

# DIE WELT IM WANDEL – DER MENSCH IM MITTELPUNKT



## Liebe Leserinnen und Leser,

da der Gartenmarkt mit seinen Sortimenten gut aufgestellt ist und einen wichtigen Beitrag zur Krisenbewältigung leistet, hat unsere Branche das vergangene Jahr trotz aller Schwierigkeiten gut bewältigt. Wir hatten zwar alle gehofft, dass die Corona-Pandemie schnell vorüber sein wird, doch leider hat sie auch 2021 wieder stark geprägt – gesellschaftlich und wirtschaftlich. Lieferengpässe, Rohstoffmangel und hohe Energiepreise haben allen Wirtschaftszweigen zugesetzt und zwischen Geimpften und Ungeimpften ist eine Kluft entstanden. Nach heutigem Stand der Dinge werden uns diese Unwägbarkeiten sicher noch weit in die kommende Saison begleiten. Wir werden gefordert sein, Wege zu finden, damit umzugehen. Doch ich bin überzeugt, dass unsere Branche auch mit dieser Situation umzugehen weiß – wie gesagt, hat das vergangene Jahr bereits gezeigt, dass wir auch für Krisensituationen gut aufgestellt sind.

Aber auch die äußeren Bedingungen unterstützen einen optimistischen Blick auf die kommende Saison. Denn wie wichtig der Garten als Zufluchts- und Rückzugsort für viele Menschen gerade in Krisensituationen geworden ist, zeigt der Leitartikel von Prof. Dr. Reinhardt vom Institut für Zukunftsfragen in diesem Jahresbericht. So hat das Gärtnern im vergangenen Jahr einen deutlichen Aufschwung erlebt. War vor Corona ein Viertel der Bürgerinnen und Bürger wenigstens einmal pro Woche im Garten aktiv, war es letztes Jahr bereits ein Drittel. Gardening sei demnach ein beliebtes Hobby der Deutschen. Dabei muss es nicht unbedingt der eigene Garten sein, vielen reicht auch die Terrasse oder der Balkon. Ein Fazit, das uns alle hoffnungsvoll stimmen kann ...

In diesem Jahresbericht informieren wir Sie zudem über die Arbeit des Verbandes, unsere Veranstaltungen sowie die Marktzahlen des vergangenen Jahres.

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

Ihr



Christoph Büscher

## Inhalt

<b>TITELTHEMA</b>	
Die Welt im Wandel – der Mensch im Mittelpunkt .....	04
<b>RÜCKBLICK: DAS GARTENJAHR 2021</b>	
Das Wetterjahr auf einen Blick .....	10
Witterungsverlauf 2021 .....	12
Allgemeine volkswirtschaftliche Tendenzen 2021/2022 .....	14
Entwicklung des deutschen Gartenmarktes 2021 .....	18
E-Commerce im Gartenmarkt.....	22
Entwicklung der Einzelhandels- und Verbraucherpreise .....	24
<b>DER INDUSTRIEVERBAND GARTEN E. V.</b>	
Kernkompetenzen des IVG .....	26
Verbandsarbeit im Angesicht und jenseits von Corona.....	28
IVG Fachabteilungen .....	30
Fachabteilung Profigartenbau.....	31
Fachabteilung Pflanzenernährung, -gesundheit und -pflege .....	32
Fachabteilung Substrate, Erden, Ausgangsstoffe.....	33
Fachabteilung Garten Lifestyle .....	34
Fachabteilung Lebendes Grün .....	35
Fachabteilung Garten- und Rasenpflegegeräte.....	36
DIN-Normenausschuss Eisen-, Blech- und Metallwaren.....	37
<b>IHRE ANSPRECHPARTNER*INNEN</b>	
IVG Vorstand.....	38
IVG Geschäftsstelle .....	39
<b>IVG MITGLIEDER</b> .....	40



# DIE WELT IM WANDEL – DER MENSCH IM MITTELPUNKT

Corona-Pandemie und Klimawandel, Spaltung der Gesellschaft und demografischer Wandel – die Herausforderungen sind zweifellos groß. Dazu noch Veränderungen durch eine zunehmende Digitalisierung und Globalisierung. Kurzum – die Welt ist im Wandel und zahlreiche Bürgerinnen und Bürger sind verunsichert. Entsprechend sehnen sie sich nach der „guten alten Zeit“ und sprechen davon, dass „früher alles besser war“. Doch stimmt das eigentlich?

## WAR FRÜHER WIRKLICH ALLES BESSER?

Die Fakten liefern ein klares Nein. Früher war nicht alles besser. Denn ganz gleich, welche Periode in der Geschichte als Referenz gewählt wird, zu keiner Zeit war die Lebenserwartung höher und die Kindersterblichkeit geringer. Die medizinische Versorgung war niemals besser, die Bildung nie umfassender und die Kommunikation nie unmittelbarer oder einfacher als heute. Auch die Emanzipation der Frau ist weiter denn je, ebenso wie die Akzeptanz von gleichgeschlechtlichen Paaren. Meinungsfreiheit ist in Deutschland ein allgemeiner Standard und unser Lebensstandard sowie das frei verfügbare Einkommen haben sich deutlich erhöht. Gleichzeitig hat sich die Arbeitszeit verringert, während die Anzahl an Urlaubstagen gestiegen ist. Nicht zu vergessen, dass fast jeder unter 70-Jährige Frieden, Freiheit und Wohlstand als Dauerzustand kennengelernt hat.

Auch global gesehen war das Leben früher nicht besser: Noch zu Beginn der 50er-Jahre waren alle westlichen Industrienationen – nach heutigen Bewertungen – Entwicklungsländer. Die weltweite Armut ist in den vergangenen Jahrzehnten stärker zurückgegangen als in den fünf Jahrhunderten davor, es gibt immer weniger Analphabeten und auch die Zahl der Kriegstote ist deutlich niedriger.

Weshalb glorifizieren dennoch so viele die Vergangenheit? Der Hauptgrund hierfür ist eine Art Selbstschutz unseres Gehirns: Je länger ein Ereignis in unserem Leben zurückliegt, desto stärker überwiegen die positiven Erinnerungen,

während negative Erlebnisse in den Hintergrund rücken. Wissenschaftliche Untersuchungen belegen: Je weniger Perspektiven die eigene Zukunft bietet, desto mehr Gewicht erhält die Erinnerung an die Vergangenheit. All dies führt zu einer Verklärung der Vergangenheit, ist dabei jedoch keine neue Erscheinung, denn bereits Aristoteles sagte: „Sie leben vom Gedächtnis anstatt von der Hoffnung, weil das, was ihnen vom Leben bleibt, wenig ist im Vergleich zur langen Vergangenheit.“

## ZUKUNFT IST HERKUNFT

Natürlich blicken nicht alle Bundesbürgerinnen und -bürger mit Wehmut auf die Vergangenheit und mit Angst auf die Zukunft. Gerade viele Jüngere schauen voller Zuversicht und Hoffnung auf die nächsten Jahre und Jahrzehnte. Sie wollen diese gestalten und sind hierfür auch bereit, Verantwortung zu übernehmen. Und ganz gleich, ob die Zukunft nun eher positiv oder negativ gesehen wird, eines eint fast alle Bundesbürgerinnen und Bundesbürger: Sie wünschen sich mehr prosoziale Werte. Die Bedeutung von sozialer Gerechtigkeit, Beständigkeit sowie Hilfsbereitschaft ist in den letzten Jahren gestiegen. Entsprechend sind sich vier von fünf Deutschen einig: Für Egoismus ist in unserer Gesellschaft immer weniger Platz, wir müssen mehr zusammenhalten. Gleichzeitig sagen zwei Drittel: Vertrauen, Verantwortung und Verlässlichkeit zwischen den Menschen halten unsere Gesellschaft in Zukunft zusammen. Die (Wahl-)Familie steht hierbei exemplarisch für einen Wandel hin zu einer Orientierung an Lebensqualität, denn Werte wie





Geborgenheit, menschliche Wärme und Freundschaft erleben im Zeitvergleich ebenfalls einen starken Anstieg. Kurzum: Zunehmend mehr Bürgerinnen und Bürgern ist die Lebensqualität wichtiger als der Lebensstandard. Und mit Lebensqualität wird vor allem Natur, Familie und Gesundheit verbunden.

Es kann somit festgehalten werden: In (gefühl) unsicheren Zeiten wie diesen suchen die Menschen wieder Halt und das Zeitalter der Ichbezogenheit nähert sich seinem Ende. Die Zukunft wird durch Gemeinschaft und gegenseitige Hilfeleistungen gekennzeichnet sein. Die Bundesbürgerinnen und Bundesbürger wollen in einer Gesellschaft leben, in der Vertrauen, Verlässlichkeit und Verantwortung den Zusammenhalt der Gesellschaft gewährleisten. Auffällig ist zudem die hohe Bedeutung der Natur in zentralen Bereichen des Lebens. So zum Beispiel im Wertekanon, in der Freizeit, beim Wohnen oder der Selbstverwirklichung.

### NATUR UND FREIZEIT

Für knapp zwei Drittel der Bevölkerung ist eine beeindruckende Landschaft der entscheidende Grund für den schönsten Urlaub in ihrem Leben. Entsprechend wichtig

sind Aktivitäten in und der Bezug zur Natur. Dieses zeigt sich im Urlaub genauso wie in der Freizeit. So geht die Hälfte aller Deutschen regelmäßig (wenigstens einmal pro Woche) spazieren oder wandern. Aber auch im Alltag wollen die Bürgerinnen und Bürgern nicht auf den Naturbezug verzichten. Das Gärtnern hat im letzten Jahr einen deutlichen Aufschwung erlebt. 2019 waren 44 Prozent der Deutschen wenigstens einmal im Monat im Garten aktiv, 2021 waren es bereits 53 Prozent, die sich im Garten beschäftigten – also eine Steigerung um 21 Prozent. 41 Prozent der Deutschen sagen zudem, dass sie gerne häufiger gärtnern würden. Gardening ist und bleibt ein beliebtes Hobby der Deutschen.

### NATUR UND WOHNEN

Der eigene Garten oder zumindest eine Terrasse bzw. ein Balkon sind die größten Wohnwünsche der Deutschen. Und wer dieses nicht realisieren kann, der genießt den Spaziergang durch die Natur oder betreibt Urban-Gardening, um so die Qualität des eigenen Wohnumfeldes zu erhöhen. Unabhängig von Geschlecht oder Einkommen erlebt das Wohnen auf dem Lande und somit in der Natur eine Renaissance. Alle anderen Wohnformen unterscheiden sich sehr stark innerhalb der Bevölkerung.

Das familienfreundliche Haus mit Garten ist erwartungsgemäß für die mittleren Altersgruppen und etwas überraschend auch für die jüngeren Altersgruppen besonders erstrebenswert. Wohingegen das seniorenfreundliche Eigenheim erwartungsgemäß eher die älteren Bürgerinnen und Bürger anspricht. Was alle Bevölkerungsgruppen aber eint, ist die Bedeutung der Natur – diese soll möglichst im direkten Wohnumfeld zu finden sein. Damit geht auch die Bedeutung des Gärtnerns einher, das die Sehnsucht nach mehr Beständigkeit und Ruhe sowie der Möglichkeit erfüllt selbst etwas zu schaffen. Dabei schärft die Gartenarbeit nicht nur das Bewusstsein für ökologisches Handeln und Konsumieren, sondern verbindet auch generationenübergreifend Menschen mit ähnlichen Interessen. Zudem verleiht es der in unserer Gesellschaft oftmals verloren gegangenen Wertschätzung für Dinge eine neue Bedeutung. So wird selbstgebautes Obst und Gemüse wieder frisch geerntet und verarbeitet, statt über tausende von Kilometern eingeflogen zu werden.

### NATUR UND ENTSCHEUNIGUNG

Doch woran liegt es, dass zunehmend mehr junge wie auch ältere Menschen ihre Liebe zur Natur und Entschleunigung (wieder)entdecken? Ein wesentlicher Grund ist in der gegenwärtigen Technisierung, Digitalisierung und Optimierung des Lebens zu finden. So verbringen wir immer mehr Zeit vor dem Fernseher, im Internet oder mit dem Smartphone. Gerade Letzteres scheint wie eine virtuelle Nabelschnur mit uns verbunden zu sein und in jeder freien Minute checken wir unsere Nachrichten, surfen durch das Netz und bleiben online aus lauter Angst, etwas zu verpassen oder uns gar zu langweilen. Auch versuchen wir nahezu alle Bereiche des Lebens zu optimieren – den eigenen Körper, die eigene Gesundheit, die Arbeit

sowie zunehmend auch unsere Freizeit. Während es früher hieß: „Alles zu seiner Zeit“, lautet heute das Motto: „Mehr tun in gleicher Zeit“. Das Freizeitangebot hat sich über die Jahre vervielfacht. Dieses Überangebot nehmen einige als Bereicherung wahr, bei anderen kann es aber auch zu Stress und Überforderung führen. All diese Entwicklungen erhöhen das Stress- und Frustlevel sowie die eigene Nervosität und Unzufriedenheit. Und auch wenn der Höhepunkt der Digitalisierung und Optimierung noch nicht erreicht ist, wächst gleichzeitig eine entsprechende Gegenbewegung.

So genießen es zunehmend mehr Menschen, zwischen-durch einmal nicht erreichbar zu sein und die Zeit geradezu zu vergessen. Dieser Zukunftstrend wird weiterwachsen und perspektivisch mehrheitsfähig werden. Denn schon jetzt gehen drei von vier Bundesbürgerinnen und Bundesbürgern davon aus, dass als Gegenbewegung der wachsenden Technisierung des Lebens in den nächsten 20 Jahren die Sehnsucht nach mehr Nähe zur Natur zunimmt.

### NATUR UND UMWELTSCHUTZ

Ein weiterer wichtiger Aspekt im Zusammenhang mit der steigenden Bedeutung der Natur für unsere Lebensqualität ist das Umweltverhalten. Das Thema Klimawandel rückt immer stärker in das Bewusstsein der Menschen. Fast drei Viertel der Deutschen sind aktuell bereit, spürbare Einschränkungen in ihren Konsum- und Lebensgewohnheiten hinzunehmen, wenn dadurch Natur und Umwelt dauerhaft erhalten bleiben. Dagegen möchte lediglich ein Viertel weiterhin die eigene Freiheit und Unabhängigkeit betonen und das Leben genießen, auch wenn dadurch die Umwelt nachhaltig beeinträchtigt wird.







