

NL

Tuinbranche uit het dal, maar kleinere centra hebben het lastig

Bezoek aan tuincentrum moet een 'dagje uit' zijn

NUENEN | De tuinbranche is de crisis te boven, maar dat geldt lang niet voor alle ondernemers. Kleine tuincentra hebben het lastig, de allergrootste floreren.

ANNEMIEKE VAN DONGEN

Bij tuincentrum Coppelmans in Nuenen gaat dit jaar de schop in de grond. En flink: de zaak wordt uitgebreid van 3000 naar 9000 vierkante meter. Die verdriedubbeling is noodzakelijk, zegt Patrick Coppelmans van het familiebedrijf dat acht tuincentra heeft in Oost-Brabant. „Dan kunnen mensen lekker lang rondslenteren, en ondertussen een kop koffie drinken. Een bezoekje aan een tuincentrum moet tegenwoordig echt een dagje uit zijn. Met een kleine vestiging red je het als ondernemer niet meer.”

De economische crisis heeft de tuinbranche opgeschud. Na het dieptepunt in 2013 zagen de tuincentra hun totale omzet vorig jaar weer met zo'n 2 procent stijgen. Tegelijkertijd gingen echter verschillende kleine tuincentra failliet, waaronder een GroenRijk in Zoetermeer en Life & Gardens in Breda en Veldhoven. Ook dit jaar zullen zo'n vijftien tuincentra hun deuren sluiten, voorspelt de Rabobank. Waren er 5 jaar geleden nog 585 tuincentra in Nederland, nu zijn dat er nog zo'n 540. De grote vestigingen worden daarbij steeds groter; het totale aantal vierkante meters tuincentra neemt toe. Tegelijk groeit de concurrentie. Ook Hornbach, Praxis en Lidl

lokken klanten met scherpe aanbiedingen voor planten en snoeischaar. En wie een nieuwe grasmaaier of terrastegels zoekt, kan die ook online bestellen bij Bol.com, of rechtstreeks bij de fabrikant. Hoef je er niet eens zelf mee te sjouwen.

Tuincentra die willen overleven,



Met een kleine vestiging red je het als ondernemer niet meer

-Patrick Coppelmans

moeten zich dus van de bouwmarkten, supermarkten en webshops onderscheiden, zegt Martin van Zwol, adviseur in de branche. „Kansen liggen er zeker. Aan de kijkcijfers van *Robs Grote Tuinverbouwing* en *Eigen Huis en Tuin* zie je dat tuinieren volop in de belangstelling staat. Maar om klanten te trekken, moeten tuincentra nu keihard werken. De sky is niet langer de limit, zoals vóór de crisis.”



Tuincafé, kinderhoek, themaweek en workshops om klanten te trekken

◀ Patrick Coppelmans breidt zijn tuincentrum uit: „Mensen moeten kunnen rondslenteren.”

FOTO KOEN VERHELDOEN

maart wegens gebrek aan exposanten niet door. De beurs was te weinig met z'n tijd meegegaan, erkent de organisatie, WTC Expo. „We hebben de beurs vorig jaar opgefrist, maar wellicht zijn de bakens te laat verzet.” Net als een tuincentrum moet een tuinbeurs een belevenis zijn, stelt directeur Frank van der Heide van Tuinbranche Nederland. „Je moet inspiratie bieden, nieuwe tuinontwerpen tonen, dé specialist in tuinieren zijn. Het moet echt een feestje zijn.”

Tuincafé

Dat lukt concurrent Tuinde-lijkbaar wel. Met een scala aan speciaal ontworpen inspiratietuinen verwacht de tuinbeurs eind februari in de Bossche Brabantshallen meer dan 250 exposanten. Om die allemaal te herbergen, breidt de organisatie dit jaar uit met een extra hal.

Ook de uitbreidende tuincentrumondernemer Patrick Coppelmans ziet de toekomst met vertrouwen tegemoet. Als zijn nieuwbouw af is, kunnen klanten er halverwege hun rondje een broodje eten in het tuincafé. Er komt een kinderhoek, er zijn themaweek en bijvoorbeeld workshops bloemschikken.

De grootste uitdaging voor Coppelmans is het aantrekken van jongere klanten, zegt hij. Nu zijn het de vijfzigplussers die veruit het meeste geld in de kassa's van tuincentra achterlaten. „Zij zijn opgegroeid in een tijd dat bijna iedereen tuinierde. Jongeren weten vaak niets over snoeien, stekken en de beste planttijd. Tegelijk groeit onder die groep wel de belangstelling voor moestuintjes, en voor planten die bijen, vlinders en vogels aantrekken. We leiden ons personeel op om klanten daarover te informeren. Zo zorgen we hopelijk voor een nieuwe generatie die straks achter zijn zelfgekweekte geraniums wil zitten.”

De wereld is veranderd, ondervond ook de organisatie van Huis & Tuin in Leeuwarden. De grootste tuinbeurs in het noorden gaat begin

Lang waanden de tuincentra zich onaantastbaar. Zelfs toen de huizenmarkt instortte en Nederlanders verhuizingen en vakanties uitstelden, bleven mensen wel geld uitgeven aan de inrichting van hun huis en tuin. Uiteindelijk sloeg ook in de tuinbranche de crisis toe, met stevige omzetsdalingen in 2012 en 2013.

