

Dossier de presse pour l'événement presse international, 12.03.2024, Utrecht



Agenda, spoga+gafa 2024, Utrecht 2 >>

PR 6 "spoga+gafa 2024 : forte augmentation du nombre d'exposants européens" 3 >>

Responsible Gardens FR 6 >>

PR 7 "Tendances du jardin et aperçus de la branche : le nouveau magazine en ligne de spoga+gafa" 8 >>

PM Schleicher 11 >>

PR Igor Josifovic-Kemper 14 >>

PM EDRAG GHIN 15 >>

PM IVG 16 >>

PM BIAG 20 >>

spoga+gafa
16.06. - 18.06.2024
www.spogagafa.com

Table ronde internationale

12.03.2024, 18h00, Mereveld, Utrecht

Les 100 ans de Koelnmesse

Sebastian Rosito, Vice President Trade Fair Management, Koelnmesse GmbH, spoga+gafa, spoga horse, h+h cologne, Eisenwarenmesse - Salon international de la quincaillerie et Asia-Pacific Sourcing

spoga+gafa 2024 - données, faits et actualités

Stefan Lohrberg, Director, Koelnmesse GmbH

Exposé liminaire

Que reste-t-il ? Un aperçu de la prochaine génération engagée dans la consommation durable

Theresa Schleicher, grande prospectiviste, spécialiste du commerce, en Allemagne, Autriche et Suisse, penseuse économique de renom?, freelance, auteure, consultante, conférencière

Autres participants à la table ronde

Les sujets sont ouverts

Anna Hackstein, directrice de la Fédération de l'industrie du jardin (Industrieverband Garten e.V. - IVG)

John W. Herbert, secrétaire général d'European DIY Retail Association (EDRA) / du Global Home Improvement Network (GHIN)

Martina Mensing-Meckelburg, présidente de la Fédération allemande des jardinerie (Verband Deutscher Garten-Center - VDG)

Norbert Jedrau, directeur de la Barbecue Industry Association Grill e.V. (BIAG)

Frank van der Heide, directeur de Tuinbranche Nederland

Igor Josifovic-Kemper?, freelance & auteur, spécialiste de l'urban jungle, de l'architecture d'intérieur, de l'art de l'habitat, expert en voyages et en plantes

Modération

Karen Schmithüsen, Public and Media Relations Managerin, Koelnmesse GmbH

Lien vers la banque d'images : www.spogagafa.de/Bilddatenbank

Lien vers les communiqués de presse : www.spogagafa.de/Presseinformationen

Stand: 08.03.2024

Kürzel: sen



spoga+gafa

16.06. - 18.06.2024

www.spogagafa.com

Press release

- Not to be published before 12.03.2024



No. 6 / 2024, Cologne

#spogagafa

spoga+gafa 2024 : forte augmentation du nombre d'exposants européens

++ Grande internationalité des exposants ++ Les halls d'exposition affichent presque complet ++ Location de 96 % de la surface de présentation ++

spoga+gafa, plus grand salon mondial du jardin et du barbecue, se tient du 16 au 18 juin 2024 et fait état d'un haut degré d'internationalité des exposants et d'un taux d'occupation élevé, 14 halls d'exposition affichant presque complet dès maintenant. 96 % de la surface de présentation étant d'ores et déjà loués et le taux de réinscriptions, élevé, spoga+gafa réitère les bons résultats obtenus par l'édition 2023.

En accueillant dès 2023 plus de 1 850 exposants de 58 pays, le salon de référence mondiale a enregistré une augmentation du nombre de participants intercontinentaux mais aussi d'entreprises européennes, notamment allemandes, autrichiennes et suisses. Des chiffres qui seront à nouveau atteints en 2024. La proportion d'entreprises européennes et nord-américaines en particulier a nettement augmenté par rapport à l'année précédente : beaucoup d'entreprises allemandes et internationales, parmi lesquelles un grand nombre d'acteurs majeurs et de marques de renom mais aussi des nouveaux venus et des start-up, ont confirmé leur participation.

