

# Groen & Duurzaamheid



Ons streven voor 2030: Het assortiment in het tuincentrum draagt bewust positief en transparant bij aan een groene en gezonde leefomgeving voor mens, dier en milieu.

## Daarom willen we dat:

- De consument via een duurzaamheidslabel, dat marktstandaard is, aankoopkeuzes kan maken;
- 100% van het ingekochte groen gecertificeerd is volgens de FSI Basket of Standards;
- 40% van het groen een biologisch of Greener Grown certificering heeft;
- 50% van de afzet van de hardware circulair is;
- 10% van de omzet komt uit inkomstenvormen als verhuur, reparatie, refurbished, tweedehands verkoop, abonnement, events en/of workshops;
- Het gemiddelde omzetaandeel van levend groen is gegroeid met 15% ten opzichte van 2024.

## Wat doen we nu al?

- Werken volgens Ambitie 5.0 Gewasbescherming in de sierteelt, FSI, Coalition of the willing, Versnellers en verschillende andere samenwerkingsverbanden op het gebied van groen en verduurzaming;
- Vernieuwen ambitie Gewasbescherming particulier gebruik (2024);
- Convenant Verpakkingen;
- Convenant Reductie milieu-impact substraten;
- Samenwerking met LNV op voorlichting i.v.m. invasieve exoten;
- Collectief traject, kennisdeling en samenwerking CSRD.

## Wat doen we in 2025 en daarna?

- Opzetten van een ambitie op duurzaamheid per productcategorie voor niet-levende producten;
- De mogelijkheden van het opzetten van een consumentenlabel onderzoeken;
- Pilot ruilhandel, bijvoorbeeld stekjes en potten;
- Pilot op het vergroten van de vraag en het aanbod van biologische producten;
- Strategische partnerships sluiten voor een pilot op circulair aanbod.

Ons streven voor 2030: We hebben een Veluwe aan positief groen in Nederlandse tuinen en op balkons erbij.

## Daarom willen we dat:

- Er een label in gebruik is waar overheden en verzekeringen op sturen om tuinen te vergroenen;
- We als branche 150.000 basisschoolkinderen verteld en enthousiast gemaakt hebben over de waarde van groen en biodiversiteit;
- Er jaarlijks 400 workshops worden gegeven op het tuincentrum gericht op groen, duurzaamheid en/of sociale cohesie;
- Het Groen Klimaatplein is doorontwikkeld tot een informatie-, inspiratie- en educatiemiddel dat in ieder tuincentrum kan worden ingezet en waar mooie samenwerkingen tussen gemeentes, waterschappen, bedrijfsleven, communities en (individuele) consumenten worden gebouwd.

## Wat doen we nu al?

- De consument adviseren via Groene Klimaatpleinen in tuincentra;
- Samenwerking landelijke overheid, gemeenten, waterschappen, leveranciers en retailers;
- Samenwerking met natuurorganisaties als IVN, Vlinderstichting, Vogelbescherming, etc.;
- Groen Klimaatplein-opleiding voor medewerkers;
- Campagnes i.s.m. partners en gelijkgestemden (NK Tegelwippen, Week van de Groene Tuin, Plant je mee).

## Wat doen we in 2025 en daarna?

- Opzetten Pilot moestuinieren in het tuincentrum;
- Onderzoeken ontwikkelingen tuinlabels en overheid;
- Bij initiatieven voor educatie schoolkinderen aansluiten of deze ondersteunen;
- Groen Klimaatplein gedachtegoed bereikbaar maken voor de hele winkel in aanvulling op, of in plaats van, de pleinvorm;
- Organiseren van workshops en groene events gericht op sociale cohesie.

# Tuinretail 2030



## HOE ZIET ONZE BRANCHE ER IN HAAR MEEST IDEALE VORM UIT IN 2030?

Op initiatief van Tuinbranche Nederland gingen drie expertgroepen aan de slag met het onderzoek naar hoe de tuinbranche er in 2030 uit zou moeten zien. Stuk voor stuk bevlogen deelnemers die stonden te popelen om hun kennis en expertise te delen en hun visie op de ideale tuinretail van de toekomst op tafel te leggen. Want de wereld verandert zettend snel en daar moeten we in mee. Elke expertgroep werkte aan antwoorden op vragen als: welke ontwikkelingen en uitdagingen zien we? Welke thema's zijn en worden belangrijk? Waar moeten we ons als branche op focussen? Hoe geven we de branche vorm en maken we haar toekomstbestendig? Kortom: wat is onze route naar 2030?

