

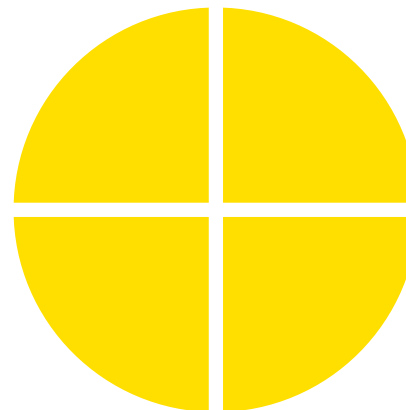
STERCK.
MAGAZINE

Verstevigt uw business.

MEDIAKIT
editie Oost-Vlaanderen — 2023

STERCK.*Concept*

— in 4 pijlers —



**PRINT
TV
SOCIAL MEDIA
NETWERCK**

Over STERCK

STERCK is een gedurfd initiatief om ondernemers en vrije beroepers bij mekaar te brengen. Weg van de platgetreden paden en resoluut origineel.

Het STERCK concept zorgt voor een doorgedreven 'match' tussen collega-bedrijfsleiders. Eentje die niet alleen informatief en entertainend is, maar vooral concreet zakelijk resultaat kan opleveren.

Het STERCK concept bestaat uit meerdere pijlers. Er is enerzijds

het STERCK Magazine, en anderzijds het STERCK Netwerck. Het magazine is de speerpunt van de externe communicatie naar de doelgroep van ondernemers, zelfstandigen en vrije beroepers.

Het STERCK Netwerck is de exclusieve toegang tot een performant en uitgebreid zakelijk netwerck. Waar u rechtstreeks met de juiste mensen aan tafel zit. Een netwerck zonder grote woorden, maar met kwaliteitsvolle gesprekken die business genereren.

Een straf magazine.

STERCK Magazine vormt een intrigerende mix van stercke redactionele content en bedrijfsprofielen. Het magazine springt er uit zowel qua inhoud, qua layout als tone of voice.

STERCK Magazine heeft een zakelijke focus maar weigert dit saai in te vullen. Integendeel, elk nummer moet voldoen aan de basisvoorwaarden: informerend, entertainend, praktisch, blijvend en verfrissend diepgaand.

Top content marketing.

STERCK Magazine gelooft heilig in content marketing. We maken er zelfs werk van om samen met u de beste formule uit te denken om uw bedrijf - en uw expertise - aan bod te laten komen in het magazine.

Onze website is het verlengstuk van onze content marketing filosofie waar u uw bedrijf op een unieke pagina kan voorstellen, compleet met een overzicht van al uw activiteiten in het STERCK Netwerck.

Vier stevige pijlers.

Het STERCK concept bestaat uit vier pijlers: het magazine, het netwerck, STERCK TV en social media/website.

Deze pijlers zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden en versterken over verschillende media heen uw boodschap, van print over face-to-face tot social TV ■

Redactionele kalender **2023 Oost-Vlaanderen**

STERCK. 23

maart

Regio's:

Aalst
Erpe-Mere
Lede
Affligem

Sector:

De industrie van de toekomst

Deadline aanlevering materiaal:

27 januari

Verschijning:

21 maart

STERCK. 24

mei

Regio's:

E40 (Groot Gent &
Havengebied)

Sector:

Mobiliteit

Deadline aanlevering materiaal:

31 maart

Verschijning:

24 mei

STERCK. 25

september

Regio's:

Hamme
Waasmunster
Zeile

Sector:

Duurzaam
ondernemen

Deadline aanlevering materiaal:

10 juli

Verschijning:

12 september

STERCK. 26

oktober

Regio's:

Sint-Niklaas

Sector:

Bouw & Interieur

Deadline aanlevering materiaal:

1 september

Verschijning:

24 oktober

STERCK. 27

december

Regio's:

Kruishoutem
Wortegem-Petegem
Zulte

Sector:

Digitale innovatie

Deadline aanlevering materiaal:

31 oktober

Verschijning:

14 december

Redactionele kalender **2023 West-Vlaanderen**

STERCK. 17

maart

Regio's:

Avelgem
Spiere-Helkijn
Zwevegem

Sector:

De industrie van de
toekomst

Deadline aanlevering materiaal:

13 januari

Verschijning:

7 maart

STERCK. 18

mei

Regio's:

Anzegem
Deerlijk
Waregem

Sector:

Mobiliteit
Haven

Deadline aanlevering materiaal:

17 maart

Verschijning:

9 mei

STERCK. 19

juli

Regio's:

Roeselare

Sector:

Duurzaam
ondernemen

Deadline aanlevering materiaal:

17 mei

Verschijning:

4 juli

STERCK. 20

oktober

Regio's:

/

Sector:

Bouw & Interieur

Deadline aanlevering materiaal:

18 augustus

Verschijning:

10 oktober

STERCK. 21

december

Regio's:

Brugge

Sector:

Digitale innovatie

Deadline aanlevering materiaal:

31 oktober

Verschijning:

7 december



Tarieven & Formules

Wij houden niet zo van hokjesdenken. En ook niet van 'one shots' in communicatie. Vandaar dat we in principe altijd een voorstel op uw maat zullen uitwerken.

