

REYNDERS

label printing



in de media - dans la presse - in den Medien
in the media - w mediach - en los medios

OOK KMO'S ORGANISEREN KINDEROPVANG

'We willen er geen geld mee verdienen'

Het tekort aan opvangplaatsen weegt op hun werknemers, en dus voorzien kmo's zelf in kinderopvang. Dat blijkt op zijn minst een uitdagend idee. "Het kan, maar de overheid moet dat meer faciliteren. Dat is haar taak", klinkt het.

WOUTER TEMMERMAN, FOTOGRAFIE EMY ELLEBOOG

Het liefst van al openen we bij EnergyVision een eigen crèche. Nog veel liever zou ik die even snel weer sluiten. Want dat zou betekenen dat de overheid zelf in voldoende opvangplaatsen kan voorzien." Maarten Michielssens, de CEO van de zonnepanelen-specialist EnergyVision, opent fel als we hem vragen naar zijn ambitie over bedrijfskinderopvang in de kantoren in Jette. De vraag is in elk geval aanwezig bij de ongeveer honderd werknemers van het bedrijf in België. Volgens de CEO zouden meer dan dertig van zijn medewerkers baat hebben bij bedrijfsopvang. "Wij zien veel van hen sukkelen: mensen die slechts enkele dagen per week opvang vinden en daarom deeltijds moeten werken, mensen die zich in duizend bochten wringen om tijdig op het werk te raken, mensen die elke dag de hele Brusselse ring afrijden om hun kind te laten opvangen in een privékliniek en

daar 1.200 euro per maand voor neertellen, ook als hun kind ziek is."

EnergyVision is niet de enige middelgrote onderneming die het idee van kinderopvang genegen is, maar ook vindt dat het daarmee een gat vult dat de overheid maakt. "Het aanbieden van kinderopvang is in de eerste plaats een taak van de overheid", vindt ook Sebastiaan Reynders, zaakvoerder van Reynders Etiketten in Boechout. In de nabijheid van Antwerpen telt het familiebedrijf, gespecialiseerd in zelfklevende etiketten, 200 voltijdse equivalenten. "Je kunt als overheid bedrijven erbij betrekken. Als familiebedrijf



De grote bedrijven stuiten vaak op praktische belemmeringen, zoals een organisatie met een ploegensysteem.

zijn we het helpen van werknemers met opvang voor hun kinderen genegen. We merken dat de nood bestaat. Niet zelden hebben bedrijven onbenutte ruimte die ze ten voordele van de gemeenschap zouden kunnen inzetten."

Subsidies voor chips en baby's

De nood aan kinderopvang die zowel EnergyVision als Reynders Etiketten vaststelt, is meer dan een buikgevoel. In 2022 was er volgens de werkgeversorganisatie Voka geen kwalitatieve opvang mogelijk voor 37 procent van de aanvragen. Dat betekent voor 15.238 kinderen. Het extra geld waarin de Vlaamse regering in de begroting 2024 voorziet, moet zorgen voor meer kinderopvangplaatsen en voor minder ouders die bij hun zoektocht het deksel op de neus krijgen. Het gebrek aan opvangplaatsen zet immers een rem op de tewerkstelling, een probleem dat we ook mondiaal zien. In de Verenigde Staten voorziet de Chips Act van president Joe Biden in een subsidiepot van 53 miljard dollar voor bedrijven die bij de bouw van een chipfabriek voorzien in toegankelijke en kwaliteitsvolle kinderopvang. Zo wil de Amerikaanse president meer mensen – en vooral meer vrouwen – aan het werk krijgen. In Vlaanderen bestaat ook een financieringsmechanisme voor bedrijven die zelf kinderopvang aanbieden. Tot om en bij 9.000 euro kan voor bedrijfsopvang fiscaal worden ingebracht. Het enthousiasme is op zijn zachtst gezegd lauw. Je vindt crèches bij bijvoorbeeld grote ziekenhuizen en



ook bij Solvay, maar veel andere grote werkgevers, zoals Colruyt, KBC of Volvo Cars, toonden geen interesse. De grote bedrijven stuiten vaak op praktische belemmeringen, zoals een organisatie met een ploegensysteem.

Eerst bouwen, dan vergunning vragen

Ook bij kmo's, de grote meerderheid van de bedrijven in ons land, zien we weinig bedrijfscrèches. Kleine ondernemingen kunnen immers slechts weinig opvangplaatsen vullen. Enkel op middelgrote schaal lijkt het idee in theorie haalbaar. De ervaringen van EnergyVision en

Reynders Etiketten zijn echter wisselend. EnergyVision zette net voor de zomer van 2022 het plan op de rails. De bedrijfscrèche zou zowel kinderen van werknemers als kinderen uit de buurt opvangen. Het bedrijf mikt op achttien tot twintig plaatsen en wil per zes kinderen een verzorger aanwerven. Het plan is vrij ver uitgedacht. EnergyVision heeft zelfs al de regeling getroffen waarmee werknemers die ontslag nemen of ontslagen worden de opvangplaats voor hun kind kunnen behouden.

