

## Pressemappe zum internationalen Presseevent, 12.03.2024, Utrecht



spoga+gafa  
16.06. - 18.06.2024  
[www.spogagafa.com](http://www.spogagafa.com)

Agenda, spoga+gafa 2024, Utrecht	2 >>
PM 6 "spoga+gafa 2024: Starker Ausstellerzuwachs aus Europa"	3 >>
Leitthema spoga+gafa 2024	6 >>
PM 7 "Gartentrends und Branchen-Insights: Das neue Magazin der spoga+gafa geht online"	8 >>
PM Schleicher	11 >>
PM Experte Igor Josifovic-Kemper	14 >>
PM IVG	15 >>
PM VDG	19 >>
PM BIAG	21 >>
PM EDRAG GHIN	23 >>
PM BHB	24 >>

## Internationaler Roundtable

12.03.2024, 18:00, Mereveld, Utrecht



### 100 Jahre Koelnmesse

Sebastian Rosito, Vizepräsident Messemanagement Koelnmesse GmbH, spoga+gafa, spoga horse, h+h cologne, Internationale Eisenwarenmesse und Asia-Pacific Sourcing

spoga+gafa  
16.06. - 18.06.2024  
[www.spogagafa.de](http://www.spogagafa.de)

### Daten, Fakten und Neuigkeiten zur spoga+gafa 2024

Stefan Lohrberg, Director Koelnmesse GmbH

### Keynote

#### Was bleibt? Ein Blick auf die nächste Generation des nachhaltigen Konsums

Theresa Schleicher, Führende Handels-Zukunftsforscherin in der DACH Region und renommierte Wirtschafts-Vordenkerin, Freelancerin, Autorin, Beraterin, Speakerin

### Zusätzliche Gesprächspartner Roundtable

#### Themen sind offen

Anna Hackstein, Geschäftsführerin Industrieverband Garten e.V. (IVG)

John W. Herbert, Generalsekretär European DIY Retail Association (EDRA) / Global Home Improvement Network (GHIN)

Martina Mensing-Meckelburg, Präsidentin Verband Deutscher Garten-Center (VDG)

Norbert Jedrau, Geschäftsführer Barbecue Industry Association Grill e.V. (BIAG)

Frank van der Heide, Geschäftsführer, Tuinbranche Nederland

Igor Josifovic-Kemper, Freelancer & Autor, Experte im Bereich Urban Jungle, Innenarchitektur, Wohnkultur, Reisen und Pflanzen

### Moderation

Karen Schmithüsen, Public and Media Relations Managerin, Koelnmesse GmbH

Link zur Bilddatenbank: [www.spogagafa.de/Bilddatenbank](http://www.spogagafa.de/Bilddatenbank)

Link zu den Presseinformationen: [www.spogagafa.de/Presseinformationen](http://www.spogagafa.de/Presseinformationen)

Stand: 06.03.2024

Kürzel: sen

Pressemitteilung  
- Sperrfrist 12.03.2024



Nr. 6 / 2024, Köln  
#spogagafa

## spoga+gafa 2024: Starker Ausstellerzuwachs aus Europa

**++ Hohe Internationalität der Aussteller ++ nahezu ausgebuchte Messehallen ++ 96 Prozent vermietete Ausstellungsfläche ++**

Die größte Garten- und BBQ-Messe der Welt, die spoga+gafa, meldet für den 16. bis 18. Juni eine hohe Internationalität der Aussteller und 14 nahezu ausgebuchte Messehallen. Mit rund 96 Prozent vermieteter Ausstellungsfläche und einer hohen Wiederbuchungsrate knüpft die spoga+gafa an den Erfolg des Vorjahres an.

Bereits 2023 verzeichnete die Weltleitmesse mit über 1.850 Ausstellern aus 58 Ländern einen Anstieg sowohl bei den interkontinentalen Ausstellern als auch bei den ausstellenden Unternehmen aus Europa und der DACH-Region. Zahlen, die auch 2024 wieder erreicht werden. Insbesondere der Anteil europäischer und nordamerikanischer Unternehmen hat sich im Vergleich zum Vorjahr deutlich erhöht: Zahlreiche nationale und internationale Unternehmen haben ihre Teilnahme bestätigt, darunter viele Big Player und renommierte Marken, aber auch Newcomer und Start-ups.

Angesichts der herausfordernden Umstände der Branche sieht Stefan Lohrberg, Director der spoga+gafa, den Buchungsstand der Gartenlifestyle-Messe als wichtiges positives Signal: „Mit diesem klaren Bekenntnis zur spoga+gafa senden die Unternehmen trotz der teilweise herausfordernden Marktbedingungen ein deutliches Zeichen. Die spoga+gafa ist der wichtigste Treffpunkt für die Branche und eröffnet neue und einmalige Geschäftsmöglichkeiten - von einer erfolgreichen spoga+gafa profitiert am Ende die gesamte Grüne Branche.“

### Leitthema prägt das Messeprogramm

Das diesjährige Leitthema „Responsible Gardens - Verantwortungsvolle Gärten“ stößt in der Branche auf großes Interesse und spielt auch bei der Gestaltung des Messegeländes eine zentrale Rolle. Internationale Expertinnen und Experten vertiefen das Thema in Vorträgen und Talkformaten auf dem „Forum Garden Café“. Ergänzend wartet ein abwechslungsreiches Rahmenprogramm mit Sonderflächen wie dem „Boulevard of Ideas“, den „POS Green Solution Islands“, der „Trendshow Outdoor Lifestyle“ sowie thematische Rundgänge auf die Besuchenden. Hier stehen die Herausforderungen der Branche sowie Lösungsansätze für die Zukunft des Handels im Mittelpunkt.

### Über die spoga+gafa

Die spoga+gafa ist Treffpunkt für Fachleute, Entscheiderinnen und Entscheider der Grünen Branche aus aller Welt und liefert als Order- und Networking-Messe wichtige



spoga+gafa  
16.06. - 18.06.2024  
[www.spogagafa.de](http://www.spogagafa.de)

Ihr Kontakt bei Rückfragen:  
Karen Schmithüsen  
Telefon  
+49 221 821-2231  
E-Mail  
[k.schmithuesen@koelnmesse.de](mailto:k.schmithuesen@koelnmesse.de)

Koelnmesse GmbH  
Messeplatz 1  
50679 Köln  
Postfach 21 07 60  
50532 Köln  
Deutschland  
Telefon +49 221 821-0  
Telefax +49 221 821-2574  
[info@koelnmesse.de](mailto:info@koelnmesse.de)  
[www.koelnmesse.de](http://www.koelnmesse.de)

Geschäftsführung:  
Gerald Böse (Vorsitzender)  
Oliver Frese

Vorsitzende des Aufsichtsrats:  
Oberbürgermeisterin Henriette  
Reker

Sitz der Gesellschaft und  
Gerichtsstand: Köln  
Amtsgericht Köln, HRB 952

Impulse, Innovationen und Lösungsansätze für die aktuellen Herausforderungen der Garten- und Grillbranche. Auf der führenden Leitmesse bespricht die Grüne Branche die Sortimente und Trends der kommenden Saison und die einzigartige Angebotsbreite macht die Messe zum Place to be für die Sortimentsentscheider aller Handelsformen. Ideeller Träger der spoga+gafa ist der Industrieverband Garten e.V. (IVG).

Seite  
2/3

### **Koelnmesse - Global Inspiration for Living, Contract and Public Spaces**

Die Koelnmesse ist der weltweit führende Messeveranstalter für die Bereiche Living, Contract and Public Spaces.

