid, identiteit, marketingcel, database, distributienetwerk en reservatiesoftware.

Daarnaast stuurt de hotelgroep mysteryshoppers uit en zijn er onverwachte audits. Hiermee volgt Accor van nabij op of hygiëne, service, comfort, kwaliteit en klantvriendelijkheid aan hun normen beantwoorden. Deze wisselwerking resulteert in een erg succesvolle en versterkende samenwerking. Zonder dat het over een exclusieve samenwerking gaat. Uiteindelijk gaat het ook over optimale fees bedingen, zodat onze mede-eigenaars optimale rendementen kunnen halen."

In de markt zetten en houden

Ondanks de inbedding in een wereldvermaarde hotelketen, blijft het succes van de INHO-hotels toch afhankelijk van de manier waarop ze in de markt worden gezet. "Eigen aan de hotelsector is de stevige inlooperperiode en het harde werk om klanten te blijven aantrekken", legt Koen Hutsebaut uit. "Het is niet omdat we plots een Ibis hotel in een kustgemeente openen, dat het meteen volloopt met toeristen. Zo zijn 80% van de gasten vooralsnog Belgen. Via actieve en reactieve marketing en sales willen we meer klanten aantrekken uit onze buurlanden. Daarnaast is het mooi om te zien in welke mate de kustgemeenten en **Westtoer** aan city- of



foto NVDH

Koen Hutsebaut (links) en Thomas Persyn van INHO nv zijn, in alliantie met groep Accor, de grootste actor in de realisatie van compleet nieuwe hotelinfrastructuur aan de Belgische kust.

regiomarketing doen, zodat er ook buiten het hoogseizoen, wanneer de hotels sowieso wel vollopen, voldoende aanbod is voor toeristen. Een even belangrijke succesfactor is de manier waarop we met een hotel inspelen op de locatie. Zo is het hotel in Zeebrugge gericht op de havenactiviteiten en in De Panne op bezoekers van Plopsaland, Belgische en Franse kustgangers en het oorlogstoerisme. Voor de hotels in Oostende en Middelkerke zijn de luchthaven en de offshore windmolenparken van cruciaal belang, naast bedrijven als Daikin Europe.

Onze samenwerking met een internationale hotelgroep is van vitaal belang. Accor heeft de expertise in huis om te weten welk merk waar werkt. Zij kunnen ook perfect inschatten waar we verschillende segmenten kunnen aanspreken door merken te combineren. Zoals het geval is bij de Ibis-Mercure combinatie aan het station in Blankenberge en binnenkort met de Ibis-Mercure combinatie aan 't Wallekje in Knokke-Heist."

Ibis Styles In Zeebrugge is recent uitgebreid.



(foto NVDH)

Groot hotel- en recreatiecomplex in Lombardsijde

Middelkerke verdubbelt aantal hotelkamers

Nick Vanderheyden, freelancejournalist

Cijfers van Westtoer tonen aan dat de neergang van de kusthotels, ingezet in de jaren '60 van de vorige eeuw, recent is omgebogen. Deze koerswijziging begon vier jaar geleden en vertaalt zich mee in een vloedgolf aan investeringen in de leisurebouw. Zo ook in Middelkerke, dat met de heropleving van zijn kusthotels zijn aanbod van hotelkamers ziet verdubbelen over een tijdspanne van circa vijf jaar.

Kustgemeente Middelkerke (inclusief de deelgemeenten Westende en Lombardsijde) zet stevig in op de toeristische aantrekkingskracht. De ontsluiting van de ringbaan is in een voorbereidende fase en de dijk van Westende (en bij uitbreiding die van Middelkerke) wordt volledig heraangelegd via een investeringsplan van 30 miljoen euro. Er komt een nieuw zwem- en recreatiebad op de sportsite **De Krokodiel** (20 miljoen euro) en het gehelanceerde casinoproject (30 miljoen euro) creëert torenhoge verwachtingen. Het hernieuwde elan van de kustgemeente vertaalt zich ook in de opmars van nieuwe privé-initiatieven in de leisurebouw. Nieuwe hotels maken hun opwachting. Ook de vakantieplaatsen kennen een opmars. Middelkerke krijgt er in de komende jaren circa 400 vakantieappartementen bij. Deze niche lijkt bovendien de nieuwe heilige graal voor investeerders op zoek naar goede rendementen.

Hoteluitbating terug in de lift

Middelkerke maakt een significante inhaalbeweging wat betreft hotelaccommodaties. In 2002 telde Middelkerke 20 hoteluitbatingen, goed voor 269 kamers en 632 bedden. De meest recente cijfers van provinciebedrijf **Westtoer**, uit 2018, tonen 18 hotels met in totaal **360 kamers (+91) en 981 bedden (+349)**. De capaciteit van de logiesbedrijven stijgt zo van gemiddeld 13 naar 20 kamers en van 32 naar 54



Middelkerke is tuk op de komst van een omvangrijk nieuw sport- en recreatiecentrum met 180 hotelkamers in Lombardsijde.

foto NVDH

Vlnr. projectontwikkelaar John Debaille en burgemeester Jean-Marie Dedecker.

bedden per uitbating. Deze trend naar schaalvergroting manifesteert zich over de ganse kust.

Twee kleine logiesbedrijven vielen uit in het jongste decennium: Ronde en Isba. De Schoorbakkehoeve (20 kamers) in Schore aan De IJzer staakte recent zijn activiteiten in afwachting van een overnemer.

De grootste nieuwkomers zijn hotel **Ibis Budget Oostende Airport** (102 kamers) en **sporthotel Acropolis** met 70 kamers (sinds juli 2018).

De absolute 'klepper' wordt het omvangrijke hotel- en recreatieproject

van groep **Debaille Promotion** in Lombardsijde, dat mikt op 180 hotelkamers. Dat is meteen de grootste nieuwkomer voor de ganse kust.

Nieuw recreatiemeer in Lombardsijde

De opzet van Debaille is indrukwekkend: een nieuw sport- en recreatiecentrum met een oppervlakte van 53.000 m² op enkele honderden meters van de zee. In maart van dit jaar kreeg de bouwgroep groen licht van het gemeentebestuur nadat het herbestemmingsplan van de gronden werd goedgekeurd.

Zaakvoerder **John Debaille**: "In de aanloop naar de goedkeuring stelde de gemeente een aantal bijkomende vereisten in de uitwerking van dit project. Een belangrijke vereiste was de uitbreiding van de recreatiemogelijkheden. Dit heeft geleid tot de idee van een groot **recreatiemeer** met, naast twee golflagbaden, ook een kabelpark voor watersporten zoals waterskiën, surfen en wakeboarden. Een andere voorwaarde is de beperking in bouwlagen van 9 naar 6, terwijl we de capaciteit van een 180-tal kamers kunnen behouden. Ook de financiering van dit kapitaalsintensieve project moeten we bijsturen. De gemeente wou in de vorige legislatuur nog participeren in de recreatiefaciliteiten, maar trekt zich onder het nieuwe bestuur volledig uit het project terug. Dit maakt dat we zelf de volledige financiering voor onze rekening nemen en op zoek moesten naar investeerders. Eén daarvan is het Nieuwpoortse **Outsider Coast**, dat de uitbating van het watersportpark op zich zal nemen. Momenteel zitten we in de voorbereidende fase en we schrijven binnenkort een wedstrijdaanbesteding uit. We verwachten in voorjaar 2020 met de werken te starten, om het project vervolgens in de loop van 2022 op te leveren."

Jean-Marie Dedecker, burgemeester van Middelkerke: "Het project van Debaille sluit perfect aan op het nieuwe stadsdeel dat momenteel aan de jachthaven bij onze buurgemeente Nieuwpoort uit de grond rijst. Het gaat om een duizendtal nieuwe wooneenheden, waardoor het project van Debaille een mooie opportuniteit biedt om de verbinding Lombardsijde-Nieuwpoort te versterken. Net daarom was het aandeel 'recreatie' voor ons doorslaggevend. Belangrijk is ook dat het project qua invulling en architectuur aansluit op de Lombardsijdse dorpskern. In die optiek is ook de Zeelaan aangepakt, met onder meer een nieuwe stopplaats voor de kusttram ter hoogte van de projectgrond."

Sporthotel Acropolis

In juli van vorig jaar opende **sporthotel Acropolis** aan de Zeelaan ter hoogte van de sportsite De Krokodiel. Bouwpromotor **Eddy Gryson**, afkomstig uit Torhout, pikt met de bouw van dit hotel onder meer in op de ontwikkelingen op het achterliggende sportpark, waaronder de bouw van een nieuw gemeentelijk zwembad. Zo komt ook een einde aan een lange procedureslag. Al in 1999 was er groen licht van het toenmalige schepencollege voor de oprichting van

een recreatiecomplex op de huidige locatie van het hotel. Nadat fase 1 van het complex werd afgerond, was er een wijziging van het geldende RUP nodig, om ook hoteluitbating mogelijk te maken. Deze goedkeuring liet op zich wachten tot 2012, waarna de bouwwerken aan het sporthotel Acropolis hervatten. Een eerste fase omvatte de transformatie van het bestaande hoofdgebouw tot een hotelgebouw met 30 kamers en een wellnessruimte, zwembad, feestzaal, restaurant en 'zen bamboetuin'. Ook fase 2 is intussen afgerond en omvat een zijvleugel met 40 kamers. Nog dit jaar moet als laatste fase een tweede zijvleugel met 50 kamers openen. Zo komt het aantal hotelkamers van dit opmerkelijke project op 120. Dit terwijl het hoofdgebouw momenteel ook fungeert als tijdelijk onderdak voor casino-uitbaters Napoleon Games, in afwachting van het nieuwe casinocomplex op de zeedijk.

Sporthotel Acropolis in Middelkerke kende een hobbelig parcours, maar is nu toch toe aan zijn derde bouwfase.



WP Hotels & Events in Blankenberge

Symbiose tussen revuetheater en hotelvertier

Nick Vanderheyden, freelancejournalist

Boek in Blankenberge een hotelkamer in de buurt van de Belle Epoquewijk en het casino en de kans is groot dat je verblijft in een hotel van WP Hotels & Events. De groep achter het legendarische revuetheater Het Witte Paard beheert vijf hotels met 183 kamers en drie restaurants en combineert dit met de organisatie van events en entertainment. Een opmerkelijk symbiose tussen spektakelshows en hotelexploitatie.

WP Hotels & Events verwelkomde deze zomer circa 20.000 bezoekers voor hun dagelijkse shows op drie feestlocaties, waaronder het casino van Blankenberge. Een groot deel van die gasten kiest bovendien voor een pakketformule en combineert hun bezoek met een overnachting in een van de vijf hotels van de groep.

Managing director Ann Fransen:

“De toestroom aan spektakeltoeristen in de zomer is in die periode goed voor meer dan 50% van onze bezettingsgraad. Zij worden ondergedompeld in de unieke sfeer van onze shows, overnachten en ontbijten in onze hotels, lunchen en/of dineren in onze restaurants en maken - afhankelijk van het hotel - gebruik van faciliteiten, zoals wellness. Met een totaalaanbod spreken we elk marktsegment aan. Dat is een belangrijke troef in de prospectie van bedrijven.” De hotel- en eventsgroep timmert zo aan een bijzonder businessmodel, met het accent op spektakel. De vennootschap realiseerde op die manier in 2018 een jaaromzet van om en bij de 7 miljoen euro, met een vaste equipe van 50 medewerkers. In het hoogseizoen piekt de tewerkstelling door middel van flexi-jobs en jobstudenten tot 150 medewerkers.

Vierde generatie breidt uit

In 1936 startte **Louis Smets** het revuetheater **Het Witte Paard** in Blankenberge, waarbij hij focuste op een gevarieerd spektakel naar Amerikaans

model. Vervolgens werd het concept ook in Oostende en Knokke uitgerold. Enkel in Blankenberge bleef het variétéhuis bestaan, met vandaag de derde familiegeneratie aan het roer. Die waagde zich als eerste in de hotelsector. Vlak naast het revuetheater Het Witte Paard opende in 2006 het **Pantheon Palace**, een familiaal hotel met 32 kamers. Dit leidde tot een eerste kruisbestuiving tussen revuetheater en hoteluitbating. Het succes van dit concept ontging ondernemer van de vierde generatie **Ben Van den Keybus** niet. Samen met zijn partner **Ann Fransen** zet hij ten volle in op deze strategie, met een pak overnames in de voorbije vijf jaar als gevolg.

Ann Fransen: “Het Pantheon Palace is een kleinschalig hotel en het is niet evident om dit rendabel uit te baten. Zoals in veel sectoren speelt ook hier de factor schaalvergroting. In 2014 kregen we de opportuniteit om het nabijgelegen **hotel Saint Sauveur** over te nemen. Ook het klasserestaurant Starckx is hierin ondergebracht. Sindsdien is het snel gegaan en voegden we **hotel Azaert** (2015), **hotel Moeder Lambik** (2017, nu **Moby Dick**) en **hotel Paradisio** (2018) toe aan ons hotelbestand. De vijf hotels tellen samen 183 hotelkamers. Met de restaurants Starckx, Azaert en Moby Dick en ook onze frituur Friet Revue, beheren we zo negen horecazaken in het hart van Blankenberge.”



“De concentratie van onze hotel- en entertainmentactiviteiten op een beperkte locatie, verhoogt onze efficiëntie.”
Ann Fransen

Exploitatie stroomlijnen

De forse expansie resulteerde in de herfst van 2018 in de oprichting van een nieuwe overkoepelende exploitatievennootschap met zeven vennoten: **WP Hotels & Events bv**. "Op juridisch en financieel vlak verandert er niets. Deze operatie is vooral een stroomlijning van onze activiteiten en de creatie van een herkenbare merknaam. Zeker in de uitbouw van onze pakketformules is dit een belangrijk gegeven. Die gezamenlijke noemer belet niet dat elk hotel een ander klantensegment aanspreekt. De b2b-markt bijvoorbeeld is voor ons een duidelijke groeimarkt, in de vorm van bedrijfsarrangementen. Deze zomer telden we al een vijfduizendtal gasten uit de bedrijfswereld, met klanten als Maes Pils, Laurent Perrier, KV Oostende en KFCO Beerschot Wilrijk. We willen die markt verder exploreren en zowel multinationals als kmo's aanspreken. Met hotel Azaert focussen we bovendien op het seminarie- en congresterisme."

