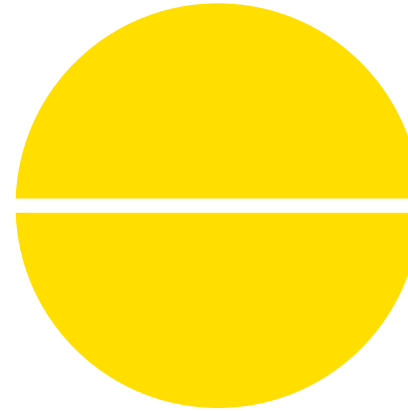


**MEDIAKIT
OMNICHANNEL / 2025**

STERCK.*Concept*

in 2 pijlers



OMNICHANNEL COMMUNICATIE 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 'matching' tussen collega-bedrijfsleiders. Eentje die niet alleen informatief en entertainend is, maar vooral concrete zakelijke opportuniteiten kan opleveren.

Omnichannel aanpak

STERCK zet volledig in op een omnichannel-ervaring. Zo is er STERCK Magazine, dat een intrigerende mix vormt van stercke redactionele content en partner content. Het magazine springt er uit zowel qua inhoud, qua layout als tone of voice.

Via onze website en de diverse STERCK social kanalen bereikt onze content een belangrijke doelgroep van C-level beslissingsnemers. Via Facebook en Instagram volgen zij geselecteerde content uit het magazine. Het herhalings-effect in de omnichannel strategie zorgt dat STERCK partners gelezen worden.

Netwerck met kwaliteit

De tweede STERCK-pijler is het STERCK Netwerck, de exclusieve toegang tot een performant en uitgebreid zakelijk netwerck. Hierin zijn we uniek in de doorgedreven matching. Op basis van uw profiel, activiteit en doelgroep gaan we u steeds met de juiste ondernemers in contact brengen. Daarbij zorgen we ook voor een gepaste introductie zodat u meteen in gesprek kan gaan. Want bij STERCK genereren we voor u graag concrete zakelijke opportuniteiten.

Uniek concept

Het STERCK concept met een krachtige omnichannel communicatie is uniek in België. Hierbij zijn het STERCK Magazine, de digitale kanalen en het STERCK Netwerck onlosmakelijk met elkaar verbonden. Dit is dé manier om uw bedrijf in de kijker te zetten en business te genereren. ■

2025

OMNICHANNEL KALENDER

ANTWERPEN

18.700 LEZERS

SECTOR

VERSCHIJNING

MAART JUBILEUM EDITION

STERCK MAGAZINE 50

METAALINDUSTRIE
& -ENGINEERING

17 MAART

JUNI

STERCK MAGAZINE 51

DIGITALE
TRANSFORMATIE

18 JUNI

AUGUSTUS

STERCK DIGITAAL

+17.700
C-LEVEL VOLGERS



27 AUGUSTUS

OKTOBER

STERCK MAGAZINE 52

BOUW
& INTERIEUR

20 OKTOBER

DECEMBER

STERCK DIGITAAL

+17.700
C-LEVEL VOLGERS



10 DECEMBER

omnichannel

STERCK.

STERCK.

Verstevigt uw business.



STERCK.

Verstevigt uw business.



STERCK.

Verstevigt uw business.



omnichannel STERCK.

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 omnichannel mix bepalen van contentmarketing en advertenties op de juiste kanalen.

Puur indicatief kan u op de volgende pagina's een overzicht van contentformules, advertentiemogelijkheden en tarieven terugvinden. Volumekortingen zijn natuurlijk van toepassing, maar een maatwerkofferte is altijd in uw voordeel.

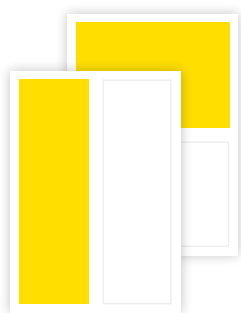
Contacteer ons dus vrijblijvend voor een afspraak. Op basis van een boeiend gesprek peilen we naar uw verwachtingen en kunnen we een gepast voorstel maken. ■



omnichannel

STERCK.

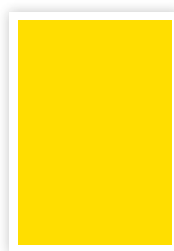
Content marketing



1 1/2 PAGINA

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

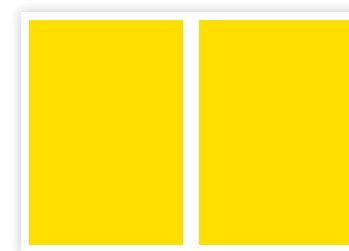
€ op aanvraag



2 1/1 PAGINA

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

€ op aanvraag



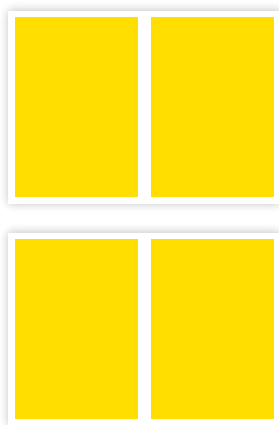
3 2/1 PAGINA - SPREAD

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

€ op aanvraag

omnichannel STERCK.

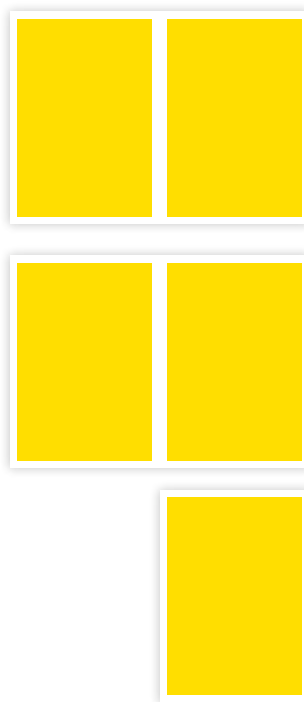
Content marketing



1 4/1 PAGINA

- staand, vier aaneensluitende pagina's, niet aflopend.
- titel + tekst + 4 grote foto's + logo + contactinfo.

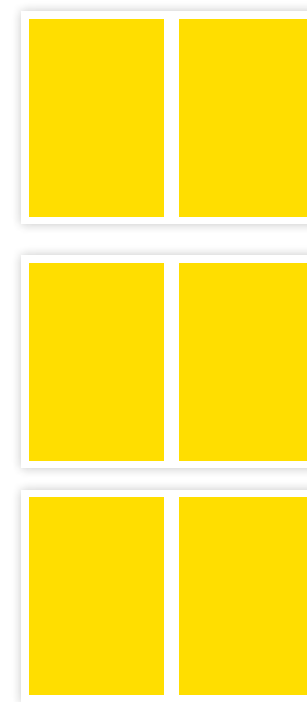
€ op aanvraag



2 5/1 PAGINA

- staand, vijf aaneensluitende pagina's, niet aflopend.
- titel + tekst + 5 grote foto's + logo + contactinfo.

€ op aanvraag



3 6/1 PAGINA - SPREAD

- staand, zes aaneensluitende pagina's, niet aflopend.
- titel + tekst + 6 grote foto's + logo + contactinfo.

€ op aanvraag

omnichannel

STERCK.