Am Messeplatz Köln zählen neben der imm cologne und interzum weitere Messeformate wie LivingKitchen, ORGATEC, spoga+gafa, FSB und aquanale zu den international renommierten und etablierten Branchentreffpunkten. Diese Messen repräsentieren umfassend das Interior- und Design-Segment, die Zulieferbereiche der Möbelindustrie und des Innenausbau, die Küchenwelt, alle Themen rund um moderne Arbeitswelten, Gartenlifestyle sowie Freiraum, Sport- und Bewegungseinrichtungen als auch Sauna, Pool und Ambiente.

Zusätzlich zu den Veranstaltungen in Köln baut die Koelnmesse ihr Portfolio in wichtigen Wachstumsmärkten rund um den Globus strategisch aus - so wie mit den erfolgreichen Messen ORGATEC TOKYO in Japan, interzum bogota in Kolumbien, interzum guangzhou in China und interzum forum italy.

Weitere Informationen unter: <https://www.spogagafa.de/die-messe/spoga-gafa-2024/messen-der-branche/>

### **Die nächsten Veranstaltungen:**

ORGATEC TOKYO - SHIFT DESIGN - The leading international trade fair in Asia for the modern workspaces, Tokio 29.05. - 31.05.2024

spoga+gafa - Die größte Garten- und BBQ-Messe der Welt, Köln 16.06. - 18.06.2024

ORGATEC - Arbeit neu denken, Köln 22.10. - 25.10.2024

### **Anmerkung für die Redaktion:**

Fotomaterial der spoga+gafa finden Sie in unserer Bilddatenbank im Internet unter [www.spogagafa.de/bilddatenbank](http://www.spogagafa.de/bilddatenbank) im Bereich "News".

Presseinformationen finden Sie unter [www.spogagafa.de/presseinformation](http://www.spogagafa.de/presseinformation)

Bei Veröffentlichung Beleg erbeten.

Hier finden Sie die spoga+gafa im Social Web:

#### **Facebook:**

<https://www.facebook.com/spogagafa>

#### **Instagram:**

<https://www.instagram.com/spogagafa/>

#### **LinkedIn:**

<https://www.linkedin.com/showcase/spoga-gafa>

### **Ihr Kontakt bei Rückfragen:**

Karen Schmithüsen

Public and Media Relations Managerin

Seite  
3/3

Koelnmesse GmbH  
Messeplatz 1  
50679 Köln  
Deutschland

Telefon: +49 221 821-2231  
Mobil +49-176-12563444  
k.schmithuesen@koelnmesse.de  
www.koelnmesse.de

## Responsible Gardens - Verantwortungsvolle Gärten

Im Fokus des Themas steht die Frage nach der Verantwortung der Grünen Branche für die Rolle des Gartens in der Gesellschaft. Zusammen mit den Ausstellern und Besuchern wird die spoga+gafa 2024 hierfür Antworten finden.

### Verantwortung hat viele Facetten

Ressourcenschonendes Gärtnern, fair produzierte Gartenprodukte, emissionsarme BBQ-Technologien, eine klimagerechte Gartenpflege und Bewässerung aber auch der verantwortungsvolle Umgang der Gartenbesitzer untereinander werden auf der spoga+gafa 2024 besonders hervorgehoben und die Relevanz des Themas in verschiedenen Formaten präsentiert und diskutiert. Mehr denn je ist der eigene Garten für viele Menschen eine Leidenschaft. Mit großer Freude übernehmen sie die Verantwortung, die mit dessen Pflege und Gestaltung verbunden ist. Sie pflanzen heimisches und insektenfreundliches Grün, verwenden Bio-Dünger und andere umweltfreundliche Produkte, sammeln Regenwasser und kompostieren ihre Gartenabfälle. Zusammen mit Nachbarn und Freunden pflegen sie Gemeinschaftsflächen für den Anbau von Obst oder Gemüse und schaffen so grüne Oasen mitten in der Stadt. Verantwortungsvolles Handeln hat im Persönlichen also viele Facetten und reicht vom bewussten Konsum, über soziale Aktivitäten im Freien, bis hin zur Selbstversorgung und Aufwertung des eigenen oder allgemeinen Lebensumfelds.

### Idealer Rahmen für Austausch

Mit ihrem neuen Leitthema Responsible Gardens möchte die spoga+gafa 2024 die Freude am verantwortungsvollen Gärtnern fördern und unterstützen. Mit zukunftsweisenden Präsentationen und ihren umfangreichen Rahmenprogramm bietet sie hierfür den idealen Rahmen. Internationale Unternehmen der Gartenbranche kommen in den Kölner Messehallen mit Fachbesuchern und Fachbesucherinnen zusammen, um sich über neueste Trends und Marktentwicklungen auszutauschen. Worauf sollte beim Thema Nachhaltigkeit für Außenbereiche geachtet werden? Wie macht man den Garten fit für den Klimawandel? Welche Möglichkeiten bieten neue Geräte für den Anbau und die Zubereitung von Speisen im Freien? Wie lassen sich Outdoormöbel flexibler nutzen und Gartengeräte ergonomischer gestalten? Die Aussteller der spoga+gafa 2024 werden hierfür eine Vielzahl an neuen Lösungen und marktreifen Produkten präsentieren.

### Gartenbranche übernimmt Verantwortung

Angesichts der aktuellen globalen Herausforderungen stellt sich die Gartenbranche selbst ihrer gesellschaftlichen Verantwortung. Viele Aussteller der spoga+gafa achten auf eine ressourcenschonende Produktion, reduzieren oder kompensieren ihren CO<sub>2</sub>-Ausstoß und verwenden recycelte und kreislauffähige Materialien.

Für die Grünpflege werden vermehrt biologische Erden und Dünger oder insektenfreundliche Pflanzen zum Erhalt der Biodiversität auf den Markt gebracht. Außerdem macht verantwortungsvolles Design Gartengeräte, Grills und Outdoormöbel für alle Generationen komfortabler und leichter bedienbar. Vielfach bestätigen Zertifikate die geprüfte Umweltverträglichkeit oder die sozialverantwortliche Herstellung aktueller Gartenprodukte.

### Anregung für verantwortungsvolles Gärtnern

Als Abwechslung vom Alltag bietet der Garten eine Möglichkeit, mit der Natur in Beziehung zu treten. Schon Kinder lernen beim Aussäen, Pflanzen und Ernten natürliche Prozesse und die Bedeutung der Jahreszeiten kennen. Damit bietet das Gärtnern nicht nur Spaß am eigenen Tun, sondern auch Inspirationen für einen verantwortungsvolleren Umgang mit der Umwelt. Als gemeinschaftlich genutzte Freiflächen sind Gärten außerdem Orte der Begegnung und Verständigung. Menschen verschiedener Herkunft und aus unterschiedlichen Generationen kommen hier für Entspannung oder Gartenarbeit zusammen. Gärtnern fördert also nicht nur den Naturbezug und das Wohlbefinden, sondern auch den Zusammenhalt. Mit ihrem Schwerpunkt Responsible Gardens möchte die spoga+gafa 2024 für das Gärtnern mit Verantwortung begeistern, anregen und ermutigen. Im Vordergrund steht dabei die Freude am lebendigen Grün und der gemeinsamen Lebensgestaltung im Freien.

### [www.spogagafa.de](http://www.spogagafa.de)

Vom 16. bis zum 18. Juni 2024 wird sich die globale Gartenlifestyle- und BBQ-Branche in Köln mit ihrer Verantwortung rund um aktuelle und zukünftige Herausforderungen und deren Lösungen zur Rolle des Gartens in der Gesellschaft auseinandersetzen. Gemeinsam mit der Grünen Branche stellt die spoga+gafa dabei die unterschiedlichen Ebenen verantwortungsvollen Handels in und um das private Grün aus Hersteller-, Lieferanten- und Konsumentensicht in den Mittelpunkt der Aufmerksamkeit.