Het spektakelblok van Blankenberge

De recentste acquisitie van de groep dateert van december vorig jaar: Kusttheater 't Colisée. Opvallend is dat zo alle activiteiten van de groep geconcentreerd zijn binnen een straal van 200 m, op hotel Moby Dick na. Ann Fransen: "De overname van het iconische theatergebouw versterkt de synergie tussen het aangeboden entertainment en onze hotelexploitaties. Het theater is bovendien in hetzelfde huizenblok gelegen als Het Witte Paard, zodat onze activiteiten zich hoofdzakelijk concentreren tussen het Casino- en het Manitobaplein. Samen met de uitbating van de feestzalen in het casinogebouw werden we de belangrijkste speler in de entertainment- en eventsector van Blankenberge. De concentratie van de activiteiten op een beperkte locatie verhoogt de efficiëntie van onze interne werking. Ons team opereert zo stevast op wandelafstand van de verschillende panden, terwijl we vlot kunnen schakelen

in de uitbating. Het Witte Paard, de spil van onze groep, lokt jaarlijks nog altijd een dertigduizendtal bezoekers naar de badstad. Het illustreert dat spektakelshows nog goed in de markt liggen. Daarom trekken we meer dan ooit

de kaart van internationale topartiesten. We zetten trouwens niet alleen in op het hoogseizoen, ook buiten het zomerseizoen liggen er kansen genoeg."



foto NVDH

Revuetheater Het Witte Paard in Blankenberge is de spil van een gans hotelimperium.

Solide partner voor hotelvastgoed

WP Hotels & Events nam de jongste vijf jaar vier hotels in Blankenberge over, inclusief het vastgoed, maar wil zich toeleggen op hotelexploitatie. In drie gevallen (Hotel Saint-Sauveur, Hotel Azaert en Hotel Moby Dick) schoven zij de gebouwen en gronden, begin 2018, door naar een ervaren vastgoedpartner. Dat is **FutureDome bvba**, met als bestuurder **Nele Van Damme**. Die is in de sector van de vastgoedprojectontwikkeling vooral bekend als oprichter en bezieler (samen met haar echtgenoot Koenraad Belsack) van **Upgrade Estate**, een van de trendsetters en marktleiders in Vlaanderen in het segment van de studentenhuysvesting. Nele Van Damme benadrukt dat haar engagement rond het hotelvastgoed in Blankenberge een private investering is, die totaal los staat van (en dus geen uitstaan heeft met) Upgrade Estate.

JBVI

Frisse zeebries voor gocartverhuring

Robin Hintjes, bachelor Bedrijfsmanagement (Marketing) Howest

Jan Bart Van In, hoofdredacteur

howest
/ we develop people

De verhuring van gocarts (billenkar, trapkar of cuistax) is een bijzondere branche binnen de veelkleurige kusteconomie. Vijftig uitbaters op en rond de zeedijk zetten een zeventig jaar oude traditie verder. Ze doen daarbij jaarlijks beroep op een regiment van 500 jobstudenten. Kleinschaligheid is nog troef, maar toch is ook deze sector in de ban van schaalvergroting en concentratie. Ruim 80% van de gocarts die zij verhuren is 'made in Belgium'.

De verhuring van gocarts (billenkarren) op en rond de zeedijk is een van de meest typische en tegelijk unieke fenomenen van ons kusttoerisme. Ze stoelt op een rijke traditie die begon kort na WO II. Nergens in Europa vind je zo'n fijnmazige concentratie van uitbaters van kustrijwielen (een vijftigtal) op een strook van 60 km. Onze kuststrook is (samen met badplaats Cadzand) dan ook de enige zone op het continent waar gocarts op de openbare weg mogen rijden. Iedere kustbezoeker of -verblijver jong of oud, maakte ooit (solo of met de ganse familie op een groot exemplaar) een rit met een van de vele modellen uit het assortiment aan billenkarren. De typische robuuste gocart 'made in' West-Vlaanderen, verwierf dan ook terecht de status van kusterfgoed.

Toch is de verhuring van kustrijwielen als historisch fenomeen, maar ook als economische sector, nooit in kaart gebracht. Dit sectorportret is dan ook een bescheiden maar enthousiaste aanzet.

Rangen dunnen uit

Volgens de jaarlijkse ('on the field') registratie van marktonderzoeksbureau **Locatus**, waren er eind 2018 in de tien kustgemeenten (met samen dertien badplaatsen) 69 verhuurders van rijwielen actief, waarvan een 50-tal ook gocarts uitbaat. Het gros daarvan situeert zich in de badplaatsen Oostende (12) en Knokke-Heist (10).

Geen enkele onderneming verhuurt



alleen maar gocarts, dat loopt altijd samen met de verhuring van fietsen (in meerdere vormen).

Het aantal actoren is de jongste jaren nogal stabiel, maar twintig jaar geleden waren er nog 70 exploitanten van die specifieke kustrijwielen. De rangen zijn dus uitgedund. Sommige kleinere spelers stappen uit de sector of dreigen te verdwijnen. De uitbatingen die overblijven zijn steeds vaker ondernemingen met meerdere locaties. Zo zijn er al negen spelers die twee of meer verhuringen exploiteren, samen goed voor 25 locaties. De grotere bedrijven zetten ook in op diverse nevenactiviteiten zoals de verkoop van fietsen, strandartikelen en ijsjes. Concentratie, schaalvergroting

en diversificatie zijn dus ook in deze specifieke en vooralsnog fijnmazige sector in volle opmars.

Ons onderzoek spitst zich vooral toe op de twintig gocartverhuurders (op een totaal van 50) die opereren via een vennootschapsvorm, wat hen verplicht om hun jaarrekeningen neer te leggen. Van die doelgroep hebben er elf deelgenomen aan een enquête in het najaar van 2018. Dat is dus 22% van de totale populatie.

Het gros van de uitbatingen (30 op 50) loopt via een eenmanszaak. Dit wijst op het kleinschalige karakter van de sector, die uiteraard sterk seizoensgebonden is.

Mekka voor jobstudenten

Die kleinschaligheid weerspiegelt zich ook in de tewerkstelling: het gemiddelde per exploitatie ligt op 1,2 vaste werknemers in loondienst. Die jobcreatie neemt wel een tijdelijke vlucht in het hoogseizoen, met de inzet van een groot aantal jobstudenten. Dit gaat op jaarbasis van drie in kleinere uitbatingen tot zelfs 24 jobstudenten in de grotere ketenzaken. Via extrapolatie kunnen we stellen dat in de gocartverhuring jaarlijks ruim **500 jobstudenten** aan de slag zijn. Met hun neus in de gezonde buitenlucht en meestal met zicht op zee...

De 'anciënniteit' van de bevroagde verhuurbedrijven ligt op 18 jaar. De oudste startte in 1986, terwijl de jongste uitbating pas in 2018 van wal stak. In negen van de elf gevallen betrof het wel de overname van een bestaande en dus veel oudere zaak.

Uit onze analyse van de jaarrekeningen van de elf bevroagde actoren komt naar voren dat zij in 2012 een gezamenlijke brutomarge realiseerden van 1,3 miljoen euro. Dit cijfer evolueerde in 2017 naar bijna 2 miljoen euro. Dat is een **groei van ruim 50 %** of 10% op jaarbasis.

De tenoren in de sector verklaren die toename niet zozeer door een expansie van de verhuring van de traditionele gocart. Wel door de schaalvergroting, een graduele prijsverhoging en het succes van andere, nieuwe types duurdere rijwielen zoals elektrische steps en elektrische fietsen.

Dames aan het stuur

Een West-Vlaamse gocartverhuurder heeft gemiddeld een 150-tal gocarts in zijn/haar assortiment. Negen van de elf respondenten doen uitbating in hoofdberoep, ook al is de zaak vele dagen in het jaar niet open. Het laagseizoen wordt onder meer aangewend voor onderhoud van de gocarts.

Opmerkelijk: de uitbaters geven aan dat het verhuurseizoen steeds langer wordt. Dit onder meer door de opwarming van ons klimaat, maar ook

door de promoacties van Westtoer en van sommige kustgemeenten voor kustweekends. Er zijn steeds meer topweekends in de late herfst en in het vroege voorjaar.

Ook markant: bijna de helft van de bevroagde ondernemingen heeft een vrouw aan het roer (stuur). De gemiddelde leeftijd van de zaakvoerders is 46 jaar en bijna alle uitbaters genoten een opleiding fietsmechaniek. De meeste bedrijfsleiders (8 op 11) hadden geen andere professionele activiteit vooraleer zij in de business stapten.

Ambacht, 'made in' West-Vlaanderen

Waar halen de exploitanten hun materiaal? Het grote merendeel (98%) van de verhuurbedrijven geeft aan dat zij 80% van hun gocarts afnemen bij één en dezelfde fabrikant: **T&T Quality Go-Carts** uit Knokke. Deze is dan ook de enige nog overblijvende Belgische producent van billenkarren.

Nagenoeg alle bevroagde verhuurders zijn heel tevreden over deze producent en de goeie feedback en service na verkoop. De kwaliteit en de lange levensduur van deze West-Vlaamse trapkarren zijn quasi legendarisch. Een aantal uitbaters (re)assembleert additioneel ook zelf een deel van hun vierwielige of zeswielige vloot.

Diefstal temperen

Waar liggen onze gocartuitbaters van wakker?

Diefstal en vandalisme zijn al jaren een plaag voor de sector aan onze kust. Misbruik van vertrouwen, toeristen die hun karretjes ergens in de stad achterlaten en dergelijke. Georganiseerde bendes wachten zelfs geduldig af tot de toestellen heel even niet bewaakt worden om ze vervolgens om de hoek in een busje te laden. Naar verluidt zijn in 2017 over de ganse kustlijn zowat 300 rijwielen gestolen.

De meeste uitbaters blijven niet bij de pakken zitten en nemen maatregelen zoals camerabewaking, verscherpte

controle van de identiteitskaart, extra personeel, beperking van de toegang tot het parkeerterrein en het inschakelen van een Buurt Informatie Netwerk. Deze maatregelen hebben zich de voorbije jaren vertaald in een zichtbare daling van het aantal diefstallen.

Productinnovatie?

In nogal wat sectoren zijn innovatie, disruptie en digitale marketing de toverwoorden van de jongste jaren. Niet zo in de gocartbusiness waar de traditionele modellen van 40 jaar geleden ook vandaag nog een vaste waarde blijven en de voorkeur genieten van de meeste kusttoeristen. Nieuwe varianten zoals bobcars, ligfietsen, trio's of gocarts in de stijl van sommige Hollywoodfilms (zoals 'Cars'), kennen meestal maar een kort bestaan.

In het spoor van de populaire elektrische fiets lanceerde producent T&T Quality Go-carts in 2015 ook elektrische



ondersteuning voor (grote) gocarts. Het idee is dat de klant op een prachtige zomerdag niet altijd doorweekt van het zweet wil rondlopen na zijn/haar tour met de gocar.

Maar deze innovatie slaat vooralsnog niet aan bij het gros van de verhuurders: slechts twee op de elf ondervraagden heeft elektrisch ondersteunde gocarts voor grote kinderen en volwassenen in het aanbod.

De motivatie daarvoor gaat alle kanten op. Men ziet er het marktpotentieel nog niet van, de kost voor de aankoop en bovenal voor het onderhoud ligt hoger en vooral luidt het devies: grote kinderen en volwassenen willen genieten van de sportieve belevenis van het trappen.

Marketing? Gezien worden

Rijden met een kustgocar wordt geconcipieerd als Belgisch erfgoed, als een traditie die een vast onderdeel vormt van een trip naar zee. Dit biedt

verhuurders de luxe dat ze hun zaak niet uitgebreid hoeven te promoten. Een gocar huren blijft voor veel toeristen een impuls van het moment. Daarom zweren de meeste uitbaters bij een strategische ligging met goeie zichtbaarheid en wat extra mond-tot-mondreclame. Dat verklaart waarom een flink deel (75%) van hen totaal niet investeert in marketing via sociale media en in veel gevallen (42%) zelfs niet eens in een volwaardige website.

Samen sterk of solo slim?

De sector van de verhuring van kustrijwielen teert al vele jaren op het creatieve individualisme van de respectievelijke uitbaters. Er is geen overkoepelende beroeps- of belangenorganisatie. Bijgevolg ontbreekt iedere vorm van sectorpromotie en imagocreatie, inclusief het opzetten van evenementen, wedstrijden enz. met gocarts. De branche met zijn rijk

verleden en zijn populaire reputatie, heeft ook geen spreekbuis versus de lokale, regionale en nationale overheden rond materies als verkeerswetgeving, productveiligheid, diefstalpreventie, oneerlijke concurrentie e.a.

Uit onze bevraging blijkt nochtans dat de meeste uitbaters positief staan tegenover het idee van een gezamenlijke vertegenwoordiging. Ze wijzen dan vooral naar de juridische en economische slagkracht die ze hiermee zouden kunnen creëren. Werk aan de billenkarrenwinkel!

