



Koenraad en Nele van Upgrade Estate ondernemen als koppel

## “Wij willen mensen verbinden”

**Wie het over sociaal geëngageerd ondernemen wil hebben, is bij Nele Van Damme en Koenraad Belsack van Upgrade Estate aan het juiste adres. Zij zijn het duo achter Bro Upkot, de hoogste studententoren van Gent met 311 studentenkamers en een studiecafé op de hoogste verdieping. Tijdens het coronacrisisjaar zetten ze allerlei sociale initiatieven op, werd hun bedrijf uitgeroepen tot Best Place To Work en schudden ze een nieuw project uit de mouw in het bekende art deco-gebouw van het vroegere Dagblad Vooruit in Gent. “We groeien mee met onze huurders”, klinkt het.**

TEKST Paulien Coenaerts – FOTO'S Pat Verbruggen

**Koenraad:** “Nieuw is het gebouw niet, het is 90 jaar oud. Het hoort bij de Backstage-site, die we eerder al kochten om er studentenhuisvesting te bouwen. Toen die af was, hebben we van het art deco-gebouw eerst een hostel gemaakt. En nu huist hier onze Upgrade Academy.”

Upgrade Estate heeft een belangrijk doel, legt Koenraad uit. Het bedrijf wil mensen verbinden. Bij Upkot zijn dat studenten, bij Upliving *young professionals* en bij Upoffiz binnenkort ook bedrijven. “Met de Upgrade Academy willen we een gemeenschap creëren van alle doelgroepen die betrokken zijn bij ons bedrijf. Een plek waar ze workshops, keynotes en opleidingen kunnen volgen en waar onze medewerkers, huurders, investeerders en andere stakeholders met elkaar in contact komen om kennis te delen en te innoveren”, aldus **Koenraad**.

**Nele:** “Omdat innovatie belangrijk is in ons bedrijf heeft het innovatiecollectief nexxworks een vaste stek in de Upgrade Academy. De stichters Peter Hinssen, Steven Van Belleghem en Rik Vera bieden samen met hun team inspirerende on- en offline programma's aan.”

**Koenraad:** “Nexxworks is voor ons een venster op de wereld. We zijn met hen op inspiratietrip gegaan naar China. De *mindset* die we daar ervoeren bij grote Chinese multinationals proberen we toe te passen bij Upgrade Estate. Als Vlaamse kmo is het belangrijk om met een open vizier naar de toekomst te kijken. Zo hebben we er bij ons bouwteam bij aangedrongen om de bouwtermijn van onze projecten drastisch te verminderen door vooraf slimme toepassingen uit te werken.”

### Niet je normale broodje

Nele en Koenraad komen allebei uit een zelfstandig nest. Het was voor de twee meteen duidelijk dat ze zouden ondernemen. Wat het ging worden, wisten ze nog niet. Het begon allemaal met een

eetstandje op de Gentse Feesten. “Ja, wat vandaag een foodtruck heet, was toen nog een eettent”, lacht **Koenraad**. “Maar ons concept was meer dan 20 jaar geleden al hip: een vers broodje met paddenstoelen, vegetarisch dus, op steen gebakken, niet de traditionele hamburger met ajuin. Met de centen die we daar verdienden en een ferme lening, hebben we een eerste huisje gekocht dat we in 6 studentenkamers verdeelden. Het was niet de bedoeling om er direct een business van te maken, het was eerder een investering voor ons pensioen, waar je als zelfstandige toch beter zelf voor zorgt.”

**Koenraad:** “De mindset die we ervoeren bij Chinese multinationals proberen we toe te passen bij Upgrade Estate.”

Koenraad en Nele waren op dat moment zelf nog student, en gingen regelmatig een 'pint pakken' met hun huurders, waardoor ze wisten wat hun noden waren. Na drie jaar verkochten ze dat eerste huis. De koper vond dat ze het zo goed hadden aangepakt dat hij vroeg of ze de koten voor hem wilden blijven behouden. En zo ging de bal aan het rollen. “Die eerste klant is vandaag nog altijd een belangrijke investeerder bij Upgrade Estate”, zegt Koenraad.

**Nele:** “In essentie doen we vandaag nog altijd hetzelfde. We onderzoeken de noden van een doelgroep en luisteren naar de eindgebruiker. Studenten willen bijvoorbeeld op kot veel nieuwe sociale contacten leggen zodat ze ‘de tijd van hun leven’ hebben. Dezelfde oefening

maken we ook voor *young professionals* en binnenkort ook voor *working professionals* – in het bijzonder groeikmo's.”