Nr. 7 / 2024, Köln  
#spogagafa

## Gartentrends und Branchen-Insights: Das neue Magazin der spoga+gafa geht online

**++ Exklusive Einblicke in die Grüne Branche ++ Experteninterviews Online & Video ++ Fundierte Fachbeiträge ++**

Die spoga+gafa, die größte Garten- und BBQ-Messe der Welt, launcht ein neues Onlinemagazin. Das Magazin bietet ab sofort Zugang zu exklusiven und branchenspezifischen Informationen. Verschiedene Formate wie Interviews, Videos und Fachbeiträge beleuchten aktuelle Entwicklungen, Innovationen und Trends und gewähren spannende Einblicke in den Markt sowie auf dessen Akteure.

Mit einem speziellen Fokus auf die Ausstellungsschwerpunkte der spoga+gafa - garden unique, garden creation and care, garden bbq, garden living - und dem diesjährigen Leitthema „Responsible Gardens - Verantwortungsvolle Gärten“, bietet das Magazin wertvolle Informationen und Inspiration für Fachleute und Interessierte der Grünen Branche.

### Highlights des neuen Magazins:

- 1. Experteninterviews:** Branchenführende Expertinnen und Experten geben Einblicke in die neuesten Entwicklungen, Strategien und Visionen, beleuchten neueste Entwicklungen und wagen einen Blick in die Zukunft der Garten- und BBQ-Branche.
- 2. spoga+gafa Talks:** "Im Garten mit..." Director Stefan Lohrberg und wechselnden, inspirierenden Interviewpartnern. Hier liefern wir einen Blick über den Tellerrand.
- 3. Fachbeiträge:** Branchenexperten berichten in exklusiven Beiträgen über aktuellen Markttrends, innovative Techniken sowie praxisnahen Tipps und Tricks rund um Garten und Grillen auf in n auf.

Somit blickt das neue Magazin als Mehrwert- und Themenplattform auch hinter die Kulissen der weltweit größten Garten- und BBQ-Messe und ermöglicht den Leserinnen und Lesern, ihr Wissen zu vertiefen und sich inspirieren zu lassen. Das Onlinemagazin der spoga+gafa ist ab sofort kostenlos auf der offiziellen Website der spoga+gafa verfügbar. [Hier](#) geht es zum Magazin.

### Über die spoga+gafa

Die spoga+gafa ist die größte Garten- und BBQ-Messe der Welt. Als internationale Fachmesse am Standort Köln setzt sie Impulse für die ganze Welt des Gartens. Auf der führenden Leitmesse bespricht die Grüne Branche die Sortimente und Trends der kommenden Saison und präsentiert Lösungen für aktuelle und



spoga+gafa  
16.06. - 18.06.2024  
[www.spogagafa.de](http://www.spogagafa.de)

Ihr Kontakt bei Rückfragen:  
Karen Schmithüsen  
Telefon  
+49 221 821-2231  
E-Mail  
[k.schmithuesen@koelnmesse.de](mailto:k.schmithuesen@koelnmesse.de)

Koelnmesse GmbH  
Messeplatz 1  
50679 Köln  
Postfach 21 07 60  
50532 Köln  
Deutschland  
Telefon +49 221 821-0  
Telefax +49 221 821-2574  
[info@koelnmesse.de](mailto:info@koelnmesse.de)  
[www.koelnmesse.de](http://www.koelnmesse.de)

Geschäftsführung:  
Gerald Böse (Vorsitzender)  
Oliver Frese

Vorsitzende des Aufsichtsrats:  
Oberbürgermeisterin Henriette  
Reker

Sitz der Gesellschaft und  
Gerichtsstand: Köln  
Amtsgericht Köln, HRB 952



zukünftige Herausforderungen. Der Fokus der spoga+gafa liegt auf Trends und Innovationen aus den Bereichen garden bbq, garden creation & care, garden living und garden unique. Die einmalige Angebotsbreite macht die Messe zum place to be für die Sortimentsentscheider aller Handelsformen. Ideeller Träger der spoga+gafa ist der Industrieverband Garten e.V. (IVG).

Seite  
2/3

Die nächste spoga+gafa findet vom 16. bis 18. Juni 2024 unter dem Leitthema „Responsible Gardens - Verantwortungsvolle Gärten“ statt. Weitere Informationen unter [www.spogagafa.de](http://www.spogagafa.de).

### **Koelnmesse - Global Inspiration for Living, Contract and Public Spaces**

Die Koelnmesse ist der weltweit führende Messeveranstalter für die Bereiche Living, Contract and Public Spaces.

Am Messeplatz Köln zählen neben der imm cologne und interzum weitere Messeformate wie LivingKitchen, ORGATEC, spoga+gafa, FSB und aquanale zu den international renommierten und etablierten Branchentreffpunkten. Diese Messen repräsentieren umfassend das Interior- und Design-Segment, die Zulieferbereiche der Möbelindustrie und des Innenausbau, die Küchenwelt, alle Themen rund um moderne Arbeitswelten, Gartenlifestyle sowie Freiraum, Sport- und Bewegungseinrichtungen als auch Sauna, Pool und Ambiente.

Zusätzlich zu den Veranstaltungen in Köln baut die Koelnmesse ihr Portfolio in wichtigen Wachstumsmärkten rund um den Globus strategisch aus - so wie mit den erfolgreichen Messen ORGATEC TOKYO in Japan, interzum bogota in Kolumbien, interzum guangzhou in China und interzum forum italy.

Weitere Informationen unter: <https://www.spogagafa.de/die-messe/spoga-gafa-2024/messen-der-branche/>

### **Die nächsten Veranstaltungen:**

ORGATEC TOKYO - SHIFT DESIGN - The leading international trade fair in Asia for the modern workspaces, Tokio 29.05. - 31.05.2024

spoga+gafa - Die größte Garten- und BBQ-Messe der Welt, Köln 16.06. - 18.06.2024

ORGATEC - Arbeit neu denken, Köln 22.10. - 25.10.2024

### **Anmerkung für die Redaktion:**

Fotomaterial der spoga+gafa finden Sie in unserer Bilddatenbank im Internet unter [www.spogagafa.de/bilddatenbank](http://www.spogagafa.de/bilddatenbank) im Bereich "News".

Presseinformationen finden Sie unter [www.spogagafa.de/presseinformation](http://www.spogagafa.de/presseinformation)

Bei Veröffentlichung Beleg erbeten.

Hier finden Sie die spoga+gafa im Social Web:

#### **Facebook:**

<https://www.facebook.com/spogagafa>

#### **Instagram:**

<https://www.instagram.com/spogagafa/>

#### **LinkedIn:**

<https://www.linkedin.com/showcase/spoga-gafa>

**Ihr Kontakt bei Rückfragen:**

Karen Schmithüsen  
Public and Media Relations Managerin

Koelnmesse GmbH  
Messeplatz 1  
50679 Köln  
Deutschland

Telefon: +49 221 821-2231  
Mobil +49-176-12563444  
k.schmithuesen@koelnmesse.de  
www.koelnmesse.de

## Die Zukunft des „grünen“ Konsums: Welche Bereiche der grünen Branche von Kund:innen in den nächsten 2 Jahren gewünscht werden

**Der Wunsch nach Konsum ist da. Der Wunsch nach Fokus aber auch**

Über die letzten Jahre konnten wir es langsam aber immer deutlicher merken, der Konsum hat sich verändert. Mit jedem Jahr wurde es etwas schwieriger, Kund:innen von gleich hohen Warenkäufen und für neue Produkte zu begeistern. Die Bau- und Gartencenter Branche hat allein in Deutschland 2023 eine negative Entwicklung von -3,1 % gemacht. Dazu kommt die anhaltende Vorsicht beim Neubau, die auch die Gartencenterbranche betrifft und die Zurückhaltung beim Kauf von BBQ-Produkten, die entweder in den Corona Jahren angeschafft oder im Zuge der Inflation vermieden wurden. Auch die Entwicklung Richtung Gesundheit und gesunder Ernährung spielt bei den jüngeren Generationen eine Rolle, wenn es um den Nicht-Kauf von BBQ-Waren geht.

