

A central illustration shows a man and a woman sitting on a green garden bench. The man, on the left, is wearing a red jacket, a white t-shirt, and blue pants, and is holding a black camera on a strap. The woman, on the right, is wearing a brown jacket and purple pants, and is holding a black smartphone. They are both looking at the phone. The background is a lush green garden with various flowers like red poppies, yellow daisies, and blue forget-me-nots, along with green leaves and fallen autumn leaves. The entire scene is framed by a large, stylized green circle.

ZUKUNFT?
DIE TRANSFORMATIONEN
DER KOMMENDEN JAHRE

Liebe Leserinnen und Leser,

„Survival of the fittest“ scheint das Motto unserer Zeit zu sein – ein oft zitierter Satz von Charles Darwin, der allerdings gelegentlich falsch ins Deutsche übersetzt wird. Mit „fittest“ ist eben nicht der Stärkste gemeint, sondern derjenige, der sich am besten an die Gegebenheiten anpasst – und das ist nicht immer Stärke allein.

Wir leben in einer Zeit, die geprägt ist von verhaltener Konsumlaune, sinkender Kaufkraft und einer weltpolitisch angespannten Lage. Kriege, Handelskonflikte, Lieferkettenrisiken – all das wirkt sich auch auf die Grüne Branche aus. Hinzu kommt eine wachsende Flut an Regularien und eine Technologie, die sich in rasanter Geschwindigkeit weiterentwickelt.

Schwarzmalerei steht bei vielen deshalb hoch im Kurs, und einige beschwören bereits den Untergang des Wirtschaftsstandorts Deutschland. Zum Glück gibt es aber auch Stimmen, die nicht in das allgemeine Zeter und Mordio einstimmen, sondern Perspektiven und Lösungsansätze bieten. So wagt unsere Gastautorin Theresa Schleicher in ihrem Leitartikel einen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Blick auf das, was sich tut und was kommt: „Bis zu einem gewissen Grad mag unsere Gesellschaft ins Wanken geraten, doch dabei geht sie nicht komplett unter, sondern verändert sich“, so Schleicher. Wer versteht, was die Welt langfristig bewegt, kann auch erkennen, wie sich Trends und echte Innovationen setzen lassen.

Es wird also neues Denken erfordern. Mehr denn je sind Anpassungsfähigkeit und Veränderungsbereitschaft in Unternehmen gefragt. Dann gibt es auch in herausfordernden Zeiten Chancen und positive Entwicklungen – auch und gerade für die Grüne Branche.

Darum blicke ich zuversichtlich in die Zukunft unserer Branche. Denn gerade in Krisenzeiten haben wir bewiesen, dass wir Herausforderungen meistern können. Darüber hinaus haben wir Produkte, die Menschen glücklich machen – und das ist in diesen Zeiten mehr wert denn je.

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen viel Spaß bei der Lektüre, gutes Wetter und viel Erfolg für das kommende Gartenjahr!

Ihr



Christoph Büscher

Inhalt

Titelthema

Zukunft? Die Transformationen der kommenden Jahre	04
---	----

Rückblick: Das Gartenjahr 2025

Das Wetterjahr auf einen Blick	12
Witterungsverlauf 2025	14
Allgemeine volkswirtschaftliche Tendenzen 2025/2026	17
Entwicklung des deutschen Gartenmarktes 2025	22
E-Commerce im Gartenmarkt	24
Entwicklung der Einzelhandels- und Verbraucherpreise	26

Der Industrieverband Garten e.V.

Kernkompetenzen des IVG	28
IVG Veranstaltungen	30
Nah an den Themen, nah an den Mitgliedern	32
IVG Fachabteilungen	34

Ihre Ansprechpartner*innen

IVG Vorstand	38
IVG Geschäftsstelle	39

IVG Mitglieder	40
-----------------------------	-----------



Autorin

Theresa Schleicher

Führende Handels-Zukunfts-Forscherin in der DACH-Region.

Zukunft?

Die Transformationen der kommenden Jahre



Wer versteht, was die Welt langfristig bewegt, kann auch erkennen, wie sich Trends und echte Innovationen setzen lassen. Daher wagen wir gemeinsam einen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Blick auf das, was sich tut und was kommt. Eine Einordnung.

Vorab: Tagtäglich hören wir Schreckensbotschaften zur künftigen Wirtschaftslage in Europa und Deutschland. Doch die Zukunft ist oft langweiliger und auch positiver, als es sich die Menschen ausmalen. Verzeihen Sie diese erste Ernüchterung; ich weiß, dass Dystopien und Schwarzmalerei bei vielen hoch im Kurs stehen. Doch die Geschichte lehrt uns eines: Bis zu einem gewissen Grad mag unsere Gesellschaft ins Wanken geraten, doch dabei geht sie nicht komplett unter, sondern verändert sich – und erholt sich auch teilweise wieder.

In der zweiten Amtszeit von Donald Trump erleben wir eine Renaissance des Protektionismus, die Adam Smith erröten lassen würde. Mit den neuen Zöllen hat Trump eine Handelsstrategie entfesselt, die mehr Fragen aufwirft, als sie beantwortet, die aber für die Wirtschaft neue Denkanstöße liefert, welche Werte und Sicherheiten für globale Zusammenarbeiten eine Rolle spielen müssen. Die aktuellen Zollentwicklungen erweisen sich für Europa und insbesondere für den deutschen Handel als brisant mit hoher Unsicherheit für deutsche Exporteure. Die Wirtschaftsinstitute haben ihre Wachstumsprognosen für 2026 gesenkt, mit drohender Aussicht auf eine mögliche Rezession. Doch inmitten dieser Turbulenzen eröffnen sich auch Chancen, die ein differenzierteres Gesamtbild zeichnen. Denn im Hin und Her der globalen Macht demonstrieren und Unwägbarkeiten bevorzugen Unternehmen und Investoren eines: Verlässlichkeit.

Stabilität zeigt Stärke

Während Zölle wie Flutwellen über Asien und Teile Amerikas schwappen, ist der Euro-Raum sinnbildlich ein Hafen, der Sicherheit und verlässliche Regulierung bietet. Die Debatten über Künstliche Intelligenz und grüne Technologien könnten durch den Zickzackkurs der USA in der Handelspolitik durchaus eine neue Wendung nehmen. Die KI-Grundlagen wurden in Europa geschaffen, das Wissen und die klugen Köpfe sind vorhanden.

Das mag für manche wie Schwarzmalerei klingen. Aber all das bedeutet nicht, dass nun die Stunde Deutschlands als solider Buchhalter gekommen ist – ganz im Gegenteil: Die Energiepolitik braucht eine klare Marschroute. Der Mittelstand, oft romantisiert, aber überfordert, bräuchte statt politischer Preisverleihungen einfach einmal weniger Formulare. Und wirklich glänzen könnte der Wirtschaftsraum, wenn wir nicht nur die Großstädte wie München wachsen lassen, sondern auch die wirtschaftlichen Perlen zwischen Weserbergland und Oberpfalz ins Rampenlicht rücken, mit 5G, Glasfaser und einem ÖPNV, der nicht wie ein Beamter in Teilzeit arbeitet.

Dabei helfen stabile Shifts, die unsere Welt auch in den kommenden Jahren in Balance halten und Orientierung geben. Sie spiegeln nicht nur technologische oder geopolitische Entwicklungen wider – sie verändern die Grundlogik von Konsum, Produktion und Kundenbeziehungen.

1. Eco Transition: Das leise Beben der Nachhaltigkeit

Wissenschaftliche Prognosen zeigen, dass die globale Erderwärmung die 2-Grad-Marke ohne politische Änderungen in den 2040er-Jahren überschreiten wird (vgl. Park et al. 2023; vgl. Barnes et al. 2024). Das bedeutet in der Realität: Hitzetage über 50 Grad in Südasien und Teilen Afrikas, zunehmende Extremwetterereignisse, anhaltende Dürreperioden – mitten in Europa. Der Klimawandel ist keine ferne Bedrohung, sondern ein ökonomischer Risikofaktor: Er unterbricht Lieferketten, zerstört Ernten, belastet Infrastrukturen und verschärft soziale Spannungen.

Ressourcenkrise als Weckruf

Ins Zentrum wirtschaftlicher Überlegungen rückt dabei die Knappheit zentraler Ressourcen. Die Preise zentraler Rohstoffe waren bereits 2023 deutlich gestiegen, Nickel etwa um rund 40 Prozent binnen fünf Jahren, Kobalt sogar um rund 70 Prozent (vgl. IEA 2023).

Für Deutschland bedeutet das eine Neujustierung der Rohstoffstrategie. Durch gezieltes Recycling bis zur regenerativen Landwirtschaft und der Nutzung

von Kreislaufprozessen in Industrie und Konsum. Bei steigenden Preisen ist es nur das, was sich langfristig auszahlt. Zukunftweisend sind regenerative Geschäftsmodelle, die aktiv zur Erneuerung beitragen. Anstatt nur CO₂ zu reduzieren oder das Recycling zu verbessern, geht es darum, Ressourcen wiederaufzubauen und echte Kreisläufe zu schaffen.

Damit dieser Shift gelingt, braucht es Faszination in der Breite. Konsumierende wünschen sich smartere Produkte, die „etwas Neues erschaffen, statt rein weniger zu schaden“, und die Freude und Leichtigkeit vermitteln. Dazu gehören auch leistbare Preise – zum Beispiel durch Refurbished-Märkte. Und durch gezielten Ausbau von unterstützenden Industrien (etwa Raffinerien, die biobasierte Kunststoffe herstellen) sowie den Ausbau von E-Ladestationen und unkomplizierten Mehrwegsystemen. Die Frage stellt sich hier für jeden aus der Gartenindustrie: Was kann er dazu als Mainstream-Gedanken beitragen?





Unterschiede zwischen nachhaltigen, zirkulären und regenerativen Business-Modellen



Nachhaltig: soziotechnologische Systeme

Grenzen des Wachstums: Die Ressourcen der Erde sind begrenzt, deswegen können Bevölkerungszahl und Konsum nicht weiterwachsen.

Ziele: Drei-Säulen-Modell: Balance schaffen zwischen wirtschaftlichen, umweltbezogenen und gemeinnützigen Zielen (Net Zero, möglichst geringer Fußabdruck); man spricht abstrakt von der „Umwelt“.



Zirkulär: Kreislaufwirtschaft als geschlossenes System

Technosphäre (technisch, menschengemacht): Auf dem Raumschiff Erde müssen alle Materialien und Bausteine im Fluss gehalten werden, indem sie zerlegt und wieder zu neuen Produkten zusammengefügt werden.

Ziele: Materialproduktivität erhöhen: Weniger und besser, Wert vor Volumen (es geht weniger um die Gesundheit der Natur oder des Planeten).



Regenerativ: sozialökologische Systeme

Gaia-Hypothese: Die Erde wird als ein einzelner, sich selbst regulierender Organismus verstanden.

Ziele: Planetary Health und gesellschaftliches Wohlbefinden: Nettopositive Werte für alle Stakeholder erzeugen (auch die Natur ist ein Stakeholder).



2. Glocalisation: Die Welt kommt näher und wirkt bedrohlicher, schafft aber auch neue lokale Stärke

Die Globalisierung hat den Welthandel groß gemacht. Viele Waren und Ressourcen im europäischen Einzelhandel stammen heute aus Regionen wie China, Vietnam, Afrika oder Osteuropa. Das wird gerade neu bewertet – mit einem Wunsch nach Souveränität und Protektionismus. In der Folge werden Lieferketten gekürzt oder verlagert und bewährte Kooperationen im Ausland neu bewertet. Der Protektionismus ist längst nicht mehr nur eine politische Haltung – er wird zum wirtschaftlichen Selbstschutz. Für internationale Handelsunternehmen macht es das Agieren schwieriger, denn es geht um die Abwägungen, wo zukünftig Standorte und Produktion entstehen sollen und auch politisch je nach Ländervorschrift können.

Weltwirtschaft im Umbruch

China baut seine „digitale Seidenstraße“ aus, mit Plattform-Architekturen, Rechenzentren und Logistiksystemen, die über Anbieter wie Huawei oder Alibaba Cloud tief in europäische Wertschöpfungsketten vordringen. Die Expansion ist eine innenpolitische Strategie: Die Verschuldung der chinesischen Haushalte liegt inzwischen bei über 11 Billionen US-Dollar – ein Anstieg von mehr als 400 Prozent seit 2010 (vgl. Spegele/Feng 2024). Vor allem junge Generationen leiden in China unter hohen Kosten, die sich eher wie ein Schuldendienst anfühlen. Was eine Konsolidierungsphase in China in naher Zukunft nahelegt.

Auch der globale Süden gewinnt an Schärfe und Selbstbewusstsein. Staaten wie Brasilien, Indonesien, Nigeria oder Mexiko entwickeln sich zu geopolitischen Playern. Die BRICS-Länder fordern Mitsprache und wollen mitgestalten, nicht nur liefern (vgl. Sultan 2025). Die USA verfolgen zunehmend einen protektionistischen Wirtschaftskurs. Zwar bemühen sich Teile der US-Regierung weiterhin um stabile Beziehungen zu Europa, doch im Vordergrund steht die wirtschaftliche Eigenstärkung – Kooperation findet dort statt, wo sie strategisch von Nutzen ist. Vor diesem Hintergrund werden für Europa die gefestigten Märkte wie Kanada, Japan oder Australien, die für gemeinsame Werte, politische Stabilität und verlässliche Rechtssysteme stehen, von strategischer Bedeutung sein. Globalisierung wird kleinteiliger – aber nicht weniger relevant.

In der Konsumkultur zeigt sich die neue glokalen Stimmung. Das Wachstum chinesischer Plattformen wie Temu ist unübersehbar. Gleichzeitig wächst parallel dazu das Bedürfnis nach unentdeckten lokal produzierten, transparenten und qualitätsorientierten Produkten – etwa aus Portugal, Albanien, Georgien oder Griechenland. Authentizität, kulturelle Tiefe und Ästhetik zeigen eine neue Währung einer weichen, aber wirkungsvollen Macht: New Glocal Cultures.

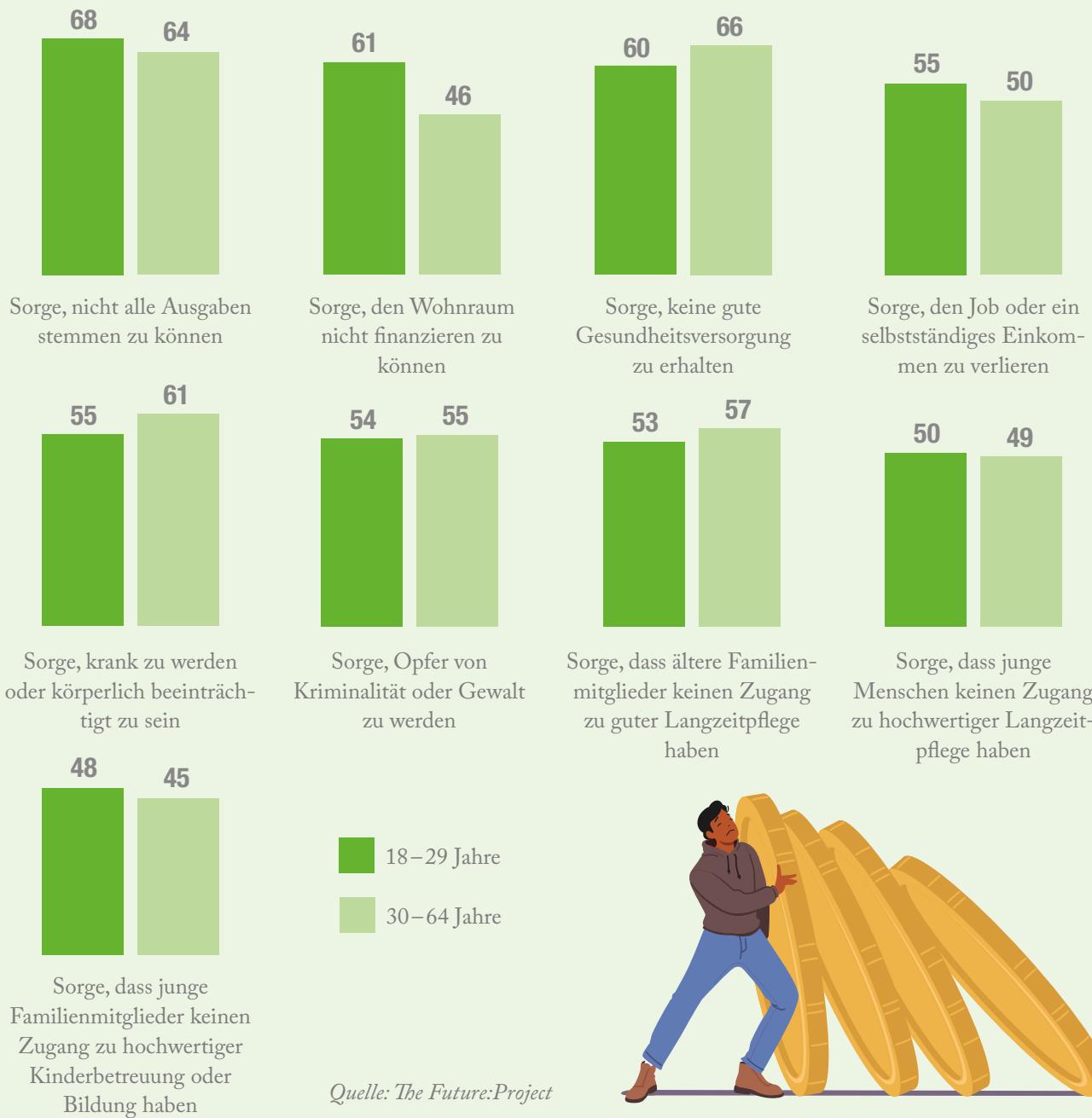
3. Mindshift Revolution: Wohlbefinden als neue Wirtschaftslogik

