

Creax voorspelt evolutie van trends

'Wij zijn innovatiepartners vanuit onze helicoptervisie op technologie', vat Simon Dewulf van Creax de kernactiviteit van zijn onderneming samen. 'En de grondstof van onze methodiek is patentonderzoek. Een oplossing voor een probleem kan in een heel ander domein immers ook een oplossing aanbrenen. Waarom zouden we het warm water op-nieuw moeten uitvinden?'

GEERT VANDEPITTE • FOTO: SASKIA VANDERSTICHELE

Simon Dewulf, topman en oprichter van Creax, is een vlotte jongen. Als 17-jarige trok hij naar Moskou om Russisch te leren. Daar kwam hij in aanraking met het Triz-concept, wat staat voor Theorie voor Inventief Probleem Oplossen. Daarna schreef hij zich in aan het Londense Imperial College of Science and Medicine om materiaalingenieur te studeren. 'Omdat dit de meest overkoepelende ingenieursstudie is', verantwoordt Dewulf zijn keuze. Tussendoor vertoefde de leperling een jaar in Denemarken om een stoomcursus film en video te volgen. Op dat ogenblik was hij al aan het werken aan zijn doctoraat, door de Britse overheid gesubsidieerd, over creativiteit in wetenschappen en technologie. De bedoeling van dit project bestaat erin meer creatieve ingenieurs af te leveren, niet tech-

nisch creatief, wel vanuit het ingenieursdenken.

DOCTORAAT

Simon Dewulf zal wel ooit eens die doctoraatsthesis afwerken, zoals hij zelf beweert. Maar het prille onderzoek leverde dermate interessante resultaten af dat hij snel zijn ideeën in de ondernemerspraktijk wou omzetten. Bovendien was in 2000 de hype rond de spraaktechnologie van Lernout & Hauspie (L&H) tot een hoogtepunt gekomen. Creax werd een van de vijf incubatiebedrijven binnen SAIL Port Europe. Allen startten in de beruchte containers in de Ieperse Sint-Krispijnstraat, waar L&H vertoefde vooral-

eer het bedrijf verhuisde naar Flanders Language Valley. Dewulf droomde er toen van een softwarepakket te ontwikkelen dat het creatieve denkproces begeleidt.

Enkele maanden na Creax in Ieper was Creax Information Technologies in het Indiase Bangalore een feit. 'Het voordeel voor een jong bedrijf als Creax was de plaatselijke aanwezigheid van grote bedrijven als Barco, Philips en Samsonite. Bovendien ligt de loonlast er acht keer lager dan in België. En je kan de mensen er vinden. Stel je voor dat we voor tien vacatures innovatie-ingenieur 3.000 kandidaten over de vloer kregen', zegt Dewulf.

Het filiaal in India is het hart van Creax. Van de 50 mensen die er werken, houdt de helft zich bezig met het onderzoek van 5.000 patenten per maand. Dat onderzoek is de basis van de Creax-methodiek om aan bedrijven oplossingen aan te reiken. Uit bestaande patenten leren de ingenieurs hoe mensen problemen oplossen. Dewulf geeft een voorbeeld: 'De textielsector zoekt naar mogelijkheden om zelfreinigende of onkreukbare stoffen te produceren. Wij gaan dan in de wereld na of er andere sectoren zijn die met een gelijkaardig probleem hebben gekampt. Zo hebben we het aantal problemen of mogelijke conflicten in tabelvorm gegoten en je merkt vreemd genoeg dat er slechts een beperkt aantal uitvindingsprincipes bestaat. Het zijn er een 40-tot 70-tal. Dat combineren we met de kennis die we in huis hebben over hoe anderen problemen hebben opgelost. Die kennis bieden we gratis on line aan op function.creax.com. Het is een soort van functionele Gouden Gids waar kennis is gerangschikt volgens functie en niet volgens alfabet.'