Schaut man in die Zukunft sieht man den Wunsch nach Fokussierung im Konsum. Denn als nachhaltigste Initiative im Handel fordern Konsument:innen in erster Linie eines: 20% weniger. Weniger Flächen, weniger Produkte, weniger Händler (Quelle: Zukunftsstudie Handel 2024, 2000 Befragte in der DACH Region). Trends, Produkte, Services und Marken rücken in den Fokus. Marken, die verstehen, dass es nicht nur Verzicht braucht oder das günstigste Angebot, sondern neue Vielfalt, Design, Spaß - was gleichzeitig mit Bewusstsein, guter Qualität und nachhaltigen Agieren zusammen geht.

Ein paar Entwicklungen und Trends für das Jahr 2024:

**Globale Trends der nächsten Jahre:**

**Die gesellschaftliche Mitte will neue Kundenmagnete:  
Regenerative Sortimente, kleine Luxusprodukte und langlebige Preis-Einstiegs-Produkte werden von Kund:innen erwünscht**

Während sich in vielen aktuellen Segmenten bei Kund:innen Zurückhaltung zeigt, wächst gleichzeitig ein konkreter Wunsch nach bestimmten Produkten: Regenerative Produkte faszinieren die Kund:innen der Zukunft. Sie verbrauchen nicht nur Ressourcen auf der Welt, sondern sie leisten einen positiven Beitrag für die Umwelt. Es gibt Textilien für Outdoor-Möbel, die CO<sub>2</sub> in der Luft binden, oder Pflanzendünger, die aus recycelten Textilabfall bestehen (Beispiel Planteen). Smarte Alltags-Produkte, die Gärten und das eigene Zuhause nachhaltiger und energie-effizienter machen. Langlebige Preiseinstiegs-Produkte, die Wert auf Qualität und eine lange ressourcenschonende Nutzung legen und das kommunizieren. Und explizite kleine Luxusprodukte. Kund:innen erwarten sich in Krisenzeiten zeitgemäße neue Glanzprodukte. Denn während grundlegend gespart wird, wollen Kund:innen die Momente des Gönnens und Schwelgen, besonders die Gen Z, die sich auch mal Austern gönnt und die Monstera XXL für die kleine Wohnung kauft.

**Für viele jüngere Kund:innen ist die grüne Branche derzeit nicht zeitgemäß**

Dabei ist vielen Kund:innen in den meisten Ländern in Europa wichtig, schnelle und gute Online-Services und Shops zu haben, die dann wiederum schnell und klimaneutral ausliefern. Der Trend des E-Commerce und der Buchung von Services zur Anpflanzung, Aufbau, Beratung gehen in der grünen Branche nach oben, allein weil immer mehr Menschen in Städten wohnen (bis 2035 68% der Weltbevölkerung in Städten), die auch zu grünen Online-Spezialisten greifen würden und die Online-Services der klassischen Gartenhändler und Hersteller als zu langsam und zu kompliziert

empfinden. Ein anderer Zukunftswunsch liegt in Second Hand-Plattformen oder Angebote für u.a. Outdoor Textil-Sortimente. Ebenso wird ein exklusiverer Service durch Kundenprogramme zum Beispiel beim Anbauen, Anpflanzen, Transport und Erhalt von Pflanzen, sowie Rabatte bei Möbel-, BBQ und Lifestyle-Produkten erwünscht.

### **Die wachsenden Kundenlieblinge sind unverpackt**

Würde man alle Kartons, die aktuell in jeweils den Ländern in Europa hin- und hergeschickt werden, übereinanderstapeln, käme man jedes Mal von der Erde bis zum Mond. Über 60% der Menschen in der DACH-Region achten bei ihrer Kaufpräferenz auf die Menge und die Art der Verpackung. Das, was Unverpackt ist, kommt positiv und wertig bei Kund:innen an. Besonders Pakete- und Plastikverpackungen größerer Produkte im Zubehör und bei Pflanzen spielen eine Rolle, aber auch Re-Fill Optionen, Unverpackt-Regale, 100% recyclebare Pflanzentöpfe, wie neue Produkte in wasserreduzierten Aggregatzuständen, die weniger Verpackungsvolumen brauchen, werden in Zukunft wichtiger.

### **Das Ende der Plastik-Billig-Angebote im Gartensegment naht**

In der aktuellen Zeit wird viel kommuniziert, aber meistens über den Preis. Wie viele Preisaktionen wurden wohl in einem Jahr Kund:innen kommuniziert? Und da sind wir bei der Krux für den Handel. Denn wenn weniger gekauft wird, und wir mit günstigen Aktionen und Preisen versuchen, den Kurs zu halten, wie sollen sich langfristige Veränderungen und Trends rechnen und vorallem, wie beenden wir die Spirale des „immer günstiger“? Was vor allem die jüngeren Gen Z Kund:innen vermissen, sind regionale Preiseinstiegs-Produkte, die Design, Qualität, Kreativität und Leichtigkeit in den Wohlfühlort Garten bringen. Was die Zukunft für die grüne Branche braucht, ist die Rückkehr auf die Kernfunktion: echte Lust und Freude für tolle Produkte zu schaffen (und das geht auch mit nachhaltigen Zielen), statt Menschen mit Preisaktionen oder Billig-Produkten zu überfordern und die eigenen Waren damit gar nicht mehr richtig wertzuschätzen.

**Zitat: „Der Garten bleibt für Menschen der Wohlfühlort, umso mehr Fokus liegt darauf, was sie sich wirklich in den Garten holen“**

**Zitat: „2024/2025 werden wir uns von ständig nach unten gehenden Preisspiralen verabschieden“**

**Zitat: „Als zukunftsfähigste Initiative im Handel fordern Konsument:innen in erster Linie eines: 20% weniger. Weniger Flächen, weniger Produkte, weniger Händler“**



Bilder zum Download [hier](#)

**Theresa Schleicher** gilt als führende Handels-Zukunftsforscherin in der DACH-Region. Sie ist Zukunfts-Sparringspartnerin für Handelsunternehmen, dem renommierten Zukunftsinstitut und für das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz. Die Zukunftsforscherin und Autorin mehrerer bekannter Trendstudien im Handel war zuvor Geschäftsführerin in der Hirschen Group, einer der größten Beratungs- und Kreativunternehmen im deutschsprachigen Raum. Sie ist seit 2015 Jurymitglied von Handels-Innovationspreisen und treibt gemeinsam mit der Politik, Verbänden und Stadtentwicklern neue Rahmenbedingungen für den Handel voran. Als Keynote Speakerin eröffnet Theresa Schleicher auf der Bühne und im Sparring mit Führungskräften die Zukunft des Handels und des Konsums. Als Investorin von Retail-Start-ups legt sie ihren Fokus auf wirtschaftliche Resilienz in schnelllebigen Märkten und auf technologischen Fortschritt für einen ökologisch und ökonomisch nachhaltigeren Handel.

## IGOR JOSIFOVIC-KEMPER

IGOR JOSIFOVIC-KEMPER (1978) ist Content Creator und Buchautor mit Sitz in Berlin, Deutschland, und beschäftigt sich mit Innenarchitektur, Wohnkultur, Reisen und Pflanzen. Zusammen mit Judith de Graaff ist er Co-Autor des Bestsellers Urban Jungle (Callwey Verlag, 2016) und Plant Tribe (Abrams Books, 2020) und Mitbegründer der Urban Jungle Bloggers Community. Von 2011 bis 2023 schrieb er außerdem seinen Happy Interior Blog.

