

Goud met vleugels

Pipa maakt van Knesselare het mekka van de duivensport

Het mekka van de duivensport ligt in Vlaanderen. Bij nader toezien ligt het zelfs in Knesselare. De duivensport lijkt dezer dagen op twee snelheden te draaien: die van de amateur, en die van de fulltime prof. Die van de fluitende folklore, en die van de duiventil met vloerverwarming en camerabewaking. Die van jong, en die van oud. Nikolaas Gyselbrecht (1980) is fulltimer en jong. Samen met zijn vader Carlo (1952) en zijn broer Thomas (1985) leidt hij het bedrijf Pipa, het CNN van de duivenpers, maar ook het Christie's van de duivenverkoop.

Pipa is wereldwijd marktleider in de duivencommercie, werkt met achttien mensen en zeventien agenten, en draait een jaaromzet van 8 à 10 miljoen euro. Nikolaas en Carlo vonden het gat in de wereldmarkt, en hoe? Het lijkt erg simpel: koppel als eerste in de wereld de duivensport aan je computer en het internet en je hebt prijs. Carlo Gyselbrecht overdrijft niet. Als we ons aanmelden is hij in gesprek met journalisten. Voor ons wacht nog een fotograaf van National Geographic, in de loop van het gesprek rinkelen nogal wat telefoons, en nog voor het afronden staat er weer een Aziatische ploeg glimlachend in de buurt...

Duiven en Gyselbrecht, dat gaat al lang samen?

CARLO: Mijn grootvader was een gewone liefhebber, zoals zoveel mensen in het centrum van het dorp hield hij zijn beestjes op zolder. Mijn vader Remi was daar meer passioneel mee bezig. Hij was veehandelaar, trok naar de markten en had daar veel contact met andere goede liefhebbers (zie kaderstuk). Er werd toen nog niet zoveel gekocht en verkocht. Men wisselde wel eitjes uit en verhandelde jongen, vaak nog in een sfeer