De expertgroepen zijn verdeeld over drie thema's:

## Groen & Duurzaamheid Mens & Organisatie Retail & Innovatie

Binnen deze thema's zien we allerlei bewegingen die de komende jaren ook invloed hebben op onze branche. De expertgroepen onderzochten hoe we het best mee kunnen gaan op deze bewegingen, waar de kansen liggen en waar we juist vandaan moeten blijven. Met als doel: een branche die zich optimaal kan voorbereiden op de toekomst. Zo blijven we als branche toekomstbestendig en relevant voor de consument en medewerker.

## Proces

In de afgelopen acht maanden zijn door de deelnemers grote stappen gezet. Om te zorgen voor een gelijke start voor iedereen, organiseerden we een gezamenlijke kick-off. Dit was het startpunt van het onderzoek. Vervolgens kwamen de expertgroepen apart van elkaar op verschillende momenten samen. Zowel digitaal als fysiek, op inspirerende locaties dan wel met een bevlogen spreker om de ideeën van de expertgroep verder te brengen. Ondertussen werkten de deelnemers aan een visie op het eigen thema en werden de contouren van de tuinretail in 2030 steeds beter zichtbaar. De expertgroepen hebben elk hun eigen uitkomsten opgeleverd. Deze resultaten voegen we in dit document samen tot het tuincentrum van de toekomst.

## GEZAMENLIJKE VISIE VOOR HET TUINCENTRUM IN 2030

In 2030 is het Nederlandse tuincentrum een onderneming die met haar hele bedrijfsvoering continu, bewust en op een transparante manier positief bijdraagt aan een groene en gezonde leefomgeving voor mens, dier en milieu. Als kenniscentrum, aanspreekpunt en samenwerkingspartner is het een plek waar consumenten blij, geïnspireerd en geactiveerd raken om met groene oplossingen op een positieve manier bij te dragen aan verduurzaming, vergroening en het herstel van de natuur in én via de eigen leefomgeving. Het tuincentrum heeft een positieve impact op het milieu door promotie van biodiversiteit, waterbehoud en bewuste consumptie. Samen met klanten bouwt het tuincentrum aan een groenere toekomst.

Het tuincentrum staat open voor vernieuwende (retail)concepten die bijdragen aan oplossingen voor het veranderende klimaat en de leefomgeving. Het tuincentrum is een inspirerend en bloeiend middelpunt voor de gemeenschap waar klanten niet alleen komen winkelen, maar ook komen om anderen te ontmoeten, voor inspiratie, creativiteit en een beleving in de breedste zin van het woord. Samen ontdekken medewerkers, klanten en partners hun passie voor groen, gezelligheid en buitenleven. Dit wordt versterkt door een omni-channel beleving waar de klantreis online en offline perfect integreren.

Voor medewerkers is het tuincentrum een uitdagende werkplek met ruimte voor eigen inbreng en waar het draait om 'het samen doen'. Het tuincentrum voelt als een fijne, gezonde en veilige werkplek waar medewerkers worden uitgedaagd om een actieve rol te vervullen in hun eigen ontwikkeling. Opleidingen volgen is de standaard. Medewerkers kunnen de beste versie van zichzelf zijn en meewerken aan een positieve impact en ontwikkeling op mens en milieu. Ze bieden een optimale winkelbeleving aan klanten. Werknemers en werkgevers zorgen samen voor de optimale mentale en fysieke gezondheid van het personeel.



# Retail & Innovatie



## GROENCENTRUM

Ons streven voor 2030: Het tuincentrum biedt nog meer een groene, regionale beleving met een breed scala aan groene en duurzame producten. Het organiseert workshops en geeft deskundig advies waardoor dit hét centrum van duurzaamheid, biodiversiteit, klimaat en gezondheid is. Het bevordert ecologisch tuinieren en ondersteunt de gemeenschap met milieuvriendelijke initiatieven en educatieve elementen.

## Daarom willen we dat:

- 50% van de omzet wordt gerealiseerd door groen en groen gerelateerde producten;
- De consument via een duurzaamheidslabel, dat marktstandaard is, aankoopkeuzes kan maken;
- 100% van het ingekochte groen gecertificeerd is volgens de FSI Basket of Standards;
- 50% van de afzet van de hardware circulair is;
- 10% van de omzet komt uit inkomstenvormen als verhuur, reparatie, refurbished, tweedehands verkoop, abonnement, events en/of workshops;
- Het gemiddelde omzetaandeel van levend groen is gegroeid met 15% ten opzichte van 2024.

## Wat doen we nu al?

- Brancheplan Verpakkingen;
- Convenant Duurzaam hout;
- Convenant Veen;
- Workshops due diligence;
- Werken volgens Ambitie 5.0 Gewasbescherming in de sierteelt.

## Wat doen we in 2025 en daarna?

- Pilot met refurbished tuingereedschap;
- Opzetten van een ambitie op duurzaamheid per productcategorie voor niet-levende producten;
- Groen klimaatplein gedachtegoed bereikbaar maken voor de hele winkel in aanvulling op, of in plaats van, de pleinvorm;
- Workshops en groene events gericht op sociale cohesie.