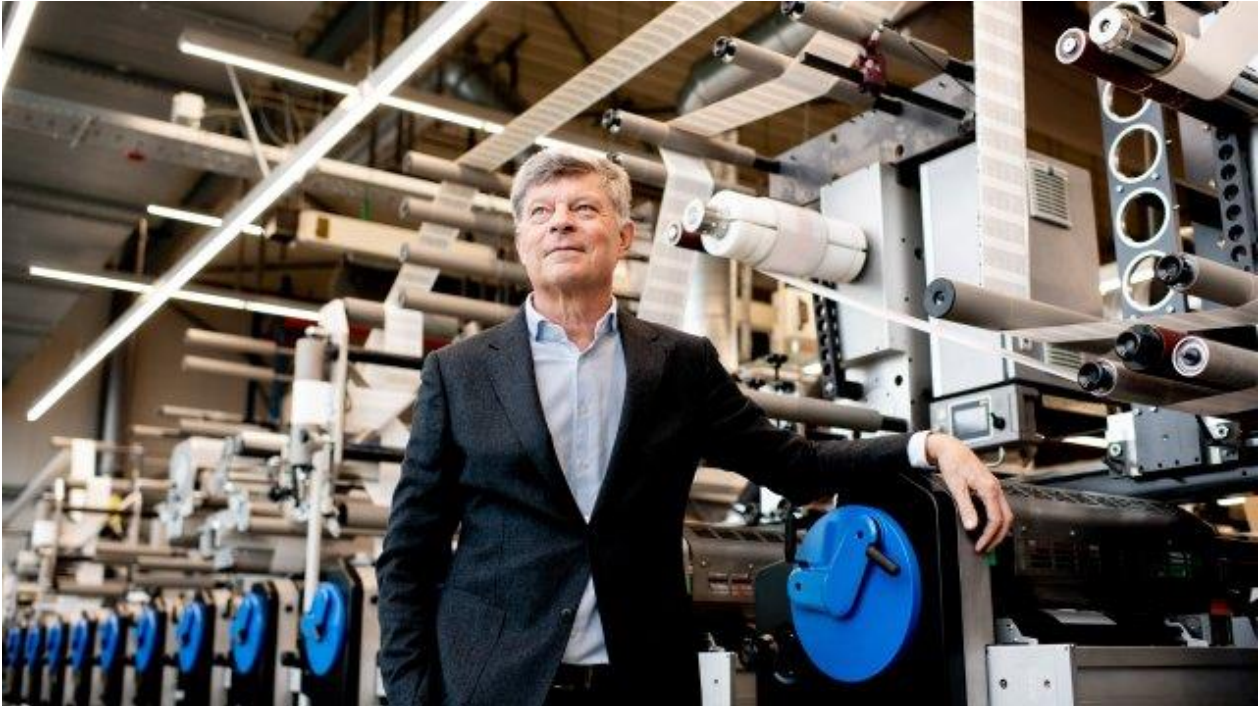
Toch is het plan anderhalf jaar later nog altijd niet uitgevoerd. "We begonnen er met

SEBASTIAAN REYNDERS

"Middelgrote bedrijven kunnen dit, maar het zou de zaak vooruit helpen als de overheid zich soepeler opstelt."

veel enthousiasme aan", vertelt Michielsens, "en lieten ons zelfs niet uit het lood slaan door de investeringen. Om te voldoen aan de voorwaarden wachten we met aanpassingswerken aan ons bedrijfsgebouw en geven we een parking op voor een tuin. Dat is goed voor een investering van 500.000 euro. Dat hebben we er graag voor over. Voor ons is een crèche geen winstmodel: we kiezen voor het minimumtarief en zullen op elke opvangplaats verlies maken. Ons is het te doen om het creëren van een oplossing. Wij plaatsen zonnepanelen en daarvoor hebben we mensen nodig."

'Iemand van de familie aanwerven gebeurde te veel op buikgevoel bij Reynders Label Printing'



©katrijn van giel

TOM MICHIELSEN

24 maart 2023 02:00

Acht miljard labels drukt het Antwerpse familiebedrijf Reynders Etiketten per jaar, in fabrieken in heel Europa en zelfs tot in India. Nu pater familias Marc Reynders met pensioen gaat, nemen zijn zoon en neef het over. 'Je formaliseert dat proces het best, of de emoties lopen hoog op.'

Het lijkt wel Reynders City: op een kruispunt op een industrieterrein in Boechout worden we omgeven door bedrijfsgebouwen waar overal vlaggen van het bedrijf van de familie Reynders wapperen. Hier drukt het familiebedrijf, genomineerd voor de Family Business Award die volgende week dinsdag wordt uitgereikt, bijna non-stop etiketten voor de voedings- en drankensector, de chemie, de farma en voor cosmetica. Grote spelers als AkzoNobel, BASF, L'Oréal, Agfa, Henkel en enkele farmareuzen zijn klant.

Dankzij zijn specialisatie in zelfklevende etiketten groeit het familiebedrijf jaar op jaar met 10 procent en zet het in tegenstelling tot veel andere drukkerijgroepen mooie marges neer. De groep heeft acht vestigingen in België, Frankrijk, Spanje, Polen, India en sinds kort ook in Duitsland.

Het idee om op die niche te focussen kwam uit de koker van Paul, Jacques en Marc Reynders, toen ze in hun prille twintiger jaren besloten om door te gaan. Hun vader Emile had het bedrijf 24 jaar voordien opgericht als een klassieke drukkerij van naamkaartjes, bestelbonnen en facturen.

Het is bizar: grote zaken, overnamekansen bijvoorbeeld, kan ik makkelijk lossen. Maar de kleine dingen niet: een brandblusapparaat dat niet tegen de muur hangt, dat stoort me.