Content marketing

BEDRIJFSPROFIELEN

Een visitekaartje om u tegen te zeggen. Stel uw bedrijf, producten en diensten overzichtelijk voor in een STERCK Bedrijfsprofiel. Zo springt u telkens in de kijker. ■

BEDRIJFSPROFIEL

WILLY NAESSENS INDUSTRIEBOUW BOUWT ECOMAGAZIJN VOOR GOLAZO

Het is een directe eyecatcher op het industrieterrein van het Limburgse Paal: het nieuwe pand van sportpromotor en -facilitator Golazo. Dankzij de indrukwekkende groene facade steekt het magazijn met kop en schouders boven zijn omgeving uit. Tom Vanpassel, bedrijfsleider bij Willy Naessens Industriebouw Tessenderlo, legt uit hoe dit knappe staaltje werk is neergezet.

Een gloednieuw magazijn van zo'n 3.000 m² dat aan alle moderne eisen voldoet. Dat was de klantvraag van Golazo. Ze wilden met een nieuw magazijn niet alleen de opslagcapaciteit vergroten, maar ook het logistieke werk omrent de sportevenementen beter organiseren. "Golazo koos samen met CLVR Architecten voor een groen logistiek centrum op de bestaande site in Paal", vertelt Tom Vanpassel. "En aangezien we bij Willy Naessens Industriebouw zijn gespecialiseerd in prefabbeton, schakelde Golazo ons in om het gebouw neer te zetten."

Vijfde gevel

Een magazijn waar je overigens niet omheen kunt. Het is een statement voor de natuur én voor ecovriendelijk ondernemen, zo vindt ook Tom. "Met medewerking van Semperegreen, een bedrijf dat unieke groengevels maakt, hebben we de ruwbouw omhuld met planten. De groengevel van 240 m² loopt over in een hellend groendak van maar liefst 11.00 m². Het is een coherent geheel, waarbij we het dak hewast tot een soort vijfde gevel hebben gemaakt. Dat dakontwerp kwam er mede omdat er geen twaalf meter hoge gevel aan de kant van de Industrieweg mocht staan. Om het magazijn toch zo ruim mogelijk te houden, heeft de architect daarom voor de helling gekozen. Met deze invulling is het een uitnodigend oppervlak voor vogels en insecten en geeft het een boost aan de biodiversiteit van het industriepark." Diezelfde ecovriendelijke

mindset is doorgetrokken naar de werking van het magazijn. Zonnepanelen voorzien het gebouw van alle nodige elektriciteit en brengen stroom naar de laadpalen op het parkeerterrein, terwijl het groendak regenwater bufferd door middel van een waterrecuperatiesysteem.

Gecertificeerd in CO₂-neutraal

Het grotendeels klimaatvriendelijke project was een primeur voor Willy Naessens Industriebouw, dat recent als eerste bouwonderneming in Vlaanderen het CO₂-neutraalcertificaat behaalde. Tom: "Prefabbeton aan zich biedt al potentieel voor milieubewust bouwen, want het gaat lang mee. Voeg daar nog eens alle bestaande technologie aan toe die een bedrijfspand CO₂-neutraal kan maken, en je hebt een groene succesformule in handen. Daar willen we als erkend aannemingsbedrijf naartoe werken: circulariteit en duurzaamheid in de werken die we realiseren. Dit magazijn van Golazo is een perfect resultaat van die visie. We maken ons klaar om aan de toekomst te bouwen."



Willy Naessens Industriebouw
Tessenderlo
Industrieweg 116
3580 Tessenderlo
T. 013 29 27 27
tessenderlo@willynaessens.be
www.willynaessens.be

78

BEDRIJFSPROFIEL

UTILITEITSBOUW MET OOG VOOR MENS EN OMGEVING

Al ruim 50 jaar voorziet bouwfirm Bolckmans vanuit zijn vestiging in de Noorderkempen Vlaanderen en Nederland van bedrijfsgebouwen. De klinkende naam in de utiliteitsbouw met tal van referenties in de industrie, warehousing staat voor het creëren van meerwaarde en innovatie met oog voor mens en omgeving.

Hoewel andere aannemers zich specialiseren in een bepaald bouwmaterial wil Bolckmans zich daarop niet vastpinnen. "We zijn geen staalbouw. Ook geen betonconstructuur. We werken met het materiaal dat het meest geschikt is om het doel van de klant zo efficiënt mogelijk te bereiken." De materiaalkeuze is bij Bolckmans

geen vertrekpunt, maar een antwoord op de vraag wat voor de best mogelijke toekomst zorgt. "Die denkwijze proberen we ook aan onze klanten door te geven. Het gebeurt bijvoorbeeld geregeld dat een klant naar ons komt met de concrete vraag om een staalbouw te zetten, maar dat hij uiteindelijk buiten stapt met een betonbouw. In dat geval was staal niet de beste oplossing voor hem."

1 op 1

Bolckmans profileert zich als een one-stop-shop voor utiliteitsbouw. "Klanten komen met een specifieke nood en een bepaald budget en wij ontwerpen op basis daarvan een oplossing op maat", verduidelijkt Commercieel Directeur Boni Voorhelst. "Omdat we een eigen architecten- en ingenieursteam in huis hebben, kunnen we naar klanten toe optreden als het enige contactpunt voor Design & Build-projecten." Bij deze aanpak is er veel aandacht voor het voortraject. "Het is immers in deze fase dat er het meeste te besparen, en dus te winnen, valt", vult Dimitri Huygen aan. "Door een nauwkeurig en uitgediept voortraject kunnen we al vroeg bepaalde ingrepen voorzien in het kader van bijvoorbeeld duurzaamheid."

Voortrekker in duurzaamheid

Het DNA van Bolckmans is te omschrijven in vier woorden: mens, meerwaarde, milieu en maatschappij. "Met onze vergaande duurzame insteek willen we de belasting van een gebouw op de leefomgeving zo laag mogelijk houden, zowel in de bouwfase,

levensduur en afbraak. Het gaat dus veel verder dan energiezuinige gebouwen voorzien, maar ook materialen (en de herbruikbaarheid ervan) spelen een grote rol. Onze klanten zijn onze partners in duurzaamheid. Doordat we een langdurige samenwerking hebben, kunnen we voor hun project makkelijker inspelen op duurzaamheid."

VR-room

Innoveren en verbeteren zit bij Bolckmans in het bloed. "Al van in het prille begin van BIM zagen wij de voordelen en namen we het mee in zowel ontwerp als calculatie", zegt Dimitri Huygen. "En nu richten we onze pijlen op VR. Klanten kunnen nu al in virtual reality door hun toekomstige gebouw lopen. We gaan deze ervaring nog verder uitdiepen door de ontwikkeling van een volledige VR-room."



Bolckmans nv
Industrieweg 4
2320 Hoogstraten
T. 03 314 30 40
info@bolckmans.be
www.bolckmans.be



79

omnichannel

STERCK.

Content marketing

BLICK OP

Elke ondernemer heeft bijzondere verhalen. In Blick Op richten we onze blik op een bedrijf en/of een ondernemer en serveren we een unieke inkijk achter de schermen. ■

BLICK OP

Dillen Bouwteam



IVE VRANCKX
Dillen Bouwteam

MARK SPAEY
Dillen Bouwteam

Werken aan de toekomst

Het Balens bouwbedrijf Dillen staat voor een spannende toekomst: het familiebedrijf werd overgelaten aan gedelegeerd bestuurder Ive Vranckx en bestuurder Mark Spaey. Leon en (in beperkte mate) Andre Dillen blijven voorlopig aan boord als raadgevers. Een Blick op de toekomst van het bedrijf.

