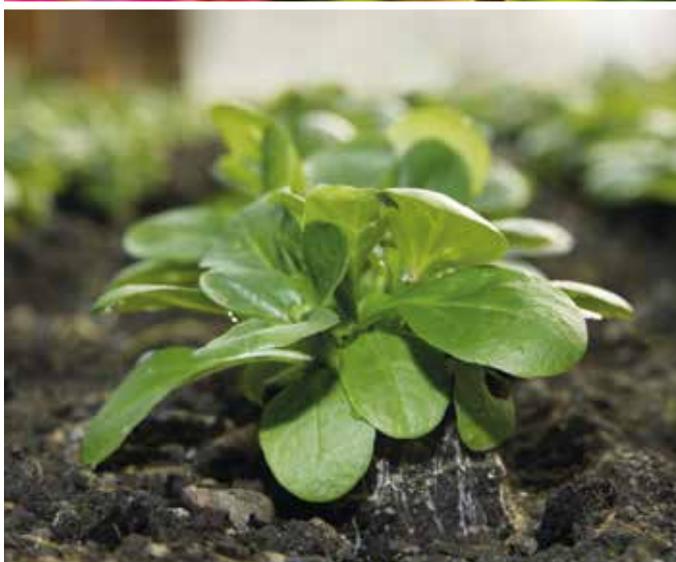


JAHRESBERICHT 2017





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: Johannes Welsch

Alle Angaben ohne Gewähr. Stand Dezember 2016
Gestaltung: www.schneiderwagner.de

Bildquellen: S. 1 Fotolia©AfricaStudio/Fotolia©3532studio/Fotolia©babsi_w/Fotolia©kuarmungadd/
Fotolia©weseetheworld/Fotolia©Friedberg, S. 3 Fotolia©Friedberg, S. 4 Fotolia©Friedberg/Fotolia©
bildschoenes/Fotolia©DoraZett/Fotolia©Patrizia Tilly, S. 5 Fotolia©Thaut Images/Fotolia©karepa/
Fotolia©arinahabich, S. 7 Fotolia©arinahabich, S. 15 Fotolia©Robert Kneschke, S. 16 Fotolia©bild-
schoenes, S. 17 Fotolia©dispicture, S. 18 Fotolia©DoraZett, S. 19 Fotolia©Patrizia Tilly, S. 21 Fotolia©
Thaut Images, S. 22 Koelnmesse©Uwe Meiser/Oliver Wachenfeld, S. 23 Koelnmesse©Thomas Klerx/
Oliver Wachenfeld, S. 24 Fotolia©Africa Studio, S. 26 Fotolia©weseetheworld, S. 28 Fotolia©3532studio,
S. 29 Fotolia©karepa, S. 30 Fotolia©babsi_w, S. 32 Fotolia©sagreen, S. 34 Fotolia©kuarmungadd,
S. 36 Fotolia©megastocker, S. 38 Fotolia©arinahabich, S. 40 Fotolia©M. Schuppich, S. 41 Fotolia©laurha

Editorial



Johannes Welsch
IVG Geschäftsführer

Christoph Büscher
IVG Vorsitzender

Liebe Leserinnen und Leser,

„die Beschäftigung mit Erde und Pflanzen kann der Seele eine ähnliche Entlastung und Ruhe geben wie die Meditation“, schwärmte bereits Hermann Hesse über seine liebste Freizeitbeschäftigung. Auch wenn diese Aussage einige Jahrzehnte zurückliegt, so trifft sie doch den Puls der Zeit: Der Garten ist mehr denn je im Fokus der Gesellschaft. Denn zwischen all dem Trubel und der Hektik, die immer fortschrittlichere Technologien in den Alltag bringen, war die Sehnsucht nach einem Rückzugsort niemals größer als heute. Mit ihren grünen Sortimenten bietet unsere Branche den Konsumenten die Möglichkeit, sich eine Oase der Ruhe zu schaffen, und erzielt damit einen nie dagewesenen Stellenwert.

Diese positive Stimmung gibt uns Aufwind: Als Branchenverband setzen wir uns auf allen Ebenen für die Interessen unseres Marktes ein – wir agieren als Vermittler, Dialogpartner, Fürsprecher und Informationsgeber. Doch das Herzstück einer gelungenen Verbandsarbeit ist das Engagement unserer Mitgliedsunternehmen. Denn nur wer in dieselbe Richtung schaut, kann die Zukunft positiv mitgestalten.

In unserem Jahresbericht 2017 geben wir Ihnen einen Einblick in die Arbeit unseres Verbandes. Wir schauen auf abgeschlossene und neue Projekte, bringen Ihnen unsere Visionen und Pläne näher. Darüber hinaus betrachten wir wie gewohnt die wirtschaftlichen Fakten: Auf den folgenden Seiten finden Sie umfassende Marktzahlen zur Grünen Branche.

Viel Freude bei der Lektüre!


Christoph Büscher


Johannes Welsch



RÜCKBLICK: DAS GARTENJAHR 2016

ALLGEMEINE VOLKSWIRTSCHAFTLICHE TENDENZEN 2016/2017 _____ 06

WITTERUNGSVERLAUF 2016 _____ 06

ENTWICKLUNG DES GARTENMARKTES 2016 _____ 07

VORSTELLUNG: DER INDUSTRIEVERBAND GARTEN E.V.

ZIELE, PHILOSOPHIE & AUFGABEN _____ 16

INFORMATION, KNOW-HOW, MARKTWISSEN _____ 18

BERATUNG & WEITERBILDUNG _____ 20

LOBBYARBEIT & DIALOGPFLEGE _____ 20

ÖFFENTLICHKEITSARBEIT & NETZWERKAUSBAU _____ 21



21



29



38

“

*Zu hegen und zu pflegen sei bereit,
das Wachsen überlass der Zeit.*

”

Deutsches Sprichwort

FACHABTEILUNGEN

PFLANZENERNÄHRUNG, -GESUNDHEIT UND -PFLEGE	24
SUBSTRATE, ERDEN, AUSGANGSSTOFFE	26
GARTEN LIFESTYLE	28
GARTEN- UND RASENPFLEGEGERÄTE	30
LEBENDES GRÜN	34
RÜCKBLICK & AUSBLICK	36
VORTEILE, DIE SICH AUSZAHLEN	40
IHRE ANSPRECHPARTNER	41
IVG MITGLIEDER	42

Allgemeine volkswirtschaftliche Tendenzen 2016/2017

Die deutsche Wirtschaft befindet sich weiterhin in einem moderaten Aufschwung. In der Gemeinschaftsdiagnose der deutschen Forschungsinstitute aus Herbst 2016 wird für 2016 und 2017 von einer Zunahme des Bruttoinlandsprodukts um 1,9 Prozent beziehungsweise 1,4 Prozent aus-

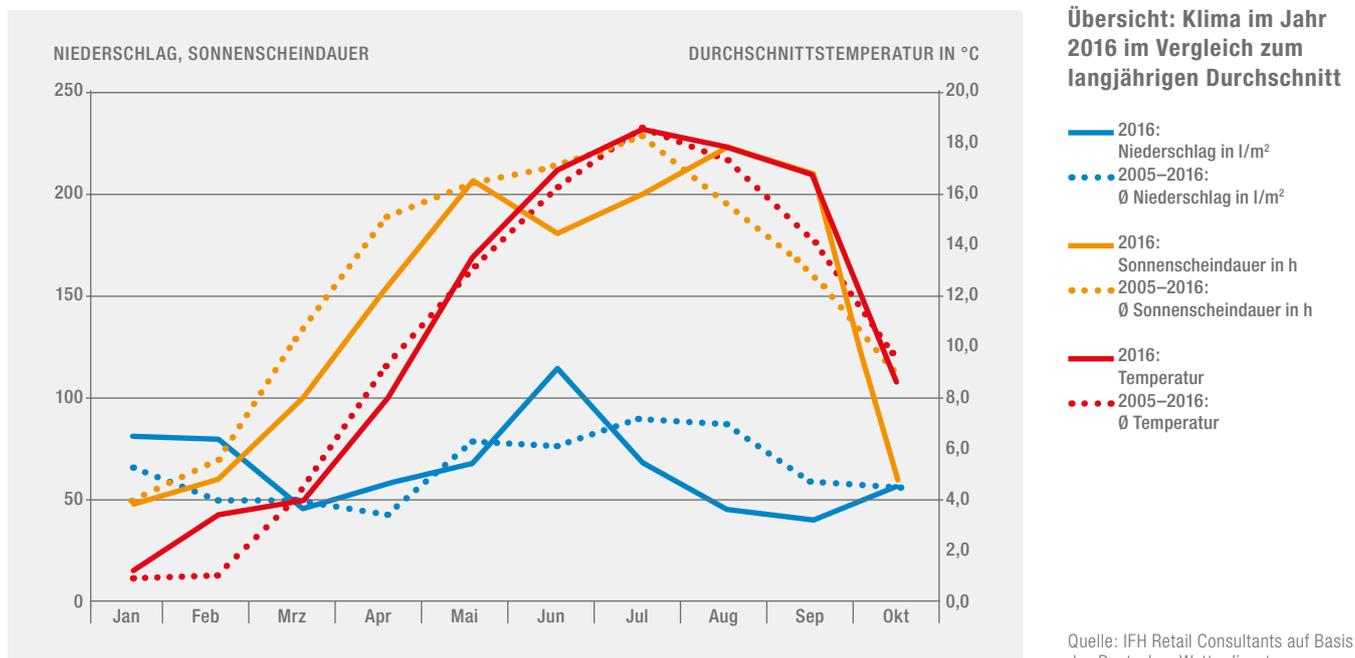
gegangen. Getragen wird der Aufschwung insbesondere von der Bauwirtschaft und den Dienstleistungssektoren sowie dem dort stattfindenden kräftigen Beschäftigungsaufbau. Eine stabile Lohnentwicklung und niedrige Preissteigerungsraten lassen den privaten Konsum spürbar expandieren.

Witterungsverlauf 2016

Im Gegensatz zu den Vorjahren, in denen der Frühling nahezu ausnahmslos zu warm verlief, präsentierte sich der Frühling 2016 mit insgesamt ausgeglichenen Temperaturen. Die Niederschlagsmenge der Monate März, April und Mai blieb leicht unter dem vieljährigen Mittel, die Sonnenscheindauer lag geringfügig über dem Soll. Regional betrachtet war es im Nordosten erheblich zu trocken, im Südwesten dagegen überdurchschnittlich niederschlagsreich.

Der Sommer 2016 begann wie in den Tropen: Im Juni entluden sich in schwülwarmer Luft an vielen Orten immer wieder Gewitter, die enorme Regenmengen mit sich führten.

Auch im letzten Juli-Drittel besaßen sehr langsam ziehende Gewitter häufig noch Unwettercharakter. Doch nahmen Blitz und Donner im Juli bereits deutlich ab und blieben im August oft völlig aus. Stattdessen gewannen Hochdruckgebiete mit beständigerem und warmem Wetter die Oberhand. Ende August erlebten die Menschen in Deutschland sogar noch eine für diese Zeit ungewöhnliche Hitzewelle. Insgesamt verlief der Sommer recht warm bei durchschnittlichem Niederschlag und Sonnenschein. Der geringste Niederschlag fiel im Sommer in einem breiten Streifen von Nordthüringen bis zur Altmark – den meisten gab es am Alpenrand zwischen Werdenfelser und Berchtesgadener Land.



Entwicklung des Gartenmarktes 2016

Große regionale Unterschiede prägten das Gartenjahr 2016. Während der Norden und Osten Deutschlands von vergleichsweise günstigen Witterungsbedingungen profitieren konnte, mussten die Anbieter im Süden zum Teil deutliche Umsatz-

rückgänge verbuchen. In der Summe konnten damit die Hoffnungen auf ein gutes Gartenjahr nicht bestätigt werden. Alles in allem dürfte man über die Wachstumsrate von 0,5 Prozent dennoch vergleichsweise zufrieden sein.



Auf Ebene der Vertriebswege musste der Großhandel (Baumschulen & Fach-Großhandel) abermals ein Minus von 1,6 Prozent hinnehmen – ebenso der klassische Absatzkanal der Gärtnereien und des Blumenfachhandels mit der Folge, dass sein Marktanteil von 15,5 Prozent im Vorjahr auf 15,2 Prozent in 2016 zurückgegangen ist. Geringe Umsatzverluste im Gartenbereich mussten in diesem Jahr erstmals auch der Baustoff- und Bauelementehandel sowie der Holzfachhandel hinnehmen. Beide Vertriebswege sind im Kontext des Gesamtmarktes jedoch nur von geringer Bedeutung. Über die größten Umsatzzuwächse konnten sich der Distanz- und Möbelhandel mit plus 9,1 beziehungsweise 4,5 Prozent freuen. Trotz des überdurchschnittlichen Wachstums verbleiben beide Vertriebskanäle nach wie vor auf einem unteren einstelligen Marktanteil. Leichte Zugewinne konnten in 2016 auch die Fachgartencenter für sich verbuchen. Mit einem Umsatzplus von 1,4 Prozent haben

sie ihren Marktanteil um 0,1 Prozentpunkte auf 12,4 Prozent ausbauen können. Über Marktanteilszugewinne konnten sich auch die Bau- und Heimwerkermärkte freuen. Ihr Umsatz im Gartenbereich legte um 1,7 Prozent zu, dadurch stieg ihr Marktanteil von 23,8 Prozent in 2015 auf 24,1 Prozent in 2016 an.

