2026

HERFSTMAGAZINE

Belux Tuinretail Vereniging



Winnaars van de Garden Centre Awards

Verslag van het IGCA Congres 2026

Meer dan mooi

Sierheesters voor bestuivers

Inhoudstafel

03 **VOORWOORD**

04 Winnaars van de **GARDEN CENTRE AWARDS**

08 Succesvolle **FLORALL-BEURS**

09 Advertentie
ALL FIELDS | **COMPO**

10 Advertentie
FLEUR

11 **NIEUWS VAN BTV**

12 **IGCA CONGRES 2026** in München

14 Advertentie
VT SEEDS

15 Advertentie **TALEN TOOLS** | Partnerinfo **LIANTIS**

16 Evoluties in **DE SIERTEELTMARKT** | Advertentie **DE HAAN**

17 Advertentie
DCM

18 **ONZE LEDEN & PARTNERS**

20 **TUINCENTRUM LISSENS:** groot in groen

24 Advertentie
EUROPABANK

25 Advertentie
EASYRACK | **EDIALUX**

26 **MEER DAN MOOI:** sierheesters voor bestuivers

28 Vijf vragen aan... **LUC DESEURE**

29 Advertentie
QUETZALES

30 **KORTNIEUWS**

31 Advertentie
VEILING RHEIN-MAAS

32 Advertorial
LUITEN GREENHOUSES

34 De visie van... **POLLE GAZON**

35 Advertentie
BTV-AGENDA | **POLET**

36 Advertentie
TONC







Werkten mee aan dit nummer:

Petra Van Butsele, Chris Van Wesemael, Sandy Adriaenssens, Femke De Neef (Viaverda), Fergal Doyle (president IGCA), Thierry Coeman, Polle Gazon en onze partners.

Foto's: **Chris Van Wesemael, Laura Van der Haegen**

Opmaak: **Bluefury**

Druk en verzending:
De Mailingman

Verantwoordelijke uitgever:
c/o Chris Van Wesemael

Glooistraat 27 b301
2830 Willebroek

info@tuincentra-vzw.be

BTW BE: 0468.756.260

BTV-ABJ.BE

BELUX TUINRETAIL VERENIGING

Voorwoord

BTV-LEDEN HEBBEN MEER

Waarom zou je lid zijn van BTV? Of je nu een tuin- of plantencentrum, of leverancier bent, aansluiten bij een federatie als BTV loont altijd. Want zonder een kritische massa aan leden, kunnen we niet **wegen op de besluitvorming**. En dat doen we zéker. Maar toch… leden verwachten – terecht – meer tastbare voordelen. Die waren er altijd al, maar we schakelen niet 1, niet 2, maar minstens 3 versnellingen hoger!

Kennis delen

Via dit magazine en e-mailings, vaak dankzij onze trouwe en groeiende groep partners, informeren we onze leden over wetswijzigingen, elke nieuwe Europese verordening en delen tips & tricks om uw business vlot te laten groeien. Ook de webinars en seminaries (maar liefst 4 op Green Expo) trekken het niveau van onze leden naar omhoog.

Netwerking

Onze aanwezigheid op Green Expo en de uitreiking van de Garden Centre Awards waren ongetwijfeld het hoogtepunt van dit jaar op vlak van netwerking. Als federatie was ook de deelname aan het Congres van IGCA een verrijking waar elk lid mee van zal genieten. Als vakvereniging overleggen we ook veelvuldig met andere groeperingen en dat komt jullie ook ten goede. En dankzij ons lidmaatschap kunnen leden-tuincentra ook deelnemen aan het IGCA-congres (Japan in 2027).

Kortingen en andere ledenvoordelen

De beperkte lidmaatschapsbijdrage kan je eigenlijk nagenoeg geheel terugverdienen dankzij onze partnervoordelen. Brandbeveiliging, energie, verzekeringen, sociaal secretariaat, uitzendkrachten, klantenbetalingen, … het zijn nog maar enkele van de voordelen en **er komen er nog interessante bij**. Vele van onze trouwe dienstverleners bieden jullie een topservice aan correcte prijzen.

Lobbying

Een concreet voorbeeld van onze inspanningen op dat vlak: de communicatie over gewasbescherming. Zonder onze tussenkomst, was er geen langwerpig bannerformaat ter beschikking, naast A4 en A3. En voor de toekomst zetten we vol in op de nieuwe QR-codes, die uiteindelijk dergelijke “papieren” communicatie overbodig maken.

Zichtbaarheid

Als federatie zijn we het afgelopen jaar een pak zichtbaarder geworden bij onze leden. Volg jij ons al op LinkedIn (btv-abj als accountnaam) of Insta (btv_abj)? Zag je onze nieuwe website www.btv-abj.be al? Maar er is meer nodig om onze sector te ondersteunen en actief te promoten: communicatie naar de consument. Twee projecten, en niet van de minste, zitten in de pipeline. BTV gaat de sector ondersteunen met campagnes én tools. Uiteraard voorbehouden voor onze leden.

Kennis vergaren

Ook dat is belangrijk; zijn wij niet “mee” met de laatste trends, wetsaanpassingen, verzuchtingen van de klant enzoverder, dan kunnen we jullie daar ook niet bij beraden en helpen. Daarom hebben we in de Raad van Bestuur een werkgroep “Data” opgericht en zijn we vastberaden om een minimum aan marktgegevens van de tuinbranche op regelmatige basis te vergaren en te delen met de leden. En, vers van de pers, we starten een onderzoek in samenwerking met KULeuven om te achterhalen hoe de jongere generaties beter te bereiken.

Dit en nog veel meer, zijn een pàk voordelen die je als BTV-lid geniet. Spreek er dus over met collega’s die nog geen lid zijn, want tenslotte is mond-aan-mondreclame nog steeds effectief! Gaan we samen de uitdaging aan om ons ledenbestand met 20% te verhogen?



Chris Van Wesemael

DIT ZIJN
DE WINNAARS
VAN DE GARDEN CENTRE AWARDS

Op Green in Gent, dé Belgische vakbeurs voor de groensector, werden voor de achtste keer de tweejaarlijkse Awards voor de beste tuin- en plantencentra in België uitgereikt op een feestelijke avond in Flanders Expo.



Deze wedstrijd is een tweejaarlijks gebeuren binnen de Belux Tuinretail Vereniging en werd voor Vlaanderen mee ondersteund door VLAM, die de eer hadden de prijs voor Duurzaamste tuincentrum uit te reiken.

We bespeuren daarin een nieuwigheid. De consument zoekt steeds vaker naar verantwoorde, ecologische en duurzame oplossingen voor zijn buiten-leefomgeving. Tuincentra zijn de plaats waar die consument de juiste info, de aangewezen planten en producten én een pak inspiratie kan vinden, meer dan bij andere niet-gespecialiseerde retailers. Ook als vereniging zetten wij daar hard op in en ondertekenden bv recent de “Code Goede Praktijk Sierteelt” voor het weren van uitheemse invasieve plantensoorten. Daarom werden de criteria dit jaar aangepast met meer focus op de manier waarop de medewerkers in de winkel hiermee omgaan en het aanbod aan klimaatrobuuste planten en duurzame oplossingen. Nieuw is ook dat de deelnemers niet alleen door een zeer diverse vakjury werden beoordeeld, maar ook 2 keer een mystery shopper over de vloer kregen. Deelnemen doe je niet enkel om tot winnaar te worden gekroond, maar vooral voor het onafhankelijke en gedetailleerde juryrapport dat je naderhand ontvangt. Thomas Claes: “Deelname aan de wedstrijd levert ons telkens een onafhankelijke kijk op onze bedrijfsvoering en het rapport is voor ons echt een

werkinstrument om ons steeds beter te positioneren. We merken dan ook dat we hier de vruchten van plukken. “ Of zoals Patrick Raskin (Brindille) het stelt: “De deelname is een echte stimulans voor onze medewerkers, die terecht fier zijn op wat ze presteren.”

DE WINNAARS

In elke categorie werden de 3 hoogst gequoteerde genomineerden op het podium geroepen, samen met de belangrijkste event-sponsors. De scores lagen vaak erg dicht bij elkaar én onze directeur benadrukte dat nooit eerder zoveel deelnemers de 5-sterren status bereikten. Het niveau gaat dus bij elke verkiezing omhoog!

Voor Beste Tuincentrum van Vlaanderen ging de strijd tussen Rijmenants Zandhoven, De Molen Moen en Tuincentrum LISSENS die opnieuw de felbegeerde prijs in de wacht sleept!

Het Beste Tuincentrum van Wallonië werd beslecht tussen Tournesols Chatelineau, Oh’Green Frameries en een voormalige winnaar BRINDILLE die terug de titel mag voeren in 2027 en 2028.

Bij Beste Plantencentrum gaat



voor de zoveelste keer GENKER PLANTENCENTRUM met de trofee lopen, daarin op de voet gevolgd door Het Wilgenbroek en De Pauw.

