

GOEDE MEDEWERKERS VINDEN IS DE GROOTSTE UITDAGING

Je bent vandaag geen uitzondering als je het reclamebedrijf Ardek nog niet kent. De joviale maar bescheiden zaakvoerder Dries Keunen is een hardwerkende ondernemer die je niet snel tegenkomt in een maatpak. Hij besteedt al zijn tijd aan een kwalitatieve service voor zijn klanten. Hierdoor heeft hij nooit een tekort aan werk, maar wel aan personeel. Omdat hij niet wil stilstaan investeerde hij in een nieuw en groter pand en breidde zijn activiteiten recent uit met zeefdruk, waarmee hij nu ook in het buitenland levert. Dries doet nog veel zelf maar beseft dat groeien nodig is. Zijn grootste obstakel is het vinden van de juiste medewerkers.

knoop doorhak. Dat is de meest gezonde situatie en bovendien de enige manier om vooruitgang te maken en ellenlange discussies te vermijden.”

QONTACT / Jullie verhuisden in 2012 naar een groot pand in Brustem. Zijn er nog uitbreidingsplannen?

Dries Keunen: “Ik zou graag op korte termijn nog een aantal werknemers bij willen aanwerven, maar het probleem is dat ik ze niet vind. De enige opleiding die er bestaat voor ons vak van ‘signmaker’ wordt gegeven bij Syntra in West-Vlaanderen. De afgestudeerden gaan van ginder niet naar hier komen. Wij moeten dus mensen

zeefdruk aanvullend was op ons bestaande gamma, hebben we geïnvesteerd in de machines. De vorige eigenaar introduceerde ons bovendien bij zijn bestaand cliënteel op een internationale markt, in de medische sector, waar de marges interessant zijn. Nu zeefdrukken we met de merknaam Promosell op kleine instrumenten die onder andere gebruikt worden door dokters in landen als Algerije, Zweden, Duitsland en Frankrijk. Mijn broer en ik hebben dit eerst zelf gedaan om er een goed zicht op te krijgen maar sinds kort hebben we een zeefdrukker aangeworven. Deze activiteit maakt nu toch al zo’n vijftien à twintig procent van onze omzet uit, dus het is zeker de moeite waard om er mee door te gaan. Het zijn bovendien grote aantallen waar je ook gemakkelijk een jobstudent als ondersteuning voor kan inschakelen.”

QONTACT / Veel promomateriaal wordt intussen gemaakt in de lage loonlanden. Wat betekent dit voor jullie?

Dries Keunen: “Wij moeten meegaan met de vooruitgang, dat is heel belangrijk. De spandoekenmarkt ligt momenteel volledig plat. Deze worden allemaal gemaakt in de lage loonlanden. Wij werken hiervoor intussen ook met sub-leveranciers. Er zit uiteraard nog wel verschil in kwaliteit waardoor er soms, door zogenaamde cowboys, met prijzen wordt getoverd. Hierdoor is het natuurlijk belangrijk dat je de juiste leverancier kiest. Verder proberen we ons machinepark up-to-date te houden door regelmatig te investeren in nieuwe technologieën. Maar die machines voor grote drukwerken zijn een standaardproduct geworden, die heeft iedereen. De meerwaarde ligt vandaag volgens mij in het contact met de klant en vooral in eerlijke adviesverlening.”

QONTACT / Jullie doen heel veel voor jullie klanten. Is het niet té veel?

Dries Keunen: “Ik doe dit werk nu al bijna vijftientwintig jaar en ik heb toch al wel een paar keer gedacht: wanneer gaan we beloond worden? Maar we zitten nu eenmaal in een veeleisende sector en ik ben zelf ook veeleisend. Het werk moet perfect zijn. Onze klanten willen een snelle én kwalitatieve service dus dat moeten we bieden, anders is de concurrentie ons voor. Het opvoeden van onze klanten is een uitdaging, maar dan zou heel de sector mee moeten doen. Voor ontwerpen wordt dikwijls niets aangerekend. Als klanten bij mij komen met een ontwerp van iemand anders, dan probeer ik mijn collega’s hierover in te lichten. Dat zouden we allemaal moeten doen om oneerlijke concurrentie tegen te gaan.”



DRIES & ROEL Keunen Ardek

011 72 95 61



Lichtenberglaan 2065
3800 Sint-Truiden
www.ardek.be

QONTACT / Je broer Roel werkt mee in de zaak. Hoe verdelen jullie de taken?

Dries Keunen: “Toen mijn nonkel in 2006 besliste om zijn bedrijf te verkopen, was ik er al zeven jaar in dienst. Ik nam het over als eenmanszaak en zette het later om naar een bvba. Mijn broer en ik voeren samen het dagelijks beleid en plegen veel overleg, maar bij belangrijke beslissingen hebben we besloten dat ik als enige de

zoeken met opgedane kennis en ervaring, die dan ook nog eens de juiste attitude hebben. Dat is een quasi onmogelijke opdracht. Ik ken collega’s hier in de regio, uit onze sector, die met hetzelfde probleem kampen. Dus ik snap niet dat er in Limburg geen gelijkaardige opleidingen zijn. We hebben ooit een IBO van VDAB geprobeerd maar dat was voor ons niet meegevallen, voornamelijk omdat ik geen tijd heb om zelf mensen op te leiden.”

QONTACT / Twee jaar geleden investeerden jullie in zeefdrukmachines. Vanwaar deze keuze?

Dries Keunen: “De zaakvoerder van de zeefdrukkerij Promosell uit Zepperen verkocht zijn onderneming. Omdat wij voldoende plaats hadden en omdat