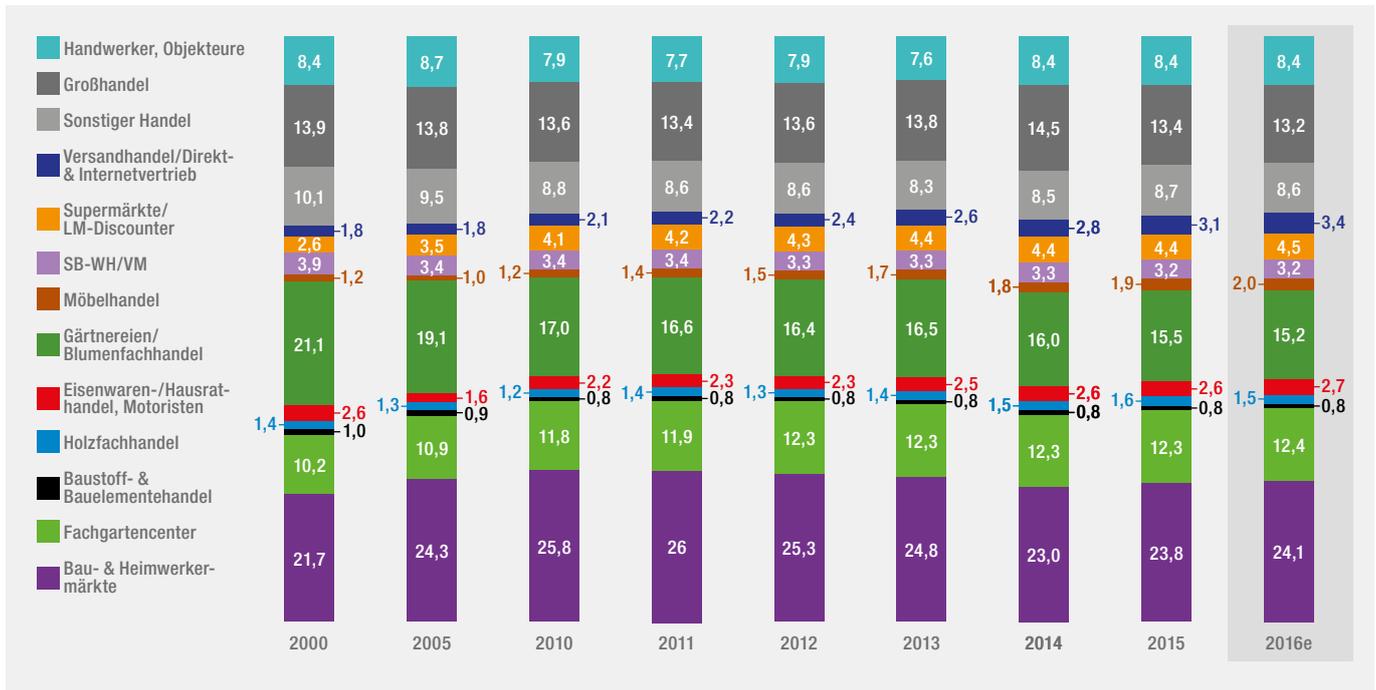


Die Fachgartencenter verbuchten 2016 ein Umsatzplus von 1,4 Prozent.

Marktanteile der Vertriebswege im Gartenmarkt in Deutschland 2000–2016

Angaben in %

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



Leicht an Umsatz eingebüßt haben in 2016 die großflächigen SB-Warenhäuser mit einem Minus in Höhe von 0,7 Prozent. Demgegenüber konnten Supermärkte und Lebensmittel-Discounter ein Umsatzplus von 2,5 Prozent für sich verbuchen. Mit einer weiteren Forcierung des Gartenthemas ist insbesondere bei den Discountern in den nächsten Jahren zu rechnen. Im Gleichschritt mit dem Markt setzt sich der Nachfragezuwachs und damit der Trend zum „Do-It-For-Me“ statt „Do-It-Yourself“ beim Garten- und Landschaftsbau fort. Mit einem Umsatzplus von 0,5 Prozent liegen die Dienstleister auf Marktniveau. Auf der Ebene der Warengruppen zeigen sich keine größeren Verschiebungen.

So tendieren die Segmente Grün Indoor (-0,3 Prozent) sowie Sonstige Gartenausstattung, Holz im Garten und Wasser im Garten (-0,1 Prozent) zu einem leichten Minus. Alle übrigen Warengruppen zeigen überwiegend leichte Wachstumstendenzen. Als Wachstumsträger zeigt sich die Warengruppe der Gartengeräte und -maschinen mit einem Plus von 2,5 Prozent. Zweitstärkstes Wachstumssegment ist Grillen im Garten mit einer Zuwachsrate von 1,5 Prozent. Noch über Marktdurchschnitt verlief die Umsatzentwicklung bei Grün Outdoor sowie bei Erden, Düngemittel, Pflanzenschutz (je +0,9 Prozent).

Entwicklung des Gartenmarktes in Deutschland 2000–2016 nach Warengruppen

Angaben in Mio. Euro

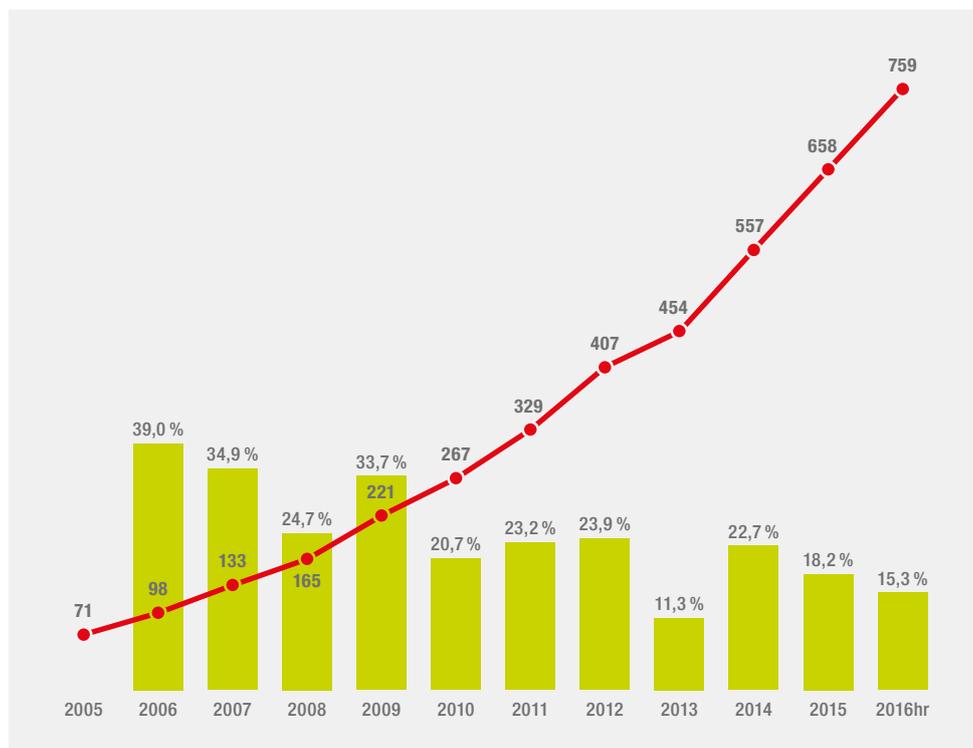
Quelle: IFH Retail Consultants GmbH, Klaus Peter Teipel – Research und Consulting



E-COMMERCE IM GARTENMARKT

Nach einem Plus von über 18 Prozent im Vorjahr haben die E-Commerce-Umsätze im Gartenmarkt in 2016 erneut ihr Wachstumspotenzial unter Beweis gestellt: Um mehr als 15 Prozent stiegen sie auf eine Umsatzgröße von rund 760 Millionen Euro. Nach wie vor dominiert Amazon das

Internetgeschäft im Gartenmarkt, und dies vor dem Hintergrund, dass das Unternehmen in seinen Vermarktungsaktivitäten gänzlich andere Sortimente fokussiert. Falls Amazon sich künftig stärker als bisher dem Garten- und dem DIY-Bereich zuwenden sollte, dürfte die bis dato durchschnittliche jährliche Wachstumsrate (CAGR) in Höhe von 25 Prozent deutlich überschritten werden.



E-Commerce-Umsätze im Gartenmarkt in Deutschland 2005–2016

CAGR 2005–2015: 25,0%

■ Veränderung gegenüber Vorjahr
 —●— Umsätze in Mio. Euro zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.

Quelle:
 Klaus Peter Teipel – Research und Consulting

Die Online-Vermarktungskanäle des stationären Handels, Katalogversender Online, Internet-Pure-Player und Hersteller Online erzielen damit einen aktuellen Marktanteil am Garten-Gesamtmarkt in Höhe von 4,2 Prozent. Der Anteil der E-Commerce-Umsätze am einzelhandelsrelevanten Gartenmarkt (d. h. ohne GaLaBau) beziffert sich mittlerweile auf 4,5 Prozent nach 4,0 Prozent in 2015. Der Blick auf die Umsatzverteilung nach den genannten Online-Vertriebswegen verdeutlicht den nach wie vor hohen Stellenwert des stationären Handels (Bau- und Heimwerkermärkte, Fachgartencenter, Gärtnereien, Motoristen, Möbelhandel, Lebensmitteleinzelhandel etc.).

Aktuell entfallen rund 62 Prozent der Online-Umsätze auf stationäre Handelsbetriebsformen. Wichtigster Vertreter der stationären Händler im Online-Markt ist der Garten-Fachhandel (Fachgartencenter und Gärtnereien/Blumenfachgeschäfte), der in der Summe einen Marktanteil von etwas mehr als 19 Prozent erreicht. Nur knapp dahinter rangieren die Bau- und Heimwerkermärkte, deren Marktanteil mittlerweile auf 17,4 Prozent angestiegen ist. Mit

deutlichem Abstand zu den vorgenannten Anbietern liegt der sonstige stationäre Handel (vorwiegend branchenfremde Anbieter) mit 9,2 Prozent ebenso deutlich vor den übrigen Anbietern aus dem stationären Handel. Demgegenüber kommt der Distanzhandel (Internet-Pure-Player, Versandhandel-Online, Hersteller Online sowie TV-Shops Online) auf einen Marktanteil am Online-Volumen in Höhe von 38,2 Prozent.

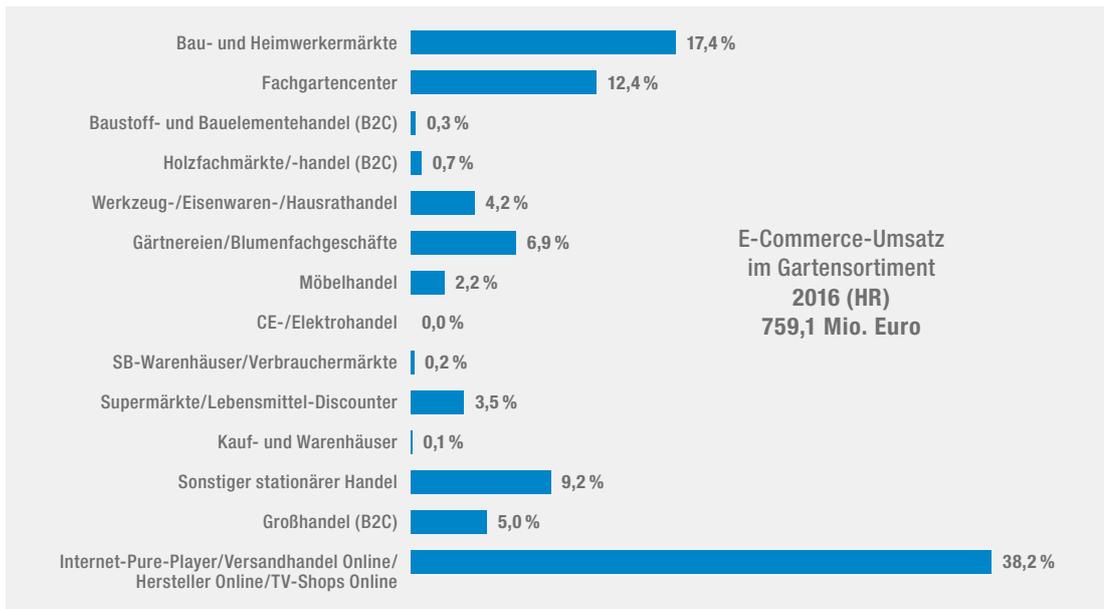
15,3%

beträgt das voraussichtliche Umsatzwachstum des E-Commerce im Gartenmarkt 2016.

62%

der Online-Umsätze entfallen auf stationäre Handelsbetriebsformen.

Umsatzanteil der Vertriebswege Online im Gartengesamtmarkt 2015



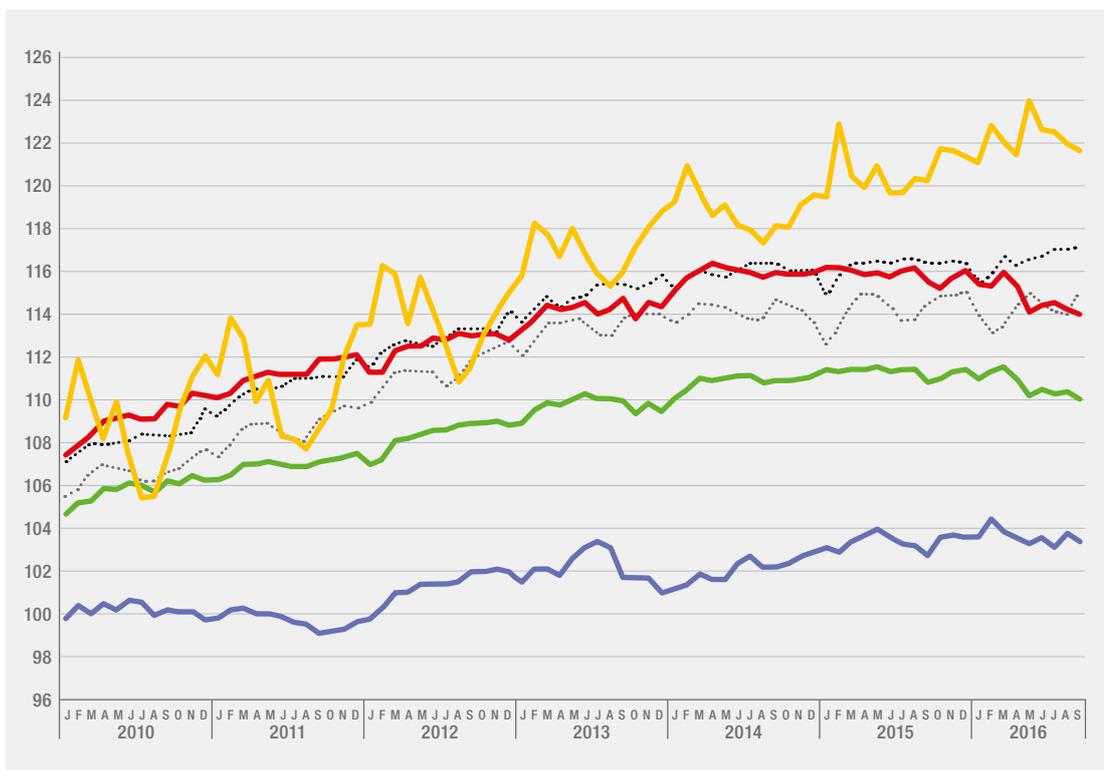
Quelle: Klaus Peter Teipel – Research und Consulting

ENTWICKLUNG DER EINZELHANDELS- UND VERBRAUCHERPREISE

Seit ihrem Tiefststand im Januar 2016 befinden sich die Verbraucherpreise (+0,3 Prozent) tendenziell wieder in einem leichten Anstieg, während die Einzelhandelspreise um 0,1 Prozent zulegten. Insgesamt zeigen die beiden Linien in den letzten drei Jahren nahezu gleichbleibende Preisniveaus. Deutlich differenzierter zeigt sich die Entwicklung der Verbraucherpreise in ausgewählten Warenbereichen des Gartenmarktes. So sind die Preise für motorbetriebene

Gartengeräte kumuliert bis September 2016 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 0,3 Prozent gestiegen, während die Preise für Gartenhandgeräte um rund 1 Prozent gefallen sind.