Der Klimawandel findet demnach nicht mehr nur abstrakt in der medialen Berichterstattung statt, sondern er ist ein Alltagsthema geworden. Ob beim Lebensmitteleinkauf, bei der Urlaubsplanung oder technischen Neuanschaffungen – zunehmend mehr Bürgerinnen und Bürger informieren sich über Lieferketten und Inhaltsstoffe, diskutieren über Alternativen, hinterfragen mitunter das eigene Verhalten und ändern daraufhin sogar ihre Prioritäten. Die Annahme, sich ein ökologisches Leben finanziell nicht leisten zu können, hat dabei zwar weiterhin Bestand, verliert jedoch zunehmend an Gültigkeit. Geht es doch nicht mehr nur um Bio-Lebensmittel, Öko-Spielzeug oder nachhaltige Mode, sondern auch um den Verzicht auf Flugreisen, das Nutzen statt Besitzen, Re- und Upcycling sowie regionales statt internationales Konsumieren. Die große Mehrheit der Bevölkerung ist demnach zu zahlreichen persönlichen Einschränkungen bereit bzw. praktiziert diese schon. So möchte beispielsweise nur jeder Sechste nicht auf Ökostrom umstellen und bloß jeder

Vierte hat kein Interesse an der Sharing Economy. Die meisten Deutschen sind bereit, mitzuhelfen, den Klimawandel zu stoppen, jedoch sind weiterhin Maßnahmen von Politik und Wirtschaft ebenso wie von Medien und Wissenschaft notwendig, um durch Rahmenbedingungen, Berichterstattungen, Aufklärung, Innovationen und konkrete Lösungsvorschläge den Wandel zu einem grünen Alltag für die breite Bevölkerung so leicht wie möglich zu gestalten.

#### FAZIT

Die Welt ist im stetigen Wandel. Neue Möglichkeiten entstehen ebenso wie neue Herausforderungen. Wichtig ist, mit Zuversicht und Optimismus auf die Welt von morgen zu blicken, aber auch Verantwortung zu übernehmen, damit das Leben auch in Zukunft lebenswert bleibt.

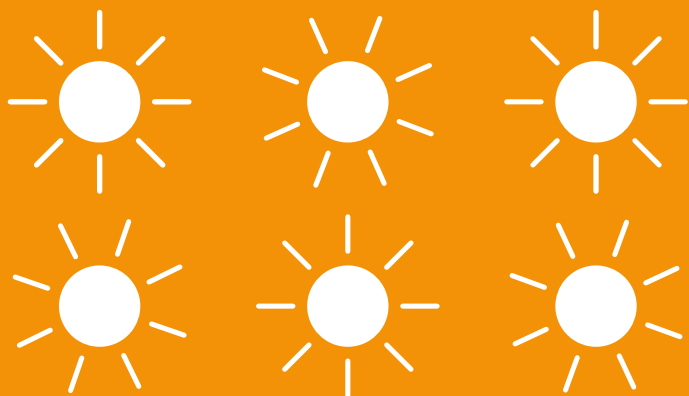
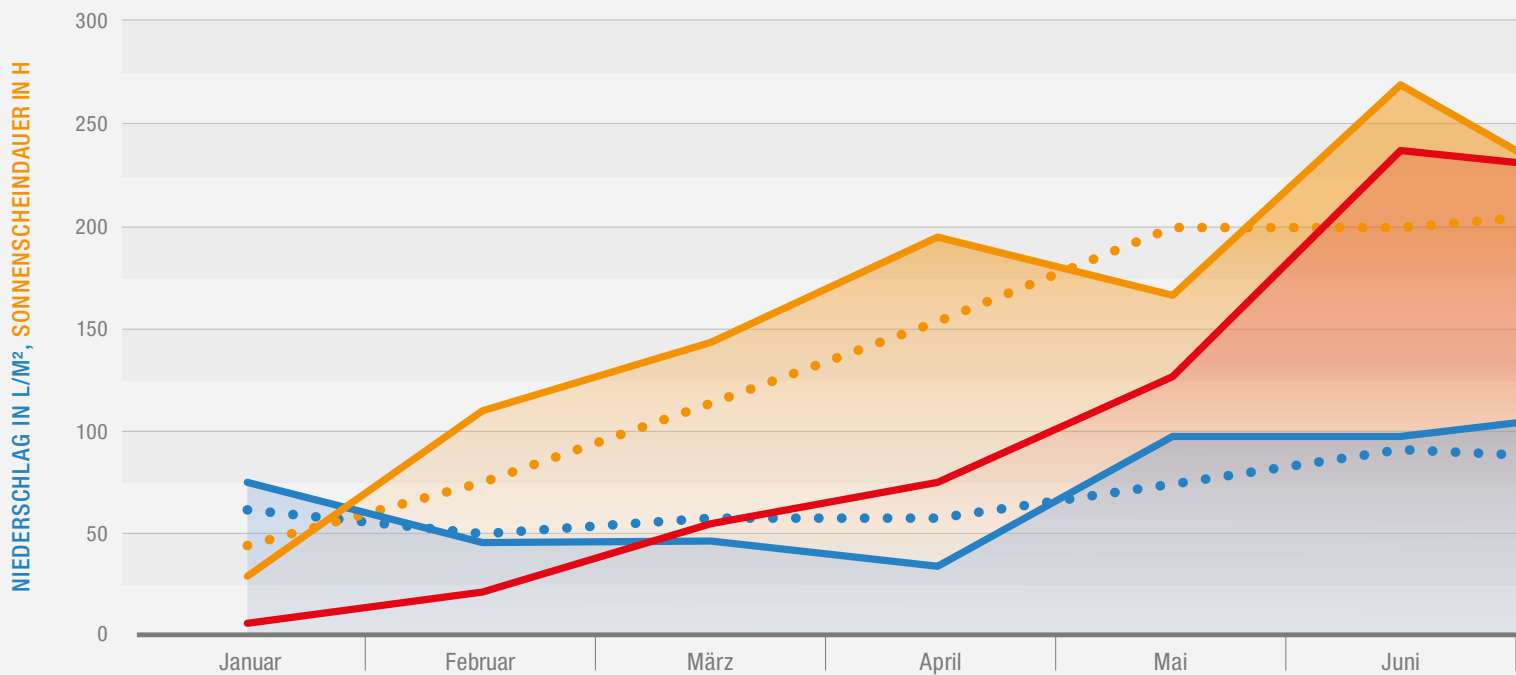
## ÜBER PROFESSOR DR. ULRICH REINHARDT

Professor Dr. Ulrich Reinhardt ist Zukunftswissenschaftler und Wissenschaftlicher Leiter der „Stiftung für Zukunftsfragen – eine Initiative von British American Tobacco“. Zudem hält er eine Professur für Empirische Zukunftsforschung am Fachbereich Wirtschaft der FH Westküste in Heide. Seine Forschungsschwerpunkte umfassen unter anderem den gesellschaftlichen Wandel, die Arbeits- und Europaforschung sowie das Freizeit-, Konsum- und Tourismusverhalten der Deutschen.



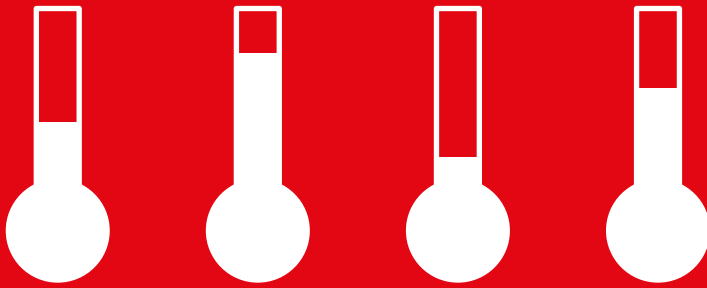
# Das Wetterjahr auf einen Blick

Übersicht: Klima im Jahr 2021 im Vergleich zum langjährigen Durchschnitt



## 1.650 Stunden

schien die Sonne in Deutschland im Jahr  
2021 durchschnittlich. (Quelle: DWD)



# 9,1°C

betrug die Durchschnittstemperatur in Deutschland  
im Jahr 2021. (Quelle: DWD)



— 2021: Niederschlag

..... 1961–1990: Ø Sonnenscheindauer

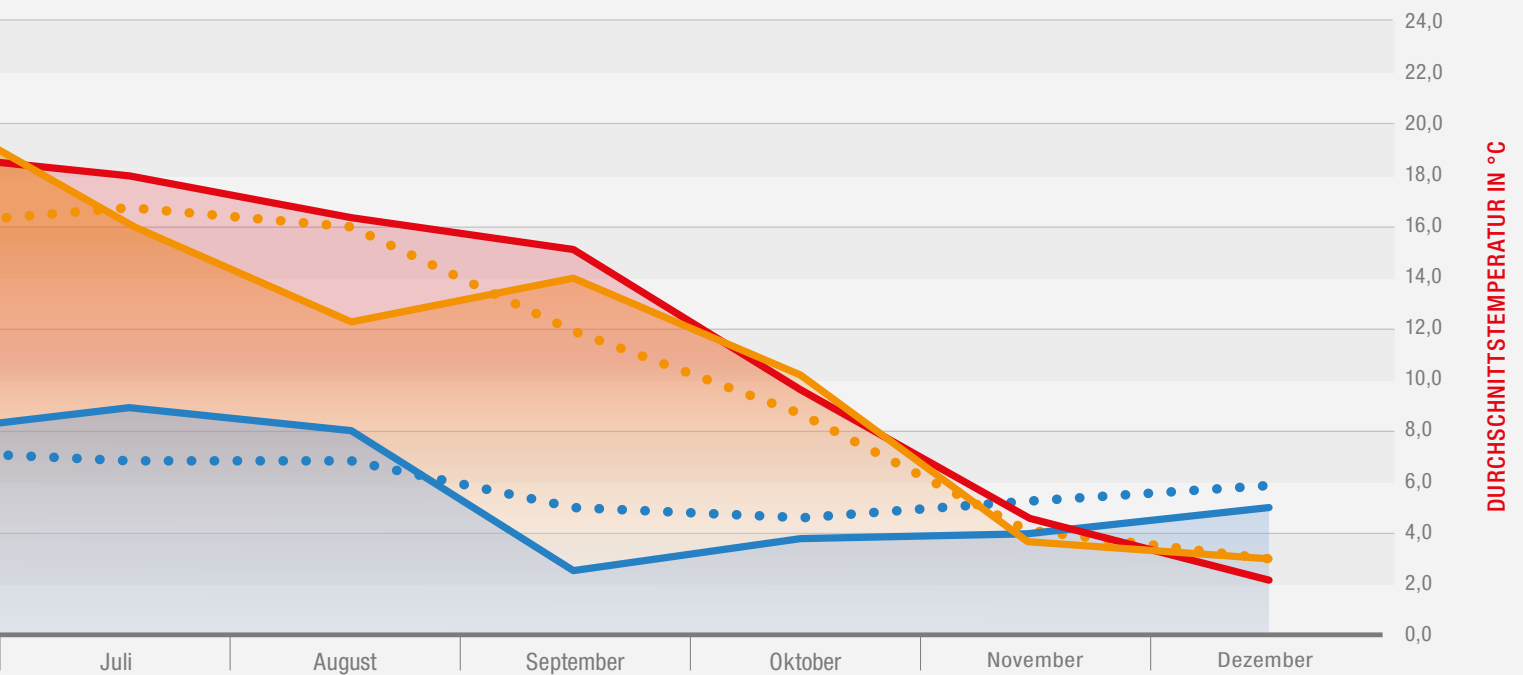


— 2021: Sonnenscheindauer

..... 1961–1990: Ø Sonnenscheindauer



— 2021: Temperatur



Quelle: DWD



# 805 Liter

Niederschlag fiel im Jahr 2021 durchschnittlich  
in Deutschland. (Quelle: DWD)



## Witterungsverlauf 2021

# WINTER 2020/2021:

### DER ZEHNTE ZU WARME WINTER IN FOLGE

Der Winter 2020/21 war in Deutschland bei durchschnittlichem Niederschlag und einem deutlichen Sonnenscheinplus wieder zu warm. Es war hierzulande der zehnte zu warme Winter in Folge. Zahlreiche Sturmtiefs, die über Nordeuropa ostwärts zogen, brachten im Dezember und Januar sehr feuchte, oft nasskalte Luftmassen. Das führte im Dezember vor allem in den Alpen, ab Januar häufig auch in den Mittelgebirgen, zu herrlichem Winterwetter. Anfang Februar stellten sich den nordeuropäischen Sturmtiefs Hochdruckgebiete in den Weg. Über Mitteleuropa bildete sich eine Luftmassengrenze, die kalte Luft aus dem Norden von milder im Süden trennte und nur langsam südwärts vorankam. An ihrem Übergangsbereich traten ungewöhnlich starke Schneefälle mit gebietsweise enormen Schneeverwehungen auf. Klare Nächte führten dort zu sehr strengen Frösten. Ab Mitte Februar gab es landesweit schon frühlingshafte Temperaturen.

Mit 1,8 Grad Celsius (°C) lag der Temperaturdurchschnitt im Winter 2020/21 um 1,6 °C über dem Wert der international gültigen Referenzperiode 1961 bis 1990. Im Vergleich zur aktuellen und wärmeren Vergleichsperiode 1991 bis 2020 betrug die Abweichung immer noch +0,4 °C. Im Dezember und Januar wechselten sehr milde und nasskalte Witterungsabschnitte häufig einander ab. Von Anfang bis Mitte Februar gelangte vor allem der Norden, später auch das gesamte Land in den Einflussbereich skandinavischer Hochdruckgebiete, die es vorübergehend unter eisiger Kälte erstarren ließen. Gebietsweise trat sehr strenger Frost von unter -20 °C auf.

Der Winter 2020/21 erreichte mit knapp 180 Litern pro Quadratmeter (l/m<sup>2</sup>) fast genau seinen Klimawert (1961-1990) von 181 l/m<sup>2</sup>. Verglichen mit der Periode 1991

bis 2020 gab es ein Defizit von knapp 10 l/m<sup>2</sup>. Bereits gefallene Schneemengen in den Alpen und später auch den Mittelgebirgen führten Ende Januar mit einsetzendem Tauwetter und kräftigen Regenfällen im Westen und Süden zu großem Hochwasser.

Mit über 175 Stunden überschritt die Sonnenscheindauer im Winter 2020/21 ihr Soll von 153 Stunden (Periode 1961 bis 1990) deutlich. Im Vergleich zur Periode 1991 bis 2020 lag sie geringfügig über dem Klimawert von 170 Stunden.

# FRÜHLING 2021:

### KÄLTESTER FRÜHLING SEIT 2013 – ABER DURCHSCHNITTlich SONNIG

Der Frühling 2021 war deutlich zu kühl. Damit endete die seit 2013 andauernde Serie zu warmer Frühjahre in Deutschland. Vor allem kühle Nordwinde im April und der Zustrom frischer Meeresluft im Mai drückten das Temperaturniveau. Es gab nur eine kurze Stippvisite des Sommers. Während die Niederschlagsmenge unter dem vieljährigen Mittel blieb, lag die Sonnenscheindauer geringfügig über ihrem Klimawert.

Mit 7,2 °C lag im Frühling 2021 der Temperaturdurchschnitt um 0,5 °C unter dem Wert der international gültigen Referenzperiode 1961 bis 1990. Im Vergleich zur aktuellen Vergleichsperiode 1991 bis 2020 betrug die Abweichung -1,7 °C. Ausschlaggebend für die negative Abweichung war der kälteste April seit 40 Jahren sowie der kühle Mai. Zuvor hatte der März ein häufiges Auf und Ab der Temperaturen gebracht. Zum Muttertag am 9. Mai durften sich die Bundesbürgerinnen und Bundesbürger nur kurzzeitig über ein hochsommerliches Intermezzo freuen.

Bereits zum 8. Mal in Folge konnte der Frühling sein Soll von 186 l/m<sup>2</sup> nicht erfüllen: Mit rund 175 l/m<sup>2</sup> erreichte er 2021 nur 93 Prozent seines vieljährigen Durchschnitts.

