

Industrieverband Garten (IVG) e.V.

Gothaer Str. 27 · 40880 Ratingen
Tel.: +49 2102 9408-50
Fax: +49 2102 9408-51
E-Mail: verband@ivg.org · www.ivg.org
Herausgegeben vom
Industrieverband Garten (IVG) e.V.
2015



INDUSTRIEVERBAND GARTEN (IVG)

Durch und durch Garten!



JAHRESBERICHT 2015



Impressum:

Herausgeber
 Industrieverband Garten (IVG) e.V.
 Gothaer Str. 27
 40880 Ratingen
 Tel.: +49 2102 9408-50
 Fax: +49 2102 9408-51
 E-Mail: verband@ivg.org
 Internet: www.ivg.org
 Verantwortlich: Johannes Welsch
 Layout und Druck: MEDIAHAUS

Bildquellen:

S. 1	Kosheen / Fotolia momius / Fotolia Industrieverband Garten StockRocket / Fotolia	S. 25	zu Jeddelloh martina_98 / Fotolia Kzenon / Fotolia Industrieverband Garten
S. 3	Industrieverband Garten	S. 26	Gabi Schoenemenn / Pixelio Industrieverband Garten
S. 5	Trueffelpix / Fotolia	S. 27	Stefan Körber / Fotolia Stefan Körber / Fotolia Industrieverband Garten
S.6-13	IFH-RETAIL CONSULTANTS GmbH, Klaus Peter Teipel Research & Consulting	S. 28	michaeljung / Fotolia Industrieverband Garten
S. 9	paladin1212 / Fotolia	S. 29	Industrieverband Garten Gabi Reinkober / Pixelio Damian Gretka / Fotolia
S. 10	Stefan Körber / Fotolia	S. 30/31	NinaMalyna / Fotolia Industrieverband Garten
S. 13	paladin1212 / Fotolia	S. 32/33	Aaron Amat / Shutterstock Industrieverband Garten
S. 14	Industrieverband Garten	S. 34	Trueffelpix / Fotolia
S. 15	Industrieverband Garten	S. 36	Stauke / Fotolia zu Jeddelloh Gabi Schoenemann / Pixelio Industrieverband Garten Damian Gretka / Fotolia
S. 17	Koelnmesse		
S. 17	studioVin / Shutterstock		
S. 19	VDG, BHB, EDRA, BVE		
S. 20	Photographie.eu / Fotolia Industrieverband Garten		
S. 21	touchingpics.com / Pixelio Industrieverband Garten		
S. 22/23	StockRocket / Fotolia Industrieverband Garten		
S. 24	Rainer Sturm / Pixelio Industrieverband Garten		

Liebe Leserin und lieber Leser!

Wussten Sie, dass es in Deutschland fast so viele organisierte Hobbygärtner wie Hobbyfußballer gibt? Oder dass das Gärtnern mit Sport zur beliebtesten Outdoor Freizeitaktivität der Deutschen gehört? Der Garten als Freizeitbeschäftigung oder als Ort der Entschleunigung von einer mit Informationen vollgepackten, schnellen Welt steht beim Verbraucher höher im Kurs denn je. Er nutzt sein grünes Wohnzimmer, um seinem Wunsch nach Erholung, Entschleunigung und Erdung nachzugehen. Hier lädt er sich Freunde zum Grillen ein, hier lernt er beim selbstgezogenen Gemüse viel über Genuss und Geschmack. Er schafft und dekoriert sich seine Lebenswelten und verschafft je nach Gusto seinem mal mediterranen, mal asiatisch meditativem Lebensgefühl Ausdruck. Ob Bauerngarten oder puristische Landschaft aus Natursteingarten und Gräsern – Outdoor Living ist angesagt, der Garten bietet das beste Umfeld dafür.

Garten ist nicht Arbeit, Garten ist Lifestyle. Wir und unsere Mitglieder sind mitten in diesem Trend zu Hause. Die IVG Mitgliedsunternehmen bieten die Produkte an, mit denen jeder Verbraucher sein persönliches Gartenglück erschaffen kann. Sie helfen ihm, den Garten zu gestalten und zu unterhalten, Pflanzen zu schützen und zu pflegen.

Diesen Trend aufzunehmen und transparent zu machen ist eine unserer Aufgaben. Mit unserer Initiative für einen „Tag des Gartens“ als Endverbraucherereignis am 29. und 30. August 2015 in Köln ist nur eine der Maßnahmen beschrieben, wie wir den Markt dynamischer gestalten wollen. Viele Gespräche unseres Verbandes mit allen Handelsformen schaffen Bewusstsein für den Grünen Markt und die Belange unserer Firmen. Wir glauben, dass es hier große Potenziale zu wecken gibt. Unser Expertenwissen hilft, Produkte stets vertriebsfähig zu halten und macht unsere Mitglieder erfolgreicher. In unseren Kontakten zu Behörden und Naturschutzgruppen vermitteln wir fachliches Wissen, um Lücken zu schließen und Vorbehalte im Dialog auszuräumen. Das sind nur einige unserer Leistungen.

Unser Fokus ist der wirtschaftliche Erfolg unserer Mitglieder und das Bewusstsein, sich für eine der schönsten Branchen einzusetzen.

Was das genau heißt, was wir 2014 erreicht haben und was wir für 2015 planen, erfahren Sie in diesem Jahresbericht.

Wir wünschen Ihnen viel Freude bei der Lektüre!



Ratingen, im Februar 2015

Christoph Büscher
 IVG Vorsitzender



Johannes Welsch
 IVG Geschäftsführer

Durch und durch Garten!

Vorwort	03
Wirtschaftliche Entwicklung der Grünen Branche	05
Zahlen/Daten/Fakten zu Markt und Trends.....	10
Eine starke Stimme für eine starke Branche.....	14
Immer auf dem neuesten Stand	15
Fit für heute und morgen.....	16
Netzwerk/Öffentlichkeitsarbeit.....	18
Zusammenarbeit mit Partnerverbänden.....	19
Fachabteilung Pflanzenernährung, -gesundheit und -pflege.....	20
Fachabteilung Substrate, Erden, Ausgangsstoffe	22
Fachabteilung Garten Lifestyle	24
Fachabteilung Lebendes Grün.....	26
Fachabteilung Garten- und Rasenpflegegeräte.....	28
IVG Team.....	32
IVG Vorstand.....	33
IVG Mitglieder	34



Allgemeine volkswirtschaftliche Tendenzen 2014/2015

Die Konjunktur in Deutschland hat sich im Verlauf des Jahres 2014 deutlich abgekühlt. Nach einem starken Jahresauftakt ist das Bruttoinlandsprodukt im zweiten Quartal 2014 um 0,2 Prozent gegenüber dem Vorquartal gesunken. Dass die aufgrund der ungewöhnlich milden Witterung starke Dynamik am Jahresanfang nicht anhalten würde, wurde erwartet. Der deutliche Rückgang des Wachstums kam allerdings überraschend. Trotz günstiger Finanzierungsbedingungen, einer zunehmenden Kapazitätsauslastung und einer in vielen Unternehmensumfragen zum Ausdruck kommenden Zuversicht ist die erwartete Belebung der Investitionen ausgeblieben.

Faktoren der Entwicklung:

- Die weltwirtschaftliche Produktion expandierte mit einem unerwartet mäßigen Tempo, insbesondere der Euroraum befindet sich nach wie vor in einer Schwächephase.
- Internationale Krisen wie der weiter schwelende russisch-ukrainische Konflikt und die kriegerischen Auseinandersetzungen in Syrien und im Irak trübten die wirtschaftlichen Aussichten zusätzlich ein.
- Aber auch die deutsche Binnennachfrage zeigt deutliche Zeichen von Schwäche. Die privaten Konsumausgaben stiegen nur wenig und das Konsumklima zeigt nur geringe Anzeichen einer Verbesserung.
- Die Unternehmensinvestitionen gingen zurück und kaum etwas spricht dafür, dass sich die Investitionszurückhaltung bald legen wird.

Die „aktuelle konjunkturelle Schwäche“ hat erste Spuren auf dem Arbeitsmarkt hinterlassen: Der Beschäftigungsaufbau hat sich verlangsamt. Dennoch verbleibt die registrierte Arbeitslosigkeit auf niedrigem Niveau. Die Verbraucherpreise tendieren insgesamt um 1,0

Prozent über dem Vorjahr, wozu auch externe Faktoren, wie beispielsweise der spürbare Rückgang der Energiepreise, beigetragen haben. Auf identischem Niveau bewegt sich in 2014 auch die Verbraucherpreisinflation. Der Anstieg der real verfügbaren Einkommen der privaten Haushalte hat sich in der ersten Jahreshälfte 2014 abgeschwächt. Während die Nettolöhne und -gehälter beschleunigt zulegen, sanken die Betriebsüberschüsse und die Vermögenseinkommen. Die Zunahme der privaten Konsumausgaben verlangsamte sich noch etwas stärker als die der Einkommenszuwächse, da die privaten Haushalte ihre Sparneigung erhöhten.

In der Summe dürften die verfügbaren Einkommen in 2014 um 2,0 Prozent steigen; real verbleibt ein Zuwachs von 1,0 Prozent. Bei weiter leicht steigender Sparquote dürfte der private Konsum nominal um 1,9 Prozent und real um 0,8 Prozent zulegen.

Alles in Allem, und damit niedriger als noch zu Jahresanfang erwartet, mündet die Wachstumsrate des realen Bruttoinlandsprodukts in 2014 in ein Plus von 1,3 Prozent. Damit liegt das aktuelle Wachstum aber immer noch deutlich über dem Wert von 2013, der gerade einmal einen schmalen Zuwachs von 0,1 Prozent erreichte.

Trotz der leicht expansiven Finanzpolitik und der weiterhin niedrigen Zinsen dürfte die deutsche Wirtschaft auch in 2015 deutlich unterausgelastet sein. Der gesamtwirtschaftliche Produktionsanstieg in 2015 wird wohl geringer ausfallen als bislang erwartet; die Forschungsinstitute prognostizieren, dass das Bruttoinlandsprodukt um 1,2 Prozent zunehmen wird; kalenderbereinigt entspricht dies nur einem Anstieg um 1,0 Prozent.

Im Jahr 2015 dürfte der private Konsum beschleunigt expandieren. Die Bruttolöhne und -gehälter steigen rascher; hier wirkt sich auch die Einführung des flächendeckenden Mindestlohns aus. So werden die verfügbaren Einkommen der privaten Haushalte voraussichtlich um 2,8 Prozent zunehmen, real steigen sie um 1,5 Prozent. Bei kaum veränderter Sparquote wird der reale private Konsum im Jahr 2015 um 1,4 Prozent ausgeweitet werden.

Trotz des zu erwartenden Anstiegs der Inlandsnachfrage dürften die Ausgaben der Unternehmen für Ausrüstungen und Bauten aufgrund der ungünstigeren Absatzperspektiven aber nur allmählich ausgeweitet werden. Hinzu kommt, dass der flächendeckende Mindestlohn zwar trotz zu erwartender negativer Beschäftigungseffekte die Lohnsumme erhöhen, aber die Unternehmensgewinne senken wird. Per Saldo dürfte die reale gesamtwirt-

schaftliche Nachfrage vom Mindestlohn wohl nicht stimuliert werden. Zum Teil wird der durch den Mindestlohn induzierte Kostenanstieg auf die Preise überwälzt werden. Die Verbraucherpreise werden im Jahr 2015 wohl um 1,4 Prozent steigen; davon dürften 0,2 Prozentpunkte auf den Mindestlohn zurückgehen. Die Zahl der Arbeitslosen wird im Jahresdurchschnitt leicht um 56 000 Personen steigen, die Arbeitslosenquote wird im Jahresdurchschnitt rund 6,8 Prozent betragen.

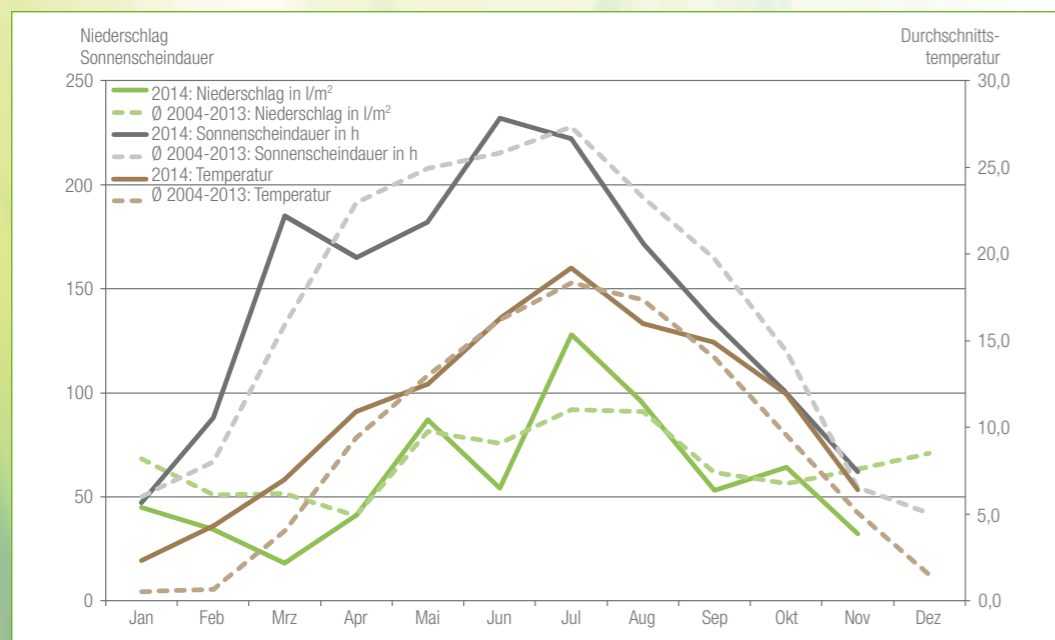
Allem Anschein nach sind die binnenwirtschaftlichen Auftriebskräfte in Deutschland zu schwach, um die Wirkungen des sich verschlechternden außenwirtschaftlichen Umfeldes auszugleichen. Risiken für die Prognose gehen insbesondere von den kriegerischen Auseinandersetzungen in der Ukraine und im arabischen Raum aus. Schwer einzuschätzen ist ferner die weitere wirtschaftliche Dynamik in China.

