

2026

LENTEMAGAZINE Belux Tuinretail Vereniging



Onze
studiereis

De vernieuwingen
bij uw vereniging

Garden Centre Awards
2026-2028

Inhoudstafel



03	VOORWOORD
04	LENTEVERGADERING BTV-ABJ
06	Advertentie HANDIG IN DE TUIN
07	Advertorial VERLICHTING ALS WAARDEPROPOSITIE
08	Advertentie PLANTION
09	BTV wordt BELUX TUINRETAIL VERENIGING
10	Advertentie EUROPABANK
11	INTENTIEVERKLARING GSI Advertentie – BTV en leveranciers AON
12	ONZE PARTNERS
14	Advertentie ARMOSA
15	Vijf vragen aan... JAN SAMPERMANS
16	STUDIHEREIS BTV 2026
17	Advertentie NATUROSIA
18	De visie van POLLE GAZON
19	Advertentie TONC
20	Advertorial ENERGIEVERBRUIK VOOR DE WINTER
22	GARDEN CENTRE AWARDS in een licht gewijzigde vorm
24	BTV-AGENDA MID-SEASON DAYS
25	KORTNIEUWS
27	Advertentie FLORÉAC ECOPOTS
28	Advertentie DCM



*Werkten mee
aan dit nummer:*

Petra Van Butsele,
Thierry Coeman,
Chris Van Wesemael,
Polle Gazon,
en onze partners.

Opmaak: Bluefury

*Druk en verzending:
De Mailingman*

Verantwoordelijke uitgever:
c/o Chris Van Wesemael

Turfsteeg 13
2830 Willebroek

info@tuincentra-vzw.be

BTW BE: 0468.756.260

TUINCENTRA-VZW.BE



**BELUX
TUINRETAIL
VERENIGING**

Voorwoord

VOLOP LENTE BIJ BTV

Onze lentevergadering op 25 februari had haar naam niet gestolen: met 17°C en behoorlijk wat zon moeten we al teruggrijpen naar 2019 om zo vroeg in het voorjaar “tuincentrumweer” te vinden. Maart was een zachte, zeer zonnige en warme, maar ook wisselvallige maand: 50% meer zonneschijn dan gemiddeld, gekoppeld aan enkele natte periodes zorgden voor een gemiddeld nattere maand. Het waren ideale omstandigheden voor een vroeg tuinseizoen!

De komende maanden zet de lente zich bij BTV alvast door. Op onze BAV van februari werd de statutenwijziging goedgekeurd waardoor we voortaan als **Belux Tuinretail Vereniging** door het leven gaan met een nog duidelijkere strategie om de sector te helpen groeien. Onze visie werd scherp gesteld en luidt *“Toonaangevend zijn in tuinretail op basis van lokale verankering, vakkennis en innovatie”*. Dat resulteert in een duidelijke missie: *“Bijdragen aan een groene, duurzame en aangename leefomgeving met het juiste aanbod producten en advies.”* Het is de enige weg om relevant te blijven voor de consument en dus onze plaats in het steeds bredere “tuinlandschap” te behouden en versterken, samen met onze leveranciers.

Niet enkel planten moeten groeien, ook uw vereniging. En daar wordt volop werk van gemaakt. Dit jaar wordt druk: de **Garden**

Centre Awards zijn aan een nieuwe editie toe en zullen gepaard gaan met zinvolle infosessies, de **studiereis** komt er weldra aan en we engageren ons ook om u meer en beter te informeren en ondersteunen. Omdat we het allen meer dan druk hebben en seminars vaak veel tijd van u vragen en die dus tot nu toe beperkt waren tot een lente- en herfstvergadering, gaan we voortaan ook inzetten op webinars: die kan je eenvoudig van op de zaak of thuis volgen en meestal ook herbekijken.

Groeien betekent ook meer leden. “Elk tuincentrum lid” moet onze betrachting zijn en daar kunnen jullie ook bij helpen. Spreek collega’s en leveranciers aan: mond aan mondreclame werkt. Wij hebben het geluk te werken in een mooie sector. Klanten in tuin- of plantencentra lopen altijd met een goed gevoel rond. Dat zalige tuingevoel moeten wij ook als sector uitstralen. BTV zet verder ook in op overleg met onze zusterverenigingen in de omringende landen en zo sloten we na vele jaren van afwezigheid opnieuw aan bij IGCA, de International Garden Centre Association. Zo kunnen onze leden ook deelnemen aan hun jaarlijkse bijeenkomst en ervaringen delen met zaakvoerders uit heel wat andere landen.

Een prima seizoen 2026 gewenst!

Chris Van Wesemael



LENTEVERGADERING BTV-ABJ

Drie vergaderingen in een, dat kon alleen bij NEMO33

De Lentevergadering 2026 gaat de BTV annalen in als een wel heel speciale. Afwezigen hebben altijd ongelijk, maar deze keer nog net iets meer. Een bijzondere algemene vergadering en een officieel moment, twee mijlpalen in onze geschiedenis, gingen de verrassende ‘managementopleiding’ van Rik Moons vooraf. De toekomst van tuinretail ziet er goed uit.



Statutenwijziging goedgekeurd

Op een tweede bijzondere algemene vergadering konden de leden stemmen over de voorgestelde statutenwijziging. Op de eerste BAV in Kortrijk was immers het noodzakelijke quorum niet bereikt. Onze directeur Chris lichtte de voorgestelde wijzigingen nogmaals toe en beantwoorde de vragen van enkele leden. Vervolgens opende Peter Van Hulle, voorzitter van deze BAV, de stemming. Met eenparigheid van stemmen werd de wijziging aanvaard waardoor we voortaan als Belux Tuinretail Vereniging door het leven gaan. De leveranciers van ‘tuinartikelen’ worden nu ook volwaardig lid, waardoor we de hele tuinretailsector nog krachtiger vertegenwoordigen. De tuincentra behouden altijd de doorslaggevende stem in de Raad van Bestuur en blijven dus “aan het roer” van onze vereniging. De wijziging brengt een hele reeks

praktische aspecten met zich mee die onze werking ten goede komen. Zo zal er een eenvormige nieuwe tweetalige website worden gemaakt, met één url (vandaag 2) en dus ook identieke mailadressen voor onze Frans- en Nederlandstalige contacten. De website zal ook nieuwe features en tools bevatten, zodat het een echt werkinstrument voor onze leden wordt.

Toekomstgericht engagement

Volgens een zeer stricte timing volgde meteen nadien een historisch moment voor BTV. Als sectororganisatie is het onze taak om onze leden future proof te maken. De adoptie van een nieuwe “barcode” is daar een belangrijke stap in. Deze zal ons op vele vlakken helpen, de toegang tot data en zoveel meer vergemakkelijken en ook de consument zal er een meerwaarde in vinden, zoals Jan Somers, CEO

van GS1 Belux kort toelichtte. We ondertekenden dan ook een intentieverklaring tussen BTV-ABJ en GS1 die er moet toe leiden dat we tegen eind 2027 klaar zijn voor de implementatie; niet enkel de tuincentra, maar ook de leveranciers. Daarom engageerden ook Jolipa en Polet zich al. Meer info vind je elders in ons magazine.

