



spoga+gafa 2025

Vakbeurs Open Ruimte?

Relance-overuren

Wat kan nog?

Reis naar
Parijs



Inhoudstafel

3

Reis naar
Parijs



Parijs was even geen lichtstad,
met dank aan de BTV-leden

14 **spoga+gafa**
2025



Vakbeurs Open Ruimte?

17 **BTV Nieuws**
& Agenda



+

Relance-overuren

Wat kan nog?

19

De visie van
**Polle
Gazon**



**BELGISCHE
TUINCENTRA
VERENIGING**

Verantwoordelijke uitgever:
c/o Chris Van Wesemael
Turfsteeg 13
2830 Willebroek

info@tuincentra-vzw.be

BTW BE: 0468.756.260

TUINCENTRA-VZW.BE

Voorwoord

EEN FRISSE START

De eerste maanden van het jaar kenden een positieve start voor onze sector, met hoogdagen rond moederdag en verkoops cijfers die ons enkel maar tevreden kunnen stemmen. Met dank aan het schitterende weer en een consument die minder dan verwacht wakker ligt van de geopolitieke toestanden.

Dat is dus niet de “frisse” start waar ik naar verwijs. Die is voor mij weggelegd, als jullie nieuwe Directeur sinds enkele weken. Het is een taak waar ik met veel “goesting” tegenaan ga, met verfrissende ideeën en de vaste wil om onze vereniging nog meer te laten groeien en een stem te geven. Veel zal je daar voorlopig niet van merken; net als een plant moet eerst de wortelkruit zich goed ontwikkelen om vervolgens een mooi en sterk gewas te worden. Ondergronds zijn we, samen met de Raad van Bestuur fundamenten aan het leggen voor de noodzakelijke verjonging van en vernieuwing in onze branche. Want ook onze klant is niet meer dezelfde. Wie vandaag nog waarschuwt voor “de millennials” als nieuwe doelgroep, slaat de bal mis. Die generatie IS vandaag al onze klant. We moeten nu al rekening houden met

de verwachtingen van Gen Z en Alfa die onze toekomst moeten vrijwaren.

Een paar vernieuwingen zijn wel al zichtbaar: zo is er voortaan een maandelijks e-newsletter die reeds 2 x verscheen en zijn we nu ook online actief. Puur professioneel vind je ons op LinkedIn als **btv-abj**. Dit kanaal laat toe om snel nieuws te delen. Volg ons dus zeker. Ook op Instagram kan je ons volgen als **btv_abj**. Dit kanaal dient vooral om beelden en inspiratie te delen. Een tip daarbij: heb je zelf een Instagram account en post je regelmatig iets, tag dan zeker **@btv_abj** in je posts, zo winnen ze ook via onze account aan zichtbaarheid!

Tot slot kondig ik graag de late “zomerbarbecue” aan die bij Tuincenter Lissens (Opwijk) als winnaar van de Garden Centre Awards doorgaat op 7 oktober. Uiteraard heten we daar ook graag onze Waalse vrienden welkom. Want ook dat is voor mij een betrachting: onze vereniging terug 1 maken, want samen staan we sterk!

Groene groeten,

Chris Van Wesemael



PARIJS

WAS EVEN
GEEN LICHTSTAD,
MET DANK AAN DE BTV-LEDEN



De jaarlijkse inspiratiereis voor onze leden en partners bracht ons dit jaar naar Parijs, de lichtstad. We vonden het, gezien de klimaatopwarming opportuun om Parijs een groen tintje te geven.

Dag 1 – Van koffiekoeken tot klatergoud

Stipt op tijd vertrokken we met een luxe autocar richting Parijs. Aangezien de meesten al erg vroeg uit de veren waren, voorzag onze directeur iedereen van koffiekoeken en wat nuttige info die ons meteen wakker hield. Wist je dat de aankoop van een huis gemiddeld op

steeds latere leeftijd gebeurt? Dat het budget dat gemiddeld aan tuin wordt gespendeerd per persoon per jaar exact 100 euro bedraagt?

Met honger naar meer én een knorrende maag bereikten we onze eerste tussenstop voor een lunch bij Luci, op enkele minuutjes van het eerste bezoek: Jardiland Corneilles. We werden er hartelijk ontvangen door Mr Vimpère, manager van deze vestiging die sinds anderhalf jaar van





een franchise terug in eigen beheer werd genomen. Deze vestiging met 10,2 mio euro omzet en zijn 42 (in piekperiodes tot 65) medewerkers maakt deel uit van Teract, de retailpoot van de Invivo groep die in verschillende agri-sectoren actief is. Onder Teract zitten meerdere enseignes: Gamm Vert, Delbard, Jardineries du Terroir, Noé (Pet) en Jardiland dat 173 vestigingen telt waarvan 107 in eigen beheer. We merken in de vestiging nog restanten van het vorige beleid. De franchisenemer was een ex-Leroy Merlin werknemer die het tuincentrum op die principes runde: hoge rekken, vaste routing zonder uitwegen, veel voorraad waardoor lage stockrotatie en een omzetaandeel levend groen dat beperkt was tot 30%. Na anderhalf jaar, de invoering van meer openheid en focus op de core business, is het aandeel groen nu 50/50 en werkt men verder minstens naar 60/40.

