

Onder magazine nemers




Veranclassic wordt Ostyn

Reportage energie

De inzichten van onze energie-adviseurs

Dossier: regiospecial

Wat doen gemeentes aan stijgende kosten?

A photograph of three men standing in a wood workshop. The man on the left is leaning on a yellow metal cart filled with stacks of light-colored wooden planks. The man in the middle is holding a long wooden plank. The man on the right is also holding a wooden plank. In the background, there are more stacks of wood on sawhorses and a large industrial building structure.

Laurens, Thomas en Yvan Ostyn — Veranclassic

“Nieuwe naam benadrukt familiaal karakter”

Precies 30 jaar geleden begon West-Vlaming Yvan Ostyn aan zijn eigen grote ondernemersavontuur, met een gedrevenheid die als inspiratie kan dienen voor de generaties achter hem. Hij trok ook zijn 2 zonen mee in zijn verhaal: Thomas werd in 2016 gedelegeerd bestuurder en Laurens werkt er sinds 2020 in de sales. Van klassieke verandabouwer is Veranclassic vandaag geëvolueerd naar een algemene fabrikant van de betere houtconstructies voor huis en tuin. Met ook een gloednieuwe naam die de lading beter dekt: Ostyn.



30 jaar geleden begon u aan uw grote missie met een eigen, toen nog bescheiden zaak. Wat of wie was destijds de grote trigger?

Yvan Ostyn: “Ik ben als jonge snaak begonnen als verkoper van papierwaren en bureaubenodigheden. Mijn eerste verzekeringsmakelaar heeft mij gemotiveerd om te starten met een zelfstandige activiteit. Hij zei me op een dag dat ik, gezien mijn dynamiek, moest durven ondernemen. Dat klonk me als muziek in de oren, maar het had allemaal wat tijd nodig. Met Luc Glorieux stond ik zo mee aan de wieg van Impress, dat stempels verkocht en in enkele jaren tijd doorgroeide tot nummer 2 op de Belgische markt. Maar de drang om op mijn eigen benen te staan, bleek te groot. Toen ik na een korte passage bij het Markse tuinhuis- en verandabedrijf Woodland de kans kreeg om van de zaakvoerder de ‘veranda-afdeling’ te kopen, waagde ik de sprong.”

Had u de nodige reserves?

Yvan Ostyn: “Ik had alvast niet genoeg spaargeld om te doen wat ik voor ogen had; in mijn visie was er 50.000 euro extra nodig. Ik ging toen langs bij Luc Keppens van KBC. Hij vroeg me naar mijn financieel plan, maar ik wist niet hoe dat er moest uitzien. Alles zat in mijn hoofd. Finaal, en met hulp van Luc Keppens, heb ik een plan neergelegd. Met een klein hartje ging ik dat toen voorstellen aan een team van financiële deskundigen van de bank. En kijk: de deliberatie viel mee, het licht stond op groen, ik kon aan de slag.”

Hoe zag uw eerste businessplan eruit?

Yvan Ostyn: “Mijn visie is steeds geweest om een service te kunnen bieden van a tot z. Daar draaide het voor mij om. Ik vroeg mijn broer Marc om mee te stappen in mijn verhaal. Hij was als schrijnwerker technisch onderlegd genoeg om de eerste klassieke veranda's te produceren en te plaatsen. Ik zou ze dan wel verkopen. We vestigden

ons naast elkaar in de Rue du Petit Pont in Moeskroen. Daar is alles begonnen. Opgeliet: breng me niet onder in de categorie van West-Vlaamse ondernemers die in de jaren 90 naar Moeskroen trokken voor de subsidies. Andere elementen hebben me over de streep getrokken om het van daaruit te proberen: de goedkope industriegrond, de beschikbare ruimte, de snelle administratieve afhandeling en last but not least natuurlijk de centrale ligging in de cruciale Eurometropool.”

Zijn er zaken die u anders zou doen?

“Jawel hoor. Ik heb 2 grote fouten gemaakt die ik mezelf toch wel een beetje aanreken. Ik heb zo hard gewerkt dat ik er te weinig was voor mijn gezin. In mijn bedrijfsgebouw had ik zelfs een eigen slaapkamer, zodat ik altijd als eerste en als laatste in het bedrijf was. Op die manier kon ik heel snel bijsturen waar nodig. Verder heb ik me te weinig en vooral te laat omringd met mensen die slimmer zijn dan ikzelf. Terwijl het aantal bedienden en het aantal arbeiders jaar na jaar toenam, bleef ik helemaal alleen de zaken aansturen. Tot in 2012 Tony Vandoorn, COO, mee zijn schouders onder dit verhaal heeft gezet.”