Meer over deze sector, waaronder ook een analyse van de marketing en communicatie van de gocarverhuurders, leest u in de digitale versie van dit themanummer op www.kenniswest.be/periodiek/west-vlaanderen-werkt/26581



Gocart-billenkar is ruim 160 jaar oud

Robin Hintjes, bachelor Bedrijfsmanagement (Marketing) Howest

Jan Bart Van In, hoofdredacteur



'Belgisch erfgoed': zo kunnen we het intense recreatief gocartgebruik aan onze kust gerust noemen. Maar de oorsprong van deze populaire rijwielen, in de volksmond 'billekarren', zou wel in Amerika liggen. De eerste binnenlandse billenkar werd in 1927 in Brugge vervaardigd.

De ontwikkeling van gocarts in de tweede helft van de 19e eeuw verliep parallel met de modernisering van de fiets. Op de wereldexpo van 1853 in **New York** werd de eerste versie van de vierwielige gocart voorgesteld naast de tweewielige fiets. Deze voorloper van onze 'billekarre' werd voornamelijk gebruikt om de bestuurder stabiliteit te bieden. Meestal werden de rijwielen met meerdere zitplaatsen geproduceerd, zowel in tandemvorm (achter elkaar) als in meer sociaal acceptabele vorm (naast elkaar). In 1885 volgde de introductie van de Britse **Starley's Coventry Rotary Quadracycle**. Dit model vernieuwde met de introductie van de vandaag gebruikelijke fietspedalen, in plaats van de vaststaande pedalen die tot dan gebruikt werden. Begin 20e eeuw bracht het Canadees-Britse bedrijf **Massey-Harris** de 'Canadian Royal Mail Quadracycle' op de markt. Die was geconcipeerd om in de stad Toronto efficiënter post te kunnen bedelen (1901). Tot aan het begin van WO II inspireerde het succes van dit project de Amerikaanse **Gendron Wheel Company** om replica's voor kinderen te produceren. Tegelijk is dit het begin van een meer recreatieve en finaal ook 'toeristische' toepassing van de moderne gocart.

Brugge first

Naar verluidt was het de Brugse ingenieur **Honay**, werkzaam bij Bruggen en Wegen, die deze uitvinding in Parijs ontdekte en ze in ons land introduceerde. Met zijn ontwerptekeningen kon hij in 1927 de

Brugse fietsenmaker **Richard Proot** (toen met winkel en atelier in de Hoogstraat) overtuigen om dit nieuw type rijwielen in elkaar te steken en zo de eerste Belgische gocartfabrikant te worden. De activiteiten van Richard Proot kregen na WO II een vervolg in de firma **Proot International nv**. Tot aan het faillissement in 2006 produceerde die gocarts in een atelier in de Brugse ambachtelijke zone De Blauwe Toren.

De bekende fietsen- en bromfietsenfabrikant **Flandria** (later Flandria-Superia) uit Zedelgem, sprong vanaf 1937 letterlijk en figuurlijk op de (billen)kar en produceerde zijn eigen versie. Dit wellicht tot midden de jaren '60 van de vorige eeuw. Kustrijwielen werden in de eerste jaren vooral gebruikt om echte verplaatsingen te maken tussen de badplaatsen. De toeristisch-recreatieve dimensie volgde pas later. Vandaag heeft de gocart een vaste plaats in het kuststraatbeeld. Hoe en wanneer hij zo populair werd - met ooit ruim 70 en vandaag nog altijd 50 verhuurders - is vooralsnog een hiaat in de rijke geschiedenis van ons kusttoerisme.

Werk aan de winkel voor de mensen achter Erfgoedcel **Kusterfgoed**. In deze projectvereniging bundelen vier kustgemeenten (Middelkerke, Oostende, De Haan en Blankenberge) de krachten rond de zorg voor en ontsluiting van cultureel erfgoed op hun grondgebied. In 2020 lanceert Kusterfgoed een zomerproject rond het thema kustrijwielen. Het bronnenonderzoek,

de interviews en het verzamelen van beeldmateriaal hiervoor start in januari 2020. Wil je graag aan dit project meewerken, dan neem je dit najaar best contact op met **Manon Dekien** via het mailadres manon.dekien@kusterfgoed.be of het telefoonnummer 059 27 07 72.

Bronnen:

- Wikipedia en andere internetbronnen
- 'Rond De Kiosk', heemkundig tijdschrift, Oostende, editie zomer 1992
- 'Kusthistories', van Marc Constandt & David Stuyck, uitgeverij Lannoo 2009



illustratie Marc Constandt

T&T Quality Go-Carts in Knokke-Heist

“Onze gocarts zijn zo robuust als tanks”

Roel Jacobus, freelancejournalist

Aan de leverancierszijde van de kustrijwielsector zit nog welgeteld één Belgische fabrikant: T&T Quality Go-Carts uit Knokke-Heist. “Ons productengamma is zelfs uniek in de wereld. Alles draait om kwaliteit. Want alleen materiaal dat robuust genoeg is, houdt het in de verhuurmarkt lang genoeg vol”, zegt zaakvoerder Carl Gies. Fijn nieuws is dat er voor hem familiale opvolging klaarstaat. Ondertussen vindt zijn typisch Belgisch product zijn weg niet alleen doorheen Europa, maar zelfs tot in Marokko.

Ondernemer **Carl Gies** (53) is een selfmade man. Niet alleen figuurlijk volgde zijn carrière zijn eigen weg, ook letterlijk maakt hij met zijn handen producten. “Thuis in Dudzele stak ik 22 jaar geleden een eerste gocart voor onszelf in elkaar. Die viel in de smaak van bevriende verhuurders, waarop ik een paar jaar kleinschalige productie en herstellingen deed”, vertelt Gies. Hij bouwde niet toevallig een billenkar: na ervaring in de garage- en bouwsector trouwde hij met **Katrien Timmerman**, kustrijwielverhuurster van de derde generatie in Knokke. Op dat moment telde de streek - en ons land - twee fabrikanten van gocarts: **Paul Proot International**, failliet verklaard in november 2005, op de industriezone Blauwe Toren in Brugge en **Turbo Karting** op de industriezone 't Walleetje in Knokke-Heist.

Carl Gies: “In 2006 bood Luc Van Maele me aan om zijn bedrijf Turbo Karting over te nemen. Twee, drie jaar ging het zeer goed, tot de crisis van 2008-2009 toesloeg en ik een vijftal medewerkers moest ontslaan. In 2011 kwam er een tweede schok, toen de FOD Economie de verhuurders verplichtte om op kleine gocarts een gesloten kettingkast te plaatsen. Om mijn klanten niet op kosten te jagen, pastte ik hun karren aan tegen een prijs die achteraf gezien economisch onverantwoord was. In feite werkten we toen een jaar voor niks. Zelfs een speciaal daarvoor aangekochte machine van

“De economische crisis van 2008-2009 en de verplichting in 2011 om vanaf dan kettingkasten te plaatsen, hebben ons bijna genekt.”

Carl Gies



14.000 euro betaalde zichzelf niet terug." In die periode dacht Carl Gies eraan de handdoek in de ring te gooien, maar gelukkig trok de markt weer aan. "Sinds een vijftal jaar zit het orderboek voor maanden vol, zelfs in de wintermaanden. Vroeger moesten we die vullen met de opbouw van een voorraad wisselstukken. Eigenlijk zou ik kunnen uitbreiden. Maar ik blijf liever voorzichtig, omdat je moeilijk geschikte mensen vindt. Vandaag geef ik werk aan drie vaste mensen en een jobstudent."

Het mag niet kapotgaan

Wie in het team wil meedraaien, moet veelzijdig zijn. "Wij starten met ijzeren buizen en eindigen met een afgewerkte gocart. Elke tussenstap hebben wij in huis: van draaien, frezen, plooiën, lassen en schilderen tot monteren en polyester bewerken. Hoewel we ondertussen al veel metaalbewerkingen uitbesteden, investeerden we dit jaar alweer voor 250.000 euro in machines. Naast gocarts maken we ook gespecialiseerde rijwielen op maat voor industrie en overheden, bijvoorbeeld bakfietsen voor fabrieken en groendienst. We doen ook veel herstellingen en een kleine nevenactiviteit is buismeubilair voor evenementen. Naast de eigen productie kopen we een klein en zelfs krimpand gedeelte van onze catalogus extern in."

"Vandaag is onze markt voornamelijk België, met toch een flink gedeelte export naar pretparken in Nederland, Zwitserland, Duitsland, Frankrijk en zelfs Marokko", zegt Gies, die zijn producten uniek in de wereld noemt. "Ook Italianen, Nederlanders en Chinezen maken gocarts, maar die zijn niet zo robuust. Hun gocarts zijn voor thuisgebruik en houden het in de verhuur hooguit één of twee jaar uit. Wij kiezen voor elk onderdeel de beste kwaliteit, eigenlijk zijn onze wagens veel te sterk. In mijn beginjaren moest ik tegen twee concurrenten opboksen en daarom maakte ik 'tanks'. Voor de verhuurmarkt zou een levensduur van 15

jaar voldoende moeten zijn, maar onze wagens kunnen gerust 30 tot soms 40 jaar mee. Commercieel klopt het niet meer om een product te maken dat niet verslijt, maar dat ligt nu eenmaal in mijn karakter. We lieten bijvoorbeeld eens gocarts poederlakken, maar keerden snel terug naar schilderwerk in onze eigen spuitcabine. Om de praktische reden dat alleen elastische verf voldoende rekbaar is om niet te barsten onder de zon, wind en zoute zeelucht. Ik denk altijd: het mag niet kapotgaan."

Vraag naar elektrisch

De Belgische gocart is een oerconservatief product, de vraag naar vernieuwing is gering. "Vooral de klassieke types blijven in trek. Momenteel is er vraag naar gocarts waarop de passagiers elkaar aankijken, zoals op een paardenkoets, en naar tweetrappers met een trekhaak voor een aanhangwagentje. Meestal kennen nieuwigheden maar een tijdelijke populariteit, bijvoorbeeld Bob cars, ligfietsen, trio's of de stijl van de Cars-films. Eén keer spraken we een ontwerp bureau aan om met iets helemaal nieuw op de markt te komen, maar dat werd geen succes. Ons product bleek te gebonden aan technische voorschriften." Toch is er een trend naar elektrische ondersteuning. "Op vier jaar gingen we in dit segment van nul naar 20 à 25 stuks op onze totale jaarproductie van 250. Het is ook mogelijk om bepaalde bestaande gocarts te elektrificeren. Dit wordt voornamelijk gevraagd in Nederland en Zwitserland, maar niet in België. Veel van onze verhuurders houden niet van de elektrische snelheid en het grotere risico op ongelukken en schade. Zeker bij de oudere jeugd is er een spijtige mentaliteitswijzing naar onverantwoord rijgedrag. Om dezelfde reden kopen mijn klanten ook nog nauwelijks karren voor grote groepen."

Opvolging in perspectief

De jongste jaren is het bedrijf weer springlevend en blijft de

omzet stabiel rond 700.000 euro. Daaronder evolueerde de rendabiliteit in een gezonde richting door het personeelsbestand te beperken en een prijscorrectie. "We kwamen tot het besef dat kwaliteit zijn prijs heeft. In 2011 kostte een eenzitter bijvoorbeeld ongeveer 1.000 euro (zonder btw) en nu is dat 1.400 euro. Tweezitters hebben een catalogusprijs van meer dan 2.000 euro, vierzitters lopen al tegen de 4.000 euro. Met een levensduur van tientallen jaren, krijgt de verhuursector hiermee waar voor zijn geld. Voor de particuliere markt is dit evenwel te hoog gegrepen. Voor dat publiek hebben we occasies, want net als in de autosector hoort bij de bestelling van een nieuwe vloot vaak de overname van de oude. Zulke tweedehands gocarts, die we tiptop in orde zetten, zijn bijvoorbeeld sterk in trek bij carnavalsgroepen."

Echtgenote **Katrien Timmerman** heeft de leiding over de verhuringen Boulevard Bikes, Rentabike, Rollywood en Freddy Shop in Knokke-Heist, en de fietswinkels Bike World in Knokke-Heist en Brugge-Assebroek. In deze fietswinkels werken de zonen Tom (27) en Tibo (21) mee. Onlangs sprak Tom de wens uit om T&T Quality Go-Carts op termijn over te nemen, tot grote vreugde van vader Carl die zich voorneemt om binnenkort iets meer te gaan... fietsen.

Cijfers op wielotjes

- Jaarproductie: 250 gocarts
- 2.700 m² gebouw op een terrein van 3.000 m²
- 700.000 euro omzet met 3 medewerkers in loondienst
- 1.400 euro minimumprijs voor een gocart van topkwaliteit
- Levensduur gocart: minstens 20 jaar

Filip Dequeecker verhuurt kustrijwielen in De Panne en Nieuwpoort

“Wij maken drie generaties gelukkig”

Roel Jacobus, freelancejournalist

Verhuring Arizona in De Panne bestaat al meer dan 80 jaar, maar ondernemers Filip Dequeecker en Elise Bruynoghe bleven niet hangen in het verleden. De voorbije 20 jaar breidden ze onder de koepel van hun nv Stormvogel uit met een tweede verhuring in De Panne, één in Nieuwpoort, een strandspeelplein en toeristische treintjes. “We komen uit een tijd van veel kleine verhuurders. Door deze schaalvergroting zijn onze activiteiten leefbaar”, zegt Filip Dequeecker.