Vervolgens werden we om 16u verwacht aan de voet van de Eiffeltoren om een rondvaart op de Seine te maken. De zon scheen ongenadig en dat leek ook de (overigens geautomatiseerde) luidspreker-gids parten te spelen: de uitleg was summier en liet ons

"Op onze vraag liepen we gelukkig ook langs de Marché aux Fleurs die echt het kleine ommetje waard was."

enigszins met een leeg gevoel achter. Gelukkig werden we aansluitend op sleeptouw genomen door onze gids voor een boeiende stadswandeling die ons van aan het statige stadhuis

naar Île de la Cité en de Notre-Dame bracht. Op onze vraag liepen we gelukkig ook langs de Marché aux Fleurs die echt het kleine ommetje waard was. Inspirerend! Dan staken we de Seine over naar Quartier Latin waar we langs de Sorbonne universiteit wandelden en er ontdekten dat je zonder studeren ook kans maakt op slagen, als je maar de voet van filosoof Montaigne streelt – van zijn standbeeld uiteraard. De wandeling bracht ons naar een typisch Parijse bistro "Bouillon Racine" waar we met de vermaarde Parijse "vriendelijkheid" lekker dineerden. Verteren deden we door een fikse wandeling naar de bus, die ons veilig en wel naar ons hotel aan de boorden van de Seine bracht. De ene verkoos meteen de nachtrust op te zoeken, anderen zetten nog een klein stapje in de wereld waarbij sommigen tot de ontdekking kwamen dat je maar best niets nuttigt aan de voet van de toren van ijzer en staal.

→ **VERVOLG OP P. 7**



VIZIR RETAIL GROUP

– The Best of Three Worlds



VIZIR RETAIL GROUP is een Belgische holding, opgericht in 2013 als THAU BENELUX en sinds 2020 actief onder haar huidige naam. Onder de Vizir-vlag brengen we drie sterke retailmerken samen: THAU, P3 (People at the Point of Purchase) en DIFM (Do It For Me). Elk met een specifieke focus, maar verenigd in één duidelijke missie: merken sterker maken op de winkelvloer en daarbuiten.

Van retailinstallaties tot fieldmarketing, van logistiek tot technische ondersteuning: Vizir staat garant voor operationele excellentie, ondersteund door transparantie, vakkennis en service die verder gaat dan standaard.

Onze servicelijnen verbinden Amsterdam, Antwerpen, Brussel, Parijs en Marseille – een sterke ruggengraat voor Europese retailactivatie.

Onze dochterbedrijven



P3 (People at the Point of Purchase)
– Field & Retail
Installatiespecialist
sinds 2000

Bouwt al meer dan 23 jaar aan zichtbaarheid op de winkelvloer voor merken en fabrikanten in food en non-food. P3 koppelt installatiediensten aan logistiek en rapportering binnen heldere prijsafspraken.

www.pthree.be

THAU – Field Marketing Agency
sinds 2004

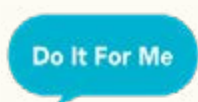


Gespecialiseerd in non-food retail, met

focus op DIY & Garden. THAU levert volledige trajecten: van stock & picking tot winkelbouw, beursbeheer en technische salesondersteuning.

www.thau.be

DIFM (Do It For Me)
– Home Installaties met service,
sinds 2020



Van meting tot installatie en onderhoud:

DIFM biedt “product with a service” en streeft naar een vlekkeloze klantervaring in samenwerking met grote merken en retailers.

www.doitforme.services

Luxauto Leuven
– Franchisepartner voor verhuur



Geïntegreerd in het Vizir-hoofdkwartier in Leuven: flexibele mobiliteitsoplossingen voor professionals in heel België.

www.luxauto.be

Onze visie en filosofie

Geïnspireerd door de strategische geest van Napoleon Bonaparte, bouwt Vizir aan een organisatie waar verdienste vooropstaat. Onze naam verwijst niet toevallig naar “de Vizier” – een symbool van bescherming, focus en leiderschap.

We geloven sterk in:

- Sterke relaties met klanten én medewerkers
- Details die het verschil maken
- Vertrouwen en verantwoordelijkheid als basis voor duurzame samenwerking

De Vizir-mentaliteit

Onze waarden zijn geen slogans, maar dagelijkse praktijk:

- Open en eerlijke communicatie
- Vrijheid met verantwoordelijkheid
- Authentieke, kwaliteitsgerichte realisaties
- Klantgericht én mensgericht handelen

Elke medewerker van Vizir draagt deze waarden actief uit – in woord én in daad.