VOORSPELBAARHEID

Na het probleem en de probleemoplossing kun je vragen stellen over de voorspelbaarheid in technologie of business. Waar zal ons product of onze dienst naartoe leiden? 'Dat kunnen we eveneens uit de patentstudie halen. Het is eigenlijk vrij eenvoudig hoor. De mens streeft er altijd naar betere dingen voort te brengen en van slechte dingen af te geraken. Wanneer we in een wagen rijden, belemmert regen vaak het zicht. Dat is een conflict dat we met ruitwissers oplossen. Maar uiteindelijk bestaat de beste oplossing erin dat we geen ruiten-



SIMON DEWULF: 'DE CHINEZEN BESCHIKKEN OVER EEN MASSIEF PRODUCTIEAPPARAAT, MAAR ZE MISSEN ELKE VORM VAN CREATIVITEIT.'

wisser meer nodig hebben. Een gratis Metro of een gratis De Zondag is beter dan een betaalde krant. Net hetzelfde als met de muziekindustrie. Het is voor de consument beter dat hij gratis kan muziek downloaden. Het probleem is dus niet: hoe gaan we strenger beveiligen?, maar wel: op welke andere manier kunnen we de artiesten vergoeden?'

De evolutietrend gaat dus altijd richting ideale oplossing. Simon Dewulf bewijst het met iets concreets. Een ideale oplossing is bijvoorbeeld zelfreinigend textiel. Dewulf neemt een jeansbroek en giet er een flinke geut water op. Maar de jeans absorbeert de vloeistof niet. 'Voilà', zegt Dewulf. 'Deze oplossing hebben we uit ons patentonderzoek gehaald.'

WEINIG MAGIE

Creax is geen uitvindingslaboratorium. 'In wat we doen, steekt weinig magie. Het businessidee is gebaseerd op een Russische methodiek.

Een onderzoeker had de opdracht gekregen om voor de zeemacht te zoeken naar goede oplossingen die het Amerikaanse en Japanse leger hanteerden. Daarvoor moest de man, Genrich Altshuller, kennis abstracte. Daaruit leerde hij dat dezelfde oplossing in verschillende velden toepasbaar is en daarom vond de onderzoeker het nuttig de kennis in tabellen onder te verdelen volgens soort probleem en soort oplossing. Maar onder Stalin werd Altshuller, net als andere intellectuelen, naar de Goelag verbannen. Die ballingen deelden hun uiteenlopende kennis. Uiteindelijk leidde dat in 1985 tot het opstellen van de Triz-matrix gebaseerd op onderzoek van patenten en octrooien. De Russische onderzoeker had uiteindelijk acht patronen blootgelegd.

Maar de wereld is intussen veranderd. Na 1985 zijn er nieuwe patenten en octrooien gekomen. Vroeger waren de dingen meer mechanisch, nu elektronisch. Dus gingen we met Creax verder aan patentonderzoek doen. Wij hebben 55 nieuwe patronen ontdekt, waarvan 35 technische en 20 in busi-

ness en management. Heel wat van het onderzoek gebeurde in samenwerking met de universiteit van Baah. We hadden er contacten met Darrel Mann, iemand die een lange carrière bij Rolls-Royce achter de rug had. Mann is ondertussen bestuurder bij Creax geworden.'

Creax heeft in zijn korte bestaan een indrukwekkende referentielijst met grote internationale spelers opgebouwd. Voor Deathlon deed het Ieperse bedrijf een onderzoek naar thermisch comfort. Voor Ernst & Young ontwikkelde Creax een managementoplossing. En Allen & Overy vroeg een project over facturatie. Creax levert dus zowel product- als procesgerichte oplossingen. Het jonge bedrijf van Simon Dewulf heeft zijn belangrijkste vestigingen in Ieper en Bangalore, maar Creax heeft ook voet aan de grond in het Verenigd Koninkrijk, Nederland, Frankrijk en Portugal. Dewulf lonkt ook naar China: 'De Chinezen beschikken over een massief productieapparaat, maar ze missen elke vorm van creativiteit.'