In 1999 namen Filip Dequeecker en Elise Bruynoghe van haar ouders Verhuring Arizona in De Panne over. “Deze rijwielenzaak werd al in 1936 opgericht door de Brusselse familie Desmedt”, vertelt Filip Dequeecker. “De naam Arizona moet toen wellicht exotisch geklonken hebben. Na de Tweede Wereldoorlog opende de familie Desmedt een gelijknamige tearoom die ook nog bestaat. Toen ze uit De Panne vertrokken, zetten mijn schoonouders de verhuring verder. Met een beetje geluk zal een van onze kinderen Louise en Emiel, die nu soms meewerken, in 2036 het eeuwfeest kunnen vieren. Emiel koos bewust voor een technische studierichting en ook dochter Louise laat nu en dan haar interesse blijken.” De voorbije 20 jaar breidde het echtpaar uit met de overnames van Verhuring Roger aan de andere kant van de zeedijk in De Panne en Happy Gocarts in Nieuwpoort. “In 1999 waren er in De Panne nog zes familiale verhuringen die elkaar met een identiek product stevig beconcurrerden. Een nadelig effect daarvan was dat als er één in iets nieuws investeerde, de anderen blindelings volgden, zelfs al was dat niet rendabel. Dat verraste mij want ik kwam uit de chocolaterie-patisserie, waar de producten meer gedifferentieerd zijn. Door met elkaar te praten, slaagden we er samen in om die overbodige aankooppolitiek te ontzenuwen. Uiteindelijk groeide zelfs een goede

“De omzetverhoging in onze sector is deels te danken aan de opkomst van elektrische fietsen en steps, die duurder verhuurd worden dan de klassieke gocarts en fietsen.”
Filip Dequeecker



verstandhouding in de sector. Met de jaren stopten de andere families hun zaak en blijven wij in De Panne als enige over. In Nieuwpoort-Bad, van waar ik afkomstig ben, kregen we drie jaar geleden de kans om een familiezaak na drie generaties over te nemen. In de praktijk runt mijn vrouw de zaak in Nieuwpoort terwijl ik dagelijks in De Panne ben."

Prijscorrectie en schaalvergroting

De verhuring in Nieuwpoort valt onder de bvba Happy Gocarts, terwijl de nv Stormvogel in De Panne zelfs drie activiteiten heeft: verhuring van gocarts en fietsen, rondritten met toeristische treintjes en een strandspeelplein.

Filip Dequeecker: "Door die schaalvergroting is het leefbaar. Op een bepaald moment hebben we ook een prijscorrectie doorgevoerd want De Panne was iets te goedkoop gebleven. Toch zijn we daar voorzichtig in geweest want onze verhuur moet voor iedereen toegankelijk blijven."

Aan de westkust start het grote seizoen in maart met de zeeklassen, waarvoor een ritje met de gocart een klassieker is. "Toch hebben we in tegenstelling tot vroeger ook veel werk in de winter. Met het opkomen van de tweede verblijven, het omvormen van kustvilla's tot vakantiehuizen en de toegenomen promotie voor hotels het jaar rond, gaan de mensen op veel meer momenten naar zee. Daardoor kunnen wij bij wijze van spreken een zeer goede kerstvakantie draaien. De zuivere seizoenpiek is weg. De campagnes van Westtoer spelen een grote rol in het betere resultaat dat onze sector de jongste vijf jaar bereikte."

Ritmisch onthaasten

Die algemene omzetverhoging schrijft Filip Dequeecker deels toe aan de opkomst van elektrische fietsen en steps, die iets duurder verhuurd worden dan de gocarts en klassieke fietsen. Toch blijven de gocarts het belangrijkste voor de omzet. "Omdat kinderen zich in een gocart de chauffeur voelen. Hierdoor maken wij al drie generaties

kinderen gelukkig. De typisch Belgische gocart is zeer sterk gebouwd en heeft slechts één versnelling. Ik kocht ooit een Nederlandse gocart met modern design, versnellingen en verbeterde zithouding. Daar kon je heel snel en fantastisch comfortabel mee rijden maar het concept bleek te fragiel voor de kustverhuur. Ik vond het ook te snel voor de zeedijk: in de sfeer van 'onthaasten aan zee' past een gezapig ritme. Daarom hebben wij enkel voor de kleinsten elektrische gocarts maar niet voor de grote kinderen en volwassenen. Zij moeten genieten van de beleving van het trappen."

Vernieuwing van het assortiment is een heikel punt, zeker aan de westkust. "Van fietsfabrikanten hoor ik dat hippere fietsen aan de oostkust aanslaan maar niet hier. Dat is onder meer te wijten aan ons groot aandeel cliënteel uit Wallonië en Frankrijk, gebieden met een meer conservatieve fietscultuur. Je kunt de gocarts eens een ander kleurtje geven maar daar blijft het bij. Er komen geen nieuwe types uit en er is nog slechts één Belgische producent overgebleven. Het is ook niet onze ambitie om zelf nieuwe types te ontwerpen. Als we de verhuuractiviteit rendabel kunnen uitbaten, is dat al een groot succes."

Veiligheidsmaatregelen

Arizona en co hebben het jaar rond zes vaste werknemers in dienst. Het gaat om drie technisch geschoolden (fietsherstelling, lassen en mechanica) en drie polyvalente medewerkers. In de maanden juli en augustus komen daar maar liefst **50 jobstudenten** bij. "Dit is een vaste club die jaarlijks bijna volledig terugkeert. De meesten vinden het prettiger om te werken in de vakantiesfeer op de zeedijk dan in een gesloten achterkeuken." Een formele beroepsfederatie bestaat aan de westkust niet maar niettemin is er contact. "Met een aantal collega's wisselen we informatie uit over bijvoorbeeld een bepaald cliënteel dat

je liever niet over de vloer krijgt. Enkele jaren geleden was er ook overleg toen de overheid gesloten kettingkasten verplicht maakte. Het heeft me toen verrast dat er in de sector weinig bereidheid was om deze aanpassingen spontaan door te voeren. Ik begreep wel dat dit een grote kost betekende maar ik mocht er niet aan denken dat een kindervoet tussen de ketting geklemd zou geraken."

Opklaringen

Hoezeer is deze buitenactiviteit afhankelijk van de weersomstandigheden? "Het weer is koning. De jongste vijf jaar werden we in de zomervakanties met zeer goed weer verwend. Er kan altijd wel eens een mindere dag voorkomen maar typisch voor de Kust zijn de opklaringen door de invloed van de getijden. De opkomende vloed verhoogt de windsnelheid met twee beaufort en dat duwt het wolkendek open tot net voorbij de kustlijn. Hier bestaat geen enkele dag zonder opklaringen."

Verhuringen Linda in Oostende

“Een gocart met een ijsje scoort het hele jaar”

Roel Jacobus, freelancejournalist

In Stad aan Zee Oostende speelt de trein een grote rol in de directe aanvoer van binnenlandse dagtoeristen. Dankzij de talrijke evenementen doorheen het jaar is er nauwelijks nog een dode periode, zegt Altin Ago van Verhuringen Linda. “Bij een bezoek aan zee horen steevast een ritje met de gocart en een ijsje.”

Op de Zeedijk in Oostende verhuurt de familie Sergeysse sinds 1978 rijwielen. “Een jaar eerder werd mijn vrouw Linda geboren, naar wie de zaak genoemd is”, vertelt **Altin Ago**. “Zij is enige dochter en groeide op tussen de gocarts en souvenirs. Dertien jaar geleden nam ze de zaak over, na het overlijden van haar ouders. Ik kan niet exact zeggen hoeveel gocarts we hebben, maar we behoren tot de drie grootste verhuurders in Oostende. We beschikken over

voldoende grote rijwielen om groepen tot 110 mensen tegelijk te laten rijden.”

Belgische kwaliteit

Voor Altin Ago is de Belgische gocart een uniek product. “De omstandigheden zijn daarvoor perfect: de Belgische temperatuur is nooit extreem, aan de Kust zijn er geen hoogteverschillen en onze zeedijken zijn goed berijdbaar. Als geboren Albanees vind ik de Belgen innovatief en creatief. Ze houden ook van

kwaliteit en traditie: een aantal van onze rijwielen gaat al meer dan 40 jaar mee. Zulk kwaliteitsniveau en deze typische producten vind je nergens anders. Italiaanse en Chinese gocarts overleven niet in de verhuur, waar de voertuigen tegen een flinke stoot moeten kunnen.” Verhuringen Linda investeerde in segways en elektrische steps, maar niet in elektrische fietsen. “Er is soms vraag naar vernieuwing, maar de topper blijft de traditionele gocart, zoals die in



“Ook de nieuwe Belgen nemen de traditie van een ritje met de gocart over.”

Altin Ago

foto Jan

België uitgevonden werd. De handel op de dijk is wel veranderd. Wij bouwden de dalende souvenirverkoop af en investeerden in de verkoop van ijsjes. Dat sloot ook aan bij mijn 15 jaar ervaring in de horeca. Die combinatie werkt altijd: bij een bezoek aan de kust horen steevast een ritje met een gocart en een ijsje.”

Trein is cruciaal

De trein speelt een cruciale rol voor de verhuur van kustrijwielen in Oostende, stelt Altin Ago vast. “De trein brengt dagtoeristen uit letterlijk alle lagen van de binnenlandse bevolking. Op sommige dagen is 60 tot 70% van de bezoekers Franstalig. Wie naar evenementen als het Zandsculpturenfestival komt, rijdt sowieso met een gocart en eet een ijsje. Ook voor de nieuwe Belgen met buitenlandse roots hoort dit er altijd bij.” Vermaak op de dijk is niet langer strikt seizoensgebonden. “Wij verhuren

ook het hele jaar door aan groepen, bijvoorbeeld scholen. En door de inspanningen van Toerisme Oostende en andere initiatiefnemers voor evenementen en citytrips, is er het hele jaar volk. In tegenstelling tot vroeger huren die mensen nu ook in de winter een gocart, zeker als het droog weer is. Dan kunnen ze niet op het strand liggen en kiezen ze voor een actieve belevenis. Hierdoor kennen wij geen volledige wintersluiting van drie, vier maanden meer. Goede winterweekends zijn soms beter dan sommige zomerdagen. Toch zijn de winterse weekdagen gevuld met herstellingen. Die zijn hard nodig, want het materiaal in de verhuur wordt zwaar op de proef gesteld.”

Einde verhaal of overnemer?

Verhuringen Linda is, net als de meeste Oostendse collega's, maar op één locatie actief. “Het is in de zomer een

enorm zware job, waar je vaak iets anders bij moet nemen om de winterse herstelperiode te overleven. Door de combinatie met ijsjes slagen we erin om tussen maart en november voldoende reserve aan te leggen.” De drukste maanden vergen flink wat mankracht. “We hebben één vaste medewerker en in de zomermaanden 18 jobstudenten. Op topdagen zijn er acht tot tien van hen aan de slag. Gelukkig vinden we vrij gemakkelijk jobstudenten, dankzij de variatie in het werk en de goede sfeer in de buitenlucht.” Na al die jaren zoeken de uitbaters toch vernieuwing in het leven: Linda Sergeysels volgde een opleiding psychotherapie en zit in haar tweede jaar shiatsu. De zaak op de Zeedijk staat te koop, maar er is geen haast bij.

Rubens Bikes in Knokke-Heist

“De klanten weten heel goed wat ze willen”

Roel Jacobus, freelancejournalist

Volgend jaar zit Sandra Van Maele uit Knokke-Heist twintig jaar in het vak. Met tot voor kort drie en nu nog twee uitbatingen van Rubens Bikes, behoort ze tot de jonge generatie die de fakkel overnam. “Dit is een klassieke markt, dus moet je vooral investeren in kwaliteit en goed onderhouden gocarts.”

Gocarts zitten in het bloed van **Sandra Van Maele**. Tot in 2006 produceerde haar oom **Luc Van Maele** nog rijtuigen met zijn bedrijf Turbo Karting. In 2000 startte ze in Knokke-Heist één verhuurplek in Duinbergen. In 2009 voegde ze er tegelijk twee adressen in Knokke aan toe, op enkele honderden meters van elkaar: het Rubensplein en de Zeedijk.

“Dit was mijn eerste job, meteen nadat ik het diploma fietsenmaker behaald had - toen nog een verplichting. Intussen verkocht ik vorig jaar in september de

uitbating in Duinbergen en concentreer ik me op Knokke. Met een vaste mecaniciens en een 20-tal jobstudenten verhuur ik er een 180-tal gocarts en heel wat fietsen.”

Werk in zomer en winter

Bij **Rubens Bikes** loopt het seizoen van de paas- tot de herfstvakantie. “Daarna is het alleen in de weekends druk en steken we al de rest van onze tijd in onderhoud en herstellingen. We doen heel veel zelf: kettingen aanspannen, carrosserie bijschilderen, batterijen vervangen

enzovoort. Grote onderhoudswerken besteden we uit aan **T&T Quality Go-Carts** in Knokke, zoals zandstralen, retoucheren of een nieuwe neus in polyester maken. T&T Quality Go-Carts is de enige nog overgebleven producent van gocarts. Af en toe maken we zelf een gocart, maar daar kruipt heel veel tijd in en meestal is het ook maatwerk. Dat is ook de reden dat gocarts niet goedkoop zijn, samen met de stevige kwaliteit die voor verhuur nodig is. Het voordeel van die kwaliteit is wel dat je er een carrière lang deugd van hebt.”

Stabiele markt

Sandra Van Maele is voorzitter van de tanende beroepsvereniging **Kustrijwielen Oostkust**. "Die dateert uit de tijd dat er nog veel meer uitbaters waren. Die groepeerden zich om sterker te staan tegen politieke voornemens om in Blankenberge en Knokke-Heist de bewegingsvrijheid van de gocarts te beperken. Gelukkig is het nooit zover gekomen. Sindsdien telt onze vereniging nog maar een vijftal uitbatingen, allemaal in Knokke-Heist. Wij houden elkaar op de hoogte van diefstal of verdwenen materiaal. Want dat is een toenemend probleem. Meestal worden fietsen van onachtzame klanten gestolen of laten mensen gocarts aan het station of op een parking achter om niet te moeten betalen." Uit de verzamelde cijfers blijkt dat de omzet in de sector de jongste vijf jaar met de helft vooruitging.