Compte tenu des circonstances difficiles auxquelles est confrontée la branche, Stefan Lohrberg, directeur de spoga+gafa, voit dans le nombre d'inscriptions au salon du lifestyle au jardin un important signal positif : « En s'engageant clairement en faveur du salon, les entreprises envoient un signal fort malgré des conditions de marché partiellement difficiles. Rendez-vous majeur de la profession, spoga+gafa offre de nouvelles opportunités commerciales sans précédent - en fin de compte, une édition réussie de spoga+gafa profite à tout le secteur vert. »

Le programme d'animation fait sien le thème principal du salon

Le thème principal de cette année « °Responsible Gardens - Jardins responsables ° » suscite un large intérêt au sein de la branche et joue un rôle majeur dans l'agencement du site. Des experts internationaux approfondiront le thème dans le cadre d'exposés, de conférences et de discussions au « Forum Garden Café ». En plus de cela, les visiteurs se verront proposer un programme d'animation varié comprenant des aires spéciales comme le « Boulevard of Ideas », les « POS Green Solution Islands » ou encore le « Trendshow Outdoor Lifestyle » mais aussi des visites thématiques de stands d'exposition. Ces visites mettront l'accent sur les défis auxquels est confrontée la branche et sur les solutions pour l'avenir du commerce.



spoga+gafa
16.06. - 18.06.2024
www.spogagafa.com

Your contact:
Karen Schmithüsen
Tel.
+49 221 821-2231
e-mail
k.schmithuesen@koelnmesse.de

Koelnmesse GmbH
Messeplatz 1
50679 Köln
P.O. Box 21 07 60
50532 Köln
Germany
Tel. +49 221 821-0
Fax +49 221 821-2574
www.koelnmesse.com

Executive Board:
Gerald Böse (President and Chief Executive Officer)
Oliver Frese

Chairwoman of the Supervisory Board:
Mayor of the City of Cologne
Henriette Reker

Headquarters and place of jurisdiction:
Cologne
District Court Cologne, HRB 952

À propos de spoga+gafa

Page

2/3

spoga+gafa est le rendez-vous des décideurs du secteur vert à l'échelle mondiale. En tant que salon des commandes et du réseautage, il donne des impulsions importantes, fait découvrir des innovations et propose des solutions pour relever les défis actuels auxquels est confronté le secteur du jardin et du barbecue. Au salon de référence mondiale, le secteur vert discute des assortiments et des tendances de la saison à venir. L'ampleur et la diversité exceptionnelles de l'offre font du salon « the place to be » pour les décideurs, en charge des assortiments, de toutes les formes de distribution. La Fédération de l'industrie du jardin (Industrieverband Garten e. V. - IVG) est la responsable conceptuelle de spoga+gafa.

Koelnmesse - Global Inspiration for Living, Contract and Public Spaces

Koelnmesse est le leader mondial de l'organisation de salons consacrés aux lieux de vie, aux environnements contract et aux espaces publics. À Cologne, outre imm cologne et interzum, des salons tels que LivingKitchen, ORGATEC, spoga+gafa, FSB et aquanale sont des rendez-vous professionnels bien établis, de réputation internationale. Ces salons représentent de manière exhaustive l'industrie des intérieurs et le secteur du design, les fournisseurs de l'industrie du meuble et des intérieurs bois. Ils donnent un aperçu complet de l'univers de la cuisine et de tous les sujets relatifs aux espaces de travail modernes, au lifestyle au jardin ainsi qu'aux espaces de plein air et aux installations pour le sport et l'activité physique, aux saunas, aux piscines et au bien-être.

En plus des événements qu'elle organise ou dont elle assure la tenue à Cologne, Koelnmesse développe de manière stratégique son portefeuille sur d'importants marchés de croissance de par le monde, comme en témoignent les salons à succès ORGATEC TOKYO au Japon, interzum bogota en Colombie, interzum guangzhou en Chine et interzum forum italy.

Complément d'information: <https://www.spogagafa.com/trade-fair/spoga-gafa-2024/industry-trade-fairs/>

Remarque à l'attention des rédactions:

Des photos de spoga+gafa sont disponibles sur la base iconographique de Koelnmesse, site www.spogagafa.com/imagetatabase rubrique « News ».

Complément d'information: www.spogagafa.com/pressinformation

En cas de publication, merci de nous adresser un justificatif.