Die Generationen Alpha und Beta, geboren nach 2010, werden in einer Welt groß, die von multiplen Stressfaktoren geprägt ist: Klimakrise, Pandemie, geopolitische Erschütterungen, Inflation. Ihr Coming of Age vollzieht

sich im Schatten der Dauerkrise. Ihre größte Sorge ist dabei die Angst vor ökonomischer Prekarität – diese existenzielle Sorge teilen 69 Prozent der 18- bis 29-Jährigen in 27 OECD-Ländern

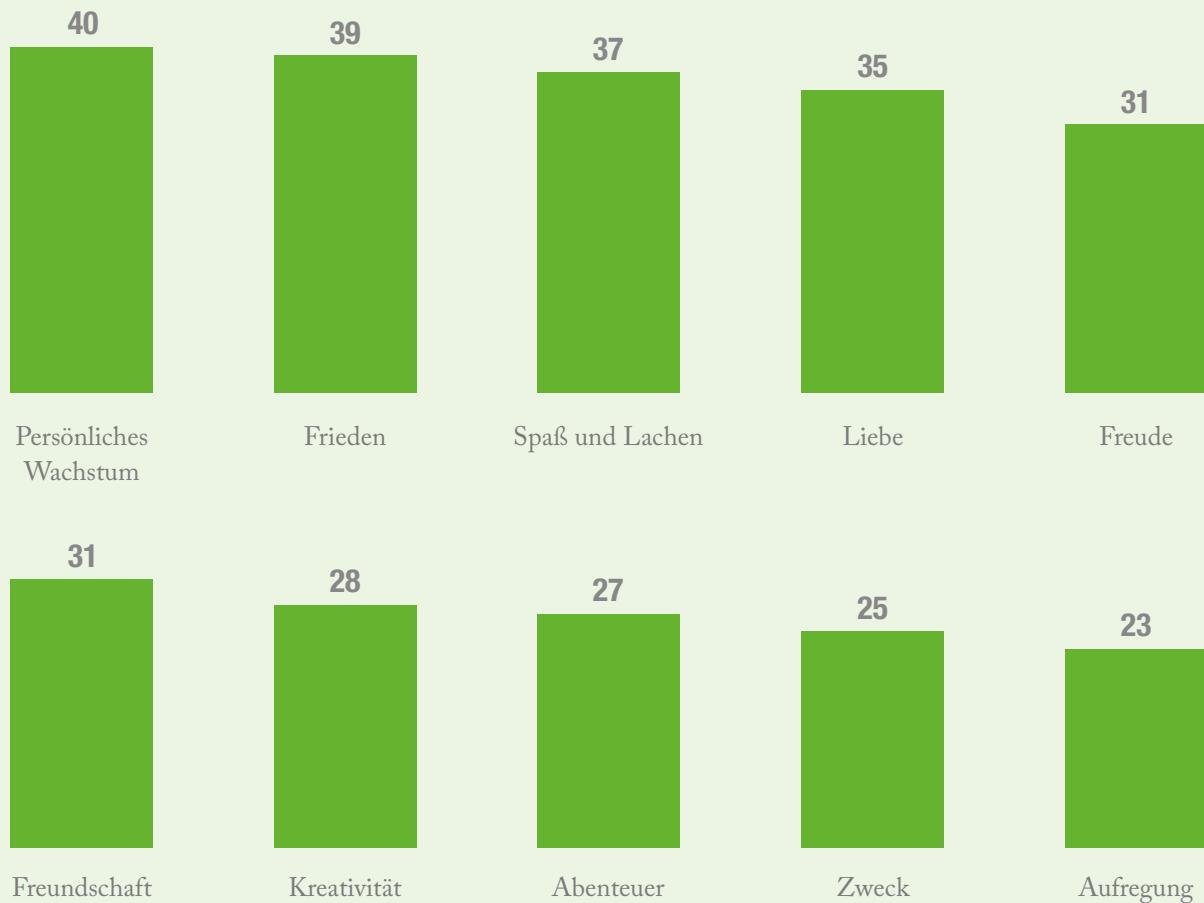
Junge Menschen sind stärker besorgt um ihre finanzielle Zukunft als ältere Generationen

Prozentsatz der Befragten, die sich einigermaßen oder sehr über verschiedene soziale und wirtschaftliche Risiken sorgen, nach Altersgruppe (2022).



Menschen suchen Wachstum und Erfüllung

Welche der folgenden Dinge würden Sie gerne mehr in Ihrem Leben haben? (Prozentsatz der Auswahl, global)



Quelle: The Future:Project

In dieser neuen Besorgnis um das körperliche und mentale Wohl entsteht Fortschritt: Die wachsende Aufmerksamkeit gegenüber der eigenen mentalen Leistungsfähigkeit, der Wunsch nach nachhaltiger Ernährung und körperlicher Selbstoptimierung – all das ist mehr als ein Lifestyle-Trend. Es ist der Beginn einer neuen Wirtschaft.

Märkte rund um Health-Tech, Mental Performance, personalisierte Nahrungstechnologie, aber auch smarte Gadgets zur Selbstoptimierung wachsen überproportional. So entstehen neue „Sinnmärkte“. Diese Entwicklung verändert auch die Beziehung zwischen Konsumierenden und Produkten. Die Käuferin der Zukunft konsumiert nicht bloß – sie dekodiert. Produkte sind nicht länger nur Objekte, sie müssen auch mitwirken, -denken und -fühlen.

Ein Beispiel ist das Berliner Start-up Heimgart, das ideal für das schnelle Ziehen von mikronährstoffreichen



Pflanzen ist. Microgreens gelten als Nährstoffbombe, oft reich an Eisen, Magnesium, Vitamin C sowie B-Vitaminen. So enthalten die Rambo-Radieschen von Heimgart viermal so viel Magnesium und doppelt so viel Eisen wie normale Radieschen.

4. Human Digitality: Die empathische Technologie statt Dystopie

Mehr und mehr zeigt sich: KI kann Werkzeug für eine sozial und ökologisch nachhaltige Transformation sein. Besonders deutlich zeigt sich das im Bereich der Robotik: Die nächste Generation sogenannter Cobots – kollaborativer Roboter – wird nicht nur den Fachkräftemangel abfedern, etwa in Bereichen wie Pflege, Logistik und Industrie. Sie kann auch zur Verbesserung sozialer Arbeitsbedingungen beitragen, indem sie körperlich belastende Tätigkeiten übernimmt und menschliche Interaktion unterstützt. Dabei geht es nicht nur um Produktivität, sondern auch um Lebensqualität und gesellschaftliche Resilienz.

Auch im Umgang mit Ressourcen bietet KI Potenzial, denn sie hilft dabei, Energie, Materialien und Zeit zu sparen und Prozesse smarter zu steuern. Sustainable AI ist die nächste Stufe speziell für Europa: Sie zeichnet sich nicht nur durch Ergebnisse, sondern durch energieeffiziente Rechenleistung, Transparenz, offene Zugänge und CO₂-sparende Automatisierung aus. Sustainable AI kann der Schlüssel sein für eine europäische KI-Strategie, die auf digitale Souveränität, soziale Gerechtigkeit und ökologische Verantwortung setzt. Denn mit der Vorherrschaft daten hungriger Plattformen aus China, Indien oder den USA geht auch ein Ablösen der Werte einher.

Die neuen generativen Geschäftsmodelle und Retail Agents

Technologie wird menschlicher – Schätzungen gehen davon aus, dass etwa 60 Prozent der Jobs in den kommenden Jahren aufgrund von KI enorme Anpassungen erfordern oder gar von KI ersetzt werden – wodurch gleichzeitig Aufgaben für den Menschen entstehen (vgl. Kelly 2025). KI-Agenten könnten zahlreiche Tätigkeiten übernehmen, von Kundenservice und Systemintegration bis zur Prozessautomatisierung, etwa bei Bestellabwicklungen

oder im Retourenmanagement. Das liegt auch daran, dass diese Systeme immer menschlicher reagieren können.

Voicebots und Avatare sprechen nicht nur mit uns, sie lernen uns kennen. Es geht um das, was wir wollen: um Gedanken, kleine Kümmernisse – all das, was zwischen Frühstück und Feierabend unter der Oberfläche brodelt. Kinder wachsen selbstverständlich mit diesen Stimmen auf. So entsteht ein digitaler Spiegel der Seele, algorithmmisch feinpoliert.

Das ruft neue Geschäftsmodelle für Industrie und Handelsunternehmen auf. Denn im Gegensatz zum Glauben, dass Shopping von ChatGPT und Co. zukünftig das Rennen machen, sind es die Marken und Unternehmen, die seit Jahren Daten gewonnen haben, um am besten die richtigen Produkte anzubieten und neue zu gestalten – und in allen relevanten Suchen aufzutauhen. Nicht zuletzt deshalb wird ein Bereich in Zukunft eine große Rolle spielen: der der Kundenloyalitätsprogramme.

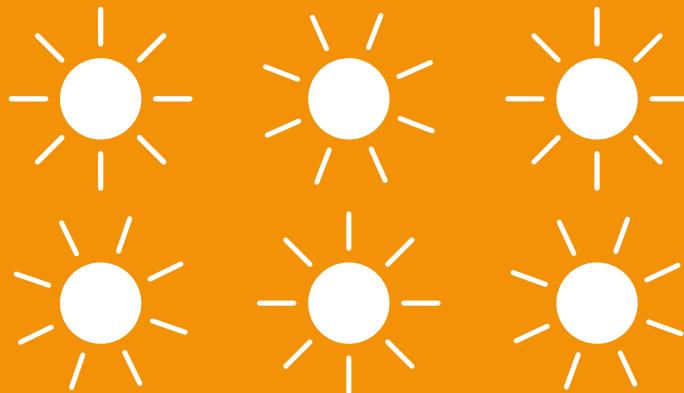
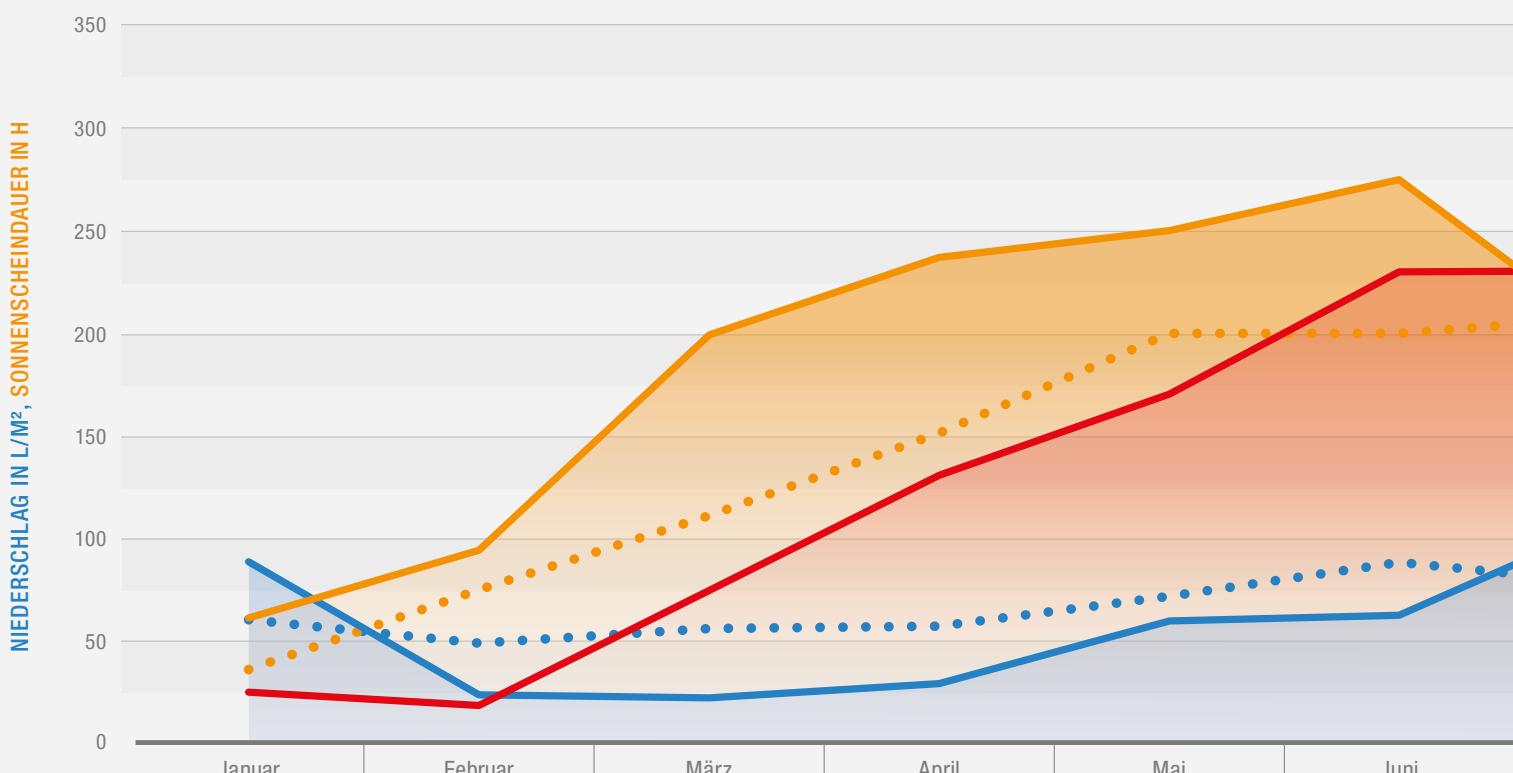
Die Dynamiken für die Gartenindustrie

Deutschland ist bekannt für Sorgfalt und ausgeprägte Regulierungssysteme. Genau diese Stärken können jedoch zu Schwächen werden in Zeiten, in denen Umsetzungskraft, kreative Geschäftsmodelle und technologisches Wissen gefragt sind. Die Konsumzurückhaltung ist kein temporärer Effekt, sondern Ausdruck tieferer wirtschaftlicher Verschiebungen. Wichtig ist daher nicht, in aller Eile allem nachzurennen, was an Trends von allen Seiten und aus dem Ausland aufgebracht wird, sondern ein Verständnis zu entwickeln, was nach dem gedanklichen Chaos in 2026 wichtig ist und was eine neu gedachte, echte Lösung für Kunden sein kann. Denn kaum ein Jahrzehnt kann so wirksam in der Erfindung werden, und das ist eine gute Nachricht.



