



Uitreiking Gulden Spoor voor Economische Uitstraling aan Ann en Bart Claes Antwerpen, 11 juli 2018

Geachte minister-president, burgemeester, schepenen, gemeenteraadsleden, dames en heren

Antwerpen is een kostbare diamant met oneindig veel facetten.
Vlaanderen is een kostbare diamant met oneindig veel facetten.



We hadden dat vandaag nergens beter kunnen vieren dan hier in de Sint-Augustinuskerk waar de kunstenaar Jan Fabre voor de 40ste verjaardag van deze barokkerk een hedendaagse interpretatie creëerde met in totaal 450.000 dekschilden van de juweelkever op de plaats waar de altaarstukken van Peter Paul Rubens, Jacob Jordaens en Anthony Van Dyck destijds hingen.

Toen ik vorige week dinsdag aanwezig was op de plechtige opening zag ik plots in het altaarstuk hier achter mij het verband met vandaag. Kijkt u even mee en focust u eerst op het schaap, helemaal onderaan, net boven de gouden letters.

Vandaag vieren we overal in Vlaanderen onze Vlaamse feestdag en brengen we ook even het historische verhaal dat achter onze Vlaamse feestdag zit in herinnering. Het verhaal van het gevecht van rijke adellijke families tegen het Vlaamse volk, van David tegen Goliath, van de schapen tegen de wolven.

In de middeleeuwen hadden de Vlamingen niet de reputatie van een bijzonder strijdvaardig volk te zijn. Je zou kunnen zeggen dat ze makke lammetjes waren. Een

tijdgenoot noemde Vlamingen zelfs "met boter gevulde konijnen". De Guldensporenslag van 11 juli 1302 brengt een grote ommekeer.

De Vlaamse revolutie van 1302 verandert grondig het imago van Vlaanderen, zowel het beeld dat de Vlamingen van zichzelf hebben als het beeld van Vlaanderen in het buitenland. Voor een keer ondergaat Vlaanderen niet de Europese geschiedenis maar het maakt die zelf. De Vlaamse overwinning brengt de Franse opmars in de Zuidelijke Nederlanden voor eeuwen tot staan. Het bestuur wordt overal in de bevrijde gebieden gedemocratiseerd en ook de economische regels worden herschreven. De volksbesturen die in de Vlaamse steden aan de macht komen, schakelen over van het Frans naar het Diets om de eenvoudige reden dat ze geen Latijn of Frans kenden. De les van 1302 mag niet vergeten worden: "Met boter gevulde konijnen" of makke lammetjes dwingen geen respect af. Een volk dat trots is op zijn eigen identiteit, dat rechtmatige belangen verdedigt en dat zijn lot in eigen handen neemt, doet dat wél.

Vlaanderen is een kostbare diamant met oneindig veel facetten die samen onze identiteit vormen. Ziet u de diamant net boven het Vlaamse lam?

In een wereld die voortdurend verandert, is het hebben van een duidelijke identiteit de enige manier om stand te houden. Een land met samenhang, met een identiteit, komt op voor zijn belangen, vecht voor zijn welvaart, zijn mensen, voor zijn taal. Wij zijn ervan overtuigd dat het gewicht van onze taal en cultuur in Europa en de wereld zal afhangen van de innerlijke kracht ervan en van ons zelfrespect. Vlaanderen is daarvoor niet te klein. Als 2 miljoen Slovenen, 3 miljoen Litouwers, 4 miljoen Ieren en de 5 miljoen Slovakken aan de beslissingstafel van Europa zitten, waarom hebben 6 miljoen Vlamingen daar dan nog zo te weinig te zeggen? Is het ook geen gekke situatie dat het Groot-Hertogdom Luxemburg en Malta in Europa directer en efficiënter aanwezig zijn dan Vlaanderen?

Een mooi initiatief is in ieder geval het VOS digitaal *Museum voor Vlaanderen*. VOS Vlaamse Vredesvereniging wil hiermee het historisch bewustzijn van de Vlamingen aanscherpen door het opstarten van een digitale, laagdrempelige en actieve herdenkingscultuur om het imago van de Vlaamse Beweging ten goede te herdefiniëren door de culturele en vredelievende tendensen van de Vlaamse Beweging te benadrukken. Daarnaast wil VOS door de actieve omgang met het verleden verschillende generaties en groepen met elkaar verbinden. Zoek zeker eens meer informatie op uw computer op over het *Museum voor Vlaanderen* eens u weer thuis bent!