Vous trouverez ici le spoga+gafa sur les réseaux sociaux :

Facebook :

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

Instagram :

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

LinkedIn :

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

Pour plus d'informations veuillez vous adresser à:

Karen Schmithüsen

Public and Media Relations Manager

Page
3/3

Koelnmesse GmbH
Messeplatz 1
50679 Cologne
Germany

Phone: +49 221 821-2231
Mobile +49-176-12563444
k.schmithuesen@koelnmesse.de
www.koelnmesse.com

Responsible Gardens - Jardins responsables

La question de savoir quelle est la responsabilité du secteur vert quant au rôle du jardin dans la société est au centre de la réflexion. Avec les exposants et les visiteurs, spoga+gafa 2024 apportera des réponses à cette question.

La responsabilité prend de nombreuses formes

Jardinage respectueux des ressources, produits de jardinage fabriqués de manière équitable, technologies à faible niveau d'émission concernant les barbecues, entretien et arrosage du jardin adaptés au climat mais aussi comportement responsable des propriétaires de jardins entre eux - autant d'aspects mis en évidence à spoga+gafa 2024. Quant à la pertinence du thème, elle sera présentée et débattue dans le cadre d'animations de différents formats. S'occuper de son propre jardin est plus que jamais une passion pour beaucoup de gens. C'est avec grand plaisir qu'ils assument la responsabilité de son entretien et de son aménagement. Ils cultivent des plantes de provenance locale, adaptées aux insectes, utilisent des engrais bio et d'autres produits respectueux de l'environnement, recueillent l'eau de pluie et compostent leurs déchets verts. Avec des voisins et des amis, ils entretiennent des espaces collectifs pour la culture de fruits ou de légumes, créant ainsi des oasis de verdure en milieu urbain. Une démarche éco-responsable à l'échelle d'une personne consiste à adopter différents gestes et comportements - consommation responsable, activités sociales en plein air, autoproduction ou encore valorisation du cadre de vie personnel et collectif.

Un cadre idéal pour des échanges

En ayant pour nouveau thème principal «°Responsible Gardens – Jardins responsables°», spoga+gafa 2024 entend promouvoir le jardinage responsable et soutenir le plaisir qu'il procure. En raison de présentations tournées vers l'avenir et d'un vaste programme d'animation, c'est le cadre idéal à cet effet. Au parc des expositions de Cologne, des entreprises internationales du secteur du jardin rencontrent des visiteurs venus échanger sur les toutes nouvelles tendances et les évolutions du marché. Que faudrait-il prendre en compte lorsqu'il est question de durabilité des espaces extérieurs ? Comment adapter son jardin au changement climatique ? Quelles sont les possibilités offertes par de nouveaux outils pour la culture et la préparation d'aliments en plein air ? Comment rendre le mobilier outdoor plus flexible à utiliser et les outils de jardin plus ergonomiques ? En réponse à ces questions, les exposants à spoga+gafa 2024 présenteront une multitude de nouvelles solutions et de produits prêts à être commercialisés.

Le secteur du jardin assume sa responsabilité

Pour relever les défis globaux actuels, le secteur du jardin assume de lui-même sa responsabilité sociale. Beaucoup d'exposants à spoga+gafa veillent à produire dans le respect des ressources, réduisent ou compensent leurs émissions de CO2 et utilisent des matériaux recyclés et recyclables.

Pour un entretien écologique, on trouve sur le marché de plus en plus de terreaux et d'engrais biologiques ou encore de plantes adaptées aux insectes, l'objectif étant de préserver la biodiversité. En outre, un design responsable rend les outils de jardin, les barbecues et le mobilier outdoor plus confortables et faciles à utiliser par toutes les générations. Il est fréquent que la vérification de la compatibilité environnementale ou la fabrication socialement responsable de produits actuels pour le jardin soit certifiée.