MARC REYNDERS
CEO REYNDERS ETIKETTEN

Dat hij er maar ingerold is, vertelt Marc Reynders, de CEO en de jongste telg van de tweede generatie. 'In tegenstelling tot mijn oudste broer, Paul, was ik er niet zo op uit om in het familiebedrijf te werken. De horeca zegde me meer. In het eerste jaar dat ik er toch werkte, raakte ik regelmatig in discussie met mijn vader over het reilen en zeilen in het bedrijf. Ik vond dat hij niet streng genoeg was voor sommige aanmatigende klanten en leveranciers. Ooit hebben we in onze kwaadheid zelfs eens met mappen naar elkaar gegooid. (lacht) Uiteindelijk heeft hij me ontslagen. Een jaar later ben ik teruggekeerd. Toen lukte het wel, en kwam er wel passie.'

Vader Emile werkte nog een hele tijd mee in de zaak, maar toen hij in 1985 ziek werd, moesten de drie zonen het commando van de ene dag op de andere overnemen. 'We wisten weinig van de business', herinnert Marc zich. 'We moesten in de schuiven op zoek naar de bestelbons. We wisten nauwelijks hoe we offertes of prijsberekeningen moesten maken. Maar langzaam evolueerde ieder van ons naar een eigen rol. Paul deed de financiën, Jacques de verkoop en ik al het operationele: techniek, productie, planning en aankoop.'

Reynders vertelt het in de voltooid verleden tijd. 'Eigenlijk ben ik al met pensioen', zegt hij. 'Beetje bij beetje trek ik me terug. Mensen vroegen me: 'Marc, waarom begin je niet eens te doen wat je graag doet?' Maar ja, wat moet ik doen? Ik ben eens een week alleen naar zee gaan fietsen. Dat werd niks. Dus volg ik de zaken nog op als voorzitter van de raad van bestuur. Dat lukt vrij goed. Al anderhalf jaar ga ik niet meer naar managementmeetings. Ik wil me niet zielig blijven vastklampen aan het bedrijf, maar plaatsmaken voor de volgende generatie.'

Zowel zijn neef Bart als zijn zoon Sebastiaan werkt intussen ook voor het bedrijf, de eerste in de verkoop, de tweede in de aankoop. Beiden zitten in het management. Of het niet lastig is dat ze vaak meer weten dan de reguliere werknemers? 'Dat is zo, maar iedereen aanvaardt dat. Bovendien: aan de keukentafel hebben we het niet vaak over het bedrijf. Mijn vrouw heeft dat niet graag.' (lacht)

Geen CEO meer

Het bedrijf loslaten blijkt een moeilijke oefening. 'Het is bizar: grote zaken, overnamekansen bijvoorbeeld, kan ik makkelijk lossen. Ik geniet van het enthousiasme waarmee het management dat aanpakt. Maar de kleine dingen kan ik niet loslaten. Een brandblusapparaat dat niet tegen de muur omhoog hangt of een dieselwagen die op de parkeerplaats voor elektrische voertuigen staat, dat stoort me en dat zeg ik ook. Een medewerker die op zijn smartphone zit te kijken tijdens de productie wijs ik terecht.'

'Ik heb ook besloten me als CEO niet te laten vervangen. Ik heb drie sterke managers: een financieel directeur, een verkoopdirecteur en een operationeel directeur. Onze revisor kijkt dan een beetje vreemd op: geen CEO? Maar dat triumviraat is beter dan die ene, ideale CEO die je toch niet vindt. En stel dat je hem wel zou vinden, dan moet hij ook nog kunnen overeenkomen met die drie directeurs. Een CEO is dus mijn plan B, maar ik hoop dat het zo lukt.'

Het voorzitterschap van de raad van bestuur dan maar. 'Daarin zetelen ook mijn twee broers. En om wat tegengas te geven tegen het familiale geweld hebben we twee onafhankelijke bestuurders.'

'Mijn broers en ik hebben elkaar altijd aangevuld. Als operationele man had ik altijd geld nodig om te investeren, terwijl Paul op de centen lette. Hij was de behoedzame, terwijl Jacques altijd supporterde: het komt wel goed. Er is altijd financiële ruimte geweest zonder schulden te maken. Dat vond ik heel belangrijk. Ik begrijp die bedrijven met zoveel schulden niet, dat is toch niet goed voor de nachtrust?'

'Ik denk dat het uit mijn opvoeding voortkomt. We hadden het niet breed en we hebben altijd heel zuinig geleefd. Dat maakt me ook bang voor erosie. Niet uit hebzucht, wel dat het ooit achteruit zou gaan met het bedrijf. Dit bedrijf zit vervlochten met mijn leven. Gaat het failliet, dan verlies ik een stuk van mezelf.'

Ik ga me als CEO niet laten vervangen. Ik heb drie sterke managers. Dat triumviraat is beter dan die ene, ideale CEO die je toch niet vindt.

MARC REYNDERS
CEO REYNDERS ETIKETTEN

De andere kinderen van Reynders werken niet in het bedrijf. ‘Enkelen waren in het verleden wel geïnteresseerd, maar we hadden toen net niet de juiste vacature.’ Hij aarzelt even. ‘Ik denk dat we daar in het verleden misschien iets te veel op buikgevoel over beslist hebben. Niet dat ik nu twijfel aan die keuzes, maar ze hadden misschien transparanter moeten gebeuren. Vandaag werken we dat trouwens uit in een familiecharter. Dat raad ik andere familiebedrijven ook aan: formaliseer dat proces of je loopt het risico dat de emoties hoog oplopen in de familie.’