Sinds 1973, intussen ook al 45 jaar geleden, is 11 juli de officiële feestdag van onze Vlaamse gemeenschap. Ik gebruik bewust het woord 'gemeenschap' omdat het een feestdag is voor alle Vlamingen. Voor de overtuigden maar evenzeer voor de nog niet helemaal overtuigden. Voor de idealisten van weleer en de realisten van vandaag. Voor oude en nieuwe Vlamingen. Voor al wie zich hier thuis voelt. De feestdag dus van een open en diverse gemeenschap.

2

Wij proberen met onze Beweging Vlaanderen-Europa en onze campagne Vlaanderen Feest! sinds 1996 deze boodschap in heel Vlaanderen en daarbuiten te verspreiden. Op het altaarstuk hier achter mij zie ik dat gesymboliseerd door de het bovenste gedeelte: de golf die uit de diamant ontspringt en de wijde wereld instroomt. In alle bescheidenheid, ons succes stijgt nog elk jaar. We zijn er nog niet als ik vergelijk met de voetbalgekte van de voorbije weken. 11 juli is ook nog altijd niet wat the *Fourth of July* voor Amerikanen betekent, of *Koningsdag* voor de Nederlanders, of *Saint Patrick's day* voor de Ieren. Elf juli roept nog niet dat massagevoel op. Maar dat het samenhangsgevoel elk jaar groeit, stel ik zeker vast als ik bureneveningen bezoek of aangesproken word door concertgangers tijdens ons Vlaanderen Feest-concert, bijvoorbeeld straks op de Grote Markt, live uitgezonden door de VRT. Elk jaar stijgt het aantal vooral jonge zelfbewuste Vlamingen dat aan de Vlaanderen Feest 11-daagse meedoet.

Wij willen niet alleen een positieve boodschap brengen. Wij zijn er bovendien van overtuigd dat die boodschap een antwoord op de crisis biedt. Wij streven namelijk samenhang en solidariteit na tussen alle Vlamingen en daarmee bedoelen we 'iedereen die in Vlaanderen woont'. Wij zorgden met onze 11-Daagse Vlaanderen-Europa voor feestcheques voor lokale initiatieven in buurten en verenigingen. Vanaf 1 juli tot en met 11 juli vinden er daarnaast in 90% van de Vlaamse gemeenten en steden in Vlaanderen feestelijkheden plaats in het kader van de Vlaamse Feestdag. Vlaanderen Feest! versterkt daardoor de band tussen de Vlaamse overheid, lokale gemeentebesturen, verenigingen en zijn burgers.

We hebben met onze Beweging Vlaanderen-Europa intussen ook een paar klassiekers zoals de uitreiking van de Orde van de Vlaamse Leeuw aan Johan Laeremans op 5 juli in Aalst en vandaag, naar goede gewoonte hier in Antwerpen, de uitreiking van de Gulden Spoor voor Economische Uitstraling aan twee Vlaamse ondernemers die zonder twijfel een groot facet uitmaken van de kostbare diamant die Vlaanderen is.

Met mijn voor de gelegenheid ietwat barokke JBC-pak aan probeer ik de link te leggen tussen het gulden kunstwerk achter mij, de Guldensporenherdenking van vandaag en de toekomstige Sporendragers hier op de eerste rij.

Geachte dames en heren

Stichter Jean-Baptiste Claes maakte na zijn wielerloopbaan van de naar zijn initialen genoemde kledingketen JBC een succesverhaal. In 2016 ontving hij hiervoor in Limburg een *Lifetime Achievement Award*. In 2004 droeg hij de bedrijfsleiding over op zijn kinderen Bart en Ann die ervoor zorgden dat JBC uitgroeide tot een winkelketen met meer dan 200 winkels in België, Luxemburg en Duitsland, intussen werk biedt aan 1600 medewerkers en in 2013 werd uitgeroepen tot Beste Winkelketen.

Bart was van in het begin de man van de cijfertjes die ervoor zorgde dat JBC met een klantenkaart ging werken, als één van de eersten in de modesector, waardoor belangrijke informatie van het koopgedrag van de klanten kan verzameld worden. Deze informatie kon Ann ook gebruiken bij het samenstellen van de altijd unieke collecties, telkens met een eigen handschrift en stijl, waarvoor ze ook aan de shopmanagers feedback vraagt. Bart installeerde heel snel een klantendienst, zodat er nauw contact is met de klanten.