Incitation à jardiner de manière responsable

Nous avons la possibilité, grâce au jardin, de nous reconnecter avec la nature et de rompre ainsi la routine du quotidien. En semant, en plantant et en récoltant, les enfants se familiarisent déjà avec des processus naturels et découvrent l'importance des saisons. Jardiner, c'est non seulement avoir plaisir à faire quelque chose soi-même, c'est aussi trouver l'inspiration pour adopter une attitude plus responsable vis-à-vis de l'environnement. En tant que terrains non bâtis à usage collectif, les jardins sont par ailleurs des lieux de rencontre et d'entente. Des gens d'origine différentes et de tous âges viennent s'y détendre ou jardiner ensemble. Le jardinage favorise donc non seulement le contact avec la nature, essentiel à notre bien-être, mais aussi la cohésion sociale. En mettant l'accent sur les jardins responsables, spoga+gafa 2024 compte enthousiasmer, stimuler et encourager à jardiner de manière appropriée. Ce qui compte avant tout, c'est la joie que procurent la nature pleine de vie et la vie sociale en plein air.

www.spogagafa.de

À Cologne, du 16 au 18 juin 2024, les professionnels du lifestyle au jardin et du barbecue s'interrogeront sur leur responsabilité face aux défis actuels et futurs et se pencheront sur les solutions à y apporter compte tenu du rôle du jardin dans la société. En collaboration avec le secteur vert, spoga+gafa centre ainsi l'attention sur une démarche éco-responsable, à différents niveaux, au jardin et autour de celui-ci, le tout du point de vue des producteurs, des fournisseurs et des consommateurs.

No. 7 / 2024, Cologne
#spogagafa

Tendances du jardin et aperçus de la branche : le nouveau magazine en ligne de spoga+gafa

++ Aperçus exclusifs du secteur vert ++ Interviews d'experts en ligne & en vidéo ++ Contributions bien fondées ++

spoga+gafa, plus grand salon mondial du jardin et du barbecue, lance un nouveau magazine en ligne qui, dès à présent, donne accès à des informations exclusives, propres au secteur d'activité. Différents formats - interviews, vidéos et contributions spécialisées - apportent un éclairage sur les évolutions, les innovations et les tendances actuelles, offrant ainsi un aperçu captivant du marché et de ses acteurs.

En mettant l'accent sur les segments autour desquels s'articule l'offre de spoga+gafa, à savoir garden unique, garden creation & care, garden bbq et garden living, et compte tenu du thème principal de cette année « Responsible Gardens - Jardins responsables », le magazine fournit de précieuses informations et nourrit l'inspiration des professionnels et de ceux qui s'intéressent au secteur vert.

Temps forts du nouveau magazine

1. Interviews d'experts : des experts de premier plan pour qui la branche n'a pas de secret donnent un aperçu des toutes nouvelles évolutions, stratégies et visions, abordent les derniers développements et risquent un regard vers l'avenir du secteur du jardin et du barbecue.

2. Entretien : « Au jardin avec... » Stefan Lohrberg, directeur, et des interlocuteurs différents, tous inspirants. Nous regardons au-delà de notre propre horizon.

3. Contributions spécialisées : des experts du secteur s'expriment sur des tendances actuelles du marché et des techniques innovantes, prodiguent des conseils pratiques et partagent des astuces concernant le jardin et le barbecue.

Plateforme de création de valeur, abordant des thématiques professionnelles, le nouveau magazine permet ainsi de jeter également un regard dans les coulisses du plus grand salon mondial du jardin et du barbecue. Ceux qui le consultent peuvent approfondir leurs connaissances et trouver l'inspiration.

Dès à présent, le magazine en ligne de spoga+gafa est disponible gratuitement sur le site officiel du salon. [Cliquer ici](#) pour y accéder.

À propos de spoga+gafa

spoga+gafa est le plus grand salon mondial du jardin et du barbecue. Il se tient à Cologne et donne des impulsions à tout l'univers du jardin. À l'occasion de ce salon



spoga+gafa
16.06. - 18.06.2024
www.spogagafa.com

Your contact:

Karen Schmithüsen

Tel.

+49 221 821-2231

e-mail

k.schmithuesen@
koelnmesse.de

Koelnmesse GmbH
Messeplatz 1
50679 Köln
P.O. Box 21 07 60
50532 Köln
Germany
Tel. +49 221 821-0
Fax +49 221 821-2574
www.koelnmesse.com

Executive Board:

Gerald Böse (President and Chief
Executive Officer)

Oliver Frese

Chairwoman of the Supervisory
Board:

Mayor of the City of Cologne
Henriette Reker

Headquarters and place of
jurisdiction:

Cologne

District Court Cologne, HRB 952

professionnel de premier plan, le secteur vert discute des assortiments et des tendances de la saison à venir et présente des solutions pour relever les défis actuels et futurs. spoga+gafa se focalise sur les tendances et les innovations des secteurs garden bbq, garden creation & care, garden living et garden unique. L'ampleur et la diversité exceptionnelles de l'offre font du salon « the place to be » pour les décideurs, en charge des assortiments, de toutes les formes de distribution. La Fédération de l'industrie du jardin (Industrieverband Garten e.V. - IVG) est la responsable conceptuelle de spoga+gafa.