Gestiegene Preise verzeichneten Gartenerzeugnisse und Verbrauchsgüter für die Gartenpflege, in denen zum Beispiel auch Lebendes Grün sowie biologisch-chemischer Gartenbedarf enthalten sind. Gegenüber dem Vergleichszeitraum Januar bis September 2015 haben sich die Preise für diese Güter in 2016 um rund 1,5 Prozent erhöht.



Entwicklung der Einzelhandelspreise und Verbraucherpreise im Gartenbereich

- Index 2005 = 100
- Verbraucherpreise
- Einzelhandelspreise (WZ 47) inkl. MwSt.
- Werkzeuge und Geräte für Haus und Garten
- Motorbetriebene Werkzeuge und Geräte
- Gartengeräte, Handwerkzeuge etc.
- Gartenerzeugnisse und Verbrauchsgüter für die Gartenpflege

Quelle: Statistisches Bundesamt

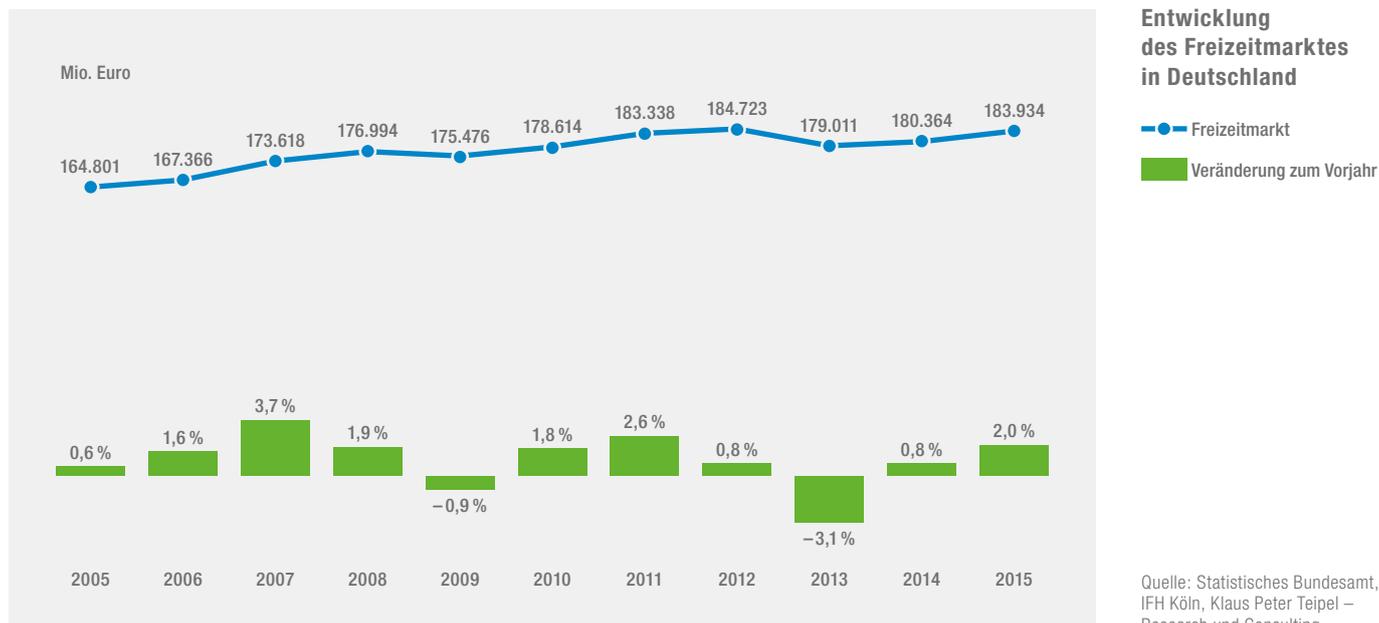
ZUR BEDEUTUNG DES GARTENS ALS BESTANDTEIL DES FREIZEITMARKTES

Der Freizeitmarkt in Deutschland ist ein heterogener, aus einer Vielzahl unterschiedlicher Waren und Dienstleistungen bestehender Markt. Unter Berücksichtigung von Daten aus der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung des Statistischen Bundesamtes einerseits und den Marktberechnungen aus dem Branchen-Informationssystem des IFH Köln andererseits ergibt sich für den deutschen Freizeitmarkt im engeren Sinn eine aktuelle Marktgröße von rund 183,9 Milliarden Euro. Damit entfallen rund 12 Prozent der gesamten Konsumausgaben der privaten Haushalte in Deutschland auf den Freizeitmarkt.

Grundsätzlich ist der Markt in Bezug auf seinen Anteil an den Konsumausgaben der privaten Haushalte im Inland sehr stabil. Im gesamten Betrachtungszeitraum entfallen zwischen 12 und 14,7 Prozent der Konsumausgaben auf den Freizeitmarkt, wobei sich dieser seit 2013 bei der 12-Prozent-Marke einpendelt.

In der vorliegenden Marktabgrenzung gliedert sich der Freizeitmarkt in folgende Warengruppen:

- Garten Lebendes Grün inkl. Düngemittel, Erden, Pflanzenschutz
- Gartenhartwaren
- Heimtier (Nahrung, Bedarf, Lebende Tiere)
- DIY – Heimwerken und Baustoffe (B2C)
- Fahrräder inkl. Zubehör
- Freizeit, Spielwaren, Basteln und Camping
- Audio, Video, Foto, Informationsverarbeitungsgeräte inkl. Zubehör
- Sport (Geräte, Schuhe, Bekleidung)
- Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Schreibwaren
- Größere langlebige Gebrauchsgüter für Freizeit und Kultur (u. a. Musikinstrumente)
- Freizeit- und Kulturdienstleistungen, Pauschalreisen



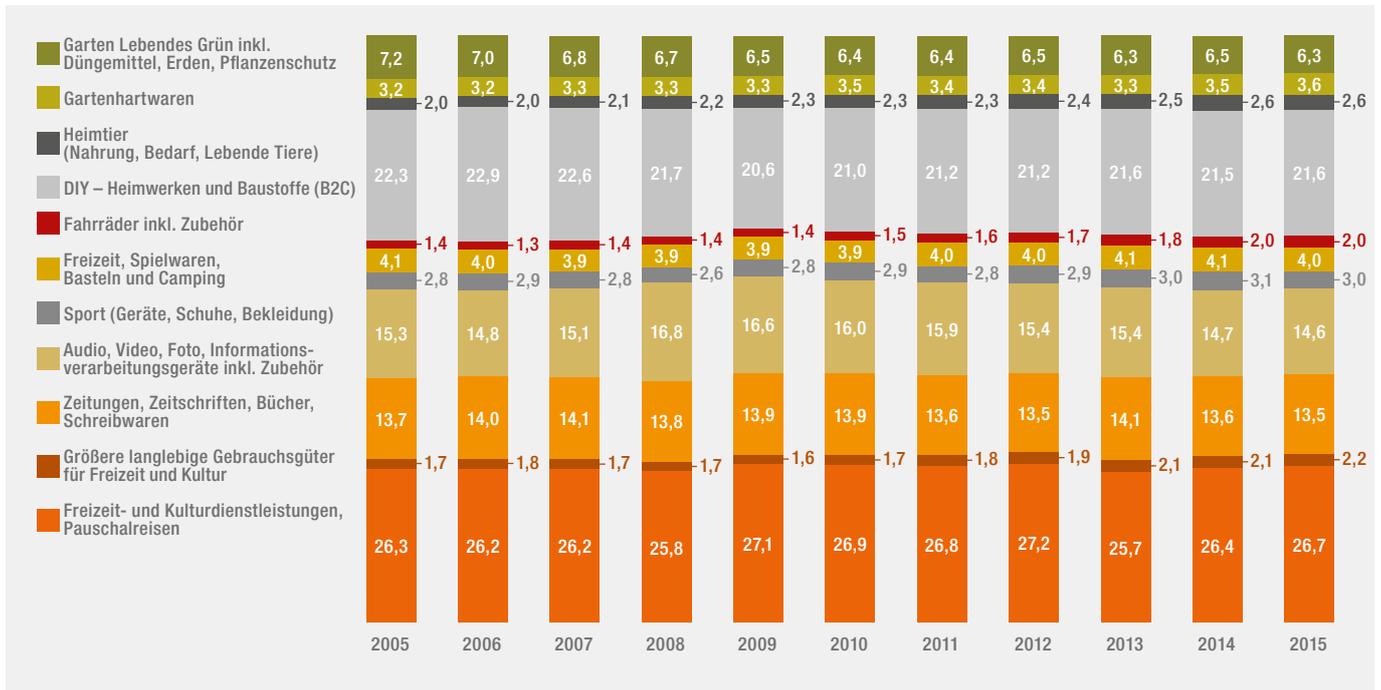
Den mit Abstand größten Ausgabenanteil im Freizeitmarkt bildet der Bereich der Reisen und Freizeit- und Kulturdienstleistungen mit derzeit 26,7 Prozent, was einem Volumen von rund 49 Milliarden Euro entspricht. Auch das Thema DIY & Garten ist in Deutschland stark ausgeprägt. Zählt man die drei Gruppen (Lebendes Grün, Gartenhartwaren und DIY) zusammen, so ergibt sich ein Ausgabenanteil von 31,4 Prozent. De facto ist damit das Thema Heimwerken & Garten in Deutschland stärker ausgeprägt als die Reiselust.

6,3 Prozent des Freizeitmarktes entfallen derzeit auf Lebendes Grün, weitere 3,6 Prozent auf Garten-Hartwarensortimente. Im Vergleich zu 2005 ist der Anteil der Warengruppen des Gartenbereiches insgesamt um rund 0,5 Prozentpunkte gesunken. Der Marktanteilsrückgang liegt an der unterdurchschnittlichen Wachstumsdynamik der jeweiligen Warengruppen. Während der Freizeitmarkt zwischen 2005 und 2015 durchschnittlich um 1,1 Prozent pro Jahr zulegen konnte, belaufen sich die Wachstumsraten im Gartenbereich lediglich auf 0,5 Prozent.

Entwicklung der Struktur des Freizeitmarktes in Deutschland

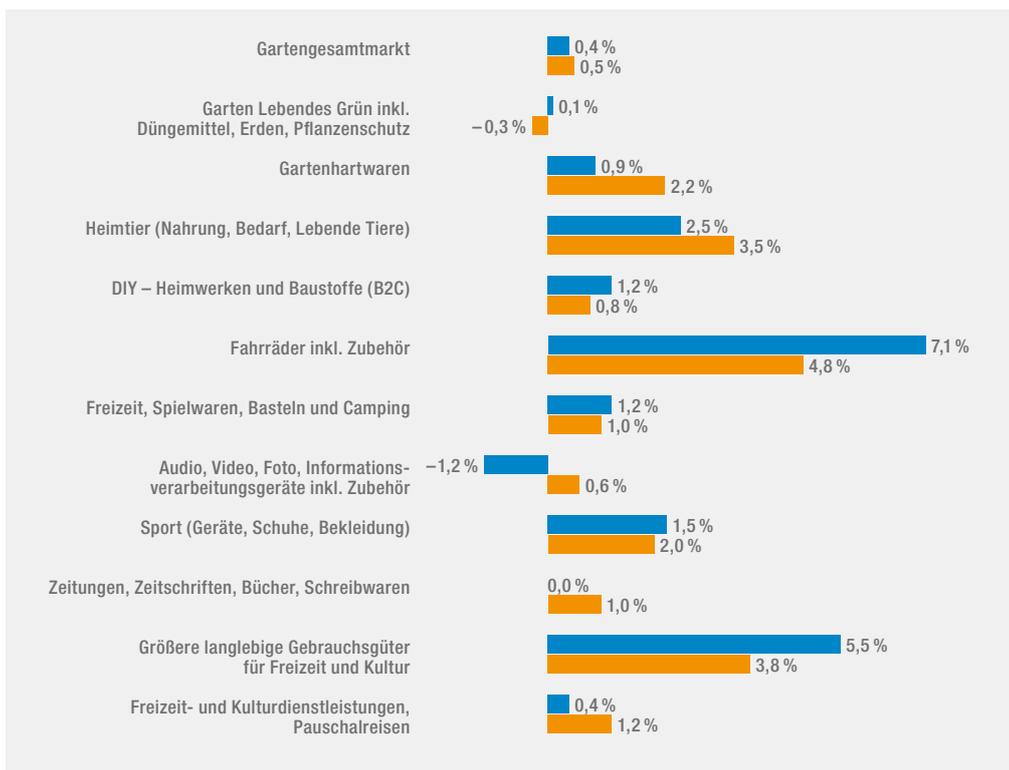
Angaben in %

Quelle: Statistisches Bundesamt, IFH Köln, Klaus Peter Teipel – Research und Consulting



Während auch die Ausgaben für die klassischen DIY-Sortimente mit 0,8 Prozent auf vergleichbarem Niveau bleiben, zeigt sich eine ausgesprochene Verbrauchergunst im Kampf um die Verbrauchsausgaben in den Bereichen Heimtier (CAGR: 3,5 Prozent), bei Fahrrädern (CAGR: 4,8 Prozent) wie auch bei Pauschalreisen und Freizeitdienstleistungen

(CAGR: 1,2 Prozent). Die Zahlen machen eines deutlich: Es gibt Dinge, die für „den deutschen Verbraucher“ offensichtlich gegenüber Heimwerken und dem eigenen Garten stärker an Bedeutung gewinnen: Bewegung, Sport, Gesundheit und Erholung.