Contactpersoon & CEO

Christian Peeters

christian@vizirgroup.eu
+32 473 48 11 92

Contactpersoon & Sales

Christophe Falempin

christophe@vizirgroup.eu
+32 492 60 47 12

www.vizirgroup.eu

Dag 2 – De grote ruimten

Het eerste bezoek bracht ons naar Les Fermes de Gally in Saint-Cyr-l'Ecole dat ook vroeger al eens deel van een inspiratiereis was, maar jaar na jaar nieuwe dingen toevoegt waardoor het haast onherkenbaar is t.o.v enkele jaren geleden. De site, gelegen aan de achterkant van de Tuinen van Versailles is méér dan een tuinentrum: het is een totaalbeleving dat Parijzenaren laat ontspannen in het groen, kinderen bijbrengt dat melk niet uit een brikverpakking voortkomt en waar je de geschiedenis tot in de wijnkelder proeft. In de schaduw van enkele pruimelaars stonden Clément Micheau, directeur



telt meer dan 700 werknemers en is goed voor 55 miljoen euro omzet. Na een bezoek aan de kinderboerderij en het kenniscentrum rond tuinbouw, werden we in het eigenlijke tuinentrum rondgeleid. Ook hier weer de kleine verrassingen zoals een heuse brocante en een nieuwe outdoor

"Het is méér dan een tuinentrum: het is een totaalbeleving die Parijzenaren laat ontspannen in het groen."

van de site en Jérémy Thouvignon, verantwoordelijk voor nieuwe projecten ons op te wachten met eigen geproduceerd appelsap of koffie. De site is onderdeel van een geheel van 19 bedrijven verspreid over Frankrijk en allen op een of andere manier verbonden aan land- en tuinbouw. De groep, nog steeds een familiebedrijf,

belevingsbar midden het groen. De lunch in het tuincfé liet ook onze binnenkant kennis maken met de duurzame manier van werken in Les Fermes de Gally.

Het namiddagprogramma bracht ons naar het Kasteel van Versailles dat we spijs de prachtige gouden ornamenten

voorbijliepen. Ons bezoek spitste zich toe op de zonovergoten Tuinen van Versailles die we onder leiding van een "Antwarpse" gids doorkruisten van boven naar onder en helaas ook terug wat onder de hitte tot menige zucht leidde. Maar we kregen honderden jaren geschiedenis voorgeschoteld in deze 800 hectare grote tuin waar menig megalomaan (zonne)koning zijn lusten botvierde. Opmerkelijke ogen zagen dat de meer dan 700 werknemers die de tuinen onderhouden, toch ergens een haag vergeten snoeien waren. Klein maar niet onbelangrijk detail: de aanplantingen moeten ongeveer elke 100 jaar volledig vernieuwd worden om het typische uitzicht te bewaren. De laatste aanplantingen dateren van na de vele stormen eind 20ste eeuw en zeker de meest verwoestende van december 1999.

Terug in ons hotel kon iedereen zich verfrissen (buiten- en binnenkant) om vervolgens vrij vroeg de benen onder tafel te schuiven voor het diner dat we blijkbaar enkel met water tot ons mochten nemen, ware het niet dat onze nieuwbakken directeur daar snel een mouw aanpaste. De gesprekken aan tafel waren zoals altijd gezellig en interessant. Veel stappen in de Parijse wereld werden





er nadien niet gezet, want de wekker moest 's anderendaags al om 3u staan voor ons volgende bezoek!

Dag 3 – Ochtendstond heeft...

Wat een gedisciplineerde vereniging zijn wij! Stipt om 3u30 zat iedereen op de bus die ons naar de grootste vroegmarkt in Europa bracht. Le Marché International de Rungis is een beleving: op een domein van 234 Ha zijn 1226 bedrijven actief, rijden dagelijks 25.000 vrachtwagens en 10.000 auto's rond, werken 13.000 mensen, komen jaarlijks 6,4 miljoen bezoekers langs en wordt er in totaal jaarlijks meer dan 3 miljoen ton goederen verhandeld wat een totale omzet van meer dan €10,3 miljard genereert. Het zijn indrukwekkende cijfers, die je pas echt begrijpt door het 4 uur durende bezoek aan Rungis. In 2 groepen werden we rondgeleid van de ene naar de andere hal: Vis en zee, Vlees, Fruit & Groenten, Zuivel en Gastronomie en ook Bloemen en Decoratie. De bloemenveiling is wel diegene die een terugval kent. Na de interessante tour, konden we in

een van de 20 aanwezige restaurants een typische Déjeuner Rungissois wel gebruiken. Om 8u 's ochtends deden we ons tegoed aan gerookte zalm, charcuterie, gekruide kip en steak en... wijn natuurlijk. De café Rungissois (koffie met cognac of calvados) lieten we gezien het vroege uur wijselijk aan de locals.

"Le Marché International de Rungis is een beleving."

