



**DIE ZUKUNFT  
DES GARTENS  
DENKT ANDERS!**

## Liebe Leserinnen und Leser,

der Garten ist Zufluchts- und Rückzugsort für die Menschen. Das war immer so, zeigt sich aber umso deutlicher in herausfordernden Zeiten wie diesen, in denen die Bewegungsmöglichkeiten der Menschen stark eingeschränkt sind. Es ist schön, dass die Grüne Branche mit ihren Angeboten hier einen wichtigen Beitrag in der Krise leisten kann und gleichwohl von den Auswirkungen der aktuellen Pandemielage deutlich weniger beeinträchtigt ist als andere Branchen.

Arbeit und Austausch im Verband wurden dagegen deutlich durch die Corona-Krise beeinträchtigt. Sie hat den Trend zur Digitalisierung der Verbandsarbeit über das ohnehin angestrebte Maß weiter beschleunigt. Viele Dinge sind im vergangenen Jahr nicht so gelaufen wie gewohnt und geplant. Neben vielen abgesagten Messen und Veranstaltungen war es besonders schade, Sie nicht persönlich auf der Jahreshauptversammlung und dem Forum Gartenmarkt getroffen zu haben. Beide Veranstaltungen sind meiner Ansicht nach dennoch auch digital gut gelungen. Ich hoffe, Sie können diese Ansicht teilen.

Der Virus wird uns sicher, anders als viele gehofft haben, länger begleiten, als wir es uns wünschen. Lassen Sie uns die Erfahrungen des abgelaufenen Jahres nutzen, um mit der Situation flexibel umzugehen und die Entwicklung des Grünen Marktes weiter voranzutreiben.

Denn welche große Rolle der Garten in Zukunft im Leben der Menschen spielen wird, zeigt auch der Leitartikel des aktuellen IVG Jahresberichts. Der Futurologe Max Thinius sieht die Gärten „als nächstes großes Ding der Digitalisierung“ und erläutert ihre Entwicklung an vielen interessanten Beispielen. Für Thinius sind sie ein entscheidender Faktor für die Lebensqualität und Zukunft unserer Gesellschaft – ein Ausblick, der uns froh stimmen kann.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß bei der Lektüre und viel Erfolg für das kommende Gartenjahr!

Ihr



Christoph Büscher

## Inhalt

### TITELTHEMA

|  |    |
|--|----|
| Die Zukunft des Gartens denkt anders!..... | 04 |
|--|----|

### RÜCKBLICK: DAS GARTENJAHR 2020

|  |    |
|--|----|
| Das Wetterjahr auf einen Blick .....                       | 10 |
| Witterungsverlauf 2020 .....                               | 12 |
| Allgemeine volkswirtschaftliche Tendenzen 2020/2021 .....  | 14 |
| Entwicklung des deutschen Gartenmarktes 2020 .....         | 16 |
| E-Commerce im Gartenmarkt.....                             | 18 |
| Entwicklung der Einzelhandels- und Verbraucherpreise ..... | 20 |

### DER INDUSTRIEVERBAND GARTEN E. V.

|  |    |
|--|----|
| Kernkompetenzen des IVG .....                                  | 22 |
| Verbandsarbeit in Krisenzeiten.....                            | 24 |
| IVG Fachabteilungen .....                                      | 26 |
| Fachabteilung Profigartenbau.....                              | 27 |
| Fachabteilung Pflanzenernährung, -gesundheit und -pflege ..... | 28 |
| Fachabteilung Substrate, Erden, Ausgangsstoffe.....            | 29 |
| Fachabteilung Garten Lifestyle .....                           | 30 |
| Fachabteilung Lebendes Grün .....                              | 31 |
| Fachabteilung Garten- und Rasenpflegegeräte.....               | 32 |
| DIN-Normenausschuss Eisen-, Blech- und Metallwaren.....        | 33 |

### IHRE ANSPRECHPARTNER\*INNEN

|                           |    |
|---------------------------|----|
| IVG Vorstand.....         | 34 |
| IVG Geschäftsstelle ..... | 35 |

|                      |    |
|----------------------|----|
| IVG MITGLIEDER ..... | 36 |
|----------------------|----|

# DIE ZUKUNFT DES GARTENS DENKT ANDERS!





Ein Beitrag von Max Thinius

Das nächste große Ding der Digitalisierung? Gärten! Und wäre das hier kein Jahresbericht, sondern ein Live-Vortrag, würde ich jetzt sicherlich eine Kunstpause machen, um diese Aussage wirken zu lassen. Aber es stimmt. Gärten sind ein entscheidender Faktor für die Lebensqualität und Zukunft unserer Gesellschaft. Das schließt zum einen die Gärten ein, die es schon gibt, vor allem aber die vielen neuartigen Umsetzungen von und in Gärten, die sich zunehmend in unseren Alltag integrieren werden.



Aus Gärten werden  
Straßen werden Gärten.

### WARUM SIND GÄRTEN SO WICHTIG FÜR DIE ZUKUNFT? DIE HINTERGRÜNDE.

Wir leben in einer Zeit, in der die Gestaltung der Zukunft mehreren Herausforderungen unterliegt: Digitalisierung als zukünftig prägende Struktur von Gesellschaft, Wirtschaft, Alltag, Politik, Bildung, Siedlungsformen usw. Corona als massiver Eingriff und Beschleuniger der linearen Entwicklung unserer Gesellschaft. Eine zunehmende Zahl an Menschen, die spürt, dass sich etwas ändert, es aber nicht greifen kann. Verschiedene Umwelt- und soziale Themen, sich ändernde unternehmerische, politische und finanzielle Strukturen. Neue Entwicklungen in Städten, gerade in den kleineren und mittleren. Und oben drauf noch der Wechsel einer Epoche – von der „Moderne“ in die „humanistisch-ökologische Moderne“.

### 80 PROZENT VERÄNDERUNG UNSERES ALLTAGS SIND 80 PROZENT CHANCE, DASS ES BESSER WIRD.

Bei all diesen Themen mag der/die ein oder andere am liebsten in seinen/ihren Garten gehen, den Blick schweifen lassen und hoffen, dass das alles irgendwie vorübergeht. Aber: Shift happens! Tatsächlich ändern sich durch diese Umstände 80 Prozent unseres Alltags beim Übergang der industriellen in die digitale Ära. Das sind

80 Prozent Chancen, es besser zu machen. Und wenn wir uns anschauen, wie wir heute leben, meist getrieben von industriellen Anforderungen statt menschlicher Normalität, dann lässt das Raum für positive Innovationen. Gärten werden hierbei eine zentrale Rolle spielen.

Eine so große Veränderung unseres Alltags hatten wir zuletzt beim Übergang der Agrarwirtschaft in die Industrialisierung. Auch hier waren es rund 80 Prozent unseres Alltags, die sich verändert haben. Erst kam die Dampfmaschine, dann bildeten sich Städte, neue Lebensgewohnheiten, dann brauchte man Regulierungen wie Sozialgesetze, Gewerkschaften, dazu neue Wohnmöglichkeiten. Das alles, um die enormen Möglichkeiten der neuen Technologie mit den Menschen in Einklang zu bringen. Arbeitszeiten, Freizeit, Rente – alles Erfindungen jener Zeit. Genauso wie Wohnblocks und Städte, die zunehmend auf die Belange der Industrialisierung optimiert waren. Große, breite Zufahrtsstraßen, Mobilität überall und Raum für Wirtschaftswachstum.

### DIE DIGITALISIERUNG BRINGT UNS ZURÜCK NACH VORN!

Mit der Digitalisierung dreht sich das in eine ganz neue Richtung. Mit Home-Office haben wir das persönlich erlebt. Wir können in zunehmend mehr Berufen an jedem

Ort der Welt arbeiten. Aber was bedeutet das? Das heißt nämlich nicht nur: Wie um alles in der Welt bekomme ich einen ergonomischen Arbeitsplatz? Das heißt auch: Meine Beziehung zu meinem Lebenspartner oder meiner Lebenspartnerin ändert sich, die zu meinen Kindern, mein Alltag, die Zeiten, wann ich einkaufen kann, wie ich entspanne. Unser gesamtes Leben gestaltet sich neu. Und wir stellen fest, wir brauchen Städte in der bisherigen Form nicht mehr. Die sind nämlich für die Industrialisierung optimiert. Stattdessen brauchen wir Menschen sehr nahe Erholungszonen – und die am besten mit Mehrwert.

### AUSFLUG NACH KOPENHAGEN UND PARIS.

Kopenhagen hat das erkannt. Da gibt es zum Beispiel 8-spurige Straßen in der Innenstadt, gebaut, um optimale Bedingungen für die Industrialisierung zu schaffen. Diese heutigen Straßen waren bis in die 1930er-Jahre noch Gärten und Parks. Jetzt ist Digitalisierung, und Kopenhagen überlegt, diese Straßen wieder zurückzuwandeln. In eben diese Gärten und Parks plus, und das ist neu, urbane Agrarfläche.

Wenn Menschen mehr Zeit in ihrem Wohnviertel verbringen, dann muss das so gestaltet sein, dass man sich dort wohlfühlen kann. Paris hat hierzu die 15-Minuten-Stadt

entwickelt. Innerhalb von 15 Minuten zu Fuß und auf dem Rad erreicht man alles, was man für den Alltag braucht, vor allem auch Natur. Auch hier werden Straßen in der bisherigen Form zurückgebaut und es entstehen Gärten. Schon länger berühmt ist Paris für seine Dachgärten. Diese dienen auch hier nicht nur der Entspannung, sondern auch als urbane Anbaufläche und zur Regulation des Stadtklimas.

### ALGORITHMEN MACHEN GÄRTEN ZU EINEM TRAGENDEM GESELLSCHAFTLICHEN FAKTOR.

Zurück in Dänemark: Hier hat man ein interessantes Experiment gemacht. Nämlich per Algorithmus berechnet, was für einen täglichen Bedarf an Gemüse die Menschen haben, die um einen solchen zentralen Stadtgarten und die damit verbundene Anbaufläche leben. Und zwar so, dass jeden Tag die optimale Menge geerntet werden kann, die dann binnen 24 Stunden auf die Teller kommt und verzehrt wird. Derart frisches Gemüse hat bis zu 90 Prozent mehr Nährstoffe als unser heutiges Supermarkt-Gemüse, das gerne mal drei Wochen unterwegs ist, bis es einen Teller sieht. Isst eine Gesellschaft derart frische Lebensmittel, kann das wiederum die Gesundheitskosten senken. Denn Menschen werden weniger krank, wenn sie bessere Nahrung zu sich nehmen und den täglichen Gang zum „digitalen Bauern“ um die



Ecke genießen. Dazu das entspannende Umfeld, das bessere Klima. Stellen Sie sich doch einmal vor, was das für eine Auswirkung auf das Bruttoinlandsprodukt hat, wenn wir 20 oder 40 Prozent weniger krank wären.

### GARTEN, MENSCHEN UND STÄDTE ERGEBEN EINE NEUE SYMBIOTISCHE EINHEIT.

Auf der anderen Seite wird auch die physische und psychische Gesundheit des Menschen immer besser messbar. An der Stimmfrequenz oder wenn man sein Smartphone mit dem Gesicht entsperrt, kann man den eigenen Gesundheitsstatus erkennen und welche Krankheiten man in den nächsten 2 Wochen bis 30 Jahren bekommen kann. Was, wenn es zukünftig heißt: Um in den nächsten 14 Tagen nicht krank zu werden, gehen Sie täglich eine Stunde in den Garten?!

Und wo wir schon im Garten sind: Zukünftig – es geht eigentlich heute schon – können wir uns auf 5 Meter genau unser Restaurant-Menü in einen Garten bestellen. Ob unser oder ein städtischer Garten, es wird diese neuen

Services geben, spätestens wenn autonomes Fahren sich ab 2022 in Europa durchsetzen wird.

Und noch etwas zum Anbau: Das geschieht nicht etwa in Monokulturen, sondern in gemischten, die sich beim Wachstum gegenseitig unterstützen. Geerntet werden sie von Erntemaschinen, die mit künstlicher Intelligenz die reifen Früchte genauso erkennen wie zum Beispiel Schädlingsbefall oder den Bedarf an Dünger.

### ZWISCHEN GARTEN, KUNDINNEN UND KUNDEN, GESUNDHEIT UND NEUEN GESCHÄFTSMODELLEN.

Und da kommen wir wieder in den heimischen Garten. Die Technologie, die heute noch vorwiegend für die Agrarwirtschaft entwickelt wird, werden wir sehr schnell im Gartenbereich sehen. Sie werden also zukünftig Kundinnen und Kunden haben, die per App mit Ihnen interagieren. Die per Satellit ihren Garten überwachen lassen können und eine Info erhalten, wenn Schadstellen erkennbar sind.



Die ihren Garten scannen und Vorschläge bekommen für die optimale Pflanzen- oder Pflegeauswahl.

Andersrum werden Sie aus den Daten Ihrer Kundinnen und Kunden die Informationen erhalten können, wer wann was brauchen wird, und können Dienstleistungsangebote optimieren oder gezielt mit Kundinnen und Kunden in den Austausch gehen. Auch bekommen Sie Informationen über die Bodenqualität oder sogar darüber, welche Gärten für welche Nutzung, zum Beispiel die oben erwähnten Restaurants, zur Verfügung stehen. Daraus ergeben sich vollkommen neue Geschäftsmodelle – und Möglichkeiten, ganze Viertel in der Optimierung der Gartengestaltung auch im Hinblick auf die Fauna (zum Beispiel die Ansiedlung von Bienen) zu beraten.

Gärten werden in Zukunft eine aktive, von Daten unterstützte Rolle in vielen Bereichen der Gesellschaft spielen.

### DIE GANZE STADT WIRD ZUM GARTEN.

Dazu gehört auch die Unterstützung in der Kontrolle eines für Menschen, Flora und Fauna gesunden Klimas. Denn mehr Garten heißt auch mehr Fläche für eine gesunde Humus-Schicht und damit CO<sub>2</sub>-Bündelung. Und schon ist man Teil moderner urbaner Architektur.

In Kopenhagen entstehen Richtung Nordhafen neue Wohnviertel mit Häusern, die in Schrägen gebaut sind, mit dem gesamten Dach als kombinierter Garten-, Park-, Wald- und Anbaufläche. Direkt von oben betrachtet erscheint das Haus wie pure Natur. Erst in der Seitenansicht kann man erkennen, dass hier mitunter 1.000 Menschen ein neues Zuhause haben werden, inklusive eines Naherholungsgebietes auf dem Kopf.

Nun wird diese neue Integration von Gärten nicht nur in Kopenhagen und Paris umgesetzt werden, sondern in allen Städten in Europa. Zudem werden kleine und mittlere Städte profitieren. Ab 2025 rechnen wir in Deutschland damit, dass mehr Menschen in diese Städte ziehen als in Metropolen, denn sie bieten oft eine höhere Lebensqualität. Und natürlich wird man auch hier die neuen Möglichkeiten von Gärten in der Gestaltung von urbaner und suburbaner Lebensqualität einsetzen. Es sind übrigens bereits neue Berufe im Gespräch. Zum Beispiel: „Koordinator\*in für Klima, Flora und Artenschutz“ oder „Manager\*in satellitengestützte Grünflächenpflege“ und „KI-unterstützte\*r Sales-Assistent\*in für Gartenplanung“, um nur ein paar zu nennen.