Umsatzentwicklung in den Warengruppen des Freizeitmarktes in Deutschland (durchschnittliche jährliche Wachstumsraten)

■ 2015/2010
■ 2010/2005

Quelle: Statistisches Bundesamt, IFH Köln, Klaus Peter Teipel – Research und Consulting

DER GARTENMARKT IN DER EUROPÄISCHEN UNION

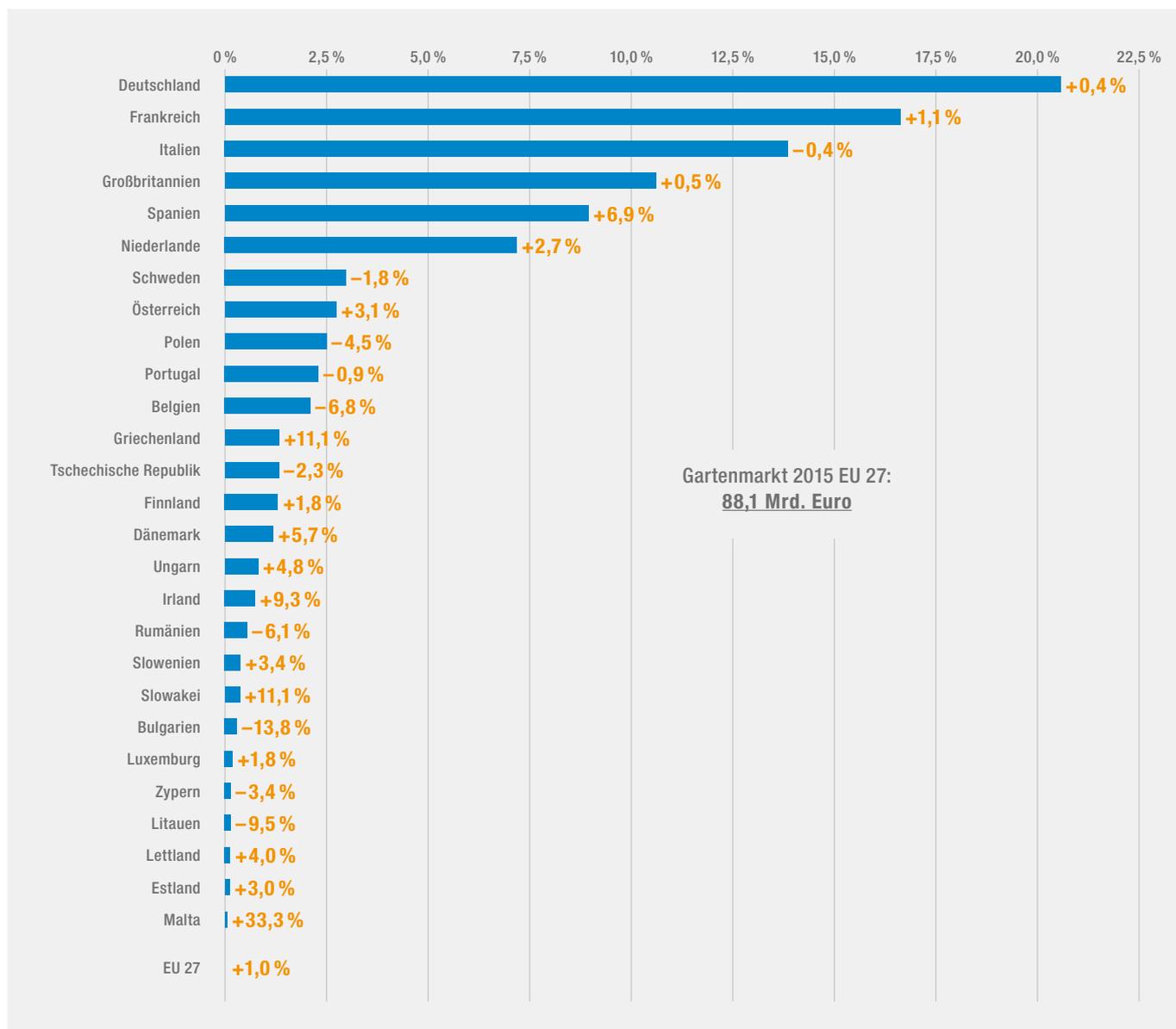
Deutschland mit einem Wachstum von 0,5 Prozent in 2015, der europäische Gartenmarkt mit einem Plus von gut einem Prozent im gleichen Zeitraum. „Dynamik sieht anders aus“, könnte man meinen. Mitnichten! Der Blick in die Gärten unserer europäischen Nachbarn, die in der Summe im vergangenen Jahr rund 88,1 Milliarden Euro für Grüne Sortimente ausgegeben haben, zeigt nur auf den ersten Blick eine gewisse „nüchterne Kontinuität von Altbekanntem“. So hat sich an der Rangfolge der für den Gartenmarkt bedeutendsten Länder nichts geändert: Deutschland bleibt

mit einem Anteil von rund 21 Prozent (18,1 Milliarden Euro) der wichtigste Einzelmarkt, gefolgt von Frankreich mit 17 Prozent (14,7 Milliarden Euro), Italien mit 14 Prozent (12,2 Milliarden Euro) sowie Großbritannien mit 11 Prozent (9,4 Milliarden Euro). Insgesamt konzentrieren sich derzeit rund 78 Prozent des Gartenmarktes in Europa auf die bedeutendsten sechs der 27 Länder.

Auch die Wachstumsraten bleiben auf einem Niveau wie in Deutschland, sieht man davon ab, dass Italien ein leichtes Minus von 0,4 Prozent und das sich langsam von der Rezession erholende Spanien mit einem Plus von 6,9 Prozent ein überdurchschnittliches Wachstum verbuchen konnte.

■ Marktanteile der einzelnen Länder am EU-27-Gartenmarkt 2015
 % Entwicklung des Gartenmarktes in den einzelnen Ländern 2015 gegenüber 2014

Quelle: IFH-RETAIL CONSULTANTS GmbH



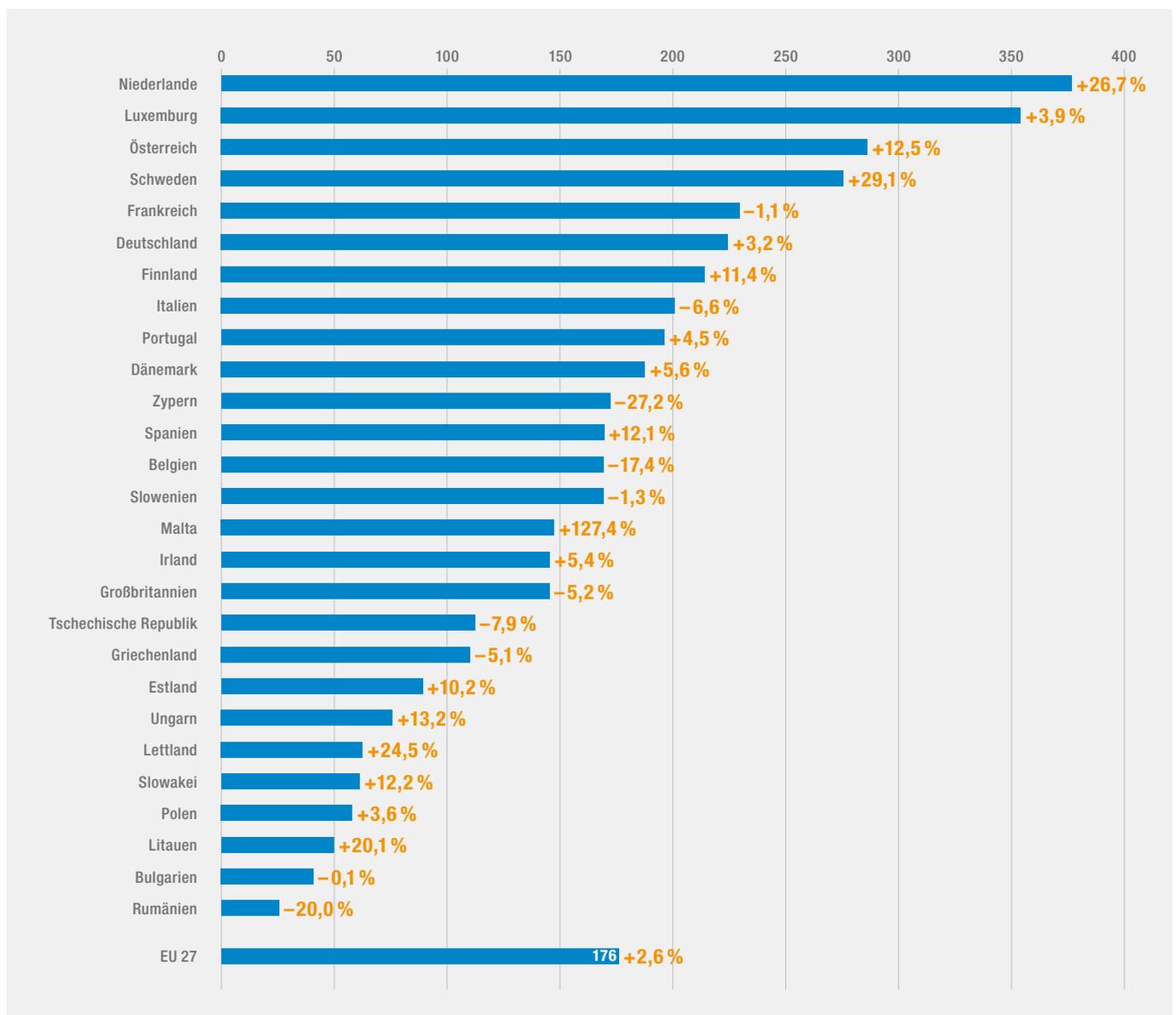
Von den kleineren Märkten weisen abgesehen von Malta auch Griechenland, die Slowakei, Irland, Dänemark, Ungarn und Lettland im vergangenen Jahr nennenswerte Wachstumsraten auf, die den insgesamt positiven Trend hin zum Thema Garten unterstreichen. Das Minus von 4,5 Prozent in Polen bzw. 6,8 Prozent in Belgien zeigt aber, dass auch reifere Märkte von deutlich negativen Entwicklungen betroffen sein können und einzelne nationale Märkte insgesamt einer gewissen Volatilität unterworfen sind. Rückschlüsse auf mögliche Wachstumspotenziale in den einzelnen Ländern lassen sich aus dieser Perspektive jedoch nicht ableiten. Hier hilft der Blick auf die länderspezifischen Pro-Kopf-Ausgaben.

REIFE MÄRKTE MIT HOHEN PRO-KOPF-AUSGABEN UND GERINGER DYNAMIK

Die höchsten Pro-Kopf-Ausgaben für Gartensortimente werden in den Niederlanden (377 Euro) sowie in Luxemburg (354 Euro) erzielt. Damit liegen die beiden Länder um mehr als das Doppelte über dem EU-27-Durchschnitt von 176 Euro. Auf den weiteren Plätzen folgen Österreich, Schweden, Frankreich, Deutschland, Finnland und Italien. Hier variieren die Pro-Kopf-Ausgaben in einem Bereich zwischen 200 und 290 Euro. Diese Märkte sind in der Regel im Gartenbereich durch eine Vielzahl unterschiedlicher Vertriebswege umfangreich erschlossen und zeichnen sich zudem durch geringe Schwankungsbreiten in ihrer jeweiligen Marktentwicklung aus.

■ Pro-Kopf-Ausgaben 2015 für Gartenprodukte in den Ländern der EU 27 (Angaben in Euro)
 % Entwicklung der Pro-Kopf-Ausgaben für Gartenprodukte in den Ländern der EU 27 zwischen 2010 und 2015

Quelle: IFH-RETAIL CONSULTANTS GmbH





Die höchsten Pro-Kopf-Ausgaben für Gartensortimente werden in den Niederlanden (377 Euro) und in Luxemburg (354 Euro) erzielt.

Demgegenüber zeigt sich am unteren Ende, dass insbesondere die Länder aus dem osteuropäischen Raum in ihren Pro-Kopf-Ausgaben deutlich unter dem EU-Durchschnitt liegen. So wird beispielsweise in Polen mit 58 Euro gerade einmal ein Drittel erreicht. Dies ist jedoch kein Indiz für fehlende Garten-Affinität: In vielen osteuropäischen Märkten fehlen schlichtweg einfach Angebotsformate. So werden Gartensortimente im gesamten baltischen Raum lediglich in einem kleinen Umfang – und dabei fokussiert auf Hartwaren – von den Baumarktketten vermarktet. Große Fachgartencenter fehlen fast völlig, Lebendes Grün wird insgesamt sehr stiefmütterlich behandelt. Der Großteil der angebotenen Waren beschränkt sich auf Gartengeräte, Erden, Düngemittel, Wasser im Garten sowie mit Abstrichen Gartendekorationsartikel und Gartenmöbel.

Die meisten dieser Märkte befinden sich derzeit in einer Phase, die durch extrem schnell verlaufende Entwicklungen auf der gesamten Einzelhandels-Distributionsebene gekennzeichnet ist. Entwicklungen, die in Westeuropa einen Zeitraum von einer Dekade beansprucht haben, laufen hier innerhalb von ein bis zwei Jahren ab. Derzeit boomt die Entwicklung von Großflächenformaten aus dem Lebensmittel-, Unterhaltungselektronik- und Baumarktbereich ebenso wie die Entwicklung von großen Einkaufs- und Fachmarktzentren. Es ist also keine Frage mangelnder Akzeptanz der Verbraucher, wie ein Blick auf die Grafik zur Entwicklung der Pro-Kopf-Ausgaben im Zeitraum zwischen 2010 und 2015 zeigt.

In Lettland, Litauen, Ungarn, der Slowakei und Estland haben sich die Pro-Kopf-Ausgaben in den letzten Jahren mit einer überdurchschnittlichen Dynamik bewegt. Die Wachstumspotenziale sind beträchtlich. Allein für diese Länder ergibt sich für den Gartenbereich bei einem Zielwert in Höhe des EU-Durchschnitts eine Wachstumschance

in Höhe von 4,0 bis 4,5 Milliarden Euro. Für Handel und Industrie bieten sich insbesondere im osteuropäischen Raum erhebliche Wachstumschancen, die mit vergleichsweise geringen Risiken erschlossen werden können. Dies gilt sowohl für die Entwicklung passender Angebotsformate und -kanäle als auch für den Aufbau bedarfsgerechter Sortimente.



