

dhulst'

bouwt van jou

Sophie D'Hulst, CEO dhulst'

Een sterke vrouw in de bouw

Ruim 2 jaar geleden nam Sophie D'Hulst officieel het roer over van papa Patrick.

Ze kwam zo aan het hoofd te staan van het bekende bouwbedrijf dat de eigen familienaam steeds als uithangbord voor de familiale aanpak hanteerde. Met respect voor de bloeiende en boeiende historiek van het familiebedrijf besliste Sophie toch meteen om haar eigen accenten te leggen, zelfs letterlijk:

D'Hulst Van Rymenant veranderde in dhulst', een accentverschuiving naar het einde van de naam, die wijst op een duurzame dynamiek en toekomstgerichte technieken.

Redactie | Johan Van Rooy

Deze accentverschuiving was slechts een van de subtiele speerpunten van een even dynamische als discrete rebranding, die op korte tijd wél voor herkenning en erkenning zorgde: dhulst' werd door Voka gelauwerd als innovatieve ondernemer. Hoog tijd voor een babbel met een sterke vrouw in de bouw.

Een polyvalente prima donna

Als geboren en getogen Lierenaar sta ik er niet van versteld dat mijn stads- en gespreksgenote een sterke sleutelrol speelt binnen een bedrijf. Ik ken Sophie als een dynamische duizendpoot die onder meer op de planken én op het politieke toneel haar strepen als leading lady verdiende.

Eerst woordkunst, dan rechten

“Grappig dat je verwijst naar ‘Pallietter, de musical’, waar ik met Gunther Levi het podium deelde. Het klopt dat ik als kind gretig mijn tanden heb gezet in alles wat met woordkunst, drama en zang te maken had, in die mate dat ik op mijn achttiende ernstig heb overwogen om mijn hogere opleiding aan het conservatorium te volgen. Mijn ouders overhaalden me om eerst een ‘echt’ diploma te behalen. Door voor rechten en vervolgens Vlerick te kiezen, zette ik bijna onbewust de eerste stappen in de voetsporen van mijn vader. Mijn professionele piste bracht me nog een tijdje in andere bedrijven en op het politieke pad, maar na die boeiende omzwervingen ben ik persoonlijk en professioneel ‘thuisgekomen’. Dat voelt goed én juist, omdat de interesse voor het bouwbedrijf ook van kindsbeen af een rode draad in mijn leven is. Begrijp me niet verkeerd: zowel cultuur als politiek liggen me nog bijzonder na aan het hart. Ik ben een tijd schepen van cultuur geweest in Lier en ik deed dat bijzonder graag, maar zodra ik aandelen in het bedrijf had, ben ik daar bewust mee gestopt: zelfs met bonafide bedoelingen zal er altijd een zweem van verdachtmaking zijn als de man of vrouw van de handtekening dezelfde is als die van de uitvoering.”

Een familiaal fundament

Sophie koos dus resoluut voor het familiebedrijf en voor een rebranding ervan. Ik pols bij Sophie hoe zo'n familiale overname loopt en uit tegelijkertijd mijn vermoeden dat haar sterke karakter en dat van papa Patrick geen vrijgeleide zijn voor een rimpelloze reconversie. “Het klopt volledig dat in een familiebedrijf als dhulst' de zakelijke communicatie steeds gekleurd wordt door een familiale connotatie. Dat kan een achilleshiel lijken, maar in realiteit is het de ijzersterke motor van ons familiebedrijf, waar beslissingen worden genomen met het hoofd én met het hart. De overgang is trouwens erg vlot gegaan: er was geen discussie over wie de toekomstige ‘troon’ zou bezetten, aangezien zowel mijn broer als mijn zus in het buitenland wonen en werken. Toen papa polste of ik interesse had om op termijn de eerste viool van hem over te nemen, raakte hij de juiste en gevoelige snaar: een overname was de andere optie, maar dan zouden met het bedrijf vijftig Lierse gezinnen opgaan in een grote groep en zou de familiale sfeer verdwijnen. En laat nu dat een van de sterke punten zijn van ons bedrijf. De familiale, lokale

verankering is overigens een nog substantiëlere speerpunt geworden bij de rebranding. De overgang is ook geleidelijk gegaan: lange tijd had papa 70 % van de aandelen en ik 30, sinds een jaar of twee zijn alle aandelen in mijn handen.”

De ‘eigen kerk’ als epicentrum van een sterk merk

Het woord rebranding is al een paar keer gevallen, maar als ik naar Sophies verhaal luister, beschouw ik die toekomstgerichte transitie toch veel meer als een organische overgang dan als een revolutionaire reconversie. Zie ik het fout als ik stel dat de motor achter de interne innovaties geen identiteitscrisis was maar een identiteitsbepaling? “Je ziet dat helemaal goed. Door het bedrijf onder de loep te nemen, zijn we ons zeer bewust geworden van de waarden die onze unieke identiteit bepalen. Het ‘nieuwe’ dhulst' omarmt dus zelfbewust het verleden én bouwt met evenveel bewustzijn en zin voor innovatie aan de toekomst. Ik had het daarnet al over Lierse gezinnen: in de hele historiek van het familiebedrijf heeft dhulst' steeds ingezet op lokale rekrutering en werkzaamheden.”

