

mum

MAGAZINE #03 / 2019



GEDIFLORA
— Belgian Mums —



14



04

MUM VIEW

06

ACHTER DE SCHERMEN:

Michiel Declerck &
Astrid Martens

10

MUM PEOPLE

Meet the sales

14

GEDIFLORA PRESENTEERT:

Jazzy Soul Sisters

16

TOEPASSINGEN

Partners in Mum
Bloggers en chrysanten

22

MUM'S KITCHEN

24

MUM-VERHAAL

27

NIEUWE APP

04

MUM VIEW

06

BEHIND THE SCENES:

Michiel Declerck &
Astrid Martens

10

MUM PEOPLE

Meet the sales

14

GEDIFLORA PRESENTS:

Jazzy Soul Sisters

16

APPLICATIONS

Partners in Mum
Bloggers and chrysanthemums

22

MUM'S KITCHEN

24

MUM STORY

27

NEW APP



06



20



COLOFON

MUM magazine is een uitgave van Gediflora, Schierveldestraat 14, B-8840 Oostnieuwkerke, +32 (0)51 26 88 88

TEKSTEN EN EINDREDACTIE Ruben De Vooght, Celine Devos

FOTOGRAFIE David Samyn, Gediflora

REALISATIE Kliek Creatieve Communicatie

COLOPHON

The **MUM magazine** is published by Gediflora, Schierveldestraat 14, 8840 Oostnieuwkerke, Belgium +32 (0)51 26 88 88

TEXTS AND EDITING Ruben De Vooght, Celine Devos

PHOTOGRAPHY David Samyn, Gediflora

REALISATION Kliek Creatieve Communicatie



We zijn ondertussen aan de derde editie van ons Mum-magazine toe! Met elk nummer wordt duidelijker dat we de ingeslagen weg met de Belgian Mums, en onze "be mum, be more" slogan verder bewandelen.

Gediflora bewandelt deze weg niet alleen, maar neemt ook de Belgian Mums-kwekers mee op dat pad. Het succes van de Belgian Mums-kwekers is ook het succes van Gediflora. Alleen samen overtuigen we de eindklant. Dit laatste houdt meteen ook een belofte in: Gediflora heeft als doel de Belgian Mums-kwekers succesvol te maken. Een belangrijk element in dat succes is het imago van de bolchrysant en daarin investeren we volop!

De Jazzy Soul Sisters zijn als nieuwe familie de perfecte illustratie van een sterk staaltje R&D gecombineerd met een swingende look en feel. De zes Soul Sisters ontstonden niet zomaar! Veredelen is een werk van lange adem. We investeren continu in de toekomst en gaan voor innovatie en veredeling op topniveau.

De nieuwe Jazzy Soul Sisters-collectie is ook het resultaat van meedenken met de kweker en de eindklant. Gepresenteerd met de nodige toeters en bellen, zijn ze een imagobooster van formaat. De Jazzy Soul Sisters toveren een brede glimlach op het gezicht van eindklanten. Dat is de meerwaarde die Gediflora wil bieden, als partner, als veredelaar, als Belgian Mums-ambassadeur. De Jazzy Soul Sisters-collectie staat ook symbool voor de belangrijkste Gediflora-waarde: goesting!

Het voltallige Gediflora-team staat bol van passie voor het sierteeltvak. We volgen ons buikgevoel. Vol goesting stoppen we elke dag energie in de Belgian Mums. Het maakt van Gediflora een aangename en positieve werkplek. Die energie geven we ook aan jou, aan de kwekers en aan de eindklanten.

Geniet van een nieuwe portie Belgian Mums-energie. 'Be mum, be more', editie 3. Maak van elke dag het beste. Veel leesplezier!

Elien Pieters
CEO Gediflora

We are now at the third edition of our Mum Magazine and each issue makes it clearer that we are continuing along the same path with the Belgian Mums and our "be mum, be more" slogan.

This path is not one that Gediflora walks alone but together with Belgian Mums growers. The success of the Belgian Mums growers is also our success. Only together can we persuade the end customer to buy our product. At the same time, it is Gediflora's promise to make Belgian Mums growers successful. An important factor in this success is the image of the ball-shaped chrysanthemum, in which we are actively investing!

As a new family, the Jazzy Soul Sisters are the perfect example of a strong R&D effort combined with a swinging new look and feel. The six Soul Sisters did not simply come into being! Breeding is a long-term job. We continually invest in the future and go for innovation and breeding at the highest level.

The new Jazzy Soul Sisters collection is also the result of a collaboration with the grower and the end customer. Presented with the necessary bells and whistles, they are a terrific image booster. The Jazzy Soul Sisters put a big smile on the faces of end customers. That is the added value Gediflora wants to offer, as a partner, breeder and Belgian Mums ambassador. The Jazzy Soul Sisters collection is also a symbol of Gediflora's most important value: full of enthusiasm!

The entire Gediflora team is bursting with passion for the ornamental horticulture profession. We follow our gut feeling. Every day we put all our energy into the Belgian Mums. It makes Gediflora a pleasant and inspiring place to work. We also give that energy to you, to the growers and to the end customers.

Enjoy a new portion of Belgian Mums energy with the 'Be mum, be more', edition 3. Make the most of every day. Enjoy reading!

Elien Pieters
CEO Gediflora



Gediflora vertaalt met de Belgian Mums topkwaliteit, vakmanschap en traditie naar een gevoel, een energie en de beleving die daaruit voortvloeit.

Gediflora converts the top quality, craftsmanship and tradition of Belgian Mums into a feeling, an energy and experience that follows on from this.



Astrid Martens

- Begon bij Gediflora als arbeidster in de serre, werkte zich op tot verantwoordelijke en heeft de reputatie 'streng maar rechtvaardig' te zijn.
- Kreeg als vijftiger een vast contract.
- Stuurt in het stekseizoen tot 35 interim-arbeiders aan, met heel uiteenlopende achtergrond, ervaring en taal.
- Started working for Gediflora in the greenhouse and worked her way up to a position of responsibility and has a reputation for being 'strict but fair'.
- In her fifties she was awarded a permanent contract
- During the cutting season, she manages up to 35 interim workers, who have very different backgrounds, experiences and languages.

Zo efficiënt mogelijk puzzelen op heel grote schaal

Na de veredeling en de vermeerdering komen de Belgische bolchrysanten vanuit Kenia en Brazilië terug naar Oostnieuwkerke. Van geuren en kleuren is nog geen sprake, want de stekjes zijn in deze fase amper drie centimeter hoog en stuk voor stuk groen. Michiel Declerck en Astrid Martens ontfermen zich erover.

Michiel Declerck – productieplanning en purchase – heeft het moeilijk om zijn taken precies te omschrijven. “Ze zijn allesomvattend. Als ik een steek laat vallen, heeft dat gevolgen voor zowat iedereen. Ik ben een beetje de draaischijf in het hele proces. In juli en augustus begin ik – op basis van de huidige vraag – een prognose te maken voor volgend jaar. Wie vraagt wat, in welke hoeveelheid, op welk moment? En hoe zal zich dat vertalen naar volgend seizoen? Op basis van de oorspronkelijke vraag probeer ik zo goed mogelijk te voorspellen wat we volgend seizoen nodig zullen hebben. En vervolgens zoek ik constant oplossingen om de verschillen tussen mijn prognose en de realiteit op te lossen. Bij de onbewortelde stekken trachten we zo efficiënt mogelijk te werken, van bij de leverancier al. Gegroepeerde leveringen, juist gelabeld, per ras en hoeveelheid

komen toe en vertrekken zo snel mogelijk naar de klant. Tussenin gebeurt de manuele controle en natuurlijk is het zaak om per vliegtuig zo weinig mogelijk lucht te voeren. De stekken die hier beworteld worden, zijn een ander verhaal. Na aankomst krijgen ze een locatie in de koelcel. Daarin zit al heel wat toekomstige efficiëntie vervat, want we proberen de stekken hier zo te bewaren dat we ze in een latere fase snel en vlot kunnen klaarzetten. Ons scansysteem is daarin essentieel.”