IPM
ESSEN · GERMANY
2018

Die Weltleitmesse
des Gartenbaus

IDEEN SÄEN, ERFOLGE ERNTEN

23. – 26. Januar



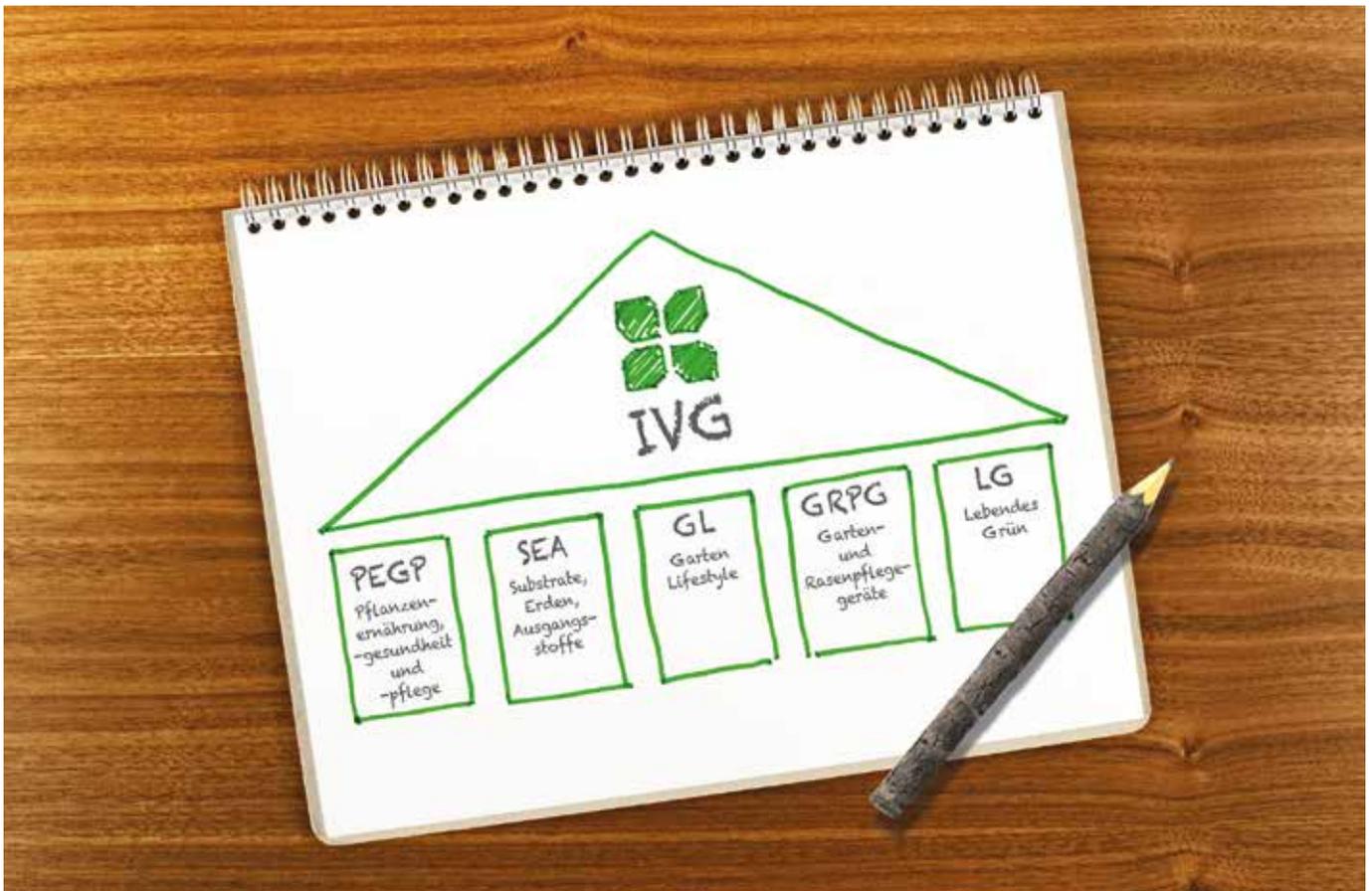
www.ipm-essen.de

Industrieverband Garten e.V. Ziele, Philosophie & Aufgaben

Durch und durch Garten – so lautet nicht nur unser Leitbild, so denken und handeln wir auch. In unserem Verband haben sich Hersteller von Produkten für den Hobby- und Profimarkt der Grünen Branche zusammengeschlossen. Derzeit vereinen wir über 130 Mitglieder, für deren Belange wir uns auf allen Ebenen des Marktes einsetzen. Denn unser Ziel ist es, bei allen Aktionen, Projekten und Diskussionen immer das bestmögliche Ergebnis für sie zu erzielen. Wir sind gleichzeitig Branchen- und Fachverband, unser Denken orientiert sich an absatzwirtschaftlichen Größen, unser Fokus ist die Zufriedenheit unserer Mitglieder und die Stärkung unserer Branche.

Ein Sprachrohr für viele Stimmen

Derzeit arbeiten wir innerhalb des Verbandes in fünf Fachabteilungen. Jede dieser Gruppen wird von einem Experten auf seinem Gebiet betreut, der jederzeit als kompetenter Ansprechpartner für die Mitglieder zur Verfügung steht. Unsere Kernkompetenzen sind Information, Beratung, Lobbying und Öffentlichkeitsarbeit – wie das konkret aussieht, erfahren Sie auf den folgenden Seiten. >>>



Johannes Welsch
IVG Geschäftsführer

Ich kenne den IVG seit vielen Jahren – zunächst als Mitglied, dann als Mitarbeiter, heute als Geschäftsführer. In dieser Zeit ist der Verband nicht nur gewachsen, er hat auch sein Angebot stets aktualisiert und optimiert.



Christoph Büscher
IVG Vorsitzender

Der IVG ist die Plattform der Industrie für Kooperationen von Unternehmen und Verbänden. Neue Ideen, die entstehen, können rasch umgesetzt werden.





Information, Know-how, Marktwissen

Das Wissen um die Entwicklungen des Gartenmarktes ist ein wichtiger Teil der täglichen Arbeit unserer Mitglieder. Fundiertes Zahlenmaterial hilft nicht nur dabei, Informationen zu erhalten, sondern auch, sie zu verstehen, auszuwerten und zu analysieren. Es ist die Grundlage für viele Entscheidungen und ein Hilfsmittel bei Argumentationen gegenüber Entscheidern und Kollegen. Aus diesem Grund gehören aktuelle Informationen und fundiertes Know-how bereits seit vielen Jahren zum wertvollen Wissenspool unseres Verbandes. Wir kooperieren mit Marktforschungsinstituten und erheben eigene Statistiken – so bündeln wir kontinuierlich Zahlen, Daten und Fakten zur Entwicklung unserer Branche.

96,4%

der IVG Mitglieder bewerten den IVG Infoticker mit „gut“ oder „sehr gut“.*

96,5%

der IVG Mitglieder bewerten die Verbandsarbeit allgemein mit „gut“ oder „sehr gut“.*

91,1%

der IVG Mitglieder schätzen das Branchennetzwerk des IVG.*

* Ergebnisse der IVG Mitgliederbefragung

IVG MARKTBlick – IMMER AUF DEM NEUESTEN STAND

Wir bieten unseren Mitgliedern ein Instrument, mit dem sie jederzeit und individuell auf aktuelle Marktzahlen zugreifen können: den IVG Marktblick. Das Online-Tool ist das Resultat der engen Zusammenarbeit unseres Verbandes mit dem Institut für Handelsforschung (IFH). Gemeinsam wurde eine Plattform entwickelt, die unseren Firmen die tägliche Arbeit erleichtern soll. Der IVG Marktblick liefert Informationen zu Umsätzen, Absätzen und Entwicklungen für den Gartengesamtmarkt, einzelne Sparten und die unterschiedlichen Vertriebswege. Es gibt die Möglichkeit, die Daten individuell zu filtern und herunterzuladen. Das IFH aktualisiert die Zahlen zweimal jährlich.

Darüber hinaus gibt es sechs Newsletter im Jahr, die jeweils ein bestimmtes Thema näher beleuchten und entsprechend mit Datenmaterial untermauern. So werden etwa die einzelnen Vertriebswege unter die Lupe genommen oder es wird ein Blick über die Landesgrenzen hinaus in den europäischen Gartenmarkt geworfen. Bei der Auswahl der Themen orientieren wir uns am aktuellen Zeitgeist.



Seit vielen Jahren arbeiten wir eng mit dem IFH zusammen.

Das unabhängige Institut verfügt über ein tiefes Branchenwissen und eine hohe Akzeptanz im Markt. Unsere Mitglieder profitieren in vielen Bereichen von dieser Verbindung – unter anderem durch regelmäßige Newsletter und vergünstigte Marktstudien.

IVG INFOTICKER – IMMER BESTENS INFORMIERT

Wir wissen, wie wichtig es für Unternehmen ist, über die aktuellen Geschehnisse in ihrer Branche stets auf dem neusten Stand zu sein. Gleichzeitig wissen wir, dass im Alltag häufig ein Termin den nächsten jagt und der oft enge Zeitplan es kaum zulässt, jede Woche sämtliche Fachmedien mit der nötigen Sorgfalt zu lesen. Aus diesem Grund haben wir in den vergangenen Jahren unseren IVG Infoticker erheblich ausgebaut. Der Newsletter erscheint alle zwei Wochen und fasst kurz, kompakt und übersichtlich die wichtigsten Neuigkeiten des Grünen Marktes für unsere Mitglieder zusammen. Im Rahmen eines aufwendigen Medienmonitorings filtern wir alle branchenrelevanten Fakten und bereiten sie so auf, dass sie für den Leser schnell und unkompliziert zu erfassen sind.

IVG TRENDTICKER GARTEN – IMMER EINEN SCHRITT VORAUSS

Markt- und Trendforschung spielt heutzutage ebenfalls eine wichtige Rolle in unserer Arbeit als Branchenverband. Wir befinden uns in einer Zeit, in der sich Trends dank digitaler Medien und nahezu unbegrenzter Mobilität schneller entwickeln, als wir sie fassen können. Einige von ihnen verpuffen bereits nach kurzer Zeit – andere könnten die Zielgruppen maßgeblich prägen und so den Markt langfristig verändern. So ist es für uns besonders wichtig, den aktuellen Themen immer einen Schritt voraus zu sein und die Trends bereits in ihrem Aufkeimen zu entdecken. Deshalb haben wir ein ganz besonderes Medium entwickelt: den IVG Trendticker Garten. Der Newsletter erscheint zweimal im Jahr exklusiv für unsere Mitglieder und stellt ihnen Trends aus aller Welt vor. Er soll inspirieren, faszinieren und einen Blick über den eigenen Tellerrand hinaus ermöglichen.



DER IVG WISSENSPOOL

Unser Gartenmarkt-Know-how basiert auf einer mehr als 40-jährigen Branchenerfahrung. Darüber hinaus ist es ein Resultat aus engen Kooperationen mit Marktforschungsinstituten, Statistik-Tools und Screening-Diensten. Durch diese Kombination können wir unsere Mitglieder jederzeit gut beraten.

Beratung & Weiterbildung

Man kann nicht alles wissen, aber man sollte immer wissen, wen man fragen kann. Deshalb versorgen wir unsere Mitglieder nicht nur mit umfangreichen Informationen und Marktdaten, wir beraten sie auch 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. Neben der Beratung haben wir mit unserem Seminarangebot einen kartellrechtskonformen Weg gefunden, unsere Mitglieder bei übergeordneten Fragestellungen optimal zu unterstützen. In diesem Rahmen behandeln wir beispielsweise Themen wie E-Commerce, Selektiver Vertrieb, Warenpräsentation oder Online-Marketing.



* Ergebnisse der IVG Mitgliederbefragung

Lobbyarbeit & Dialogpflege

Wir sind das Sprachrohr unserer Mitglieder und wir nutzen alle Kanäle, um die Interessen der Unternehmen zu vertreten. Deshalb stehen wir regelmäßig in engem Kontakt mit Behörden, Politik, Naturschutzgruppen und Abnehmerkreisen. Bei Fehlern und Lücken in der Gesetzgebung oder Normung weisen wir die Verantwortlichen darauf hin. Dank eines fachlichen Backgrounds können wir unsere Argumente stets entsprechend untermauern. Darüber hinaus pflegen wir ein enges Netzwerk mit den Verbänden der Grünen Branche, die wir als Partner sehen und mit denen wir uns regelmäßig abstimmen. Unser Ziel ist es, den gesamten Grünen Markt langfristig zu stärken und einen fairen Wettbewerb zu etablieren.





Öffentlichkeitsarbeit & Netzwerkausbau

Wir teilen unser Wissen und kommunizieren unsere Botschaften. Im Interesse unserer Mitglieder stehen wir in engem Kontakt mit Fach- und Endverbrauchermedien. Sie versorgen wir regelmäßig mit Informationen zur wirtschaftlichen Lage des Gartenmarktes, zum Verbraucherverhalten und zu weiteren fachlichen Themen. Darüber hinaus beziehen wir auch Stellung in aktuellen politischen Diskussionen und beantworten individuelle Presseanfragen. Dabei gehen wir stets im Sinne unserer Mitglieder vor und kommunizieren ihre Belange gezielt an die Öffentlichkeit.

IVG PRESSEPORTAL – GEBÜNDELTE NEWS DER GRÜNEN BRANCHE

In einem separaten Bereich unserer Website veröffentlichen wir regelmäßig die Pressemitteilungen unserer Mitglieder. Egal, ob Produktneuheiten, Personalwechsel oder sonstige Unternehmensbelange – im IVG Presseportal finden sich alle relevanten Neuigkeiten der deutschen Gartenindustrie. Mit dieser Seite haben wir einen neutralen Servicerahmen für Medien und Firmen gleichermaßen geschaffen. Pressevertretern genügt ein Klick, um aktuell und gut informiert zu sein, und unsere Mitglieder können die Redaktionen mit wenig Aufwand über einen zusätzlichen Weg informieren.

IVG VERANSTALTUNGEN – KOMMUNIKATION, DIALOG, NETZWERK

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. Näheres erfahren Sie auf den folgenden Seiten. >>>

IVG MEDIENTAG GARTEN



Mit dem IVG Medientag Garten haben wir in den vergangenen Jahren eine in der Branche einzigartige Plattform für Pressegespräche und Interviews geschaffen – eine Veranstaltung, die wir ausschließlich für Journalisten, Redakteure und unsere Mitglieder organisieren.

- Circa 120 Journalisten
- Mehr als 40 Aussteller
- Einbindung von Garten-Bloggern
- Vorträge zu Markt und Trend
- Nächster Termin: 22. Februar 2017



Gewinnen Sie einen ersten Eindruck.



IVG MESSEAUFTRITTE



Wir zeigen Präsenz: Bei der Internationalen Pflanzenmesse (IPM) in Essen und der spoga+gafa in Köln sind wir jeweils mit einem Messestand vertreten. Als Anlaufstelle für unsere Mitglieder und für die eigene Netzwerkpflge.



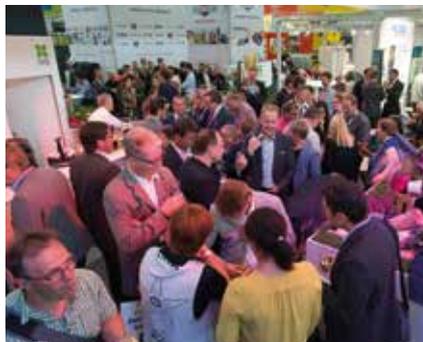
- Nächste Termine:
24. bis 27. Januar 2017 (IPM)
3. bis 5. September 2017 (spoga+gafa)

IVG GARTENPARTY



Bei Kölsch und kleinen Köstlichkeiten trifft sich am Messmontag der spoga+gafa das Who's who der Grünen Branche an unserem Messestand. Eine Party in entspannter Atmosphäre für den ungezwungenen Austausch.