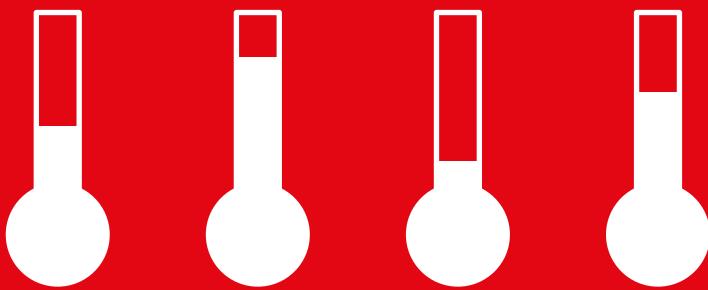
DAS WETTERJAHR AUF EINEN BLICK

Übersicht: Klima im Jahr 2025 im Vergleich zum langjährigen Durchschnitt



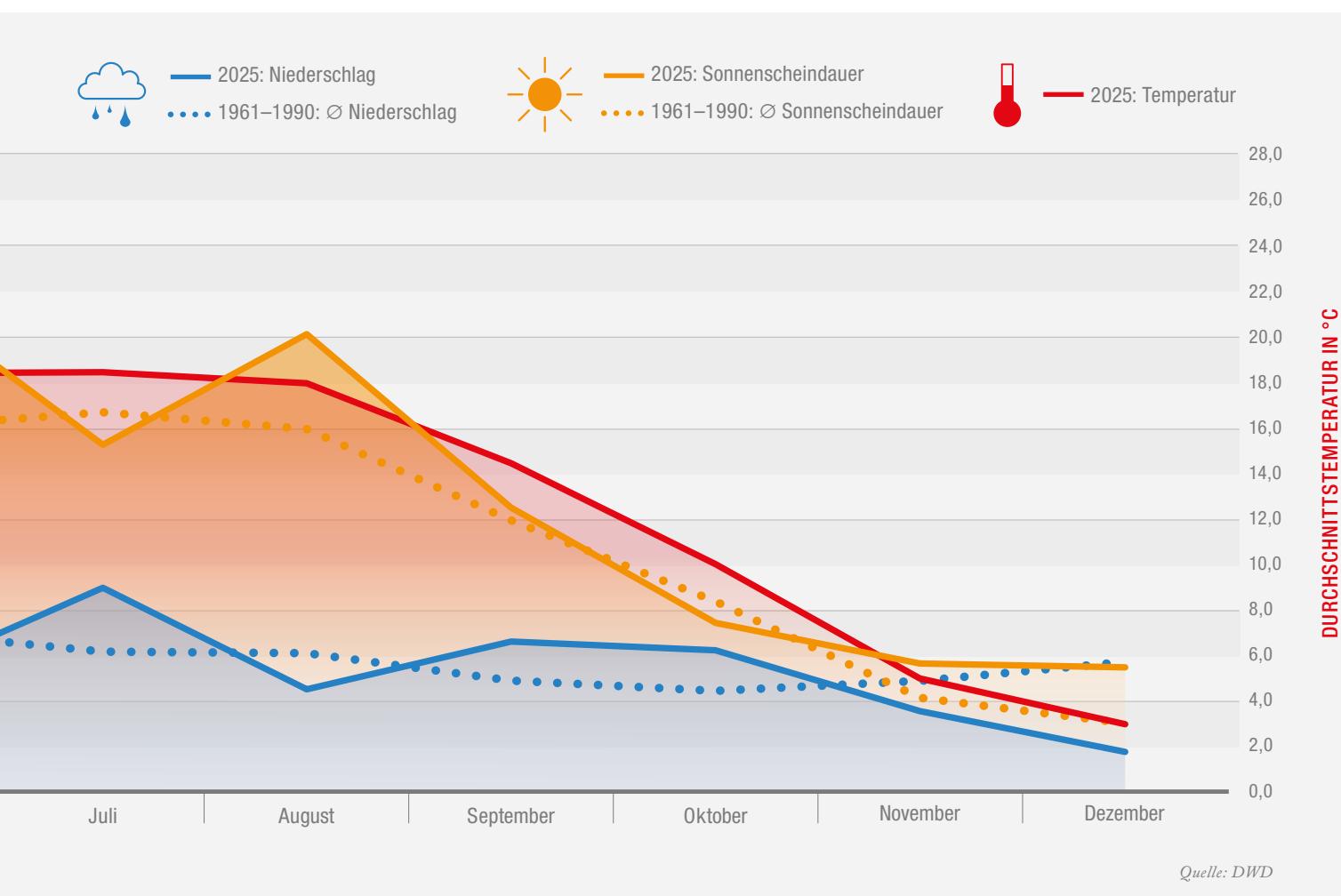
**1.945
Stunden**

schien die Sonne in Deutschland im Jahr 2025 durchschnittlich. (Quelle: DWD)



10,1 °C

betrug die Durchschnittstemperatur
in Deutschland im Jahr 2025.
(Quelle: DWD)



655 Liter

Niederschlag pro Quadratmeter fiel
im Jahr 2025 durchschnittlich in
Deutschland. (Quelle: DWD)

Witterungsverlauf 2025

Winter 2024/2025:

Ein milder Winter mit trockenem und sonnigen Verlauf

Der Winter 2024/25 war mehrheitlich mild, geprägt von frühlinghaften Schüben, aber auch von vorübergehenden, teils markanten Frostphasen. Dabei fiel der Niederschlag zu gering aus, während eine Schneedecke meist nur in den höheren Lagen bestand. Die zweite Winterhälfte zeigte sich deutlich sonniger, sodass die Saison insgesamt mit einem Sonnenscheinüberschuss abschloss, so der Deutsche Wetterdienst (DWD).

Das Temperaturmittel lag im letzten Winter mit 2,1 Grad Celsius (°C) um 1,9 Grad über dem Wert der international gültigen Referenzperiode 1961 bis 1990 (0,2 °C). Im Vergleich zur aktuellen und wärmeren Vergleichsperiode 1991 bis 2020 (1,4 °C) betrug das Plus 0,7 Grad. So dominierten trotz einzelner markanter Frosteinbrüche milde Temperaturen. Die eisigste Phase fiel in die zweite Februardekade mit verbreitet strengem Nachtfrost (-10 °C bis -15 °C). Nach einer anschließenden „Wärme-Rallye“ stieg am 21.2. am Nordrand der Schwäbischen Alb der Höchstwert auf 18,9 °C. Dieser Spitzenwert wurde ebenfalls am 27.1. im Landkreis Garmisch-Partenkirchen, bei Föhn, erreicht.

Im Winter fielen mit rund 155 Litern pro Quadratmeter (l/m²) nur etwa 86 Prozent des durchschnittlichen Niederschlags der Referenzperiode 1961–1990 (181 l/m²). Verglichen mit der neueren Periode 1991–2020 (190 l/m²) waren es sogar nur rund 82 Prozent des Solls, sodass der Winter insgesamt deutlich zu trocken ausfiel. Besonders niederschlagsarm war der Februar, in dem nur etwa die Hälfte der üblichen Menge gemessen wurde. Während die erste Januardekade im bundesweiten Mittel die niederschlagsreichste Phase markierte, kam es lokal zu noch intensiveren Ereignissen. Die höchsten Winterniederschläge traten mit örtlich über 500 l/m² im Schwarzwald auf, während es am trockensten im Thüringer Becken blieb, wo teils nur rund 80 l/m² fielen. Eine dauerhafte Schneedecke war fast ausschließlich in höheren Lagen zu beobachten, während es im Tiefland nur für kurze Schneegastspiele reichte.

Mit 194 Sonnenstunden übertraf der Winter sein Soll von 153 Stunden (1961–1990) um 27 Prozent. Selbst im Vergleich zur neueren Periode 1991–2020 (170 Stunden) lag sie noch 14 Prozent über dem Durchschnitt. Besonders sonnenverwöhnt waren die Hochlagen im Süden,

wo teils über 300 Stunden registriert wurden. Im Gegensatz dazu blieb es im äußersten Norden und in Küstenregionen trüber, mit teils unter 150 Sonnenstunden.

Frühling 2025:

Deutlich zu warm, extrem trocken und außergewöhnlich sonnig

Das Frühjahr 2025 war nicht nur deutlich zu warm, sondern auch eines der trockensten seit Beginn der Wetteraufzeichnungen. Während erste Sommertage bereits Mitte April registriert wurden, fiel das Thermometer im Mai regional nochmals unter den Gefrierpunkt. Dazu schien die Sonne nahezu ungebremst und näherte sich den Rekordwerten aus den Jahren 2020 und 2011.

Das Frühjahr 2025 erreichte eine Mitteltemperatur von 9,8 Grad Celsius (°C) und lag damit um 2,1 Grad über dem Mittelwert der international gültigen Referenzperiode 1961–1990 (7,7 °C). Gegenüber der aktuellen Vergleichsperiode 1991–2020 (8,9 °C) ergab sich eine Abweichung von +0,9 Grad. Damit setzte sich der langfristige Erwärmungstrend auch im Frühjahr fort. Der April endete als siebtwärmster und brachte ungewöhnlich frühe Sommerwärme. Der erste Sommertag des Jahres (mindestens 25,0 °C) wurde bereits am 12.4. am Oberrhein, in Rheinland-Pfalz und im Saarland registriert. Der erste heiße Tag (mindestens 30,0 °C) folgte am 2.5. mit 30,4 °C im Oberrheingraben. Das Minimum meldete das Erzgebirge mit -11,2 °C am 18.3. – dort, in den östlichen Mittelgebirgen sowie im Nordosten trat auch im Mai wiederholt Frost auf.

Im Frühjahr 2025 fielen bundesweit rund 96 Liter pro Quadratmeter (l/m²) und damit etwa 48 Prozent weniger als im langjährigen Mittel der Referenzperiode 1961–1990 (186 l/m²). Gegenüber der neueren Vergleichsperiode 1991–2020 (171 l/m²) ergab sich ein Defizit von rund 44 Prozent. Damit zählt 2025 zu den drei trockensten Frühjahren seit Beginn der Wetteraufzeichnungen im Jahr 1881 – gemeinsam mit 1893 (85,3 l/m²) und 2011 (89,5 l/m²). Besonders markant fiel das Niederschlagsdefizit im Nordosten aus, wo vielerorts nur um 40 l/m² registriert wurden. Im Gegensatz dazu erreichte das Alpenvorland örtlich über 300 l/m².

Mit rund 695 Stunden lag die Frühjahrsbilanz der Sonnenscheindauer rund 49 Prozent über dem Soll von



467 Stunden (Periode 1961–1990). Selbst gegenüber dem Vergleichszeitraum 1991–2020 (522 Stunden) wurde ein Plus von rund 33 Prozent erreicht. Besonders sonnig präsentierte sich das Nordseeumfeld mit Spitzenwerten bis zu 775 Stunden – ein außergewöhnlicher Wert. Weit weniger Licht fiel hingegen am Alpenrand: Hier wurden teils nur rund 500 Stunden verzeichnet.

breiten Mitte bei über 38 °C. Es folgten im Juli vergleichsweise kühle Phasen, bevor Mitte August der südwestliche Wärmestrom erneut an Fahrt aufnahm und eine weitere Hitzewelle mit Spitzen von bis zu 37 °C brachte. Kühle Nächte sorgten nicht nur in der ersten Junidekade, sondern auch in der letzten Augustdekade für einen Frische-Kick.

Sommer 2025:

Warmer Sommer mit nassem Juli und langen Trockenphasen

Der Sommer 2025 war von zwei markanten Hitzewellen geprägt, die durch eine wechselhafte, teils relativ kühle und ausgesprochen nasse Juli-Phase unterbrochen wurden. Dadurch konnte die angelegte Trockenheit spürbar gemildert werden, während sich die Sonnenscheindauer deutlich über dem Klimamittel einordnete.

Die Sommerwitterung erreichte eine bundesweite Mitteltemperatur von 18,3 Grad Celsius (°C) und lag damit um 2,0 Grad über dem Wert der international gültigen Referenzperiode 1961–1990 (16,3 °C). Gegenüber der aktuellen Vergleichsperiode 1991–2020 (17,6 °C) ergab sich ein Temperaturplus von 0,7 Grad. Die größte Anomalie wurde im Juni ermittelt, der mit einer Abweichung von +3 Grad gegenüber dem Klimamittel von 15,4 °C der siebtwärmste seit 1881 war. Während einer markanten Hitzewelle gipfelten die Höchstwerte am 2.7. in der

Im Sommer 2025 fielen bundesweit rund 227 Liter pro Quadratmeter (l/m²) und damit etwa 5 Prozent weniger als im langjährigen Mittel der Referenzperiode 1961–1990 (239 l/m²). Gegenüber der neueren Vergleichsperiode 1991–2020 (241 l/m²) ergab sich ein Defizit von rund 6 Prozent. Dabei stand zwischen einem niederschlagsarmen Juni und einem abermals trockenen August der Juli als niederschlagsreicher und mit gewittrigen Starkregen durchsetzter Gegenpol. Und während es im Verlauf des Sommers in der breiten Mitte mit teils unter 200 l/m² vielfach zu trocken blieb, prasselten an den Alpen 500 bis örtlich über 700 l/m² nieder.

Mit rund 720 Stunden Sonnenscheindauer lag die Sommerbilanz rund 17 Prozent über dem Soll von 614 Stunden (Periode 1961–1990). Gegenüber dem Vergleichszeitraum 1991–2020 (654 Stunden) wurde ein Plus von rund 10 Prozent erreicht. Am sonnigsten zeigte sich der Südwesten, wo zum Teil fast 800 Stunden registriert wurden. Insbesondere im nordwestlichen Tiefland und an den Alpen sank die Bilanz mancherorts unter 600 Stunden.

Herbst 2025:

Mildes Gesamtbild, nasse Westhälfte und winterliches Finale

Der Herbst 2025 verlief in Deutschland, trotz eines markanten Kälteeinbruchs in der Schlussdekade des Novembers, überwiegend mild. Im September gab es sogar noch einmal spätsommerliche Temperaturen. Auch der Flächenniederschlag lag über dem Soll, wobei die Höchstmengen in Teilen der Westhälfte fielen. Dagegen bewegte sich die Sonnenscheindauer insgesamt im Bereich des klimatologischen Mittels, zeigte jedoch regionale Kontraste mit einem sonnigen Nordosten und einer trüben Mitte.

Der Herbst 2025 zeigte sich in Deutschland insgesamt mild. Die Mitteltemperatur erreichte $9,7^{\circ}\text{C}$ und lag damit $0,9$ Grad über dem Referenzwert 1961–1990 ($8,8^{\circ}\text{C}$) sowie $0,4$ Grad über dem Mittel der Periode 1991–2020 ($9,3^{\circ}\text{C}$). Besonders deutlich traten die positiven Abweichungen in Norddeutschland hervor. Die landesweiten saisonalen Temperaturspitzen reichten von spätsommerlichen $32,6^{\circ}\text{C}$, gemessen am 20.9. im Harzvorland, bis zu eisigen $-18,5^{\circ}\text{C}$ am 23.11. in Oberstdorf. Grund dafür war ein für die Jahreszeit ungewöhnlich markanter Kaltluftvorstoß, der die Mitteltemperatur zu Beginn der

dritten Novemberdekade in weiten Teilen Deutschlands kurzzeitig auf ein Niveau drückte, das eher für den Januar üblich wäre.

Der Herbst 2025 fiel in Deutschland insgesamt etwas nasser aus als üblich. Mit 204 l/m^2 lag die Niederschlagsmenge etwa 11 Prozent über dem Referenzwert 1961–1990 (183 l/m^2) und etwa 7 Prozent über der Vergleichsperiode 1991–2020 (190 l/m^2). Besonders der Nordwesten, Westen und Südwesten verzeichneten hohe Mengen, in den Staulagen von Schwarzwald und Allgäu teils sogar über 500 l/m^2 . Deutlich trockener blieb der Osten; so meldete Berlin mit 120 l/m^2 die geringste Herbstsumme. Ende November kamen dann auch Winterfreunde auf ihre Kosten, als sich das Bergland in Weiß kleidete.

Die Sonnenscheindauer erreichte im Herbst 2025 bundesweit 300 Stunden und lag damit fast 4 Prozent unter dem Referenzwert 1961–1990 (311 Stunden) sowie knapp 6 Prozent unter dem Mittel 1991–2020 (319 Stunden). Besonders sonnig waren der Nordosten, aber auch die Gipfellagen des Südens mit Spitzenwerten von rund 400 Stunden, während die mittleren Landesteile deutlich trüber ausfielen und vielerorts nur 200 bis 250 Stunden verzeichneten wurden.

Quelle: Deutscher Wetterdienst



Allgemeine volkswirtschaftliche Tendenzen 2025/2026

Die deutsche Volkswirtschaft befindet sich im laufenden Jahr in einer Stagnation, nachdem sie sich in den Jahren 2023 und 2024 in einer Rezession befand. Die aktuelle Schwäche wird neben konjunkturellen Faktoren auch durch einen tiefgreifenden Strukturwandel sowie durch geopolitische Veränderungen verursacht, die das deutsche Exportmodell gefährden. Vor dem Hintergrund einer sich ändernden Weltordnung und Zweifeln an der Verlässlichkeit der Sicherheitsgarantien der USA für die europäischen NATO-Staaten geraten etablierte wirtschaftliche und sicherheitspolitische Strukturen unter Anpassungsdruck. Zugleich erschwert die immer noch andauernde Fragmentierung des europäischen Binnen- und Kapitalmarktes die Anpassung der europäischen Volkswirtschaften an die veränderten globalen Herausforderungen. Die gegenwärtige Schwächephase in Deutschland ist jedoch nicht allein auf externe Ursachen zurückzuführen. Auch inländische Faktoren wie ein anhaltender Rückgang der Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Industrie und die fortschreitende demografische Alterung tragen zur ungünstigen aktuellen Lage bei.

Der Sachverständigenrat rechnet im Jahr 2025 mit einem preisbereinigten Anstieg des deutschen Bruttoinlandsprodukts (BIP) um 0,2 Prozent. Für das Jahr 2026 zeichnet sich ein BIP-Wachstum von 0,9 Prozent ab. Die Inflation dürfte im Jahr 2025 durchschnittlich 2,2 Prozent und im Jahr 2026 durchschnittlich 2,1 Prozent betragen. Die Kerninflation dürfte in den Jahren 2025 und 2026 bei 2,7 Prozent bzw. 2,5 Prozent liegen.