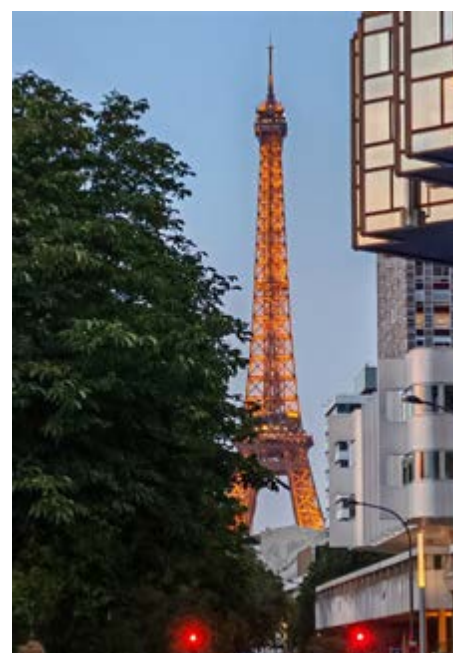
Na het ontbijt werden op de site van de vroegmarkt verwacht bij Groupe Végétal, een groothandel voor tuinaanleggers, tuincentra en bloemisten, decorateurs en eventorganisatoren. De site van 10.000m² is onderdeel van een groter geheel met diverse inplantingen in Frankrijk. Florence de Boissieu, echtgenote van de eigenaar, ontving ons hartelijk en toonde ons vooral vol trots haar Brocante de la Bruyère waar men duidelijk mikt

op decorateurs en retailers die op zoek zijn naar unieke stukken om inspiratie en beleving te brengen. Wat betreft planten viel ons op dat de prijzen (zeker voor buitenplanten) toch voor een groothandel "prijzig" waren, maar het is een gekend gegeven dat planten in Frankrijk duurder zijn dan bij ons.

Na dit laatste bezoek vatten we onze terugreis aan waarbij we onderweg nog een stop maakten voor "het laatste middagmaal" in Le Lysieux, een last minute optie door problemen bij het eerder geboekte restaurant. We werden er met open armen ontvangen, vriendelijk en snel bediend en de eigenaar toonde bij vertrek vol trots de enkele tomatenplanten die hij op de binnenkoer had aangeplant.

Na een vlotte busreis bereikten we ons vertrekpunt en konden we "moe maar voldaan" en met heel wat nuttige info en inspiratie terug huiswaarts keren.

Wie er niet bij was, heeft zeker iets gemist. Ben jij volgend jaar ook van de partij? ■



27 & 28 augustus

PLANTARIUM | GROEN-Direkt Najaarsbeurs

HÉT EVENEMENT VOOR EUROPESE
TUINPLANTENRETAIL EN
-GROOTHANDEL

27 augustus **28 augustus**
07:00 – 17:00 07:00 – 16:00

Alleen voor vakbezoekers
Gratis toegang en parkeren

Hazerswoude-Dorp
Nederland

groen-direkt.nl
plantariumgroendirekt.nl



TIENDUIZENDEN
M² BEURSVLOER



DUIZENDEN
BEZOEKERS



HONDERDEN
EXPOSANTEN



TIENTALLEN
NOVITEITEN



VOLOP
INSPIRATIE



COMFORTABEL
NETWERKEN



6000+
PLANTMONSTERS



EEN
COMPLEET AANBOD



MEDITERRAANS
AANBOD



KERST
BOMEN



REGISTREER
JE BEZOEK

ONZE BEDRIJVENPARTNERS





SPOGA+GAFA 2025: VAKBEURS OPEN RUIMTE?

Door Chris Van Wesemael

Vorige maand vond in Keulen de “wereldwijd grootste vakbeurs voor tuin en barbecue” plaats en dit voor het eerst van dinsdag tot donderdag. Wij liepen er gedurende 2 dagen ettelijke kilometers rond op zoek naar de schaarse noviteiten en de nieuwste trends in een gezellig drukbezochte editie.

Groter dan nodig

Bij aankomst vanuit Eingang Nord werd iedereen meteen vakkundig Hall 8 binnengeleid, één van de aan BBQ gewijde zalen die echter opmerkelijk ruim leek. Het bleek een constante doorheen alle beurshallen waarvan vele deels afgesloten waren, met zeer brede gangpaden die de standen verbonden en her en der “rustzones” om toch de leegtes ietwat zin te geven. Kortom, de beurs kon compacter zijn wat meteen het gevoel zou gegeven hebben dat er meer bezoekers waren. Want op zich lokte spoga+gafa opnieuw 26000 bezoekers uit meer dan 100 landen die ruim 1600 exposanten konden verblijden.

Grote afwezigen

Enkele sterke merken en traditioneel grote exposanten ontbraken op



het appel: we denken aan Broil King, Weber en Napoleon of Elho en Keter naast vele Italiaanse en andere fabrikanten van plastic tuintoebehoren. Het maakte wel dat andere standhouders tevreden waren over de vele bezoekers. Dat werd ons ook bevestigd bij enkele Belgische exposanten zoals Barbecue (Livwise) en White Fire (Billiet Vanlaere).