Verglichen mit der Periode 1991 bis 2020 erzielte das Frühjahr fast genau seinen Klimawert von 171 l/m<sup>2</sup>. Insgesamt blieb es im März und April zu trocken, während im Mai im Vergleich zu den Vorjahren ungewöhnlich viel Niederschlag fiel. Im Frühling dominierten zumeist Tiefdruckgebiete, die besonders im Süden mehrfach größere Niederschlagsmengen brachten.

Mit rund 500 Stunden übertraf die Sonnenscheindauer im Frühling ihr Soll von 467 Stunden (Periode 1961 bis 1990) um 7 Prozent. Im Vergleich zu 1991 bis 2020 gab es eine negative Abweichung um gut 4 Prozent.

## SOMMER 2021:

### REGENREICHSTER SOMMER SEIT 10 JAHREN

Im Jahr 2021 erlebte Deutschland den regenreichsten Sommer seit zehn Jahren. Großen Anteil daran hatten die extremen Regenfälle von Tief „Bernd“ Mitte Juli in Nordrhein-Westfalen und Rheinland-Pfalz. Sie verursachten verheerende Fluten, die zu einer der für die Bundesrepublik folgenreichsten Naturkatastrophen seit der Sturmflut 1962 führten. Die Monate Juni, Juli und August fielen insgesamt zugleich deutlich zu warm und durchschnittlich sonnig aus.

Mit 17,9 °C lag im Sommer 2021 der Temperaturdurchschnitt um 1,6 °C über dem Wert der international gültigen Referenzperiode 1961 bis 1990. Im Vergleich zur aktuellen und wärmeren Periode 1991 bis 2020 betrug die Abweichung +0,3 °C. Mitte Juni sorgte die bis dahin einzige Hitzewelle des Jahres 2021 für schweißtreibende Temperaturen: In Berlin-Tempelhof und Baruth, südlich davon, kletterte das Thermometer am 19. Juni mit jeweils 36,6 °C bundesweit am höchsten. Das größte Sommerfeeling kam damals insbesondere in den östlichen Landesteilen auf. Dort wurden die meisten Sommer- und Hitzetage registriert. Danach gingen die hochsommerlichen Temperaturen vor allem im Süden und Westen des Landes auf Tauchstation und ließen sich erst Mitte August wieder blicken. Das letzte Augustdrittel brachte dann mit frischen Nächten bereits einen Vorgeschmack auf den anstehenden Herbst.

Im Sommer 2021 fielen bundesweit im Mittel rund 310 l/m<sup>2</sup> und damit 30 Prozent mehr Niederschlag als im Durchschnitt der Referenzperiode 1961 bis 1990 (239 l/m<sup>2</sup>). Verglichen mit der Periode 1991 bis 2020 lag das Plus bei 29 Prozent. Damit beendete der Sommer 2021 die seit drei Jahren andauernde Phase zu trockener Sommer und reihte sich unter den niederschlagsreichen seit Messbeginn 1881 ein. Die Natur bedankte sich hierfür mit ungewohnt saftig grünen Wiesen und Wäldern.

Mit rund 615 Stunden erreichte die Sonnenscheindauer im Sommer ihr Soll von 614 Stunden (Periode 1961 bis

1990) fast punktgenau. Im Vergleich zu 1991 bis 2020 lag die negative Abweichung bei gut 6 Prozent.

## HERBST 2021:

### EIN WARMER UND ZU TROCKENER HERBST MIT REICHLICH SONNENSCHNEIN

Einem sehr warmen Spätsommer im September folgten ein ausgeprägter Altweibersommer und ein meist goldener Oktober. Das Randtief „Hendrik II“ sorgte am 21. Oktober für schweren Sturm, der in der Mitte und im Süden erhebliche Schäden verursachte. Einzig der November präsentierte sich zumeist im Einheitsgrau und zum Ende sogar mit Flockenwirbel bis in mittlere Lagen. Kältere Abschnitte sowie Niederschlagsperioden blieben selten und kurz. Insgesamt ergab dies einen etwas zu warmen, zu trockenen und einen sonnenscheinreichen Herbst.

Mit 9,8 °C lag im Herbst der Temperaturdurchschnitt um 1,0 °C über dem Wert der international gültigen Referenzperiode 1961 bis 1990. Gegenüber der aktuellen und wärmeren Vergleichsperiode 1991 bis 2020 betrug die Abweichung +0,5 °C. Der erste Herbstmonat präsentierte sich meist spätsommerlich. Zum Tag der Deutschen Einheit wurde mit Föhnunterstützung im Alpenvorland sogar nochmals ein Sommertag verzeichnet. Auch der November verlief meist mild, brachte aber auch besonders zum Ende Vorstöße kälterer Meeresluft aus Nordwesten.

Der Herbst 2021 fiel wie 2020 insgesamt deutlich zu trocken aus. Bundesweit summierten sich im Mittel rund 130 l/m<sup>2</sup> und damit knapp 30 Prozent weniger Niederschlag als im Durchschnitt der Referenzperiode 1961 bis 1990 (183 l/m<sup>2</sup>). Verglichen mit der Periode 1991 bis 2020 (190 l/m<sup>2</sup>) lag die negative Abweichung bei 31 Prozent. Den insgesamt meisten Niederschlag erhielten der Nord-schwarzwald, die bayerischen Voralpen und der äußerste Norden mit teils bis zu 300 l/m<sup>2</sup>, am wenigsten Nordhessen und das Lee der Schwäbischen Alb mit örtlich kaum 50 l/m<sup>2</sup>. Schnee beschränkte sich meist auf das Bergland, doch zum ersten Adventswochenende sorgte der Zustrom polarer Luftmassen teilweise für Flocken bis in tiefe Lagen.

Die Sonnenscheindauer blieb im Herbst mit rund 350 Stunden um 13 Prozent über ihrem Soll von 311 Stunden (Periode 1961 bis 1990). Im Vergleich zu 1991 bis 2020 (319 Stunden) lag die positive Abweichung bei gut 10 Prozent. Am längsten zeigte sich die Sonne im Lee des Schwarzwaldes und im Alpenvorland mit teils über 580 Stunden, am wenigsten dagegen im äußersten Norden und der Lüneburger Heide mit örtlich weniger als 240 Stunden.

Quelle: Deutscher Wetterdienst



## Allgemeine volkswirtschaftliche Tendenzen 2021/2022

Die Weltwirtschaft erholt sich zunehmend von der Corona-Krise, ihre Auswirkungen prägen jedoch weiterhin die wirtschaftliche Entwicklung. Gleichzeitig gilt es, die tiefgreifende Transformation hin zu einer klimaneutralen und digitalen Wirtschaft zu gestalten. Nationale Maßnahmen und Strategien müssen im europäischen und globalen Kontext entwickelt werden, um den Herausforderungen effektiv zu begegnen.

### WEITREICHENDE AUSWIRKUNGEN DER CORONA-PANDEMIE

Im Sommer dieses Jahres hat sich die deutsche Wirtschaft weiter von den Folgen der Pandemie erholt. Es wird erwartet, dass das Bruttoinlandsprodukt (BIP) das Vorkrisenniveau aus dem 4. Quartal 2019 im Verlauf des 1. Quartals 2022 wieder erreichen wird. Derzeit stören vielfältige angebotsseitige Engpässe die globalen Wertschöpfungsketten und dämpfen zusammen mit weiterhin bestehenden pandemiebedingten Einschränkungen das Wachstum. So erwarten die Gutachterinnen und Gutachter des Sachverständigenrates, dass sich insbesondere die Industrieproduktion zum Teil ins nächste Jahr verschiebt, und prognostizieren für Deutschland einen Anstieg der Wirtschaftsleistung um 2,7 Prozent im Jahr 2021 und um 4,6 Prozent im Jahr 2022.

Die weitere wirtschaftliche Entwicklung unterliegt bedeutenden Risiken. Erneute umfassende pandemiebedingte

Einschränkungen oder länger anhaltende Liefer- und Kapazitätsengpässe könnten die Erholung stärker beeinträchtigen als in der Prognose unterstellt. Wenn die Engpässe aber schneller überwunden werden, eröffnen sich Chancen, dass die aufgestaute Konsum- und Investitionsnachfrage für einen dynamischeren Aufschwung sorgt.

### LEICHTE ERHOLUNG IM JAHR 2021 – KRÄFTIGES WACHSTUM DER WIRTSCHAFTSLEISTUNG IN 2022 MÖGLICH

Nach dem pandemiebedingten Rückschlag im Winterhalbjahr 2020/21 hat die deutsche Volkswirtschaft ab dem 2. Quartal 2021 ihre Erholung fortgesetzt. Die zunehmende Impfung großer Teile der erwachsenen Bevölkerung hat den raschen Rückgang der Neuinfektionen unterstützt, wodurch weitreichende Öffnungsschritte in den zuvor eingeschränkten Wirtschaftsbereichen ermöglicht wurden. Infolgedessen dürften sich die pandemiebedingten Verhaltensanpassungen der privaten Haushalte teilweise normalisiert haben, was zusammengenommen insbesondere die Konsumnachfrage stabilisiert hat. Nichtsdestotrotz haben sich im Vergleich zum Frühjahr die kurzfristigen Aussichten für die weitere Erholung eingetrübt. Insbesondere die weltweiten Liefer- und Kapazitätsengpässe treffen die stark in globale Wertschöpfungsketten eingebundene deutsche Industrie. Steigende Energie-, Rohstoff- sowie Transportkosten belasten die Gewinnspannen der Unternehmen und dürften zumin-

dest teilweise auf die Verbraucherseite überwältigt werden. Die zuletzt wieder stark ansteigenden Infektionszahlen dürften die weitere Erholung der privaten Nachfrage jedoch dämpfen und so – trotz weiterhin günstiger außenwirtschaftlicher Rahmenbedingungen sowie expansiver Geld- und Fiskalpolitik – das Wirtschaftswachstum im 4. Quartal 2021 und im 1. Quartal 2022 verlangsamen.

Für das Jahr 2021 wird ein Wachstum der Wirtschaftsleistung um 2,7 Prozent erwartet. Die angebotsseitigen Engpässe dürften einen Gutteil der noch im Frühjahr 2021 prognostizierten industriellen Erholung in das nächste Jahr verschieben. Im Jahr 2022 dürfte die Wirtschaftsleistung dann wieder an Fahrt gewinnen und um 4,6 Prozent zulegen. Die Produktionslücke dürfte sich im Verlauf des nächsten Jahres schließen und zum Jahresende wieder positiv sein.

Länger fortdauernde angebotsseitige Engpässe und ein erneut stark aufflammendes Pandemiegeschehen im Winter 2021/22 stellen jedoch bedeutsame Abwärtsrisiken dar. Gleichwohl bestehen ebenso Chancen für ein stärkeres Wachstum – etwa aufgrund eines stärkeren Abbaus der pandemiebedingten privaten Ersparnisse. In seiner Prog-

nose für Deutschland geht der Sachverständigenrat davon aus, dass die Industrieproduktion durch die vielfältigen angebotsseitigen Engpässe zwar noch über den Winter belastet sein wird. Im Jahr 2022 dürften diese Engpässe in vielen Bereichen aber nach und nach reduziert werden.

### KRÄFTIGE ERHOLUNG DER PRIVATEN NACHFRAGE IM SOMMER

Nachdem das BIP im 1. Quartal 2021 pandemiebedingt preis-, saison- und kalenderbereinigt gegenüber dem Vorquartal zurückgegangen war, belebte sich die wirtschaftliche Aktivität ab Mai wieder deutlich. Die rasch sinkenden Neuinfektionszahlen ermöglichten Lockerungen der an die regionale Inzidenz gekoppelten Eindämmungsmaßnahmen und führten zu einer zunehmenden Erholung der privaten Nachfrage. Das hohe Wachstum dürfte insbesondere von der weiteren Normalisierung der Dienstleistungsbereiche getragen sein.

Verwendungsseitig war die Entwicklung des BIP im 2. Quartal 2021 bereits von der Erholung der privaten Konsumausgaben getrieben. Im Zuge wieder ansteigender

Wirtschaftliche Eckdaten	Einheit	2019	2020	2021 <sup>1</sup>	2022 <sup>1</sup>
<b>Bruttoinlandsprodukt<sup>2,3</sup></b>	<b>Wachstum in %</b>	<b>1,1</b>	<b>-4,6</b>	<b>2,7</b>	<b>4,6</b>
Konsumausgaben	Wachstum in %	1,9	-3,2	0,6	5,1
Private Konsumausgaben <sup>4</sup>	Wachstum in %	1,6	-5,9	-0,2	7,4
Konsumausgaben des Staates	Wachstum in %	3,0	3,5	2,5	0,1
Bruttoanlageinvestitionen	Wachstum in %	1,8	-2,2	2,3	4,2
Ausrüstungsinvestitionen <sup>5</sup>	Wachstum in %	1,0	-11,2	5,1	6,8
Bauinvestitionen	Wachstum in %	1,1	2,5	1,2	2,6
Sonstige Anlagen	Wachstum in %	5,5	1,0	0,9	4,5
Inländische Verwendung <sup>3</sup>	Wachstum in %	1,8	-4,0	2,5	4,7
Außenbeitrag	Prozentpunkte in %	-0,7	-0,8	0,3	0,1
Exporte	Wachstum in %	1,1	-9,3	7,9	6,6
Importe	Wachstum in %	2,9	-8,6	8,1	7,1
<b>Leistungsbilanzsaldo<sup>6</sup></b>	<b>%</b>	<b>7,4</b>	<b>6,9</b>	<b>6,3</b>	<b>6,1</b>
<b>Erwerbstätige</b>	<b>Tausend</b>	<b>45.268</b>	<b>44.898</b>	<b>44.892</b>	<b>45.374</b>
<b>Sozialversicherungspflichtige Beschäftigte</b>	<b>Tausend</b>	<b>33.518</b>	<b>33.579</b>	<b>33.824</b>	<b>34.286</b>
<b>Registrierte Arbeitslose</b>	<b>Tausend</b>	<b>2.267</b>	<b>2.695</b>	<b>2.633</b>	<b>2.367</b>
<b>Arbeitslosenquote<sup>7</sup></b>	<b>%</b>	<b>5,0</b>	<b>5,9</b>	<b>5,7</b>	<b>5,1</b>
<b>Verbraucherpreise<sup>8</sup></b>	<b>Wachstum in %</b>	<b>1,4</b>	<b>0,5</b>	<b>3,1</b>	<b>2,6</b>
<b>Finanzierungssaldo des Staates<sup>9</sup></b>	<b>%</b>	<b>1,5</b>	<b>-4,3</b>	<b>-4,9</b>	<b>-1,9</b>
<b>Bruttoinlandsprodukt je Einwohner<sup>10,11</sup></b>	<b>Wachstum in %</b>	<b>0,8</b>	<b>-4,6</b>	<b>2,7</b>	<b>4,5</b>
<b>Bruttoinlandsprodukt, kalenderbereinigt<sup>11</sup></b>	<b>Wachstum in %</b>	<b>1,1</b>	<b>-4,9</b>	<b>2,7</b>	<b>4,7</b>