- 450 Besucher
- Flying Buffet
- Livemusik
- Nächster Termin: 4. September 2017





TAG DES GARTENS



Im August 2015 öffnete der erste Tag des Gartens im Kölner Rheinpark seine Pforten. Die Veranstaltung entstand auf unsere Initiative hin und wurde von der Koelnmesse organisiert. Das Konzept: ein Gartenfestival für Endverbraucher, das sowohl mit großen Markenherstellern als auch mit kleinen, oftmals lokalen Anbietern aufwartet.

- 15.000 Besucher
- Über 100 Aussteller
- Bühnenprogramm
- Nächster Termin: 2. und 3. September 2017

DEUTSCHER TORF- UND HUMUSTAG



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

- 250 Besucher
- Spannende Fachvorträge
- Branchentreff am Abend
- Nächster Termin: 23. November 2017



IVG FORUM GARTENMARKT



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

- Mehr als 200 Besucher
- Spannende Fachvorträge
- Branchentreff am Vorabend
- Nächster Termin: 8. November 2017

Fachabteilung Pflanzenernährung, -gesundheit und -pflege

Die Fachabteilung „Pflanzenernährung, -gesundheit und -pflege“ (PEGP) ist der Treffpunkt für Anbieter von Produkten, die den Hobbygärtnern zur Ernährung und Gesunderhaltung ihrer Pflanzen wichtig sind. Dazu zählen die Marktsegmente Pflanzenschutz, Düngemittel und Pflanzenpflege. Im Bereich Pflanzenschutz setzen wir uns gemeinsam mit unseren Mitgliedern für naturgemäßes Gärtnern und integrierten Pflanzenschutz ein. Wir möchten dem Verbraucher einen sicheren Markt mit einer breiten Produktvielfalt erhalten.

Bodenhilfsstoffe • Organische, organisch-mineralische und mineralische Düngemittel
Pflanzenhilfs- und -schutzmittel • Biozid-Produkte • Pflanzenstärkungsmittel

IHR ANSPRECHPARTNER BEIM IVG:



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



OFFENER DIALOG FÜR FAIREN WETTBEWERB

In unserer Fachabteilung „Pflanzenernährung, -gesundheit und -pflege“ befassen wir uns unter anderem mit Themen des Düngemittel- und Pflanzenschutzrechts sowie mit Vertriebs- und Vollzugsfragen. Darüber hinaus stehen wir stets in engem Austausch mit unseren Partnerverbänden und halten kontinuierlich die politischen Entwicklungen im Blick, um bei aktuellen Fragestellungen schnell und effizient reagieren zu können. So auch 2016, als die EU-Kommission einen Vorschlag für eine überarbeitete EU-Düngemittelverordnung veröffentlicht hat, mit dem Hintergrund, künftig gleiche Wettbewerbsbedingungen für alle Arten von Düngemitteln zu schaffen. Auch wenn unsere Mitglieder die Zielsetzung befürworteten, stellten sich dennoch bei intensiver Prüfung des Entwurfes etwaige Lücken und Mängel heraus, die wir im Rahmen eines Positionspapiers aufführten und in gemeinsamen Gesprächen mit dem Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) vortrugen. Darüber hinaus arbeiten wir in dieser Sache eng mit unseren europäischen Partnerverbänden EUROFEMA und Growing Media Association (vormals Epagma) zusammen. Langfristig möchten wir auf diesem Weg praxisgerechte Regelungen für unseren Markt umsetzen und entsprechende Anpassungen bewirken.

Ein weiteres aktuelles Thema in dieser Fachabteilung ist die geplante Gebührenerhebung des Landes Nordrhein-Westfalen (NRW) bei Regelkontrollen in der Düngemittelüberwachung. Da NRW bei Umsetzung dieser Maßnahme deutschlandweit das einzige Bundesland ist, in dem für dort ansässige Unternehmen entsprechende Zusatzkosten anfallen, entstehen

gravierende Wettbewerbsverzerrungen innerhalb unseres Marktes. Da diese Gebührenpraxis darüber hinaus sowohl aus rechtlicher als auch politischer Sicht nicht zu rechtfertigen ist, sehen wir unsere Aufgabe als Branchenverband darin, in Gesprächen mit dem zuständigen Landesamt für Natur, Umwelt und Verbraucherschutz (LANUV) auf die Problematiken hinzuweisen und eine Korrektur – möglicherweise auf dem Rechtsweg – zu veranlassen.

BESSER INFORMIERT!

Damit wir den Gesamtmarkt für Marken und Handelsmarken abbilden können, erheben wir innerhalb der Fachabteilung „Pflanzenernährung, -gesundheit und -pflege“ eigene Treuhandstatistiken für Dünge- und Pflanzenschutzmittel. Die Erfassung der Daten erfolgt anonym, die Ergebnisse stellen wir den an der Abfrage teilnehmenden Mitgliedern exklusiv zur Verfügung.

GRÜNE THEMEN MIT GESELLSCHAFTLICHER VERANTWORTUNG

Weitere in der Verbandsarbeit bedeutende Dialogschwerpunkte sind beispielsweise die Themen „Bienenschutz“ und „Glyphosat“. Beide Debatten begleiten wir als aktiver Kommunikator gegenüber Politik, Behörden, Medien, Handel und Industrie – wir nehmen die Diskussionen ernst und beteiligen uns sowohl als Dialog- als auch als Kampagnenpartner, wenn es darum geht, in der Öffentlichkeit für Aufklärung zu sorgen. Dabei setzen wir uns gemeinsam mit unseren Partnerverbänden dafür ein, dass der Markt sicher ist und bleibt – für Mensch, Tier und Umwelt.

DIE SPRECHER DER FACHABTEILUNG:



Oliver Trappmann
Leiter Marketing International
Compo GmbH & Co. KG

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



Hans Martin Lohmann
Geschäftsführender Gesellschafter
W. Neudorff GmbH KG

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



Fachabteilung Substrate, Erden, Ausgangsstoffe

In unserer Fachabteilung „Substrate, Erden, Ausgangsstoffe“ (SEA) vereinen wir fast alle Hersteller von Blumenerden und Kultursubstraten in Deutschland. Auch ein Großteil der torfgewinnenden Unternehmen in Niedersachsen ist ein Teil dieses Bereiches in unserem Verband. Aufgrund der hohen Marktabdeckung sind wir mit unserer Fachabteilung in diesem Segment ein starkes Sprachrohr der Branche. Diesen Einfluss nutzen wir im Sinne unserer Mitglieder, für deren Interessen wir uns einsetzen.

Organische und mineralische Ausgangsstoffe • Blumenerden • Kultursubstrate
Komposte • Rindenprodukte • Organische Bodenverbesserungsmittel

IHRE ANSPRECHPARTNER BEIM IVG:



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



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

ROHSTOFFSICHERUNG – HEUTE DIE ZUKUNFT PLANEN

Im Mittelpunkt unserer Arbeit in der Fachabteilung „Substrate, Erden, Ausgangsstoffe“ steht die Sicherung der für unsere Branche existenziellen Rohstoffe. Vor dem Hintergrund der immer knapper werdenden Ressource Torf und durch den Wunsch des Handels nach nachhaltig erzeugten Produkten haben wir uns in einem umfangreichen Workshop-Prozess mit den sich verändernden Bedingungen auseinandergesetzt. Im Rahmen themenspezifischer Arbeitskreise entwickelten wir Strategien für die Einbeziehung neuer und bewährter Alternativen zu Torf und prüften auf dieser Basis, welche Instrumente für deren Umsetzung benötigt werden.

WISSENSVORSPRUNG DURCH RELEVANTE MARKTINFORMATIONEN

Wichtige Grundlage für die Bearbeitung dieses Zukunftsthemas ist eine fundierte Datenbasis, die unseren Mitgliedern verlässliche Marktzahlen zu ihren Produkten liefert. Deshalb erheben wir innerhalb unserer Fachabteilung eigene Statistiken. Durch die hohe Marktabdeckung erhalten wir auf diese Weise repräsentative Informationen zu Art und Menge der jährlich am Markt eingesetzten Substratausgangsstoffe. Diese liefern uns auch eine Argumentationshilfe bei Gesprächen mit Behörden, Politik und Umweltschutzgruppen. Darüber hinaus sammeln wir weitere relevante Fakten aus verschiedenen Quellen, wie beispielsweise unseren Kooperationen mit Marktforschungsunternehmen, und stellen diese in unserem „SEA intern“ – einem jährlich erscheinenden Newsletter, den wir seit 2016 im Portfolio haben – übersichtlich, kompakt und gebündelt zur Verfügung.

SENSIBILISIERUNG DURCH AUFKLÄRUNG

Ein weiterer Schritt in Richtung Zukunft ist die Veröffentlichung und Verbreitung relevanter Hintergrundinformationen. Denn Handel, Gartenbau und Verbraucher sind wichtige Dialoggruppen, die den Wandel nur dann mittragen können, wenn sie über ausreichende Kenntnisse zur aktuellen Versorgungssituation verfügen. Deshalb werden wir ab 2017 zusätzlich zur bereits seit einigen Jahren bestehenden Webseite „warum-torf.info“ zwei weitere Plattformen ins Netz stellen: Unter meine-blumenerde.info können sich Hobbygärtner, gewerbliche Nutzer und Medienvertreter künftig umfangreiches Wissen zu sämtlichen Ausgangsstoffen sowie zu den Eigenschaften der einzelnen Substrate aneignen. Etwas fachlicher wird dasselbe Thema dann in einem „Online-Lexikon“ präsentiert, das vornehmlich diejenigen ansprechen soll, die beruflich in diesem Segment tätig sind.

In diesem Zusammenhang spielt auch der Dialog mit Natur- und Umweltschutzverbänden eine wichtige Rolle. Seit 2012 arbeiten wir bereits mit dem Naturschutzbund (NABU) in Niedersachsen zusammen. Gemeinsam haben wir ein Natur- und Klimaschutzkonzept entwickelt, das sowohl die Interessen der Naturschützer als auch die der Industrie miteinander verbindet. Der vertrauensvolle Umgang mit unserer Umwelt ist für uns und unsere Mitglieder von großer Bedeutung. Aus diesem Grund unterstützen wir die Etablierung des Zertifizierungssystems „Responsibly Produced Peat (RPP)“. Wir engagieren uns seit der ersten Stunde im Vorstand der Stiftung und möchten so sicherstellen, dass für Handel und Verbraucher künftig auf einen Blick erkennbar ist, ob ein Produkt aus einer nachhaltig bewirtschafteten Fläche stammt.



DIE SPRECHER DER FACHABTEILUNG:



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

Der rege Austausch in der Fachabteilung „Substrate, Erden, Ausgangsstoffe“ hilft uns, im täglichen Umgang die richtigen Entscheidungen zu treffen.



Bernard Hubbermann
Geschäftsführer
Floragard Vertriebs GmbH

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



Fachabteilung Garten Lifestyle

In unserer Fachabteilung „Garten Lifestyle“ (GL) treffen sich Anbieter von Produkten, die den Garten noch schöner, bunter und aufregender machen. Darunter die Segmente Dekoration, Wasser im Garten, Gartenmöbel, Holz im Garten, Grillgeräte und Pflanzgefäße. Derzeit beteiligen sich rund 25 Unternehmen an dieser Fachabteilung. Insbesondere die Segmente „Grillen im Garten“ und „Gartenmöbel“ sind in den vergangenen Jahren stark gewachsen. Hier möchten wir auch in Zukunft verstärkt neue Mitglieder gewinnen.

Gartenmöbel • Pflanzgefäße • Grillen und Outdoor-Cooking • Gartendekoration Bewässerungstechnik, Wasserspiele
Holz im Garten • Frühbeete und Anzuchthilfen

IHRE ANSPRECHPARTNER BEIM IVG:



Johannes Welsch
Geschäftsführer
Telefon: +49 211 909998-60
Mobil: +49 151 11677565
E-Mail: welsch@ivg.org



Anna Hackstein
Leiterin Marketing & Kommunikation
Telefon: +49 211 909998-21
Mobil: +49 171 9348554
E-Mail: hackstein@ivg.org

DIE ZUKUNFT IM BLICK

Die Themen in der Fachabteilung „Garten Lifestyle“ sind so vielseitig wie die in ihr versammelten Mitgliedsunternehmen – sie umfassen beinahe alle Facetten des Marktes. Im Fokus steht dabei häufig der Verbraucher: Wir analysieren seine Wünsche, sein Verhalten, seine Entwicklung – heute und in Zukunft. Denn kaum ein Aspekt hat größeren Einfluss auf strategische Vertriebsfragen als die Bedürfnisse unserer Konsumenten. Dabei haben wir stets alle Segmente im Blick und konzentrieren uns sowohl auf das, was ist, als auch auf das, was kommt. Als Grundlage dienen uns Marktforschungsergebnisse, Statistiken und Studien, die wir auswerten und mit Inhalten füllen.

GRÜNE THEMEN IN BUNTER VIELFALT

Ein noch recht junges Kernthema der Fachabteilung ist zudem die Bearbeitung von kleinen und großen Trendfragen aus aller Welt. Wir betrachten sowohl die Entwicklungen innerhalb unseres Marktes als auch relevante Bewegungen außerhalb der Grünen Branche. Dabei haben Megatrends einen ebenso hohen Stellenwert wie kurzzeitig andauernde Erscheinungen. Die Ergebnisse unserer Recherchen präsentieren wir im Rahmen von gemeinsamen Fachabteilungssitzungen. Darüber hinaus fassen wir sie im zweimal jährlich erscheinenden Newsletter „IVG Trendticker“ (vgl. Seite 19) übersichtlich und kompakt für unsere Mitglieder zusammen. Die Basis unserer Trendforschung bilden dabei zum einen enge Kooperationen mit Instituten und Marktforschungsunternehmen und zum anderen kontinuierliches und intensives Screening der relevanten Online-Plattformen, Blogs und Fachmedien.

Ein weiteres Fundament dieser Fachabteilung ist die aktive Presse- und Öffentlichkeitsarbeit vonseiten des Verbandes. Durch die gezielte Platzierung marktrelevanter Themen in Fach- und Endverbrauchermedien pushen wir den anhaltenden Garten-Hype unserer Gesellschaft stetig. Dabei decken wir alle Sortimentsbereiche gleichmäßig ab, konzentrieren uns aber bei Bedarf auf die Aspekte, die aktuell besonders im Fokus der Öffentlichkeit stehen. So spielt etwa das Segment „Grillen und Outdoor-Cooking“ seit einiger Zeit eine große Rolle in der Verbandsarbeit. In enger Abstimmung mit unseren Mitgliedern ist es uns in den vergangenen Monaten gelungen, das Thema deutschlandweit in reichweitenstarken Tages- und Wochenzeitungen sowie über Nachrichtendienste zu platzieren und somit Markt und Konsumenten gleichermaßen zu erreichen.