Inmiddels is de branche, in het kielzog van de aantrekkende woningmarkt, weer wat opgekrabbeld.

AUTEUR:

Annemieke van Dongen | Foto: Koen Verheijden

PUBLICATIEDATUM:

14 jan 2016, 06.21 uur



De tuinbranche is de crisis te boven, maar dat geldt lang niet voor alle ondernemers. Kleine tuincentra hebben het lastig, de allergrootste floreren. Dat schrijft het AD donderdag.

Bij tuincentrum Coppelmans in Nuenen gaat dit jaar de schop in de grond. En flink: de zaak wordt uitgebreid van 3000 naar 9000 vierkante meter. Die verdriedubbeling is noodzakelijk, zegt Patrick Coppelmans van het familiebedrijf dat acht tuincentra heeft in Oost-Brabant. „Dan kunnen mensen lekker lang rondslechteren, en ondertussen een kop koffie drinken. Een bezoekje aan een tuincentrum moet tegenwoordig echt een dagje uit zijn. Met een kleine vestiging red je het als ondernemer niet meer.”

De economische crisis heeft de tuinbranche opgeschud. Na het dieptepunt in 2013 zagen de tuincentra hun totale omzet vorig jaar weer met zo'n 2 procent stijgen. Tegelijkertijd gingen echter verschillende kleine tuincentra failliet, waaronder een GroenRijk in Zoetermeer en Life & Gardens in Breda en Veldhoven. Ook dit jaar zullen zo'n vijftien tuincentra hun deuren sluiten, voorspelt de Rabobank. Waren er 5 jaar geleden nog 585 tuincentra in Nederland, nu zijn dat er nog zo'n 540. De grote vestigingen worden daarbij steeds groter; het totale aantal vierkante meters tuincentra neemt toe. Tegelijk groeit de concurrentie. Ook Hornbach, Praxis en Lidl lokken klanten met scherpe aanbiedingen voor planten en snoeischaars. En wie een nieuwe grasmaaier of terrastegels zoekt, kan die ook online bestellen bij Bol.com, of rechtstreeks bij de fabrikant. Hoef je er niet eens zelf mee te sjouwen.

Tuincentra die willen overleven, moeten zich dus van de bouwmarkten, supermarkten en webshops onderscheiden, zegt Martin van Zwol, adviseur in de branche. „Kansen liggen er zeker. Aan de kijkcijfers van Robs Grote Tuinverbouwing en Eigen Huis en Tuin zie je dat tuinieren volop in de belangstelling staat. Maar om klanten te trekken, moeten tuincentra nu keihard werken. De sky is niet langer de limit, zoals vóór de crisis."

Lang waanden de tuincentra zich onaantastbaar. Zelfs toen de huizenmarkt instortte en Nederlanders verhuizingen en vakanties uitstelden, bleven mensen wel geld uitgeven aan de inrichting van hun huis en tuin. Uiteindelijk sloeg ook in de tuinbranche de crisis toe, met stevige omzetsdalingen in 2012 en 2013.

Inmiddels is de branche, in het kielzog van de aantrekkende woningmarkt, weer wat opgekrabbeld. Mensen verhuizen weer, en bij een nieuw huis hoort een fijne tuin. Maar de gouden tijden van voor de economische crisis komen niet meer terug. De Rabobank signaleert 'grillig consumentengedrag' en verwacht dat de omzet van de tuincentra dit jaar zal stabiliseren.

De wereld is veranderd, ondervond ook de organisatie van Huis & Tuin in Leeuwarden. De grootste tuinbeurs in het noorden gaat begin maart wegens gebrek aan exposanten niet door. De beurs was te weinig met z'n tijd meegegaan, erkent de organisatie, WTC Expo. „We hebben de beurs vorig jaar opgefrist, maar wellicht zijn de bakens te laat verzet." Net als een tuincentrum moet een tuinbeurs een belevenis zijn, stelt directeur Frank van der Heide van Tuinbranche Nederland. „Je moet inspiratie bieden, nieuwe tuinontwerpen tonen, dé specialist in tuinieren zijn. Het moet echt een feestje zijn."