Als eigenaar van een groeibedrijf met bewezen cijfers, kan het ook moeilijk anders of u moet meermaals aanbiedingen gekregen hebben om de zaak te verkopen. Maar u had er geen oren naar. Waarom niet?

Yvan Ostyn: “Die aanbiedingen zijn er geweest, ja. Maar verkopen is nooit een optie geweest. Mijn bedrijf was mijn eigen kind. Ik wilde ook aan mijn kinderen de kans laten om te beslissen om het bedrijf verder uit te bouwen. Toen onze vestiging in Moeskroen te klein werd om onze groei te volgen, drong er zich een oplossing op. In 2010 had ik een soort ‘the sky is the limit’-gevoel. Mijn eerste schulden waren allemaal afbetaald, het orderboek pulde uit. Dan zou je denken: nu gaan we even wat meer profite-

ren van het leven. Maar dat zat niet in mijn natuur. Niet verder investeren is stilstaan, en stilstaan is achteruitgaan. Per toeval stootte ik in Dottenijs op een prachtig gelegen en ruim gebouw van Deceuninck dat stond te wachten op een koper. Ik heb toen de grote sprong voorwaarts gewaagd. Het werd de uitdaging van mijn leven. Dat liet mij toe om de grootste overdekte showroom van België en Noord-Frankrijk van 3.000 m² op te zetten en tegelijkertijd de Franse en de volledige Belgische markt te bereiken. Vandaag ben ik daar best fier op: het concept en de uitwerking zijn een schot in de roos gebleken. Als ondernemer moet je durven springen, zoveel is wel zeker.”

Als een bedrijf succesvol is, heeft dat altijd meerdere factoren. Kan u er 2 uitlechten?

Yvan Ostyn: “De strategische keuze om veel breder te gaan dan enkel veranda's is de juiste gebleken. De klassieke veranda is over zijn piek heen. Mensen willen nu meer: ze leven steeds meer buiten en willen een naadloze overgang tussen outdoor en indoor. Met ons op maat gemaakte aanbod van tuinkamers, poolhouses en woninguitbreidingen bieden we daar een passend antwoord op, en dat volgens hoge kwalitatieve eisen en normen. We zijn al lang niet meer het bedrijf van pakweg 10 jaar geleden. We hebben onszelf, op vraag van de klanten, danig geüpgraded. We hebben dan ook resoluut gekozen om Ambassador te worden van Renson gezien wij dezelfde waarden hanteren. Net zoals Paul Renson met zijn NOA park zijn ook wij ervan overtuigd dat het buitenleven meer dan ooit een belangrijke plaats heeft in ons leven en we allen meer moeten genieten van wat moeder natuur on te bieden heeft. De tweede grote succesfactor is zeker de intern ontwikkelde 3D-calculatietool, waarmee we zo goed als elke constructie in één handomdraai kunnen berekenen en visualiseren. Ook de productieplannen, kostprijzen, bill of materials en offertes komen uit datzelfde pakket. Het is ons doel om die tool op termijn internationaal uit te rollen.”

Thomas Ostyn: “We hadden absoluut zo'n systeem nodig om snel te kunnen schakelen in de markt en om veel efficiëntere relaties uit te bouwen met onze dealers, die zich over het hele land bevinden. Met dit pakket kunnen we op maat gemaakte constructies in een mum van tijd uitrekenen en ook produceren.”

Wat is jullie plan voor de toekomst?

Thomas Ostyn: “Na de coronaperiode zijn we beginnen nadenken en hebben we op basis van enkele vaststellingen een meerjarigenplan uitgestippeld. We stellen namelijk vast dat de naam Veranclassic niet altijd meer de lading dekt. Door de groeiende vraag naar strakkere constructies en poolhouses, lanceerden we dan ook in 2019 Poolhouse Plaza, een apart merk voor een nieuwe productgroep. Dat creëerde echter ook wat verwarring bij de klanten. We hebben dan ook beslist om ons te herbronnen en een gloednieuw hoofdstuk te schrijven aan de reeds rijke geschiedenis van onze firma. We creëerden een overkoepelend merk, dat onze 2 vorige merknamen Veranclassic en Poolhouse Plaza overvleugelt. We zijn dan ook enorm fier om te mogen melden dat wij vanaf 2023 niet alleen zullen uitpakken met een nieuw logo, maar ook met een nieuwe naam: Ostyn.”

