



Limburg



PERSBERICHT

Lummen, 7 mei 2025

10^e Limburgs investeringsrapport:

Atelier Rebul bouwt verder aan een sterk merk in de Benelux: investeren met visie én vertrouwen

Ondernemen is nooit zonder risico. Of de markt nu meezit of tegenwerkt, de essentie blijft dezelfde: **wie wil groeien, moet durven kiezen, durven bouwen en vooral durven vooruitgaan.** Bij Atelier Rebul doen we dat elke dag opnieuw, vanuit een duidelijke visie en met het vertrouwen dat we als familiebedrijf delen.

Kris en Xander Gielen, CEO's Atelier Rebul: *"We investeren op alle fronten om **onze ambitie** waar te maken: **het meest herkenbare en geliefde lifestyle-merk van de Benelux worden.** Dat doen we door één consistente merkbeleving neer te zetten, ongeacht waar je ons tegenkomt - van Limburg tot Amsterdam. **Die beleving trekken we door tot in de kleinste details: van winkelinrichting en tijdloos meubilair tot visual merchandising en geurpresentatie.** Achter de schermen bouwen we aan een trainingsruimte en hebben we recent een dedicated product trainer aangesteld. Tegelijk zetten we digitale stappen met een nieuw leerplatform en slimme automatiseringen."*

Qua bedrag verwachten we dit jaar rond **€750.000 tot €1.000.000 aan totale investeringen** uit te komen, al is het niet evident om hier één sluitend bedrag of een opsplitsing op te kleven. We werken zelf ook niet met jaarbudgetten, maar **investeren op basis van noden en groeikansen** die zich doorheen het jaar aandienen gezien onze exponentiële groei. Deze middelen gaan onder andere naar **visual merchandising, interieur & meubilair, digitalisering, opleiding, internationalisering en operationele structuur.**

Onze sector - beauty en lifestyle - is uniek in zijn herhalend karakter. Onze producten maken deel uit van het dagelijks leven van onze klanten, en dat zorgt voor een natuurlijke terugkeer. Maar klanten blijven pas echt trouw wanneer de volledige ervaring klopt: het product, de service én de sfeer. **Daarom investeren we gericht in innovatie, beleving en kwaliteit** - met nieuwe producten die inspelen op de markt, zoals onze **recente Car Perfume**. Dit allen **ondersteund door technologie die onze werking sneller, persoonlijker en efficiënter maakt** - zonder onze menselijke aanpak te verliezen.

Onze **personeelsgroei** zal de komende jaren sterk afhangen van het tempo waarin we eigen winkels openen. Binnen onze bestaande structuur verwachten we vooral versterking op vlak van backoffice en boekhouding. Voor commerciële functies zoals visual merchandising en account management voorzien

we momenteel geen uitbreiding, aangezien deze teams per regio opereren en momenteel goed op sterkte zijn. Waar we wél op blijven inzetten, is **opleiding, digitalisering en automatisering**. Dankzij die aanpak slagen we er vandaag al in om met een relatief kleine maar sterk georganiseerde ploeg een zeer mooie omzet neer te zetten. **Zo mikken we dit jaar met een ploeg van ongeveer 25 mensen op een omzet van €22 miljoen**. Een bijhorende vraag om dit te beantwoorden is wat de impact van AI de komende jaren zal zijn. **Vandaag automatiseren we al meer dan 50% van onze klantenservice**, en ook in andere operationele processen biedt technologie steeds meer ruimte voor schaalvergroting zonder exponentiële personeelsgroei. Als we toch een ruwe inschatting maken richting 2030, verwachten we dat er **ongeveer 30 medewerkers zullen bijkomen, afhankelijk van de verdere uitrol van ons retailnetwerk en de technologische evolutie binnen onze werking**.

Kris en Xander Gielen: *“Wat ons als familiebedrijf extra kracht geeft, is de **unieke samenwerking tussen vader en zoon**. We nemen onze beslissingen samen, met een helder gedeeld doel en een onvoorwaardelijk vertrouwen. En ja, ook wij zullen onderweg fouten maken of keuzes bijsturen. Maar dat hoort erbij. **Ondernemen is vooruitgaan, zelfs als je nog niet zeker weet waar elke stap je zal brengen.**”*