### Niet gewoontjes

**Nele:** “Van in het begin was duidelijk dat ‘gewoontjes’ niet aan ons is besteed. Zelfs op de Gentse Feesten wilden we de vriendelijkste, tofste eetstand zijn. Onze eerste studenten kregen een degelijk kot, maar het kot zelf was slechts het decor. Het ging vooral over de periode in het leven van jonge mensen waarin ze een netwerk voor later uitbouwen. We legden de klemtoon op de band tussen die huurders. Die sociale factor zit verankerd in ons businessmodel.”

**Koenraad:** “Als je vandaag naar ons logo kijkt, zie je vier fundamenteën: community & connectie in het sociale en dagdagelijkse beheer, het ontwikkelen en in de markt plaatsen van onze projecten, het bouwen en coördineren van onze bouwprojecten als hoofdaannemer, bouwheer én studiebureau, en ten slotte ons eigen energiebedrijf dat groene stroom produceert in de gebouwen – Limoengroen. Onze duurzaamheidsmascotte, de Kotkip, sensibiliseert dan weer de huurders om duurzaam te leven.”

### Mentaal welzijn

Die sociale en maatschappelijke factor is dé drijfveer van het ondernemerskoppel. Dat is in het coronajaar 2020 niet anders geweest. Integendeel. **Nele:** “Zeggen dat we helemaal niet getroffen zijn door corona zou té rooskleurig klinken, maar eigenlijk hebben we heel hard onze bedrijfsmissie kunnen waarmaken: sociale impact hebben. Elke student kreeg zes weken energiekosten kwijtgescholden. En we richtten een stichting op, Upgrade Solidarity, om onze meest kwetsbare huurders financieel te ondersteunen. We deden zelf een grote duit in het zakje en vroegen aan onze investeerders en medewerkers een vrije bijdrage voor die kwetsbare groep.”

>>



“Ook namen we het heft in handen na een enquête over het welzijn van onze studenten en startten we een *‘feel free to talk’*-campagne: studenten die het mentaal echt moeilijk hadden boden we drie gratis sessies aan bij een psycholoog. Daar hebben ongeveer 80 studenten op ingeschreven en de aanvragen komen nog steeds binnen. We gaven ook laptops aan Talentatelier voor Jongeren, een initiatief voor kansarme kinderen, en zo zijn er nog een aantal initiatieven.”

### Ménage à deux

Als ik Koenraad en Nele vraag of ze samen nog over andere dingen praten dan over het werk, moeten ze lachen. Koenraad vraagt meteen of ik eens met hen wil gaan mountainbiken. “Dat doen we regelmatig, samen en apart. We zijn nog met andere dingen bezig dan met Upgrade Estate. Al typeert het ons als ondernemer om van elke hobby een BV’tje te maken.”



**Nele:** “We hebben drie kinderen. Zij zorgen ervoor dat we over andere dingen praten. En we reizen heel graag. Op die reizen kunnen we echt alles achter ons laten. Ik heb er 18 jaar over gedaan, om op vakantie echt het bedrijf los te laten. Maar dat lukt tegenwoordig heel goed.”

“We hebben een duidelijke taakverdeling en sturen allebei een aantal leden van ons managementteam aan. In het begin deden we alles samen en dat was heel tof, maar nu is dat niet meer haalbaar. Onze medewerkers weten waarvoor ze bij wie terecht kunnen. Soms wordt er onderling eens een verantwoordelijkheid gewisseld omdat dat ons wakker en scherp houdt. Wekelijks hebben we een overleg waarin we elkaar informeren en adviseren en beleidsbeslissingen nemen.”

**Nele:** “We leggen de klemtoon op de band tussen die huurders. Die sociale factor zit verankerd in ons businessmodel.”

**Koenraad:** “HR doen we nog altijd samen. Dat gaat over mensen en bedrijfs-cultuur, wat ons nauw aan het hart ligt. Ik ben vooral bezig met het financiële luik, de duurzame energie-installaties en de ontwikkeling en de bouw van onze projecten. Nele bewaakt de sociale en maatschappelijke missie en zet de lijnen uit voor onze marketing- en communicatie. Daarnaast stuurt ze de afdelingsverantwoordelijke van het verhuur- en salesteam aan en kan ze haar creatief ei kwijt bij het team *look & feel* dat onze gebouwen van een uniek design voorziet.”

### Traag maar gestaag

**Koenraad:** “We zijn organisch en traag

gegroeid. Sommige bedrijven willen zó snel gaan dat ze over hun voeten struikelen. Soms leidt dat bij techbedrijven tot gigantische successen, maar als groei-kmo kiezen we bewust voor een vertrouwensband met klanten, wat uiteraard invloed heeft op het groeitraject. Bedrijfscultuur is daarbij zeer belangrijk en we groeien op maat van mensen.”