Afstand tussen erf en werf

Die bewuste keuze wordt door de rebranding extra in de verf gezet: door de afstand tussen ‘erf’ en werf te minimaliseren, verkleinen we de ecologische voetafdruk, kunnen we bouwen aan echte en hechte klantenrelaties en dragen we bij aan de levenskwaliteit van onze werknemers. Wat vroeger een stilzwijgende strategie was, wordt nu een prominente pijler: in tijden waarin duurzaamheid, low impact en levenskwaliteit hete hangijzers zijn, zorgt deze fantastische filosofie voor een enorme duurzame dynamiek. Door het professionele en het persoonlijke niet van elkaar los te koppelen, hebben we écht passioneel personeel dat op volle sterkte draait door een wenselijke werk-privébalans.”

Bouwt van jou

Is er in een business die gebouwd is met mannelijk cement ook ruimte voor een vrouwelijk accent? “Ik begrijp je vraag, maar tot mijn vreugde is ze niet relevant voor de klant: ik kan vol overtuiging zeggen dat je in onze sector niet wordt afge-rekend op wie je bent, wel op wat je doet. In die optiek proberen we echt het verschil te maken en daarmee sluit ik naadloos aan bij het eerste deel van je vraag: uiteraard hebben we behouden wat goed is, maar even vanzelfsprekend hebben we verstrekkende veranderingen doorgevoerd om dhulst' echt een innovatieve identiteit te geven. De slogan ‘bouwt van jou’ is overigens geen gimmick, maar een even schitterende als simpele samenvatting van ons verhaal, waarin we ook volop inzetten op menselijk kapitaal. Omdat we relatief kleinschalig zijn, ruimt de anonieme aanpak bij dhulst' plaats voor intensieve interactie met de klant. Even belangrijk voor de klant is dat die warme, persoonlijke aanpak hand in hand gaat met toekomstgerichte technologie: ik maak me sterk dat dhulst' een ‘klein’ bedrijf is met de mogelijkheden en de expertise van een

grote speler. Zo rijden we mee op kop van het progressieve peloton dat de digitale demarrage in de bouwsector heeft ingezet: dhulst' heeft voluit voor BIM (Building Information Management) gekozen. De werkwijze biedt voor alle betrokken partijen alleen maar voordelen: met de REVIT software krijgt de bouwheer een duidelijk 3D-model van zijn project en kunnen wij de werkvoorbereiding en de prefabfase optimaliseren. Lean planning en professionele prefabricage zijn trouwens essentiële elementen in onze moderne methodiek, waardoor we niet alleen sneller en efficiënter maar ook budget- en milieuvriendelijker kunnen werken. Dat laatste aspect realiseren we op impliciete én expliciete manier: zo zorgt de nabijheid van de werven automatisch voor een veel lagere impact, maar daarnaast hebben we ook ons wagenpark volledig vergroend. Al onze mensen rijden nu elektrisch, hybride of met CNG.”

De wereld van Sophie: communicatie is key

In een boeiende babbel die op zijn einde loopt, heeft Sophie zich gepresenteerd als een enthousiaste entrepreneur en een even bedreven als gedreven gesprekspartner. Als ik haar vraag naar haar persoonlijke sterke punten, blijkt die communicatieve kracht één van de -excusez le mot- bouwstenen van haar aanpak te zijn. “Door het over de kracht van het woord te hebben, is de cirkel van dit gesprek rond: ‘woord’ stond centraal in mijn persoonlijke verleden én zal een krachtige kernrol vertolken in de toekomst van het bedrijf. Als CEO van het bedrijf steek ik veel tijd en energie in communicatie met de klanten en probeer ik uitermate bereikbaar en aanspreekbaar te zijn. Misschien nog belangrijker is een dynamische en diepgaande dialoog met mijn medewerkers op elk niveau. Je zou het misschien niet verwachten, maar in de bouw is communicatie key: hoe duidelijker de communicatie en



de afspraken, hoe beter de werf. Ik durf te geloven dat krachtdadige en constructieve communicatie een van mijn sterktes is en ik vermoed zelfs dat ik daar als vrouw voordeel geniet in de ‘harde’ sector die de bouw is. Binnen het bedrijf heb je diverse types en zelfs stereotypes van gesprekspartners, gaande van de zwijgzame arbeider tot de ingenieur die technisch denkt én spreekt. Pas door de juiste vragen te stellen slaag ik erin om de geschikte informatie naar boven te halen én die concreet te vertalen. Een tip voor elke CEO? Echt praten bestaat vooral uit oprecht luisteren.” ■