### DIE ZUKUNFT DES GARTENS KOMMT NICHT, SIE WIRD GESTALTET! UND ZWAR VON UNS.

Übrigens erkennen auch Unternehmen zunehmend die Möglichkeiten von Gärten. Das klassische Industriegebiet

gibt es zwar noch, aber immer mehr Unternehmen ziehen in neue grüne Regionen. Das funktioniert, da Menschen eben nicht mehr jeden Tag ins Büro müssen. Sind sie aber einmal da, will man eine optimale Arbeitsumgebung schaffen und mitunter das, was die Skandinavier schon lange festgestellt haben: Bei einer guten Tasse Kaffee, in einer grünen Mensa oder einem Garten entstehen die besten Vernetzungen und Innovationen für das Unternehmen.

Und das sollten wir vielleicht alle tun: neue innovative Ideen für den Garten entwickeln. Auch wenn nicht alles so eintritt wie hier beschrieben, es ist nah dran. Und: Es gibt so viele Möglichkeiten wie nie zuvor.

## ÜBER MAX THINIUS

Max Thinius gilt als Europas führender Futurologe und Zukunftsgestalter. Er entwickelt Szenarien für Menschen, Unternehmen und Regionen – und Möglichkeiten, sie umzusetzen. Neben seiner Arbeit als Berater ist er Moderator und Bestsellerautor.



Max publiziert in vielen öffentlichen Medien, war oft Gast im wissenschaftlichen Beirat der Bundesregierung, berät Menschen und Unternehmen (DAX bis Mittelstand) wie Regionen und Organisationen (Verbände) in der aktiven Gestaltung der eigenen Zukunft.

### LINKS ZU MAX



#### Website

[www.maxthinius.de](http://www.maxthinius.de)



#### YouTube-Kanal

<https://www.youtube.com/c/MaxThinius>

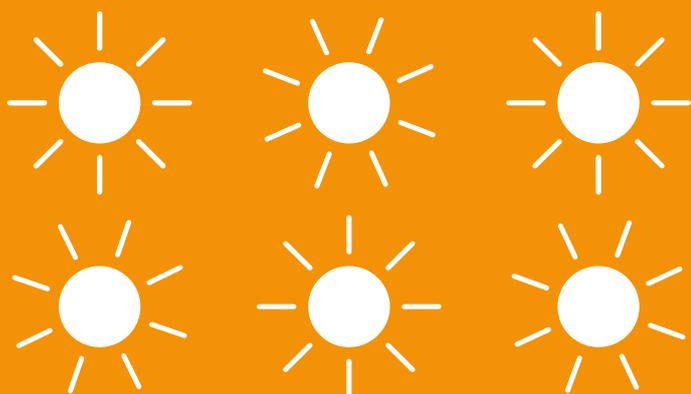
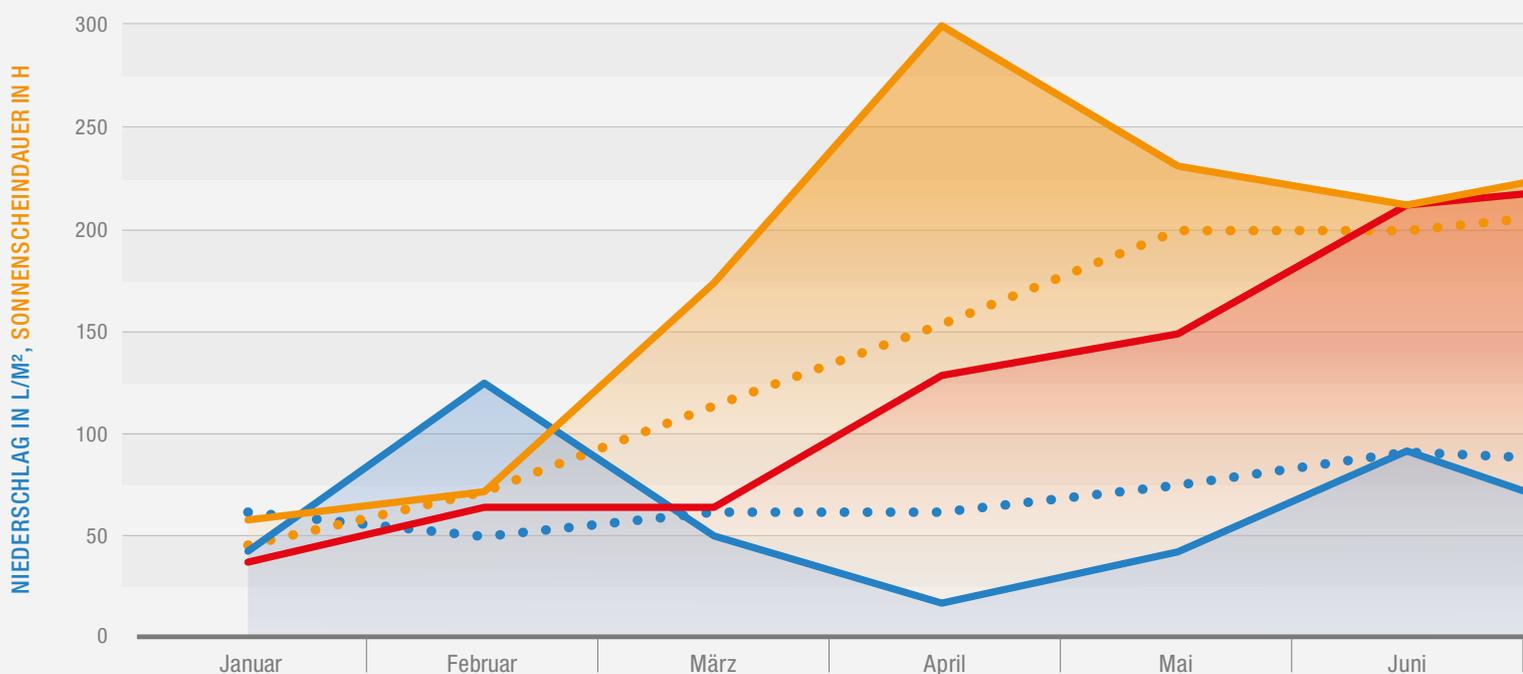


#### Als Gast bei SWR1 Leute

<https://youtu.be/xLJep2orw20>

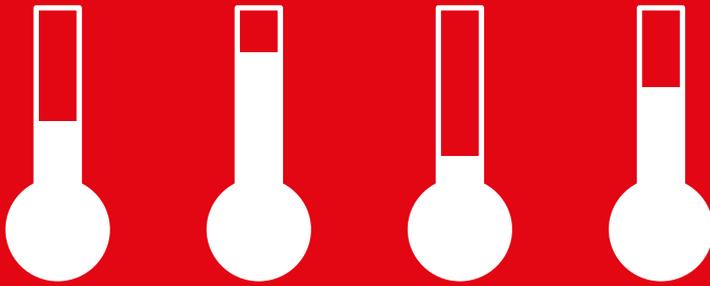
# Das Wetterjahr auf einen Blick

Übersicht: Klima im Jahr 2020 im Vergleich zum langjährigen Durchschnitt



## 1.901 Stunden

schien die Sonne in Deutschland im Zeitraum November 2019 bis November 2020  
im Durchschnitt. (Quelle: DWD)



# 10,4°C

betrug die Durchschnittstemperatur in Deutschland  
in der Zeit von November 2019 bis November 2020.  
(Quelle: DWD)



— 2020: Niederschlag

..... 2011–2018: Ø Niederschlag

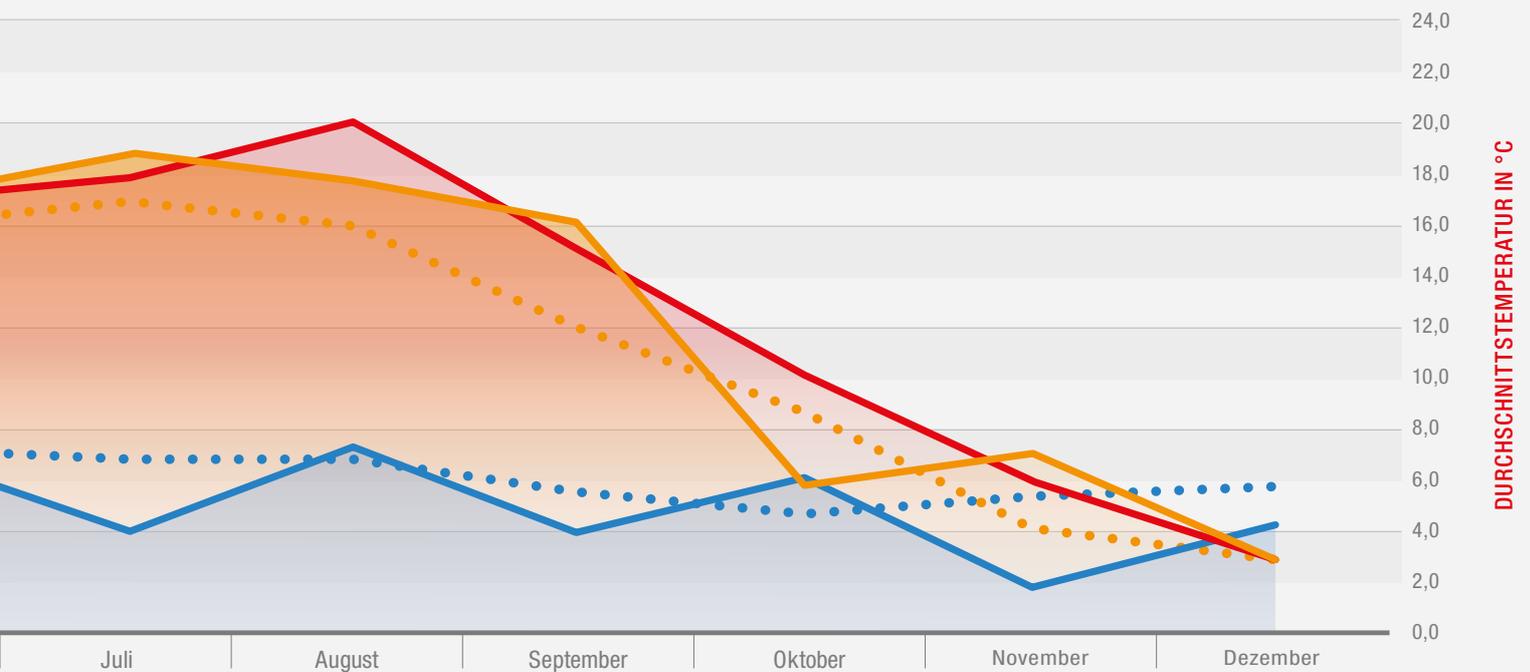


— 2020: Sonnenscheindauer

..... 2011–2018: Ø Sonnenscheindauer



— 2020: Temperatur



Quelle: DWD



# 710 Liter

Niederschlag fiel in Deutschland im Durchschnitt von  
November 2019 bis November 2020. (Quelle: DWD)



## Witterungsverlauf 2020

### WINTER 2019/2020:

#### ZWEITWÄRMSTER WINTER SEIT AUFZEICHNUNGSBEGINN

Der meteorologische Winter 2019/2020 war in Deutschland der zweitwärmste seit Beginn flächendeckender Aufzeichnungen im Jahr 1881. Auch in fast ganz Europa fiel der Winter extrem mild aus. Ein Großteil Europas befand sich dauerhaft in einer kräftigen, extrem milden Südwestströmung. Sie sorgte in Deutschland vielerorts für einen „Totalausfall“ des Winters. Auch Niederschlag und Sonnenscheindauer lagen hierzulande deutlich über dem vieljährigen Mittel.

Mit 4,1 °C lag der Temperaturdurchschnitt im Winter 2019/20 um 3,9 °C über dem Wert der international gültigen Referenzperiode 1961 bis 1990. Wärmer war nur der Winter 2006/2007 mit einem Plus von 4,4 °C. Aufgrund der unentwegt einströmenden milden Meeresluft erreichten die Temperaturen im Dezember, Januar und Februar nur selten winterliches Niveau. Stattdessen überschritten sie häufig frühlingshafte 15 °C.

Mit rund 225 Litern pro Quadratmeter ( $l/m^2$ ) überstieg die Niederschlagsmenge in diesem Winter ihren Klimawert von 181  $l/m^2$  deutlich um 23 Prozent. Die häufigen Niederschläge waren sehr willkommen, um die zu Beginn des Winters teils noch trockenen Böden weiter aufzufüllen. Während der Winter 2018/19 im Bergland noch mit sehr viel Schnee aufgetrumpft hatte, blieb dieser diesmal Mangelware. Demgegenüber überstieg die Sonnenscheindauer ihr Soll von 153 Stunden mit rund 185 Stunden um gut ein Fünftel.

### FRÜHLING 2020:

#### EXTREM SONNIG, RECHT WARM UND VIEL ZU TROCKEN

Wie schon im Vorjahr fiel auch das Frühjahr 2020 recht warm aus. Deutschland befand sich überwiegend im Bereich warmer Luftmassen, wenige Kaltlufteinbrüche blieben meist nur von kurzer Dauer. So setzte sich die im Juni 2019 beginnende Serie zu warmer Monate auch im Frühjahr 2020 zunächst fort. Erst der Mai brachte eine leicht negative Temperaturabweichung. Häufiger Hochdruckeinfluss sorgte dabei für eines der sonnigsten Frühjahre seit Aufzeichnungsbeginn und zugleich für deutlich zu wenig Niederschlag.

Mit 9,2 °C lag im Frühjahr 2020 der Temperaturdurchschnitt um 1,5 °C über dem Wert der international gültigen Referenzperiode 1961 bis 1990. Im Vergleich zur wärmeren Periode 1981 bis 2010 betrug die Abweichung nach oben 0,7 °C. Der Frühling startete mit einem milden März, der jedoch zu Beginn seiner letzten Dekade mit einem Temperatursturz und Maxima im oft nur einstelligen Bereich zu Ende ging. Auch der April verlief deutlich zu warm; er zählte sogar zu den sieben wärmsten Aprilmonaten seit Messbeginn 1881. Der Mai zeigte sich leicht zu kühl, dennoch verzeichneten einige Stationen im Süden bis zu sieben Sommertage mit mehr als 25 °C. Pünktlich zu den Eisheiligen sank das Thermometer nachts dagegen verbreitet unter den Gefrierpunkt. An manchen Orten traten im Frühjahr mehr Frosttage als im vorangegangenen Winter auf.

Bereits zum 7. Mal in Folge konnte der Frühling sein Soll von 186 Litern pro Quadratmeter ( $l/m^2$ ) nicht erfüllen:

Mit rund 108 l/m<sup>2</sup> erreichte das Frühjahr 2020 nur gut 50 Prozent seines vieljährigen Durchschnitts und war eines der sechs niederschlagsärmsten seit 1881. Besonders der Westen und Osten Deutschlands litten unter anhaltender Trockenheit. Insgesamt fiel am unmittelbaren Alpenrand sowie im südlichen Schwarzwald mit bis zu 320 l/m<sup>2</sup> der meiste Niederschlag.