Im Vergleich zum Frühjahrsgutachten 2025 liegt die Prognose für das BIP-Wachstum im Jahr 2025 um 0,2 Prozentpunkte höher. Diese Anhebung ist unter anderem auf die Revision der zurückliegenden BIP-Daten durch das Statistische Bundesamt im Juli 2025 zurückzuführen.

Abwärtsrisiken für die Prognose der deutschen Konjunktur könnten von der Herausgabe der Mittel des Sondervermögens Infrastruktur und Klimaneutralität ausgehen. Zum einen könnten die Mittel langsamer abfließen als in der Prognose unterstellt, sodass der fiskalische Impuls für das Jahr 2026 geringer ausfällt. Zum anderen könnte, je nach Kapazitätsauslastung, vom Finanzpaket ein unerwartet hoher Preisdruck ausgehen.

Wirtschaftliche Eckdaten	Einheit	2023	2024	2025 ¹	2026 ¹
Bruttoinlandsprodukt^{2,3}	Wachstum in %	-0,9	-0,5	0,2	0,9
Konsumausgaben	Wachstum in %	-0,5	1,1	1,2	1,1
Private Konsumausgaben ⁴	Wachstum in %	-0,7	0,5	0,9	0,7
Konsumausgaben des Staates	Wachstum in %	-0,2	2,6	2,0	2,0
Bruttoanlageinvestitionen	Wachstum in %	-2,0	-3,3	-0,9	2,4
Ausrüstungsinvestitionen ⁵	Wachstum in %	-0,5	-5,4	-2,4	2,8
Bauinvestitionen	Wachstum in %	-5,9	-3,4	-1,7	1,7
Sonstige Anlagen	Wachstum in %	6,6	0,2	3,7	3,8
Inländische Verwendung ³	Wachstum in %	-0,9	-0,2	1,6	1,5
Außenbeitrag	Wachstumsbeitrag in Prozentpunkten	0,0	-0,7	-1,4	-0,6
Exporte	Wachstum in %	-1,4	-2,1	-0,2	0,5
Importe	Wachstum in %	-1,4	-0,6	3,5	2,2
Leistungsbilanzsaldo⁶	%	5,5	5,8	4,9	4,5
Erwerbstätige	Tausend	45.935	45.987	45.997	46.041
Sozialversicherungspflichtige Beschäftigte	Tausend	34.790	34.934	34.989	35.079
Registrierte Arbeitslose	Tausend	2.609	2.787	2.947	2.888
Arbeitslosenquote⁷	%	5,7	6,0	6,3	6,1
Verbraucherpreise⁸	Wachstum in %	5,9	2,2	2,2	2,1
Finanzierungssaldo des Staates⁹	%	-2,5	-2,7	-2,3	-3,1
Bruttoinlandsprodukt pro Kopf^{10,11}	Wachstum in %	-1,8	-0,8	0,1	1,0
Bruttoinlandsprodukt, kalenderbereinigt¹¹	Wachstum in %	-0,7	-0,5	0,3	0,6

¹ Prognose des Sachverständigenrates | ² Preisbereinigt. Veränderung zum Vorjahr. Gilt zudem für alle angegebenen Bestandteile des BIP | ³ Da die verwendungsseitige Zusammensetzung der Revisionen des BIP im 1. Halbjahr 2025 noch aussteht, wird unterstellt, dass es sich um eine Anpassung der Vorratsveränderungen handelt | ⁴ Einschließlich privater Organisationen ohne Erwerbszweck | ⁵ Einschließlich militärischer Waffensysteme | ⁶ In Relation zum BIP | ⁷ Registrierte Arbeitslose in Relation zu allen zivilen Erwerbspersonen | ⁸ Veränderung zum Vorjahr | ⁹ Gebietskörperschaften und Sozialversicherung in der Abgrenzung der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen; in Relation zum BIP | ¹⁰ Bevölkerungsentwicklung gemäß Mittelfristprojektion des Sachverständigenrates | ¹¹ Preisbereinigt. Veränderung zum Vorjahr
Quelle: BA, Deutsche Bundesbank, Statistisches Bundesamt, eigene Berechnungen | © Sachverständigenrat | 25-072-02

Die deutsche und die globale Industrieproduktion entwickeln sich gegenläufig. Während die Produktion im Verarbeitenden Gewerbe in Deutschland in fast allen Bereichen rückläufig ist, expandiert die Industrieproduktion andernorts, insbesondere in den Schwellenländern, kräftig. Nach wie vor dürften die seit dem Jahr 2022 erhöhten Großhandelspreise für Erdgas und Strom, die im Vergleich zu anderen fortgeschrittenen Volkswirtschaften stärker gestiegenen Lohnstückkosten und die erhöhte wirtschaftspolitische Unsicherheit die deutsche Industrie belasten. Der Dienstleistungssektor verzeichnet gemessen an der Bruttowertschöpfung derzeit nur ein geringes Wachstum, entwickelt sich seit dem Jahr 2022 aber besser als das Verarbeitende Gewerbe. Der Bereich Handel, der besonders eng mit dem Verarbeitenden Gewerbe verflochten ist, dämpfte das Wachstum im Dienstleistungsbereich gegenüber dem Jahr 2022 am stärksten. Besonders stark expandierte seither der Bereich Information und Kommunikation. Die Schwäche des Verarbeitenden Gewerbes spiegelt sich auch am Arbeitsmarkt wider. Seit dem Jahr 2019 geht die Beschäftigung hier im Trend zurück und der Abbau hat sich seit Beginn des Jahres 2024 beschleunigt. Kumuliert wurde ein solcher Beschäftigungsrückgang zuletzt während der Finanzkrise beobachtet.

Konsumausgaben

Die privaten Konsumausgaben stiegen im 1. Quartal 2025 preis-, saison- und kalenderbereinigt kräftig um 0,6 Prozent gegenüber dem Vorquartal. Trotz der nachlassenden Dynamik lässt sich anhand der im Sommer 2025 revidierten VGR-Daten eine durchgängige Aufwärtstendenz des privaten Konsums seit dem 1. Quartal 2024 beobachten. Der starke Anstieg des privaten Konsums im 1. Quartal 2025 ging mit einem Rückgang der Sparquote von 11,3 Prozent im 4. Quartal 2024 auf 10,3 Prozent im 1. Quartal 2025 einher. Die Sparquote liegt damit nahe dem Durchschnitt der Jahre 2000 bis 2019. Zum geringen Anstieg des privaten Konsums im 2. Quartal 2025 dürften die preisbereinigten Nettolöhne und -gehälter beigetragen haben. Diese stiegen im 2. Quartal 2025 um 0,2 Prozent zum Vorquartal, nachdem sie im 1. Quartal 2025 um 0,1 Prozent zum Vorquartal zurückgegangen sind. Für die schwache Entwicklung der preisbereinigten Nettolöhne und -gehälter dürften die ausgelaufenen Inflationsausgleichsprämien sowie die höheren Sozialversicherungsbeitragsätze verantwortlich gewesen sein (BMWE, 2025; Gemeinschaftsdiagnose, 2025). Insgesamt stiegen die preisbereinigten Nettolöhne und -gehälter in der 1. Jahreshälfte 2025 um 0,3 Prozent im Vergleich zur 2. Jahreshälfte 2024. Am aktuellen Rand gleichen sich die Änderungsraten der preisbereinigten verfügbaren Einkommen und der privaten Konsumausgaben wieder an.

Die Konsumausgaben der privaten Haushalte dürften im 3. Quartal 2025 leicht gesunken sein. Die Umsätze im Einzelhandel stagnierten im 3. Quartal 2025 im Vergleich zum Vorquartal, während die Umsätze im Gastgewerbe im Durchschnitt von Juli und August 2025 um 1,9 Prozent zum Vorquartalsdurchschnitt zurückgegangen sind. Zudem war der umfragebasierte GfK-Konsumklimaindex im 3. Quartal 2025 im Vergleich zum Vorquartal ebenfalls rückläufig. Im weiteren Prognosezeitraum dürfte der private Konsum nur verhalten expandieren. Zuletzt trübten sich sowohl die Einkommensaussichten als auch die Konjunkturerwartungen der privaten Haushalte ein. Auch die Konsumneigung ist gesunken, während die Sparneigung nach einem starken Anstieg im Juli 2025 in den beiden Folgemonaten leicht zurückging.

Nach der schwachen Entwicklung im Jahr 2025 dürften die Nettolöhne und -gehälter im kommenden Jahr moderat steigen. Entsprechend dürften die preisbereinigten verfügbaren Einkommen wie auch der private Konsum im Jahr 2026 nur mäßig gestützt werden. Darüber hinaus dürften die steigenden staatlichen Ausgaben im Zuge des im März 2025 beschlossenen Finanzpaket die preisbereinigten verfügbaren Einkommen gegen Ende des Jahres 2026 aufgrund der steigenden gesamtwirtschaftlichen Nachfrage zusätzlich anziehen. Insgesamt dürfte der private Konsum im Jahr 2025 und im Jahr 2026 um 0,9 Prozent bzw. 0,7 Prozent expandieren.

Bauinvestitionen

Die preis-, saison- und kalenderbereinigten Bauinvestitionen sind im 1. Quartal 2025 um 0,2 Prozent und damit nur leicht gestiegen. Im 2. Quartal 2025 kam es zu einem starken Rückgang von 2,1 Prozent gegenüber dem Vorquartal, wofür insbesondere schwache Wohnbauinvestitionen sorgten. Diese sind im 2. Quartal um 2,8 Prozent zurückgegangen. Ein Grund für die seit dem Jahr 2021 anhaltend schwache Entwicklung der Wohnbauinvestitionen dürften die anhaltend hohen Bau- und Finanzierungskosten sein. Die seit Mitte des Jahres 2024 leicht verbesserten Finanzierungsbedingungen führten zu einem Anstieg der Neukreditvergabe für Wohnungsbauprojekte. Sie schlügen sich jedoch nicht in höheren Wohnbauinvestitionen nieder. Ein Grund hierfür könnte eine gestiegene Nachfrage nach Bestandsimmobilien sein. Die im Zuge der geldpolitischen Straffung einsetzende Preiskorrektur bei den Wohnimmobilienpreisen fiel bei Bestandsimmobilien insgesamt stärker aus als bei Neubauten, wodurch diese relativ günstiger wurden (Deutsche Bundesbank, 2025a). Der vergleichsweise geringere Rückgang der Neubaupreise dürfte auf die in den Jahren 2021 und 2022 deutlich gestiegenen und weiterhin hohen Baukosten zurückzuführen sein. Die Geschäftserwartungen im Bauhauptgewerbe



haben sich im Oktober 2025 verschlechtert und liegen weiterhin auf einem niedrigen Niveau (ifo Institut, 2025).

Die Bauinvestitionen dürften im 3. Quartal 2025 gestiegen sein. Die Produktion im Baugewerbe expandierte im Durchschnitt der Monate Juli und August 2025 um 0,2 Prozent im Vergleich zum Durchschnitt des 2. Quartals 2025. Der Produktionsanstieg wurde vom Ausbau gewerbe getrieben, während der Hoch- und der Tiefbau rückläufig waren. Insgesamt ist die Kapazitätsauslastung des Bauhauptgewerbes im Oktober im Vergleich zum Durchschnitt des Vorquartals leicht gestiegen.

Im Jahr 2025 dürften die Bauinvestitionen um 1,7 Prozent sinken und im Jahr 2026 mit einer Rate von 1,7 Prozent erstmals seit dem Jahr 2020 wieder wachsen. Dabei sind insbesondere steigende staatliche Investitionen im Tiefbau zu erwarten, die im Rahmen des SVIK getätigt werden. Diese Entwicklung zeichnet sich bereits in steigenden Auftragseingängen im Tiefbau ab. Die Auftragseingänge im Hochbau und im Wohnbau stagnieren seit dem Jahr 2024 im Trend. Auch die Wohnbauinvestitionen dürften im Jahr 2026 leicht zunehmen, nachdem sie im Jahr 2025 das vierte Jahr in Folge geschrumpft sein dürften.

Inflation nahe der Zielmarke

Gemessen am nationalen Verbraucherpreisindex betrug die Inflation im 3. Quartal 2025 2,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahresquartal. Im 1. und 2. Quartal 2025 stiegen die Verbraucherpreise im Vergleich zum Vorjahresquartal um 2,3 Prozent bzw. 2,1 Prozent. Die sinkenden Energie-

preise trugen maßgeblich zum Rückgang der Gesamtinflation bei. Der kräftige Rückgang der Energiepreise seit Jahresbeginn 2025 ist auf den Rohölpreis zurückzuführen, der zwischen Januar und Mai 2025 stark gesunken ist. Nach dem Anstieg im Juni und Juli 2025 ist der Rohölpreis seit August 2025 in der Tendenz erneut abwärtsgerichtet. Zusätzlich verstärkte die Aufwertung des Euro den Preisrückgang des in US-Dollar notierten Rohöls. Im Gegensatz dazu stiegen die Nahrungsmittelpreise seit Jahresbeginn 2025 stärker an. Darüber hinaus sind die Dienstleistungspreise erneut überdurchschnittlich stark gestiegen. Somit blieb die Kerninflationsrate im 3. Quartal 2025 mit 2,7 Prozent im Vergleich zum Vorjahresquartal erhöht. Zudem zeigt die Zerlegung des BIP-Deflators, dass die Arbeitnehmerentgelte weiterhin den größten Beitrag zur Inflation leisten und ihr Anteil an der Gesamtinflation im 2. Quartal 2025 sogar gestiegen ist. Zudem fallen die negativen Beiträge der Betriebsüberschüsse seit dem 1. Quartal 2025 geringer aus. Einerseits dämpft dies den Anstieg des BIP-Deflators weniger stark als zuvor. Andererseits deutet dies auf eine Verbesserung der Unternehmenskennzahlen hin.

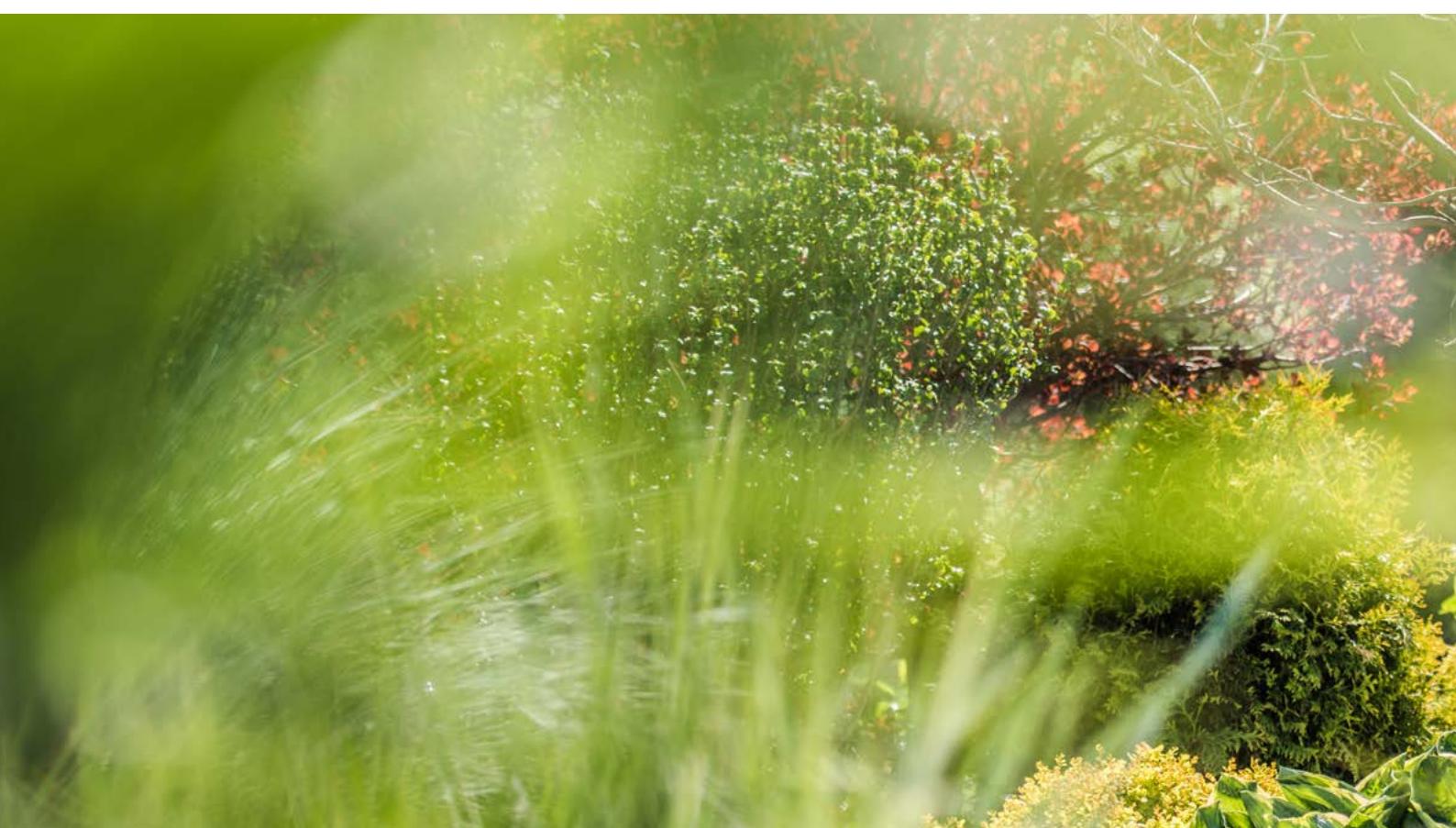
Vor allem die Dienstleistungspreise dürften die Verbraucherpreisinflation im Prognosezeitraum treiben. Laut vorläufiger Meldung des Statistischen Bundesamts stiegen diese im Oktober 2025 im Vergleich zum Vorjahresmonat um 3,5 Prozent an und trugen damit maßgeblich zur erhöhten Kerninflation bei. Die Kerninflation lag im Oktober 2025 bei 2,8 Prozent im Vorjahresvergleich, während die Gesamtinflation 2,3 Prozent zum Vorjahresmonat betrug.

