



## PERSBERICHT

7 mei 2010

### **‘Ondernemen versterkt Limburg’** VKW Limburg pakt uit met nieuwe imagocampagne

Op vrijdag 7 mei lanceert VKW Limburg een nieuwe imagocampagne onder de noemer ‘Ondernemen versterkt Limburg ... nu en in de toekomst’. Tijdens de 4 weken durende campagne wordt ondernemen op een positieve manier in de kijker gezet. Atypisch en met een focus op toekomstgericht ondernemen, waarbij duurzaamheid, innovatie, welvaart en welzijn centraal staan. De werkgeversorganisatie kan rekenen op de steun van ondermeer Frank De Winne als ‘ambassadeur’. De campagne onderstreept dat Limburgse ondernemers kiezen voor de toekomst. Ze beseffen dat latere generaties verder moeten kunnen bouwen op de innovatieve en duurzame keuzes die zij nu maken. Zo stellen ze het welzijn van de toekomstige generatie veilig en versterken ze de welvaart van onze provincie.

#### **Ondernemen versterkt Limburg ... nu en in de toekomst.**

Limburgse ondernemers maken het verschil - vandaag en morgen. Frank De Winne, die als ambassadeur en als hét boegbeeld van toekomstgerichtheid en innovatie de campagne ondersteunt, verwoordt het op een filmpje op de campagnesite als volgt: *“Limburgse ondernemers streven als pioniers naar innovatieve producten en betere diensten. Want ze beseffen: latere generaties moeten verder kunnen bouwen op de duurzame keuzes die we nu maken. Vandaag ondernemen, is kiezen voor de toekomst. Het is het welzijn van onze kinderen en kleinkinderen veiligstellen. En het is de welvaart van onze provincie versterken.”*

Doelstelling is om bedrijven en ondernemers bij het brede publiek op een positieve manier in de kijker te zetten, de ondernemingszin bij jongeren te stimuleren en de bedrijfsfierheid van eigen medewerkers te stimuleren.

#### **Toekomstige generaties**

Het campagnebeeld, met een kind als centraal figuur, symboliseert de link tussen het heden en de toekomst, tussen techniek en emotie.

De campagne wordt gelanceerd op vrijdag 7 mei met gouverneur Herman Reynders en gedeputeerde Marc Vandeput die letterlijk de campagne op gang 'eco-scooteren', samen met de 10 partnerbedrijven die de campagne mee ondersteunen. De volgende weken wordt de campagneboodschap onder de aandacht van de Limburgers gebracht via duizenden affiches in de bedrijven, metershoge banners langs invalswegen, paginagrote advertenties in de krant, boodschappen op Lijnbussen, 20m<sup>2</sup>-affiches, linken op diverse drukbezochte websites, social media, enz.. Op [www.ondernemenversterktlimburg.be](http://www.ondernemenversterktlimburg.be) ontdekken de bezoekers op een leuke, interactieve manier positieve boodschappen over duurzaam en toekomstgericht ondernemen en zijn er waardevolle 'innovatieve, toekomstgericht en milieubewuste' prijzen te winnen. 10 Limburgse bedrijven getuigen er hoe zij aan een duurzame toekomst bouwen.

### **Duel op de eco-scooter**

Via een wedstrijd maakt de websitebezoeker wekelijks kans op een elektrische scooter of één van de vijf smartphones. Na een leuk spiraalspel en het beantwoorden van 2 vragen volgt een schiftingsvraag waarbij men dient aan te geven hoeveel tijd enkele Limburgers erover deden om op de eco-scooter een parcours af te leggen. Deze wedstrijd filmpjes van gouverneur Herman Reynders, gedeputeerde van economie Marc Vandeput, VKW Limburg-voorzitter Luc Cardinaels en Jong VKW Limburg-voorzitter Bas van de Kreeke zijn wekelijks te zien op [www.ondernemenversterktlimburg.be](http://www.ondernemenversterktlimburg.be).

### **Volg de QR-code**

Een aparte QR-code-actie\*, gevolgd door een QR-event begin juni, richt zich specifiek tot de jongeren en early adopters die zo nog eens extra kans maken op een 5<sup>de</sup> eco-scooter. Met deze innovatieve insteek creëren we extra 'buzz' en geeft ondernemend Limburg aan mee te zijn met de allerlaatste evoluties. (\*QR staat voor Quick Respons, waarbij een tweedimensionele barcode met veel info en boodschappen kan ontcijferd worden via een smartphone)

