



Een uitgave naar aanleiding van 100 jaar Niko
Dat is 100 jaar innoveren en vooruitkijken, en zorgen
voor steeds gebruiksvriendelijker bedieningen.

Een korte geschiedenis van Niko

De elektriciteitsrevolutie

Het productieproces in het midden van de 20e eeuw

Trouwe bondgenoten

De Delvaux onder de schakelaars

Bo-Niko

Anders en duurzaam produceren

Niko bekroond met ‘Factory of the Future’ award

Van bij mijn geboorte ben ik eigenlijk al ‘bij Niko’

INTERVIEW MET JO DE BACKER

Wat betekent het voor jou om als derde generatie een familie- bedrijf te leiden?

Het brengt natuurlijk een zekere verantwoordelijkheid met zich mee ten opzichte van de vorige én de volgende generaties. Enerzijds wil je voortbouwen op wat de vorige generaties gerealiseerd hebben en dat zeker niet laten afkalven, anderzijds heb je natuurlijk de behoefte om je eigen ding te doen en antwoorden te vinden op de uitdagingen waarmee het bedrijf geconfronteerd wordt. En je wil meer kunnen doorgeven dan je zelf ontvangen hebt.

Tegelijk is er die herinnering aan hoe ik als kleine jongen met mijn pa mee naar de fabriek mocht en gefascineerd was door wat ik daar allemaal zag, vooral de techniek. Later, als student, deed ik vakantiejobs bij Niko. Eigenlijk kun je zeggen dat ik al bijna zestig jaar bij Niko werk – vanaf mijn geboorte ben ik eigenlijk al ‘bij Niko’.

Geregeld heb ik al workshops meegemaakt over de waarden van Niko. En dat was in het begin best moeilijk voor mij, want niemand heeft mij ooit op die manier over de waarden van Niko gesproken. Je doet in een familiebedrijf de dingen nu eenmaal op een bepaalde manier omdat het zo hoort, en dat wordt van generatie op generatie doorgegeven. Maar uiteindelijk zijn we er toch in geslaagd die ‘familiewaarden’ in een achttal vuistregels (non-negotiables) te vatten, die zeer goed weergeven waar Niko voor staat en wat het inhoudt als je met ons zaken doet. En ze zijn tot op heden voor iedereen in onze organisatie de leidraad voor de manier waarop wij beslissingen nemen en ons gedragen.

Hoe wordt een familiebedrijf honderd jaar?

Wel, dat gebeurt natuurlijk niet zomaar. Ik denk dat het veel te maken heeft met die waarden waarover we het daarnet hadden en hoe je daar elke dag mee omgaat. Een van onze kernwaarden is bijvoorbeeld ‘Niko

laat je nooit in de steek’. Dat houdt in dat wij je niet zomaar een product verkopen, maar dat wij langetermijnrelaties met onze klanten nastreven. De kwaliteit en het installatiegemak van de Niko-producten zijn daarbij belangrijke factoren. En als er zich toch een probleem voordoet met een product, of je hebt ondersteuning nodig bij de installatie of configuratie van een toepassing, dan kun je als installateur altijd beroep doen op onze service desk.

Wij zien onszelf bij Niko dan ook als compagnon de route voor de installateur. Onze producten worden ontworpen met het oog op een zo eenvoudig mogelijke installatie, in zo weinig mogelijk stappen. Tijdens het ontwikkelingstraject worden installateurs via Nikovation-sessies betrokken bij de evaluatie en verbetering van de voorgestelde ontwerpen.

Ook onze relatie met de groothandel is voor mij een belangrijke factor in de voorbije honderd jaar. Niko verkoopt zijn producten uitsluitend via het groothandelskanaal en heeft een uitstekende servicegraad in de belevering ervan. De groothandels weten dat zij op ons kunnen rekenen en wij zijn er zeker van dat onze producten overal verkrijgbaar zijn.

Wat heb je zien veranderen in de dertig jaar dat je bij Niko werkt?

Een van de grote verschillen die ik merk, is dat ik nog zelden hoor dat iets technisch niet mogelijk is. Ik herinner mij dat mijn vader, toen ik klein was, geregeld zei: ‘We hebben een goed idee, maar we kunnen het niet realiseren, omdat de technologie nog niet voldoende geëvolueerd is of omdat bepaalde componenten te duur zijn.’ Er waren dus technische redenen waarom iets niet kon. En meestal betekende dat het einde van de discussie over een nieuw product. Tegenwoordig hoor je nog zelden dat iets technisch niet mogelijk is. Technologie is niet langer beperkend, maar een drijfveer om onze producten verder te brengen.



Maar dat betekent wel dat we nu met andere vragen geconfronteerd worden, zoals ‘Wat proberen we met onze nieuwe producten te betekenen voor de klant?’ of ‘Gaan onze klanten die nieuwe technologie accepteren?’ Je bent niet enkel je businessmodel aan het wijzigen, maar ook de gebruiksmomenten voor de klant. De problemen die nu opgelost moeten worden, hebben dus veel meer te maken met de consument dan met technologie.

Wat zijn de grote uitdagingen waar Niko voor staat?

Als gevolg van de hierboven geschetste evolutie zullen wij de behoefte van de klant beter moeten kennen – weet wat je klant zoekt, zelfs als hij het zelf nog niet weet. Daarom werken wij, op het vlak van marktonderzoek, meer en meer met focusgroepen tijdens het ontwikkelingsproces. We stellen de mogelijke

evoluties van een product voor aan installateurs, eindklanten en architecten om feedback te krijgen van hen, om te weten te komen hoe zij het ervaren. Zo kunnen we in de ontwikkelingsfase nog aanpassingen doorvoeren. Als je de acceptatie door je klanten niet goed kunt inschatten, heb je een groot probleem.

Daarnaast is digitalisatie een heel belangrijke uitdaging voor ons. Dat is ook gekoppeld aan het feit dat de traditionele drempels om een markt binnen te komen, zoals bij het klassieke schakelmateriaal, niet meer van toepassing zijn. Dat vereist een totaal andere manier van denken en stelt eisen aan de manier waarop wij op het vlak van technologie en productie dienen te evolueren. De investering om tot een product te komen, wordt ook veel groter. Je moet denken in systemen en niet in producten, en je hebt toegang

nodig tot een grotere markt om een investering te kunnen terugverdienen. Bovendien dienen een aantal vragen beantwoord te worden in verband met de samenwerking met en de rol van de kanalen naar de markt. Samenwerking in de meest brede zin van het woord zal bepalend zijn voor het succes van distributeurs, installateurs en dat van ons. Iedereen heeft zijn rol te vervullen in de waardeketen, van fabrikant tot consument. Je moet bereid zijn om met een open vizier gewoontes uit het verleden in vraag te stellen en nieuwe dingen uit te proberen. Vragen als: ‘Wat is de rol van de distributeurs, wie staat in voor de ondersteuning en updates van digitale installaties, wie zorgt voor de software en ondersteunt de eindklant bij het gebruik ervan?’ en dergelijke meer, zullen een antwoord moeten krijgen. En die vragen hebben niets te maken met technologie, maar met samenwerking.

Een korte geschiedenis van Niko

April 1919, nog geen half jaar na het einde van het wapengekletter en het kanongebulder van de Eerste Wereldoorlog. De oorlog heeft de wereld niet alleen letterlijk op haar grondvesten doen trillen, maar ook het hele wereldbeeld grondig door elkaar geschud. De technologische ontwikkelingen van de tweede industriële revolutie hebben mee het verloop van de strijd bepaald en voor een ongezien aantal slachtoffers gezorgd. Op die manier is de industriële revolutie mee verantwoordelijk voor een aantal nieuwe revoluties, op zowel politiek, economisch als sociaal gebied. De oorlog mag dan al voorbij zijn, het blijven bewogen tijden. Dat belet twee ondernemende broers uit Sint-Niklaas niet om op 1 april 1919 een bedrijfje op te richten in de nog jonge sector van de elektriciteit. Aangezien elektrisch licht in huis nog iets heel exclusiefs is, zijn er nog niet veel afnemers voor producten als schakelaars en stopcontacten. Maar de ontwikkeling van die producten is volop bezig en er is wel degelijk nood aan. De broers De Backer beseffen dat en wagen hun kans op die nieuwe markt. De oudste broer, de 31-jarige Werner, is zelf elektricien en dus uitstekend op de hoogte van de technische kant van de zaak. De 26-jarige Alfons is boekhouder en kan de financiën en administratie van het jonge bedrijf in goede banen leiden.