Duurzaamste tuin- of plantencentrum van het land werd een nek aan nek race tussen Sampermans, Brindille, Genker en Lissens. Deze laatste mocht dus een tweede keer het podium op.

Rijst nog de vraag wie met de algemene overwinning als Beste en Duurzaamste Tuin- of Plantencentrum van België kon naar huis gaan. De strijd der groene titanen werd op het scherp van de snee geleverd tussen Lissens en Brindille (nauwelijks een procentje verschil) maar uiteindelijk mag GENKER PLANTENCENTRUM zich de titel 2027-2028 toe-eigenen met een verpletterende score van meer dan 87%.

Jordi Juanos, lid van de vakjury, kon zijn bewondering voor onze tuincentra niet onder stoelen of banken steken: "Wat ik in 80% van de bezoeken heb gemerkt is passie. Niet zozeer voor zaken doen of geld verdienen, maar passie voor de klant en de plant. "

Kristof Rijmenants, kersvers voorzitter besloot: “Ik wens alle genomineerden en winnaars een dikke proficiat, maar meer nog, ook àlle deelnemers. Want hier zijn enkel winnaars die inzien dat de kleine deelnameprijs een schat aan informatie oplevert om een duurzame, succesvolle toekomst tegemoet te gaan!”



IN BEELD

DE WELVERDIENDE WINNAARS





Lissens

Beste Tuincentrum van Vlaanderen én winnaar van de duurzaamheidsprijs voor tuin- en plantencentra in België.

Brindille

Beste Tuincentrum van Wallonië



Genker Plantencentrum

Beste Plantencentrum en algemeen winnaar als Beste en Duurzaamste Tuin- of Plantencentrum van België.

IN BEELD

DIT WAREN DE GARDEN CENTRE AWARDS 2026



















SUCCESVOLLE FLORALL BEURS

TREKT VEEL BUITENLANDSE BEZOEKERS



Op de najaarseditie van Florall, die op 25 augustus plaatsvond in Waregem Expo, was er opvallend veel buitenlands bezoek. De bezoekers uit de buurlanden Frankrijk, Duitsland en Nederland waren naar gewoonte opnieuw vlot opgedaagd. Maar er kwamen ook opvallend veel geïnteresseerden uit het VK, Hongarije, Spanje, Denemarken en zelfs Noorwegen. De sfeer onder de standhouders was gemoedelijk. En ook al waren er ter gelegenheid van de beurs al heel wat bestellingen binnen, toch vinden de meesten het een must om op Florall aanwezig te zijn en hun contacten op te frissen en mogelijks nieuwe contacten te leggen.

Florall-awards

Bij de nieuwe variëteiten werden onder meer klimaat- en toekomstbestendigheid, het uitzonderlijk karakter, de meerwaarde binnen het bestaande assortiment, de visuele aantrekkelijkheid en de totaalindruk beoordeeld.

Het goud werd toegekend aan *Cercis canadensis* 'Zigzag', een inzending van D&V Plant Production. Het zilver ging naar *Lagerstroemia indica* 'Dancing Angel' van a.Sierplant.be en het brons naar Escallonia Trulli® 'Ilvotrul' van Willy De Nolf. Ook de publieksprijs ging naar *Lagerstroemia indica 'Dancing Angel'*.

Bij de nieuwe concepten werd goud toegekend aan 'Breathe Nature (Lets Hang Out Together)' van Frank en Els De Mol-Verlee, een kartonnen beschermhoes, als verpakking voor meerdere planten.



Vijf diensten onder één dak

ALL FIELDS
TAKING CARE OF YOUR BRANDS



Retail Services

- WINKELOMBOUWEN
- NIEUWE STORECONCEPTEN
- ROLL-OUTS
- SCHAPMERCHANDISING
- POS-MATERIAAL
- INVENTARISCONTROLES
- ESL-LABELS



Technical Services

- SHOP-IN-SHOP & DISPLAYS
- BEKABELING EN ELEKTRISCHE INSTALLATIES
- TECHNISCHE SYSTEMEN
- EXPO-SHOWROOMS
- PLAATSEN VAN SIGNALISATIES EN PICTOGRAMMEN



Brand & Sales Activation

- SAMPLING
- IN-STORE DEMONSTRATIES
- PROMO- EN ANIMATIETEAMS
- ROADSHOWS
- SALES SUPPORT



Home Services

- THUISLEVERING
- MONTAGE & INSTALLATIE
- AANSLUITING
- RETOUROPHALING & OMRUIL
- INSTALLATIE TUINHUIZEN & ROBOTMAAIERS
- NAZORG EN ONDERHOUD



Warehousing & Logistics

- OPSLAG VAN PRODUCTEN & POS-MATERIAAL
- LEVERING AAN WINKELS EN EINDKLANTEN
- LOGISTIEKE COÖRDINATIE BIJ CAMPAGNES
- HANDLING EN DISTRIBUTIE
- VOORRAADBEHEER MET EIGEN SYSTEEM
- AFVALVERWERKING & RECYCLAGE

ALL FIELDS BV — BELGIË
Catenbergstraat 2b, 2840 Rumst
+32 3 449 74 94 · info@allfields.be
www.allfields.be

ALL FIELDS BV — NEDERLAND
Freark Damwei 50, 8914 BM Leeuwarden
+31 85 890 00 73 · info@allfields.nl
www.allfields.nl



... wij volledige winkelrekken snel kunnen verplaatsen via ons innovatief systeem op wielen? Onnodig om de rekken leeg te maken, we verplaatsen ze in hun geheel!



GRANUPLANT® HYDROKORRELS



- Natuurlijke puimsteenkorrels
- Polyvalent : drainage, aanplanting, decoratie, vermenging
- Zorgen voor een betere wateropslag en -geleidbaarheid
- Verminderen de overlast van rouwmuggen

www.compo.be

Fleur
PROFESSIONAL GREEN PARTNERS



Het voorjaar van 2027 begint nú

Reserveer nú aan onze scherpste voorseizoensprijzen



Reserveer nu uw **voorjaarsassortiment**.

Zo bent u verzekerd van een kwalitatief assortiment op het juiste moment en hoeft u zich tijdens de drukste voorjaarsweken geen zorgen meer te maken over uw bevoorrading.

- ✓ Mediterrane planten
- ✓ Groentenplanten en kruiden
- ✓ Zuiders perkgoed

Nu reserveren.
Straks zorgeloos verkopen.



Miel Delhaye
Uw contactpersoon voor tuincentra in België
m.delhaye@fleur.be
+32 471 80 00 99



www.fleurproshop.com

Proostdiestraat 17, B-8980 Beselare · T +32 57 46 80 00 · info@fleur.be

Nieuws van BTV

2026 zal voor onze vereniging gemarkeerd zijn als 'Jaar van Vernieuwing'. We recapituleren even: nieuwe statuten en nieuwe naam en dus nieuwe leden, een nieuwe Raad van bestuur, vernieuwde Garden Centre Awards, de lancering van onze webinars, een nieuwe website… en het stopt daar niet bij.

RAAD VAN BESTUUR

Door het afscheid van Luc en Peter, resp. voorzitter en ondervoorzitter, werden de functies herverdeeld. Kristof Rijmenants is onze nieuwe voorzitter, Helga Siebens (Compo) ondervoorzitter, Thomas Claes penningmeester en Johan Debrabandere secretaris.

Peter en Luc werden op de uitreiking van de Garden Centre Awards in de bloemetjes gezet, maar ook hier willen we hun nogmaals hartelijk danken voor het werk van afgelopen jaren. Zij lagen mee aan de basis van alle vernieuwingen.

In de laatste bestuursvergadering werden ook diverse werkgroepen opgericht oa rond marktdata, zonevreemdheid, events etc. Dit laat ons toe nog meer voor de leden te realiseren. Om onze Waalse leden opnieuw sterker te betrekken, werd Vincent Dassonville bereid gevonden om de RvB als 'adviseur' bij te staan.

NIEUWE WEBSITE

Hij is er, de up to date en verjongde website **www.btv-abj.be**. Jawel, nog slechts 1 website, handiger en beter voor SEO. Hier vind je voortaan ook een afgeschermde ledenzone met login. Zo kunnen we beter met jullie communiceren. De versie die je vandaag ziet, is nog in volle evolutie zowel qua inhoud als qua mogelijkheden. Dit jaar nog zullen ook onze mailadressen naar deze nieuwe extensie worden overgezet.



GREENLAB BY BTV-ABJ

Kennis is primordiaal in de hedendaagse business. Daarom zetten we voor onze leden in op seminaries en webinars en het delen van informatie. Om dat duidelijk te stroomlijnen, brengen we dit alles samen in een 'academy'. Greenlab is de naam en daar hoort een catchy logo bij. Samen zegt het meer dan duizend woorden kunnen.