<sup>1</sup> Prognose des Sachverständigenrates | <sup>2</sup> Preisbereinigt. Veränderung zum Vorjahr. Gilt zudem für alle angegebenen Bestandteile des BIP | <sup>3</sup> Da die verwendungsseitige Zusammensetzung der Revisionen des BIP im 1. Halbjahr 2021 noch ausstehend ist, wird unterstellt, dass es sich um eine Anpassung der Vorratsveränderungen handelt | <sup>4</sup> Einschließlich privater Organisationen ohne Erwerbszweck | <sup>5</sup> Einschließlich militärischer Waffensysteme | <sup>6</sup> In Relation zum BIP | <sup>7</sup> Registrierte Arbeitslose in Relation zu allen zivilen Erwerbspersonen | <sup>8</sup> Veränderung zum Vorjahr | <sup>9</sup> Gebietskörperschaften und Sozialversicherung in der Abgrenzung der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung (VGR); in Relation zum BIP | <sup>10</sup> Bevölkerungsentwicklung gemäß Mittelfristprojektion des Sachverständigenrates | <sup>11</sup> Preisbereinigt. Veränderung zum Vorjahr  
Quelle: BA, Deutsche Bundesbank, Statistisches Bundesamt, eigene Berechnungen | © Sachverständigenrat | 21-463

Konsummöglichkeiten und der staatlichen Stabilisierung der Einkommen sank die Sparquote der privaten Haushalte im 2. Quartal um 2,2 Prozentpunkte auf 16,8 Prozent, was im historischen Vergleich immer noch deutlich erhöht ist (zwischen den Jahren 2015 und 2019 lag der Mittelwert saison- und kalenderbereinigt bei 10,6 Prozent). Besonders die Umsätze der persönlichen Dienstleistungsbereiche und des im Winter noch eingeschränkten Bereichs des stationären Einzelhandels sind deutlich gewachsen. Der reale Umsatz im gesamten Einzelhandel ohne Kfz-Handel war im 2. Quartal ebenfalls aufwärtsgerichtet, gab jedoch im Juli deutlich nach. Im August konnte aber der Verlust – getragen vom Geschäft mit Nicht-Lebensmitteln – teilweise wieder wettgemacht werden. Der während der Pandemie stark ausgeweitete Internet- und Versandhandel erreichte im Mai preis-, saison- und kalenderbereinigt seinen Hochpunkt und liegt seitdem zwar weiterhin beträchtlich über dem Vorkrisenniveau, jedoch rund 8,2 Prozent unter dem Mittelwert des 2. Quartals 2021.

Die weitere Erholung bei den privaten Konsumausgaben – vor allem bei den persönlichen Dienstleistungen – im Winterhalbjahr dürfte hingegen 2021/22 gedämpft sein. So lag zwar die Mobilität insbesondere in den konsumnahen Bereichen im Sommer 2021 wieder auf dem Vorkrisenniveau. Jedoch dürfte in den kommenden Monaten – aufgrund des Anstiegs der Neuinfektionen – mit einem leichten Rückgang zu rechnen sein. Ab dem Frühjahr 2022 dürfte das Pandemiegeschehen aber wieder stützend wirken. Zudem dürfte von den pandemiebedingten ungeplanten Ersparnissen im restlichen Jahresverlauf ein begrenzter Wachstumsimpuls ausgehen.

### PREISANSTIEG SETZT SICH ÜBER 2021 HINAUS WEITER FORT

Die Verbraucherpreise sind im bisherigen Jahresverlauf deutlich gestiegen und die Veränderungsraten dürften

noch bis weit ins Jahr 2022 hinein erhöht bleiben. Neben Sondereffekten durch die zu Jahresbeginn 2021 ausgelaufene temporäre Umsatzsteuersenkung führt das im Jahr 2020 pandemiebedingt niedrige Preisniveau – etwa bei Energie – automatisch zu erhöhten Jahresraten beim Verbraucherpreisindex (VPI) in diesem Jahr. Gleichzeitig erhöht die Einführung der CO<sub>2</sub>-Bepreisung in den Bereichen Verkehr und Wärme die Inflation. Alleine die Umsatzsteuersenkung dürfte deutlich mehr als einen Prozentpunkt zu den Preissteigerungen im 2. Halbjahr 2021 beitragen.

Zusätzlich verteuerten sich alle wesentlichen Komponenten des VPI seit Jahresbeginn 2021. So führten weiter steigende Ölpreise und schlechte Witterungsbedingungen zu kräftigen Preissteigerungen bei Energie und Nahrungsmitteln. Die Kernrate ohne diese beiden Komponenten stieg im Zuge der Entspannung der pandemischen Lage ab Mai 2021 ebenfalls kräftig an. Zudem verteuerten sich Industrieerzeugnisse (ohne Energie) und Dienstleistungen (ohne Mieten) im 3. Quartal 2021 saison- und kalenderbereinigt um 1,0 Prozent beziehungsweise 1,1 Prozent gegenüber dem Vorquartal. Dies deutet darauf hin, dass Unternehmen zunehmend die gestiegenen Erzeugerpreise an die Verbraucherinnen und Verbraucher weitergeben.

Der Sachverständigenrat rechnet für den VPI für dieses Jahr mit einer Veränderungsrate von 3,1 Prozent. Im Jahr 2022 dürfte die Inflation zwar deutlich zurückgehen. Die gestiegenen Erzeuger- und Importpreise dürften jedoch noch bis weit in das Jahr 2022 hineinwirken. Dementsprechend dürfte die jahresdurchschnittliche Zuwachsrate bei 2,6 Prozent liegen.

### POSITIVE SIGNALE AUF DEM ARBEITSMARKT

Der Arbeitsmarkt hat sich seit Jahresbeginn 2021 positiv entwickelt. So stieg die Erwerbstätigkeit zwischen Januar und August 2021 um rund 279.000 Personen (+0,6 Prozent).

	Tariflöhne (Stundenkonzept)	Effektivlöhne <sup>1</sup>	Lohn drift <sup>2</sup>	Arbeitnehmerentgelt je Arbeitnehmer- stunde	Arbeitsprodukti- vität <sup>3</sup>	Lohnstückkosten (nominal) <sup>4</sup>	Lohnstückkosten (real) <sup>5</sup>
2017	2,6	2,8	0,2	2,8	1,8	1,0	-0,5
2018	2,9	3,3	0,4	3,0	0,0	3,0	1,0
2019	3,2	3,1	-0,1	3,5	0,4	3,1	1,0
2020	2,0	3,3	1,3	3,8	0,4	3,4	1,8
2021 <sup>6</sup>	1,8	1,8	0,0	1,8	1,3	0,6	-2,0
2022 <sup>6</sup>	2,2	2,2	0,0	2,2	1,4	0,7	-1,1

1 Bruttolöhne und -gehälter (Inlandskonzept) je Arbeitnehmerstunde | 2 Differenz zwischen dem Anstieg der Effektivlöhne und demjenigen der Tariflöhne in Prozentpunkten | 3 Reales BIP je Erwerbstätigenstunde | 4 Arbeitnehmerentgelt je geleisteter Arbeitnehmerstunde in Relation zum realen BIP je geleisteter Erwerbstätigenstunde | 5 Arbeitnehmerentgelt je geleisteter Arbeitnehmerstunde in Relation zum BIP je geleisteter Erwerbstätigenstunde | 6 Prognose des Sachverständigenrats  
Quelle: Statistisches Bundesamt, eigene Berechnungen | © Sachverständigenrat | 21–463





Diese Entwicklung ist vor allem auf eine Zunahme der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung zurückzuführen. Sie nahm im selben Zeitraum um rund 264.000 Personen (+0,8 Prozent) zu. Die Anzahl an Personen, die ausschließlich in einer geringfügigen Beschäftigung tätig waren, stieg in den ersten acht Monaten dieses Jahres um 53.000 (+1,3 Prozent). Die Selbständigkeit ist im 1. Halbjahr 2021 gesunken und setzte damit ihren negativen Trend fort, der bereits seit dem Jahr 2011 zu beobachten ist.

Die positive Entwicklung der Erwerbstätigkeit spiegelt sich in einem Rückgang der Arbeitslosigkeit wider. So sank die Arbeitslosigkeit von rund 2,8 Millionen Personen im Januar 2021 auf 2,5 Millionen Personen im Oktober 2021.

Die weitere Entwicklung auf dem Arbeitsmarkt dürfte einerseits durch die Fortsetzung der stetigen Reduktion der Kurzarbeit gekennzeichnet sein. Andererseits wird sich wohl der positive Trend der Erwerbstätigkeit im Prognosezeitraum fortsetzen. Aufgrund des statistischen Überhangs im Jahr 2020 dürfte sich ihr Jahresdurchschnitt 2021 gegenüber dem Vorjahr zunächst kaum verändern. Für das Jahr 2022 erwartet der Sachverständigenrat aber, dass die Erwerbstätigkeit um rund 481.000 Personen gegenüber dem Vorjahr zunehmen wird. Neben der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung, die in den Jahren 2021 und 2022 wahrscheinlich deutlich zunehmen wird, kann eine Zunahme der geringfügigen Beschäftigung im Jahresdurchschnitt – aufgrund des sta-

tistischen Überhangs – erst wieder im Jahr 2022 erwartet werden. Die Arbeitslosenquote könnte von 5,9 Prozent im Jahr 2020 auf 5,7 Prozent im Jahr 2021 und 5,1 Prozent im Jahr 2022 fallen.

#### KEINE STARK STEIGENDE DYNAMIK BEI LÖHNEN UND GEHÄLTERN

Im Jahr 2020 kam es nicht zuletzt aufgrund der Reduktion der Arbeitsstunden zu einem deutlichen Anstieg der Effektivlöhne. Dies führte zu einer dynamischen Lohndrift, da die Tariflöhne weniger stark gestiegen sind. Ebenso stiegen die Lohnstückkosten im Jahr 2020 deutlich an. In den Jahren 2021 und 2022 dürfte die Entwicklung der Löhne weniger dynamisch ausfallen. Trotz zunehmender Inflation sowie wieder hoher Fachkräfteengpässe ist aktuell nicht mit einer stark steigenden Lohndynamik zu rechnen. Im Prognosezeitraum dürfte die Arbeitsproduktivität deutlich zunehmen. In Verbindung mit dem zu erwartenden schwachen Wachstum der Arbeitnehmerentgelte je Arbeitnehmerstunde ist deshalb davon auszugehen, dass die realen Lohnstückkosten in den Jahren 2021 und 2022 sinken werden.

Eine möglicherweise durch höhere Lohnforderungen getriebene Lohndynamik infolge steigender Verbraucherpreise und zunehmender Beschäftigungssicherheit dürfte aufgrund der Dauer von Tarifverhandlungen erst mit einer zeitlichen Verzögerung – also am Ende des Prognosezeitraums – das Lohnwachstum prägen.

## Entwicklung des deutschen Gartenmarktes 2021

Nachdem im ersten Pandemiejahr sämtliche marktüblichen Mechanismen außer Kraft gesetzt wurden und am Ende im Gartenmarkt ein Rekordplus von mehr als 10 Prozent erzielt wurde, fiel die Erwartungshaltung für das Folgejahr 2021 deutlich pessimistischer aus. Das noch am Anfang des Jahres erwartete Minus von rund 3 Prozent wurde dabei glücklicherweise deutlich verfehlt. Mit einem leichten Minus von 0,5 Prozent bleibt der Markt in 2021 mit einem Umsatz von rund 20,8 Milliarden Euro nur unwesentlich unter dem Rekordjahr 2020 und bestätigt damit den anhaltenden Trend zum Garten.

Überdurchschnittlich gut hat sich hierbei der Gartenfachhandel entwickelt. Der Kanal hat im laufenden Jahr insbesondere davon profitieren können, dass er seine Produkte ganzjährig ohne Lockdownbeschränkungen vermarkten konnte. Bereits im ersten Quartal konnten die Umsätze gegenüber dem vergleichbaren Vorjahreszeitraum um 13,6 Prozent, im zweiten Quartal dann nochmals um 11,8 Prozent gesteigert werden. Zur Mitte des Jahres lag man um 12,4 Prozent über dem Vorjahresergebnis. Vergleichsweise bescheiden – trotz positiv wirkendem Mehrwertsteuereffekt – fiel das dritte Quartal 2021 aus, in welchem der Fachhandel ein Plus von 4,4 Prozent verzeichnen konnte. Da für das letzte Quartal des Jahres ebenfalls kein überdurchschnittliches Wachstum zu erwar-

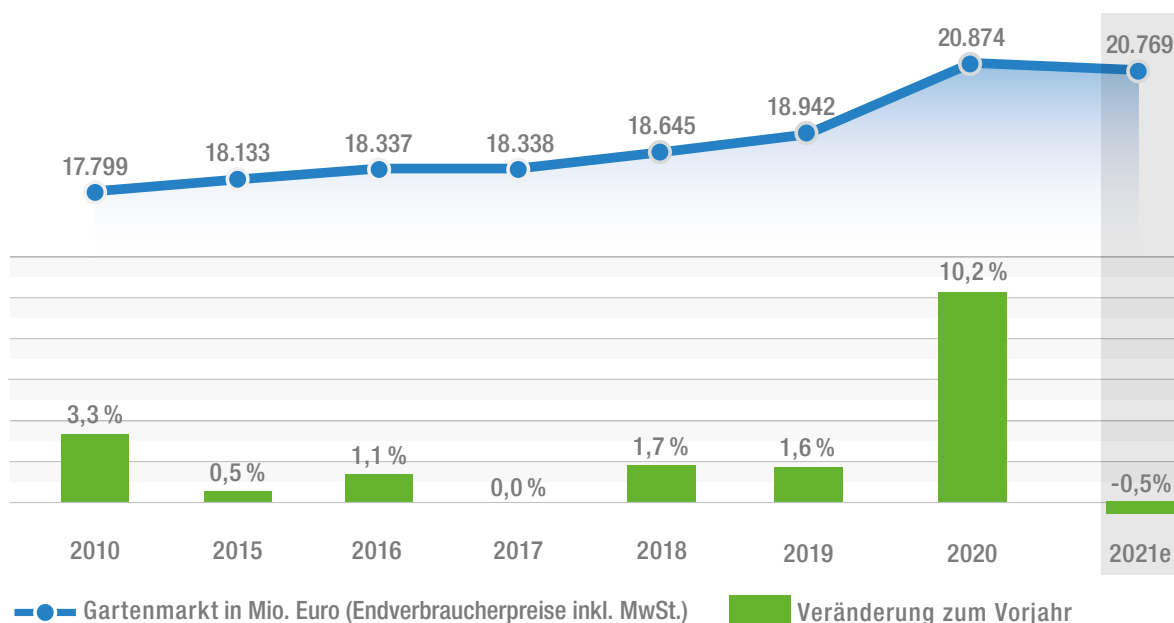
ten ist, wird der Gartenfachhandel das Jahr mit einem Plus von insgesamt 8,9 Prozent abschließen.

