



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 | 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 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 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.