MEER LEDENVOORDELEN

Wie ze nog niet heeft gezien, raden we aan om het exclusieve aanbod van Elindus en Denercon te bekijken. In tijden van almaar duurdere energie kunnen beide bedrijven zeker helpen de kost te drukken. En we zoeken verder naar zinvolle partnerships die ertoe bijdragen dat uw lidmaatschap snel terugverdiend is, jaar na jaar.

EN VERDER ?

Nee, het stopt hier niet bij. We werken aan een exclusief Retail Media concept én bereiden een grote jaarcampagne voor met als doel de consument nog meer naar tuincentra te trekken en de verkoop van klimaatvriendelijke groen te ondersteunen. Maar daarover volgt te zijner tijd meer info.

Nieuwjaarsmeeting vervangt Herfstvergadering

Seizoenen worden langer, de Halloween- en Kerstgekte start steeds vroeger en dat is goed voor de business, maar maakt het er niet makkelijker op om iedereen in november uit z'n kot te krijgen, al zeker niet in een GCA-jaar. Daarom besloot het bestuur om er een Nieuwjaarsmeeting van te maken. Inbegrepen in je lidmaatschap-credits van 2026 uiteraard. We hebben alvast een topspreker vastgelegd. Meer info volgt.

Onderzoek door KULeuven

Bachelorstudenten van de faculteit Economie en bedrijfswetenschappen zullen dit academiejaar een onderzoek voeren naar de jongere generaties en hoe we die in onze branche beter kunnen bereiken. De resultaten hiervan (beschikbaar midden 2027) zullen ons als sector zéker helpen. Alweer een voordeel voor onze leden.

IGCA CONGRES 2026

Chris Van Wesemael

Van 16 tem 22 augustus woonde BTV het jaarlijkse Congres van de International Garden Centre Association bij. Organiserend land was Duitsland, die München als uitvalsbasis koos. De kleine Belgische delegatie van 3 personen maakte deel uit van een interessant gezelschap uit 21 landen. Naast interessante tuincentra-bezoeken en netwerking, leerden we veel bij van de deelnemende tuincentra uit de hele wereld: van Australië, over Japan en de VS tot Polen.



Zwaar programma

In de schaduw van Kasteel Neuschwanstein en de uitgestrekte hopvelden werd een dag- en avondvullend programma afgewerkt. Het vertrek stond tussen 7u30 en 8u gepland; terugkeren naar het hotel gebeurde nooit voor 23u. Lange dagen, die echter nooit verveelden en een schat aan informatie opleverden. Op zondag stond al een "Administrators meeting" op ons programma.



We maakten deel uit van de "Interactieve" tourbus, wat de ervaring nog interessanter maakte. Reële problemen, opportuniteiten en marktevoluties werden met open vizier besproken.

Uiteraard stonden er heel wat bezoeken aan tuincentra op het programma, maar ook aan het toeristische en amusante aspect werd gedacht. We bezochten onder andere het BMW museum, weliswaar op een drafje, en konden rijkelijk kennismaken met de Beierse biercultuur: van de Augustiner Keller, over het ochtendlijk bezoek van Klosterschenke Weltenburger (inclusief bier om 9u30…), het gala diner bij Paulaner of het privé voor ons in een tuincentrum georganiseerde Oktoberfest met àlles erop en eraan.

Tuincentra zijn nog écht groen

Wat opviel, is dat de Duitse tuinretail een heel andere koers vaart dan bij ons. De nadruk op levend groen is veel sterker: het aandeel planten op de winkelvloer zie je bij ons enkel sporadisch of in een plantencentrum. In België (en Nederland) hebben decoratie, sfeerartikelen en randassortimenten vaak de bovenhand. Het is bewonderenswaardig hoe verzorgd de buitenafdelingen erbij stonden aan het einde van het seizoen.

Ook de locatie en de benadering van Duitse tuincentra verschilt: veel van de bezochte bedrijven liggen op een heel eind rijden, bijna verborgen in kleine dorpjes. Maar dankzij hun passie, vakkennis en oog voor detail trekken die ondernemers toch klanten van heinde en verre aan.

IN MÜNCHEN

Die passie voel je bij het voltallige personeel en zie je in de kleinste hoekjes van de winkel terug. Het is iets wat onze Garden Centre Awards jury ook kon vaststellen bij de laureaten en winnaars van afgelopen editie.



Een bondig overzicht van een bonte verzameling

We sommen kort de bezochte tuin- en plantencentra op en kunnen ze stuk voor stuk aanraden voor een bezoek.

Groencentrum Krottenbach in Nuremberg staat met z'n meer dan 15 hectare onder meer bekend om het aanbod klimaatresistente "bomen van de toekomst". Tuincentrum Dauchenbeck (Stein) is een schoolvoorbeeld van inspirerende destination shopping.

Kwekerij en tuincentrum Scherdi in Hofstetten kan bogen op 90 jaar ervaring en kweekt nog steeds 100% van het aangeboden groen. Het pas geopende tuincentrum Kutter (Kempten) toont hoe een modern tuincentrum eruit kan/moet zien: open, veel ruimte en licht.

Tuincentrum Kiefl in Gauting is een premium tuincentrum met focus op persoonlijk advies en nog een belangrijk aandeel eigen kweek. Tuincenter Wohlhüter bood ons een unieke Oktoberfest ervaring in één van de grote serres: onvergetelijk, net zoals de vriendelijke ontvangst die ons overigens bij elk bezoek te beurt viel.









Op donderdag namen we een kijkje bij een Hornbach, die ook over een behoorlijk uit de kluiten gewassen tuinafdeling beschikt. Vervolgens ging het naar het Kölle tuincentrum in München, één van de 14 vestigingen van deze familiezaak. Afsluiten deden we bij Tuincentrum Seebauer waar we culinair verwend werden.

Vrijdag was van een heel andere orde en bezochten we wat m.i. de meest a-typische supermarkt (Edeka franchise) is die volledig naar de hand is gezet van zijn "gekke" uitbater Robin Hertscheck. Echt een trip naar de regio waard!

Conclusie

Deelname aan het IGCA-congres is een verrijking, zowel op vlak van bezoeken, als informatie-uitwisseling en contacten. De inschrijvingen voor het Congres 2027 zijn geopend en zijn toegankelijk voor tuincentra-leden van bij IGCA aangesloten federaties.

Surf snel naar igca2027.com en misschien zien we elkaar dan in… Japan!

We willen ook nog graag een oprecht dankwoord richten aan onze Duitse evenknie VDG. Het team onder leiding van voorzitster Martina Mensing-Meckelburg bezorgde ons een onvergetelijke week!



MEER DAN GAZONZAAD,
EEN ASSORTIMENT DAT VERKOOPT.
Since 1971
NEW
GRASZADEN SPEEL & SPORT
GRASZADEN EXTREEM
GRASZADEN KLAVER EXTRA GROEN
GRASZADEN DROOGTE & HITTE
GRASZADEN SNEL HERSTEL
Performante **samenstellingen**
Heldere positionering op het schap
Oplossingen voor **elke gazonuitdaging**
Ondersteuning met displays en POS-materiaal
Klaar voor meer gazonverkoop?
Contacteer ons via retail.order@sanac.be.

TALEN TOOLS

TUINGEREEDSCHAP VOOR ELKE KLUS!

PRAKTISCH EN BETROUWBAAR

STERKE KWALITEIT VOOR JARENLANG GEBRUIK

EEN COMPLEET ASSORTIMENT VOOR ELKE TUINIER



GROND BEWERKEN | SNOEIEN | BEWATEREN | TUIN ONDERHOUDEN | TUIN ACCESSOIRES | TRANSPORT

WWW.TALENTOOLS.NL | BETROUWBAAR TUINGEREEDSCHAP SINDS 1919!



Gezond ondernemen in de tuinsector: maak ook een plan voor jezelf

Of je nu een tuinaanneming runt, een tuincentrum of een kwekerij: het weer bepaalt mee hoe je week eruitziet, en de drukte komt in golven. En dat kan vaak stresserend zijn. Met het Balance Plan van Liantis breng je in kaart hoe het met jou gaat.

Wat het Balance Plan is

Het Balance Plan is een gratis tool waarmee je je leven als ondernemer in kaart brengt. Aan de hand van concrete vragen bekijk je hoe je ervoor staat: je energie, je grenzen, je omgeving, de manier waarop je je werk organiseert.

Liantis bouwde het plan op uit jarenlange ervaring met het begeleiden van meer dan 230.000 ondernemers, samen met een team van experten. De voorbeelden komen dus echt uit de praktijk.



Download je Balance Plan

Je vindt het Balance Plan op:
liantis.be/balance-plan
Het is helemaal gratis en je hebt je plan meteen in handen.

Ontdek ook het volledige aanbod van Liantis rond mentale veerkracht
liantis.be/mentaal-welzijn

samen werkt.

liantis

EVOLUTIES IN DE SIERTEELTMARKT

Onderzoek van YouGov in opdracht van VLAM

Op regelmatige basis onderzoekt het bureau YouGov het koopgedrag van de Belgische consument, ook wat sierteelt betreft.