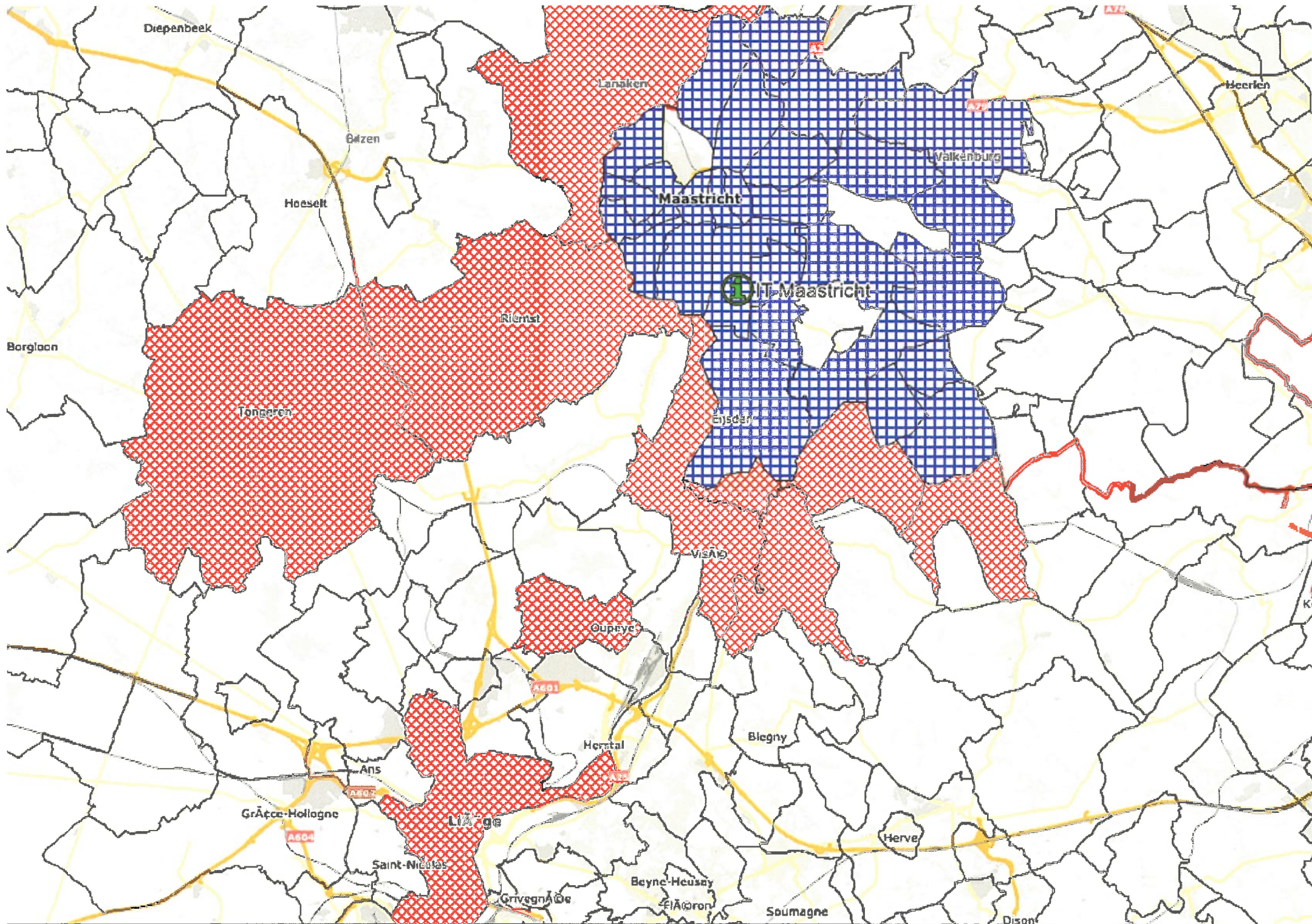
Tuincafé

Dat lukt concurrent Tuinidee blijkbaar wel. Met een scala aan speciaal ontworpen inspiratietuinen verwacht de tuinbeurs eind februari in de Bossche Brabanthallen meer dan 250 exposanten. Om die allemaal te herbergen, breidt de organisatie dit jaar uit met een extra hal.

Ook de uitbreidende tuincentrumondernemer Patrick Coppelmans ziet de toekomst met vertrouwen tegemoet. Als zijn nieuwbouw af is, kunnen klanten er halverwege hun rondje een broodje eten in het tuincafé. Er komt een kinderhoek, er zijn themaweken en bijvoorbeeld workshops bloemschikken.

De grootste uitdaging voor Coppelmans is het aantrekken van jongere klanten, zegt hij. Nu zijn het de vijftigplussers die veruit het meeste geld in de kassa's van tuincentra achterlaten.

"Zij zijn opgegroeid in een tijd dat bijna iedereen tuinierde. Jongeren weten vaak niks over snoeien, stekken en de beste planttijd. Tegelijk groeit onder die groep wel de belangstelling voor moestuintjes, en voor planten die bijen, vlinders en vogels aantrekken. We leiden ons personeel op om klanten daarover te informeren. Zo zorgen we hopelijk voor een nieuwe generatie die straks achter zijn zelfgekweekte geraniums wil zitten."





VOLGNUMMER
35-2013

DATUM
26 maart 2013

TEAM
Ontwerp

CORRESPONDENTIENUMMER
2013.12073

BIJLAGEN
1

RAADSCOMMISSIE
Stadsontwikkeling

ONDERWERP RAADSVORSTEL
Vaststellen Bestemmingsplan Molensingel Tuincentrum

STELLER
Goessen/350 4565
henk.goessen@maastricht.nl

AAN DE GEMEENTERAAD,

1. Samenvatting

Thans ligt voor het voorstel tot vaststelling van het bestemmingsplan Molensingel Tuincentrum. Dit bestemmingsplan maakt de verplaatsing van het Tuincentrum Intratuin aan de Molensingel 75 naar de locatie hoek Molensingel/ Slagmolen, die iets zuidelijker is gelegen, mogelijk. Tevens maakt ook de huidige locatie deel uit van dit plan omdat voor de huidige locatie de bestaande specifieke functieaanduiding tuincentrum uit de bedrijfsbestemming is verwijderd om te voorkomen dat ter plaatse een nieuw tuincentrum gevestigd zou kunnen worden.