STERCK. Hoe kwam de verschuiving binnen het management tot stand?

Ive: "Er werd al geruime tijd gedacht en gewerkt aan de toekomst van het bedrijf. De familie Dillen, de stichters van onze onderneming, wordt al een dagje ouder en ook de medewerkers begonnen zich af te vragen waar het bedrijf naartoe zou gaan eens de eigenaars met pensioen zouden gaan."

"De vraag werd daarom gesteld of ik interesse had in een overname van de aandelen. Ik werk hier ondertussen vijftien jaar, in verschillende functies van projectleider tot technisch directeur, en heb steeds de ambitie gehad om te groeien binnen dit bedrijf. Onder begeleiding van een M&A dealmaker werd gezocht naar een externe investeerder. Die vonden we op een vrij korte termijn en er was meteen de 'klik' om Dillen Bouwteam te laten groeien. De overname werd officieel bekrachtigd met voor het kerstverlof '23-'24."

Mark: "Ik werk hier ondertussen vijf jaar, als hoofd van de interieurafdeling. Toen ik de vraag kreeg om hier te beginnen, zei ik vrijwel meteen ja. Mijn ervaring in de sector leek me hier helemaal op zijn plaats en ik kreeg gelijk. Ook toen van Ive de vraag kwam

om mee in te stappen heb ik niet getwijfeld. Uiteraard heb ik er wel eerst een nachtje over geslapen."

STERCK. Hoe zien de toekomstplannen eruit?

Ive: "In de eerste plaats willen we de huidige koers aanhouden. We zijn goed in wat we doen en we doen het graag. Daarnaast willen we stilaan meer gaan inzetten op de B2B-markt. Vandaag werken we voornamelijk in de markt van overheidsoverdrachten, maar we zijn ervan overtuigd dat we veel van die kennis kunnen inzetten op de privémarkt."

Mark: "Denk bijvoorbeeld aan onze technische kennis voor energetische renovaties, waar onze expertise ligt, of onze capaciteit om hygiënisch en stofvrij te werken – zaken die we als de beste kunnen door onder meer onze ruime knowhow in de zorgsector. Wat we doen voor scholen, ziekenhuizen, rusthuizen en andere overheidsgebouwen kunnen we zeker ook inzetten voor bedrijven."

STERCK. Op welke termijn zal die omslag er komen?

Ive: "Het wordt nooit een volledige omslag. Eerder een herverdeling en aanvulling op

het orderboek. Dat hebben we ook zo met het management beslist, dat trouwens ongewijzigd blijft in zijn samenstelling. Wij staan niet voor een revolutie, maar voor een logische, gezonde evolutie."

Mark: "Onze troeven daarbij zijn onze conflictvrije manier van werken, waarbij we denken in oplossingen, en onze technische kennis. Wij zijn er voor onze klanten, we denken met hen mee en we beschikken over meer kennis dan je doorgaans vindt bij een bouwbedrijf."

"We staan ook steeds open voor nieuwe partners. Bijvoorbeeld architecten die werken rond energetische renovaties, of bouwbedrijven waarvoor we met onze sterk geautomatiseerde interieurafdeling het interieur van hun projecten kunnen verzorgen. Vandaag werken we met onze interieurafdeling al voor enkele grote aannemers in onderaanneming en dat voor zowel maatmeubilair als binnenschrijnwerk."

omnichannel

STERCK.

Content marketing

STERCK. is er voor en vooral door ondernemers. In deze PRAKTIJCK delen onze structurele partners hun ervaring met handige tips en praktische weetjes. Thema's die u helpen om uw eigen business te versterken.

Financiële optimalisatie: rendabele strategieën voor ondernemers en zelfstandigen

In een economisch klimaat waar elke euro telt, is financiële optimalisatie geen luxe, maar een noodzaak voor ondernemers, beslissingnemers en zelfstandigen. Het gaat hierbij niet alleen om kostenbesparing, maar om het intelligent aanwenden van middelen om groei en stabiliteit te bevorderen.

1 Kostenanalyse en -beheersing

Analyseer grondig je kostenstructuur. Weet waar elke euro naartoe gaat en vraag jezelf af of elke uitgave bijdraagt aan jouw bedrijfsdoelstellingen. Tip: Categoriseer je kosten en

evalueer periodiek het rendement op investeringen (ROI) van significante uitgaven.

2 Cashflowbeheer

Liquiditeit is het levensbloed van jouw onderneming. Een gedetailleerd cashflowplan helpt je anticiperen op inkomsten en uitgaven. Tip: Maak gebruik van cashflowprognoses om toekomstige financiële posities te voorspellen.

3 Belastingplanning

Belastingen kunnen een significante impact hebben op je netto inkomen. Een proactieve benadering van nuttige investeringen en belastingplanning kan jouw belastbare inkomen verminderen en fiscale efficiëntie verhogen. Tip: Consulteer een analytisch fiscaal adviseur om de meest actuele en voordelige pistes en regelingen te benutten.

4 Diversificatie van inkomstenbronnen

Niet alle inkomsten zijn even stabiel. Het diversifiëren van je inkomstenbronnen spreidt het risico en waarborgt de continuïteit van jouw bedrijf. Tip: Overweeg recurrente en passieve inkomstenstromen of nieuwe marksegmenten om je afhankelijkheid van één inkomstenbron te verminderen.

5 Investering in technologie

Technologische vooruitgang verhoogt efficiëntie en productiviteit. Investeer in technologie die tijd bespaart en processen automatiseert. Tip: Evalueer regelmatig je operationele werking en de technologische hulpmiddelen binnen jouw onderneming en blijf op de hoogte van nieuwe trends en tools.

6 Beheer van debiteuren

Klanten die niet of te laat betalen verstoren je cashflow. Een goede opvolging en effectief debiteurenbeheer is daarom essentieel. Tip: Stel duidelijke betalingsvoorwaarden op en maak gebruik van digitale facturatie om sneller betaald te worden en vinger aan de pols te houden.

7 Onderhandeling met leveranciers

Kosten kunnen vaak verlaagd worden door te onderhandelen met leveranciers over prijzen, condities en betalingsvoorwaarden. Tip: Ga regelmatig het gesprek aan met jouw leveranciers en sta open voor het herzien van contracten of wijzigingen van leverancier.

8 Opleiding en ontwikkeling

Investeer in de kennis en vaardigheden van jezelf en jouw medewerkers. Dit leidt tot innovatie, verbetering van de bedrijfsvoering en optimalisering van de resultaten. Tip: Benut subsidies en fiscale voordelen voor opleiding en ontwikkeling binnen je bedrijf.

9 Persoonlijke financiën

Vermeng persoonlijke en zakelijke financiën niet. Opvoeding zorgt voor duidelijkheid en voorkomt complicaties bij de boekhouding, de belastingaangifte en bij controles. Tip: Ken je cijfers, stel een duidelijk budget op en betaal jezelf een marktconform salaris.

