

MAES TEXTILES NEEMT WEVERIJ DEGROOTE OVER

Een kameleon in badjas

Maes Textiles, een producent van badstoffen, neemt het keukenlinnenbedrijf Degroote over. Tegelijk wordt een versnelling hoger geschakeld om het eigen label Maes Home Textiles een bredere bekendheid te geven.

Met de overname van Weverij Degroote haalt Textiles Maes zestig jaar ervaring in huis. Niet dat Maes zelf een jonkie is, want met ruim 45 dienstjaren op de teller kan de badstoffenproducent een aardig mondje meepraten in textielland. "De activiteiten van Degroote sluiten perfect aan bij ons gamma van badstoffen," verklaart gedelegeerd bestuurder Rino Maes (39) de overname. "De productportefeuille wordt op een organische wijze uitgebreid met artikelen die passen binnen ons segment." Door de ruimere productmix hoopt Maes het klantenbestand gestaag uit te breiden.

Weverij Degroote - een sterke naam in de productie van handdoeken en tafellinnen voor de institutionele markt - kampte met een opvolgingsprobleem: zaakvoerder Marc Degroote (64) heeft geen opvolgers. Hij blijft actief als consultant, om Textiles Maes bij te staan en primair om de overdracht vlot te laten verlopen. Met de familie Maes was er al geruime tijd een samenwerkingsverband, zodat de overname eerder een natuurlijke evolutie is. Beide bedrijven zijn eerder kleinschalig te noemen, maar dat weerhield hen er niet van om een stevige fundamentele klantenportefeuille uit te bouwen. De combinatie van beide producenten - die op termijn onder één dak moeten komen - zal samen een twintigtal werknemers tellen. Er wordt gemikt op een omzet van 6 miljoen euro.

Vandaag overlappen de klantenportefeuilles van beide bedrijven elkaar voor zo'n 60 %, schat Maes. Het exportquotum draait rond 75 %. Dagelijks worden zo'n 15.000 handdoeken afgewerkt. "De helft daarvan gaat onder de eigen merknaam, Maes Home Textiles, de deur uit," stelt Rino Maes. De andere 50 % vindt via de privatelabelmarkt zijn weg naar de consumenten. De meest uiteenlopende klanten kloppen aan bij de badstofproducent. Hotels, ziekenhuizen, de publiciteitssector, postorderbedrijven, groothandels of distributiebedrijven, noem het en ze staan op de klantenlijst van de West-Vlamingen.

En nu de Mount Everest op

Met gepaste trots troont Rino Maes ons mee door de showroom van Maes Textiles. De diverse badhanddoeken hangen mooi in het gelid. Het kleurenpalet oogt fris, aangenaam hedendaags en de badstof is er in verschillende uitvoeringen, onder meer met jacquardmotief. Een recente investering in Dornierweefmachines moet het geloof in de toekomst illustreren.

Samen met broer Bart - die productieverantwoordelijke is in het bedrijf - vertegenwoordigt Rino Maes de tweede generatie in het familiebedrijf. Vader André Maes richtte het bedrijf eind jaren vijftig op, zodat de zoons textielvezels in de genen hebben. Ook de echtgenote van Rino Maes, Dominique Naessens, ademt textiel. Zij is de dochter van wijlen André Naessens, de textielgoeroe die samen met de familie Tuytens Concordia Textiles groot maakte. Een op en top familiebedrijf dus, wat zich ook weerspiegelt in het aandeelhouderschap. Een intermezzo van vijf jaar externe aandeelhouders - Creafund had tot vorig jaar een belang van 13 % in Maes - niet te na gesproken.

Vandaag bezit de familie Maes opnieuw alle aandelen van het bedrijf.

Maes Textiles huist in Waregem, het kloppende hart van de West-Vlaamse textielsector. En hoewel er de voorbije maanden in de textielsalons wat afgeklagd is, onder meer over de goedkope import uit China, valt bij Rino Maes geen dissonant geluid te horen. "Ja, het is een moeilijke sector, met bijbehorende fluctuerende cijfers in de balansen, maar door de uitdagingen aan te gaan bewijst men ten volle zijn entrepreneurschap," zegt hij. Ook in zijn privéleven schuwt hij de uitdagingen niet: voor augustus staat de beklimming van de Mount Everest op het menu. "Overigens, de consument is ook niet van gisteren. Dumprijzen mogen dan wel aantrekkelijk ogen, maar als de kwaliteit achterwege blijft is de lol er snel af," zegt Maes, terwijl hij met zijn handen door een handdoek woelt om de zachte vezel te voelen. "Gekamde ringspingarens, de beste katoengarens." De collectie van Maes hoort thuis in het betere segment. "Mensen zijn bereid te betalen voor goede artikelen met mooie dessins," zegt Maes.

Goedkope import

Toch moest Maes Textiles ook zijn strategie onderweg wijzigen om het hoofd te bieden aan de krimpende marges onder druk van de goedkope import. De weefboomafdeling werd enkele jaren geleden afgestoten, omdat die niet tot de kernactiviteit van het bedrijf behoorde. En sinds een drietal jaren heeft Maes ook een atelier in Turkije en Polen, waar de meest arbeidsintensieve productie wordt gedaan. Rino Maes is eerder op zijn hoede wanneer dit thema wordt aangesneden. "Door die gedeeltelijke delokalisatie kunnen wij hier vandaag nog ontwerpen en produceren," zegt Maes. "Tegelijk zijn wij eigenlijk kameleons: we moeten ons steeds aanpassen en constant anticiperen op de toekomstige marktontwikkelingen."

Had de sector het begin jaren 2000 even lastig, op termijn blijft badlinnen een groeisector. Er is een steeds grotere aandacht voor hygiëne, en de badkamer wordt opgewaardeerd in het hele interieurgebeuren. Dat opent perspectieven voor producenten van badlinnen, zeker in het hogere segment. Sinds een aantal jaren is Maes Textiles dan ook aanwezig op Heimtextil, de jaarlijkse hoogmis voor wie ertoe doet in de sector van interieurtextiel. Geen sinecure voor een kleinere speler uit de sector, beseft ook Rino Maes. "Maar het is toch belangrijk om je er te laten zien en je collecties te tonen."

Lieven Desmet

Trends - 29-06-2006