



© DRIEGHE



Eigen veredeling bleek een troef

Voor een babbel over het reilen en zeilen binnen de azaleateelt trokken we naar Lochristi-Hijfte, bij Jeroen en Ellen Drieghe-Mallems. Ieder bedrijf heeft zijn eigenheid. Op dit bedrijf springen vooral de eigen veredeling, de thuisverkoop en het aspect gezinsbedrijf in het oog.

Patrick Dieleman

Jeroens ouders, Marc en Marleen, startten het bedrijf op in 1978 met een serre van 1500 m². Aanvankelijk teelden ze ook nog begonia's. In 2001, na zijn tuinbouwstudies, begon Jeroen mee te werken. In 2008 nam hij een deel van het bedrijf over en in 2015

begon ook zijn partner Ellen mee te werken. De oppervlakte glas en plastic steeg in de loop der jaren naar een kleine 2,5 ha. De recentste nieuwbouw, een 8000 m² grote plasticserre met dubbele folie uit 2018, kwam op de plaats van het vroegere container-

veld. "Nu kunnen alle planten binnenblijven", vertelt Jeroen. "Dat bespaart ons heel wat verplaatswerk. We zorgen ook dat de planten hier op halve eindafstand staan, zodat we ze een keer minder moeten opentrekken." Tijdens ons gesprek blijkt meer

Reportage

dan eens dat de passie van Jeroen in het telen (en ook veredelen) ligt. Groeien en met externe medewerkers werken ligt niet in zijn ambitie. "Ons bedrijf is gericht op het werken met vier (dus inclusief Jeroens ouders). Onze investeringen zijn gericht op arbeidsbesparing. Onze belangrijkste 'externe medewerker' is een op- en afzetrobot van Degreamec."

Kwaliteit

Het voornaamste product van Jeroen en Ellen zijn azalea's in een pot van 10,5 cm, 12-15 cm plantdiameter. Hun tweejarige planten (drie stekken in een pot van 14 cm) zijn belangrijk om voldoende stekken te produceren. Nieuw dit jaar is het gebruik van recycleerbare (grijze) potten. "Gezien de gewijzigde regelgeving rond het plantenpaspoort hebben we ons meteen ook een printer aangeschaft die het plantenpaspoort op de pot drukt. Iedere partij krijgt meteen een ander nummer mee. Je kan je potten ook vooraf laten bedrukken bij de fabrikant, maar dan staat overal dezelfde informatie op. Ik denk ook dat een eigen printer op termijn goedkoper zal zijn." Voor de bloeiregeling en de forcerie hebben ze twee koelcellen en een apart verwarmde serre met assimilatiebelichting en bevloeiing via gronddoek.

Jeroen en Ellen werken met het label Gentse azalea. Dat impliceert dat ze voldoen aan de voorwaarden van het Project Azalea Kwaliteit (PAK). Jeroen vindt de feedback die hij krijgt op basis van de twee bedrijfsbezoeken per jaar, de bloeiproeven en de steekproeven in de keten nuttig om – indien nodig – zijn bedrijfsvoering bij te sturen. Het label is natuurlijk een aanduiding, hoewel Jeroen vindt dat vooral de persoonlijke relatie met de afnemer in het buitenland speelt als het over kwaliteit gaat. "Die weet wat hij kan verwachten van ons. Ik vind het wel goed dat we als groep naar buiten kunnen komen met de Gentse azalea. En het is zeker ook een meerwaarde voor onze thuisverkoop." Ellen vindt dat laatste vooral belangrijk. "Het is een verhaal. Mensen willen dat. Ik merk bij mijn contacten ook dat mensen meer bezig zijn met de milieuaspecten van wat ze kopen. De



De recent ingevoerde grijze recycleerbare potten zijn een bijkomend verkoopargument.

recycleerbare potten en het hergebruik van ons gietwater zijn extra initiatieven op dat vlak."

Veredeling

De variëteiten zijn 1/3 Hellmut Vogel-sporten in het vroege gamma (kleurmutaties), en een 20-tal variëteiten in halfvroeg en late soorten. Opvallend in het assortiment zijn de eigen kwekersrechtelijk beschermde soorten: de licht roze Oase de Lo en haar bonte sport Linde de Lo (genoemd naar hun dochtertje, zie foto vooraan dit artikel), Miss Mirthe (genoemd naar de dochter van Jeroens broer) en Finesse wit en roze.

