

Roel en Annemie telen Nijlens grondwitloof

“Wij zijn uniek in de regio”

Wie grondwitloof zegt, denkt daarbij niet meteen aan de Antwerpse Kempen. Toch is er sinds een viertal jaar ‘Nijlens Grondwitloof’, met dank aan Roel Bogaerts en Annemie De Bruyn. Zij begonnen van nul, als echte witloofleken, maar voorzien intussen gedurende vier maanden per jaar zowel de plaatselijke Carrefour-hypermarkten als hun eigen winkel voor thuisverkoop van het witte goud, met een Nijlens tintje.

Liesbet Corthout



 Roel Bogaerts (34)
en Annemie De
Bruyn (37), Kobe (6)
en Kaat (4)

 Grondwitloof

 Nijlen



© FOTO S. MARCO MERTENS



Annemie kreeg de liefde voor de landbouw met de paplepel mee. Haar ouders hebben een varkensbedrijf en zelf was ze eerst actief in Groene Kring en nu als leerkracht aan de landbouwschool in Geel. Echtgenoot Roel koos voor de sector uit pure passie voor het vak. Hij studeerde tuinbouw en begon zijn eigen tuinaanlegbedrijf. Tot het koppel enkele jaren geleden een stuk grond kocht met daarop een leegstaande loods. Roel vertelt: “Meer dan 20 jaar geleden werden hier kippen gehouden, sindsdien staat de loods leeg. Het is een donker, goed geïsoleerd gebouw. We bekeken de mogelijkheden die zo’n loods biedt en kwamen uit bij twee opties: champignon- of witloofteelt.” Annemie wist duidelijk

“Wij maken niet veel reclame, tevreden klanten vertellen het voort.”

wat ze wilde: een product dat in de regio nog niet vlot verkrijgbaar is, althans niet rechtstreeks van de plaatselijke teler. “En zo kozen we voor grondwitloof. We hebben ons goed geïnformeerd via de Nationale Proeftuin voor Witloof. Die staan 100% achter ons initiatief en hebben ons goed bijgestaan. Na bijna twee jaar voorbereiding voelden wij ons genoeg gesterkt om ook echt aan de slag te gaan. Eind 2016 tafelden wij onze eerste witloofwortels in.” Die wortels gedijen niet goed op de Kempense zandgronden en daarom kopen Annemie en Roel ze aan bij de Proeftuin. En ook de grond waarin het witloof groeit werd aangevoerd, uit Werchter. Alle voorwaarden waren dus vervuld voor een topproduct en dat bleek meteen ook een

schot in de roos. Roel en Annemie vonden een gat in de markt in Nijlen en omgeving. “Hoewel we nog elke dag bijleren hoor. Het blijft voor een stuk experimenteren en je bent erg afhankelijk van externe factoren, zoals het weer. Kerstmis is bij ons de drukste periode, maar als we ons een beetje misrekenen en een bed is net drie dagen na kerst klaar, blijven we met veel witloof zitten.”

Lokale producenten

“Promotie hebben we niet echt gevoerd”, zegt Annemie. “We hebben een pagina op Facebook en staan elk jaar op de Nijlense kerstmarkt met witloofsoep. En toch blijken de mensen ons goed te vinden en ze vertellen het voort. Onze sterkte is dat wij een vers product hebben, dat mensen recht van de boer kunnen kopen. En dat spreekt aan.” En dat is belangrijk, want de rechtstreekse verkoop aan de klant is waar Roel en Annemie het moeten van hebben. “Wij verkopen het witloof vlak naast de witloofloods. In het seizoen zijn we open van 8 uur ’s morgens tot 8 uur ’s avonds. Normaal gezien is dat van december tot maart, dit jaar konden we eind oktober al beginnen met de oogst. Om aan de veiling te leveren zijn we te klein, zelfs al zijn we al sterk gegroeid. Het eerste jaar teelden we maar in een klein stuk van onze hal, intussen groeit er in goed twee derde al witloof. Maar onze productie blijft te beperkt voor de veiling. Het is trouwens ook niet onze bedoeling om daar in de toekomst naartoe te gaan.” Om continuïteit te kunnen garanderen bij de verkoop en een buffer te creëren voor de thuisverkoop, hebben Roel en Annemie contact gezocht met Carrefour. “Een aardbeiteler in de buurt was bekend met het concept en heeft ons geïntroduceerd. We verkopen ons witloof nu in de hypermarkten van Lier en Borsbeek als lokaal producent. We zouden in meer

winkels mogen verkopen, maar we willen het behapbaar houden. We staan zelf in voor de leveringen aan de hypermarkten. Het contact verloopt zeer goed. In het begin hadden we soms problemen met witloof dat snel groen werd, omdat het in een fel verlichte omgeving wordt aangeboden. Samen met Carrefour bekeken wij de mogelijkheden voor andere, donkere verpakkingen, om dat te voorkomen. Want zowel zij als wij willen dat er een topproduct in de winkelrekken ligt.”

Open dag

Begin dit jaar organiseerden Roel en Annemie voor het eerst een opendeurdag. “We hadden veel witloof dat op hetzelfde moment klaar was en hebben op maandag spontaan een uitnodiging gemaaild naar onze contacten.” Op zaterdag maakte Roel 40 liter witloofsoep en op zondag daagden er aan het straatje in de stille Kempen 250 bezoekers op. Op een paar liter na was de soep op, en ook het verkoopklare witloof had klanten gevonden. Roel twijfelde eerst of hij wel voldoende kon vertellen over het witloof om bezoekers geboeid te houden, maar dat bleek zeker het geval. “Wij vinden het belangrijk dat mensen weten wat de prijs van ons witloof maakt. Het is een arbeidsintensieve teelt, het intafelen van een bed is al een dag werk, en dat doen we elke 14 dagen zodat we gespreid kunnen oogsten en ons product vers kunnen verkopen. Vanwege die arbeid is het eindproduct iets minder goedkoop. Maar het is onze ervaring dat mensen dat ervoor over hebben, als ze zien hoe intensief wij met dit witloof bezig zijn. Laatst vonden we in het betaalbakje van onze thuisverkoop een handgeschreven briefje van een klant die liet weten dat het heel lang geleden was dat hij of zij nog eens zo’n lekker witloof had gegeten. Daar doen we het voor.” ■