Die Nahrungsmittelpreise sorgten ebenfalls für Preisdruck. Sie stiegen im Oktober 2025 im Vergleich zum Vorjahresmonat um 1,3 Prozent. Stagnierende oder leicht rückläufige Energiepreise, wie beispielsweise für Rohöl, dürften hingegen kaum Preisdruck erzeugen. Sie gingen im Oktober 2025 um 0,9 Prozent im Vergleich zum Vorjahresmonat zurück. Die Wachstumsbeiträge der Energiepreise zur Gesamtinflation dürften im Jahr 2026 in etwa stagnieren. Im Gegensatz dazu signalisieren die Erzeugerpreise für nicht-energetische Waren einen stärkeren Preisdruck bis Anfang des Jahres 2026. Diese sind zwischen November 2024 und April 2025 deutlich gestiegen und seit Juni 2025 in der Tendenz leicht rückläufig. Laut Berechnungen des Sachverständigenrates wirken sich diese Veränderungen mit einer zeitlichen Verzögerung von durchschnittlich acht Monaten auf den Teilindex des Verbraucherpreisindex für gewerbliche Waren (ohne Energie) aus. Dementsprechend zogen die Verbraucherpreise für nicht-energetische Waren seit Juli 2025 wieder stärker an. Darüber hinaus dürften die Arbeitnehmerentgelte weiterhin deutliche Beiträge zur Inflation leisten. Im Jahr 2025 ist mit einer jahresdurchschnittlichen Inflationsrate von 2,2 Prozent zu rechnen. Im Jahr 2026 dürfte die Inflationsrate mit 2,1 Prozent leicht zurückgehen. Die Kerninflationsrate dürfte im Jahr 2025 2,7 Prozent und im Jahr 2026 2,5 Prozent betragen. Der BIP-Deflator dürfte im Jahr 2025 bei 2,9 Prozent und im Jahr 2026 bei 2,6 Prozent liegen.

Stabilisierung am Arbeitsmarkt

Der Arbeitsmarkt entwickelt sich weiterhin verhalten, auch wenn erste leichte Entspannungstendenzen sichtbar werden. Die saisonbereinigte Arbeitslosigkeit ist im August 2025 erstmals seit Dezember 2022 wieder gegenüber dem Vormonat gesunken. Die Herbstbelebung fiel bisher hingegen schwach aus. Die Arbeitslosenquote lag im Oktober 2025 bei 6,3 Prozent und damit 0,2 Prozentpunkte über dem Vorjahreswert. Die Zahl der Erwerbstätigen ist im September 2025 saisonbereinigt zum fünften Mal in Folge zurückgegangen und lag rund 20.000 Personen unter dem Niveau des Vormonats. Im August 2025 war die Zahl der Erwerbstätigen im Vergleich zum Vormonat saisonbereinigt um 19.000 Personen zurückgegangen, davon waren 17.000 Personen sozialversicherungspflichtig beschäftigt. Gegenüber dem Vorjahresmonat lag die sozialversicherungspflichtige Beschäftigung im August 2025 jedoch noch um 0,1 Prozent höher.

Die sektoralen Beschäftigungstrends der vergangenen Monate setzen sich fort. Während im Verarbeitenden Gewerbe Beschäftigung abgebaut wird, bauen staatsnahe Dienstleistungen, etwa im Gesundheitswesen, in der Pflege, der Erziehung und der öffentlichen Verwaltung, weitere Beschäftigung auf. In diesen Branchen ist die Beschäftigung in Teilzeit überdurchschnittlich stark verbreitet. Seit Anfang des Jahres 2024 wird die Beschäftigungsentwicklung daher ausschließlich von Teilzeitbeschäftigung getragen, während die Vollzeitbeschäftigung zurückgeht (BA, 2025). Die Teilzeitquote überschritt im 2. Quartal 2025 erstmals die 40-Prozent-Marke (IAB, 2025).

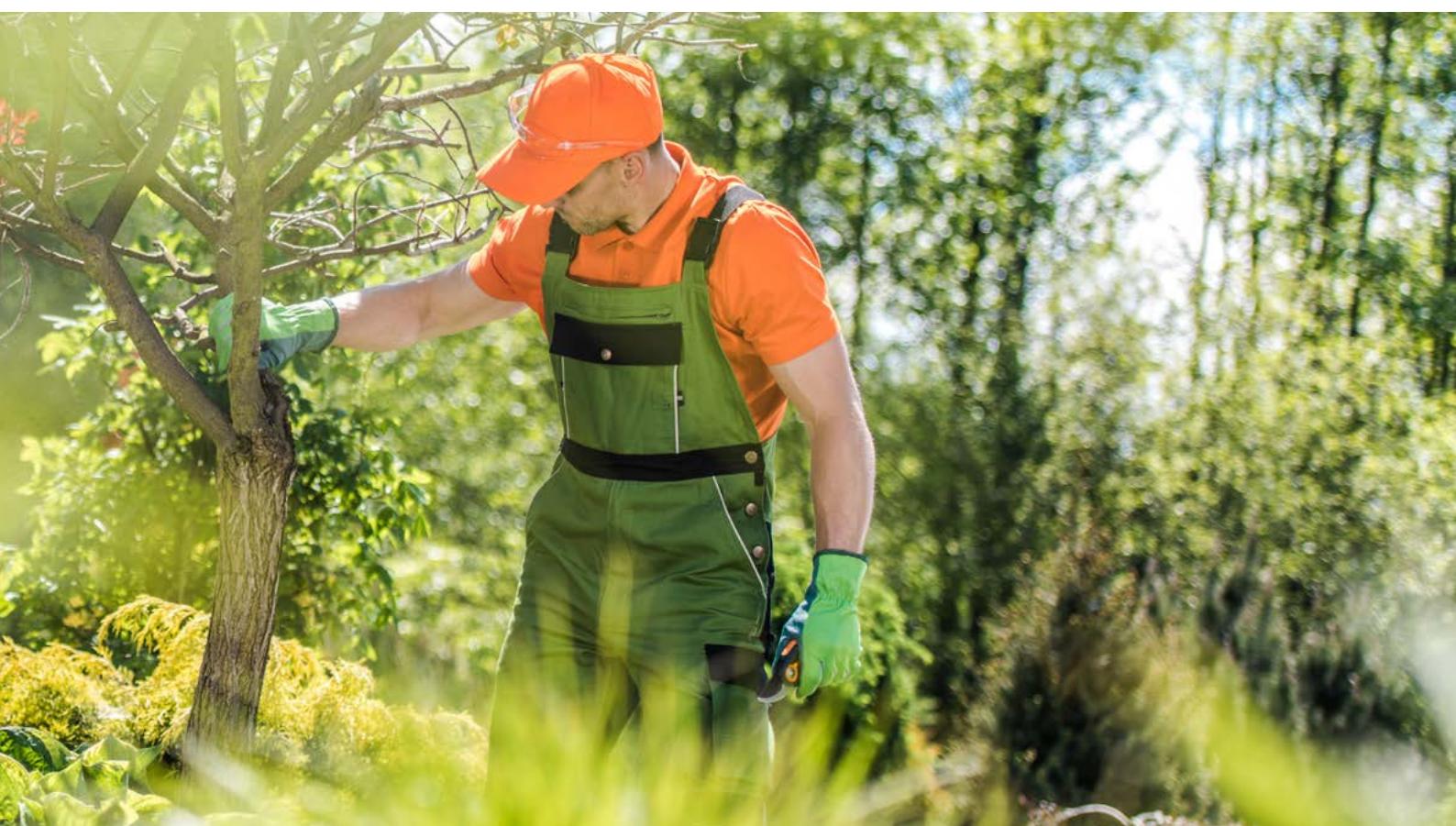


Zudem steigt der Anteil des Dienstleistungssektors an der Gesamtbeschäftigung, was die Entwicklung der Arbeitsproduktivität dämpft. Das Verarbeitende Gewerbe hat bis zum April 2025 gegenüber dem Beschäftigungshoch im September 2019 rund 440.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte abgebaut. Einen Rückgang in dieser Größenordnung gab es zuletzt während der Finanzkrise. Die einzelnen Bereiche des Verarbeitenden Gewerbes tragen dazu unterschiedlich bei. In der Automobil- und Metallindustrie war der Beschäftigungsrückgang am stärksten. Der Maschinenbau hat in den vergangenen Jahren die Beschäftigungsentwicklung gestützt. Angesichts schwacher Produktion gingen die Wachstumsbeiträge seit Oktober 2024 jedoch zurück und seit März 2025 trägt der Maschinenbau ebenfalls negativ zur Beschäftigungsentwicklung im Verarbeitenden Gewerbe bei. Positiv wirken die zusätzlichen Rüstungsausgaben, die zunehmend zu einem Beschäftigungsaufbau in zentralen Bereichen der Rüstungsindustrie, wie z.B. in der Herstellung militärischer Fahrzeuge, beitragen.

Die Arbeitsmarktindikatoren zeichnen ein gemischtes Bild für die künftige Entwicklung des Arbeitsmarktes. Das IAB-Arbeitsmarktbarometer hat sich im Lauf des Jahres verbessert, wozu im Wesentlichen die verbesserte Einschätzung der Arbeitsagenturen zur Entwicklung der Arbeitslosigkeit beigetragen hat. Diese liegt seit August 2025 erstmals seit Januar 2023 wieder im neutralen Bereich, d.h., es wird kein weiterer Anstieg der Arbeitslosigkeit erwartet. Die Beschäftigungskomponente hingegen

hat sich zuletzt schwach entwickelt und deutet auf eine Stagnation hin. Die Einstellungsbereitschaft der Unternehmen ist laut ifo Beschäftigungsbarometer zurückhaltend. Trotz einer leichten Erholung von 92,5 Punkten im September 2025 auf 93,5 Punkte im Oktober 2025 geben weiterhin mehr Unternehmen an, Beschäftigung abzubauen als aufzubauen. Davon sind alle Wirtschaftsbereiche betroffen, außer den Dienstleistern, deren Einstellungsbereitschaft im Oktober 2025 angestiegen ist, und dem Bau- gewerbe, das weiterhin an seinem Beschäftigungsniveau festhält. Die Zahl der Erwerbstätigen dürfte im Jahr 2025 stagnieren und im Jahr 2026 nur minimal um 0,1 Prozent zunehmen. In diesem Jahr dürfte die Arbeitslosenquote im Durchschnitt bei 6,3 Prozent liegen und im Zuge der gesamtwirtschaftlichen Erholung im nächsten Jahr auf 6,1 Prozent sinken.

Die Tariflohnentwicklung im 1. Halbjahr 2025 war durch bereits beschlossene Erhöhungen aus laufenden Tarifverträgen geprägt. Die Tariflöhne nahmen dementsprechend deutlich zu. Angesichts der anhaltend schwachen konjunkturellen Entwicklung und der rückläufigen Inflation dürfte sich dieses Wachstum künftig nicht im selben Tempo fortsetzen. Die Tariflöhne dürften in diesem Jahr um 2,5 Prozent und im Jahr 2026 um 2,8 Prozent steigen. Für das Jahr 2025 ist lediglich mit einem moderaten Anstieg der Reallöhne zu rechnen, der sich im Jahr 2026 voraussichtlich kaum verstärken wird.



Entwicklung des deutschen Gartenmarktes 2025

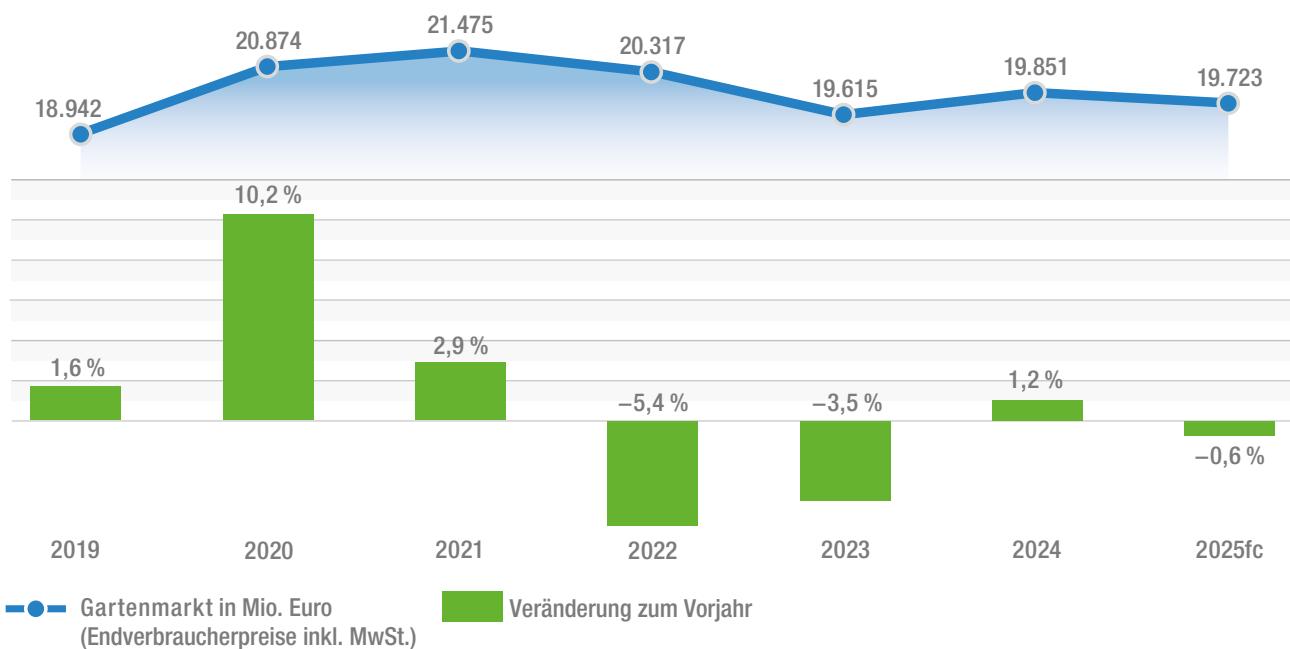
Anhaltend schwierige Rahmenbedingungen kennzeichnen nach wie vor die Marktsituation in Deutschland sowohl auf Ebene der Gesamtwirtschaft wie auch des Einzelhandels. Größere private Investitionen bleiben aus, stattdessen verharrt die Sparquote auf hohem Niveau, was viele, insbesondere die Sortimente und Formate der langfristigen Bedarfskategorien spürbar belastet.

Trotz weitgehend normaler Witterungsbedingungen (mit Ausnahme des zu nassen Julis) haben sich die

schwierigen Rahmenbedingungen (insbesondere in Form der Kaufzurückhaltung) erstmals auch in der Entwicklung des Gartenmarktes niedergeschlagen.