Apen eten bananen

Voor en tussen beide onderdelen van onze Lentevergadering hadden de aanwezigen zich al tegoed gedaan aan het aperitief en wat hapjes. Zo konden we zonder knorrende magen het podium toevertrouwen aan **Rik Moons**, onze conférencier van de avond. Rik is een leiderschapscoach en communicatiedeskundige die na een carrière van bijna 25 jaar in de farma-industrie de stap zette naar een eigen coachingbedrijf. Hij is docent aan UGent en KUL-associatie (Brussel), auteur van

meerdere veelgelezen boeken en een veelgevraagd gastspreker met een eigen, zeer humoristische stijl. En dat hebben de aanwezigen geweten... Als een sneltrein nam Rik ons op sleeptouw door het thema van zijn managementboek “Doe, dump of delegeer” waarbij hij vooral belichtte hoe wij als zaakvoerders van ons bedrijf op een betere manier medewerkers kunnen motiveren, onze taken kunnen delegeren zonder daarbij veel tijd te verliezen, integendeel: het kan en zal onze tijdsdruk verlichten zodat we meer tijd kunnen besteden aan wat echt belangrijk is. Strategie, de groei en toekomst van ons bedrijf. En zo belandden we aan bij een verhaal over apen en bananen. Die aap kwam niet uit de mouw, maar zat al de hele tijd aan Rik's tafeltje te wachten om opgevoerd te worden. En zoals iedereen weet, een aap heeft nood aan eten (bananen) om te overleven. Die bleek Rik ook bij de hand te hebben en op hilarische wijze leerde hij ons hoe we een “probleem-vraag” van een medewerker ombuigen in een oplossing gebracht door diezelfde persoon. Hoe we tijd winnen door het vermijden van **Kont-Kontakt** (wellicht de term die niemand meer vergeet). Hoe we taken delegeren,



zonder ze te laten sub-sub-sub delegeren en dat een medewerker voor elke taak ook resources nodig heeft: de aap leeft niet zonder bananen! De gelukkigsten in de zaal mochten het preofondervindelijk op het podium demonstreren. Hilariteit

alom. Nog voor we het goed en wel beseften, hadden we een uur lang geboeid geluisterd, geleerd én veel gelachen. Ik zag stand-up comedians die minder vrolijkheid in de zaal brachten.

En zeg nu zelf, bijleren met een lach, dat is zoveel mooier en blijft langer hangen dan een droog seminarie.

Tijd om de innerlijke mens te versterken

En ja, onze vergaderingen zouden BTV-onwaardig zijn, mochten we nadien niet genoten hebben van een lekkere maaltijd. Ditmaal een aziatisch buffet met bijpassende wijnen en afronden dede we met een lekkere moelleux. En terwijl er nog gezellig werd nagekeuveld en genetwerkt, was het een stormloop op Rik's boeken. Dat belooft voor de toekomst van onze tuinretail!



Met de juiste dosis kan je nu al uitkijken naar iets moois



Bereken en doseer voor een boeiende tuin

Handig in de Tuin zoekt met jou naar
verstandige oplossingen in en rond de tuin.

- Bekijk onze filmpjes vol tips op www.handigindetuin.be
- Bel gratis het **callcenter** op **0800 62 604**.
- Lees de posters in je verkooppunt.
- Volg ons op Facebook.



handig in de tuin

Je tuin behandelen?
Bereken met onze
online dosiscalculator
in een handomdraai hoeveel
product je exact nodig hebt.



VERLICHTING ALS WAARDEPROPOSITIE

DE EVOLUTIE VAN LICHT ALS DRIVER VAN SFEER IN HUIS EN TUIN



Hoe essentieel is verlichting vandaag in ons dagelijks leven?

Het bedienen van een schakelaar is zo vanzelfsprekend geworden dat we er nauwelijks nog bij stilstaan. Toch was dit minder dan 135 jaar geleden totaal anders. Woningen en straten werden toen verlicht met gaslampen, olielampen en kaarsen. De introductie van de Philips-lamp betekende een doorbraak en maakte elektrische verlichting schaalbaar, betrouwbaar en toegankelijk voor een breed publiek.

Vandaag is verlichting veel meer dan een functioneel element. Ze speelt een centrale rol in visueel comfort, sfeer en de identiteit van een ruimte, zowel binnen als buiten.

Een belangrijke verschuiving is dat de tuin niet langer een puur functionele plek is, maar evolueert tot een verlengstuk van de woning. Consumenten investeren steeds meer in comfort, beleving en uitstraling. De tuin wordt een plek om te ontspannen, gasten te ontvangen en te leven. Mensen gaan niet langer naar buiten om enkel hun tuin te onderhouden, maar om er tijd door te brengen.

In die transformatie speelt verlichting een cruciale, maar vaak onderschatte rol. Ze verlengt de tijd die mensen

buiten kunnen doorbrengen, omdat een tuin zonder licht stopt bij zonsondergang. Tegelijk bepaalt verlichting de sfeer en uitstraling en draagt ze bij aan functionaliteit en veiligheid, zowel rond als in de woning. In die zin is verlichting uniek: het is een van de weinige categorieën die zowel tijd verlengt als emotie creëert.

Ook de verlichtingscategorie zelf heeft een sterke evolutie doorgemaakt. Gedreven door innovatie en digitalisering zijn we geëvolueerd van klassieke lichtbronnen naar slimme, geconnecteerde oplossingen. Verlichting is vandaag een integraal onderdeel van wooncomfort en beïnvloedt hoe mensen hun leefomgeving ervaren.

Deze evolutie creëert duidelijke opportuniteiten voor retailers. Verlichting wordt nog te vaak benaderd als een productcategorie, terwijl de toekomst ligt in het aanbieden van oplossingen en inspiratie. Dat betekent dat retailers toepassingen moeten visualiseren, bijvoorbeeld via realistische opstellingen zoals terrassen, tuinpaden of zones. Inspiratie wordt belangrijker dan het simpel presenteren van producten. Retailers die erin slagen om die beleving te brengen, zullen het verschil maken.

Daarnaast speelt verlichting een unieke rol als versterker van de volledige categorie. Wanneer een terras goed verlicht is, krijgen andere elementen zoals tuinmeubilair en decoratie meer impact. Verlichting tilt de totale buitenbeleving naar een hoger niveau en draagt bij aan een grotere besteding.

Met onze deelname aan de Belux Tuinretail Vereniging willen wij als Signify actief bijdragen aan deze ontwikkeling. We delen inzichten, brengen innovatie en ondersteunen retailers in het creëren van inspirerende winkelervaringen, met een duidelijke langetermijnvisie op samenwerking.

De manier waarop consumenten hun woonomgeving vormgeven, weerspiegelt hun identiteit en levensstijl. In zijn invloedrijke essay *The Ascent of Shopping* onderstreept retaildesigner Prof. Rodney Fitch CBE (†2014) reeds het belang van beleving in de relatie tussen de consument en zijn woon- en leefomgeving. Dit gedachtegoed vormt nog steeds een belangrijke leidraad voor Signify in het inspireren van retailers en het begeleiden van eindgebruikers in het ontdekken van verlichting als een volwaardige waardepropositie.

Een tuin zonder verlichting is een plek die je bezoekt. Met verlichting wordt het een plek waarin je leeft.

Dit artikel vormt een beknopte samenvatting van een diepte-interview die BTV-ABJ recent voerde met Dragoslav Jozic, General Manager Signify Benelux en UK & EIR ter gelegenheid van het lidmaatschap van Signify als Emerald partner van BTV-ABJ

Signify

Plantion

Hét inkoopcentrum voor de groenprofessional



Snel schakelen



Efficiënte aankoop



Persoonlijk advies



Bert Janssens,
Tuincentrum Bloemenland

**"WE KUNNEN
SNELLER SCHAKELN
EN GERICHTER
AANKOPEN"**

"MEER MARGE EN FLEXIBILITEIT: ZO OPTIMALISEERT BLOEMENLAND ZIJN AANKOPEN VIA PLANTION"

Voor tuincentrum Bloemenland uit Laakdal is doordacht aankopen essentieel. Met een eigen kwekerij én een sterke focus op kwaliteit en prijs-kwaliteitverhouding kiest zaakvoerder Bert Janssens bewust voor een combinatie van lokale teelt en externe aankoop. Sinds enkele jaren is Plantion daarin een vaste partner.