Finden Sie ihn auf Instagram @igorjosif

### Gründer der Urban Jungle Bewegung

Igor Josifovic-Kemper, renommierter Content Creator und Buchautor, hat sich als einer der führenden Experten in den Bereichen Innenarchitektur, Wohnkultur, Reisen und Pflanzen etabliert. Seit Jahren inspiriert er Menschen weltweit mit seiner Leidenschaft für grüne Wohnräume und urbanes Gärtnern.

Geboren 1978, hat Igor Josifovic-Kemper seinen Sitz in Berlin, Deutschland. Gemeinsam mit Judith de Graaff ist er Co-Autor mehrerer Bestseller, darunter "Urban Jungle" (Callwey Verlag, 2016) und "Plant Tribe" (Abrams Books, 2020). Diese Bücher sind nicht nur Anleitungen für die Gestaltung von grünen Oasen in städtischen Umgebungen, sondern auch Inspirationsquellen für die Schaffung eines harmonischen und nachhaltigen Lebensraums.

Neben seiner Arbeit als Buchautor ist Igor Josifovic-Kemper Mitbegründer der Urban Jungle Bloggers Community, einer Plattform, die Gleichgesinnte aus der ganzen Welt zusammenbringt, um Ideen und Inspirationen für die Integration von Pflanzen in das städtische Leben auszutauschen.

Von 2011 bis 2023 führte Igor Josifovic-Kemper außerdem seinen erfolgreichen Blog "Happy Interior Blog", der zu einem wichtigen Anlaufpunkt für Interior-Enthusiasten wurde und zahlreiche Auszeichnungen erhielt.

Mit seiner einzigartigen Vision und seinem Engagement hat Igor Josifovic-Kemper die Art und Weise, wie Menschen ihre Wohnräume gestalten und leben, nachhaltig beeinflusst. Seine Arbeit wird von einer breiten internationalen Community geschätzt und gefeiert.



## **PRESSEMITTEILUNG**

**Industrieverband Garten (IVG) e.V.**

### **Europäische Fachpressekonferenz zur spoga+gafa 2024**

Die Corona-Pandemie und die Energiekrise haben in Europa und insbesondere in Deutschland deutliche Spuren hinterlassen. Die deutsche Wirtschaftsleistung liegt derzeit nahezu auf demselben Niveau wie zu Beginn der Pandemie vor knapp vier Jahren und verzeichnet damit das geringste Wachstum aller Volkswirtschaften des Euro-Raums. Im Jahr 2023 bremsen vor allem rückläufige Konsumausgaben das Wachstum der deutschen Wirtschaft. Laut der Erhebungen von Klaus Peter Teipel, klaus peter teipel research & consulting, haben die negativen Rahmenbedingungen auch Auswirkungen auf den Gartenmarkt gehabt. Infolge der schlechten Witterungsverhältnisse während des Frühjahrgeschäftes sowie der stark negativen Einflüsse des Ukraine-Krieges auf den privaten Konsum und daraus resultierender Verschiebungen innerhalb der Konsumbereiche schließt das Jahr 2023 im Gartenmarkt mit einem nominalen Umsatzminus von rund drei Prozent ab und sinkt damit auf ein Umsatzvolumen von rund 19,7 Milliarden Euro. Dabei konnte das Segment biologisch-chemischer Bedarf (+6,3 Prozent) zulegen, während die Hartwaresegmente (-5,8 Prozent) Umsatzeinbußen hinnehmen mussten. Auch Lebendes Grün hat im Vergleich zum Vorjahr verloren (-3,2 Prozent).

#### **Leichter Hoffnungsschimmer für 2024**

Angesichts der für 2024 erwarteten Entwicklung der Verbraucherpreise ist laut Klaus Peter Teipel für das kommende Jahr nicht mehr mit Preiszuwächsen für Artikel aus dem Gartenbereich wie in 2022 und 2023 zu rechnen. Trotz zurückhaltender Erwartungen für das Jahr kann der Gartenbereich im Gegensatz zu anderen Branchen auf ein kleines nominales Plus

---

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



hoffen. Angesichts wieder ansteigender Realeinkommen dürfte auch die Konsumnachfrage insgesamt wieder leicht anziehen. Neben den Witterungsverhältnissen wird es 2024 insbesondere darauf ankommen, wie sich die touristische Nachfrage entwickelt. Im Hinblick auf die zu erwartenden hohen Preissteigerungen bei Pauschalreisen besteht Hoffnung darauf, dass zumindest ein wieder größerer Teil der Verbraucher statt zu reisen seinen Urlaub „im eigenen Garten“ verbringen könnte. Sollte dies der Fall sein, dürften sich daraus durchaus positive Nachimpulse für die gartenrelevanten Sortimente ableiten lassen. Denn gerade in Krisenzeiten zeigt sich die besondere Kraft des Gärtnerns. Bereits während der Corona-Pandemie konnten die Menschen im eigenen Garten oder auf dem Balkon Abstand gewinnen, schlechte Nachrichten hinter sich lassen und den Kopf frei bekommen. Die naturnahe Arbeit hat sie abgelenkt und entspannt. Zudem sind Gärten, Balkone und Terrassen Treffpunkte für Familie, Freunde und Nachbarn. Egal, ob zum Feiern, gemeinsamen Werkeln oder einfach nur Beisammensein.

### **Der Gartenmarkt im Zeichen von Klima- und Umweltschutz**

Zwar hat die anhaltende Inflation auch Einfluss auf das Konsumverhalten der Verbraucherinnen und Verbraucher: So wollen laut eine GfK-Umfrage immer weniger für Nachhaltigkeit tiefer in die Tasche greifen, dennoch glauben 73 Prozent der Konsumentinnen und Konsumenten in Deutschland, dass sie durch ihr eigenes Verhalten zum Klima- und Umweltschutz beitragen können. Themen, die auch die Gartenbranche seit Jahren beschäftigen und die den Markt und seine Sortimente auch in Zukunft beeinflussen werden. Ob klimaresiliente Pflanzensortimente, die mit Trockenheit, Hitze und Starkregen zurechtkommen oder nachhaltige Technik zum Beispiel für den ressourcenschonenden Umgang mit Wasser und Torf – die Branche bietet bereits ein breitgefächertes Angebot an Produkten an. Darüber hinaus leistet das Herzstück aller Sortimente – die Pflanze – seit jeher ihren besonderen Beitrag zum Umwelt- und Klimaschutz: Pflanzen absor-





bieren CO<sub>2</sub>, 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 in allen Bereichen der spoga+gafa vertreten**

Und entsprechend dem Leitthema der kommenden spoga+gafa „Responsible Gardens“, das verantwortungsvolles Handeln für und in Gärten in den Fokus nimmt, zeigen auch die Mitglieder des IVG entsprechende Produkte. Themen wie ressourcenschonendes Gärtnern, fair produzierte Outdoormöbel, benutzerfreundliche Gartengeräte, effiziente BBQ-Technologien oder die klimagerechte Gartenpflege und Bewässerung werden auf der Messe eine Rolle spielen. 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, liegen aber auch andere aktuelle Trends des Gartenmarkts im Fokus. Auf den Themeninseln IVG Power Place Akku und Power Place Smart Gardening gibt es unter anderem innovative Technologien und smarte Lösungen für Rasenpflege und Bewässerung zu entdecken. Im Bereich garden creation & care finden die Besucherinnen und Besucher alles zu Erden, Substraten, Düngern, Ersatzstoffen, Pflanzen und Pflanzenschutz. Im Bereich garden living steht die Einrichtung und Gestaltung des Gartens im Mittelpunkt. Und im Bereich garden bbq erwartet Grillfans eine ganz besondere Vielfalt: Sie reicht von modernsten Hightech-Gartengrills über Pizzaöfen bis hin zu kompletten Outdoor-Küchen. Außerdem auf der Agenda: zahlreiche Veranstaltungen zu aktuellen Technologieentwicklungen, Produktneuheiten und relevanten Handelsthemen.

