

“We willen de positieve vibe zijn in de industriële sector”

KRISIA THIJS EN GERT CIELEN



VENNOTEN
Tip Top Belting



11

Voor mij zitten twee vrolijke mensen die duidelijk genieten van het leven: Krisia Thijs en Gert Cielen. Zo positief als ze klinken, zo moeilijk waren de watertjes die ze met hun bedrijf Tip Top Belting doorzwommen. “Maar vandaag staan we sterker dan ooit”, benadrukt Gert. “En tonen we dat ook de industriële wereld op een menselijke manier vooruit kan gaan.”

Krisia en Gert kwamen in 2014 terecht bij Tip Top Belting. “Het was een familiebedrijf dat geen zicht had op opvolging binnen de familie”, vertelt Gert. “Ze hadden mij gecontacteerd voor de functie van algemeen directeur, maar eigenlijk zochten ze gewoon iemand om de zaak over te kopen. Ik kwam van bpost, waar ik werkte in de strategische groeipoot van pakketten.” “Ik had op dat moment net, samen met mijn broer, het familiebedrijf van mijn vader overgenomen”, vult Krisia aan.

“HET BEDRIJF WAS EIGENLIJK OP STERVEN NA DOOD. MAAR DAT WISTEN WE TOEN WE ERAAN BEGONNEN”

“Voor deze kans zich voordeed, zeiden Gert en ik al tegen elkaar dat hij zijn job bij een werkgever even goed voor zichzelf kon doen. We hebben ons ingekocht en de vorige eigenaar in 2016 uitgekocht. Op dat moment ben ik ook operationeel aan boord gekomen bij Tip Top Belting, ervoor had ik enkel aandelen. Mijn broer heeft toen het familiebedrijf volledig overgenomen.”

Op sterven na dood

“Toen we begonnen bij Tip Top Belting was het hier een kleine puinhoop. Eens de familiale eigenaar beseftte dat hij geen opvolging had, stopte hij met investeren. Daardoor deden zich geen nieuwe mogelijkheden meer voor en dunde het klantenbestand uit. Op dat moment zijn wij binnengekomen (*lacht*). Het bedrijf was verouderd, eigenlijk op sterven na dood. Maar dat wisten we toen we eraan begonnen. Natuurlijk hebben we getwijfeld, want in zo iets steek je veel – heel veel – tijd en geld. We kenden niets van de sector maar geloofden dat we er iets van konden maken.”

“Ons idee was om te vertrekken vanuit positieve waarden en zo nieuw leven in

de keet te blazen”, gaat Gert verder. “De hoofdnoot lag voor ons vanaf dag één op vertrouwen, het team en de bedrijfscultuur. We zorgden ervoor dat iedereen wist waar we met het bedrijf naartoe wilden en dat iedereen leerde samenwerken. Voordien waren het allemaal eilandjes van medewerkers die eerder tegen elkaar werkten dan mét elkaar. Zo’n omschakeling klinkt mooi op papier maar we werken daar nog elke dag hard aan. En het heeft ook financiële implicaties, want je maakt meestal niet veel winst wanneer je praktisch fulltime bezig bent met de bedrijfscultuur. We zijn toen echt diep gegaan, tot op de rand van het faillissement. Het kwam zo ver dat we dachten: “nu zitten we op het dieptepunt dus kan het alleen maar omhoog gaan.” En dat is gelukkig gebeurd.”

De human touch

“Vanaf het begin hebben we ons eigenlijk al onderscheiden van de rest van de sector”, zegt Krisia. “Een voorbeeld dat banaal lijkt, is dat wij op kantoor en in de verkoop alleen maar vrouwen hebben. Maar daar lachten ze ons in de sector dus mee uit, hé. Anderen geloofden niet dat een vrouw in onze, overwegend mannelijke, sector kon verkopen. En geloof ons, ze hebben het er nog moeilijk mee dat vrouwen voor langere tijd op zwangerschapsverlof kunnen gaan. Maar wij willen net op dat menselijke gebied het verschil maken. Wij houden daar gewoon rekening mee. We hebben zelf vier kinderen dus we begrijpen maar al te goed wat dat met zich meebrengt (*lacht*).” “Het is net zo mooi als iemand mama wordt”, vindt Gert. “Als je ze dan de vrijheid en het vertrouwen geeft, werken ze zelfs nog gemotiveerder. We vertrekken daarom altijd vanuit vertrouwen en het team.”

“Voor vrouwen was dat teamgevoel erin krijgen gemakkelijker. Bij de werkmannen ging dat moeilijker”, merkte Krisia. “Zij werkten er vaak al twintig jaar, langer dan wij er waren. Daar heerst de ingesteldheid nog dat je gewoon je werk moet doen en daar is de kous mee af. Wij staan voor vertrouwen, eerlijkheid en open communicatie. Dat in het hele bedrijf doortrekken, is een werk van lange adem. Een bedrijfscultuur heb je niet zomaar, die moet je onderhouden.”

“Gelukkig heeft Krisia daarin meer geduld dan ik”, gaat Gert verder.” Want dat is soms wel nodig. Op zo’n momenten is het fijn dat we samenwerken. We kunnen samen nadenken en relativeren. En zo komen we meestal wel tot de oplossing.”

