

KLAAS ARNOUT BREEKT MET BASALTE PIJLSNEL INTERNATIONAAL DOOR

# ‘We willen vooral duurzaam groeien’

Technische eenvoud, een puur design en een bewuste keuze om alles in België te ontwerpen en te produceren, dat zijn de sleutelementen in het succesverhaal van de domoticaspecialist Basalte. “Dat we vanuit België ons product over de hele wereld kunnen verspreiden, vind ik pure magie.” **ELIEN HAENTJENS, FOTOGRAFIE KRIS VAN EXEL**

“**O**m een succesvol product te ontwikkelen, moet je in eerste instantie een goed probleem hebben”, steekt Klaas Arnout, de CEO van Basalte, van wal. “De complexiteit van een domoticasysteem was volgens mij zo’n probleem. Telkens als ik zo’n systeem aan de man wilde brengen, bleek dat de drempel voor veel mensen erg hoog was. Ze vroegen me of ze wel met het systeem zouden kunnen werken, of het niet stuk zou gaan en of het technisch niet te ingewikkeld was. Terwijl het verkoopsgesprek eigenlijk zou moeten gaan over het comfort en de mogelijkheden.”

Die ervaring leerde Arnout dat er behoefte was aan een eenvoudiger en gebruiksvriendelijker domoticasysteem. Samen met zijn echtgenote, de interieurarchitecte Sandra Maes, ging hij zelf aan de slag. Samen ontwikkelden ze een concept en een eerste reeks producten. “We stelden de schakelaars voortdurend ter discussie, tot we het gewenste resultaat bereikten. Een schakelaar die eenvoudig was om te bedienen, maar er ook discreet uitzag zodat hij volledig kan opgaan in de omgeving.”

Het bleek al snel dat Arnout het met zijn concept bij het rechte eind had. Want meteen na de opstart in 2008 rijfde het bedrijf de eerste designprijzen binnen, waaronder een Red Dot Design Award.

“Enkele maanden later stonden we met een kleine stand op Light & Building in Frankfurt. Doordat we een van de designprijzen van de beurs wonnen, kregen we heel veel passage, hoewel we helemaal achteraan in de hall stonden. Bovendien kreeg ons verhaal dankzij die designprijzen geloofwaardigheid, want tenslotte kwamen we met een totaal ander soort

## BASALTE IN CIJFERS

- ◉ **Groei:** 43 procent per jaar
- ◉ **Actief:** in 57 landen
- ◉ **Aantal medewerkers:** 22
- ◉ **Brutomarge:** 1.658.000 euro
- ◉ **Bedrijfsresultaat:** 857.000 euro
- ◉ **Nettoresultaat:** 565.000 euro
- ◉ **Solvabiliteit:** 57 procent

product op de markt. En een domoticasysteem schaf je voor een lange periode aan, je moet het als bedrijf dus verdienen dat mensen voor jouw product kiezen. Bovendien garanderen de designprijzen een bepaalde kwaliteit, en zorgen ze ervoor dat je product bekend raakt. Want Basalte op zich was natuurlijk nog geen sterk merk.”

## België boven

Dat de producten ontwikkeld zijn volgens het *form follows function*-principe

verleent ze hun bijzondere kracht. “Ondanks de geavanceerde technologie zijn de schakelaars bijzonder makkelijk te bedienen. Bovendien kunnen klanten met een meer barokke smaak gewoon voor een andere afwerking kiezen, zoals messing of gebronsd staal. De rode draad in de afwerking is de keuze voor authentieke, eerlijke materialen, en dus geen vervuilend plastic. Ze benadrukken de puurheid van het ontwerp nog eens extra”, stelt Arnout.

Voor elke specifieke afwerking zocht Klaas Arnout een gespecialiseerd atelier dat de producten stuk voor stuk ambachtelijk maakt. “Zo werken we samen met een atelier in Moeskroen om leder te produceren dat slechts 0,8 mm dik is, en kan werken met de touch-technologie. We hebben voor de productie van alle materialen een netwerk van gespecialiseerde onderaannemers opgebouwd. We stimuleren hen om hun grenzen te verleggen”, vertelt Arnout.