Voor Reynders is de afweging tussen professionalisering en de familiale cultuur in het bedrijf behouden moeilijk. ‘Ik heb het hier altijd wat als een scoutsgroep gezien: een plek waar veel kon, zonder al te veel planning. Tot enkele jaren geleden maakten we geen budgetten op. Als we een nieuwe machine of een nieuw gebouw nodig hadden, kochten we dat gewoon. Ik botste daardoor wel eens met het management en de raad van bestuur. En ik merk dat ook de derde generatie daar anders mee omgaat.’

Smart, Safe en Sustainable

Hier spreekt men over etiketten zoals anderen over een goed boek of een mooi schilderij: met passie. Zoals Emile Reynders, de stichter van het familiebedrijf dat 60 jaar geleden al deed. Dat ondernemend avontuur begon bescheiden: vader Emile installeerde een drukpers in zijn achterkeuken en drukte naamkaartjes, doop- en huwelijksuitnodigingen. Toen zelfklevende etiketten hun intrede deden, richtte hij zich vrij snel op die innovatie en groeide het bedrijf - mede onder impuls van zijn drie zonen Paul, Jacques en Marc, de huidige CEO - stap voor stap uit tot een belangrijke en gerespecteerde speler in die niche.

"Ondanks COVID waren 2020 en 2021 geen mindere jaren.", zegt Marc Reynders, "Onze productie is nooit stilgevallen al merkten we wel dat onze klanten de ontwikkeling van nieuwe producten tijdelijk terugschroefden. Retailers van sportmateriaal of van cosmetica die hun producten in eigen winkels verkopen, kregen het hard te verduren. En door het quasi stilvallen van het verkeer deelde ook de automotive sector flink in de klappen. En toch bracht de coronacrisis ook onverwachte opportuniteiten, zoals distilleerderijen die ontsmettende handgels produceerden en extra labels vroegen."

"Wat we ook merkten," vult Marco Van Hooff, de Sales Director aan, "was een grotere vraag naar luxueuzere etiketten voor convenience maaltijden; vooral gedurende de periode van de thuisquarantaine. Daaruit bleek duidelijk dat mensen de behoefte hadden om zichzelf eens extra te verwennen."

Marc Reynders
CEO

"Smart", "Safe" en "Sustainable"

3 pijlers die de toekomstvisie van Reynders dragen

Smart

Met de wereldwijde aanwezigheid van snelle en krachtige communicatie-systemen en de steeds groter wordende impact van sociale media, is er een onmiskenbare noodzaak om digitale informatie via deze nieuwe lijnen te kanaliseren. Dankzij onze **R-connect** lijn (met o.m. **RFID & NFC** tags) komen we tegemoet aan deze nood aan een one-step-solution voor 'consumer loyalty programs', 'instant authentication', 'augmented reality', 'sponsor campaigns', enz... In het kort: we helpen onze klanten om het leven van hun klanten gemakkelijker te maken.

Safe

Veiligheidsetiketten moeten consumenten, bedrijven en controlerende organisaties in staat stellen om authentieke goederen en producten vrij gemakkelijk en op een betrouwbare manier te valideren.

Openlijke beveiliging - zgn. "overt security" - is de eerste barrière tegen namaak. De meest doeltreffende zijn die welke iedereen zonder technische hulp of apps kan verifiëren. Daarom maken onze **QUAZAR®** sluitlabels gebruik van helder gedrukte en visueel opvallende effecten. Het resultaat: twee duidelijk verschillende beelden die je afzonderlijk checkt door het label licht te kantelen. Deze innovatieve technologie stimuleert de betrokkenheid van de consument, wat leidt tot een hoger vertrouwen in het aangeschafte product.

Daarnaast hebben we een nauwe werkrelatie met de firma **ScanTrust** die een veilige, unieke identificatie ontwikkelde om verpakking en consument via Internet te verbinden en op die manier "Supply Chain Security", "Consumer Engagement", "Brand Protection", en "Real-time Business Intelligence" mogelijk te maken.

Sustainable

Door de groeiende aandacht voor recyclage en circulaire economie biedt Reynders zijn **Triple R** portfolio aan. Het is een selectie van courant verkrijgbare materialen die onze leveranciers aanbieden en waarin we zelf sterk geloven. Om opgenomen te worden in dit "**Reduce | Reuse | Recycle**" aanbod gelden strenge selectiecriteria, zoals kostprijs, esthetiek, verwerkbaarheid, beschikbaarheid en duurzaamheid. Best beschikbare technologieën blijven tevens een criterium waar je niet omheen kan. Concreet merken we dat het aandeel van onze **ZIP-sleeves** toeneemt. Dat zijn shrink sleeves met een verticale perforatie, waardoor die voor recyclage-doeleinden gemakkelijk van de primaire verpakking kan gescheiden worden.

"Ondernemen is voortdurend proberen om je zaak te verbeteren en niet wachten tot zaken op jou afkomen. Het heeft minder met winstdrang te maken dan wel met het optimaliseren van productieprocessen. Winst is vanzelfsprekend nodig en zorgt voor continuïteit. Wij worden hier gedreven door de kwaliteit van onze producten en het enthousiasme om er altijd weer nieuwe te ontwikkelen. In elke professionele activiteit is er een versmalling en toch zijn er nog altijd opportuniteiten. Je moet ze alleen weten te ontdekken."

www.reynders.com



‘Onze klanten en partners weten dat we bij het runnen van het bedrijf niet alleen naar de cijfertjes kijken.’