Daarin gaan we een optimale mix bepalen van uw bedrijfsprofiel, uw advertenties en uw content marketing inspanningen.

Contacteer ons dus vrijblijvend voor een afspraak. Op basis van een boeiend gesprek peilen we naar uw verwachtingen en kunnen we een gepast voorstel maken.

Puur indicatief kan u op de volgende pagina's een overzicht van vaste formaten qua bedrijfsprofiel en advertentie terugvinden, samen met hun prijskaartje. Volumekortingen zijn natuurlijk van toepassing maar zoals reeds gezegd, een maatwerk offerte is stevast in uw voordeel ■



WERELDSPELER IN DE STEIGERS

Afix Group uit Aalter is actief in de productie, verkoop en verhuur van een ruime waaier aan steigeronderdelen. Op korte tijd is het bedrijf uitgegroeid tot een toonaangevende speler in de internationale markt en het koestert nu ook ambitieuze plannen in de Verenigde Staten.

In de zomer van 2017 ging steigerspecialist Afix in zee met investeerder Dovesco die zelf deel uitmaakt van Domo Investment Group. Dankzij

deze samenwerking kon Afix het eigen vermogen aanzienlijk versterken en dat vormde de basis voor een verdere internationale expansie. Op vandaag exporteert het bedrijf naar 25 verschillende landen. Afix kent een dubbelcijferige organische groei en verwacht dit jaar een geconsolideerde omzet van 20 à 25 miljoen euro. Het bedrijf telt een 100-tal medewerkers en is continu op zoek naar diverse profielen om de snelle groei te ondersteunen.

Afix heeft productievestigingen in Turkije en Nederland. Eigen verkoopkantoren zijn er in België, Nederland, Frankrijk, Groot-Brittannië, Turkije, Marokko en het eiland Mauritius. "We koesteren heel concrete plannen om op korte termijn in de Verenigde Staten van start te gaan. De handelsoorlog met China opent daar nu deuren voor ons", legt CEO Chris Fleurbaey uit.

Kwaliteit en innovatie

Van bij de geboorte van Afix in 2004 zagen initiatiefnemers Chris Fleurbaey en Jean-Pierre Debucke het groot. In hun rugzak stak een pak waardevolle ervaring in de sector van de steigerbouw en dat was natuurlijk een groot voordeel voor een vlotte start. Aanvankelijk ontwikkelden en verkochten ze allerlei steigeronderdelen, maar al snel breidden ze de activiteiten verder uit, onder andere met een verhuurafdeling. Vier jaar na de start streek het bedrijf neer

in de Aalterse industriezone op een site van bijna 12.000 m².

De klantenportefeuille is heel divers en bestaat uit aannemers en industriële bedrijven met de klemtoon op petrochemie. Een derde tak bestaat uit evenementen waarvoor Afix onder andere onderdelen voor podia en lichttorens levert. Dat was onlangs nog het geval ter gelegenheid van het bezoek van paus Franciscus aan Mauritius. Enkele andere opvallende projecten waar hij het bedrijf betrokken was, zijn het station Luik-Guillemins en de Antwerpse Koningin Elisabethzaal.

Afix wil zich onderscheiden van de concurrentie door de focus op kwaliteit en innovatie. "In Rotterdam hebben we zwaar geïnvesteerd in een duurzame, volautomatische productielijn die we zelf hebben ontwikkeld", klinkt Jean-Pierre Debucke trots. "We zetten ook continu in op onderzoek naar nieuwe legeringen en innovatieve concepten zoals herstelbare vloerplaten en telescopische leuningen in kunststof".



Afix Group

Dormelaan 20
9550 Aalter
T. 09 381 61 01
info@afixgroup.com
www.afixgroup.com



Christiaan Fleurybaey,
Jean-Pierre Debucke
& Ronny De Potter

GIDS VAN ELK BOUWPROJECT

Tegen de trend naar specialisatie in, kiest Format Architecten uit Gent voor een diverse klantenportefeuille. "Steeds vaker zien we dat de verschillende aspecten van het vak samenkomen en die willen we allemaal beheersen", zegt oprichter Edwin Lesthaeghe.