La prochaine édition de spoga+gafa aura lieu du 16 au 18 juin 2024. Elle a pour thème principal « °Responsible Gardens - Jardins responsables ° ». Pour plus d'informations : www.spogagafa.de.

Koelnmesse - Global Inspiration for Living, Contract and Public Spaces

Koelnmesse est le leader mondial de l'organisation de salons consacrés aux lieux de vie, aux environnements contract et aux espaces publics. À Cologne, outre imm cologne et interzum, des salons tels que LivingKitchen, ORGATEC, spoga+gafa, FSB et aquanale sont des rendez-vous professionnels bien établis, de réputation internationale. Ces salons représentent de manière exhaustive l'industrie des intérieurs et le secteur du design, les fournisseurs de l'industrie du meuble et des intérieurs bois. Ils donnent un aperçu complet de l'univers de la cuisine et de tous les sujets relatifs aux espaces de travail modernes, au lifestyle au jardin ainsi qu'aux espaces de plein air et aux installations pour le sport et l'activité physique, aux saunas, aux piscines et au bien-être.

En plus des événements qu'elle organise ou dont elle assure la tenue à Cologne, Koelnmesse développe de manière stratégique son portefeuille sur d'importants marchés de croissance de par le monde, comme en témoignent les salons à succès ORGATEC TOKYO au Japon, interzum bogota en Colombie, interzum guangzhou en Chine et interzum forum italy.

Complément d'information: <https://www.spogagafa.com/trade-fair/spoga-gafa-2024/industry-trade-fairs/>

Les prochains salons:

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

spoga+gafa - The world's biggest garden and BBQ trade fair, Cologne 16.06. - 18.06.2024

ORGATEC - New visions of work, Cologne 22.10. - 25.10.2024

Remarque à l'attention des rédactions:

Des photos de spoga+gafa sont disponibles sur la base iconographique de Koelnmesse, site www.spogagafa.com/imagetatabase rubrique « News ».

Complément d'information: www.spogagafa.com/pressinformation

En cas de publication, merci de nous adresser un justificatif.

Vous trouverez ici le spoga+gafa sur les réseaux sociaux :

Facebook :

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

Instagram :

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

LinkedIN :

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

Pour plus d'informations veuillez vous adresser à:

Karen Schmithüsen

Public and Media Relations Manager

Koelnmesse GmbH

Messeplatz 1

50679 Cologne

Germany

Phone: +49 221 821-2231

Mobile +49-176-12563444

k.schmithuesen@koelnmesse.de

www.koelnmesse.com

The future of "green" consumption: Which sections of the green industry the customers will want over the next 2 years

There is a desire for consumption. But also a desire for focus.

Over the past years we have gradually, but more and more clearly noticed that the consumption has changed. It has become slightly more difficult to persuade customers to purchase as many goods or inspire them for new products. The DIY and garden centre industry in Germany experienced a negative growth rate of -3.1% in 2023. On top of that, there is ongoing caution regarding new building projects, which also affects the garden centre industry and a restraint in buying BBQ products, which were either already purchased during the COVID years or are being avoided due to the inflation. The development in the direction of health and healthy diets is also playing a role among the younger generations when it comes down to not buying BBQ goods.

If one looks ahead to the future, one sees a desire for more focus in the consumer area. Because as the most sustainable initiative within the trade, consumers are primarily demanding one thing: 20% less (Source: Future Study Retail 2024, 2000 respondents in the DACH region). Less space, fewer products, fewer dealers. Trends, products, services and brands are coming under focus. Brands which understand that not only restraint or the cheapest offer are called for, but instead new variety, design and fun - combined at the same time with awareness, good quality and a sustainable approach.

A few developments and trends for the year 2024:

Global trends of the coming years:

The middle class wants new customer magnets:

The customers want regenerative line-ups, small luxury products and durable entry price level products.

