



AUS GÄRTNERN WIRD GARDENING
TRENDS UND ENTWICKLUNGEN
IM GARTENMARKT

Liebe Leserinnen und Leser,

der Grüne Markt floriert und unsere Branche profitiert derzeit vom guten Image der Gartenarbeit. Eine Entwicklung, die von vielen unterschiedlichen Trends beeinflusst wird. Auf der einen Seite der Wunsch nach Ruhe und Erholung, den Schrebergartenparzelle oder Balkon bieten können, auf der anderen die Möglichkeit, nachhaltige Nahrungsmittel selbst anbauen und ernten zu können.

Solche Strömungen unterliegen allerdings immer auch dem Zeitgeist. Was heute aktuell ist, kann morgen schon ein alter Hut sein. Daher ist es gerade für unsere Branche immens wichtig, den fortwährenden Wandel im Auge zu behalten und frühzeitig auf neue Entwicklungen zu reagieren. Dass neben markt- auch unternehmensspezifische Faktoren eine wichtige Rolle dabei spielen können, beschreiben wir im Titelthema dieses Jahresberichts.

Darüber hinaus informieren wir Sie auch in dieser Ausgabe wieder über die Arbeit des Verbandes und die aktuellen Marktzahlen des vergangenen Jahres. Wir untersuchen und bewerten für Sie neue Strömungen, damit wir gemeinsam mit Ihnen die Zukunft des Marktes gestalten können.

In diesem Sinne wünschen wir Ihnen viel Erfolg für das kommende Gartenjahr und viel Freude bei der Lektüre!

Ihr



Christoph Büscher

Inhalt

TITELTHEMA

Aus Gärtnern wird Gardening – Trends und Entwicklungen im Gartenmarkt	04
---	----

RÜCKBLICK: DAS GARTENJAHR 2018

Das Wetterjahr auf einen Blick	10
Witterungsverlauf 2017/2018	12
Allgemeine volkswirtschaftliche Tendenzen 2018/2019	14
Entwicklung des deutschen Gartenmarktes 2018	15
E-Commerce im Gartenmarkt	18
Der Gartenmarkt in der EU	20

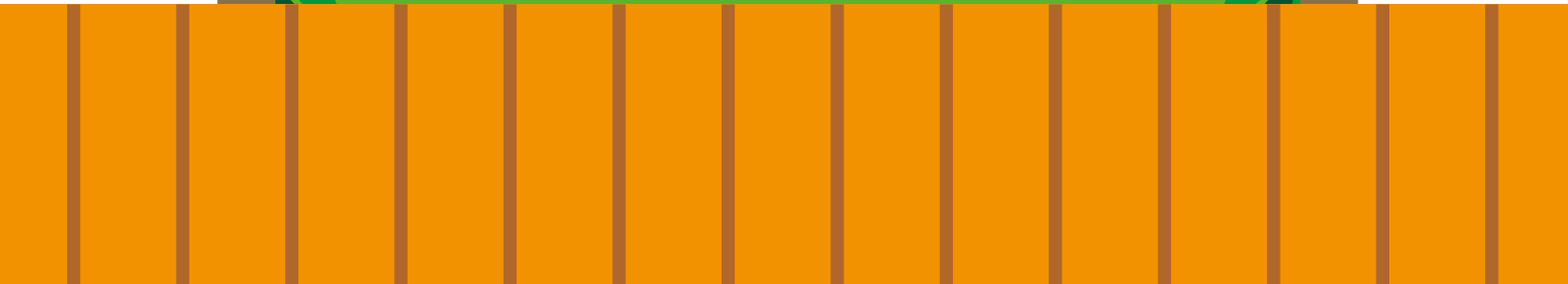
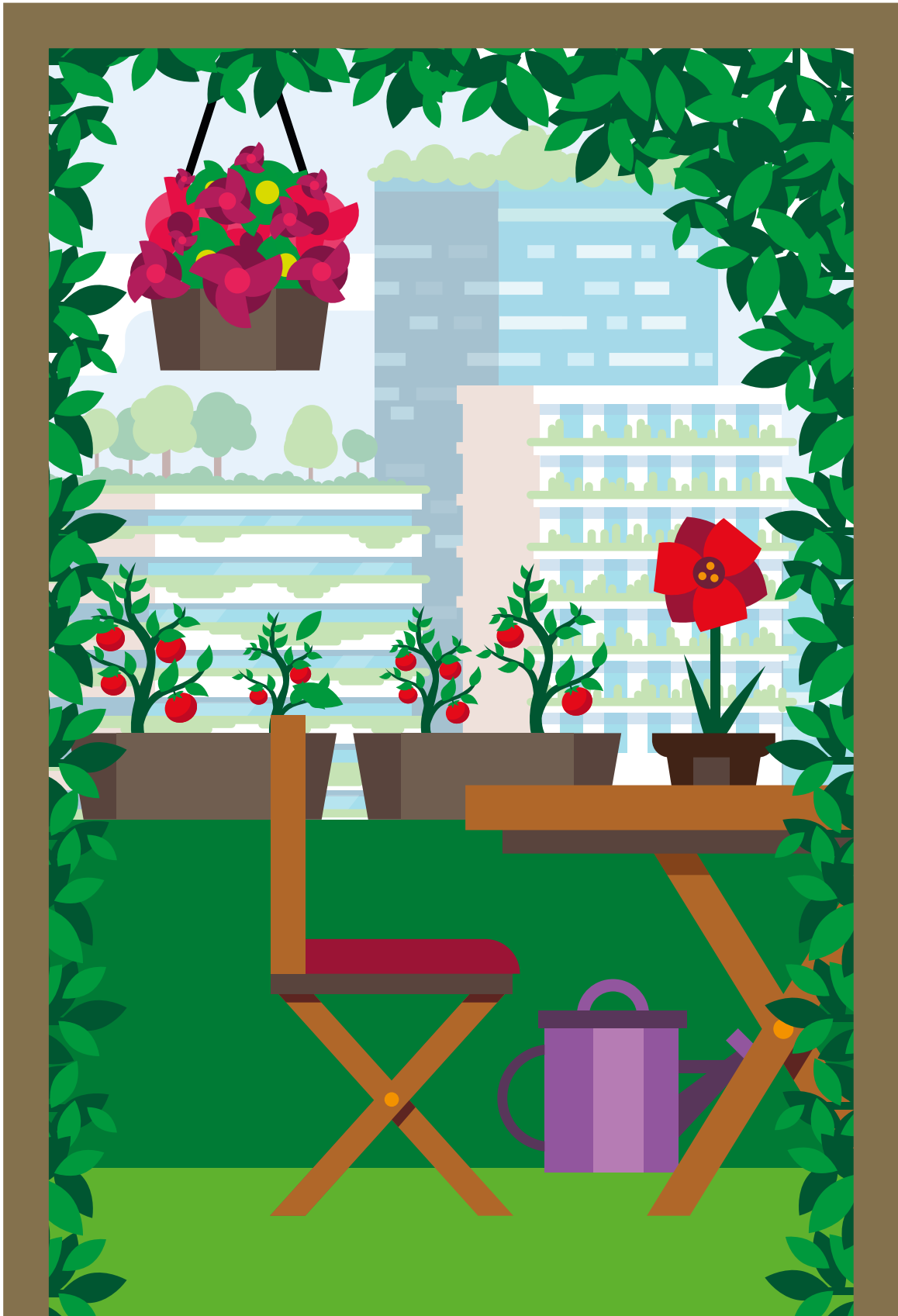
DER INDUSTRIEVERBAND GARTEN E. V.

Kernkompetenzen des IVG	24
Verbandsarbeit am Puls der Zeit	26
IVG Veranstaltungen 2019	28
IVG Fachabteilungen	30
Fachabteilung Profigartenbau	31
Fachabteilung Pflanzenernährung, -gesundheit und -pflege	32
Fachabteilung Substrate, Erden, Ausgangsstoffe	33
Fachabteilung Garten Lifestyle	34
Fachabteilung Lebendes Grün	35
Fachabteilung Garten- und Rasenpflegegeräte	36
DIN-Normenausschuss Eisen-, Blech- und Metallwaren	37

IHRE ANSPRECHPARTNER

IVG Vorstand	38
IVG Geschäftsstelle	39

IVG MITGLIEDER	40
----------------------	----



Aus Gärtnern wird Gardening

Trends und Entwicklungen im Gartenmarkt

Die Grüne Branche profitiert seit einigen Jahren von gesellschaftlichen Entwicklungen, die ihren Sortimenten einen gewissen Hype und ihrem Marktvolumen ein stetiges Wachstum bescheren. Megatrends wie Nachhaltigkeit, Urbanisierung oder Gesundheit machen Gärtnern zur hippen Freizeitbeschäftigung und Pflanzen zum unverzichtbaren Mitbewohner. Globale Veränderungen wirken sich langsam, aber langanhaltend auf Produkte, Zielgruppen und Vertriebswege des Gartenmarktes aus. Für Hersteller und Handel wird es deshalb immer wichtiger, den zunehmend rasanter stattfindenden Wandel zu beobachten und darauf zu reagieren, um langfristig am Markt wettbewerbsfähig bleiben zu können. Dabei liegen die Herausforderungen nicht nur in der Analyse der externen Faktoren. Auch die Gewinnung und Bindung von Mitarbeitern werden in Zeiten des Fachkräftemangels eine nicht zu verachtende Rahmenbedingung für das erfolgreiche Bestehen eines Unternehmens sein.

Weltweit leben immer mehr Menschen in Städten. Während heute 55 Prozent der 7,62 Milliarden Erdenbürger Stadtbewohner sind, werden es im Jahr 2050 voraussichtlich zwei Drittel (68 Prozent) sein. In Deutschland leben schon heute drei von vier Bewohnern (77 Prozent) in Städten, im Jahr 2050 werden es voraussichtlich 84,3 Prozent sein (Quelle: Vereinte Nationen). Insbesondere junge Menschen zieht es in urbane Lebensräume. Dort ist der Wohnraum begrenzt, bezahlbare Mietobjekte sind rar. Eine eigene Grünfläche ist selten, der Wunsch nach Erdung und floralem Einfluss hingegen wächst. Ein Leben im dicht besiedelten Umfeld bietet viele Vorteile – so ist die Mobilität deutlich höher als auf dem Land und auch die Auswahl an verfügbaren Arbeitsplätzen ist in der Regel vielfältiger. Aber auf der anderen Seite stehen Abgase und Hektik einem Mangel an Natur und Ruhe gegenüber. Dies hat in den vergangenen Jahren eine Bewegung entstehen lassen, die im öffentlichen Raum – auf Dächern, in Baumschalen, am Wegesrand – kleine Nutzgärten hervorgebracht hat, welche von Einzelnen oder Gruppen bewirtschaftet werden. **Urban Gardening** ist längst kein neuer Trend mehr, aber es war ein Startschuss für weitere Entwicklungen, die wir heute in unserer Branche beobachten.

DAS COMEBACK DER NUTZGÄRTEN

Die Urban-Gardening-Bewegung weckte bei Stadtbewohnern aller Generationen eine beinahe nostalgische Sehnsucht nach der Kultivierung eigener Lebensmittel. Zeiten, in denen der Anbau von Obst und Gemüse fundamentaler Bestandteil eines jeden Gartens war, sind lange vorbei – die Verfügbarkeit von Nahrungsmitteln ist flächendeckend gegeben. Doch die dicht besiedelten Wohnräume sorgten, gepaart mit einem neuen Gesundheitsbewusstsein in der Bevölkerung, für eine neue Welle des Eigenanbaus. So erfreuen sich seit einigen Jahren auch die einst mit einem staubigen Image versehenen Schrebergärten neuer Beliebtheit. In den deutschen Kleingartenvereinen findet ein rasanter Generationenwechsel statt. Etwa 45 Prozent aller rund eine Million deutschen Schrebergärten werden heute an junge Menschen und Familien mit Kindern verpachtet. Die Nachfrage wächst stetig, sodass in Ballungsgebieten bereits 60 Prozent aller Vereine eine Warteliste führen. Dieser Boom ist eine Weiterführung der Urban-Gardening-Flächen hin zum eigenen Grün. Wer weder über eine Parzelle noch über einen urbanen Garten in der Nachbarschaft verfügt, setzt den Eigenanbau in der Küche oder auf dem Balkon um.

So erleben insbesondere Kräuter und Gemüsepflanzen derzeit eine Renaissance, aber auch die Sortimentsgruppen des Saatguts und der Anzuchtprodukte profitieren von dem neu gewonnenen Nutzgedanken der Bevölkerung.

WAS FRÜHER ARBEIT WAR, IST HEUTE EASY GARDENING

Doch die Liebe zur Buddelei im eigenen Grün kennt auch ihre Grenzen. Vielleicht ist es der nur mittelbaren Notwendigkeit des eigenen Obst- und Gemüseanbaus geschuldet, dass die Gartenarbeit trotz all der grünen Gedanken vornehmlich Spaß machen soll. Kein Wunder also, dass vor allem die Produkte, die das Mähen, Schneiden und Pflegen vereinfachen, einen besonders starken Zulauf verzeichnen. Dieser Trend nennt sich **Easy Gardening** und er bezieht sich in erster Linie auf zwei noch recht junge Produktgruppen: Mähroboter und Akku-Geräte. Die Entwicklung der Rasenroboter war für die Branche sehr wertvoll. Neben der Arbeitserleichterung profitiert der Gartenbesitzer nämlich noch von einem weiteren Vorteil, den das autonome Mähen mit sich bringt: Der Rasen wird durch das permanente Schneiden

dichter und belastbarer – eine perfekte Lösung für jeden Grünflächenbesitzer. Die leistungsstarken Akku-Produkte bringen ebenfalls eine Reihe von Vorteilen mit sich: Sie sind einfacher und unkomplizierter in der Handhabung als Geräte mit Netzkabel und stoßen weniger Abgase aus als ihre Konkurrenten mit Benzin. Damit eignen sie sich für beinahe jeden ambitionierten Hobbygärtner. Aber auch bei anderen Sortimentsgruppen lässt sich der Einfluss des Easy Gardening beobachten: So erfreuen sich beispielsweise leichte Blumenerden, die Transport und Verarbeitung vereinfachen, und sukkulente Pflanzen, die mit unkomplizierten Pflegeansprüchen punkten, steigender Beliebtheit.