De oplossing van Creax

HET PROBLEEM

Creax streeft naar een langetermijnrelatie met de klanten. In Ieper en Bangalore heeft het bedrijf van Simon Dewulf al heel wat delegaties van multinationals over de vloer gekregen. Maar kleinere bedrijven beschikken niet altijd over diezelfde financiële ruimte en tijd om een beroep te doen op de diensten van Creax. Nochtans mag het Ieperse bedrijf de KMO-markt niet links laten liggen.

DE OPLOSSING

Als oplossingenbedenker kiest Creax niet alleen voor het principe 'niet tevreden: geld terug'. 'We hebben in die drie jaar altijd al onze facturen betaald gekregen', zegt Dewulf. 'Maar we proberen bovendien onze potentiële klanten te overtuigen om regelmatige, meestal tweewekelijkse, feedbacksessies te houden. Wanneer zou blijken dat onze service niet aan hun verwachtingen voldoet, dan kunnen ze na een sessie de samenwerking opzeggen zonder dat beide partijen veel financieel risico lopen.'

SPRINGPLANK



MICHEL VAN BAVEL, OPRICHTER BUSINESS GIFTS

Uit heimwee naar het familiebedrijf

Michel van Bavel (40) begon in februari van dit jaar samen met zijn broer Jacques Business Gifts. Van Bavel is geen onbekende naam in de sector van de relatiegeschenken en de promotieartikelen. De broers werkten eerder bij Bavelco, de marktleider in België in de sector van relatiegeschenken, dat ze aan een Amerikaanse firma verkochten. Heimwee naar het familiebedrijf maakte dat ze het oude Bavelco verlieten en na een jaar onderbreking weer een eigen zaak begonnen.

AD VAN POPPEL • FOTO: SASKIA VANDERSTICHELE

Voor de familie Van Bavel was 1997 een bepalend jaar. In dat jaar kocht het Amerikaanse Halo het familiebedrijf Bavelco, de marktleider in België in de sector van de businessgifts. Michel en Jacques van Bavel kregen een contract dat hen nog drie jaar aan hun oude firma bond. De familieleden gingen op het aanbod van Halo in omdat het hen wel goed uitkwam.

De tweede generatie had de fakkel al overgenomen en zat met een probleem van de waardebeoordeling voor de degenen die hun aandeel wilden verzilveren. De Amerikanen zaten toen reeds twee jaar te azen op Bavelco. Michel van Bavel: 'Voor de familie was de overname het best wat door de verkoop werd die 'zakelijke erfenis' opgelost.' Halo had contacten met Amerikaanse multinationals zoals Ford Motor Company, Coca-Cola en General Electric. Als Halo een Europees netwerk kon starten, kon het zakendomein met deze multinationals. Inmiddels is het Amerikaanse bedrijf

door overnames actief in negen Europese landen. De gebroeders Van Bavel gingen voor de Amerikanen werken. Maar voor Michel van Bavel bleek het verschil tussen het oude en het nieuwe Bavelco uiteindelijk te groot om te blijven. 'Het persoonlijk contact met de klanten ontbrak volledig', zegt hij. 'Financieel werd het bedrijf ook te groot. We hadden in 2001 bijvoorbeeld 20 miljoen euro omzet met 60 man. Maar we zagen onze klanten en de leveranciers niet meer. Kopen en verkopen deden we veel minder. We moesten ons voornamelijk met de administratieve bezigheden houden.'

Van Bavel zegt dat het vroegere Bavelco goed was in 'sourcing', weten wat je waar het best koopt. 'Maar in de nieuwe situatie konden we niet meer kopen waar we wilden. We moesten bij één leverancier aankloppen. Zo verlies je je flexibiliteit. Mijn broer en ik vonden de service ook altijd heel belangrijk, evenals het nakomen van beloftes. Wat wij bij het vroegere Bavelco in drie dagen kon-

den klaren, nam bij Halo een week tot tien dagen in beslag. In de tussentijd waren drie concurrenten je al voor geweest.'