Deze grootse imagocampagne wordt gerealiseerd met de steun van EFRO (Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling), de Vlaamse overheid en de provincie Limburg. Gedeputeerde van economie Marc Vandeput: *"De campagne levert een belangrijke bijdrage aan de profilering van Limburg als 'bedrijvige provincie' en is een goede aanvulling op de branding van onze provincie als een regio met een grote economische ambitie en onze doelstelling om Limburg tegen 2020 CO<sup>2</sup>-neutraal te maken."* Daarnaast verbinden ook tien toonaangevende Limburgse bedrijven zich als 'partner' aan de imagocampagne. *"Stuk voor stuk illustreren zij de actieve zoektocht van de Limburgse bedrijven naar een goed evenwicht tussen het economische, het sociale en het milieu waarbij een innovatieve en duurzame aanpak centraal staat,"* aldus Luc Cardinaels, voorzitter van VKW Limburg. Die partnerbedrijven zijn: **Carglass, Essec, Eurosyst, IDEWE, JBC, KBC, LRM, Scana Noliko, Sibelco en Tessengerlo Chemie**. Meer dan 200 andere Limburgse bedrijven ondersteunen de campagne als 'ambassadeur'.

→ [www.ondernemenversterktlimburg.be](http://www.ondernemenversterktlimburg.be)

---

## **Situering van de imagocampagne binnen het ‘Ondernemen is goed voor u’-EFRO project**

### **VKW Limburg lanceert vernieuwende projecten ter versterking van het ondernemerschap**

VKW Limburg is dagelijks bezig met de ondersteuning van het Limburgse bedrijfsleven. Willen we in de toekomst de welvaart en het welzijn van onze burgers vrijwaren, is het belangrijk dat er nu actie wordt genomen zodat de economische ontwikkeling van onze regio zich ook in de toekomst kan verder zetten. Met het project **‘Ondernemen is goed voor u’** wil de Limburgse werkgeversorganisatie met de steun van Europa (EFRO, Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling), Vlaanderen en de provincie Limburg het ondernemerschap stimuleren, de ondernemerszin aanwakkeren en de ondernemersvaardigheden versterken. Dit via 4 concrete acties die het imago van ondernemingen en van het ondernemerschap, ook bij vrouwen en jongeren, verder verbeteren en de vaardigheden van familiale ondernemers op vlak van groei, overname en opvolging versterken.

#### **Actie 1: Imagocampagne ‘Ondernemen is goed voor u’ ‘Limburg werkt ...samen’**

##### **Actie 2: Ondernemer voor de klas – Ondernemer voor de aula**

Sessies waarbij ondernemers/bedrijfsleiders debatteren met laatstejaarsleerlingen uit het secundair onderwijs en studenten uit het hoger onderwijs over attitudes, vaardigheden en ondernemerschap.

##### **Actie 3: Ondernemende vrouwen**

Succesverhalen van ondernemende vrouwen onder de aandacht brengen via diverse media en de uitgave een boek. En het opzetten van concrete initiatieven om vrouwen in de praktijk actiever te laten participeren in bestaande netwerken.

##### **Actie 4: Lerende familiebedrijven**

De ontwikkeling van een online quickscan rond organisatieontwikkeling binnen familiebedrijven (het familiebedrijf als lerende organisatie) en de realisatie van een boek met aansprekende en inspirerende cases van een 20-tal Limburgse familiebedrijven op het vlak van opvolging, corporate governance en organisatieontwikkeling. Met als doel een verdere professionalisering van de familiebedrijven in Limburg.

---

### **Over VKW Limburg**

Met bijna 900 leden-bedrijven is VKW Limburg de toonaangevende Limburgse werkgeversorganisatie binnen haar specifieke doelgroep van grote en middelgrote Limburgse bedrijven, waarvan ze maar liefst 70% vertegenwoordigt.

De jaarlijks 220 activiteiten voor méér dan 10.000 aanwezigen maken van VKW Limburg dé ontmoetingsplaats voor ondernemend Limburg. Centraal staan vorming, netwerking en de uitwisseling van ideeën en ervaringen.

Als belangenverdediger ijvert VKW Limburg alle dagen hard voor een goed ondernemersklimaat. Onafhankelijk en ongebonden verkondigen we de mening van onze leden en komen we voor hen op bij problemen of moeilijke dossiers en dit zowel individueel als collectief voor het Limburgse bedrijfsleven tout court.. Onze focus ligt daarbij op de Limburgse dossiers maar ook andere hot items verliezen we niet uit het oog.

Bovendien zet VKW Limburg voortdurend vernieuwende acties op om het ondernemerschap positief in de kijker te plaatsen.

In zijn werking onderscheidt VKW Limburg zich door steeds het concept van *degelijk ondernemen* voor ogen te houden.

---