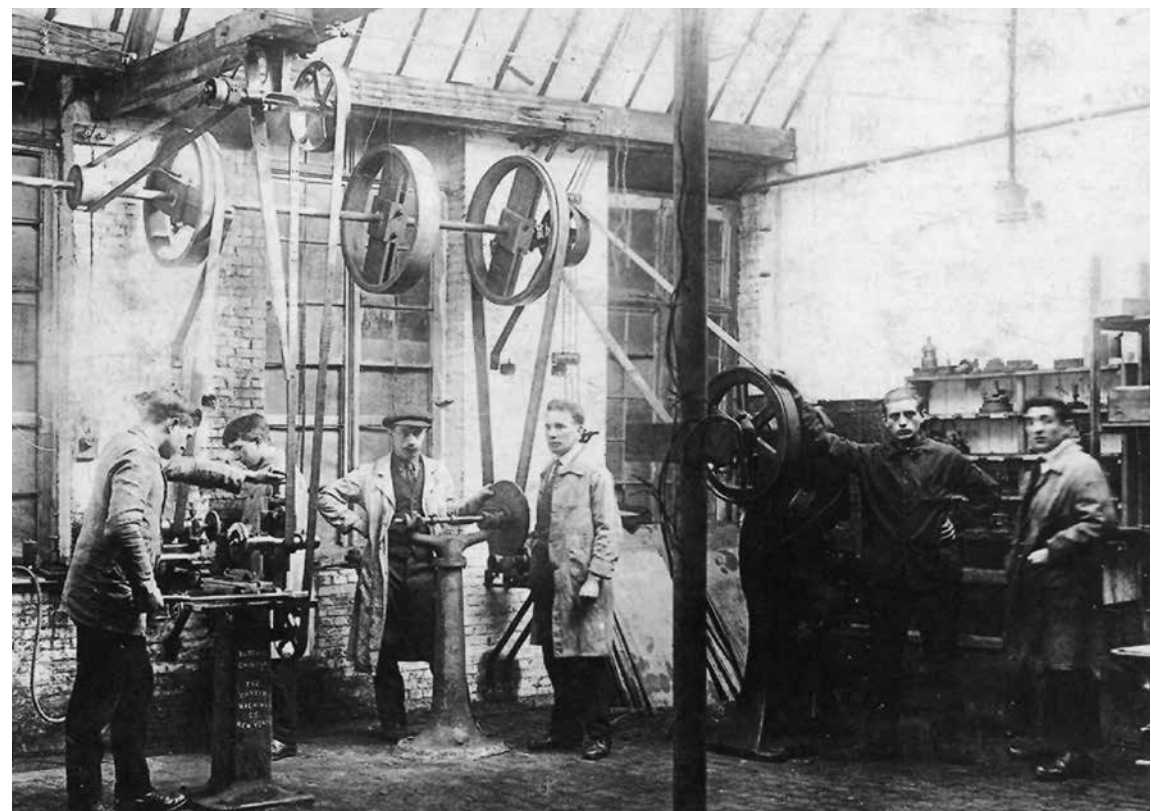
Officieel heet het bedrijf *Ateliers de Construction Electriques Niko 'Werner De Backer en Broeder'*. De naam 'Niko' wijst op de nauwe band met de stad, Sint-Niklaas, die haar naam te danken heeft aan de heilige Nikolaas. De broers vestigen hun maatschappelijke zetel in de Ankerstraat 22, in het centrum van de stad.

Het atelier waar het eerste elektrische materiaal geproduceerd wordt, bevindt zich in de Mercatorstraat, een straat verderop. Daar mogen Werner en Alfons een ruimte gebruiken van Lucien Reyckler, een vriend van de familie. De broers kopen een tweedehands draaibank, een metaalpers en nog wat ander materieel, en beginnen in het atelier hun eerste schakelaars en stopcontacten te produceren. Omdat de vraag naar dergelijk materiaal aanvankelijk nog vrij beperkt is, wordt de metaalpers vooral gebruikt om fietskettingen te produceren.

Al in 1920 verhuist het bedrijf naar de Lindenstraat in Sint-Niklaas, waar het tot het begin van de jaren 1970 gevestigd zal blijven. De eerste schakelaars en stopcontacten worden uit porselein vervaardigd, maar in de loop van de jaren 1920 wint de thermoharder bakeliet aan populariteit. In 1928 koopt het jonge Niko zijn eerste bakelietpers aan en begint bakelieten schakelaars en stopcontacten te maken.

De twee broers bouwen hun bedrijf gestaag uit, niet alleen in België, maar ook internationaal. Vooral in Nederland en Frankrijk zien ze opportuniteiten, maar de export blijkt niet altijd even makkelijk. Het bedrijf komt zonder grote moeilijkheden de Tweede Wereldoorlog door en kan na de wederopbouw mee profiteren van de toenemende koopkracht bij een steeds ruimer publiek.

In de loop van de jaren 1950 volgen Leo en Joseph, de zonen van Alfons, hun vader en oom op. Als nieuwe generatie introduceren ze modernere productietechnieken. Ze kennen een internationaal succes met de ont-



wikkeling van de Inter 70, de eerste luxeschakelaar. Zij lanceren ook de verlichtingsarmaturenlijn Bo-Niko, en onder hun leiding worden de eerste stappen richting elektronica gezet, onder andere met de ontwikkeling van een dimmer.

Ondertussen barsten de gebouwen in de Lindenstraat uit hun voegen. De oplossing daarvoor lijkt de bouw te zijn van een nieuwe fabriek in het Industriepark-Noord, waar de lijn Bo-Niko geproduceerd wordt. Maar de ruimte in de Lindenstraat blijft te krap en een fabriek binnen de stad wordt een steeds moeilijker gegeven. Daarom verhuist Niko in 1972 naar het Industriepark-West in Sint-Niklaas, waar alle activiteiten opnieuw samenkomen.

Niko blijft groeien dankzij de productie van schakelmateriaal, maar daarnaast neemt het belang van de productie van dimmers alsnog toe. In de loop van de jaren 1980 begint Niko zich ook toe te leggen op

parlofoons en later nog op videofoons. Daartoe verwerft Niko in 1988 een meerderheids participatie in het Sint-Niklase elektronica bedrijf Sydec, dat gespecialiseerd is in elektronischetoepassingen en video. Met de opkomst van halogeenlampen in het begin van de jaren 1990 hebben de dimmers van Niko nood aan transformatoren. Daarom neemt Niko in 1992 Erea in Wijnegem over, een gereputeerde producent van printplaten en transformatoren.

Vanaf 1993 rust de leiding over Niko op de schouders van Jo De Backer, een van de zonen van Joseph. Hij heeft dan al een aantal jaren ervaring als commercieel directeur bij Niko achter de rug. Ook deze generatiewissel confronteert het bedrijf weer met boeiende uitdagingen: de opkomst van het internet, de eerste mobiele telefoons... kortom, de hele digitale revolutie. Jo maakt er in eerste instantie werk van om de administratieve processen zoveel mogelijk te digitaliseren door volop in te zetten op pc's in het bedrijf.

Een volgende stap in het digitale tijdperk zet Niko in 1997 door Nikobus te introduceren, een domoticsysteem dat eenvoudig te configureren is voor de installateur en dat Niko meteen op de kaart zet als een innovatieve speler in dit domein. Nikobus wordt in 2011 opgevolgd door Niko Home Control. Ook bij dat systeem zijn, naast een voor de eindklant behapbaar budget, eenvoud en bedieningsgemak nog altijd de grootste troeven.

Daarnaast automatiseert Niko steeds meer de productieprocessen voor producten die in grote oplage gemaakt worden, tot en met de introductie van machines met artificiële intelligentie in 2018. Voor kleinere productiereeksen wordt gebruikgemaakt van een systeem met autonome werkcellen, een vorm van innovatieve arbeidsorganisatie die veel ruimte laat aan de medewerkers om zelf hun werk te organiseren. Op die manier slaagt Niko erin het overgrote deel van zijn producten nog altijd in België te produceren.