Dok Noord is een bruisende en inspirerende site in de oude havenzone van Gent. Het is hier dat Format Architecten

zijn stekje gevonden heeft. Nadat oprichter Edwin Lesthaeghe elders ervaring had opgedaan, besloot hij vier jaar geleden om zijn eigen architectenbureau op te richten. "Ik was actief in verschillende domeinen, waaronder grootschalige projecten, sociale woningbouw, bouwcoördinatie en brand-veiligheidsanalyses. Zo kreeg ik een beter inzicht in het bouwproces en leerde ik ook om meerlagige te denken."

Er zijn in de sector nogal wat architecten die zich specialiseren in specifieke segmenten, maar daar houdt Edwin een andere visie op na. "Residentieel gebouwen, retailparken, bedrijfsgebouwen, ... We houden van diversiteit in onze klantenportefeuille. Dat zorgt enerzijds voor economische stabiliteit. Anderzijds beheersen we zo ook alle aspecten van het vak. Steeds vaker zien we dat de verschillende domeinen samenkomen. Dok Noord is daar een mooi voorbeeld van, want je vindt hier bedrijven, kantoren en winkels", vertelt hij.

Praten met alle betrokkenen

Ontwerpen, begroten en begeleiden. Een architect moet van alle markten thuis zijn. "Vooral die laatste functie is belangrijk. Een architect moet de bouwheer gidsen. Het mag nooit de bedoeling zijn om onze stijl of

visie door te duwen. Wel stappen we mee in het verhaal van de klant en proberen we hem te sturen zonder daarbij het vooropgestelde budget uit het oog te verliezen", benadrukt hij.

Om de wensen van de klant goed aan te voelen, is het belangrijk om veel met hem te praten. Voor een project in zorgwonen ging Edwin bijvoorbeeld urenlang praten met verpleegkundigen, bewoners en bezoekers. "Beleving is tegenwoordig het sleutelwoord. Het grote probleem is echter dat er tussen het ontwerp en de goedgekeurde vergunning soms een periode van één jaar voorbijgaat. En dan zijn bepaalde trends alweer voorbij. Een architect moet twaalf maanden vooruitdenken."



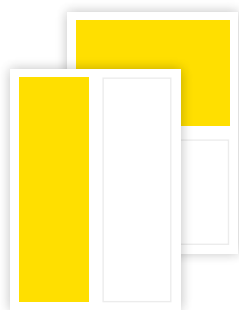
Edwin Lesthaeghe

FORMAT
Architecten

Format Architecten

Dok Noord 4D/002
3000 Gent
M. 0496 27 52 84
edwin@formatarchitecten.be
www.formatarchitecten.be

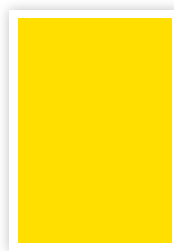
Bedrijfsprofielen



1 PROFIEL 1/2

- staande of liggende versie, afhankelijk van opmaak en ruimte in het magazine.
- titel + tekst + 1 kleine foto + logo + contactinfo.

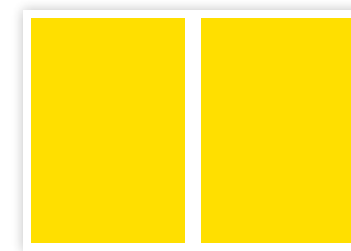
€ op aanvraag



2 PROFIEL FULL PAGE

- staand, niet aflopend.
- titel + tekst + 1 grote foto + logo + contactinfo.

€ op aanvraag



3 PROFIEL FULL PAGE - SPREAD

- staand, twee aaneensluitende pagina's, niet aflopend.
- titel + tekst + 2 grote foto's + logo + contactinfo.

€ op aanvraag

DUBBEL

Elke ondernemer heeft voorbeelden, inspiratiebronnen waar hij of zij naar opkijkt. In De Dubbel brengen we jong talent en gevestigde waarden rond de tafel. Wat bewonderen ze in elkaar? Wat kunnen ze van elkaar leren? En hoe kijken ze naar elkaars business? Een dubbelgesprek op het scherp van de snee.



BERT VAN WASSENHOVE

The CoFoundry

ALEXANDER HOOGEWIJS

SiteManager

DUBBEL

Geld gaat snel

Opposites attract. Vraag het maar aan Alexander Hoogewijs en Bert Van Wassenhove. Beide bevlogen Oost-Vlaamse heren leerden elkaar eind 2017 kennen, toen Alexander samen met vennoot Dieter Crombez op zoek ging naar extra kapitaal om met SiteManager een versnelling hoger te schakelen. Vaak komen ze, vanuit een andere invalshoek of aanpak, tot dezelfde conclusies. Het leidde tot een interessante babbel over webdesign, koffie, financieringsrondes en het ondernemerschap.