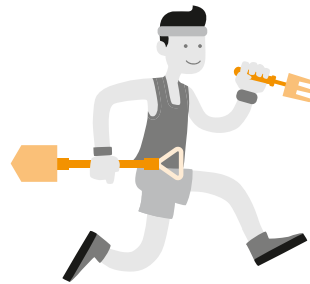
Die zunehmende Bequemlichkeit der Gartenbesitzer ist unter anderem einem aktuellen gesellschaftlichen Megatrend geschuldet: der Konnektivität. Im Vergleich zur Zeit vor zwanzig Jahren haben sich viele alltägliche Aufgaben stark vereinfacht. Anstelle von Briefen schreiben wir E-Mails, anstelle von Kabeltelefonen nutzen wir Handys und der große Brockhaus wurde ersetzt durch Google und Wikipedia. Auch im Haushalt ziehen immer



90 Prozent der Deutschen finden **Gartenarbeit** entspannender als **Yoga**



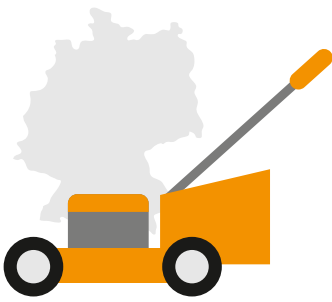
69 Prozent der Deutschen finden, dass **Gartenarbeit** reduzierend auf **Stress und Nervosität** wirkt



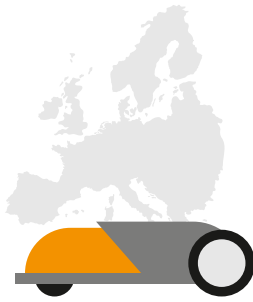
50 Prozent der Deutschen finden **Gartenarbeit** besser für die Fitness als **Trainingsübungen**

Quelle: Fiskars





60 Prozent Wachstum verzeichnet das Segment **Akku-Rasenmäher** aktuell in Deutschland



40 Prozent Wachstum verzeichnet das Segment **Rasenroboter** derzeit in Europa



39 Prozent der Deutschen nutzen für smarte Produkte den **Fachhandel** als **Informationsquelle**

Quelle: IVG, Cogon

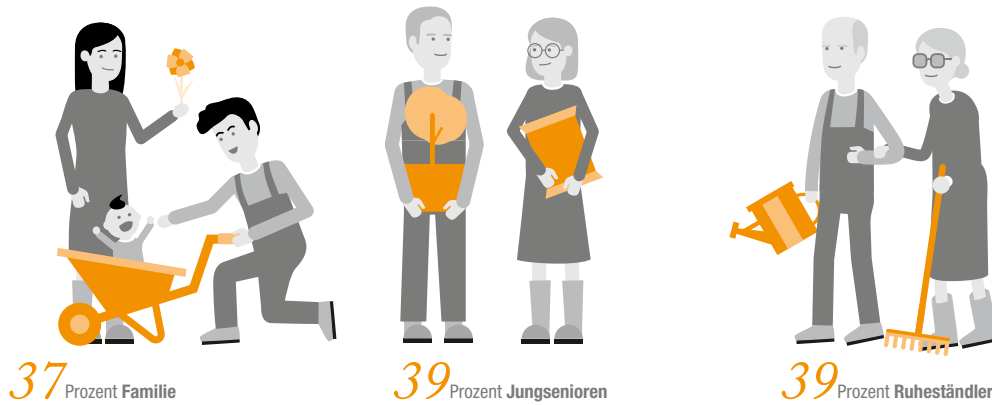
mehr intelligente, digitale Helfer ein, die uns den Alltag erleichtern sollen. Sie heißen Alexa, Siri und Co., schalten auf Kommando das Licht, die Musik oder die Heizung an. Selbst wenn die komplette Marktdurchdringung noch auf sich warten lässt, ist die Erwartungshaltung der Konsumenten an ihre Gartensortimente im Vergleich zur Vordigitalisierungsphase deutlich gestiegen. Daraus resultiert ein noch recht junger Trend im Grünen Markt: **Smart Gardening**. Immer mehr Produkte und Systeme zur Erleichterung der Gartenarbeit und zur Unterstützung der Gartenbesitzer werden entwickelt: smarte Bewässerungssysteme etwa, die, versehen mit Bodensensoren, nur noch bei Bedarf anspringen, oder intelligente Rasenroboter, die nicht mähen, wenn die Wiese noch feucht vom Regen ist. Viele Hersteller arbeiten bereits an weiteren Lösungen. Für die stationären Fachhändler bieten die neuen Produkte gleich mehrere Vorteile: Ein erhöhter Beratungsbedarf verschafft ihnen einen Vorteil gegenüber der Konkurrenz aus dem Internet. Zudem öffnen die notwendigen Installationsarbeiten den Weg in die Gärten der Konsumenten, wo wiederum neue Anknüpfungspunkte für den Verkauf geschaffen werden können.

GENERATIONSWECHSEL BEI DEUTSCHEN GARTENFREUNDEN

Wie der „Freizeit-Monitor 2018“ der Stiftung für Zukunftsfragen aufzeigt, machen Ruheständler, so genannte Jungsenioren und Familien mit deutlichem Abstand intensiver Gartenarbeit als andere Bevölkerungsgruppen. So haben jeweils 39 Prozent aus den ersten beiden Gruppen (älter als 65 Jahre sowie 50 bis 54 Jahre) angegeben, dass sie mindestens einmal pro Woche im Garten arbeiten. Bei Familien liegt der Anteil bei 37 Prozent. Insgesamt geben 29 Prozent der Bevölkerung an, mindestens einmal pro Woche im Garten zu arbeiten. Gerade die ältere Bevölkerungsschicht profitiert von Trends wie Smart und Easy Gardening. Denn Entwicklungen wie Mähroboter oder Produkttrends wie Hochbeete, die das Bücken ersparen, ermöglichen es auch Senioren im höheren Alter noch, aktiv Gartenarbeit zu betreiben. Ähnlich sieht es bei den Jüngeren aus, die durch Bewegungen wie das Urban Gardening zu neuen Gartenfans werden. Häufig verfügen sie über ein noch vergleichsweise rudimentäres Wissen über die Anzucht und Pflege des lebenden



Anteil der Befragten, die in ihrer Freizeit **Gartenarbeit** machen, nach **Lebensphase** in Deutschland im Jahr 2018

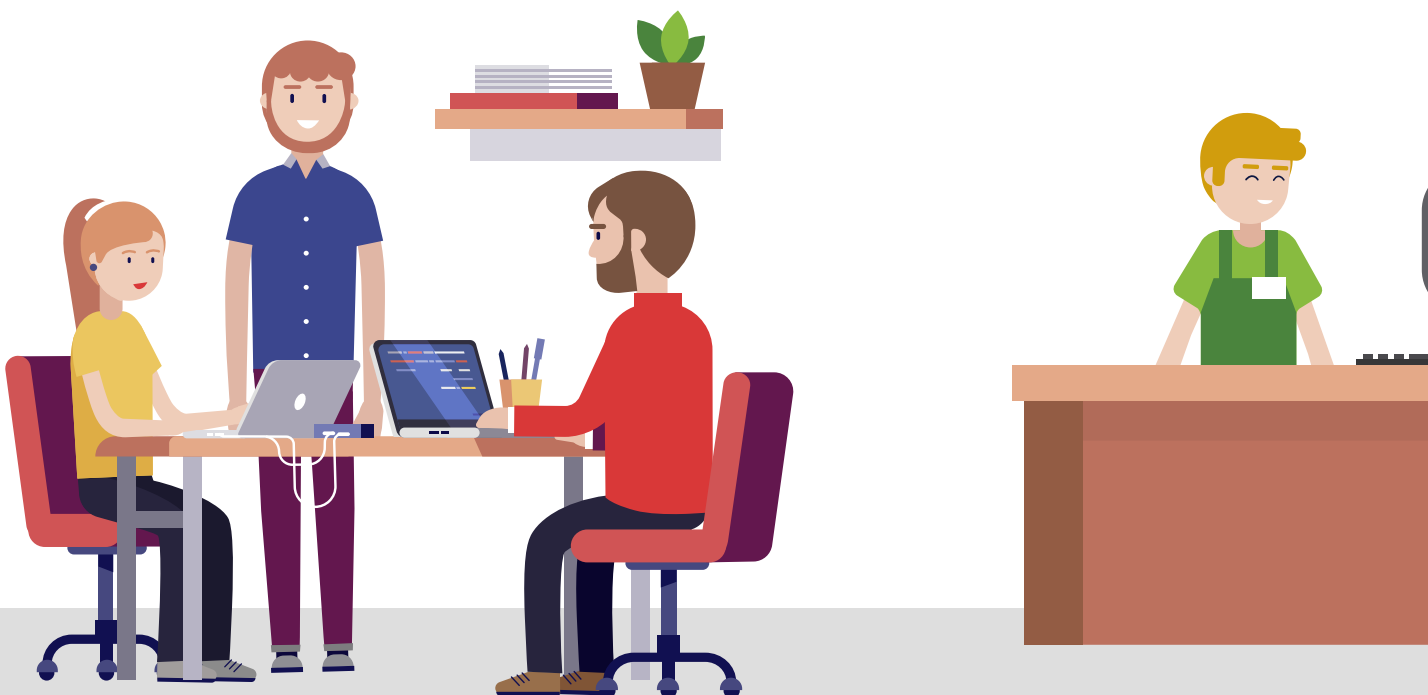


Quelle: Stiftung für Zukunftsfragen

Grüns: War es in anderen Generationen üblich, dass sie durch eine frühe Mitarbeit in der großelterlichen Grünfläche bereits im jungen Alter mit floralen Informationen versorgt wurden, ist diese Schnittstelle bei den so genannten Xer- und Yer-Jahrgängen so gut wie nicht mehr vorhanden. Deshalb sind sie auf die Unterstützung und Beratung vonseiten des Handels und der Industrie angewiesen. Und diese haben reagiert: Conveniente Pflanzgefäße, die – entweder komplett oder teilweise vorgepflanzt – nach dem Kauf unmittelbar oder mit geringem Aufwand auf Balkon oder Terrasse platziert werden können, sind noch recht neu im Sortiment vieler Gartencenter.

FRÜHZEITIGE WEICHENSTELLUNG FÜR LANGFRISTIGE MITARBEITERBINDUNG

So, wie Industrie und Handel ihre Kunden und deren Bedürfnisse kennen und immer wieder auf neue Strömungen reagieren, sollten sie auch eine besonders wichtige Bezugsgruppe nicht aus dem Auge verlieren: ihre Mitarbeiter. Denn Trendströmungen wie die Digitalisierung, der demografische Wandel oder die Urbanisierung beeinflussen auch die Personen, die einen fundamentalen Beitrag zum Erfolg eines Unternehmens leisten. Laut einer Studie des Weltwirtschaftsforums werden im Jahr 2025 mehr Arbeitsschritte von Maschinen erledigt als



von Menschen. Eine Vielzahl von Berufen existiere in der Zukunft nicht mehr – sie würden durch Maschinen und Algorithmen ersetzt. Die Arbeitswelt befindet sich derzeit in einem der rasantesten Wandlungsprozesse, den unsere Gesellschaft seit der Industrialisierung erlebt hat. Der technologische Fortschritt wird begleitet von einer demografischen Veränderung, die langfristig dazu führen wird, dass die Nachfrage am Markt künftig nicht mehr von uns als Arbeitgebern, sondern von unseren potenziellen Mitarbeitern gesteuert wird. Eine Entwicklung, die jede Branche zur frühzeitigen Weichenstellung zwingt. Denn wer hier den Anschluss verpasst, wird langfristig gut ausgebildete Fachkräfte nicht halten können. Moderne Ansprüche an Unternehmen sind vielseitig und reichen

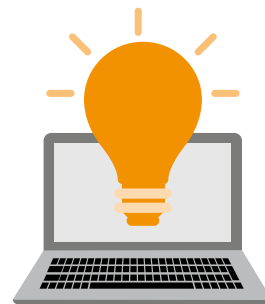
von flexiblen Arbeitszeiten bis hin zu flachen Hierarchien. Nachrückende Generationen fürchten sich in erster Linie davor, sich nicht selbst verwirklichen zu können. Sie möchten ernst genommen und in Entscheidungsprozesse integriert werden. Eigentlich kein großer Unterschied zu vorangegangenen Generationen. Denn auch mittlerweile erfolgreiche Manager wollten am Anfang ihrer Karriere nichts anderes, als ihr Unternehmen mit ihrer Energie und ihrem Arbeitsbeitrag zu unterstützen. Auch hier war die Frustration hoch, wenn diese Bemühungen nicht wahrgenommen wurden. Das zeigt: Wertschätzung war schon immer ein fundamentaler Bestandteil im Mitarbeitermanagement und wird es auch in Zukunft bleiben. Die Weichen dafür lassen sich mit einfachen Mitteln stellen.



62 Prozent der **Studenten** erachten eine **gute Bezahlung** als wichtigstes Entscheidungskriterium für die Auswahl eines Arbeitgebers



55 Prozent der **Studenten** möchten bei einem **mittelständischen Unternehmen** arbeiten

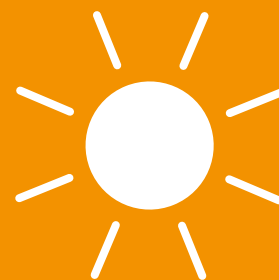


46 Prozent der **Studenten** können sich vorstellen, ein **Start-up** zu gründen

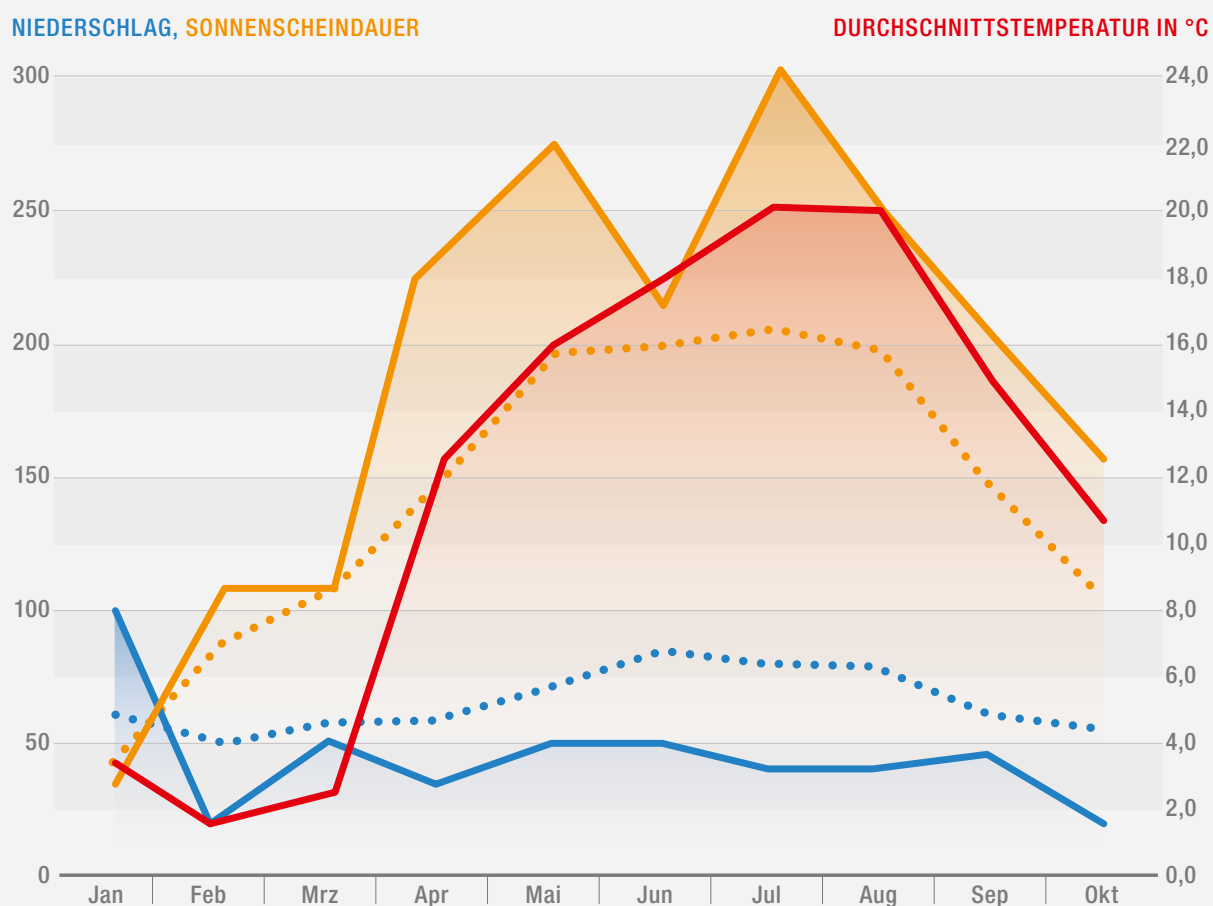
Quelle: Stiftung für Zukunftsfragen



Das Wetterjahr auf einen Blick



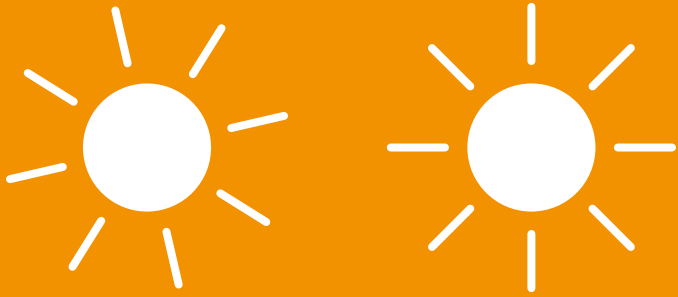
Übersicht: Klima im Jahr 2018 im Vergleich zum langjährigen Durchschnitt