Ook op het vlak van overnames zit Jo niet stil. Hij begrijpt als geen ander dat, naast schakelaars, meer 'automatische' vormen van bediening ontstaan. Niko neemt daarom in 2008 het Deense Servodan over en in 2014 Züblin, een Zwitsers bedrijf, beide met een aanzienlijke expertise in sensoren. Bovendien vormen de twee bedrijven bruggenhoofden, enerzijds richting Scandinavië en anderzijds richting Centraal-Europa.

En zo is Niko op honderd jaar tijd uitgegroeid tot een bedrijf met een omzet van 175 miljoen euro in 2018, ruim zevenhonderd medewerkers en vestigingen in tien landen.

Lees meer over de geschiedenis van Niko in het boek 100 jaar Niko – Illuminating Ideas.



Levenslang bij Niko

Eind de jaren 1960 viert Polleke Smet zijn vijftigjarig jubileum bij Niko. Hij is de eerste werknemer van Niko en werkte nog voor de oprichting van het nieuwe bedrijf al voor de broers De Backer. Polleke was 15 jaar oud toen hij bij Niko aan de slag ging. Hij is een beetje een zonderling figuur en geldt als een beschermeling van de familie. Polleke wordt zogoed als de mascotte van de fabriek en is er volledig mee vergroeid. Hij wast zich bij Niko en eet en drinkt bij Niko. Enkel slapen doet hij thuis.

In de Lindenstraat werkt Polleke als bode en brengt hij met zijn fiets bestellingen rond. Hij kent alle klanten bij naam en

toenaam, en weet uit het hoofd waar ze wonen. Arbeiders en werkvrouwen vragen hem regelmatig ook voor hen een aantal boodschappen te doen. Hij post hun brieven of haalt hun sigaretten. Ze belonen hem met wat eten of drank.

Wanneer Niko in 1972 naar het industriepark verhuist, gaat Polleke ook nog mee. Daar bezorgt hij de interne boodschappen tussen de verschillende kantoren en opent hij de poort voor de binnenkomende vrachtwagens.

Pas op vergevorderde leeftijd laat Polleke Smet Niko achter zich.



De elektriciteitsrevolutie

In het begin van de 20ste eeuw roept elektriciteit nog gemengde gevoelens op. Er zijn mensen die het maar een gevaarlijk fenomeen vinden en het liefst uit gezinswoningen verbannen willen zien. Maar anderen, zoals de broers De Backer, zien evenwel een stralende toekomst weggelegd voor het huishoudelijke gebruik van elektriciteit en ze zullen gelijk krijgen ook.

In 1919 bestaat elektriciteit al ongeveer twee eeuwen. Vanaf het begin van de 18de eeuw hebben wetenschappers geëxperimenteerd met geleiders, positieve en negatieve lading, bliksem en stroom. In de 19de eeuw bedenken ingenieurs en uitvinders elektrische toepassingen voor de industrie en voor openbare voorzieningen. De telegraaf en de telefoon hebben hun intrede te danken aan elektriciteit. Toch duurt het even voordat de nieuwe energiebron ook in het dagelijkse leven ingeburgerd raakt. Pas in de tweede helft van de 19de eeuw wordt elektriciteit ook voor praktische, alledaagse toepassingen gebruikt. In onder meer hotels, warenhuizen en fabrieken verschijnt dan het eerste elektrische licht.

Aanvankelijk wordt de elektriciteit meestal ter plaatse opgewekt. Maar dankzij het gebruik van geleidende kabels kan ze in een latere fase ook over langere afstanden worden 'vervoerd'. Steden en gemeenten beginnen met de aanleg van elektriciteitskabels voor bijvoorbeeld straatverlichting. In België schakelen kort voor de Eerste Wereldoorlog de eerste gemeentebesturen over van gaslantaarns op elektrische straatverlichting. De nieuwe lantaarns kunnen voortaan met meerdere tegelijk aangestoken worden. Dat is een grote verbetering ten opzichte van de gaslampen, die een voor een door een lantaarnopsteker moesten worden aangestoken. Grote private elektriciteitsbedrijven zorgen voor de distributie vanuit hun centrales. In Sint-Niklaas levert de in 1909 opgerichte Société d'Electricité du Nord de la Belgique de elektriciteit. Na de Eerste Wereldoorlog springen ook de provinciale overheden op de kar om het elektriciteitsnet mee uit te bouwen. In 1921 heeft ongeveer 34 procent van de Oost-Vlaamse gemeenten elektriciteit. Dat betekent echter niet dat er ook al in elk huis stroom aanwezig is. In het eerste kwart van de 20ste eeuw is dat beperkt tot de openbare gebouwen

en de woningen van rijkere gezinnen. Op het platteland zal het nog enkele decennia duren, voordat iedereen op het elektriciteitsnet is aangesloten. In de huishoudens die zich aansluiten op het elektriciteitsnet, dient die elektriciteit aanvankelijk vooral voor de verlichting in de woningen. Dat houdt in dat die elektriciteit in de woning moet worden binnengebracht. In de beginjaren trekken de installateurs de elektriciteitskabels door de buizen die voordien voor het gas dienden. Om de lampen aan en uit te kunnen knippen, zijn uiteraard schakelaars nodig. Die eerste schakelaars lijken heel erg op de ronde schakelaars die de mensen al kennen om hun gastoevoer aan- of uit te zetten. Het zijn dan ook schakelaars in opbouwvorm die worden gemonteerd op de plaatsen waar die vroegere gasschakelaars stonden.

De eerste elektrische huishoudtoestellen duiken tegen het einde van de 19de eeuw op. Vooral het begin van de 20ste eeuw kent een explosie aan nieuwe toestellen. In 1918 is er al een vijftigtal huishoudtoestellen op de markt. Elektrische verwarmings-toestellen, waterkokers, strijkijzers, haardrogers, eierkokers en stofzuigers worden al vrij vaak gebruikt in de, weliswaar rijkere, huishoudens. In de jaren 1920 komt ook de radio in razend tempo opzetten. Om die toestellen te kunnen gebruik-

ken, zijn er natuurlijk stopcontacten nodig. Je kunt namelijk niet zomaar alles rechtstreeks op de hoofdleiding aansluiten. De eerste stopcontacten maken deel uit van de fittingen van de lampen aan het plafond – op-nieuw niet erg praktisch. Daarom worden de leidingen doorgetrokken naar plaatsen die beter bereikbaar zijn. De elektrische kabels lopen bovenop de muren – en niet erin, zoals nu gebruikelijk is. Jammer genoeg zijn die leidingen en de eerste stopcontacten niet altijd even veilig en betrouwbaar. Niet zelden spatten de vonken ervan af, wanneer een stekker in het contact wordt gestoken of eruit wordt gehaald.

'Het apparaat wordt met een stekker in het stopcontact aangezet', legt de bijbehorende tekst uit. Collectie AEG De houding van de bevolking tegenover elektriciteit is in die begintijden erg ambigu. Sommige mensen omarmen de nieuwe techniek snel en zien heil in de talrijke toepassingen, die het comfort verhogen, andere staan weigerachtig tegenover de komst van deze 'gevaarlijke' energiebron. De reclame speelt in op die gemengde gevoelens. De producenten van elektrisch materieel wijzen op de voordelen van het elektrische licht tegenover bijvoorbeeld petroleumlampen en doen dat met slogans als: 'Waar kinderen zijn: enkel elektrisch licht! Geen explosiegevaar, geen ver-

giftigingsgevaar, geen lucifers nodig!' Tegenstanders vestigen de aandacht op de dodelijke stroomstoten. Om de elektriciteit en haar toepassingen geen slechte naam te bezorgen, investeren zowel de distributeurs als de producenten van elektrische toestellen in groots opgezette veiligheids campagnes, die de consument ook met de nieuwe technologie moet leren omgaan.



Reclame om mensen te overtuigen van de voordelen van elektriciteit. – Collectie Archiv Museum für Energiegeschichte(n), Hannover



Bij de allereerste lampen bevinden de schakelaars zich aan de fitting van de lamp. Dat is niet altijd even praktisch.