Die Sonnenscheindauer kam mit etwa 705 Stunden auf rund 150 Prozent ihres Solls von 467 Stunden. Damit war der Frühling 2020 mit 2011 das sonnigste Frühjahr seit Messbeginn 1951. Die sonnenscheinreichen Gebiete lagen mit bis zu 790 Stunden verstreut in ganz Deutschland. Die sonnenscheinärmste Region war der äußerste Süden mit örtlich weniger als 580 Stunden.

## SOMMER 2020:

**EIN WARMER UND REGIONAL AUCH SEHR TROCKENER „SCHAUKELSOMMER“**

Der Sommer 2020 zeigte sich oft wechselhaft. Zeitweise stabile Wetterlagen brachten dabei nur kurzzeitig hochsommerliche Wärme. Erst im August drehte der Hochsommer voll auf. In tropischer Luft stiegen die Temperaturen über mehrere Tage hinweg auf 30 °C und mehr. Hier und da entluden sich schwere Starkregengewitter, mancherorts blieb es aber weiterhin sehr trocken. Unter dem Strich war der Sommer 2020 bei ausgeglichener Sonnenscheindauer zu warm und etwas zu trocken.

Mit 18,2 °C lag der Sommer 2020 um 1,9 °C über dem Mittel der international gültigen Referenzperiode 1961 bis 1990. Gegenüber der wärmeren Vergleichsperiode 1981 bis 2010 betrug die positive Abweichung 1,1 °C. In den Monaten Juni und Juli waren stabile hochsommerliche Phasen eine Seltenheit. Kühle und warme Witterungsphasen wechselten sich ab, sodass die ersten Sommermonate eher einem „Schaukelsommer“ glichen. Erst im August führte eine mehrtägige Hitzewelle mit Temperaturen von über 35 °C zu einer landesweiten hohen bis extremen Wärmebelastung.

Mit rund 230 Litern pro Quadratmeter (l/m<sup>2</sup>) Niederschlag im bundesweiten Mittel verfehlte der Sommer 2020 sein Soll (239 l/m<sup>2</sup>) nur leicht. Oftmals lagen Starkregenfälle mit Überflutungen und anhaltende Trockenheit nah beieinander. In einigen Regionen, wie der Uckermark, der Leipziger Tieflandbucht, dem Saarland und entlang des Rheins fielen mit 70 bis 100 l/m<sup>2</sup> weniger als die Hälfte der dort typischen Niederschlagsmenge. Zugleich gab es Dauerregenfälle, wie Anfang August mit bis zu 150 l/m<sup>2</sup> in 24 Stunden in Oberbayern, die auch Hochwasser brachten. Insgesamt wurden an den Alpen über den Sommer hinweg über 700 l/m<sup>2</sup> gemessen und damit zehnmal so viel wie in den trockenen Regionen Deutschlands.

Mit rund 675 Stunden übertraf die Sonnenscheindauer im

Sommer ihr Soll von 614 Stunden um etwa 10 Prozent. Über 700 Stunden Sonnenschein verzeichneten die Küstenregionen. In den westlichen Mittelgebirgen wurden vom DWD dagegen nur um 500 Stunden gemessen.

## HERBST 2020:

**EINER DER WÄRMSTEN, EIN ZU TROCKENER UND EIN SONNENSCHREINREICHER HERBST**

Im Herbst 2020 führten reichlich Hochdruckgebiete oft milde oder mäßig warme Luftmassen nach Deutschland. Nur im Oktober zeigte sich das Wetter unbeständig. Tiefdruckgebiete brachten wenig Sonnenschein, viele Niederschläge sowie abwechselnd milde und kühle Witterung. Erst Ende November erinnerten Temperaturen um den Gefrierpunkt und verbreitet Nachtfrost an den nahenden Winter. Unter dem Strich war der Herbst 2020 in Deutschland mit 10,3 °C im Mittel der viertwärmste seit 1881. Die Jahreszeit war zudem zu trocken und recht sonnig.

Mit 10,3 °C lag im Herbst der Temperaturdurchschnitt um 1,5 °C über dem Wert der international gültigen Referenzperiode 1961 bis 1990. Im Vergleich zur wärmeren Periode 1981 bis 2010 betrug das Plus 1,3 °C. Die erste Septemberhälfte fiel meist spätsommerlich warm aus, zur Monatsmitte gab es noch einmal Höchstwerte von deutlich über 30 °C. Erst zur zweiten Monatsdekade stellte sich im Oktober ein recht kühler Witterungsabschnitt mit örtlich leichten Nachtfrosten ein. Der Beginn des Novembers brachte besonders im Südwesten ungewöhnlich hohe Tages- und Nachtwerte. Im letzten Novemberdrittel sorgte Ex-Hurrikan „Eta“ für ein Ende der zu milden Temperaturen.

Mit rund 150 Litern pro Quadratmeter (l/m<sup>2</sup>) unterschritt der Herbst seinen Klimawert von 183 l/m<sup>2</sup> mit nur 82 Prozent recht deutlich. Nachdem es im September unter Hochdruckeinfluss meist trocken blieb, brachten Tiefdruckgebiete zum Monatsende flächendeckende Niederschläge, die in den Mittelgebirgen für die erste Schneedecke sorgten. Die Ausläufer von Tief „Gisela“ sorgten Mitte Oktober auch in den östlichen Landesteilen für die lang ersehnten kräftigen Niederschläge. Anhaltender Hochdruckeinfluss führte zum fünftrockensten November seit Messbeginn 1881. Der meiste Niederschlag im gesamten Herbst mit bis zu 480 l/m<sup>2</sup> fiel im Schwarzwald sowie am unmittelbaren Alpenrand. Die Gebiete mit dem geringsten Niederschlag lagen in der Mitte Deutschlands.

Im Herbst lag die Sonnenscheindauer mit rund 365 Stunden um 15 Prozent über ihrem Soll von 311 Stunden. Am längsten zeigte sich die Sonne im äußersten Süden sowie in der Leipziger Tieflandbucht mit örtlich über 450 Stunden. Relativ wenig Sonnenschein erhielt der äußerste Norden Deutschlands mit teils unter 270 Stunden.

## Allgemeine volkswirtschaftliche Tendenzen 2020/2021

Die Corona-Pandemie hat in Deutschland zu einer der schwersten Rezessionen der Nachkriegszeit geführt. Trotz einer schnellen Erholung im Sommer 2020 zeigt der jüngste Anstieg der Infektionszahlen, wie fragil die Situation bleibt. Eine Normalisierung der wirtschaftlichen Lage ist derzeit noch nicht absehbar. Zudem könnten sich Veränderungen im Zuge der Pandemie etwa im individuellen Verhalten, durch veränderte Konsumpräferenzen oder durch neue Rahmenbedingungen langfristig auf die Wirtschaft auswirken.

### MANNIGFALTIGE AUSWIRKUNGEN DER PANDEMIE

Die zur Eindämmung der Infektionszahlen ergriffenen Maßnahmen haben zu Produktionsrückgängen, sinkenden Einkommen und reduzierten Konsummöglichkeiten geführt. Lieferverzögerungen aus besonders betroffenen Ländern beeinträchtigten internationale Lieferketten. Gleichzeitig hat die erhöhte Infektionsgefahr zu Verhaltensänderungen bei den Haushalten geführt, private Konsumausgaben wurden reduziert oder, soweit möglich, durch Güter und Dienstleistungen ersetzt, die mit einer geringeren Infektionswahrscheinlichkeit verbunden sind.

### WIRTSCHAFT MIT DEUTLICHEM MINUS IN 2020 – LEICHTE ERHOLUNG IN 2021 MÖGLICH

Aufgrund der kräftigen Erholung in den Sommermonaten dürfte das reale Bruttoinlandsprodukt (BIP) laut Sachverständigenrat mit einer Zuwachsrate von -5,1 Prozent auf das gesamte Jahr 2020 gesehen ungefähr so stark zurückgehen wie im Jahr 2009 während der globalen Finanzkrise. Es ist zu erwarten, dass sich die Erholung mit einem Wachstum von 3,7 Prozent im kommenden Jahr verlangsamt fortsetzen wird. In seiner Prognose geht der Sachverständigenrat dabei davon aus, dass das Infektionsgeschehen mit begrenzten Eingriffen unter Kontrolle gehalten werden kann, dafür kein umfangreicher Shutdown wie im Frühjahr 2020 notwendig ist und die internationalen Lieferketten nicht wesentlich gestört werden.

Nachdem die Wirtschaft im 3. Quartal außerordentlich stark gewachsen ist, zeigen die Indikatoren für den Herbst jedoch eher Stagnationstendenzen. Während die Dynamik in der Industrie weiterhin eine Aufwärtsbewegung anzeigt, dürfte die Wirtschaftsaktivität in verschiedenen Dienstleistungsbereichen angesichts des starken Wiederanstiegs der Infektionszahlen und der Ende Oktober 2020 beschlossenen Einschränkungen erneut zurückgehen. Dies betrifft insbesondere das Gastgewerbe, die Verkehrs- und Reisedienstleistungen sowie den Bereich Kultur, Unterhaltung und Erholung. Gleichzeitig dürfte das Infektionsgeschehen in anderen Ländern die außenwirtschaftlichen

Rahmenbedingungen der deutschen Volkswirtschaft in den kommenden Monaten belasten. Es wird erwartet, dass das Vorkrisenniveau frühestens Anfang des Jahres 2022 erreicht wird. In verschiedenen Wirtschaftsbereichen ist mit einer Normalisierung erst nach Überwinden der Pandemie zu rechnen.

### AUSRÜSTUNGSINVESTITIONEN MIT ERHEBLICHEM RÜCKGANG – BAUINVESTITIONEN VERGLEICHSWEISE STABIL, NORMALISIERUNG DER INVESTITIONSTÄTIGKEIT ABER EHER UNWAHRSCHEINLICH

Im Verlauf des Jahres sind die Ausrüstungsinvestitionen insbesondere im 1. Halbjahr 2020 drastisch eingebrochen. Zwar wurden während des Shutdowns aufgeschobene Investitionen nachgeholt, diese Dynamik dürfte sich aber im weiteren Verlauf des Jahres 2020 und im Jahr 2021 wieder abschwächen. Trotz positiver Impulse aus der wieder wachsenden Weltwirtschaft lassen die weiterhin nicht voll ausgelasteten Produktionskapazitäten sowie das wieder dynamischere Infektionsgeschehen eine rasche Normalisierung der Investitionstätigkeit aber eher unwahrscheinlich erscheinen. So dürfte die hohe Unsicherheit insbesondere über den weiteren Pandemieverlauf die Erholung bei den Ausrüstungsinvestitionen in den kommenden Quartalen dämpfen.

Beim Wohnungsbau deutet der über den Sommer wieder angestiegene Auftragseingang auf eine positive Entwicklung im Jahresschlussquartal hin. Bei den gewerblichen Bauten ist aber aufgrund der erhöhten wirtschaftlichen Unsicherheit weiterhin ein Rückgang zu erwarten. Mit einem kräftigen Anstieg ist im nächsten Jahr bei den öffentlichen Bauinvestitionen zu rechnen. Die weiterhin hohe Kapazitätsauslastung im Baugewerbe könnte die rasche Umsetzung dieser Vorhaben aber erschweren.

### PREISE: DÄMPFUNG DURCH ENERGIEPREISENTWICKLUNG UND UMSATZSTEUERSENKUNG – SPÜRBARER ANSTIEG IN 2021

Die Preisentwicklung ist in diesem und im kommenden Jahr von der Energiepreisentwicklung und der temporären Umsatzsteuersenkung geprägt. Der Ölpreis hat sich zwar in der zweiten Jahreshälfte teilweise von seinem Einbruch im Frühjahr erholt, dürfte aber noch bis Anfang des Jahres 2021 die Jahresänderungsrate des Verbraucherpreisindex (VPI) dämpfen. Während die reduzierte Umsatzsteuer seit Juli 2020 die Inflation senkt, dürfte das Auslaufen der Maßnahme im Januar 2021 zu einem merklichen Preisanstieg beitragen. Dementsprechend rechnet der Sachverständigenrat für den VPI mit Veränderungsraten von 0,6 Prozent beziehungsweise 1,7 Prozent für die Jahre 2020 und 2021.

## MODERATER ANSTIEG DER ARBEITSLOSENZAHL – ARBEITSMARKT IM KOMMENDEN JAHR ABHÄNGIG VOM WEITEREN PANDEMIEVERLAUF

Ein wichtiges Element zur Stabilisierung der Einkommen stellt die Kurzarbeit dar. So dürfte der flächendeckende Einsatz von Kurzarbeit größere Beschäftigungsverluste verhindert haben, da Unternehmen notwendige Anpassungen des Personalbedarfs über eine Reduzierung der Arbeitszeit realisieren konnten. Dementsprechend ist für das Jahr 2020 verglichen mit dem Rückgang des BIP ein moderater Anstieg der Arbeitslosigkeit zu erwarten. Die Entwicklung des Arbeitsmarkts im nächsten Jahr ist aber stark abhängig vom weiteren Pandemieverlauf. Die weiterhin vorherrschende konjunkturelle Unterauslastung dürfte die Lohnsteigerungen im Jahr 2021 spürbar dämpfen. Die Entwicklung auf dem Arbeitsmarkt dürfte eng mit der geringen Anzahl an Unternehmensschließungen zusammenhängen. Allerdings könnte die vorerst ausgesetzte Insolvenzantragspflicht das Bild verzerren. Zu Beginn des nächsten Jahres ist mit einem Anstieg der Unternehmensinsolvenzen zu rechnen. Die Erfahrungen aus vergangenen Krisenepisoden legen nahe, dass Insolvenzen erst verzögert ansteigen. Die ausgesetzte Antragspflicht und die umfangreichen Liquiditätshilfen dürften bedrohten Unternehmen in gewissem Umfang Zeit erkaufen haben.

Im Jahr 2020 dürfte die Erwerbstätigkeit im Vergleich zum Vorjahr um rund 420 000 Personen zurückgehen. Im Jahr 2021 dürfte die Erwerbstätigkeit aber wieder steigen. Der Anstieg von rund 30 000 Personen ist jedoch stark durch den negativen statistischen Überhang geprägt. Dieser ist ebenfalls dafür verantwortlich, dass die Arbeitslosigkeit im Jahresdurchschnitt 2020 und 2021 unverändert bei rund 2,7 Millionen Personen verbleiben dürfte. Im Jahresverlauf 2021 ist hingegen eine stetige Reduktion der Arbeitslosigkeit zu erwarten.