Het bestemmingsplan Molensingel Tuincentrum heeft als ontwerp met ingang van 28 januari 2013 gedurende 6 weken voor een ieder ter inzage gelegen, waarbij de gelegenheid is geboden om binnen deze termijn zienswijzen met betrekking tot het ontwerp kenbaar te maken. Er zijn geen zienswijzen ingediend. Er zijn ook geen ambtshalve wijzigingen voorzien.

2. Beslispunten

1. Het bestemmingsplan Molensingel Tuincentrum ongewijzigd vast te stellen
2. Te bepalen dat voor het bestemmingsplan Molensingel Tuincentrum het digitale bestand o_NL.IMRO00935. bpMolensingelTcen-vg01.dwg als ondergrond wordt gebruikt. (Art. 1.2.4 lid 1 Bro)
3. Geen exploitatieplan vast te stellen

3. Aanleiding

Intratuin, gevestigd aan de Molensingel 75, te Maastricht heeft lange tijd gezocht naar mogelijkheden om hun vestiging te kunnen uitbreiden, zowel op de huidige locatie als op een locatie in de directe omgeving daarvan.

Uw gemeenteraad heeft bij de vaststelling van de concentratieplek PDV in Belvédère in februari 2011 aan het college de opdracht verstrekt om Intratuin in deze zoektocht op de huidige plek of in de directe omgeving daarvan te faciliteren.

Het onderhavig bestemmingsplan geeft invulling aan de gewenste uitbreiding en is dus primair opgesteld om de verplaatsing van de huidige naar de nieuwe locatie planologisch juridisch te regelen en de ontwikkeling op de nieuwe locatie vorm te geven. Het plan bevat tevens een specifieke regeling voor wat betreft het te voeren assortiment.

Het ontwerpbestemmingsplan heeft met ingang van 28 januari 2013 gedurende 6 weken voor een ieder ter inzage gelegen, waarbij de gelegenheid is geboden om binnen deze termijn zienswijzen met betrekking tot de ontwerp plan kenbaar te maken. Er zijn geen zienswijzen ingediend. Wel heeft de



provincie laten weten dat er voor het provinciebestuur geen aanleiding is om ten aanzien van het plan een zienswijze in te dienen.

4. Relatie met bestaand beleid

In februari 2011 heeft de gemeenteraad besloten het gebied Belvédère aan te wijzen als concentratieplek voor PDV. Daarbij is besloten ons college opdracht te geven te onderzoeken of, in aanvulling op de PDV-locatie Belvédère, het bestaande tuincentrum in zuidoost Maastricht op de bestaande of een zuidelijkere locatie gefaciliteerd kan worden. Met dit raadsbesluit is de weg vrijgemaakt om, in afwijking van het generieke perifere detailhandelsbeleid, de groei en hervestiging van Intratuin Maastricht op het bedrijventerrein Eijsden-Maastricht mogelijk te maken. Uw raad is daar middels een brief van 11 oktober 2012 aan de raadscommissie Stadsontwikkeling en de raadscommissie Economische en Sociale zaken over geïnformeerd.

5. Gewenst beleid en mogelijke opties

Gelet op het vorenstaande en rekening houdend met het feit dat er geen zienswijzen zijn ingediend wordt voorgesteld om het thans voorliggende plan ongewijzigd vast te stellen zodat de benodigde vergunningen voor de nieuw vestiging van het tuincentrum spoedig kunnen worden afgegeven en zodat kan worden voorkomen dat er op de bestaande locatie een nieuw tuincentrum kan worden gevestigd.

6. Duurzaamheid en gezondheid

Niet van toepassing

7. Personeel

Niet van toepassing

8. Informatie en automatisering

Niet van toepassing

9. (Duurzame) aanbestedingen

Niet van toepassing

10. IBOR beheersparagraaf

Niet van toepassing

11. Financiën

Het aan dit bestemmingsplan ten grondslag liggende initiatief wordt aangemerkt als een bouwplan ingevolge de Grondexploitatiewet. Dit betekent dat de grondexploitatiekosten verhaald moeten worden. Omdat het hele plan voor rekening en risico van de initiatiefnemer wordt gerealiseerd en de gemeentelijke kosten van de grondexploitatie bij de levering van de grond zijn verdisconteerd in de grondprijs is de uitvoerbaarheid van het plangegarandeerd. De overeenkomsten inzake de grondtransacties zijn ondertekend. Uw raad is hier middels een brief van 17 januari 2013, aangeboden bij brief van 28 februari 2013 aan de raadscommissie Stadsontwikkeling en de raadscommissie Economische en Sociale Zaken over geïnformeerd.



VOLGNUMMER
35-2013

12. Voorstel

1. Het bestemmingsplan Molensingel Tuincentrum ongewijzigd vast te stellen
2. Te bepalen dat voor het bestemmingsplan Molensingel Tuincentrum het digitale bestand o_NL.IMRO00935. bpMolensingelTcen-vg01.dwg als ondergrond wordt gebruikt. (Art. 1.2.4 lid 1 Bro)
3. Geen exploitatieplan vast te stellen

13. Vervolg / Planning

Na de vaststelling wordt het bestemmingsplan gedurende 6 weken ter inzage gelegd en kan uitsluitend een belanghebbende die aantoont dat hij redelijkerwijs niet in staat is geweest tijdig zijn zienswijze inzake het ontwerp bestemmingsplan bij de gemeenteraad van Maastricht kenbaar te maken.