Een haardroger uit 1915



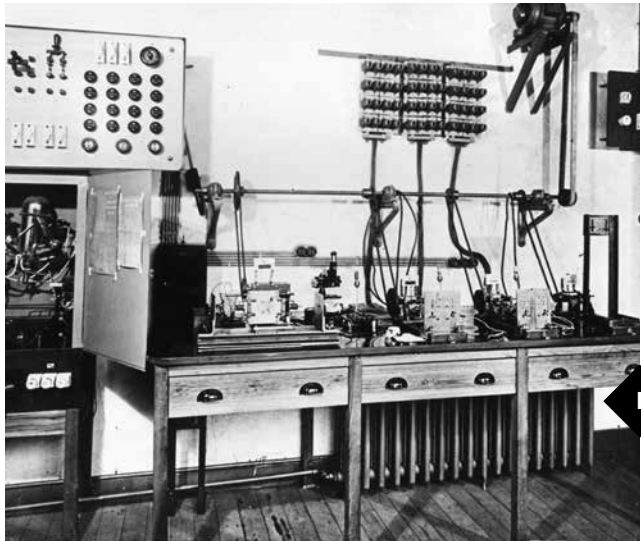
Hoe Jacques Brel bij Niko terecht kwam

Nee, Niko werd niet vereeuwigd in een van de chansons van Jacques Brel, als u dat mocht denken. Maar toch bestaat er wel degelijk een relatie tussen Jacques Brel en Niko. Het zit namelijk zo: de vader van Jacques Brel, Romain Brel, had, samen met zijn oom, Amand Vanneste, een kartonfabriek 'Vanneste & Brel', die werd opgericht in de Verheydenstraat in Anderlecht. We zijn dan in 1931 en de onderneming zal onder de naam 'Vanneste & Brel' blijven bestaan tot 1989. Romain Brel, die 25% van de aandelen bezat, had de leiding over het bedrijf en droomde ervan dat zijn zonen vroeg of laat de fakkel zouden overnemen. De oudste zoon, Pierre Brel, kwam in het bedrijf en werd er later ook

algemeen directeur. De jongste, Jacques, een beginnend zanger in zijn vrije tijd, werkte er ook. In 1947, Jacques is dan 17, begint hij er in de commerciële dienst en is mee verantwoordelijk voor de contacten met de klanten. Maar Jacques verveelt zich dood in de Verheydenstraat in Anderlecht. Om de tijd te doden schrijft hij er zijn eerste chansons. In het geniep natuurlijk. Later, wanneer hij ook écht klanten bezoekt, komt Jacques als vertegenwoordiger bij Niko in de Lindenstraat. En zo kocht Niko dus verpakkingsmateriaal bij Jacques Brel...



Het productieproces in het midden van de 20e eeuw



Vanuit een hedendaags standpunt lijkt de testbank wel weggelopen uit een oude sciencefictionfilm, maar het was onontbeerlijk om de kwaliteit van de producten van Niko te garanderen. – Collectie Niko



De tekenafdeling. – Collectie Niko



De draaibanken van de decolteerafdeling. – Collectie Niko

Dankzij de thesis Organisatie der Belgische Industrie van Klein Electro-Technisch Materieel van Leo De Backer hebben we een duidelijk en boeiend beeld van het productieproces in het bedrijf van zijn vader en oom in het midden van de twintigste eeuw.

De productie vormt het echte hart van de fabriek van Niko en telt een achttal onderdelen of stappen. Op die manier maakt Niko van een grondstof een schakelaar of stopcontact voor een huis.

Een eerste belangrijke fase is het ontwerp van de producten en de onderdelen ervan. Dat gebeurt in het laboratorium (tegenwoordig de afdeling Research & Development), waar de eerste ontwikkeling van nieuwe producten plaatsvindt, net als de verbetering van bestaande onderdelen. Onderzoekers nemen er de voor- en nadelen van verschillende materiaalsoorten onder de loep. Ze bedenken er de eerste ideeën voor nieuwe ontwerpen en modellen, en maken vaak al een ruwe schets van die nieuwe producten. Tot slot is de afdeling verantwoordelijk voor de testen en controles van de producten en de nieuwe modellen. Zo controleert ze of die aan de interne en externe kwaliteitseisen voldoen. Op de 'testbank' onderwerpt het labo de producten van Niko aan grondige controles.

Het labo werkt nauw samen met de tekenafdeling. Die zet hun modellen en schetsen om in precieze tekeningen en werkt de verdere details van de nieuwe producten en onderdelen uit.

In de Lindenstraat liggen het labo en de tekenafdeling vlak bij elkaar. In het midden van de 20ste eeuw leidt Henri Valcke, schoonfamilie van Werner en Alfons, jarenlang de tekenafdeling. Met zijn zwarte baret is hij opvallend aanwezig tussen de tekentafels.

De tekeningen van de afgewerkte onderdelen en producten gaan vervolgens naar de gereedschapsmakerij. Sommige fases van het productieproces, zoals het persen van metalen en bakelieten stukken,

vereisen specifiek gereedschap, zoals matrijzen. Het precieze gereedschap dat Niko nodig heeft voor de productie, is niet allemaal in de handel te koop en wordt daarom op maat gemaakt in de eigen gereedschapsmakerij.

In de volgende fase komt alles samen op de productieafdeling. Daar maken de arbeiders de verschillende metalen onderdelen, die de basis vormen van de producten van Niko. In de productieafdeling staat een aantal machines voor metaalbewerking, zoals schroefmachines of 'decolteermachines' (revolverdraaibanken). Die toestellen maken de onderdelen voor de verschillende eindproducten. Die onderdelen hebben geen specifieke namen, maar onderscheiden zich door nummers van elkaar. Sommige onderdelen ondergaan nog een tweede bewerking: er worden gaten ingeboord of ze krijgen een inwendige draad. Tijdens de bewerking moeten de metalen stukken regelmatig gekoeld worden met olie, zodat de machines niet oververhit raken. Daarom moeten die stukken nadien naar droogmolens, die de olie weer verwijderen.

Als de onderdelen droog zijn, vertrekken ze naar de galvaniseringsafdeling. Op die afdeling wordt eerst voor een grondige chemische

ontvetting van het materiaal gezorgd. Via elektrolyse worden de metalen stukken daarna gegalvaniseerd. Dat betekent dat er een beschermend laagje nikkel bovenop het onderdeel komt. Tot slot verzilvert de afdeling de contacten met kunstzilver voor een goede geleiding.

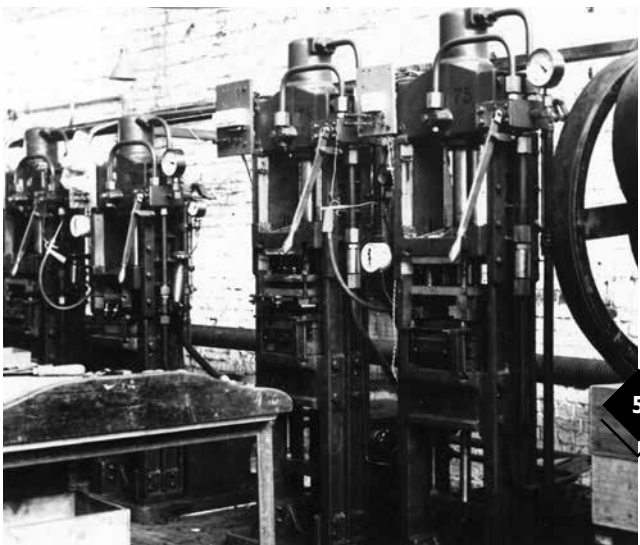
De bakelietafdeling verwerkt een ander belangrijk gedeelte van de grondstoffen. Bakeliet en andere thermohardende kunststoffen behoren vanaf de jaren 1930 lange tijd tot de belangrijkste grondstoffen die Niko gebruikt om zijn producten af te dekken. Die kunststoffen komen meestal in poedervorm toe in de fabriek. De bakelietafdeling perst dat poeder eerst tot 'tabletten' en daarna tot onderdelen.

Om tot een eindproduct te komen moeten de verschillende onderdelen nog gemonteerd worden en aan elkaar geschroefd. Dat gebeurt op werktafels in de montageafdeling, met behulp van monteermachines. Het is lang een zeer arbeidsintensief proces, waar Niko vooral vrouwelijke arbeiders voor inzet.

Tot slot moet Niko de afgewerkte producten verpakken en verzenden. Dat gebeurt in de gespecialiseerde verzendingsafdeling.