Wenngleich in den einzelnen Produktgruppen sehr hohe Unterschiede in der Umsatzentwicklung zu beobachten sind (z.B. -2,8 Prozent im Bereich Indoor-Grün & Schnittblumen gegenüber +2,2 Prozent bei Sonstiger Gartenausstattung, Holz im Garten, Wasser im Garten), so bleibt der Gesamtmarkt im Jahr 2025 mit einem leichten

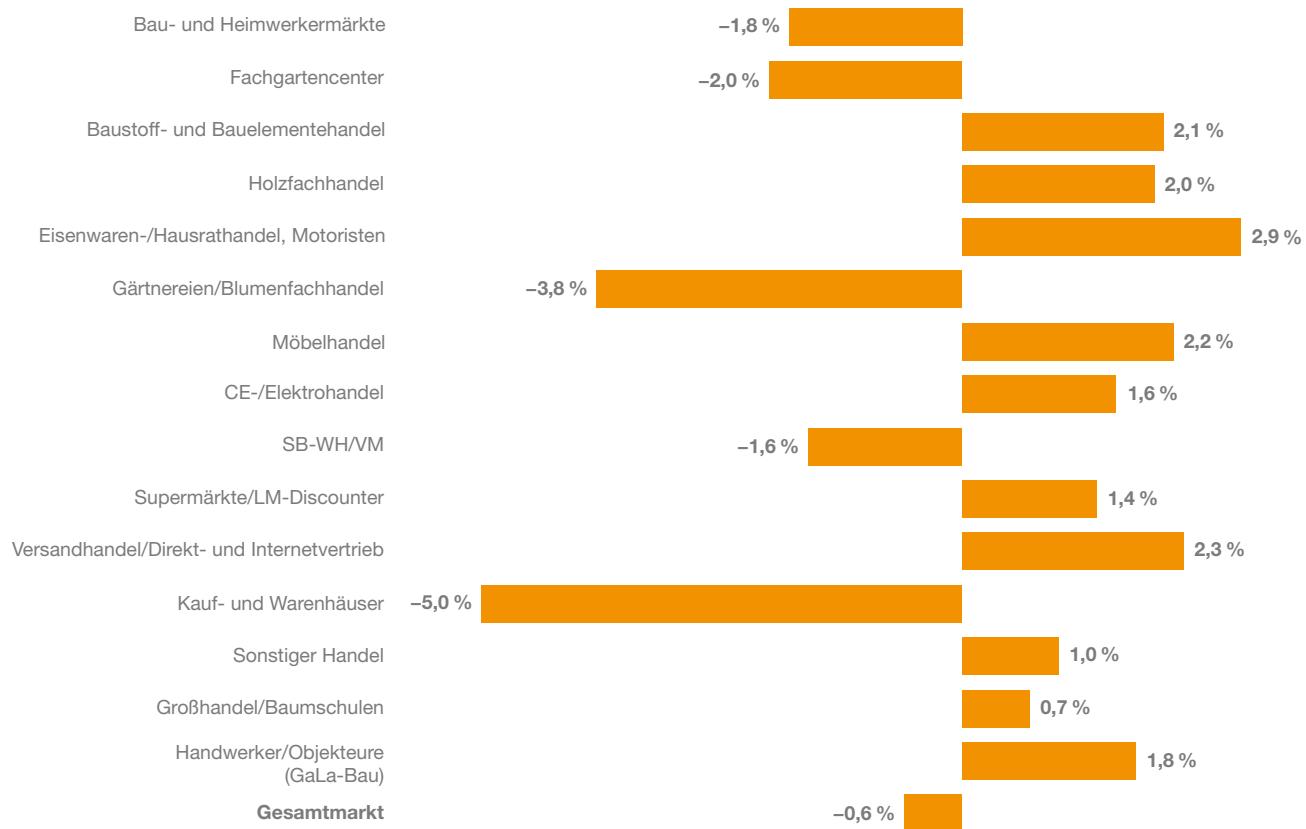
Entwicklung des Gartenmarktes in Deutschland 2019–2025



Quelle: IFH Köln, Klaus Peter Teipel – Research & Consulting



Umsatzentwicklung der Vertriebswege im Gartenmarkt in Deutschland 2024–2025



Quelle: IFH Köln, Klaus Peter Teipel – Research & Consulting

nominalen Umsatzminus von 0,6 Prozent unter dem Vorjahreswert und erreicht damit aktuell ein Umsatzvolumen von rund 19,7 Mrd. Euro. Angesichts der in 2025 im Vergleich zum Vorjahr wieder leicht anziehenden Preissteigerungen dürfte sich der Gartenmarkt damit real in einem Bereich von ca. -2,2 bis 2,5 Prozent bewegen.

Auf der Ebene der Vertriebswege zeigen sich erneut Entwicklungstendenzen, die klassische Anbieter im Markt, wie z. B. Fachgartencenter, Einzelhandelsgärtnerien und den Blumenfachhandel, zunehmend unter Druck setzen.

So können Motoristen, Distanzhandel, Möbelhandel, Baustoff- und Bauelemente- sowie Holzfachhandel wie auch CE-Handel, Supermärkte/LM-Discounter, Sonstiger Handel und der GaLa-Bau mit überdurchschnittlichen Umsatzzuwächsen punkten. Fachgartencenter sowie der traditionelle Gartenfachhandel (Gärtnereien/Blumenfachhandel) zeigen demgegenüber deutliche Umsatzeinbußen.

Mit der anhaltenden Konsumzurückhaltung und einer damit einhergehenden Veränderung der Ausgabepräferenzen in den jeweiligen Produktgruppenbereichen ist ebenso auch eine deutliche Verschiebung in der Präferenz der

Einkaufsstätten verbunden. In der Summe zeigt sich eine Verschiebung zugunsten branchenfremder Formate.

Betrachtet man die Entwicklung der Marktanteile über die vergangenen 6 Jahre hinweg, so lassen sich für den Gartenmarkt folgende Grundtendenzen festhalten:

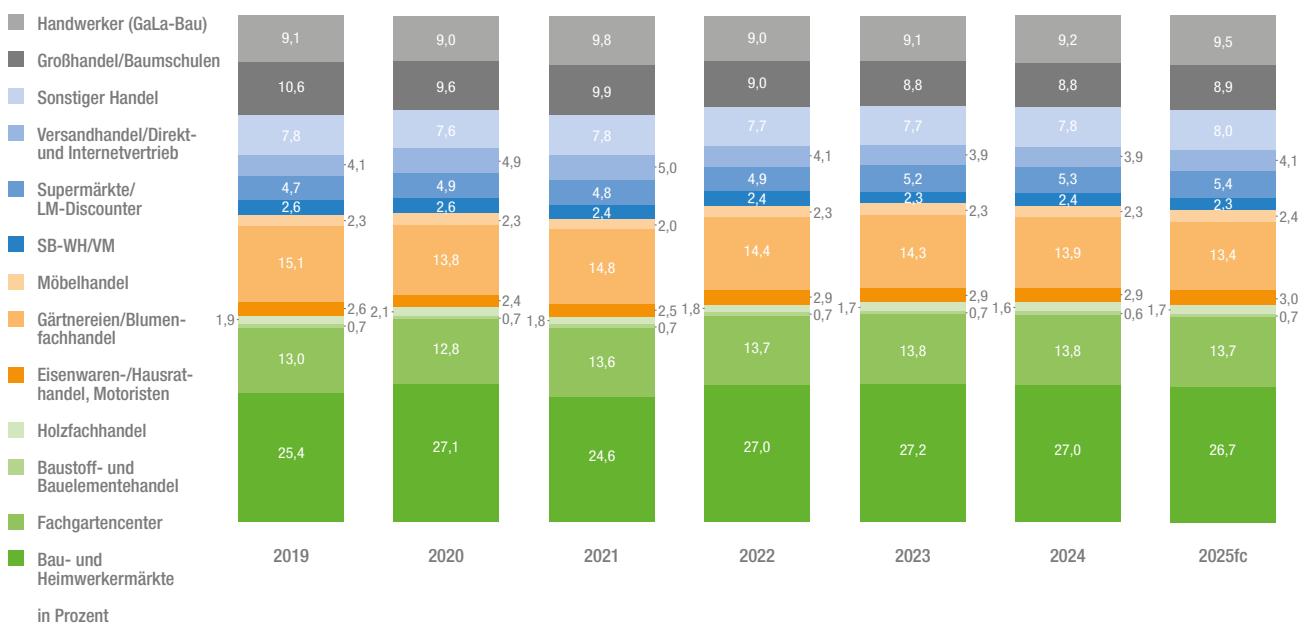
- Unter den anteilsstarken Vertriebswegen gewinnen Bau- und Heimwerkermärkte, Fachgartencenter, GaLa-Bau sowie der Sonstige Handel Marktanteil hinzu, während insbesondere Gärtnereien/Blumenfachhandel und Großhandel/Baumschulen an Marktbedeutung verlieren.
- Gleichzeitig können auch bislang weniger anteilsstarke Anbieter wie Supermärkte und Lebensmitteldiscounter hohe Anteilszugevinne verzeichnen. Auch Motoristen und der Möbelhandel gewinnen hinzu.
- Der Marktanteil des Distanzhandels bleibt hingegen (mit Ausnahme der Corona-Jahre) auf einem gleichbleibenden Niveau. Gleicher gilt für die Anbieter aus dem Baustoff-Fachhandel, während der Holzfachhandel sowie SB-Warenhäuser und Verbrauchermärkte leicht verlieren.

Somit zeigt sich in der Summe der 6-Jahres-Betrachtung eine insgesamt zunehmende Fragmentierung des Marktes ohne klare Polarisierungstendenzen, die jeweils stark mit den in den jeweiligen Jahren vorherrschenden Rahmenbedingungen verknüpft sind.

Trotz der negativen Umsatzentwicklung in 2025 hat sich der Gartenmarkt gut behaupten können und seine Resistenz und vergleichsweise geringe Konjunkturanfälligkeit

unter Beweis stellen können. Auf der Verbraucherseite genießt der Markt nach wie vor einen hohen Stellenwert, 80 Prozent der Verbraucher fehlt es auch nicht an finanziellen Mitteln, aber dafür an Motivation, Unterstützung und Glauben an die eigenen Fähigkeiten. Hier sind die jeweiligen Akteure im Markt gefordert, mit Ideen, Lösungen, Inspiration und Motivation zu antworten, um mit nachhaltigen Impulsen dem Markt wieder zu Wachstum zu verhelfen.

Marktanteile der Vertriebswege im Gartenmarkt in Deutschland 2019–2025



Quelle: IFH Köln, Klaus Peter Teipel – Research & Consulting

E-Commerce im Gartenmarkt

Nach den zwei weniger guten Jahren 2022 und 2023 befinden sich die E-Commerce-Umsätze im Gartenbereich 2024 und 2025 wieder auf Wachstumskurs. Mit einem nominalen Plus von 3,7 Prozent im Vergleich zu 3,5 Prozent im Vorjahr zeigt sich die wieder wachsende Beliebtheit des Online-Kanals.

Nach vorläufigen Berechnungen wird mit Produkten aus dem Gartenbereich in 2025 ein Online-Umsatz von rund 1,28 Mrd. Euro erreicht werden. Im Vergleich zum Vorjahr wird sich der E-Commerce-Umsatz im Gartenbereich damit um rund 46 Mio. Euro erhöhen.

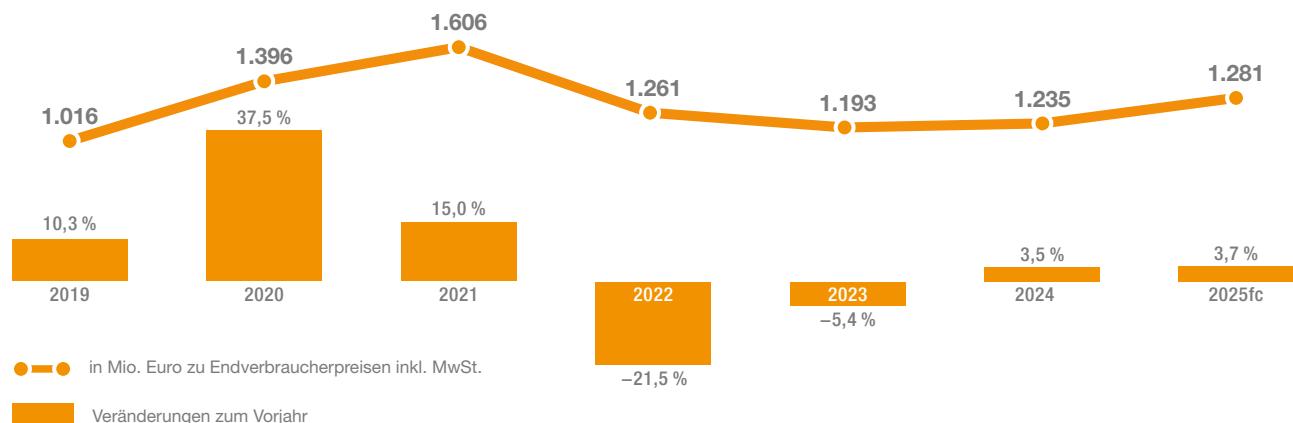
In der Detailbetrachtung zeigen sich für 2025 im Vergleich zu den Entwicklungen in den Vorjahren jedoch unterschiedliche Tendenzen. Während in den Vorjahren die E-Commerce-Umsätze der überwiegend stationär tätigen Handelsunternehmen (Cross-Channel-Konzepte)

besser abgeschnitten haben, so sind es in 2025 erstmals wieder die Pure Player, die den Markt stärker antreiben.

In der Summe erreichen die Online-Vermarktungskanäle des stationären Handels, der Katalogversender, der Internet Pure Player und der Hersteller einen aktuellen Marktanteil am Garten-Gesamtmarkt in Höhe von 6,5 Prozent (+0,2 Prozentpunkte gegenüber 2024). Der Anteil der E-Commerce-Umsätze am einzelhandelsrelevanten Gartenmarkt (d.h. ohne GaLa-Bau) beziffert sich aktuell auf 7,1 Prozent nach 6,9 Prozent in 2024.

Diese Anteilswerte machen deutlich, dass im Gartenmarkt auch weiterhin 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 nach aktuellen Daten des Handelsverbands Deutschland

E-Commerce-Umsätze im Gartenmarkt in Deutschland 2019–2025



Quelle: Klaus Peter Teipel – Research & Consulting

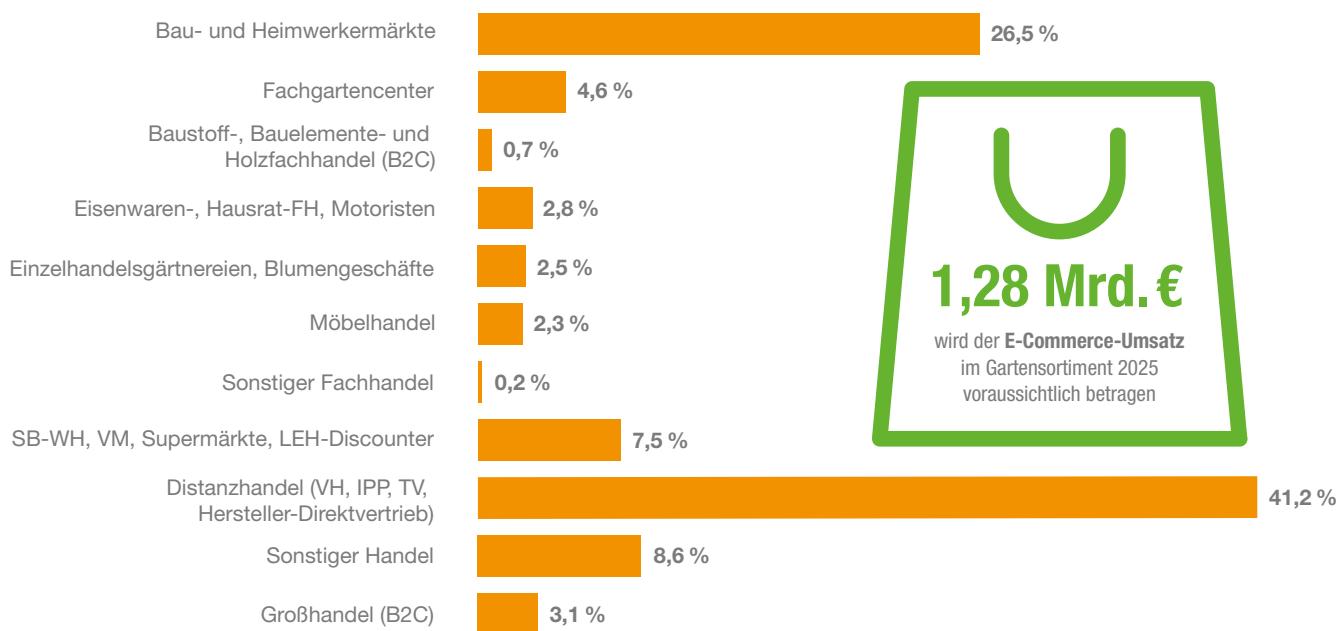
(HDE) für das Jahr 2025 nach korrigierten Hochrechnungen bei 13,6 Prozent.

Mit derzeit 58,8 Prozent entfällt nach wie vor der größere Anteil am E-Commerce-Umsatz im Gartenmarkt auf stationäre Handelsbetriebsformen, die entweder mit eigenen Shops oder auf den Marktplätzen von Plattformen aktiv sind. Im Vergleich zu 2024 haben diese Anbieter jedoch 1,1 Prozentpunkte an die Pure Player abgeben müssen, deren Anteil sich somit von 40,1 Prozent in 2024 auf 41,2 Prozent in 2025 erhöht hat.