Zodra het plan in werking is getreden kan de Wabo-vergunning worden afgegeven waarna de feitelijke realisering beginnen.

Burgemeester en Wethouders van Maastricht,

De Secretaris,

De Burgemeester,

In de raadsportefeuille ligt ter inzage:

Het ontwerp bestemmingsplan Molensingel Tuincentrum

Raadsvoorstel



BIJLAGE

I

VOLGNUMMER

35-2013

DE RAAD DER GEMEENTE MAASTRICHT,

gezien het voorstel van Burgemeester en Wethouders d.d. 26 maart 2013
team Ontwerp, no.2013.12073;

overwegende dat het ontwerp bestemmingsplan Molensingel – Tuincentrum met ingang van 28
januari 2013 gedurende 6 weken voor een ieder ter inzage heeft gelegen, waarbij de gelegenheid
is geboden om binnen deze termijn zienswijzen met betrekking tot het ontwerp kenbaar te maken;

dat er geen zienswijzen zijn ontvangen;

dat, zoals blijkt uit het raadsvoorstel van burgemeester en wethouders, geen aanleiding is
gevonden het bestemmingsplan op onderdelen te wijzigen;

gehoord de commissie Stadsontwikkeling;

BESLUIT:

1. Het bestemmingsplan Molensingel Tuincentrum ongewijzigd vast te stellen
2. Te bepalen dat voor het bestemmingsplan Molensingel Tuincentrum het digitale bestand
o_NL.IMRO.0935.bpMolensingelTcen-vg01.dwg als ondergrond wordt gebruikt. (Art. 1.2.4 lid 1
Bro)
3. Geen exploitatieplan vast te stellen

Aldus besloten door de raad der gemeente Maastricht in zijn openbare vergadering van 23
april 2013.

De Griffier,

De Voorzitter,

Raadsbesluit



Rabobank



Rabobank Cijfers & Trends

Branche-informatie

Tuincentra

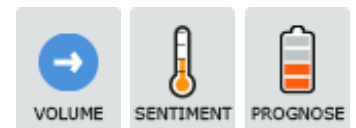
Visie

Perspectief

Weersinvloed en een grillige consument in een verdringingsmarkt

De Rabobank verwacht dat het volume bij tuincentra in 2016 verder zal stabiliseren. De branche is

niet alleen afhankelijk van het weer, maar ook van het grillige consumentengedrag. Daarnaast komen er nog steeds vierkante meters bij, ook door toetreding van branchevreemde partijen. Dit in een branche die al gekenmerkt wordt door overcapaciteit, waardoor er voorlopig nog steeds sprake is van een verdringingsmarkt. Hierdoor staat de omzet onder druk.



Kansen voor het tuincentrum

Het consumentenvertrouwen neemt weer toe, evenals het aantal verhuisbewegingen. Dit betekent kansen voor het tuincentrum dat al 'tussen de (online) oren' van de consument zit. Gebruik van social media is belangrijk om fans te creëren. Blijf hierbij niet alleen maar zenden, probeer ook interactie op gang te brengen. Denk hierbij ook aan het beter gebruiken van beschikbare data vanuit verzamelde klantgegevens. Niet alleen beleving en lokale betrokkenheid zijn belangrijke zaken, ook het formuleren van een online strategie is van groot belang. De online verkoop van alle tuinartikelen neemt de komende jaren namelijk sterk toe.

Dé game-changer in de branche

Branchevervaging blijft echter dé 'game-changer' in de branche. Bouwmarkten, discountformules en grote supermarkten blijven serieuze concurrenten en richten zich slechts op specifieke productgroepen van het tuincentrum. Compensatie van het omzetverlies is er vaak niet, omdat het onderscheidend vermogen in de branche beperkt is. De Rabobank verwacht dan ook dat, ondanks de positieve macro-economische- en demografische ontwikkelingen, de branche in de komende drie tot vijf jaar toch een behoorlijke uitdaging heeft.

Trends

- Branchevervaging door discounters, supermarkten en bouwmarkten;
- Eten uit eigen tuin, zelf kweken van groente, fruit en kruiden;
- Dierservice (dierenarts, trimsalon);
- Ketenintegratie door de groothandel, die via webshops rechtstreeks verkoopt aan consumenten;
- Toenemende vraag naar gemak (grote, vaste planten zonder omkijken);
- Horeca wordt belangrijker en wordt onderdeel van een middag naar het tuincentrum.

Kansen en bedreigingen

- Onderscheidend vermogen, doelgroepkeuze en duidelijk bedieningsconcept zijn essentieel;
- Inspelen op toenemende vergrijzing (aantal koopkrachtige 50-plussers). Deze doelgroep verwacht advies bij hun aankopen;

- Samenwerking met lokale hoveniers en stratenmakers;
- De tuinconsument vraagt om vermaak, ontspanning en beleving;
- Verhuisbewegingen nemen toe;
- Online verkoop van tuinartikelen groeit. Het oriëntatie- en aankoopproces van consumenten is verschoven van offline naar online;
- Inspelen op duurzaamheid en MVO;
- Stevige concurrentie door branchevervaging (discounters, bouwmarkten en supermarkten);
- Schaalvergroting is actueel; bestaande tuincentra worden groter (de XL-vestigingen) terwijl de kleinschalige centra het zwaar hebben in het speelveld met XL-centra en nieuwe toetreders;
- Hoog kapitaalbeslag in vastgoed en (seizoens)voorraad.