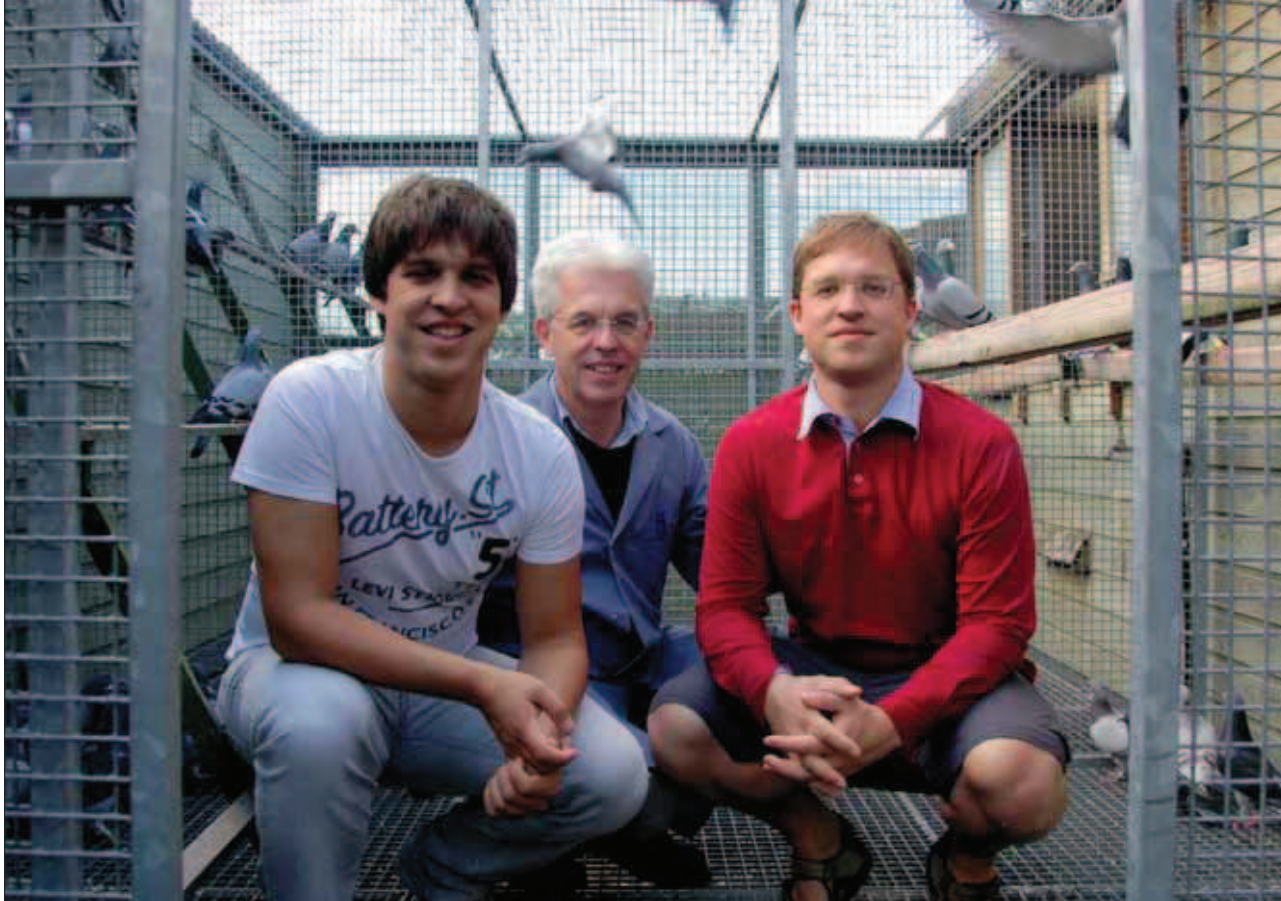


▲ Remi, hier tussen zijn zonen Johan en Carlo, draagt "den Barcelona" op handen"

van vrienden onderen. Zijn succes was voor mijn broer Johan (overleden in 2010) en mij de motivatie om ook volop in die hobby te investeren. Ik heb er uiteindelijk mijn beroep van gemaakt, en mijn zonen zijn gevolgd.

De sport was hier populair?

CARLO: Absoluut, zoals in heel de streek. In mijn kinderjaren waren er nog twee bonden. De duivensport was een echte volkssport in die tijd. Hier in Eentveldstraat had je om de twee of drie huizen wel een duivenpier. Eén inwoner op vijftig was duivenmelker. Bij één huis op vijf stond er een hok.



Carlo, Thomas (links) en Nikolaas (rechts) ▲

En vader Remi was hier een van de voortrekkers?

CARLO: Mijn vader was bijna zestig jaar voorzitter van de Verenigde Vrienden (1952-2008). Hij bleef dat ook toen de twee duivenmaatschappijen uiteindelijk fuseerden.

Hoe presteerden de Knesselaarse liefhebbers?

CARLO: Er waren er wel wat die goed presteerden. De legendarische dokter Kluyskens bijvoorbeeld, bijgenaamd "Kabatje", had zeer sterke duiven. Maurice Verschueren, Freddy De Jaegher of Frans Waerniers waren ook erg succesvolle spelers.

Maar uw vader werd de absolute topper?

CARLO: Regionaal was hij dat al in de jaren 1950. Toen sprak men van zijn V1's (Duitse raketten, red.). Het was kort na de oorlog (lacht). In de jaren 1960 ging het al maar beter, was hij in vele wedstrijden bij de besten. Hij werd top in Knesselare, daarna in het Meetjesland en in 1977 kampioen van België. Toen noemden sommige kranten hem al 'de beste liefhebber van België'. En winst in de koninginnenvlucht vanuit Barcelona in 1995 was natuurlijk de kroon op het werk.

Maar hoe kom je aan zo'n prijsbeest?

CARLO: Mijn broer en ik hebben toen sterke duiven gekocht bij André Van Bruaene, in Lauwe. Hij had twee-

maal de Barcelona-vlucht gewonnen (in 1966 en 1974). Daar hebben we in 1983-1984 een goed ras binnengehaald. We hebben er vervolgens mee gekweekt en er vanaf 1987 mee gespeeld en mee gewonnen. Daaruit kwam onze Barcelona-winnaar.

Waar staat de modale duivenmelker vandaag?

CARLO: Na de oorlog waren er ca 240.000 aangesloten liefhebbers, vandaag telt de Bond nog zo'n 30.000 leden. De liefhebberspopulatie blijft dalen, maar de sport wordt almaar professioneler. Dat heeft veel te maken met de gewijzigde sociale situatie. Meer mensen werken buitenhuis, er zijn veel andere ontspanningsmogelijkheden, er is meer communicatie en meer mobiliteit. De sport is ook duurder geworden. In Knesselare is die trend niet anders dan elders.

De populariteit bij het brede publiek is wel gedaald?