Whereas the customers are showing restraint in many current segments, at the same time the concrete desire for certain products is growing: Regenerative products fascinate the customers of the future. They not only save resources around the world, they also make a positive contribution to the environment. There are textiles for outdoor furniture that bind CO₂ in the air, or plant fertilisers that comprise of recycled textile waste (i.e. planteen). Smart everyday products that make the garden and one's own home more sustainable and energy-efficient. Durable entry price level products that place the importance on and communicate good quality and a long, resource-saving usage. And explicitly small luxury products: Whereas in general people are saving, customers want to treat themselves and indulge, particularly the Gen Z, who also treats themselves to oysters occasionally and buy the monstera XXL for their small flat.

For many younger customers the green industry is currently not contemporary

For many customers in most European countries, it is important to have fast and good online services and shops, which in turn deliver quickly and in a climate-neutral manner. The trend towards eCommerce is also rising in the green industry, alone because of the fact that more and more people live in cities (68% of the global population will live in cities by 2030), who increasingly fall back on green, purely online players and who find the online services of the classic garden retailers and manufacturers too slow and too complicated. Within the stationary trade, a better service through customer programmes and exclusive services for the cultivation, growing, transport and receipt of plants, furniture and lifestyle products is desired.

The growing customer favourites are unpackaged

If one was to stack all the boxes that are sent to and fro in the respective countries in Europe, they would reach from the earth to the moon every time. Over 60% of the people in the DACH region consider the amount and type of packaging in their purchase preference. Items that are not packed make a positive and high-quality impression on customers. Particularly the packet and plastic packaging of larger accessory products and plants play a role, but also re-fill options, non-packaged shelves, 100% recyclable plant pots as well as new products in water-reduced aggregate states that require less packaging volume will become more important in future.

The end of plastic, cheap offers in the garden segment is dawning

A lot of communication is taking place at present, but mostly about the price. How many price campaigns were communicated to the customers within one year?

And that is where we come to the crux of the matter for the trade. Because when less items are purchased and we try to stay on course with favourably-priced offers and prices, how can long-term changes and trends pay off and above all how will we stop the "ever cheaper" spiral? What the younger Gen Z are missing the most are regional, entry price level products that add design, quality, creativity and an air of lightness to the garden in its capacity as a place of well-being. What the future of the green industry needs is a return to the key function: Creating real desire and joy for great products (and that is also possible with sustainable goals), instead of overwhelming people with price offers or cheap products and thus not really holding one's own goods in high esteem anymore.

Quote: "The garden remains the feel-good place for people, so the focus is all the more on what they really bring into the garden"

Quote: "In 2024/2025, we will say goodbye to constantly spiralling prices"

Quote: "As the most sustainable initiative in retail, consumers are primarily demanding one thing: 20% less. Less space, fewer products, fewer retailers"



Photos for downloading [here](#)

Theresa Schleicher is a leading trade futurologist in the DACH region. She is the future sparring partner for trade companies, the renowned future institute and for the Federal Ministry for Economic Affairs and Climate Action. The futurologist and author of several well-known trend surveys within the trade was previously Chief Operating Officer of the Hirschen Group, one of the biggest consulting and creative companies in the German-speaking area. She has been a member of the jury of trade innovation awards since 2015 and together with politicians, associations and city planners she is pushing new framework conditions for the trade forward. On stage as the keynote speaker and in the sparring with executives, Theresa Schleicher will open up prospects for the future of the trade and consumption. As an investor of retail start-ups, she places her focus on economic resilience in fast-moving markets and on technological progress for an ecologically and economically more sustainable trade.

IGOR JOSIFOVIC-KEMPER

IGOR JOSIFOVIC-KEMPER (1978) is a content creator and book author based in Berlin, Germany, specialising in interior design, home decor, travel and plants. Together with Judith de Graaff, he is co-author of the bestselling *Urban Jungle* (Callwey Verlag, 2016) and *Plant Tribe* (Abrams Books, 2020) and co-founder of the Urban Jungle Bloggers Community. From 2011 to 2023 he also wrote his *Happy Interior* blog.

Find him on Instagram @igorjosif

Founder of the Urban Jungle movement

Igor Josifovic-Kemper, renowned content creator and author, has established himself as one of the leading experts in the fields of interior design, home decor, travelling and plants. For years, he has been inspiring people around the world with his passion for green living spaces and urban gardening.