Als aanbieders van een platform voor webdesignbureaus, bevinden we ons in een razendsnel evoluerende markt. Onze klanten moeten hun businessmodel vaak in ijftempo aanpassen aan gewijzigde omstandigheden, waarbij service steeds meer voorop staat", vertelt Alexander Hoogewijs. "Met SiteManager zijn we een uitgelezen voorbeeld van een SaaS-bedrijf ('Software as a Service'). Bert heeft, vanuit zijn link met de Cronos-groep, veel contact met servicebedrijven en is de man die ons in contact bracht met The CoFoundry toen we onze eerste financieringsronde voorberedden. Een ideale gesprekspartner voor deze Dubbel. We hebben elkaar eind 2017 leren kennen bij een koffie."

Bert Van Wassenhove: "Koffie werkt, op voorwaarde dat het goeie is (lacht). Neen, ernstig: je mag het belang van koffie niet onderschatten. Het doet mensen praten en speelt eigenlijk een belangrijke rol in teambuilding."

"Toen ik Alexander eind 2017 leerde kennen, hadden we al snel een klik. Het is altijd leuk om dat te voelen, zelfs al zijn we totaal verschillende persoonlijkheden. Bij mij ontspruiten ideeën meestal uit wat ik zie gebeuren in de wereld om me heen, terwijl Alexander iemand is die strategisch denkt vanuit een onderliggende, goed onderbouwde visie. Toch komen we vaak tot dezelfde bevindingen, maar dan vanuit een totaal andere insteek."

Alexander: "Klopt. Ik moet echt een project hebben met een duidelijk idee over waar ik ermee naartoe wil en de overtuiging dat ik het kan laten 'landen'. Hoe dat moet, wordt onderweg meestal wel duidelijk."

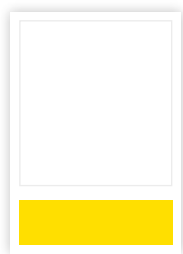
Bert: "Tervijl ik me er heel comfortabel bij voel om verschillende visies te bedenken die alle richtingen uitgaan, om er dan uiteindelijk een-tje uit te pikken waar ik echt mee aan de slag kan gaan."

FinMix

STERCK. Hoe belangrijk was die eerste kapitaalronde voor SiteManager?

Alexander: "Die was essentieel, hoewel we het - in vergelijking met andere bedrijven die zoets organiseren - toch anders hebben aangepakt. Geld ophalen was niet het doel op zich, maar was/is wel noodzakelijk om het SaaS-businessmodel alle kansen op slagen te bieden. Het heeft ons kritisch laten nadenken over hoe we het wilden doen, met welke partner(s) we in zee wilden gaan, enzovoort. Eigenlijk zijn we vrij snel geëvolueerd naar een 'FinMix' met een gezond evenwicht tussen risicokapitaal van business angels (Stein Van Stichel), imcc-start en The CoFoundry (het investeringsvehikel gerund door Bert Van Wassenhove), aangevuld met een banklening, een achtergestelde lening via de kno-co-financiering van PMV-Z en een subsidie van VLAIO. De andere aanpak heeft ons overigens niet meer tijd gekost dan een klassieke kapitaalronde."

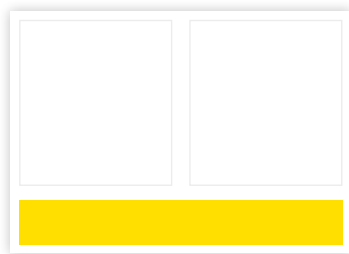
Advertenties



1 AD 1/4

- Eindformaat:
170 x 55 mm
(bxh)

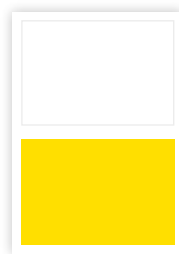
€ op aanvraag



2 AD 1/4 - SPREAD

- Eindformaat:
384 x 55 mm
(bxh)

€ op aanvraag



3 AD 1/2

- Eindformaat:
170 x 124 mm
(bxh)

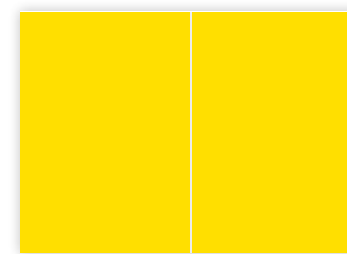
€ op aanvraag



3 AD FULL PAGE

- Eindformaat:
210 x 297 mm
(aflopend, bxh)
- Drukbaar aanleveren:
216 x 303 mm
(bxh - incl. 3mm bleed)