FLEXIBEL AANKOPEN

"Voor mij is die flexibiliteit een groot voordeel," zegt Bert. "Via de klok koopt u vaak het voordeligst. Met Klok Voorverkoop en de webshop hebt u dan weer meer zekerheid. U kiest telkens wat het best past."

Ook het aankopen per fust noemt hij een belangrijk pluspunt: "U koopt precies wat u nodig hebt, rechtstreeks bij de kweker en aan een correcte prijs."



EFFICIËNT TRANSPORT

Hoewel Plantion in Nederland gevestigd is, vormt de afstand geen hinderpaal. "Het transport verloopt vlot via onze transportfirma. Positief is zeker dat de levering op dezelfde dag van veiling plaats heeft. Zo heb ik mijn handel ongeveer acht uur na het veilen al in huis. Dat is gewoon super! Bert ziet het zelfs als een opportuniteit: "Tuincentra die twifelen, nodig ik graag uit om eens te komen kijken hoe wij werken. Ook digitaal aankopen hebt u snel onder de knie."



ONDERSTEUNING DIE ECHT HET VERSCHIL MAAKT

Een belangrijke factor in de samenwerking is de persoonlijke begeleiding. "Ik ben zelf niet zo digitaal ingesteld," geeft Bert toe. "Maar we hebben duidelijke uitleg gekregen en er wordt echt meegedacht. Niets is te veel." De rol van relatiebeheerder Sim Echelpoels is daarin essentieel: "Sim zorgt ervoor dat de juiste producten beschikbaar zijn en ondersteunt ons tot in de winkel. Dat maakt echt het verschil."

Ook uw aankopen optimaliseren? Ontdek wat Plantion voor uw zaak kan betekenen. Maak vrijblijvend een afspraak met Sim Echelpoels.



MEER INFO?

Wilt u meer weten over de mogelijkheden van Plantion? Scan de QR-code en ontdek de verschillende diensten van Plantion.

Of kijk op www.plantion.nl



SIM ECHELPOELS

Relatiebeheerder België

www.plantion.nl
SimEchelpoels@plantion.nl
+32 477 16 83 11

Plantion
Verbindend in bloemen en planten



BTV WORDT BELUX TUINRETAIL VERENIGING



Zoals je in het verslag van de Lentevergadering kan lezen, werden onze vernieuwde statuten met eenparigheid van stemmen goedgekeurd. Maar wat wijzigt er zoal?

Voortaan zullen we als “Belux Tuinretail Vereniging” door het leven gaan. Ons logo werd al aangepast, er komt later dit jaar een volledig nieuwe website en we zullen onze leden ook meer bieden: zo bv komen er webinars, plannen we bedrijfsbezoeken en blijven we meer en beter communiceren. Dit magazine dat meer pagina's dan ooit telt, is er een bewijs van. Onze leveranciers (van artikels die in onze centra worden verkocht) worden volwaardig, stemgerechtigd lid. Het zal ons meer slagkracht bezorgen om jullie een betere dienstverlening te geven en sterker te staan in onze lobbying. De **tuincentra** behouden altijd de **doorslaggevende stem** in de Raad van Bestuur en blijven dus “aan het roer” van onze vereniging.

Om ons nationaal karakter te benadrukken, zal een eenvormige tweetalige website worden gemaakt, met één url (vandaag 2) en dus ook dezelfde contact mailadressen voor onze Frans- en Nederlandstalige leden, partners en connecties. De website zal ook nieuwe features en tools bevatten, zodat het een echt werkinstrument voor onze leden wordt. Op het publieke deel kunnen we dan vooral de consument beter informeren over de meerwaarde van een tuin- of plantencentrum en tips en tricks aanreiken voor duurzaam tuinieren.

Duidelijke visie en missie

De visie van BTV is:
Toonaangevend zijn in tuin-retail op basis van lokale verankering, vakkennis en innovatie. Hierbij sluit onze missie aan: Wij dragen bij aan een groene, duurzame en aangename leefomgeving met het juiste aanbod producten en advies.

Het zijn waarden en doelstellingen die we voortaan nog sterker zullen benadrukken en nastreven als vereniging, zowel naar onze leden en partners toe, als naar de consument.

Vakkennis en innovatie zijn 2 speerpunten voor elke lokale handelaar om in een steeds digitalere wereld – waar we niet meer omheen kunnen, ook e-commerce zal in de tuinbranche groeien – van blijvend belang voor de consument te zijn. Het advies van onze gespecialiseerde handel moet de consument nog meer begeleiden in het streven naar een duurzamere “groene” leefwereld. Het is net door onze vakkennis en nabijheid dat we een meerwaarde zijn tussen de toenemende schaalvergroting en internationale (online) handel.

BTV zal zich waar nodig steeds duidelijker **engageren** om onze **tuinretail toekomstbestendig** te maken. Denk maar aan de intentieverklaring met GS1, maar ook aan de overeenkomst die we ondertekenen met de Vlaamse Overheid om bij te dragen aan de verduurzaming van teeltsubstraten tegen 2030 (veenrijke potgrond).

Ook het opnieuw aansluiten bij de IGCA – International Garden Centre Association – draagt bij tot de verdere professionalisering van onze sector en biedt onze leden de mogelijkheid om kennis en ervaringen te delen niet enkel met onze buurlanden, maar wereldwijd.

Het zijn alvast enkele stappen van uw vernieuwde BTV, maar zeker niet de laatste. Samen zorgen we voor de bloei van tuinretail!

GRATIS check-up van uw betaalverkeer



Laat het betaalverkeer in uw zaak gratis checken door een expert van Europabank

- ✓ Bezorg ons uw laatste facturen van de verwerking op uw huidige betaalterminal. U krijgt van ons een **gratis en vrijblijvende** offerte.
- ✓ U weet meteen of u momenteel al dan niet **te veel betaalt** voor de verwerking van kaartbetalingen in uw zaak.
- ✓ U wint altijd!

Zijn we duurder? U weet dat u vandaag goed zit.

Zijn we goedkoper? Bij een overstap geniet u ook **extra voordelen** zoals een goed **bereikbare helpdesk**, duidelijke overzichten, een vlotte boekhoudkundige verwerking en **uitbetaling de volgende bankwerkdag**.

SoftPOS by Europabank maakt van smartphones een betaaltoestel

- ✓ SoftPOS by Europabank is een gratis app voor Android.
- ✓ Geen extra contract of abonnement nodig.
- ✓ Te gebruiken op meerdere toestellen.
- ✓ Onmiddellijk beschikbaar voor alle handelaars voor wie Europabank het betaalverkeer verwerkt.

Europabank introduceert SoftPOS by Europabank, een app waarmee handelaars via een smartphone contactloze betalingen kunnen ontvangen. Bent u zaakvoerder van een horecazaak voor wie Europabank het betaalverkeer verwerkt, dan kan u de app onmiddellijk gebruiken.



Zoek een kantoor in uw buurt
www.europabank.be
Contacteer onze afdeling Cards
sales@europabank.be - 09 224 74 07
of scan de QR-code.

europabank

De bank die durft.

INTENTIEVERKLARING GS1 – BTV EN LEVERANCIERS

Naar een slimmere en duurzamere tuinsector

Als sectororganisatie is het onze taak om onze leden toekomstbestendig te maken. De adoptie van een nieuwe “barcode” is daar een belangrijke stap in. Waar vandaag de barcode enkel gebruikt wordt voor het scannen aan de kassa en bij voorraadbeheer, zal de nieuwe standaard die in 2027 in voege treedt en soms nu al wordt gebruikt, véél meer toelaten. Dit zal ons op vele vlakken helpen, de toegang tot data vergemakkelijken en zoveel meer en ook de consument zal er een meerwaarde in vinden, zoals Jan Somers, CEO van GS1 Belux toelichtte. De data zullen ook noodzakelijk zijn om te voldoen aan heel wat recente en geplande EU-wetgeving en bijhorende rapportering. Europa stuurt een tsunami aan regelgeving op ons af.