Astrid Martens is als serre-verantwoordelijke de verpersoonlijking van het uitvoerende luik in de serre. “In het stekseizoen krijg ik de heel diverse interim-arbeiders onder mijn hoede, verdeel die in uitgebalanceerde groepen van vijf mensen en samen hebben we het volledige insteekproces in handen. Dat begint elke ochtend met een

kwaliteitscontrole van de dag voordien. Is wat we insteken goed? Het is belangrijk dat daar niet veel tijd over gaat, want elke tray moet natuurlijk op hetzelfde moment dezelfde kwaliteit vertonen. In trays met 125 pluggen krijgen de stekjes tijd om te wortelen. De triomix is een apart verhaal, want daar bundelen we drie stekjes in één plug natuurlijk. Drie kleuren, eventueel verschillende families ... het is cruciaal dat het op het eind van de rit klopt en je mag in dit hele verhaal niet vergeten dat elk stekje voor ons gewoon groen blijft. Daar heb ik een eigen systeem voor uitgedokterd, waar ik ook de juiste mensen voor inzet. Die moeten bij uitstek rustig, geconcentreerd en aandachtig zijn. En blijven.”

Grote puzzel

“Het lijkt eenvoudiger dan het is”, legt Michiel uit. “Ik hou rekening met bewortelingstijden, een zo beperkt

mogelijk verblijf in de koelruimte, transport, lastminute-bestellingen, een spreiding naar leveranciers toe ... noem maar op. En op de piekmomenten is het schuiven en puzzelen. Ik hang in hele grote mate af van de juistheid van ons voorraadbeheer. Hoe accurater ik over live data beschik, hoe beter.” Astrid: “Ons scansysteem laat toe om per persoon gemiddeld vast te stellen hoeveel stekjes iedereen kan verwerken per uur. Het is belangrijk dat we dat tempo halen, want de planning die Michiel hanteert is er ook op gebaseerd. Tussen maart en juli is het soms een beetje stressy in de serre, ja, maar ik vind het nog altijd leuk om aan een stekseizoen te beginnen. En ik heb mijn handen vol, hoor. De voorbereiding, het juiste aantal trays laten klaarleggen, de pluggen, al dan niet voor trio's ... just in time, zodat de kwaliteit altijd optimaal gegarandeerd blijft.”

Wist je dat ...

... het met één kans per seizoen essentieel is **altijd vooruit te kijken?** Bij de introductie van nieuwe soorten plannen we tot 3 jaar vooruit om de planning correct te kunnen inschatten en de vraag en het aanbod goed op elkaar af te stemmen.

Did you know that ...?

.... with one chance per season it is vitally important to **always look ahead?** When introducing new plant species, we plan up to 3 years in advance in order to be able to accurately assess the planning and to coordinate supply and demand accordingly.

Michiel Declerck

- Rolde als handelswetenschapper van de schoolbanken bij Gediflora binnen en gaf de voorbije twee seizoenen zijn job een nieuwe invulling.
- Is de dagelijkse draaischijf tussen leveranciers, serre, commerciële binnendienst, logistiek en IT.

- After leaving college he landed at Gediflora as a commercial scientist and during the past two seasons has given his job a new dimension.
- Is the daily hub between suppliers, greenhouse, commercial internal sales, logistics and IT.



Always on the look-out for operating as efficiently as possible on a very large scale

After breeding and propagation, the Belgian ball-shaped chrysanthemums are shipped back from Kenia and Brazil to Oostnieuwkerke (Belgium). There is no sign of colour or smell at this stage, because the cuttings are barely three centimetres tall and each one of them is green. Michiel Declerck and Astrid Martens take charge of them.

Wist je dat ...

... er **trage, normale en snelle bewortelaars** bestaan? Afhankelijk van ras en familie – en met het oog op een zo kort mogelijke bewaartijd – ontstaat op die manier een enorme puzzel waarin 20 miljoen bewortelde stekken per seizoen een plaatsje hebben. Gemiddeld krijgt een stekje 15 dagen bewortelingstijd.

Did you know that ... ?

... there are **slow, normal and fast rooting cuttings**? Depending on variety and family – and with the aim of keeping the storage time as short as possible – an enormous puzzle is created in which 20 million rooted cuttings per season have to be potted. On average, a cutting is given 15 days to root.

Michiel Declerck – production planning and purchase – has difficulty in describing his tasks precisely. “My tasks are wide-ranging. If I take my eye of the ball so to speak, it has an impact on just about everybody. In a way, I am the hub of the whole process. In July and August, I start making a forecast for the following year, based on the current demand. Who’s asking for what, in what quantity, at what particular period and how will this be reflected in the following season? Based on the original demand, I try to predict as accurately as possible what we will need to produce during the following season. I then continually look for solutions to solve the discrepancies between my forecast and the actual results. (laughs) With the unrooted cuttings we try to work as efficiently as possible, starting with the supplier. Combined deliveries, correctly labelled, according to variety

and quantity arrive and leave for the customer as fast as possible. In between, a manual control takes place and of course it is important to utilize the air cargo space as efficiently as possible. The cuttings that are rooted here are of a different matter. After arrival they are placed in the cold store. This already involves a great deal of detail in order to ensure optimal efficiency further on, because we try to keep the cuttings in such a way that they can be prepared easily and rapidly at a later phase. Our scanning system is essential in this respect”.

As the greenhouse manager, Astrid Martens is responsible for the executive side of the greenhouse. “In the cutting season I take care of a very diverse team of interim workers, divide them into balanced groups of five people and together we manage the entire planting process. This starts every morning with a

quality check of the day before. Is what we planted OK? Was it done correctly? It’s important that this does not take up much time, because every tray must of course be of the same quality at the same time. In trays with 125 plugs the cuttings get time to take root. The trio mix is a different matter, because there we put three cuttings in one plug: three colours and sometimes cuttings of different families... It’s crucial that in the end everything is done correctly and you should keep in mind that all the cuttings stay the same green colour for us in this whole process. I have developed my own system for this, for which I also pick the right people. Preferably, they have to be calm, concentrated, be attentive and moreover remain so.”

Large puzzle

“It seems easier than it actually is”, explains Michiel. “I take into account rooting

times, as short a storage time in the cold store as possible, transport, last minute orders, allocation of deliveries to suppliers ... you name it. And at peak times it’s all about pushing and puzzling. I largely depend on the accuracy of our stock management. The more accurate live data I have access to, the better.” Astrid: “Our scanning system allows us to calculate how many cuttings per person can be processed on average per hour. It is important that we keep up that pace, because the planning that Michiel uses is also based on these data. Between March and July it is sometimes a bit stressful in the greenhouse, but I still enjoy the start of the cutting season. And I have my hands full, you know. The preparation, the right number of trays, the plugs, whether or not for trios ... just in time, to guarantee the best quality at all times.”