Omschrijving

Tot de gespecialiseerde detailhandel in de tuinbranche behoren het tuincentrum, het groencentrum en de tuinwinkel. Het tuincentrum profileert zich als meest complete aanbieder van levende en dode materialen en heeft veruit het grootste marktaandeel. Groencentra zijn beduidend kleiner van opzet en leggen zich vooral toe op groenproducten. De tuinwinkel legt het accent op hardwaren.

Bedrijf en markt

Markt

Tuincentra waren ook in 2014 het belangrijkste kanaal voor de levende productcategorieën. Supermarkten en bouwmarkten presteerde slechter dan de markt. Bloemen en planten voor binnenshuis werden ook in 2014 met name in de bloemenwinkels gekocht. Tuincentra wonnen in aandeel. De rol van internet als aankoopkanaal neemt verder toe. In 2014 was het totaal online aandeel in bestedingen binnen tuinproducten 14,2%. Dit hoge online aandeel wordt met name gedreven door de niet-levend categorieën (bron: GfK, Tuinbranche Nederland).

Seizoenpatroon

De tuinbranche kent een sterk seizoenpatroon. Het seizoen tekent zich het meest nadrukkelijk af bij de zogenaamde groencentra. Het merendeel van de consumentenbestedingen wordt gedaan in het tweede kwartaal en het vierde kwartaal (kerstshows, vuurwerk). De onevenwichtige verdeling van de vraag over het jaar heeft nadelige consequenties voor aspecten als omzetsnelheid, omzet per kracht en vooral vloerproductiviteit. De tuincentra doen al jaren verwoede pogingen een betere spreiding van de omzet over de kwartalen te bereiken door verbreding van aanbod.

E Commerce

Consumentenwensen veranderen. Nog nooit is de consument zo onvoorspelbaar geweest en nog nooit had hij zo veel kanalen ter beschikking om een aankoop te doen, om informatie te vergaren en te delen. Het koopgedrag van de klant vraagt om een 24-uurs-economie. Consumenten zijn bovendien individualistischer geworden, gaan voor kwaliteit en willen daarom meer over hun aankoop weten. Ook willen zij hun mening kunnen geven en betrekken zij meningen van anderen in hun koopproces.

Daarnaast verkopen merkfabrikanten in toenemende mate via de eigen verkoopkanalen (online, eigen fysieke winkels). De detailhandel wordt hierdoor (deels) buiten spel gezet.

In vrijwel alle branches speelt de online verkoop en oriëntatie in toenemende mate een rol. Dit zal de komende jaren nog verder uitbreiden.

Om de klant optimaal te bereiken doet een retailer er dan ook goed aan meerdere verkoopkanalen naast elkaar in te zetten. En daarmee komt de ondernemer voor strategische keuzes te staan: Hoe richt je je bedrijf optimaal in op basis van dit nieuwe klantgedrag? En hoe verhoudt zich fysiek en online retailing? De Rabobank-site ikgastarten.nl geeft [5 tips](#) om een fysieke en online winkel te combineren.

Aanbod

Ondernemingen en winkels

- Volgens het CBS telt Nederland ruim 550 tuincentra. Dat aantal is de laatste jaren afgenomen. Daarnaast zijn er ongeveer 600 winkels in tuinartikelen, waaronder vaak ook zogenaamde agri- en dierartikelen. Te denken valt aan de winkels van Boerenbond (circa 70) en Welkoop (circa 160). Dit soort winkels zijn de laatste jaren juist toegenomen. 150 winkels zijn gespecialiseerd in tuinmeubelen. Onder tuincentra bevinden zich nog veel combinatiebedrijven zoals tuincentrum/hoveniersbedrijf, tuincentrum/kwekerij en tuincentrum/bloemenwinkel;
- De doorsnee verkoopruimte van een tuincentrum bedraagt ruim 2.500 m² kas, met daarnaast nog eens 3.000 m² buitenverkoop.

Tuincentra met 10.000 m2 kasoppervlak of groter zijn echter geen uitzondering. De tuincentra kennen een zeer grote spreiding in bedrijfsomvang, zowel qua omzet als qua verkoopruimte (kasoppervlak en buitenverkoop). Ongeveer 25% van de tuincentra neemt 65% van het kasoppervlak voor zijn rekening. Groencentra zijn beduidend kleiner van opzet en beschikken gemiddeld over 1.000 m2 kasoppervlak en 2.000 m2 buitenverkoop;

- Ongeveer 14% van de tuinartikelaankopen worden via het internet gedaan.