30.000
Unwetterwarnungen

gab es im Jahr 2018 in Deutschland. (Quelle: DWD)





2.035 Stunden

schien die Sonne in Deutschland im Zeitraum November 2017 bis November 2018 im Durchschnitt. (Quelle: DWD)

— 2018:
Niederschlag in l/m²
••••• 2011–2018:
Ø Niederschlag in l/m²



— 2018:
Sonnenscheindauer in h
••••• 2011–2018:
Ø Sonnenscheindauer in h



— 2018:
Temperatur



Quelle: IFH Retail Consultants auf Basis
des Deutschen Wetterdienstes



647 Liter

Niederschlag fiel in Deutschland im Durchschnitt von November 2017 bis November 2018. (Quelle: DWD)



10,8°C

betrug die Durchschnittstemperatur in Deutschland in der Zeit von November 2017 bis November 2018. (Quelle: DWD)



Witterungsverlauf

WINTER 2017/2018

MILD, NIEDERSCHLAGSREICH UND SONNIG
MIT EISIGEM FINALE

Die im Herbst 2017 beginnende westliche Strömung, die Deutschland meist milde und feuchte Luft brachte, dauerte auch im Dezember und Januar an. So sorgten immer wieder Tiefdruckgebiete für reichliche Niederschläge, wenig Sonnenschein und kaum Nachtfröste. Völlig anders dann der Februar: Hochdruckgebiete über Nord- und Osteuropa wurden für Mitteleuropa wetterbestimmend. Regen- und Schneefälle wurden selten, die Sonne zeigte sich häufiger und in klaren Nächten wurde es frostig. In der Gesamtbilanz ergab dies einen milden Winter mit viel Niederschlag und Sonnenschein.

FRÜHLING

ERST KALT, DANN HEISS, SONNIG UND TROCKEN

Das Frühjahr 2018 begann winterlich und endete hochsommerlich. Im März und April herrschten vor allem im Norden und Osten Deutschlands noch strenger Frost und

Schnee. Ende Mai schwang die Wetterlage um und die erste Hitzewelle des Jahres kam. So folgte dem wärmsten April seit Beginn offizieller Temperaturmessungen ein ebenso warmer Mai. Damit war das Frühjahr insgesamt das zweitwärmste seit Aufzeichnungsbeginn. Während die Niederschlagsmenge deutlich unter dem vieljährigen Mittel blieb, lag die Sonnenscheindauer erheblich darüber.

Mit 10,3 Grad lag der Temperaturdurchschnitt für die Frühjahrsmonate um 2,6 Grad über dem Wert der international gültigen Referenzperiode 1961 bis 1990. Gegenüber der Vergleichsperiode 1981 bis 2010 betrug die Abweichung nach oben 1,8 Grad. Damit war der Frühling 2018 nach dem von 2007 der zweitwärmste seit Messbeginn. Nachdem der Winter in der eigentlichen Jahreszeit nahezu ausgeblieben war, zog er sich nun bis weit in das Frühjahr hinein.

Bereits zum fünften Mal hintereinander konnte der Frühling sein Soll von 185 Litern pro Quadratmeter (l/m^2) nicht erfüllen: Mit rund $140 l/m^2$ erreichte er 2018 nur 74 Prozent des Klimawertes. Erheblich zu trocken war es vor allem in der Oberpfalz und in Teilen Sachsen-Anhalts, wo gebietsweise nur $70 l/m^2$ zustande kamen. Im März und Anfang April zeigte sich der Winter hauptsächlich noch im Norden Deutschlands, teilweise mit beachtlichen Schneehöhen. Im Süden und Westen kam es Ende April

und im Mai zu kräftigen Gewittern, die sich örtlich zu verheerenden Unwettern mit Hagel und sintflutartigen Regenmengen entwickelten.

Die Sonnenscheindauer kam mit etwa 610 Stunden auf 133 Prozent ihres Solls von 459 Stunden. Damit gehört der Frühling 2018 zu den vier sonnigsten seit Messbeginn 1951. Am längsten zeigte sich die Sonne in Brandenburg und Berlin mit bis zu 750 Stunden, am wenigsten im Süden und Südwesten mit örtlich weniger als 500 Stunden.

SOMMER

VIELE REGIONALE REKORDE

Hitze, Niederschlagsarmut und viel Sonne erreichten diesmal in Deutschland südländische Dimensionen. Der Juni begann mit schwülwarmer Luft und schweren Gewittern. Doch etwa ab Mitte des Monats sorgten Hochdruckgebiete über Nordwesteuropa für trockenes Wetter mit meist angenehmen Temperaturen. Ab Ende Juli verlagerte sich der hohe Druck ostwärts – fast bis Ende August konnte die über Südeuropa liegende Heißluft nach Deutschland vorstoßen. Anhaltender Sonnenschein und extrem hohe Temperaturen bei ausbleibenden Niederschlägen führten vor allem in der Mitte, im Norden und Osten zu katastrophaler Dürre und vielen regionalen Rekorden.

Mit 19,3 Grad lag der bundesweite Temperaturdurchschnitt für Deutschland um rund 3,0 Grad über dem Wert der international gültigen Referenzperiode 1961 bis 1990. Damit war der Sommer 2018 der zweitheißeste seit Beginn regelmäßiger Messungen im Jahre 1881. Im Juni und weitgehend auch im Juli lagen die Temperaturen noch nicht über 34 Grad, Ende Juli und Anfang August trumpfte der Sommer 2018 allerdings mit großer, anhaltender Hitze auf.

Der Sommer 2018 brachte mit rund 130 Litern pro Quadratmeter (l/m^2) nur 54 Prozent seines Solls von 239 l/m^2 . Trockener war nur der Sommer 1911 mit 124 l/m^2 . Gebietsweise fiel weniger Regen als sonst in einem halben Monat. Im August zeigten sich Wiesen völlig verdorrt, Bäume warfen ihre Blätter ab und kleinere Flüsse versiegten. In der Landwirtschaft entstanden Schäden in Milliardenhöhe.

Der Sommer 2018 lag mit etwa 770 Sonnenstunden knapp 30 Prozent über seinem Soll von 604 Stunden und gehört damit zu den drei sonnenscheinreichsten seit Beginn von Messungen 1951. Im Supersommer

2003 waren es 793 Stunden. Am meisten zeigte sich die Sonne mit teilweise über 900 Stunden auf Rügen und Umgebung. Im Westen Deutschlands und in Teilen Oberbayerns waren es dagegen örtlich weniger als 650 Stunden.

HERBST

REKORD-TROCKENHEIT, -SONNE UND -WÄRME

Bis weit in den Herbst hinein setzte sich die deutlich zu warme, viel zu trockene und überaus sonnenscheinreiche Witterung fort. So folgten dem heißen Spätsommer im September ein ausgeprägter Altweibersommer und ein goldener Oktober sowie ein markanter Martinssommer im November. Kältere oder feuchtere Abschnitte blieben selten und waren nur kurz. So kam es vielerorts auch zu neuen Herbstrekorden.

Mit 10,4 Grad lag der Temperaturdurchschnitt im Herbst um 1,6 Grad über dem Wert der international gültigen Referenzperiode 1961 bis 1990. Gegenüber der Vergleichsperiode 1981 bis 2010 betrug die Abweichung nach oben 1,4 Grad. Bis Mitte Oktober gab es eine Reihe von Sommertagen mit Spitzenwerten von 29 Grad. Selbst in den ersten beiden Novemberwochen kletterte das Quecksilber häufig über die Marke von 20 Grad.

Der Herbst 2018 erreichte mit gut 95 Litern pro Quadratmeter (l/m^2) lediglich 51 Prozent seines Solls von 183 l/m^2 . Nur in den Jahren 1908, 1953 und 1959 war der Herbst mit 95, 84 und 91 l/m^2 noch trockener. Schaut man sich aber Sommer und Herbst zusammen an, so war es seit Beginn regelmäßiger Messungen 1881 noch nie zuvor so lange so trocken: Über die gesamte Fläche Deutschlands gemittelt fielen von Juni bis November 2018 lediglich etwa 225 Liter auf jeden Quadratmeter. Im Vergleich mit früheren Jahren folgt erst weit dahinter das Jahr 1911 mit 268 l/m^2 . Die zuletzt extreme Dürre spiegelte sich eindrucksvoll im Niedrigwasser von Flüssen und Seen, die oft Rekordpegelstände erreichten.

Der Herbst 2018 kam mit rund 440 Stunden auf 141 Prozent seines Solls von 311 Stunden und war damit der zweitsonnigste seit Beginn von Messungen. Es kam an vielen Messstellen des DWD zu neuen Rekorden. Im Herbst zeigte sich die Sonne im Südwesten mit gebietsweise über 520 Stunden am längsten. Relativ wenig Sonnenschein erhielt Schleswig-Holstein mit örtlich unter 340 Stunden. Insgesamt schien auch im Halbjahr Sommer/Herbst nie zuvor die Sonne häufiger.

Allgemeine volkswirtschaftliche Tendenzen 2018/2019

In Deutschland hat der bereits seit neun Jahren anhaltende wirtschaftliche Aufschwung zuletzt an Dynamik eingebüßt. Hierfür sind zum einen ungünstigere außenwirtschaftliche Rahmenbedingungen und erhebliche produktionsseitige Probleme in der Automobilindustrie verantwortlich. Zum anderen sorgen Kapazitätsengpässe für einen Rückgang des Expansionstempos. Die Anzeichen für eine gesamtwirtschaftliche Überauslastung haben weiter zugenommen. In vielen Bereichen ist ein ausgeprägter Arbeitskräfteengpass feststellbar. Zudem haben die Lohn- und Verbraucherpreisentwicklung zuletzt spürbar angezogen.

Von einer anhaltenden konjunkturellen Eintrübung ist aber nicht auszugehen. Insbesondere die Binnennachfrage dürfte aufgrund der anhaltenden Beschäftigungszuwächse, der zu erwartenden Lohnsteigerungen, der bestehenden Investitionsanreize und der regen Baukonjunktur robust expandieren. Insgesamt wird von einem realen Wachstum des BIP in 2018 in Höhe von 1,7 Prozent und 2019 in Höhe von 1,9 Prozent ausgegangen.

Der aktuelle Aufschwung ruht bislang auf einem vergleichsweise breiten Fundament. Eine Berechnung der importbereinigten Wachstumsbeiträge zeigt aber, dass die Bedeutung der Exporte nach wie vor hoch ist. Vor diesem Hintergrund bergen der ungelöste Handelskonflikt mit den Vereinigten Staaten, die Turbulenzen in einzelnen Schwellenländern, der bevorstehende Brexit und die politische Unsicherheit im Euroraum in Kombination ein erhebliches Risiko für die weitere Entwicklung der deutschen Volkswirtschaft.

BAUINVESTITIONEN WEITER KRÄFTIG

Vor dem Hintergrund der günstigen Arbeitsmarktlage und anhaltend vorteilhafter Finanzierungsbedingungen dürfte die Nachfrage nach Wohnraum, vor allem in Ballungszentren, im gesamten Prognosezeitraum hoch bleiben. Für dieses Jahr ist mit einer beschleunigten Zunahme der Wohnungsbauinvestitionen um 3,4 Prozent und im kommenden Jahr um weitere 3,2 Prozent zu rechnen.

KONSUM STEIGT STARK

Der private Konsum ist 2018 infolge starker Einkommenszuwächse deutlich gestiegen. Maßgeblich hierfür waren der starke Beschäftigungsaufbau sowie erhebliche Lohnsteigerungen. Hinzu kamen eine Verschiebung der Eckwerte im Einkommensteuertarif, eine Erhöhung des

Grund- und Kinderfreibetrags sowie die Anhebung des Kindergelds. Zudem wurden die Beitragssätze in der Renten- und Krankenversicherung gesenkt. Darüber hinaus befindet sich die Neigung, große Anschaffungen zu tätigen, auf einem sehr hohen Niveau.

Getragen wird die hohe Dynamik beim privaten Konsum auch weiter von der günstigen Lage am Arbeitsmarkt. Zwar dürfte sich der Beschäftigungsaufbau in den kommenden Jahren verlangsamen, allerdings wird der Anstieg der Effektivverdienste je Beschäftigten hoch bleiben.

Den nominal sehr hohen Einkommenszuwächsen stehen aber mittlerweile etwas höhere Teuerungsraten gegenüber. Alles in allem halten die Realeinkommen das Tempo des vergangenen Jahres, sie legen 2018 und 2019 um je knapp 2 Prozent zu. Für die Sparquote unterstellen die Institute keine wesentlichen Änderungen. Damit wird der reale private Konsum in 2018 um 1,5 Prozent und im kommenden Jahr um 1,9 Prozent expandieren.

VERBRAUCHERPREISINFLATION BEI RUND 2 PROZENT

Die Verbraucherpreisinflation hat in den vergangenen Monaten zugenommen. Im September 2018 betrug sie 2,3 Prozent. Damit übertrifft sie inzwischen das Inflationsziel der EZB für den Euroraum. Einen besonders großen Beitrag zum Anstieg der Verbraucherpreise lieferten dabei die Nahrungsmittel- und insbesondere die Energiepreise. Für 2018 und 2019 rechnet man mit einer Verbraucherpreis-inflation von 1,8 Prozent beziehungsweise 2,0 Prozent.

DYNAMIK AUF DEM ARBEITSMARKT SCHWÄCHT SICH AB

Auf dem Arbeitsmarkt deuten die gestiegenen Vakanzzeiten und ein höherer Lohndruck darauf hin, dass das Arbeitsangebot immer weniger in der Lage ist, die hohe Nachfrage nach Arbeitskräften zu befriedigen. Entsprechend wird sich wohl der Beschäftigungsaufbau im Verlauf des Prognosezeitraums allmählich abschwächen. Dabei wird die Arbeitslosenquote (nach Definition der Bundesagentur für Arbeit) weiter sinken: von rund 5,2 Prozent in 2018 auf ca. 4,8 Prozent in 2019.



Entwicklung des deutschen Gartenmarktes 2018

Laut Februar-Prognosen sollte der Gartenmarkt 2018 um 0,3 Prozent auf rund 18,4 Mrd. Euro wachsen. Was dann folgte, war ein schlechter Start ins Frühjahr, ein zu heißer und zu trockener Sommer und Herbst. Der Gartenfachhandel startete mit einem Minus von 5,6 Prozent gegenüber dem Vorjahr, steigerte sich in der Halbjahresbilanz auf stolze +1,7 Prozent und lag kumuliert Ende September bei einem – angesichts der schwierigen Rahmenbedingungen – respektablen Wert von +0,5 Prozent. In ähnlicher Weise verhielten sich die anderen gartenmarktrelevanten Vertriebskanäle, jedoch konnten die Bau- und Heimwerkermärkte die für die Gartensortimente durchaus schwierigen Witterungsbedingungen am besten meistern.