MEET THE SALES

Gediflora wil een meerwaarde creëren voor haar klanten door hen een **kwalitatief** hoogstaand product uit een uniek en uitgebreid **assortiment** aan te bieden, gekoppeld aan een vergaande **service** en wederzijds **vertrouwen**.

Natuurlijk is zoiets een ‘team-effort’, al wordt uit een kennismaking met het salesteam duidelijk dat Vincent, René en Bernard dat streven naar een uitzonderlijk niveau tillen.

Gediflora seeks to create added value for its customers by offering them a **high-quality** product from a unique and extensive **range** along with a far-reaching **service** and mutual **trust**. Of course this is a ‘team-effort’, although an introduction to the sales team shows that Vincent, René and Bernard are raising commitment to a totally new level.

Salesverantwoordelijke voor België, Frankrijk, Zuid-Europa en Azië.

Sales representative for Belgium, France, Southern Europe and Asia.

Vincent Verbaeys

“Ik verzamel heel wat airmiles, inderdaad, maar dit blijft voor mij een droomjob. Ik vind er nog elke dag plezier in, reis de wereld rond en mag met een zeer aantrekkelijk en kwaliteitsvol product werken. Wat is er nu mooier dan schoonheid verkopen? En hoewel er ‘sales’ op mijn visitekaartje staat, dekt ‘ik verkoop chrysanten’ niet echt de lading. In België treed ik wel op als vertegenwoordiger, wat me toelaat een rechtstreeks contact te houden met onze klanten, maar in alle andere landen gaat het een stuk verder en sta ik in voor de begeleiding en support van onze plaatselijke agenten, het opstellen van contracten, geven van trainingen, de behandeling van klachten ... Gediflora werkt met lokale vertegenwoordigers die door het team in Oostnieuwkerke *gemanaged* worden. Elk land is immers anders. Zowel wat mensen als chrysanten betreft. Wat bij ons werkt, werkt daarom niet overal en de planten reageren anders op omstandigheden of klimaat. De maten verschillen, in sommige landen willen ze een bloeiende chrysant in week 24, in andere zien ze dat liever in week 42. In Frankrijk is geel een topkleur, in China willen ze dan weer helemaal geen wit. Culturen verschillen en er gaat wat tijd over om de gebruiken en eisen van elke markt te kennen.”

“Ik heb een graduaat in biotechniek en hoewel sierteelt thuis nooit aan de orde was, ben ik altijd geïnteresseerd geweest in planten. Via een omweg langs substraten werkte ik vijftien jaar als verkoper met lentebloeiers voor ik drie jaar terug de overstap maakte naar Gediflora. Het Belgische beeld

over chrysanten is door de typische Allerheiligen markt wat beperkter, maar ik heb de luxe elders in de wereld andere visies te ontdekken. Op plaatsen te komen waar de Belgian Mums pure decoratie kunnen zijn of als geschenk gegeven worden. Waar de appreciatie anders is. Nu, met Gediflora werken we daaraan. Er zal een generatie overgaan om de perceptie te veranderen, maar dat zal lukken.”

“De Aziatische markt is voor ons belangrijk omdat daar de origine van ons product ligt. Tegelijk beschikken we met Gediflora over de genetica om zaken te realiseren die niemand daar kan. We introduceren straks twee nieuwe families, specifiek met een focus op de vroege bloei en daar verwacht ik toch wat van. Die vroege families maar ook de nieuwe Soul Sisters, een familie voor kleine potmaatjes, daarmee gaan we – figuurlijk – potten breken. Sowieso is Gediflora een trendsetter. Dit jaar voegen we 15 nieuwe soorten toe aan onze catalogus, zonder de Soul Sisters. Enerzijds brengen we dus constant nieuwe dingen, anderzijds draait het vaak ook om kleine maar constante verbeteringen. Het is een *never ending story* en een eeuwig streven naar de perfecte chrysant. We staan aan het begin van veel innovaties en dat is boeiend en spannend. Je mag ook niet vergeten dat je amper veertig kansen in een carrière hebt als je in deze branche zit. Eentje per jaar. Mislukt het, dan schuift alles weer 365 dagen op. Veertig keer is echt niet zoveel.”

“I collect a lot of airmiles, indeed, but this remains a dream job for me. I still enjoy it every day, travelling around the world and working with an attractive, high quality product. What could be more rewarding than selling beauty? And although it says ‘sales representative’ on my business card, the statement “I’m selling chrysanthemums” doesn’t really tell the whole story. In Belgium, I act as a representative, which allows me to keep direct contact with our customers, but in all other countries it goes a lot further. I am responsible for providing assistance and support to our local agents, drawing up contracts, giving training, handling complaints, etc. Gediflora works with local representatives who are managed by the team in Oostnieuwkerke. After all, every country is different both in terms of people and chrysanthemums. What works for us doesn’t necessarily work everywhere and the plants react differently to local conditions or climate. The sizes differ too. In some countries they want a flowering chrysanthemum in week 24, in other countries they prefer the flowering in week 42. In France yellow is a top colour, in China they don’t want white at all. Cultures differ and it takes some time to get to know the customs and demands of each market.”

“I have a degree in biotechnology and although ornamental horticulture was never an issue at home, I have always been interested in plants. Via a detour, first working in substrates, then fifteen years as a seller of spring flowering plants, I switched to Gediflora three years ago. The Belgian image around chrysanthemums is somewhat more

limited because of the typical All Saints’ market. However, I also have the opportunity to discover other views elsewhere in the world, to visit places where Belgian Mums are considered as purely decorative, or given as a present and where the appreciation is different. But, at Gediflora we are working on this perception. A generation may be necessary to change this, but we will succeed.”

“The Asian market is important to us because that’s where the origin of our product lies. At the same time however, Gediflora makes use of the genetics to realize things that nobody can achieve there. Soon we will be introducing two new families, specifically with a focus on early flowering and I have high expectations in this respect. With these early families as well as with the new Soul Sisters, a family suitable for small pot sizes, we are going to make a difference. There’s no doubt that Gediflora is a trendsetter. This year, we have added 15 new varieties to the range in our catalogue, without including the Soul Sisters. On the one hand we are constantly introducing new products, on the other hand it is often about small but permanent improvements. It’s a never ending story and an everlasting pursuit to create the perfect chrysanthemum. We are at the start of many innovations, which is both fascinating and exciting. You should also keep in mind that you have, once a year at most, forty opportunities in your career to get it right if you are employed in this sector. If you fail, everything will be postponed for 365 days. Forty times is really not that much.”



**Salesmanager voor Nederland,
Oost-Europa en Zuid-Amerika**

**Sales representative for the Netherlands,
Eastern Europe and South America**

René Den Hoed



“Dat mijn Nederlandse tongval – en stijl – opvalt in het hart van West-Vlaanderen? Tja, ik ben hier tien jaar geleden terechtgekomen via Dirk, de vader van huidige CEO Elien, nadat ik een tijd als Nederlands agent voor Gediflora had gewerkt. Ik werk vaak van thuis uit, dichtbij Schiphol, met een eigen planning, maar wekelijks wil ik de bewortelde stekken ook effectief hier zien. Ik denk graag mee over alle facetten. Bewatering, de moederplanten, in Brazilië en Afrika naar de stekjes gaan kijken ... het gaat er niet over domweg veel te verkopen. Ik wil op de hoogte zijn. En natuurlijk blijft het een levend product, waar we niet alles altijd kunnen sturen, maar dan moet je daar open over communiceren. Het gaat over kwaliteit hebben maar ook over expert zijn in je product. Al heel mijn leven werk ik met chrysanten. Er zijn weinig zaken waar ik meer over afweet.”