Im Vergleich zum Gartenfachhandel haben die Bau- und Heimwerkermärkte in den gartenrelevanten Sortimentsbereichen deutlich schlechter abgeschnitten. Aufgrund der bis in den April 2021 hineinreichenden und in den einzelnen Bundesländern unterschiedlich gehandhabten Lockdownphase werden die Bau- und Heimwerkermärkte dieses Jahr mit einem Umsatzminus in Höhe von 7 Prozent beenden.

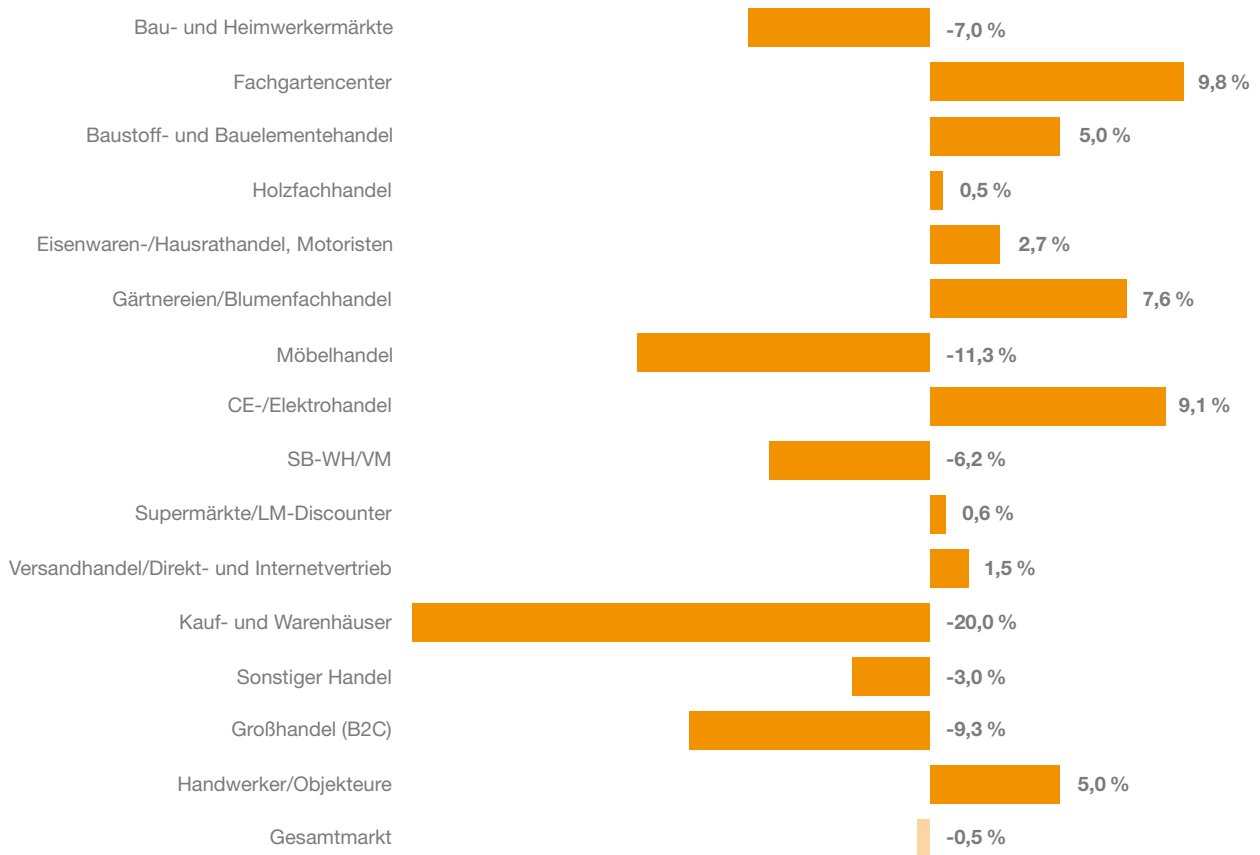
Ebenfalls von einem Umsatzminus betroffen ist auch der Möbelhandel. Aufgrund des herausragenden Ergebnisses in 2020 insbesondere bei Gartenmöbeln ist der Umsatz im Folgejahr 2021 um mehr als 11 Prozent gesunken. Der Hauptgrund hierfür liegt in dem erwarteten Rückgang des Gartenmöbelmarktes, der 2021 rund 10 Prozent an Umsatz eingebüßt hat.

Auch SB-Warenhäuser/Verbrauchermärkte und Großhandel/Baumschulen müssen 2021 Umsatzeinbußen in Höhe von 6,2 Prozent bzw. 9,3 Prozent verkraften. Während die SB-WH/VM in nahezu allen gartenrelevanten Sortimenten an Umsatz einbüßen, beschränkt sich dieser im Großhandel/Baumschulen auf den Bereich Lebendes Grün (Indoor & Outdoor).

## Entwicklung des Gartenmarktes in Deutschland 2010 bis 2021



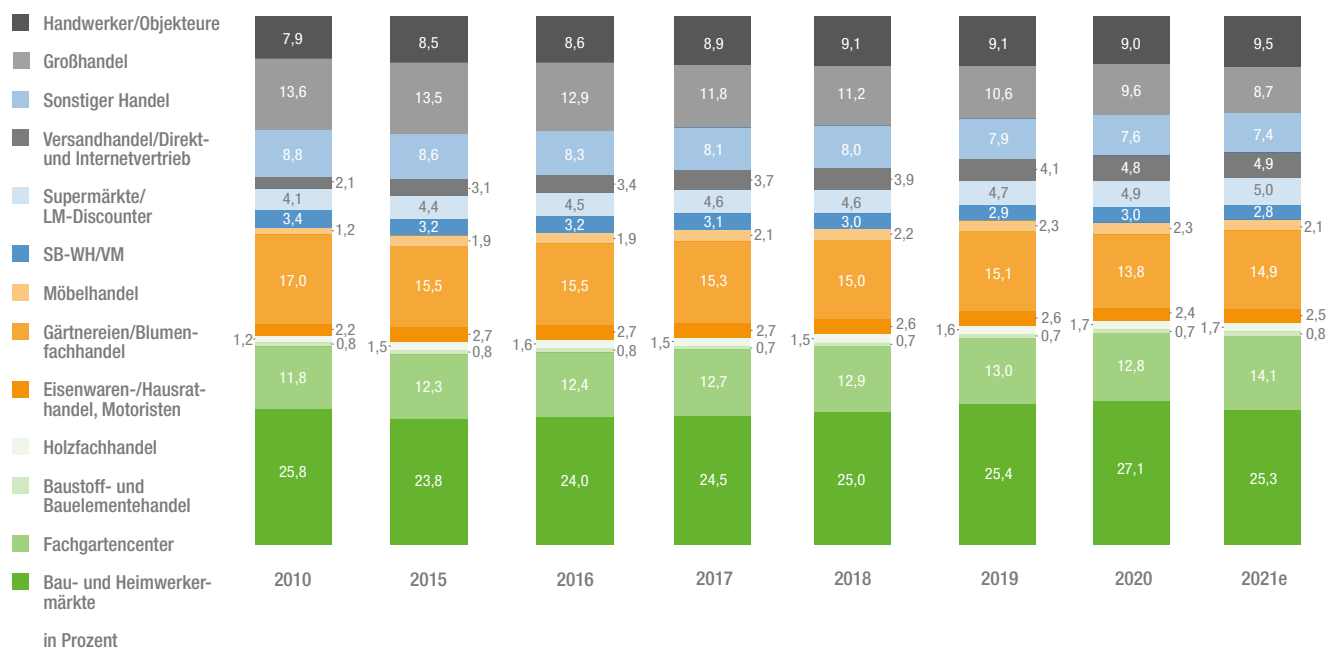
## Umsatzentwicklung der Vertriebswege im Gartenmarkt in Deutschland 2020–2021



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



## Marktanteile der Vertriebswege im Gartenmarkt in Deutschland 2010–2021



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

Neben dem Gartenfachhandel mit seinen Vertriebswegen Fachgartencenter und Gärtnereien/Blumenfachhandel, die im Jahresvergleich um 9,8 Prozent bzw. 7,6 Prozent zulegen können, verzeichnen auch der – in der Distribution vergleichsweise unbedeutende – CE-/Elektrohandel wie auch erneut der wesentlich bedeutsamere GaLa-Bau (insbesondere aufgrund der weiter steigenden Nachfrage aus dem privaten Bereich) eine positive Umsatzentwicklung. Im Vergleich zum Vorjahr liegt ihr Umsatzzuwachs bei 9,1 Prozent bzw. 5,0 Prozent.

Demgegenüber vergleichsweise bescheiden fällt die Entwicklung der Vertriebswege Eisenwaren-/Hausrat-handel, Motoristen (+2,7 Prozent), Supermärkte/LM-Discounter (+0,6 Prozent) und im Distanzhandel (Versandhandel/ Direkt- und Internetvertrieb | +1,5 Prozent) aus.

Die aufgezeigten Umsatzentwicklungen haben nur in insgesamt drei Vertriebskanälen zu nennenswerten Marktanteilsverbesserungen geführt. Hierzu zählen Fachgartencenter (+1,3 Prozentpunkte auf 25,3 Prozent Marktanteil), Gärtnereien/Blumenfachhandel (+1,1 Prozentpunkte auf 14,9 Prozent Marktanteil) und Handwerker/Objekteure (GaLa-Bau | +0,5 Prozentpunkte auf 9,5 Prozent Marktanteil).

Zu den Verlierern zählen Bau- und Heimwerkermärkte (-1,8 Prozentpunkte auf 25,3 Prozent Marktanteil), Möbelhandel (-0,3 Prozentpunkte auf 2,1 Prozent Marktanteil) sowie Großhandel/Baumschulen (-0,8 Prozentpunkte auf 8,7 Prozent Marktanteil). Bei allen

übrigen Vertriebswegen lassen sich lediglich geringfügige Verschiebungen erkennen.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass 2021 diejenigen Vertriebswege Marktanteile verloren haben, die entweder in hohem Umfang von den Lockdownmaßnahmen betroffen waren und/oder die schwerpunktmäßig in einer derjenigen Warengruppen tätig sind, die im letzten Jahr starke Zugewinne erzielt haben, aber in diesem Jahr auch gravierende Umsatzeinbußen hinnehmen mussten.

Nach wie vor dominieren Bau- und Heimwerkermärkte zusammen mit dem Garten-Fachhandel (Fachgartencenter & Gärtnereien/Blumenfachhandel) sowie der GaLa-Bau die Distributionslandschaft im Gartenbereich. Zusammengenommen erreichen sie derzeit einen Marktanteil von 63,8 Prozent. Im Vergleich zum Vorjahr (62,6 Prozent) haben sie damit trotz der hohen Einbußen auf Seiten der Bau- und Heimwerkermärkte nochmals an Bedeutung hinzugewinnen können.

In der Summe lässt sich festhalten, dass entgegen den ursprünglichen Erwartungen das zweite Jahr der Pandemie den Gartenmarkt keineswegs in erheblichem Umfang negativ tangiert hat. Die Entwicklungen unterstreichen vielmehr die ungebrochen hohe Relevanz des Themas Garten bei den Verbraucherinnen und Verbrauchern. Angesichts der Vielfalt von positiven Einstellungen zum Thema Garten ist zu erwarten, dass sich die grundsätzlich positive Entwicklung des Marktes auch in den kommenden Jahren auf einem anhaltend hohen Niveau bewegen dürfte.

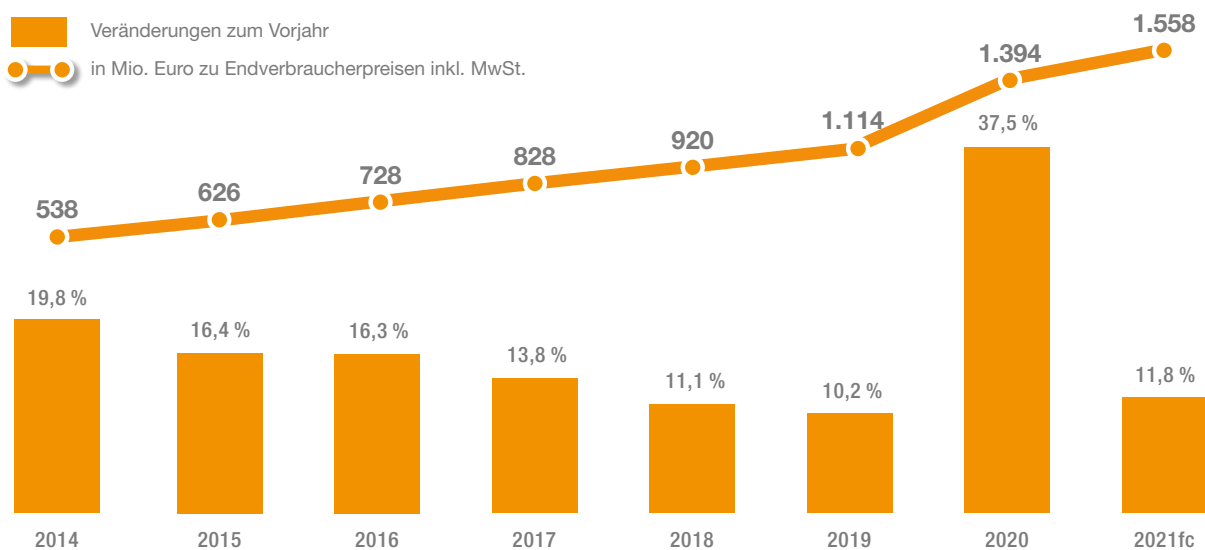


## E-Commerce im Gartenmarkt

Unabhängig davon, ob der Elektronische Handel von stationären Akteuren oder reinen Online-Spezialisten betrieben wird – der E-Commerce hat auch in diesem Jahr und dabei insbesondere während der Lockdownphase im ersten Quartale 2021 ein überproportional hohes Wachstum erzielt. So hat der außerhalb des Modebereichs tätige Versand- und Internethandel in den ersten zehn Monaten des Jahres ein Umsatzplus von rund 15 Prozent (Vorjahreszeitraum: +25,4 Prozent) generieren können. Trotz der im Vergleich

zum Vorjahr weniger hoch ausfallenden Entwicklung ist davon auszugehen, dass sich das Internet als Einkaufsort mehr und mehr bei den Verbraucherinnen und Verbrauchern verankert hat. Selbst unter der Annahme – wenn auch als unwahrscheinlich anzusehender – weitestgehend coronafreier Rahmenbedingungen ist nicht davon auszugehen, dass sich diese Einkaufspräferenzen wieder massiv in Richtung des stationären Handels bewegen werden.