## LÖHNE UND GEHÄLTER ERST IN 2021 WIEDER IM PLUS

Die Bruttolöhne und -gehälter dürften im laufenden Jahr um rund 1,8 Prozent sinken. Allerdings wird das konjunkturelle Kurzarbeitergeld in der Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung (VGR) den monetären Sozialleistungen zugerechnet. Die Einkommen der Haushalte werden deshalb weniger stark zurückgehen, als es die Veränderungen der Bruttolöhne und -gehälter nahelegen. Da die Arbeitsstunden der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer im Jahr 2020 stärker sinken dürften als die Bruttolöhne und -gehälter, werden die Effektivlöhne dieses Jahr kräftig zunehmen. Im nächsten Jahr, wenn Löhne, Gehälter und Arbeitsstunden wahrscheinlich wieder zunehmen werden, ist davon auszugehen, dass die Effektivlöhne nur marginal steigen werden.

| Wirtschaftliche Eckdaten                                    | Einheit                    | 2018          | 2019          | 2020 <sup>1</sup> | 2021 <sup>1</sup> |
|---|----------------------------|---------------|---------------|-------------------|-------------------|
| <b>Bruttoinlandsprodukt<sup>2</sup></b>                     | <b>Wachstum in %</b>       | <b>1,3</b>    | <b>0,6</b>    | <b>-5,1</b>       | <b>3,7</b>        |
| Konsumausgaben  | Wachstum in %              | 1,4           | 1,9           | -3,9              | 3,0               |
| Private Konsumausgaben <sup>3</sup>                         | Wachstum in %              | 1,5           | 1,6           | -6,8              | 3,4               |
| Konsumausgaben des Staates                                  | Wachstum in %              | 1,2           | 2,7           | 3,4               | 1,9               |
| Bruttoanlageinvestitionen                                   | Wachstum in %              | 3,5           | 2,5           | -3,6              | 4,1               |
| Ausrüstungsinvestitionen <sup>4</sup>                       | Wachstum in %              | 4,4           | 0,5           | -14,4             | 10,0              |
| Bauinvestitionen  | Wachstum in %              | 2,6           | 3,8           | 2,7               | 1,5               |
| Sonstige Anlagen  | Wachstum in %              | 4,5           | 2,7           | -1,6              | 2,8               |
| Inländische Verwendung                                      | Wachstum in %              | 1,8           | 1,2           | -3,8              | 3,2               |
| Außenbeitrag  | Wachstumsbeitrag in %      | -0,4          | -0,6          | -1,5              | 0,7               |
| Exporte   | Wachstum in %              | 2,3           | 1,0           | -10,3             | 7,6               |
| Importe   | Wachstum in %              | 3,6           | 2,6           | -8,0              | 6,9               |
| <b>Leistungsbilanzsaldo<sup>5</sup></b>                     | <b>%</b>                   | <b>7,4</b>    | <b>7,1</b>    | <b>6,8</b>        | <b>7,1</b>        |
| <b>Erwerbstätige</b>  | <b>Tausend</b>             | <b>44.868</b> | <b>45.269</b> | <b>44.848</b>     | <b>44.878</b>     |
| <b>Sozialversicherungspflichtige Beschäftigte</b>           | <b>Tausend</b>             | <b>32.964</b> | <b>33.518</b> | <b>33.586</b>     | <b>33.805</b>     |
| <b>Registrierte Arbeitslose</b>                             | <b>Tausend</b>             | <b>2.340</b>  | <b>2.267</b>  | <b>2.706</b>      | <b>2.744</b>      |
| <b>Arbeitslosenquote<sup>6</sup></b>                        | <b>%</b>                   | <b>5,2</b>    | <b>5,0</b>    | <b>5,9</b>        | <b>6,0</b>        |
| <b>Verbraucherpreise<sup>7</sup></b>                        | <b>Wachstum in %</b>       | <b>1,8</b>    | <b>1,4</b>    | <b>0,6</b>        | <b>1,7</b>        |
| <b>Finanzierungssaldo des Staates<sup>8</sup></b>           | <b>%</b>                   | <b>1,8</b>    | <b>1,5</b>    | <b>-5,6</b>       | <b>-3,5</b>       |
| <b>Bruttoinlandsprodukt je Einwohner<sup>9,10</sup></b>     | <b>Wachstum in Prozent</b> | <b>1,0</b>    | <b>0,3</b>    | <b>-5,2</b>       | <b>3,6</b>        |
| <b>Bruttoinlandsprodukt, kalenderbereinigt<sup>10</sup></b> | <b>Wachstum in %</b>       | <b>1,3</b>    | <b>0,6</b>    | <b>-5,5</b>       | <b>3,7</b>        |

1 Prognose des Sachverständigenrates | 2 Preisbereinigt. Veränderung zum Vorjahr. Gilt zudem für alle angegebenen Bestandteile des BIP | 3 Einschließlich privater Organisationen ohne Erwerbszweck | 4 Einschließlich militärischer Waffensysteme | 5 In Relation zum BIP | 6 Registrierte Arbeitslose in Relation zu allen zivilen Erwerbspersonen | 7 Veränderung zum Vorjahr | 8 Gebietskörperschaften und Sozialversicherung in der Abgrenzung der Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung (VGR); in Relation zum BIP | 9 Bevölkerungsentwicklung gemäß Mittelfristprojektion des Sachverständigenrates | 10 Preisbereinigt. Veränderung zum Vorjahr | Quelle: BA, Statistisches Bundesamt, eigene Berechnungen

## Entwicklung des deutschen Gartenmarktes 2020

Auf Basis der vorliegenden Daten für drei Quartale wird der Gartenmarkt in 2020 aufgrund der besonderen Rahmenbedingungen der Covid-19-Pandemie gegenüber dem Vorjahr in erheblichem Umfang steigen. Bedingt durch reduzierte Konsummöglichkeiten in den ausgabenstarken Bereichen aus Automobil-, Reise- und Gastronomiesektor sowie mehr Zeit zu Hause (auch im Kontext steigender Home-Office-Zahlen) sind Haus, Wohnung und Garten noch stärker als zuvor in den Fokus der deutschen Haushalte gerückt. Das noch am Anfang des Jahres erwartete bescheidene Plus von rund einem Prozent wurde um ein Vielfaches übertroffen. Mit einer voraussichtlichen Wachstumsrate von mehr als 9 Prozent erreicht der Markt in 2020 einen vermutlich auf lange Sicht nicht zu schlagenden Rekordumsatz von rund 20,7 Mrd. Euro.

Dabei startete der Gartenfachhandel mit einem herben Minus von 6,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr in das erste Quartal 2020, für das insbesondere der März 2020 mit einem Minus von über 17 Prozent verantwortlich war (Lockdown). Umso erfreulicher verlief demgegenüber aber die Entwicklung im zweiten und dritten Quartal des Jahres, die trotz schlechter Monate (April und August) mit einem Plus von 8,4 bzw. 7,5 Prozent abschließen konnten. In der Summe erreicht der Gartenfachhandel bis einschließlich November ein kumuliertes Umsatzplus von 4,1 Prozent.

Im Vergleich zum Gartenfachhandel haben die Bau- und Heimwerkermärkte in den gartenrelevanten Sortimentsbereichen erneut besser abgeschnitten. Auf Dreivierteljahresbasis konnte hier ein Umsatzzuwachs von rund 18 Prozent erwirtschaftet werden.

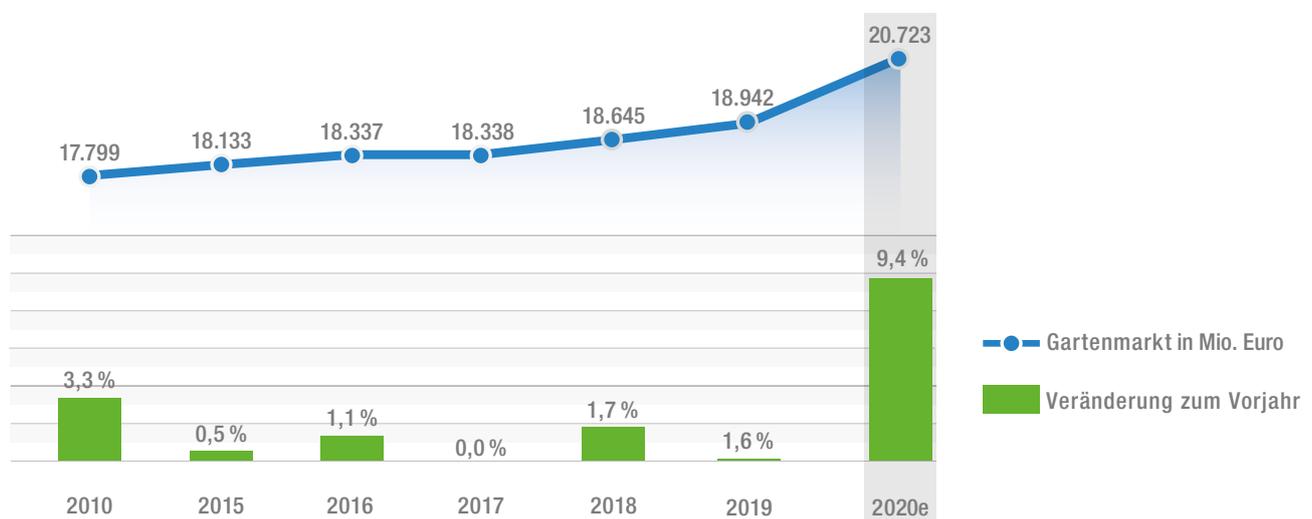
Angesichts der überdurchschnittlich starken Entwicklungstendenzen bei den Bau- und Heimwerkermärkten sowie in bedingtem Umfang auch im Gartenfachhandel dürften sich unter Berücksichtigung der Umsatzentwicklung in anderen Vertriebskanälen kaum negative Einflüsse abzeichnen. In der Summe aller Faktoren zeigt der Gartenmarkt seine charakteristische Stärke im Kontext des durch die Pandemie bedingten Cocooning-Trends, zu dem auch der eigene Garten, die Terrasse, der Balkon oder auch der Schrebergarten zählt.

Auf Basis der Hochrechnungen für das Gesamtjahr wird für die Vertriebswege Fachgartencenter und Bau- und Heimwerkermärkte mit einem Umsatzplus in Höhe von 9,4 Prozent bzw. 16,5 Prozent gerechnet. In ähnlicher Weise tendiert auch der Holzfachhandel, für den sogar ein Plus von 17,2 Prozent zu verzeichnen ist. Mit einem Zuwachs von mehr als 31 Prozent schlägt der Distanzhandel seine stationären Hauptmitbewerber jedoch um Längen. Dennoch bauen insbesondere die Bau- und Heimwerkermärkte ihren Marktanteil signifikant auf 27,1 Prozent aus.

Für traditionelle Gärtnereien und Blumenfachhandel ist das leichte Minus von 0,5 Prozent angesichts der mit den Rahmenbedingungen verbundenen Schließungen noch als positives Ergebnis zu werten. Dennoch verlieren sie weiter an Marktbedeutung, ihr Marktanteil sinkt auf 13,7 Prozent.

Baustoff- und Bauelementehandel sowie Möbelhandel haben demgegenüber deutliche Zuwächse (9,5 Prozent bzw. 13,0 Prozent) verzeichnen können. Trotz Schließungen kann der Möbelhandel im Vergleich zur Gesamt-

## Entwicklung des Gartenmarktes in Deutschland 2010 bis 2020



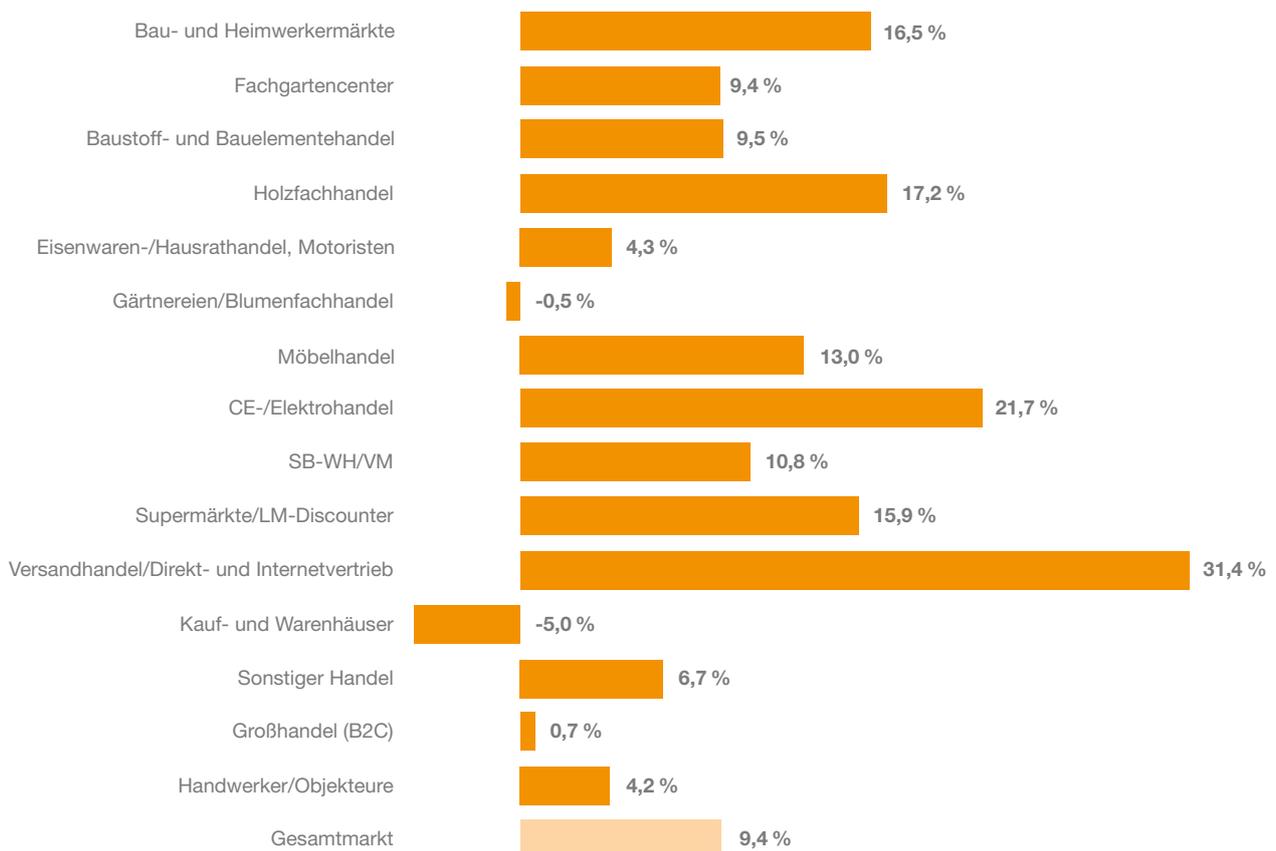
marktentwicklung damit eine „überdurchschnittliche“ Performance konstatieren.

Demgegenüber müssen sich sowohl der GaLa-Bau (Handwerker/Objekteure) als auch der Großhandel (Baumschulen) mit deutlich unterdurchschnittlichen Zuwachsraten begnügen (4,2 Prozent bzw. 0,7 Prozent). Die Nachfrage aus den öffentlichen, kommunalen und gewerblichen Bereichen ist durch die Pandemie stark zurückgegangen. Lediglich im privaten Bereich hat der GaLa-Bau erneut (und trotz Covid-19) Zuwächse erreichen können. In der Summe müssen beide Segmente wie bereits im vergangenen Jahr Marktanteilsverluste hinnehmen. Aktuell erreicht der GaLa-Bau einen Marktanteil von wenig zufrieden stellenden 8,7 Prozent, Großhandel und Baumschulen verlieren stark und kommen derzeit auf nur noch 9,8 Prozent.

Erstmals wieder Umsatzzugewinne in durchaus erfreulichen Dimensionen konnten im laufenden Jahr die großflächigen SB-Warenhäuser sowie die Supermärkte und Lebensmitteldiscounter für sich verbuchen. Dank der Einstufung als systemrelevanter Anbieter (keine Schließungen) konnten die SB-Warenhäuser ein Plus von 10,8 Prozent und die Supermärkte/LM-Discounter einen Zuwachs von knapp unter 16 Prozent erreichen. Zudem setzt sich in den LEH-Formaten die bereits seit Jahren erkennbare Tendenz zur Erweiterung der Gartensortimentsbausteine verstärkt fort.