“Openheid, eerlijkheid, nooit liegen tegen klanten, geloofwaardigheid ... we bouwen aan een langdurige relatie, dus ik zal een verkoop nooit doordrukken of me laten verleiden tot afdingen. Kijk, we maken geen troep en ik doe veel inspanningen om ook geen troep te leveren. En dat heeft een prijs. Of beter nog: dat heeft waarde. Eigenlijk is het de taak van de hele sector, en elke schakel in de ketting, om zich daar bewust van te zijn.”

“De Nederlandse markt is anders geëvolueerd dan de Belgische. Voor 95% gaat het om professionele kasteelt, en waar ze heel sterk met teeltschema's werken. In het voorjaar dit, daarna de bolchrysanten en vanaf week x weer

iets anders. De levering moet in dat systeem perfect zijn, dus hamer ik op vroege prognoses. In het begin wou dat weleens wringen, maar ondertussen zijn klanten dat gewoon. Ik plan hun prognoses vroeg genoeg in, maar ik sta dan ook echt voor wat ik beloof. Zeer duidelijk, zeer juist, er bovenop zitten, overal verslag van maken en zelden of nooit discussies achteraf. Die Nederlandse stijl zeker?”

“Je mag nooit op je lauweren rusten. Ik probeer leider te blijven, volgers zijn er zat. De belangrijkste vraag is: hoe zou ik mij als klant voelen? Als er iets fout loopt, dan moet je geen redenen gaan zoeken, je moet het oplossen. Zeggen hoe het zit, ook als het bij Gediflora in het honderd loopt. Het heeft geen enkele zin om in te boeten op transparantie en eerlijkheid. De hele sector kent elkaar. Vandaar dat ik de klant graag zelf bel als er iets schort. Als iets niet goed is, weet ik dat graag. Ik sta voor Gediflora, maar ik sta ook voor de klant.”

“Alleen met die ingesteldheid kan je aankloppen bij de grote spelers. Het moet top zijn. Punt. Ik ben overtuigd van ons product en ga uit van eigen sterkte. Het is topkwaliteit en daar probeer je een juiste prijs voor te krijgen. Zo werk ik. En zo werkt het voor mij. Mensen enthousiast maken, support geven en onze lokale agenten meekrijgen in het verhaal. Als ik enthousiast ben, dan volgt de rest vanzelf.”

“How comes my Dutch accent and style stand out in the heart of West Flanders? Well, I ended up here ten years ago via Dirk, the father of current CEO Elien, after I had worked as a Dutch agent for Gediflora for a while. I often work from home, near Schiphol, where I do my planning; however I actually want to see the rooted cuttings in Oostnieuwkerke every week. I like to contribute to all aspects: watering, mother plants, checking cuttings in Africa and Brazil, ... It's not just about selling volumes. I want to keep up to date. And of course it remains a living product, where not everything can be controlled all the time; but in such cases you have to be frank about it. It's all about providing quality but also about being an expert with regard to your product. All my life I have worked with chrysanthemums. There are not many things I really know more about.”

“Transparency, honesty, never telling untruths to customers, credibility, etc. We build a long-term relationship, so I will never push a sale or let myself be tempted to haggle. Look, we produce a high quality product and I put in a lot of effort into delivering just that. Of course, that comes at a price. Or conversely, it's of great value. Actually, it's the task of the whole sector, and for every link in the production chain, to be aware of this.”

“The Dutch market has evolved differently from the Belgian market. 95% of the Dutch market involves professional greenhouse cultivation, whereby strict cultivation schedules are followed. Something for the spring season which is followed by ball-shaped chrysanthemums and from week x again something

else. In these cases, the delivery system must be perfect. So, I focus on early forecasts. In the beginning, that was sometimes a problem, but now the customers are used to it. I plan their forecasts in advance and I really stand for what I promise. Very clear, very correct, on top of it, reporting on everything and rarely, if ever, are there discussions afterwards. No doubt, this reflects the typically Dutch approach?”

“You should never rest on your laurels. Nothing lasts if you let go. I try to remain a leader, there are already enough followers. The most important question is: how would I feel as a customer? If something goes wrong, you shouldn't look for reasons but solve the problem. And you should be prepared to say plainly what it's all about, even if things go completely amiss at Gediflora. There is no point in compromising transparency and honesty. The whole sector knows each other. That's why I like to call the customer myself if something has gone wrong. If something is not right, I like to know about it. I represent Gediflora, but I also represent the customer.”

“Only with this mindset you can approach the big players. The product must be top. That's it. I am convinced of our product and I believe in our own strengths. It is a top quality product and one tries to get the right price for it. That's how I do things. And that's how it works for me. Making people enthusiastic, providing support and getting our local agents involved in the process. If I am enthusiastic, the rest will automatically follow.”

**Salesmanager voor USA & Canada
Sales Manager USA and Canada**

Bernard Chodyla



“In tegenstelling tot het wel heel diverse Europa zijn de Verenigde Staten meer een eenheid. Hoewel de afstanden natuurlijk groot zijn, spreken we overal dezelfde taal en kent elke staat dezelfde feestdagen en gebruiken. De verschillen die er dan toch nog zijn, oefenen niet onmiddellijk een invloed uit op de verkoop van bolchrysanten. Weer en klimaat blijven doorslaggevend en dan wordt duidelijk dat het makkelijker is om ‘mums’ te kweken aan de Oostkust en in the Midwest. Aan de Westkust is het een complexer verhaal. Elke week brengt met andere woorden nieuwe uitdagingen en nieuwe mogelijkheden. Die tracht ik allemaal correct, juist en snel te beantwoorden en dat ik dat samen met een aantal toppers uit de branche mag doen, is wellicht de grootste voldoening.”

“Het chrysantenseizoen start hier begin augustus al. De piekperiode ligt ongeveer halfweg september. Doorgaans dalen daarna de temperaturen en daarmee eindigt ook de periode van de chrysant. In het zuiden ligt dat moment natuurlijk een stuk later en blijft de vraag naar chrysanten tot eind oktober bestaan. In het noorden verlegt de focus zich al een maand eerder naar de winterperiode. We kennen hier dus niet de gewoonte om chrysanten te verbinden met 1 november, hoewel sommigen ze wel integreren in hun Halloween-decoratie.”

“De Amerikaanse planten- en bloemenmarkt is er eentje waarin import een grote rol speelt. De kwekers hier zijn het gewoon dat heel veel genetica uit het buitenland komen en maken daar niet echt een punt van. Natuurlijk zou een lokale speler bij sommigen wel een voorkeur genieten, maar de keuzeopties zijn nu eenmaal zeer beperkt wat dat betreft. De markt is geïnternationaliseerd in de laatste decennia. Tot aan de jaren negentig was dat anders en toen zag je inderdaad dat inlandse bolchrysanten hier zelfs het monopolie hadden.”

“Ik was al vijftien jaar actief in de productie van bolchrysanten voor ik in contact kwam met Gediflora en ondertussen werk ik ook alweer tien jaar met hun Belgian Mums. Dat is een kwarteeuw ervaring die me toelaat goed te begrijpen wat onze Amerikaanse klanten zoeken en met welke uitdagingen ze kampen. Ik ben er echt van overtuigd dat Gediflora een zeer competitieve speler is, die door constante innovatie en ontwikkeling een voordeel heeft opgebouwd ten opzichte van anderen. Het spreekt voor zich dat we daar wel moeten blijven in evolueren zoals we dat nu doen: met nieuwe, bewezen goede variëteiten en vooral een zeer kwaliteitsvolle customer support.”