*((Zeichen inkl. Leerzeichen: 5.330))*

**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 Interessenvertretung.

Weitere Informationen finden Sie unter [www.ivg.org](http://www.ivg.org).

## Pressemitteilung des VDG zur Messe spoga&gafa

### Die deutschen Garten-Center florieren inmitten wirtschaftlicher Herausforderungen: Ein Ausblick auf 2024 und die Teilnahme des Verbands Deutscher Garten-Center an der spoga+gafa Messe

Oberhausen, den 05.03.2024 – Die Garten-Center-Branche in Deutschland verzeichnet trotz wirtschaftlicher Unwägbarkeiten einen vielversprechenden Start ins Jahr 2024. Mit einem starken Umsatzanstieg im Januar und einem noch beeindruckenderen Wachstum im Februar zeigt sich, dass das Interesse der Verbraucher an Gartenprodukten und -dienstleistungen ungebrochen ist.

"Wir sind erfreut über die positive Resonanz, die unsere Garten-Center in den ersten Monaten des Jahres erleben", sagt Martina Mensing-Meckelburg, Präsidentin des Verbands Deutscher Garten-Center. "Die Kunden sind in Kauflaune, was uns Zuversicht für die kommenden Monate gibt."

Mit Blick auf die Zukunft plant der Verband eine Reihe von Veranstaltungen, die den Mitgliedern wertvolle Weiterbildungs- und Networking-Möglichkeiten bieten. Die VDG Azubitage, die am 13. März, 4. September und 10. Oktober stattfinden, bieten Auszubildenden die Chance, ihr Wissen zu vertiefen und sich mit Branchenkollegen auszutauschen. Die Ausbildertagung, die am 11. und 12. September 2024 stattfindet, wird den Fokus auf die Unterstützung der Ausbilderinnen und Ausbilder der Mitgliedsbetriebe legen.

Der Verband Deutscher Garten-Center engagiert sich auch für verantwortungsvolles Wirtschaften in der Branche. In Zusammenarbeit mit anderen Verbänden wie BVE, Sagaflor, ekaflor und NBB egesa arbeitet der VDG an der Entwicklung des DNK-Branchenleitfadens. Dieser Leitfaden wird Unternehmen dabei unterstützen, Nachhaltigkeitspraktiken zu implementieren und einen positiven Beitrag zur Umwelt und Gesellschaft zu leisten.

Ein Höhepunkt im Kalenderjahr des Verbands ist die Teilnahme an der Messe spoga+gafa. Diese Leitmesse für Garten und Freizeit bietet eine ideale Plattform für den Austausch von Ideen, Innovationen und Trends. Der Verband Deutscher Garten-Center wird dort vertreten sein, um die Vielfalt und Qualität der deutschen Garten-Center-Branche zu präsentieren.

Von besonderer Bedeutung wird traditionell die Garten-Center-Happy Hour sein, die am Sonntag, den 16.6., ab 17.00 Uhr auf dem Stand des Verbands, auf dem Boulevard, Mitte, Stand 010, stattfinden wird. Hier treffen sich die Entscheiderinnen und Entscheider der grünen Branche für den gemeinsamen Austausch.

Der Verband steht im Jahr 2026 vor der Ausrichtung des internationalen Gartencenter-Kongresses in Deutschland. Erwartet werden 250 Gäste aus 19 Nationen. Die Veranstaltung ist auf die letzte Woche im August 2026 datiert. Der internationale Kongress wird als große Chance für die gesamte grüne Branche gesehen, sich zu präsentieren.

Der VDG wird die Bühne der internationalen spoga+gafa nutzen, um über das Großevent zu informieren und zu werben.

"Die spoga+gafa ist eine hervorragende Gelegenheit, um unsere Branche zu präsentieren und neue Partnerschaften zu knüpfen", sagt Martina Mensing-Meckelburg weiter "Wir freuen uns darauf, die Besucher an unserem Stand begrüßen zu dürfen und gemeinsam die Zukunft der grünen Branche zu gestalten."

Für weitere Informationen und Presseanfragen wenden Sie sich bitte an:

Thomas Buchenau  
Geschäftsführer  
Verband Deutscher Garten-Center  
Telefon: +49 208 468499 21  
E-Mail: [buchenau@garten-center.de](mailto:buchenau@garten-center.de)

*Über den Verband Deutscher Garten-Center:*

*Der Verband Deutscher Garten-Center vertritt die Interessen von inhabergeführten Garten-Center-Unternehmen in Deutschland. Mitgliedsbetriebe finden sich neben Deutschland auch in der Schweiz und in Österreich. Der Verband fördert den Austausch von Wissen und Erfahrungen, unterstützt die Weiterentwicklung der Branche und setzt sich für nachhaltiges Wirtschaften ein.*



datum  
27/02/2024

zeichen  
nj

## PRESSEMITTEILUNG

### **BIAG auf der spoga+gafa Nachhaltigkeit bewegt die BBQ-Branche und den Markt**

Analog zur gesamtwirtschaftlichen Entwicklung und Konsumzurückhaltung der Verbraucher stellt sich die Branchenvereinigung Barbecue Industry Association Grill (BIAG) e.V. auf ein herausforderndes Jahr 2024 ein. Die Branche sieht sich aber nach einem bereits schwierigen Vorjahr in ihrer Resilienz gestärkt und mit starken Marken gut aufgestellt. Der Grill- und BBQ-Markt insgesamt ist intakt und für den Verbraucher unverändert attraktiv. Marktforscher weisen darauf hin, dass in Zeiten von Inflation und Kaufzurückhaltung das sogenannte Cocooning wieder an Bedeutung gewinnt: Die Menschen sparen out of home und gönnen sich dafür daheim wieder mehr – gerade auch beim geselligen Grillen im Familien- und Freundeskreis.

#### **Der Markt ist attraktiv**

Grillen gehört vom zeitigen Frühjahr bis in den späten Herbst unverändert zu den beliebtesten Freizeitbeschäftigungen der Deutschen. Das zeigen die Zahlen von Statista. Die Mehrheit läutet die Grillsaison bereits im April ein. In der Grillsaison feuern dann fast 40 Prozent der Verbraucher alle zwei Wochen den Grill an. Insgesamt kaufen die Deutschen pro Jahr Grillgeräte, Zubehör sowie Grillkohle und -briketts für etwa 1,3 Milliarden Euro (Quelle: IFH Köln). Hinzu kommen die auf dem Grill zubereiteten Speisen. Ein hochattraktiver Markt für den Fach- und Lebensmittelhandel also, der das Thema Grillen und BBQ entsprechend ambitioniert auf seinen Flächen spielt.

#### **Markenstärke ist nachhaltig**

Zur Markenstärke der deutschen und europäischen Hersteller tragen mehrere Faktoren bei. Ganz wichtig, auch aus Verbrauchersicht, sind Qualität und Nachhaltigkeit. Beides steht in einem engen Zusammenhang. Langlebigkeit der Produkte, Garantieverprechen und sichere Ersatzteilversorgung etwa haben nicht nur einen geldwerten Vorteil für den Kunden, sondern sparen auch Ressourcen. Die Produktion vor Ort minimiert den CO2-Footprint und stützt die heimische Wirtschaft. Bei der Grillkohle wiederum kennzeichnen FSC- oder PEFC-Zeichen auf den Verpackungen Hölzer aus

■ **barbecue industry association  
grill e.v.**  
altendorfer str. 388  
45143 essen

■ geschäftsführer:  
**norbert jedrau**

■ kontakt:  
fon. (0201) 86 31 679  
fax. (0201) 86 29 110

■ internet:  
[www.biag.org](http://www.biag.org)  
[zentrale@biag.org](mailto:zentrale@biag.org)

■ bankverbindung:  
deutsche bank  
kto. 29 20 45  
blz. 795 700 24



nachhaltig bewirtschafteten Wäldern. Diese Zertifikate werden nicht nur vom Verbraucher, sondern auch vom Handel erwartet und vielfach vorausgesetzt. Nachhaltigkeit korrespondiert auch eng mit der aktuellen sparsamen Einstellung der Verbraucher: Ein hochwertiges und ressourcenschonend hergestelltes Markenprodukt kann mit gutem Gewissen angeschafft werden.