10 Continu verbeteren

De ondernemers- en financiële wereld staat nooit stil. Blijf leren, pas aan en verbeter waar mogelijk. Tip: Houd de markttrends in de gaten en sta open voor verandering.

Door deze tips te implementeren, bespaar je niet alleen, maar investeer je ook in de toekomst van jouw onderneming. Onthoud dat optimalisatie een permanent proces is dat aandacht en focus vereist. Succesvolle financiële optimalisatie stelt je in staat om te groeien, te innoveren en bovenal, je onderneming duurzaam te ontwikkelen.

Wil je nog meer diepgang? Lees dan zeker mijn boek "20 KMO problemen & oplossingen". Jouw gids voor optimalisatie en rendabele financiële strategieën. En vergeet niet, kennis en ervaring kan je ook lenen.

YARLINI
yarlini.be



SCAN DEZIE QR CODE EN ONTDEK ONZE DIENSTEN

De juiste keuze voor bedrijfs-overdracht



De raai of keer het hoe je wil maar elke ondernemer zal op een bepaald moment wel geconfronteerd worden met de volgende cruciale uitdaging: "Wat met de opvolging van mijn bedrijf?" Het is eerder zeldzaam dat die keuze zomaar voor de hand ligt. Zelfs als er opvolging is binnen de nabije familie, wat tevens minder en minder voorkomt, mag je aan jezelf steeds de vraag stellen of dit wel de beste optie is voor het bedrijf en de mensen. Bij Merodis begrijpen we deze complexiteit van bedrijfsoverdrachten goed en benadrukken we het belang om verschillende opties te creëren. Deze aanpak leidt vaak tot een optimalere waardering van het bedrijf, en zorgt ook voor gemoedrust wanneer de overdracht van hun levenswerk echt gebeurd.

Zoals het spreekwoord luidt: "bezeit, eer ge begint".

Risico van onderwaardering

Het risico van onderwaardering is reëel voor verkopers die geen goed geordstreed M&A-proces uitvoeren. Door zich te beperken tot één enkele kandidaat-koper of door onvoldoende marktonderzoek te doen, lopen verkopers het risico waardevolle kansen mis te lopen en hun bedrijf van de hand te doen (soms ver) onder de reële marktwaarde. Daarnaast kunnen ook lucratieve toekomstige pistes worden mislopen. Het is essentieel om niet alleen te vertrouwen op intuïtie of

interne analyses, maar ook de markt te laten spreken. Zo streven we ernaar mensen hun levenswerk te beschermen tegen de vele valkuilen die bij een bedrijfsverdracht komen kijken. Dit doen we door een grondige, procesmatige aanpak te hanteren met volharding van begin tot einde.

Op beide oren slapen

Door verschillende pistes te verkennen, kunnen verkopers met meer vertrouwen handelen, wetende dat ze een grondig onderzoek hebben uitgevoerd naar alle potentiële opportuniteiten en risico's. Als M&A adviseur begeleiden we verkopers stap voor stap door dit proces, waarbij we ondernemers ontzorgen van deze vele en tijdsintensieve taken. Het doel is dat elke beslissing goed onderbouwd is en gebaseerd op grondige analyses en strategisch inzicht zodat bedrijfsleiders tijdens onderhandelingen ook nooit in een hoek worden gedreven. Zo voorkom je spijt en blijf je achteraf niet zitten met de prangende vraag: "wat als...?"

Tailor-made: onze huisstijl

Bij Merodis geloven we sterk in een persoonlijke benadering van elke transactie. We begrijpen dat elk bedrijf, en dus tevens elke bedrijfsleider, uniek is en niet daarom maatwerk en aandacht voor detail vereist. Door een diepgaand begrip van het bedrijf en de doelstellingen van de verkoper te ontwikkelen, kunnen we een

strategie creëren die de juiste opties op tafel brengt voor de toekomst van het bedrijf. Onze toewijding aan kwaliteit boven kwantiteit zorgt ervoor dat elke transactie wordt behandeld met de grootste mogelijke zorg en expertise.

Je verkoopt het best wat je het beste kent

Een van onze kernprincipes is het idee dat je het beste verkoopt wat je ook het beste kent. Door een grondig begrip van het bedrijf en de markt te ontwikkelen, kunnen we verkopers helpen hun bedrijf te presenteren op een manier die het volledige potentieel laat zien. Ondernemers staan vaak versteld van wat ze zelf uitgebouwd en dus bereikt hebben, wanneer ze plots hun levenswerk in een 60-pagina tellend professioneel document uitgestippeld zien. Het lijkt een gegeven waar ze toch net te weinig bij stilstaan doorheen hun dagelijkse drukte. Logisch ook! Het proces van een bedrijfsverdracht kan overveldig lijken, maar met de juiste begeleiding draait het vaak uit op een fantastische en 'eye-opening' ervaring die ze nog lang zullen koesteren.

Merodis
merodis.com

PRAKTIJCK

STERCK. is er voor en vooral door ondernemers. In PRAKTIJCK delen onze structurele partners hun ervaring met handige tips en praktische weetjes. Thema's die u helpen om uw eigen business te versterken. ■



omnichannel

STERCK.

Content marketing

VRAAG & ANTWOORD

VRAAG & ANTWOORD

Als expert weet u het antwoord op de pertinente vragen van ondernemers. In Vraag & Antwoord heeft u de kans om uw kennis in uw expertisedomein te delen én tegelijk u te profileren als referentie. ■



De omzetverzekering, wat is dat nu?

Beantwoord door Paul Fornoville, Life Plan

Onder ondernemers hoor je al eens praten over de omzetverzekering. Maar wat is dat nu, een omzetverzekering?

Veel zelfstandige ondernemers werken en factureren hun prestaties vanuit een vennootschap. Zij zijn meestal de enige drijvende kracht in de onderneming en de omzet is dan ook afhankelijk van deze ene persoon. Uit de omzet die door deze facturatie wordt opgebouwd binnen de vennootschap, zal de bedrijfsleider uiteindelijk zijn loon opnemen. Om zijn persoonlijke inkomsten, het loon dat hij zelf opneemt, te beschermen bij het uitval van de bestuurder door ziekte of ongeval kan een gewaarborgd inkomen ten voordele van de bestuurder worden afgesloten.

Maar naast dat loon zijn er uiteraard ook nog heel wat andere kosten die door de vennootschap ten laste genomen worden. Denk maar aan de wagen, een smartphone, een laptop, eventueel huur van een pand en dergelijke. Snel dat de bedrijfsleider, die uiteindelijk zorgt voor de inkomsten van de vennootschap, arbeidsongeschikt zou worden door een ongeval of ziekte en gedurende langere tijd niet kan werken. Dan dalen de inkomsten van de vennootschap, maar blijven die kosten waarschijnlijk gewoon doordlopen. Je kan bijvoorbeeld moeilijk het leasingcontract van je wagen drie maanden opschorten.

In zo'n geval zou het aangewezen kunnen zijn dat de vennootschap kan terugvallen op een gewaarborgd inkomen, dat een uitkering zal betalen aan de vennootschap om die kosten te blijven dragen. Een omzetverzekering dus.