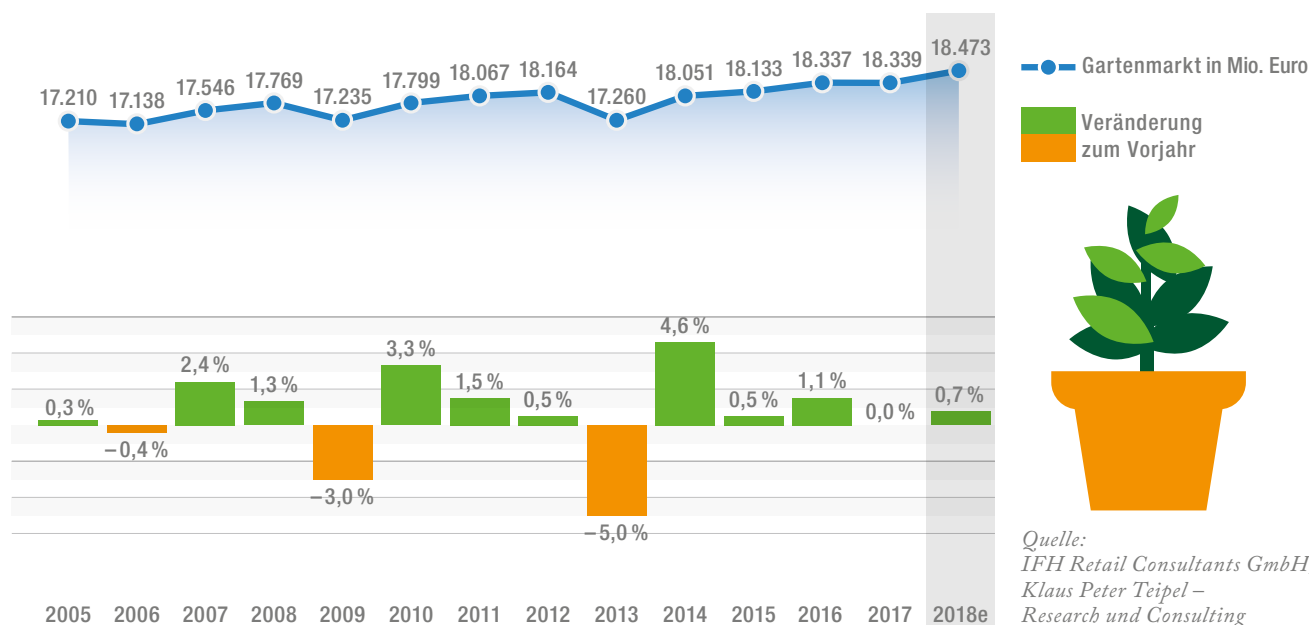
Insgesamt dürfte der Gartenmarkt mit einem Plus von 0,7 Prozent mehr als zufrieden sein. Mit einem Umsatz von rund 18,5 Mrd. Euro ist der Gartenmarkt gegenüber dem Vorjahr um rund 130 Mio. Euro gewachsen und bestätigt trotz rückläufiger Zahlen derjenigen, die ihre Freizeit mit „Arbeiten im Garten“ verbringen, erneut seine anhaltende Stabilität.

Auf Ebene der Vertriebswege haben der Großhandel (Baumschulen und Fach-Großhandel) sowie Gärtnereien und Blumenfachhandel in 2018 erstmals wieder ihre Abwärtstendenzen gestoppt und verharren auf Vorjahresniveau.

Baustoff- und Bauelementehandel sowie Holzfachhandel haben in diesem Jahr demgegenüber erneut deutliche Verluste (-6,1 Prozent bzw. -3,1 Prozent) hinnehmen müssen. Beide Vertriebswege sind im Kontext des Gesamtmarktes jedoch nach wie vor nur von geringer Bedeutung.

Über die größten Umsatzzuwächse konnten sich allerdings wieder der Distanz- (+7,2 Prozent) und Möbelhandel (+4,4 Prozent) freuen. Dennoch verbleiben beide Vertriebskanäle auf einem unteren einstelligen Marktanteil, machen aber auf die übrigen Anbieter weiter Boden gut. Sowohl bei seinen Market Places wie auch in Bezug auf die Eigenumsätze hat sich Amazon in diesem Marktkontext als unverrückbare Einkaufsplattform bei den Verbrauchern ganzjährig etabliert. Die weitere Verschiebung des Gartenmarktes in Richtung Online und

Entwicklung des Gartenmarktes in Deutschland 2005 bis 2018



die besondere Relevanz von Amazon in diesem Marktsegment werden auch zukünftig kaum aufzuhalten sein.

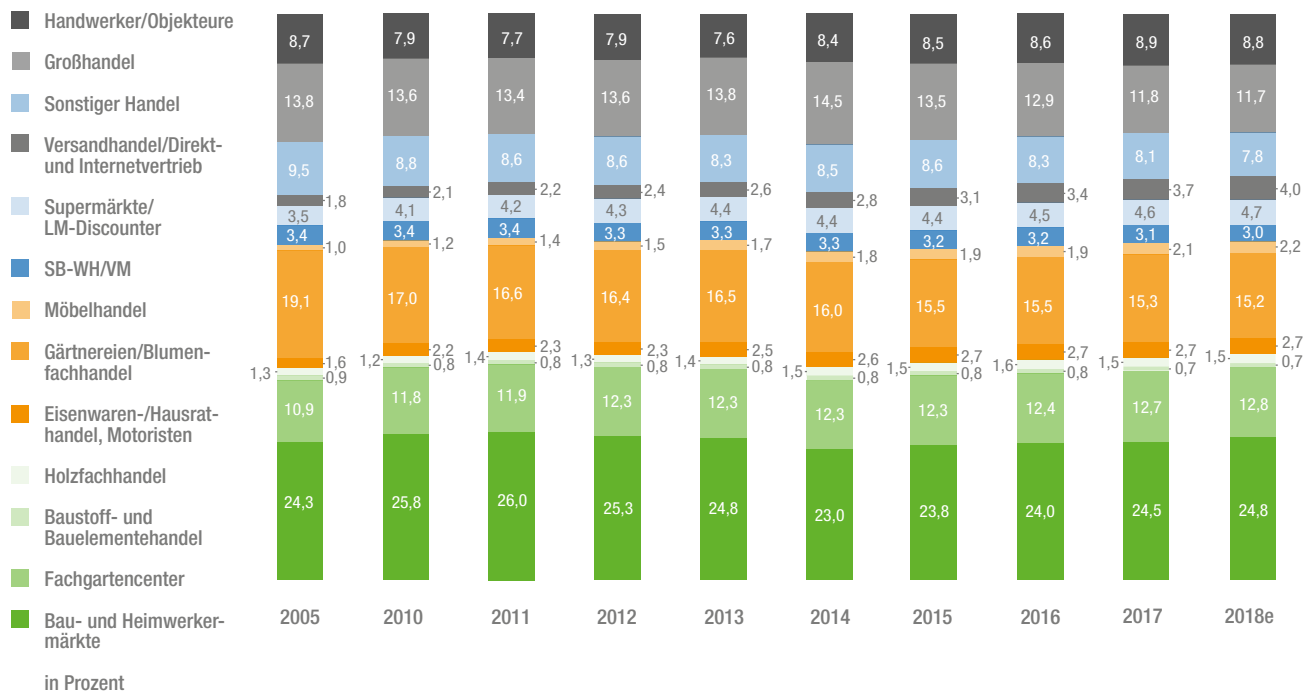
Trotz der vorgenannten Entwicklungstendenzen können sich die wichtigen Vertriebskanäle Fachgärtnercenter sowie Bau- und Heimwerkermärkte in dem sich anhaltend stark verändernden Wettbewerbsumfeld behaupten. Beide Vertriebskanäle konnten mit ihren Cross-Channel-Vermarktungsansätzen ein Umsatzplus realisieren. Aufgrund ihres hohen Anteils von Lebendem Grün am Gesamtumsatz hatten die Fachgärtnercenter in diesem Jahr im Vergleich zur Breite der Gartensortimente der Bau- und Heimwerkermärkte einen deutlichen Nachteil. Trotz der widrigen Umstände dürfte man mit dem Plus von insgesamt 1,4 Prozent doch recht zufrieden sein. Bei den Bau- und Heimwerkermärkten zählen die Gartensortimente bereits seit Jahren zu den Wachstumstreibern. In diesem Jahr haben die besonderen Witterungsbedingungen dazu geführt, dass die Betreiber überdurchschnittlich hohe Umsatzzuwächse bei Gartenmöbeln, Gartenausstattung, Gartengeräten sowie bei Be- und Entwässerungssortimenten für sich verbuchen konnten. Trotz rückläufiger

Umsätze im Bereich Lebendes Grün ergibt sich für die Baumärkte daraus ein beachtliches Plus von insgesamt 2,1 Prozent.

Weiter an Umsatz eingebüßt haben in 2018 die großflächigen SB-Warenhäuser mit einem Minus in Höhe von 1,8 Prozent. Demgegenüber konnten Supermärkte und Lebensmittel-Discounter abermals ein überdurchschnittliches Umsatzplus von 2,5 Prozent für sich verbuchen. Zu einer weiteren spürbaren Marktanteilserhöhung hat diese Entwicklung zwar nicht geführt, aber für die LEH-Discounter werden auch die Gartensortimente (stationär wie online) zu einem immer wichtigeren Sortimentsbaustein.

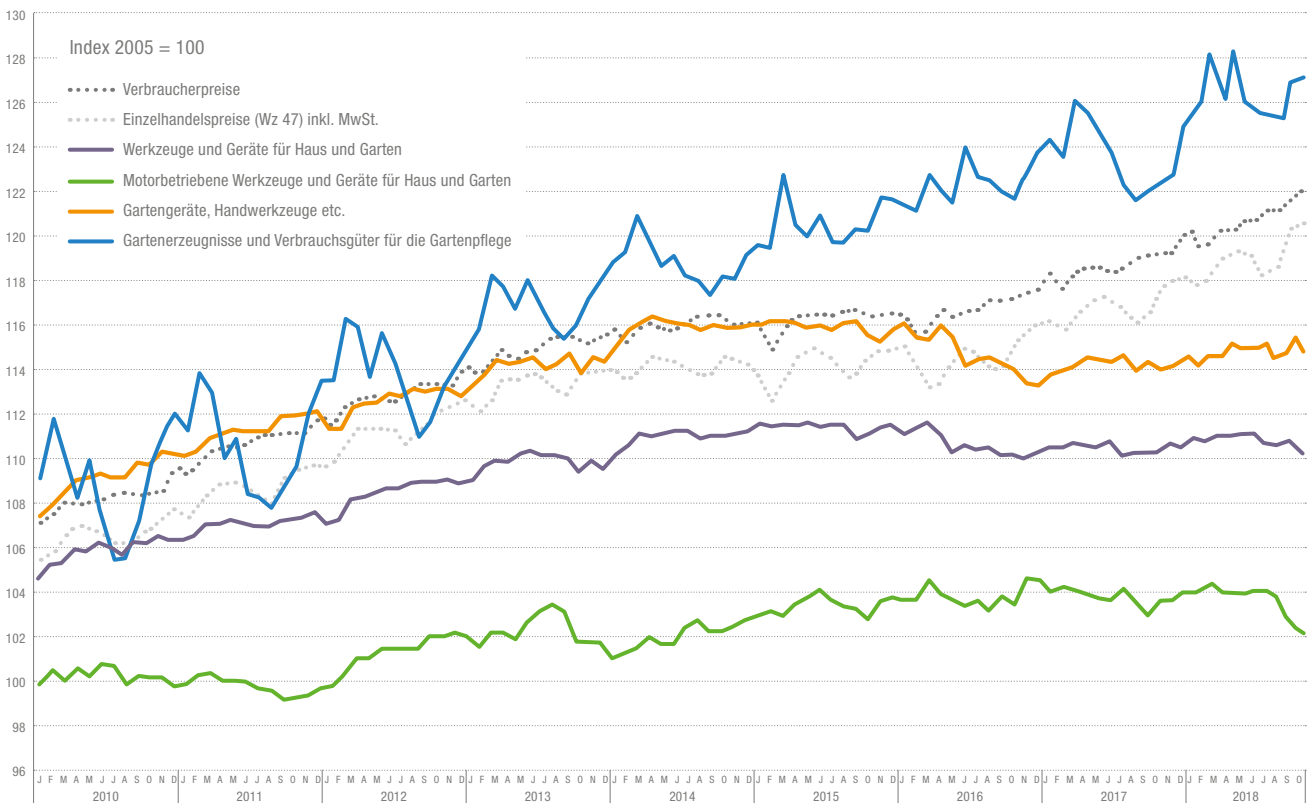
Etwas schwächer als der Markt haben sich in diesem Jahr die Warenumsätze beim Garten- und Landschaftsbau entwickelt, was angesichts der schwierigen Witterungsbedingungen auch zu erwarten war. Mit einem leichten Minus von 0,5 Prozent liegen die Dienstleister zwar unter Marktdurchschnitt, nach wie vor sind die Auftragsbücher jedoch sehr gut gefüllt, sodass der Langfristtrend zugunsten des „Do it for me“ auch weiterhin bestehen bleibt.

Marktanteile der Vertriebswege im Gartenmarkt in Deutschland 2005 bis 2018



Quelle: IFH Retail Consultants GmbH, Klaus Peter Teipel – Research & Consulting

Entwicklung der Einzelhandels- und Verbraucherpreise im Gartenbereich



Quelle: Statistisches Bundesamt

ENTWICKLUNG DER EINZELHANDELS- UND VERBRAUCHERPREISE

Seit ihrem Tiefststand im Januar 2016 befinden sich die Verbraucherpreise nahezu unverändert im Aufwärtstrend – ähnlich wie die Einzelhandelspreise. Kumuliert ergibt sich bis Oktober 2018 für die Verbraucher- und Einzelhandelspreise ein Anstieg um 1,9 Prozent. Auch für 2019 zeichnet sich eine Fortsetzung dieser Tendenz ab.

Davon deutlich abweichend zeigt sich die Entwicklung der Verbraucherpreise in ausgewählten Warenbereichen des Gartenmarktes. So sind die Preise für motorbetriebene Gartengeräte kumuliert bis Oktober 2018 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum leicht gesunken (-0,1 Prozent), während die Preise für Gartenhandgeräte mit einem Plus von 0,6 Prozent leicht angezogen haben.

Im Jahresvergleich erneut deutlich tiefer in die Tasche greifen mussten die Verbraucher hingegen für Gartenerzeugnisse und Verbrauchsgüter für die Gartenpflege, in denen z. B. auch Lebendes Grün sowie biologisch-chemischer Gartenbedarf enthalten sind. Gegenüber dem Vergleichszeitraum Januar bis Oktober 2017 haben sich

die Preise für diese Güter in 2018 (witterungsbedingt) um rund 2,7 Prozent erhöht. Der für diese Warengruppe typische Saisonverlauf mit ausgeprägten Höhen und Tiefen zeigt sich auch in diesem Jahr. Seit dem obligatorischen Höhepunkt im Mai sind die Preise bis August gesunken, befinden sich derzeit aber wieder auf ansteigendem Niveau.