€ op aanvraag

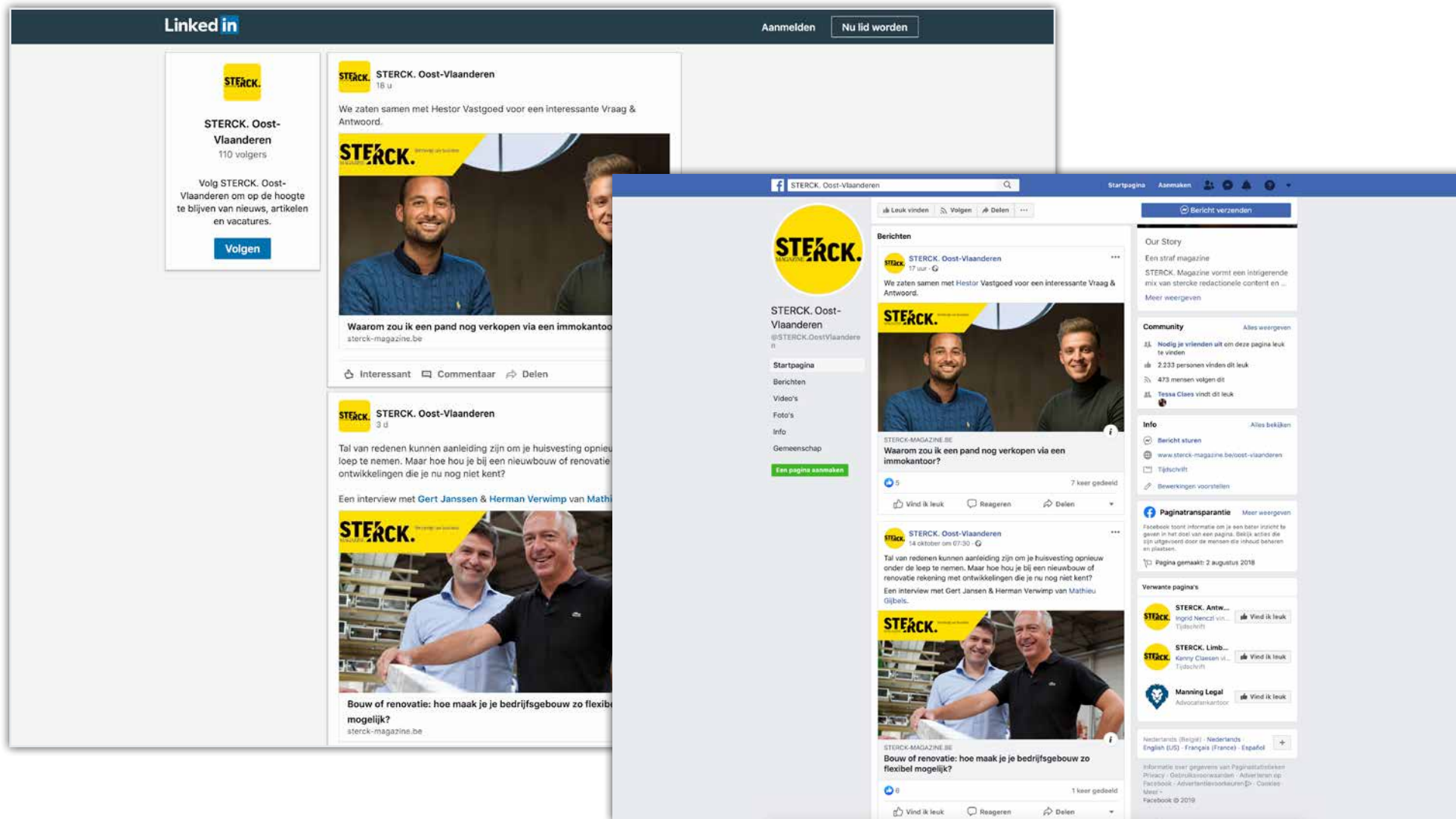


3 AD FULL PAGE - SPREAD

- Eindformaat:
420 x 297 mm
(aflopend, bxh)
- Drukbaar aanleveren:
426 x 303 mm
(bxh - incl. 3mm bleed)

€ op aanvraag

- **Fonts** embedden of in outline (lettercontouren)
- **Kleuren** in cmyk
- **Beeldmateriaal** minimum 300 dpi of vectorieel
- **Bleed enkel bij volle pagina's** aanduiden met paskruisen
- **PDF** bestandsformaat, drukklaar