De premies voor zo'n verzekering worden, net zoals het persoonlijk gewaarborgd inkomen, bepaald in functie van de leeftijd, het beroep van de bedrijfsleider maar ook van het totale in te schatten risico (denk aan specifieke beroepsrisico's maar ook aan eventuele risico's gebonden aan bepaalde hobby's). De hoogte van de premie kan echter dalen door het invullen van een langere eigen risicotermijn: bedraagt die bijvoorbeeld drie maanden, dan keert de verzekeraar pas uit vanaf de vierde maand en dat is uiteraard goedkoper dan al uit te keren na het verstrijken van de eerste maand.

De omzetverzekering wordt onderschreven door de vennootschap en voor de vennootschaps- en voor de zelfstandige in persoonlijke naam. De vennootschap is dus de verzekeringsnemer. De rente komt de vennootschap toe, en vormt dus, zoals andere inkomsten, ook een belastbaar inkomen voor de vennootschap. Dit voor zover er natuurlijk geen gemaakte kosten tegenover staan. De premies zijn fiscaal aftrekbaar in de vennootschap.

Deze expertise werd aangeboden door:
Life Plan
- lifeplan.be

Denk je dat hackers niet geïnteresseerd zijn in jouw Belgisch bedrijf? Niets is minder waar. Ze viseren simpelweg de bedrijven die slecht beveiligd zijn, ongeacht de grootte of sector. We stellen vast dat Belgische ondernemingen het op dit vlak slechter doen dan in andere landen, waardoor ze dus alsmaar vaker in het vizier van hackers komen.

Neem geen risico

Zie het als een fiets stelen. Als dieven op pad gaan, zoeken ze niet per se de duurste of beste fiets uit. Ze zoeken fietsen zonder slot of met een slot dat makkelijk te breken is. Je kan dus maar beter voorbereid zijn. Voor je het weet, zit je met virussen of datalekken, ligt je website plat én eist een hacker er nog losgeld voor ook.

Beveiliging loont

Je IT in eigen beheer houden, lijkt misschien eenvoudig, maar het is niet de beste keuze.

Je hebt sowieso een expert nodig om ervoor te zorgen dat je hard- en software up-to-date zijn en dat je gegevensbescherming op punt staat. Verder zorg je er maar beter voor dat alles netjes en met regelmaat gemonitord wordt, dat er altijd back-ups zijn en dat je een actieplan voor noodsituaties achter de hand hebt. En vergeet het belang van meerstapsverificatie niet: door bijvoorbeeld in te loggen via een code op je gsm, maak je het cybercriminelen lastig. Ze hebben meer nodig dan je gebruikersnaam en wachtwoord.

Je ziet het gat om meer dan een simpele virusschermers te installeren. Je kan dit niet allemaal zelf in handen houden. En ook een IT-bedrijf dat enkel als hulplijn fungeert, is nog geen oplossing. Enkel met voortdurende opvoeding ben je cybercriminelen een stap voor.

De investering waard

Degelijke IT-beveiliging komt met een prijskaartje. En als alles goed loopt, merk je er

niets van. Maar hetzelfde principe is van toepassing op een wagen die omnium verzekerd is. Je auto wordt er niet beter of mooier van, maar je kosten zijn een pak minder als er wel iets gebeurt. Wel, een cyberaanval kost vaak stukken van mensen: de ransomware, het dataverlies, de imagoschade, de tijd die je verliest omdat het hele IT-systeem platligt... Het is dus een eenvoudigweg noodzakelijk om ruimte in je IT-budget te maken voor databeveiliging.

Deze expertise werd aangeboden door:
Bitlink
- bitlink.be



Hoe beveilig je je kmo tegen hackers?

Beantwoord door Lester Stappels van Bitlink

omnichannel

STERCK.

Content marketing

TESTI MONIAL

De beste verhalen komen van uw klanten. In Testimonial laten we u samen met uw klant aan het woord. Omdat één plus één vaak drie is.

KRIS VOET
— Fietsen Wildiers

JOEP LOOP
— Containers Maes

Duurzame samenwerking loopt op wieltjes

Sommige samenwerkingen gaan als vanzelf. Lopen op wieltjes. Zo troffen Fietsen Wildiers en Containers Maes elkaar en ontstond er een duurzame samenwerking tussen deze beweeglijke ondernemingen, met de fiets én het welzijn van werknemers als middelpunt.

Woon-werkverkeer mag een revolutie meemaken als het aan Fietsen Wildiers ligt. De fietsretailer, al sinds 1937 actief in Vlaanderen, telt inmiddels 20 (e-)bikecenters en groeide uit tot een breed salesconcept van fietsmerken en accessoires – inclusief fietsleasing op maat en onderhoud. In de centrale opslag in Hasselt staan maar liefst 4.000 stads- en sportfietsen, speedpedelecs en e-bikes klaar zodat de wacht- en levertijden beperkt blijven. “We noemen onszelf een fietswinkel 2.0. Met een grote voorraad vervangfietsen, haal- en brengservice en zelfs onderhoud on site bij bedrijven”, vertelt Kris Voet, partner en business developer bij Wildiers. “Sinds 2023 hebben we ook een servicecenter in het Spaanse Calpe”

Auto's inruilen voor fietsen

Voorbeeld van hun innovatieve aanpak? Tweedehandsauto's aannemen van klanten, die laten schatten door een expert en er vervolgens een of meerdere fietsen in ruil voor aanbieden. “Geen alledaagse service, maar op twee jaar tijd kregen we zo al 160 wagens binnen en dragen we bij aan de verduurzaming van het woon-werkverkeer in Vlaanderen”, zegt Kris. En ook fietsleasing past in dat straatje, zowel particulier als B2B. “We zijn een vaste partner voor bedrijven die hun werknemers een duurzaam vervoersmiddel willen

aanbieden als onderdeel van een flexibele verloning. Net omdat een (elektrische) fiets vaak de auto vervangt, moet de service gewoon op-en-top zijn. En daarin gaan we héél ver.”

Aantrekkelijke verloning

Een van die klanten is Containers Maes, een toonaangevende speler in de inzameling en recycling van bouw- en sloofafval, met vestigingen in Tessenderlo, Vilvoorde en Tienen. Daarnaast verhuuren ze ook verschillende soorten afvalcontainers. Het bedrijf focust vooral op de B2B-markt, maar bedient ook particulieren en heeft bovendien een landelijke dekking. Fietsen Wildiers is op hun beurt één van die klanten. Joep Loop, HR Director bij Containers Maes, moest dus niet ver zoeken naar een partner voor hun duurzame beleid.

Joep: “Met 300 medewerkers in dienst – van wie een heel deel dagelijks naar het werk reist – bieden we de meeste functieprofielen na zes maanden dienstverband de keuze tussen een bedrijfswagen of een elektrische fiets. Het fietsaanbod wordt steeds populairder onder onze medewerkers. Bovendien ontvangen ze een vergoeding van € 0,27 per gefietste kilometer voor hun woon-werkverkeer. Een aantrekkelijke stimulans voor onze medewerkers, zo blijkt!”

Binnen budget

Voor het onderhoud van de fietsen krijgt Maes regelmatig mobiele servicewagens van Wildiers over de vloer. “Zo'n comfortabele samenwerking is fijn”, vindt Joep. “En van harte aan te bevelen. Dankzij de vele locaties van Fietsen Wildiers en hun uitstekende service kunnen we er altijd op vertrouwen dat onze medewerkers vlot worden geholpen. Bovendien weet Wildiers alle diensten mooi binnen budget te houden, wat natuurlijk voor elk bedrijf met een groot aantal werknemers een plus is.”