Denken we maar aan EUDR (herkomst van elk product dat hout bevat), Planten-paspoort, of PPWR (recycleerbare en traceerbare verpakking zoals de plantentrays).

Tijdens onze Lentevergadering ondertekenden Chris Van Wesemael, Directeur en Peter Van Hulle, ondervoorzitter van BTV dan ook een intentieverklaring met GS1 die er moet toe leiden dat we tegen eind 2027 klaar zijn voor de implementatie; niet enkel de tuincentra, maar ook de leveranciers. Daarom ondertekenden ook Jolipa en Polet mee de intentieverklaring

en we roepen al onze leveranciers op om ook deze stap te zetten. BTV zal samen met GS1 zorgen voor het informeren en begeleiden van alle stakeholders bij overgang.

Bedrijven die de intentieverklaring wensen te ondertekenen, kunnen contact opnemen met chris@tuincentra-vzw.be

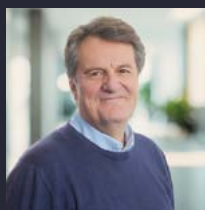


AON

In the
Business
of Better
Decisions

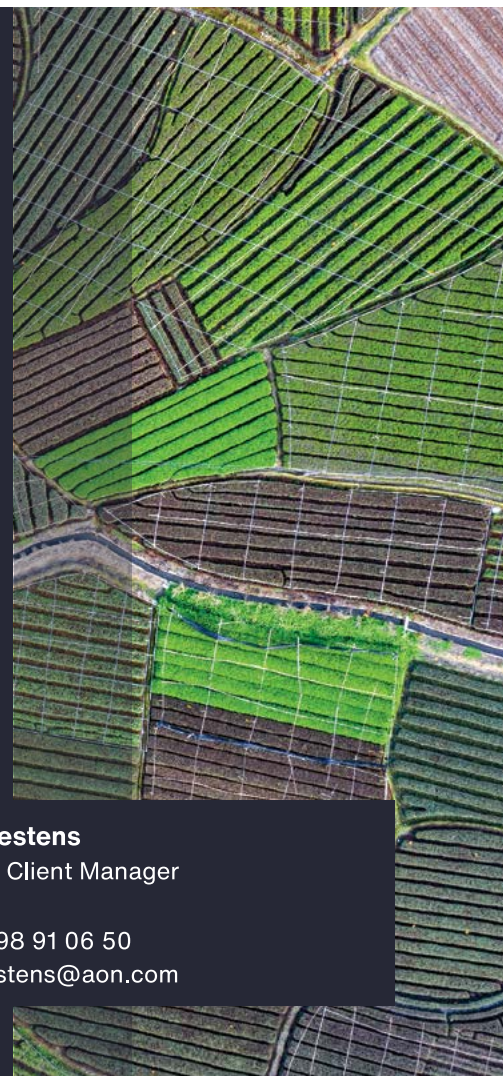
De verzekeringspartner van de
Belgische Tuincentra Vereniging?
Dat is Aon.

www.aon.be



Jan Kestens
Senior Client Manager

+32 498 91 06 50
jan.kestens@aon.com



ONZE LEDEN

TUIN- EN PLANTENCENTRA

Al onze leden vind je op tuincentra-vzw.be/leden

LEVERANCIERS



ONZE PARTNERS

EMERALD PARTNERS



europabank



@signify

NIEUW!

OLIVE PARTNERS

liantis

Adecco



ALL FIELDS
TAKING CARE OF YOUR BRANDS

NIEUW!

NIEUW!

DIENSTVERLENERS



ALL FIELDS
TAKING CARE OF YOUR BRANDS



GROEPSCONTRACTEN



europabank

AON

liantis

Up Monizze

Adecco

ELINDUS

NIEUW!

GROEPERINGS



GRSRetail





Protecta

SELECTIEVE VAL AZIATISCHE HOORNAAR



BESCHIKBAAR

BESTEL ZE NU



Scan mij

*Een kleine streepjescode zegt
meer dan duizend woorden*



www.armosa.eu
HOME & GARDEN



ARMOSA
keeping nature at its best



5 vragen aan... Jan Sampermans

In deze rubriek stellen we telkens dezelfde 5 vragen aan een eigenaar van een tuincentrum, een leverancier of gewoon iemand die voor onze sector belangrijk is. Vandaag laten we Jan Sampermans van het gelijknamige Bloemen- en Tuincentrum in Nieuwerkerken (Limburg) aan het woord.

1 Heb je zelf groene vingers?

Ja, die heb ik zeker! Ik ben van kinds af aan opgegroeid tussen bloemen en planten.

Samen met mijn broer Tom baten we onze bloemenwinkel & tuincentrum uit, dus het zou een beetje gek zijn als we geen groene vingers hadden.

2 Hoe ziet vandaag jouw privé tuin eruit?

Ik woon in een appartement met een terras, waar mijn hobby centraal staat: boomvarens. Maar eigenlijk voelt ook de winkel als mijn privé-tuin zowel binnen tussen de kamerplanten als buiten tussen de planten en bloemen. Zeker 's ochtends vroeg of 's avonds kom ik daar helemaal tot rust.

3 Jouw favoriete vakantie?

Geef mij maar een plek waar de zon altijd schijnt. ☺ Denk aan Ibiza: heerlijk genieten van de natuur, prachtige stranden, maar ook genoeg leven en sfeer om nooit stil te zitten. De perfecte mix van rust en avontuur.

4 Met wie wil je graag eens tuinieren?

Ik denk dat ik zou kiezen voor Wim Opbrouck, iemand die totaal niets met tuinieren te maken heeft, maar wel charme en humor genoeg heeft om er een geweldige dag van te maken. Perfecte planten of niet, het zou sowieso genieten zijn!

5 En de laatste vraag: maak de 5 volgende keuzes en waarom?

- **Kamerplanten of Fruitbomen?**
Fruitbomen, omdat ze zoveel meer brengen dan alleen groen. Van een prachtige bloesem tot het moment dat je zelf fruit kan plukken – er zit iets magisch in dat hele proces. Echt genieten van begin tot einde.
- **Buitenkeuken of Jacuzzi?**
Buitenkeuken, koken is een hobby van me.
- **Gazon of Moestuin?**
Moestuin, niets zo lekker als groenten uit eigen tuin, en die kan ik dan weer gebruiken in de buitenkeuken. ☺
- **Vijver of Veranda?**
Vijver... Puur voor de rust die het brengt. Het zachte geluid van water, de natuurlijke uitstraling en dat gevoel van leven in de tuin maken het voor mij helemaal af. Water hoort gewoon thuis in een tuin.
- **Verwilde of Engelse tuin?**
Verwilde tuin waar alles een beetje zijn eigen gang mag gaan, geen strakke lijnen, maar speels en natuurlijk geheel vol leven en verrassingen. Juist die vrijheid geeft een tuin zoveel charme.

Bedankt Jan en veel plezier op een terras in Ibiza met Wim Opbrouck! ☺



STUDIEREIS BTV 2026

– DUITSLAND, A-TYPISCH EN DIVERS

Van maandag 15 tot en met woensdag 17 juni

Ga je mee op ontdekking?

Ook dit jaar gaan we op inspiratiereis met leden en partners. Als ondernemer is het belangrijk om verder te durven kijken dan de eigen zaak. Het vormt de basis voor innovatie en vernieuwing. De reis biedt ook volop mogelijkheden om te netwerken en van gedachten te wisselen onder collega's, terwijl we uiteraard ook het aangename van dergelijke "Inspiration Tour" niet uit het oog verliezen. Onze reis 2026 brengt ons naar Keulen en omgeving.