STERCK. TV



1 BEDRIJFSFILM

- Lengte:
30 seconden of 90 seconden
- Enkel als deel van een totaal communicatiepakket
(niet los te verkrijgen)

€ op aanvraag



2 KLANTENREFERENTIEFILM

- Lengte:
30 seconden of 90 seconden
- Enkel als deel van een totaal communicatiepakket
(niet los te verkrijgen)

€ op aanvraag



3 PRAKTIJCKFILM

- Lengte:
30 seconden of 90 seconden
- Enkel als deel van een totaal communicatiepakket
(niet los te verkrijgen)

€ op aanvraag

DOS SIER

familie
bedrijven

Oost-Vlaanderen is een walhalla van familiebedrijven, die op lange termijn sterk blijven scoren dankzij een doordachte wissel van de wacht, generatie op generatie. Hoe pakken deze bedrijven dat in de praktijk aan? Met welke groeipijnen worstelen ze? En wat kan u daar, als ondernemer, van opsteken?



ERIC DE WAELE
Heursel

Historisch juweeltje

Als provinciehoofdstad Gent de parel aan de Oost-Vlaamse kroon is, heeft het dat vermoedelijk ook voor een klein stukje aan Heursel te danken. De juwelierszaak, in het hart van de Arteveldestad, viert dit jaar haar 274^{ste} (!) verjaardag en boert nog altijd goed, al is dat allerminst evident gezien de recente evoluties binnen de sector. "De merken maken het ons niet makkelijk door zelf rechtstreeks de klant te benaderen, maar gedreven door passie zetten we vastberaden door", zegt Eric De Waele, telg van de veertiende generatie.

"Dit is altijd een juwelierszaak geweest, we zijn zelfs altijd op dezelfde locatie gebleven", opent Eric De Waele het gesprek. "De eerste generaties hebben nog de Franse revolutie meegemaakt. Uiteraard weten we niet zoveel meer van die pioniersjaren, al hebben we wel nog wat kaders en perkamenten die stammen uit de tijd van toen. De stichters focussten zich toen vooral op zilverwerk, in de Langemunt werden toen zelfs nog munten geslagen."

en daarin moet je je gewoon dagelijks bewijzen. We zijn de veertiende generatie die op dezelfde hoek als destijds zaken doet, de achtste generatie van dezelfde familie: mijn over-over-grootmoeder was een Heursel."

veel keuzemogelijkheid bieden. Daarvoor heb je dus een breed aanbod nodig. De productrotatie in onze sector ligt dan ook vrij laag. Je kan dat wat proberen op te krikken door in te spelen op de mode, maar die modieuze artikelen raken dan weer sneller gede-modeerd of zijn minder tijdloos. Andere essentiële factoren zijn een goede ligging, die we gelukkig hebben, en een breed sociaal netwerk. Je moet aanwezig zijn, top of mind bij je klanten blijven."

Lage rotatie

STERCK. Wat is de sleutel om in deze branche zo lang te overleven?

STERCK. In hoeverre nemen jullie die rijke historie mee in jullie marketing?

De Waele: "De stempel van het oprichtingsjaar maakt uiteraard deel uit van de huisstijl, maar we moeten realistisch zijn: het is niet omwille van onze lange geschiedenis dat we het vertrouwen van klanten verdienen. Het heden telt,

De Waele: "Passie. Als je dat hebt, heb je ook de drang om kennis te blijven vergaren. In dit vak draait alles om kwaliteit bieden en een reputatie opbouwen. Correctheid, eerlijkheid én een langetermijnvisie zijn cruciaal. Je bent geen juwelier voor tien jaar, daarvoor is het veel te kapitaalintensief. Juweliers zijn iets heel persoonlijks, je moet mensen

STERCK. Toch heb je enkele keren overwogen om van locatie te veranderen?

De Waele: "Een eerste keer was twintig jaar geleden, toen we van plan waren dit pand volledig te verbouwen. Dat was nodig: de woning was eigentijd versleten, het dak stond op instorten. We hebben toen

Netwerck

Het netwerck dat zichzelf terugverdient.

Deel worden van het STERCK Netwerck doet allerlei deuren voor u opengaan. Er zijn verschillende eventformules om in een aangename sfeer nieuwe contacten te leggen met collega-ondernemers.

Het STERCK Netwerck vertegenwoordigt het kruim van de Oost-Vlaamse ondernemerswereld, niet de kruimels. Op grotere events zoals de STERCK Invites en de STERCK Seminars leert u stevast nieuwe gezichten kennen.

De ultieme matchmaking gebeurt door deel te nemen aan een STERCK Netwerck Club, het STERCK Café en events zoals golf en whiskytasting. Tijdens deze kleinschalige events stellen zich de opportuniteiten voor om concreet business te gaan genereren met andere ondernemers.

