

# Goed nieuws, goed gebracht

**In 22 jaar tijd groeide De Mailingman uit van een kleine eenmanszaak op een zolderkamer tot een internationaal postverwerkingsbedrijf. Zaakvoerder Stan Callens verkiest een gestage maar regelmatige groei boven snelle expansie en zet volop in op duurzaamheid.**

Stan Callens begon in 1991 op een zolderkamer in Marke met De Mailingman. Anno 2013 beschikt het postverwerkend bedrijf over een complex van duizend vierkante meter in Heule en bedient het 2.200 klanten, zowel in het binnen- als in het buitenland.

De Mailingman houdt zich bezig met alle vormen van zendingen, met een sterke focus op direct mail. Concreet betekent dat zowel dagelijkse 'gewone' post als grote hoeveelheden administratieve en commerciële zendingen en pakjes. Een extra dienst die het bedrijf aanbiedt, is postophaling bij bedrijven.

Toch wil Stan Callens De Mailingman geen booming bedrijf noemen. 'Het bedrijf kent sinds de oprichting jaar na jaar een gemiddelde groei van 12 procent. Het is onze strategie om onze business op een beheersbare manier uit te bouwen en ons niet te verbranden aan roekeloze expansie', zegt hij.

De Mailingman zet vooral in op duurzaamheid. 'Groeï moet zo duurzaam mogelijk gebeuren. Dat vinden wij belangrijk. In eerste instantie omdat we een feilloze dienstverlening voor al onze klanten willen blijven garanderen', zegt Stan Callens. 'Daarom volgen we ook nauwgezet de postmarkt en investeren we continu in nieuwe software en machines.'

## MEER DAN LOONKOSTEN ALLEEN

Sociale innovatie is al even belangrijk voor De Mailingman. 'Aanwerven betekent voor ons meer dan alleen loonkosten. Daarvoor hebben we een diversiteitsplan en een strategisch marketingplan uitgewerkt. We zorgen ook voor een goede opleiding voor ons personeel. Ons opleidingsbeleid houdt reke-



## Bijna de helft van de medewerkers werkt al meer dan tien jaar voor het bedrijf.

ning met de noden van het bedrijf, maar ook met die van de medewerkers', zegt Stan Callens. Die manier van werken werpt vruchten af. Bijna de helft van de 24 medewerkers werkt al meer dan tien jaar voor het bedrijf. Duurzaamheid betekent ook ecologie. Bijvoorbeeld in het afvalbeleid. 'Waar mogelijk recycleren we afval of laten we het hergebruiken', zegt de zaakvoerder. Belangrijk daarbij is anticiperen. Meer bedrijvigheid betekent immers ook meer afval. 'Als het volume afval stijgt, moeten we ook de toe-

wijzing ervan herbekijken, en dat doen we liefst op voorhand. Als je niet tijdig anticipeert, loop je het risico dat afval niet optimaal verwerkt raakt.'

Met al die inspanningen houdt De Mailingman al 22 jaar zijn gestage, maatschappelijk verantwoorde groei aan. 'Vandaar dat we over ons werk durven te stellen: goed nieuws, goed gebracht', luidt het motto van Stan Callens.

**De Mailingman**  
**Abeeldreef 2, 8501 Heule**  
**Tel.: 056-37.19.80**  
**Fax: 056-37.33.60**  
**www.mailingman.be**



**DE MAILINGMAN**  
GOED NIEUWS, GOED GEBRACHT