In 1997 deed Marc zijn eerste kruising. Het veredelen werd een hobby en naarmate er wat successen kwamen werd het een passie, later ook voor Jeroen. "Ik denk zelfs dat het ons geholpen heeft om door de moeilijke jaren voor de azalea te geraken. We hebben een trouw cliënteel dat ernaar vraagt, en met een eigen product zijn je prijzen minder onderhevig aan prijsdruk." Deze cultivars worden met een royaltysysteem ook vermeerderd door een twintigtal collega's. Het introduceren van nieuwe variëteiten gebeurt organisch. Van zodra er voldoende planten van een beloftevolle cultivar zijn, wordt er al eens een laag meegegeven met een zending naar een van de eigen buiten-



Het plantenpaspoort wordt op de potten geprint. Elke partij krijgt een eigen code mee.

landse klanten. Jeroen en Marc vinden de respons van die klanten heel belangrijk. Een nieuwe cultivar beschermen kost geld, en dat doen ze alleen als ze bijna zeker zijn dat die het zal maken. Een niet-beschermde cultivar die ze toch blijven kweken is de C4. Die voorlopige kwekersbenaming lokt bij hen wel eens een grapje uit, maar enkele klanten blijven vragen naar deze witte met roze randen.

“ Een nieuwe generatie vindt Azalea wel een interessante plant

Groothandel en thuisverkoop

Een deel van de planten gaat rechtstreeks – en doorgaans groen – naar klanten in het buitenland. Zowat één derde wordt kleurtonend verkocht via de groothandel. Zodra de term thuisverkoop valt, begint Ellen spontaan te vertellen. Vroeger verkocht ze wel eens een plant aan mensen die erom vroegen. “Omdat ik moeilijk het werk kon onderbreken om één plantje te verkopen, zeker niet wanneer je aan de transportband staat, begonnen we planten te verkopen op afspraak. Sedert twee jaar hebben we in het seizoen een vaste verkoopzaterdag per maand.” Het direct contact met de klant levert ook veel respons op over hun product. Grotere potmaten zijn bijvoorbeeld niet nodig. Uit een bevraging bleek dat hun klanten tevreden waren met de twee aangeboden potmaten. Ellen verzorgt ook de website – zeker de moeite voor een kijkje (www.driegheazalea.be). Op de site blijkt ook hoe vlot Ellen communiceert. Voor Vilt TeeVee filmde ze het productieproces van een azalea gedurende het jaar. Je kan filmpjes en artikels bekijken via hun site. Tijdens de lockdown van maart schakelde ze een versnelling hoger. “Toen bestellingen afgezegd werden, hebben we de nog niet verkochte planten in de koelcel gezet om ze af te remmen in hun ontwikkeling. Ik begon meer reclame te maken, vooral via onze Facebookpagina, en ben planten thuis gaan afleveren tot voorbij Wetteren en Sint-Niklaas. Vaak zorgde één levering in een bepaalde regio voor meerdere bestellingen kort nadien. Dat verspreidde zich wat zoals het virus. De mensen zijn ook meer lokaal beginnen kopen.” Ellen vindt het belangrijk om mensen informatie



Jeroen en Ellen in de recentste folieserre. Die zorgt ervoor dat ze veel minder planten moeten verplaatsen.

mee te geven, zodat ze maximaal kunnen genieten van hun planten. Ze haalt veel voldoening uit de reacties van de klanten. “Die sturen soms een foto door van hun azalea die nog steeds mooi bloeit. En mond-aan-mond reclame werkt. Mensen die een van onze planten cadeau kregen, komen hier vaak nadien ook zelf kopen. We hadden zelfs al mensen uit het Antwerpse.” Voor Ellen vervangt dat sociaal contact de contacten die ze had toen ze nog in Oostakker werkte als opvoedster bij Mozaïek. Ze heeft daar nog steeds een band mee, promoot mee hun acties en is ook zorgboerin. Drie halve dagen per week komt een bewoner van Mozaïek een handje toesteken.

Water

Water is een steeds schaarser wordende grondstof op heel wat bedrijven, ook gezien de recentste zomers. Tijdens ons bezoek waren Jeroen en Marc een zandfilter en voorraadtank aan het afwerken. Dat moet toelaten om het water te hergebruiken dat ze nu opvangen via de lavavelden. “We mogen dat drainwater uitspreiden op ons grasland”, legt Jeroen uit, “maar als we dat ’s zomers doen tijdens een

droogteperiode kan dat vraagtekens opleveren bij burgers die hun gazon niet mogen beregenen. Bovendien laat het ons toe om ook het restant aan meststoffen te hergebruiken.” Ze hebben een open vijver van 3.000 m², waarin ze al het hemelwater opvangen en waaruit ze nu hun gietwater betrekken. Die is nog nooit droog gevallen, maar hergebruik geeft extra zekerheid en is ook maatschappelijk positief.

Toekomst voor azalea?

Jeroen vindt dat de marktsituatie van de azalea de laatste 3-4 jaar aan het verbeteren is en ziet de toekomst van deze ambassadeur van de Gentse sierteelt rooskleurig in. “Omdat er geen telers bijkomen, gaat de productie jaar na jaar licht achteruit. Er komt een zekere schaarste, niet alleen bij de azalea, maar ook bij andere bloeiende kamerplanten. En de interesse voor de azalea gaat er zeker niet op achteruit, integendeel. De azalea heeft jaren een wat oubollig imago moeten meetorsen, maar ik heb de indruk dat er een nieuwe generatie is opgestaan die ze wel een interessante plant vindt.” ■