

*Het maatwerkbedrijf Amival uit Turnhout heeft alles van een regulier economisch groeibedrijf: mooie omzet- en winstcijfers, een groeiende professionalisering en een fonkelnieuw hoogtechnologisch bedrijfsgebouw. “Groei is ons middel, maar tewerkstelling blijft ons eerste doel.”*

“Om het voortbestaan van een organisatie te garanderen, moet je je winst durven te investeren.” De woorden klinken niet uitzonderlijk voor een ondernemer, maar als de directeur van een maatwerkbedrijf ze uitspreekt, dan spitst iedereen de oren. Jan Boeckx, de directeur van Amival uit Turnhout, heeft niets met het geitenwollensokkenimago dat de sociale economie nog vaak meezeult. Amival breekt met het stereotype beeld van de beschutte werkplaats en profileert zich als een modern business-to-businessbedrijf met een volwaardige positie in de reguliere economie. De meeste klanten bevinden zich in de gezondheids- en grafische sector of in de voedingsindustrie. “In de grafische sector zorgen we onder andere voor de afwerking van drukwerk”, zegt Jan Boeckx. “In andere sectoren doen we onder meer verpakking, montage en recuperatieopdrachten. Iets specifiek is de healthcaresector. Dat is onze snelst groeiende businessunit.”

In healthcare is het nabijgelegen Janssen Pharmaceutica een belangrijke en historische klant, die Amival ook op weg zette naar verdere specialisatie en professionalisering. “Eind jaren negentig maakte een externe audit duidelijk dat we stilaan uitgerangeerd werden”, herinnert Jan Boeckx zich. “Toen hebben we beslist een versnelling hoger te schakelen. We investeerden in infrastructuur, technieken, methodiek en in onze organisatiestructuur. Dat heeft veel geleverd van de organisatie, maar het loonde. Tien jaar geleden resulteerde dat in onze eerste gecertificeerde kwaliteitssystemen en vergunningen.”

Amival creëerde met de hulp van een consultant een organisatie die gebouwd is op vier businessunits: conditionering en voeding, grafisch, healthcare en locatiewerken. Elke unit kreeg een manager. Daarvoor keek Amival in de eerste plaats in de eigen geledingen. “Het was niet onze bedoeling te reorganiseren en externen aan te trekken voor die posities”, klinkt het. “We hebben ervoor gekozen ook daar te investeren en onze eigen mensen de kans te geven door te groeien. Onze medewerkers bieden heel wat mogelijkheden. Het doet deugd dat we met een kansendoelgroep in een hoogtechnologische wereld ons mannetje staan. Met een goede omkadering kun je echt veel bereiken.”

Groei om tewerkstelling te garanderen

Het kroonstuk van de ontwikkeling van Amival is een nieuw gebouw dat het eind september officieel in gebruik nam. Het is uitgerust met moderne technologie om opdrachten uit te voeren voor klanten uit de farmaceutische, de medische en de gezondheidssector. “Het nieuwe gebouw beschikt onder andere over twee cleanrooms”, legt Boeckx uit. Daarnaast beschikt het gebouw over 1000 vierkante meter magazijnruimte en 1700 palletplaatsen.

Met de specialisatie wil Amival zich opstellen als een relevante speler in de reguliere economie. “We bieden mensen met een arbeidshandicap aangepast, zinvol en lonend werk. Zo verwerven ze een volwaardige plaats in de economie”, legt Boeckx uit. “Amival bouwt bruggen tussen de noden van bedrijven en de capaciteiten van mensen.”

Die visie op groei levert de vzw ook mooie cijfers op. In 2016 was het maatwerkbedrijf goed voor een recordomzet van 6,7 miljoen euro met meer dan 400 werknemers. Daarvoor was de healthcareafdeling met een stijging van 65 procent in belangrijke mate verantwoordelijk. De groei zorgde ook voor een piek in de winstcijfers en de cashflow. Met het nieuwe gebouw was een investering van 5,5 miljoen euro gemoeid. “Voor de aankoop van de gronden gingen we een krediet aan, maar voor het gebouw hadden we voldoende reserves aangelegd”, zegt Jan Boeckx. “Uiteraard nemen we een risico, maar de groei van onze healthcaredivisie is sterk genoeg om bijkomende kosten te dekken. Het is niet omdat we een maatwerkbedrijf zijn dat we moeten afwachten. We willen voorsprong blijven creëren. Je mag niet wachten tot er geen business meer is.”

Amival gaat met andere woorden proactief de markt op en dat merk je aan de marketing en de communicatie. De website moet nieuwe klanten aantrekken. “We richten ons niet enkel op klanten die gevoelig zijn voor maatschappelijk verantwoord ondernemen”, zegt de verkoop- en communicatiemanager Tim Tilsley. “Dat mag, maar het is niet ons unique selling point. We spelen in de eerste plaats onze toegevoegde waarde en ons kwaliteitsniveau uit.”

Toch mag de zoektocht naar nieuwe activiteit niet geïnterpreteerd worden als een drang naar blinde groei. Winst maken mag, maar is niet het einddoel, benadrukt Jan Boeckx. “We hebben geen aandeelhouders aan wie we winsten moeten uitkeren en kunnen dus middelen in de organisatie houden. Die zetten we in voor de continuïteit van onze tewerkstelling. De tijd dat een winstmakende vzw iets pejoratiefs was, behoort tot het verleden. Ons doel is personen met een arbeidshandicap werk aan te bieden en onze winst dient om dat op lange termijn te garanderen. Het middel daartoe is activiteit ontwikkelen, omzet en winst zijn dan een logisch gevolg. Groot worden is niet het doel, maar groeien en specialiseren is wel een gevolg van onze keuze om de tewerkstelling te verankeren.”

Wouter Temmerman

Copyright © 2017 Roularta Media Group. Alle rechten voorbehouden