Sandra: "Zo sterk merkte ik dat niet, naar

mijn gevoel is dit een vrij stabiele markt. Begin vorig jaar verhoogden wij onze prijzen een klein beetje. Het zijn vrije prijzen. We zien wel dat de kleine en minder goed gelegen verhuurders eruit gaan. Zeker toen enkele jaren geleden de technische regelgeving strenger werd, zag een gedeelte van de oude garde het niet zitten om nog vernieuwingskosten te maken. De jongere generatie ging verder met grotere en beter verspreide uitbatingen. Iedereen heeft ook meer zijn specialiteit. Op het omsloten Rubensplein doen onze kindertoestellen het goed, terwijl collega's op de Zeedijk meer succes hebben met de grote gocarts."

Hoe ziet u de toekomst?

Sandra: "Gocarts maken wezenlijk deel uit van de Belgische kustrecreatie. Wij zijn het enige land waar gocarts op de openbare weg mogen komen, met uitzondering van een klein stukje in

Cadzand. De klanten zijn ook vooral mensen uit ons binnenland, die heel goed weten wat ze willen. Er komen weinig nieuwe gocarttypes op de markt. Het is dus vooral van belang om te blijven investeren in kwaliteit en onderhoud. Er is wel vraag naar elektrische fietsen, steps, hoverboards en segways, maar wij houden het bij de klassieke fietsen. Elektrische fietsen opladen vormt trouwens een groot brandrisico."

"Gocarts die worden achtergelaten en fietsdiefstal vormen toenemende problemen voor de sector."

Sandra Van Maele



Starterslabo begeleidde in tien jaar 800 startende zelfstandigen

Duwtje in de rug naar ondernemerschap

Bart Vancauwenberghe, freelancejournalist

Starten als ondernemer is geen klein bier, zeker niet voor mensen met een afstand tot het ondernemerslandschap. Voor hen is er in het zuiden van West-Vlaanderen sinds tien jaar Starterslabo. De organisatie uit Kortrijk ondersteunt prille zelfstandigen in hun stap naar het ondernemerschap. Maaïke Devos van Fundament uit Sint-Eloois-Winkel ervaarde hoe belangrijk dergelijke steun kan zijn bij de oprichting van een eigen onderneming.

Starterslabo is een activiteitencoöperatie, gestructureerd als een coöperatieve vennootschap met antennes in de vijf Vlaamse provincies. Ze leidt mensen op om een eigen zaak te starten en focust daarbij op kandidaat-ondernemers met een concrete ondersteuningsnood, zoals kansengroepen, laaggeschoolden, vijftigplussers en mensen met een handicap of allochtone achtergrond.

Coördinator Pieterjan Robijn:

"We bekijken het evenwel breder dan dat. Het kan evengoed gaan om een alleenstaande mama van drie kinderen die een universitair diploma heeft. We helpen mensen ook om hun kennis over financiering, boekhouding of timemanagement op te vijzelen via een gediversifieerd aanbod dat vier pijlers omvat."

De eerste daarvan is het Labo, waarmee alles tien jaar geleden ook begon. "Hier krijgen starters gedurende achttien maanden de kans om met ons ondernemingsnummer te gaan ondernemen. Zo creëren we eigenlijk voor de starters een 'veilige ruimte', waarin ze naar hartenlust kunnen experimenteren zonder het risico op een faillissement. Intussen hebben we op die manier al 350 mensen begeleid. We werken doorgaans met groepen tot vijftien mensen. Zowat alle deelnemers zijn lyrisch over de groepsondersteuning die ze tijdens dat anderhalf jaar ervaren."

Gezondheidsconsulente als ondernemer

Een van hen is **Maaïke Devos, zaakvoerder van Fundament**, een complementaire gezondheidspraktijk uit Sint-Eloois-Winkel. "Als licentiate Lichamelijke Opvoeding stond ik tien jaar in het onderwijs, maar dat waren allemaal vervangingen. Deels uit frustratie over het onderwijssysteem, besliste ik uit het onderwijs te stappen en ging ik op zoek naar begeleiding om mijn eigen zaak te starten. Via de kanalen van VDAB kwam ik bij Starterslabo terecht. Ik durf stellen dat ik zonder hen nooit de stap naar het ondernemerschap had durven zetten. Het bood me niet alleen de kans om gedurende achttien maanden het ondernemerschap te proberen, intussen kon ik aan de Levensschool ook mijn vierjarige opleiding tot gezondheidsconsulente verderzetten. Het is een meerwaarde dat Starterslabo zich niet puur op het zakelijke richt, maar ook op de persoon zelf. Eigenlijk kocht ik dankzij dit initiatief tijd om alle aspecten van het ondernemerschap te leren kennen." Maaïke Devos stroomde in oktober 2016 uit de werking van Starterslabo en staat dus zowat drie jaar op eigen benen. "Een van de grootste uitdagingen is het omgaan met een agenda met een wisselvallige invulling: de ene dag staat volgeboekt, op een andere dag is het aantal afspraken beperkt. Ik ben bijgevolg dankbaar dat ik naast erkend

gezondheidsbegeleider docente ben voor de Levensschool en SBM. Daarbij geef ik opleidingen in bedrijven rond 'life balance', rugcomfort en andere gezondheidsthema's. Ik koester die momenten omdat ik op die manier ook voeling hou met wat er buiten de muren van mijn praktijk leeft."

"Wat Maaïke zegt, is heel herkenbaar", pikt Pieterjan Robijn in. "De twee grootste uitdagingen van starters zijn: paniekaanvallen vermijden als het eens wat minder gaat en oplossingen zoeken voor de eenzaamheid die je soms overvalt. Daarom gaan velen aan de slag in bedrijvencentra of 'co-workingspaces'. Zo vermijden ze het gevoel er alleen voor te staan."

Haalbaarheidsanalyses

Niet iedereen kan zomaar starten bij het Starterslabo; er zijn strenge voorwaarden aan verbonden.

Pieterjan Robijn: "Wie aan dit traject wil beginnen, moet al een duidelijk zakelijk concept hebben, over voldoende technische bagage beschikken om in een bepaalde niche aan de slag te gaan en al wat basiservaring hebben. Maaïke voldeed aan die normen." Onder de naam 'Start' voert Starterslabo ook haalbaarheidsanalyses van een businessplan uit. "Na deelname aan vier workshops mag de ondernemer in spe zijn of haar concept aan een jury voorstellen, waarna we een advies uitspreken. Dit initiatief is erkend voor de

transitiepremie van de Vlaamse overheid. Die is bestemd voor 45-plussers die van een uitkering leven en als ondernemer in hoofdberoep willen starten. Gedurende twee jaar krijgen ze daarvoor een degressieve premie, die begint bij maandelijks 1.000 euro en geleidelijk aan krimpt tot 300 euro, goed voor maximaal 15.600 euro steun.”

Pieterjan: “Onze derde pijler is OC² en dat staat voor Ondernemerscompetenties in het Kwadraat. Via vier workshops begeleiden we ondernemers om competenties te ontwikkelen om hun bedrijf op te richten.

Last but not least is er ook het begeleidingstraject voor mensen met een allochtone achtergrond die een bedrijf in West-Vlaanderen willen beginnen. Vaak hebben zij in hun thuisland al wat ondernemingservaring opgebouwd. Wij helpen dat vertalen naar een West-Vlaamse context, omdat er onder meer op het vlak van financiering, klantenbenadering en -werving toch een andere aanpak is vereist. Overigens begeleiden we ook vluchtelingen tot het ondernemerschap, met steun van de Europese Unie”, vervolgt Pieterjan Robijn.

Nuttige synergie met Start&GO

In West-Vlaanderen is er ook **Start&GO** van **POM West-Vlaanderen**, dat gratis startende en groeiende ondernemingen in West-Vlaanderen ondersteunt.

Pieterjan: “Start&GO is voor ons een onmisbare partner omdat ze naast financiële steun onze mensen ook toegang geven tot hun wijdvertakt netwerk, meet & learns met ervaren ondernemers, opleidingen en trainingen. Zij fungeren als verzamelpatform voor alle startersinitiatieven en verwijzen starters door in functie van hun specifieke noden. Ze organiseren ook netwerkevents. Omgekeerd bieden wij Start&GO een meerwaarde als wij mensen helpen om hun achterstand tot het ondernemerschap weg te gommen en ze vervolgens hun credits kunnen gebruiken voor verdere ondersteuning

door Start&GO.”

Starterslabo groeide uit tot een team van zes mensen, dat op termijn ook een loopbaancentrum voor ondernemers wil oprichten. “Zo kunnen ze met behulp van loopbaancheques bepalen welke richting ze op langere termijn uit willen”, besluit Pieterjan Robijn.

Maaïke Devos is een van de vele startende ondernemers die bij het Starterslabo een geschikt begeleidingstraject vond. Links op de foto coördinator Pieterjan Robijn.



Valtech Group uit Menen:

“Techniek is de katalysator van onze groei”

Bart Vancauwenberghe, freelancejournalist

Wat als twee broers, beiden burgerlijk ingenieur én groene jongens, zich met veel ‘goesting’ ontfermen over een familiebedrijf? Dan krijg je een kwarteeuw later de Valtech Group: een groeiende Zuid-West-Vlaamse cluster van bedrijven gespecialiseerd in machine- en installatiebouw en met een sterke internationale focus. “Technische innovatie en het constante zoeken naar samenwerking zijn de pijlers van ons bedrijf”, poneert co-CEO Frank Vandeputte.

Valtech, met thuisbasis in Menen, ontplooit zich onder leiding van de broers Frank en Peter Vandeputte en een gedreven managementteam tot een performante actor in de West-Vlaamse mechatronicasector. Dit via een uitgekende mix van organische groei en gerichte overnames. De voorbije vijf jaar dikte die groep door diverse acquisities aan tot dertien (binnenlandse) bedrijven met samen ruim **300 medewerkers**. Er lopen momenteel diverse vacatures. De focus ligt op recyclingmachines, vezelproductie en bedrijfsautomatisering. Een belangrijk deel van de activiteiten van Valtech heeft met recyclage te maken.

Co-CEO Frank Vandeputte: “Groeien is voor ons geen ambitie op zich, maar eerder het logische gevolg van nieuwe ideeën en ondernemerschap. Onze bedrijvencluster steunt op de passie voor techniek. We zijn een hecht ingenieursclubje dat de voorbije jaren de kans kreeg om zich complementair met andere bedrijven te versterken. Ook overnames zijn nooit een doel op zich geweest: we zijn nooit actief op zoek, maar houden onze ogen en oren open. We spelen graag in op opportuniteiten als die bij ons passen, we in het product geloven en als er bij het partnerbedrijf managementcompetenties aanwezig zijn die toelaten om de nieuwe aanwinst vlot in onze structuur te integreren.”

Wereldwijd actief

Valtech Group realiseert zijn zakencijfer voor circa 60% via export.

“De internationale focus varieert van bedrijf tot bedrijf. **Motus Handling** (geautomatiseerde installaties voor materiaalbehandeling en logistiek) werkt bijvoorbeeld voor 80% op de Belgische markt, terwijl de projecten van **Valvan Baling Systems** (balenpersen voor textielrecyclage) zich voor 90% in het buitenland situeren. Hoe meer het bedrijf zich in een niche bevindt, hoe sterker het exportgehalte. We opereren echt wereldwijd. Dit jaar hebben we onder meer machines geleverd voor klanten in Peru, Japan, China en India. De constructie en de tests gebeuren hier, de montage gebeurt ter plaatse via een eigen team of door een supervisor (‘commissioning engineer’) die een lokaal team aanstuurt en de lokale operatoren opleidt.”

Spraaktechnologie

Vernieuwing is het stokpaardje van de bedrijvengroep. Door op de hoogte te blijven van technologische evoluties en in te spelen op de noden van de markt, leveren de diverse bedrijven vaak innovatieve pareltjes af. “Zo heeft Valvan bijvoorbeeld een kledisorteeremachine ontwikkeld die gebruikmaakt van spraaktechnologie. Dat leidt automatisch tot veel minder menselijke fouten. Innovatie weerspiegelt zich ook onder meer in de toepassing

van artificiële intelligentie, toegepast in de **Fibersort**, een machine die gebruikmaakt van infraroodspectrum om de vezels in kledij te analyseren zodat ze vlot kunnen worden gerecycleerd tot nieuw en hoogwaardig textiel.

Zo dragen we ons steentje bij tot een circulaire (textiel)industrie.” De internationale focus van Valtech loopt samen met een solide investeringstraject in de West-Vlaamse thuisbasis. Via de recente aankoop van 38.000 m² industriegrond van intercommunale WVI in de zone Menen-Oost, verankert de bedrijvencluster zich verder in de grensstreek.

Frank Vandeputte: “Dat was het laatste lot dat op deze zone beschikbaar was, een unieke kans om vlakbij onze hoofdvestiging nog verder uit te breiden. Het perceel is te groot om meteen helemaal vol te bouwen, maar begin 2020 willen we wel starten met een uitbreiding van 6.000 à 8.000 m² voor Motus Handling en Valvan Baling Systems. Die delen nu nog hetzelfde gebouw maar zijn wat krap behuist. Extra productieruimte en burelen zullen meer comfort creëren. Het gebouw zou eind volgend jaar operationeel moeten zijn. We hebben niet meteen plannen voor extra uitbreidingen, maar deze grondaankoop laat ons toe om op langere termijn verder door te groeien, ook in extra medewerkers.”

Stevige wortels

Het voortraject van Valtech Group start in 1968, het jaar waarin **Paul Valcke**, grootvader van de huidige zaakvoerders langs moeders kant, Valvan opricht als een spin-off van een vlaszwingelbedrijf. Het metaalconstructiebedrijf legt zich toe op de productie van drogers voor geroot vlas.