Die ständige Veränderung der Medienlandschaft sorgt dafür, dass der Austausch mit Influencern immer wichtiger wird. Deshalb steht der IVG in regelmäßigem Kontakt mit relevanten Bloggern und Meinungsbildnern. Denn nur so können wir bei Bedarf schnell und kurzfristig auf aktuelle Trendströmungen und Themen reagieren, unsere Mitglieder entsprechend mit Informationen versorgen oder Stellungnahmen vornehmen.

DIE SPRECHER DER FACHABTEILUNG:



Peter Baumann
Geschäftsführender Gesellschafter
Scheurich GmbH & Co. KG

Durch den IVG bekommen wir ein Maximum an Kontakten und Hintergrundinformationen zur Grünen Branche.



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

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



Fachabteilung Garten- und Rasenpflegegeräte

Egal, ob mit Motor oder ohne – in der Fachabteilung „Garten- und Rasenpflegegeräte“ (GRPG) treffen sich alle Hersteller von Produkten, die für die Pflege eines schönen Gartens benötigt werden. Das Angebotsspektrum unserer Mitglieder reicht von der Heckenschere über die Kettensäge bis hin zum Mähroboter. Derzeit sind 43 Unternehmen Mitglied in dieser Fachabteilung, wodurch wir in dem Segment der Gartengeräte und -maschinen eine sehr hohe Marktabdeckung in Deutschland erzielen.

Rasenpflegegeräte • Bodenbearbeitungsmaschinen • Outdoor-Reinigung • Baumpflege • Forstmaschinen

IHR ANSPRECHPARTNER BEIM IVG:



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



UNSER MARKT, UNSERE VERANTWORTUNG

Marktentwicklung, Technik, Vertrieb und Umweltschutz sind die Kernthemen in der Fachabteilung „Garten- und Rasenpflegegeräte“. Wir setzen uns auf allen Ebenen für einen sicheren Markt mit fairen Wettbewerbsbedingungen ein. Dazu gehört beispielsweise die enge Zusammenarbeit mit Marktaufsichtsbehörden, um durch eine aktive Mitarbeit und gezielte Sensibilisierung den Verbraucherschutz zu erhöhen. So stehen wir derzeit unter anderem in engem Austausch mit der Marktüberwachung Baden-Württemberg. Hintergrund sind Produkttests an Rasenrobotern, die Ende 2015 von der Landesanstalt für Umweltschutz in Karlsruhe (LUBW) durchgeführt wurden und die sicherheitsrelevante Mängel an einigen Geräten offengelegt haben. Als Reaktion entwickelten wir in Gesprächen mit unseren Mitgliedern und den zuständigen Behörden einen Fahrplan, um die aktuellen Defizite bei dieser noch jungen Produktgruppe künftig zu vermeiden. Maßnahmen sind zum Beispiel die Überarbeitung der für Rasenroboter geltenden Normen EN 50636-23107:2015 und ICE 60335-2-107 auf Grundlage eines Arbeitspapiers, das technische Modifikationen zur Verbesserung der Sicherheit vor allem im Hinblick auf Kleinkinder beinhaltet.

PRODUKTTESTS FÜR MEHR SICHERHEIT IM GARTEN

Darüber hinaus arbeiten wir derzeit mit der Marktüberwachung Nordrhein-Westfalen (NRW) an dem Projekt „Sichere Gartenarbeit“, das deutschlandweit von sechs weiteren Bundesländern mitgetragen wird. Bei diesem Vorhaben

kontrolliert die Prüfstelle insgesamt mehr als 25 Produktfelder aus dem Gartensegment – wir liefern Know-how und Marktwissen.

Wir unterstützen nicht nur externe Maßnahmen für einen sicheren Markt, sondern werden auch selbst aktiv. Seit 2014 führen wir stichprobenartige Untersuchungen bei Gartengeräten durch, die zeigen, dass viele Produkte am Markt nicht den gesetzlichen Bestimmungen entsprechen. Mit unseren Ergebnissen sensibilisieren wir die verantwortlichen Behörden und Inverkehrbringer.

AKTIVE KOOPERATION UND FACHLICHE UNTERSTÜTZUNG

Die Arbeit der Marktüberwachungsbehörden, Zollstellen, Importeure und Hersteller im Hinblick auf die Beurteilung der rechtlichen Konformität der einzelnen Produkte ist eine fachliche Herausforderung. Aus diesem Grund entwickeln wir gemeinsam mit der European Garden Machinery industry Federation (EGMF) verschiedene Leitfäden für das Produktsegment der Garten- und Rasenpflegegeräte und stellen diese der Öffentlichkeit zum Download auf unserer Webseite zur Verfügung. Das Instrument „Leitfäden“ nutzen wir auch beim aktuellen Trendthema „Akku“: Laut aktuellen Zahlen der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) konnten akkubetriebene Gartengeräte 2015 ein Absatzplus von mehr als 30 Prozent verzeichnen – ein Segment, das stetig und stark wächst. Unser Leitfaden „Lithium-Ionen-Akkus“ gibt Herstellern und Handel bei Fragestellungen rund um den Transport, die Lagerung und Entsorgung der Hochenergiebatterien wichtige Antworten.

DIE SPRECHER DER FACHABTEILUNG:



Tobias M. Koerner
Vice President Global Sales
Gardena Deutschland GmbH

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



Horst Jachmann
Geschäftsführer
ikra GmbH

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





Fachgruppe Forst-, Garten- und Rasenpflegegeräte

Innerhalb unserer Fachabteilung „Garten- und Rasenpflegegeräte“ (GRPG) arbeiten 19 Mitglieder in einer weiteren Interessenvertretung zusammen – der Fachgruppe Forst-, Garten- und Rasenpflegegeräte (FGR). Sie beschäftigen sich mit der verbraucherorientierten Weiterentwicklung von technischen Regelungen, Normen und Prüfvorschriften. Dabei stehen sie in einem engen Dialog mit Normungsgremien, Prüfstellen, Überwachungsbehörden, Politik und Verbraucherorganisationen. Ihr Ziel ist es, dass sich der Verbraucher auch in Zukunft an Marken und Qualität orientiert. So steht die FGR beispielsweise in Kontakt mit der Stiftung Warentest, um Fehler bei Prüfverfahren zu vermeiden. Darüber hinaus beschäftigt sie sich mit der Überarbeitung der Geräuschrichtlinie 2000/14/EG und der Maschinenrichtlinie 2006/42/EG sowie der Fortschreibung der Richtlinie 2009/125/EG zur Festlegung von Anforderungen an die umweltgerechte Gestaltung energieverbrauchsrelevanter Produkte. Die Mitarbeiter der FGR „kümmern“ sich um alle Fragen rund um die technische Auslegung der Produkte.

DER SPRECHER DER FACHGRUPPE:



Manfred Kugler
Leiter der Abteilung technische
Dokumentation
Gardena Deutschland GmbH

Gemeinsam mit dem IVG können wir unsere Interessen national und international darbringen. Er koordiniert die Normungsarbeit und informiert die Mitglieder über künftige Änderungen und Herausforderungen.

DIN-Normenausschuss Eisen-, Blech- und Metallwaren

Unser IVG Technik-Team betreut nicht nur die Fachabteilung „Garten- und Rasenpflegegeräte“, sondern ist gleichzeitig der DIN-Normenausschuss Eisen-, Blech- und Metallwaren (NAEBM). Dieser ist einer von 13 externen Normenausschüssen des DIN, der sich in 19 unterschiedlichen Themenfeldern bewegt und sich unter anderem mit der Normung von Garten- und Rasenpflegegeräten sowie tragbaren Forstmaschinen beschäftigt. In unserer Funktion als NAEBM treiben wir technische Regelungen, Normen und Prüfvorschriften voran. So haben wir 2016 DIN 1873 Teil 1 „Gebrauchstauglichkeit von handgeführten Sichelmähern aller Antriebsarten“ veröffentlicht. Die Überarbeitung der DIN EN ISO 10517 „Heckenscheren“, der DIN 8471 „Nichtmotorische Handgeräte – Gebrauchstauglichkeit“, der DIN EN 13684 „Vertikutierer“ sowie Änderungen zur Normenreihe EN ISO 5395 „Rasenmäher“ werden uns auch in 2017 beschäftigen.



Vera Schenk
(Normungssekretariat)
Dipl.-Übersetzerin
Telefon: +49 211 909998-40
E-Mail: schenk@ivg.org

14

externe Normenausschüsse des DIN gibt es.

5 Jahre

beträgt der Abstand, in dem eine Norm überprüft wird.

19

unterschiedliche Themenfelder behandelt der NAEBM.

Geplant ist zudem die Erarbeitung eines zweiten Teils der DIN 1873 zu Robotertraktoren. Im Bereich Forstmaschinen wird eine Änderung zu DIN EN ISO 11681-2 „Kettensägen für die Baumpflege“ veröffentlicht werden. Auch ist vorgesehen, die DIN EN ISO 11681-1 „Kettensägen für die Waldarbeit“ zu überarbeiten. Ein weiteres neues Projekt ist die Revision der DIN EN ISO 22868 „Geräuschmessung“, deren Federführung der NAEBM neu übernommen hat.



DIE OBLEUTE DER ARBEITSAUSSCHÜSSE:



Walter Stindt
Arbeitsausschuss Garten- und Rasenpflegegeräte
Makita Werkzeug GmbH

Normung ist wichtig, weil Anforderungen und Prüfverfahren festgelegt werden unter Einbeziehung verschiedener Interessengruppen. So entsteht eine ausgewogene Norm, die für alle Seiten Rechtssicherheit schafft.



Dietmar Ruppert
Arbeitsausschuss tragbare Forstmaschinen
Kuratorium für Waldarbeit und Forsttechnik (KWF) e.V.

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



Fachabteilung Lebendes Grün

In unserer Fachabteilung „Lebendes Grün“ (LG) treffen sich die Anbieter der Produkte, die unsere Gärten erblühen lassen. Die Pflanze steht im Mittelpunkt aller Sortimente. Nicht nur, weil auf sie mehr als 50 Prozent der Umsätze in der Grünen Branche entfallen, sondern vor allem, weil es ohne sie gar keine Umsätze gäbe – kein Garten ohne Pflanze, kein Gartenmarkt ohne Lebendes Grün. Deshalb ist diese Fachabteilung seit unserer Gründung vor über 40 Jahren ein fester Bestandteil des Verbandes und eine wichtige Plattform für führende Hersteller von Pflanzen und Saatgut.

Lebendes Grün Outdoor • Lebendes Grün Indoor • Saatgut und Blumenzwiebeln

IHR ANSPRECHPARTNER BEIM IVG:



Johannes Welsch
Geschäftsführer
Telefon: +49 211 909998-60
Mobil: +49 151 11677565
E-Mail: welsch@ivg.org

DIE ZUKUNFT IM BLICK

Das Herzstück unserer Sortimente ist auch die Produktgruppe, die in den vergangenen Jahren am stärksten unter den sich verändernden Marktbedingungen gelitten hat. Blumen und Pflanzen kauft man heute nicht mehr ausschließlich im Gartencenter. Das Angebot erstreckt sich längst auch über Baumärkte, den Lebensmitteleinzelhandel und sogar Discounter. Kein anderer Bereich verzeichnete in der Vergangenheit einen vergleichbaren Wertverlust – Studien und Abverkaufszahlen machen deutlich: Insbesondere bei Beet- und Balkonpflanzen geht die typische Käuferschicht zurück. Deshalb ist das oberste Ziel in der Fachabteilung „Lebendes Grün“ die Inwertsetzung der Pflanze. Um dies zu erreichen, beschäftigen wir uns mit absatzwirtschaftlichen Fragestellungen, wir betrachten die Zukunft unseres Marktes und tauschen uns intensiv mit dem Handel und anderen betroffenen Fachverbänden aus.

ZWEI VERBÄNDE, EIN THEMA

Ab 2017 werden wir uns diesem Thema gemeinsam mit der Gemeinschaft der Züchter vegetativ vermehrbarer Zier- und Obstpflanzen (CIOPORA Deutschland) widmen. Den Auftakt für diese Zusammenarbeit bildet eine öffentliche Kongressveranstaltung, in der wir uns sowohl mit strategischen Fragestellungen rund um Markt und Vertrieb auseinandersetzen als auch die züchterischen und rechtlichen Aspekte der Sortenentwicklung betrachten. Das langfristige Ziel dieses kooperativen Vorgehens ist es, die Pflanze vermehrt in den Fokus der Öffentlichkeit zu rücken und Konzepte zu entwickeln, um unsere Produkte langfristig zu stärken.

Doch nicht nur der Zusammenhalt unter den Verbänden spielt eine entscheidende Rolle. Bevor wir unsere Botschaften dem Verbraucher erfolgreich vermitteln können, muss zunächst bei einem anderen Marktteilnehmer intensive Aufklärungsarbeit betrieben werden: dem Handel. Denn nur wenn sämtliche Vertriebslinien um die Situation wissen, können zielführende Maßnahmen ergriffen werden, um eine neue Generation Pflanzenliebhaber für diese Produkte zu begeistern. Deshalb tauschen wir uns in konstruktiven Gesprächen unter anderem mit Baumarktbetreibern aus.

FUNDIERTE DATEN ALS ENTSCHEIDUNGSGRUNDLAGE

Den ersten Schritt in Richtung Verbraucherkommunikation haben unsere Mitgliedsunternehmen in dieser Fachabteilung bereits getan: Sie sind national distribuierte Hersteller mit innovativen Sortimenten. Ihre Produkte vertreiben sie als Marke oder entwickeln innovative Neuzüchtungen mit einem speziellen Zusatznutzen. Die Basis für viele ihrer Entscheidungen ist fundiertes und aktuelles Zahlenmaterial zu ihrem Marktsegment. – Wie entwickelt sich meine Produktgruppe? Wie tickt der Verbraucher? Seit dem Wegfall der CMA ist es noch schwieriger geworden, verlässliche Daten zu erhalten. In gemeinsamen Sitzungen und jederzeit abrufbar über unseren IVG Marktblick (vgl. Seite 19) schließen wir diese Lücke. Wir liefern unseren Mitgliedern stets aktuelle Informationen zur Marktsituation und haben jederzeit einen Blick auf den Verbraucher. Eine enge Kooperation mit dem Institut für Handelsforschung (IFH) und anderen Marktforschungsunternehmen macht dies möglich.

DIE SPRECHER DER FACHABTEILUNG:



Jan-Dieter zu Jeddelloh
Geschäftsführender Gesellschafter
zu Jeddelloh Pflanzenhandels-GmbH

Als Markenanbieter orientieren wir uns auch an Sortimenten außerhalb des Lebenden Grüns. Beim IVG schätzen wir die Möglichkeit zum Austausch mit anderen Marktteilnehmern.