Die ateliers bevinden zich allemaal in België, en ook de rest van het product wordt in eigen land ontwikkeld en geproduceerd. “Dat spelen we in onze marketing uit. Want we zijn trots op wat we kunnen. Bovendien is België veel bekender in de wereld dan we wel denken. Door het voetbal en de chocolade, maar ook door ons clever, eerlijk en kwalitatief design. Die reputatie willen we met

**KLAAS ARNOU**  
"Ik geloof sterk  
in de maakindustrie.  
Want België staat  
synoniem voor  
creativiteit."



Basalte nog versterken. Ik geloof sterk in de maakindustrie, hoe klein ze misschien ook is. Want België staat synoniem voor creativiteit", zegt Arnout. "En dus moeten we niet alleen inzetten op grote multinationals, maar vooral op kleine kmo's die creatief aan de slag gaan met bestaande elementen. Zo creëren ze nieuwe producten, een commercieel aantrekkelijk verhaal en dus ook werkgelegenheid."

En de hoge loonkosten dan? Arnout vindt die geen onoverkomelijke hinder-

nis. "Als je een high-endproduct creëert met voldoende marge, kun je perfect in België produceren. Bovendien appreciëren die welgestelde klanten dat ook, want het garandeert de kwaliteit van het product. Onze producten zijn al op de meest exclusieve plaatsen geïnstalleerd. Wat mij het meest trots maakt, is dat we vanuit België op een relatief kleine schaal en met weinig middelen een product kunnen lanceren dat de wereld rondgaat. Dat is pure magie, en geeft enorm veel voldoening."

### **Internationaal cliënteel**

Een ander voordeel van Basalte is dat de producten aansluiten bij KNX, een internationale standaard waar wereldwijd zo'n 300 bedrijven mee werken. "Dat is een ongelooflijke hefboom. Daardoor konden we met één product meteen een bedrijf opstarten, en waren we vanaf het tweede jaar al winstgevend. Anderzijds is het moeilijker markten te veroveren waar KNX niet aanwezig is, zoals in Latijns-Amerika."

"Maar op markten waar duur vastgoed gecombineerd wordt met KNX, kunnen we makkelijk klanten opbouwen. We kunnen door het design en de materiaalkeuze van ons product ook inspelen op de emoties, waardoor de prijs op de tweede plaats komt."

Dankzij al die elementen exporteert Basalte 90 procent van de productie, en opende het eind 2014 een showroom in Peking. In september volgt Rusland, begin 2016 Groot-Brittannië en Duitsland. "Anders dan in België, waar we een ervaringsruimte hebben ingericht voor architecten en klanten, is het in China vanuit marketingoogpunt belangrijk een echte showroom te hebben. Die bevindt zich in een winkelcentrum voor interieur, dat veel bezocht wordt door architecten."

Ten slotte is Basalte bezig met de ontwikkeling van nieuwe producten, want op termijn wil het bedrijf een volledig Basalte-ecosysteem creëren. "Als we meerdere producten kunnen aanbieden, zal dat versterkend werken. Want dan kunnen we een groter deel van een project voor onze rekening nemen, en zal de loyaliteit van onze klanten toenemen. Maar vooraleer we dat kunnen doen, moeten we onze nieuwe producten volledig uitontwikkelen. Want nu leggen we de kiemen van onze toekomstige groei, en dus moet de kwaliteit excellent zijn."

Daarnaast willen we onze groei bewust onder controle houden, zodat we goede mensen kunnen aantrekken en we onze infrastructuur efficiënt kunnen blijven organiseren. Voorlopig financieren we alles met eigen middelen, maar als er ooit extern kapitaal nodig zou zijn, sluit ik dat niet uit. Dat onze groei onderbouwd en dus duurzaam is, is het belangrijkste." ©