Frank Vandeputte: "Tot de oliecrisis van 1973 roet in het eten gooit en drogers op stookolie niet langer rendabel blijken. Het voordeel was dat onze grootvader ook met zijn toenmalige productieapparaat veel richtingen uit kon en zich op de fabricage van afvalcontainers ging toeleggen." Pionier Paul Valcke laat de zaak over aan schoonzoon **Frans Vandeputte**. Die heeft een praktijk als huisarts, maar is wel geïnteresseerd in Valvan. "Onze vader had een boontje voor ondernemen en liet zich adviseren door zijn broers, die ook allebei ondernemers waren: **Hubert Vandeputte** richtte **Leievoeders** (Sint-Eloois-Vijve) op, terwijl **Antoine**

via zijn huwelijk met **Joëlla Galloo** bij metaalrecyclagebedrijf Galloo in Menen terecht kwam.

Voor de operationele leiding van Valvan nam Frans een ingenieur onder de arm, die hem voortdurend op de hoogte hield over het reilen en zeilen van de zaak. Zo heeft hij eigenlijk het pad geëffend voor ons. Peter en ikzelf kwamen respectievelijk in 1986 en 1991 in de zaak. We wisten allebei altijd al dat we samen wilden ondernemen en we zijn vader nog altijd dankbaar voor de opportuniteit die hij ons gaf."

Strategische alliantie met Galloo

Ondernemen zit de familie in het bloed, zoveel is duidelijk. Antoine gaf bij Galloo inmiddels de fakkel door aan **Pierre en Jan Vandeputte**, neven van Frank en Peter. "Zowel Galloo als Valvan waren toen nog kleine bedrijven, die stelselmatig groter zijn geworden. We werken ook nauw samen: Galloo maakt gebruik van recyclingmachines, wij bouwen en ontwerpen ze. Daarom

hebben we onze krachten gebundeld in de machinebouwer **Ad Rem**: daarin integreren we de technieken die Galloo verworven heeft in machines voor derden die ook in de recyclingmarkt actief zijn maar dan buiten de actieradius van Galloo (van Parijs tot Rotterdam). Zoals bijvoorbeeld voor klanten in Zweden of Italië. De gezamenlijke ontwikkeling van bepaalde technologieën biedt dan weer een meerwaarde voor Galloo zelf."

In West-Vlaanderen Werkt 03-2018 staat op pagina 19 een pittig interview met Pierre Vandeputte, co-CEO van groep Galloo. Te vinden via onze website www.westvlaanderenwerkt.be.

"Valtech is een hecht ingenieursclubje dat inzet op technische innovatie en strategische allianties."
Frank (links) & Peter Vandeputte



Kusttoerisme voor 50-plussers: match of mismatch?

Karel Ooms, lector en onderzoeker bij Hogeschool VIVES, Toerisme en Recreatiemanagement

Dankzij een hogere levensverwachting groeit de groep 50-plussers in onze maatschappij. De Europese Commissie verwacht dat in 2060 één op de drie Europeanen ouder dan 65 zal zijn. Nu al is 34% van de Belgische bevolking ouder dan 50. Deze evolutie heeft ongetwijfeld een grote invloed op de wereld van toerisme en recreatie, niet alleen met betrekking tot het buitenlandse toerisme maar zeker ook voor het binnenlandse toerisme.

Een praktijkgericht wetenschappelijk onderzoeksproject (PWO) van **VIVES**, in samenwerking met **Roularta Research**, ging na of de toeristische sector in West-Vlaanderen voldoende op de hoogte is van de verwachtingen en noden van de 50-plusser en of de toeristische producten en dienstverlening daarop inspelen. Het onderzoek bevroeg **1.700** 50-plussers over hun reis- en vakantiegedrag, in het bijzonder met de **Kust** en het **Brugse Ommeland** als bestemmingen.

De vragen gingen onder meer over de frequentie van hun daguitstappen, weekends of langere reizen en over het al dan niet meenemen van kinderen en/of kleinkinderen op vakantie. Tegelijk werd geïnformeerd naar het multimediegebruik (smartphone, tablet, apps...) en peilde men naar de mate waarin er voor en/of tijdens het verblijf informatie over de bestemming wordt opgezocht.

Algemene vaststellingen

Bijna de helft van de 50-plussers neemt de kleinkinderen mee op daguitstap, weekend of vakantie. Multigeneratievakanties zijn dus een realiteit en vragen om aangepaste logiesvormen. Criteria als netheid, de aanwezigheid van natuur en de betaalbaarheid van de bestemming blijken het meest doorslaggevend bij de keuze van een reisbestemming. Deze beslissingscriteria veranderen niet veel met de leeftijd van de 50-plusser. Wel vermindert

met het ouder worden het belang dat men hecht aan de actieve aspecten van een verblijf (bv. de beschikbaarheid van uitgestippelde wandel- en fietsroutes). Geleidelijk aan vindt deze doelgroep de beschikbaarheid van een degelijk (medisch) zorgaanbod en de toegankelijkheid van de bestemming voor mensen met een (fysieke) beperking belangrijker. Bovendien blijkt dat het goed gesteld is met de digitale geletterdheid van de bevrageden: 80% van de 50-plussers bezit een smartphone, 60% een tablet. Het gebruik ervan verschilt wel: de offline bevrageden maken eerder recreatief gebruik van hun toestel terwijl de online bevrageden hun mobiel toestel vooral gebruiken om informatie te verzamelen.

De Kust: blijvend populair bij jong en oud

De Belgen kennen de Kust goed en komen er vaak. Twee derde van de respondenten komt er graag, op daguitstap, op weekend of met vakantie. Ongeveer 80% kwam er in het voorbije jaar. Ook na hun 75ste blijven toeristen trouw aan de Kust als reisbestemming. Dit zijn hoge cijfers, zeker omdat de tweedeverblijvers niet in de cijfers werden meegerekend. Respondenten die de Kust recent niet meer bezochten, geven als reden aan graag thuis te blijven, geen specifieke interesse voor de Kust te hebben of de Kust te druk te vinden. De bevragede doelgroep apprecieert de Kust zeer sterk vanwege het ruime en gastvrije restaurantaanbod, de natuur en



de vele fiets- en wandelmogelijkheden. De parkeermogelijkheden, de toegankelijkheid voor mensen met een fysieke beperking en het aanbod aan toeristische attracties daarentegen, beoordeelt men als minder goed. Opvallend is dat ongeveer twee derde van de ondervraagden tijdens hun verblijf één of meerdere diensten voor toerisme bezocht. De kwaliteit en de kwantiteit van de verkregen informatie via de toeristische diensten scoorden erg hoog.

Het Brugse Ommeland: te weinig bekend, te weinig bemind

Vergeleken met de Kust is het Brugse Ommeland iets minder populair als reisbestemming. Van de bevroagden geeft vier op de tien aan al vaker in het Brugse Ommeland te zijn geweest. Wie er al is geweest, apprecieert de streek meestal ook erg. De mindere populariteit is vooral te wijten aan de mindere bekendheid van de regio bij

het ruimere publiek en – zoals blijkt uit deze bevraging – ook bij de 50-plussers. Zo geeft 25% van de respondenten aan het Brugse Ommeland helemaal niet te kennen. 10% beweert het Brugse Ommeland te kennen maar er nog nooit te zijn geweest. Wie de regio al geruime tijd niet meer bezocht, wijt dit voornamelijk aan het gebrek aan interesse voor de regio, het gevoel dat er weinig te doen is en het feit dat men niet weet wat men van de streek



kan verwachten. Voor deze regio is er dus duidelijk nog potentieel, zowel wat betreft bekendmaking als groei in toeristische aantallen.

De bezoekers van Het Brugse Ommeland prijzen de goede bereikbaarheid met de auto, het heersende veiligheidsgevoel en de uitgebreide fiets- en wandelmogelijkheden. Werkpunten voor de regio zijn dan weer de bereikbaarheid met het openbaar vervoer, het gebrek aan toeristische attracties en de toegankelijkheid voor mensen met een fysieke beperking.

Slechts een derde van de bezoekers van het Brugse Ommeland maakte gebruik van een toeristische dienst ter plaatse. Dat is een stuk minder dan aan de Kust. Dit heeft wellicht te maken met het beperktere aantal toerismebureaus in de regio. Maar net zoals aan de Kust scoren ook in het Brugse Ommeland zowel de kwaliteit als de kwantiteit van de beschikbare toeristische informatie (online zowel als offline) erg hoog.

Memorandum

Het PWO-rapport van VIVES besluit met een memorandum, bedoeld voor het helpen vormgeven van het toeristische beleid van de Kust en het Brugse Ommeland. Naast de goede punten bracht de bevraging ook werkpunten aan het licht die aandacht verdienen als de provincie wil inzetten op de 50-plusser als toeristische doelgroep. Bovendien bleek dat beide regio's kunnen leren van elkaars sterktes, zwaktes en aanpak. Het memorandum vat de analyse van VIVES samen in tien punten. Het zal in de loop van het najaar gepresenteerd worden aan de gedeputeerde voor toerisme en recreatie van de Provincie West-Vlaanderen en aan de betrokken toeristische diensten.



Strandafval: van sensibiliseren naar preventie

Zwerfvuil op het strand en in zee is een wereldwijd probleem dat blijft toenemen. Interdisciplinaire samenwerking tussen studenten Communicatiemanagement en studenten Toerisme en Recreatiemanagement van Howest leverde een aantal veelbelovende en innoverende ideeën op voor het voorkomen van strandafval.

howest
hogeschool

Op de zeebodem van het Belgische deel van de Noordzee kan men tot 20.000 items zwerfvuil per km² aantreffen. Daarvan bestaat 90 tot 96% uit plasticafval. Ook op het strand bestaat 95,5% van het afval uit plastic.

“De afgelopen jaren zetten we vooral in op sensibilisatie om het probleem te bestrijden”, zegt **Kathy Belpaeme**, coördinator gebiedswerking Kust. “We willen mensen nu vooral laten nadenken over preventie: als je geen verpakking naar het strand meeneemt, dan moet die ook niet worden opgeruimd.”

Dit vormde een uitgelezen probleemstelling voor **Talent@work**, een project van **Howest** waarin studenten Toerisme en Recreatiemanagement interdisciplinair samenwerken met studenten Communicatiemanagement rond uitdagende werkveldcases. Twee enthousiaste teams gingen er een semester mee aan de slag, wat leidde tot enkele innovatieve oplossingen.

Jamie Vermoote, student Toerisme en Recreatiemanagement: “Wij stellen de Wastapp voor, een mobiele klantenkaart voor dagjestoeristen en inwoners waarop je punten verzamelt en prijzen wint als je plastic vermijdt bij handelaars aan de Kust. Handig in gebruik, altijd op zak en milieubewust.”

De tweede groep richtte zich nog meer op de handelaars. **Lisa Rousseau**, student Communicatiemanagement: “Wij focussen ons op de ijsjeszaken, frituren en broodjeszaken. We bieden hen een ecologisch starterspakket aan waarmee

ze duurzaam verpakkingsmateriaal in hun zaak kunnen uittesten. Daarnaast maken we van hen echte ambassadeurs van een propere Kust. Via een peter- en meterschaps campagne dragen zij de boodschap uit naar hun klanten.”

De gepresenteerde ideeën wekten al heel wat interesse op. **Kathy Belpaeme**: “Een frisse jonge kijk van mensen die niet dagelijks met het probleem bezig zijn, geeft soms verrassende oplossingen.

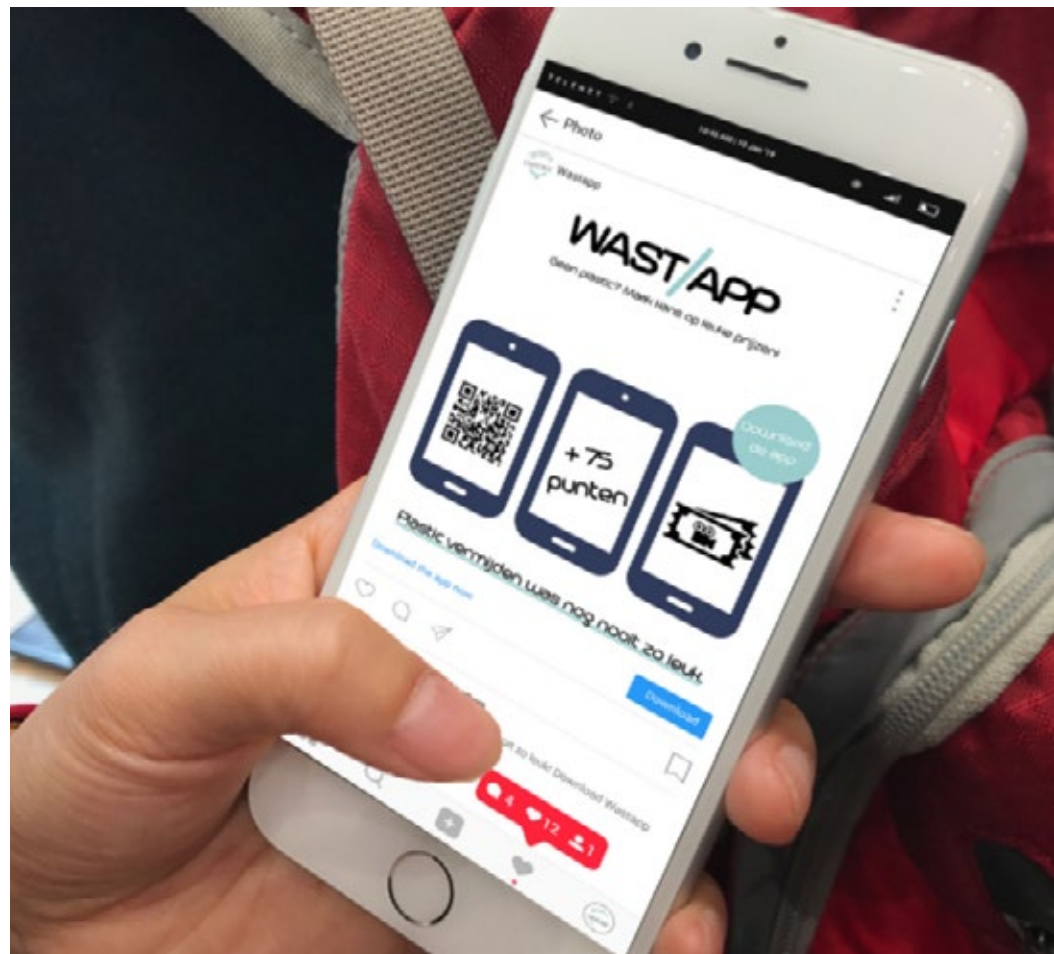
Niet alles is praktisch haalbaar, maar heel veel elementen worden nu bekeken door kustgemeenten die de netheid van de stranden willen aanpakken.”