Gediflora is een zeer competitieve speler, die constant innoveert.

“Unlike Europe that is very diverse, the United States are more like one entity. Although the distances are of course long, we speak the same language everywhere and every state has the same public holidays and customs. The differences that still exist do not immediately affect the sales of ball-shaped chrysanthemums. Weather and climate continue to be a decisive factor and therefore it becomes clear that it is easier to grow ‘Mums’ on the East Coast and in the Midwest. On the West Coast it is a more complex story. In other words, every week presents new challenges and new opportunities. I try to respond to all of them efficiently, correctly and quickly and the fact that I can do so together with a number of top companies in the sector is probably the greatest satisfaction I can get.”

“The chrysanthemum season already starts here at the beginning of August. The peak period is roughly halfway through September. After that the temperatures usually drop and this defines the end of the chrysanthemum season. In the south the end of the season comes of course much later, so the demand for chrysanthemums continues until the end of October, whereas in the north, the focus is already shifting to the winter period a month earlier. So here we don't have the tradition of associating chrysanthemums with the first of November, although some people do include them in their Halloween decorations.”

“Import plays a major role in the American plant and flower market. The growers here are used to it that many

genetics come from abroad and don't really make an issue of it. Of course some growers might have a preference for a local player, but the options are very limited in that respect. The market has been internationalized in recent decades. Until the nineties this was different; then it was clearly noticeable that domestic chrysanthemums even enjoyed a monopoly here.”

“I had already been active in the production of ball-shaped chrysanthemums for fifteen years before I came into contact with Gediflora and now I have already been working with their Belgian Mums for ten years. In all, a quarter of a century of experience that allows me to understand what our American customers are looking for and what challenges they are facing. I am truly convinced that Gediflora is a very competitive player, who has established an advantage compared to others through constant innovation and development. It goes without saying that we must continue to evolve in the way that we are doing today, by developing new, proven varieties and above all, by offering a very high standard of customer support.”

Gediflora is a very competitive and innovative player.



JS

JAZZY SOULSISTERS

Met grote trots stellen we u onze nieuwste creatie voor. De **Jazzy Soul Sisters**. Deze jazzy zusjes zijn superschattig en bestaan in zes fleurige kleuren: geel, roze, donker roze, rood, oranje en wit. De zussen maken deel uit van één familie, dus alle kleuren reageren en groeien op dezelfde manier.

Hun reactietijd bedraagt zes weken en ze moeten weinig of niet geremd worden. Met een goede houdbaarheid en oogsttolerantie zijn dit nieuwe, stabiele zekerheden. Het laat toe om leuke combinaties te maken, die gelijktijdig bloeien. Daarnaast hoeft deze nieuwe familie niet getopt te worden, ze vertakken perfect van nature.

Die bloei komt er op natuurlijke wijze in week 43, wat betekent dat de Soul Sisters het hele seizoen te kweken zijn. Ze zijn bovendien niet gevoelig voor knopvorming bij vroeg inpotten.

De vrolijke familie is voorzien van enkele hippe point-of-sales-items. Kwekers kunnen kiezen om de Soul Sisters aan hun klanten aan te bieden met potje, cover en/of steker met stickervol girly stickers en catchy quotes.

We are very proud to present to you our latest creation: the **Jazzy Soul Sisters**. These jazzy sisters are super cute and come in six bright colours: yellow, pink, dark pink, red, orange and white. The sisters are part of the same family, so all the colours react and grow in the same way.

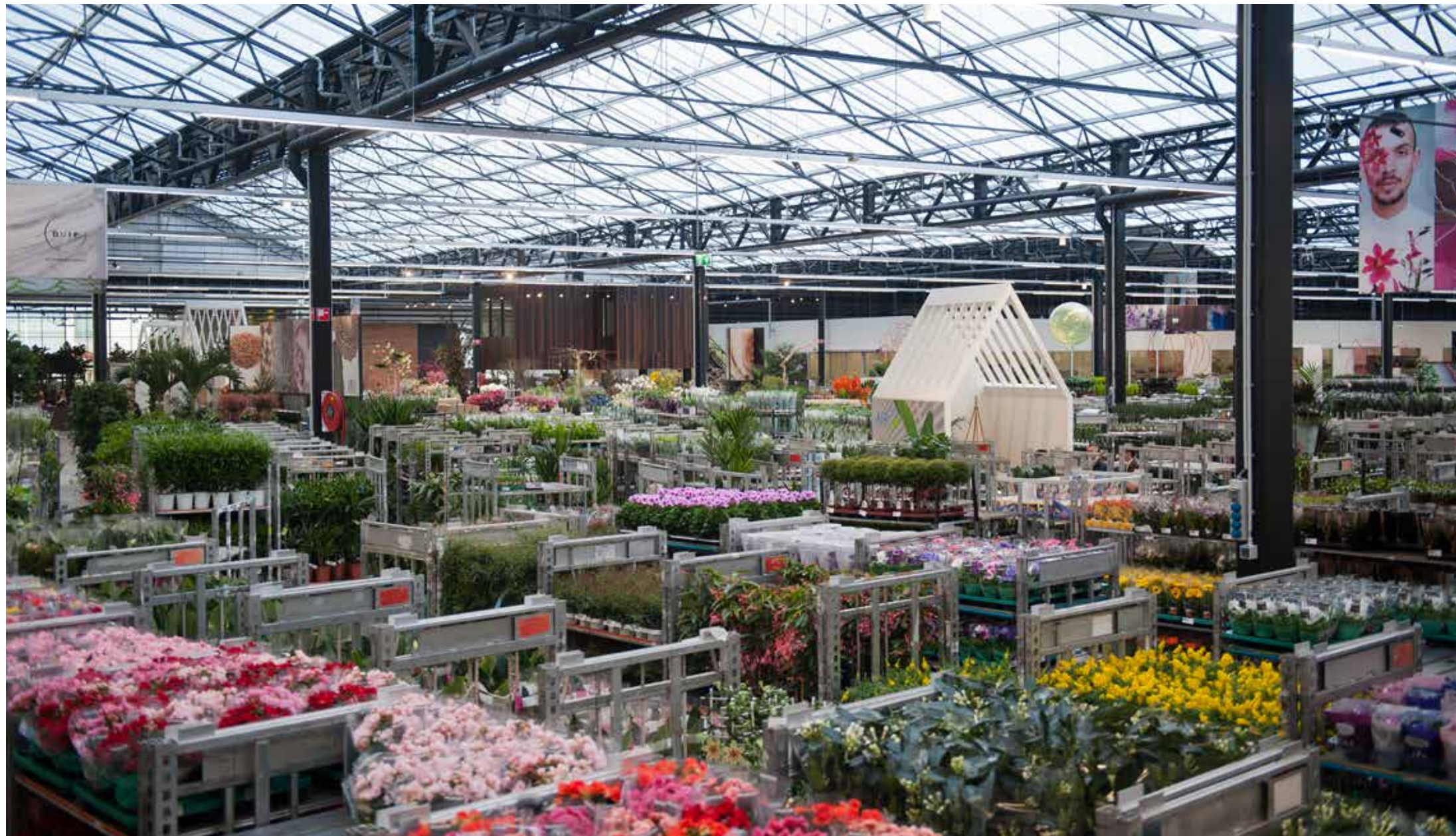
Their reaction time is six weeks and they need little or no inhibiting. In addition, this new family does not need to be pinched, they branch out perfectly naturally. With a good shelf life and harvest tolerance, the jazzy sisters represent new, stable certainties. It allows attractive combinations, which flower simultaneously.