Im gleichen Zeitraum haben die Online-Shops der Bau- und Heimwerkermärkte bei weitgehend stagnierenden Umsätzen Marktanteilsverluste in Höhe von 0,9 Prozentpunkten auf aktuell 26,5 Prozent hinnehmen müssen.

Der Sonstige Handel bleibt unverändert bei 8,6 Prozent Marktanteil, Supermärkte/Lebensmitteldiscounter kommen auf 7,5 Prozent (-0,1 Prozentpunkte), Fachgartencenter erreichen einen Marktanteil von 4,6 Prozent (-0,1 Prozentpunkte). Stabil tendiert der Anteil der traditionellen Einzelhandelsgärtnerien inkl. Blumenfachgeschäften mit 2,5 Prozent Marktanteil im Jahr 2025.

Umsatzanteil der Vertriebswege am E-Commerce-Umsatz mit Gartensortimenten 2025



Quelle: Klaus Peter Teipel – Research & Consulting

Entwicklung der Einzelhandels- und Verbraucherpreise

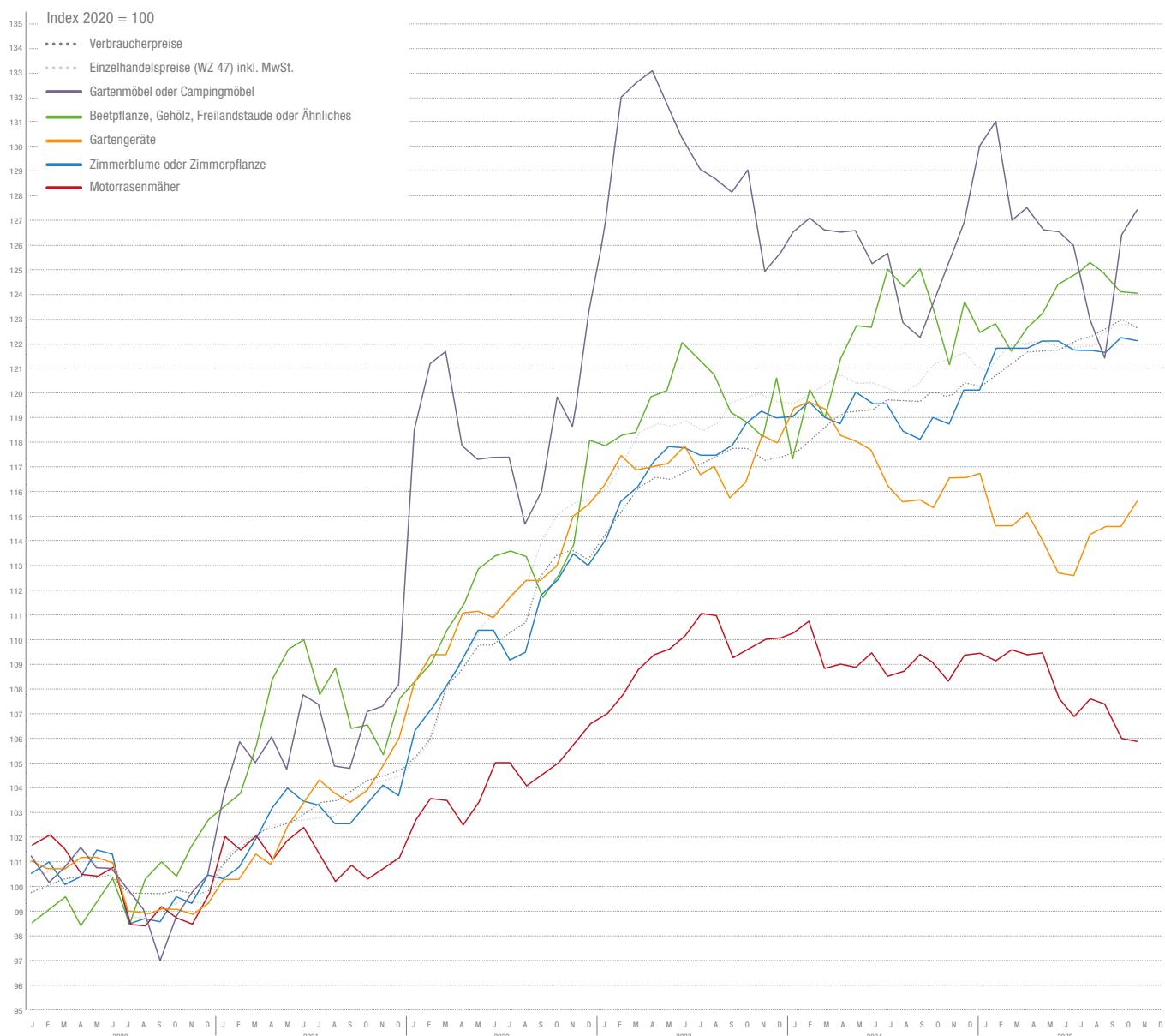
Die Verbraucher- wie auch die Einzelhandelspreise sind im Vergleich zu den beiden Vorjahren erstmals wieder eher moderat angestiegen. Kumuliert ergibt sich bis einschließlich November 2025 für die Verbraucher- und die Einzelhandelspreise ein Anstieg von 2,2 Prozent (nach 2,2 Prozent im Vorjahreszeitraum) bzw. 1,3 Prozent (1,5 Prozent im Vorjahreszeitraum).

Zum Teil deutlich vom Verbraucherpreisdurchschnitt abweichend zeigt sich die Preisentwicklung in ausgewählten Warengruppen des Gartenmarktes. Im Zeitraum Januar bis November 2025 haben sich die Preise gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum wie folgt entwickelt:

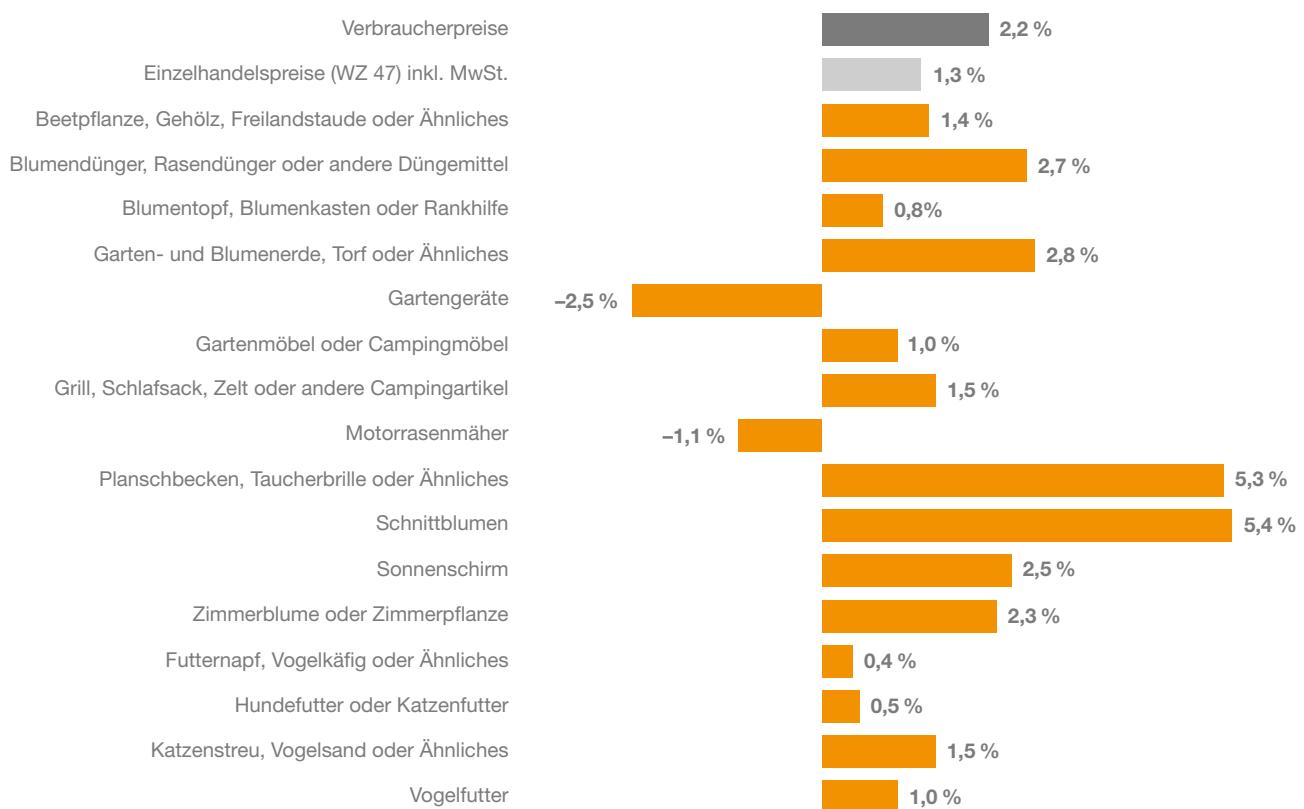
Überdurchschnittliche Preiserhöhungen zeigen sich insbesondere bei Schnittblumen, Erden/Torf, Dünger und Indoor-Grün. Unterhalb der allgemeinen Preisentwicklung bewegen sich die Zuwachsrate in nahezu allen Hartwarenbereichen und bei Lebend Grün (Outdoor).

Angesichts des für das Jahr 2026 erwarteten Verbraucherpreisanstiegs von rund 2,1 Prozent dürften sich die Teuerungsraten für Gartenprodukte im kommenden Jahr weitgehend auf einem ähnlichen Niveau wie in 2025 bewegen.

Entwicklung der Einzelhandelspreise, Verbraucherpreise und ausgewählter Warengruppenpreise im Gartenbereich (2020–2025 [Jan.–Nov.])



Entwicklung der Verbraucherpreise und Einzelhandelspreise in ausgewählten Warengruppen des Gartenmarktes (Jan. – Nov. 2025)



Quelle: Statistisches Bundesamt



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 knapp 150 Mitgliedsunternehmen und setzt sich auf allen Ebenen für deren Belange ein. Seit über 50 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.

Kommunikation, Dialog, Netzwerk

IVG VERANSTALTUNGEN

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 Netzwerkausbau 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 unsere Mitglieder sowie für Journalist*innen und Medienvertreter*innen – darunter Redakteur*innen aller relevanten Fachzeitschriften und Hobbygartenmagazine sowie TV-Journalist*innen und Garten-Blogger*innen, Autor*innen und Fotograf*innen.

- Rund 200 Journalist*innen
- Bis zu 40 Aussteller*innen
- Vorträge zu Markt und Trend

Termin:

Mittwoch, 11. Februar 2026, Koelnmesse



IVG Messeauftritte

Bei branchenrelevanten Fachmessen ist der IVG mit einem eigenen Messestand vertreten oder mit einem Gemeinschaftsstand für seine Mitglieder. Die Auftritte dienen unter anderem der eigenen Netzwerkpflege.

Termine:

- Dienstag, 27., bis Freitag, 30. Januar 2026, Messe Essen (IPM)
- Montag, 22., bis Mittwoch, 24. Juni 2026, Koelnmesse (spoga+gafa)
- Dienstag, 15., bis Freitag, 18. September 2026, Messe Nürnberg (GaLaBau)





IVG/BHB Gartenparty

Zum ersten Mal richtet der IVG gemeinsam mit dem BHB die traditionelle Gartenparty auf der spoga+gafa aus. Erwartet wird das Who's Who aus Industrie und Handel der Grünen Branche zum Networking bei Kölsch und Köstlichkeiten.

Termin:

Dienstag, 23. Juni 2026, Koelnmesse

IVG Forum Gartenmarkt

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

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

Termin:

Donnerstag, 5. November 2026, Maritim Hotel Düsseldorf



IVG Branchentag Erden & Substrate

Seit mehr als 50 Jahren trifft sich die deutsche Substrat- und Erdenindustrie einmal im Jahr eigentlich in der Wandelhalle in Bad Zwischenahn. Doch in diesem Jahr wird die wichtigste Veranstaltung der Branche ausnahmsweise im niederländischen Cuijk stattfinden.

- Etwa 200 Besucher*innen
- Spannende Fachvorträge
- Branchentreff am Abend

Termin:

Donnerstag, 19. November 2026, Inspyrium, Cuijk



NAH AN DEN THEMEN, NAH AN DEN MITGLIEDERN

Negative Rahmenbedingungen stellen die gesamte deutsche Wirtschaft und die Grüne Branche seit Jahren vor große Herausforderungen. Hinzu kommt die wachsende Flut an Regularien, die den Unternehmen einiges abverlangt, sowie eine sich rasant entwickelnde Technologie um uns herum. Wer bei dieser Flut an Informationen Themen auf die lange Bank schiebt, läuft Gefahr, den Anschluss zu verlieren. Dem IVG ist es in den vergangenen Jahren gut gelungen, auf diese Schnelllebigkeit zu reagieren, sein Leistungsportfolio im Sinne seiner Mitglieder auszubauen, die richtigen Themen zur richtigen Zeit zu bearbeiten und kurze Entscheidungswege zu etablieren. Ob IVG Campus digital, Webinare oder die neu etablierten virtuellen IVG Themenkreise – in allen Angeboten versorgen wir unsere Mitglieder mit den wichtigsten Informationen und bieten ihnen Lösungsvorschläge sowie Antworten auf die drängendsten Fragen in den Bereichen Recht, Normung, Vertrieb und Marketing an.

Die Angebote im Rückblick

Unsere virtuellen Themenkreise

„PPWR“

Am 17. März fand der virtuelle Themenkreis „PPWR“ statt. Darin berichtete Joachim Nolte von der Interzero Recycling Alliance über die nächsten operativen Schritte im Hinblick auf die Recyclingvorgaben der PPWR und den Fahrplan bis 2030, die Notwendigkeit eines dezidierten Datenmanagements im Hinblick auf Verpackungsstoffströme, etwaige Recyclinghürden und die Auswirkungen für Inverkehrbringer.

Aktuelle Entwicklungen der Zollpolitik

Die Weltwirtschaft ist von einer Vielzahl zollpolitischer Veränderungen betroffen, die direkte Auswirkungen auf Unternehmen und ihre internationalen Handelsaktivitäten haben. Um über die neuesten Entwicklungen im Hinblick auf die USA und Russland zu informieren, hatte der IVG am 4. April zum virtuellen Themenkreis „Aktuelle Entwicklungen der Zollpolitik“ eingeladen. Holger von den Burg, der für die Bereiche Zollrecht und Handelspolitik bei der IHK Düsseldorf verantwortlich ist, referierte im Rahmen des Webinars über die aktuellen zollpolitischen Entwicklungen und gab Tipps aus seiner praktischen Erfahrung.

CSRД

Das Team der Evolut Solutions GmbH hat im Themenkreis „CSRД“ am 9. April in seinem Vortrag „Nachhaltigkeitsberichterstattung für KMU – CSRД, VSME und praxisnahe Lösungen“ in die Grundlagen der Nachhaltigkeitsberichterstattung für KMU eingeführt und eine Einordnung der aktuellen Standardrahmenwerke gegeben, vor allem vor dem Hintergrund der jüngsten Vorschläge der EU-Kommission zum Omnibus und einer CSRД-Verschiebung.

Social Media

Viele Unternehmen versuchen sich auf Instagram, TikTok & Co, geben dann aber auf, weil sich Likes, Follower und Views nicht so schnell einstellen wie erhofft. Im Rahmen des virtuellen Themenkreises „Social Media“ am 13. Mai zeigte Thomas Knüwer, Ex-Journalist und Gründer der Digitalberatung kpunktnull, in seinem Vortrag „Von null auf Strategie: Wie man im Social Web Erfolg hat, ohne Geld zu verbrennen“, wie Unternehmen jeder Größe sowohl in B2C als auch in B2B effizient im Social Web agieren.

Ausblick auf die neue Legislaturperiode

Nach der vorgezogenen Bundestagswahl sprach Albert Stegemann, MdB, Vorsitzender der Arbeitsgruppe Ernährung und Landwirtschaft der CDU/CSU-Bundestagsfraktion, am 22. Mai über die allgemeine politische Einordnung und Vorhaben zum Beginn der neuen Legislaturperiode.

Künstliche Intelligenz

Yakup Özkardes-Cheung, CEO & Founder Content AI Tools, erklärte am 17. Juni in seinem Vortrag „Mit KI zu mehr Nachhaltigkeit: Effizienz, Innovation, Verantwortung“, wie Unternehmen KI-Programme für sich nutzen können, um ESG-Reportings oder Nachhaltigkeitsberichte zu erstellen oder zu optimieren.