Der sonstige Handel, in dem auch die Umsätze der Raiffeisenmärkte und der Sonderpostenanbieter (Jawoll/Repo/Thomas Philipps etc.) im Gartensortiment enthalten sind, verbleibt mit einem Plus von 6,7 Prozent unter Marktdurchschnitt. Entsprechend reduzieren sich

## Umsatzentwicklung der Vertriebswege im Gartenmarkt in Deutschland 2019–2020



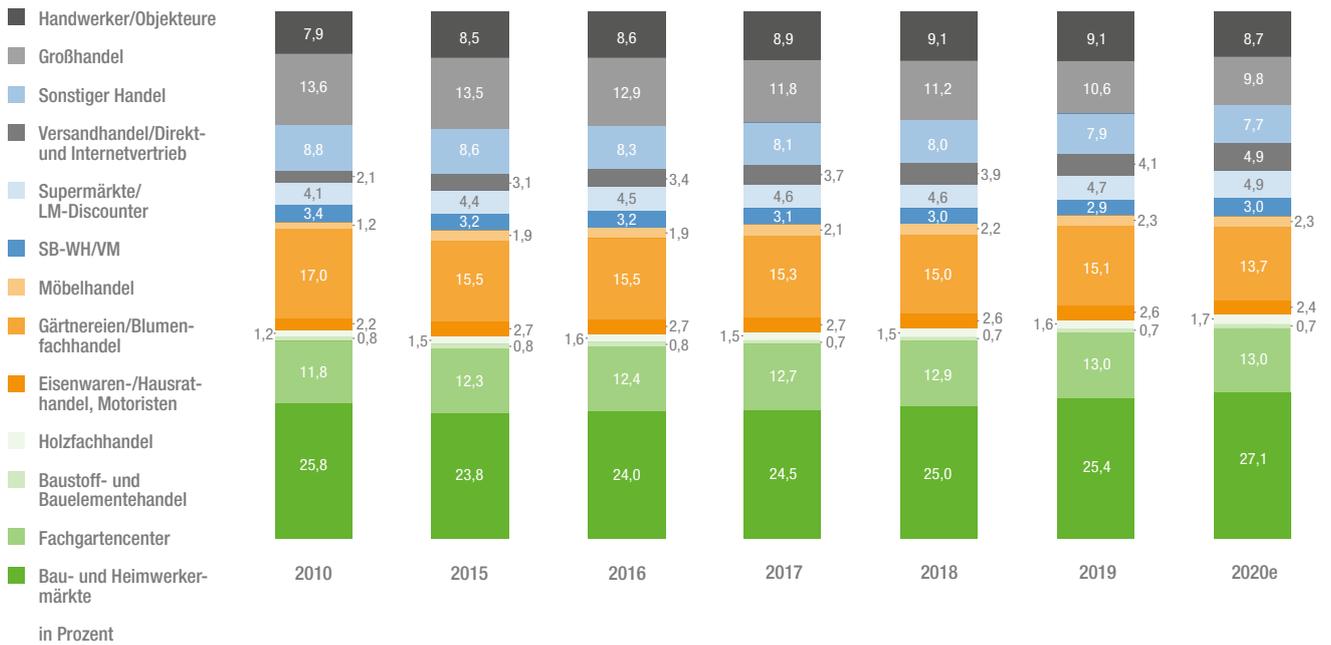
Quelle: IFH Retail Consultants GmbH, Klaus Peter Teipel – Research und Consulting

die Marktanteile dieses Vertriebsweges auf nunmehr 7,7 Prozent.

Zusammenfassend bleibt festzustellen, dass die Pandemie den Gartenmarkt in der Summe aller Faktoren stark befeuert hat. Die hohen Zuwächse einzelner Vertriebs-

kanäle sind dabei aber nicht als Ergebnis oder als Erfolg mannigfaltiger konzeptioneller Maßnahmen (z. B. bei Beratung oder Präsentation) zu bewerten, sondern sie sind schlichtweg Resultat einer stark erhöhten Nachfrage seitens der privaten Verbraucherinnen und Verbraucher.

## Marktanteile der Vertriebswege im Gartenmarkt in Deutschland 2010–2020



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

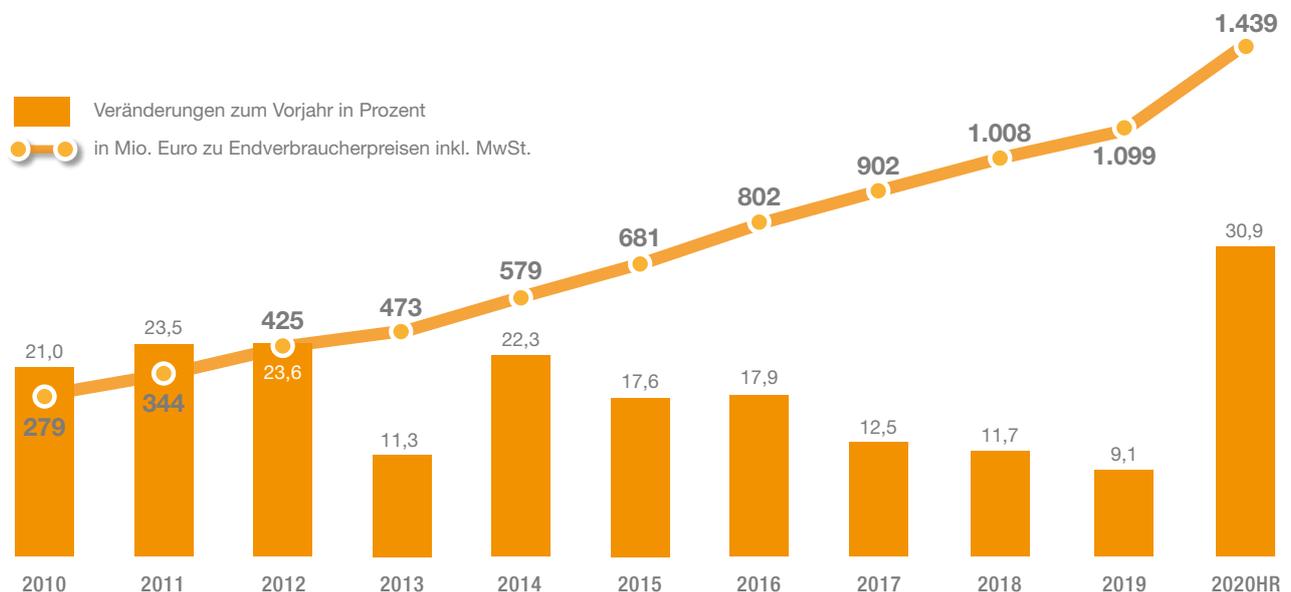
## E-Commerce im Gartenmarkt

Unabhängig davon, ob der Elektronische Handel von stationären Akteuren oder reinen Online-Spezialisten betrieben wird – der E-Commerce hat in Zeiten von Corona ein überproportional hohes Wachstum erzielt. Schließungen, Angst vor Infektionen, Bequemlichkeit und nicht zuletzt auch die Vielfalt und längst erwiesene Kompetenz der E-Commerce-Player haben den Vertriebskanal in diesem Jahr enorm befeuert. So hat beispielweise der außerhalb des Modebereichs tätige Versand- und

Internethandel in den ersten neun Monaten des Jahres ein Umsatzplus von mehr als 24 Prozent generieren können, die Pure-Player aus dem Bereich der DIY-Kernsortimente werden in diesem Jahr sogar einen Zuwachs von mehr als 30 Prozent erreichen können.

Auch im Gartenbereich sind die via E-Commerce erzielten Umsätze in diesem Jahr sprunghaft angestiegen. Nach vorläufigen Berechnungen wird mit Produkten aus

## E-Commerce-Umsätze im Gartenmarkt in Deutschland 2010–2020



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

dem Gartenbereich ein Online-Umsatz von rund 1,4 Mrd. Euro erwirtschaftet werden. Damit hat sich der E-Commerce-Umsatz im Gartenbereich binnen Jahresfrist um rund 340 Mio. Euro erhöht, die daraus resultierende Zuwachsrate liegt bei rund 31 Prozent.

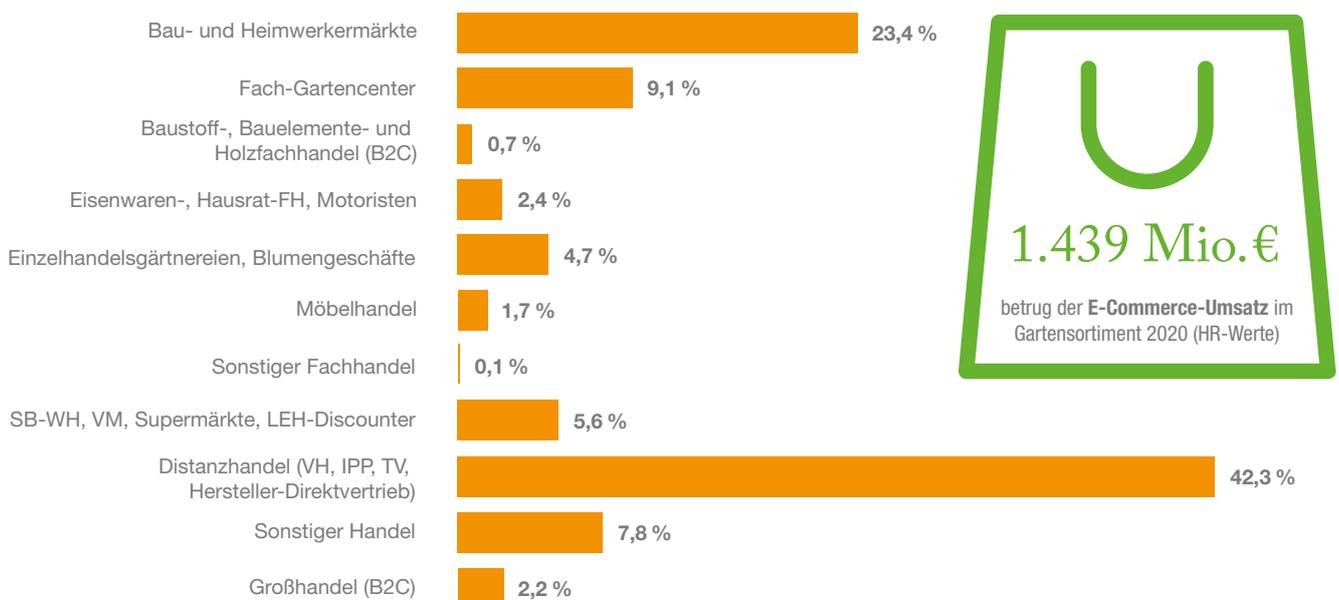
In der Summe erreichen die Online-Vermarktungskanäle des stationären Handels, der Katalogversender, der Internet-Pure-Player und der Hersteller einen aktuellen Marktanteil am Gartengesamtmarkt in Höhe von 6,9 Prozent (+1,1 Prozentpunkte gegenüber 2019). Der Anteil der E-Commerce-Umsätze am einzelhandel-relevanten Gartenmarkt (d.h. ohne GaLa-Bau) beziffert sich mittlerweile sogar auf 7,6 Prozent nach 6,4 Prozent in 2019. Diese Werte deuten darauf hin, dass im Gartenmarkt noch „viel Luft nach oben“ für Anbieter aus dem

Online-Bereich vorhanden ist. Zum Vergleich: In Bezug auf den Umsatz des Einzelhandels in Deutschland insgesamt liegt der Marktanteil des Online-Handels aktuell bereits bei mehr als 12 Prozent.

Die E-Commerce-Umsätze aus den Online-Aktivitäten der stationären Marktakteure haben im laufenden Jahr nicht mit der Dynamik, die im Gartenbereich von den reinen Pure-Playern gekommen ist, mithalten können. Lediglich die Bau- und Heimwerkermärkte haben mit ihren Online-Shops überdurchschnittliche Zuwächse erreicht und ihren Marktanteil von 21,7 Prozent auf nunmehr 23,4 Prozent ausbauen können.

In der Summe haben die stationären Formate (inkl. Market Places von stationären Händlern auf Plattformen)

## Umsatzanteil der Vertriebswege Online im Gartengesamtmarkt 2020 in Prozent



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

gegenüber den reinen Online-Spezialisten etwa 3,5 Prozentpunkte an Marktanteil abgeben müssen.

Dennoch entfällt immer noch mit 57,7 Prozent der größere Anteil am E-Commerce-Umsatz im Gartenmarkt auf stationäre Handelsbetriebsformen. Neben den Bau- und Heimwerkermärkten als bedeutendstem Vertreter der stationären Händler im Online-Markt rangieren die Fachgartencenter mit einem Marktanteil von 9,1 Prozent vor dem Sonstigen Handel mit 7,8 Prozent sowie den Supermärkten/Lebensmittel-Discountern mit 5,6 Prozent und den traditionellen Einzelhandelsgärtnereien inkl. Blumenfachgeschäften mit 4,7 Prozent auf den weiteren Plätzen.

Profiteure der besonderen Rahmenbedingungen in 2020 sind damit eindeutig die rein im Online-Bereich tätigen Spezialisten (Internet-Pure-Player, Versandhandel Online, Hersteller Online sowie TV-Shops Online), deren Umsatzzuwachs sich im laufenden Jahr auf annähernd 43 Prozent beläuft.

Damit ist die bisherige Entwicklungslinie, in der sich die stationären Formate mit ihren Online-Aktivitäten gegenüber den reinen Online-Spezialisten besser behaupten konnten, erstmals wieder unterbrochen. Ausgehend von einer weiter anhaltenden und bis über die Mitte des Jahres 2021 hinausgehenden Pandemiesituation dürfte sich an der aktuellen Tendenz kaum etwas ändern.

Die aktuelle Pandemie wirkt auf die Veränderung der Handelslandschaft und insbesondere für die weitere Entwicklung zwischen stationären und Online-Vermarktungskonzepten wie ein Katalysator. Veränderungen, die sich normalerweise in einem Zeitraum von mehreren Jahren bewegen, werden beschleunigt und innerhalb vergleichsweise kurzer Zeiträume bewältigt. Dabei

sind die daran geknüpften Effekte, insbesondere beim Einkaufsverhalten der Verbraucherinnen und Verbraucher, durchaus prägend und nicht nur von kurzer Dauer. Anbieter, die über eine exzellente Online-Performance verfügen (auch stationäre Akteure), dürften in diesem Kontext ihre bereits bestehenden Wettbewerbsvorteile weiter ausbauen.