Die klimatische Komponente

Dass das Wetter in den Frühjahrs- und Sommermonaten der externe Faktor schlechthin für den Gartenmarkt ist, haben die vergangenen Jahre – und insbesondere das Jahr 2013 – immer wieder eindrucksvoll bewiesen.

Der Vergleich der drei wichtigen Klimakomponenten Niederschlagsmenge, Sonnenstunden und Temperatur des Jahres 2014 mit den zehn Jahren zuvor offenbart sehr deutlich die klimatischen Besonderheiten des vergangenen Jahres 2014:

- Der Jahresbeginn verlief nicht nur ungewöhnlich warm, sondern auch überaus sonnenreich und trocken. Dieser Trend setzte sich bis April fort.
- Einem eher durchschnittlichen Mai folgte ein für die Gartenbranche guter Juni, der von einem regenreichen Juli abgelöst wurde.
- Während die Monate August bis September relativ durchschnittlich verliefen, zeigten sich die Monate Oktober und November mit außerordentlich milden Temperaturen.



Monatlicher Witterungsverlauf von Niederschlag, Sonnenscheindauer und Temperatur im Vergleich zum langjährigen Durchschnitt

Entwicklung des deutschen Gartenmarktes 2014

Das Gartenjahr 2014 zeigt in seiner Entwicklung eine Vielzahl von Tendenzen, die sich neben dem obligatorischen Witterungsverlauf insbesondere aus veränderten Strukturen auf Seiten der Absatzmittler und einem spürbar veränderten Verbraucherverhalten ergeben.

Entwicklung 1. und 2. Quartal

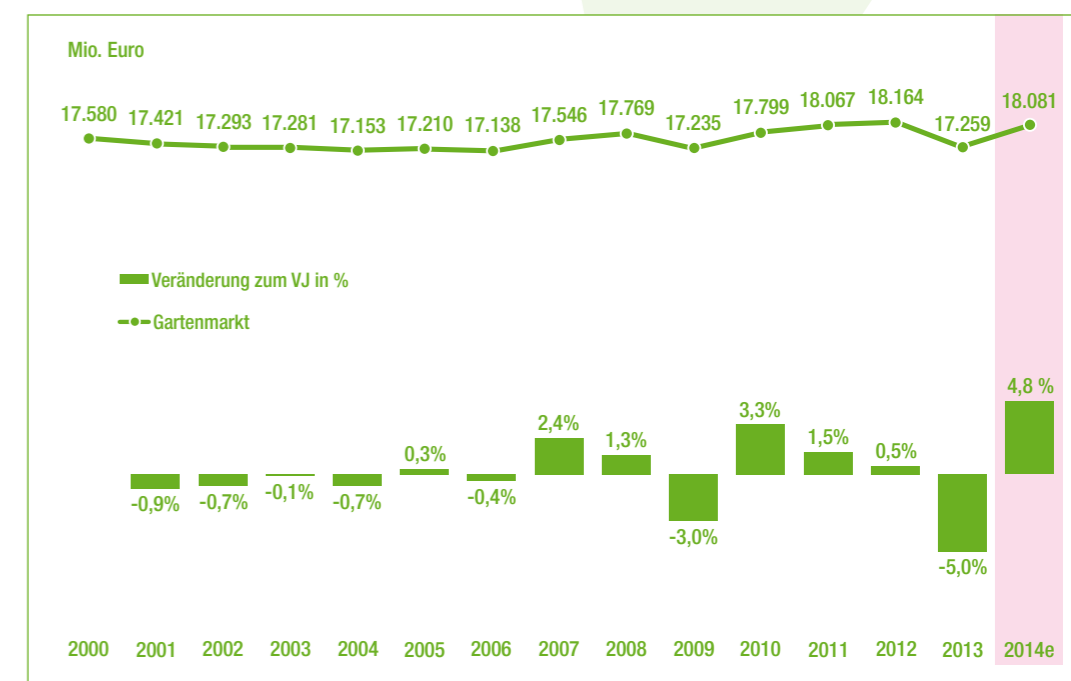
Die ersten beiden Quartale zeigten sich für die Gartenbranche und seine Marktteilnehmer von ihrer Sonnenseite. Vergessen war das Jahr 2013 mit dem ungewöhnlich langen Winter und den Auswirkungen der Flutschäden in Ost- und Süddeutschland. Ein sehr milder Winter 2013/14 und frühlinghafte Temperaturen im März sorgten für einen jahreszeitlich ungewöhnlich frühen Ansturm der Verbraucher auf Gartencenter, Gärtnereien, Gartenabteilungen von Bau- und Heimwerkermärkten und auf Garten- und Landschaftsbauer. Auch vor branchenfremden Vertriebskanälen wie SB-Warenhäusern, Supermärkten und Lebensmitteldiscountern machte die geradezu „explodierende Nachfrage“ nach Gartenprodukten im ersten Halbjahr 2014 keinen Halt. Lediglich in der mit den Auswirkungen der Insolvenz von Max Bahr und Praktiker kämpfenden Baumarktbranche konnte der Nachfrageboom nicht die erhofften Kompensationseffekte bescheren. In Summe standen zur Jahresmitte zwar ein Plus von 1,8 Prozent und deutliche Umsatzzuwächse im Bereich der Gartenhartwaren (+8,5 Prozent), aber eben auch enorme Verluste im Bereich des Lebenden Grüns (-13,5 Prozent), die das Halbjahresergebnis trübten.

Alle Warengruppen konnten in 2014 Umsatzzuwächse erreichen. Das mit Abstand wachstumsstärkste Segment in 2014 war die Warengruppe Düngemittel, Erden, Pflanzenschutz mit einem Plus von 9,5 Prozent. Sehr erfreulich verlief auch die Entwicklung bei Garten- und Balkonmöbeln (inkl. Auflagen), die um 7,3 Prozent zulegen konnten. Gartengeräte/-maschinen und Zubehör verzeichneten ein Plus von 5,6 Prozent, das immer noch anhaltende Trendsegment Grillen konnte ein Plus von 5,0 Prozent für sich verbuchen. Die anteilsstarken Bereiche wie Grün-Outdoor und Grün-Indoor kamen auf Zuwächse von 4,8 Prozent bzw. 2,7 Prozent. Last but not least konnte sich auch der Bereich Gartenausstattung/Holz im Garten/Wasser im Garten über ein Plus von 4,4 Prozent freuen.

Entwicklung 3. Quartal und Gesamtjahr

Im dritten Quartal 2014 musste sich die Gartenbranche mit einem Vorjahresquartal vergleichen, welches durch starke Auf- und Nachholeffekte gekennzeichnet war. Über alle

Vertriebswege hinweg konnte am Ende das Niveau des Vorjahresquartals nicht erreicht werden. So blieben beispielsweise die Bau- und Heimwerkermärkte im Quartalsvergleich um mehr als 15 Prozent unter dem Vorjahresergebnis, die Fachgartencenter und Einzelhandelsgärtnereien verbuchten im gleichen Zeitraum ein Minus von ca. 3,5 Prozent. Über das Gesamtjahr 2014 hinweg kann die Branche dank des herausragenden ersten Halbjahres auf ein insgesamt erfreuliches Plus von 4,8 Prozent zurückblicken. Damit konnte das im Vorjahr aufgelaufene Minus von 5,0 Prozent fast vollständig kompensiert werden.



Entwicklung des Gartenmarktes in Deutschland 2000-2014

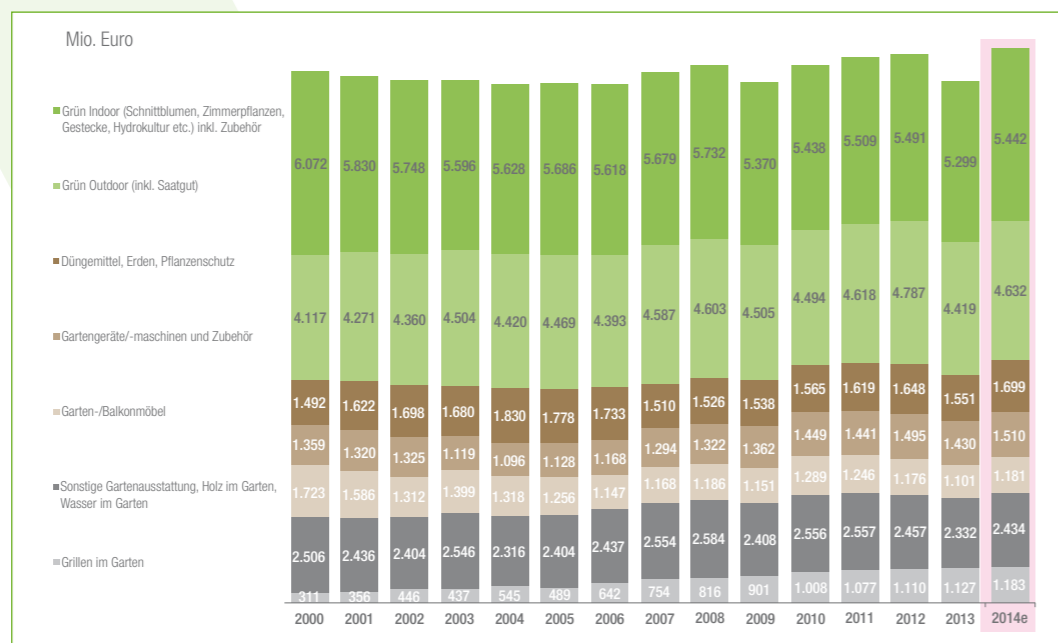
Alle Warengruppen konnten in 2014 Umsatzzuwächse erreichen. Das mit Abstand wachstumsstärkste Segment in 2014 war die Warengruppe Düngemittel, Erden, Pflanzenschutz mit einem Plus von 9,5 Prozent. Sehr erfreulich verlief auch die Entwicklung bei Garten- und Balkonmöbeln (inkl. Auflagen), die um 7,3 Prozent zulegen konnten. Gartengeräte/-maschinen und Zubehör verzeichneten ein Plus von 5,6 Prozent, das immer noch anhaltende Trendsegment Grillen konnte ein Plus von 5,0 Prozent für sich verbuchen. Die anteilsstarken Bereiche wie Grün-Outdoor und Grün-Indoor kamen auf Zuwächse von 4,8 Prozent bzw. 2,7 Prozent. Last but not least konnte sich auch der Bereich Gartenausstattung/Holz im Garten/Wasser im Garten über ein Plus von 4,4 Prozent freuen.

Insolvenz zeigt Auswirkungen bei Baumarktbetreibern

Auf der Distributionsseite zeigt das Jahr 2014 erhebliche Veränderungen in der Bedeutung der für die Gartenbranche wichtigen Vertriebskanäle. Auffallend ist die deutliche Schwäche der Baumarktbetreiber, die in der Summe des Jahres ein Umsatzminus im Gartenbereich in Höhe von 2,6 Prozent hinnehmen mussten und deren Marktanteil sich in Folge um 1,8-Prozentpunkte auf nunmehr 23,0 Prozent reduzierte. Diese Entwicklung begründet sich im Wesentlichen aus dem Verlust von rund 2 Millionen m² Verkaufsfläche zum Jahresende 2013 durch die Insolvenz von Praktiker/Max Bahr. Damit fehlte der Branche auf einen Schlag ein Jahresumsatz im Gartenbereich in Höhe von insgesamt rund 520-540 Millionen Euro. Innerhalb des ersten Halbjahres 2014 wurden durch Neueröffnungen von Übernahmen aus dem Praktiker/Max Bahr-Paket wieder rund 466 000 m² Verkaufsfläche zugeführt. Zum Jahresende dürften diese „Wiedereröffnungen“ in der Summe eine Größenordnung von

rund 860 000 m² Verkaufsfläche erreicht haben. Trotz teils enormer Umsatzzuwächse auf den Bestandsflächen der verschiedenen Betreibergruppen und den wiedereröffneten Verkaufsflächen fehlt den Betreibern von Großflächen (> 1.000 m² VKF) im Baumarktbereich in 2014 eine gartenrelevante Umsatzgröße von ca. 140-150 Millionen Euro, die in 2014 an Mitbewerber aus anderen Vertriebskanälen geflossen sind.

Trotz einer immer noch zur Disposition stehenden Verkaufsfläche von annähernd 927 000 m² (noch nicht verkaufte Praktiker/Max Bahr-Standorte) ist in der weiteren Marktentwicklung jedoch davon auszugehen, dass die derzeitige „temporäre Schwäche“ der Bau- und Heimwerkermärkte im Gartenbereich bereits im kommenden Jahr wieder kompensiert, wenn nicht sogar überkompensiert werden dürfte. Damit würde sich auch die Gesamtstruktur des Marktes auf der Distributionsseite wieder weitgehend in „normalen“ Toleranzbereichen bewegen.