Die EmpCo-Richtlinie und aktuelle Rechtsprechung

Die Anforderungen an umweltbezogene Werbeaussagen nehmen stetig zu – sowohl seitens der Gesetzgebung als auch der Rechtsprechung. Die Regelungen der neuen EmpCo-Richtlinie der Europäischen Kommission stellen die Unternehmen vor große Herausforderungen. Im virtuellen Themenkreis „Umweltwerbung im Fokus – die EmpCo-Richtlinie und aktuelle Rechtsprechung“ am 3. Juli gab Alexander Strobel, Rechtsanwalt für die Wettbewerbszentrale, einen praxisnahen Überblick über die wichtigsten Inhalte der EmpCo-Richtlinie sowie zu aktuellen Entwicklungen in der Rechtsprechung zur Umweltwerbung.

Digitale Plattform zur Frachtkostenoptimierung

Vorteile bündeln, Chancen nutzen – Frachtkostenoptimierung für unsere Mitgliedsunternehmen in der DIY- und Gartenbranche ist seit vielen Jahren das erklärte Ziel von SynLOG, der gemeinsamen Initiative der Verbände IVG und HHG. Mit JOKATI hat SynLOG einen neuen Partner gewonnen, der sich als digitaler Unterstützer im Alltag empfiehlt und ein attraktives Angebot speziell für interessierte Mitgliedsunternehmen bereithält, die den gesamten Prozess von Frachtausschreibungen und Frachtkostenanalysen vereinfachen wollen. Jan-Peter Richter, Geschäftsführer von JOKATI, stellte am 25. September die digitale Plattform vor und erläuterte die Benefits eines Frachtkosten-Benchmarks exklusiv für Verbandsunternehmen.

IVG Campus digital

Die Zukunft des Handels

Am 30. Juni fand der IVG Campus digital „Die Zukunft des Handels“ statt. Mit besonderem Fokus auf die Grüne Branche sollten darin die Teilnehmenden aus Hersteller- sicht die aktuellen Trends im Handel kennenlernen und verstehen, wie sie diese auf die spezifischen Herausforderungen und Ziele in ihrem Unternehmen anwenden können. Mithilfe von Gruppenarbeit, interaktivem Austausch und Diskussion wurde erarbeitet, welche zukunftsträchtigen Themen besonders im Fokus stehen und welche praktischen Ansätze es gibt, von den aktuellen Entwicklungen im eigenen Unternehmen nachhaltig zu profitieren.

Adaptive Leadership

Am 30. September ging es in unserem IVG Campus digital um das Thema „Adaptive Leadership“ und die aktuellen Herausforderungen für Mitarbeitende in Unternehmen unserer Branche. Dr. Oliver Hackl, seit 2004 Professor für Retail, Personal- & Organisationsmanagement an der Technischen Hochschule Ingolstadt/THI Business School, erläuterte, wie Unternehmen eine Führungskultur schaffen, in der laufende Veränderungen im betrieblichen Alltag offen aufgenommen anstatt bekämpft werden.

Webinare, Arbeitskreise & Co.

AHK-Webinar: erfolgreich auf dem französischen Markt

In wirtschaftlich herausfordernden Zeiten ist es für Unternehmen wichtig, neue Absatzmärkte zu erschließen. Der Export bietet hierfür große Chancen – insbesondere nach Frankreich, einem der wichtigsten Handelspartner Deutschlands und attraktivsten Märkte Europas. Bevor Unternehmen den Vertrieb in Frankreich aufnehmen, müssen sie jedoch die gesetzlichen Rahmenbedingungen kennen, die ihre Produkte und Produktverpackungen erfüllen müssen, um dort rechtssicher auf den Markt gebracht zu werden. In einem gemeinsamen Webinar am 24. Juni gaben die Abteilung für Umweltreporting & Compliance der Deutsch-Französischen Industrie- und

Handelskammer und Frau Rechtsanwältin Nicola Chaudessolle von Coffra group einen fundierten Überblick über die relevanten Anforderungen.

Praxis-Webinar zur B2B-Absatzförderung

Das Marketing für Investitionsgüter hat eigene Regeln: Es geht um den Wert der Gesamtlösung, nicht um schnelle Verkäufe. Langlebige Beziehungen sind oftmals wesentlich wichtiger als der eine konkrete Deal. Doch wie kann digitales Marketing den Vertrieb dabei wirksam unterstützen? B2B-Marketingexperte Benedikt Wolter gab praxisnahe Antworten in unserem „Praxis-Webinar zur B2B-Absatzförderung“ am 3. Juli. Er zeigte zudem auf, wie Unternehmen den Fokus erfolgreich auf den Kunden- nutzen legen.

AK Akku: „Erweiterte Herstellerverantwortung und OfH in Bezug auf Batterien“

Am 10. Juli fand ein virtuelles Treffen des AK Akku statt. Michael Beetz, Hellmann Process Management GmbH & Co. KG, und Michael Gormann, European Recycling Platform (ERP) Deutschland GmbH, berichteten über die erweiterte Herstellerverantwortung, resultierend aus der neuen europäischen Batterieverordnung, und die verpflichtende Teilnahme an einer Organisation für Herstellerverantwortung (OfH) für jede Batteriekategorie ab dem 15. Januar 2026.

Online-Angebot des BNRW

Gemäß KI-Verordnung müssen Arbeitgeber seit dem 2. Februar 2025 sicherstellen, dass Mitarbeitende, die mit KI arbeiten, über das notwendige Wissen und die erforderlichen Fähigkeiten verfügen. Als Verbandsleistung hat der IVG allen Kurzentschlossenen am 22. Juli die KI-Online-Schulung „Die neue EU-KI-Verordnung (AI Act) im Unternehmen sicher umsetzen – KI & Compliance“ des Bildungswerks der Nordrhein-Westfälischen Wirtschaft e.V. (BWRW) angeboten.



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 Pflanzernährung, -gesundheit und -pflege, Hersteller von Substraten, Erden und Ausgangsstoffen sowie Hersteller von Produkten für den Erwerbsgartenbau.

Der IVG vereint derzeit rund 150 Mitgliedsunternehmen der Gartenbranche. Innerhalb des Verbands 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, Interessenvertretung und Öffentlichkeitsarbeit.

Profigartenbau

In der Fachabteilung „Profigartenbau“ (PGB) schließen sich Firmen zusammen, die Produkte für den Erwerbsgartenbau industriell herstellen und vertreiben. Die beteiligten 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. Die Fachabteilung unterstützt ihre Mitglieder darin, fachliche Kompetenzen zu bündeln und zu kommunizieren sowie ihre Belange gegenüber anderen Interessengruppen zu vertreten. Darauf hinaus hilft sie dabei, neue und etablierte Märkte zu erschließen. Verschiedene Marktpartner stehen der Fachabteilung zur Seite, um bestehende Netzwerke zu pflegen sowie Know-how, Branchen- und Marktkenntnisse auszutauschen.



Stimmen aus der Fachabteilung



„Unser Unternehmen richtet sich vor allem an professionelle Anwender im Gartenbau. Deshalb sehen wir die Weiterentwicklung der Fachabteilung Profigartenbau sehr positiv. Der IVG kann sich dadurch noch breiter aufstellen, die Ziele des gesamten Industriebereichs Gartenbau noch besser vertreten und z.B. in der Politik mehr Gehör finden.“

Peter Hölder | Vertriebsleiter Deutschland | Birchmeier Sprühtechnik AG



„Der IVG vernetzt führende Unternehmen der Branche und genau dieser Austausch ist entscheidend, um zukünftige Herausforderungen im Profigartenbau gemeinsam zu meistern. Als Rabensteiner profitieren wir von dem Dialog mit Herstellern, Experten und Marktpartnern.“

Malte Specht | Sales Manager, Rabensteiner GmbH



Pflanzenernährung, -gesundheit und -pflege

Lieferanten von Pflanzenschutz- und Düngemitteln sowie Pflanzenpflegeprodukten sind in der Fachabteilung „Pflanzenernährung, -gesundheit und -pflege“ (PEGP) 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 sowie Verbrauchern und marktbeteiligten Unternehmen für sichere Marktbedingungen ein. Dazu führt sie Gespräche mit Partnerverbänden, gesetzgebenden Stellen des Bundes und Vollzugsstellen der Länder.

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



„Wir sind gerne Mitglied im IVG, weil wir wissen, dass der Verband die Interessen der Grünen Branche kompetent und verantwortungsbewusst vertritt. Außerdem schätzen wir den Austausch über aktuelle Entwicklungen und Trends im Markt.“

Michaela Schmitten-Pittá | Cluster Head DACH | SBM Life Science GmbH

Substrate, Erden, Ausgangsstoffe

Die Hersteller von Blumenerden und Kultursubstraten in Deutschland, deren Zulieferer sowie torfgewinnende Unternehmen in Niedersachsen versammeln sich in der Fachabteilung „Substrate, Erden, Ausgangsstoffe“ (SEA). Im Mittelpunkt ihrer Arbeit steht die Interessenvertretung der Mitglieder bei politischen Vorhaben auf nationaler und europäischer Ebene in enger Zusammenarbeit mit anderen Branchenverbänden. Dabei bietet sich den Mitgliedern die Möglichkeit, auf ein umfangreiches Netzwerk zurückzugreifen. Die vorrangigen Anliegen der Fachabteilung sind die Sicherung der Verfügbarkeit von Rohstoffen und die Verbesserung der politischen Rahmenbedingungen. Eine weitere Aufgabe ist der ständige Dialog mit anderen Stakeholdern wie z.B. Natur- und Umweltschutzverbänden.

Stimmen aus der Fachabteilung



„Im IVG finden wir Mitstreiter für Wege, mit denen wir Handel, Endverbrauchern und dem professionellen Gartenbau auch künftig erschwingliche und kultursichere Erden und Substrate zur Verfügung stellen können.“

Ulrich von Glahn | Geschäftsführer, Floragard Vertriebs-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 | Geschäftsführer | Aurich-Wiesmoor-Torfvertriebs GmbH



Garten Lifestyle

In der Fachabteilung „Garten Lifestyle“ (GL) sind Mitgliedsunternehmen aus den Segmenten Dekoration, Wasser im Garten, Gartenmöbel, Holz im Garten, Grillgeräte und Pflanzgefäß vertreten. Diese unterstützt der IVG in ihrem wirtschaftlichen Erfolg, indem er für sie Verbraucherwünsche und -verhalten analysiert. Mit Blick auf alle Segmente beobachtet der Verband in enger Kooperation mit Instituten und Marktforschungsunternehmen relevante Bewegungen innerhalb und außerhalb der Grünen Branche, bearbeitet Trendfragen aus aller Welt und behält aktuelle und zukünftige Entwicklungen im Blick.

Stimmen aus der Fachabteilung



„Der Austausch und Zusammenhalt in einem Verband sind wichtig, aus diesem Grund stehen wir fest zum IVG. Denn eine gemeinsame Interessenvertretung ist hilfreich für die gesamte Branche.“

Frank Rommersbach | Geschäftsführer | Petromax GmbH



„Der IVG ist die ideale Symbiose aus Networking und Interessenvertretung. Der Verband bietet die einmalige Möglichkeit, die gemeinsame Leidenschaft für die Grüne Branche mit Gleichgesinnten zu erleben und darüber hinaus gemeinsame Interessen gebündelt und relevant nach außen hin zu vertreten.“

Ralf Schwinn | Geschäftsführer | Scheurich GmbH & Co. KG

Lebendes Grün

Die Fachabteilung „Lebendes Grün“ (LG) ist seit ihrer Gründung ein fester Bestandteil des Verbands und eine wichtige Plattform für führende Hersteller von Pflanzen und Saatgut. Die Mitgliedsunternehmen in dieser Fachabteilung sind Hersteller mit innovativen Sortimenten, die ihre Produkte als Marke vertreiben oder Neuzüchtungen mit einem speziellen Zusatznutzen entwickeln. 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 beschäftigt sie sich mit Herausforderungen der Absatzwirtschaft, betrachtet die Zukunft des Pflanzenmarktes und tauscht sich mit dem Handel, der Wissenschaft und anderen betroffenen Fachverbänden aus.



Stimmen aus der Fachabteilung



„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.“

Lothar Idelberger | Geschäftsführer | Helix Pflanzen GmbH



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

Sebastian Heinje | Geschäftsführer | Heinje Baumschulen

GRPG



Garten- und Rasenpflegegeräte

Hersteller von Produkten, die für die Gartenpflege benötigt werden, treffen sich in der Fachabteilung „Garten- und Rasenpflegegeräte“ (GRPG). Sie setzt sich mit den Kernthemen Marktentwicklung, Technik, Vertrieb, Umwelt- und Verbraucherschutz auseinander. Sie vertritt ihre Mitglieder in der europäischen Verbandsarbeit bei der EGMF (European Garden Industry Machinery Federation). Diese begleitet die Erarbeitung europäischer Richtlinien und Verordnungen und tauscht sich zu europäischen Marktentwicklungen aus. Innerhalb der Fachabteilung „Garten- und Rasenpflegegeräte“ arbeiten 16 Mitglieder der Fachgruppe Forst-, Garten- und Rasenpflegegeräte (FGR) zusammen. Das IVG Technik-Team betreut auch den DIN-Normenausschuss Eisen-, Blech- und Metallwaren (NAEBM). Dieser ist einer von 9 externen Normenausschüssen des DIN.

Stimmen aus der Fachabteilung



„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.“

Tobias M. Koerner | Senior Vice President Go-to-Market
Gardena Deutschland 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.“

Horst Jachmann | Geschäftsführer | ikra GmbH

Die Obleute der Arbeitsausschüsse



„Die Normung ist für Hersteller eine essentielle Art der Interessenvertretung. Dadurch können wir selbst ausgewogene und technisch sinnvolle Anforderungen einbringen und unsere Produkte sicherer und zuverlässiger gestalten.“

Arian Monem | 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
KWF Services GmbH

Der geschäftsführende IVG Vorstand



Christoph Büscher

IVG Vorsitzender
Hauert MANNA Düngerwerke GmbH



Andreas Epple

Stellv. IVG Vorsitzender
STIHL Vertriebszentrale AG & Co. KG



Oliver Trappmann

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



Eckhard Brosch

IVG Schatzmeister
Idealspaten Bredt GmbH & Co. KG

Der erweiterte Vorstand



Ulrich von Glahn

Sprecher der Fachabteilung Substrate, Erden,
Ausgangsstoffe
Floragard Vertriebs-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



Arian Monem

Sprecher der Fachgruppe Forst-, Garten- und
Rasenpflegegeräte
STIHL Tirol GmbH



Michaela Schmitten-Pittá

Stellv. Sprecherin der Fachabteilung Pflanzernährung,
-gesundheit und -pflege
SBM Life Science GmbH



Peter Hölzer

Sprecher der Fachabteilung Profigartenbau
Birchmeier Sprühtechnik AG



Malte Specht

Stellv. Sprecher der Fachabteilung Profigartenbau
Rabensteiner GmbH



Frank Rommersbach

Sprecher der Fachabteilung Garten Lifestyle
Petromax GmbH



Ralf Schwinn

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



Philip Testroet

Stellvertretender Geschäftsführer
 Telefon: +49 211 909998-30
 Mobil: +49 175 8699959
 E-Mail: testroet@ivg.org



Vera Schenk

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



Anik Keller

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



Thorsten Thörner

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



Robert Scheuß

Referent Gartenbau
 Telefon: +49 211 909998-31
 Mobil: +49 160 95349713
 E-Mail: scheuss@ivg.org



Martina Dietrich

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



Stefan Pohl

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



Sabine Spangenberg

Justiziarin
 Telefon: +49 211 909998-20
 Mobil: +49 151 67743258
 E-Mail: spangenberg@ivg.org



RA Tanja Constabel

IVG Büro Hannover
 Mobil: +49 171 6464782
 E-Mail: constabel@ivg.org



Nadine Ihleburg

*Buchhaltung, Controlling, IVG Service GmbH**
 Telefon: +49 211 909998-50
 Mobil: +49 151 70555101
 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

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

Unsere Mitglieder auf einen Blick





ALBERT ZUBRÄGEL
MASCHINENBAU GMBH



TÖRFHANDEL OVER
GMBH





ENGELBERT KÖTTER





Rely on it.



sunseeker



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 Februar 2026.

Gestaltung: Seidl PR & Marketing GmbH, Essen

Bildquellen: Titel, S. 4–11 iStock@lemono / S. 2 iStock@Julia Klueva / S. 4–6 iStock@nurofina / S. 15 iStock@RelaxFoto.de / S. 16 iStock@Smileus / S. 19 iStock@FG Trade / S. 20–21 iStock@welcomia / S. 22 iStock@juanmonino / S. 27 iStock@Zoria Nastasic / S. 30–31 Koelnmesse GmbH@Uwe Weiser, Hanne Engwald, ©Industrieverband Garten (IVG) e.V. / S. 33 iStock@AndreyPopov / S. 34 iStock@Lya_Cattel / S. 35 iStock@Patrick Kaiser, iStock@amenic181 / S. 36 iStock@YuraWhite, iStock@kruwt / S. 37 iStock@Anna_Om

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.