Nieuwigheden

Een reden om een beurs te bezoeken en trouwens ook om er als exposant aan deel te nemen, zijn noviteiten: écht nieuwe producten en innovaties. Het was wat zoeken naar een speld in een hooiberg, maar gelukkig vond je er veel samengebracht in de **Boulevard of Trends and Ideas**. The Rain Tony van Hartman was een van de opvallendste: een **regenton** vermomd als **zitbank**! Of hoe koppel je functionaliteit, design

en comfort aan duurzaamheid. De Regenzitbank kan 500 liter water opvangen, wordt eenvoudig aan een afvoer gekoppeld en heeft een ingebouwde pomp om makkelijk het water te gebruiken zonder een laag-bij-de-gronds aftapkraantje. Dat dit alles dan ook nog in Nederland wordt geproduceerd, vervolledigt het duurzaamheidsverhaal. Overigens worden die regentonnen steeds mooier: we zagen er ook eentje dat veeleer weg had van een mooie opbergkast.

Bij Coleman (Campingaz) zagen we een product dat naar verluid in 2026 zal worden gecommercialiseerd: de Snap-N-Go **opvouwbare frigobox**. Supereenvoudig open en weer dicht te plooien zodat het leeg transporteren of stockeren na gebruik ruimtebesparend is.

→ **VERVOLG OP P. 14**

SAMEN STERKER:

VERBINDING EN VERNIEUWING BIJ GRS RETAIL



Binnen GRS Retail draait het om samenwerken: met leden, partners en leveranciers. Of het nu gaat om het introduceren van een innovatief, duurzaam product of het versterken van het netwerk tussen ondernemers – de kracht zit in collectiviteit. Twee recente initiatieven onderstrepen dat.

Belgiëdag: inspiratie en ontmoeting

Speciaal voor Belgische tuincentrumondernemers organiseerde GRS Retail onlangs een inspirerende bijeenkomst. Tijdens deze **België-dag** stonden verbinding, kennisdeling en samenwerking centraal. In een informele setting doken leden in de toekomstvisie van GRS Retail, met het nieuwe beleidsplan als leidraad. Ook actuele inkoopontwikkelingen en de gezamenlijke inzet op een duurzamer groen assortiment kwamen aan bod.

Naast interne kennisdeling was er ruimte voor externe inspiratie. Tijdens een bezoek aan het distributiecentrum van Colruyt leerden deelnemers meer over prijsbeleid, Dynamic Pricing en de marketingstrategie van de Belgische retailer. Een rondleiding door de Proximus Arena, met een kijkje achter de schermen bij de Rode Duivels, zorgde voor een verrassende afsluiting. Net als het diner, waar volop ruimte was voor gesprek en uitwisseling.

De Belgiëdag is onderdeel van de bredere dienstverlening van GRS Retail: leden ondersteunen én verbinden in een krachtig netwerk.

Vita Green: circulair private label voor de toekomst

Op productniveau zet GRS Retail ook stappen in vernieuwing en duurzaamheid. Tijdens de GRS Novemberbeurs van 2024 werd het nieuwe private label **Vita Green** gelanceerd. Deze exclusieve productlijn, bestaande uit potgrond, tuinaarde en aanplantgrond is ontwikkeld in samenwerking met Kekkilä BVB en wordt inmiddels door een groeiend aantal GRS-leden gevoerd.

Wat Vita Green bijzonder maakt, is het gebruik van Circulera: een circulair substraat uit de professionele aardbeienteelt. Door hoogwaardige reststromen opnieuw in te zetten, levert Vita Green een concrete bijdrage aan een circulaire economie.

Naast de duurzame samenstelling valt Vita Green op door de rustige, herkenbare verpakking en een merkidentiteit die staat voor kwaliteit, duurzaamheid en exclusiviteit. “Vita Green is een belangrijke stap in onze ambitie om duurzaamheid en kwaliteit hand in hand te laten gaan,” aldus category manager Maarten van Eijck.

GRS Retail werkt intussen al aan uitbreiding van het assortiment, passend bij de groeiende vraag naar verantwoorde tuinproducten.

Verbinding en vernieuwing in de praktijk

De België-dag en de introductie van Vita Green laten goed zien hoe verbinding en vernieuwing hand in hand gaan binnen GRS Retail. Waar ondernemers samenkomen, ontstaan ideeën. En waar duurzaam denken centraal staat, groeit ruimte voor vernieuwing.



Het Bulgaarse **Cubik.one** presenteerde dan weer een **modulair en duurzaam bouwblokken-systeem** waarmee je je creativiteit kan botvieren bij het maken van allerhande meubel- en decoratiestukken voor binnen en buitengebruik: een tafel, bloembakken, tot zelfs een volledig tuinpaviljoen uit gerecycleerd materiaal. En alles kan weer even makkelijk uiteen gehaald worden om weer iets anders te maken. Het materiaal voor de kubussen wordt in flatpacks geleverd. Zeg maar: een kruising tussen Lego en Ikea, mét hoge duurzaamheidsfactor.