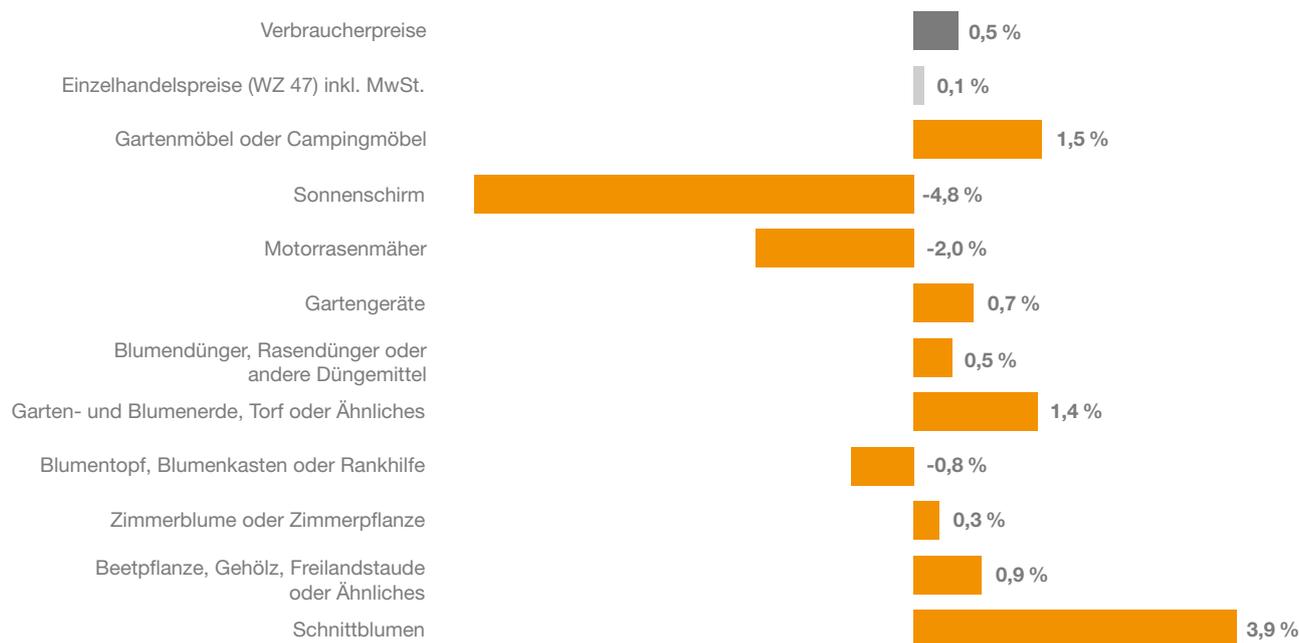
## Entwicklung der Einzelhandels- und Verbraucherpreise

Trotz gesunkener Mehrwertsteuersätze seit Mitte des Jahres befinden sich die Verbraucherpreise wie auch die Einzelhandelspreise unverändert im Aufwärtstrend. Kumuliert ergibt sich bis Oktober 2020 für die Einzelhandelspreise ein Anstieg um 0,4 Prozent und für die Verbraucherpreise ein Plus von 0,7 Prozent. Beide Werte liegen damit aber unter dem Vergleichszeitraum von 2019, in dem die Einzelhandelspreise um 0,7 Prozent und die Verbraucherpreise um 1,5 Prozent gestiegen sind.

Davon zum Teil deutlich abweichend zeigt sich die Entwicklung der Verbraucherpreise in ausgewählten Warengruppen des Gartenmarktes. Im Zeitraum Januar bis Dezember 2020 haben sich die Preise gegenüber dem Vorjahreszeitraum wie folgt entwickelt:

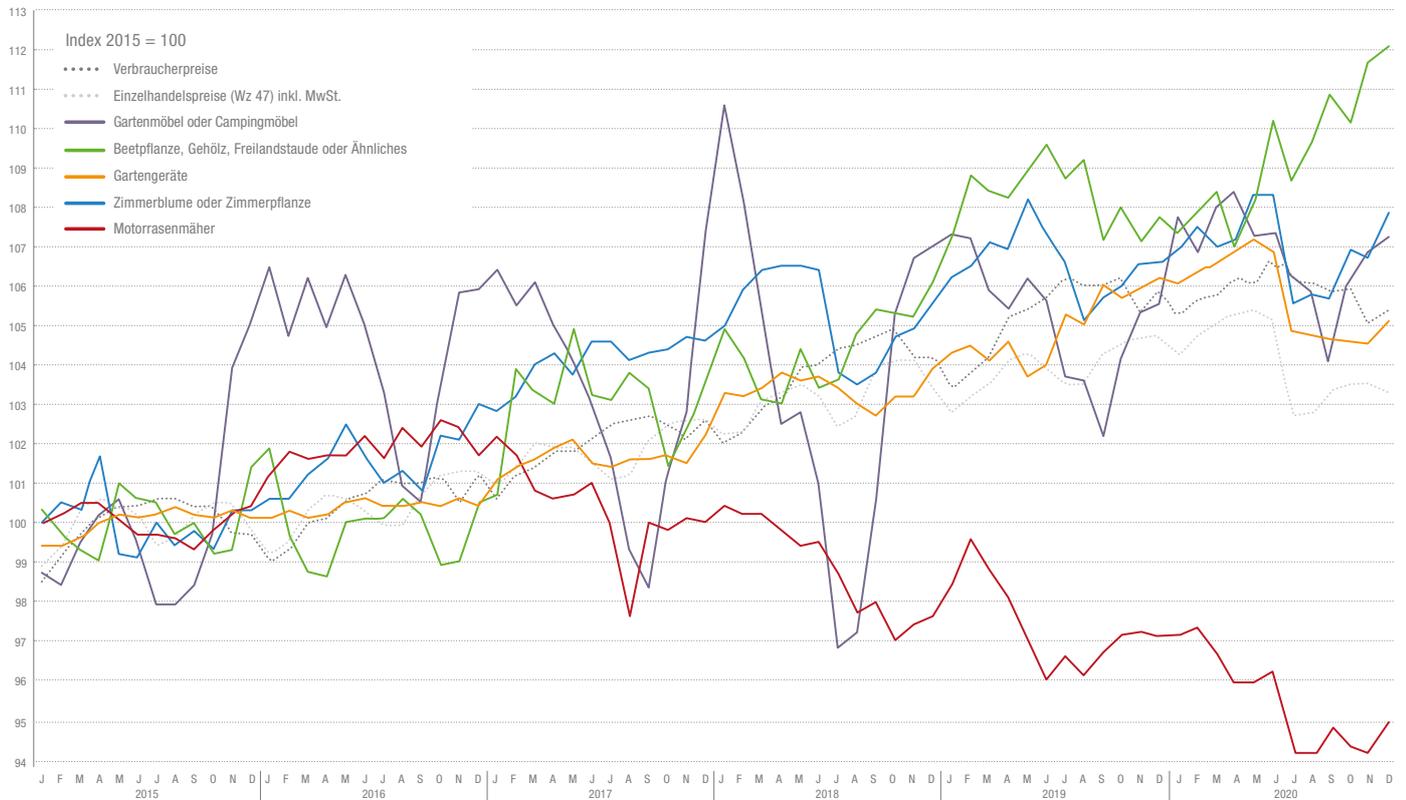
Lediglich die Warengruppen Gartenmöbel, Gartengeräte, Erden/Torf und Schnittblumen liegen in ihrer Preisentwicklung oberhalb des Anstiegs der Verbraucher- und

### Entwicklung der Einzelhandelspreise in ausgewählten Warengruppen des Gartenmarktes (Jan.–Dez. 2020)



Quelle: Statistisches Bundesamt

## Entwicklung der Einzelhandelspreise, Verbraucherpreise und ausgewählter Warengruppenpreise im Gartenbereich (2015–2020)



Quelle: Statistisches Bundesamt

Einzelhandelspreise. Ein leichter Preisverfall macht sich hingegen bei Sonnenschirmen bemerkbar. Die Motorrasenmäher setzen auch in diesem Jahr ihre langjährige Abwärtstendenz in den Preisen weiter fort. In Relation zum Vorjahr sind die Preise für diese Produkte nochmals um 2,0 Prozent zurückgegangen.

Im Vergleich zu den Einzelhandelspreisen insgesamt und zu den Verbraucherpreisen sind die Preiserhöhungen für Gartenerzeugnisse, Pflanzen und Blumen in diesem Jahr insgesamt um rund 1,5 Prozent gestiegen. In den technischen Bereichen (motorbetriebene Großwerkzeuge u.Ä. für Haus und Garten sowie Gartengeräte, Handwerkzeuge u. a. Gebrauchsgüter) hingegen sind die Preise in der Summe um 1,1 Prozent gesunken.

## 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 Verbraucherinnen und Verbraucher ihr persönliches Gartenglück erschaffen können. 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.



## Verbandsarbeit in Krisenzeiten

Das vergangene Jahr stand ganz im Zeichen der Corona-Pandemie und wie es derzeit aussieht, wird diese uns auch in den nächsten Monaten weiter beschäftigen. Covid-19 ist für alle Unternehmen in Deutschland eine große und bisher in diesen Dimensionen unbekanntere Herausforderung, von der auch der gesamte Gartenmarkt betroffen ist. Diese schwierige Zeit hat uns allen noch einmal vor Augen geführt, wie wichtig dynamische Verbandsarbeit und enge Kooperation unter allen Partnern gerade in Krisenzeiten ist.

Bereits zu Beginn der Pandemie und mit dem ersten Lockdown hat das Zusammenspiel aller Marktpartner und Partnerverbände bestens funktioniert, um einen Beitrag dazu leisten zu können, die Branche zu stabilisieren. Die absolute Priorität lag darin, das Wohl der Kundinnen und Kunden sowie der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu schützen. Daher haben der Industrieverband Garten (IVG) e.V., der Zentralverband Gartenbau e.V. (ZVG), der Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V. (BHB), der Verband Deutscher Garten-Center e.V. (VDG) sowie der Verband des Deutschen Blumen-Groß- und Importhandels e.V. (BGI) bereits in der ersten Phase der Pandemie gemeinsam Maßnahmenpakete entwickelt, die einzigartig und härter als alle gesetzlichen Vorgaben waren.

Ziel war es in erster Linie, das Tagesgeschäft aufrechtzuerhalten. Durch den kontinuierlichen Dialog mit unseren Partnerverbänden haben wir so einen Beitrag geleistet, die Branche zu stabilisieren, indem wir von allen Markt-

partnern ein umsichtiges Handeln im Rahmen laufender Geschäftsbeziehungen anmahnten. In den Unternehmen sind die Maßnahmen unmittelbar umgesetzt worden: ob Home-Office, betriebliche Präventionsmaßnahmen wie die Umstellungen von Produktionsabläufen und Schichten oder umfassende Regelungen zu Hygienestandards, Reinigungsplänen und zur Vermeidung größerer Zusammentreffen der Belegschaft in den Betriebsräumen.

Auch deshalb konnten Baumärkte, Gärtnereien und Gartencenter während des ersten Lockdowns geöffnet bleiben. Ein ganz wichtiger Erfolg zum Wohl unserer Mitglieder. Denn im Gartenmarkt werden gerade in den Monaten von März bis Juni Umsatzspitzen erzielt, die für das Gesamtjahresergebnis von größter Bedeutung sind. Wenn diese nicht erzielt werden, sind sie im weiteren Jahresverlauf häufig nicht mehr nachzuholen – etwa im Bereich Pflanze/Frühlüher/Saisonwaren.

## GARTENMARKT MIT POSITIVEM ABSCHLUSS

Die Öffnung des Handels war auch ein wichtiges psychologisches Zeichen für die Menschen. Denn die Gartensortimente haben nicht nur auf emotionaler Basis einen wertvollen Einfluss auf das Wohlbefinden. Sie bieten darüber hinaus die Möglichkeit, sich im eigenen Haus oder Garten sinnvoll, kreativ und motivierend zu beschäftigen und somit die Vielzahl an weggefallenen Freizeitaktivitäten im eigenen Zuhause für Kinder und Erwachsene aufzufangen. Eine Studie der Hochschule Geisenheim untermauert diesen Eindruck. Untersucht wurde darin die Bedeutung von Gärten während des vergangenen Corona-Jahres. Ein Ergebnis: Befragte mit eigenem Garten (53 Prozent) sind im Durchschnitt zufriedener mit ihrem Leben. Zudem gab über die Hälfte aller Gartenbesitzerinnen und -besitzer an, dass der Garten im vergangenen Jahr wichtiger als im Vorjahr war. Das wurde auch in den einzelnen Segmenten des Gartenmarktes sichtbar. Durch die allgemeinen Reisebeschränkungen waren die Menschen gezwungen, wochenlang zu Hause zu bleiben. Viele haben die Zeit genutzt, um ihre Gärten weiter zu verschönern. Der Garten wurde mit Produkten wie Pools, Grills, Möbeln und Pflanzen zu einem Ort der Erholung und Entspannung hergerichtet. Was trotz allem zu einer positiven Bilanz des Gartenjahres 2020 führte.

## IVG IM DIGITALEN RAUM ZU HAUSE

Normalerweise informieren wir auf unseren Veranstaltungen oder im Rahmen verschiedener Arbeitskreise unsere

Mitgliedsfirmen regelmäßig über aktuelle Entwicklungen aus den Bereichen Recht, Normung, Vertrieb, Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Marketing. Im vergangenen Jahr konnten viele dieser Treffen aufgrund der Pandemie leider nicht physisch stattfinden. Da hat es sich ausgezahlt, dass wir als moderner Verband auch beim Thema Digitalisierung mit der Zeit gehen und stetig an der Optimierung unserer Schnittstellen arbeiten, um unseren Mitgliedern den Austausch mit uns zu erleichtern und sie mit wichtigen Informationen zeitnah zu versorgen.



*„Der IVG wird weiterhin alles tun, um seine Mitglieder in diesen turbulenten Zeiten zu unterstützen und auch mit unseren Partnern im konstruktiven Gespräch zu bleiben.“*

**Anna Hackstein**  
Geschäftsführerin

Dank unseres Know-hows konnten wir in relativ kurzer Zeit einige unserer Angebote relativ erfolgreich in einem digitalen Rahmen stattfinden lassen. So hat beispielsweise das IVG Forum Gartenmarkt mit über 300 registrierten Gästen seinen alten Besucherrekord erneut eingestellt und die bereits gebuchten Referentinnen und Referenten haben die zugeschalteten Gäste unter dem Motto „Grün, grün, grün sind alle meine Farben?“ über das Thema Nachhaltigkeit informiert.