CARLO: In de jaren zestig stonden bij sommige goede duivenmelkers soms dertig man te wachten tot de duiven vielen. In Balgerhoeke op de brug zag ik er ooit nog een honderdtal op de uitkijk. De gemiddelde leeftijd van de duivenmelkers schommelt rond de 65 jaar. De duivensport sterft uit tegen een tempo van 2.500 duivenmelkers per jaar. Samen met de duivenmelkers verdwijnen – mede onder druk van de verkavelingen – ook de 'koterijen' uit ons landschap. Misschien wordt de duivenpier binnenkort nog louter erfgoed bij ons...

De duif, het wordt iets voor specialisten? Terwijl de liefhebber vergrijst?

CARLO: Het heeft inderdaad meer met geld te maken. Er zijn hier nog wel enkele jongeren, maar de vergrijzing is een feit.

En toch is het voor jullie bedrijf onlangs pas goed begonnen?

CARLO: Na Barcelona was er inderdaad een toeloop van mensen uit de ganse wereld. Mijn zoon Nikolaas die toen nog economie studeerde, had op het gepaste moment het originele idee om in zijn databank spontaan alles te verzamelen wat er over duiven te verzamelen viel. Met een groepje jonge duivenliefhebbers startte hij in 2001 een nieuwssite, die – eens vertaald in het Engels – binnen de kortste keren over heel de wereld werd gevolgd. Wij waren kwekers, hij voegde daar de informatie aan toe en de combinatie van die twee was blijkbaar een goeie keuze..

Van waar die interesse, Nikolaas?

NIKOLAAS: Ik ben onder de duiven geboren, en bovendien in het huis van een Barcelona-winnaar. Dat was wel iets. Pigeon Paradise, want zo heette de website en ons bedrijf nu (PiPa, www.pipa.be), dat was inderdaad een schot in de roos.

Wat bood je dan aan?

NIKOLAAS: Op PiPa kan men terecht voor onderlinge contacten, wereldwijde informatie en duivennieuws, prognoses, uitslagen, reportages, een discussieforum, een veilingpagina. Vrij vlug haalde de site duizend bezoekers per dag. Een jaar later al 2.500 bezoekers per dag. In die tijd zijn we ook begonnen met een Chinese afdeling. De duivensport is er enorm populair. Chinezen vertaalden toen alles. Mevrouw Luna Lai zorgde hier voor vertaling en Aziatische contacten. Vandaag werken we met een heel pak vrijwillige reporters voor wereldwijde verslaggeving.

Een krant omschreef het toen al mooi: PiPa wordt 'het CNN van de duivensport'?

NIKOLAAS: PiPa werd snel een levendig informatienetwerk en is nu 's werelds grootste online duivenkrant. Maar daarnaast werd het ook een contactkanaal en een werkinstrument voor online aankoop en verkoop. PiPa verkoopt via internet, regelt privéverkoop voor grote klanten, organiseert ook de grootse openbare verkopen, online of op veilingen.

PiPa was een katapult voor jullie bedrijf?

CARLO: Kweken en behouden van exclusieve rassen was natuurlijk de kernactiviteit. Dat allemaal samen zorgde voor een mooie groei. Er werken hier nu vijftien mensen: IT'ers die de website beheren, mensen die de complexe administratie opvolgen, aankopers en verkopers. Wie duiven zegt, zegt ook afstammingskaarten, transportregelingen, hok- en loftverzorging, voederen, inkorven ... Er zijn dagen dat soms 100 tot 200 duiven naar Oost-Azië vertrekken. We hebben permanent zo'n 600-700 duiven in huis. Alle met stambomen. Dat opvolgen, het is een hele organisatie...

Vanwaar die belangstelling voor de Belgische duif?

NIKOLAAS: Alle prijsduiven, waar ook ter wereld, stammen af van een Belgische voorouder. Die stambomen worden heel goed bijgehouden, en zelfs met dna-tests gecontroleerd.

CARLO: De hele wereld weet dat de beste duiven hier zitten, omwille van de heel lange traditie van bezig zijn, kweken en spelen en van permanente selectie en kwaliteitsverbetering. Binnen een klein territorium is er een enorme natuurlijke selectie geweest.

Waar zitten de klanten?

CARLO: Ongeveer de helft van de verkoop gaat naar China. Daar zijn er al 100.000 duivenliefhebbers. De rest gaat naar Taiwan, Japan, Canada, de VS, de Filipijnen, Engeland, Duitsland, Nederland, Trinidad... De lokale volksport van bij ons heeft zich verspreid over de hele wereld.