Een echte win-winsamenwerking dus, want ook de studenten bliken terug op een heel interessante ervaring.

“Het leuke aan samenwerken met andere disciplines is het verlaten van je eigen tunneldenken. Openstaan voor andere ideeën, een kwestie van geven en nemen, daar leer je pas écht van”, besluit **Kjenta Vangampelaere**, studente Communicatiemanagement.

Contact/info: evelien.martens@howest.be
of peter.de.vleeschouwer@howest.be

Op de mobiele klantenkaart Wastapp verzamel je punten als je plastic vermijdt bij handelaars.



Nieuwe horecaopleiding op VIVES Campus Brugge

Hogeschool VIVES Campus Brugge biedt vanaf september 2019 een nieuwe horecaopleiding aan. De graduaatsopleiding Logies-, Restaurant- en Cateringmanagement (LRC) leidt studenten op voor een leidinggevende job in de horeca. Dit gebeurt via dual leren, een combinatie van contactmomenten op de campus en werkplekieren.



“Gezien het belang van de horeca voor Brugge betekent deze nieuwe opleiding een extra troef voor de stad”, aldus Brugs schepenen van flankerend onderwijsbeleid, werk en ondernemen **Pablo Annys**. De graduaatsopleiding LRC-management duurt twee jaar. VIVES stoomt momenteel vakspecialisten klaar die gastenservice hoog in het vaandel dragen, verschillende talen spreken, een team kunnen leiden, hun product kunnen promoten en financieel inzicht in de onderneming hebben. De sector zelf schreef de beroepsprofielen uit voor o.a. gespecialiseerd drankenkelner, maître d’hôtel, Food & Beverage Manager en Front Office Manager. De studenten kunnen momenteel kiezen uit twee afstudeerrichtingen: logiesmanagement en restaurantmanagement. Op langere termijn kan VIVES nog een derde afstudeerrichting, cateringmanagement, aanbieden. De lessen, in thematische blokken van zes weken, worden afgesloten met een examen. Het traject leidt tot een graduaatsdiploma, dat zich qua niveau situeert tussen het diploma secundair onderwijs en bachelor.

De opleiding moet een troef zijn voor de horecasector. Niet alleen zullen studenten tijdens hun opleiding gemiddeld twee dagen per week in de verschillende horecagelegenheden actief zijn, nadien zal deze opleiding de uitstroom van gekwalificeerd horecapersoneel verzekeren. In dit kader staat de opleiding open voor verdere

vormen van samenwerking met de horecasector. Schepenen Pablo Annys: “Het stemt me zeer tevreden dat Hogeschool VIVES Campus Brugge deze nieuwe opleiding aanbiedt. Brugge, dat jaarlijks 8,3 miljoen bezoekers ontvangt en 6.000 banen in de horecasector genereert, is de ideale uitvalsbasis voor het opleiden van leidinggevendenden in de horeca. Dit zal zorgen voor een nog kwalitatievere uitstraling van Brugge als gastvrije en culinaire stad.”

Meer info op www.vives.be/nl/opleidingen/handelswetenschappen-en-bedrijfskunde/graduaat-logies-restaurant-en-cateringmanagement of bij opleidingshoofd An.Winnepenninckx@vives.be

De VIVES-graduaatsopleiding verzekert de uitstroom van gekwalificeerd horecapersoneel.





WVI

PUBLIEKE ONTWIKKELAAR EN BEHEERDER VAN BEDRIJVENTERREINEN



- ambachtelijke zones en lokale bedrijventerreinen
- regionale bedrijventerreinen
- bedrijfsverzamelgebouwen
- reconversie industriële panden
- gemengde stadsontwikkelingsprojecten
- specifieke zones zoals:
 - luchthavengebonden bedrijfzone
 - watergebonden bedrijfzone
 - transport en distributie
 - detailhandelzone
 - kantorenzone
 - dienstzone

Meer info | 050 36 71 71 | infoloket@wvi.be

Honderd jaar hotelgeschiedenis

'Met de familie aan zee', zo heet het boek dat Vincent Deconinck schreef over honderd jaar hotelgeschiedenis in De Panne. Als uitbater van Hotel Donny en een aantal zusterhotels - samen Donny Resorts - maakt hij zelf al zo'n goeie 27 jaar deel uit van die eeuw geschiedenis. In een tijd van hotelketens en hoge appartementsblokken die zich als een lint langs onze Belgische kust slingeren, heeft Vincent Deconinck het familiehotel heruitgevonden. Met succes zo blijkt. Het geheim van dat succes? Vincent Deconinck licht een tip van de sluier.

Christina Van Geel, Stem & Pen

Vincent Deconinck: Het hotelwezen zit in mijn bloed. Mijn ouders hebben hotel gehouden, net als mijn grootouders en mijn overgrootouders voor hen. Het zit in ons familiaal DNA. Toen ik als kleine jongen van een jaar of twaalf met mijn fietsje door de Westhoek reed, droomde ik van een eigen hotel. Ik had al een stuk grond op het oog waar ik regelmatig met mijn fiets passeerde. Mijn ouders hebben die grond voor me gekocht, omdat ze begrepen dat ik het meende. Door omstandigheden hebben ze hem uiteindelijk weer moeten verkopen, maar de droom is overleefd gebleven.

Ik heb rechten en notariaat gestudeerd maar al tijdens mijn stage als notaris voelden mijn vrouw en ik dat we samen een droom deelden: we wilden ons eigen hotel.

Op ongeveer 250 meter van mijn ouderlijk huis lag de bungalow van de familie Donny. Als kind had ik veel op die duin gespeeld. Een prachtige locatie voor een hotel. Ik heb toen mijn stoute schoenen aangetrokken en ik ben met de familie Donny gaan onderhandelen over de verkoop van hun grond. De eerste keer ben ik er bijna letterlijk buiten gevlogen, er was geen sprake van verkopen. Een paar gesprekken later is het toch gelukt.

De haaien van de Belgische kust

In 1992 is Hotel Donny opengegaan. Het eerste in een mooie reeks. Er zitten ook enkele historische panden bij. De belle époque periode, antiek en vintage, ik vind dat mooi, en het spreekt de mensen aan. Ik ben dan ook blij dat we twee

prachtige oude panden hebben kunnen kopen om ze samen met onze gasten te delen. Want dat is toch wat je doet als hoteluitbater: de mensen toegang geven tot je patrimonium.

In de jaren '70 hebben veel hoteleigenaars hun eigendom aan de immobiëlesector verkocht. De 'haaien' aan de Belgische kust, noemen we ze. Als er een villa vrijkwam, braken ze die af en zetten ze er appartementen op. Een heel spijtige zaak. Door de bouwwoede van de jaren '70 is de kust is er niet mooier op geworden.

Wij hebben het geluk gehad enkele geklasseerde panden te kunnen kopen. Doordat die oude huizen geklasseerd waren, lag de prijs lager: ze mochten niet afgebroken worden en ze waren dus niet interessant voor de bouwhaaien. Voor de bouwpromotors wordt het nu heel moeilijk om nog huizen te kopen in een eersterangs ligging en er appartementen te zetten. De 60 km Belgische kust is volgebouwd, de markt geraakt verzadigd.

Bij familie aan zee

Op hotel gaan aan de kust is ook uniek geworden. Door de bouwwoede vind je vooral appartementen langs onze kust en enkele hotelketens. Dat zijn voornamelijk businesshotels met een ander doelpubliek en een totaal andere marketing. Mensen die op vakantie naar zee gaan, vragen iets meer dan een kleine zakelijke kamer en een onpersoonlijke service. Het weer is vaak onvoorspelbaar, wat betekent dat mensen soms een groot deel van de tijd in hun kamer doorbrengen. Ze willen een

mooi zicht op zee, een gezellige kamer waar ze een boek kunnen lezen. Of ze komen naar beneden in onze bar een koffietje drinken. Ze genieten hier van een thuisgevoel.

Dat is de grote troef van Donny en andere familiehotels: het familiale karakter. Onze hotels worden uitgebaat door vijf generaties van onze familie en ons doelpubliek houdt daarvan. Het ontbijt en het avondeten worden geserveerd door meneer en mevrouw en de kinderen. En ook ons personeel is familie geworden! 25% van het personeel waarmee ik in 1992 gestart ben, werkt hier nog altijd. Dat is ook fijn voor de gasten. Ze worden verwelkomd door mensen die hen kennen, die blij zijn hen terug te zien. Dat versterkt alleen maar het thuisgevoel. Dat familiale karakter is trouwens uniek voor de hele Belgische kust.

Duivelse PR

Als mensen op hotel gaan, zijn ze meestal goedgeluimd. Ze moeten niet gaan werken, ze worden verwend, er heerst een ontspannen sfeer. Eigenlijk tref je als hoteluitbater mensen op hun best (lacht). Veel van onze hotelgasten zijn vrienden geworden, sommigen komen hier meerdere keren per jaar op vakantie. En omgekeerd: overal in Europa wonen er mensen die we kennen, dat brengt de wereld dichterbij.

We hebben met Hotel Donny kunnen profiteren van uitstekende PR. Bij de start van Donny hebben Emiel Goelen en Op de Koop toe ons een hele goeie recensie gegeven. Niet zo veel later is wijlen

Robert Wasseige bij ons komen logeren met de Rode Duivels. Veertien keer hebben ze in Hotel Donny gelogeed, dat was ideaal voor onze naambekendheid. En toen kwam de VTM-soap Familie. Ze zijn met de ploeg verschillende keren komen filmen in ons Hotel Select.

Al die verhalen en anekdotes, de hele ontstaansgeschiedenis ook van Donny en van de zusterhotels, lees je uitgebreid in mijn boek. Het deed me ook veel plezier om te zien hoe enthousiast onze gasten over het boek zijn, ook al verstaan ze vaak geen letter Nederlands. De vaak niet eerder uitgegeven foto's, de hele sfeer die het boek ademt, zijn voor hen een mooie herinnering aan hun vakantie.

Menselijk en dichtbij

We zijn als hoteluitbaters niet enkel familiaal maar ook maatschappelijk geëngageerd. Mijn vrouw en ik willen graag iets teruggeven aan de maatschappij. We steunen een aidsproject in Zuid-Afrika en elk jaar in de week voor kerstmis stellen we ons hotel open voor een dertigtal kinderen die in armoede leven. Kinderen die nog nooit de kans kregen om in een hotel te slapen, die geen echte thuis hebben.

Ons ondernemen is menselijk en dichtbij. Voor onze klanten zijn we een spreekbuis en een luisterend oor. We luisteren naar hun wel en wee en slaan een praatje. Vanmorgen heb ik het ontbijt zelf gedaan. Een belangrijk moment, bij het ontbijt wordt er verteld. Luisteren wordt vaak onderschat, dat is zo belangrijk. Weer iets wat een hotelketen niet kan, daar ben je toch eerder een nummer. Hier zijn het mensen die je verwelkomen en mensen die hier logeren.

Onze kinderen en schoonkinderen zijn intussen aan de slag in onze vijf hotels. Het is een goed gevoel te weten dat de hotels in goeie handen zijn. Uniek toch: zij zijn al de vijfde generatie hoteluitbaters in onze familie! Alle drie onze kinderen hebben de microbe en zetten het werk met plezier verder in Hotel Donny, Villa Escale en Villa Select.



Conjunctuur stabiliseert nog op hoog peil

Sabine Traen & Frederik Sack, POM West-Vlaanderen, afdeling Data, Studie en Advies

Alle arbeidsmarktindicatoren, met uitzondering van de vacatures en tijdelijke werkloosheid, tonen voor de eerste jaarhelft van 2019 een positieve evolutie in West-Vlaanderen. De regionale arbeidsmarkt ontwikkelt zich verder gunstig. De arbeidsmarktcrapte blijft prangend. Ook bij de indicatoren van het consumenten- en producentenvertrouwen is het signaal in het eerste kwartaal van 2019 overwegend gunstig. De omzet en investeringen van de grote ondernemingen blijven in stijgende lijn en ook de inkomsten van de kleinhandel veren op.

De afgevlakte synthetische conjunctuurcurve (zie figuur 1) is van april 2016 tot juli 2017 duidelijk opwaarts gericht. Sindsdien evolueert ze afwisselend negatief en positief. De brutowaarden evolueerden van juli 2018 tot mei 2019 bijna uitsluitend licht negatief, waardoor de conjunctuurcurve haar voorzichtig neerwaartse trend vermoedelijk zal aanhouden.

Arbeidsmarktindicatoren

West-Vlaanderen telde eind mei 2019 24.132 werklozen¹, dat zijn er 4,5% minder dan op dat moment in 2018. Deze gunstige evolutie geldt zowel voor de mannen, vrouwen, -25-jarigen als voor +50-jarigen. Het aantal uitgeschreven oudere werklozen neemt verder toe in het eerste kwartaal van 2019. Opvallend is dat het aantal ontvangen **nieuwe**

vacatures voor het eerst sinds lang een terugval kent. Die manifesteert zich in het eerste kwartaal van 2019 (-3,9% op jaarbasis). Het aantal **lopende vacatures** staat in het eerste kwartaal van 2019 nog altijd op een hoog peil. Maar de maanden maart en april 2019 tonen een andere evolutie: respectievelijk -0,2% en -6,3%. Zet deze trend zich voort? Zo ja, dan wordt het tweede kwartaal van 2019 voor deze indicator een kantelmoment. Ondanks de verdere daling van het aantal niet-werkende werkzoekenden zorgt het dalend aantal openstaande vacatures ervoor dat (voor het eerst sinds lang) de **arbeidsmarktcrapte** stabiel blijft op 3,1 werkzoekenden per openstaande vacature. In het Vlaamse Gewest zien we wel nog een verdere toename van de crapte tot 3,9.