E-Commerce im Gartenmarkt

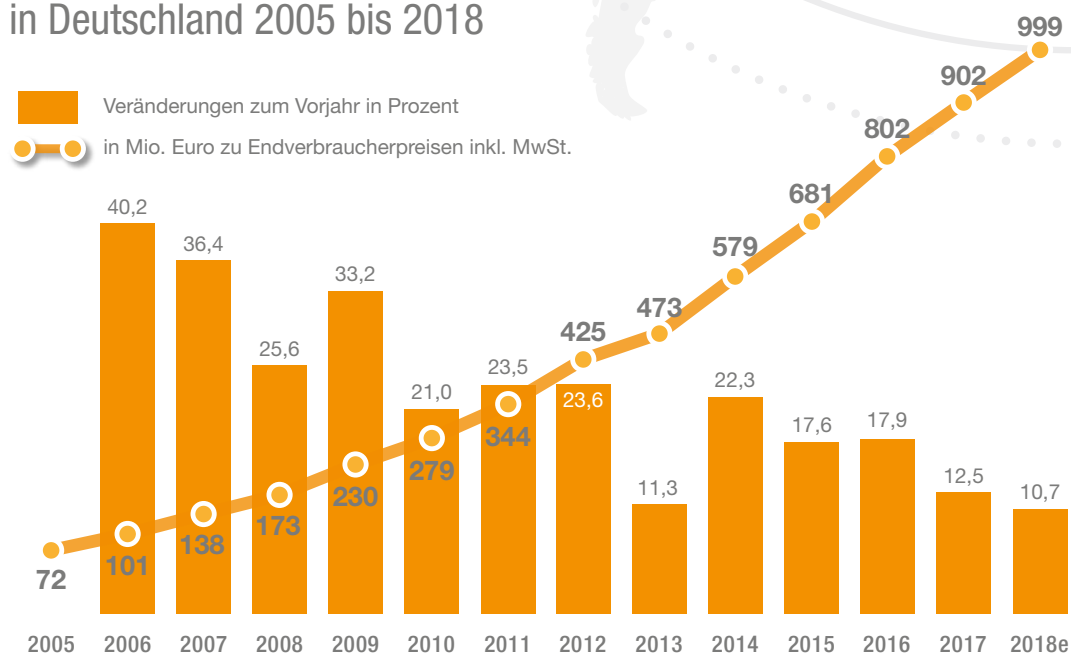
Nach einem Plus von über 12 Prozent im Vorjahr haben die E-Commerce-Umsätze im Gartenmarkt in 2018 erneut ihre starke Dynamik untermauert, wenngleich die Höhe der jährlichen Wachstumsraten in den letzten Jahren abgenommen hat. Um rund 11 Prozent auf 1,0 Mrd. Euro stiegen 2018 die Internet-Verkaufsumsätze von Gartenprodukten.

In der Summe erzielen die Online-Vermarktungskanäle des stationären Handels, der Katalogversender, der Internet-Pure-Player und der Hersteller einen Garten-Gesamtmarktanteil in Höhe von 5,4 Prozent.

Die E-Commerce-Umsätze im einzelhandelsrelevanten Gartenmarkt (d. h. ohne GaLaBau) belaufen sich auf 5,9 Prozent. 2017 lagen sie bei 5,4 Prozent.

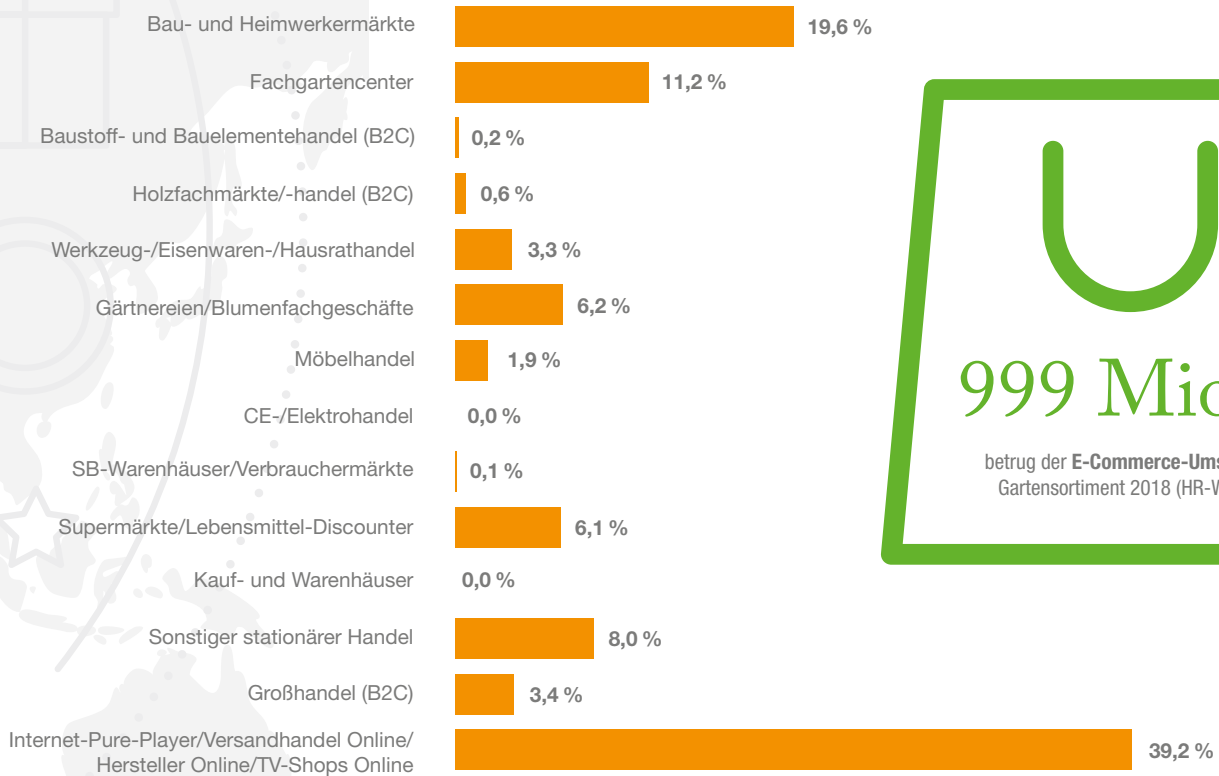


E-Commerce-Umsätze im Gartenmarkt in Deutschland 2005 bis 2018



Quelle: Klaus Peter Teipel – Research & Consulting

Umsatzanteil der Vertriebswege Online im Gartengesamtmarkt 2018



Quelle: Klaus Peter Teipel – Research & Consulting

Der Blick auf die Umsatzverteilung nach den genannten Online-Vertriebswegen verdeutlicht trotz der Dominanz des Online-Pure-Players Amazon den nach wie vor hohen Stellenwert des stationären Handels (Bau- und Heimwerkermärkte, Fachgartencenter, Gärtnereien, Motoristen, Möbelhandel, Lebensmitteleinzelhandel etc.). In 2018 haben die stationären Formate (inkl. Market Places von stationären Händlern auf Plattformen) in der Summe den reinen Online-Spezialisten etwa 0,2 Prozentpunkte an Marktanteilen abnehmen können.

Aktuell entfallen rund 61 Prozent der Online-Umsätze auf stationäre Handelsbetriebsformen. Als wichtigster Vertreter der stationären Händler im Online-Markt haben die Bau- und Heimwerkermärkte mittlerweile den Gartenfachhandel (Fachgartencenter und Gärtnereien/Blumenfachgeschäfte) abgelöst. Derzeit halten die Bau- und Heimwerkermärkte einen Garten-Online-Marktanteil von 19,6 Prozent, der traditionelle Gartenfachhandel

kommt demgegenüber auf rund 17,4 Prozent. Grund für diese Entwicklung sind die hohen Investitionen der Baumarktbetreiber in die Cross-Channel-Konzepte, die sich vor allem in einer überproportional hohen Dynamik der Online-Umsätze niederschlagen.

Mit deutlichem Abstand zu den vorgenannten Anbietern liegt der sonstige stationäre Handel (vorwiegend branchenfremde Anbieter) mit 8,0 Prozent ebenso deutlich vor den übrigen Anbietern aus dem stationären Handelsumfeld.

Demgegenüber kommt der Distanzhandel (Internet-Pure-Player, Versandhandel Online, Hersteller Online sowie TV-Shops Online) trotz eines respektablem Umsatzzuwachses im Amazon-Eigengeschäft nur noch auf einen Marktanteil am Online-Volumen in Höhe von 39,2 Prozent.

Der Gartenmarkt in der EU

Stabil und relativ konjunkturunabhängig

Das Gesamtvolumen des europäischen Gartenmarktes (EU27) – von der Orchidee über den Gartentisch und den Sonnenschirm bis hin zur Teichpumpe und dem Rasenmäher – belief sich 2017 auf rund 88,3 Milliarden Euro (zu Endverbraucherpreisen inkl. jeweiliger MwSt.), d.h., jeder EU-Bürger gibt derzeit für Gartenprodukte rein rechnerisch im Durchschnitt 174 Euro aus. Hierin berücksichtigt sind die Ausgaben der privaten Haushalte, der Unternehmen und der öffentlichen Hand (nur Produkte, keine Dienstleistungen).

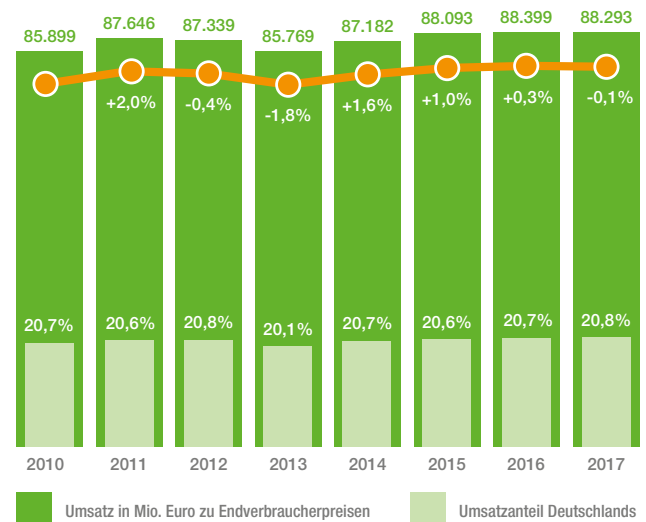


174 Euro gibt jeder EU-Bürger im Durchschnitt für Gartenprodukte aus

Der Blick auf die Zeitreihe 2010 bis 2017 zeigt, dass sich der Markt mit Veränderungsraten zwischen -1,8 und +2,0 Prozent als relativ stabil und verhältnismäßig konjunktur-

unabhängig erweist. So bewegen sich beispielsweise die Veränderungsdaten des BIP im genannten Zeitraum zwischen +0,8 und +5,4 Prozent, das Produktionsvolumen im Baugewerbe zwischen -4,1 und +3,5 Prozent.

Umsatzentwicklung des Gartenmarktes in der EU



Quelle: IFH Köln

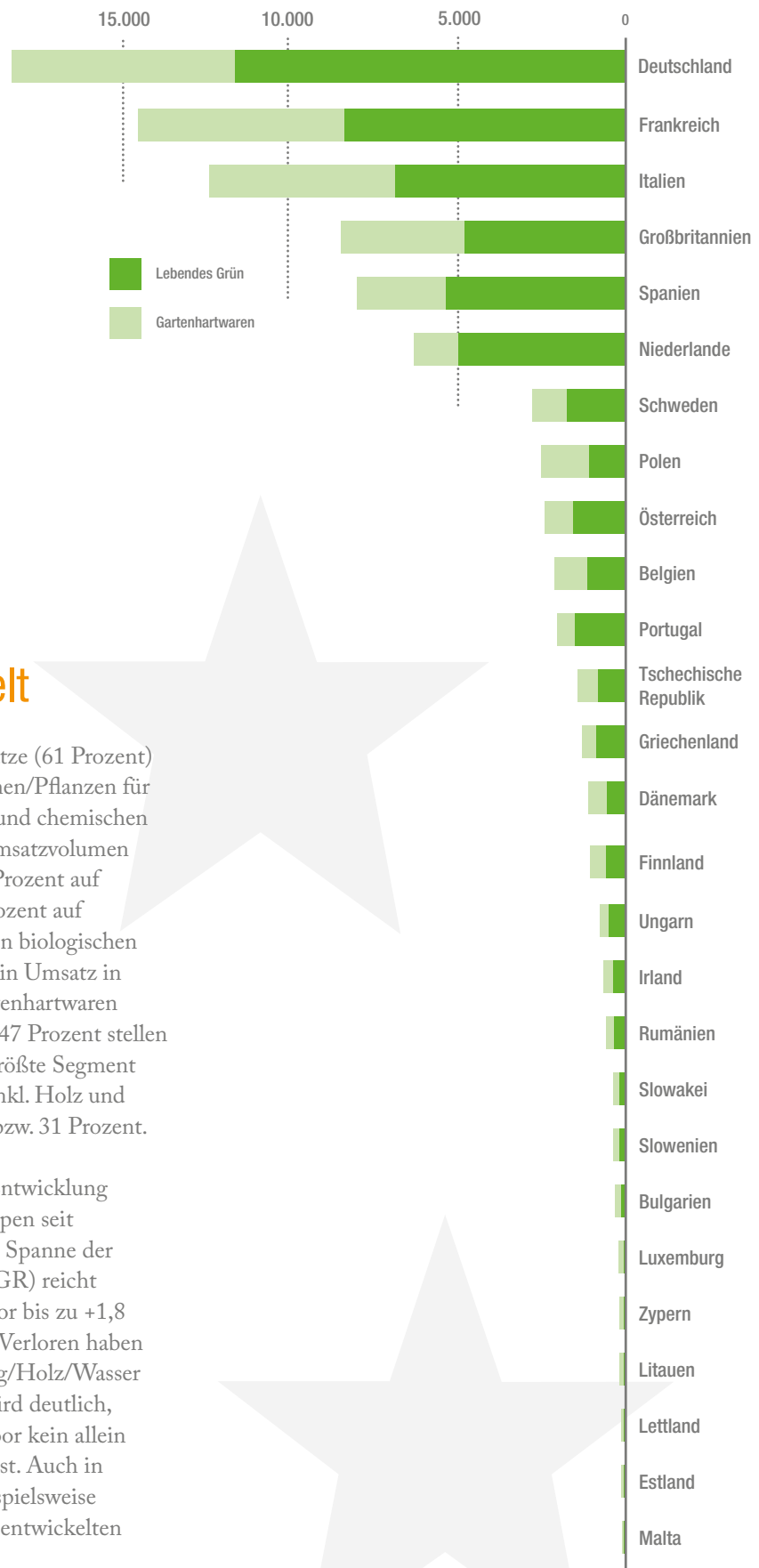
Deutschland wichtigster Ländermarkt

Auf Deutschland entfallen derzeit 20,8 Prozent der EU-Gesamtausgaben für Gartenprodukte. Mit einem Umsatzvolumen von 18,3 Mrd. Euro ist das bevölkerungsstärkste Land damit auch der größte Absatzmarkt für Gartenartikel und Pflanzen in der EU.

Auf Position zwei rangiert Frankreich mit einem Marktanteil von 16,5 Prozent, gefolgt von Italien (14,0 Prozent), Großbritannien (9,6 Prozent) und Spanien (9,0 Prozent). Damit vereinen die fünf Länder, die 63 Prozent der EU-Bevölkerung stellen, 70 Prozent der Gartenausgaben auf sich.