Sebastiaan Reynders,
Reynders Label Printing





‘Innovaties vloeien voort uit onze persoonlijke aanpak’

Net 65 geworden, is Reynders Label Printing duidelijk nog in volle expansie. Dat bewijst niet alleen de lopende uitbreiding van de farmadivisie in de Boechoutse bedrijvenzone aan de Nijverheidsstraat. Met Bart en Sebastiaan Reynders is intussen ook de derde generatie helemaal ingewerkt om voort te schrijven aan het familiale succesverhaal.

door Jan Van de Poel
fotografie Stephanie Fraikin

Dat begon al in 1956 in Mortsels, toen Emile Reynders startte met een handelsdrukkerij, die zich vanaf 1975 onder andere toelegt op de productie van zelfklevende etiketten. In 1980 stapten zonen Paul, Jacques en Marc mee in het bedrijf, waarna een verhuizing naar Boechout al snel aan de orde was. Beslissingen om zich onder meer te richten op de farma- en de cosmeticasector, in te zetten op digitalisering en ook productievestigingen in Polen, Frankrijk, Spanje en India te openen, legden de jongste twintig jaar de verdere basis voor de huidige Europese marktleider in zijn segment. ‘Onlangs hebben we nog een Spaans bedrijf overgenomen dat zich toespitst op de productie van etiketten voor de automotive en de chemie. De groep bestaat nu uit zes sites met een totale omzet van ruim 130 miljoen euro’, schetst Sebastiaan Reynders.

Samen met zijn neef Bart is hij de derde generatie die in het familiebedrijf actief is. Sebastiaan is vandaag hoofd van de planning, terwijl Bart salesverantwoordelijke van de farmadivisie is. ‘Tijdens de managementmeetings vertegenwoordigen we de familie. De niet-actieve familieleden worden enkele keren per jaar geïnformeerd

over de gang van zaken. Na mijn studies heb ik eerst twee werkervaringen elders gehad. Maar de aantrekkingskracht van het familiebedrijf was te sterk. Al van jongs af was ik hier voortdurend te vinden. De meest ervaren collega’s hebben me nog weten skateboarden door de magazijnen’, lacht hij. ‘Elders het klappen van de zweep onder de knie krijgen, is een aanrader. Tenslotte kan je zo interessante zaken opsteken en die meenemen naar het familiebedrijf. Eenmaal hier aan boord ben ik gestart in de productie. Door mee shiften te draaien, heb ik het bedrijf en zijn producten pas echt door en door leren kennen.’

GEDRAGSCODE VASTGELEGD

De operationele leiding van Reynders Label Printing heeft CEO Marc Reynders toevertrouwd aan het managementteam, dat bestaat uit een salesmanager, een operationeel manager en een financieel manager. Dat het familiebedrijf zijn positie in de markt voortdurend kan versterken, schrijft Sebastiaan Reynders toe aan de familiale aanpak die ook door het managementteam uitgedragen wordt. ‘De lopende uitbreiding is het nieuwste bewijs dat we volop investeren in onze toekomst. Dat doen we als onafhankelijk familiaal bedrijf, los van investeringsfondsen of andere stakeholders. Onze klanten en partners weten dat we bij het runnen van het bedrijf niet alleen naar de cijfertjes kijken. Die familiale benadering speelt ongetwijfeld vaak mee in hun keuze voor een samenwerking met ons.’

Die benadering spreekt ook uit een gedragscode waarnaar iedereen binnen Reynders Label Printing handelt. ‘Die bestaat uit drie hoofdlijnen’, licht Sebastiaan Reynders toe. ‘We zeggen zelden nee. We denken groot en handelen klein. En we werken hard met heel ons hart. Daaruit spreekt dat we vooral flexibel willen meedenken met onze klanten. Het verklaart waarom we nagenoeg voortdurend innovatieve dingen ontwikkelen. Dat vloeit voort uit die persoonlijke aanpak. Die maakt ons tot op vandaag een sterke

speler op een markt waar de grote spelers de kleineren stelselmatig overnemen. Als onafhankelijke, Europese koploper kom je dan snel in beeld bij klanten die specifieke oplossingen zoeken.’

KINDEROPVANG GEOPEND

In 2017 mocht Reynders Label Printing zelfs de award Trends Family Business of the Year voor Vlaanderen in ontvangst nemen. ‘Dat was voor de eerste twee generaties een heel mooie erkenning voor het geleverde werk. Het benadrukt ook hoeveel belang we hechten aan die familiale waarden. Die zijn echt belangrijk voor onze toekomst. Door de forse groei van het bedrijf ken ik misschien niet iedereen direct bij naam. Maar we zetten voortdurend in op een goede familiale sfeer, bijvoorbeeld met activiteiten wanneer dat weer kan. Op onze site hebben we trouwens ook zelf een kinderopvang geopend. En dagelijks zijn we op de werkvloer te vinden. Elke medewerker weet dat ze ons rechtstreeks kunnen aanspreken wanneer nodig.’

www.reynders.com



Meer weten over ons aanbod voor familiebedrijven? Ontdek het via deze QR-code.



REYNDERS

label printing

Authenticity with a human character, is the key to success!