Entwicklung des Gartenmarktes in Deutschland 2000-2014 nach Warengruppen

GalaBau ist Gewinner

Zu den Gewinnern im Gartenmarkt 2014 zählen insbesondere das Handwerk (GaLaBau) sowie die im Bereich des Versandhandels/Direkt- und Internetvertriebs zählenden Akteure, die auf einen Umsatzzuwachs von 16,4 Prozent bzw. 13,0 Prozent zurückblicken können und dementsprechend auch ihre Marktanteile ausgebaut haben. Neben

dem allgemeinen Online-Trend, der zunehmend auch den Gartenbereich erfasst, offenbart sich 2014 eindrucksvoll der Trend der privaten Verbraucher zu den Dienstleistungsangeboten des GaLaBaus. Dieser korreliert mit dem parallel dazu feststellbaren Rückgang der aktiven Gartenarbeit bei den privaten Verbrauchern. Mit dem Titel „Mehr Genuss, Erholung und Entspannung

statt kräftezehrender Arbeit“ könnte dieser Trend beschrieben werden, der auf der einen Seite den „Lifestyle-Sortimenten“ und auf der anderen Seite den Dienstleistern rund um das Gartenthema (Buy It Yourself statt Do It Yourself) offensichtlich in die Karten spielt.

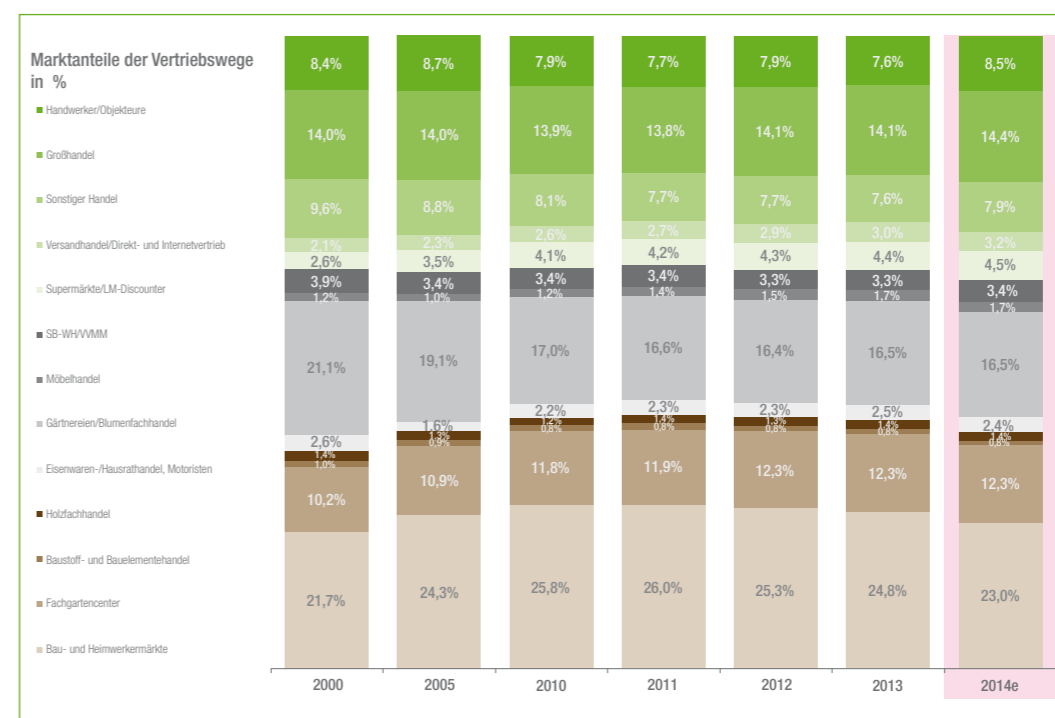
Fach-Gartencenter solide

Die klassischen Fach-Gartencenter haben das Jahr mit einem Umsatzplus von 4,4 Prozent abschließen und damit ihre feste Position im Gartenmarkt untermauern können. Ein solides Plus im stärker qualitätsorientierten Marktsegment dürften auch die mit neuem Auftritt und Schwung agierenden Raiffeisenmärkte für sich verbuchen

Billig- und Restpostenanbieter) mit einem Plus von 9,4 Prozent deutlich zu.

Onlinehandel profitiert von Preisorientierung

Auch der Onlinehandel mit Gartenprodukten profitiert von der in Deutschland besonders stark ausgeprägten Preisorientierung der Verbraucher. Aus heutiger Sicht dürfte eine zunehmende Polarisierung zwischen den Themen „Preisorientierung“ und „Qualitäts-/Dienstleistungsorientierung“ die Summe der vielen unterschiedlichen Marktakteure in Zukunft auch vor dem Hintergrund des demographischen Wandels stärker als bislang bewegen und für neue Differenzierungsansätze sorgen.



Marktanteile der Vertriebswege im Gartenmarkt in Deutschland 2000-2014

können. Auch die Einzelhandelsgärtnereien durften sich mit einem Plus von 5,0 Prozent nach langer Durststrecke wieder einmal über einen Umsatzzuwachs freuen. Gleichzeitig zeigen sich im Markt aber auch Bewegungen, die mit einem starken Fokus auf das Thema „Preis“ und dem Thema „Convenience“ umschrieben werden können. In diesem Kontext haben sich erneut auch branchenfremde Anbieter in 2014 profilieren können. So konnte der Lebensmittelhandel (SB-Warenhäuser/Verbrauchermärkte sowie Supermärkte/Lebensmittel-Discounter) seine Umsätze im Gartenbereich um 6,9 Prozent bzw. 7,5 Prozent ausbauen. Gleichzeitig legte der sonstige Handel (darunter auch

Demografischer Wandel spürbar

Grundsätzlich dürfte der laufende demografische Wandel den Gartenmarkt eher „befeuern“ als „bremsen“. Der zunehmende Anteil der Generation der über 55-Jährigen, auf die bereits heute mehr als 53 Prozent des privaten Gartenmarktes entfallen und deren Zahl sich bis 2030 nach heutigen Prognosen um mehr als 23 Prozent erhöhen wird, dürfte den Markt mit ihren unterschiedlichen Verhaltenstrends (Nachhaltigkeit, Erlebniskauf, Schnäppchenjagd, Informationsverhalten, Dienstleistungsorientierung, ROPO-Effekte) und ihrer überproportional hohen Gartenaffinität (eigenes Haus, hohe Kaufkraft) weiter vorantreiben können.

E-Commerce im Gartenmarkt

Unternehmen, die im Kontext des Multi-Channelling on- und offline unterwegs sind, zählen in vielen Branchen des Einzelhandels zu den eindeutigen Gewinnern im Wettbewerb. Auch im Gartenbereich zeigt sich ein kontinuierlich wachsender Online-Markt. Aber: Den Möglichkeiten der Online-Vermarktung im Gartenbereich sind durch die Heterogenität der dahinter stehenden Warengruppen unterschiedliche Chancen zuzumessen. Während sich für Hartwaren im Online-Handel vielfältige Chancen bieten, dürfte



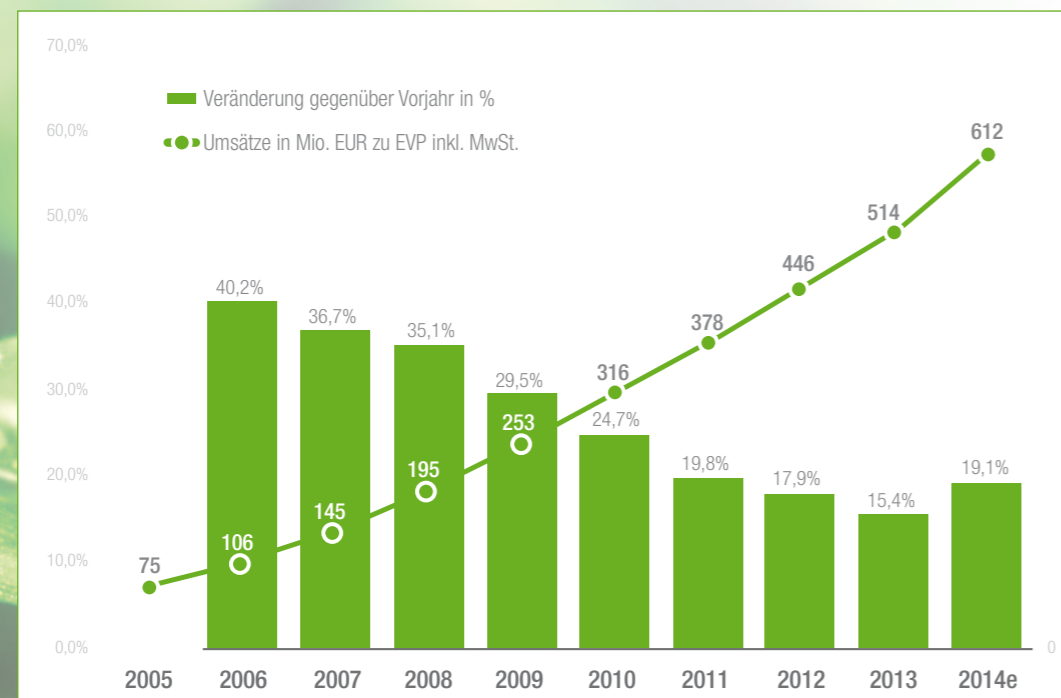
sich die Vermarktung von Produkten des Lebenden Grüns via E-Commerce vergleichsweise eher schwierig gestalten.

Aus Sicht der Verbraucher bestätigt sich diese Vermutung. So zeigen die Ergebnisse einer im Jahr 2013 bei 2.000 repräsentativ ausgewählten Haus-

halten durchgeführten Befragung eine überdurchschnittliche Präferenz der Verbraucher zugunsten der „technischen“ und „ausstattungsbezogenen“ Gartensortimente. In der warengruppenspezifischen Aufgliederung zeichnen die Verbraucher ein klares Bild derjenigen Sortimente, die sie uneingeschränkt online kaufen würden.

- An der Spitze der Rangfolge mit Werten zwischen 27 bis 29 Prozent uneingeschränkter Zustimmung finden sich Dünger und Pflanzenschutz (28,4 Prozent), Gartendekoration und -ausstattung (28,1 Prozent), Gartenmöbel (27,5 Prozent) sowie Garten-Handgeräte (27,2 Prozent).
- Im oberen Mittelfeld liegen Grillen im Garten (25,3 Prozent) sowie Garten-Motorgeräte (24,9 Prozent).
- Im unteren Mittelfeld rangieren Erden (16,2 Prozent), Wasser im Garten (15,9 Prozent) sowie Holz im Garten (14,7 Prozent).
- Am Ende der Rangskala finden sich Outdoor-Pflanzen (9,4 Prozent) und Indoor-Pflanzen (8,3 Prozent).

In derselben Erhebung gaben rund 5,0 Prozent der Befragten an, ihre Gartenprodukte aktuell überwiegend oder ausschließlich online zu kaufen. Rund 19 Prozent kaufen zu gleichen Teilen stationär und online. Besonders online-affin sind dabei die 31- bis 40-Jährigen, wobei die Online-Affinität mit zunehmendem Alter deutlich sinkt.



E-Commerce-Umsätze im Gartenmarkt in Deutschland 2005-2014

Verteilung des Grünen Online-Business

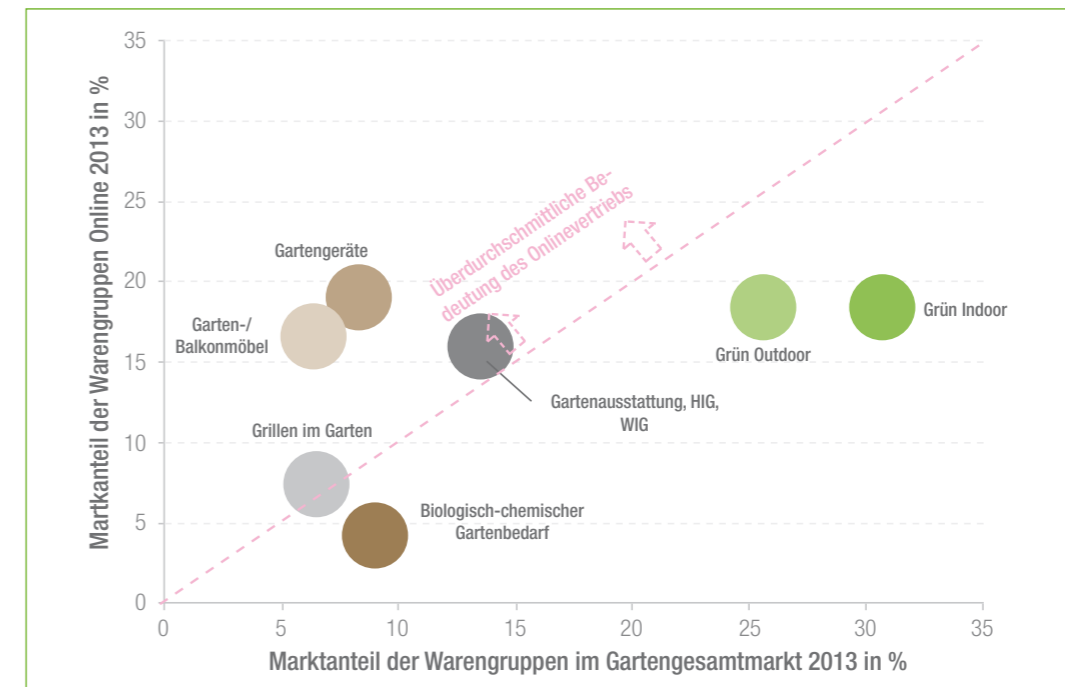
Mit Produkten aus dem Gartenbereich ist im Jahr 2014 ein Umsatz von ca. 612 Millionen Euro via Online-Vermarktungskanäle des stationären Handels, Katalogversender Online, Internet Pure-Player und Hersteller Online erzielt worden. Der aktuelle Marktanteil des E-Commerce am Garten-Gesamtmarkt beträgt rund 3,4 Prozent.