Verder zagen we vooral “vernieuwigheden” die als innovaties worden bestempeld. Wat denk je bijvoorbeeld van een Pizzadeegmachine (bij OONI) die als je wat doorvraagt ook kan gebruikt worden zoals elke andere deegkneder. De bijhorende app die je het perfecte recept aanreikt, kunnen we moeilijk nog innoverend noemen.

Trends

Het brengt ons bij de trends die we konden spotten en toegelicht werden op een lezing door trendwatcher Frank A. Reinhardt en waar je dus ook in je tuincentrum rekening mee moet houden. De tijd dat de tuin een 5^{de} kamer werd, ligt achter ons. De tuin **is** dat en wordt nu een 2^{de} **woonkamer** door het feit dat consumenten steeds meer verlangen naar een leven **omringd door de natuur**. Dat moet ons als muziek in de oren klinken want outdoor is de “brug naar de natuur”. We merken dat ook aan het vervagen van de grens tussen in- en outdoor meubilair; alles kan vandaag voor beide gebruikt worden. Mensen willen dezelfde kwaliteit voor binnen en buiten.



De **emotionele decoratie** is ook een gegeven, waarbij er meer wordt ingespeeld op thema's zoals Midzomer en de decoratie continu wordt aangepast aan de seizoenen en feesten. Verder speelt het thema **3D** steeds vaker een rol wat we bijvoorbeeld terugzien in de structuur van potten, meubilair en accessoires. Geen trend zonder tegentrend: nu duikt ook glad design weer op.

Wat **kleuren** betreft, zien we heel veel beige en grijs, af en toe groen en dat vaak in combinatie met houtaccenten. Het weerspiegelt de natuur en dat merk je ook aan de materialen en vormen: veel gevlochten touw en zachte rondingen.

En uiteraard blijft **duurzaamheid** een zeer belangrijk thema getuige het veelvuldig gebruik van natuurlijke stoffen, gerecycleerd hout en aluminium. In 2024 zagen we de opkomst van gerecycleerde teak, nu zien we zelfs gerecycleerde plastics in... gerecycleerde teak-look!

Op productgebied is een andere trend duidelijk merkbaar: de (al dan niet elektrische) **pizzaoven**. Het ontlokte bij Camillo “Don Caruso” Tomanek, een BBQ en Grillspecialist de woorden: “als je vandaag geen pizzaoven hebt, tel je niet meer mee.”

Zinvol beursbezoek

spoga+gafa is en blijft dus een belangrijke beurs in onze branche, die jammer genoeg te weinig door Belgen wordt bezocht. Aan de afstand mag het alvast niet liggen. Volgend jaar zal de beurs plaatsvinden van maandag 22 t.e.m. woensdag 24 juni (opnieuw een wijziging dus wat de beursdagen betreft). Pin alvast de data in de agenda. ■

HET VERHAAL ACHTER LUITEN GREENHOUSES: VAN ZOLDERKAMER TOT WERELDSPELER IN TUINCENTRUM- EN KASSENBOUW

In de dynamische wereld van de glastuinbouw is het een prestatie van formaat om je als familiebedrijf decennialang te onderscheiden. Toch is dat precies wat Luiten Greenhouses, voorheen A&N Luiten Technisch Advies, heeft gedaan. Het verhaal van dit Westlandse bedrijf begint bescheiden, maar is doordrenkt van ondernemerschap, visie en een passie voor bouwen.



Een bescheiden start (1993–1995)

In 1993, midden in een tijd waarin de glastuinbouw volop in beweging was, begonnen vader en zoon Arno en Nico Luiten hun avontuur. Vanuit een zolderkamer richtten zij A&N Luiten Technisch Advies op. Hun specialisatie? Het geven van technisch advies en het begeleiden van projecten voor tuincentra. De focus lag vanaf het begin op praktische, klantgerichte oplossingen – iets wat tot op de dag van vandaag het DNA van het bedrijf bepaalt.



Van loods naar bedrijfsruimte (1995–2000)

De snelle groei van opdrachten vroeg om meer ruimte. In 1995 verhuisde het bedrijf naar een loods van 295 m². Al snel bleek ook deze locatie te klein. In 1996 werd een ruimer pand betrokken, dat in 2000 werd uitgebreid met het aangrenzende gebouw. Daarmee maakte het bedrijf zijn eerste echte groeispurt door.



Groei, samenwerking en internationale ambitie (2000–2010)

De periode van 2000 tot 2010 markeerde een nieuwe fase in de ontwikkeling van het bedrijf. Een jaar later, in 2005, verhuisde het bedrijf naar een geheel nieuwe locatie in De Lier. De nieuwe huisvesting van ruim 2.500 m² was modern, functioneel en bood volop ruimte voor verdere groei. In 2010 werd het terrein nogmaals uitgebreid met de aankoop van diverse panden aan De Hondert Marge.