Wat mag je verwachten? (programma nog onder voorbehoud – lichte wijzigingen kunnen optreden)

Dag 1 - De grote conceptstores

Het vertrek staat 's ochtends vroeg gepland op een centrale locatie (Puurs) voor de meeste leden. Met een luxe autocar rijden we richting Aachen voor een eerste stop waar leden uit Wallonië en Limburg kunnen aansluiten als dat makkelijker is. In Siegen worden we ontvangen in de allernieuwste Kremer-vestiging: **Naturgartencenter auf dem**

Heidenberg. We bezoeken in Siegen ook een sport-conceptstore en een **Markthal**. Onze chauffeur brengt ons vervolgens naar Keulen, waar we inchecken voor 2 overnachtingen en vervolgens de innerlijke mens versterken "op z'n Duits".

Dag 2 - A-typische retailontdekkingstocht

Na een deugddoend ontbijt, vatten we een dag vol verrassingen aan die we hoofdzakelijk te voet zullen afleggen. Het wordt een zeer inspirerende dag waar klein en groot elkaar afwisselen, maar waar vooral de zintuigen en uw retail-goesting worden geprikkeld. Denk aan de B van Bloemen en Butcher, de P van Planten en a-Propos, 4711 en Gastronomie, een Belgisch kwartier (dat minstens een uur duurt) ... Kortom we bezoeken een 8-tal winkels, afgewisseld met een museum en een al even a-typische lunch die echter volledig bij ons past! De avond sluiten we uiteraard af met een diner en... Jazz. Onze eigen gids kent de binnenstad immers op zijn duimpje. Het wordt onvergetelijk!

Dag 3 - Diversiteit in Tuincentra

Na alweer een goed ontbijt, is uitchecken de boodschap en gaan we op chocoladetocht alvorens de diversiteit van Tuincentra in Duitsland te ontdekken: van de Broeders Alexianen, over een stadstuincentrum en de geheel vernieuwde Dinger's; diverser kan moeilijk. Het is meteen ook de aanzet voor de terugreis, waar we gezamenlijk Theatraal dineren in Aachen en vervolgens de aftocht blazen naar België.



INSCHRIJVEN

Wij hebben een aantal kamers gereserveerd in het centrum van Keulen. Snel inschrijven is de boodschap: eerst komt...

Deelnameprijs

- op basis van Single kamer: €1199 pp
- op basis van een Double: €999 pp

(Prijzen op ogenblik van pre-reservaties bij hotel en restaurants op ogenblik van de redactie van dit magazine.)

Indien u al een voorschot betaalde, wordt dit uiteraard verrekend.

Inbegrepen: de busreis met een luxe autocar, 2 overnachtingen, Ontbijt, lunch en diner op de 3 dagen (incl drankenforfait), gidsen, toegangsgelden, toeristenbelasting.

Niet inbegrepen: annulatie- en reisbijstandsverzekering (tip, uw kredietkaart dekt dat veelal), persoonlijke uitgaven, dranken buiten de gezamenlijke maaltijden en/of boven het forfait.

HET INSCHRIJVINGSFORMULIER vind je in de maandelijkse e-mail van maart en april en in de specifieke uitnodigingsmail voor deze reis. U kan ook mailen naar petra@tuincentra-vzw.be.

naturRosa

PREMIUM LONG BLOOMING

Naturrosa – de perfecte tuin- én tuincentrumplant van de toekomst

Met geheel nieuwe genetica zorgen deze rozen voor een rijke doorbloei, de hele zomer lang, zowel in de tuin als in pot. En dat met een natuurlijke uitstraling die perfect aansluit bij de wensen van de consument én het tuincentrum van nu.

Naturrosa verenigt de voordelen van alle bestaande rozensoorten in een geheel nieuw segment:

- Niet geënt, geen speciale snoei of verzorging nodig
- Veel sterker en vitaler dan bestaande stekrozen
- Zeer klimaatbestendig: prijswinnaar van Madrid tot Warschau(!)
- Veerkrachtig tegen ziekten en plagen
- Rijk doorbloeiend en zelfschonend van mei tot aan de vorst

Gekweekt met minimale inzet van gewasbescherming en een laag veengebruik.



Onderhoud
niet vereist



Veerkrachtig
tegen ziekten
en plagen



Bewuste keuze
duurzame teelt

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met:

Teelt en verkoop:
Meer Plant, Karel Brosens:
info@meerplant.be



De visie van Polle Gazon(*)



In deze rubriek geeft Polle zijn scherpe kijk op wat er in onze branche en retail leeft.

GAZONDER PESTICIDEN

Ik ben best wel een groene jongen. Niet dat ik geitenwollen sokken draag, activistische activiteiten ontplooi of mijn eigen patatjes kweek op mijn met PFAS verontreinigde grond (uitdaging: zoek mij een stuk grond waar géén PFAS of andere “levensbedreigende” residuen in zitten). Maar ik rij al enkele jaren elektrisch, ik heb meer dan een hand nodig om te tellen hoeveel jaar het geleden is dat ik nog een vliegvakantie maakte en ik vertik het blauwe bessen uit Chili of boontjes uit Nicaragua te kopen. Ik hou het zoveel mogelijk bij lokale seizoensgroenten.

Nu de lente weer in het land is, kijk ik verontrust naar mijn kleine tuin, waar gazon het elk jaar moeilijker heeft om het welig tierende “onkruid” te overheersen. Mijn buurman vraagt me waarom ik daar nog tijd insteek. Hij heeft al jaren kunstgras liggen. Makkelijk, altijd groen en de dikke laag stabilisé eronder laat geen pissebloem door. Mijn voetballende zoon zijn vel ligt steeds vaker open van de slidings op het kunstgrasveld en de rubber bolletjes die hij telkens mee naar huis brengt (die “ingezaaid” worden om het kunstgras iet of wat eigenschappen van echt gras te bezorgen), verstoppert alsmáar meer mijn wasmachine. Haar levensduur wordt daardoor drastisch ingekort, wat tot meer productie, gebruikte grondstoffen en transport zorgt. En kijk, daar laat alweer een buur zijn gazon uitgraven en vervangen door zo’n betonnen grasveld. “Het is ook de beste oplossing tegen de mollen”, zegt hij en wie ben ik om dát tegen te spreken.

Ondertussen ben ik voorovergebogen met de hand voor de zoveelste keer onkruid aan het wegkrabben tussen de stoeptegels. Mijn overbuur kijkt bezorgd naar mijn kapotte knie en rug. “Hier”, zegt hij “een bidon javel van in de doe-het-zelfzaak. Kap dat erop en ’t is ook weg.” Ik denk weemoedig terug aan de tijd dat ik een busje glyfosaat had van zo’n 250ml. Daar maakte ik heel omzichtig gebruik van en kon makkelijk 5 jaar en langer met dat beetje. Maar het mag niet meer. En ergens kan ik dat (niet) begrijpen, terwijl de boer hier wat verder het lustig in grote hoeveelheden blijft gebruiken, en de tuinaannemer het gazonnetje bij ons op de zaak onderhoudt, er blijkbaar ook nog steeds mee aan de slag mag.

Ondertussen wordt onder druk van enkele activisten mijn hele wijk straks een kunstgraswijk. Zonder regenwormen, mollen, woelmuisjes, en dies meer. Oh wat zijn we toch groen en gezond bezig!

P. Gazon

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



Wat als je tuincenter meer verkoopt... zonder extra klanten?

Het seizoen is volop aan de gang.
Er is volk. Er is interesse.

Maar veel tuincentra laten ongemerkt omzet liggen op de winkelvloer.

Niet door te weinig klanten.
Maar door hoe producten gepresenteerd worden:

- Te veel producten samen
 - Onduidelijke toepassingen
 - Combinaties die **niet zichtbaar** zijn
 - Presentaties die **weinig richting** geven
- ✗ Sterke tuincentra tonen **GEEN** producten.
- ✓ Ze tonen **OPLOSSINGEN**.