We kregen recent inzage in de cijfers van de 12 maanden juli 25 tem juni 26. We beginnen met het mindere nieuws. De totale omzet van sierteelt daalde met 12%, maar de afzet (aantal stuks) bleef stabiel (-0,7%). De gemiddelde prijs daalde dus met bijna 12%. Die daling situeert zich vooral in bloemstukken en bomen en tuinplanten. Gepensioneerden zorgen inmiddels voor meer dan 50% van de omzet! Gelukkig spendeerden ook jonge gezinnen wat meer; de daling zit dus in het middensegment.

Wat productsegmenten betreft, was het vooral het "buitengroen" dat in volume steeg, maar dus niet in omzet. Kamerplanten hebben dan weer te lijden onder een forse daling van het aantal kopers: 12% minder kopers, die minder besteden. Boodschap: besteed er eens wat meer aandacht aan, want wij tuincentra blijven stabiel, het zijn de andere kanalen die verliezen echter profiteren we er niet voldoende van.

Balkon- en perkplanten deden het zowel in stuks als in omzet goed en de groei zit vooral bij onze tuincentra: van 43,1% marktaandeel gaan we naar 50,2%! Het volume dat bij ons werd omgezet, lag de laatste 6 jaar nooit hoger.

Als we algemeen kijken naar de verkoopkanalen, dan blijkt dat tuincentra het goed doen. We stijgen voor alle sierteeltproducten van 20,1% naar 22,7% marktaandeel en nog beter nieuws is dat voedingsdistributie niet meer significant groeit. Het grote probleem situeert zich dus bij de fleuristen. Tuincentra stegen in volume met bijna 9%, jammer genoeg zorgde een lagere gemiddelde prijs voor een kleine omzetdaling. Ook lijken de huishoudens met kinderen (jonge gezinnen) stilaan de weg naar ons terug te vinden.

Moraal van het verhaal: blijf inzetten op het aantrekken van de jongere generaties en geef niet teveel toe aan prijsdruk.





Vivimus® in een nieuw jasje

Ontdek het vernieuwde assortiment en help je klanten goed van start te gaan in de tuin.

NIEUW



Nieuwe look, dezelfde vertrouwde kwaliteit.

- Bevordert een sterke inworteling
- Verbetert de bodemstructuur
- Ondersteunt een actief bodemleven
- Rijk aan organische stof
- Voor elke aanplant de juiste Vivimus



www.dcm-info.com

ONZE **LEDEN**

TUIN- EN PLANTENCENTRA

Onze meer dan 160 leden tuin- en plantencentra vind je op **btv-abj.be/leden**

LEVERANCIERS



ONZE **PARTNERS**

EMERALD PARTNERS

LUITEN · europabank · DCM · Signify

OLIVE PARTNERS

liantis · Adecco · EASYRACK we support your shop · esschert design · ALL FIELDS TAKING CARE OF YOUR BRANDS · POPCORN3D NIEUW!

DIENSTVERLENERS

De Haan Group · SDP · EASYRACK we support your shop · ALL FIELDS TAKING CARE OF YOUR BRANDS · LUITEN

THERMOFLOR · green solutions cloud software · ZB Alles rolt en staat met SERVICE BV · ANIDO DIY PRO & GARDEN · tonc

mobiletric bvba · vlastuin bringing emotion to life · green SALON PROFESSIONNEL DES SECTEURS PRIVÉ ET PUBLIC DES PARCS ET ESPACES VERTS 27•28•29 SEPT '26 FLANDERS EXPO · SUNE20 · POPCORN3D NIEUW!

GROEPSCONTRACTEN

NIEUWENHOF · europabank · AON · liantis

Adecco · ELINDUS · Denercon

GROEPERINGEN

intratuin · SAS Sévéa Vitalverde BAOBAB & affiliés · GRSRetail · Eurotuin · ohgreen

TUINCENTRUM LISSENS

GROOT IN GROEN, GEWORTELD IN EIGENHEID

Thierry Coeman



Opwijk heeft iets met groen.

Niet alleen door zijn landelijke karakter en zijn historische band met de hopteelt, maar voortaan ook dankzij een tuincenter dat zich tot de absolute top van het land mag rekenen.

In de lente van 2026 organiseerde Belux Tuinretail Vereniging (BTV) de tweejaarlijkse Awards voor de beste tuin- en plantencentra van België Tuincentrum Lissens uit Opwijk kroonde zich daarbij tot 'Beste Tuincentrum van Vlaanderen' en mocht bovendien de titel 'Duurzaamste Tuincentrum van België' in ontvangst nemen.

Een dubbele erkenning die nieuwsgierig maakt. Wat maakt dit tuincenter zo bijzonder? Waar schuilt de kracht achter die combinatie van passie, eigenheid, kwaliteit, beleving en duurzaamheid?

Na de feestelijke ceremonie stuurde Chris Van Wesemael, directeur van BTV-ABJ, Thierry Coeman – internationaal retail expert – naar Vlaams-Brabant om het geheim van deze groene parel van dichtbij te ontrafelen.

Zoektocht naar het onderscheidend vermogen van een tuincentrum

Die dubbele bekroning nodigt uit tot een bredere vraag: wat maakt vandaag het verschil tussen een doorsnee tuincenter en een bestemming waarvoor klanten bewust de verplaatsing maken? Precies daar ligt één van de grote uitdagingen voor de sector.

In een tijdperk waarin productinformatie, inspiratie en advies dankzij digitalisering en artificiële intelligentie vrijwel onbeperkt en onmiddellijk beschikbaar zijn, volstaan een breed assortiment en vakkennis niet langer om zich duurzaam te onderscheiden.

De klassieke rol van het tuincentrum staat daarmee voor een fundamentele verschuiving: van producten verkopen naar betekenisvolle ervaringen en duurzame relaties creëren. Naarmate informatie goedkoper en toegankelijker wordt, groeit juist de waarde van wat moeilijk te digitaliseren of te vervangen valt: menselijk contact, persoonlijk advies, vertrouwen, inspiratie, gastvrijheid en een authentieke verbinding met groen en natuur.

Technologie kan processen efficiënter maken en medewerkers meer ruimte geven om hun talenten in te zetten, maar de echte uitdaging gaat verder.

Niet technologie toevoegen aan een bestaand model, maar het model zelf herdenken, wordt de opdracht. Precies daarin lijkt de Opwijkse laureaat opmerkelijk goed te slagen.

Voor tuincentra verschuift de kernvraag dan ook van 'hoe verkopen we meer bloemen en planten?' naar een veel wezenlijkere: 'waarom zou een klant vandaag nog speciaal naar óns komen?'. Tegen die achtergrond wordt het bijzonder interessant om te ontdekken hoe Tuincentrum Lissens daarop in de praktijk een antwoord formuleert.

Lissens brengt de natuur tot bij jou thuis

Het antwoord op de vraag waarom klanten vandaag nog bewust voor een tuincenter kiezen, lijkt bij Lissens alvast helder. 'Lissens brengt de natuur tot bij jou thuis', de slogan die Véronique en Luc Lissens naar aanleiding van de jongste verbouwingswerken bedachten, is veel meer dan een wervende marketingboodschap. Hij vat treffend samen waar de derde generatie van het familiebedrijf voor staat.