Richard Petri
Bereichsleiter
Marketing & Produktmanagement
Selecta Klemm GmbH & Co. KG

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



Rückblick & Ausblick

Neuere Strategien, neue Ideen, neue Inhalte – im vergangenen Jahr konnten wir viele interessante Projekte finalisieren und unseren Mitgliedern dadurch ein noch breiteres Portfolio bieten. Auch für 2017 und die folgenden Jahre gibt es bereits Pläne und Ideen, die in den nächsten Monaten konkretisiert werden.

Das Verbandsjahr 2016

Unseren Verband gibt es bereits seit über 40 Jahren. Diese Beständigkeit ist allerdings noch lange kein Grund für Stillstand. Deshalb sind wir stets bestrebt, unsere Angebote zu optimieren und, wenn es Markt und Zeitgeist erfordern, entsprechend auszuweiten. Aus diesem Grund haben wir 2016 den Arbeitskreis „Systemhandel“ ins Leben gerufen. Er bietet den optimalen Rahmen, um praxisnahe Themen rund um Marketing und Vertrieb im Hinblick auf Bau- und Gartenmärkte zu behandeln. Die ersten beiden Treffen waren geprägt von absatzwirtschaftlichen Fragestellungen, Marktanalysen und E-Commerce-Ausblickten – externe Referenten zeigten den Teilnehmern anschaulich auf, worauf sie sich in den nächsten Jahren einstellen müssen. Da die Resonanz durchweg positiv ausfiel, wird der Arbeitskreis „Systemhandel“ künftig fest im Verbandsrepertoire verankert.

NEUES AUS DER IVG GESCHÄFTSSTELLE

Seit einigen Jahren stellt sich der Verband strategisch und in seiner Außenwirkung neu auf – mit Erfolg: Unsere Mitgliederzahlen wachsen stetig. Im vergangenen Jahr stand die vorerst letzte Umstrukturierungsmaßnahme an: Seit dem 1. Mai 2016 ist die Geschäftsstelle des IVG nicht mehr länger im Ratinger Westen, sondern im Düsseldorfer Stadtteil Heerdtsäcker ansässig. Die neuen Geschäftsräume sind freundlicher, heller und moderner – jeder Mitarbeiter hat ein eigenes Büro. In dieser Atmosphäre sollen künftig Produktivität und Motivation weiter steigen.

PERSONELLE VERÄNDERUNGEN BEIM IVG

Das IVG Team freute sich im vergangenen Jahr außerdem über zwei neue Kollegen: Seit dem 1. Januar 2016 ist



George Brown mit an Bord. Er betreut die Fachabteilung Garten- und Rasenpflegegeräte sowie Fragestellungen rund um die Themen Technik, Umwelt, Marktüberwachung und Kennzeichnungen. Darüber hinaus betreut er den externen DIN-Normen-

ausschuss EBM, in dem zahlreiche IVG Mitglieder organisiert sind. Brown absolvierte ein Studium der Fachrichtung „Engineering and Project Management“ an der Fachhochschule Südwestfalen. Aus seiner Tätigkeit als Projektleiter im technischen Vertrieb bei einem Automobilzulieferer bringt er bereits Berufserfahrung und Fachkenntnisse mit.



Andrea Judel ist seit dem 15. Juli 2016 ein Teil des IVG Teams. Sie übernimmt die Aufgaben von Carmen Witte, die sich derzeit in Elternzeit befindet. Judel ist gelernte Kauffrau für Marketingkommunikation und verfügt bereits über Berufserfahrung in

den Bereichen Produktionsüberwachung, Vertriebsinnen- und -außendienst aus verschiedenen Unternehmen der Druck- und Marketingbranche.



Hubert Behner, der seit dem 1. Februar 2013 als Referent Technik beim IVG war, verließ den Verband zum Ende des Jahres in den Ruhestand. In den vergangenen Jahren hat er die Fachabteilung Garten- und Rasenpflegegeräte nicht nur

betreut, sondern vielmehr von Grund auf renoviert und modernisiert. Er war maßgeblich beteiligt an wichtigen Projekten des Verbandes. So trieb er beispielsweise die Integration der zuvor unabhängigen Fachgruppe Forst-, Garten- und Rasenpflegegeräte in den IVG voran, führte die fachabteilungsinterne Erhebung von Statistiken ein und intensivierte die Zusammenarbeit mit Marktüberwachungsbehörden. Entsprechend gebührend verabschiedeten Vorstand, Geschäftsführung und Kollegen ihn und bedankten sich für seinen Beitrag an der erfolgreichen Neuausrichtung des Verbandes.

Pläne & Ideen für die Zukunft

Als logische Konsequenz aus der erfolgreichen Etablierung des Arbeitskreises Systemhandel planen wir 2017 die Einführung eines ähnlichen Formates im Bereich „Fachhandel“. Für viele unserer Mitglieder hat diese Vertriebsschiene einen enorm hohen Stellenwert, die spezifischen Anforderungen bieten darüber hinaus ausreichende Inhalte für einen produktiven Arbeitskreis. Eine gute Basis bietet hierfür die bereits bestehende enge Zusammenarbeit mit Partnernverbänden wie etwa dem Verband Deutscher Garten-Center (VDG).



AUSBAU DER IVG TREUHANDSTATISTIKEN

Wie bereits thematisiert, ist fundiertes und verifiziertes Zahlenmaterial für die Arbeit unserer Mitglieder unerlässlich. Viele Entscheidungen in Marketing, Vertrieb und sonstiger Unternehmensführung basieren auf entsprechenden Marktdaten. Deshalb erheben wir bereits seit einigen Jahren in unseren Fachabteilungen eigene Treuhandstatistiken. Da dieses Tool in der Vergangenheit stark an Bedeutung gewonnen hat, werden wir 2017 eine neue Software für die Verwaltung der Daten einführen. Diese ermöglicht eine vereinfachte Bedienung im Hinblick auf Nutzerfreundlichkeit und Flexibilität und verfügt darüber hinaus über eine

erhöhte Sicherheit. Mit der neuen Software möchten wir unsere Statistiken langfristig weiter ausbauen, um unseren Mitgliedern künftig noch mehr relevante Daten zur Verfügung stellen zu können.

LÄNDERÜBERGREIFENDE VERBANDSARBEIT

Ein wichtiges Merkmal erfolgreicher Verbandsarbeit ist die Bereitschaft, über den eigenen Tellerrand hinauszublicken. In diesem Fall symbolisiert der „Tellerrand“ eine Landesgrenze und beschreibt die in den vergangenen Jahren intensiviertere Zusammenarbeit des IVG mit europäischen Fachverbänden. Darunter zum Beispiel die European Garden Machinery Industry Federation (EGMF) im Gerätebereich, die Growing Media Association (GMA) im Zusammenhang mit Kultursubstraten und Ausgangsstoffen oder die European Organic Fertilizers Manufacturers Association (EUROFEMA) im Düngemittelsegment. Unser langfristiges Ziel ist es, auf dieser Ebene in Zukunft zusätzliche Aufgaben zu übernehmen, um die europäischen Verbände in ihrer Arbeit zu unterstützen. Aus diesem Grund entwickeln wir derzeit ein Leitbild, das ein allgemeines Vorgehen im Hinblick auf die ideale Zusammenarbeit beschreibt. So möchten wir eine Orientierungsgrundlage für gemeinsame Kooperationen schaffen und interne Vorgänge optimieren.

HÖHERE PRÄSENZ UND BREITERE AUFSTELLUNG

Die Digitalisierung hat längst alle Bereiche unseres Lebens erreicht, allen voran die Mediennutzung der Menschen hat sich in den vergangenen Jahren stark verändert: Gedruckte Produkte werden immer seltener, digitale Angebote vermehren sich beinahe täglich. Neben klassischen Online-Magazinen spielen Blogs – insbesondere bei einer jungen, gut gebildeten Zielgruppe – eine große Rolle. Wer auf der Suche nach Ideen und Trends ist, sucht dort und wird oftmals fündig. Blogger sind Meinungsführer und Multiplikatoren, sie haben einen nicht zu unterschätzenden Einfluss auf ihre Leser. Deshalb werden wir 2017 erstmals auch sie zu unserem IVG Medientag Garten einladen und unseren Mitgliedern so zusätzliche attraktive Kontakte und Kooperationsansätze eröffnen. Zur Einstimmung wird es am Vortag einen separaten Blogger-Workshop geben, der das Thema „Meine Blumenerde – was steckt drin?“ behandelt.

EINE STARKE GEMEINSCHAFT

Eine weitere Veränderung im Veranstaltungsbereich wird es in der zweiten Jahreshälfte geben: Der IVG ist seit der ersten Stunde ein aktiver Unterstützer der für unsere Branche wichtigen Fachmesse spoga+gafa. Als ideeller Träger engagieren wir uns auch über die Reihen unserer Mitglieder hinaus für den Erfolg der Veranstaltung. Eines unserer Kernziele ist die Generierung neuer Aussteller sowie die Rückgewinnung der Unternehmen, die der Messe den Rücken gekehrt haben. Deshalb bieten wir unseren Mitgliedern bereits seit Jahren attraktive Konditionen und in Zukunft auch die Möglichkeit, im Rahmen eines neuen Standkonzeptes unter dem Namen „IVG Power-Place“ kleinere Flächen zu buchen, die nicht durch Größe, sondern durch Gemeinschaft eine hohe Aufmerksamkeit erzeugen. So schaffen wir die optimalen Bedingungen, sich dem Format wieder anzunähern, ohne dafür bereits bestehende Budgets sprengen zu müssen. Der Power-Place 2017 in der Halle 6 steht unter dem Motto „AKKU“. Im Kern der

Präsentation stehen die Akkutechnologieneuheiten der IVG Mitglieder. Die Koelnmesse wird das Thema zudem in Vorträge und begleitende Kommunikation aufnehmen. Darüber hinaus wird es voraussichtlich einen zweiten Gemeinschaftsstand – den „IVG Power-Place GREEN“ – in der Allee der Pflanzen geben. Eingeladen sind Unternehmen aus den Bereichen Pflanzenernährung, -gesundheit und -pflege sowie Substrate, Erden, Ausgangsstoffe.

Der IVG präsentiert sich bei der spoga+gafa 2017 mit einem Gemeinschaftsstand.



www.spogagafa.de

Die Gartenmesse 03.09.–05.09.2017

Telefon +49 1806 805 775*

E-Mail visitor@spogagafa.de

* 0,20 Euro/Anruf aus dem deutschen Festnetz,
max. 0,60 Euro/Anruf aus dem Mobilfunknetz

 koelnmesse

Vorteile für IVG Mitglieder, die sich auszahlen

VERANSTALTUNGEN & MESSEN

- Vorteile für Aussteller bei der spoga+gafa
- Vorteile für Aussteller beim Motoristenkongress
- Vorteile für Aussteller beim Tag des Gartens
- Seminare (günstigerer Preis für Mitglieder)
- IVG Forum Gartenmarkt (günstigerer Preis für Mitglieder)
- Deutscher Torf- und Humustag (günstigerer Preis für Mitglieder)
- Vergünstigte Fördermitgliedschaft beim BHB mit reduziertem Preis für den BHB Kongress

STATISTIKEN & MARKTFORSCHUNG

- Verbandsinterne Produktionsstatistiken 4x p. a.
- Ergebnisse der spartenspezifischen Saisonabfrage als Benchmark 2x p. a. kostenlos
- IVG Marktblick – Interaktives Marktforschungstool, ½-jährliche Aktualisierung
- Bezug des Total Store Reports, 7 Warengruppen, obere Aggregationsebene (BHB Fördermitgliedschaft vorausgesetzt)
- Vergünstigter Bezug (20%) von Studien des Instituts für Handelsforschung

ANWALTliche BERATUNG

in den Bereichen Wettbewerbs- und Kartellrecht, Beziehungen Industrie und Handel, Umweltrecht, Produktsicherheit und Marktüberwachung, Konsumgüter, Verbraucherpolitik, Warentests, Düngemittelrecht, Biozid- und Pflanzenschutzmittelrecht, Bodenabbaurecht Niedersachsen, Torfabbaugenehmigungen, Umweltrecht

PR UND INFORMATION

- Teilnahme am IVG Medientag Garten nur für Mitglieder zum Selbstkostenpreis
- IVG Presseportal für Firmennews auf der IVG Website
- Kostenloser Bezug des IVG Trendtickers 2x p. a.
- Kostenloser Bezug des IVG Infotickers alle 2 Wochen

SONSTIGES

- Kostengünstige Teilnahme an Normungsvorhaben über die FGR im NAEBM (gilt nur für Gartengeräte)
- Besondere Konditionen zur Verpackungslicenzierung

Das Team der IVG Geschäftsstelle



Johannes Welsch
Dipl.-Ing. (FH) Gartenbau
Geschäftsführer
Telefon: +49 211 909998-60
Mobil: +49 151 11677565
E-Mail: welsch@ivg.org



Anna Hackstein
Betriebswirtin (BA)
Leiterin Marketing und Kommunikation
Telefon: +49 211 909998-21
Mobil: +49 171 9348554
E-Mail: hackstein@ivg.org



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



Andrea Judel
Betriebswirtin (BA)
Assistenz und Veranstaltungsmanagement
Telefon: +49 211 909998-12
E-Mail: judel@ivg.org



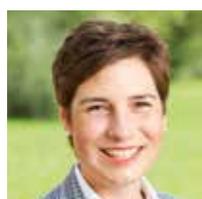
George Brown
Bachelor of Engineering (B.Eng.)
Technischer Referent
Telefon: +49 211 909998-41
Mobil: +49 171 3018112
E-Mail: brown@ivg.org



Vera Schenk
Dipl.-Übersetzerin
Assistenz Geschäftsführung und
Referat Technik/IT
Telefon: +49 211 909998-40
E-Mail: schenk@ivg.org



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



RA Tanja Constabel
Rohstoffgewinnung und -sicherung
Niedersachsen, IVG Büro Hannover
Telefon: +49 511 690999-32
Mobil: +49 177 5186286
E-Mail: constabel@ivg.org



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



Nadine Ihleburg
Dipl.-Kauffrau (FH)
Buchhaltung und Controlling
Telefon: +49 211 909998-50
E-Mail: ihleburg@ivg.org

Der Vorstand des IVG



Christoph Büscher
IVG Vorsitzender
SABO Maschinenfabrik GmbH



Bernard Hubermann
Stellv. IVG Vorsitzender
Floragard Vertriebs GmbH



Michael Reuter
Stellv. IVG Vorsitzender
Weber-Stephen Products
(EMEA) GmbH



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

Unsere Mitglieder auf einen Blick





SHW FRIEDRICHSTAL



— "Union" Torfwerk GmbH —





Industrieverband Garten 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