

# « We hebben elkaar beter leren kennen én waarderen »



— Wim De Mont

Wouter Casteleyn en Greetje Demuelenaere komen allebei uit een zelfstandig nest. En al namen ze zich voor om niet het pad van hun ouders te volgen, het bloed kruipt waar het niet gaan kan. Met als bedrijfsnaam Comma profileren ze zich als merkenmarketeers. En ook in de liefde zijn ze partners. Is dat altijd even eenvoudig?



« Als we nu opnieuw begonnen, had ik toch een paar dingen anders gedaan »

— Wouter Casteleyn



**Greetje Demuelenaere en Wouter Casteleyn** kennen elkaar nu 25 jaar, 20 jaar geleden trouwden ze. Zij bouwde een marketingcarrière op bij **Royal Life** en **DKV** – waar ze op 28-jarige leeftijd al in het directiecomité werd opgenomen. Hij kwam bijna toevallig in deze sector terecht. Hij studeerde internationale betrekkingen, maar als jobstudent belandde Wouter Casteleyn bij een textielbedrijf. Hij bleef er hangen, werd verantwoordelijk voor de aankoop en had er veel verantwoordelijkheid. In 2004 besloot het koppel om samen 'iets' te doen, voor eigen rekening.

**Vanwaar die stap?**

**Wouter Casteleyn:** « We komen allebei uit een zelfstandig nest, en eigenlijk wilden we geen van beiden dat soort leven, met lange werkdagen en altijd bezig zijn. Maar het begon te kriebelen. Greetje zag het ook niet meer zitten om elke dag om 5 uur op te staan om tijdig in Brussel te zijn. »

**Greetje Demuelenaere:** « Eerst zocht ik nog werk dichterbij huis, bij Graphic Group Van Damme in Oostkamp. Ik werkte er op merken als Nokia, Telenet en HP en het bedrijf goeide van 11 tot 50 medewerkers. Ik werkte er drie jaar, tot ik besepte: 'Leuk, dat loopt, maar eigenlijk kan ik dat beter, met name de strategische kant'. »

**Wouter Casteleyn:** « En toen beslisten we samen om een eigen bedrijf op te richten. Niet simpel, hoor, met een zontje van zes maanden en een dochtertje van 2,5 jaar in huis. Maar door Greetjes grote netwerk kregen we toch snel veel // // // // // »

© Luc Hilderson

ABONNÉ?  
LISEZ CET  
ARTICLE EN  
FRANÇAIS SUR  
PUB.BE





« Dit is eigenlijk een redelijk oppervlakkige sector »

– Greetje Demeulenaere

klanten, vooral in de financiële sector. Greetje verzorgde de contacten, ik deed redactie en maakte vertalingen. We maakten ook jaarverslagen, kwamen met een eigen tijdschrift... In 2006 was er een eerste medewerker, eerst nog bij ons thuis. »

**Greetje Demeulenaere:** « Ik was vaak buitenshuis, voor marketingadvies. Maar die samenwerking tussen ons beiden liep altijd goed. We wisten natuurlijk wat de ander waard was en wat die kon waarmaken. En 14 jaar geleden waren er nog weinig bedrijven die zich echt toelegden op 'branding'. Er is ook een goede taakverdeling. Intern, bijvoorbeeld, doet Wouter de human resources, ik de financiën. »

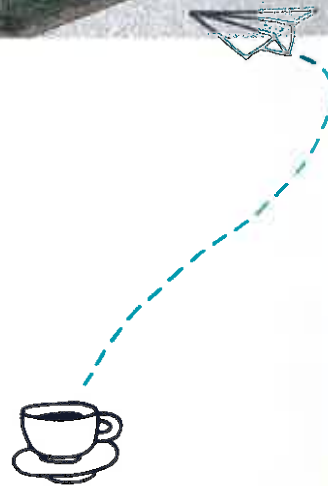
Intussen zitten jullie hier in een modern kantoor, met een sfeerruimte en een eigen, volledig ingericht café...