Hoe het komt dat hun samenwerking zo goed verloopt? Kris: “Onze bedrijven zetten allebei stevig in op het welzijn van de werknemers. Want wie zich goed voelt op het werk, presteert beter. Geen wonder dat we de weg naar elkaar hebben gevonden.”

Fietsen Wildiers
fietsenwildiers.be

Containers Maes
containersmaes.be

TESTIMONIAL

De beste verhalen komen van uw klanten. In Testimonial laten we u samen met uw klant aan het woord. Omdat één plus één vaak drie is. ■



omnichannel

STERCK.

Content marketing



VM Logistics focust op circulaire goederen in België

CIRCULAIR

Circulair is de toekomst. En de toekomst is circulair. Een alternatief is er niet. Bij veel ondernemers staat het thema dan ook bovenaan de strategische objectieven voor de komende jaren. In deze rubriek laten we zulke ondernemers even vooruitblikken naar de toekomst, maar vertellen ze ook over wat ze op dit moment al doen op het vlak van duurzaamheid. ■

Meer dan een half jaar na de overname van VM Logistics door ondernemer Willem De Pesseroey ziet de CEO dat het goed gaat met zijn uniek, logistiek bedrijf. "Via ons businessmodel leveren we een belangrijke bijdrage aan een duurzame wereld", vertelt De Pesseroey. "Elke kilogram die hier binnenkomt, gaat vandaag 100 procent terug richting de industrie voor hergebruik of recyclage."



Willem De Pesseroey

VM Logistics is al sinds 2001 de schakel tussen primaire industrie en circulaire industrie", legt De Pesseroey uit. "Waar een klassiek logistiek bedrijf zich richt op productie en de klant plaatst, bevinden wij ons tussen de afvalverwerkings- en recyclage-industrie. Wij hebben een value-added logistiek dienstenmodel, wat uniek is in combinatie met de recyclingmarkt."

"We leveren een dienst, en zijn dus nooit eigenaar van de producten. Onze focus ligt daarbij heel duidelijk op circulaire goederen. Officieel kan je een groot stuk daarvan afval noemen. Het zijn enerzijds nevenstromen die uit de maakindustrie komen of goederen die bij productie afgekeurd zijn. Anderzijds behandelen we ook post-consumer afval. Wat die goederen gemeenschappelijk hebben, is dat ze vroeger veel kans hadden om ergens onderaan de afvalladder terecht te komen. Voor ons is het een belangrijk gemeenschappelijk punt dat er opportuniteiten zijn om ze te recycleren of te hergebruiken."

Waarde toevoegen

Maar hoe werkt dat precies, waarde toevoegen aan 'afval'? "Correct sorteren is bijvoorbeeld al sterk waardebepalend. Een vrachtwagen met meerdere soorten plastics valt heel moeilijk te recycleren. Wij hebben magazijnen waar de klant een eigen bureel heeft en waar we vanuit de input van de klant de goederen correct sorteren per type. Ook het aanbieden van opslagcapaciteit om vraag en aanbod op te vangen, voegt waarde toe aan de circulaire ketting. In het verleden werden goederen soms gestort of verbrand omdat afvalverwerking en recyclingcapaciteit niet synchron lopen. Wij bieden in zo'n geval een buffer in de recyclingcyclus."

Ladder van Lansink

"We situeren ons dus tussen de tweede en derde stap bovenaan op de Ladder van Lansink, waar bij de eerste stap afval vermeden wordt. Bij de tweede stap worden producten hergebruikt en bij de derde stap worden producten op verschillende manieren gerecycled. Aan de onderkant van de ladder gaat het om afval dat men verbrandt of stort."

70 procent plastics

"Zo'n 70 procent van de goederen die we behandelen zijn plastics, simpelweg omdat een aantal types plastic zeer goed recycleerbaar zijn. We behandelen echter ook rubber, papier en textiel. Bij VM Logistics manipuleren we deze producten verder zodat ze terug de industrie in kunnen, vaak richting een recyclagetoepassing, maar soms ook rechtstreeks terug richting de maakindustrie. Producten die voor de ene partij niets waard zijn, kunnen voor andere partijen net wel heel waardevol zijn."

Practice what you preach

"We zijn grote voorstander van het 'practice what you preach'-principe. Het is onze ambitie om een duurzame omgeving te creëren voor ons personeel, maar ook voor onze klanten en partners: Veiligheid, kwaliteit en administratieve 'compliance' zijn basiswaarden van het bedrijf. Uiteraard streven we er ook naar om zelf duurzaam om te gaan met energie. Momenteel zijn we een LED-project aan het afronden en tevens hebben we investeringen gepland in zonnepanelen en de elektrificatie van ons wagenpark."

Hoe zal de maakindustrie er over 20 jaar uitzien?

We leven vandaag in een maatschappij die de transitie ingezet heeft naar duurzaamheid. De aankomende generatie zal niet langer aannemen dat er niet duurzaam gewerkt wordt. Bovendien zal een bedrijf dat erin slaagt om duurzaam te produceren zich kunnen onderscheiden, want grondstoffen worden steeds schaarser.

Binnen 20 jaar zal succesvolle maakindustrie dus duurzaamheid en circulariteit als prioriteit beschouwen. Daarnaast biedt de recyclagesector een kans om opnieuw meer maakindustrie te creëren binnen Europa, maar innovatie en kwaliteit zijn cruciaal om met de rest van de wereld te concurreren.

Afval vermijden

Dankzij het speciale businessmodel van VM Logistics wordt heel wat afval circulair behandeld. "Alles wat hier binnenkomt, gaat volledig terug richting de industrie voor hergebruik of recyclage. Wat vroeger afval was, wordt nu als grondstof beschouwd."

Practice what you preach

"We zijn grote voorstander van het 'practice what you preach'-principe. Het is onze ambitie om een duurzame omgeving te creëren voor ons personeel, maar ook voor onze klanten en partners: Veiligheid, kwaliteit en administratieve 'compliance' zijn basiswaarden van het bedrijf. Uiteraard streven we er ook naar om zelf duurzaam om te gaan met energie. Momenteel zijn we een LED-project aan het afronden en tevens hebben we investeringen gepland in zonnepanelen en de elektrificatie van ons wagenpark."



Info

VM Logistics ondersteunt industriële partijen door het bieden van logistieke oplossingen binnen de circulaire ketting van producten als plastics, papier en rubber. We bieden opslag en overslagcapaciteit aan, maar focussen ook steeds meer op activiteiten die rechtstreeks waarde toevoegen aan de producten. Onze klanten zijn afvalverwerkers, de recyclage-industrie en de maakindustrie.

VM Logistics

Madridstraat 3
2321 Meer-Hoogstraten,
T. 03 311 81 67
www.vmllogistics.be
info@vmllogistics.be

omnichannel

STERCK.