### E-Commerce-Umsätze im Gartenmarkt in Deutschland 2014 bis 2021



Quelle: Klaus Peter Teipel – Research und Consulting



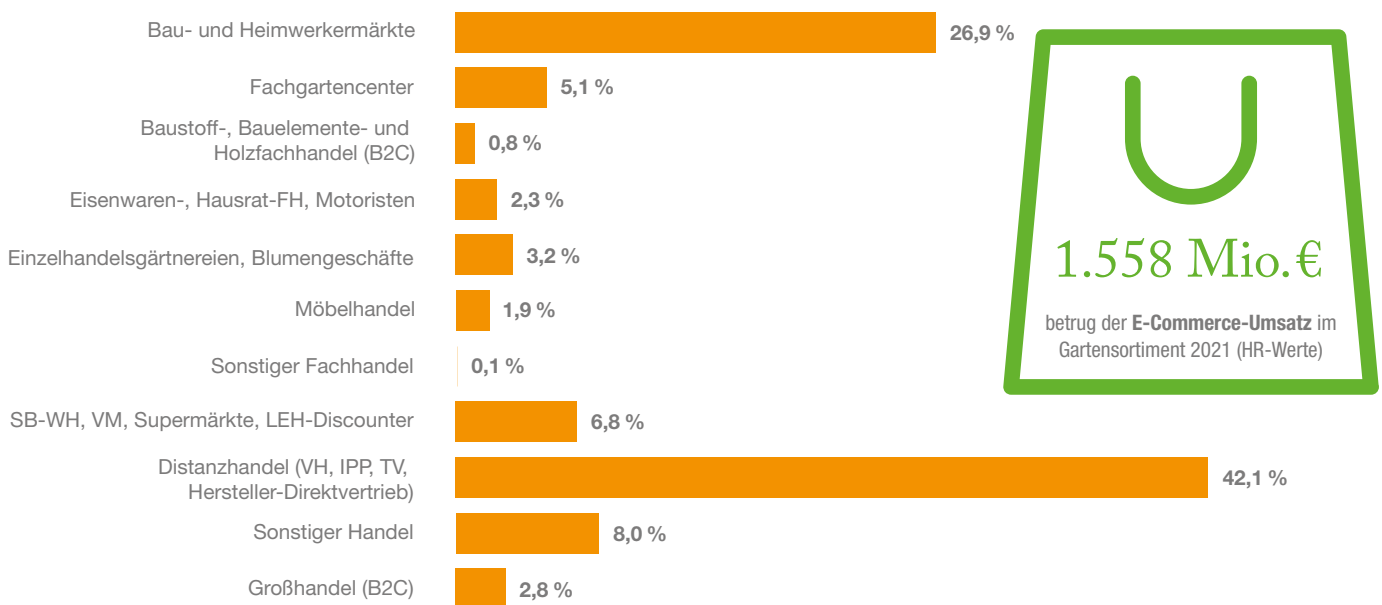
Vielleicht kann man insofern auch von „Glück“ sprechen, als der Online-Umsatz im Gartenbereich (aufgrund des Anteils der Lebend-Grün-Sortimente am Gesamtmarkt, die aber im Gegensatz zu den Hartwarenbereichen über eine [noch] vergleichsweise geringe Online-Affinität verfügen) nur unterdurchschnittlich stark ausgeprägt ist.

In der Summe erreichen die Online-Vermarktungskanäle des stationären Handels, der Katalogversender, der Internet-Pure-Player und der Hersteller einen aktuellen Marktanteil am Garten-Gesamtmarkt in Höhe von 7,5 Prozent (+0,8 Prozentpunkte gegenüber 2020). Der Anteil der E-Commerce-Umsätze am einzelhandelsrelevanten Gartenmarkt (d.h. ohne GaLa-Bau) beziffert sich auf 8,3 Prozent nach 7,3 Prozent in 2020. Diese Anteilswerte machen deutlich, dass im Gartenmarkt auch

weiterhin noch „viel Luft nach oben“ für Anbieter aus dem Online-Bereich vorhanden ist. Zum Vergleich: In Bezug auf den Umsatz des Einzelhandels in Deutschland insgesamt liegt der Marktanteil des Online-Handels nach aktuellen Hochrechnungen für das Jahr 2021 bereits bei annähernd 15 Prozent.

Im Gartenbereich sind die via E-Commerce erzielten Umsätze in diesem Jahr zwar stark angestiegen, aber bei weitem nicht so enorm wie im Vorjahr. Nach vorläufigen Berechnungen wird mit Produkten aus dem Gartenbereich ein Online-Umsatz von rund 1,56 Milliarden Euro erwirtschaftet werden. Damit hat sich der E-Commerce-Umsatz im Gartenbereich binnen Jahresfrist um rund 164 Millionen Euro erhöht, die daraus resultierende Zuwachsrate liegt bei rund 12 Prozent.

## Umsatzanteil der Vertriebswege Online im Garten-Gesamtmarkt 2021



Quelle: Klaus Peter Teipel – Research und Consulting

Im Gegensatz zum vergangenen Jahr, in dem Online-Aktivitäten der stationären Marktakteure nicht mit der Dynamik der reinen Pure Player mithalten konnten, hat sich das Verhältnis 2021 umgekehrt. So haben insbesondere die Bau- und Heimwerkermärkte mit ihren Online-Shops überdurchschnittliche Zuwächse (+21 Prozent) erreicht und ihren Marktanteil von 24,8 Prozent auf nunmehr 26,9 Prozent ausbauen können.

Im gleichen Zeitraum sind die Umsätze der Online-Pure-Player im Gartenbereich lediglich um 7,4 Prozent gestiegen. Damit hat sich ihr Marktanteil von 43,8 Prozent in 2020 auf nunmehr 42,1 Prozent um insgesamt 1,7 Prozentpunkte reduziert.

Damit haben die stationären Formate (inkl. Market Places von stationären Händlern auf Plattformen) in der Summe gegenüber den reinen Online-Spezialisten im laufenden Jahr 1,7 Prozentpunkte an Marktanteil zurückgewonnen.

Entsprechend entfällt mit 57,9 Prozent der größere Anteil am E-Commerce-Umsatz im Gartenmarkt auf stationäre Handelsbetriebsformen, die entweder mit eigenen Shops oder auf den Marktplätzen von Plattformen aktiv sind. Neben den Bau- und Heimwerkermärkten als bedeutendstem Vertreter der stationären Händler im Online-Markt rangiert der Sonstige Handel mit 8,0 Prozent vor den Supermärkten/Lebensmittel-Discountern mit 5,5 Prozent sowie den Fachgartencentern mit einem

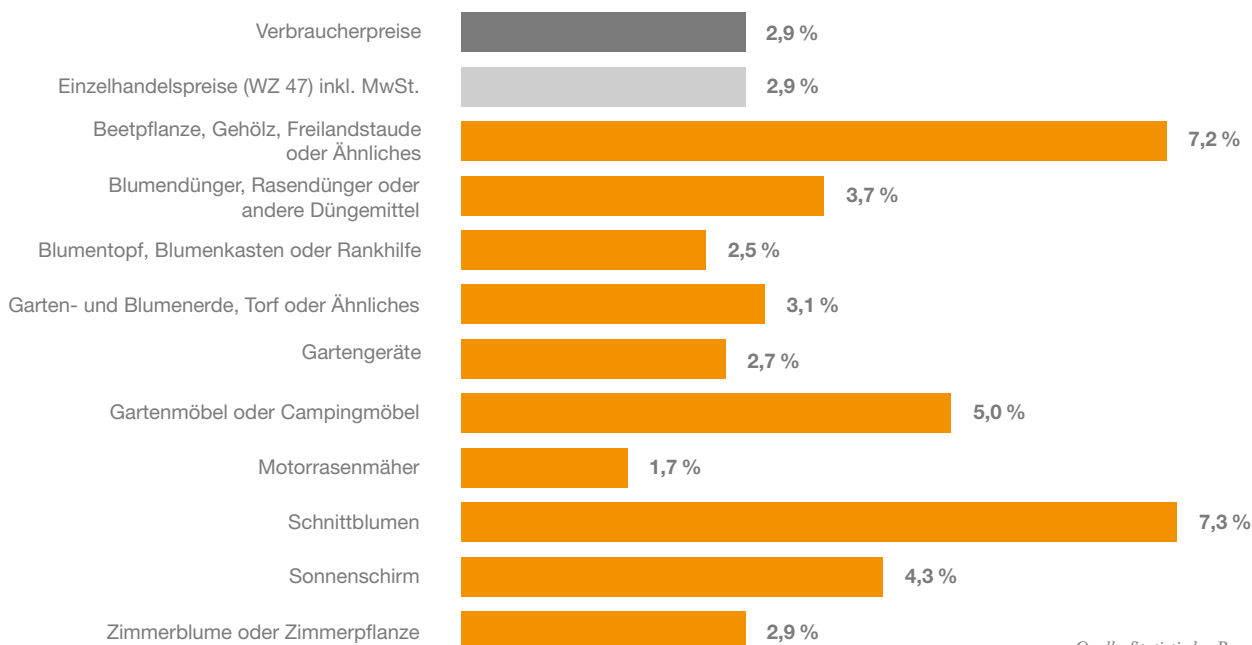
Marktanteil von 5,1 Prozent und den traditionellen Einzelhandelsgärtnereien inkl. Blumenfachgeschäften mit 3,2 Prozent auf den weiteren Plätzen.

Die aktuelle Pandemie wirkt auf die Veränderung der Handelslandschaft und insbesondere für die weitere Entwicklung zwischen stationären und Online-Vermarktungskonzepten auch im zweiten Jahr immer noch wie ein Katalysator. Veränderungen, die sich normalerweise in einem Zeitraum von mehreren Jahren bewegen, werden beschleunigt und innerhalb vergleichsweise kurzer Zeiträume bewältigt. Während im ersten Jahr der Pandemie gut 3 Jahre Online-Entwicklung vorweggenommen worden sind, so dürfte sich der Effekt für das laufende

Jahr nochmals bei rund 1 Jahr bewegen. Damit haben die letzten beiden Jahre eine Online-Entwicklung genommen, die unter „normalen“ Verhältnissen rund 3,5 bis 4 Jahre gedauert hätte.

Entsprechend sind die daran geknüpften Effekte, insbesondere beim Einkaufsverhalten der Verbraucherinnen und Verbraucher, als nachhaltig prägend anzusehen und nicht nur von kurzer Dauer. Die Entwicklung macht deutlich, dass Anbieter, die bereits über eine sehr gute Online-Performance verfügen (auch stationäre Akteure) und diese gezielt weiter ausbauen, sich deutlich positiv vom Marktdurchschnitt abkoppeln und nachhaltige Marktanteilszugewinne verzeichnen können.

## Entwicklung der Verbraucherpreise und Einzelhandelspreise in ausgewählten Warengruppen des Gartenmarktes (Jan.–Nov. 2021)



Quelle: Statistisches Bundesamt

## Entwicklung der Einzelhandels- und Verbraucherpreise

Die Verbraucher- wie auch die Einzelhandelspreise befinden sich nach wie vor im Aufwärtstrend. Kumuliert ergibt sich bis November 2021 für die Verbraucher- wie auch die Einzelhandelspreise ein Anstieg von 2,9 Prozent. Unter Berücksichtigung der Mehrwertsteuersenkung im zweiten Halbjahr 2020 liegen die Werte damit deutlich oberhalb der Preisentwicklung der Jahre 2016 bis 2020.

Davon zum Teil deutlich abweichend zeigt sich die Entwicklung der Verbraucherpreise in ausgewählten Warengruppen des Gartenmarktes. Im Zeitraum Januar bis November 2021 haben sich die Preise gegenüber dem Vorjahreszeitraum wie folgt entwickelt:

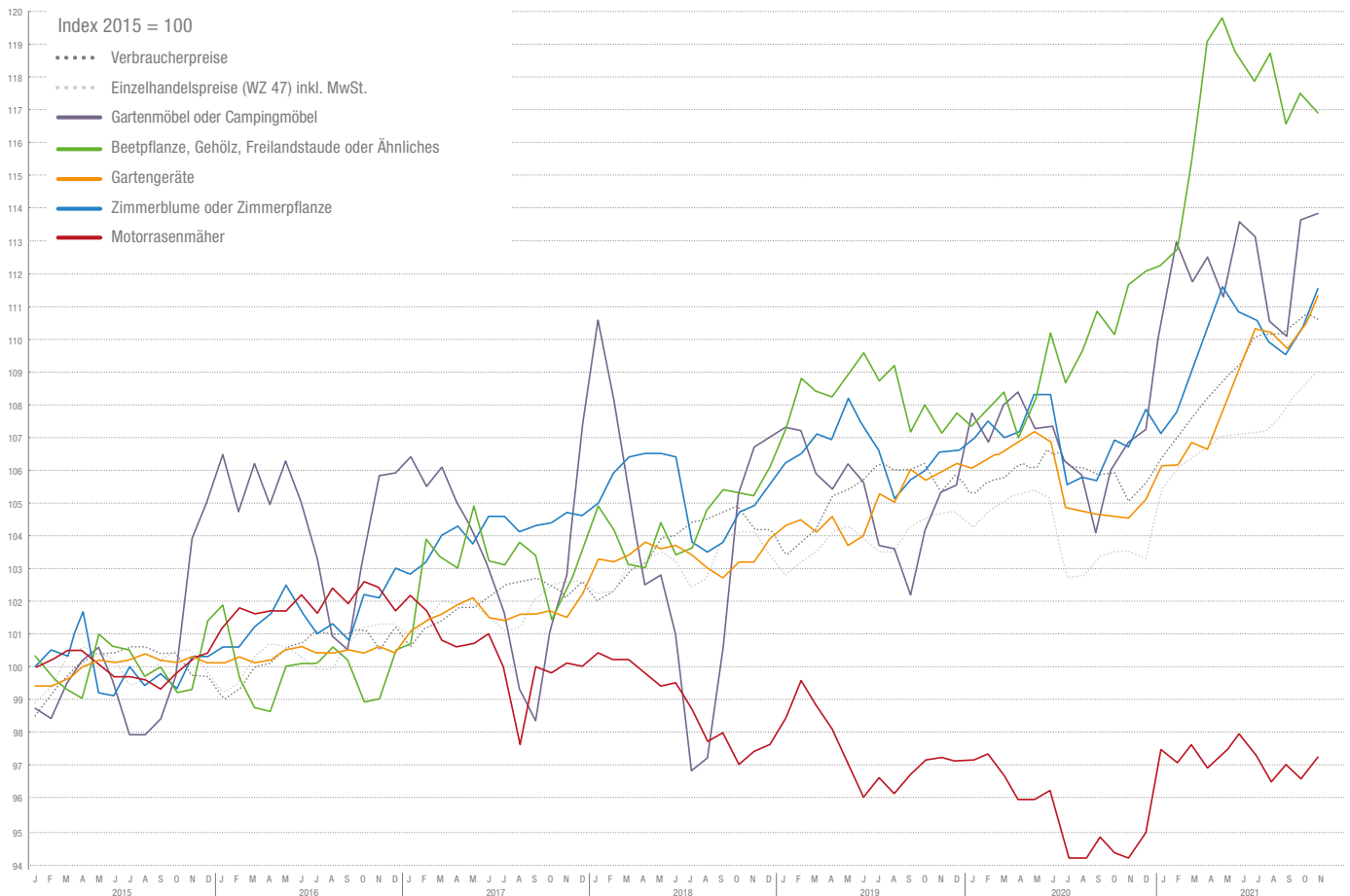
Preiserhöhungen sind insbesondere bei Outdoor-Grün und Schnittblumen ablesbar, die sich deutlich oberhalb der Verbraucher- und Einzelhandelspreise bewegen. Leicht unter der allgemeinen Preisentwicklung liegen die Zuwachsraten von Gartengeräten und Motorrasenmähern.