**Wouter Casteleyn:** « We bleven maar groeien, op een bepaald moment werkten bij Comma 20 mensen. In 2012 hebben we onze focus wat aangescherpt, we deden op een duur een beetje van alles. Ook creatief werk, nu nog eigenlijk, maar vaak in het verlengde van het marketingadvies, of soms gewoon omdat dingen ons interesseren. Ik blijf mezelf en heb zulke dingetjes nodig. Voor het geheel van de werkzaamheden zijn en blijven we erg complementair. »

**Greetje Demeulenaere:** « Die complementariteit is aangenaam, ook ten opzichte van het team: de medewerkers weten perfect waarvoor ze bij wie moeten zijn. »

**Wouter Casteleyn:** « Al is dat een groeiproces geweest. Als we nu opnieuw begonnen, had ik toch een paar dingen anders gedaan. Leuk is dat we door samen te werken elkaar nog beter hebben leren kennen én waarderen. We zijn daarin ook geëvolueerd. Ik was altijd al een entrepreneur, een creator, nu rem ik mezelf soms wat af en probeer ik anderen te stimuleren om dingen te doen. En dat café... we vinden het belangrijk dat hier een leuke werkruimte is, voor ons en onze medewerkers, maar ook voor klanten. Die klanten komen trouwens graag naar hier, weg van de soms saaie kantoren. Ik denk dat hier vandaag al zeker 10 klanten zijn langsgelopen. Dit kantoor is een echte ontmoetingsplaats geworden, ook tussen klanten onderling. »

**Greetje Demeulenaere:** « Hier in dit nieuwe gebouw is de puzzel echt in elkaar gevallen, met de tuin, het café, de dieren in die tuin en de boeken in de rekken. Comma is de som van wat je hier allemaal kunt beleven. We hebben al opleidingen als barista of thee-sommelier georganiseerd voor medewerkers. »



**Wouter Casteleyn:** « Er is het spook van de burn-out, ik probeer daarop te letten. Terwijl mensen hier ook de kans moeten krijgen om te groeien. We proberen onze slogan 'enjoy the ride' ook op dat vlak waar te maken. »

**BUSINESSSTRATEGIE**

Wat is jullie uitgangspunt bij de merkenmarketing?

**Greetje Demeulenaere:** « Strategische marketing moet beginnen vanuit de businessstrategie. Geef toe: dit is eigenlijk een redelijk oppervlakkige sector, met buzzwords en one-shots. Zulke dingen passen niet bij ons. Wij vinden het belangrijk dat het hele team van de klant de weg mee aflegt, de klant moet er in zijn geheel beter van werken. Daarom focussen wij niet op campagnes, maar op langetermijnrelaties. »

**Wouter Casteleyn:** « We werken trouwens nog altijd voor onze eerste klant. »

**Greetje Demeulenaere:** « Wij kijken samen met de klant naar het probleem, om met mensen van bij de klant samen vast te leggen hoe je een draagvlak voor de oplossing kan creëren. Ik stel

vast dat te veel bedrijven eigenlijk geen duidelijke businessstrategie hebt. Naar gelang van aan wie je het vraagt in het bedrijf, krijg je een ander antwoord. Een consultant die dan zonder communicatie met medewerkers van die klant een oplossing op tafel legt, dat is niet meer van deze tijd. »

Hoe loopt vervolgens de wisselwerking tussen dat strategisch advies van Greetje en het interne werk hier bij Wouter?

**Wouter Casteleyn:** « Soms leggen we hier vervolgens een digitale strategie vast, of werken we aan de customer journey of het marketingplan. Soms creatief werk, ja, maar dat is daar niet altijd aan gekoppeld. Zo deden we creatief werk voor het biermerk Omer, waarbij wij niet zelf de strategie hebben vastgelegd. Of we deden fun-projecten zoals de rebranding van de Beauvoordse pannenkoeken. »

**WERK EN PRIVÉ**

Stopt het werk als jullie thuiskomen, of praten jullie 's avonds en in het weekend ook nog over jullie projecten?

**Greetje Demeulenaere:** « Meestal wel. Behalve als we mekaar eens overdag een tijdje niet veel hebben gezien, dan willen we 's avonds wel eens bijpraten. In het weekend normaal gezien niet! »

**Wouter Casteleyn:** « Doordat we mekaar zo goed kennen, blijft er niet veel liggen, we spreken alles snel uit. »

Delen jullie veel vrije tijd?

**Wouter Casteleyn:** « Greetje volgt nog graag opleidingen, aan Vlerick en zo, ik duik in de boeken, bezoek tentoonstellingen of ga fietsen. Greetje fietst nu ook met de Fietsvedettes, dat vind ik leuk. »

Weten klanten dat jullie een koppel zijn?

**Greetje Demeulenaere:** « We pakken er niet mee uit, maar de goede klanten weten dat natuurlijk wel. »

**Wouter Casteleyn:** « Ik praat veel, het zou me verwonderen dat ik dat in de eerste gesprekken al niet ergens laat vallen (lacht). Eigenlijk is dit een beetje een West-Vlaams familiebedrijf in de goede zin van het woord: we zijn geëngageerd en we hebben een langetermijnvisie. »