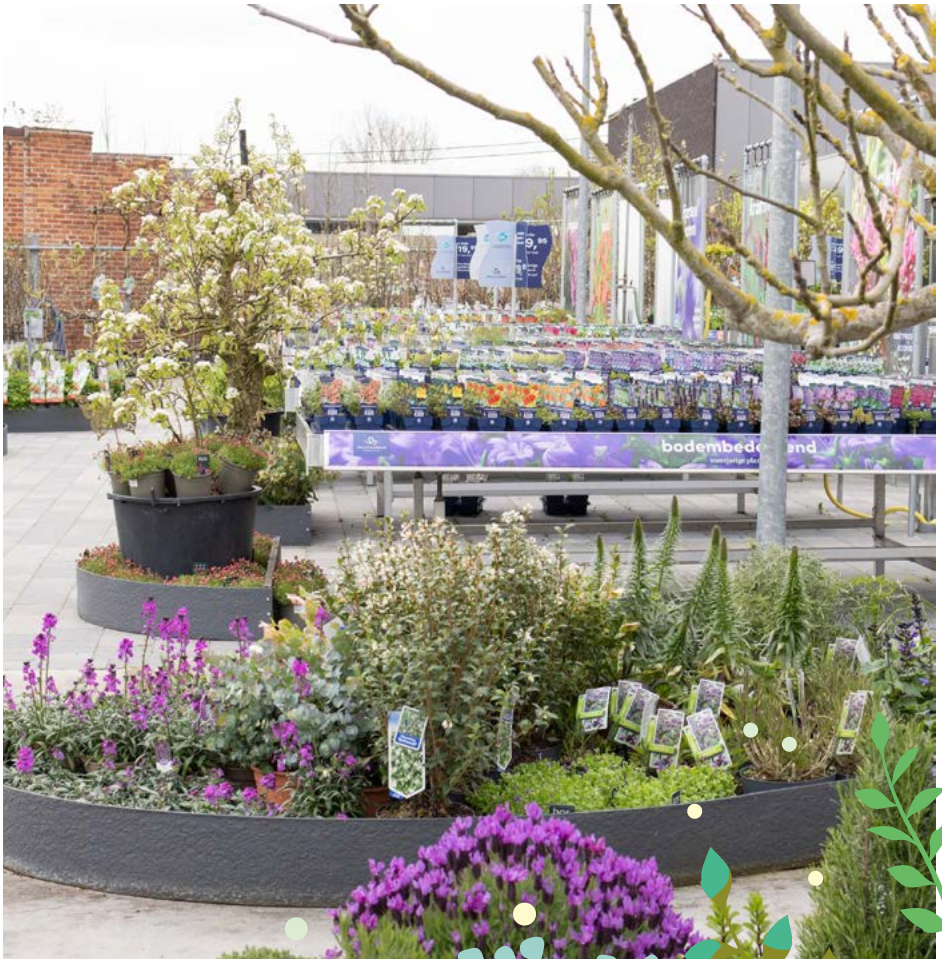
Véronique en Luc ademen de groene passie in hart en nieren. Hun ambitie reikt dan ook verder dan het verkopen van bloemen en planten: ze willen klanten opnieuw bewust maken van de intrinsieke waarde van groen in en rond de woning. Ongeacht de beschikbare ruimte, van een ruime tuin tot een bescheiden terras of balkon, moet iedereen de mogelijkheid krijgen om natuur te beleven en er dagelijks de positieve impact van te ervaren.

Die missie kent bovendien een tweede, minstens even belangrijke dimensie: natuurbeleving en duurzaamheid moeten hand in hand gaan. Niet alleen de juiste middelen en inspiratie aanbieden om een groene leefomgeving te creëren, maar klanten tegelijk begeleiden naar een duurzamere manier van tuinieren. Precies die combinatie van beleving, kennisoverdracht en verantwoordelijkheid kreeg bij Lissens een concrete vertaling in de 'Klimaatroute', een initiatief waarop de familie bijzonder trots is.

De Klimaatroute speelt in op een bekommernis die vandaag bij klanten, ondernemers en andere stakeholders steeds nadrukkelijker leeft: hoe maken we onze tuin bestand tegen de toenemende wispelturigheid van de seizoenen? Langere droge periodes, hevige regenval en veranderende weersomstandigheden vragen immers om een andere manier van denken over tuinieren. Lissens kiest ervoor die uitdaging vooral praktisch en toegankelijk te benaderen.

Bij de ingang ligt daarom een brochure klaar die bezoekers in vier overzichtelijke stappen op weg helpt. Eerst wordt ingezet op ontharding: tegels eruit, ruimte maken voor planten en bomen en zo de bodem opnieuw laten ademen. Vervolgens ligt de nadruk op biodiversiteit, met inheemse planten die nuttige bestuivers zoals bijen en vlinders aantrekken. Een derde stap focust op beschutting voor insecten, onder meer via insectenhotels die een veilige rust-, broed- en schuilplaats bieden. Tot slot wordt aandacht besteed aan een slimmer gebruik van regenwater, zodat kostbaar drinkwater zoveel mogelijk kan worden uitgespaard.

De Klimaatroute neemt bezoekers vervolgens mee op een bredere ontdekkingstocht naar een meer biodiverse en klimaatbestendige tuin. Een vos, de voorlopig naamloze



mascotte van het traject, trekt tijdens de circulaire route door de ongeveer 6.000 m² grote winkel de aandacht en begeleidt klanten langs verschillende educatieve thema's.

Zo wordt onder meer gepleit voor het ontharden van tuinen, kracht bijgezet met de mobiliserende boodschap 'Wip die tegels eruit'. Daarnaast ontdekken bezoekers hoe ze droogtebestendige bloemenperken kunnen aanleggen, verspilling van drinkwater kunnen beperken en met aangepaste beplanting bijen, vlinders en andere bestuivers kunnen aantrekken.

Duurzaamheid is bij Lissens dan ook geen vrijblijvend marketingbegrip waarmee af en toe wordt uitgepakt. Het vormt een geïntegreerde opdracht die zichtbaar wordt in de inrichting, het assortiment, de informatieverstrekking en de begeleiding van de klant.

Dat engagement kreeg met de titel 'Duurzaamste Tuin- en Plantencentrum van België' niet alleen erkenning, maar ook een bijzonder passende bekroning.

Lissens, het groene draagvlak voor community building

Wie klanten wil begeleiden naar een groenere en duurzamere leefomgeving, doet meer dan informeren alleen. Kennis krijgt pas echt betekenis wanneer ze wordt gedeeld, beleefd en in de praktijk gebracht. Precies daar zet Lissens een volgende stap: van educatie naar interactie en van winkelbezoek naar ontmoeting.

Het hedendaagse tuincentrum is immers veel meer dan een belevingsruimte vol aantrekkelijke producten, aanbiedingen en inspirerende ideeën. Steeds vaker evolueert het naar een echte 'destination store': een plek waarvoor klanten bewust tijd vrijmaken, niet alleen om te kopen, maar ook om inspiratie op te doen, iets bij te leren en even te ontsnappen aan de dagelijkse routine.



Voor de laureaat uit Opwijk lijkt die evolutie haast op het lijf geschreven. Véronique en Luc Lissens zijn er bijzonder goed in geslaagd hun kernactiviteit te verweven met een uitgesproken educatieve rol. Naast de signalisatie die bezoekers begeleidt op weg naar een duurzamere tuin, zijn doorheen het tuincentrum talrijke inspirerende stopmomenten gecreëerd.

Daar krijgen klanten een concreet antwoord op vragen die dicht bij hun dagelijkse leefwereld staan: Hoe plant ik een bloembak aan? Hoe geef ik mijn feesttafel een groene toets? Hoe maak ik mijn wintertuin aantrekkelijk voor vogels?

Het blijft daarbij niet bij woorden. Advies wordt tastbaar gemaakt aan de hand van concrete toepassingen, presentaties en voorbeeldtuintjes die tonen hoe ideeën thuis kunnen worden vertaald. Inspireren krijgt zo een praktische dimensie: zien, begrijpen en vervolgens zelf aan de slag gaan.

De workshops die regelmatig in het tuincentrum worden georganiseerd, vormen daarvan wellicht de meest uitgesproken vertaling. In een speciaal daarvoor ingerichte ruimte nodigt een royale werktafel uit tot samenwerken, experimenteren en kennis delen. Medewerkers en klanten ontmoeten elkaar er in een andere context dan aan het traditionele verkooppunt, terwijl ook bezoekers onderling ervaringen en ideeën uitwisselen.

Precies daar krijgt community building, een dimensie die veel verder gaat dan louter klantenbinding, zijn echte betekenis. Lissens verkoopt niet alleen groen, maar bouwt rond groen ook aan een gemeenschap van mensen die willen leren, beleven en delen.

Het tuincentrum wordt zo steeds minder uitsluitend een plaats van aankoop en steeds meer een plek van ontmoeting: een bestemming waar de relatie met de klant ook ná de kassa verder groeit.

Beste Tuincentrum 2030

Als tuincentra zich morgen minder zullen onderscheiden door de breedte van hun assortiment en steeds meer door identiteit, geloofwaardigheid en relevantie, dan lijkt Lissens vandaag al verschillende kenmerken van dat toekomstige DNA in zich te dragen.

Dat DNA is opvallend puur gebleven. Misschien pikten Véronique en Luc tijdens studiereizen en benchmarking hier en daar inspirerende ideeën op, onder meer bij Kremer Naturtalente, Sauerland, maar de essentie ligt veel dichter bij huis: bij de wortels van het familiebedrijf zelf.

Lissens heeft bewust de moed gehad trouw te blijven aan wat de eerste generatie groot maakte: natuur en groen. Daarmee is eigenlijk veel gezegd.

Die keuze vertaalt zich consequent in het assortiment. Decoratie krijgt een ondersteunende rol en categorieën als petfood, barbecues en tuinmeubelen werden bewust niet opgenomen. Niet omdat ze commercieel oninteressant zouden zijn, maar omdat ze weinig bijdragen aan de identiteit die Lissens voor zichzelf heeft afgebakend. De focus blijft waar hij altijd lag: planten, bloemen, tuin en natuurbeleving.