### Neuheiten auf der spoga+gafa erleben

All diese Trends greifen die im BIAG organisierten Unternehmen schon länger auf, entwickeln sie stetig weiter und kommunizieren sie dem Verbraucher. Am Point of Sale der Händler werden die Qualitätsversprechen sichtbar. Jede Aufwertung der Marken, jede Innovation und neue Funktion wird für den Verbraucher „greifbar“ und erlebbar. Eine Vorschau, was der Verbraucher bald alles bei seinem Händler rund um das Thema Grillen und BBQ erleben kann, liefern der BIAG und seine Mitgliedsunternehmen auf der kommenden spoga + gafa in Köln. Wie immer freut sich der BIAG auf einen regen Informationsaustausch an seinem Stand.

RA Norbert L. Jedrau  
- Geschäftsführer –

Der **Barbecue Industry Association Grill (BIAG) e.V.** ist ein wachsender Industrieverband, der die Interessen der Europäischen Hersteller und Wiederverkäufer von Barbecue Produkten (Grillgeräten, Grillbrennstoffen, Grillanzündern und Grillzubehör) vertritt. Im BIAG sind derzeit 40 Unternehmen aus 11 Europäischen Ländern zusammengeschlossen. Mit seinen Aktivitäten verfolgt der Barbecue Industry Association Grill (BIAG) e.V. hauptsächlich die Ziele: **Innovation, Komfort, Qualität und Sicherheit.**

Weitere Informationen finden Sie auf unserer Homepage: [www.biag.org](http://www.biag.org)

■ **barbecue industry association grill e.v.**  
altendorfer str. 388  
45143 essen

■ geschäftsführer:  
**norbert jedrau**

■ kontakt:  
fon. (0201) 86 31 679  
fax. (0201) 86 29 110

■ internet:  
[www.biag.org](http://www.biag.org)  
[zentrale@biag.org](mailto:zentrale@biag.org)

■ bankverbindung:  
deutsche bank  
kto. 29 20 45  
blz. 795 700 24

**PRESS RELEASE**

**Contact:**

**Oliver Ginestier**

**+ 49 221 2705 9555**

[ginestier@edra-ghin.org](mailto:ginestier@edra-ghin.org)



European DIY  
Retail Association

**ghin**

Global Home  
Improvement Network

**EDRA/GHIN**

An der Rechtschule 1-3  
50677 Cologne – Germany

E-mail: [info@edra-ghin.org](mailto:info@edra-ghin.org)

President: Thierry Garnier

General Secretary: John W. Herbert

## **The Green Industry and Outlook for 2024 – A View from the DIY and Home Improvement Industry**

The green and garden living sector continues to play an ever more important role in our members' assortment, and in this regard our members at the European DIY Retail Association and Global Home Improvement Network (EDRA/GHIN) are eagerly anticipating the world's No1. Trade fair in this sector - spoga+gafa.

2024 has indeed seen the powerful return of the international Trade Fairs, and our visits to numerous shows in January has only solidified this belief and once again demonstrated the enthusiasm that is present from the industry to be meeting again.

Amongst our members, we have seen a growing number expanding their assortment and variety of product on offer, with a growing emphasis on outdoor living and recreation, and in turn we expect a record number of our international EDRA/GHIN Members to send a delegation to the upcoming spoga+gafa, and we will be on site each day ensuring they have the most productive and fruitful visit possible.

We also see a continuing trend in consumers desire to purchase more sustainable products, and this ties in perfectly with the central theme of spoga+gafa 2024 – "Responsible Gardens." The garden lifestyle sector is perfectly placed to play a vital role in this shift to green living, as customers strive to become more connected with the outdoor and green space around them.

Today the EDRA/GHIN Network has 229 home improvement companies as members, and we continue to see that those companies who enthusiastically visit trade fairs, looking for new and innovative products, are much more successful than those who don't.

**ENDS**

*EDRA/GHIN is the voice for the home improvement industry globally, representing the entire spectrum of the home improvement industry, from local corner shops, digital players, and big box retailers. Today EDRA/GHIN represents 229 home improvement companies operating over 33,900 stores in 79 countries.*



BHB e.V. · Hohenzollernring 14 · 50672 Köln

## Pressestatement

Europäische Pressekonferenz zur gafa + spoga 2024

Dr. Peter Wüst

Hauptgeschäftsführer

BHB – Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V.

---

BHB - Handelsverband  
Heimwerken, Bauen und Garten e.V.

Hohenzollernring 14  
50672 Köln

T +49 221 277595-0  
F +49 221 277595-79  
info@bhb.org  
www.bhb.org

---

**Bankverbindung**

Commerzbank AG Köln  
IBAN DE85 3704 0044 0200 1493 00  
BIC COBADEFF370

---

**Amtsgericht Köln**

VR 6919  
USt-IdNr. DE 121321365

**Hauptgeschäftsführer**

Dr. Peter O. Wüst

---

**Baumarktbranche blickt auf herausforderndes Jahr zurück:  
Polykrise bietet Chancen für Bau- und Gartenfachmärkte –  
gafa + spoga Messe bleibt wichtige Schnittstelle**

- Inflationseffekte und Verunsicherung durch Politik drücken die Stimmung
- DIY-Handel wichtigster Ansprechpartner rund um alle Fragen des Home Improvement
- Garten könnte sich in schwierigen Zeiten als Umsatzturbo erweisen

---

Nach dem Ende der Corona-Krise mit teils heftigen Einschränkungen für das tägliche Leben und auch das Konsumverhalten hatten die Bau- und Gartenfachmärkte in Deutschland, Österreich und der Schweiz eigentlich auf ein Stück mehr Normalität im Jahr 2023 gesetzt. Dass sich dies angesichts der Polykrise mit drastischen Verteuerungen in nahezu allen Lebensbereichen nicht erfüllte, wurde im Jahresverlauf immer deutlicher und so ist auch die DIY-Branche in Deutschland erstmals seit etlichen Jahren nominal mit einem aufgelaufenen Minus von -3,1 (flächenbereinigt -3,4) Prozent konfrontiert. Doch die Händler, Lieferanten und Dienstleister haben in den vergangenen Jahren immer wieder Krisenfestigkeit bewiesen – und die Unternehmen sehen zudem echte Chancen auf Besserung, auch und gerade durch garten-/ outdoorrelevante Sortimente.

Zwar ging die Inflation im Jahr 2023 kontinuierlich zurück, aber unterschiedliche preistreibende Effekte und auch die sogenannte „Gierflation“ in vielen anderen Wirtschaftsbereichen hielten fast alle Preise auf hohem Niveau. Aber die Händler der DIY-Branche konnten hier sogar bremsend wirken. Ihre Läger waren nach den



logistischen Verwerfungen der Corona-Phase vorausschauend gut gefüllt und die Produkte konnten somit oft noch zu „alten“ Einkaufspreisen an die Verbraucher abgegeben werden.