## BELEVINGSCENTRUM

Ons streven voor 2030: Tuincentra zijn futuristische lifestyle belevingscentra. Bezoekers genieten van interactieve tuindemonstraties, AR-ontwerpen en gezellige horeca. Zintuigen worden geprikkeld door geweldige kerstshows, workshops en seizoensevenementen. Deze centra zijn dé place-to-be voor een dagje uit vol shoppen, leren, inspireren en ontmoeten.

## Daarom willen we dat:

- De tuincentra een toekomstbestendig businessmodel hebben met een gezond rendement;
- Jaarond activiteiten worden georganiseerd voor verschillende doelgroepen waar veel mensen op af komen en voor betalen;
- Circulariteit, duurzaamheid en transparantie usual business zijn;
- Er naast inkomsten uit verkoop en horeca, ook inkomsten uit events en leisure worden gegenereerd;
- De jonge consument vaste klant is.

## Wat doen we nu al?

- Pilots met Robots in de retail;
- Inspiratie- en trendbijeenkomsten en retailsafari's in binnen- en buitenland;
- GfK onderzoeken en markt cijfers;
- Customer journey onderzoek;
- Kassadata in Power BI;
- Consumentenonderzoek.

## Wat doen we in 2025 en daarna?

- Onderzoek toepassing innovaties en technologische toepassingen in de retail;
- Vervolg op de pilot Robots in de retail;
- Onderzoek samenwerking met eventbureaus om meer events te organiseren;
- Pilot True pricing.

# Mens & Organisatie



Ons streven voor 2030: De tuinbranche blinkt uit in goed werkgeverschap en goede modulaire arbeidsvoorwaarden. We streven naar een inclusieve, veilige en inspirerende werkomgeving, waar medewerkers zich gewaardeerd voelen en kunnen groeien. Door innovatie, duurzaamheid en eerlijke praktijken zetten we nieuwe standaarden in werkgeeluk en werkplezier en daardoor hebben we voldoende medewerkers in de branche.

## Daarom willen we dat:

- Medewerkers een goede basis cao hebben waarin ruimte is om individuele keuzes te maken;
- In ieder bedrijf ruimte is voor mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt;
- We 50% van de bedrijven meenemen en trainen in toekomstbestendig leiderschap en samenwerking, focus op verschillende generaties;
- Arbeidsvoorwaarden zijn zo ingericht dat ze de mogelijkheid geven om individuele keuzes te maken;
- Er een cultuur heerst waarin verschillende generaties goed kunnen samenwerken.

## Wat doen we nu al?

- Cao met oog voor medewerkers in de branche;
- Subsidieprojecten vanuit de overheid;
- Bijdragen aan de duurzame inzetbaarheid van medewerkers.

## Wat doen we in 2025 en daarna?

- Onderzoek naar cafetariamodel voor de cao;
- Persoonlijk ontwikkelplan ontwikkelen met aanbod voor medewerkers;
- Onderzoek doen naar samenwerking met instanties t.b.v. de inzet van mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt en werkzaamheden in kaart brengen.

Ons streven voor 2030: De tuinbranche biedt een uitstekend opleidingsaanbod en stimuleert een cultuur waarin medewerkers zelf de regie nemen over hun ontwikkeling en loopbaan. Door continu leren en persoonlijke groei centraal te stellen, creëren we een dynamische werkomgeving waarin talenten bloeien en carrières duurzaam worden vormgegeven.

## Daarom willen we dat:

- Iedere medewerker gemiddeld 1 uur per week (6 dagen per jaar) is vrijgesteld van werk om zichzelf te ontwikkelen of een opleiding te volgen;
- Ieder jaar minimaal 1.000 medewerkers een opleiding via Kiem! Opleidingen, het branche opleidingsplatform, volgen;
- Medewerkers van tuincentra trots op hun werk zijn en kunnen zij ook uitleggen waarom hun werk betekenisvol is;
- Iedere nieuwe medewerker het onboarding-programma van de tuinbranche volgt;
- 50% van de medewerkers op de hoogte is en kan adviseren op hedendaagse klantbehoeften en klimaatvraagstukken.

## Wat doen we nu al?

- Kiem! opleidingsplatform en inspiratiedagen;
- Samenwerkingen met mbo-colleges.

## Wat doen we in 2025 en daarna?

- Onboarding-programma met daarin wie we zijn, waar je komt te werken, hoe ontwikkel je jezelf en hoe draag je optimaal bij. Generiek voor de hele branche;
- Ontwikkeling van Climate Fresk training: bewustwording en stimuleren.