Content marketing

G
E
M
A
A
C
K
T

GEMAACKT

Ondernemen is innoveren. In Vlaanderen hebben we dat goed begrepen, waardoor onze streek tot ver buiten de landsgrenzen bekendstaat als hotspot voor (technologische) innovatie en ontwikkeling. In deze rubriek richten we telkens de schijnwerpers op zo'n case én de knappe koppen erachter.

Ondernemen is innoveren. In Vlaanderen hebben we dat goed begrepen, waardoor onze streek tot ver buiten de landsgrenzen bekendstaat als hotspot voor (technologische) innovatie en ontwikkeling. In deze rubriek richten we telkens de schijnwerpers op zo'n case én de knappe koppen erachter.



BOLCKMANS

Technische specificaties

- Architect: Lv-architecten
- Aannemer: Nis hout & interieur, P-glas, GBF vloeren
- Bouwheer: Bolckmans NV
- Oppervlakte: 320m²
- Staalprofielen: bestaande profielen van de loods

Interieurontwerp als meerwaarde bij bouw en renovatie

Het interieuraspect krijgt steeds meer aandacht bij bouw- en renovatieprojecten. Een kolffe naar de hand van LV-architecten, dat klaarstaat met een ontwerpteam om de investering écht te laten renderen. Zowel financieel als menselijk.

De interieurafdeling is gegroeid vanuit de vraag van klanten waarvoor LV-architecten reeds de architectuuropdrachten verzorgde. Ondertussen is het interieurteam uitgegroeid tot 5 vaste medewerkers binnen het team. Door architectuur en interieur samen te ontwerpen, komen ze tot een totaalconcept waarbij de beleving van binnen en buiten nog meer samengaat. Voor bedrijven zijn aangename werkplekken dan ook een troef om medewerkers aan te trekken en het verloop te beperken.

Totaalbeeld, compleet plan

In 2015 besloot Luk Vorselemaans, zaakvoerder van LV-architecten, enkele van de huidige medewerkers uitsluitend in te zetten op het interieuraspect van hun projecten. Bestuurder Leen Aerts: "Dan konden we meteen geïntegreerd aan de slag met de uitwerking van plannen; zo ontwerpen we een esthetisch geheel. Daarbij kunnen we alle elementen laten samenwerken voor de sfeer en dynamiek."

Concrete impact met interieur

"Uitstraling is tegenwoordig erg belangrijk", weet Luk. "Daar gaan we mee aan de slag door ons te richten op een soort thuisgevoel - sinds corona een belangrijk aspect van kantoorgebouwen. De land-schapskantoren zijn aan het verdwijnen en mensen richten zich meer op cocoon: kleinere kantoren waar mensen rustig kunnen werken."

Daarbij kijkt LV-architecten steeds naar de beste mogelijkheden om licht binnen te brengen en mensen in contact te brengen met de buitenruimte. "Bij dokterspraktijk Medizorg in Wustwezel deden we dat in combinatie met enkele ingrepen die ervoor zorgden dat de privacy van patiënten werd gewaarborgd", legt Leen uit. "We zijn erin geslaagd iets te maken dat dokters en patiënten een veilig gevoel geeft zonder hen op te sluiten in een donkere doos."

Een ander voorbeeld is VITO Hoogstraten, waar de school een volledige vleugel wou herinrichten voor haar leerkrachten. "Hier was het doel om een werkplek te creëren waardoor leerkrachten ook op school blijven werken tijdens hun springuren. Zo zorgden we voor een nieuwe dynamiek

waarbij de leerkrachten vaker met elkaar in contact komen en de teamgeest wordt bevorderd", zegt Leen.

Ten slotte haalt Luk het project van Bolckmans NV aan: "Hier gingen we aan de slag met een polyvalente ruimte die vaak dienstdeed als refter. Voordien werd deze ruimte een beetje gemeden omdat ze er heel onbuitel en ongezigelig uitzag. Na een grondige aanpak van het interieur werd het een inspirerende ontmoetingsplek. Mensen komen er samen om te praten, te eten en te werken. Dat zijn onze echte succesverhalen!"



Info

LV-architecten kiest naast een professionele aanpak resoluut voor een open communicatie met haar klanten. Ze nemen elk nieuwbouw- of renovatieproject in zijn geheel ter harte, vertrekkend vanuit het specifieke verhaal van iedere opdrachtgever.

LV-architecten

Dorpstraat 89
2950 Wustwezel
T: 03 667 12 86
info@lv-architecten.be
www.lv-architecten.be

omnichannel STERCK.