Ook lokale verankering blijft een wezenlijk onderdeel van die identiteit. Wekelijks wordt nog steeds rechtstreeks ingekocht op de veilingen van Brussel, Nederlandse groothandelaars en bij lokale kwekers. Dat zorgt niet alleen voor versheid en kwaliteit, maar bewaart ook de directe band met de teelt en met de mensen achter het product. In een retailwereld die steeds grootschaliger en anoniemer wordt, is dat bijna een statement op zich.

Misschien ligt precies daar een belangrijke les voor het tuincentrum van 2030.

Niet noodzakelijk méér categorieën, méér vierkante meters of méér producten maken een onderneming toekomstbestendig, maar wel een scherpere keuze voor wat ze werkelijk wil betekenen.

Lissens toont dat specialisatie, lokale verankering, menselijke expertie en een uitgesproken groene identiteit perfect kunnen samengaan met modern ondernemerschap.

Om groots te zijn, mag je gerust klein blijven, zolang je maar groot durft te zijn in je keuzes.



TECHNISCHE FICHE

Tuincenter Lissens

ZAAKVOERDERS Véronique en Luc Lissens

ADRES Steenweg op Lebbeke 14
1745 Opwijk

WEBSITE www.tuincenterlissens.be

SINDS 1972

TOTALE SITE OPPERVLAKTE
1 hectare (Inclusief Parking)

WINKELOPPERVLAKTE OVERDEKT
3.500 m²

BUITENOPPERVLAKTE
2.500 m²

AANTAL MEDEWERKERS 9

WINKELINDELING

Bloemen & Planten: 60 % Potterie & Decoratie: 35 % Overige: 5 %

GRATIS check-up van uw betaalverkeer



VISA V PAY

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.

V.u.: Europabank NV - Kredietgever - Burgstraat 170, 9000 Gent - BTW BE 0 400 028 394 - RPR Gent.



ZO KIJKEN JE KLANTEN STRAKS OOK NAAR JE REKKEN.

» Nieuwsgierig?

Gewone winkelrekken, maar dan met jouw beeld of textuur.
Rechtstreeks bedrukt in onze eigen printstudio.

EASYRACK
we support your shop

ELECTRONIC RAT KILLER

Zeer efficiënt, snel en hygiënisch







Bekijk hier
de instructievideo:

EDIALUX
HOME-PET-PLANT PROTECTION

MEER DAN MOOI

CULTIVARS VAN SIERHEESTERS MET MEERWAARDE VOOR BESTUIVERS



Sierplanten die niet alleen mooi zijn, maar ook een meerwaarde bieden voor bestuivers: het is een groeiende troef voor de tuinsector. Maar welke plantkenmerken maken een sierheester écht aantrekkelijk voor (wilde) bijen, zweefvliegen, vlinders en andere nuttige insecten? Binnen het VLAIO-LA project SIER+ onderzoeken ILVO en Viaverda hoe verschillende plantkenmerken de aantrekkelijkheid van sierheesters beïnvloeden, tot op cultivarniveau.

Biodiversiteit staat wereldwijd onder druk. Ook bestuivers hebben het moeilijk: zowel hun aantallen als de diversiteit aan soorten nemen sterk af. Sierplanten kunnen een bijdrage leveren aan het behoud van biodiversiteit, zeker wanneer ze bestuivers voorzien van voedsel in de vorm van nectar en stuifmeel. Daardoor groeit ook de belangstelling voor sierplanten die naast hun esthetische kwaliteiten ook een functionele meerwaarde bieden. Bij de veredeling van sierheesters ligt de focus traditioneel op kenmerken zoals bloemgrootte, bloemkleur en een langere bloeiduur. Maar hebben die kruisingen tussen planten een impact op de aantrekking van bestuivers? Wetenschappelijke gegevens over de aantrekkelijkheid van veredelde siercultivars voor bestuivers zijn voorlopig beperkt. Het SIER+ project wil die kennis verder uitbouwen, met Rosa (tuinroos), Buddleja (vlinderstruik) en Philadelphus (boerenjasmijn) als onderzoekscases.

Binnen het onderzoek wordt zowel gekeken naar de voorkeuren van de bestuivers als naar de kenmerken van de plant zelf. Welke bloemen trekken bestuivers aan en welke eigenschappen spelen daarbij een rol? Om dat te achterhalen, worden verschillende plantkenmerken in kaart gebracht, waaronder bloemkleur, bloemvorm en -gevuldheid, bloeiduur en de productie van nectar en stuifmeel. Door de waargenomen bestuivers te koppelen aan deze kenmerken, wordt onderzocht of er verbanden bestaan en welke eigenschappen mogelijk bepalend zijn voor de aantrekkelijkheid van een plant.

De eerste resultaten bij rozen en vlinderstruiken leveren alvast interessante inzichten op voor de sector. Tijdens het eerste monitoringsjaar werden bij zowel de cultivars van Rosa als die van Buddleja heel wat bestuivers waargenomen. Bij de onderzochte rozen waren zweefvliegen het meest aanwezig. Ook hommels en solitaire bijen bezochten de bloemen regelmatig. Een opvallende waarneming was het verschil in bloemvoorkeur tussen de insectengroepen. Hommels leken vooral aangetrokken tot cultivars met open bloemen. Solitaire bijen en zweefvliegen waren minder kieskeurig op dat vlak.

Open bloemen kunnen insecten gemakkelijker toegang geven tot de voortplantingsorganen en het stuifmeel maar of dit kenmerk doorslaggevend is, moet nog verder onderzocht worden. Ook bij Buddleja waren zweefvliegen en hommels de meest waargenomen bezoekers. Daarnaast werden regelmatig vlinders gespot. Bij vlinderstruiken bleek dat cultivars met langere bloembuizen minder bestuiverbezoeken kregen. Dat zou erop kunnen wijzen dat de lengte van de bloembuis de toegankelijkheid van nectar voor bepaalde insecten beïnvloedt. Opmerkelijk genoeg produceerden deze cultivars wel meer nectar dan de andere onderzochte cultivars. De kwaliteit van de nectar werd bepaald aan de hand van het suikergehalte. Dat varieerde tussen 20 en 40%, alle cultivars produceren dus voldoende kwalitatieve nectar voor bestuivers. Een eerste algemene vaststelling is dat de bloeirijkheid — het totale aantal bloemen per plant — mogelijks een belangrijke factor is voor de aantrekkelijkheid van sierheesters. Meer bloemen kunnen immers meer mogelijkheden bieden om voedsel te verzamelen.







Toch is enige voorzichtigheid nodig bij de interpretatie van de resultaten. Het gaat om eerste inzichten uit één monitoringsjaar. Om betrouwbare conclusies te trekken over de invloed van afzonderlijke plantkenmerken, is bijkomend onderzoek nodig. Ook de verschillen tussen bestuiversgroepen maken duidelijk dat er niet noodzakelijk één ideale bloem bestaat die voor alle insecten even aantrekkelijk is.

Voor tuincentra en hun klanten biedt dit onderzoek een interessante basis om sierwaarde en ecologische meerwaarde sterker met elkaar te verbinden. Bij de keuze van sierheesters kan niet alleen gekeken worden naar bloemkleur, vorm of bloeiduur, maar ook naar kenmerken die bijdragen aan de voedselvoorziening van bestuivers. De eerste resultaten tonen alvast dat veredelde sierheesters meer te bieden hebben dan enkel hun esthetische waarde. Tegelijk benadrukken ze het belang van een doordachte cultivarselectie: een opvallende bloem is niet automatisch de meest toegankelijke bloem en betekent niet noodzakelijk dat een plant ook meer insecten aantrekt. Door beter te begrijpen welke plantkenmerken bestuivers aantrekken, kunnen veredelaars, kwekers en tuincentra in de toekomst gerichter inzetten op cultivars die sierwaarde combineren met ecologische meerwaarde.

Naarmate het onderzoek vordert, kunnen de resultaten helpen om beter onderbouwde keuzes te maken in het assortiment en klanten gerichter te adviseren over de biodiversiteitswaarde van sierplanten. Eén ding is alvast duidelijk: met de juiste sierplanten maak je je tuin niet alleen aantrekkelijk maar kan je ook een waardevolle bijdrage leveren aan de biodiversiteit.

Meer info kan u vinden op
www.viaverda.be/projecten/sierplus

SIER+ sierplanten met meerwaarde voor voeding en ecosysteem

ILVO Instituut voor Landbouw-, Visserij- en Voedingsonderzoek

VLAIO

viaverda

5 vragen aan...

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 Luc Deseure aan het woord, hij is al enkele jaren Commercieel Manager Benelux bij ECOPOTS.

1 Heb je zelf groene vingers?

Zeer zeker, ik ben zelf opgegroeid in het tuinbouwbedrijf van mijn ouders en mijn zoon is zelfstandig tuinaannemer. Mijn vader had als grote passie een hosta-tuin die je kon bezoeken en had zo'n 300-tal verschillende hosta's. Na zijn dood hebben mijn vrouw en ikzelf ons over zijn verzameling ontfermd.

