

PRESSEMITTEILUNG

Industrieverband Garten (IVG) e.V.

Europäische Fachpressekonferenz zur spoga+gafa 2023

Nach zwei Jahren Corona-Pandemie hat der Beginn des Ukrainekriegs die Grüne Branche im vergangenen Jahr erneut vor große Herausforderungen gestellt. Die bereits bestehenden Probleme am Markt – Rohstoffmangel, gestörte Lieferketten und erhöhte Energiepreise – haben sich dadurch noch einmal deutlich verschärft. Obwohl die wirtschaftlichen Folgen nicht ganz so negativ ausfielen wie befürchtet, konnten ein warmes Frühjahr und ein Jahrhundertssommer die Auswirkungen des Krieges nicht kompensieren. Ein anhaltender Preisauftrieb auf allen Ebenen sowie die Angst vor einer Energiekrise im Winter sorgten für ein sehr negatives Konsumklima. Laut der Erhebungen von Klaus Peter Teipel, klaus peter teipel research & consulting, hat sich der Gartenmarkt angesichts der schwierigen Rahmenbedingungen auf dem Niveau von 2021 behaupten können. Unter Berücksichtigung der Preisentwicklung tendierte er jedoch im Minus – wie fast alle Konsumgütermärkte. Mit einem Umsatz von rund 21,5 Milliarden Euro hat der Gartenmarkt das Vorjahres-Niveau gehalten. Besondere Impulse kamen 2022 aus dem Segment biologisch-chemischer Bedarf (+7,5 Prozent), während die Hartwaresegmente (-0,6 Prozent) leichte Umsatzeinbußen hinnehmen mussten. Auch Lebendes Grün hat im Vergleich zum Vorjahr etwas verloren (-0,9 Prozent).

Garten – ein Ort der Gemeinschaft

Doch gerade in Krisenzeiten zeigt sich auch die besondere Kraft des Gärtnerns. Im eigenen Garten oder auf dem Balkon kann man Abstand gewinnen, schlechte Nachrichten hinter sich lassen und den Kopf frei bekommen. Die naturnahe Arbeit lenkt ab und entspannt. Zudem sind Gärten, Balkone und Terrassen Treffpunkte für Familie, Freunde und Nachbarn. Egal, ob zum Feiern, gemeinsamen Werkeln oder einfach nur Beisammensein. Und

Pressekontakt: Industrieverband Garten (IVG) e.V. | Stefan Pohl
Wiesenstraße 21 a1 | 40549 Düsseldorf | Tel.: +49 211 909998-10
Mail: pohl@ivg.org | www.ivg.org

wie wichtig dieses Beisammensein gerade in unsicheren Zeiten ist, zeigt eine Umfrage der Stiftung für Zukunftsfragen. Nach ihren Neujahrsvorsätzen befragt, gaben 80 von 100 Menschen an, mehr Zeit mit Familie und Freunden verbringen zu wollen. Und obwohl vielen Bundesbürgern bewusst sei, dass das Jahr 2023 durch zahlreiche globale und nationale Herausforderungen geprägt sein werde, wollen sie nicht in Schockstarre verharren, sondern ihr Glück stärker in die eigenen Hände nehmen. Dabei ist laut der Stiftung für Zukunftsfragen auch der Klimawandel verstärkt im Bewusstsein der Bürger angekommen und spielt ebenfalls eine wichtige Rolle bei den persönlichen Zielen für das kommende Jahr. 70 von 100 Befragte wollen nachhaltiger leben und handeln.