The flowering occurs naturally in week 43, which means that the Soul Sisters can be grown throughout the season. Moreover, they are not susceptible to bud formation when potted early.

The jazzy family comes with some hip point-of-sales items. Growers can choose to offer the Soulsisters to their customers in a small pot with a cover and/or with a leaflet containing stickers and catchy quotes mounted on a stick.



nieuw
new



Gediflora en Waterdrinker Aalsmeer, partners in Mum

Het Waterdrinker Green Trade Center is met 25 000 m² aan planten, bloemen, potten en accessoires het grootste groen-gerelateerde inkoopcentrum van Europa. Meer dan 9000 verschillende artikelen vind je er. Toonaangevende merken en onderscheidende bloemen zoals de **Belgian Mums** onderstrepen de inspirerende verhalen waarmee Waterdrinker zich als kenniscentrum wil onderscheiden.

Innovatie – in assortiment, service en nieuwe samenwerkingen – is voor Waterdrinker een constant streven en dat leidde tot een samenwerking met Gediflora. Senior inkoper/Category manager Rob Kooij licht toe: “Met een zeer duidelijk en goed profiel is het merk ‘Belgian Mums’ synoniem voor

kwaliteit en betrouwbaarheid. Vanuit het standpunt van onze klanten is dat een doorslaggevende factor, naast de mooie kleuren en de goede houdbaarheid. Het feit dat Gediflora ook steeds weer investeert in nieuwe rassen, nieuwe families en nieuwe kleuren is voor Waterdrinker, dat innovatie hoog in het vaandel draagt, een belangrijk element.”

Heel veel mensen zien de chrysant als een typisch najaars- of herfstproduct. Belgian Mums is een verhaal van veredeling en imago-verbetering, met een veel bredere inzetbaarheid als rechtstreeks gevolg. Rob Kooij: “Door de Belgian Mums constant te verbeteren en te blijven ontwikkelen zie ik, zowel wat kleur als

vorm betreft, inderdaad een mooie toekomst. De eindconsument moet de chrysant steeds meer gaan bekijken als de *najaarskuipplant* die ze toch wel is. Zeker voor mensen die over een wat kleinere tuin beschikken, of gewoon op zoek zijn naar een mooie en aantrekkelijke voordeurplant, heeft de Belgian Mums heel wat kwaliteiten.”

Wist je dat ...

... er elk jaar een fase van rapportering en bijsturing volgt na het piekseizoen? Een **nieuw scansysteem** en de introductie van **QR-codes** leidden recent tot accuratere prognoses en meer efficiëntie.

Did you know that ...?

... every year, after the peak season reporting and making adjustments follow? And that a **new scanning system** and the introduction of **QR codes** have recently led to more accurate forecasts and more efficiency.

Gediflora and Waterdrinker Aalsmeer, partners in Mum

With 25,000 m² of plants, flowers, pots and accessories, the Waterdrinker Green Trade Center is the largest green-related shopping centre in Europe. More than 9,000 different items can be found there. Leading brands and distinctive flowers, such as the **Belgian Mums**, highlight the inspiring stories with which Waterdrinker wants to distinguish itself as a research centre.

Innovation, in assortment, service and new partnerships, is a continuous challenge for Waterdrinker Green Trade Center and led to a collaboration with Gediflora. Senior Buyer/Category Manager Rob Kooij explains: “With a very clear and sound profile, the ‘Belgian Mums’ brand is synonymous with quality and reliability. From the point of view of our customers, this is a decisive factor, in addition to the beautiful colours and excellent shelf life. The fact that Gediflora keeps investing in new varieties, new families and new colours is an important factor for Waterdrinker, which attaches great importance to innovation.

Many people look upon chrysanthemums as a typical autumn product. But the Belgian Mums tell a story of breeding and a change in image, resulting in a much broader range of uses. Rob Kooij: “By steadily improving the Belgian Mums and continuing to develop them, I do indeed see a promising future, both in terms of colour and form. The end customer should more and more consider the chrysanthemum as the autumn pot plant which after all it is. Especially for people who have a smaller garden, or are just looking for a beautiful and attractive flowering plant at the front door, the Belgian Mums come with a lot of advantages.”



Zonlicht. Rust, ontspanning en een gevoel van vakantie. Belgian Mums hebben altijd en overal een plaats.

Sunlight. Tranquillity, relaxation and a sense of holiday. Belgian Mums are always at home everywhere.



“De Belgian Mums zijn een mooie, kwaliteitsvolle najaarsbloem.”

“Belgian Mums are beautiful, high-quality autumn flowering plants with great features.”



Bloggers en chrysanten

Meer nog dan een heus weerfenomeen is een *Indian Summer* een gevoel. Het is een laatste aangename opflakkering van iets wat stilaan op zijn eind loopt. We hadden er in oktober eentje en dat leek ons perfect om de chrysant in de verf te zetten.

Zo ziet een chrysantenveld in volle glorie er immers uit: als door een kunstenaar geschilderd. Uitgestrekt, zacht en boordevol variatie. Dat viel ook Zoë, Marlies en Laura op, drie succesvolle Belgische bloggers die uitgenodigd werden voor een bezoek aan Gediflora. Drie hippe dames, een chrysantenveld en een *Indian Summer* – zowel het weerfenomeen als het gevoel – het levert mooie plaatjes op.

Gediflora heeft zich tot doel gesteld de Belgian Mums en de bolchrysant in het algemeen los koppelen van het te beperkte *1 november-gevoel*, in eigen land nog steeds de traditionele datum die ermee geassocieerd wordt. Die ene dag is letterlijk te kort voor de vele

troeven van de chrysant. Daarvoor is de Belgian mum ook een te mooie en te kwaliteitsvolle najaarsbloem. Imagoverandering is een werk van lange adem, maar Zoë, Marlies en Laura lijken alvast overtuigd.

Zoë (Zolea) bracht haar eigen *mum* mee om naar de Mums te komen kijken. Laura (Essential Honesty) is dan weer een jonge mum, die dochtertje Aline liet meegenieten van de kleuren. Marlies van Sips & trips maakte er ondertussen een heuse modeshoot van met drie Belgische outfits. Een aangename kennismaking, zoveel is zeker.

Wist je dat ...

... de chrysant vreemd genoeg vooral in België met Allerheiligen verbonden is? In Japan is ze een nationaal symbool, in Australië een typisch cadeau voor Moederdag en altijd en overal is de chrysant een **schitterende en veelzijdige najaarsplant**.

Did you know that ...?

... the chrysanthemum is strangely enough mainly associated with All Saints' Day in Belgium? In Japan it is a national symbol, in Australia a typical gift for Mother's Day. At all times and all places the chrysanthemum is a **beautiful and versatile autumn plant**.

Bloggers and chrysanthemums

An *Indian Summer* is more than just a weather phenomenon, it's a true feeling. It's a final and pleasant revival of something that is gradually coming to an end. We were lucky enough to enjoy one in October and that seemed the perfect time for making the chrysanthemum shine.