Yvan Ostyn: “De keuze voor Ostyn was eigenlijk een heel logische stap voor ons. Onze holding heet immers al sinds het begin Ostyn Facilities. De naam van de holding wordt nu eigenlijk ook de commerciële naam, weliswaar in een kortere versie. Zo benadrukken we het familiale karakter van onze onderneming, die ondertussen aan de 2de generatie toe is, en later onder impuls van mijn kleinzoon Edouard misschien ook aan de 3de generatie.”

Thomas Ostyn: “De naam staat bovendien los van een productcategorie en geeft ons dus de nodige vrijheid om in de toekomst uit te breiden.”

Is emotie de grootste vijand van een familiebedrijf, en zo ja, hoe hebben jullie die factor ingedijkt?

Yvan Ostyn: “Het antwoord is vrij eenvoudig: zorg ervoor dat je het zakelijke zoveel als mogelijk buiten de privésfeer houdt. In onze familie zijn we daar goed in geslaagd. Binnen het bedrijf heb ik ook leren aanvaarden dat mijn zoon mij kwam corrigeren. Ja, er moet discussie zijn, maar met wederzijds respect. Je moet het zeker niet altijd eens zijn met elkaar, want aan ja-knikkers heeft geen enkele ondernemer baat. Ik verheer het zelfs niet dat Thomas en ik zelfs ten gronde van mening kunnen verschillen, zonder dat dat uitmondt in een conflict. Het heeft ook te maken met onze respectievelijke karakters. We zijn extreem complementair: ik ben emotioneel en soms opvliegend, Thomas is rationeel en eeuwig rustig en beredeneerd. Ik besef ook helemaal dat ik niet kan blijven onderne-



De naam Veranclassic

kennen we mede dankzij het wielerteam Veranclassic-Aquaprotect. “Goede marketing slaagt er in om het bedrijf top of mind te maken in de markt. Mensen hebben niet elke dag een tuinhuis, poolhouse, woninguitbreiding of tuinkamer nodig. Maar wanneer het moment daar is, moet je als eerste opduiken in hun gedachten”, vertelt Thomas Ostyn daarover.

“De klassieke veranda is over zijn piek heen. Mensen willen nu meer: ze leven steeds meer buiten en willen een naadloze overgang tussen outdoor en indoor.”

— YVAN OSTYN

men zoals ik dat 20 jaar geleden nog deed. Er was iemand anders nodig om mij tot dat inzicht te brengen.”

Thomas Ostyn: “Ik heb bewust de nodige tijd genomen om mij in te werken in de organisatie: alles stond in het teken van learning by doing. Aanvankelijk werkte ik ook nog schouder aan schouder met mijn vader en gaandeweg kreeg ik meer armslag om mijn eigen ding te doen. Maar nu komt na 6 jaar het momentum dichterbij om de zaken juridisch te regelen.”

Yvan Ostyn: “Eerlijk, ik moet daar nog werk van maken, en dat mag niet te lang meer duren. Vandaag ben ik nog altijd voor de volle 100% aandeelhouder. Gelukkig heb ik 2 zonen die erg plichtsbewust met dit bedrijf omgaan. Dat is een hele voldoening voor een vader die zijn bedrijf vroeg of laat wil overdragen aan de volgende generatie.”

U bent nu 59. Hoe ziet u uw nieuwe rol, nu u het dagdagelijks operationeel management hebt afgestaan?

Yvan Ostyn: “Ik ben grotendeels een klank-

bord voor mijn zonen. Aan werk echter geen gebrek hoor, ook niet in de nieuwe rol. Gezien mijn technische voorkennis, denk ik nog altijd in termen van innovatie. Finaal hou ik ook nog de vinger aan de pols in de aankooppolitiek van grondstoffen. Mijn zoon zegt dat we op dat vlak al reuzenstapen vooruit hebben gezet. Met goed gevolg voor de rekeningen.”

Hoe doet u dat in tijden van almaar oplopende prijzen?

Thomas Ostyn: “Prijzen doorrekenen aan de klanten kan je maar partieel doen, nooit all the way. Dus moet je andere zaken bedenken. Meer automatisatie en optimalisatie van het hele productieproces zorgen voor een passend antwoord op inflatie. Voorwaarde is wel dat je de mensen meekrijgt in het herdenken van je organisatie.”

Yvan Ostyn: “Na 30 jaar kan ik met de hand op het hart zeggen: onze huidige medewerkers zijn een dreamteam. En happy people create happy customers.”

(Karel Cambien - Foto's Stefaan Achtergael)

“Meer automatisatie en optimalisatie van het hele productieproces zorgen voor een passend antwoord op inflatie. Voorwaarde is wel dat je de mensen meekrijgt in het herdenken van je organisatie.”

— THOMAS OSTYN