### **Politik beeinflusst die Verbraucherstimmung**

Weitere Negativ-Effekte, die in dieser Ausprägung nicht zu erwarten waren, gingen bezeichnenderweise von der Politik aus. Richtungsstreitigkeiten – beispielhaft sei hier das verunglückte Heizungsgesetz genannt – hinterließen bei den Verbrauchern tiefgreifende Verunsicherung mit direkter Auswirkung auf die DIY- Sortimente.

Zu allem Unglück – sagt der Volksmund – kommt oft noch Pech dazu. Und dieses Pech hieß für die Branche im Jahr 2023 „Wetter“. Winterwetter bis fast zum Mai verdarb das verbraucherstimmungsrelevante Frühlingsgeschäft, und der immer wieder verregnete Sommer ließ das Gartenjahr – über viele Jahre eine sichere Bank für die Branche – ebenfalls deutlich negativ dastehen.

### **Das Jahr in Zahlen:**

Die Bau- und Gartenfachmärkte in Deutschland haben das Jahr 2023 mit einem Minus von **3,1 Prozent (auf bereinigter Fläche -3,4 Prozent)** abgeschlossen und dabei einen **Gesamtbruttoumsatz von 21,24 Mrd. Euro** erzielt. Dabei zeigte sich der Jahresverlauf sehr uneinheitlich und die Stimmungslage der Verbraucher in Deutschland lässt sich deutlich in den Ausschlägen ablesen. Besonders der März mit anhaltend schlechtem Wetter und den fortgesetzten Hiobsbotschaften rund um Energiepreise, Baukrise und politischen Streitereien beeinflussten die Konsumlaune und ließen die Umsätze im Vergleich zum Vorjahresmonat gleich zweistellig sinken. Der Juni wirkte dagegen mit einem Plus von 8,3 Prozent quasi als Mini-Stimmungsaufheller. Insgesamt schafften es allerdings nur drei Monate 2023 flächenbereinigt ins Plus.

Der Blick auf die Sortimente spiegelt diese Entwicklung dann auch folgerichtig wider. Freizeit/Saisonwaren (-11,2%), Gartenausstattung (-11,1%) und Fliesen (-11,0%) litten besonders unter der Zurückhaltung der Kundinnen und Kunden. Zugelegt haben die Produktgruppen Gartenchemie/Erden/Saatgut (+8,8%), Haushaltswaren (+5,5%) und Automotive (3,9%). Dies ist mit dem Wunsch auf Werterhalt bei Heim und auch dem Kfz zu erklären.

### **Ähnliche Entwicklung auch in Österreich und der Schweiz**

Auch die Nachbarländer können sich von der Gesamtsituation nicht entkoppeln und weisen für 2023 ein aufgelaufenes Umsatzminus aus.

In **Österreich** sank der Gesamtumsatz auf 3,07 Mrd. Euro (-3,2%). Hier lag die Inflation über das Gesamtjahr sogar höher als in Deutschland (7,8%). Mit der Produktgruppe Bauelemente (-14,8%) und Fliesen (-11,7%) litten besonders bau- und renovierungsnahen Sortimente, in den Garten haben die Österreicher aber deutlich investiert. Bei Gartenmöbeln gab es ein Plus von 7,6%, Gartenchemie/Erden/Saatgut legten sogar um 12,3% zu.

In der **Schweiz** sank bei einer anhaltend niedrigen Inflationsquote (durchschn. 2,1%) der Gesamtumsatz am stärksten (-4,9%) auf 3,53 Mrd. CHF. Hier zeigten sich bei den



Sortimenten deutliche Diskrepanzen: Während die Gartenmöbel und die Gartenausstattung mit einem Rückgang von -14,9% bzw. -14,0% als schwächste Produktgruppen 2023 in den Büchern standen, ging es für Gartenchemie/Erden mit 1,7% ins leichte Plus. Auch hier geht offenbar Werterhalt vor Aufwertung.

Trotz dieser eindeutig negativen Bilanz sieht der **BHB** aber auch weiterhin gute Chancen auf Besserung für das laufende Geschäftsjahr 2024, auch wenn sich die Rahmenbedingungen aktuell noch nicht ins Positive drehen. „Die DIY-Branche hat in der Corona-Phase gezeigt, dass sie sich immer wieder auf wechselnde Situationen und Rahmenbedingungen einstellen kann“, betont **BHB-Hauptgeschäftsführer Dr. Peter Wüst**. „Aber wir müssen gegenüber den politisch Verantwortlichen sehr deutlich machen, dass weder die Menschen noch wir durch ideologisch oder durch wenig Sachverstand geprägte Entscheidungen weiter belastet werden dürfen.“

**Wichtig ist und bleibt der Dialog aber auch innerhalb der DIY-Branche.** In herausfordernden Zeiten ist es unerlässlich, dass Handel, Lieferanten und Dienstleister an einem Strang ziehen, um die Bau- und Gartenfachmärkte als erste Ansprechpartner für Ihren Bedarf fest zu verankern. Hierfür braucht es neben innovativen, qualitativ hochwertigen und nutzbringenden Produkten auch immer wieder den intensiven Austausch aller Beteiligten. **Hierbei spielt die Messe spoga + gafa traditionell eine entscheidende Rolle als Plattform auf Augenhöhe**, weshalb wir uns schon auf die diesjährige Ausgabe freuen und auch mit unserem BHB-GardenSummit am 18. Juni wieder den starken Schlusspunkt setzen werden.“

**BHB-Vorstandssprecher Franz-Peter Tapaß** verweist darauf, dass sich die Branche in der Polykrise sehr stabil gehalten hat. Mit den Kardinaltugenden der Branche wie der starken Produktauswahl und -verfügbarkeit, Beratung und Preiswürdigkeit schaffen es die Bau- und Gartenfachmärkte immer wieder zu den Menschen vorzudringen. Wir sind mit unseren Sortimenten und Dienstleistungen immer der Ansprechpartner Nr. 1 für die Menschen für ihr Zuhause – das gilt auch und erst recht in Krisenzeiten. Zudem haben wir durchaus Hoffnung, dass sich das Wetter diesmal saisonal positiv entwickelt und rund um die Fußball-Europameisterschaft im eigenen Land ein lang vermisstes Wir-Gefühl einstellt. Beides kann sich auch für die Konsumstimmung der Menschen positiv auswirken.“



**Weitere Informationen, Bildmaterial und Aktuelles zum BHB finden Sie auf [www.bhb.org](http://www.bhb.org)**

**Pressekontakt**

Jörn Brüningholt

Leitung Kommunikation

BHB – Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V.

Telefon | +49 221 277595 - 14

E-Mail | [joern.brueningholt@bhb.org](mailto:joern.brueningholt@bhb.org)

Über den Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V. (BHB)

Der Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V. (BHB) vertritt als Wirtschaftsverband die Interessen der Handelsbetriebe für Heimwerken, Bauen und Gärtnern aus Deutschland, Österreich und der Schweiz (D-A-CH-Region) sowie weiterer Unternehmen der DIY-Branche aus der Industrie und dem Dienstleistungssektor. Als Verband mit internationaler Ausrichtung ist der BHB in Deutschland, im deutschsprachigen Ausland und über seine Mitgliedschaft in der European-DIY-Retail-Association (EDRA) in ganz Europa aktiv. Dabei vertritt er die wirtschafts- und medienpolitischen Interessen der Branche und tritt in den Dialog mit Politik, Medien, Verwaltung sowie Lieferanten und Dienstleistern. Im Verband sind 24 Handelsorganisationen mit über 30 Vertriebslinien und rund 210 Fördermitglieder aus der Industrie und dem Dienstleistungssektor organisiert. Die Branche im weiteren Sinne zählt in Deutschland rund 480.000 Beschäftigte. Der Gesamtbruttoumsatz der Bau- und Heimwerkermärkte in Deutschland erreichte 2023 einen Wert von rund 21,24 Milliarden Euro.