Im Gefüge der Warengruppen besitzen aktuell die beiden Segmente Grün Indoor und Grün Outdoor mit jeweils gut 18 Prozent Umsatzanteil die wichtigste Position im Onlinevertrieb. Verglichen mit den zusammen 56 Prozent Anteil im Gartengesamtmarkt zeigt sich jedoch, dass die beiden Warengruppen – trotz deutlicher Online-Umsatzzuwächse – im Internetvertrieb eine unterdurchschnittliche Bedeutung besitzen.

eine sichtbar höhere Bedeutung im Onlinehandel besitzen.

Die Umsätze im Internet teilen sich auf eine Vielzahl unterschiedlicher Unternehmen mit verschiedenen Geschäftsmodellen auf. Grundsätzlich wird im Folgenden auf Basis der originären Tätigkeit in die Segmente TV-Sender Online, Hersteller Online, Internet-Pure-Player, Katalogversender Online und Stationäre Händler Online unterschieden.

Der Blick auf die Umsatzverteilung nach den genannten Onlinevertriebswegen verdeutlicht den hohen Stellenwert der stationären Händler (Bau- und Heimwerkermärkte, Fachgartencenter, Gärtnereien, Motoristen, Möbelhandel, Lebensmitteleinzelhandel etc.). Aktuell entfallen knapp 60 Prozent der Onlineumsätze auf diesen Vertriebsweg. Der Vergleich mit dem Jahr



Marktanteile der Warengruppen Vergleich: Gesamtmarkt vs. Online in %

Eine identische Aussage trifft für den Bereich biologisch-chemischer Gartenbedarf zu. Einem Umsatzanteil von 9,0 Prozent im Gesamtmarkt steht 4,2 Prozent im Onlinehandel gegenüber.

Die restlichen fünf Warengruppen weisen hingegen eine relativ betrachtet höhere Marktbedeutung im WorldWideWeb auf. Während sich die Abweichungen bei Gartenausstattung/Wasser im Garten/Holz im Garten sowie Grillen im Garten auf maximal 3 Prozentpunkte belaufen, existieren mit Gartengeräten und Gartenmöbeln zwei Warengruppen, die

2005 verdeutlicht, dass die Händler mit eigenen Verkaufsflächen damit deutlich an Bedeutung gewinnen konnten (+ 6,2 Prozentpunkte). Wichtigster Vertreter der Stationären Händler im Onlinemarkt sind aktuell die Bau- und Heimwerkermärkte. Als zweitwichtigster Vertriebsweg im Online-Gartenmarkt fungieren derzeit mit 15 Prozent die Internet-Pure-Player. Hier existiert eine enorme Vielzahl von meist umsatzschwachen Anbietern, die sich häufig auf eine oder wenige Warengruppen spezialisiert haben. An Position drei mit 13 Prozent Marktanteil rangieren derzeit die Hersteller. Hier sind es aber bisher we-

niger die Produzenten von Gartenhartwaren, die relevante Onlineumsätze erzielen, sondern mehr die Produzenten von Blumen und Pflanzen – sprich die Baumschulen.

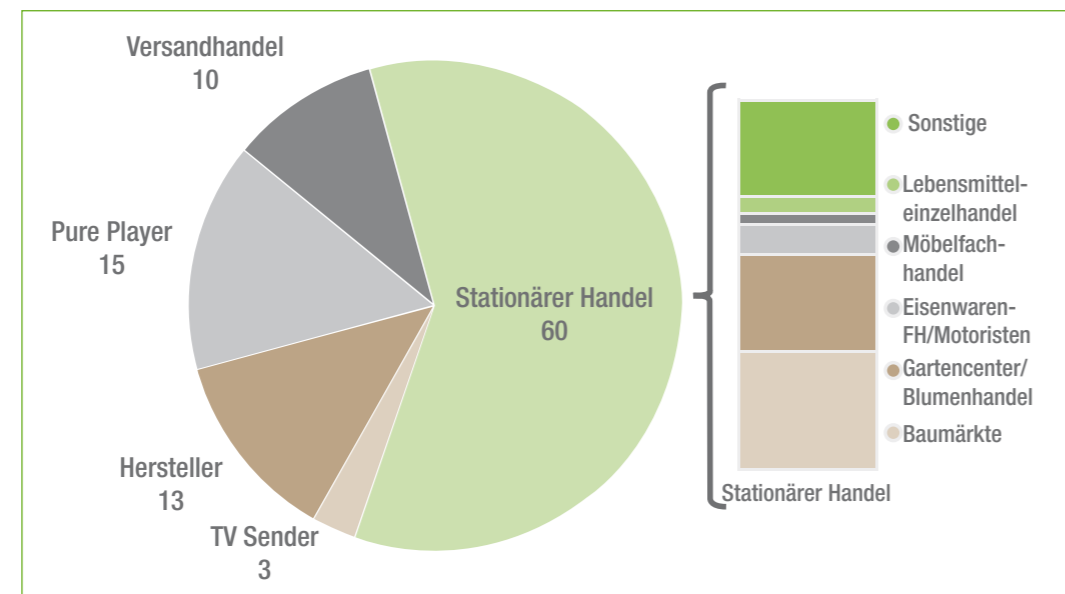
Auf einen Umsatzanteil von 10 Prozent kommen die klassischen Versandhändler mit ihren Onlineaktivitäten. Inzwischen kaum noch Relevanz besitzen hingegen die TV-Versender-Online.

Online-Umsätze wachsen weiter

Im Hinblick auf ihr künftiges Online-Einkaufsverhalten gaben die in der 2013er-Erhebung befragten Personen zu rund 35 Prozent an, in Zukunft „ganz bestimmt“ oder „eher ja“ mehr Gartenprodukte online

zu kaufen. In den jüngeren Bevölkerungsteilen bis 40 Jahre erhöht sich dieser Wert auf knapp 43 Prozent. Auf der anderen Seite stehen immerhin mehr als 24 Prozent der über 60-Jährigen, die ihre Online-Kaufaktivitäten im Gartenbereich ausweiten wollen.

Wenig überraschend daher die Erkenntnis: Die Online-Umsätze im Grünen Markt werden auch langfristig weiter wachsen! Mittelfristig (bis 2018) erwarten wir eine Steigerung des Online-Geschäfts auf rund 850-860 Millionen Euro, dies entspricht einem Plus gegenüber 2014 in Höhe von rund 40 Prozent. Der E-Commerce-Marktanteil am Gesamtmarkt wird sich dann nach vorliegenden Prognosen auf etwa 4,6 Prozent belaufen.



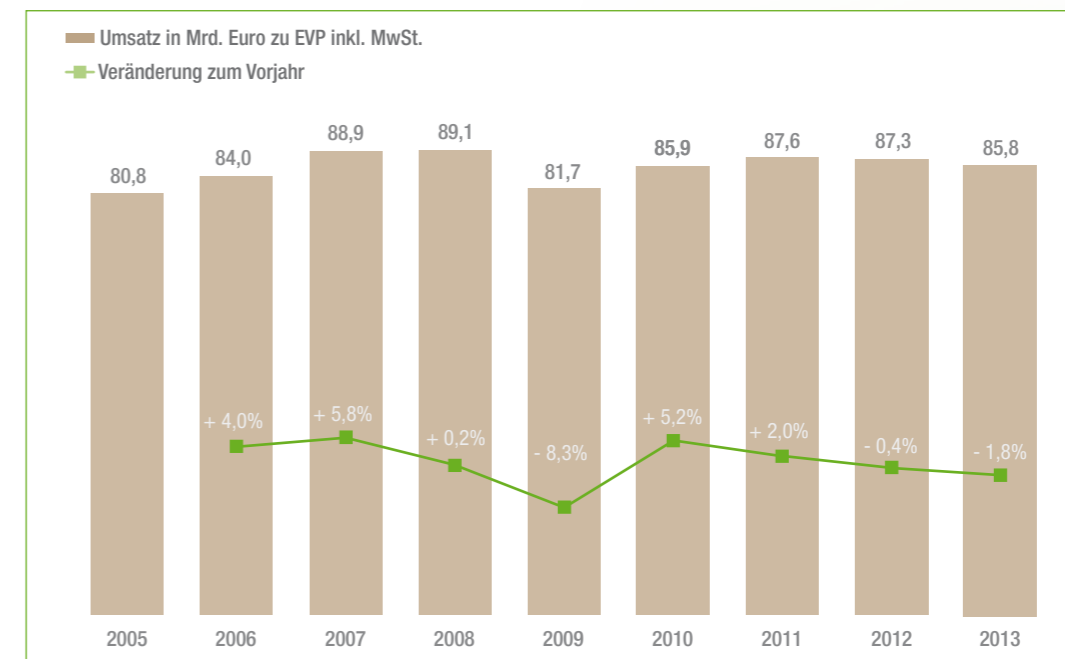
Umsatzanteil der Vertriebswege Online im Gartengesamtmarkt in %

„Without data you're just another person with an opinion.“
W. Edwards Deming

Der Blick über den Tellerrand: Der Gartenmarkt in der EU

85,8 Milliarden Euro – das ist das Marktvolumen in der EU27 über alle Warengruppen des Gartenmarktes hinweg – von der Orchidee über den Gartentisch und den Sonnenschirm bis hin zur Teichpumpe und dem Rasenmäher (Jahr 2013). Damit befindet sich der europäische Gartenmarkt grundsätzlich auf Wachstumskurs, denn im Jahr 2005 belief sich der Umsatz noch auf 80,8 Milliarden Euro. Entsprechend legte der Gartenmarkt im angesprochenen Zeitraum um 6,2 Prozent zu. Im Vergleich hierzu betrug das Plus in Deutschland nur 0,3 Prozent. Hinsichtlich der Umsatzbedeutung der Warengruppen weisen die Länder der EU27 naturgemäß deutliche Unterschiede auf. Insgesamt entfallen in Europa rund 62 Prozent der Umsätze auf Lebendes Grün (inkl. biologisch-chemischen Gartenbedarf) und 38 Prozent auf Gartenhartwaren.

Der Vergleich zwischen den Werten für Deutschland und denen der EU zeigt, dass Blumen und Pflanzen für Drinnen in Deutschland einen überdurchschnittlichen Stellenwert besitzen. Ebenfalls von hoher Bedeutung ist der Bereich Gartenausstattung/Holz/Wasser im Garten. Der Umsatzanteil von Garten- und Balkonmöbeln in Deutschland ist hingegen unterdurchschnittlich, was nicht zuletzt von der Witterung und der hohen gewerblichen Nachfrage in den südlichen Ländern herrührt. Bei der Betrachtung des Gartenmarktes in der EU27 wird deutlich, dass Deutschland mit einem Umsatz von über 17,3 Milliarden Euro (im Jahr 2013) als der wichtigste Einzelmarkt in Europa fungiert. Relativ gesehen entfallen 20 Prozent der europäischen Verbrauchsausgaben für Gartenprodukte auf das bevölkerungsreichste Land der EU.



Umsatzentwicklung des Gartenmarktes in der EU27 bis 2013

Eine starke Stimme für eine starke Branche

Der Industrieverband Garten ist seit mehr als 40 Jahren der Zusammenschluss der Hersteller von Gebrauchs- und Verbrauchsgütern in der Grünen Branche für den Hobby- und den Profimarkt. Mit seinen über 120 Mitgliedsunternehmen vereint der Verband ein großes, einflussreiches Netzwerk, repräsentiert eine starke Stimme und setzt sich auf allen Ebenen für die Belange der Gartenbranche ein. Der IVG ist eine wichtige Interessengruppe im Gartenmarkt – einem Markt, der Erfolg versprechende Zukunftsperspektiven bietet.

Aus der Verbandsarbeit: Information, Lobbying, PR und Netzwerk

Das zielgerichtete Angebot des IVG, auch fachabteilungsübergreifend, ist stets auf die Interessen der Mitgliedsunternehmen ausgerichtet und wird durch regelmäßige Befragungen überprüft und angepasst. Derzeitige Schwerpunkte der Verbandsarbeit sind:

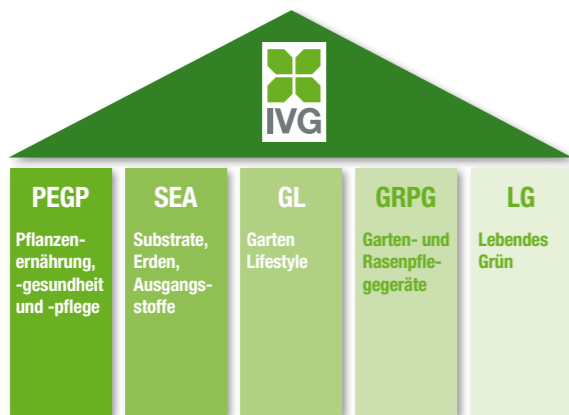
- Marktforschung (Zahlen, Daten, Fakten)
- verbandsübergreifende Beratung und Information insbesondere zu rechtlichen Fragestellungen und zu Vertriebsfragen
- fachabteilungsspezifische und verbandsübergreifende Lobbyarbeit
- Öffentlichkeitsarbeit und der Ausbau eines Netzwerks

Struktur des Verbandes

Innerhalb des IVG arbeiten derzeit fünf Fachabteilungen an Themenstellungen aus den Bereichen:

- Pflanzenernährung, -gesundheit und -pflege
- Substrate, Erden, Ausgangsstoffe
- Garten Lifestyle
- Garten- und Rasenpflegegeräte
- Lebendes Grün

Genauere Informationen zur Arbeit der Fachabteilungen finden Sie ab Seite 20.



Neu im IVG



Dipl.-Kfr. (FH)
Nadine
Ihleburg

Nadine Ihleburg ist seit Dezember 2014 beim IVG. Als Diplom-Kauffrau übernimmt sie innerhalb des Verbandes und der IVG Service GmbH zunächst die Bereiche Buchhaltung, Rechnungswesen und Controlling. Sie betreut darüber hinaus die umfangreichen Produktionsstatistiken des Verbandes.