Naamsverandering en internationale uitbreiding (2013–heden)

In 2013 kreeg het bedrijf een nieuwe naam die beter aansloot bij de groeiende internationale ambities: Luiten Greenhouses B.V. De naam symboliseert het bredere aanbod en de wereldwijde reikwijdte van het bedrijf. Waar A&N Luiten begon als technisch adviesbureau, is Luiten Greenhouses inmiddels uitgegroeid tot een totaalaanbieder van kasconstructies en tuincentrumoplossingen – van ontwerp en constructie tot afwerking en installaties.



Fris en duurzaam de toekomst in

Het afgelopen jaar stond bij Luiten Greenhouses in het teken van vernieuwing en groei. We introduceerden een gloednieuw logo en een frisse huisstijl die perfect aansluiten bij wie we zijn en waar we voor staan: modern, betrouwbaar en klaar voor de toekomst. Deze visuele metamorfose weerspiegelt onze ambitie én de kracht van onze organisatie.

Tuincentra & productiekassen – perfectie op maat

Luiten Greenhouses is specialist in tuincentrumkassen, met een focus op zowel nieuwbouw als renovatie. Dankzij jarenlange ervaring weet het bedrijf precies wat nodig is om een functioneel én commercieel sterk tuincentrum te realiseren. Bij renovaties wordt slim en efficiënt gewerkt, zodat winkelroutes en omzet zoveel mogelijk behouden blijven.

Bij nieuwbouw zorgt Luiten Greenhouses voor een strak

georganiseerde bouwplaats, een turn-key oplevering en maximale ontzorging van de klant. De projecten worden wereldwijd gerealiseerd – van Nederland, Duitsland en Zwitserland tot Noord- en Zuid-Amerika, Azië en Afrika.

Vandaag de dag: een hecht familiebedrijf met wereldwijde impact

Luiten Greenhouses blijft trouw aan zijn Westlandse wortels. Met een team van circa 50

betrokken medewerkers, een platte organisatiestructuur en korte communicatielijnen biedt het bedrijf snelheid, flexibiliteit en persoonlijke service. Klanten worden begeleid van eerste schets tot oplevering – met oog voor detail, duurzaamheid en rendement.

De toekomst? Die blijft groen.

Met voortdurende innovatie, digitalisering en internationale samenwerking blijft Luiten Greenhouses bouwen aan de kas van morgen.



Bent u benieuwd wat Luiten voor uw tuincentrum kan betekenen?

Neem vandaag nog contact op met Jeremy van der Meer om uw mogelijkheden door te nemen.

Jeremy van der Meer
Sales manager

+31 (0)6 53 48 74 45
tuincentra@luiten-greenhouses.com



BTV-Nieuws & agenda

NOTEER ALVAST IN UW AGENDA

26 augustus

| **Florall** vakbeurs Waregem

27 - 28 augustus

| **Plantarium**, najaarsbeurs
bij GROEN-Direkt

1 - 3 september

| **Opendeurdagen** bij Fleur

7 oktober

| **Late summer BBQ bij Tuincenter Lissens**
(Winnaar Garden Centre Award)

8 oktober

| **GET winterbeurs** bij Tuincenter Claes



RELANCE-OVERUREN, WAT KAN NOG?

Is de maatregel rond de 120 relance-overuren voor werknemers verlengd tot eind 2025?

Inderdaad! Werkgevers kunnen hun werknemers nog tot het einde van dit jaar de soepele relance-overuren aanbieden. Het gaat om fiscaal en parafiscaal interessante overuren die werknemers vrijwillig kunnen presteren.

Wat betekent dit concreet?

- In 2025 kan een werknemer 120 relance-overuren presteren: een eenvoudig akkoord tussen werkgever en werknemer volstaat.
- **Vrijstelling van sociale bijdragen:** op deze uren worden geen sociale bijdragen betaald
- **Geen personenbelasting:** werknemers betalen geen personenbelasting op deze overuren
- **Geen inhaalrust:** de uren hoeven niet te worden ingehaald
- **Geen overloontoeslag:** werkgevers zijn geen toeslag voor overuren verschuldigd
- **Geen impact op arbeidsduur of interne grens:** de uren worden niet meegerekend in de maximale arbeidsduur of de interne grens van overuren

Waarom is de verlenging belangrijk?

- De regeling zou oorspronkelijk aflopen op 30 juni 2025, vlak voor de zomermaanden. Gelukkig werd ze alsnog verlengd tot eind dit jaar.
- Dit is belangrijk voor werkgevers, zeker in sectoren waar tijdens de zomermaanden extra werkkraft nodig is.
- Let wel, eerder gepresteerde relance-overuren in 2025 tellen mee voor het totale maximum van 120 uren.

Bron: Unizo

GET *your ticket*

Garden Experts Together

Hét event door en voor experts in de tuinbranche

Bezoek de eerste Kerst Grotto van de Benelux en laat je betoveren door de magische spiegeltent in winterse sferen. Maak kennis met alle deelnemende experts die allemaal hun beste retail concepten laten zien, met elkaar samenwerken en hun kennis delen om winkels beter te maken en consumenten te helpen en inspireren.