ONTSLAG

Na twee jaar hadden ze door dat ze niet meer konden werken zoals vroeger. 'Dat gebeurt in fases', zegt hij. Een voorbeeld van de nieuwe bedrijfsvoering was de sponsorpolitiek. 'We sponsorden vier voetbalploegen in het Antwerpse onder de naam Bavelco. Die ploegen kregen gadgets van ons. We organiseerden elk jaar een groot golftoernooi. Dat moest allemaal opgedoekt worden. Ik ben een pr-man. Ik zoek mijn klanten op. Je moet je laten zien en de mensen moeten je leren kennen. Niet alles kan via de telefoon.'

De Van Bavel deden hun driejarig contract uit en boden toen hun ontslag aan. Aanvankelijk moesten ze anderhalf jaar wacht-

ten om weer in dezelfde branche actief te kunnen worden, maar door hun toegeving nog zes maanden te blijven, konden ze dat concurrentiebeding in duurtijd beperken.

Michel van Bavel had heimwee naar de oude manier van het zakendoen: hij deed de verkoop en zijn broer zorgde voor de logistiek, in een kleinere entiteit. Was de verkoop aan de Amerikanen maal niet. We zijn in goede verstandhouding uiteen gegaan. Maar zelf de beslissingen nemen, kon niet meer bij Halo', zegt hij.

In de periode van het concurrentiebeding ging Michel van Bavel op reis naar het Verre Oosten. Tijdens die reis dacht hij na over wat hij zou doen na zijn terugkeer. Voor hem was het duidelijk: 'Ik zag mijn leven in geschenken. Na twee maanden reizen ontdekte ik in Birma ongelooflijk goedkope accessoires en geschenken. Ik heb een container gevuld en die teruggestuurd om er een verkoopweekend mee te houden. Dat is gewoon mijn aard: na twee

maanden op non-actief was ik al weer aan het kopen.

CADEAUS

Bavelco werd in 1953 opgericht door Van Bavel's grootvader. De man was toen actief als agent voor farmaceutische instrumenten. De Duitse leverancier had ook schaatjes en vijltjes in ledere etuis en vroeg hem die aan de man te brengen als relatiegeschenken. Dat lukte en zijn oudste zoon - Michel van Bavel's vader - kreeg de opdracht de geschenkbusiness te runnen. Gaandeweg werd die activiteit steeds belangrijker.

Michel van Bavel volgde na de middelbare school twee jaar bedrijfsbeheer, vervulde zijn legerdienst en werd toen een jaar naar de VS gestuurd. Hij werkte er bij een collega van zijn vader. Kon hij na zijn terugkeer onmiddellijk aan de slag bij Bavelco bij? 'Nee. Mijn vader zei: 'Je gaat een job zoeken zoals iedereen.' Ik heb

OndernemersTIJD

De OndernemersTijd is een bijlage bij de Financieel-Economische Tijd. Verschijnt elke vrijdag. De OndernemersTijd is een uitgave van Uitgeversbedrijf Tijd nv.

Verantwoordelijke uitgever:
Hans Maertens, Posthoflei 3 bus 9, 2600 Antwerpen

Adres:
Posthoflei 3, bus 9, 2600 Antwerpen
Fax: 03/286.02.10 • website: www.tijd.be

Algemeen directeur Tijd:
Hans Maertens
E-mail: Hans.Maertens@tijd.be

Redactie:
Tom Michiels (coördinatie) 03/286.05.73
Kris Barzezele 03/286.03.52
E-mail: ondernemers@tijd.be Fax: 03/286.03.10

Vaste medewerkers:
Herman de Bauw, Willem de Bock, Kurt Deketelaere, Dirk de Meulemeester, Melanie de Vriese, Christine Huyge, Marc Moreau, Dirk van Belle, Geert Vandegitte, Karlien van de Velde, Ad van Poppel, Jan Verhoeye, William Visterin