After all, this is what a chrysanthemum field in all its glory looks like: it's like an artist's painting. Vast, subtle and full of diversity. This was also noticed by Zoë, Marlies and Laura, three successful Belgian bloggers who were invited to visit Gediflora. Three trendy ladies, a chrysanthemum field and an *Indian Summer* – both the weather phenomenon and the free spirited feeling – it resulted in beautiful pictures.

Gediflora has committed itself to diversifying the image of the Belgian Mums and the ball-shaped chrysanthemums in general, from the restricted interpretation of the first of November, still the traditional date

associated with chrysanthemums in Belgium. That one day is simply too short for the many advantages of the chrysanthemum. The Belgian Mum is also too beautiful and the quality too good to be considered only as an autumn flower. Image changing is a work of long lasting commitment, but Zoë, Marlies and Laura seemed convinced.

Zoë (Zolea) came along with her own 'Mum' to discover the Mums. Laura (Essential Honesty) is a young 'Mum', who enjoyed the splendour of the colours together with her daughter Aline. Meanwhile Marlies from Sips & trips made a real fashion shoot with three Belgian outfits. A pleasant introduction, that much is for sure.



Aan de slag met Mum Beer

Sander Verbrugghe van Bon Apart/Tapasake overstijgt met zijn unieke visie op culinair genieten het traditionele beeld van de kok achter het fornuis. Niet gebonden aan één locatie kwam hij zowaar richting Gediflora om er – omringd door chrysanten – een haalbaar, maakbaar en vooral zeer lekker gerecht te bereiden.

Het bewijst dat we ons niet mogen beperken tot wat we kennen. Niet begrensd worden door hokjes en duidelijke lijnen. Verder kunnen, mogen en moeten kijken. Zoals Sander Verbrugghe zich niet beperkt tot fornuis en een keuken, zo hoeven de Belgian Mums zichzelf geen grenzen op te leggen.

Mum Beer met duidelijke bloemen-aroma's. De afdrank kenmerkt zich door een vleugje bitterheid, wat op het eind voor de nodige punch zorgt. Kalfsvlees leent zich dan ook perfect als hoofd-ingrediënt, net zoals jonge groentjes en aardappeltjes.

Voor 4 personen

- 6 kalfswangetjes, opgekuist
- 50 g boter
- Bloem
- 200 g kalfsgehaktballetjes
- 3 wortels
- 3 uien
- 3 stengels selder
- Tijm, look, laurier
- 1 flesje Mum Beer
- 1 liter blanke fond (of 1 liter water met 2 bouillonblokjes)
- 200 ml volle room
- 500 g krielaardappelen
- Jonge groentjes (wortel, raap, girolles ...)

Snij de kalfswangetjes in twee stukken en wentel ze in de bloem. Klop alles netjes af om een teveel aan bloem te vermijden. Kleur de stukken kalfswang daarna aan alle zijden aan in bruine boter en kruid met peper en zout.

De wortel, ui en selder grof snijden en toevoegen. Enkele geplette teentjes look, tijm en laurier mogen niet ontbreken. Laat alles goed meestoven, bevochtig met het Mum Beer en laat het geheel even inkoken. Voeg er de fond aan toe en plaats de hele pot twee uur in een oven op 120° Celsius, onder een goed sluitend deksel.

Schep de kalfswangetjes en de groenten vervolgens uit de bouillon en gebruik die om de gehaktballetjes te garen. Schep ook die er nadien weer uit. Zeef de bouillon en voeg er de room aan toe. Laat de saus kort inkoken en bind ze eventueel met maizena.

Leg de kalfswangetjes en de gehaktballetjes terug in de saus. Kruid af met peper en zout.

Gaar de krielaardappelen en de jonge groentjes apart in een beetje boter.

Werk af met wat peterselie.



Getting to work with Mum Beer

Sander Verbrugghe from Bon Apart/Tapasake has a unique vision of culinary delights that surpasses the traditional image of the cook behind the stove. Not tied to one location, he actually came to Gediflora to prepare – surrounded by chrysanthemums – a dish that was practicable, easy to make and above all very tasty.

It shows that we shouldn't limit ourselves only to what we know. We shouldn't be limited by conventions and clear lines. We can, may and must look further. In the same way that Sander Verbrugghe doesn't limit himself to a stove and a kitchen, the Belgian Mums don't have to impose any limits on themselves.

Mum Beer has a soft bite with distinct floral aromas. The aftertaste is characterized by a hint of bitterness, which ultimately provides the necessary kick. Veal lends itself perfectly as a main ingredient in dishes with Mum Beer, as do young vegetables and potatoes.

For 4 people

- 6 veal cheeks, trimmed
- 50 g butter
- Flour
- 200 g veal meatballs
- 3 carrots
- 3 onions
- 3 celery stems
- Thyme, garlic, bay leaf
- 1 bottle of Mum Beer
- 1 litre white stock (or 1 litre water with 2 stock cubes)
- 200 ml full fat cream
- 500 g baby potatoes
- Young vegetables (carrot, turnip, girolles mushrooms, etc.)

Cut the veal cheeks into two pieces and coat each piece with flour. Shake off the excess to avoid too much flour and then brown the pieces of veal cheek on all sides in melted butter and season with salt and pepper.

Chop the carrot, onion and celery coarsely and add. A few crushed cloves of garlic, thyme and bay leaf are a must. Let everything stew well, moisten with the Mum Beer and let it reduce for a while. Add the stock and put the pot for two hours in a preheated oven at 120° Celsius, under a tightly closed lid.

Then remove the veal cheeks and vegetables from the stock and use the stock to cook the meatballs, removing the meatballs afterwards. Sieve the stock and add the cream. Reduce the sauce briefly and, if necessary, bind it with corn starch.

Put the veal cheeks and meatballs back into the sauce. Season with salt and pepper.

Cook the baby potatoes and the young vegetables separately and fry in a little butter.

Garnish the dish with some finely chopped parsley.



Elke schakel in de productieketen betrekken in een verhaal van verbetering, toenadering en inspiratie.

Engage each link in the production chain in a story of improvement, convergence and inspiration.



Gediflora neemt de sector op sleeptouw

Gediflora wil als veredelaar en vermeerderaar een voorbeeld zijn voor de hele sierteeltsector. Een voortrekker ook. Op 30 augustus 2018 trokken we daarom met een veertigtal kwekers naar het hart van de sierteeltsector. De “Belgian Mums” is een verhaal van en voor iedereen.

Stilstaan bij wat je zelf doet en wat je beter kan doen, is altijd een goed idee. Elke schakel in de productieketen betrekken in een verhaal van verbetering, toenadering en inspiratie lijkt ons een voorwaarde. Gediflora hoopt daar op termijn de vruchten van te plukken en organiseerde, samen met Carl Sales Support, voor een beperkte groep Belgische kwekers een informatieve en leerrijke uitstap naar Nederland.

In de voormiddag werden we verwacht bij SV.CO in De Lier. Als toonaangevend kweker spelen ze in op de behoeftes van hun klanten, zonder daarbij de eindconsument uit het oog te verliezen. Hun marketing en flexibiliteit, gecombineerd met producten van

topkwaliteit, staan op hoog niveau. Na de lunch trok de groep naar Aalsmeer voor een rondleiding in het gloednieuwe Green Trade Center van Waterdrinker. Met vier decennia ervaring in groothandel en export zet Waterdrinker resoluut in op innovatie en kennis. Wouter de Vries, auteur van ‘Blauwe Bananen’ mocht de dag afsluiten met een concreet pleidooi voor unieke kernvaardigheden en onderscheidend vermogen.