Große Unterschiede zwischen den Ländern zeigen sich beim erwirtschafteten Umsatz mit Lebendem Grün sowie mit Gartenhartwaren. Während etwa in den Niederlanden überdurchschnittlich hohe Anteile mit Lebendem Grün erwirtschaftet werden, fällt Polen hier deutlich ab. Im immerhin 38 Mio. Einwohner umfassenden Land spielen Gartenhartwaren eine größere Rolle. Diese Aussage gilt tendenziell auch für die bevölkerungsschwächeren Länder.

Gartenumsatzvolumina der Länder der EU im Jahr 2017 in Mio. Euro



Grün Indoor schwächelt

Der größere Teil der Gartenmarkt-Umsätze (61 Prozent) entfällt auf das Lebende Grün, also Blumen/Pflanzen für innen und außen (inkl. des biologischen und chemischen Gartenbedarfs). Das entspricht einem Umsatzvolumen von 54,1 Mrd. Euro, welches sich zu 39 Prozent auf Blumen und Pflanzen für drinnen, 47 Prozent auf Outdoorgewächse und 14 Prozent auf den biologischen und chemischen Gartenbedarf aufteilt. Ein Umsatz in Höhe von 34,2 Mrd. Euro wird mit Gartenhartwaren erwirtschaftet. Mit 16,0 Mrd. Euro bzw. 47 Prozent stellen hier die Garten- und Balkonmöbel das größte Segment dar, gefolgt von der Gartenausstattung (inkl. Holz und Wasser im Garten) mit 10,6 Mrd. Euro bzw. 31 Prozent.

Unter Berücksichtigung der zeitlichen Entwicklung zeigt sich, dass vier der sechs Warengruppen seit 2010 an Umsatz gewinnen konnten. Die Spanne der durchschnittlichen Wachstumsrate (CAGR) reicht dabei von +0,3 Prozent bei Grün Outdoor bis zu +1,8 Prozent bei Gartengeräten/-maschinen. Verloren haben hingegen die Bereiche Gartenausstattung/Holz/Wasser im Garten sowie Grün Indoor. Damit wird deutlich, dass der Umsatzrückgang bei Grün Indoor kein allein auf Deutschland begrenztes Phänomen ist. Auch in anderen umsatzstarken Ländern wie beispielsweise Großbritannien, Frankreich oder Italien entwickelten sich die Umsätze rückläufig.

Pro-Kopf-Ausgaben nach Ländern und Warengruppen 2017

PRO-KOPF-AUSGABEN deutlich über Ø ▲ deutlich unter Ø ▼	PFLANZEN (Indoor + Outdoor), Düngemittel, Erden, Pflanzenschutz	GARTENGERÄTE/ -MASCHINEN UND ZUBEHÖR	GARTEN-/ BALKONMÖBEL, GARTENAUS- STATTUNG, HOLZ/ WASSER IM GARTEN	GARTEN TOTAL
Belgien	▶	▼	▲	▶
Bulgarien	▼	▼	▼	▼
Dänemark	▶	▲	▼	▶
Deutschland	▲	▲	▼	▲
Estland	▼	▶	▼	▼
Finnland	▶	▲	▶	▶
Frankreich	▼	▼	▲	▲
Griechenland	▼	▼	▼	▼
Großbritannien	▼	▶	▼	▼
Irland	▼	▶	▶	▶
Italien	▶	▼	▲	▶
Lettland	▼	▶	▼	▼
Litauen	▼	▶	▼	▼
Luxemburg	▲	▲	▲	▲
Malta	▼	▼	▲	▶
Niederlande	▲	▼	▲	▲
Österreich	▲	▲	▼	▲
Polen	▼	▼	▼	▼
Portugal	▲	▼	▶	▶
Rumänien	▼	▼	▼	▼
Slowakei	▼	▼	▼	▼
Slowenien	▶	▲	▶	▶
Spanien	▶	▼	▶	▶
Schweden	▲	▲	▲	▲
Tschechische Rep.	▼	▶	▶	▼
Ungarn	▼	▼	▼	▼
Zypern	▼	▼	▲	▲

Außengastronomie kurbelt Gartenmöbelnachfrage an

Die Länderanalyse in Kombination mit den Warengruppen zeigt – bezogen auf Pro-Kopf-Ausgaben – sehr unterschiedliche Werte. Die Spannweite über den gesamten Gartenmarkt reicht von 30 Euro in Rumänien bis hin zu 335 Euro in Luxemburg, bei Gartengeräten beispielsweise von 2 bis 47 Euro.

Aber auch innerhalb eines Landes existieren – gemessen am EU-Durchschnitt – durchaus unterschiedliche Ausgabenniveaus.

So weisen beispielsweise die Pro-Kopf-Ausgaben in den südlicheren und teilweise auch touristisch stark erschlossenen Ländern, wie beispielsweise Italien, Zypern oder auch Malta, deutlich überdurchschnittliche Werte bei

Gartenmöbeln auf. Das ist u. a. auf die hohe Nachfrage aus Hotellerie und Gastronomie zurückzuführen.

Neben klimatischen Bedingungen ist speziell für die Outdoor-Sortimente auch der Gartenbesatz ein entscheidender Faktor für die entsprechende Nachfrage. Diesbezügliche Bestandsdaten existieren europaweit nicht, als Indikator hierfür kann aber der Besatz an Ein- und Zweifamilienhäusern dienen, die in der Regel mit einem Garten ausgestattet sind. Als deutlich überdurchschnittlich erweist sich hier allen voran Irland. Mit Abstand folgen die beiden Inselstaaten Malta und Zypern sowie Belgien und Slowenien. Eine verhältnismäßig starke Fokussierung auf große Wohngebäude mit zehn und mehr Einheiten existiert hingegen in den drei Ländern des Baltikums.

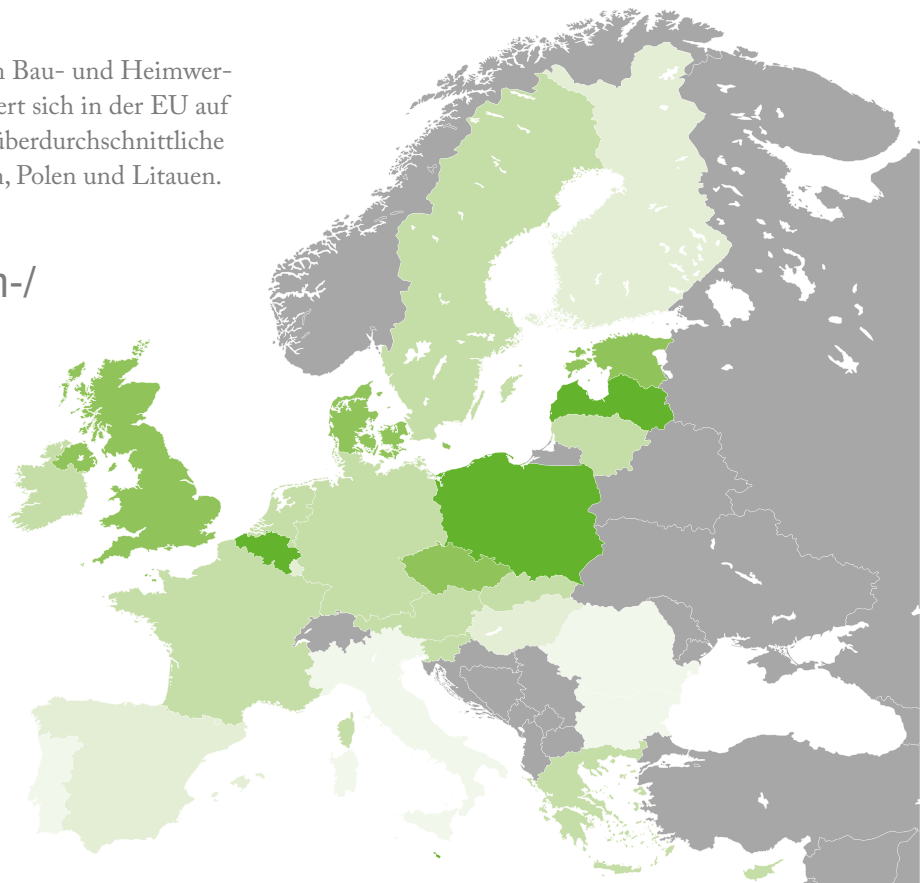
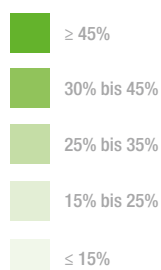
Deutschland: Marktanteil des grünen Fachhandels im EU-Durchschnitt

Der EU-Blumenfachhandel verzeichnet einen Umsatzanteil von 29 Prozent des gesamten Gartenmarktes. Hinsichtlich der regionalen Ausprägung zeigt die Europakarte in der Tendenz ein Nordost-Südwest-Gefälle. Die höchsten Werte werden dabei in Polen, Malta, Belgien und Lettland erzielt.

Der Marktanteil der großflächigen Bau- und Heimwerkermärkte am Gartenmarkt beziffert sich in der EU auf insgesamt rund 15 Prozent. Eine überdurchschnittliche Bedeutung haben sie in Rumänien, Polen und Litauen.

Die Relevanz der weiteren Vertriebswege erweist sich somit als ebenfalls sehr heterogen. Hierzu gehören unter anderem Wochenmärkte, Baumschulen, der GaLaBau, Möbel-/Einrichtungshäuser, der Lebensmitteleinzelhandel sowie Motoristen.

Marktanteil des Blumen-/Pflanzenfachhandels



Kernkompetenzen des IVG

Ein Sprachrohr für viele Stimmen

Der Industrieverband Garten (IVG) e.V. vertritt die Interessen der Hersteller von Gebrauchs- und Verbrauchsgütern in der Grünen Branche für den Hobby- und den Profimarkt. Er vereint derzeit über 150 Mitgliedsunternehmen und setzt sich auf allen Ebenen für deren Belange ein. Seit mehr als 45 Jahren treten wir für die Anbieterseite des Gartenmarktes ein – eines Marktes, der Erfolg versprechende Zukunftsperspektiven bietet. Denn die IVG Mitgliedsunternehmen vertreiben die Produkte, mit denen jeder Verbraucher sein persönliches Gartenglück erschaffen kann. Eine derart starke Branche braucht eine starke Stimme. Diese verleihen wir unseren Mitgliedern gleich in mehrfacher Hinsicht, als:

BERATER IM GRÜNEN BEREICH

Man kann nicht alles wissen, aber man sollte immer wissen, wen man fragen kann. Deshalb beraten wir unsere Mitglieder in den Bereichen Recht, Normung, Vertrieb und Marketing. Dazu zählt unter anderem die Beantwortung von Rechtsfragen im Zivil-, Vertrags-, Kartell- und Wettbewerbsrecht, Umweltrecht sowie Gewerbe- und Produktsicherheitsrecht. Darüber hinaus beinhaltet unser Service eine umfangreiche Vertragsprüfung sowie ein kartellrechtskonformes Seminarangebot. Im Fokus steht für uns der wirtschaftliche Erfolg unserer Mitglieder.

KOMMUNIKATOR FÜR GRÜNE THEMEN

Wir teilen unser Wissen, kommunizieren unsere Botschaften und setzen in der Öffentlichkeit Themen im Sinne unserer Mitglieder. Dafür stehen wir in engem Kontakt mit Fach- und Endverbrauchermedien. Darüber hinaus sind wir die Schnittstelle zu allen Vertriebskanälen, Behörden und auch zwischen unseren Mitgliedsfirmen – bei unseren Veranstaltungen bringen wir die gesamte Branche zusammen. Zudem beziehen wir im Sinne unserer Firmen aktiv Stellung zu aktuellen politischen Diskussionen und vermitteln ihre Belange gezielt an die Öffentlichkeit.

EXPERTE FÜR DEN GRÜNEN MARKT

Wir können nicht in die Zukunft blicken, aber unser fundiertes Know-how und unser aktuelles Zahlenmaterial helfen unseren Mitgliedern, die richtigen Marktentscheidungen in der Grünen Branche zu treffen und spannende Trends zu erkennen.

VERTRETER DER GRÜNEN SORTIMENTE

Wir sind das Sprachrohr unserer Mitglieder und nutzen alle Kanäle, um ihre Interessen zu vertreten. Deshalb stehen wir in engem Kontakt mit Behörden, Politik, Naturschutzgruppen und Abnehmerkreisen. Wir arbeiten mit an der Gesetzgebung und Normung.



Kernthemen

Verbandsarbeit am Puls der Zeit

Die Kernthemen zukunftsfähiger Verbandsarbeit unterliegen einem dynamischen Prozess. Denn egal, ob „Customer Journey“ oder „Arbeitsprozesse“ – alle relevanten Themen aus Industrie und Handel unterliegen einem stetigen Wandel und gehören daher regelmäßig überprüft. In diesem Zusammenhang haben sich auch die Ansprüche unserer Mitgliedsfirmen in den vergangenen Jahren verändert. Dieser Entwicklung begegnen wir, indem wir gerade die Bereiche Information, Internationalisierung und Digitalisierung stetig ausbauen und auch in Zukunft neue Leistungsangebote für unsere Mitglieder planen.



Bei Vortragsveranstaltungen, Netzwerkplattformen und Arbeitskreisen führt der IVG die Grüne Branche zusammen.

Information und Beratung

Im Rahmen von Arbeitskreisen informieren wir unsere Mitgliedsfirmen regelmäßig über aktuelle Entwicklungen aus den Bereichen Recht, Normung, Vertrieb und Marketing. So bearbeiten wir in diesem Format bereits seit geraumer Zeit die Themen „Systemhandel“ und „Fachhandel“. Im vergangenen Jahr fand zudem zum

ersten Mal der „Arbeitskreis Recht“ statt, der sich mit wichtigen juristischen Themen befasst. Da die Resonanz durchweg positiv ausfiel, wird dieser Arbeitskreis ab 2019 fest im Verbandsportfolio verankert. Mit der Einstellung eines weiteren Rechtsreferenten erweitern wir darüber hinaus die Rechtsberatung in unserem Verband.

Intensiver Austausch mit anderen Fachverbänden

Erfolgreiche Verbandsarbeit lebt auch durch die enge Kooperation mit anderen Verbänden. Deshalb pflegt der IVG bereits seit Jahren intensiven Kontakt zu nationalen, aber auch zu europäischen Fachverbänden, darunter zum Beispiel die European Garden Machinery Federation (EGMF) im Gerätebereich, die Growing Media Europe im Zusammenhang mit Kultursubstraten

und Ausgangsstoffen oder die European Organic Fertilizers Manufacturers Association (EUROFEMA) im Düngemittel-Segment. Darüber hinaus fördern wir den Austausch mit weiteren namhaften Fachverbänden. In regelmäßigen Treffen zeigen wir Präsenz und Engagement.

Mehrwert durch digitale Anwendungen

Durch die Digitalisierung ist die Kommunikation innerhalb der Gesellschaft heute schneller und grenzenloser denn je. Als moderner Verband gehen wir mit der Zeit und arbeiten stetig an der Optimierung unserer Schnittstellen, um unseren Mitgliedern den Austausch mit uns zu erleichtern. So haben wir im vergangenen Jahr noch einmal die Software für die Verwaltung unserer Treuhand-

statistiken verbessert. Sie ermöglicht den teilnehmenden Mitgliedsfirmen eine vereinfachte Bedienung im Hinblick auf Nutzerfreundlichkeit und Flexibilität und verfügt darüber hinaus über eine erhöhte Sicherheit. Mit der Software möchten wir unsere Statistiken langfristig weiter ausbauen, um unseren Mitgliedern noch mehr relevante Daten zur Verfügung stellen zu können.

