



Veeteelt

Patrick Danneels: 'Altijd werken in een positieve sfeer'

Feestelijke ijskarretjes

tekst Annelies Debergh

Wel zeventig soorten ijs telt het assortiment dat De Ijshoeve uit Vivenkapelle voor zijn klantenconsumenten in petto heeft: van gangbare smaken zoals vanille, chocolade en mokka en talrijke fruit-smaken tot meer bijzondere noot-smaken, dranksmaken en speciale ijsoorten als lavendelijs.

'We hebben natuurlijk niet alle smaken bij de hand als we er met de ijskarretjes op uit trekken', zegt Patrick Danneels (46). 'Met de ijskarretjes neem ik twee veelgevraagde soorten mee zoals vanille en chocolade, mokka en een specialere soort die ik in de loop van de dag laat variëren.'

Melkveehouder Patrick Danneels ontwikkelde de verschillende soorten ijs allemaal zelf. De verkoop van melkproducten startte al in 1998. 'Op dat moment was er nog ruimte

voor extra arbeid. Omdat het aankopen van melkquotum erg kapitaalsintensief leek, wilde ik ook liever geld investeren in het thuis verwerken van melk.'

Oorspronkelijk begon de thuiswinkel met de verkoop van melkdesserts, waaronder het inmiddels populaire hoeve-ijs. 'Langzamerhand groeide de neventak uit tot hoofdactiviteit op ons bedrijf', vertelt Patrick. 'Met de ijsverkoop heb je de productieketen volledig in handen. Melk kun je in een eigen product beter tot waarde brengen. Omdat het een eigen creatie is, houd je bovendien voeling met je product. En het creëren van nieuwe ijssmaken brengt ook veel arbeidsvreugde.'

Met het uitbreiden van de ijsverkoop kwam van buitenaf de vraag om niet langer alleen in de thuiswinkel, maar ook op afstand ijs te gaan verkopen. 'We hebben nog een deur-tot-deur ijsronde met een lichte vrachtauto gedaan, maar dat bleef slechts bij één seizoen', gaat Pa-

trick verder. Nu richt De Ijshoeve zich op het verhuren van ijskarretjes voor feesten. 'Er komt veel bij kijken: je moet de karretjes kunnen vervoeren, soms moeten de karretjes bemand zijn, noem maar op. Bovendien is het werk vooral op zaterdag, zondag en feestdagen.' Hij ziet ook voordelen. 'Met die ijskarretjes kom je wel vooral op festiviteiten. Zo zit je altijd in een positieve sfeer.'

Veel energie gaat ook uit naar marketing en naamsbekendheid. 'We hebben al aan talrijke polls en verkiezingen deelgenomen.' Het bedrijf verdiende erkenning als een van de tien beste ijssalons aan de kust en haalde ook een nominatie bij de Horeca Awards 2010. 'We hebben ons nu ook voor de editie van 2011 ingeschreven', vertelt Patrick. 'De klantvriendelijkheid, de vlotte bediening in de ijssalon, de netheid van toiletten, het zijn allerlei facetten die in de beoordeling worden meegenomen. We willen onze lat bewust hoog leggen.'