In der Summe fällt jedoch auf, dass die offiziellen Zahlen des Statistischen Bundesamtes nicht mit der verbraucherseits „gefühlten“ Preisentwicklung übereinstimmen. So gravierend wie häufig in verschiedenen Medien beschrieben fällt die Entwicklung bei weitem nicht aus. In der Summe liegen Verbraucher- und Einzelhandelspreise zwar über dem Niveau der Vorjahre, aber sehr hohe Differenzen bzw. massive Verschiebungen sind bislang nicht zu erkennen.





## Entwicklung der Einzelhandelspreise, Verbraucherpreise und ausgewählter Warengruppenpreise im Gartenbereich (2015–2021)



## Kernkompetenzen des IVG

# Ein Sprachrohr für viele Stimmen

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

## BERATER IM GRÜNEN BEREICH

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

## KOMMUNIKATOR FÜR GRÜNE THEMEN

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

## EXPERTE FÜR DEN GRÜNEN MARKT

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

## VERTRETER DER GRÜNEN SORTIMENTE

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



## Verbandsarbeit im Angesicht und jenseits von Corona

Das vergangene Jahr stand erneut im Zeichen der Corona-Pandemie. Kurze Lockdowns zu Beginn des Jahres, Lieferengpässe, Rohstoffmangel und explodierende Energiepreise im Zuge von Corona sowie steigende Inzidenzzahlen zum Ende des Jahres beeinflussten die Arbeit des Verbandes. Das ständige Auf und Ab zeigte einmal mehr, wie wichtig eine dynamische, flexible Verbandsarbeit und eine enge Kooperation unter allen Partnern gerade in unberechenbaren Zeiten sind.

In den ersten Monaten des Jahres ging es erneut darum, im Zusammenspiel mit allen Marktpartnern und Partnerverbänden einen Beitrag zu leisten, um die Branche zu stabilisieren und das Tagesgeschäft aufrechtzuerhalten. Daher haben der Industrieverband Garten (IVG) e. V., der Zentralverband Gartenbau e. V. (ZVG), der Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e. V. (BHB), der Verband Deutscher Garten-Center e.V. (VDG) sowie der Verband des Deutschen Blumen- Groß- und Importhandels e. V. (BGI) gemeinsam daran gearbeitet, einen lang andauernden Lockdown für Baumärkte, Gärtnereien und Gartencenter zu verhindern. Denn im Gartenmarkt werden gerade in den Monaten von März bis Juni Umsatzspitzen erzielt, die für das Gesamtjahresergebnis von größter Bedeutung sind. In der zweiten Phase des Jahres stand die Kommunikation der steigenden Preise in der Baumarkt- und Gartenbranche ganz oben auf der Agenda. Hier galt es bei den Konsumentinnen und Konsumenten eine gewisse Sensibilität zu erzeugen, denn die immens hohen Rohstoff-

preise durch die coronabedingten Lieferengpässe führten zu steigenden Produktionskosten und Verbraucherpreisen in allen Sortimentsbereichen.

### IVG BEZIEHT STELLUNG ZUR WASSERSTRATEGIE DES BUNDES

Allerdings gab es auch Themen jenseits von Corona, die für die Branche eine immens wichtige Rolle spielten. Eines davon ist die Nationale Wasserstrategie des Bundesumweltministeriums, mit der das Ministerium Wassernutzungskonflikte frühzeitig, flexibel und nachhaltig zu lösen versucht. Im Zuge der in Dürrephasen nach Deckung des Trinkwasserbedarfs geplanten Regulierung der Wassernutzung war hier immer wieder auch eine Einschränkung beziehungsweise ein Verbot der Gartenbewässerung im Gespräch. Im Rahmen eines Positionspapiers hat der Verband Stellung zur Strategie bezogen. Der IVG bringt sich damit gemeinsam mit seinen Partnerverbänden aus Handel,

Industrie und Wasserwirtschaft in den Wasserdiallog ein und plädiert für Verbraucheraufklärung und nachhaltige Gartenbewässerung anstelle von Verboten. Um diesen Prozess proaktiv mitzugestalten, rief der Verband eine Webseite ins Leben, auf der sich Konsumentinnen und Konsumenten über eine nachhaltige Gartenbewässerung informieren können. Unter [www.wasserimgarten.info](http://www.wasserimgarten.info) findet sich neben wertvollen Handlungsempfehlungen auch Hintergrundwissen zur Bedeutung des Gartens für Mensch, Tier und Umwelt.

## VERANSTALTUNGEN – PHYSISCH UND DIGITAL

Auf unseren Veranstaltungen oder im Rahmen verschiedener Arbeitskreise informieren wir unsere Mitgliedsfirmen regelmäßig über aktuelle Entwicklungen aus den Bereichen Recht, Normung, Vertrieb, Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Marketing. Im vergangenen Jahr mussten viele dieser Treffen aufgrund der Pandemie erneut im digitalen Raum stattfinden. Da hat es sich ausgezahlt, dass wir als moderner Verband auch beim Thema Digitalisierung mit der Zeit

gehen und stetig an der Optimierung unserer Schnittstellen arbeiten, um unseren Mitgliedern den Austausch mit uns zu erleichtern und sie mit wichtigen Informationen zeitnah zu versorgen.

So konnten wir mit Unterstützung der Koelnmesse den IVG Medientag Garten auf einer digitalen Plattform stattfinden lassen. Auf dem IVG Medientag Garten@office by spoga+gafa stellten 26 Aussteller ihre neuen Produkte per Chat oder Video persönlich und ohne Zeitdruck den angemeldeten Medienvertreterinnen und -vertretern vor. Aufgrund der Pandemie fand auch der Deutsche Torf- und Humustag, zu dem sich mehr als 100 Vertreterinnen und -Vertreter der Erdenbranche angemeldet hatten, zum ersten Mal digital statt. Das IVG Forum Gartenmarkt konnte dagegen physisch ausgetragen werden und rund 200 Besucherinnen und Besucher waren am 11. November ins Maritim Hotel nach Düsseldorf gekommen, um sich nach über einem Jahr Zwangspause endlich wieder persönlich auszutauschen.

## GEPLANTE VERANSTALTUNGEN 2022/2023

### 3. März 2022

IVG Medientag Garten  
Koelnmesse | Köln

### 19. bis 21. Juni 2022

spoga+gafa  
Koelnmesse | Köln

### 29. September 2022

Deutscher Torf- und Humustag  
Wandelhalle | Bad Zwischenahn

### 8. November 2022

IVG Jahrestagung  
Maritim Hotel | Düsseldorf

### 9. November 2022

IVG Forum Gartenmarkt  
Maritim Hotel | Düsseldorf

### 24. bis 27. Januar 2023

IPM Essen  
Messe Essen | Essen



# Fachabteilungen

## Kompetente Ansprechpartner\*innen für jedes Thema

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

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





PGB

## Fachabteilung Profigartenbau

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

### NETZWERK FÜR DEN ERWERBSGARTENBAU

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

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

### INFORMATION UND AUSTAUSCH

Mit einer Mischung aus internen Informationen und externen Referentinnen und Referenten konnten sich die Mitglieder über eine Vielzahl aktueller Themen über das Jahr hinweg informieren. Darüber hinaus wurde 2021 ein „Unternehmer-Stammtisch“ etabliert, in dem sich Mitglieder und Nichtmitglieder zu relevanten Themen der Branche austauschen konnten. Im vergangenen Jahr wurde der Stammtisch hauptsächlich digital ausgetragen, soll 2022 aber auch wieder physisch stattfinden.

### STIMMEN AUS DER FACHABTEILUNG



**Frank Lock**  
Geschäftsführer | Lock Antriebstechnik GmbH

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



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

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

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

PEGP

In dieser Fachabteilung sind Lieferanten von Pflanzenschutz- und Düngemitteln sowie Pflanzenpflegeprodukte organisiert. Im Mittelpunkt der Bearbeitung stehen Fragen der Vertriebsfähigkeit der Produkte und vor diesem Hintergrund häufig Anforderungen und Regelungen des Düngemittel- und Pflanzenschutzrechts.

### EU-DÜNGEPRODUKTEVERORDNUNG

Die europäische Düngeprodukteverordnung (VO EU 2019/1009) ist am 15. Juli 2019 in Kraft getreten, sie wird in den wesentlichen Teilen ab dem 16. Juli 2022 gelten. Die Umsetzung der neuen EU-Verordnung mit Kennzeichnung der Produkte und Konformitätsbewertung stößt auf erhebliche Schwierigkeiten. Produkte, die bisher nach der geltenden Verordnung (EU) 2003/2003 in Verkehr gebracht wurden, werden zum 16. Juli 2022 ihre Rechtsgrundlage verlieren. Die Hersteller werden soweit möglich ihre Produkte nach der neuen

Düngeprodukteverordnung in Verkehr bringen. Darüber hinaus werden sie darauf angewiesen sein, ihre Produkte nach nationalem Recht zu kennzeichnen.

### WEITERE WICHTIGE THEMEN DER FACHABTEILUNG

Durch die zügige Umsetzung konkreter Maßnahmen soll nach dem Willen der Bundesregierung eine „Trendumkehr“ beim Rückgang der Insekten und ihrer Artenvielfalt erreicht werden. Bereits heute tragen Hobbygärtner zum Erhalt der Natur und Artenvielfalt bei. Sie unterstützen grundsätzlich die Biodiversitätsziele der Bundesregierung durch ihr Handeln für die Erhaltung einer intakten Gartenkultur. Die Fachabteilung plädiert dafür, mit Augenmaß vorzugehen und eine Gartenkultur nach den Grundsätzen der guten fachlichen Praxis und des integrierten Pflanzenschutzes zu fördern. Zudem hält es die Fachabteilung für wichtig, das Angebot der Beratung

zu verbessern sowie wissenschaftliche Untersuchungs- und Forschungsarbeiten in Bezug auf den Insektenschutz durchzuführen.

Vielen Biozid-Produkten, die seit Jahrzehnten frei verkäuflich sind, droht ab 2025 ein Selbstbedienungsverbot sowie eine Beratungspflicht. Eine Stellungnahme des IVG wurde dem Bundesrat zugestellt. Zielsetzung ist, eine in dieser Form rein nationale Regelung zu verhindern, die noch dazu unverhältnismäßige Belastungen der Wirtschaft und Verwaltung nach sich ziehen würde. Die Verordnung (ChemBiozidDV) ist am 25. Juni 2021 zwar verabschiedet worden, doch die Bundesregierung wurde vom Bundesrat aufgefordert, sie vor dem Inkrafttreten zu überarbeiten. In diesem Sinne plädiert die Fachabteilung dafür, den Entschluss des Bundesrates, insbesondere unter den Erwägungen der Verhältnismäßigkeit von Maßnahmen, mit zu berücksichtigen.

### STIMMEN AUS DER FACHABTEILUNG



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

**Oliver Trappmann**  
Regional Director Central Europe | COMPO GmbH



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

**Hans Martin Lohmann**  
Geschäftsführender Gesellschafter | W. Neudorff GmbH KG



## SEA

## Fachabteilung Substrate, Erden, Ausgangsstoffe

Ein Großteil aller Hersteller von Blumenerden und Kultursubstraten in Deutschland sowie der torfgewinnenden Unternehmen in Niedersachsen versammelt sich in der Fachabteilung „Substrate, Erden, Ausgangsstoffe“ (SEA). Im Mittelpunkt der Arbeit der Fachabteilung steht die Interessenvertretung der Mitglieder bei politischen Vorhaben auf nationaler und europäischer Ebene in enger Zusammenarbeit mit anderen Branchenverbänden. Dabei bietet sich den Mitgliedern die Möglichkeit, auf ein umfangreiches Netzwerk zurückzugreifen.

Die für die Branche existenzielle Rohstoffsicherung ist dabei das vorrangige Anliegen der Fachabteilung. Eine weitere wichtige Aufgabe ist der ständige Dialog mit verschiedenen Natur- und Umweltschutzverbänden. So arbeitet die Fachabteilung zum Beispiel seit 2012 mit dem Naturschutzbund (NABU) in Niedersachsen zusammen, mit dem gemeinsam ein Natur- und Klimaschutzkonzept entwickelt wurde. Zudem unterstützt die Fachabteilung

das Zertifizierungssystem „Responsibly Produced Peat (RPP)“, welches anzeigt, ob ein Produkt aus einer nachhaltig bewirtschafteten Fläche stammt. Außerdem beteiligen wir uns an der Ausarbeitung weiterer Systeme zur Darstellung der Ökobilanzen der verschiedenen Ausgangsstoffe. Um einige wichtige Punkte zum Thema Torf zusammenzufassen, wurde im Lauf des Jahres die Homepage „warum-Torf.info“ überarbeitet und auf den neuesten Stand gebracht. Die neue Seite soll im Frühjahr 2022 den bisherigen Auftritt ersetzen.

### UMFANGREICHE UNTERSTÜTZUNG BEI FRAGEN DER TORFMINDERUNGSSTRATEGIE

Ganz oben auf der Agenda steht derzeit die Interessenvertretung der Mitgliedsunternehmen in der Torfminderungsstrategie und der Moorschutzstrategie des Bundes gegenüber Ministerien und anderen Beteiligten. In Zusammenarbeit mit Handel und Erwerbsgartenbau ver-

folgt die Fachabteilung dabei das Ziel, die Umsetzung der Klimaschutzziele 2050 in einem angemessenen Rahmen für die Torfindustrie und Substrathersteller durchzusetzen. In erster Linie stehen dabei die Qualität und Zuverlässigkeit der Produkte im Blick. Mit Unterstützung einer Kommunikationsagentur betreibt der Verband insbesondere im Wahlkampf intensive politische Arbeit und sucht das Gespräch mit der Politik, um auf die Lage der Torf- und Substratindustrie hinzuweisen und für das Thema Torf zu sensibilisieren. Weitere Fragestellungen innerhalb der Fachabteilung betreffen die zukünftige Bedeutung von Substraten bei der Versorgung der Bevölkerung mit Obst und Gemüse: Wie sieht die Verfügbarkeit von Ausgangsstoffen aus? In welcher Qualität werden sie vorliegen? Wie wirken sich Änderungen von gesetzlichen Rahmenbedingungen (z.B. BioAbfV) auf die Handhabung von Ausgangsstoffen wie Rinde aus? Welche Märkte werden sich wie entwickeln?

### STIMMEN AUS DER FACHABTEILUNG



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

**Thomas Kramer**  
Geschäftsführer | ASB-Grünland Helmut Aurenz GmbH



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

**Frank Tamminga**  
Geschäftsführer | Aurich-Wiesmoor-Torfvertriebs GmbH



GL

## Fachabteilung Garten Lifestyle

In der Fachabteilung „Garten Lifestyle“ (GL) sind derzeit 28 Mitgliedsunternehmen aus den Segmenten Dekoration, Wasser im Garten, Gartenmöbel, Holz im Garten, Grillgeräte und Pflanzgefäße vertreten. Für den wirtschaftlichen Erfolg der Unternehmen analysiert die Fachabteilung Verbraucherverwünsche und -verhalten. Dabei behält sie alle Segmente im Blick, konzentriert sich auf aktuelle und zukünftige Entwicklungen, bearbeitet kleine und große Trendfragen aus aller Welt, beobachtet relevante Bewegungen innerhalb und außerhalb der Grünen Branche. Die Rechercheergebnisse werden den Mitgliedern auf gemeinsamen Fachabteilungssitzungen oder auf Anfrage präsentiert.