2 Hoe ziet vandaag jouw privé tuin eruit?

Wij hebben zelf een vrij grote landelijke tuin met vooral gazon, sierborders, hagen, fruitbomen en een visvijver. Het liefst van al ben ik bezig met het verzorgen van allerlei planten in potten op ons terras.

3 Jouw favoriete vakantie?

Vroeger deden we met de kinderen actieve wandel- en fietsvakantie naar diverse landen in Europa. Onze short-skivakanties zorgen ervoor dat we ons eens totaal kunnen resetten van de drukte. Op de latten kun je niet anders dan je volle focus op het skiën zetten en zo kun je alles eens echt loslaten. De après-ski trouwens ook… Wij zijn geen echte verre vakantiegangers en gaan het liefst kortere vakanties of weekendjes weg in eigen land of buurlanden waarbij natuur en cultuur aan elkaar verbonden worden en uiteraard valt ook het culinaire aspect niet te verwaarlozen.



4 Met wie wil je graag eens tuinieren?

Ik heb geen behoefte om met een BV te tuinieren. Een dagje samen met mijn vrouw bij ons in de tuin werken is een dagje puur geluk. Een dag helpen in de tuinen van onze twee zonen of een namiddag in de hosta tuin van mijn ouders zijn van de zaligste momenten waar we tot rust komen door de gezonde buitenlucht en het contact met de aarde en planten. De rust die een tuin kan geven kan voor ons wonderen doen.

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

- **Kamerplanten of Fruitbomen?**

  Moeilijke keuze…fruitbomen in de zomer en kamerplanten in de winterperiode

- **Buitenkeuken of Jacuzzi?**

  Zonder twijfel deze keer: buitenkeuken. In het WE overdag of 's avonds een lekker hapje klaarmaken en opeten met een goed glaasje erbij en ondertussen genieten van het gezelschap van vrienden of familie met de rust van de tuin op de achtergrond,… wat moet of kan een mens meer wensen?

- **Gazon of Moestuin?**

  Grasmaaien is voor mij echt geen straf en zou ik niet graag aan een robot moeten overlaten. Het gevoel om hier zelf op korte tijd de tuin weer ordentelijk te krijgen

Luc Deseure

maakt mij blij. Het genieten van de geur van een vers gemaaid gazon zal ik meegenomen hebben vanuit mijn jeugd op ons tuinbouwbedrijf. Voor een moestuin zal pas tijd komen na mijn actieve loopbaan. Als ik iets doe wil ik het goed doen en voor een geslaagde moestuin, naast het andere tuinwerk, is voorlopig nog niet genoeg tijd. Als zoon van een tuinbouwer zou ik niet kunnen leven met herhaaldelijke mislukkingen door er te weinig tijd voor vrij te maken.

- **Vijver of Veranda**

  Veranda! Het is de plaats bij uitstek om op dagen dat het weer het niet toelaat om buiten te vertoeven, toch tot rust te kunnen komen doordat we van hieruit met open blik kunnen kijken op het groen uit onze tuin en de planten op ons terras.

- **Verwilderde of Engelse tuin**

  Engelse tuin. De structuur zorgt voor rust in mijn hoofd. De organische lijnen van tuinindelingen en borders met aan de rand een overgang-spel van bomen en hagen met doorkijk naar de weides met dieren die rondom ons liggen vormen de perfecte combinatie van structuur en de wilde natuur. Het feit dat veel vogels en nuttige insecten hun huis vinden in onze tuin wil voor ons zeggen dat we een gezonde landelijke tuinsfeer creëerden.



Kortnieuws

‘KERST KOMT BINNEN’

Stars for Europe zet poinsettia centraal in de kerstvoorbereiding. Consumenten inspireren én professionals ondersteunen.



De kerstboom staat misschien nog niet, maar de kerstsfeer kan al wel beginnen. Met de nieuwe campagne ‘Kerst komt binnen’ maakt Stars for Europe van de poinsettia het startpunt van de kerstvoorbereiding. Met een breed palet aan kleuren en vormen geeft deze seizoensplant ieder interieur direct een warme en feestelijke uitstraling.

De campagne laat consumenten zien hoe veelzijdig de plant is en hoe eenvoudig een kerstgevoel in huis kan ontstaan. Tegelijkertijd krijgen professionals in de groene sector concrete middelen om deze inspiratie te vertalen naar zichtbaarheid en verkoop.

Voor retailers is tegelijkertijd een uitgebreid pakket aan gratis marketingmateriaal beschikbaar. POS-banners en posters, kant-en-klare teksten voor nieuwsbrieven, websites en social media, hoogwaardige fotografie en stap-voor-stap uitgewerkte DIY-projecten maken het eenvoudig om de campagne ook zelf zichtbaar te maken.

€500 voor de meest creatieve kerstpresentatie.

De campagne krijgt dit jaar bovendien een speels vervolg op de winkelvloer. Retailers in Nederland en België maken kans op €500 voor een kerstborrel of andere personeelsactiviteit door hun kerstpresentatie met poinsettia creatief in beeld te brengen. De opdracht is eenvoudig: verwerk kerststerren, inclusief het beschikbare POS-materiaal, in het kerstdecor, leg het resultaat vast op video en deel dit op social media. De meest creatieve inzending wint de prijs.

Promotiemateriaal is te downloaden via www.sfe-trade.com/nl. Voor advies en aanvullende informatie: campagnemanager Marie Legendre (marie@conceptfactory.eu).

WAT EEN WEEK IN DUITSLAND!

Nieuws van de International Garden Centre Association

Van 16 tot en met 22 augustus kwamen vertegenwoordigers uit 21 landen (waaronder België) bijeen in de schaduw van kasteel Neuschwanstein en ik kan met overtuiging zeggen: het was een van de beste IGCA-congressen van de afgelopen jaren. Onze gastheren van het Verband Deutscher Garten-Center, onder leiding van hun voorzitter, Martina Mensing-Meckelburg, hebben de lat erg hoog gelegd en ons een congres geboden waar we nog lang over zullen napraten.

Ze lieten ons kennismaken met de Flower Gaudi, een Beierse avond die werd georganiseerd in de serre van een tuincentrum, met dirndls, bierpullen en een geweldige sfeer, vol energie, gelach en vrolijkheid. Vervolgens namen ze ons mee op een Flossfahrt, een vlotvaart op de rivier, waarbij ze ons gewoon lieten genieten van het moment. Ze namen ons ook mee naar de Tegelberg, met de majestueuze Alpen op de achtergrond. En de hele week door hebben ze ons eraan herinnerd dat onze sector ook weet te vieren wat hem zo uniek maakt.

Japan. Tijdens de slotavond in München hebben we IGCA Japan 2027 officieel gelanceerd. Sindsdien hebben zich al 100 leden aangemeld. Zo’n dynamiek is zeer bemoedigend. Japan biedt een uitzonderlijke rijkdom aan creativiteit, tuinbouwtraditie en cultuur, en we kijken ernaar uit om jullie daar volgend jaar te verwelkomen. Meer info: igca2027.com

Fergal Doyle, President IGCA





VOOR U **GELEZEN**

Boeken zijn een extra stimulans voor extra omzet in onze sector. Dit kwartaal verslonden we een tuin-kookboek van Engelse auteurs, uiteraard verkrijgbaar bij de betere boekhandel.



365 dagen eten uit eigen tuin (Huw Richards & Sam Cooper)

Is dit een kookboek? Jazeker. Is het een tuinboek? Ook!

Deze A tot Z gids voor het kweken, koken en conserveren van voedsel uit je eigen tuin, hoe groot of klein die ook is, leert je alles over de kweekbenodigdheden en methoden (ook in potten, dus zelfs op je terras), over compost maken en kook- en bewaringstechnieken. Vervolgens krijg je heel wat lekkere en makkelijke recepten aangereikt, gegroepeerd per groentesoort: wortelgroenten, vruchtgroenten, bladgroenten, kruiden en nog zoveel meer. 365 dagen eten uit eigen tuin, het kàn.

Wij probeerden alvast de courgette-carpaccio en kunnen iedereen aanraden dat ook eens te doen.

Veiling Rhein-Maas



Veiling Rhein-Maas
Uw liveveiling in Duitsland

→ Dagelijks verse producten – 5 dagen per week geopend
→ Gegarandeerde kwaliteit en producten rechtstreeks van de producent

Meer informatie vindt u op onze website:

luiten-greenhouses.com

Grenzeloze mogelijkheden voor uw tuincentrum

- Renovatie
- Nieuwbouw
- Insectengaas
- Scherminstallaties
- Service & onderhoud



LUITEN

Built on experience, Made for success

ADVERTORIAL

LUITEN GREENHOUSES:
UW TUINCENTRUM IN TOPCONDITIE



U zorgt voor de groei, wij voor de techniek!