## GEPLANTE VERANSTALTUNGEN 2021

**30. Mai bis 1. Juni**

spoga+gafa | Koelnmesse

**4. November**

Deutscher Torf- und Humustag  
Wandelhalle | Bad Zwischenahn

**10. November**

IVG Jahrestagung  
Maritim Hotel | Düsseldorf

**11. November**

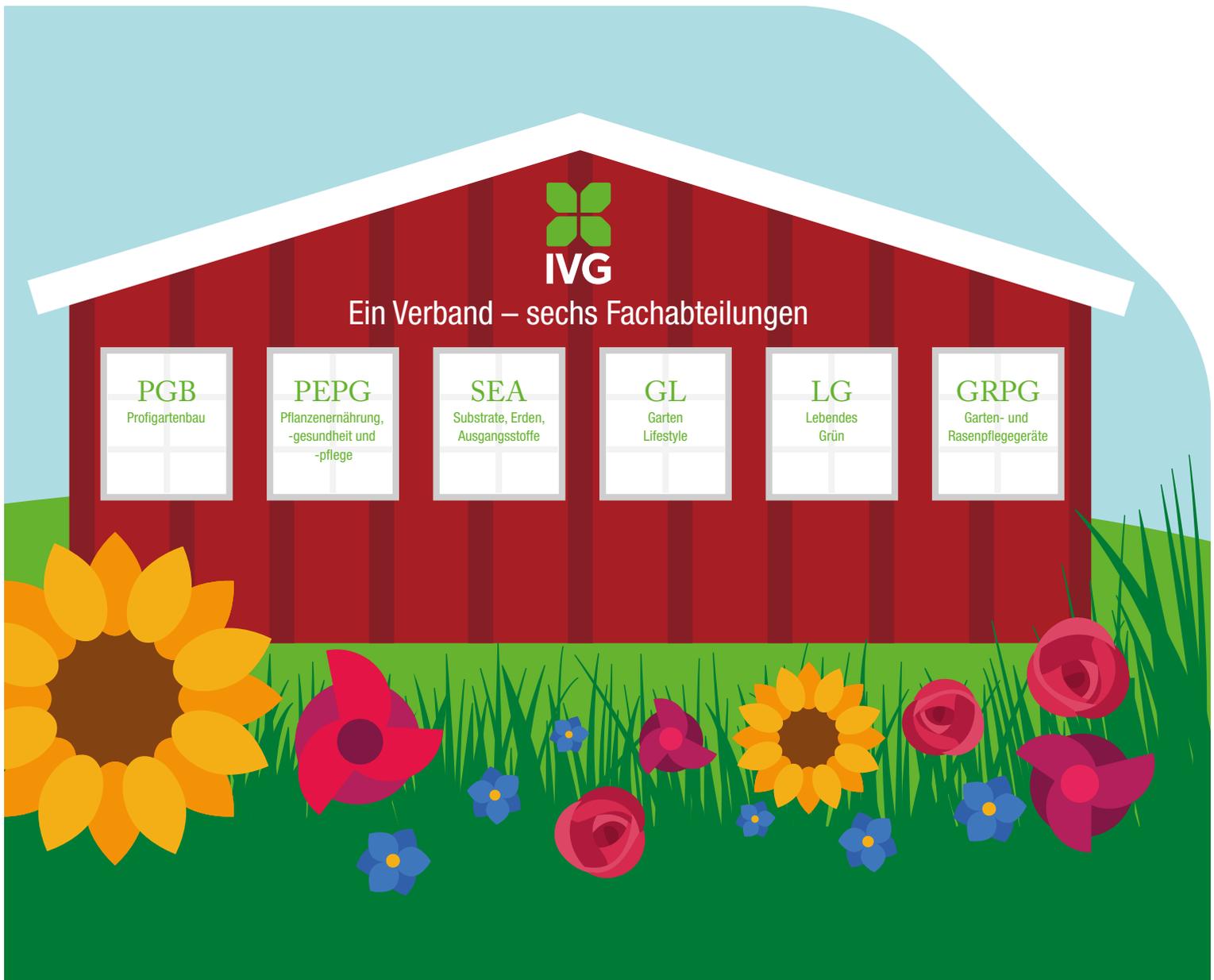
IVG Forum Gartenmarkt  
Maritim Hotel | Düsseldorf

# Fachabteilungen

## Kompetente Ansprechpartner\*innen für jedes Thema

Im IVG haben sich Hersteller von Produkten der Grünen Branche für den Hobby- und Profimarkt zusammengeschlossen – darunter Pflanzenhersteller, Produzenten von Forst-, Garten- und Rasenpflegegeräten, Hersteller von Garten-Lifestyle-Produkten, von Produkten zur Pflanzenpflege, -ernährung und -gesundheit, Hersteller von Substraten, Erden und Ausgangsstoffen sowie Hersteller von Produkten für den Erwerbsgartenbau.

Der IVG vereint derzeit rund 150 Mitgliedsunternehmen der Gartenbranche. Innerhalb des Verbandes gibt es sechs Fachabteilungen. Jede dieser Gruppen wird von Expertinnen und Experten auf ihrem Gebiet betreut, die jederzeit als kompetente Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner für die Mitglieder zur Verfügung stehen. Unsere Kernkompetenzen sind dabei Information, Beratung, Lobbying und Öffentlichkeitsarbeit.





## Fachabteilung Profigartenbau

In der Fachabteilung „Profigartenbau“ (PGB) schließen sich Firmen zusammen, die Produkte für den Erwerbsgartenbau industriell herstellen und vertreiben. Die derzeit 30 Unternehmen decken dabei so unterschiedliche Bereiche ab wie Gewächshausbau und -einrichtungen, Klima- und Umweltanalytik, Klima-, Licht- und Bewässerungstechnik, digitale Kulturführung, Automatisierung, Dünger und Substrate sowie Maschinen und Geräte.

### EIN STARKES NETZWERK FÜR DEN ERWERBSGARTENBAU

Die Fachabteilung unterstützt ihre Mitglieder darin, fachliche Kompetenzen zu bündeln und zu kommunizieren sowie ihre Belange gegenüber anderen Interessengruppen zu vertreten. Darüber hinaus hilft sie

dabei, neue und etablierte Märkte zu erschließen und zu bearbeiten. Verschiedene Marktpartner wie Dienstleister, Medienpartner und Messegesellschaften stehen der Fachabteilung zur Seite, um bestehende Netzwerke zu pflegen sowie Know-how, Branchen- und Marktkenntnisse auszutauschen. Das gilt auch für die engen und vielfältigen Kontakte ins Ausland. Darüber hinaus organisiert die Fachabteilung nationale und internationale Messebeteiligungen, fördert die Nachwuchsarbeit, rückt das Thema Nachhaltigkeit stärker in den Fokus, erfasst Marktdaten für den Erwerbsgartenbau und stellt sie den Mitgliedern zur Verfügung. So erhalten sie umfangreiche fundierte Zahlen und Daten zur Entwicklung und Situation des Profigartenbaus zum Beispiel über die Marktfor-

schungsgesellschaft AMI.

### WIR INFORMIEREN AUCH DIGITAL

Angesichts der Corona-Pandemie hat die Fachabteilung direkt nach der IPM 2020 begonnen, ihre Angebote und Sitzungen digital aufzubereiten. Mit einer Mischung aus internen Informationen und externen Referentinnen und Referenten konnten die Mitglieder sich über eine Vielzahl aktueller Themen über das Jahr hinweg informieren. Für 2021 ist mit dem sogenannten „Unternehmer-Stammtisch“ ein neues Konzept geplant, das zunächst digital angelegt ist, aber zu einem späteren Zeitpunkt auch wieder im physischen Austausch stattfinden kann. Neu daran ist, dass dieser teilweise auch Nicht-Mitgliedern zugänglich gemacht werden soll.

### STIMMEN AUS DER FACHABTEILUNG



„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



„Die Einbindung der INDEGA in den IVG war der richtige Schritt, um die fachliche Kompetenz und die Kommunikation dieser Unternehmen zu bündeln. Durch das entstandene neue Netzwerk lassen sich die Belange gegenüber anderen Interessengruppen effektiver vertreten.“

**Peter Hölzer**  
Vertriebsleiter Deutschland | Birchmeier Sprühtechnik AG

## Fachabteilung Pflanzen- ernährung, -gesundheit und -pflege

PEGP

In dieser Fachabteilung sind Lieferanten von Pflanzenschutz- und Düngemitteln sowie Pflanzenpflegeprodukten organisiert. Im Mittelpunkt der Bearbeitung stehen Fragen der Vertriebsfähigkeit der Produkte und vor diesem Hintergrund häufig Anforderungen und Regelungen des Düngemittel- und Pflanzenschutzrechts. Damit auch zukünftig verbindliche Rahmenbedingungen zur Herstellung und zum Vertrieb geeigneter Produkte gewährleistet sind, setzt sich die Fachabteilung im Interesse von Verbraucherinnen und Verbrauchern und marktteiligen Unternehmen für sichere Marktbedingungen ein. Dazu führt sie Gespräche mit Partnerverbänden, gesetzgebenden Stellen des Bundes und Vollzugsstellen der Länder.

### EU-DÜNGEPRODUKTEVERORDNUNG WEITERHIN AUF DER AGENDA

Die europäische Düngemittelverordnung Nr. 2019/1009 ist am 15. Juli 2019 in Kraft getreten, sie wird

in den wesentlichen Teilen ab dem 16. Juli 2022 gelten. Die Umsetzung der neuen EU-Verordnung mit CE-Kennzeichnung der Produkte und Konformitätsbewertung stößt auf erhebliche Schwierigkeiten. Zwar ist inzwischen die Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) als nationale Stelle benannt worden, allerdings fehlt es weiterhin an notwendigen Inhalten und Regelungen zur Umsetzung der Verordnung. Zur Erstellung der Konformität wird es notwendig sein, entsprechende Bewertungskriterien, hier insbesondere die erforderlichen Nachweisverfahren und Standards, zu erarbeiten.

### WIR BEZIEHEN POSITION BEI VIELEN WICHTIGEN THEMEN

Zum Aktionsprogramm Insektenschutz, dem umfangreichen Maßnahmenpaket der Bundesregierung zum Schutz von Insekten, wurden berufsständische Gruppierungen zu einem runden Tisch geladen.

Zielsetzung der Beteiligten wird sein, den Dialog um fach- und interessengerechte Lösungen in Fragen des Insektenschutzes zu intensivieren. Positionen zum Insektenschutz werden zusammen erarbeitet und an das zuständige Ministerium geleitet. Der IVG vertritt die Position, mit Augenmaß zu handeln und eine gute fachliche Praxis in Verbindung mit den Grundsätzen des integrierten Pflanzenschutzes umzusetzen. Darüber hinaus hat der IVG Stellung zur Neuordnung des Biozidrechts bezogen. Im Mittelpunkt der Stellungnahme steht die Forderung, das geltende Recht nicht unnötig zu verschärfen und Produkte mit einem nachgewiesenen geringeren Risiko nicht unter das Selbstbedienungsverbot zu stellen (Algizide, Grünbelagsentferner, Rodentizide, Insektizide).

### STIMMEN AUS 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

Ein Großteil aller Hersteller von Blumenerden und Kultursubstraten in Deutschland sowie der torfgewinnenden Unternehmen in Niedersachsen versammelt sich in der Fachabteilung „Substrate, Erden, Ausgangsstoffe“ (SEA). Im Mittelpunkt unserer Arbeit steht die Interessenvertretung der Mitglieder bei politischen Vorhaben auf europäischer und nationaler Ebene in enger Zusammenarbeit mit anderen Branchenverbänden sowie der Möglichkeit, auf ein umfangreiches Netzwerk zurückzugreifen. Die Rohstoffsicherung, die für die Branche existenziell ist, ist dabei unser vorrangiges Anliegen. Eine weitere wichtige Aufgabe der Fachabteilung ist der ständige Dialog mit verschiedenen Natur- und Umweltschutzverbänden. So arbeiten wir zum Beispiel seit 2012 mit dem Naturschutzbund (NABU) in Niedersachsen zusammen, mit dem wir gemeinsam ein Natur- und Klimaschutzkonzept entwickelt haben. Zudem unterstützen wir das Zertifizierungssystem „Responsibly

Produced Peat (RPP)“ dabei, sich zu etablieren. Seit den Anfängen engagieren wir uns im Stiftungsvorstand des RPP, um sicherzustellen, dass Handel sowie Verbraucherinnen und Verbraucher künftig auf einen Blick erkennen, ob ein Produkt aus einer nachhaltig bewirtschafteten Fläche stammt.

### WIR UNTERSTÜTZEN AUF VIELEN EBENEN UND BEI UNTERSCHIEDLICHEN FRAGESTELLUNGEN

Ganz oben auf unserer Agenda steht derzeit die Interessenvertretung der Mitgliedsunternehmen in der Torfminderungsstrategie und der Moorschutzstrategie des Bundes gegenüber Ministerien und anderen Interessenskreisen. In Zusammenarbeit mit Handel und Erwerbsgartenbau verfolgen wir dabei das Ziel, die Umsetzung der Klimaschutzziele 2050 in einem angemessenen Rahmen für die Torfindustrie und Substrathersteller durchzusetzen. In erster Linie haben wir dabei die

Qualität und Zuverlässigkeit der Produkte im Blick. Ein weiteres, wichtiges Thema, mit dem wir uns beschäftigen, ist die Bedeutung von Substraten als Versorgungsgrundlage der Bevölkerung mit Obst und Gemüse in der Zukunft. Denn es wird ein höherer Bedarf durch die wachsende Weltbevölkerung und den wachsenden Wohlstand prognostiziert. Fragen, mit denen wir uns unter anderem auseinandersetzen, lauten: Wie sieht die Verfügbarkeit von Ausgangsstoffen aus? In welcher Qualität werden sie vorliegen? Welche Märkte werden sich wie entwickeln?

### STIMMEN AUS 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



„Wir sind Mitglied im IVG, weil der Verband die ideale Plattform für den Austausch mit verschiedenen Interessengruppen ist und uns hier eine umfassende, professionelle Unterstützung zu unseren alltäglichen Herausforderungen geboten wird.“

**Frank Tamminga**  
Geschäftsführender Gesellschafter | Aurich-Wiesmoor-Torfvertriebs GmbH



GL

## Fachabteilung Garten Lifestyle

In der Fachabteilung „Garten Lifestyle“ (GL) sind derzeit 21 Mitgliedsunternehmen aus den Segmenten Dekoration, Wasser im Garten, Gartenmöbel, Holz im Garten, Grillgeräte und Pflanzgefäße vertreten. Diese unterstützen wir in ihrem wirtschaftlichen Erfolg, indem wir für sie Verbraucherwünsche und -verhalten analysieren. Mit Blick auf alle Segmente beobachten wir dazu relevante Bewegungen innerhalb und außerhalb der Grünen Branche, bearbeiten kleine und große Trendfragen aus aller Welt und behalten aktuelle und zukünftige Entwicklungen im Blick. Die Basis unserer gesamten Trendforschung bilden enge Kooperationen mit Instituten und Marktforschungsunternehmen sowie kontinuierliches und intensives Screening der relevanten Online-Plattformen und Fachmedien. Die Ergebnisse unserer Recherchen präsentieren wir unseren Mitgliedern bei gemeinsamen Fachabteilungssitzungen oder auf Anfrage.

### WIR BEOBACHTEN UND SETZEN TRENDS

Ein weiteres Fundament dieser Fachabteilung ist die aktive Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Mit marktrelevanten Themen, die wir in Fach- und Endverbrauchermedien platzieren, unterstützen wir das positive Garten-Image. In enger Abstimmung mit unseren Mitgliedern veröffentlichen wir Themen in überregional reichweitenstarken Tages- und Wochenzeitungen oder über relevante Nachrichtendienste, um den Markt sowie Konsumentinnen und Konsumenten gleichermaßen zu erreichen. Dabei decken wir alle Sortimentsbereiche gleichmäßig ab, konzentrieren uns aber bei Bedarf auf Aspekte, die aktuell besonders im Fokus stehen. Darüber hinaus pflegen wir den engen Kontakt zu relevanten Blogger\*innen und Influencer\*innen, damit wir bei Bedarf schnell und kurzfristig auf aktuelle Trendströmungen und

Themen reagieren, unsere Mitglieder entsprechend informieren oder konkret Stellung beziehen können.

In regelmäßigen Sitzungen tauschen sich die Mitglieder der Fachabteilung zu aktuellen Themen der Grünen Branche aus. Geladene Referentinnen und Referenten nehmen dabei Stellung zu den neuesten Entwicklungen unter anderem in den Bereichen Logistik, E-Commerce, Vertrieb oder Marketing.