Born in 1978, Igor Josifovic-Kemper is based in Berlin, Germany. Together with Judith de Graaff, he is the co-author of several bestsellers, including "*Urban Jungle*" (Callwey Verlag, 2016) and "*Plant Tribe*" (Abrams Books, 2020). These books are not only guides for creating green oases in urban environments, but also sources of inspiration for creating a harmonious and sustainable living space.

In addition to his work as a book author, Igor Josifovic-Kemper is co-founder of the Urban Jungle Bloggers Community, a platform that brings together like-minded people from all over the world to share ideas and inspiration for integrating plants into urban life.

From 2011 to 2023, Igor Josifovic-Kemper also ran his successful blog "*Happy Interior Blog*", which became an important hub for interior enthusiasts and received numerous awards.

With his unique vision and commitment, Igor Josifovic-Kemper has had a lasting impact on the way people design and live their living spaces. His work is appreciated and celebrated by a broad international community.

PRESS RELEASE

Contact:

Oliver Ginestier

+ 49 221 2705 9555

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

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.



PRESS RELEASE

Industrieverband Garten (IVG) e.V.

European Press Conference for spoga+gafa 2024

The coronavirus pandemic and the energy crisis have left their mark on Europe and Germany in particular. Germany's economic output is currently at almost the same level as at the start of the pandemic almost four years ago and is therefore recording the lowest growth of any economy in the eurozone. In 2023, declining consumer spending was the main factor holding back growth in the German economy. According to surveys by Klaus Peter Teipel, klaus peter teipel research & consulting, the negative framework conditions have also had an impact on the garden market. As a result of the poor weather conditions during business in spring and the strongly negative impact of the war in Ukraine on private consumption and the resulting shifts within the consumer segments, the garden market closed 2023 with a nominal drop in sales of around three per cent, bringing the sales volume down to around 19.7 billion euros. The organic chemical supplies segment (+6.3 per cent) grew, while the hardware segments (-5.8 per cent) suffered a drop in sales. Living greenery also lost ground compared to the previous year (-3.2 per cent).

Slight glimmer of hope for 2024

In view of the expected development of consumer prices in 2024, Klaus Peter Teipel no longer expects price increases for garden products in the coming year, as was the case in 2022 and 2023. Despite cautious expectations for the year, the garden sector can hope for a small nominal increase, unlike other sectors. With real incomes rising again, consumer demand is also likely to pick up slightly overall. In addition to weather conditions, the development of tourism demand in 2024 will be particularly important. In

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



view of the expected high price increases for package holidays, there is hope that at least a larger proportion of consumers will once again spend their holidays "in their own garden" instead of travelling. If this is the case, it is likely to have a positive impact on garden-related product ranges. After all, the special power of gardening is particularly evident in times of crisis. Even during the coronavirus pandemic, people were able to distance themselves from it in their own garden or on their balcony, leave the bad news behind and clear their minds. Working close to nature distracted and relaxed them. Gardens, balconies and terraces are also meeting places for family, friends and neighbours. Whether for celebrating, working together or simply socialising.

The garden market under the banner of climate and environmental protection

Ongoing inflation is also having an impact on consumer behaviour: According to a GfK study, fewer and fewer consumers want to dig deeper into their pockets for sustainability, but 73 per cent of consumers in Germany still believe that they can contribute to climate and environmental protection through their own behaviour. These are issues that have also preoccupied the garden industry for years and will continue to influence the market and its product ranges in the future. Whether climate-resilient plants that can cope with drought, heat and heavy rainfall or sustainable technology for the resource-saving use of water and peat, for example - the industry already offers a wide range of products. In addition, the centrepiece of all product ranges - the plant - has always made a special contribution to environmental and climate protection: plants absorb CO₂, filter fine dust from the air and provide food for insects. In this way, they create a natural environment and bring nature into all habitats.