The family value is their greatest pride, creating a warm nest where everyone feels at home. Personnel comes first, not profit or mass production. "We invest in our staff, value their well-being."

It all started with grandfather Emile Reynders printing birth cards in his basement in Mortsel. So many decades later Reynders Label Printing has become a healthy and growing family business with offices in Belgium, Poland, France, Spain and even beyond the European borders, India. What is their secret, and even stronger, what is the key to success? Authenticity with human character, it turns out.

International label printing with a personal touch' is the slogan on their website. Innovation, quality and family are the three pillars on which they build. Reynders is a family business, you could say. For three generations Reynders Label Printing is run by the same family. But without an open attitude you won't get there, says a proud third generation, cousins Bart and Sebastiaan. "By thinking and acting just a bit differently, we distinguish ourselves from the competition. Everyday we evaluate the human dynamics within our company and respond on this. People are more important than numbers."

Family value is their greatest pride, creating a warm nest where everyone feels at home. People come first, not profit or mass production. "We invest in our staff, value their well-being. We want them to come to work every day with a smile on their face. You achieve that by matching the right people to the right position," Bart and Sebastiaan emphasise. They care about their staff and try to help where they can. "There is a crèche in one of our branches where our employees can safely drop off their children while they come to work." They also organise staff parties and other activities to promote group cohesion among all employees. The company is always open to welcoming new people, and is constantly looking for new additions to strengthen the team.



☞ We are an independent family business. Our stakeholders are our employees, customers and suppliers. We invest in long-term relationships.

The operational management of 'Reynders Label Printing' is in the hands of the management team, without interference of external partners, under the watchful eye of the CEO, Marc Reynders. This is a deliberate choice, because then there is full control, without confirmation of outsiders. The majority of the profits are therefore also invested back into the company, to pursue organic and sustainable growth. "We are an independent family company, our stakeholders are our employees, suppliers and customers. We invest in long-term relationships. All decisions are taken with a long-term view in mind." Figures are important, but do not come first. "Our accommodation is modern and investing in new equipment is important. So that we hardly have to say 'no' to our customers and are able to offer everything. But those machines have to be operated by people. That is why our priority is our staff and we invest in them first.

Today, the company's official management is in the hands of the second generation of the Reynders family, supplemented by two external members who sit on the board of directors. Emile's three sons joined the company in 1980.

Paul does the financial side of the story, Jacques does the sales and Marc takes the production for his account. Today, a third generation, cousins Bart and Sebastiaan, is working to ensure a healthy future for the company. But there was no question of preferential treatment. "We started at the bottom of the ladder and both had to work hard to get here. A high-ranking position straight away was out of the question. We gained experience elsewhere and were only then allowed to join the family business." Family on the shop floor is not the same as family outside, they soon noticed. "There is a different mindset, we were looked at with suspicion. Hear, see and speak no evil was our strategy." Not undeservedly so, as it is a challenging world and you have to be able to take a beating. Thanks to the second generation, we have had to work hard and we now have the necessary knowledge.

At Reynders Label Printing they dare to dream big, but they clearly keep both feet on the ground. By completing the things on the table every day, you eventually reach that big dream, it sounds like. Without heavy strategies, but with a healthy dose of courage and a reliable gut feeling, we keep a close eye on the opportunities in the market. "When digital printing technology was still in its infancy, Marc Reynders was the first to buy such a machine. It was put in a corner and 'try to get something out of it' was the attitude. Nobody had any confidence in it. Meanwhile, we handle half of our orders with these machines", they say. Thanks to this audacity, they are developing with the time, and with the future. "We continue to invest and expand. By reinvesting our profits in the company, we lay the foundation for further growth." Continuing to think with an open mind and an efficient view is the message.



www.reynders.com

REYNDERS

label printing

Authenticiteit met een menselijk karakter, is de sleutel tot succes.

De familiewaarde is hun grootste trots, het creëren van een warm nest waar iedereen zich thuis voelt. Personeel komt op de eerste plaats, niet winstbejag of massaproductie. "We investeren in ons personeel, hechten waarde aan hun welzijn."

Het begon allemaal met grootvader Emile Reynders die geboortekaartjes printte in zijn kelder in Mortsel. Zoveel decennia later is Reynders Label Printing uitgegroeid tot een gezond en groeiend familiebedrijf met vestigingen in België, Polen, Frankrijk, Spanje en zelfs voorbij de Europese grenzen heen, India. Wat is hun geheim, en sterker nog, wat is de sleutel tot succes? Authenticiteit met een menselijk karakter, zo blijkt.

'International label printing with a personal touch', is de slogan die op hun website verschijnt. Innovatie, kwaliteit en familie zijn de drie steunpilaren waarop zij verder bouwen. Dat Reynders een familiebedrijf is, kan je wel stellen. Al drie generaties lang wordt 'Reynders Label Printing' bestuurd door dezelfde familie. Maar zonder open houding geraak je er niet, vertelt een trotse derde generatie, neven Bart en Sebastiaan. "Door net wat anders te denken en doen, onderscheiden we ons van de concurrentie. Iedere dag evalueren we de menselijke dynamiek binnen ons bedrijf en spelen hierop in. Mensen zijn belangrijker dan cijfers."