De galvaniseringsafdeling. – Collectie Niko



De bakelietpersen. – Collectie Niko



De verzendingsafdeling. – Collectie Niko



De montageafdeling. – Collectie Niko

Trouwe bondgenoten

GROOTHANDELAARS, INSTALLATEURS EN ARCHITECTEN KIEZEN VOOR NIKO

In 1990 geeft Leo De Backer een speech voor de vereniging van groothandelaars. Hij blikt daarin terug op de commerciële politiek die Niko sinds zijn ontstaan heeft gehanteerd en die hij zelf verder heeft uitgebouwd.

Niko verdeelt zijn producten uitsluitend via de groothandelaars en wil een betrouwbare partner zijn voor hen. Die ingesteldheid is volgens Leo gegroeid uit dankbaarheid ten opzichte van de groothandelaars. Niko is alleen maar kunnen groeien, omdat de groothandelaars de producten van het jonge bedrijf wilden verdelen, en daar is het bedrijf altijd dankbaar voor geweest. Leo vindt het dan ook belangrijk dat Niko die vertrouwensrelatie met de groothandelaars behoudt. Het bedrijf maakt daar op verschillende manieren werk van. In de eerste plaats is een snelle levertijd altijd een van de grootste bekommernissen geweest – waarschijnlijk een van de belangrijke factoren voor het succes van het

bedrijf. Niko blijft de groothandelaars ook trouw door bijvoorbeeld de levering aan grootwarenhuizen en doe-het-zelfzaken alleen via hen te laten verlopen. Bovendien laat het bedrijf zijn prijzen niet om de haverklap stijgen en dat zorgt voor rust onder de groothandelaars.

Ook met de installateurs onderhoudt Niko al sinds zijn oprichting een goede band. Voor hen is het belangrijk dat het materieel vlot kan worden geïnstalleerd en dat het kwalitatief en duurzaam is. Al sinds de beginjaren breken de tekenaars en productontwikkelaars van Niko zich daar het hoofd over. De grote ‘luisterbereidheid’ ten aanzien van de installateurs, noemt Leo dat. Die bezorgdheid stuurt ook innovaties aan. Joseph waakt erover dat elke nieuwe reeks praktische voordelen heeft voor de installateur. Zo is de Inter 70 de eerste reeks waarbij de bedieningstoets kan worden vastgeklemd, zonder dat er een schroevendraaier aan te pas komt. Bij een volgende



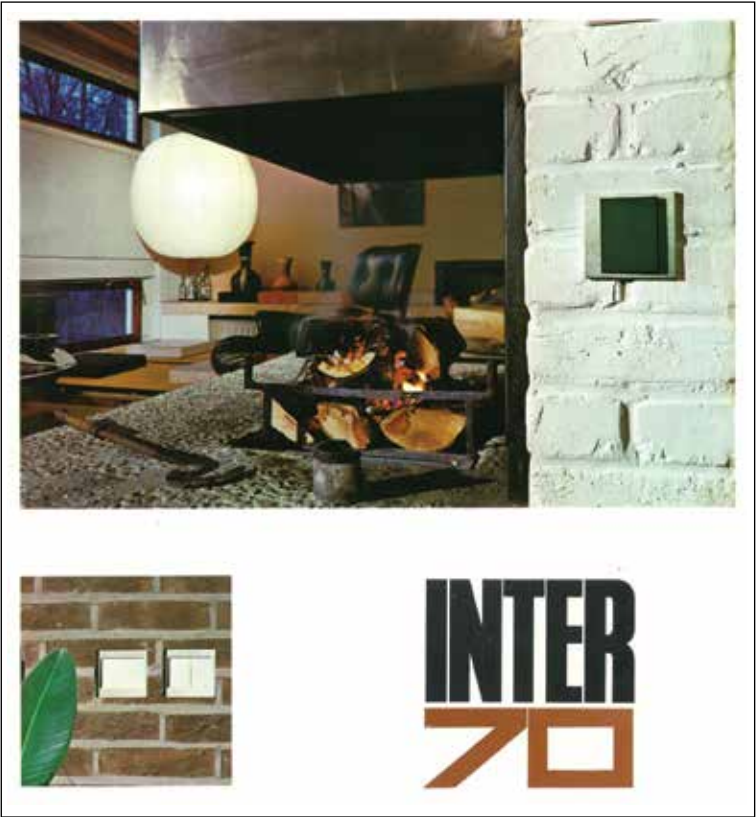
Een advertentie van Niko in een vakblad voor de installateur. – Collectie Niko

generatie kan ook de afdekplaat worden vastgeklemd. Niko staat bij de ontwikkeling van de nieuwe producten bovendien in contact met de installateurs. Het bedrijf nodigt af en toe enkele installateurs uit om prototypes te bekijken en suggesties te doen.

Naast de installateurs hebben ook de architecten een grote invloed op de keuze van het schakelmateriaal door de consument. De architect kijkt niet alleen naar het installatie- en gebruiksgemak, maar ook naar de esthetiek van de producten. Leo heeft altijd beseft dat het belangrijk is om ook hen van dienst te zijn. Het is niet toevallig dat de vertegenwoordiger voor de export van de Inter 70 ook de opdracht krijgt om architecten te overtuigen. Dankzij een goed contact met de architecten blijft Niko bovendien op de hoogte van de nieuwste trends in de interieurwereld en kan het bedrijf zijn productontwikkeling daarop afstellen.

De Delvaux onder de schakelaars

DE DESIGNREVOLUTIE VAN DE INTER 70



De Inter 70 is de eerste luxeschakelaar van Niko. Collectie Niko

Volgens de familieoverlevering begint het succesverhaal van de Inter 70 bij een handtas van Delvaux. Wanneer Leo De Backer op een avond thuiskomt, merkt hij dat zijn vrouw José een handtas van het luxemerk Delvaux heeft gekocht. Leo zucht dat hij wel heel veel schakelaars moet verkopen om die te betalen. Zijn

vrouw heeft haar antwoord klaar: dan moet hij zijn schakelaars maar wat duurder verkopen. Die uitspraak zet Leo blijkbaar aan het denken. Waarom zou Niko geen schakelaar ontwikkelen die inderdaad wat duurder is, maar dezelfde luxe uitstraalt als een handtas van Delvaux?

De markt is in de jaren 1960 wel degelijk rijp voor een dergelijke schakelaar. De golden sixties floreren volop en de consument durft vaker voor producten te kiezen die meer kosten, maar wel luxe en comfort uitstralen. Design wordt alsmáar belangrijker, ook voor allerlei dagelijkse gebruiksvoorwerpen. Ook een technische vernieuwing levert een belangrijke bijdrage tot het succes van de Inter 70. In het begin van de jaren 1960 komt de nieuwe kunststof asbest-filled fenolformaldehyde op de markt. Die kunststof is een thermoharder en heeft genoeg isolerende eigenschappen om als alternatief te dienen voor porselein en steatiet, de keramische producten waar de sokkel tot dan toe mee is opgebouwd. Joseph De Backer ziet de mogelijkheden van de nieuwe grondstof meteen in en begint te experimenteren, samen met ontwerper Etienne De Sutter. Ze slagen erin een alternatief te ontwerpen voor de traditionele ronde sokkel. De Inter 70 krijgt een vierkant binnenwerk, waardoor ze het schakelmechanisme en het uitzicht van de schakelaar helemaal anders kunnen concipiëren.

In september 1963 laten Joseph en Etienne trots aan Leo de eerste resul-

taten zien van hun experimenten. De schakelaar die ze hebben ontworpen, ziet er volledig anders uit dan alles dat er op dat moment op de markt is. De grote, vierkante bedieningstoets is totaal nieuw. Om ervoor te zorgen dat de innovatieve schakelaar in alle opzichten perfect is, volgen er nog twee intense jaren van testen en bijshaven.

De Delvaux onder de schakelaars is geboren en voor het eerst is een schakelaar een designproduct. De nieuwe schakelaar krijgt een uiterst luxueuze afwerking. De grote bedieningstoets wordt met imitatieleer bekleed in de kleuren antracietgrijs of ivoorwit. De afdekplaat is uitgevoerd in geanodiseerd aluminium. Niko biedt in de Inter 70-reeks ook stopcontacten aan. Later volgen varianten in nieuwe kleuren en materialen. De Inter 70-reeks is meteen geliefd bij architecten. Schakelaars en stopcontacten zijn niet langer storende elementen, maar gaan op in het interieur of mogen zelfs de aandacht trekken.