Met consumentendag
op 9 oktober



Scan de code voor
jouw gratis ticket!

8 & 9 oktober 2025

Scan de QR code voor meer informatie over tickets en deelnemers of ga naar www.gardenexpertstogether.com

Nieuw! Kerst Grotto & Workshops



Tuincenter Claes
Drie Eikenstraat 590, 2650 Edegem, België



De visie van Polle Gazon(*)

Deze nieuwe rubriek in ons magazine brengt eens per kwartaal een scherpe, soms sarcastische kijk op wat er in onze branche en retail leeft.

SOLDEN ALS ULTIEME UITING VAN OVERCONSUMPTIE

Ze zijn weer gestart, de zomersolden. Weliswaar met minder bombarie dan anders – de hitte zal de marketeers parten gespeeld hebben – maar toch, als enige land op deze hele aardbol worden we 2 maal per jaar geconfronteerd met een zinloos door de overheid opgelegd verkoopritueel, daarin gretig ondersteund door menige zelfstandigenorganisatie die “Unisono” blijven roeptoeteren dat de solden zo belangrijk zijn voor de commerce. Alsof commerce gelijk staat met het weggeven van marge? Solden komen ook elke keer of te vroeg, of te laat blijkt dan vervolgens bij afsluiten van de koopjesmaand volgens diezelfde organisaties die het steeds tanende succes ervan toch érgens moeten duiden.

In november en december had nog geen mens een winterjas gekocht en toch vlogen ze in januari – toen de eerste koude en sneeuw eraan kwam – met fikse kortingen de deur uit. Begin juli zweetten we ons te pletter en toch gingen de airco’s en ventilatoren dan met soldenkorting als warme broodjes over de toonbank. We hebben het dan nog niet eens over de core business van tuincentra: levend groen. Het gros van de planten steek je best in de grond tussen september en december, sommigen verkiezen maart tot mei. Solden op planten in januari? In

juli? Het is vragen om ontevreden klanten die met plezier al hun social mediakanalen zullen volschrijven – beeldmateriaal ter staving – over de slechte kwaliteit die jij verkoopt. Oh, maar je verkoopt ook tuinmeubelen en barbecues? Juist, die moet je dus zéker in het hoogseizoen afprijzen...

“ZELFstandig zijn, is dat op z’n communistisch regeltjes volgen?”

Laat ons eerlijk zijn, zomersolden zijn gewoon bedacht door de “patroons” die graag je vakantiegeld recupereren, zoals destijds fabrieksdirecteurs de lonen elke week uitbetaalden in het tegenoverliggende café (waar ze eigenaar van waren).

Ondertussen kan de reizende Belg in elk buurland koopjes doen wanneer de retailer in kwestie het tijd vindt een overstock de deur uit te jagen of gewoon meer klanten wil aantrekken. Daarnaast zijn er naast Black Friday (een vrijdag die ondertussen 14 dagen duurt) ook Singles Day (ook al 3 dagen) en andere knotsgekke “consumptiefeesten” die het geld uit onze zakken proberen te kloppen. Wie dus in november zijn slag niet

sloeg, zal die vermoedelijk ook in januari niet slaan. Want dat is een sukkelaar die geen nagel heeft om... juist!

Mij ontgaat al helemaal waarom bijvoorbeeld een koelkast of TV-toestel op 1 juli moet afgeprijsd worden? Zou het niet logischer zijn dat te doen op het moment de fabrikant een nieuw model uitbrengt? De auto-industrie doet al jaren niet anders: net voor de lancering van een (ver)nieuw(d) model korting geven op het oude. Zo zou het moeten zijn voor elke sector.

“ZELFstandig” zijn, is dat op z’n communistisch regeltjes volgen of is dat zelf bepalen wanneer iets best met wat korting wordt verkocht om plaats te maken voor iets nieuws, om verkeerd gekochte voorraad weg te werken of een actie te ondernemen om meer klanten aan te trekken? Denk dààr maar eens over na terwijl je aan de rand van een zwembad, onder een parasol nipt van een cocktail.

Met groene groet!

P. Gazon

(* De gegevens van de auteur zijn bij de redactie bekend)



FLORALL

Belgische vakbeurs voor sierteelt-
en boomkwekerijproducten

Dinsdag 26.08.2025

9.00 - 18.00 uur | Waregem Expo | België

Gratis toegang voor professionals,
registreer online via www.florall.be.

Gratis catalogus, met overzicht van het volledige assortiment.
Ruime parking, bekijk het plan op www.florall.be



INFO@FLORALL.BE



[FLORALL FAIR](https://www.facebook.com/FLORALLFAIR)



WWW.FLORALL.BE



WEEKEND
van de
KLANT

comeos

unizo

**SCHRIJF JE IN
VÓÓR 8 SEPTEMBER
EN ONTVANG EEN
GRATIS PROMOPAKKET!**

Grijp je kans op extra klanten
tijdens het **Weekend van de Klant**



weekendvandeklant.be/registeren



**ZA 4 | ZO 5
OKTOBER**