Dat zorgt voor:

- snellere keuzes
- hogere ticketwaarde

In onze workshop **commercieel presenteren** leren we hoe je je winkel actief mee laat verkopen.

Praktisch. Direct toepasbaar.

Benieuwd wat er mogelijk is in jouw winkel?

Neem contact op.



info@tonc.be
+32 15 23 32 20
www.tonc.be

tonc
Sidekick for stores
& showrooms

LUITEN GREENHOUSES

HET IS VOORJAAR... MAAR DÉ TIJD OM UW ENERGIEVERBRUIK VOOR DE WINTER AAN TE PAKKEN IS NÚ



De zon laat zich weer vaker zien, de temperaturen lopen op en de verwarming gaat langzaam uit. Logisch dat de focus verschuift naar het groeiseizoen.

Maar juist in deze periode worden de slimme keuzes gemaakt.

Met de huidige hoge en onvoorspelbare energieprijzen en een instabiele wereldwijde (politieke) situatie, is één ding duidelijk:

Wie pas een maand vóór de winter begint met nadenken, is te laat.

Leveringstijden, planning en uitvoering kosten tijd. En de grootste besparingen realiseert u alleen als alles vóór de eerste koude nachten optimaal werkt.

Waar liggen de grootste besparingskansen?

1 De basis: een écht gesloten kas

De meest onderschatte – maar vaak meest effectieve – stap.

Wij zien regelmatig; ramen die niet goed sluiten, slijtage in luchttingsmechanieken of kapotte ruiten. Gevolg: onnodig warmteverlies en hogere energiekosten.

Onze oplossing:

- Controle en afstelling van luchttingssystemen
- Herstel van gebreken in gevels en dek
- Advies om uw kas volledig “wind- en kierdicht” te maken

2 Automatiseer uw deuren

Een grote, maar vaak onzichtbare kostenpost. Zeker bij afdelingen richting buitenruimtes zien we dat: deuren open blijven staan, klanten ze niet goed sluiten. Resultaat: continu warmteverlies.

Wij bieden:

- Volledige vervanging van schuifdeuren óf
- Ombouw van bestaande handbediende deuren naar automatische systemen

(inclusief aandrijving en sensoren)

Kleine ingreep, groot effect op uw energierekening.

3 Extra schermdoek: één van de slimste investeringen

Een relatief goedkope maatregel met directe impact.

- Extra schermdoek in bestaande installatie
- Tot wel 49% minder warmteverlies via het kasdek

Heeft u nog geen scherminstallatie? Wij leveren systemen die tot bijna 70% energiebesparing kunnen realiseren.

Dit is vaak de snelst terugverdiende investering.

4 Polycarbonaat: onzichtbare energie-lek na jaren

Veel ondernemers realiseren zich dit niet:

Polycarbonaat verliest na verloop van tijd zijn isolerende werking. Na ±12 jaar is deze waarde vrijwel nihil – ook al ziet het materiaal er nog goed uit. Dit komt doordat: oudere platen van mindere kwaliteit zijn, vroeger vaak 3-wandige platen werden gebruikt

Tegenwoordig: 7-wandige of zelfs 9-wandige platen met veel betere isolatiewaarden

Het verschil? Dag en nacht op uw energierekening. Wij vervangen momenteel dagelijks polycarbonaat bij klanten – met direct merkbaar resultaat.

Heeft u glas in uw kasdek? Geen probleem – wij kunnen hier ook polycarbonaat overheen plaatsen.

5 Sandwichpanelen: maximale isolatie in dak en gevels

Een upgrade met enorme impact is sandwichpanelen:

- Hebben een zeer hoge isolatiewaarde
- Voorkomen warmteverlies en zorgen voor een stabiel binnenklimaat

Daarnaast houdt het verkleuring

van verpakkingen en producten tegen, en houdt het de warmte in de wintermaanden buiten

Ideaal voor renovatie van oudere gevels of uitbreidingen. Bijkomend voordeel, creëer gelijk een mooie nieuwe frisse look. Deze panelen kunnen in allerlei kleuren, prints en vormen worden geleverd.

6 Dubbelglas in de gevels: direct minder warmteverlies

Enkel glas is een grote energielek. Door over te stappen op dubbelglas:

- Blijft warmte beter binnen en daalt uw energieverbruik direct en dus verbetert het comfort in uw kas of tuincentrum
- Daarnaast is dit glas in allerlei kleuren leverbaar, dus kunnen we gelijk het aanzicht van uw tuincentrum upgraden.

OPLOSSINGEN VOOR ELK BUDGET

Van kleine optimalisaties tot grote investeringen wij denken altijd mee in wat voor u het meest rendabel is.

Vrijblijvend advies – zonder kosten

**Wilt u weten waar u kunt besparen?
Wij komen graag langs voor:**

Kosteloos advies • Vrijblijvende offerte • Praktische en eerlijke aanbevelingen

**Meer dan alleen energiebesparing
U kunt bij ons ook terecht voor:**

Zonnepanelen • Onderhoud en service • Nieuwbouw en renovatie

Wacht niet tot de eerste koude nachten.

Dan is het te laat om nog optimaal te besparen. De keuzes die u nú maakt, bepalen uw energiekosten komende winter.

*Neem vandaag nog
contact met ons op
– wij helpen u vooruit.*

**LUITEN
GREENHOUSES**

**Jeremy
van der Meer**

0031/6 53 48 74 45





GARDEN CENTRE AWARDS

IN EEN LICHT GEWIJZIGDE VORM



Onze tweejaarlijkse wedstrijd is bij het verschijnen van dit magazine van start gegaan. Voor de 8ste keer verkiezen we de beste tuin- en plantencentra in België. Voor deze editie werden enkele wijzigingen doorgevoerd die de dynamiek van de wedstrijd ten goede komen en beter beantwoorden aan de wijzigende consumentenbehoeften.

Duurzaam tuinieren wordt een thema

In voorgaande edities werd o.a. gespeeld naar de inspanningen op vlak van duurzame bedrijfsvoering, echter gaan we ervan uit dat elke ondernemer zich van de noodzaak bewust is en er al mee aan de slag is gegaan, voor zover mogelijk; soms houden omgevingsvergunningen de broodnodige vernieuwingen op dat vlak tegen en dat mag geen reden zijn om een deelnemer dan af te straffen met een mindere score. De maatschappij verlangt echter meer en meer dat de consument duurzaam en ecologisch optreedt. De consument is er ook zelf vragende partij naar. Daarom beoordelen we nu hoe onze tuincentra de klant op dat vlak de juiste info bezorgen en helpen bij zijn keuze. Het ondersteunt zeker ook onze inspanningen

in de Napan-adviesraad of de doelstellingen van het Belplant callcenter.

De 10 criteria waarop we beoordelen

Voortaan bekijken we een extra categorie, namelijk die van de gereedschappen. Tuingereedschap is onmisbaar voor elke consument en het is dan ook logisch dat ook dit meegenomen wordt in een beoordeling (uitgezonderd voor plantencentra). In volgorde van gewicht in de beoordeling, worden volgende punten bekeken door onze vakjury: Planten en Duurzaam tuinieren wegen het zwaarst, Beleving is ook erg belangrijk voor de hedendaagse consument en vervolgens krijgen de afdeling Deco, het Klantencomfort, de Klantgerichtheid en de Instore

communicatie een evenwaardig belang. Gereedschappen en Externe communicatie worden eveneens beoordeeld, net als de (eventuele)

Petafdeling. De vakjury bestaat uit 4 professionals die hun sporen ruimschoots verdiend hebben in de tuinretail.

