

MOOISTE IJSKAR GAAT MET CENTEN LOPEN

► BELSELE

door Sylvie VAN OSSELAER

Reeds in de prille lente, wanneer de avonden nog fris en donker zijn, hoor je het eerste geluid van de rondtrekkende ijskarretjes. Het teken van een snel naderende zomer. Eén van de pioniers in het Waasland is Wim's ijs. In 1935 trok stichter Jef Laureijs nog rond met paard en kar. Vandaag bevoorraadt Wim Uyttendaele de vele Wase wijken en straatjes met 10 gele ijskarretjes.

In 1992 kwam het geheime recept van Jef Laureijs, voor ijs met volle hoevenmelk, in handen van de derde generatie met Wim Uyttendaele. Over de verschillende decennia heen zijn de tijden en omstandigheden echter enorm veranderd. De concurrentie werd moordend.

Ballons

Wim Uyttendaele: „Het Waasland is gekend voor zijn ballons en zijn ijs. In deze streek alleen al rijden ijskarretjes van vier verschillende producenten. Het is dus een kwestie van snel te zijn en de juiste route te kiezen. Als je de

hele tijd achter een concurrent aan rijdt, ga je niet veel verdienen. Dat kan voor de verkopers enorm frustrerend werken. De mensen, en dan vooral de jongeren, kennen geen traditie meer. Ze kopen ijs van de eerste kar die de straat indraait. Voor een goede verkoop moet je rekenen op de vaste klanten. Dat zijn mensen die steeds opnieuw naar buiten komen, zon of regen, en altijd hetzelfde bestellen. Het zijn meestal oudere mensen. Spijtig genoeg neemt dat aantal steeds meer af. De naam of de garantie voor kwaliteit zijn niet langer belangrijk. „De jeugd wil vooral 'stukijs', zoals Ola en Magnum. Ze gaan

keer op keer voor de nieuwe smaken, zoals nu het ijs van speculaas en kokos. Vroeger hadden we enkel vanille en chocolade. Vandaag rijden we rond met twaalf verschillende soorten. Vanille en chocolade zullen nooit van de eerste plaats verdwijnen, maar de vraag zakt terug. Van 80 naar 60 procent.”

Nochtrons is België, wanneer her op het eten van ijs aan komt, slechts klein bier ten opzichte van fijnproevers in de rest van de wereld. „Het is langzaam aan het verbeteren. Nu zien we ook al eens dat mensen desnoods met paraplu en in de stromende regen om een ijsje komen. Maar het is zeker niet te vergelijken met de situatie in Amerika, waar ze zich aan potten van enkele liters wagen. Een Belg zit nog altijd graag met zijn pintje voor de TV.”

Trucs

Daarom is elke extra troef of trucje leuk meegenomen. „Kinderen zijn onze belangrijkste klanten. De ouders beslissen al lang niet meer bij wie en wat ze kopen. En ze bestellen ook meer dan een gewoon bolletje. Sommigen vragen al een Dame Blanche, terwijl ze nog niet groot genoeg zijn om hun geld op het tafeltje neer te tellen. Wij spelen daar op in. We kiezen voor een leuke melodie. Onze wagentjes zijn allemaal in het geel geschilderd en versierd met kleurtjes. Wat ons duidelijk onderscheidt van de gewone witte ijskarretjes. Verder organiseren we ook acties met speelgoed en dergelijke meer.”

Ook de rol van de verkoper is belangrijk. „Een goede verkoper mag geen schrik hebben om contact te leggen. Hij moet niet nood-

zakelijk over commercieel talent beschikken. Het gaat hier bijvoorbeeld niet over een zetel die tegen een bepaalde korting van de hand moet. Het is belangrijk om de klanten goed aan te voelen. Kan ik die persoon een Dame Blanche of een toeter verkopen? Hier en daar een extra koekje of een grotere bol. Vriendelijkheid. Een grapje maken met de mensen. Dat zijn allemaal beslissende factoren waarmee je kan scoren ten opzichte van de concurrenten.”



FOTO PAUL DE WALSCHE

„Ik geef de mensen graag een supergrote bol of een extra koekje,” onthult ijskarmar Wim Uyttendaele zijn geheim.