Een goed functionerend tuincentrum vraagt om de juiste aandacht. Van goed onderhouden kassen en betrouwbare installaties tot een verzorgde uitstraling: alles draagt bij aan een prettige omgeving voor uw klanten en een soepel draaiende bedrijfsvoering. Of het nu gaat om preventief onderhoud, het verhelpen van storingen of het renoveren van uw bestaande locatie, Luiten Greenhouses staat voor u klaar met praktische oplossingen, vakkundige service en oog voor kwaliteit.

Goed onderhoud begint bij vooruitkijken

Een storing komt nooit gelegen. Daarom is het belangrijk om uw kas en installaties regelmatig te controleren en goed te onderhouden. Luiten Greenhouses verzorgt uiteenlopende werkzaamheden, van het reinigen van kasgoten en het smeren van tandbanen tot het controleren van luchtramen en het opsporen en verhelpen van lekkages.

Door onderhoud tijdig uit te voeren, kunnen problemen vroegtijdig worden gesignaleerd en aangepakt. Dat helpt onverwachte reparaties, schade en onnodige stilstand te beperken. Bovendien draagt goed onderhoud bij aan een langere levensduur van uw installaties en blijft uw tuincentrum in optimale conditie. Met deskundige service en een praktische aanpak zorgen we ervoor dat uw kas en installaties betrouwbaar blijven functioneren. Daarbij kijken we niet alleen naar wat er op dat moment nodig is, maar denken we ook mee over het voorkomen van toekomstige problemen. Zo kunt u zich richten op uw dagelijkse werkzaamheden, terwijl wij zorgen voor de techniek achter uw tuincentrum.

Renovatie: een frisse uitstraling, klaar voor de toekomst

Naast onderhoud kan ook renovatie een belangrijke stap zijn om uw tuincentrum toekomstbestendig te maken. Is uw locatie toe aan vernieuwing? Met een gerichte renovatie geeft u uw tuincentrum een frisse, professionele uitstraling en verbetert u de functionaliteit, zonder dat nieuwbouw direct nodig is.

Bij Luiten Greenhouses kijken we verder dan alleen wat aan vervanging toe is. We onderzoeken welke onderdelen vernieuwd moeten worden en wat nog prima functioneert. Door bestaande constructies en materialen waar mogelijk te behouden, beperken we onnodige kosten en dragen we bij aan duurzamer materiaalgebruik. Een renovatie biedt bovendien verschillende mogelijkheden. Zo kan het vernieuwen van specifieke onderdelen al een groot verschil maken in de uitstraling en het gebruiksgemak van uw tuincentrum. Waar mogelijk stemmen we de werkzaamheden af op uw bedrijfsvoering, zodat de overlast beperkt blijft en uw tuincentrum tijdens de uitvoering open kan blijven. Ook op het gebied van energieverbruik en duurzaamheid valt er winst te behalen. Door moderne materialen en technieken toe te passen waar dat passend is, kunt u uw locatie verbeteren en voorbereiden op de toekomst. Afhankelijk van de werkzaamheden en de geldende regelgeving kan renovatie bovendien binnen de bestaande vergunningen passen.

Geen enkel tuincentrum is hetzelfde. Daarom bekijken we samen met u welke verbeteringen het meeste opleveren en welke aanpak aansluit bij uw wensen, budget en toekomstplannen. Zo investeren we gericht in een locatie die weer jaren mee kan.

Eén partner voor onderhoud, service en renovatie

Of het nu gaat om een kleine onderhoudsklus, het verhelpen van een storing of een complete renovatie: Luiten Greenhouses biedt ondersteuning op maat. We combineren technische kennis met een praktische aanpak en denken graag met u mee over oplossingen die passen bij uw locatie en bedrijfsvoering. Want een goed onderhouden en toekomstbestendig tuincentrum begint bij techniek waarop u kunt vertrouwen.



Benieuwd wat wij voor uw tuincentrum kunnen betekenen?

Neem contact op met Patrick van Scheijndel en ontdek de mogelijkheden.

Patrick van Scheijndel, Sales Manager

+31 (0)6 48 16 07 31 • tuincentra@luiten-greenhouses.com

De visie van Polle Gazon(*)



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

BEGROTING OPMAKEN – EEN BEESTIGE OEFENING

Oktober… dé maand waarin politici zich uitsloven om een sluitende begroting op te maken voor 2027. Vlaanderen is klaar met de oefening en gaat zomaar eventjes 1,9 miljard besparen. Voor zover… de vakbonden er zich in kunnen vinden. Om het met de woorden van Bart te zeggen: "Quod non". Natuurlijk. Want 180 miljoen wordt gevonden door te besparen op personeel, er zouden 2 feestdagen die een ambtenarenexclusiviteit zijn, worden afgeschaft, De Lijn krijgt de helft minder, de VRT moet besparen en het kuisgilde gaat massaal op den dop. Zegt men.

Op een budget van 68,3 miljard doet Vlaanderen dus met véél moeite en hopelijk meewerkende vakbonden, een besparing van nauwelijks 2,8%. De berg baart een **muis**. Maar goed, beter dan niets.

't Is natuurlijk geen eenvoudige opdracht, dat vinden van miljoenen zonder uw **schapen** voor de borst te stoten. Eigenlijk is het een onmogelijke opdracht nog eens rekening houdend met het feit dat elke "kleur" nog zijn kleine en grote overwinningen moet en zal binnenhalen. Inmiddels sijpelen ook wat gegevens uit Wallonië en Federaal binnen. In Wallonië, waar het water niet meer aan de lippen staat maar het **kalf** al jàren verdronken is,

> **"De berg baart een muis. Maar goed, beter dan niets. "**

beperkt men zich inmiddels tot… het zoeken naar 900 miljoen bij een schuldenlast van maar liefst 33 miljard. Federaal wil BDW niet nog eens een **koerspaard** in een **kameel** zien veranderen.

Tegen de publicatie van het magazine, weten we meer of hebben we een regering in lopende zaken.

Wat ik, en hopelijk velen onder mijn lezers, wel besef, is dat de broeksriem aanhalen nooit fijn, maar noodzakelijk is. En dat het àltijd mensen ongelukkig maakt. Er is geen **kat** die graag zijn favo subsidietje ziet verdwijnen, niemand betaalt graag meer voor de poetsvrouw, niemand springt een gat in de lucht als de BTW verhoogt.

Daarover gesproken, hier in ons landje lijkt dat wat "groen" betreft nog mee te vallen in tegenstelling tot de plannen bij de Noorderburen waar ze van 9% naar 21% willen gaan. Merk op: we lopen als steeds achter bij Nederland: wij zouden nu naar 9% gaan, ginds was het al. Als het 21% wordt, dan is dat goed nieuws voor de tuincentra nabij de landsgrens. Naast "dieseltoerisme" ontstaat er dan een flinke stroom groene grensaankopen. Puik werk van de Nederlandse politici!

P. Gazon

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





BTV-agenda

2026

18 – 19 november	**GRS beurs "Tuinwinkel/Groen voorjaar 2027"** voor GRS-leden

2027

14 – 18 januari	**Maison & Objet,** Parijs (Fr)
20 januari	**NIEUWJAARSVERGADERING BTV,** ontvangst vanaf 18u **Thema: "De generatiebril",** Pascal Roskam, HOGent. Kijken naar de verschillen tussen generaties **Locatie: Fleur, Beselare.** Meer info en inschrijven volgt.
26 - 29 januari	**IPM,** Essen (DE)



OPLEIDING GASTVRIJHEID

Verleiden begint niet in de slaapkamer. Het begint bij hoe je klanten als gasten ontvangt.



Je klant beslist aan de inkom of hij zich welkom voelt. Dat is lang voor hij je planten of je prijzen ziet.

Op een drukke zaterdag gaat alles snel. Je mensen vullen rekken aan, zetten karren klaar of springen bij voor een collega. En ondertussen:

- stapt een klant binnen, en niemand die opkijkt of hem begroet;
- probeert een andere klant een keuze te maken, zonder dat iemand hem te hulp schiet;
- stapt nog een andere klant buiten zonder aankoop, en stelt niemand zich daar vragen bij.

Die klanten klagen niet. Ze komen gewoon niet terug. Hoeveel verkopen heb je dit jaar zo gemist?

✕ Een klant die zich niet gezien voelt, twijfelt en vertrekt. Mogelijk naar je concurrent.

✓ **Een klant die zich welkom voelt, koopt met vertrouwen en komt terug.**

Gastvrijheid kan je trainen.

In onze **opleiding gastvrijheid** leren je mensen hoe ze klanten zien, aanspreken en helpen, ook als het druk is. Dat vertrekt van één vaste reflex: de klant komt altijd van rechts. De klant die er nu is, gaat voor op het werk dat nog moet gebeuren.

Praktisch en meteen toepasbaar op je winkelvloer.

Wil je gastvrijheid in je tuincentrum versterken?

Scan de QR-code en leg vandaag nog contact.

tonc Sidekick for stores & showrooms

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