IVG members are present in all spoga+gafa segments

Following the leitmotif "Responsible Gardens" of the forthcoming spoga+gafa, which focusses on responsible action for and in gardens IVG members present their respective products. Topics such as sustainable gardening, fairly produced outdoor furniture, user-friendly gardening tools, efficient BBQ technologies and climate-friendly garden maintenance and irrigation will play a role at the trade fair. However, other current trends in the garden market will also take centre stage at the joint stands where Industrieverband Garten (IVG) e.V. and its members will once again be represented at this year's spoga+gafa. At the IVG Power Place Akku and Power Place Smart Gardening theme islands, innovative technologies and smart solutions for lawn care and irrigation may be discovered. In the segment garden creation & care visitors will find all plant about soils, growing media, fertilisers, constituents, plants and plant protection. The segment garden living focusses on the set-up and design of gardens. And the segment garden bbq offers a wide range of products to BBQ fans: From the latest hightech garden grills through to pizza ovens and whole outdoor kitchens. Also on the agenda: numerous events on current technology developments, new products and relevant retail topics.

((characters incl. spaces: 5,330))

If reprinted, please send us a voucher copy. Thank you.



About IVG

The German association Industrieverband Garten (IVG) e.V. brings together manufacturers of "green industry" products for the hobby and professional market - including plant manufacturers, producers of forestry, garden and lawn care equipment, manufacturers of garden lifestyle products, plant care, nutrition and health products, manufacturers of growing media, potting soils and raw materials as well as manufacturers of products for commercial horticulture. IVG currently unites around 150 member companies in the garden sector and has its core competences in the areas of information, networking, public relations and lobbying. For more information, please visit www.ivg.org.



datum
january
202427/02/20
24
zeichen
ni

PRESS RELEASE

BIAG at the spoga+gafa Sustainability moves the BBQ industry and the market

In line with the overall economic development and consumer restraint, the Barbecue Industry Association Grill (BIAG) e.V. is preparing for a challenging year in 2024. However, after an already difficult previous year, the industry believes it has strengthened its resilience and is well positioned with strong brands. The barbecue and BBQ market as a whole is intact and remains attractive to consumers. Market researchers point out that in times of inflation and consumer restraint, cocooning is once again gaining in importance: people are saving out of home and treating themselves to more at home - especially when it comes to social barbecues with family and friends.

The market is attractive

Barbecuing remains one of the most popular leisure activities for Germans from early spring to late fall. This is shown by figures from Statista. The majority ring in the barbecue season as early as April. During the barbecue season, almost 40 percent of consumers then fire up the barbecue every two weeks. In total, Germans buy barbecues, accessories, charcoal and briquettes for around 1.3 billion euros per year (source: IFH Cologne). Then there is the food prepared on the barbecue. This makes it a highly attractive market for specialist and food retailers, who play up the topic of barbecues and BBQs in their sales areas.

Brand strength is sustainable

Several factors contribute to the brand strength of German and European manufacturers. Quality and sustainability are very important, also from the consumer's point of view. The two are closely linked. Product longevity, warranty promises and reliable spare parts supply, for example, not only have a monetary benefit for the customer, but also save resources. Local production minimizes the CO2 footprint and supports the local economy. In the case of barbecue charcoal, on the other hand, FSC or PEFC labels on the packaging identify wood from sustainably managed forests. These certificates are not only expected by consumers, but also by retailers and are often taken

■ **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
zentrale@biag.org

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



for granted. Sustainability also corresponds closely with the current thrifty attitude of consumers: a high-quality branded product manufactured in a resource-conserving manner can be purchased with a clear conscience.

Experience innovations at spoga+gafa

The companies organized in the BIAG have been picking up on all these trends for some time now, constantly developing them further and communicating them to the consumer. The quality promises become visible at the retailers' point of sale. Every brand upgrade, every innovation and new function becomes "tangible" and tangible for the consumer. At the upcoming spoga + gafa in Cologne, BIAG and its member companies will be providing a preview of what consumers will soon be able to experience at their retailer's in the field of barbecues and BBQs. As always, BIAG is looking forward to a lively exchange of information at its booth.

RA Norbert L. Jedrau
- managing director –

The **Barbecue Industry Association Grill (BIAG)** e.V. is a growing industry association that represents the interests of European manufacturers and resellers of barbecue products (grills, grill fuels, grill lighters and grill accessories). At present 40 enterprises from 11 European countries are united in the BIAG. With its activities the Barbecue Industry Association grill (BIAG) registered association pursues mainly the goals: Innovation, comfort, quality and safety.
Further information can be found on our homepage: 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
zentrale@biag.org

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