Kommunikation, Dialog, Netzwerk

IVG Veranstaltungen 2019

Wir organisieren und initiieren jedes Jahr eine Reihe von Veranstaltungen – darunter Branchentreffen mit Tradition sowie innovative Formate. Unsere Veranstaltungen sind immer auch eine Plattform für den Netzerkausbau und den Dialog. Wir sorgen dafür, dass sich die Grüne Branche trifft.

IVG MEDIENTAG GARTEN

Mit dem IVG Medientag Garten haben wir eine in der Branche einzigartige Plattform für Pressegespräche und Interviews geschaffen. Diese Veranstaltung organisieren wir ausschließlich für Journalisten, Blogger und unsere Mitglieder.

- Rund 120 Journalisten
- Mehr als 50 Aussteller
- Vorträge zu Markt und Trend

Nächster Termin:

Mittwoch, 13.02.2019,
Koelnmesse



IVG
Medientag
Garten




spoga
gafa
cologne



IVG MESSEAUFTTRITTE

Bei der internationalen Pflanzenmesse (IPM) in Essen und auf der spoga + gafa in Köln sind wir jeweils mit einem Messestand vertreten, als Anlaufstelle für unsere Mitglieder und für die eigene Netzwerkpflge.

Nächster Termin:

- Dienstag, 22.01. bis Freitag, 25.01.2019, Messe Essen (IPM)
- Sonntag, 01.09. bis Dienstag, 03.09.2019, Koelnmesse (spoga + gafa)



IPM
ESSEN - GERMANY





IVG GARTENPARTY

Bei Kölsch und kleinen Köstlichkeiten trifft sich am Messerontag der spoga + gafa das Who's who der Grünen Branche an unserem Messestand zum ungezwungenen Austausch.

- Rund 400 Besucher
- Flying Buffet
- Livemusik

Nächster Termin:

Montag, 02.09.2019,
Koelnmesse



DEUTSCHER TORF- UND HUMUSTAG

Seit mehr als 50 Jahren trifft sich die deutsche Erdenindustrie einmal im Jahr in Bad Zwischenahn. Der Deutsche Torf- und Humustag ist eine der wichtigsten Veranstaltungen der Branche.

- Etwa 200 Besucher
- Spannende Fachvorträge
- Branchentreff am Abend

Nächster Termin:

Donnerstag, 10.10.2019,
Wandelhalle in Bad Zwischenahn



IVG FORUM GARTENMARKT

Das IVG Forum Gartenmarkt legt den Schwerpunkt auf die Entwicklung des Grünen Marktes und die Erschließung seiner Potenziale. Den Teilnehmern aus Industrie, Handel und Medien bieten wir ein spannendes Programm mit interessanten Vorträgen zu aktuellen Branchenthemen.

- Mehr als 200 Besucher
- Spannende Fachvorträge
- Branchentreff am Vorabend

Nächster Termin:

Mittwoch, 30.10.2019,
Maritim Hotel Düsseldorf



Fachabteilungen

Kompetente Ansprechpartner für jedes Thema

Derzeit gibt es innerhalb des Verbandes sechs Fachabteilungen. Jede dieser Gruppen wird von einem Experten auf seinem Gebiet betreut, der jederzeit als kompetenter Ansprechpartner für die Mitglieder zur Verfügung steht. Unsere Kernkompetenzen sind dabei Information, Beratung, Lobbying und Öffentlichkeitsarbeit.

NEU IM IVG: PROFIGARTENBAU (PGB)

Seit dem 1. Januar 2019 gibt es im IVG eine neue Fachabteilung, die sich mit den Themen des Profigarten-

tenbaus befasst. Mit der sechsten Fachabteilung bieten wir zum einen Unternehmen eine neue Plattform der Zusammenarbeit an, die durch die Auflösung der INDEGA keinen eigenen Verband mehr haben. Zum anderen schaffen wir für unsere Mitglieder zum Beispiel im Bereich Dünger und Substrate sowie Maschinen und Geräte einen neuen Marktbereich, der bislang nicht in dieser Intensität bearbeitet wurde. Derzeit zählen bereits rund 30 Firmen zur Fachabteilung – wir rechnen jedoch mit weiterem Zuwachs und sehen in dem neuen Segment großes Potenzial für den IVG.





PGB

Fachabteilung Profigartenbau

In der neuen Fachabteilung „Profigartenbau“ (PGB) schließen sich Firmen zusammen, die Produkte für den Erwerbsgartenbau industriell herstellen und/oder auf erster Stufe vertreiben. Dazu zählen unter anderem Gewächshausbau und -einrichtungen, Klima- und Umweltanalytik, Klima-, Licht- und Bewässerungstechnik sowie digitale Kulturführung und Automatisierung. Derzeit zählen 30 Unternehmen auch aus den Bereichen Dünger und Substrate sowie Maschinen und Geräte zur Fachabteilung.

NEUES SEGMENT IM IVG

Die Ziele der Fachabteilung sind die Bündelung und Kommunikation fachlicher Kompetenzen, die Unterstützung bei der Erschließung und Bearbeitung neuer und etablierter Märkte, die Schaffung und Pflege eines Netzwerks unter den Mitgliedsfirmen sowie die Vertretung ihrer Belange gegenüber anderen Interessensgruppen. Unterstützung erhält die Fachabteilung Profigartenbau zudem von Dienstleistern, Medienpartnern und Messegesellschaften.

Die Fachabteilung setzt so die jahrelange Tradition der INDEGA fort, mit diesen Marktpartnern bestehende Netzwerke zu pflegen sowie Know-how, Branchen- und Marktkenntnisse auszutauschen. Das gilt auch für die engen und vielfältigen Kontakte ins Ausland. Für den IVG bietet sich mit der neuen Fachabteilung die Chance, das Segment des Profigartenbaus zu erschließen und somit zu einer noch stärkeren Stimme der Grünen Branche in Deutschland zu werden.

DIE DESIGNIERTEN SPRECHER DER FACHABTEILUNG



„Ich sehe im IVG die Möglichkeit, die Exportaktivitäten für alle Mitglieder zu intensivieren. Zum Beispiel durch Auslandsmessen, für die wir auch die Unterstützung des BMEL bekommen werden.“

Harald Braungardt
Geschäftsführer | Step Systems GmbH



„Der IVG bietet uns ein starkes Netzwerk in der Grünen Branche. Gemeinsam werden wir das Segment des Profigartenbaus stärken. Lernen wir voneinander!“

Frank Lock
Geschäftsführer | Lock Antriebstechnik GmbH

Fachabteilung Pflanzen- ernährung, -gesundheit und -pflege



PEGP

In der Fachabteilung „Pflanzenernährung, -gesundheit und -pflege“ (PEGP) treffen sich Produkthanbieter aus den Marktsegmenten Pflanzenschutz, Düngemittel und Pflanzenpflege. Sie befassen sich unter anderem mit Themen des Düngemittel- und Pflanzenschutzrechts sowie mit Vertriebs- und Vollzugsfragen. Die Fachabteilung hält kontinuierlich die politischen Entwicklungen im Blick, um bei aktuellen Fragestellungen schnell und effizient reagieren zu können. Darüber hinaus stehen wir stets in engem Austausch mit unseren Partnerverbänden. Denn die Produkte aus diesem Segment benötigen verbindliche Rahmenbedingungen. Damit sie auch künftig produziert und vertrieben

werden können, setzen wir uns im Interesse von Verbrauchern und den markt beteiligten Unternehmen für sichere Marktbedingungen ein und führen Gespräche mit Vertretern aus Exekutive und Legislative.

NEUE HERAUSFORDERUNGEN DURCH DIE EU-DÜNGEMITTELVERORDNUNG

Die Branche steht vor neuen Herausforderungen aufgrund der Harmonisierungsbestrebungen bei Düngemitteln. Ein aktuelles Thema dieser Fachabteilung ist daher die bevorstehende Verabschiedung der EU-Düngemittelverordnung. Neben der Einbeziehung von organischen und organisch-mineralischen Düngemitteln wird es

auch in der neuen Produktgruppe der Biostimulantien Ergänzungen zu den klassischen Betriebsmitteln (DM, PSM, Saatgut) geben. Zielsetzung ist die Integration innovativer Produkte zur Qualitäts- und Ertragssicherung beziehungsweise -verbesserung. Für den Haus- und Kleingartenbereich, der im nationalen Aktionsplan Pflanzenschutz (NAP) integriert ist, wurden in Zusammenarbeit mit allen dem Garten verbundenen Verbänden – auch aus Handel und Industrie – neue Leitlinien zum integrierten Pflanzenschutz erstellt. Sie sollen den Handlungsrahmen für alle Beteiligten vorgeben und branchenweite Geltung erzielen.

DIE SPRECHER DER FACHABTEILUNG



„Wir schätzen den IVG als exzellenten Verband. Deshalb ist es für uns selbstverständlich, in den Gremien aktiv mitzuarbeiten.“

Oliver Trappmann
Regional Director Central Europe | COMPO GmbH



„Im IVG werden die uns betreffenden Themen der Grünen Branche behandelt, wir erfahren alles Notwendige über Gesetzesänderungen oder -vorhaben und können darüber diskutieren.“

Hans Martin Lohmann
Geschäftsführender Gesellschafter | W. Neudorff GmbH KG



SEA

Fachabteilung Substrate, Erden, Ausgangsstoffe

Die Fachabteilung „Substrate, Erden, Ausgangsstoffe“ (SEA) vertritt die Interessen fast aller Hersteller von Blumenerden und Kultursubstraten in Deutschland sowie einen Großteil der torfgewinnenden Unternehmen in Niedersachsen. Im Mittelpunkt unserer Arbeit steht die Sicherung der Rohstoffe, die für die Branche existenziell sind.

IN STÄNDIGEM DIALOG

Ein wichtiger Teil unserer Aufgabe ist der Dialog mit verschiedenen Natur- und Umweltschutzverbänden. Seit 2012 arbeiten wir mit dem Naturschutzbund (NABU) in Niedersachsen zusammen und haben gemeinsam ein Natur- und Klimaschutzkonzept entwickelt. Zudem unterstützen wir die Etablierung des Zertifizierungssystems „Responsibly Produced Peat (RPP)“. Dort engagieren

wir uns seit den Anfängen im Stiftungsvorstand, um sicherzustellen, dass Handel und Verbraucher künftig auf einen Blick erkennen, ob ein Produkt aus einer nachhaltig bewirtschafteten Fläche stammt.

AUFKLÄRUNG ALS AUFGABE

In unserer Fachabteilung erheben wir eigene, repräsentative Statistiken zu Art und Menge der jährlich am Markt eingesetzten Substratausgangsstoffe. So liefern wir unseren Mitgliedern verlässliche Zahlen zu ihren Produkten und Argumentationshilfen bei Gesprächen mit Behörden, Politik und Umweltschutzgruppen. In diesem Zusammenhang haben wir im vergangenen Jahr gemeinsam mit den Mitgliedern der Fachabteilung zwei neue Medien entwickelt, die zur Aufklärung über die Themen Blumenerde

und Kultursubstrate beitragen sollen. Das 250 Seiten starke Substratbuch stellt unter anderem einzelne Ausgangsstoffe vor, erklärt chemische und physikalische Eigenschaften und erläutert gesetzliche Vorgaben. Es richtet sich an Anwender aus dem Erwerbsgartenbau, dem Hobbybereich, an Lehrende und Studenten von Universitäten und Hochschulen sowie an Berufs- und Meisterschüler und steht online unter www.ivg.org/substratbuch kostenlos zur Verfügung. Unser Imagefilm klärt in stimmungsvollen Bildern über die Produktion von Blumenerden und Kultursubstraten auf und wendet sich an alle Interessierten, die einen Blick hinter die Kulissen der Branche werfen möchten. Zu sehen ist der Film im Internet auf den Seiten www.ivg.org und www.ivg.org/substratbuch.

DIE SPRECHER DER FACHABTEILUNG



„Nur durch gemeinsame Interessensvertretung gelingt es, die Anliegen unserer Branche bei Politik, Verbänden und Geschäftspartnern zu vertreten. Deshalb sind wir Mitglied im IVG.“

Thomas Kramer
Geschäftsführer | ASB-Grünland Helmut Aurenz GmbH



„Der IVG spricht als Verband für alle Mitglieder und bündelt die Interessen der Branche. Die zahlreichen Informationen lassen wir direkt in unsere Vertriebsaktivitäten einfließen.“

Bernard Hubbermann
Geschäftsführer | Floragard Vertriebs-GmbH



GL

Fachabteilung Garten Lifestyle

In der Fachabteilung „Garten Lifestyle“ (GL) sind 28 Mitgliedsunternehmen aus den Segmenten Dekoration, Wasser im Garten, Gartenmöbel, Holz im Garten, Grillgeräte und Pflanzgefäße vertreten. Für den wirtschaftlichen Erfolg der Unternehmen analysieren wir Verbraucherwünsche und -verhalten. Wir behalten dabei stets alle Segmente im Blick, konzentrieren uns auf aktuelle und zukünftige Entwicklungen, bearbeiten kleine und große Trendfragen aus aller Welt, beobachten relevante Bewegungen innerhalb und außerhalb der Grünen Branche. Die Ergebnisse unserer Recherchen präsentieren wir bei gemeinsamen Fachabteilungssitzungen oder auf Anfrage.

SCHNELLE REAKTION AUF AKTUELLE TRENDS

Enge Kooperationen mit Instituten und Marktforschungsunternehmen sowie kontinuierliches und intensives Screening der relevanten Online-Plattformen und Fachmedien bilden die Basis unserer gesamten Trendforschung. Darüber hinaus stehen wir in regelmäßigem Kontakt mit relevanten Bloggern und Influencern. Denn nur so können wir bei Bedarf schnell und kurzfristig auf aktuelle Trendströmungen und Themen reagieren, unsere Mitglieder entsprechend informieren oder konkret Stellung beziehen. Die aktive Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ist ein weiteres Fundament der

Fachabteilung. Wir unterstützen den anhaltenden Garten-Hype, indem wir marktrelevante Themen in Fach- und Endverbrauchermedien platzieren. Dabei decken wir alle Sortimentsbereiche gleichmäßig ab, konzentrieren uns aber bei Bedarf auf Aspekte, die aktuell besonders im Fokus stehen. Um Markt und Konsumenten gleichermaßen zu erreichen, platzieren wir in enger Abstimmung mit unseren Mitgliedern Themen in überregional reichweitenstarken Tages- und Wochenzeitungen oder veröffentlichen sie über relevante Nachrichtendienste.

DER SPRECHER DER FACHABTEILUNG



„Der IVG ist die ideale Plattform zum Austausch mit Kollegen aus unserer Branche. Vergleichbare Aufgabenstellungen liefern viele Ansatzpunkte zum Austausch. Wir haben mit dem IVG eine starke Vertretung, um unsere Interessen durchzusetzen.“

Michael Reuter
Vice President Sales & Markets EMEA | Weber-Stephen Products GmbH

Fachabteilung Lebendes Grün



LG

Die Fachabteilung „Lebendes Grün“ (LG) ist seit der Gründung des IVG ein fester Bestandteil des Verbandes und eine wichtige Plattform für führende Hersteller von Pflanzen und Saatgut. Denn im Mittelpunkt aller Sortimente steht die Pflanze – ohne sie gäbe es keine Umsätze. Um die Bedeutung der Pflanze langfristig zu stärken, beschäftigen wir uns mit absatzwirtschaftlichen Fragestellungen, betrachten die Zukunft unseres Marktes und tauschen uns intensiv mit dem Handel und anderen betroffenen Fachverbänden aus.