De lancering van de Inter 70 in 1965 gaat gepaard met een grote promotiecampagne, die vooral het vernieuwende design sterk in de verf zet. Niet toevallig komt vormgever Etienne De Sutter net op dat moment aan het hoofd van Niko’s publiciteitsafdeling te staan. Niko overtuigt zijn klanten met een luxueuze kleurenbrochure, die de schakelaar in verschillende interieurs toont. Installateurs krijgen van Niko tips om

de Inter 70 esthetisch verantwoord in een kamer te plaatsen. De handelsagenten krijgen de opdracht om niet alleen groothandelaars aan te spreken, maar ook architecten van de kwaliteiten van de Inter 70 te overtuigen. Zij kunnen de consument namelijk overhalen om voor een bepaald product te kiezen.

De Inter 70 is een succes in binnen- en buitenland. Omdat Niko een aantal jaren de enige producent is met een dergelijk product, geeft de Inter 70 het bedrijf in die periode een ongekend concurrentievoordeel. De overige Belgische producenten kunnen de achterstand nooit inhalen en moeten op termijn zelfs de productie van schakelmateriaal stopzetten.

Ook de buitenlandse concurrenten kunnen niet meteen een waardig alternatief aanbieden. Zo slaagt Niko er dankzij de Inter 70 in om een marktaandeel te verwerven in landen waar dat voordien niet mogelijk was is. Het comfort en de luxe die de schakelaar uitstraalt, verleiden ook ontelbare hotels om voor Inter 70 te kiezen. In Spanje wordt zelfs het parlement uitgerust met het Niko-materieel.

De Inter 70 stuwt niet alleen de omzet naar omhoog, want dankzij de hogere verkoopprijs stijgt ook de winst. Dat geeft het bedrijf de nodige financiële slagkracht om te blijven groeien en innoveren. En bovendien zit, sinds het succes van de Inter 70, design voortaan ingebakken in de bedrijfsfilosofie.

Bo-Niko

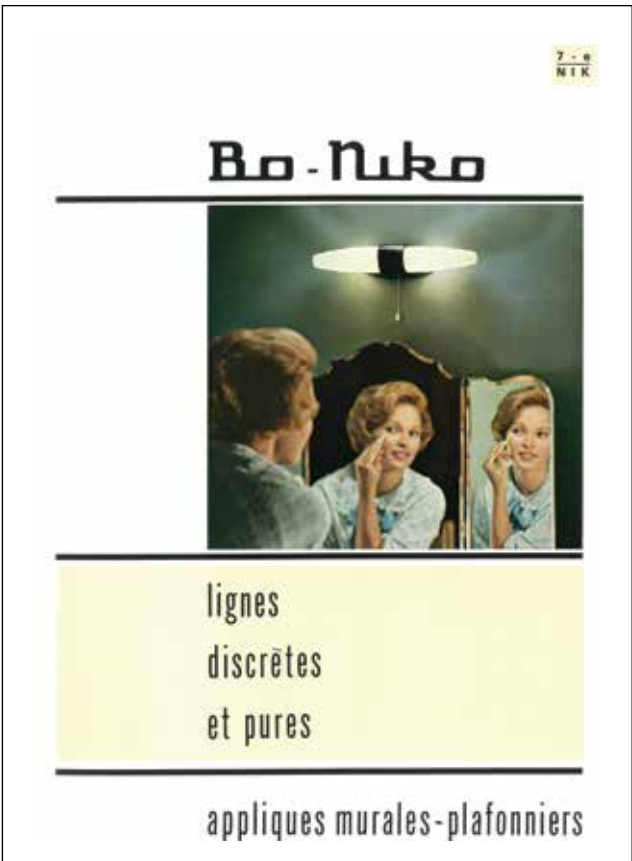
Om tegemoet te komen aan de groeiende vraag naar moderne en esthetische armaturen en lampenkappen, brengt Niko in 1963 de verlichtingsserie Bo-Niko op de markt. Die is een samenwerking tussen Niko en de glasfabrikant Rupel-Boom. De lampen hebben een minimalistisch design en zijn ontworpen door Joseph De Backer. De lampenkappen zijn gemaakt in opalineglas, een halfdoorzichtige glassoort die in meerdere kleuren kan worden uitgevoerd. De fittings zijn gemaakt uitivoorkleurige of zwarte bakeliet.

De Bo-Nikolampen komen begin 1963 op de markt. De samenwerking tussen Niko en Rupel-Boom lijkt aanvankelijk erg succesvol. De binnenlandse bestellingen rollen binnen en ook in Duitsland zetten de verkopers zich in om de producten van Bo-Niko aan de man te brengen. In 1963 stijgt de totale omzet van Niko met 14 procent ten opzichte van het jaar voordien. Tien

procent daarvan is toe te schrijven aan de introductie van de producten van de Bo-Niko.

De productie van die nieuwe modellen stelt hoge eisen aan de capaciteit van de fabriek in de Lindenstraat. Al snel beslissen de De Backers om de productie van het verlichtingsmateriaal over te hevelen naar het Industriepark-Noord in Sint-Niklaas. Toch verloopt niet alles van een leien dakje. De investering blijkt erg hoog en de samenwerking met Rupel-Boom verloopt niet altijd even vlot. Niko is voor het glas van de Bo-Niko-reeks volledig afhankelijk van de Boomse glasfabriek. De afmetingen van het glas moeten heel nauwkeurig zijn en daar wringt soms het schoentje.

Promotieaffiche voor Bo-Niko. – Collectie Niko



Booms glas

In de 20ste eeuw kent de Rupelstreek een bloeiende glasindustrie. De glasfabriek Rupel ontstaat in 1923 in Boom.

Bijna elke gemeente in de Rupelstreek heeft haar eigen glasfabriek, maar Rupel-Boom valt op door het uitgebreide gamma aan sierglas, zoals drinkglazen, bonbonnières, parfumglas of verlichtingsglas. Heel bekend is het zogenaamde ‘Boomse glas’, zwart glas dat is gedecoreerd met goud of bloemen. Rupel-Boom exporteert dat Boomse glas wereldwijd, net als andere luxesoorten, zoals mat opalineglas en geslepen kristalglas. De fabriek kent haar hoogdagen in de jaren 1950 en 1960. Vanaf de late jaren 1970 taant het succes. Rupel-Boom staakt haar activiteiten in 1982.

De producten van Bo-Niko kennen in de 21ste eeuw een revival. Consumenten die van vintage houden, appreciëren het strakke design. Voor sommige Bo-Niko-producten betaal je tegenwoordig aanzienlijke prijzen op tweedehands- of antiekmarkten.

Anders en duurzaam produceren



In de maalderij recycleert Niko al het thermoplastafval uit zijn productieproces. Een deel gebruikt het bedrijf zelf opnieuw, de rest gaat naar andere ondernemingen. Collectie Niko

De opmars van de elektronica brengt ook veranderingen in het productieproces met zich mee. Robotica en computers zijn niet meer weg te denken uit het machinepark van Niko. Meer en meer machines in de fabriek draaien op elektronica en software. De nieuwe machines werken sneller en met een grotere nauwkeurigheid.

De visiesystemen, computergestuurde camera's waar veel machines sinds de jaren 1990 mee zijn uitgerust, sporen automatisch fouten en schade op. Die veranderingen in het productieproces betekenen niet dat Niko niet langer nood heeft aan hoogopgeleid en gedreven personeel. Er wordt gewoon op een andere manier gewerkt. Het verhaal van de gereedschapsmakerij maakt dat duidelijk. Decennialang werkten er vakmannen aan freesbanken en draadvonkerosiemachines, die ze vooral manueel bedienden. Ze kenden ‘hun’ machine door en

door. Vanaf de jaren 1990 verandert dat. De vaklui zijn er nog altijd, maar het zijn nu meer computerprogrammeurs. In plaats van alles met de hand uit te voeren, plannen ze via de computer elke stap van het werkproces. Daarna gaat de machine aan de slag, automatisch en nauwkeurig. De eerste machines met een automatische aansturing verschijnen tegen het einde van de jaren 1980 in de gereedschapsmakerij. De mogelijkheden ervan zijn nog beperkt. Programmeren gebeurt nog met floppy disks. Tegen de eeuwwisseling verloopt het automatiseringsproces veel sneller. In 1999 koopt Niko zijn eerste hogesnelheidsfreesmachine, die tot 40.000 toeren per minuut draait. De programmatie ervan verloopt rechtstreeks via een computer en kan volledig in 3D. De mogelijkheden worden daarna alleen maar groter. Dankzij hun digitale aansturing kunnen de nieuwste machines alsmaar complexere stukken afwerken. Dat vraagt wel een andere manier van

denken van degene die de machine bedient. Omdat die machine nu zoveel stappen tegelijk kan zetten, is vooruitplannen en nauwkeurig programmeren heel belangrijk. De machine denkt misschien mee, maar vakmensen blijven belangrijk. Niet alleen automatisering en digitalisering verhogen de efficiëntie van het productieproces. Niko experimenteert ook met nieuwe werkvormen. In 1995 lanceert het bedrijf het systeem ‘prisecel’ – prise is het Franse woord voor ‘stopcontact’. Alle mensen en machines die samen een specifiek product maken, worden op basis van de nieuwe organisatievorm ondergebracht in één eenheid. Niko past het systeem eerst alleen toe in de productie van de stopcontacten, maar de indrukwekkende productiviteitswinst van de testfase van het systeem zorgt ervoor dat er al na een jaar ook prisecellen komen voor de productie van schakelaars en afdekplaten.