Hoe dan ook, elk STERCK event is stevast een succes met veel positieve reacties van de deelnemers. Een aanrader voor uw bedrijf! ■

*Altez, De Groote kranen, Aclagro,
BMW Meerschman, TVH,
Vandelanotte++, Ensoltec,
Coppens & zn, ...*



DE
TEST

Audi e-tron



**BRAAF
BEEST**

Tijdloze betrouwbaarheid in een herkenbaar Audi-jasje, maar dan volledig elektrisch: dat verhaal kunnen heel wat autoliefhebbers best pruimen. We hoefden Isabelle De Bourderé van Bubbles Communication uit Lochristi dan ook geen twee keer te vragen of ze deze stevig uit de kluiten gewassen jongen eens wou testen.



stercke vrouwen

Bij STERCK, geloven we ratvast in ondernemers. Mensen die hun nek durven uitsteken, innoveren, grenzen opzoeken en verleggen. Die met branie en kunde grootse dingen werkelijkheid laten worden. Daar zitten natuurlijk heel wat sterke vrouwen tussen die hun - euh - mannetje goed kunnen staan. En dat verdient ons respect. En deze pagina's.



Vijf jaar was ze, toen An Vanhauwaert het al wist: ze zou violiste worden, en een verdomd goede. Wat ze vervolgens ook deed. Haar passie bracht haar naar Mexico én naar New York, waar ze concerten speelde en masterclasses gaf. Tot het plezier van het spelen niet meer opwoog tegen de eenzaamheid én het voor een publiek spelen, waardoor ze naar België terugkeerde en vervolgens een succesvol ondernemster werd. Als managing partner van Effectis stuurt ze een team van 37 mensen aan, die bedrijven ondersteunen bij hr-uitdagingen.

Gedrevenheid
is mijn
grootste
troef én mijn
belangrijkste
valkuil.

An Vanhauwaert

Door zo intens voor de carrière als violiste te gaan, heb ik al van jongsaf aan geleerd om mijn plan te trekken en erg gedisciplineerd te zijn. Ik heb er nooit tegenop gezien om veel uren te kloppen, wat me als ondernemster ook goed van pas komt. Zelf ben ik niet van 'scratch' met Effectis gestart: ik ben medevenoot geworden toen de vroegere zaakvoerder, Estel Meyhui, het me vroeg nadat we al jaren intens hadden samengewerkt. Toen zij vorig jaar besliste uit de zaak te stappen, kon ik mede dankzij de steun van investeringsmaatschappij Green Park de onderneming verder zetten.

Het voelt zalig te weten dat zij echt in mij geloven en me alle kansen geven om mijn stem-pel op het bedrijf te drukken."

Trots?

"Uiteraard ben ik apetrots en stekozot van mijn dochter Renée, maar op professioneel vlak haal ik de meeste voldoening uit de vaststelling dat ik - na het afsluiten van mijn carrière als violiste - op relatief korte tijd zelfstandig ben geworden (aanvankelijk als freelance consultant voor hr en strategisch advies, red.). Dat gaf me het ongelooflijk geruststellend gevoel dat, wat

er ook mag gebeuren, ik altijd wel op mijn pootjes terecht zal komen. Gedrevenheid is daarbij mijn grootste troef én mijn belangrijkste valkuil: ik weet dat ik bergen kan verzetten, het gewaar is dat je dat altijd wil blijven doen en op den duur jezelf voorbij holt. 'Je bent je werk niet', hoorde ik onlangs van iemand. Dat moet ik mezelf soms echt wel voorhouden."

Visie?

"Ik heb nooit de ambitie gehad om helemaal op mijn eenzame bedrijf te rennen, al voelt het wel fijn om veel

vertrouwen te krijgen én te zien dat we ook sterk groeien. Tegelijk neem ik het ongelooflijk serieus dat de broodwinning van 37 mensen van Effectis afhangt. Enkelom onder hen zijn allestaande moeders, voor wie het erg belangrijk is dat hun agenda elke dag gevuld is. Daarom smijt ik me voor 300 procent om die agenda ook te vullen, met werk dat zij echt graag doen. Het is een stevige uitdaging om die puzzel telkens weer te doen kloppen. We werken alleen nog samen met mensen én klanten die zich volledig in ons DNA kunnen vinden. Als ik voel dat we niet helemaal op dezelfde golfte met

iemand zitten, durf ik heus wel de stekker van een overeenkomst uittrekken, zelfs al verliezen we daardoor budget."

Maken vrouwen het verschil?