Fotografen:
Patrick de Spiegelaere, Jean-Pierre Stoop, Saskia Vanderstichele

Eindredactie:
Frans Baeyens, Rita Cambré, Veerle Janssens, Wouter Kongs, Robert Messiaen, Erika Racquet, Dries Schreurs, Sofie Sonck, Kaat van Overwalle

Grafieken:
Frieda Lardinois, Harry Truyman, Jan Rombouts

Abonnementen:
Nadine Francus 03/286.03.01
E-mail: abo@tijd.be

Publiciteit:
TRUSTMEDIA
Posthoflei 3, bus 9 - 2600 Antwerpen 03/286.02.94
E-mail: adinfo.be@trustmedia.ws

KALENDER

OKTOBER - NOVEMBER 2003

(1) Datum	Administratieve verplichting	
20 OKT.	BTW voor maandaangefvers Indienen van de maandaangefve van september 2003.	* Aangiften op papier: Scanningscentrum (Gent/Namen) * Of elektronisch via edivat - intervart PR 679-2003000-47 van BTW-ontvangsten, Brussel
	Betaling van de BTW voor september.	
	BTW voor kwartaalaangefvers Indienen van de kwartaalaangefve van het derde kwartaal van 2003.	Aangiften op apier: Scanningscentrum (Gent/Namen) Of elektronisch via edivat - intervart PR 679-2003000-47 van BTW-ontvangsten, Brussel
	Betaling van het BTW-saldo voor het derde kwartaal van 2003.	
	Intrastat Indienen van de Intrastat-aangefve voor de verrichtingen van september door de 'informatieplichtigen'.	Nationale Bank van België - Dienst statistiek buitenlandse handel
	Intracommunautaire leveringen Indienen van de kwartaalopgave van de intracommunautaire leveringen en gelijkgestelde handelingen voor het derde kwartaal van 2003.	Scanningscentrum (Gent/Namen)
31 OKT.	Sociale zekerheid Het saldo van de socialezekerheidsbijdragen voor het derde kwartaal moet uiterlijk op 31.10.2003 op de rekening van de RSZ staan. Bovendien moet de werkgever uiterlijk op 31.10.2003 de RSZ-aangefve voor het derde kwartaal 2003 aan de Rijksdienst overgemaakt hebben. Indien de werkgever tijdens dat kwartaal geen personeel in dienst had, moet de aangefve met de vermelding 'nihil' opgestuurd worden.	Rijksdienst voor Sociale Zekerheid
	Sociale overlegorganen Ondernemingsraad: Uiterste dag van de maandelijkse vergadering.	Ondernemingsraad
	Comité voor Preventie en Bescherming op het Werk (Comité PBW): uiterste dag van de maandelijkse vergadering.	Comité PBW en/of de onderneming
	Interne Dienst voor Preventie en Bescherming op het Werk: opmaak van het maandverslag door de preventieadviseur.	Comité PBW en/of de onderneming
	Deeltijdse arbeid Overhandiging van formulier C 131B aan de werknemers met behoud van rechten, na het invullen van de arbeidsprestaties voor oktober.	Arbeiders en bedienden
	Tijdelijke werkloos Het in het begin van de maand aan de arbeiders afgeleverde formulier C3.2 moet door de werkgever aangevuld worden met de effectieve tijdelijke werkloosheidsdagen -uren en daarna terug aan de werknemers bezorgd worden zodat zij het op hun beurt aan hun uitbetalingsinstelling kunnen afgeven.	Arbeiders
31 OKT.	Bezoldigde feestdag (Allerheiligen) De bezoldigde feestdag die op een zondag of een normale inactiviteitsdag valt, dient te worden vervangen door een gewone activiteitsdag. Bij gebreke aan uitdrukkelijke vaststelling binnen de bedrijfstak of de onderneming, wordt de feestdag vervangen door de eerste gewone activiteitsdag die op de feestdag volgt.	Arbeiders en bedienden

Bron: Deloitte & Touche (1): Op de in de eerste kolom vermelde datum moeten de documenten of de betaling ter bestemming aankomen
Tijd Graphics