Daarnaast begint Niko ook duurzaam te produceren via rationeel watergebruik, duurzaam energiegebruik, afvalpreventie en -recuperatie, de preventie van bodem- en luchtverontreiniging, een verantwoorde opslag van gevaarlijke producten en de beperking van het verpakkingsafval. Ecologisch verantwoord ondernemen is in de 21ste eeuw bijna vanzelfsprekend. In de jaren 1990 en 2000 is Niko een voorloper. Volgens wetenschappelijk onderzoek is ook dat typisch voor een familieonderneming, want die blikt niet alleen vooruit naar het volgende kwartaal, maar ook naar de volgende generaties, en dan ligt het voor de hand dat je duurzaam omgaat met het leefmilieu. In 1997 stelt CEO Jo De Backer zelf een milieuverklaring op, waarin Niko zich er plechtig toe verbindt om de ecologische impact van zijn activiteiten te beperken en in te zetten op duurzaamheid. Twee jaar later ondertekent Niko het Milieucharter

Oost-Vlaanderen, een initiatief van de provinciale Kamer van Koophandel om bedrijven te stimuleren een milieubeleid te voeren. Sindsdien is het bedrijf elk jaar laureaat van het Milieucharter.

Bij Niko hoeven de milieu-inspanningen het ondernemen niet te verlammen. De ecologische kaart trekken biedt op lange termijn namelijk veel economische voordelen. Om zo weinig mogelijk materiaal te gebruiken, ontwerpt Niko bijvoorbeeld eenvoudigere producten. Dat zorgt ervoor dat het productieproces eenvoudiger en sneller verloopt, en bijgevolg goedkoper wordt. Een ander voorbeeld is het rationele energieverbruik. Een lagere elektriciteitsfactuur is ecologisch en kostenefficiënter. Door het systeem van nachtwerk in te voeren in de energievervlindende galvaniseringsafdeling, dalen de energiekosten en kan Niko goedkoper produceren.

Duurzaam produceren begint al bij de ontwikkelingsfase van een product. Vanaf de jaren 1990 zijn de ontwerpers van Niko er al op bedacht hoe een product het milieu belast tijdens zijn volledige levenscyclus – dat heet ecodesign. Zo houden ze rekening met de recycleerbaarheid van de materialen. Hun producten zijn net geen cradle-to-cradle, het concept dat wanneer de levensduur van de gebruikte materialen in een product verstreken is, die toch nog opnieuw gebruikt kunnen worden in een ander product. Niko haalt die standaard bijna. Sommige thermoharders kun je jammer genoeg niet zomaar breken en recyclen, maar met het plastic van de afdekplaatjes en de andere onderdelen is dat wel mogelijk.

Aangezien Niko zijn producten in grote oplages produceert, heeft het ecodesignprincipe een grote impact. De nieuwe generaties schakelaars vormen daar een goed voorbeeld

van. In de jaren 2000 neemt Niko zijn schakelaars onder de loep om te kijken hoe het beter kan. Materiaalbesparing wordt een belangrijk doel bij het ontwerp van de nieuwe generatie schakelmateriaal. De productontwikkelaars slagen erin om het aantal onderdelen sterk te reduceren en het materiaalverbruik per onderdeel te verlagen. Elke schakelaar wordt zo een paar gram lichter. Dat lijkt weinig, maar op een totaal van miljoenen schakelaars spaart Niko zo al snel een aantal tonnen kunststoffen uit.

Niko's milieu-inspanningen stoppen niet bij de productontwikkelingsfase. Het hele productieproces moet duurzamer. Zo investeert Niko vanaf de jaren 1990 in een waterzuiveringsstelsel en in luchtzuivering. De lucht uit de laklijn wordt op een biologische manier gezuiverd. In vier containers met boomschors zetten bacteriën koolwaterstoffen om in neutrale stoffen. Dankzij die biofilter laat Niko elk uur 20.000 kubieke meter gezuiverde lucht vrij. De eigen maalderij laat dan weer toe om overschotten van thermoplasten uit het productieproces te recyclen. Dat doet de afvalberg sterk slinken. Op het dak van de fabriek installeert Niko 4500 vierkante meter zonnepanelen. Die leveren het bedrijf op jaarbasis een maand stroom. Voor de andere elf maanden koopt Niko bewust groene stroom aan.

In de 21ste eeuw trekt de overheid meer aan de kar in verband met het milieu. Terwijl Niko vroeger op eigen houtje ecologische maatregelen trof of vrijwillig deelnam aan initiatieven als het Milieucharter Oost-Vlaanderen, werkt de overheid tegenwoordig die regelgeving rond duurzaamheid uit. Niko heeft mensen in dienst die permanent de laatste wijzigingen in die regelgeving opvolgen, zodat het bedrijf zijn producten en productieprocessen tijdig kan aanpassen aan de nieuwste normen.

Niko bekroond met ‘Factory of the Future’ award

DIGITALE TRANSITIE HOUDT WERKGELEGENHEID IN SINT-NIKLAAS – 7 FEBRUARI 2019

Niko mag zich voortaan ‘Factory of the Future’ noemen. De Belgische marktleider in schakelmateriaal, stopcontacten en huisautomatisering ontving deze onderscheiding, die wordt uitgereikt door Agoria, vanwege haar toekomstgerichte inspanningen. Investerings in de digitalisering van haar fabriek, technologisch hoogstaande machines en nieuwe technologieën moeten het familiebedrijf uit Sint-Niklaas klaarstomen voor de toekomst. Samen met een innovatieve arbeidsorganisatie en een belangrijke focus op duurzaamheid zal dit zorgen voor een versterking van de internationale concurrentiepositie.

De industriële activiteit in België houden, dat is dé uitdaging van de maakindustrie. Goed voor zo’n 17% van de toegevoegde waarde in België, is de maakindustrie een belangrijke motor voor onze economie. In de huidige snel veranderende wereld, is innovatie en digitalisering essentieel om de internationale concurrentiepositie van de Belgische maakbedrijven te behouden én te versterken.

‘Factory of the future’

Ook Niko, familiebedrijf van de derde generatie, speelt in op de digitale golf. Deze inspanningen worden nu bevestigd door Agoria, die Niko de award ‘Factory of the Future’ toekent. Agoria begeleidt bedrijven die ervoor hebben gekozen om hun competitiviteit te verhogen en door middel van een transformatieproces naar een fabriek van de toekomst evolueren.

Geert Jacobs van Agoria: “Fabrieken van de toekomst zijn ondernemingen die door slimme investeringen in hun machines, digitalisering, processen

én in hun medewerkers op het vlak van productontwikkeling en productie internationaal tot de wereldtop behoren. Niko heeft alle transformatietrajecten succesvol afgelegd en voldoet daarmee nu aan de criteria om zich officieel ‘Factory of the Future’ te mogen noemen.”

Innovatie, digitalisering en automatisering

Goede Heylen, Director of Operations: “De digitale evolutie en connectiviteit leiden tot grote en snelle veranderingen, onder meer in de vraag vanuit de markt, de manier van produceren, de gebruikte technologieën... Om competitief te blijven en onze productie lokaal in Sint-Niklaas te kunnen houden, dienen we continu te verbeteren op het vlak van efficiëntie, flexibiliteit en kwaliteitsbeheersing. Investeren in innovatie en digitalisering van onze onderneming is hiertoe een belangrijk middel, waarin onder andere Agoria ons de afgelopen jaren heeft begeleid en ondersteund. Wij zijn uiteraard trots dat wij nu door hen beloond worden voor onze inspanningen en deze award in ontvangst mogen nemen.”