Aantal tuincentra						
Jaar	2011	2012	2013	2014	2015*	2016*
Aantal tuincentra	585	575	565	555	540	525
Bron: CBS						
*) Prognose Rabobank						

Producten

Tuincentra hebben zowel 'levende' als 'dode' materialen in hun assortiment. Levende producten zijn bijvoorbeeld kamer- en hydroplanten, snijbloemen, bindwerk, droogbloemen, boomkwekerijproducten, bollen, zaden en 'overig levend'. Dode producten zijn onder meer: potgrond, meststoffen, tuinhout, potten, ornamenten, tuingereedschap en -machines, sierbestrating, vijvers en benodigdheden, tuinmeubelen, dierbenodigdheden, horeca en overige 'dode' materialen.

Rabobank Cijfers & Trends

Al meer dan vijfendertig jaar biedt de Rabobank met Cijfers & Trends betrouwbare branche-informatie. Via www.rabobank.nl/cijfersentrends is deze informatie gratis te raadplegen. U vindt er onze thema-updates, branche-informatie en sectorprognoses. Ook kunt u de prestaties van uw bedrijf vergelijken met die van andere bedrijven in uw branche.

Bestemming Deventer

Artikel 3 Detailhandel – Tuincentrum

3.1 Bestemmingsomschrijving

De voor 'Detailhandel - Tuincentrum' aangewezen gronden zijn bestemd voor:

- a. detailhandel in de vorm van een tuincentrum;;
- b. ondergeschikte horeca;
- c. ondergeschikt een kinderparadijs / kindercrèche;

1.26 tuincentrum:

Een bedrijf dat binnen een ruimte of op een terrein, al dan niet overdekt, planten en een volledig assortiment aan tuinartikelen uit voorraad aan particulieren aanbiedt alsmede daarmee rechtstreeks samenhangende artikelen en/of diensten. Tuinartikelen zijn artikelen die dienen voor de aanleg, de inrichting en het onderhoud van en het verblijf in tuinen. Onder volledig assortiment wordt begrepen:

- a. basisassortiment: direct voor de aanleg, inrichting en onderhoud van tuinen benodigde artikelen;
- b. randassortiment: indirect voor de aanleg, inrichting en onderhoud van huis en tuin en benodigde artikelen, alsmede dieren, dierenbenodigdheden en -voeding, decoratie en woonaccessoires binnenshuis, dierservice (trim mogelijkheid, medische- en preventieve zorg, advies), tuin- en waxkleding, buitenspeelgoed, (buiten)koken en accessoires, streekproducten als appels, peren, honing ed.
- c. gelegenhedsassortiment: artikelen ten behoeve van bepaalde festiviteiten, zoals bijvoorbeeld Pasen, Kerstmis en Nieuwjaar (vuurwerk);
- d. artikelen die niet direct tot het specifieke assortiment van de betreffende branche of soort winkel behoren tot een maximum van 750 m²;
- e. verhuur van kleine, geen geluidsoverlast veroorzakende machines, gereedschappen en aanhangers, het aanbieden van activiteiten op het gebied van tuinarchitectuur en tuinlease.

1.20 ondergeschikt kinderparadijs en/of kindercrèche:

een niet-zelfstandige in pandige speelvoorziening en/of opvanggelegenheid voor kinderen die ten dienste staat van de hoofdactiviteit, welke uitsluitend toegankelijk is via de hoofdactiviteit en waarvan de openingstijden zijn aangepast aan de openingstijden van de hoofdactiviteit.

Rhoon Albrandswaard

Artikel 25

Tuincentrum -B(tc)-

Doeleindenomschrijving

- a. De op de kaart als zodanig aangewezen gronden zijn bestemd voor een tuincentrum met de daarbij behorende bouwwerken en parkeervoorzieningen, een en ander met inachtneming van het bepaalde in lid 2.
- b. Voor zover op de kaart binnen de bestemming tevens de aanwijzing "Hondenschool toegestaan" is gegeven zijn de gronden mede bestemd voor een trainingsschool voor honden met de daarbij behorende bouwwerken een en ander met inachtneming van het bepaalde in lid 2.

Voor zover op de kaart tevens de bestemming "Transportleidingen -Mn()-" is aangegeven is (zijn) de gronden primair bestemd voor ondergrondse transportleidingen en is het bepaalde in artikel 20 van toepassing.

Beschrijving in hoofdlijnen

De in lid 1.1 bedoelde bestemming heeft betrekking op de bestaande tuincentra. Binnen de bestemming is uitsluitend detailhandel direct verband houdende met een tuincentrum toegestaan. Binnen de bestemming dient te worden voorzien in de eigen parkeerbehoefte.

Binnen de bestemming is het medegebruik van de gronden ten behoeve van een trainingsschool voor honden toegestaan op voorwaarde, dat geen afbreuk wordt gedaan aan de op het terrein te realiseren parkeervoorzieningen.