Seit Mai 2014 unterstützt der promovierte Gartenbauwissenschaftler **Dr. Arne B. Hückstädt** das IVG-Team und betreut die Mitglieder der Fachabteilung Substrate, Erden, Ausgangsstoffe. Als Experte im Bereich Pflanzenbiologie und Produktionsphysiologie im Unterglasanbau und mit seinem Praxiswissen aus Produktion und Vermarktung im In- und Ausland ist er auch gefragter Fachmann für die Fachabteilungen Lebendes Grün und Pflanzenernährung, -gesundheit und -pflege sowie die zahlreichen umweltspezifischen Themenstellungen des Verbandes.



Dr. Arne B.
Hückstädt

Immer auf dem neuesten Stand

Aktuelle Informationen und fundiertes Know-how rund um das Thema Garten und den Gartenmarkt in Deutschland gehören zum wertvollen Wissenspool des Industrieverbandes Garten. Seit vielen Jahren erhebt und bündelt der Verband kontinuierlich Zahlen, Daten und Fakten zur Marktentwicklung, zu Trends und zum Marktvolumen. Diese bilden in Abstimmung mit den Fachabteilungen die Grundlage für Diskussion und Analyse der Marktentwicklungen im Grünen Markt.

Die konkrete Marktforschung stützt sich dabei auf folgende Datenquellen:

- Auswertungen des Instituts für Handelsforschung (IFH)
- Amtliche Statistiken
- Verbandseigene Statistiken
- Nutzung von Marktforschungsdaten beauftragter Institute
- Mitgliederbefragung
- Monitoring der Presse zum Gartenmarkt



Enge Kooperation mit dem Institut für Handelsforschung (IFH) Köln

Das IFH ist ein unabhängiges Institut mit ausgewiesener Branchenexpertise, -bekanntheit und -vernetzung im deutschen On- und Offline-Handel. IVG Mitglieder profitieren von dieser Kooperation, da ihnen Forschungsergebnisse zur Handelsentwicklung, aber auch zum Verbraucherverhalten teilweise exklusiv zur Verfügung gestellt werden. Im IVG Mitgliederbereich werden interaktive Grafiken und Auswertungen angeboten – beispielsweise zu den Vertriebswegen der Grünen Branche, der Entwicklung der Sortimente oder der Umsatzentwicklung des Gesamtmarktes. Dieser ständig

aktualisierte Datenpool erlaubt individuelle Auswertungen als Orientierung für die Bereiche Marketing, Produktmanagement, Strategie, Reporting und Controlling.

Zusätzlich informiert das IFH die IVG Mitglieder über Entwicklungen in angrenzenden Bereichen wie das Verbraucherverhalten im Bio-Markt, die Akzeptanz von nachhaltig erzeugten Produkten oder die Entwicklungen im E-Commerce.

Umfragen und Statistiken

Exklusiv stehen den beteiligten IVG Mitgliedern detaillierte Treuhandstatistiken zur Verfügung. Ausgewertet und erstellt werden sie in den Fachabteilungen Garten- und Rasenpflegegeräte (GRPG), Pflanzenernährung, -gesundheit und -pflege (PEGP) sowie Substrate, Erden, Ausgangsstoffe (SEA).

Der IVG-Infoticker: Immer bestens über Branchennews informiert

Umfassende Informationen sind die Basis für erfolgreiches unternehmerisches Handeln. Die Medien, insbesondere die Fach- und Wirtschaftspresse, liefern jede Woche eine Flut von Informationen. Der IVG führt ein aufwendiges Pressemonitoring durch und filtert alle branchenrelevanten Fakten. Alle zwei Wochen werden sie in Form eines kompakten Infotickers an alle Mitglieder per Email versendet. Über den internen, geschlossenen Mitgliederbereich werden außerdem fachabteilungsspezifische Themen und sensible Daten, die nicht für die Öffentlichkeit gedacht sind, zugänglich gemacht.



Fit für heute und morgen

Fundierte Informationen zu aktuellen Themen und umfassende Beratung in den Bereichen Recht, Normung, Vertrieb und Marketing gehören beim IVG zum festen Leistungsangebot.

Rechtliche und technische Beratung

Seit vielen Jahren nutzt der IVG seine Erfahrung aus den unterschiedlichen Fragestellungen und bietet seinen Mitgliedern eine ausführliche Rechtsberatung, so unter anderem im Zivil-, Vertrags-, Kartell- und Wettbewerbsrecht, Umweltrecht sowie Gewerbe- und Produktsicherheitsrecht.

Insbesondere erhalten die Mitglieder Antworten und Lösungen zu Konsumgüterfragen. Daneben gehört zur IVG Rechtsberatung eine gewissenhafte Vertragsprüfung. Zunehmend werden auch aktuelle Rechtsthemen aus den Bereichen E-Commerce und Produktpiraterie fachkundig behandelt. Für Mitgliedsunternehmen, die Torfabbau in Niedersachsen betreiben, bietet der IVG eine ausgeprägte Kompetenz in den Bereichen Bodenabbaurecht Niedersachsen, Torfabbaugehmigungen und Umweltrecht.

Technik und Normung

Fragestellungen zu Produkten seiner Mitglieder und die Möglichkeit der Mitarbeit in nationalen

europäischen und internationalen Normungsgremien bietet der IVG durch seine aktive Rolle im externen DIN-Normenausschuss NAEBM und seiner Fachgruppe FGR.

Aktive Vertriebsunterstützung

Workshops, Seminare und Vertriebsleiterforen sind die kartellrechtskonformen Instrumente zur Unterstützung der IVG Mitglieder. In 2014 nahmen zahlreiche Mitgliedsunternehmen die Gelegenheit wahr, sich über Entwicklungen in den Bereichen E-Commerce, selektiver Vertrieb, Warenpräsentation und Online-Marketing zu informieren. In jeder Veranstaltung brachten ausgewiesene Experten aus dem jeweiligen Fachgebiet ihren Sachverstand mit ein. Die Auswahl der Seminarschwerpunkte richtet sich nach dem aktuellen Bedarf der Unternehmen und wird für das Jahr 2015 rechtzeitig angekündigt.

„Der Erfolgreichste im Leben ist der, der am besten informiert wird.“

Benjamin Disraeli (1804-81), brit. Politiker und Schriftsteller

Für einen lautereren und fairen Wettbewerb

Der IVG vertritt die Interessen der Gartenbranche gegenüber allen Vertriebsstufen und der Politik und steht im engen Austausch mit den zuständigen Behörden.

Damit will der Verband den Wettbewerb stärken, unternehmerische Freiräume ausweiten und die Leistungsfähigkeit der Branche sichern. Verbandsübergreifend rücken Fragen des Kartellrechts und der Regelungsbedarf beim Gleichbehandlungsansatz beim Online- und Offlinehandel in den Fokus. Zudem profitieren die Mitglieder durch die Mitgliedschaft im Aktionskreis gegen Produkt- und Markenpiraterie (APM).

Produkttests

Durch den gezielten Kauf von Produkten im Preisvergleich und deren Überprüfung zeigte der IVG

Aktionskreis gegen Produkt- und Markenpiraterie (APM) e.V.

Der Aktionskreis gegen Produkt- und Markenpiraterie (APM) e.V. fungiert als Berater der Politik und Informationsplattform für Mitglieder und setzt sich für ein verlässliches Umfeld ein, das den effektiven Schutz der Rechte des geistigen Eigentums garantiert und die am Wirtschaftsleben Beteiligten vor Verletzungen schützt. Derzeit sind im APM rund 70 Mitglieder aus verschiedenen Branchen vertreten. Der IVG ist einer von insgesamt neun Förderern. Weitere Informationen unter: www.markenpiraterie-apm.de

auf, dass viele Geräte auf dem deutschen Markt nicht dem Produktsicherheitsgesetz entsprechen

APM
AKTIONSKREIS
GEGEN PRODUKT- UND
MARKENPIRATERIE E.V.



Immer mehr Menschen fühlen sich im wahrsten Sinne des Wortes „draußen zu Hause“ – in ihrem eigenen Garten. Viele sprechen von ihrem grünen Wohnzimmer. Denn Garten ist schon lange nicht mehr nur gärtnern und jäten, sondern vielmehr Lebensgefühl und mittlerweile das beliebteste Outdoor-Hobby. Der Garten wird zur Wohlfühloase gestaltet und dient immer mehr zur Erholung vom stressigen Alltag. Etwa 10 Millionen Deutsche verbringen regelmäßig ihre Freizeit im Garten und 3 Millionen besuchen begeistert Gartenfestivals und Landpartien.

Mit dem Tag des Gartens startet der IVG gemeinsam mit der Koelnmesse ein Event, das die Vielfalt der Gartensortimente der IVG Mitgliedsfirmen und weiterer Unternehmen mit zahlreichen

Attraktionen wie Rasenmäherrennen und Mustergärten verknüpft. Der Tag des Gartens als Zweitagesveranstaltung für Endverbraucher soll sich zu der zentralen Veranstaltung entwickeln, um Verbrauchern, Medien und Handel die Vielfalt von Produkten und Sortimenten des Gartenmarktes nahezubringen.

Die Veranstaltung wird Hobbygärtner aus dem gesamten Rheinland und der Ruhrregion nach Köln locken, um sich von den zahlreichen Präsentationen rund um das Thema Garten inspirieren zu lassen. Der Rheinpark in Köln als ehemaliges BUGA Gelände ist dazu ideal geeignet, schafft das attraktive Umfeld für die Veranstaltung und macht den Besuch zusätzlich lohnenswert.

www.tagdesgartens-koeln.de



und daher auch als verbrauchergefährdend betrachtet werden müssen. Eine funktionierende Marktaufsicht ist Voraussetzung für den effektiven Verbraucherschutz und die Absicherung der gesetzeskonformen Inverkehrbringung von Produkten. Der Verband wird auch in Zukunft auf diesen Missstand aufmerksam machen.

Lobbyarbeit

Grundlage der Interessenvertretung sind Gesetze und Normen und die gute fachliche Praxis. Der IVG weist Legislative und Exekutive auf etwaige Lücken und Fehler hin und kann diese fachlich auch begründen. Durch das Expertenwissen um Produkte und den Markt ist der IVG Ansprechpartner für Politik, Behörden, Naturschutzfachgruppen und Abnehmerkreise.

Dialog mit Naturschutzgruppen

Das wachsende Interesse des Verbrauchers an umweltgerechten und nachhaltig erzeugten Produkten führt zu einer immer stärkeren Überprüfung durch die Naturschutzverbände. Unter dem Motto

„Kommunikation statt Konfrontation“ führt der IVG in Abstimmung mit den weiteren Verbänden der Grünen Branche den Dialog für die Hersteller- und Anbieter-Seite, um zu konstruktiven Ergebnissen zu kommen. Aktuelle Ergebnisse mit Greenpeace und NABU belegen die Richtigkeit dieses Weges.

Öffentlichkeitsarbeit

Der IVG ist Kommunikator zwischen Grüner Branche und Öffentlichkeit. Der Verband bündelt die Interessen aller Mitglieder in den Fachabteilungen, aber auch übergreifend und kommuniziert diese mit gezielten Fach- und Endverbraucher-PR-Maßnahmen an die Öffentlichkeit. Durch regelmäßige Presseausweisungen zur wirtschaftlichen Entwicklung des Gartenmarktes, zum Verbraucherverhalten und zu fachlichen Themen werden Branche und Endverbraucher stets über aktuelle Fakten informiert. Beim jährlichen IVG Medientag Garten geben Experten mehr als 90 Journalisten einen Überblick über die Trends und die zu erwartende Marktentwicklung für das laufende Jahr. Pressekonferenzen organisiert der IVG nach Bedarf.



Im ständigen Dialog

Der Industrieverband Garten bietet seinen Mitgliedern ein breites, einflussreiches Netzwerk, repräsentiert die Branche aber auch in der Öffentlichkeit und zeigt Präsenz in allen Medien, wenn es um das Thema Garten geht. Dazu gehören ebenfalls angesehene Branchentreffs und wichtige Fachmessen.



IVG MEDIENTAG GARTEN 2014

Welche Marketing- oder PR-Abteilung träumt nicht davon, nahezu alle branchenrelevanten Journalisten und Medienvertreter an einem einzigen Tag und jedes Jahr auf's Neue persönlich zu treffen, um neue Produkte für die nächste Saison vorzustellen? Auf dem IVG Medientag Garten ist das möglich. Mehr als 90 Medienvertreter, darunter Redakteure aller wichtigen Fachzeitschriften und Hobbygartenmagazine sowie Fernsehjournalisten, folgten der Einladung zum 13. IVG Medientag Garten im Februar 2014 in Köln. Insgesamt 33 Mitgliedsunternehmen nutzten die Chance, ihre Innovationen rechtzeitig vor Saisonbeginn zu präsentieren. In zwei spannenden Vorträgen der IVG Experten Klaus Peter Teipel und Dr. Oliver Nickel erhielten Journalisten und Herstellerfirmen außerdem einen Überblick über die aktuelle Marktentwicklung und Trends im Gartenmarkt.



MOTORISTEN KONGRESS

Der Motoristen Kongress des Rohn-Verlages etabliert sich mehr und mehr zur Branchenplattform für den Motorgerätefachhandel. Dieser Vertriebsweg ist für Hersteller von Garten- und Rasenpflegegeräten von besonderer Bedeutung. Aus diesem Grund unterstützte der IVG erstmalig im Jahr 2014 diesen Kongress und wird sich zukünftig auch inhaltlich verstärkt daran beteiligen.