Als onderdeel van de digitalisering wordt het machinepark in de fabriek geleidelijk aan volledig gemoderniseerd. Onlangs nog werd voor € 11 M geïnvesteerd in twee nieuwe hoogtechnologische machines die de bakens verzetten op het vlak van digitale aansturing en de daaruit voortvloeiende efficiëntie en flexibiliteit. Daarnaast wil Niko het productieproces verder optimaliseren door het ontwerpen van flexibele automatisering. Met behulp van cobots (collaborative robots) die zijn uitgerust met intelligente visiesystemen en machinaal leren zal op een efficiënte manier een hoge variëteit aan producten met een lager volume kunnen worden geproduceerd.

Innovatieve arbeidsorganisatie

Mario Ferket, Head of Automatic Assembly Department: “We gaan naar een digitale fabriek die door mensen geleid wordt. Voor de nieuwe digitale machines bijvoorbeeld hebben de operatoren een speciale opleiding gekregen, waardoor ze nu veel zelfstandiger te werk kunnen gaan en zelf instaan voor onder andere het eerstelijns onderhoud van de machines. Op die manier hebben ze meer verantwoordelijkheid en impact

in het bedrijf. Door hun jobinhoud te veranderen, kunnen zij blijven groeien en zorgen we ervoor dat we onze mensen intern kunnen houden. Op deze manier zorgt de digitalisering dus niet voor een verlies aan jobs, maar maakt het ze wel zinvoller.”

Bij Niko is er één vraag die ons elke dag bezig houdt: ‘Hoe kunnen we gebouwen beter laten werken voor jou?’



Bob Benny

Het was een klein zinnetje in een document van Paul Ruts, een van de oud-werknemers van Niko, waarin hij informatie gaf over de organisatie tijdens zijn jaren bij Niko, en dat hij ons bezorgde in 2016.

Op pagina 3, onder de rubriek ‘Weetjes’: ‘collega: paswerker Emiel Waegemans, alias BOB BENNY, een zanger die optrad voor de Amerikanen in kamp Top Hat op Linkeroever. Kreeg eenvoudig paswerk: schroevendraaier voor montage.’

Eerst konden wij het niet geloven, maar navraag leerde ons al snel dat het wel degelijk klopte: de Vlaamse zanger, Bob Benny, geboren als Emilius Wagemans op 28 mei 1926 in Sint-Niklaas, werkte ooit bij Niko. Hij begon met zingen na de Tweede Wereldoorlog in een café op de Grote Markt van Sint-Niklaas. In het begin van de jaren 1950 ging hij aan de slag bij de openbare omroep, waar hij verschillende eigen shows had, met daarin veel zang en dans. In 1959 vertegenwoordigde hij België een eerste keer op het Eurovisiesongfestival in Cannes en werd er zesde met het

liedje ‘Hou toch van mij’. In dat zelfde jaar is hij één van de artiesten die optraden op het feest naar aanleiding van het 40-jarig bestaan van Niko.

Hij nam nog een tweede maal deel aan het songfestival, in 1962 met ‘September, gouden roos’, maar ditmaal met duidelijk minder succes.

In 1963 scoorde Bob Benny zijn grootste hit, ‘Waar en wanneer’, een bewerking van ‘Als Flotter Geist’ gecomponeerd door Johan Strauss. Hij won er een gouden plaat mee.

Hij was ook musicalartiest en speelde onder andere de rol van Doolittle in ‘My fair lady’ en trad op in musicals en operettes in Berlijn. Hij voer ook als artiest op cruiseschepen.

Hij overleed op 29 maart 2011.



Niko agenda

Tentoonstelling over 100 jaar Niko



Ter gelegenheid van het 100-jarig bestaan van Niko vindt er in het hoofdkantoor van Niko een tentoonstelling plaats, die een overzicht geeft van de geschiedenis van Niko in de tijdsgeest van de voorbije 100 jaar, maar die de bezoeker ook uitnodigt om op een interactieve manier mee na te denken over de toekomst van wonen en werken.

Deze tentoonstelling zal toegankelijk zijn voor het brede publiek, vanaf 6 mei 2019. Om een optimale beleving te garanderen kunnen wij slechts een beperkt aantal bezoekers tegelijk de

expositie laten bezoeken. Wij vragen je dan ook vriendelijk om op voorhand even te checken of het tijdstip waarop je de tentoonstelling wenst te bezoeken nog vrij is. Wij hebben namelijk soms groepen klanten of scholen op bezoek en reserveren dan de toegang gedurende een bepaald tijdslot voor deze groepen. Je kan steeds checken wanneer de tentoonstelling toegankelijk is via volgende link: www.niko.eu/100expo.

Reken op 45 tot 75 minuten voor een volledige doorloop van de expositie.

OPENINGSUREN

- Alle werkdagen van 06/05 tot en 30/06 en van 19/08 tot 15/12, telkens van 09u00 tot 17u00
- Tijdens de weekends geopend in dezelfde periodes, telkens van 13u00 tot 17u00

Boek 100 jaar Niko

Als voorbereiding op ons eeuwfeest hebben wij al het materiaal dat beschikbaar was over de voorbije 100 jaar verzameld en geïnventariseerd. Dat brengen we enerzijds in beeld via de tentoonstelling rond 100 jaar Niko, maar anderzijds hebben wij uit alle verslagen, foto's en andere gepubliceerde teksten ook een boek samengesteld. Het beschrijft de geschiedenis van Niko over 3 generaties van de familie De Backer, en iedereen die heeft meegewerkt aan het succes van Niko.

Je bent getuige, vanop de eerste rij, hoe 2 broers onmiddellijk na het einde van de Eerste Wereldoorlog besluiten om een bedrijfje op te richten dat schakelaars en stopcontacten produceert. Je leeft mee met de 2e generatie die design in schakelmateriaal op de kaart zet en je leest hoe Niko de eerste stappen zet in de wereld van elektronica. En tenslotte belandt je bij de derde generatie en ervaar je welke veranderingen Niko, en wij allemaal, hebben meegemaakt sinds het begin van de jaren 1990. Om tenslotte een tipje van de sluier opgelicht te krijgen in de epiloog van Peter Hinssen, getiteld 'Quo vadis Niko'.

MEER INFO

Je kan het boek '100 jaar Niko – Illuminating Ideas', beschikbaar in het Nederlands, Frans en Engels, kopen aan de receptie van Niko nadat je de tentoonstelling hebt bezocht, of online bestellen via de link www.niko.eu/100book. Het boek is beschikbaar vanaf 1 mei 2019 en de opbrengst gaat integraal naar een initiatief voor kansarme jongeren in de stad Sint-Niklaas.



Open Bedrijvendag



Op **zondag 6 oktober 2019** is het weer zover: de Voka Open Bedrijvendag. Sinds 1991 openen honderden bedrijven uit de meest uiteenlopende sectoren hun deuren voor het grote publiek op de eerste zondag van oktober. Dit jaar zal ook Niko weer van de partij zijn; we nodigen je met veel plezier uit om ons die dag te komen bezoeken, en zijn fier je onze 'Factory of the Future' te kunnen tonen.

Zoals je elders kon lezen in dit krantje is dat niet alleen een kwestie van super geautomatiseerde productie en dure machines, maar net zo goed van autonoom en intensief samen werken in teamverband, ook in onze productie omgeving, van duurzaam ontwerpen en produceren, van digitalisering...

Wij staan klaar om je met open armen te ontvangen op 6 oktober!



NIKO TOUCHSWITCH

100 jaar Niko

Dat is 100 jaar innoveren en vooruitkijken, en zorgen voor steeds gebruiksvriendelijker bedieningen.

Met de touchswitch vieren we deze mijlpaal in onze geschiedenis.

www.niko.eu/touchswitch



nv Niko sa
Industriepark West 40
BE-9100 Sint-Niklaas, België
tel. +32 3 778 90 00
info@niko.eu
www.niko.eu

v.u. Patrick Van Steelandt – nv Niko sa, Industriepark West 40, BE-9100 Sint-Niklaas, België