Maar vandaag de dag aan het hoofd staan van een Vlaams modebedrijf vraagt natuurlijk meer dan deze initiatieven.

3

Aan het roer van JBC en later ook van Mayerline - dat met Mimi Lamote als CEO focust op de vrouwelijke consument van 50 jaar en ouder - kwamen zij met de globalisering en digitalisering voor grote uitdagingen te staan. Volgens Mimi Lamote in de krant De Tijd van vorig weekend is retail "echt plezant omdat het zo'n dynamische en competitieve sector is maar wel één die ook ongelooflijk moeilijk is". Internationale spelers overspoelen de markt met goedkope producten en de e-handel vergt een aangepaste bedrijfsvoering en kennis van begrippen als long tail, sales funnels en story telling. (Inderdaad, vooral Engelstalige woorden. Alsof we in het Nederlands niet professioneel, sexy of wetenschappelijk kunnen klinken! Maar het probleem van de verengelsing van onze maatschappij en het onderwijs in het bijzonder is voor een andere 11-julitoespraak.) Broer en zus Claes laten zich in ieder geval niet van hun stuk brengen. Zij liggen niet wakker van kwartaalresultaten. Ze houden vast aan hun handelsmerk: kwalitatieve kleding bieden aan een betaalbare prijs en voor het hele gezin, waarbij zij internationale trends stroomlijnen met de wensen van de klanten. Zo bieden ze bijvoorbeeld een andere collectie aan in Vlaanderen dan in Wallonië of in Duitsland dan in China. Respect voor de eigenheid en wensen van andere regio's en landen gaat bij hen hand in hand met grenzeloos ondernemen. Ze spelen ook in op het stijgende succes van het online kopen. Als u nog niet gesurft bent naar de "Modepraatjes" en "Webisodes" op de JBC-website dan moet u dat zeker eens doen! En jongeren die graag hun leukste looks en JBC-momenten delen met de wijde wereld kunnen dat op Instagram of op de JBC Facebookpagina. Ook de samenwerking met BV's als Karen Damen, Eline De Munck, Jani, K3 en Walter Van Beirendonck illustreren hun ondernemerstalent.

Ann en Bart Claes blijven tegelijkertijd fors investeren in winkels die via de aankleding aandacht hebben voor de beleving van kinderen.

Ann Claes en het aankoopteam bezoeken bovendien op regelmatige basis de fabrieken waar de kleding gefabriceerd wordt en zien toe op het maatschappelijk aspect zoals onder meer goede arbeidsomstandigheden en verbod op kinderarbeid. JBC zal duidelijk nooit een prijsvechter met wegwerpkleding worden. Er gaat dus net iets meer schuil achter de leuke kleding dan dat je op het

eerste zicht zou denken want JBC draagt al vele jaren maatschappelijk verantwoord ondernemen hoog in het vaandel. In elke stap van het productieproces - van het kledingontwerp in het duurzaam hoofdgebouw in Houthalen, over correcte arbeidsomstandigheden in de productiefabrieken, tot de herbruikbare winkeltas - duurzaam ondernemen zit in hun DNA verweven en het is dus logisch dat ze aangesloten zijn bij de Fair Wear Foundation. De 16 bladzijden tellende brochure over hun ethische en duurzaam verwezenlijkingen en hun inspanningen hierrond is indrukwekkend. Tijdens de RetailDetail Night eind vorig jaar sleepte JBC trouwens de eerste 'Retail Sustainability Award' in de wacht naast de prijs voor de 'Beste Folder van 2017' omwille van de verfrissende beelden, de aandachttrekkende lay-out en de rode draad van de campagnes over alle andere kanalen heen. Met hun leveranciers hebben ze bovendien schooltjes opgericht of geholpen met de inrichting ervan in Bangladesh en India. En zo geven de kinderen Claes met verve een toegevoegde waarde aan het levenswerk van vader JBC. Zonder ego's, met een gezonde teamgeest en met het belang van het bedrijf op de eerste plaats.

Dat bevestigen ook verschillende "fans" en "medewerkers".

Een aantal JBC-gerantes vertelde mij dat ze de "recht toe recht aan"-aanpak en -communicatie erg waarderen van hun zeer toegankelijke, eenvoudige en correcte CEO's. Ook de professionaliseringsaanpak trouwens, bijvoorbeeld tijdens een blijkbaar erg intensieve tweedaagse in Center Parcs.