Samenwerken... maar ook niet

“Wat vooral goed is in onze samenwerking,” gaat Krisia verder, “is dat we níet effectief samenwerken (*lacht*). Want dat kunnen we echt niet. We hebben eens geprobeerd om samen op een bureau te zitten maar hebben toen bijna met dingen naar elkaar gegooid. Ik werk 4/5e en doe vooral de facturatie, administratie en heb de operationele leiding. Gert doet de financiële en strategische kant van de zaak.” “Wat inhoudt dat ik ideeën voorstel en bespreek met Krisia en dat Krisia ze vertaalt naar mensentaal en ze implementeert”, vertelt Gert. “De strategie doen we dus wel grotendeels samen.”

“Wat ik het fijne vind, is dat Krisia soms eens onzeker is en mijn hulp dan vraagt (*lacht*). Dat is fijn, want stel dat ze dat niet deed, dan voelde ik me hier compleet overbodig. Krisia is echt een top leading lady. Zelf werk ik trouwens ook nog als strategisch adviseur voor familiebedrijven. Dat is eigenlijk een beetje hetzelfde als dat ik hier met Krisia doe. Zij overlegt de problemen die ze ondervindt ook met mij. Daar doe ik hetzelfde op bredere schaal.”

“ANDEREN GELOOFDEN NIET DAT EEN VROUW KAN VERKOPEN IN ONZE, OVERWEGEND MANNELIJKE, SECTOR”

Kwaliteit en menselijkheid

“Met ons team van mannen en vrouwen trekken we goed onze plan in de meest sexy business die er bestaat: rubber”, lacht Gert.

“Breekt het rubber, dan is het alle hens aan dek en worden wij gecontacteerd. Wij zijn plaatser, hersteller en onderhouder van rubberen transportbanden en installaties. Voor wij Tip Top Belting overnamen, was het bedrijf een echte prijsspeler. Maar daarin zijn we strategisch gewijzigd. Toen we begonnen te luisteren naar de klanten, merkten we dat de prijs belangrijk is, maar dat het belangrijkste is dat hun productieprocessen niet stilvallen, en de kwaliteit van de band dus primeert. Daarom werken we nu met kwalitatieve Europese leveranciers waarvan de transportbanden langer meegaan. Als bedrijf is dat wel eng, want onze interventies daalden. De prijs van de banden steeg wel, maar we hadden de impact toch wat onderschat. Om dat op te vangen, bieden we nu ook preventief onderhoud aan. Want voorkomen is soms beter dan genezen.”

“En naast onze kwaliteit onderscheiden we ons ook naar klanten door onze menselijkheid”, vervolgt Krisia. “Een van onze grootste klanten wilde bijvoorbeeld met ons samenwerken omdat ze de gesprekken met onze mensen het aangenaamst vond. Ik ben blij dat zoiets nog de doorslag kan geven, die menselijke kant. We verkiezen de langetermijnrelatie boven korte contacten. Omdat je zo tenminste vertrouwen kunt opbouwen. Dat werkt voor ons zowel in de richting van onze klanten als onze medewerkers. We zien onszelf vaak meer als coaches dan als bazen.”

“Dat klinkt ook toffer, want zo serieus nemen we onszelf niet (*lachen*). We weten wel wat we kunnen, maar het belangrijkste is dat we plezier hebben in wat we doen. Dat alles met een lach kan gebeuren.” “Onze kinderen zeggen soms zelf: “Kunnen jullie nooit serieus doen”. Als zij het al zeggen, dan weet je dat je goed zit”, lacht Gert. “Ach ja, je leeft maar één keer. Dan kan je toch beter plezier maken. Dat proberen we met Tip Top Belting uit te stralen en over te brengen in de sector. We willen de positieve vibe zijn in de industriële sector. Voor minder gaan we niet.”

KRISIA THIJS

35 jaar x geboren in Hasselt x woont in Mopertingen x 4 kinderen x vennoot bij Tip Top Belting

GERT CIELEN

37 jaar x geboren in Bilzen x woont in Mopertingen x 4 kinderen x zaakvoerder/vennoot bij Tip Top Belting



15

NAAKT EN (NIET) DELICAAAT IN 'T KWADRAAT

“Tip Top Belting zit in een echte mannenwereld, dat kunnen we moeilijk ontkennen”, vertelt Gert. “Al voor wij er kwamen, was er elk jaar een naaktkalender voor alle klanten als eindejaarsgeschenk. Ik vond dat een delicate en vrouwonvriendelijke zaak en wilde dat afschaffen. Wat ik niet had verwacht, was dat de vrouwen de eersten waren om te protesteren tegen de afschaffing. Nu is het zo dat de vrouwen de naaktkalender kiezen en rondbrengen. Dat is typerend voor de maatschappij. Wij proberen te denken in de plaats van anderen. Maar ik laat het denken nu wel gewoon aan hun over, hoor (*lacht*). Het beste van alles is dat onze vrouwen van sommige klanten een mannenkalender teruggestuurd krijgen. Omdat het anders voor hun niet eerlijk is. Dat is toch fantastisch (*lacht*).”

verhaal x ondernemer