VLAM ondersteunt de wedstrijd

Wat Vlaanderen betreft, krijgen we de steun van VLAM – sectorgroep sierteelt. Bij een vorige editie was Hartwig Moyaert (zijn groene vingers kan je in ons Wintermagazine nog eens nalezen) reeds een gewaardeerd jurylid. Net



zoals VLAM ook andere events die “groen van bij ons” promoten een financieel duwtje in de rug geeft, doen ze dat nu ook voor onze Award. Het laat ons toe ook de jurering naar een nieuw level te brengen.

Vakjury gekoppeld aan het oordeel van de consument

Nieuw dit jaar is dat we naast een vakjury, ook de consument zijn zegje geven. Uiteindelijk is het de klant die onze tuin- en plantencentra maakt of kraakt. Op basis van mystery shopping zullen onze deelnemers aan hun oordeel worden onderworpen, uiteraard volgens vastgelegde criteria zodat een objectieve analyse gebeurt. De consumentenjury zal voor 30% mee het resultaat bepalen. De leden van de vakjury hebben uiteraard geen enkele band met de deelnemers.

Hoe verloopt de Garden Centre Awards wedstrijd?

Tuin- en plantencentra in België konden zich tot 15 april aanmelden



voor de wedstrijd. De vakjury werd ondertussen geselecteerd en gebriefd en deze 4 professionals bezoeken alle deelnemers in de periode van 1 mei t.e.m. 15 juni. Zij sturen vervolgens hun uitgebreide beoordeling in, aangevuld met foto's en commentaren waar nodig zodat elke deelnemer naderhand ook een onderbouwd rapport met aandachtspunten en suggesties ontvangt. Dat alleen is al een deelname aan de Awards waard. Ook de mystery shoppers krijgen een aparte briefing en een gedetailleerde vragenlijst. De beoordeling gebeurt zo objectief mogelijk op basis van punten en is dus geenszins een gekleurde beslissing. Er worden meerdere winnaars verkozen: naast het Beste tuincentrum van Vlaanderen en Wallonië en het Beste plantencentrum, wordt ditmaal

ook diegene die het beste inzet op Duurzaamheid beloond. Op basis van de punten, krijgen deelnemers ook 3, 4 of 5 sterren toegekend. En de “over all” winnaar is diegene die het hoogst scoort op de “sterrenladder”. De zomermaanden zijn het ideale moment om alle rapporten te analyseren en zo nodig beraadslaagt de professionele jury nog indien er zich ex-aequo's voordoen. Begin september moeten alle resultaten geteld zijn, en kunnen de afzonderlijke rapporten aangemaakt worden.

Feestelijke uitreiking op Green Expo Gent

Net als in 2024 vindt de uitreiking plaats op de vakbeurs Green Expo in Gent. Tijdens de gehele beurs zal BTV een stand hebben, waar we onze toegevoegde waarde voor de sector benadrukken en aandacht vragen voor duurzaam tuinieren. Op maandag (Retail Day) voorzien we in de namiddag diverse lezingen en seminars, waarna 's avonds de feestelijke uitreiking en Galadiner plaatsvindt. Twee jaar geleden werden onze seminars druk bijgewoond, en dat zal nu niet anders zijn.

Wie volgt **Lissens Opwijk** op als Beste Tuincentrum?

Wie wordt het Beste Tuincentrum van Wallonië als opvolger van **Tournesols Namur**?

Wie verslaat **Genker** als Beste Plantencentrum?

En wie gaat voor het eerst met de titel van Duurzaamste Tuin- of Plantencentrum lopen?

Je verneemt alvast meer info in onze volgende e-newsletter, ons Zomermagazine en uiteraard op Green Expo zelf.

Zien we je daar ook?



BTV-agenda

15 - 17 juni 2026

BTV-studiereis Duitsland –
schrijf snel in, aantal plaatsen
loopt snel vol (zie p. 16)

22 - 24 juni 2026

spoga+gafa vakbeurs in Keulen.
Leden-tuincentra kunnen een
VIP-inkom verkrijgen, mail naar
chris@tuincentra-vzw.be (beperkt
aantal beschikbaar)

1 - 2 juli 2026

**GRS Beurs 'thema Sfeer Voorjaar
2027'** (voor GRS-leden)

16 - 22 augustus

IGCA Congress München.
Info en inschrijven via
www.igca2026.com

26 - 27 augustus 2026

Najaarsbeurs
PLANTARIUM|GROEN-Direkt,
Hazerswoude-Dorp (NL)

25 augustus 2026

Florall in Waregem Expo

8 september 2026

GRS leden event

18 - 19 november 2026

GRS Beurs thema
**'Tuinwinkel/Groen Voorjaar
2027'** (voor GRS-leden)

27 - 29 september 2026

Green Expo vakbeurs
in Flanders Expo Gent

28 september 2026

Green Retail Day ism
BTV-ABJ in Flanders Expo

**Feestelijke uitreiking
van de Garden Centre
Awards 2026-2028**

zie p. 22



GROEN-Direkt MID SEASON DAYS

18 mei 07:00 - 20:00

19 mei 07:00 - 11:00

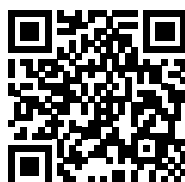
alleen vakbezoekers

**VIND, VOEL,
VERGELIJK,
bundel & bestel**

Actuele kwaliteit in elk groeistadium.
Alles wat je nodig hebt, staat hier
bij elkaar. Wij bundelen en leveren je
selectie in één efficiënte transactie.



**GROEN-Direkt
Boskoop BV**
Noorwegenlaan 37
2391 PW
Hazerswoude-Dorp
0031 (0)172-211 576
info@groen-direkt.nl
groen-direkt.nl



BEZOEK OOK ONZE WEKELIJKSE BEURZEN!

Elke vrijdag tot en met eind augustus zijn er nieuwe foto's
beschikbaar in de webshop. De maandag en dinsdag er op
zijn de 5000+ plantmonsters te zien, voelen, ruiken en direct te
bestellen op de handelsbeurs.

Ma 07:00 - 17:00
Di 07:00 - 11:00

Kortnieuws

BTV ONDERTEKENT ENGAGEMENT VOOR DUURZAMERE TEELTSUBSTRATEN

Duurzaam tuinieren staat bij BTV hoog op de agenda zoals ook blijkt uit onze missie. Daarom ondertekenen we ook met OVAM een engagement om het aandeel veenhoudende teelsubstraten te verminderen. De overeenkomst, die oa door de Belgische Potgrond Federatie wordt ondertekend, wil de omschakeling naar duurzame alternatieven voor veen in teelsubstraten stimuleren,

door communicatie en samenwerking tussen sector, overheid, wetenschap, beleidsmatige ondersteuning en het herevalueren van de noodzaak van bepaalde regelgevende knelpunten. Daarnaast wordt ingezet op kennisdeling en praktijkonderzoek, het creëren van sterke netwerken tussen aanbieders en producenten, en het benutten van Europese samenwerking.

HANDEL BELANGRIJKSTE BEDRIJFSTAK IN BRUTO TOEGEVOEGDE WAARDE



De handel is nog steeds de belangrijkste bedrijfstak in Vlaanderen met een bruto toegevoegde waarde van 42 miljard euro in 2024. Daarmee had de handel een aandeel van 13% in de totale bruto toegevoegde waarde. De top 5 van sectoren met de grootste bruto toegevoegde waarde omvat verder de sector van de hoofdkantoren en het bedrijfsadvies, het onroerend goed, het onderwijs en de bouwnijverheid. Deze 5 bedrijfstakken produceerden in 2024 samen 46% van de totale Vlaamse bruto toegevoegde waarde.

IPSOS ONDERZOEK BEVESTIGT HET BELANG VAN ECOCHEQUES

Onze partner Monizze deelt de resultaten van een onderzoek uitgevoerd door het onafhankelijke onderzoeksbureau Ipsos bij 1000 begunstigden van ecocheques.