Content marketing

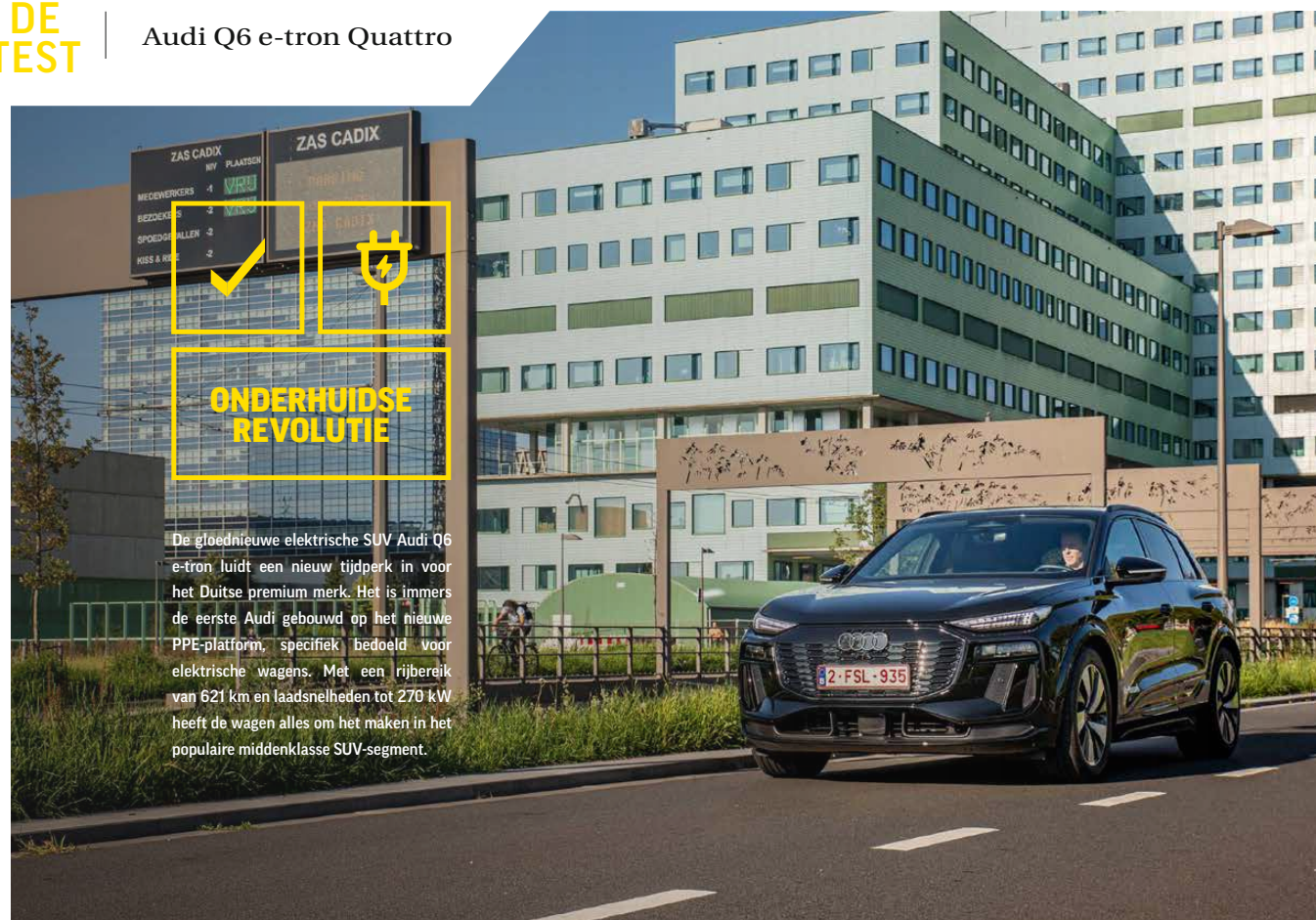
DE TEST

Ondernemers ervaren graag zelf om hun mening te vormen. De Test is dus een ideale manier om uw nieuw product of dienst bij het juiste doelpubliek te introduceren.

Van exclusieve wagens tot elektrische vier- of tweewielers. Raceboot, robot en andere vernuftige producten of diensten. De Test is uw platform voor communicatie. ■

DE TEST

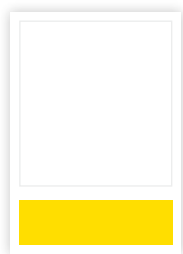
Audi Q6 e-tron Quattro



De gloednieuwe elektrische SUV Audi Q6 e-tron luidt een nieuw tijdperk in voor het Duitse premium merk. Het is immers de eerste Audi gebouwd op het nieuwe PPE-platform, specifiek bedoeld voor elektrische wagens. Met een rijbereik van 621 km en laadsnelheden tot 270 kW heeft de wagen alles om het maken in het populaire middenklasse SUV-segment.

omnichannel STERCK.

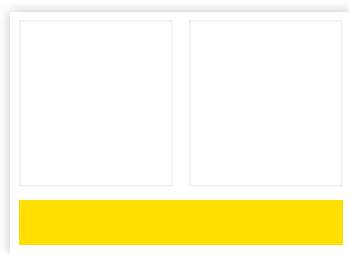
Advertenties



1 AD 1/4

- Eindformaat:
170 x 55 mm
(bxh)

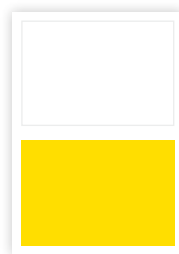
€ op aanvraag



2 AD 1/4 - SPREAD

- Eindformaat:
384 x 55 mm
(bxh)

€ op aanvraag



3 AD 1/2

- Eindformaat:
170 x 124 mm
(bxh)

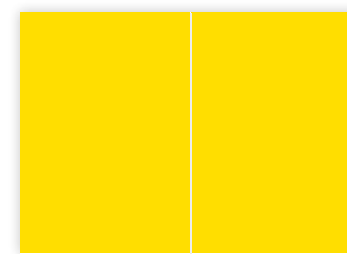
€ op aanvraag



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

Specials

- **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

In STERCK Magazine zijn ook speciale communicatiemogelijkheden mogelijk. U kan kiezen voor een **insert** (eigen bijlage bij het magazine), een **wikkel** rond het magazine, een advertentie op een **coverpositie** of een **fold-out cover** met groot advertentieformaat. Contacteer ons voor deze mogelijkheden. Beschikbaarheid is beperkt! ■

omnichannel

STERCK.

Video



1 BEDRIJFSFILM

- **Lengte:**
30 seconden of 90 seconden
- **Altijd in combinatie met een bedrijfsprofiel in STERCK Magazine**
(Omnichannel versterkende communicatie)
- **Enkel als deel van een totaal communicatiepakket**
(niet los te verkrijgen)

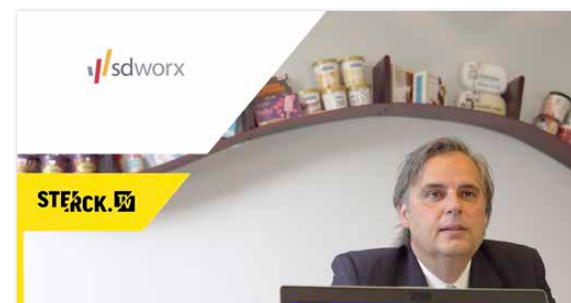
€ op aanvraag



2 TESTIMONIAL

- **Lengte:**
30 seconden of 90 seconden
- **Altijd in combinatie met een testimonial in STERCK Magazine**
(Omnichannel versterkende communicatie)
- **Enkel als deel van een totaal communicatiepakket**
(niet los te verkrijgen)

€ op aanvraag



3 PRAKTIJK - EXPERTISEFILM

- **Lengte:**
30 seconden of 90 seconden
- **Altijd in combinatie met een praktisch artikel in STERCK Magazine**
(Omnichannel versterkende communicatie)
- **Enkel als deel van een totaal communicatiepakket**
(niet los te verkrijgen)

€ op aanvraag

omnichannel STERCK.



2 VRAAG & ANTWOORD

- **Lengte:**
30 seconden of 90 seconden
- **Altijd in combinatie met een Vraag & Antwoord in STERCK Magazine**
(Omnichannel versterkende communicatie)
- **Enkel als deel van een totaal communicatiepakket**
(niet los te verkrijgen)

€ op aanvraag



3 EVENT MOVIE

- **Lengte:**
30 seconden of 90 seconden
- **Altijd in combinatie met een Event fotoverslag in STERCK Magazine**
(Omnichannel versterkende communicatie)
- **Enkel als deel van een totaal communicatiepakket**
(niet los te verkrijgen)

€ op aanvraag

netwerck STERCK.

Het netwerck dat uw business versterkt

Deel worden van het STERCK Netwerck doet allerlei deuren voor u open gaan. Kom in een aangename sfeer nieuwe contacten leggen met collega-ondernemers die concrete zakelijke opportuniteiten voor u kunnen betekenen.

Wij zorgen steevast voor een unieke matching en een persoonlijke introductie zodat u met de juiste ondernemers in contact komt.

Verder kan u op onze STERCK Invites onze redactionele partners ontmoeten, absoluut de moeite om eens mee in contact te komen.

Culinaire verwennerij in een ongedwongen kader ervaart u in de STERCK Netwerck Diners en STERCK Cafés.

Onze doorgedreven matching-visie gaat zelfs verder dan louter professionele opportuniteiten: we brengen eveneens ondernemers met gelijke interesses samen. Of het nu gaat om een dynamisch golfevent, een aangename whisky tasting of een opwindende dag met exclusieve wagens; op onze Netwerck-momenten beleeft u altijd meer. Een aanrader voor u en uw bedrijf! ■

75% van de
decision makers in
België vindt netwerken
belangrijk voor hun
business.*

* Bron: Trends/Kanaal Z decision makers survey – mei 2023



We zien u binnenkort

STERCK. Magazine is een uitgave van Roularta Media Group nv

General manager: Eveline Haeck / **Contact:** tel. 0495 59 53 10 of eveline@sterckmagazines.be