Maar toen ik bij een aantal medewerkers voorzichtig polste naar sappige verhalen, kwam ik van een kale reis thuis.

Ik vat de reacties samen: "Ann en Bart vormen al jaren de perfecte tandem. Als er al eens onenigheden zijn tussen broer en zus, praten ze die onderling uit en nemen ze samen een beslissing ten goede van het bedrijf. Zowel Ann als Bart zijn altijd down to earth gebleven en staan dicht bij hun medewerkers. Zij zijn zeer sociaal voelend en runnen een echt familiebedrijf. Medewerkers met familiale problemen kunnen altijd bij hen terecht.

Ze hebben al vaak hun goed hart laten zien bijvoorbeeld door hun steun voor "Kom op tegen kanker". En dit jaar sloten alle winkels en het hoofdkantoor op de Buitenspeeldag om alle medewerkers de kans te geven om te gaan spelen met hun kinderen, kleinkinderen of neefjes en nichtjes. Ann en Bart zijn duidelijk werkgevers met het hart op de juiste plaats, die TUSSEN hun medewerkers staan."

Ik stak ook mijn licht op bij Miet Crabbé, een goede vriendin van mij. Ze doet u, meneer en mevrouw Claes, heel veel groeten en wil graag beklemtoond zien dat "Ann en Bart Claes erg integere mensen zijn die erg succesvol zijn in wat ze doen. Ze gaan respectvol om met mensen en krijgen dat respect ook terug. En dat verdienen ze. Zij kwamen in haar leven op het einde van haar Lena Lena-verhaal, waar ze even voordien te maken had gekregen met een wolf in schaapsvacht. Zij waren een herademing voor haar. Ik citeer haar verder: "JBC heeft een erg open bedrijfscultuur. Ik werd voor een gedeelte op commissie betaald en elke maand kreeg ik een overzicht van al "mijn" stukken die verkocht waren. Nooit heb ik ook maar één moment het gevoel gehad dat er "gefoefeld" werd of in 't zwart verkocht of zo. Ze zijn een typisch voorbeeld van een nieuwe bedrijfscultuur waar alles transparant gebeurt en waar je als medewerker deel uitmaakt van het geheel. Ze pakken hun zaken goed aan en ze hebben het hart op de juiste plaats. Ze verdienen hun succes 100%.

Ik ging in mijn JBC-periode minstens één keer per maand naar Houthalen en moest er telkens in het inkomhalletje wachten op mijn afspraak.

Ik bekeek er al wie passeerde en herkende in alle medewerkers diezelfde vriendelijke, betrokken en no-nonsense houding. Ja, JBC heeft heel erg een eigen stempel en dat komt door de familie Claes. Eén keer heb ik in het inkomhalletje een praatje mogen maken met vader Jean-Baptiste: een zeer aimabele, gewone man, met een brede lach op zijn gezicht."

Wouter Torfs, de man die Bart en Ann Claes als opvolgers van zijn Gulden Spoor aan onze Raad van Wijzen voordroeg, vroeg om vooral het no nonsense gehalte van uw ondernemerschap te benadrukken. "Dat hebben ze meegekregen van vader Jean. JBC is een familiebedrijf pur sang dat zich staande houdt tussen internationale giganten zoals H&M en Zara. Bart en Ann bouwden op de fundamenten van vader Jean een mooie Belgische retailketen uit met eigen productie en unieke licenties van Studio 100. Ze spelen als het ware mee in de Champion's league."

Kortom, dames en heren: als we het over Bart en Ann Claes hebben, zitten we duidelijk in het bovenste segment van het altaarstuk van Jan Fabre hier achter mij. Zij zijn duidelijk meer dan waardige laureaten van de Gulden Spoor voor Economische Uitstraling dat wij elk jaar uitreiken op 11 juli, met een knipoog naar die veldslag meer dan 700 jaar geleden. Alvorens we overgaan tot de plechtige overhandiging wil ik u enkel nog een prettige Vlaamse feestdag toewensen. Onthoud het: de feestdag van de Vlaamse samenhang. Mijn feestdag, úw feestdag, ónze feestdag!

An De Moor
Voorzitter vzw Beweging Vlaanderen-Europa
Voorzitter vzw 11-daagse Vlaanderen Feest!
GSM 0475 62 00 98
E-mail an.demoor@outlook.com

5