De familiewaarde is hun grootste trots, het creëren van een warm nest waar iedereen zich thuis voelt. Personeel komt op de eerste plaats, niet winstbejag of massaproductie. "We investeren in ons personeel, hechten waarde aan hun welzijn. We willen dat ze elke dag met een lach op hun gezicht komen werken. Dat bereik je door de juiste mensen aan de juiste positie te koppelen", benadrukken Bart en Sebastiaan. Ze geven om hun personeel en proberen te helpen waar kan. "Er is een kinderdagverblijf in één van onze vestigingen waar onze medewerkers hun kinderen veilig kunnen afzetten terwijl zij komen werken." Ook organiseren ze personeelsfeesten en andere activiteiten om de groepssamenhang van alle medewerkers te bevorderen. Het bedrijf staat steeds open om nieuwe mensen te verwelkomen, en is voortdurend op zoek naar nieuwe aanwinsten om het team te versterken.



Wij zijn een onafhankelijk familiebedrijf. Onze stakeholders zijn onze medewerkers, klanten en leveranciers. Wij investeren in langdurige relaties.

De operationele leiding van 'Reynders Label Printing' ligt in de handen van het managementteam, zonder inmenging van externe partners, onder het toezicht oog van de CEO, Marc Reynders. Dat is een bewuste keuze, omdat er dan volledige zeggenschap is, zonder bevestiging van buitenstaanders. Het merendeel van de winst wordt daom ook terug in het bedrijf geïnvesteerd, om een organische en duurzame groei na te streven. "Wij zijn een onafhankelijk familiebedrijf, onze stakeholders zijn onze medewerkers, leveranciers en klanten. We investeren in langdurige relaties. Alle beslissingen worden genomen met oog op lange termijn." Cijfers zijn belangrijk, maar komen niet op de eerste plaats. "Onze accommodatie is modern en het investeren in nieuwe apparatuur is belangrijk. Zodat wij nauwelijks 'nee' tegen onze klanten moeten zeggen en alles kunnen aanbieden. Maar die machines moeten bestuurd worden door mensen. Daarom ligt onze prioriteit bij ons personeel en investeren we in de eerste plaats in hen."

Het officiële bestuur van het bedrijf is heden ten dage in handen van de tweede generatie van de familie Reynders die verder wordt aangevuld met 2 externe leden die in de raad van bestuur zetelen. De drie zonen van Emile stapten mee in het bedrijf in 1980.

Paul doet de financiële kant van het verhaal, Jacques de sales en Marc neemt de productie voor zijn rekening. Vandaag werkt dus ook een derde generatie, zijnde neven Bart en Sebastiaan, mee aan de gezonde toekomst van het bedrijf. Maar van een voorkeursbehandeling was allesbehalve sprake. "We zijn onderaan de ladder gestart en hebben beiden hard moeten werken om hier te staan. Meteen een hoge functie en aan de slag, was niet aan de orde. We deden elders ervaring op en mochten dan pas toetreden tot het familiebedrijf." Familie op de werkvloer is niet hetzelfde als familie daarbuiten, dat merken ze al snel. "Er heerst een andere mindset, er werd naar ons gekeken met argusogen. Horen, zien en zwijgen was onze strategie." Niet onterecht, aangezien het een uitdagende wereld is en je tegen een stootje moet kunnen. Dankzij de tweede generatie hebben we hard moeten werken, waardoor we nu de noodzakelijke kennis bezitten.

Bij Reynders Label Printing durven ze groot dromen, maar staan ze duidelijk met beide voeten op de grond. Door elke dag de zaken die op tafel liggen te voltooien, bereik je uiteindelijk die grote droom, klinkt het. Zonder zware strategieën maar met een gezonde dosis lef en een betrouwbaar buikgevoel houden we de opportuniteiten in de markt nauwlettend in het oog. "Toen digitale druktechnologie nog in zijn kinderschoenen stond, was Marc Reynders de eerste die zo een machine kocht. Het werd in een hoek geplaatst en 'probeer er iets uit te krijgen' was de instelling. Niemand had er vertrouwen in. Ondertussen handelen we de helft van onze bestellingen af met deze machines", vertellen ze. Dankzij die durf ontwikkelen ze mee met hun tijd, en daarmee ook de toekomst. "We blijven continu investeren en uitbreiden. Door onze winst te herinvesteren in het bedrijf, leggen we de basis voor verdere groei." Blijven verder denken met een open houding en een efficiënte blik is de boodschap.



Derde generatie bij Reynders Label Printing in Boechout is aan zet: “We waken over onze familiewaarden”



Bart en Sebastiaan Reynders voor het nieuwe bedrijfsgebouw in Boechout. — © Filip Spoelders

BOECHOUT -

Met het aantreden van de derde generatie en een uitbreiding van de bedrijfsgebouwen in Boechout heeft Reynders Label Printing een nieuwe stap richting de toekomst gezet. “We zijn een sterk groeiend bedrijf en blijven innoveren”, zeggen de nieuwe zaakvoerders Bart en Sebastiaan Reynders.

Producten uit de chemie, pharma, cosmetica, dranken- of voedingsector, de kans is groot dat ze een label of etiket van Reynders Label Printing uit Boechout dragen. “We hebben dan ook klanten van de slager in het dorp tot multinationals in de chemie en pharma”, vertellen Bart en Sebastiaan Reynders.

De neven namen recent het roer van het bedrijf over en vormen de derde generatie van het familiebedrijf. Na oprichter Emile, zijn zonen Paul, Jacques en Marc zijn het nu de kleinzonen die Reynders besturen. “Marc heeft de fakkel doorgegeven, maar hij zit nog wel de raad van bestuur voor. Sinds zijn professioneel afscheid werken we met een managementteam. We worden bijgestaan door drie externen terwijl wij naast de dagelijkse activiteiten over onze familiewaarden zullen waken. Want Reynders blijft een familiebedrijf.”