SYNLOG-TAG 2014

Mehr als 120 Teilnehmer aus Industrie, Handel und Dienstleistung folgten einer außerordentlich interessanten Veranstaltung, bei der Logistikkonzepte aus der Branche Bau und Garten vorgestellt wurden. Beantwortet wurden Fragen zu Anforderungen des Handels an die Lieferantenlogistik und die Umsetzung in leistungsstarke Herstellerlogistik. SynLOG ist eine gemeinsame Initiative des Herstellerverbandes Haus & Garten (HHG) und des Industrieverbandes Garten (IVG) und als intelligentes Logistikkonzept für Handel und Industrie mittlerweile seit 16 Jahren erfolgreich am Markt präsent. Der nächste SynLOG-Tag findet am 24. Juni 2015 statt.



SPOGA+GAFA 2014 / IVG GARTENPARTY 2014

Der IVG ist ideeller Träger der Gartenmesse spoga+gafa, im Vorsitz des Fachbeirates vertreten und nimmt aktiv Einfluss auf die Veranstaltung. Ein Erfolg in 2014 war erneut die IVG Gartenparty, die zum zweiten Mal stattfand. Aussteller und Besucher nahmen die Möglichkeit wahr, Kontakte zu pflegen, Neuigkeiten auszutauschen und den Messtags gesellig ausklingen zu lassen. Die nächste IVG Gartenparty findet am 31. August 2015 statt.



DEUTSCHER TORF- UND HUMUSTAG 2014

Bei der nunmehr 49. Veranstaltung im Oktober 2014 in Bad Zwischenahn stand der Dialog zwischen Industrie und Naturschutz auf der Tagesordnung. Insgesamt 236 Teilnehmer nahmen die Einladung des IVG an und verfolgten interessiert das Vortragsprogramm. Der nächste Deutsche Torf- und Humustag findet am 15. Oktober 2015 statt.



IVG FORUM GARTENMARKT 2014

Der IVG will durch seine Veranstaltung IVG Forum Gartenmarkt den Schwerpunkt auf die Entwicklung des Grünen Marktes und die Erschließung seiner Potenziale legen. Die Teilnehmer verfolgten 2014 inspirierende Vorträge aus den Bereichen Kooperation, Geschenkartikelmarkt, Markt für Pflanzen heute und morgen und zu vielen anderen Themen. Mit knapp 200 Besuchern war die Veranstaltung außerordentlich gelungen. Höhepunkt war der Redebeitrag von Horst Lichter, Deutschlands beliebtestem Fernsehkoch, der durch sein authentisches, ehrliches und emphatisches Auftreten überzeugte. Bereits am Vorabend fand der rege Austausch zwischen Handel und Industrie beim Branchenabend statt. Das nächste IVG Forum Gartenmarkt erwartet uns am 5. November 2015 in Berlin.

Kooperation mit branchenrelevanten Verbänden

Der IVG pflegt die enge Zusammenarbeit mit den Verbänden der Grünen Branche. Gerade im Zusammenhang mit den heutigen Herausforderungen aus den Bereichen Gesetzgebung und Naturschutz erhält das Instrument „Runder Tisch der Grünen Branche“, das vom IVG initiiert wurde, eine neue Bedeutung. Er ist eng verzahnt mit seinen Branchenpartnern wie dem Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten (BHB), Verband Deutscher Gartencenter (VDG), Zentralverband Gartenbau (ZVG), Markenverband, Zentralverband Elektrotechnik und Elektroindustrie (ZVEI), Interessenvereinigung Motoristen (IVM), der

Wettbewerbszentrale sowie mit den europäischen und internationalen Partnerverbänden European DIY-Retail Association (EDRA), European Peat and Growing Media Association (EPAGMA), International Peat Society (IPS), European Garden Machinery industry Federation (EGMF) und European Organic Fertilizers Manufacturers Association (EUROFEMA). Über den Wirtschaftsverband Stahl- und Metallverarbeitung e.V. (WSM) ist der IVG an den Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI) angeschlossen. In gemeinsamen Vorstandssitzungen und Arbeitskreisen werden aktuelle Themen diskutiert und weiterentwickelt.



Peter Botz Geschäftsführer
Verband Deutscher Garten-Center e.V. (VDG)



„Der IVG und seine Mitglieder sind die wichtigsten Partner für den grünen Fachhandel. Gut, dass auch über den IVG ein reger Austausch zwischen den Lieferanten und unseren Gartencentern besteht. Wenn wir die Marktchancen gemeinsam angehen, wird sich der Fachhandel mit seiner besonderen Kompetenz im lebenden Grün weiter positiv entwickeln.“



Dr. Peter O. Wüst Hauptgeschäftsführer
Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten (BHB)



„Eine enge Verzahnung mit der Anbieterseite der Grünen Branche ist uns wichtig. Deshalb arbeiten wir mit dem IVG und seinen Experten für den Gartenmarkt zusammen, bilateral und in verschiedenen Gremien, um im ständigen Austausch über Entwicklungen im Gartenmarkt zu sein.“



John W. Herbert Geschäftsführer
European DIY-Retail Association (EDRA)



„Für jedes EDRA-Mitglied und damit für jeden Heimwerkermarkt in ganz Europa ist der Gartenmarkt ein bedeutender Teil unseres Geschäfts. Gartenprodukte machen bis zu 30 Prozent des Jahresumsatzes von Baumärkten aus. Besonders in Großbritannien, Irland und Deutschland haben Gartenprodukte eine hohe Bedeutung. Deshalb freuen wir uns, eng und gut mit dem IVG zusammenarbeiten zu können. Dieser Verband vertritt alle relevanten Marktführer der europäischen Gartenindustrie und bietet ein breites Wissen zum Thema Gärtnern und zum Gartenmarkt.“



Jürgen Herrmannsdörfer Vorsitzender
Bundesverband Einzelhandelsgärtner (BVE)



„Dem BVE, als Sprachrohr der handels- und dienstleistungsorientierten sowie produzierenden Gartenbauunternehmen mit direktem Kundenkontakt, ist die Zusammenarbeit mit dem IVG besonders wichtig, da hiermit dem Handel und den Lieferanten eine Plattform zum Gedankenaustausch geboten wird. Gemeinsame Aktivitäten, wie das IVG Forum Gartenmarkt, tragen dem Rechnung.“



Pflanzenernährung, -gesundheit und -pflege

Fachabteilung Pflanzenernährung, -gesundheit und -pflege (PEGP)

Die Fachabteilung Pflanzenernährung, -gesundheit und -pflege repräsentiert die Marktsegmente Pflanzenpflege, Düngemittel und Pflanzenschutz. Sie befasst sich mit Themen des Düngemittel- und Pflanzenschutzrechts sowie mit Vertriebsfragen und der Marktüberwachung. Um den Gesamtmarkt für Marken und Handelsmarken abbilden zu können, wurde in der Fachabteilung eine neue Treuhandstatistik für Düngemittel beschlossen und erstmals in 2014 umgesetzt.

Vorbereitung einer neuen EU-Düngemittelverordnung

Der Entwurf der neuen Düngemittelverordnung wird in der EU vorbereitet. Zur inhaltlichen Ausgestaltung dieser neuen Verordnung sind noch eine Reihe von Fragen offen, die in der Fachabteilung und durch Vertretung in dem europäischen Verband EUROFEMA (European Organic Fertiliser Manufacturing Association) bearbeitet werden.

Der IVG setzt sich weiterhin dafür ein, dass das neue EU-Regelwerk einerseits zwar Erleichterungen für die Wirtschaft gewährt, andererseits aber auch die notwendige Wirksamkeit und Sicherheit von Düngemitteln garantiert.

Besondere Herausforderungen an Industrie und



Info

Ihr Ansprechpartner beim IVG

RA Alwin Reintjes
Justiziar

Tel.: +49 2102 9408-20
Mobil: +49 151 55223058
E-Mail: reintjes@ivg.org



Handel stellt die Umsetzung der Verordnung Nr. 98/2013 über die Vermarktung und Verwendung von Ausgangsstoffen für Explosivstoffe. Diese Verordnung gilt seit dem 02.09.2014 und soll den Zugang von Stoffen erschweren, die zur illegalen Herstellung von Explosivstoffen missbraucht werden können. Bei Produkten, die an private Endverbraucher abgegeben werden, sind Grenzwerte einzuhalten. Mit dem Handel (Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V. (BHB) und Handelsverband Deutschland (HDE)) war ein Abgleich zur verträglichen Umsetzung der Verordnung und der Frage vorzunehmen, welche Produkte betroffen sind.

Bienenschutz: Maßvoller Einsatz von Pflanzenschutzmitteln erforderlich

Im April dieses Jahres veröffentlichte Greenpeace die Studie „Der giftige Garten Eden“, nach der 79 Prozent der untersuchten Pflanzen aus Bau- und Gartenmärkten Rückstände von bienengefährlichen Pestiziden aus der Gruppe der Neonicotinoide enthielten. Über mehrere Monate fanden in 38 Städten Demonstrationen vor großen Filialen verschiedener Baumarktketten statt. Die Umweltschutzorganisation forderte vom Handel nicht nur, bienengefährliche Pflanzenschutzmittel aus den Regalen zu entfernen, sondern auch den Ausschluss bienengefährlicher Pestizide aus der Produktionskette der Pflanze. Der Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V. (BHB)

nahm daraufhin den Dialog mit Greenpeace auf. In einem Branchendialog und den nachfolgenden Gesprächen mit Greenpeace haben sich die Verbände BHB, VDG, IVA und IVG zum umweltgerechten Gärtnern bekannt, aber ebenso chemische Pflanzenschutzmittel als Bestandteil des integrier-



ten Pflanzenschutzes einbezogen. Die Verbände stimmen in dem verantwortungsvollen Einsatz von Pflanzenschutzmitteln für den Haus- und Gartenbereich überein. Der Austausch hierzu findet in einem Branchendialog statt, ein gemeinsames Kommunikationsprojekt befindet sich für 2015 in Vorbereitung.

Die Sprecher der Fachabteilung:



Oliver Trappmann
Leiter Marketing
Consumer
International
Compo
GmbH & Co. KG

„Wir sind Mitglied im IVG, weil wir den IVG als exzellent aufgestellten Verband sehr schätzen. Deshalb ist es auch selbstverständlich für uns, aktiv in den Gremien des IVG mitzuarbeiten.“



Hans Martin Lohmann
Geschäftsführender
Gesellschafter
W. Neudorff
GmbH KG

„Wir sind Mitglied im IVG, weil da dort uns betreffende wichtige Themen der Grünen Branche behandelt werden, man viel über anstehende Gesetzesänderungen und -vorhaben erfährt und auch gemeinsam hierüber diskutieren kann.“



Substrate, Erden, Ausgangsstoffe

Fachabteilung Substrate, Erden, Ausgangsstoffe (SEA)

Die Fachabteilung Substrate, Erden, Ausgangsstoffe (SEA) vereint nahezu alle Hersteller von Blumenerden und Kultursubstraten in Deutschland. Zudem ist die Mehrzahl der torfgewinnenden Unternehmen Niedersachsens Mitglied im IVG. Seit 2013 ermöglicht der IVG auch Firmen, die Rohstoffe oder Zuschlagsstoffe anbieten, die assoziiert

Mitgliedschaft. Themenschwerpunkte in der Fachabteilung sind die Rohstoffsicherung sowohl für Torf als auch für alternative Substratausgangsstoffe, Öffentlichkeitsarbeit und Lobbying zu Regelwerken. Daneben spielen auch der Dialog und die Zusammenarbeit mit Natur- und Umweltschutzverbänden eine zunehmend wichtige Rolle.



Info

Ihre Ansprechpartner
beim IVG

Dr. Arne B. Hückstädt
Referent Gartenbau und Umwelt

Tel.: +49 2102 9408-30
Mobil: +49 175 8699959
E-Mail: hueckstaedt@ivg.org

RA Tanja Constabel
Rohstoffgewinnung und -sicherung Niedersachsen

Tel.: +49 511 690 999-32
Mobil: +49 177 5186286
E-Mail: constabel@ivg.org

Gemeinsames Konzept von NABU Niedersachsen und IVG zum Torfabbau in Niedersachsen

Die Niedersächsische Landesregierung plant eine Aktualisierung des LROPs von 2012, wodurch alle Vorranggebiete für die Torfgewinnung gestrichen werden sollen. Diese landwirtschaftlich genutzten Flächen sollen dann als Vorranggebiete für Torferhalt und Moorentwicklung dienen, wodurch die Torfindustrie in Deutschland, aber auch die nachgelagerten Produktionszweige wie der professionelle Gartenbau gefährdet sind. Der NABU Niedersachsen und der IVG haben daher am 17. Juli 2014 ein gemeinsames Natur- und Klimaschutzkonzept für Hochmoorflächen unter Einbeziehung der Rohstoffnutzung vorgelegt. Das Konzept umfasst eine Liste von niedersächsischen Mooren, in denen aus Sicht des NABU und des IVG unter definierten Rahmenbedingungen ein wesentlicher Beitrag für den Moorschutz geleistet werden kann. NABU und IVG fordern von der Niedersächsischen Landesregierung eine Verankerung des Konzepts im Landesraumordnungsprogramm (LROP).

Analyse der Verfügbarkeit und der Verwendung von alternativen Substratausgangsstoffen

Den alternativen Substratausgangsstoffen kommt aufgrund der geringer werdenden Torfmengen eine größer werdende Bedeutung zu. Das Angebot an torffreien oder torf reduzierten Substraten und Blumenerden am Markt steigt stetig. Die Substratindustrie steht bei der Verwendung von Biomasse in Konkurrenz mit der Energiewirtschaft, die alternative Substratausgangsstoffe verstärkt zur thermischen Verwendung heranzieht. Die Fachabteilung SEA hat daher ihre Statistiken erweitert, um den Absatz an torffreien und torf reduzierten Sub-

straten und Blumenerden zu ermitteln. Darüber hinaus gibt eine jährlich durchgeführte Umfrage unter den im IVG organisierten Unternehmen Auskunft über die Art und Menge an alternativen Substratausgangsstoffen. Sie liefert wichtige Einschätzungen für die Lobbyarbeit des Verbandes, die die Verfügbarkeit alternativer Rohstoffe sicherstellen will.