Nachhaltigkeit weiterhin Trendthema

In dieser Entwicklung liegt auch eine Chance für die Grüne Branche. Denn im Kontext von Nachhaltigkeit entdecken immer mehr Menschen das Thema Garten und Pflanze für sich. Von Statista nach der Häufigkeit von Gartenarbeit befragt, antworteten 58,6 Prozent der Gesamtbevölkerung mit „das mache ich häufig/ab und zu“. Bei Personen mit Gesundheits- und Nachhaltigkeitsorientierung (LOHAS) lag der Schnitt sogar bei 71,6 Prozent. Das zeigt: Die Themen Klimawandel und Nachhaltigkeit werden auch in Zukunft den Gartenmarkt und seine Sortimente beeinflussen. Wohin die Reise gehen wird, lässt sich derzeit schwer abschätzen, zeigt sich aber bereits im Einkaufsverhalten vieler Konsumentinnen und Konsumenten. So achten laut einer Studie der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers 59 Prozent der Verbraucherinnen und Verbraucher beim Einkaufen immer oder zumindest häufig auf die ökologische, ökonomische oder soziale Nachhaltigkeit von Händlern und Herstellern. Bei den unter 35-Jährigen sind es sogar zwei Drittel, bei den über 55-Jährigen immerhin jede/r Zweite. Nachhaltige, regionale sowie umwelt- und sozialverträgliche Produkte sind damit immer stärker auf dem Vormarsch.

Industrie mit entsprechendem Angebot

Dass sich diesem Trend auch die Wirtschaft nicht mehr entziehen kann und will, zeigt eine Untersuchung der Deloitte GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft: Insgesamt 76 Prozent der deutschen Unternehmen haben 2022 ihre Sustainability-Investitionen erhöht, davon 20 Prozent signifikant. 60 Prozent erwarten einen hohen beziehungsweise sehr hohen Einfluss des Klimawandels auf Strategie und operativen Betrieb in den nächsten drei Jahren. Viele Hersteller der Gartenbranche haben bereits mit speziellen Angeboten auf diese Entwicklung reagiert. Die Produktwelt reicht von automatischen Bewässerungssystemen über biologische Pflanzenschutzmittel bis hin zu torffreien beziehungsweise torfreduzierten Substraten. Das Herzstück aller Sortimente – die Pflanze – leistet seit jeher ihren besonderen Beitrag zum Umwelt- und Klimaschutz: Pflanzen absorbieren CO₂, sie filtern Feinstaub aus der Luft und sind Nahrungsmittel für Insekten. Damit schaffen sie ein natürliches Umfeld und bringen Natur in alle Lebensräume.

IVG Mitglieder auf der spoga+gafa stark vertreten

Auf den Gemeinschaftsständen, mit denen der Industrieverband Garten (IVG) e.V. auch in diesem Jahr wieder mit seinen Mitgliedern auf der spoga+gafa vertreten ist, geht es aber nicht nur um das Thema Nachhaltigkeit. Im Fokus liegen auch andere aktuelle Trends des Gartenmarkts. Auf den Themeninseln IVG Power Place Akku und Power Place Smart Gardening gibt es unter anderem innovative Technologien und smarte Lösungen für Rasenpflege, Grill und Bewässerung zu entdecken. Im Bereich garden creation & care finden die Besucher alles zu Erden, Substraten, Düngern, Ersatzstoffen, Pflanzen und Pflanzenschutz. Außerdem auf der Agenda: zahlreiche Veranstaltungen zu aktuellen Technologieentwicklungen, Produktneuheiten und relevanten Handelsthemen.

((Zeichen inkl. Leerzeichen: 5.610))

Bei Abdruck bitten wir um ein Belegexemplar. Vielen Dank.

Über den IVG

Im Industrieverband Garten (IVG) e.V. haben sich Hersteller von Produkten der „Grünen Branche“ für den Hobby- und Profimarkt zusammengeschlossen – darunter Pflanzenhersteller, Produzenten von Forst-, Garten- und Rasenpflegegeräten, Hersteller von Garten-Lifestyle-Produkten, von Produkten zur Pflanzenpflege, -ernährung und -gesundheit, Hersteller von Substraten, Erden und Ausgangsstoffen sowie Hersteller von Produkten für den Erwerbsgartenbau. Der IVG vereint derzeit rund 150 Mitgliedsunternehmen der Gartenbranche und hat seine Kernkompetenzen in den Bereichen Information, Netzwerk, Öffentlichkeitsarbeit und Lobbying.

Weitere Informationen finden Sie unter www.ivg.org.