Zowel Bart als Sebastiaan hebben de passie voor het drukken en voor etiketten overgenomen van hun vaders. “Ik zat als kind onder tafel al voor drukker te spelen. In het charter van het bedrijf staat dat we niet voor ons dertigste bij Reynders mochten

werken. We moesten eerst elders aan de slag, daarna zijn we hier onderaan de ladder begonnen”, geeft Bart aan.

Naast Boechout heeft Reynders momenteel bedrijven in Libramont, Frankrijk, Polen, Spanje, Duitsland en India. “Twee jaar geleden zijn we in Boechout begonnen met de bouw van een bijkomende productiehal voor onze afdeling pharma. Deze is nu geopend en ze verhoogt onze capaciteit hier met veertig procent. In Boechout werken 330 personen, in de hele groep meer dan zevenhonderd”, stipt Sebastiaan enkele cijfers aan.



Samen met Bart komt hij dus aan het hoofd te staan van een groeiend bedrijf. “We zijn een sterk groeiend bedrijf en we zullen blijven innoveren. We hebben meer dan drieduizend klanten en we zijn actief op de Aziatische markt. Zelf dromen we ook van Amerika. Blijvend vooroplopen op vlakken als duurzaamheid, flexibiliteit, innovatie, kwaliteit en snelle levertermijnen blijven onze uitdagingen. Maar het familiale karakter behouden blijft belangrijk. Onze medewerkers moeten voelen dat ze betrokken worden bij wat we doen en voor wie. We informeren ze doorlopend en als het mooi weer is, zetten we graag een ijskar voor de deur. Binnenkort houden we een sinterklaasshow”, geven de neven één van de troeven bij Reynders mee.

Uiteraard moet ook hun product helemaal op punt staan. “We staan sterk in het drukken van labels die een toegevoegde waarde bieden. Mooie kleuren op bijvoorbeeld de sleeves die over het volledige product worden aangebracht, functionele etiketten voor de pharma en de hoogstaande kwaliteit moeten deze meerwaarde creëren. Daar gaan we steeds naar op zoek, want we zeggen nooit neen tegen ons klanten”, besluit Bart.

Reynders Etiquettes Cosmétiques au service de ses clients locaux et internationaux



Publié le lundi 17 janvier 2022 à 00:00 [Libramont](#)

Bien plus qu'un simple emballage destiné à protéger un contenu, le **packaging** arbore une toute autre fonction. Véritable outil de communication, il confère à un produit son attractivité et son caractère singulier.

L'entreprise **Reynders Etiquettes Cosmétiques** l'a bien compris et propose à ses clients locaux et internationaux des solutions innovantes et qualitatives pour sublimer leurs produits tout en intégrant des cahiers de charge très divers.

Installée depuis 25 ans sur le **zoning industriel de Libramont – Recogne**, l'entreprise a connu un développement soutenu ces dernières années et imprime aujourd'hui plus d'un milliard d'étiquettes par an pour des grandes industries partout en Europe mais également des petites entreprises et des commerces locaux dans tous les secteurs d'activités.

Grâce à l'avènement de **l'impression digitale** et l'intégration d'un **service prépresse**, l'imprimerie peut répondre aux besoins de ses clients de manière encore plus réactive et flexible et peut prendre en charge des projets depuis la conception jusqu'à la réalisation.



Reynders Etiketten uit Boechout valt in de prijzen

Bart De bruyn

13 oktober, 2020

BOECHOUT – Reynders Etiketten heeft afgelopen week in Parijs de Trophée de l'Etiquette Numérique 2020 gekregen voor zijn innovatieve uitwerking van de nieuwste geneverlabels voor Hooghoudt, de gekende distilleerderij uit het Nederlandse Groningen.

Reynders Etiketten uit Boechout is als familiebedrijf ruim 60 jaar bedreven in zelfklevende etiketten en shrinksleeves. Naast België heeft de groep Reynders label printing vestigingen in Frankrijk, Polen, Spanje en India. Het bedrijf is uitgegroeid tot een belangrijke innovatieve speler op de verpakkingmarkt van alle sectoren: voeding, cosmetica, farmacie, chemie, automotive.

Het Franse vakblad Etiq&Pack organiseerde voor het tiende jaar op rij zijn wedstrijd voor digitaal gedrukte etiketten. Reynders Etiketten stuurde maar liefst vier inzendingen in: telkens één voor een jenever, een gin, een whisky en een bier. Met twee vielen ze in de prijzen.

Naast een eervolle vermelding voor de whiskylabels, waren het de geneverlabels voor Hooghoudt die de hoofdprijs wegkaapten in de categorie boissons spiritueux.

Internationale erkenning

Reynders Etiketten is absoluut blij met deze prijs die nogmaals de internationale aanwezigheid van het familiebedrijf uit Boechout in de verf zet. De Antwerpse drukker wordt dus in Parijs bekroond met labels voor een Nederlandse stoker, die op zijn beurt met deze raw en dirty genevers naar de Amerikaanse markt trekt. Voor de uitwerking ging het Nederlandse verkoopteam van Reynders al in de ontwerpfase brainstormen met Hooghoudt en zijn designbureau om alle technische mogelijkheden ten volle uit te spelen.