Etablierung eines Zertifizierungssystems für Torfgewinnung



Das Zertifizierungssystem RPP (Responsibly Produced Peat) ist ein wichtiges zukünftiges Instrument, mit dem Verbrauchern, gewerblichen Verwendern und anderen interessierten Kreisen belegt wird, dass der eingesetzte Torf auf verantwortliche Art und Weise gewonnen wurde. Es schließt weltweit aus, dass natürliche Moore geschädigt werden und stellt sicher, dass nach der Torfgewinnung renaturiert wird. Im Jahr 2014 wurden erste Testzertifizierungen durchgeführt, so dass das System 2015 eingeführt werden kann. Der IVG ist im Vorstand vertreten und unterstützt mit seinen Mitgliedern die Etablierung von RPP. www.responsiblyproducedpeat.org

Internetplattform



www.warum-torf.info

Die seit 2013 existierende Plattform bietet umfassende und objektive Informationen zum Thema Torf und alternative „Ausgangsstoffe“ für die Produktion von Humusprodukten. Sie richtet sich an Verbraucher, Hobbygärtner und gewerbliche Verwender, Medienvertreter und sonstige interessierte Kreise.

Die Sprecher der Fachabteilung:



Stephan Patzer
Geschäftsführender
Gesellschafter
Gebr. Patzer GmbH
& Co. KG

„ Wir sind Mitglied im IVG, da wir hier als mittelständisches Unternehmen der Grünen Branche bei allen relevanten Themen sehr gut informiert werden. Insbesondere der rege Austausch in der Fachabteilung Substrate, Erden, Ausgangsstoffe hilft uns, im täglichen Umgang die richtigen Entscheidungen zu treffen. “



Gunnar Koch
Geschäftsführender
Gesellschafter
Torfwerk Moorkultur
Ramsloh Werner
Koch GmbH & Co.

„ Der Industrieverband Garten ist für unsere Branche der kompetente Partner, der uns im Dialog mit Behörden, Naturschutzfachgruppen und Abnehmerkreisen ausgezeichnet vertritt. Wir schätzen die vorausschauende Verbandsarbeit und das Engagement der handelnden Personen in Abstimmung mit den Sprechern und den Mitgliedern. “



Fachabteilung Garten Lifestyle (GL)

In der Fachabteilung Garten Lifestyle tauschen sich Anbieter aus den Segmenten Dekoration, Wassergarten, Gartenmöbel, Grillgeräte und Pflanzgefäße aus. Die Fachabteilung zählt derzeit 22 Mitgliedsunternehmen und möchte in den nächsten Jahren insbesondere mehr Grillgerätehersteller und Gartenmöbelproduzenten dazugewinnen. Im Fokus der Arbeit steht die Analyse von Trends rund ums Outdoor-Living und Outdoor-Cooking.

Da gerade die beiden Märkte der Gartenausstattung mit Gartendekoration und Gartenmöbeln sowie der Grillmarkt großes Potenzial bieten, beschäftigt sich die Fachabteilung Garten Lifestyle mit allen aktuellen Markt- und Vertriebsthemen: Online-Handel, Entwicklungen im Fachhandel und Marketing am POS sind Inhalte, die hier angestoßen werden, von deren Bearbeitung aber sämtliche IVG Mitgliedsunternehmen aller Fachabteilungen profitieren.

Die Datenbasis für die Trendanalyse liefern Marken- und Innovationsagenturen, die exklusiv für den IVG regelmäßig Gartentrends aus aller Welt aufspüren. Bisher konnten mehr als 500 Mikrotrends aus über 34 Ländern mit dem IVG-Trendradar gefunden werden.

So ließ sich in 2014 beispielsweise eine immer größer werdende Bewegung zum Digital Gardening oder auch dem „Fingertip Gardening“ ausmachen: Hersteller setzen auf benutzerfreundliche Apps, die das Gärtnern, Gestalten und Dekorieren mit Hilfe des Smartphones erleichtern. Auch das Thema Kräutergarten und Selbstversorgung mit Obst und Gemüse aus dem eigenen Garten stand hoch im Kurs bei den Gartencenter-Kunden. Ferner waren im letzten



Info

Ihr Ansprechpartner beim IVG

Dipl.-Ing. (FH) Johannes Welsch
Geschäftsführer

Tel.: +49 2102 9408-80
Mobil: +49 151 11677565
E-Mail: welsch@ivg.org



Jahr schlichte Möbel aus Holz und Beton gefragt und zahlreiche Pflanzgefäße im Colour-Clash mit bunten Kissen und anderen farbenfrohen Dekorationsobjekten ließen sich auf vielen Terrassen finden. Insbesondere in der Trend-Farbe Royal Orchid, diesem leuchtenden Lila, strahlten Blumentöpfe,

Grillhandschuhe, Grillthermometer und Popcornpfannen machen die Grillparty zum Erlebnis. Damit wird Grillen zum Lifestyle-Thema: Geselligkeit, Experimentierfreude und Technikbegeisterung für stets teurer werdende Grillgeräte gehören für viele Menschen zum Barbecue-Vergnügen dazu. Der Trend



Blumenkästen, Kissen, Kerzen und sogar Outdoor-Teppiche.

Zum Bereich Garten Lifestyle zählt natürlich der Deutschen liebste Beschäftigung nach Feierabend: das Grillen im eigenen Garten, das seit einigen Jahren neue Dimensionen angenommen hat. Wer Bratwurst und Nackensteaks langweilig findet, kann sich heutzutage ohne Probleme Pizzen oder Burger auf dem Rost an der frischen Luft zubereiten. Lustige

geht zum Gas- und sogar Zweitgrill, was sich auch in den Umsatzzahlen so mancher Hersteller widerspiegelt.

Lifestyleorientierung findet sich auch bei optisch ansprechenden Regenwasserspeichern, die hinsichtlich ihrer dekorativen Wirkung Akzente setzen. Easy Gardening als weiterer Trend findet sich in intelligenten Anzuchtssystemen und beim beliebten Thema Wasser im Garten.

Die Sprecher der Fachabteilung:



Peter Baumann
Geschäftsführender
Gesellschafter
Scheurich
GmbH & Co. KG

„ Wir sind Mitglied im IVG, weil wir dort ein Maximum an Kontakten und Hintergrundinformationen zur Grünen Branche bekommen. “



Uwe Bedenbecker
Geschäftsbereichsleiter
Heinz Kettler
GmbH & Co. KG

„ Wir sind Mitglied im IVG, weil wir als Markenanbieter im IVG auf eine konstruktive und positive Art und Weise an der Zukunft unserer Grünen Branche aktiv mitgestaltend tätig sein können. Die Aktivitäten des IVG zielen darauf ab, die Branche zu stärken – jedes einzelne Mitglied kann davon profitieren. “



Fachabteilung Lebendes Grün (LG)

In der Fachabteilung Lebendes Grün treffen sich führende Anbieter aus dem Pflanzen- und Saatgutmarkt, die sich zu Markt- und Vertriebsfragen informieren und an belastbaren Marktzahlen und neuen Konzepten für die Versorgung aller Vertriebsformen arbeiten.

Das Lebende Grün steht im Mittelpunkt des Gartenmarktes

Lebendes Grün, also Pflanzen Indoor und Outdoor, sind das größte Einzelsortiment des Grünen Marktes. Mit 10 Milliarden Euro Umsatz stellt dies etwa 57 Prozent des gesamten Marktes dar. Kein Garten ohne Pflanze, kein Gartenmarkt ohne Lebendes Grün. Das Lebende Grün ist für alle Fachabteilungen des IVG von besonderem Einfluss. Wer Pflanzen erwirbt, betreibt anschließend Pflanzenpflege. Nicht allein deswegen fördert der IVG diesen Sortimentsbereich mit zahlreichen Aktivitäten.

Zukunft des Marktes für Pflanzen

Studien und auch die Abverkaufszahlen der letzten beiden Jahre deuten darauf hin, dass die typi-



Info

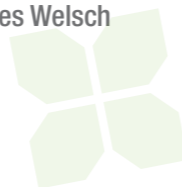
Ihr Ansprechpartner beim IVG

Dipl.-Ing. (FH) Johannes Welsch
Geschäftsführer

Tel.: +49 2102 9408-80

Mobil: +49 151 11677565

E-Mail: welsch@ivg.org



sche Käuferschicht für Lebendes Grün, insbesondere bei Beet- und Balkonpflanzen, zurückgeht. Der Garten, insbesondere die Pflanzenpflege, konkurriert mit weniger aufwendigen Freizeitbeschäftigungen. Die Mitglieder der Fachabteilung beraten über die Zukunft des Marktes für Pflanzen und welche Maßnahmen ergriffen werden können, um eine neue Generation der Pflanzenliebhaber für diese Produkte zu interessieren. Im Mittelpunkt stehen dabei Themen wie Kommunikation von Mehrwert, die Markenbildung sowie die Überwindung althergebrachter Präsentationen im Gartencenter. Die Beteiligten stimmen darüber ein, dass der Handel sensibilisiert werden muss und unterstützen IVG-Formate wie den IVG Medientag Garten und den Tag des Gartens. Der IVG ist mit den Verbänden des Handels im ständigen Dialog, um Pflanzenthemen gemeinsam zu bearbeiten.

Zahlen, Daten, Fakten

Seit dem Wegfall der CMA ist es schwierig geworden, verlässliches Zahlenmaterial zum Bereich Lebendes Grün zu erhalten. Der IVG bemüht sich, in seiner Partnerschaft mit dem Institut für Handelsforschung (IFH) Hinweise



Der Anteil Lebendes Grün am Gartenmarkt beträgt 57 Prozent. Lebendes Grün beeinflusst die Umsätze aller anderen Produktgruppen. Deshalb fördert der IVG den Markt für Pflanzen.

zur Entwicklung des Marktes geben zu können. Darüber hinaus stellt er seinen Mitgliedern eine Auswahl aus eigenen Recherchen zur Verfügung.

Dialog mit Naturschutzgruppen

Die Diskussion um bienengefährliche Neonicotinoide und die Rückstandsproblematik zeigen, dass Naturschutzgruppen das Lebende Grün als einen der Schwerpunkte ihrer Kampagnen identifizieren. Der IVG will dazu beitragen, Pflanzen und die Pflanzenproduktion nicht zu stigmatisieren und durch seine Expertise aus der Fachabteilung Pflanzenernährung, -gesundheit und -pflege konstruktive und für alle Seiten tragbare Lösungen herbeizuführen. In 2014 ist dies in Zusammenarbeit mit Greenpeace gelungen (siehe auch Seite 21).

Der Sprecher der Fachabteilung:



Jan-Dieter
zu Jeddelloh

Geschäftsführender
Gesellschafter
zu Jeddelloh
Pflanzenhandels-
GmbH

„Wir sind Mitglied im IVG, weil wir uns als Markenanbieter auch an Sortimenten außerhalb des Lebenden Grüns orientieren und den fachlichen Austausch mit anderen Teilnehmern des Grünen Marktes schätzen. Der IVG ist unsere starke Interessenvertretung gegenüber unseren Abnehmerkreisen.“



Garten- und Rasenpflegegeräte

Fachabteilung Garten- und Rasenpflegegeräte (GRPG)

Hier treffen sich fast alle Hersteller von Garten- und Rasenpflegegeräten in Deutschland zu Fragen der Marktentwicklung, Technik, Vertrieb und Umweltschutz in diesem Produktsegment. Der IVG bietet, mit seiner fachlichen Expertise ausgestattet, den richtigen Rahmen, um aktuelle Aufgabenstellungen zu bearbeiten.

So informiert er über die Material-Compliance zu REACH und RoHS. Das Monitoring zu allen Produkttests im Bereich Gartengeräte in Deutschland gibt den Mitgliedsfirmen Orientierung. Außerdem erhalten die beteiligten Mitglieder im vierwöchigen Meldezyklus genaue Daten über Produktionsmengen und damit zur Marktentwicklung. Ergänzt wird dies durch den Austausch und die Zusammenarbeit mit der European Garden Machinery industry Federation (EGMF).

Der IVG tritt für einen fairen und lautereren Wettbewerb ein und möchte durch die Sensibilisierung der Marktaufsichtsbehörden dazu beitragen, den Verbraucherschutz zu erhöhen. Aus



Tobias M. Koerner
Vice President
Global Sales –
Gardena Division
Husqvarna Group

„Wir sind Mitglied im IVG, weil eine starke Branche auch eine starke Interessenvertretung braucht. Als einer der führenden Hersteller mit unseren starken Marken sehen wir unsere Verantwortung für die gesamte Grüne Branche und wollen an deren Weiterentwicklung konstruktiv mitwirken.“

diesem Grund hat der Verband im Auftrag seiner Mitglieder in 2014 erstmals stichprobenartige Untersuchungen zur CE-Konformität für Einstiegsgeräte der Produktgruppe Kettensägen durchgeführt. Dabei hat sich gezeigt, dass viele Produkte am Markt nicht den gesetzlichen Bestimmungen entsprechen. In 2015 soll eine weitere Produktgruppe getestet werden. Nachdem die Mitgliedsunternehmen vor einigen Jahren die korrekte Auslobung der Leistungskennzeich-

nung für Rasenmäher definiert haben und diese Vorgaben im Sinne eines fairen Wettbewerbs auf dem Markt konsequent überprüft werden, hat ein ad hoc Arbeitskreis Mindestangaben zur Leistung von Motorsensen und Kettensägen in den Verkaufsunterlagen festgelegt, die ab 2016 Berücksichtigung finden sollen. In Kooperation mit dem Rohn-Verlag fördert der IVG zudem die gemeinsame Branchenplattform Motoristen Kongress.