Bebouwingsbepalingen

Op de in lid 1.1 bedoelde gronden mogen, met inachtneming van het bepaalde in lid 2, uitsluitend bouwwerken ten dienste van de bestemming worden gebouwd, met dien verstande dat;

- a. Situering en grondoppervlakte van gebouwen
 1. de gebouwen dienen te worden opgericht binnen het op de kaart aangegeven bebouwingsvlak;
 2. de te bebouwen oppervlakte van een bebouwingsvlak mag niet bedragen dan op de kaart binnen bestemmingsvlak is aangegeven met de aanduiding "Maximum toelaatbaar bebouwde oppervlakte".
 3. de gezamenlijke grondoppervlakte van de gebouwen ten behoeve van de in lid 1.1 onder b bedoelde bestemming mag ten hoogste 200 m² bedragen;
- b. Maatvoering van hoofdgebouwen
 1. de goothoogte/hoogte van de gebouwen niet meer mag bedragen dan op de kaart binnen een bebouwingsvlak of een gedeelte daarvan is aangegeven met de aanduiding "maximumgoothoogte" respectievelijk "maximumhoogte";
 2. de dakhelling van de gebouwen ten hoogste 45° mag bedragen;
- c. Voorschriften omtrent andere bouwwerken

ASSORTIMENTSLIJST VENRAY

Hoofdassortiment

Buiteninrichting

vijvermaterialen
zwembaden
kamerplanten
snijbloemen
droogbloemen
potten tbv tuin- en kamerplanten
gewasbescherming/verdelgingsmiddelen
meststoffen
grondproducten
bollen/knollen/zaden
tuingereedschappen
barbecues en accessoires
tuinverlichting
tuinmeubelen en kussens
tuinornamenten/beelden
bestratingsmaterialen
hout/houtwaren
(sier-)stenen
blokhutten
kassen
bomen/heesters/coniferen
vaste planten
perkgoed
zonneschermen, parasols
partytenten
dieren, -voeding en -benodigheden
tuinspeelapparaten (schommels, glijbanen en dergelijke) en buitenspeelgoed
tuin- en interieurgerelateerde kadoartikelen/sfeer/decoratieartikelen (waaronder tafelservies, bestek, kaarsen, schilderijen/posterlijsten)
klompen, laarzen, werkschoenen
tuin- en doe-het-zelf gerelateerde (werk)kleding
kruiden
fruit

Nevenassortiment (max. 10% van de jaaromzet en van het wvo)

menselijke voedings- en genotmiddelen
huishoudelijke artikelen (waaronder schoonmaakartikelen)
rijwielen, rijwielonderdelen en accessoires
woonaccessoires
kleding en textiel tbv kleding
schoenen
sport

Bestemming Veghel

1.40 tuincentrum

Een bedrijf dat binnen een ruimte of op een terrein, al dan niet overdekt, planten en een volledig assortiment aan tuinartikelen uit voorraad aan particulieren aanbiedt alsmede daarmee rechtstreeks samenhangende artikelen en/of diensten. Tuinartikelen zijn artikelen die dienen voor de aanleg, de inrichting en het onderhoud van en het verblijf in tuinen. Onder volledig assortiment wordt begrepen:

- a. **basisassortiment:** direct voor de aanleg, inrichting en onderhoud van tuinen benodigde artikelen;
- b. **randassortiment:** indirect voor de aanleg, inrichting en onderhoud van huis en tuin en benodigde artikelen, alsmede dieren, dierenbenodigdheden en -voeding, decoratie en woonaccessoires binnenshuis, dierservice (trim mogelijkheid, medische- en preventieve zorg, advies), tuin- en waxkleding, buitenspeelgoed, (buiten)koken en accessoires en streekproducten;
- c. **gelegenheidsassortiment:** artikelen ten behoeve van bepaalde festiviteiten, zoals bijvoorbeeld Pasen, Kerstmis en Nieuwjaar (vuurwerk);
- d. artikelen die niet direct tot het specifieke assortiment van de betreffende branche of soort winkel behoren tot een maximum van 200 m²;
- e. verhuur van kleine, geen geluidsoverlast veroorzakende machines, gereedschappen en aanhangers, het aanbieden van activiteiten op het gebied van tuinarchitectuur en tuinlease.

Don Bosco en Park Frankendael / Amsterdam

Regels

HOOFDSTUK 1 INLEIDENDE REGELS

Artikel 1 Begrippen

Plan: Don Bosco en Park Frankendael
Status: onherroepelijk
Plantype: bestemmingsplan
IMRO-idn: NL.IMRO.0363.M1102BPSTD-OH01

1.54 tuincentrum

grootschalige detailhandelscentra met een breed aanbod aan 'levende en niet levende huis- en tuingerelateerde artikelgroepen in het basissortiment en met daarbij behorende nevenassortiment.

1.7 basisassortiment van een tuincentrum

de artikelen die van oudsher bij tuincentra, hoveniersbedrijven en kwekerijen verkrijgbaar zijn, bestaande uit:

- levend materiaal, waaronder tuinplanten, bloemen & planten, bomen, dieren en bloembollen & zaden;
- dood materiaal, waaronder gereedschap, decoratie buitenhuis, decoratie binnenhuis (sfeer en interieur), klein onderhoud, dierbenodigdheden, tuinartikelen en

tuinmeubelen, seizoensartikelen, groot onderhoud, streekeigen agrarische producten zoals appels, peren, honing etc.

1.45 nevenassortiment van een tuincentrum

niet levend nevenassortiment van een tuincentrum, waaronder wonen (klein meubelen), wellness (sauna's en zwembaden) en bijbehorende accessoires, tuingerelateerd speelgoed alsmede buitenkoken, hondentrimsalon, workshops en maximaal 250 m² niet geclusterd overig assortiment.