▼ Ongeveer de helft van de verkoop gaat naar China



NIKOLAAS: Onder de topbieders van vandaag voegden zich de jongste jaren ook opmerkelijk veel Russen, Oost-Europeanen en Arabieren. Japanners zijn verzamelaars: kopen, in een *kooike* steken en fier zijn. Duiven zijn er een luxeproduct, zoals Franse topwijnen. Chinezen en Taiwanese zijn dan weer vooral gokkers. In Taiwan kost meedoen aan een wedstrijd gauw 250 euro, maar de prijzenpot is in verhouding: soms tot 3 miljoen euro. En China is inderdaad duivengek. Daar zijn er races waarbij meer dan een miljoen euro te winnen valt. Wedstrijden waaraan soms 100.000 duiven deelnemen, met een prijzenpot van 5 miljoen euro per vlucht.

Jullie mikken enkel op het topsegment van de markt?

NIKOLAAS: Onze markt werd een wereldmarkt, waarop wij de Rolls-Royces van de duivensport verkopen, de allerbeste duiven met de beste stambomen.

De prijs van de topduiven blijft maar stijgen?

NIKOLAAS: Voor de Barcelona-winnaar van mijn vader en grootvader werd ooit 200.000 euro geboden. Begin 2009 realiseerden we op een openbare verkoping van 105 duiven een recordbedrag van 1 miljoen euro. Ook in 2009 werd Ludo Claessens recordhouder online-verkoop met een duif waarvoor 110.000 euro werd neergegeld. In Thorn veilden we in december 2009 een duif voor 132.000 euro. Op 8 januari 2011 ging de collectie van Pros Roosen uit Kermt onder de hamer. Voor een duivenmelker is dat zoiets als FC Barcelona dat zijn spelers in de etalage plaatst. Guo Wei Cheng, de farma-Chinees kocht "De Blauwe Prins" voor 156.000 euro...

▼ *De Verenigde Vrienden – Eerlijk moet niemand vrezen verzameld achter het gemeentehuis en rond Dokter Kluyskens (vooraan midden). Rechts van hem de jonge Remi Gyselbrecht. Twee stoelen links van hem Gentiel Rodts, de nieuwe lokaalhouder*



Een krant noemde jullie 'het Christie's van de duivensport'.

NIKOLAAS: Ja, ik weet ook niet waar het ophoudt. Onlangs betaalde een Japanner 170.000 euro voor Euro Diamond, een "gepensioneerde" Duitse duif, met roots in Ronse, maar met een uitstekend palmares. Een duif kan twaalf jaar oud worden, maar Diamond zat al jaren op hok. Vrij vliegen zal het beestje niet meer doen. Maar voor Aziaten zijn duiven statussymbolen.

Hebben kopers zekerheid over de kwaliteit van hun aankoop?

CARLO: Wie prijsduiven koopt, laat zich omringen door kenners, al gebeurt het kopen vaak op vertrouwen. Goeie vliegers, of duiven die goeie jongen hebben... het blijft voor kwekers altijd afwachten wat de kweekwaarde zal zijn, hoe het zit met het genetisch materiaal. 't Is niet omdat een duif één keer goed heeft gevlogen dat het een volgende keer weer prijs is.

Als je goud met vleugels verkoopt wordt een verkoop ook een show?

NIKOLAAS: Een topverkoop wordt natuurlijk omkaderd, met een chique kleurencatalogus, met internationaal bezoek, met livestreaming, met 15 telefonisten en een pak medewerkers, met pigeonguards (professionele bewakingsagenten). Er kan dan ook wereldwijd worden geboden. Kopers krijgen een fles en drie kussen van BV's als Joke Van de Velde, Virginie Claes en Cilou Annys. Virginie is sinds kort ambassadrice van PIPA."

Maakt het geld de sport kapot?

CARLO: De gewone man haakt af, omdat de kloof met de topspelers te groot is geworden. Die kopen de beste duiven op voor veel geld en spelen iedereen weg. Ik pleit voor een systeem met klassen, zoals in het voetbal. Maar dat is niet evident. Voor een beginner is het moeilijk. Reken maar tien tot vijftien jaar intensief kweken, soms een heel leven, vooraleer je beestjes hebt waarmee je prijzen kunt winnen. Jonge mensen hebben hiervoor de tijd, het geld en de goesting niet meer. Toch mag het niet kapot gaan. De duivensport is een stuk van Vlaanderen.