### AKTUELLE TRENDS IM BLICK

Enge Kooperationen mit Instituten und Marktforschungsunternehmen sowie kontinuierliches und intensives Screening der relevanten Online-Plattformen und Fachme-

dien bilden die Basis der gesamten Trendforschung. So hat gerade der Garten während der Corona-Pandemie noch einmal stark an Bedeutung gewonnen. Er wurde als Zuflucht- und Erholungsort hergerichtet und mithilfe von Produkten des Garten-Lifestyles erhielt er ein wohnlicheres Ambiente. Der Trend geht hierbei eindeutig zu hochwertigen Ausstattungen insbesondere im Grill- und Gartenmöbelbereich.

### AKTIVE PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Die aktive Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ist ein weiteres Fundament der Fachabteilung. Sie unterstützt den anhaltenden Garten-Hype, indem sie marktrelevante Themen in Fach- und Endverbrauchermedien platziert. Dabei werden alle Sortimentsbereiche gleichmäßig abgedeckt. Bei Bedarf wird sich aber auch auf Aspekte konzentriert, die besonders im Fokus stehen. Um den Markt sowie die Konsumentinnen und Konsumenten

gleichermaßen zu erreichen, platziert die Fachabteilung in enger Abstimmung mit ihren Mitgliedern Themen in überregional reichweitenstarken Tages- und Wochenzeitungen oder veröffentlicht sie über relevante Nachrichtendienste.

Darüber hinaus steht die Fachabteilung in regelmäßigem Kontakt mit relevanten Bloggern und Influencern. Denn nur so kann bei Bedarf schnell und kurzfristig auf aktuelle Trendströmungen und Themen reagiert werden und die Mitglieder können entsprechend informiert werden.

### STIMMEN AUS DER FACHABTEILUNG



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

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



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

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

## Fachabteilung Lebendes Grün



LG

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

### DIE PFLANZE ALS STARKES PRODUKT

Die Fachabteilung hat es sich zur Aufgabe gemacht, die Pflanze verstärkt in den Fokus der Öffentlichkeit zu rücken und Konzepte zu entwickeln, um den Verkauf langfristig zu forcieren. Zu diesem Zweck beschäftigt sie sich mit Herausforderungen der Absatzwirtschaft, betrachtet die Zukunft des Marktes und tauscht sich mit dem Handel und

anderen betroffenen Fachverbänden aus. In Kooperation mit ihnen organisiert die Fachabteilung gemeinsame öffentliche Kongressveranstaltungen und setzt dabei den Schwerpunkt auf strategische Fragestellungen rund um die Branche.

### THEMA NACHHALTIGKEIT IM FOKUS

Die Fachabteilung setzt sich zudem mit einem Thema auseinander, das auch in der öffentlichen Diskussion eine immer größer werdende Rolle einnimmt: Nachhaltigkeit. In diesem Zusammenhang sucht die Fachabteilung unter anderem nach Lösungen für die Fragen: Wie kann man Nachhaltigkeit in der Produktion umsetzen oder welche anderen Effekte können die Produkte entfalten? Um die Fragestellungen zum Thema Nachhaltigkeit für die Mitglieder der Fachabteilung zu vertiefen, wird es 2022 einen Workshop geben, in dem von den Teilnehmern Kriterien, Ziele und Botschaften erarbeitet werden. Basierend auf die-

sen Ergebnissen sollen anschließend Datengrundlagen geprüft, mögliche Informationslücken identifiziert und eine Kommunikationsstrategie entwickelt werden.

### FUNDIERTES ZAHLENMATERIAL UND KOMPETENTE BERATUNG

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

### STIMMEN AUS DER FACHABTEILUNG



**Lothar Idelberger**  
Geschäftsführer | Helix Pflanzen GmbH

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



**Sebastian Heinje**  
Geschäftsführer | Heinje Baumschulen

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

## Fachabteilung Garten- und Rasenpflegegeräte



GRPG

Von der Rosenschere über die Kettensäge bis hin zum Mähroboter – in der Fachabteilung „Garten- und Rasenpflegegeräte“ (GRPG) treffen sich Hersteller von Produkten, die für die Pflege eines Gartens benötigt werden. Derzeit zählen 44 Unternehmen zur Fachabteilung, was einer sehr hohen Marktabdeckung in Deutschland in diesem Segment entspricht.

### WIR SETZEN UNS FÜR FAIRE WETTBEWERBSBEDINGUNGEN EIN

Die Fachabteilung setzt sich mit den Kernthemen Marktentwicklung, Technik, Vertrieb, Umwelt- und Verbraucherschutz auseinander. Es wird eng mit Marktaufsichtsbehörden zusammengearbeitet, um durch aktive Mitarbeit und gezielte Sensibilisierung den Verbraucherschutz zu stärken. Die Fachabteilung unterstützt externe Maßnahmen für einen sicheren Markt und wird auch selbst aktiv. So wurde 2021 ein Flyer zur Endverbraucherinformation herausgegeben, der den (Online-)Kauf

sicherer Gartengeräte unterstützen soll. Außerdem vertritt die Fachabteilung ihre Mitglieder in der europäischen Verbandsarbeit bei der EGMF (European Garden Industry Machinery Federation). Diese begleitet die Erarbeitung europäischer Richtlinien und tauscht sich zu europäischen Marktentwicklungen aus.

### THEMA AKKU IM FOKUS

In der Gartenbranche sind Akkugeräte nicht mehr wegzudenken. Mit dem Akku-Trend ergeben sich neue Herausforderungen in Bezug zu nationalen Regularien und Vorgaben für Hersteller und Fachhändler. Aus diesem Grund hat der IVG Arbeitskreis Akku diese Thematik innerhalb eines zweitägigen Seminars aufgegriffen, in dem die Themen „Regelungen und Vorgaben zur Reparatur und Qualifikation des Personals“ und „Wer bildet zum Thema Akku aus?“ behandelt wurden. Darüber hinaus hat der IVG eine Task Force Akku gebildet, die sich

unter Berücksichtigung von Gesetzen und Richtlinien mit der Erstellung eines Hersteller-Leitfadens befasst, der die Themen Transport, Lagerung, Reparatur und Ausbildung beinhaltet. Darauf aufbauend folgen Leitfäden für den Fachhandel und zur Endverbraucherinformation. Mit der neuen europäischen Batterieverordnung wird es weitere Vorgaben geben, deren Umsetzung der Verband mit den Mitgliedern begleitet.

### FACHGRUPPE FORST-, GARTEN- UND RASENPFLEGEGERÄTE

Innerhalb der Fachabteilung „Garten- und Rasenpflegegeräte“ arbeiten 16 Mitglieder der Fachgruppe Forst-, Garten- und Rasenpflegegeräte (FGR) zusammen. Mit Blick auf den die Verbraucherinnen und Verbraucher entwickeln sie technische Regelungen, Normen und Prüfvorschriften weiter und überarbeiten beziehungsweise schreiben verschiedene Richtlinien fort. Das geschieht in engem Dialog mit Normungsgremien,

### STIMMEN AUS DER FACHABTEILUNG



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

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



**Horst Jachmann**  
Geschäftsführer | ikra GmbH

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



## DIN-Normenausschuss Eisen-, Blech- und Metallwaren

Prüfstellen, Überwachungsbehörden, Politik und Verbraucherorganisationen. Im Fokus stehen zurzeit die Überarbeitung der Richtlinien für Maschinen und über umweltbelastende Geräuschemissionen von Geräten, die im Freien verwendet werden. Ziel der Fachgruppe ist es, Verbraucherinnen und Verbraucher für Marken, Qualität und Sicherheit zu sensibilisieren.

### DIN-NORMENAUSSCHUSS EISEN-, BLECH- UND METALLWAREN

Das IVG Technik-Team betreut auch den DIN-Normenausschuss Eisen-, Blech- und Metallwaren (NAEBM). Dieser ist einer von 9 externen Normenausschüssen des DIN, der sich in 16 Arbeitsausschüssen mit unterschiedlichen Themenfeldern bewegt und sich insbesondere mit der Normung von Garten- und Rasenpflegegeräten sowie tragbaren Forstmaschinen beschäftigt. Der NAEBM treibt technische Regelungen, Normen und Prüfvorschriften voran.

So wurden 2021 im Bereich Handgeräte die Neufassung der DIN 11595 zu Grabegabeln publiziert sowie diverse Normen zu Schaufeln überarbeitet und als Entwürfe veröffentlicht. Zudem wurde die Geräuschemessnorm für handgehaltene, mit Verbrennungsmotor betriebene Forst- und Gartengeräte DIN EN ISO 22868 neu herausgegeben. Für 2022 ist die Veröffentlichung der 1. Änderung zur DIN EN 13684 „Vertikutierer“ sowie im Sektor Forstmaschinen die Publikation der Neufassung der Normenreihen DIN EN ISO 11680 „Hochentaster“, DIN EN ISO 11681 „Kettensägen“ und DIN EN ISO 11806 „Freischneider“ geplant.

Es gibt **9** externe  
Normenausschüsse des DIN.

**16** unterschiedliche  
Arbeitsausschüsse betreut der NAEBM.

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

### DIE OBLEUTE DER ARBEITSAUSSCHÜSSE



„Die Normung hilft dabei, dass europaweit und immer mehr auch weltweit die Sicherheit von Produkten gewährleistet und vergleichbar ist. Das gibt dem Anwender Schutz und verhindert Unfälle und Schäden.“

**Bernd Staudt**  
Arbeitsausschuss Garten- und Rasenpflegegeräte | MTD Products AG



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

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

## Der geschäftsführende IVG Vorstand



### CHRISTOPH BÜSCHER

IVG Vorsitzender  
Hauert MANNA Düngerwerke GmbH



### OLIVER TRAPPMANN

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



### HERIBERT BENTELER

Stellv. IVG Vorsitzender  
STIHL Vertriebszentrale AG & Co. KG



### DR. HANS-ULRICH BORN

IVG Schatzmeister  
AGLUKON Spezialdünger  
GmbH & Co. KG

## Der erweiterte Vorstand



### THOMAS KRAMER

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



### FRANK TAMMINGA

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



### LOTHAR IDELBERGER

Sprecher der Fachabteilung Lebendes Grün  
Helix Pflanzen GmbH



### SEBASTIAN HEINJE

Stellv. Sprecher der Fachabteilung Lebendes Grün  
Heinje Baumschulen



### TOBIAS M. KOERNER

Sprecher der Fachabteilung Garten- und  
Rasenpflegegeräte  
Gardena Deutschland GmbH



### HORST JACHMANN

Stellv. Sprecher der Fachabteilung Garten- und  
Rasenpflegegeräte  
ikra GmbH



### BERND STAUDT

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



### HANS MARTIN LOHMANN

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



### FRANK LOCK

Sprecher der Fachabteilung Profigartenbau  
Lock Antriebstechnik GmbH



### PETER HÖLZER

Stellv. Sprecher der Fachabteilung Profigartenbau  
Birchmeier Sprühtechnik AG



### FRANK ROMMERSBACH

Sprecher der Fachabteilung Garten Lifestyle  
Weber-Stephen Deutschland GmbH



### RALF RAMMO

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

## Das Team der IVG Geschäftsstelle



### ANNA HACKSTEIN

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



### RA ALWIN REINTJES

*Justiziar, Geschäftsführer der IVG Service GmbH\**  
 Telefon: +49 211 909998-20  
 Mobil: +49 151 55223058  
 E-Mail: reintjes@ivg.org



### PHILIP TESTROET

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



### THORSTEN THÖRNER

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



### ANIK KELLER

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



### MARIE-CHARLOTTE OERTEL

*Justiziarin*  
 Telefon: +49 211 909998-11  
 Mobil: +49 151 50900477  
 E-Mail: oertel@ivg.org



### STEFAN POHL

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



### RA TANJA CONSTABEL

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



### MARTINA DIETRICH

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



### VERA SCHENK

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

### ZENTRALE

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



### NADINE IHLEBURG

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

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

## Unsere Mitglieder auf einen Blick

**ECHO**  
MOTORGERÄTE

**AGLUKON**

**Oase**

**ASB**  
**GREENWORLD**

**Alpenflor**  
www.alpenflor.de  
PROFESSIONAL customer quality  
Mit Sicherheit eine gute Wahl  
© Erdemmer Erdemmer

Balster Einheitserdewerk GmbH  
... wachsender Erfolg!

**SBM**  
LIFE SCIENCE

**JOHN DEERE**

**meiners**  
Erdenwerk

**STIGA**

**TORFWERK  
BRINKMANN  
GMBH & CO KG**

**Braun**

**BAF PACK**  
Creations in Packaging

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

**CUXIN**  
**DCM**

**EGO**

**VR Garten Service**  
GmbH

**weber**

**CAMPINGGAZ**

**BOSCH**  
Technik fürs Leben

**HONDA**

**K'ARCHER**

**ARTEVOS**  
FLAVOUR FIRST

**Einhell**

**GREENLING**

**FISKARS**

**LEGRO**  
your blend for life

**Schacht**

**NEULAND  
HUM**

**GRAF**

**GLORIA**  
Das Original

**FREUND** **VICTORIA**

**Oscorna**  
Natürliche Bodenverbesserer und Dünger

**greenworks**

**KORDES KG**

**westland**

**scheurich**

**GPI**  
green partners international

**Jiffy**  
GROWING SOLUTIONS

**HoFo**  
Erden  
Substrate - Blumenerden  
www.hofo.de

**PELLENC**

**HELIX**  
PFLANZEN

**tielbürger**

**schomaker**  
GARTENPRODUKTE  
... wacht Pflanzen stark!

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

**ICL**

seit 1663  
**Hauert  
manna**

**COMPO**







station D →  
Design & Packaging

IFH KÖLN



ENGELBERT KÖTTER



Torfwerk Warmсен  
GmbH & Co KG







#### IMPRESSUM

Herausgeber: Industrieverband Garten (IVG) e.V.  
Wiesenstraße 21 a1, 40549 Düsseldorf  
Tel.: +49 211 909998-00, Fax: +49 211 909998-51  
E-Mail: [verband@ivg.org](mailto:verband@ivg.org), [www.ivg.org](http://www.ivg.org)  
Verantwortlich: Anna Hackstein  
Alle Angaben ohne Gewähr. Stand Januar 2022.  
Gestaltung: Seidl PR & Marketing GmbH, Essen

Bildquellen: Titel, S. 2, 4, 5–9 iStock©ArdeaA / S. 12 iStock©Julia\_Sudnitskaya  
S. 14 iStock©paulbranding / S. 17 iStock©Drazen Zigic / S. 19 iStock©andresr  
S. 21 iStock©Szepy / S. 22 iStock©Slobodan Dimitrijevic / S. 25 iStock©AsiaVision  
S. 28, 29 ©Industrieverband Garten (IVG) e.V. / S. 31 iStock©Lya\_Cattel  
S. 32 iStock©Patrick Kaiser / S. 33 iStock©amenic181 / S. 34 iStock©YuraWhite  
S. 35 iStock©kruwt / S. 36 iStock©Anna\_Om / S. 37 iStock©BradWolfe

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