Het is een breed verhaal, dat zich vertakt van bij de veredelaar en vermeerderaar, via de kwekers en de verkopers, tot bij de eindklant. Alleen door ontmoeting, toenadering en een collectieve inspanning kunnen we de sierteelt – onze sector – naar een hoger niveau tillen.

Wist je dat ...

... we er door steeds verder evoluerende innovatie in geslaagd zijn het chrysantenseizoen te **verlengen**? Vandaag zijn de schitterende bloemen van juni tot oktober beschikbaar, terwijl die periode vroeger veel korter was.

Did you know that ...?

... we have succeeded in **extending** the chrysanthemum season through ever-evolving innovation? Today, the beautiful flowers are available from June to October, whereas that period used to be much shorter.



Wist je dat ...

... chrysanten oorspronkelijk 'gouden' bloemen waren, wat wellicht hun oorspronkelijke status deels verklaart? Zelfs Toetanchamon stapte het eeuwige leven binnen met een krans van chrysanten om zijn hals.

Did you know that ...?

.... chrysanthemums were originally 'golden' flowers, which may partly explain their original status? Even Tutankhamun entered eternal life with a wreath of chrysanthemums around his neck.



Gediflora takes a leading role in the sector

As a breeder and cultivator, Gediflora's goal is to set an example for the entire ornamental horticulture sector. It is a pioneer too. We therefore went, on 30 August 2018, with forty growers to the heart of the ornamental horticulture sector. Belgian Mums is a story for everyone.

Considering what you yourself are doing and what you could do better is always a good idea. Involving every link in the production chain in a story of improvement, convergence and inspiration seems a necessity to us. Gediflora hopes that in the long run we will all reap the benefits of this. So, together with Carl Sales Support, we organised an informative and instructive trip to the Netherlands for a limited group of Belgian growers.

In the morning we were expected for a visit at SV.CO in De Lier. As a leading grower, they adapt to the needs of their customers, without losing sight of the end customer. Their marketing strategy and flexibility, combined with top quality products, are of a high level. After lunch, the group went to Aalsmeer for a tour of Waterdrinker's brand new Green Trade Center. With four decades



of experience in wholesale and export, Waterdrinker is firmly committed to innovation and knowledge. Wouter de Vries, author of 'Blauwe Bananen' (Blue Bananas) concluded the day with a

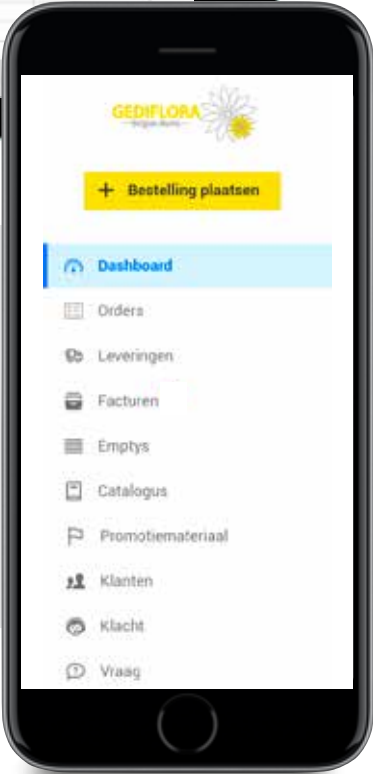
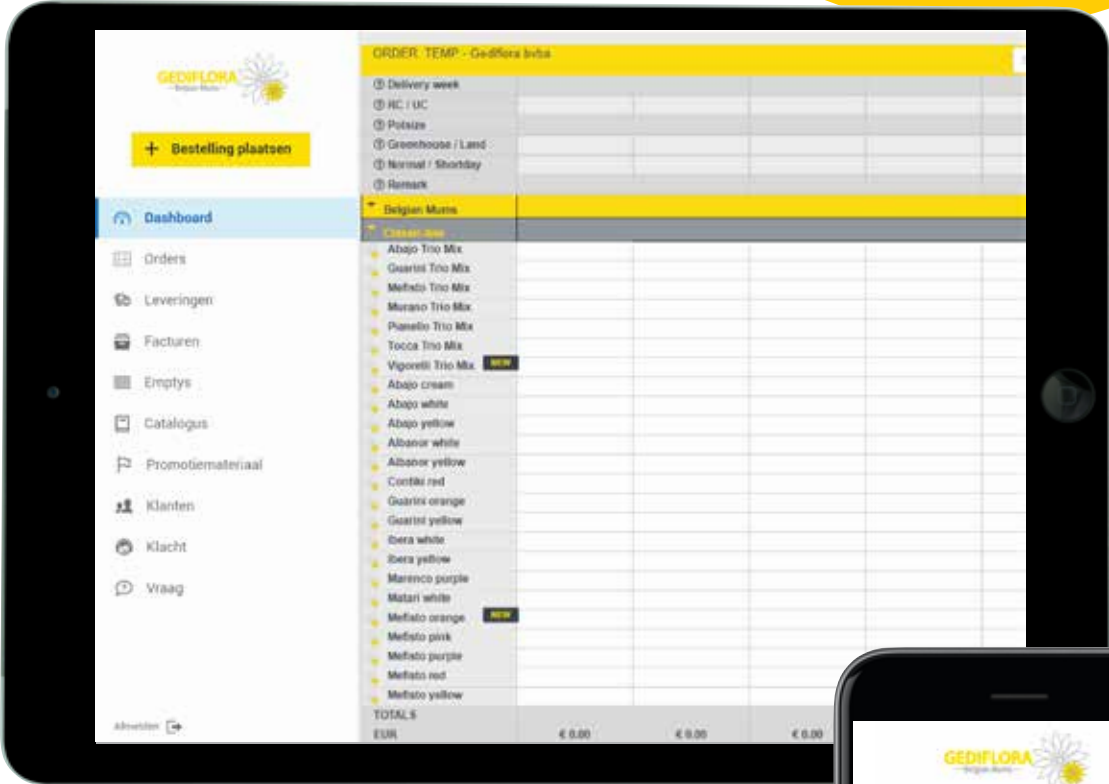
strong plea for unique core skills together with distinctive character. It is a wide-ranging story that branches out from the breeder and propagator,

through the growers and the sellers, to the end customer. Only through contact, convergence and collective effort can we raise ornamental horticulture – our sector – to a higher level.

Gediflora wil een innovatie rol spelen in het verhaal van de chrysant. Op elk terrein. Onze nieuwe app past perfect in dat idee. Via de QR-code open je MyGediflora op je smartphone, waarna je virtueel zo goed als binnenstapt bij ons. Onze catalogus, eventuele vragen, bestellingen, facturatie, leveringen ... je kan alles eenvoudig, vlot en duidelijk volgen.

It is Gediflora's goal to play an innovative role in the story of chrysanthemums in every aspect. Our new app matches this idea perfectly. Via the QR code you open MyGediflora on your smartphone, and almost virtually walk into our shop. Our catalogue, possible questions, orders, invoicing, deliveries ... you can keep track of everything easily, quickly and efficiently.

www.belgianmums.be



Detail

Met oog voor detail, liefde voor de plant en heel veel passie worden Belgian Mums constant geperfectioneerd.

Detail

With an eye for detail, love for the plant and a whole load of passion, Belgian Mums are continually being improved.