Uit de studie blijkt dat in een context van stijgende kosten ecocheques helpen om de consumptie te sturen richting duurzamere keuzes en om de lokale economie te ondersteunen. Bijna één op de twee begunstigden gebruikt zijn ecocheques voor duurzame doe-het-

zelf- of tuinproducten. Meer dan zeven op tien begunstigden (72%) erkennen dat de ecocheque hun aankoopbeslissingen in positieve zin beïnvloedt en hen aanzet tot de aankoop van duurzame producten die ze zonder dit voordeel niet zouden kopen. Meer dan een derde van de begunstigden besteedt zijn ecocheques in buurtwinkels, een aandeel dat oploopt tot 41% bij de 18- tot 34-jarigen. Voor veel kleine handelszaken vertegenwoordigen deze uitgaven een niet te verwaarlozen



ONZE PARTNER THERMOFLOR – DEFORCHE CONSTRUCTION GROUP IN HET GUINNESS BOOK

Edenya, de nieuwe attractie van Pairi Daiza was al wereldnieuws; nu heeft deze ecologische wereld ook het Guinness Book of Records gehaald als 's werelds grootste tropische serre. Pairi Daiza vat Edenya echt op als een duurzame tropische biotoop. Daarbij volgt een centrale klimaatsoftware de temperatuur en vochtigheid van nabij op, zodat het binnenklimaat automatisch geregeld kan worden, in functie van de buitentemperaturen.

www.thermoflor.com



deel van de omzet, vooral in sectoren die verband houden met duurzame uitrusting.

Het is wat onze Tuincentra duidelijk ondervinden: de ecocheque is voor onze sector absoluut een meerwaarde en zou bij het verdwijnen ervan met zekerheid leiden tot sterk omzetverlies én dus minder werkgelegenheid. BTV is dus absoluut tegenstander van de regeringsplannen om de ecocheque af te schaffen.

'TAKE IT EASY' MET PELARGONIUM



Met het stijgen van de temperatuur boven de 10 graden, start de campagne "Take it Easy" van Pelargonium for Europe (PfE) – het collectief van Europese geraniumkwekers en -veredelaars.

De PfE promotiecampagne ondersteunt retailers, handel en kwekers met kosteloos promotiemateriaal: prachtig beeldmateriaal voor on- en offlinegebruik, praktische POS-materialen voor winkelpresentaties en inspirerende blogs met verzorgings- en decoratietips, DIY's en meer. Alles om nog eenvoudiger op de vraag naar pelargonium in te spelen.

Meer informatie en gratis promotiemateriaal:

🌐 <https://pfe-trade.com/nl>

ONDERNEMERS VERSTERKEN ELKAAR BINNEN GRS RETAIL

Binnen GRS Retail staan samenwerking en kennisdeling centraal. Dat blijkt opnieuw uit de recente voorjaarsbijeenkomsten van twee actieve ondernemersgroepen: de StudieClub België en de Jonge OndernemersClub (JOC). Hier komen ondernemers en opvolgers uit Nederland en België samen om ervaringen te delen, elkaar te inspireren en samen verder te groeien. De Jonge OndernemersClub bestaat uit een mix van Nederlandse en Vlaamse jonge ondernemers en meewerkende kinderen die zich voorbereiden op de toekomst van het familiebedrijf. De StudieClub België brengt gevestigde ondernemers samen die hun kennis en inzichten actief met elkaar delen. Beide groepen komen twee keer per jaar bijeen en bepalen

gezamenlijk de inhoud en locatie van hun bijeenkomsten. De kracht van deze bijeenkomsten zit in de open uitwisseling van kennis en praktijkervaring. De bijeenkomsten vinden vrijwel altijd plaats op het tuincentrum van een van de leden. De data en locaties voor de najaarsbijeenkomsten van 2026 zijn inmiddels vastgesteld. Ondernemers die willen deelnemen en zich verder willen ontwikkelen binnen een sterk netwerk van vakgenoten, zijn van harte welkom.

Neem voor meer informatie of aanmelding contact op met Laurent Vandevelde via L.Vandevelde@grsretail.nl of 0473/81 11 77.

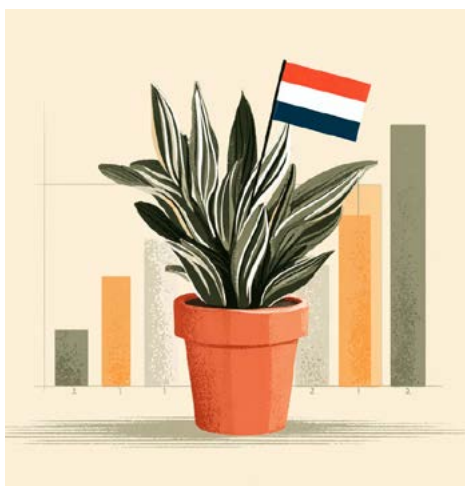


CONSUMENTEN TUINMONITOR 2025 NEDERLAND

De Nederlandse markt voor tuinproducten is in 2025 met ca. 2,7% gegroeid, blijkt uit de Consumenten Tuinmonitor van NIQ GfK. Afgelopen woensdag presenteerden zij de cijfers aan onze leden. Tuincentra boekten een vergelijkbare omzetstijging en hebben in diverse categorieën,

zoals buitenplanten, potten en kerstartikelen, een marktaandeel boven de 50%. Bij bloemen en planten binnenshuis ligt dat aandeel op 9%.

Bron: Tuinbranche Nederland



ECOPOTS
DURABILITY BY DESIGN

Bruges Balcony, de slimme balkonbak

Met de nieuwe Bruges Balcony biedt Ecopots een kant-en-klare oplossing voor wie kiest voor gebruiksgemak én een strak, eigentijds design. De onzichtbare en eenvoudig verstelbare ophanging past op vrijwel alle balustrades. Het geïntegreerde waterreservoir zorgt voor gezonde planten en minder onderhoud — een overduidelijk voordeel. Verrijk uw assortiment met deze duurzame, functionele en consumentgerichte oplossing.



voor leuning
4-12 cm



hang je pot recht



je plant kiest zelf
zijn waterbehoefte

Meer info via support@thepotscompany.eu

www.ecopots.com

**Meer
rendement
per m²**

STERKE PLANTEN SLIM GEKOZEN ASSORTIMENT MINDER RISICO IN JE SCHAP

Floréac helpt tuincentra vooruit met een doordacht en verkoopklaar assortiment kamer- en tuinplanten. Geselecteerd op rotatie, uniformiteit en betrouwbaarheid.

- Consistente kwaliteit, het hele seizoen
- Assortiment afgestemd op sell-out
- Planten uit toonaangevende EU-regio's
- Efficiënt geleverd, klaar voor het schap

**ZO MAAK JE HET VERSCHIL
OP DE WINKELVLOER
ZONDER COMPLEXITEIT**

floréac
— grow in green —

Floréac NV

Beerveldse Baan 4

9080 Lochristi

+32 474 86 01 12

info@floreac.com

www.floreac.com



Best Brand 2026: Een award voor ons, een bedankje aan jullie!



DCM is verkozen tot Best Brand in de categorie Garden Care.

Dit is gebaseerd op een onderzoek bij 4.000 consumenten door Serviceplan en NIQ (GfK). Hierbij scoort DCM het hoogst op zowel economisch succes als merkvertrouwen.

Een resultaat om trots op te zijn, **maar dat hadden we niet zonder jullie gekund.**

Dankzij jullie advies, jullie expertise en de prominente plek in jullie rekken, kiezen consumenten elke dag opnieuw voor de kwaliteit van DCM. Deze award is dan ook een erkenning voor ons gezamenlijke vakmanschap.

Samen maken we van elke tuin een succes.

Bedankt voor het vertrouwen en op naar een nóg succesvoller 2026!