PFLANZE IM FOKUS

Wir haben es uns zur Aufgabe gemacht, die Pflanze verstärkt in den

Fokus der Öffentlichkeit zu rücken und Konzepte zu entwickeln, um den Verkauf langfristig zu forcieren. In Kooperation mit anderen Verbänden organisieren wir gemeinsame öffentliche Kongressveranstaltungen und setzen unseren Schwerpunkt auf strategische Fragestellungen rund um die Branche. Bevor wir mit unseren Botschaften an den Verbraucher herantreten, betreiben wir intensive Aufklärungsarbeit bei anderen Marktteilnehmern. Denn nur wenn sämtliche Vertriebschienen zusammenarbeiten, können zielführende Maßnahmen ergriffen werden, um eine neue Generation von Pflanzenliebhabern für die Produkte zu begeistern.

ERFOLGSBASIS – FUNDIERTE ZAHLEN

Die Mitgliedsunternehmen in unserer Fachabteilung sind national distribuierte Hersteller mit innovativen Sortimenten. Ihre Produkte vertreiben sie als Marke oder entwickeln innovative Neuzüchtungen mit einem speziellen Zusatznutzen. Die Basis für viele ihrer Entscheidungen sind fundiertes Zahlenmaterial und aktuelle Informationen zur Marktsituation. Dank der engen Kooperation mit dem Institut für Handelsforschung (IFH) und anderen Marktforschungsunternehmen können wir ihnen diese wichtigen Zahlen und Informationen liefern.

DIE SPRECHER DER FACHABTEILUNG



Richard Petri
Director Marketing | Selecta Klemm GmbH & Co. KG

„Als moderner Verband bietet der IVG seinen Mitgliedern eine Fülle von Informationen aus dem Markt und nimmt seine Funktion als Interessenvertretung auch in schwierigen Diskussionen wahr.“



Lothar Idelberger
Geschäftsführer | Helix Pflanzen GmbH

„Wir sind Mitglied im IVG, da wir hier sehr gut über aktuelle Trends und Entwicklungen informiert werden und im Verband ein sehr starker fachlicher Austausch branchenübergreifend stattfindet.“

Fachabteilung Garten- und Rasenpflegegeräte



GRPG

In der Fachabteilung „Garten- und Rasenpflegegeräte“ (GRPG) treffen sich Hersteller von Produkten, die für die Pflege eines Gartens benötigt werden. Das reicht von der Rosenschere über die Kettensäge bis hin zum Mähroboter. Derzeit zählen 48 Unternehmen zur Fachabteilung, wodurch wir in diesem Segment eine sehr hohe Marktdeckung in Deutschland erzielen.

SICHERER MARKT – FAIRE WETTBEWERBSBEDINGUNGEN

Die Fachabteilung setzt sich mit den Kernthemen Marktentwicklung, Technik, Vertrieb, Umwelt- und Verbraucherschutz auseinander – für einen sicheren Markt mit fairen Wettbewerbsbedingungen auf allen Ebenen. Wir arbeiten eng mit Marktaufsichtsbehörden zusammen, um durch aktive Mitarbeit und gezielte Sensibilisierung den

Verbraucherschutz zu stärken. So kooperieren wir beispielsweise mit der Marktüberwachung im bundesweiten Projekt „Sicherheit im Garten“. Es geht darum, Prüfprozesse zu gestalten sowie Informationen zu aktuellen Entwicklungen von Normen und Richtlinien auszutauschen. Wir liefern Know-how und Marktwissen.

AKTIVE PRODUKTKONTROLLE

Die Fachabteilung unterstützt aber nicht nur externe Maßnahmen für einen sicheren Markt, sondern wird auch selbst aktiv. Seit 2014 führen wir stichprobenartige Untersuchungen bei Gartengeräten durch, die zeigen, dass viele Produkte am Markt nicht den gesetzlichen Bestimmungen entsprechen. Des Weiteren vertreten wir unsere Mitglieder in der Europäischen Verbandsarbeit bei der EGMF (European Garden Machinery Federation). Hier geht es

um die Erarbeitung von europäischen Richtlinien und den Austausch zu europäischen Marktentwicklungen.

FACHGRUPPE FORST-, GARTEN- UND RASENPFLEGEGERÄTE

Innerhalb der Fachabteilung „Garten- und Rasenpflegegeräte“ arbeiten 16 Mitglieder der Fachgruppe Forst-, Garten- und Rasenpflegegeräte (FGR) zusammen. Sie beschäftigt sich mit der verbraucherorientierten Weiterentwicklung von technischen Regelungen, Normen und Prüfvorschriften sowie der Überarbeitung und Fortschreibung verschiedener Richtlinien. Das geschieht in engem Dialog mit Normungsgremien, Prüfstellen, Überwachungsbehörden, Politik und Verbraucherorganisationen. Ziel der Fachgruppe ist es, Verbraucher für Marken, Qualität und Sicherheit zu sensibilisieren.

DIE SPRECHER DER FACHABTEILUNG



Tobias M. Koerner
Vice President Global Sales | Gardena Deutschland GmbH

„Wir sind Mitglied im IVG, weil eine starke Branche auch eine starke Interessenvertretung braucht. Wir sehen unsere Verantwortung für die gesamte Grüne Branche und wollen an deren Weiterentwicklung konstruktiv mitwirken.“



Horst Jachmann
Geschäftsführer | ikra GmbH

„Als mittelständisches Unternehmen gibt uns der IVG eine Informationsplattform, die es uns ermöglicht, aktuelle Themen und Aufgaben im Alltag zu lösen. Zusätzlich werden unsere Interessen über den IVG vertreten.“



DIN-Normenausschuss Eisen-, Blech- und Metallwaren

Das IVG Technik-Team betreut die Fachabteilung „Garten- und Rasenpflegegeräte“ und den DIN-Normenausschuss Eisen-, Blech- und Metallwaren (NAEBM). Er ist einer von 11 externen Normenausschüssen des DIN, der sich in 20 unterschiedlichen Arbeitsausschüssen mit unterschiedlichen Themenfeldern bewegt und sich insbesondere mit der Normung von Garten- und Rasenpflegegeräten sowie tragbaren Forstmaschinen beschäftigt.

WIR BRINGEN NEUE NORMEN AUF DEN WEG

In unserer Funktion als NAEBM treiben wir technische Regelungen, Normen und Prüfvorschriften voran. So haben wir 2018 die Neufassung

der DIN EN 13684 „Vertikutierer“ sowie Änderungen zur Normenreihe EN ISO 5395 „Rasenmäher“ und den Entwurf zur Neufassung DIN EN ISO 22868 „Geräuschmessung“ veröffentlicht. 2019 werden wir die Überarbeitung der DIN EN ISO 10517 „Heckenscheren“ abschließen und einen Entwurf zur Neufassung der DIN 20127 „Spaten“ publizieren. Im Bereich Forstmaschinen wird uns die Überarbeitung der Normenreihe DIN EN ISO 11680 „Hochentaster“, DIN EN ISO 11681 „Kettensägen“ und DIN EN ISO 11806 „Freischneider“ beschäftigen. Weitere Projekte sind die Entwicklung von Normen für „Gartenscheren“, „Garten-Kleinwerkzeuge“ und „Schneeschieber“, die es in dieser Form noch nicht gibt.

Es gibt **11** externe
Normenausschüsse des DIN.

20 unterschiedliche
Arbeitsausschüsse betreut der NAEBM.

Spätestens alle **5** Jahre
wird jede Norm überprüft.

DIE OBLEUTE DER ARBEITSAUSSCHÜSSE



„Normen sind die Basis für unsere Entwicklungen und ein wichtiger Baustein für die Sicherheit unserer Produkte und deren Benutzer.“

Heiderose Pierzl
Arbeitsausschuss Garten- und Rasenpflegegeräte | STIHL Tirol GmbH



„Normen sind ein wesentlicher Faktor der Funktionsfähigkeit unserer Wirtschaft. Ohne sie würde kein Teil auf das andere passen.“

Patrick Müßig
Arbeitsausschuss tragbare Forstmaschinen | Kuratorium für Waldarbeit und Forsttechnik (KWF) e.V.

Der geschäftsführende IVG Vorstand



CHRISTOPH BÜSCHER

IVG Vorsitzender
SABO Maschinenfabrik GmbH



OLIVER TRAPPMANN

Stellv. IVG Vorsitzender und
Sprecher der Fachabteilung Pflanzen-
ernährung, -gesundheit und -pflege
COMPO GmbH



MICHAEL REUTER

Stellv. IVG Vorsitzender und
Sprecher der Fachabteilung
Garten Lifestyle
Weber-Stephen Products GmbH



DR. HANS-ULRICH BORN

IVG Schatzmeister
AGLUKON Spezialdünger
GmbH & Co. KG

Der erweiterte Vorstand



THOMAS KRAMER

Sprecher der Fachabteilung Substrate,
Erden, Ausgangsstoffe
ASB-Grünland Helmut Aurenz GmbH



BERNARD HUBBERMANN

Stellv. Sprecher der Fachabteilung
Substrate, Erden, Ausgangsstoffe
Florigard Vertriebs-GmbH



RICHARD PETRI

Sprecher der Fachabteilung
Lebendes Grün
Selecta Klemm GmbH & Co. KG



LOTHAR IDELBERGER

Stellv. Sprecher der Fachabteilung
Lebendes Grün
Helix Pflanzen GmbH



TOBIAS M. KOERNER

Sprecher der Fachabteilung Garten-
und Rasenpflegegeräte
Gardena Deutschland GmbH



HORST JACHMANN

Stellv. Sprecher der Fachabteilung
Garten- und Rasenpflegegeräte
ikra GmbH



BERND STAUDT

Sprecher der Fachgruppe Forst-, Garten-
und Rasenpflegegeräte
MTD Products AG



HANS MARTIN LOHMANN

Stellv. Sprecher der Fachabteilung
Pflanzenernährung, -gesundheit
und -pflege
W. Neudorff GmbH KG



HARALD BRAUNGARDT

Designerter Sprecher der
Fachabteilung Profigartenbau
Step Systems GmbH



FRANK LOCK

Designerter stellv. Sprecher der
Fachabteilung Profigartenbau
Lock Antriebstechnik GmbH

Das Team der IVG Geschäftsstelle



ANNA HACKSTEIN

Geschäftsführerin
Telefon: +49 211 909998-21
Mobil: +49 171 9348554
E-Mail: hackstein@ivg.org



RA ALWIN REINTJES

Justiziar
Telefon: +49 211 909998-20
Mobil: +49 151 55223058
E-Mail: reintjes@ivg.org



DR. ARNE B. HÜCKSTÄDT

Referent Gartenbau und Umwelt
Telefon: +49 211 909998-30
Mobil: +49 175 8699959
E-Mail: hueckstaedt@ivg.org



GEORGE BROWN

Technischer Referent (B.Eng.)
Telefon: +49 211 909998-41
Mobil: +49 171 8180294
E-Mail: brown@ivg.org



CHRISTOPH SCHLEY

Justiziar
Telefon: +49 211 909998-11
Mobil: +49 151 22367653
E-Mail: schley@ivg.org



RA TANJA CONSTABEL

IVG Büro Hannover
Telefon: +49 511 690999-32
Mobil: +49 177 5186286
E-Mail: constabel@ivg.org



STEFAN POHL

Öffentlichkeitsarbeit und
Projektmanagement
Telefon: +49 211 909998-10
E-Mail: pohl@ivg.org



VERA SCHENK

Assistenz Geschäftsführung
und Referat Technik
Telefon: +49 211 909998-40
E-Mail: schenk@ivg.org



MARTINA DIETRICH

Office Management
Telefon: +49 211 909998-12
E-Mail: dietrich@ivg.org



NADINE IHLEBURG

Buchhaltung und Controlling
Telefon: +49 211 909998-50
E-Mail: ihleburg@ivg.org

ZENTRALE

Telefon: +49 211 909998-00
Fax: +49 211 909998-51
E-Mail: verband@ivg.org
Website: www.ivg.org

Unsere Mitglieder auf einen Blick

ECHO
MOTORGERÄTE

AGLUKON

Oase
LIVING WATER

ASB
GREENWORLD

Alpenflor www.alpenflor.de
PROFESSIONAL GÄRTNER ZUSATZ
Mit Sicherheit eine gute Wahl
© Unternehmensentwicklung

Balster Einheitserdewerk GmbH
... wachsender Erfolg!

SBM
LIFE SCIENCE

JOHN DEERE

meiners
hilft wachsen seit 1884

STIGA

**TORFWERK
BRINKMANN**

CHRYSALE
DEUTSCHLAND

CRAMER

SABO

CUXIA
DCM

EGO

VR Garten Service GmbH

weber

CAMPINGGAZ

BOSCH
Technik fürs Leben

HONDA

KÄRCHER

ARTEVOS
OBSTNEUHEITEN

Einhell

selecta one
we love to grow

FISKARS

LEGRO
your blend for life

Schacht

**NEULAND
HUM**

GRAF

SERAMIS
Ein Unternehmen der
Westland Horticulture Ltd westland

FREUND **VICTORIA**

Oscorna
Natürliche Dünger und Bodenverbesserer

KORDES KG

GLORIA
Das Original

MTD
For A Growing World.

scheurich

GPI
green partners international

seit 1663
Hauert

MANNA

PELLENC

HELIX
PFLANZEN

tielbürger

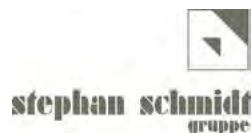
hofo
erden

BB
BECKMANN & BREHM
Dünger und Bodenverbesserer

ACL Specialty
Fertilizers
Where needs take us

Jiffy

schomaker
GÄRTNERPRODUKTE
... macht Pflanzen stark!

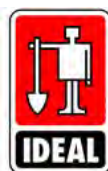




HOFER & PAUTZ GBR



ENGELBERT KÖTTER





IMPRESSUM

Herausgeber: Industrieverband Garten (IVG) e.V.
Wiesenstraße 21 a1, 40549 Düsseldorf
Tel.: +49 211 909998-00, Fax: +49 211 909998-51
E-Mail: verband@ivg.org, www.ivg.org
Verantwortlich: Anna Hackstein
Alle Angaben ohne Gewähr. Stand Januar 2019.
Gestaltung: Seidl PR & Marketing GmbH, Essen

Bildquellen: Titel iStock©fotografixx / S. 12 iStock©SMUSTAFFA KAMAL IKLIL / S. 15 iStock©Petar ChernaeV / S. 25 iStock©amenic181 / S. 26, 28, 29 Kölnmesse GmbH©Hanne Engwald / S. 27, 28, 29 Industrieverband Garten (IVG) e.V.©Uwe Weiser / S. 31 iStock©Lya_Cattel / S. 32 iStock©Patrick Kaiser / S. 33 iStock©amenic181 / S. 34 iStock©YuraWhite / S. 35 iStock©kruwt / S. 36 iStock©Anna_Om / S. 37 iStock©BradWolfe

Daten und Grafiken aus dem Jahresbericht des Industrieverbands Garten (IVG) e.V. dürfen nur im Rahmen journalistischer oder redaktioneller Zwecke genutzt werden. Die werbliche und kommerzielle Nutzung sowie Aufbereitung für eine vertragsbasierte Weitervermarktung ist untersagt. Dies gilt insbesondere für Statistikportale.