Arbeitskreis Lithium Ionen-Akkus

Unter den Gartengeräten gehören die Akkubetriebenen zu einem eindeutigen Wachstumssegment. Mitte 2014 wurde daher der Arbeitskreis Lithium Ionen-Akkus gegründet, um Gefahren bei der Lagerung, Handhabung und dem Transport von

Lithium Ionen-Akkus zu definieren. In 2015 soll ein Leitfaden für die Lagerung und Rücksendung entwickelt werden, beispielsweise zum Transport defekter Batterien.

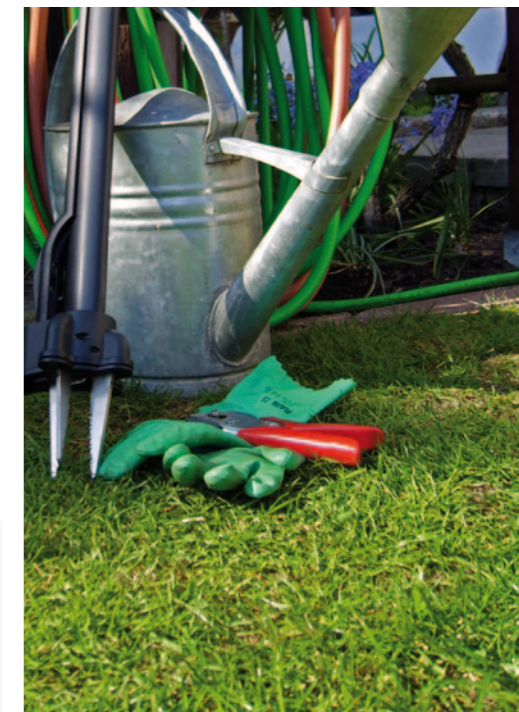
Arbeitskreis After Sales

Der Arbeitskreis After Sales ist das Gremium der Service-Verantwortlichen innerhalb der Fachabteilung Garten- und Rasenpflegegeräte. Aktuelle Fragestellungen und Anforderungen rund um den Bereich Service – unter anderen auch im Segment Akku-Robot-Technologie – werden hier aufgegriffen. Als Reaktion auf saisonal immer wiederkehrende Presseartikel zur Lärm- und Feinstaubbelastung durch Laubsaug- und -blasgeräte soll in 2015 eine Information zu Einsatzzeiten und Umweltaspekten an den Handel herausgegeben werden.



Michael Maier
Manager Technical
Service & Support
Gardena
Deutschland GmbH

„Wir sind Mitglied im IVG, weil wir als Markenanbieter im IVG auf eine konstruktive und positive Art und Weise an der Zukunft unserer Grünen Branche aktiv mitgestaltend tätig sein können. Die Aktivitäten des IVG zielen darauf ab, die Branche zu stärken – jedes einzelne Mitglied kann davon profitieren.“



Fachgruppe Forst-, Garten- und Rasenpflegegeräte (FGR)

Die Fachgruppe FGR ist die in der Fachabteilung GRPG organisierte Interessensvertretung für die Arbeitsgebiete Technik, Normung und Umweltschutz. Die verbraucherorientierte Fortentwicklung der technischen Regelungen, Normen und Prüfverfahren erfolgt jeweils im Dialog mit den Normungsgremien, den nationalen Prüfstellen, den Überwachungsbehörden, der Politik und den Verbraucherschutzorganisationen. Damit setzen die Hersteller und Anbieter weiter darauf, dass der Verbraucher sich letztendlich an Marke, Qualität und Service orientiert. Derzeit arbeiten 23 Mit-

gliedsfirmen in der FGR mit. Neben der aktiven Mitarbeit in den entsprechenden Normungsgremien im Bereich Garten- und Rasenpflegegeräte und tragbare Forstmaschinen bei DIN, DKE, CEN und ISO hat die FGR im Sinne der Hersteller positiv auf die neue Beschaffungsvorschrift des Berliner Senats Einfluss genommen. Aktuell beschäftigt sich die FGR mit der Überarbeitung der Geräuschrichtlinie 2000/14/EG und der Fortschreibung der Richtlinie 2009/125/EG zur Festlegung von Anforderungen an die umweltgerechte Gestaltung energieverbrauchsrelevanter Produkte. Zudem steht sie in Kontakt zur Stiftung Warentest, um Fehler bei Prüfverfahren zu vermeiden.



Dietmar Hartmann
Leiter der Abteilung Produktsicherheit und Zulassung
SABO Maschinenfabrik GmbH

„Wir sind Mitglied im IVG, weil uns der IVG neben der Bereitstellung der neuesten Markt- und Trendinformationen auch in Gesprächen mit gesetzgebenden Institutionen eine entsprechend starke Position bietet. Für die Garten- und Rasenpflegeindustrie ermöglicht der IVG, uns aktiv mit einer deutschen Position in der nationalen, aber vor allem in der internationalen Normung einzubringen.“



Manfred Kugler
Leiter der Abteilung technische Dokumentation
Gardena Manufacturing GmbH

„Wir sind Mitglied im IVG, weil wir hier ein Interessenforum aller führenden Hersteller der Gartengeräteindustrie finden und gemeinsam mit dem IVG unsere Interessen und Positionen national und international darbringen können. Der IVG unterstützt und koordiniert die nationale und internationale Normungsarbeit und informiert die Mitglieder über zukünftige Änderungen und Herausforderungen.“

DIN-Normenausschuss Eisen-, Blech- und Metallwaren (NAEBM)

Der IVG vertritt die Interessen seiner Mitglieder gegenüber Überwachungsbehörden und der Politik. Im Dialog mit der Fachabteilung Garten- und Rasenpflegegeräte und den relevanten Normungsgremien des NAEBM im DIN treibt der IVG technische Regelungen, Normen und Prüfverfahren voran. Der NAEBM ist einer von 14 externen Normenausschüssen des DIN und beschäftigt sich neben anderen Themenbereichen mit der Normung von Garten- und Rasenpflegegeräten sowie tragbaren Forstmaschinen. Im Jahre 2014 wurden die Normen DIN EN ISO 5395 Teil 1 bis Teil 3 „Rasenmäher“, DIN EN ISO 10517 „Heckenscheren“, DIN EN 15503 „Laubsauger/-bläser“ und der Entwurf DIN 11595 „Grabegabel“ veröffentlicht.

Aktuelle Projekte sind:

- die Anpassung der EN ISO 5395 „Rasenmäher“ in Bezug auf die Anforderungen an den Sitzkontaktschalter, seitliche Abdeckungen und Überrollschutzvorrichtung sowie Vibrationen
- die Überarbeitung der DIN 1873 „Rasenmäher – Gebrauchstauglichkeit“
- die Überarbeitung der DIN EN 13684 „Vertikutierer“
- im Bereich Laubsauger eine Änderung zu DIN EN 15503 in Bezug auf das Prüfverfahren für gebogene Ausblasrohre sowie ein Normvorschlag für die Messung der Feinstaubbelastung



Dr. Holger Lochmann
Division Manager Emissions and Regulatory Affairs
Andreas Stihl AG & Co. KG

„Durch die Entwicklung von deutschen und internationalen Normen zeigt der NAEBM im IVG, dass er Sicherheit und nachhaltige Technologie fördert, um die Zukunft zu gestalten.“

- zu DIN EN ISO 11681-2 „Kettensägen“ soll ein Hinweis aufgenommen werden, dass diese Produkte nur an den Profi-Anwender verkauft werden dürfen
- auf ISO Ebene ist die Veröffentlichung einer technischen Spezifikation zu Kettenschmierölen für tragbare Kettensägen vorgesehen

Die Geschäftsstelle des NAEBM im DIN wird vom Büro des IVG betreut. Geschäftsführer des NAEBM ist Hubert Behner, das Sekretariat übernimmt Vera Schenk. Dr. Holger Lochmann, Andreas Stihl AG & Co. KG, ist Vorsitzender des NAEBM Beirates.



Info
Ihr Ansprechpartner beim IVG

Dipl.-Ing. Hubert Behner
Referent Technik
Tel.: +49 2102 9408-10
Mobil: +49 171 3018112
E-Mail: behner@ivg.org



Info
Ihre Ansprechpartnerin beim IVG

Dipl.-Übersetzerin Vera Schenk
Assistenz Geschäftsführung und Referat Technik/IT
Tel.: +49 2102 9408-40
E-Mail: schenk@ivg.org



Das IVG Team

Das Team der IVG Geschäftsstelle

Das IVG Team besteht aus gut ausgebildeten Experten ihres Fachgebietes mit überwiegend langjähriger Branchenerfahrung. Durch die enge

Zusammenarbeit und die Zuordnung von Querschnittsaufgaben bietet der IVG Ihnen ein breites Leistungsspektrum mit hoher Nutzenorientierung.

Ihre Ansprechpartner sind:



Dipl.-Ing. (FH) Johannes Welsch
Geschäftsführer
Tel.: +49 2102 9408-80
E-Mail: welsch@ivg.org



Rechtsanwältin Tanja Constabel
Rohstoffgewinnung und -sicherung Niedersachsen
Tel.: +49 511 690999-32
E-Mail: constabel@ivg.org



Rechtsanwalt Alwin Reintjes
Justiziar
Tel.: +49 2102 9408-20
E-Mail: reintjes@ivg.org



Betriebswirtin (BA) Carmen Witte
Assistenz und Veranstaltungsmanagement
Tel.: +49 2102 9408-11
E-Mail: witte@ivg.org



Dipl.-Ing. Hubert Behner
Referent Technik
Tel.: +49 2102 9408-10
E-Mail: behner@ivg.org



Dipl.-Übersetzerin Vera Schenk
Assistenz Geschäftsführung und Referat Technik/IT
Tel.: +49 2102 9408-40
E-Mail: schenk@ivg.org



Dr. Arne B. Hückstädt
Referent Gartenbau und Umwelt
Tel.: +49 2102 9408-30
E-Mail: hueckstaedt@ivg.org



Dipl.-Kfr. (FH) Nadine Ihleburg
Assistenz Buchhaltung und Controlling
Tel.: +49 2102 9408-60
E-Mail: ihleburg@ivg.org

„Erfolgreich zu sein heißt, anders als die anderen zu sein.“

Woody Allen

Der Vorstand des IVG

Der Vorstand ist das Gremium, das sich aus Führungspersonlichkeiten der Branche zusammensetzt, die ihr Wissen und ihr Engagement in den Dienst der im IVG organisierten Branche

stellen. Das partnerschaftliche und ergebnisorientierte Zusammenspiel zwischen IVG Vorstand und IVG Geschäftsstelle zeichnet den IVG aus.



Christoph Büscher
Vorsitzender
SABO Maschinenfabrik GmbH

„Wir sind Mitglied im IVG, weil uns der IVG in einem dynamischen Umfeld mit wertvollen Informationen über wichtige Veränderungen am Markt hilft. Zugleich ist der IVG die Plattform der Industrie für Kooperationen von Unternehmen und Verbänden. Neue Ideen, die entstehen, können rasch umgesetzt werden.“



Stephan Patzer
stellv. Vorsitzender
Gebr. Patzer GmbH & Co. KG

„Wir sind Mitglied im IVG, da wir hier als mittelständisches Unternehmen der Grünen Branche bei allen relevanten Themen sehr gut informiert werden. Insbesondere der rege Austausch in der Fachabteilung Substrate, Erden, Ausgangsstoffe hilft uns, im täglichen Umgang die richtigen Entscheidungen zu treffen.“



Hans-Jürgen Riehl
stellv. Vorsitzender
Compo GmbH & Co. KG

„Wir sind Mitglied im IVG, weil wir das umfangreiche Leistungsspektrum schätzen, der Erfahrungsaustausch innerhalb der Grünen Branche für uns nutzbringend ist und wir die Interessen unseres Unternehmens durch den IVG gut vertreten wissen.“



Dr. Hans-Ulrich Born
Schatzmeister
MANNA-Düngerwerk Wilhelm Haug GmbH & Co. KG

„Wir sind Mitglied im IVG, weil wir durch den IVG neueste Marktinformationen bekommen und eine bewährte Interessenvertretung gegenüber den gesetzgebenden Gremien haben. Düngemittel sind für uns die Hauptproduktgruppe. Auch internationale gesetzliche Regelungen in diesem Produktbereich haben daher eine hohe Bedeutung.“

GEMEINSAM MEHR ERREICHEN!



IVG Mitglieder

Der Industrieverband Garten freut sich über mehr als 125 Mitglieder aus der Grünen Branche. Im Jahr 2014 konnte er folgende neue Mitglieder begrüßen:

- Daye Europe GmbH (Neunkirchen)
- GÜDE GmbH & Co. KG (Wolpertshausen)
- Jiffy Products International BV (AA Moerdijk, NL)
- Knauf Aquapanel GmbH (Dortmund)
- Lubera GmbH (Bad Zwischenahn)
- Landmann Holding GmbH & Co. KG (Osterholz-Scharmbeck)
- Makita Werkzeug GmbH (Ratingen)
- Otto Graf GmbH (Teningen)
- Schopf Hygiene Bitterfeld GmbH & Co. KG (Bitterfeld-Wolfen)
- Selecta Klemm GmbH & Co. KG (Stuttgart)
- TAKAGI Co.Ltd. (Düsseldorf)
- Westfield Outdoors GmbH (Neuss)