In het eerste kwartaal van 2019

verhoogde de **tijdelijke werkloosheid** in de kustprovincie licht (+1%).

Producentenvertrouwen

Het eerste kwartaal van 2019 leverde voor West-Vlaanderen merkkelijk meer **starters** op (+8,1%) dan de overeenkomstige periode van 2018. In januari en februari 2019 nam het aantal uitgeschreven ondernemingen aanzienlijk toe op jaarbasis en iets minder in maart 2019 (+4,5%).

In het eerste kwartaal van 2019 gingen minder ondernemingen **failliet** dan in het eerste kwartaal van 2018 (-10,2%). Desondanks gingen in diezelfde periode bijna drie keer zoveel jobs door falingen verloren in vergelijking met het vorige jaar. Dat is grotendeels te wijten aan één groot faillissement in maart 2019: dienstenchequebedrijf **Belle's Poetsbureau** uit Waregem, met voorheen nog circa 1.000 medewerkers (630 in VTE). Die waren op de datum van het faillissement evenwel allemaal al getransfereerd naar een andere vennootschap van Het Poetsbureau. Zowel de **omzet** als de **investeringen** van grote ondernemingen met zetel in West-Vlaanderen blijven in het eerste kwartaal van 2019 de pan uit swingen.

Consumentenvertrouwen

Het aantal vergunde **nieuwbouwwoningen** zat in het vierde kwartaal van 2018 verder in de lift (+3%), maar de stijging was minder spectaculair dan in de drie eerste kwartalen van

Figuur 1: synthetische conjunctuurcurve voor West- Vlaanderen



Bron: NBB, verwerking: POM West-vlaanderen

¹De term werklozen in deze synthese duidt op de groep niet-werkende werkzoekenden.

2018. In januari 2019 was er een sterke terugval met 30,3%. Dit is echter een terugkerend fenomeen als gevolg van (aangekondigde) wijzigingen in de regelgeving rond nieuwbouw. Het aantal vergunde **renovatiewoningen** nam in West-Vlaanderen sterk toe in het vierde kwartaal van 2018 (+42,8%). Ook de maand januari 2019 kende een gunstige evolutie (+41,1%).

In het eerste kwartaal van 2019 werden minder **nieuwe personenwagens** ingeschreven dan in het eerste kwartaal van 2018 (-11,9%). Ook in april en mei 2019 zette deze trend zich voort, met respectievelijk -3,3% en -9,5% op jaarbasis.

Het aantal inschrijvingen van tweedehandspersonenwagens evolueerde ook ongunstig in het eerste kwartaal van 2019, maar de afname op jaarbasis (-6,2%) was kleiner dan bij de nieuwe personenwagens.

De **omzet in de kleinhandel** kende zowel in het vierde kwartaal van 2018 (+2,4%) als in het eerste kwartaal van 2019 (+0,7%) een gunstige evolutie op jaarbasis.

Tot slot toont de **diamant van West-Vlaanderen** (zie figuur 2) de evolutie van de verschillende indicatoren in 2019 ten opzichte van 2018 en dit voor het recentste kwartaal waarvoor alle gegevens van elke indicator² beschikbaar zijn. Van de elf sociaaleconomische indicatoren in de diamant evolueerden er zes gunstig: werkloosheid, omzet, omzet kleinhandel, investeringen, faillissementen en starters. De indicatoren tijdelijke werkloosheid, nieuwe en tweedehandspersonenwagens en stopzettingen evolueerden licht ongunstig.

Figuur 2: evolutie van de sociaaleconomische indicatoren in West-Vlaanderen in het eerste kwartaal van 2019 ten opzichte van het eerste kwartaal van 2018.

Producentenvertrouwen

Indicator	West-Vlaanderen				Vlaams Gewest			
	Kw 2 - 2018	Kw 3 - 2018	Kw 4 - 2018	Kw 1 - 2019	Kw 2 - 2018	Kw 3 - 2018	Kw 4 - 2018	Kw 1 - 2018
Starters	+	-	+	+	+	+	+	+
Stopzettingen en schrappingen	-	-	-	-	-	-	-	-
Nettogroei	-	-	+	-	-	-	+	+
Faillissementen	+	-	-	+	+	-	-	-
Verloren jobs door faillissementen	+	+	-	-	+	+	-	-
Omzet	+	+	+	+	+	+	+	+
Investerings	+	+	+	+	+	+	+	+

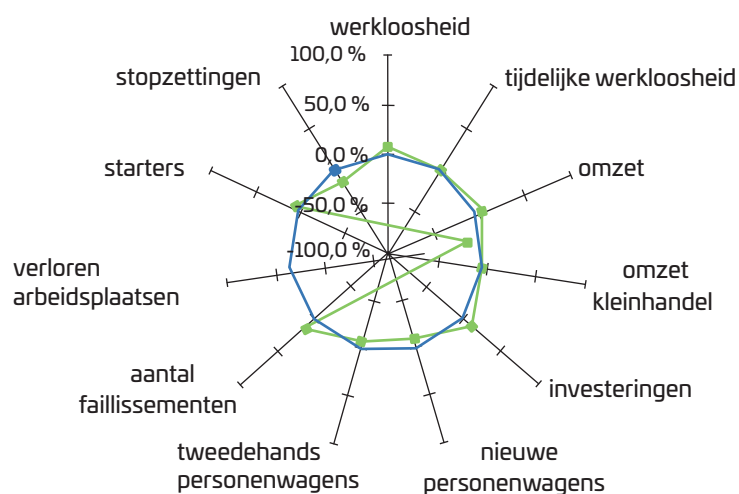
⁽¹⁾ Onvolledige kwartalen zijn gemarkeerd.

Consumentenvertrouwen

Indicator	West-Vlaanderen				Vlaams Gewest			
	Kw 2 - 2018	Kw 3 - 2018	Kw 4 - 2018	Kw 1 - 2019	Kw 2 - 2018	Kw 3 - 2018	Kw 4 - 2018	Kw 1 - 2018
Vergunde woningen (nieuwbouw)	+	+	+	-	+	+	-	-
Vergunde woningen (renovatie)	+	+	+	+	+	+	+	+
Inschrijvingen nieuwe personenwagens	+	+	-	-	-	+	-	-
Inschrijvingen tweedehandspersonenwagens	+	-	-	-	-	-	-	-
Omzet kleinhandel	-	-	+	+	-	-	+	+

⁽¹⁾ Onvolledige kwartalen zijn gemarkeerd.

Eerste kwartaal 2019



Bron: VDAB, RVA, FOD Economie (Algemene Directie Statistiek en Economische Informatie), FEBIAC en Graydon. Verwerking: POM West-Vlaanderen.

² De indicatoren vergunde nieuwbouw en vergunde renovatie werden niet opgenomen, omdat de gegevens maar beschikbaar zijn tot en met de maand januari.

COLOFON

De artikelen in West-Vlaanderen Werkt zijn niet noodzakelijk de weergave van standpunten van de redactie of van het Provinciebestuur. Bij naamvermelding verschijnt de bijdrage onder de verantwoordelijkheid van de auteur.

Reproductie van of verwijzing naar een van deze artikelen mag uitsluitend met correcte vermelding van de auteur en bron en mits de redactie een kopie krijgt.

Redactieraad: Lode Vanden Bussche (voorzitter - Kenniscentrum Economie West), Larissa Deblauwe (VIVES), Brigitte De Proost (POM West-Vlaanderen), Ilse Defruyt (POM West-Vlaanderen), Katleen Gyselinck (KC Econ West), Bart Leenknecht (Howest), Geert Roelens (consultant), Filip Santy (TUA West), Jan Bart Van In (hoofdredacteur), Peter Verheecke (dienst Communicatie).

Coördinatie, hoofdredactie en advertentiewerving

Jan Bart Van In,
Kenniscentrum Economie West
Koning Leopold III-laan 31
8200 Brugge (Sint-Andries)
T. 050 40 71 29
E-mail: janbart.vanin@west-vlaanderen.be
www.kenniswest.be/westvlaanderenwerkt

Medewerkers

Journalisten: Nick Vanderheyden, Bart Vancauwenberghe, Eric Van Hove, Christina Van Geel en Roel Jacobus
Fotografen: Jan Ballieu, Patrick Holderbeke, Nick Vanderheyden
Lectoren: Conny Van Gheluwe (Sproke), Jan Leplae

Verantwoordelijke uitgever

Geert Anthierens, Provinciegriffier
Provinciehuis Boeverbos
Koning Leopold III-laan 41
8200 Sint-Andries (Brugge)

Oplage: 4.850 exemplaren
Vormgeving: Aynsley Bral, Anna Florea
Druk: dienst Communicatie
Provincie West-Vlaanderen

Andere fotobronnen van deze editie

Westtoer, POM W-VL, Plopsa, Logflow, C-Hotels, Marc Constandt, Hotel Donny

Infographics: Johan Bisschop

Coverfoto: Westtoer

Abonnement

Een abonnement is gratis.
Het tijdschrift West-Vlaanderen Werkt verschijnt viermaal per jaar.
Registreren kan via:
www.kenniswest.be/westvlaanderen-werkt

Overzicht

Een overzicht van de eerder verschenen edities van West-Vlaanderen Werkt vind je op: www.kenniswest.be



ISSN 1374-6235

Partners West-Vlaanderen Werkt 2019



Persoonsgegevens worden verwerkt volgens de bepalingen van de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) van 24 mei 2016. Meer info: zie www.west-vlaanderen.be/privacy.

West-Vlaanderen Werkt wordt u gratis toegestuurd. Indien uw gegevens onjuist zijn of indien u het tijdschrift niet meer wenst te ontvangen, dan kunt u zich altijd uitschrijven via www.kenniswest.be/westvlaanderenwerkt.

Uw persoonlijke gegevens worden niet aan derden overgemaakt.

Vlas is (nog meer) in zijn sas

Het themakatern van West-Vlaanderen Werkt editie 02-2019 zette de **vlassector** in de schijnwerpers. Niet toevallig:

de historisch uiterst belangrijke economische branche met stevige wortels in het zuiden van West-Vlaanderen, heeft de jongste jaren een nieuw elan gevonden.

Dat uit zich onder meer in een heuse investeringsgolf. Via een infographic brachten we in dat themadossier de grootste spelers in de verschillende geledingen van de vlasverwerking in kaart.

Een niet onbelangrijke speler zagen we toen over het hoofd: **Vlasvezelbedrijf Leon Vandecasteele nv** uit Lendelede. Met 15 medewerkers en een bruto marge van 2 miljoen euro is deze onderneming een van de grootste actoren in het

segment van kloddenverwerkers en -handelaars. Klodden zijn korte vezels. Het familiebedrijf, opgericht in 1922, wordt vandaag geleid door **Katrien** en **Wim Vandecasteele**, ondernemers van de vierde generatie. Onder de banier van **VDC Flax Fibres** kopen ze hun grondstoffen rechtstreeks aan van de zwingelmolens (primaire vlasverwerkers) in België en in Frankrijk. Hun focus ligt op de verwerking van korte vlasvezels, die ze zwingelen en kaarden, en de productie van gekatoeniseerde vlasvezels voor de spinnerijen. Verder vervaardigen ze gesneden vezels voor de niet-geweven industrie.

Zoals de meeste spelers in de sector bedient Vandecasteele nv hiermee klanten over de hele wereld. De onderneming scoort ook gezwind in de

investeringsgango die de jongste jaren over de sector rolt: 1,5 miljoen euro in gebouwen en nieuwe uitrusting in de periode 2016-2018.

Ook collega **Wavalin cvba**, primaire vlasverwerker uit Deinze, zit in expansiefase. De onderneming van **Pascal Warlop** opende recent een nieuwe, tweede vestiging op het industrieterrein Haandeput in Meulebeke, dat wordt ontwikkeld door **intercommunale WVI**. Hiermee sluit de ondernemer wat dichter aan bij zijn woonplaats in datzelfde Meulebeke. Bij Wavalin klimmen de investeringen de jongste drie jaar ook richting het anderhalf miljoen euro.

www.vdc-flax.be





JBVI

BEN JIJ AL FAN

van West-Vlaanderen?

west-vlaanderen
de gedreven provincie

Nieuws van de provincie,
7 dagen op 7, de klok rond via

 www.facebook.com/westvlaanderen
 @provinciewvl
 @provincie_wvl
 www.west-vlaanderen.tv

www.west-vlaanderen.be

Provinciaal Informatiecentrum Tolhuis
Jan Van Eyckplein 2, 8000 Brugge
0800 20 021 (gratis nummer)
provincie@west-vlaanderen.be



'T WERKPAND
RUIMTE VOOR ONDERNEMEN



Zet de landing in naar je ideale werkplek

Spring en land veilig in één van onze werkpanden.

Ben je als ondernemer op zoek naar een eigen plek om je zaak professioneel uit te bouwen? Een flexplek, kantoor of atelier? Jouw perfecte uitvalsbasis bevindt zich zeker in één van de 17 werkpanden in West-Vlaanderen! Een goed vangnet, een breed netwerk en persoonlijke begeleiding krijg je er bovenop.

Meer weten? 050 140 185 of www.twerkpand.be

POWERED BY

POM

maakt werk van West-Vlaanderen