### STIMMEN AUS DER FACHABTEILUNG



*„Der Austausch und Zusammenhalt in einem Verband sind wichtig, aus diesem Grund stehen wir fest zum IVG. Gerade das Jahr 2020 hat uns allen gezeigt, dass eine gemeinsame Interessenvertretung wichtig und hilfreich für die gesamte Branche ist.“*

**Frank Rommersbach**  
Geschäftsführer Vertrieb/Sales | Weber-Stephen Deutschland GmbH



*„In Zeiten großer Veränderungen und wachsender Herausforderungen in unserer Branche stärkt uns das Miteinander im IVG. Kontrovers zu diskutieren und neue Lösungen zu erarbeiten liegt im Interesse aller Mitglieder.“*

**Ralf Rammo**  
Geschäftsführer | Scheurich GmbH & Co. KG

## Fachabteilung Lebendes Grün



LG

Im Mittelpunkt aller Sortimente steht die Pflanze – ohne sie gäbe es keine Umsätze. Deshalb ist die Fachabteilung „Lebendes Grün“ (LG) ein fester Bestandteil des Verbandes und eine wichtige Plattform für führende Hersteller von Pflanzen und Saatgut. Die Mitgliedsunternehmen in dieser Fachabteilung sind national distribuierte Hersteller mit innovativen Sortimenten. Ihre Produkte vertreiben sie als Marke oder entwickeln innovative Neuzüchtungen mit einem speziellen Zusatznutzen.

### WIR STÄRKEN DIE PFLANZE

Die Fachabteilung hat es sich zur Aufgabe gemacht, die Pflanze verstärkt in den Fokus der Öffentlichkeit zu rücken und Konzepte zu entwickeln, um den Verkauf langfristig zu forcieren. Zu diesem Zweck beschäftigen wir uns mit absatzwirtschaftlichen Problemen, betrachten die Zukunft unseres Marktes und tauschen uns intensiv mit dem Handel und anderen

betroffenen Fachverbänden aus. In Kooperation mit ihnen organisieren wir gemeinsame öffentliche Kongressveranstaltungen und setzen unseren Schwerpunkt auf strategische Fragestellungen rund um die Branche. Bevor wir mit unseren Botschaften an die Verbraucherinnen und Verbraucher herantreten, betreiben wir intensive Aufklärungsarbeit bei anderen Marktteilnehmern. Denn nur wenn sämtliche Vertriebsschienen zusammenarbeiten, können zielführende Maßnahmen ergriffen werden, um eine neue Generation von Pflanzenliebhaberinnen und -liebhabern für die Produkte zu begeistern. Dabei spielt auch das Thema Nachhaltigkeit eine immer größer werdende Rolle. Im Hinblick auf das Thema suchen wir Lösungen für die verschiedensten Fragen: Wie kann man Nachhaltigkeit in der Produktion umsetzen? Welche anderen Effekte können die Produkte entfalten – zum Beispiel im Hinblick auf das Klima in der Stadt oder auf psychologische Effekte durch grüne

Gärten und Wohnräume? Wie lassen sich diese Effekte quantifizieren und den Kundinnen und Kunden am besten vermitteln?

### WIR LIEFERN FUNDIERTES ZAHLENMATERIAL UND BERATEN IN RECHTSFRAGEN

Eine weitere wichtige Aufgabe der Fachabteilung besteht darin, unsere Mitglieder mit fundierten Zahlen und aktuellen Informationen zur Marktsituation zu versorgen. Dieses wichtige Material, das wir dank enger Kooperation mit dem Institut für Handelsforschung (IFH Köln), der AMI und anderen Marktforschungsunternehmen liefern können, unterstützt unsere Mitglieder auch bei wirtschaftlich relevanten Entscheidungen. Aufgrund steigender rechtlicher Herausforderungen der Mitglieder in dieser Fachabteilung bieten wir zudem verstärkt rechtliche Unterstützung bei den Fragestellungen zum Beispiel zum Verpackungsgesetz, zum Markenrecht und zur Pflanzenschutzverordnung an.

### STIMMEN AUS DER FACHABTEILUNG



**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.“



**Sebastian Heinje**  
Geschäftsführer | Heinje Baumschulen

„Der IVG ist für uns eine einmalige Netzwerkplattform. Darüber hinaus werden unsere ‚grünen Interessen‘ vom IVG hervorragend vertreten.“

## Fachabteilung Garten- und Rasenpflegegeräte



GRPG

Von der Rosenschere über die Kettensäge bis hin zum Mähroboter – in der Fachabteilung „Garten- und Rasenpflegegeräte“ (GRPG) treffen sich Hersteller von Produkten, die für die Pflege eines Gartens benötigt werden. Derzeit zählen 43 Unternehmen zur Fachabteilung, was einer sehr hohen Marktabdeckung in Deutschland in diesem Segment entspricht.

### WIR SETZEN UNS FÜR FAIRE WETTBEWERBSBEDINGUNGEN EIN

In der Fachabteilung setzen wir uns 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. Außerdem vertreten wir unsere Mitglieder in der europäischen Verbandsarbeit bei der EGMF (European Garden

Industry Machinery Federation). Diese begleitet die Erarbeitung europäischer Richtlinien und tauscht sich zu europäischen Marktentwicklungen aus.

### MEGATREND DIGITALISIERUNG

Auch auf dem Fachgebiet der Garten- und Rasenpflegegeräte hat die Digitalisierung mit dem wichtigen Treiber Künstliche Intelligenz (KI) Einzug gehalten und ist damit verantwortlich für die Forschung und Entwicklung innovativer Produkte. Sowohl in der Produktion als auch auf den unterschiedlichen Vertriebswegen sorgen die neuen Technologien für zunehmende Herausforderungen und Anforderungen. IT-gestützte Systeme sind ebenfalls im Bereich des After Sales nicht mehr wegzudenken. Aus diesem Grund hat sich der IVG Arbeitskreis After Sales in diesem Jahr mit neuen digitalisierten Formen der Kundenansprache auseinandergesetzt. Hierbei standen Chat Bots und FAQ-Systeme im Mittelpunkt der Diskussionen. Diese neuen

Kommunikationswege stellen jedoch auch andere Anforderungen an den Umgang mit Gewährleistungs- und Garantieansprüchen. Die Expertinnen und Experten im Arbeitskreis haben dies mit dem juristischen Sachverstand des IVG Justizars erörtert.

### FACHGRUPPE FORST-, GARTEN- UND RASENPFLERGEGERÄTE

Innerhalb der Fachabteilung „Garten- und Rasenpflegegeräte“ arbeiten 16 Mitglieder in der Fachgruppe Forst-, Garten- und Rasenpflegegeräte (FGR) zusammen. Mit Blick auf die Verbraucherinnen und Verbraucher entwickeln sie technische Regelungen, Normen und Prüfvorschriften weiter und überarbeiten beziehungsweise schreiben verschiedene Richtlinien fort. Das geschieht in engem Dialog mit Normungsgremien, Prüfstellen, Überwachungsbehörden, Politik und Verbraucherorganisationen. Ziel der Fachgruppe ist es, Verbraucherinnen und Verbraucher für Marken, Qualität und Sicherheit zu sensibilisieren.

### STIMMEN AUS 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 erhalten wir vom 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 auch den DIN-Normenausschuss Eisen-, Blech- und Metallwaren (NAEBM). Dieser ist einer von 10 externen Normenausschüssen des DIN, er setzt sich in 17 Arbeitsausschüssen mit unterschiedlichen Themenfeldern auseinander und beschäftigt sich insbesondere mit der Normung von Garten- und Rasenpflegegeräten sowie tragbaren Forstmaschinen.

### WIR FÖRDERN NEUE NORMEN, REGELN UND PRÜFVORSCHRIFTEN

In unserer Funktion als NAEBM treiben wir technische Regelungen, Normen und Prüfvorschriften voran. So haben wir 2020 im Bereich Handgeräte die Neufassung der DIN 20127 zu Spaten publiziert sowie erstmals mit DIN 7334 eine Norm für Gartenscheren veröffentlicht. Auch ist mit dem Entwurf DIN 7335 zu Garten-Kleingeräten dieser Produktbereich erstmals normativ erfasst. Eine erste Änderung zur DIN EN 13684 „Vertikutierer“

wurde im Juli 2020 als Entwurf herausgegeben. Im Sektor Forstmaschinen wurden die Entwürfe zur Neufassung der Normenreihen DIN EN ISO 11680 „Hochentaster“ und DIN EN ISO 11806 „Freischneider“ der Öffentlichkeit bekannt gemacht.

Es gibt **10** externe  
Normenausschüsse des DIN.

**17** unterschiedliche  
Arbeitsausschüsse betreut der NAEBM.

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

### DIE OBLEUTE DER ARBEITSAUSSCHÜSSE



**Manfred Kugler**  
Arbeitsausschuss Garten- und Rasenpflegegeräte | GARDENA Manufacturing GmbH

„Normen helfen unter anderem bei der Beschaffung von Geräten und erhöhen die Verwendbarkeit von Erzeugnissen. Normen für die Sicherheit und Ergonomie tragen wesentlich zum Schutz bei der Anwendung der Produkte bei.“



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

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

## Der geschäftsführende IVG Vorstand



### CHRISTOPH BÜSCHER

IVG Vorsitzender  
Hauert MANNA Düngewerke GmbH



### OLIVER TRAPPMANN

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



### HERIBERT BENTELER

Stellv. IVG Vorsitzender  
STIHL Vertriebszentrale AG & Co. KG



### 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



### FRANK TAMMINGA

Stellv. Sprecher der Fachabteilung Substrate,  
Erden, Ausgangsstoffe  
Aurich-Wiesmoor-Torfvertriebs GmbH



### LOTHAR IDELBERGER

Sprecher der Fachabteilung Lebendes Grün  
Helix Pflanzen GmbH



### SEBASTIAN HEINJE

Stellv. Sprecher der Fachabteilung Lebendes Grün  
Heinje Baumschulen



### 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 Pflanzen-  
ernährung, -gesundheit und -pflege  
W. Neudorff GmbH KG



### FRANK LOCK

Sprecher der Fachabteilung Profigartenbau  
Lock Antriebstechnik GmbH



### PETER HÖLZER

Stellv. Sprecher der Fachabteilung Profigartenbau  
Birchmeier Sprühtechnik AG



### FRANK ROMMERSBACH

Sprecher der Fachabteilung Garten Lifestyle  
Weber-Stephen Deutschland GmbH



### RALF RAMMO

Stellv. Sprecher der Fachabteilung Garten Lifestyle  
Scheurich GmbH & Co. KG

## 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, Geschäftsführer der IVG Service GmbH\*  
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



### THORSTEN THÖRNER

Technischer Referent  
Telefon: +49 211 909998-41  
Mobil: +49 171 8180294  
E-Mail: thoerner@ivg.org



### ANIK KELLER

Technische Referentin  
Telefon: +49 211 909998-42  
Mobil: +49 151 70555102  
E-Mail: keller@ivg.org



### JOHANNES GOLNIK

Referent Gartenbau  
Telefon: +49 211 909998-11  
Mobil: +49 151 50900477  
E-Mail: golnik@ivg.org



### STEFAN POHL

Öffentlichkeitsarbeit und Projektmanagement  
Telefon: +49 211 909998-10  
Mobil: +49 151 11677565  
E-Mail: pohl@ivg.org



### RA TANJA CONSTABEL

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



### MARTINA DIETRICH

Office Management  
Telefon: +49 211 909998-12  
Mobil: +49 151 70246231  
E-Mail: dietrich@ivg.org



### VERA SCHENK

Assistenz Geschäftsführung und Referat Technik  
Telefon: +49 211 909998-40  
Mobil: +49 151 70555103  
E-Mail: schenk@ivg.org

### ZENTRALE

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



### NADINE IHLEBURG

Buchhaltung und Controlling  
Telefon: +49 211 909998-50  
Mobil: +49 151 70555101  
E-Mail: ihleburg@ivg.org

\*Die IVG Service GmbH ist eine 100-prozentige Tochter des IVG. Sie bündelt die wirtschaftlichen Tätigkeiten des Verbandes, mit denen den Mitgliedern ein attraktives Dienstleistungs- und Veranstaltungsangebot zur Verfügung gestellt werden kann.

## Unsere Mitglieder auf einen Blick

**ECHO**  
MOTORGERÄTE

**AGLUKON**

**Oase**  
LIVING WATER

**ASB**  
**GREENWORLD**

**Alpenflor** [www.alpenflor.de](http://www.alpenflor.de)  
PROFESSIONAL customer quality  
Mit Sicherheit eine gute Wahl  
© Erdemunter Erdemunter

Balster Einheitserdewerk GmbH  
...wachsender Erfolg!

**SBM**  
LIFE SCIENCE

**JOHN DEERE**

**meiners**  
Erdenwerk

**STIGA**

**TORFWERK  
BRINKMANN  
GMBH & CO KG**

**Braun**

**Bay Pack**  
Creations in Packaging

**SABO**  
DAS BESTE.  
GANZ EINFACH.  
SEIT 1954.

**CUXIN**  
**DCM**

**EGO**

**VR Garten Service**  
GmbH

**weber**

**CAMPINGGAZ**

**BOSCH**  
Technik fürs Leben

**HONDA**

**KÄRCHER**

**ARTEVOS**  
FLAVOUR FIRST

**Einhell**

**selecta**<sup>one</sup>  
we love to grow

**FISKARS**

**LEGRO**  
your blend for life

**Schacht**

**NEULAND  
HUM**

**GRAF**

**SERAMIS**  
DEIN GRÜNER DAUMEN

**FREUND** **VICTORIA**

**Oscorna**  
Natürliche Bodenverbesserer und Dünger

**KORDES KG**

**GLORIA**  
Das Original

**MTD**  
For A Growing World.

**scheurich**

**GPI**  
green partners international

**Jiffy**

**HoFo**  
Erden  
Substrate - Blumenerden  
[www.hofo.de](http://www.hofo.de)

**PELLENC**

**HELIX**  
PFLANZEN

**tielbürger**

**schomaker**  
GARTENPRODUKTE  
... macht Pflanzen stark!

**BB**  
**BECKMANN & BREHM**  
Dünger und Bodenverbesserer

**AICL** Specialty  
Fertilizers  
Where needs take us

seit 1663  
**Hauert  
manna**

**COMPO**







SHW FRIEDRICHSTAL



Rely on it.





#### 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](mailto:verband@ivg.org), [www.ivg.org](http://www.ivg.org)  
Verantwortlich: Anna Hackstein  
Alle Angaben ohne Gewähr. Stand Februar 2021.  
Gestaltung: Seidl PR & Marketing GmbH, Essen

Bildquellen: Titel iStock©Halfpoint / S. 2 iStock©druvo / S. 9 Max Thinius  
by Dierk Kruse / S. 12 iStock©harryfn / S. 24 iStock©Riska / S. 25 iStock©  
Phynart Studio / S. 27 iStock©Lya\_Cattel / S. 28 iStock©Patrick Kaiser /  
S. 29 iStock©amenic181 / S. 30 iStock©YuraWhite / S. 31 iStock©kruwt /  
S. 32 iStock©Anna\_Om / S. 33 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.