



MOESTUINGEBEUREN STEEDS BELANGRIJKER IN TUINCENTRA

WEEK VAN DE MOESTUIN 12 – 21 APRIL 2014

De Belgische Tuincentra Vereniging (BTV) organiseert van 12 tot 21 april de “Week van de moestuin” als onderdeel van de campagne “Smakelijke Tuin”. Zelf groenten en fruit kweken is opnieuw in en kent al een vijftal jaren een permanent opgaande trend. Steeds meer tuincentra nemen moestuinproducten op in hun sortiment.

.....
Willy De Geest, bron BTV

De ‘Week van de moestuin’ is een campagne die de leden van de Belgische Tuincentra Vereniging (www.tuincentra-vzw.be) tot nu toe geen windeieren heeft gelegd. Steeds meer tuincentra nemen het assortiment moestuinproducten op in hun gamma of breiden het uit. In sommige tuincentra was de omzetstijging in moestuinartikelen maal 3. Ook het verhaal van de vierkantemeter-tuin blijkt een groot succes te zijn. Wachtlijsten in tuincentra voor de aankoop van een vierkantemeter-bak zijn niet vreemd.

“Het is duidelijk dat elk tuincentrum nu grote voorraden heeft aan diverse vormen van vierkantemeter-concepten, maar ook accessoires voor het zelf kweken zoals zaaibakjes of plastic-tunnels”, aldus Luk Nuytten, secretaris van BTV. De vereniging zorgt ervoor dat tuincentra die deelnemen aan de “Week van de moestuin” speciaal POS-materiaal krijgen om een eigen moestuinkamer in te richten.

De moestuincampagne van BTV verloopt in samenwerking met Allegrow groentenplanten, Bayer Garden, Compo Benelux, De Ceuster Meststoffen, Edialux, Hillhout, Naturen, Osmo, Somers Seeds, Vilmorin (zaden), Polet Quality Tools, Talen Tools, Fence / Jardin & Loisirs.

De moestuin, een trend of veel meer?

Terwijl sommige liefhebbers van een mooie siertuin zoeken naar een tuin met minder werk – ook een trend –, willen anderen anderzijds steeds meer werken in eigen moestuin. Moestuiniëren wordt als het ware ‘a way of life’. Heeft de aanhoudende zgn. crisis met deze trend iets te maken? Het Directoraat-Generaal Ontwikkelingssamenwerking en Humanitaire Hulp (DGD)

stelt dat voedselzekerheid de zaak is van iedereen, ook van de geïndustrialiseerde landen. Het rijke Europa gaat momenteel gebukt onder besparingen en houdt de knip op de beurs. Daarom krijgen volgens DGD nieuwe burgerinitiatieven vorm: stadsmoestuinen, groepsaankopen bij kleine boeren, een nieuwe gezinsboerderij en steden in transitie.

We ervaren het ook in onze eigen



▲ Vierkantemeter-tuinieren is een hype. Elk tuincentrum heeft nu grote voorraden van diverse vormen van vierkantemeter-concepten.



© W. De Geest

▲ Het aanbod aan moestuingelateerde planten neemt sterk toe.

regio's. Zo is het de opdracht van het strategisch project Gent-Oost (Vlaamse overheid) om de aanwezige glastuinbouw te gebruiken als motor voor duurzame ruimtelijke ontwikkeling. Hierbij is 'verbreding' één van de doelstellingen. Verbreding gaat dan onder meer in de richting van gebruik van leegstand voor groentenproductie (de zelfpluktuin, de stadsmoestuin ...). Ook onze Vlaamse volkstuinten zijn opnieuw in opmars en het fenomeen van samentuinen is een erg populaire trend gebaseerd op het principe

van de volkstuin, maar waar mensen veel meer samen werken, ook in een gemeenschappelijke moestuin. Parijs heeft nu al meer dan 70 "jardins partagés" of ook wel "community gardens" genoemd. Er zijn dus voorbeelden te over die aantonen dat groenten en kruiden nog een belangrijker aandeel gaan innemen in het aanbod bij tuincentra.

Evolutie in de tuincentra

In de tuincentra is de omzet in groenten en kruidenplanten sinds 2010 meer

dan verdubbeld. Daarbij is in de periode 2010-2014 de aankoopprijs van groenteplanten met ruim 10% gestegen. De courante groenten hebben min of meer de index gevolgd; minder gekende soorten werden relatief goedkoper als gevolg van een toenemende vraag versus productie. De verkoopprijzen in het tuincentrum zijn daartegen met slechts 5% gestegen, maar daartegenover staat een grote afzet, terwijl bij de marktkramers op dit vlak de omzet gedaald is.

Het aantal leveranciers van groenteplanten neemt toe, terwijl ook het assortiment van aangeboden groenteplanten sterk stijgt. Er zijn bijvoorbeeld meer dan 30 tomatensoorten en minder gekende Oosterse groenten veroveren de markt. Ook het kruidenaanbod zit in stijgende lijn.

Deze evolutie is in dezelfde mate voelbaar voor de moestuingelateerde producten als meststoffen, zaden, potgrond, gewasbescherming, accessoires, gereedschappen, enzovoort. Er zijn in de tuincentraverkoop ook andere trends waar te nemen. Er komen grotere planten op de markt en het aanbod gaat zelfs zo ver dat direct plukbare vruchtdragende gewassen als tomaten, paprika, aardbeien in de schappen staan. De grote vraag naar grote kruidenpotten en kruidentuintjes zijn onder meer een gevolg van de talrijke kookprogramma's op TV. Ook de verkoop van exoten en kleinfruit zit in stijgende lijn. ■

SCHRIJF UW BEDRIJF IN VOOR OP DE SIERTOER 4 KIDS EN OP DE SIERTOER

De promotie van de (Oost-Vlaamse) sierteelt werd op 1 januari 2014 door de dienst Landbouw & Platteland van de Provincie Oost-Vlaanderen overgenomen van EROV vzw. De imago-ondersteunende activiteiten 'Op de Siertoer 4 Kids' en 'Op de Siertoer' worden in 2014 in een gelijkaardig concept verder gezet.

Op de Siertoer 4 Kids

dinsdag 20 mei 2014

Op de Siertoer 4 Kids laat kinderen uit de derde graad lager onderwijs kennis maken met de boeiende sierteeltsector. Siertelers en boomkwekerijen ontvangen op die dag leerlingen in hun serres of op hun boomkwekerijen. Het blijft een unieke gelegenheid om deze nieuwsgierige kinderen een realistisch beeld mee te geven. De leerlingen krijgen uitleg over het bedrijf, de teelt,

de bedrijfsvoering en de vijf onmisbare naturelementen die de plantengroei regelen.

Daarnaast krijgen de kinderen ook de kans om zelf de handen uit de mouwen te steken, bijvoorbeeld door te helpen met het stekken van planten, het verpotten of klaarzetten van planten voor het transport.

Elk bezoek duurt ongeveer twee uur. Voor elk bedrijf voorzien we infopanelen en educatief materiaal op maat van de kinderen. De leerkrachten ont-

vangen eveneens het educatief pakket ter voorbereiding van het bedrijfsbezoek.