"In de muzikawereld had ik soms het gevoel dat de diepte van je decolleté een rol kon spelen in je doorbraakmogelijkheden. Het is één van de redenen waarom ik een totaal ander pad heb gekozen. In de zakenwereld heb ik het nooit als een nadeel ervaren een vrouw te zijn, hoewel ik in bepaalde bedrijven wel vrouwen ken die niet door het

glazen plafond geraken. Ik ben ervan overtuigd dat genderdiversiteit op beslissingsniveau een absolute meerwaarde is in ondernemingen waar elke stem telt. Voor Effectis vind ik het verfrissend dat de twee investeerders mannen zijn, omdat ook zij voor een toegevoegde waarde kunnen zorgen in de overwegend vrouwelijke hr-wereld."

Tips voor starters?

"Wij werken vaak voor start-ups en scale-ups, omdat zij in hun groeiproces vaak ondersteuning op hr-vlak kunnen gebruiken. Zij moeten, met

als elke andere ondernemer, beseffen dat ze het niet alléén kunnen. Het is net sterk om je te laten omringen door mensen die heel wat meer kaas hebben gegeten van aspecten waar je zelf minder vertrouwd mee bent. Zelfinzicht is in dat opzicht cruciaal: durf in de spiegel kijken en je sterktes en zwaktes benoemen. Niet iedereen kan een briljante people manager zijn, maar dat beseffen én er iets aan doen is cruciaal om op lange termijn mensen aan je organisatie te binden. Het kan helpen om ook inzake menselijk kapitaal een hoge return op investement te blijven houden."

KALENDER 2023

*STERCK. Het performante netwerk van eigenaars-ondernemers
dat concreet cash business genereert in heel Vlaanderen.*

LIMBURG
27.600 lezers

SECTOR

Regio's
Verschijning

STERCK 49
maart

DE INDUSTRIE VAN DE
TOEKOMST

Bree – Oudsbergen
2 maart

STERCK 50
april

MOBILITEIT
HAVEN

Alken – Sint-Truiden
25 april

STERCK 51
juni

DUURZAAM
ONDERNEMEN

Hasselt – Corda Campus
27 juni

STERCK 52
oktober

BOUW & INTERIEUR

Bilzen – Hoeselt – Tongeren
3 oktober

STERCK 53
december

DIGITALE INNOVATIE

Dilsen-Stokkem – Maasmechelen
5 december

ANTWERPEN
33.000 lezers

SECTOR

Regio's
Verschijning

STERCK 44
maart

DE INDUSTRIE VAN DE
TOEKOMST

Aartselaar – Edgem – Schelle
14 maart

STERCK 45
mei

MOBILITEIT

Borsbeek – Boechout – Mortsel
11 mei

STERCK 46
september

DUURZAAM
ONDERNEMEN

Havengebied
5 september

STERCK 47
oktober

BOUW & INTERIEUR

Geel
19 oktober

STERCK 48
december

DIGITALE INNOVATIE

Kontich – Lier – Lint
14 december

**OOST -
VLAANDEREN**
27.600 lezers

SECTOR

Regio's
Verschijning

STERCK 23
maart

DE INDUSTRIE VAN DE
TOEKOMST

Aalst – Erpe-Mere – Lede – Affligem
21 maart

STERCK 24
mei

MOBILITEIT

E40 (Groot Gent & Havengebied)
24 mei

STERCK 25
september

DUURZAAM
ONDERNEMEN

Hamme – Waasmunster – Zele
12 september

STERCK 26
oktober

BOUW & INTERIEUR

Sint-Niklaas
24 oktober

STERCK 27
december

DIGITALE INNOVATIE

Kruishoutem – Wortegem-Petegem – Zulte
14 december

**WEST -
VLAANDEREN**
31.000 lezers

SECTOR

Regio's
Verschijning

STERCK 17
maart

DE INDUSTRIE VAN DE
TOEKOMST

Avelgem – Spiere-Helkijn – Zwevegem
7 maart

STERCK 18
mei

MOBILITEIT
HAVEN

Anzegem – Deerlijk – Waregem
9 mei

STERCK 19
juli

DUURZAAM
ONDERNEMEN

Roeselare
4 juli

STERCK 20
oktober

BOUW & INTERIEUR

10 oktober

STERCK 21
december

DIGITALE INNOVATIE

Brugge
7 december

STERCK. Magazine is een uitgave van Roularta Media Group nv

V.U.: Luk Wynants, Roularta Media Group nv, Meiboomlaan 33, 8800 Roeselare / **Regionaal team:** Serge Wailly, Florian Schatteman en Jens De Keyzer / **Contact:** tel. 089 48 05 80 of info@sterckmagazines.be