“Pas in 2011 hebben we ons eerste Upkotgebouw gerealiseerd. Dat is tien jaar na die allereerste investering. In die tien jaar deden we vooral kleinere renovaties van bestaande studentenkamers. Die tien jaren daarna is de groei er gekomen. We zijn geëvolueerd naar 3000 huurders en meer dan 100 medewerkers. We hebben projecten in Gent, Brussel, Kortrijk, Brugge, Antwerpen, Hasselt en Bergen. In Leuven hebben we nog niets, Luik en Namen zijn misschien een optie. Er is nog veel werk in België.”

**Nele:** “Groei op zich is nooit het doel geweest, maar is er altijd gekomen door goed te luisteren naar onze eindgebruikers. Wat zijn de noden? Hoe kunnen we er aan tegemoet komen met onze concepten? En door medewerkers die groeien? Als je medewerkers groeien, groeit je bedrijf.”

### Ieder nadeel heb z'n voordeel

**Nele:** “Het wettelijke kader durft al eens veranderen. Je hebt rechtsonzekerheid als ondernemer, en dat kan best wel eens een harde dobber zijn. Uit iedere crisis zijn er tot nu toe altijd nieuwe modellen en opportuniteiten ontstaan. Leg jij het eens uit, Koenraad?”

**Koenraad:** “De Gentse stedenbouwkundige wetgeving is al enkele keren aangepast. We verkochten vroeger onze kamers per stuk in mede-eigendom. Zoals je appartementen in mede-eigendom verkoopt. Plots werd dat niet meer toegestaan in Gent. Het investeringsmodel dat onze groei waarborgde, was volledig afgesneden. Dan hebben we onszelf



BroUpkot: een statige woontoren voor studenten in Gent.

opnieuw moeten heruitvinden en zijn we de weg ingeslagen van het één-eigenaarsmodel. Zo blijft het sociale, ecologische en economische beheer van de gebouwen gegarandeerd. Investeerders kunnen hun spaarcenten investeren door het verwerven van aandelen in een patrimoniumvennootschap waar wij zelf aan het stuur staan. Ons doelpubliek bestaat uit investeerders die ook belang hechten aan duurzame *return on investment*.”

### ‘Kom binnen twee jaar maar eens terug’

**Koenraad:** “Dit jaar nemen we een nieuwe stap. We lanceren een nieuw merk:

Upoffiz. Je hebt het wellicht al gemerkt, maar wij groeien mee met onze doelgroep. Eerst waren het studenten, dan kwamen de *young professionals* erbij en nu zijn we aan de volgende fase beland: de *working professionals*, of bedrijven. Met Upoffiz zetten we in op de behoefte van groeiende bedrijven om talent aan te trekken. Uit onze marktonderzoeken blijkt dat werknemers veel waarde hechten aan de werkomgeving waarin ze terecht komen. Hoe is de cultuur? Is er een toffe *vibe*? Zijn de kantoren duurzaam?”

“Natuur werkt helend als je aan het werken bent – zo blijkt uit een wetenschap-

pelijk onderzoek dat we zelf hebben gevoerd. Ons uitgangspunt is dan ook dat iedereen van op de werkplek zicht moet hebben op groen.”

**Nele:** “Op onze toekomstige Upoffiz-campus willen we groeikmo’s vestigen, die bezig zijn met identiteit en met het welzijn van hun medewerkers. De bedrijven die onze gebouwen huren, willen we verbinden en kruisbestuivingen aanwakkeren. En we bieden huisvesting aan voor de *young professionals* die ze willen aantrekken. We verleggen de accenten misschien wat, maar de bouwstenen van Upgrade Estate komen terug. We gaan ecologisch bouwen én we zorgen voor verbinding. We starten met de bouw in 2021, en hopen dat het over twee jaar af is. Kom dan nog maar eens langs voor een koffie en een nieuw interview.”

Voor we het interview afsluiten, geeft Nele nog een tip mee voor collega-ondernemers: “Vier elk klein succesje. Wij doen dat. Het is zo belangrijk dat je samen viert, met je stakeholders, met de medewerkers, met je partners. We proberen altijd erkenning te geven, te tonen dat we trots zijn op wat we samen met onze medewerkers realiseren. Ik wil niets vluchtig laten voorbijgaan en te snel focussen op het volgende dat eraan komt. Blijf even stilstaan en vier een bé-tje. Het gevoel: dit is verdiend.”

Kun je als ondernemer investeren bij Upgrade Estate? Koenraad: “Investeren kan vanaf 110.000 euro. Je koopt aandelen in een patrimoniumvennootschap die één specifiek gebouw bezit dat gericht is op huisvesting voor studenten, *young professionals* of groeiende bedrijven. Begin dit jaar lanceerde Upgrade Estate voor het eerst een obligatielening waarin je flexibel in en uit kunt stappen vanaf 100.000 euro. Zoals alles bij ons: iedereen is welkom.”

www.upgrade-estate.be