LZ-Rheinland

Artikel vom 11.03.2024 · Ausgedruckt am 19.11.2026, 23:08 Uhr

Online: https://lz-rheinland-staging.p-k3txh2.project.space/nachricht/die-weiteren-aussichten-mehr-wolkig-als-heiter

Die weiteren Aussichten: Mehr wolkig als heiter



Welche Marketingabteilung träumt nicht davon, nahezu alle branchenrelevanten Journalistinnen und Medienvertreter an einem Tag im Jahr persönlich treffen zu können, um nicht nur neue Produkte vorzustellen, sondern auch altbewährte hochleben zu lassen und gemeinsam das, was war, und das, was noch kommen mag, zu diskutieren? Auf dem IVG Medientag Garten ist genau das möglich.

Am 23. Februar 2023 war es im Eingangsbereich Nord der Koelnmesse wieder so weit: Der Industrieverband Garten lud zum mittlerweile schon 22. Mal von B wie Blogger bis T wie TV-Journalistinnen mehr als 300 grüne Daumen ein. Mehr als 40 Mitgliedsunternehmen nutzten die Chance, ein - auch hier trifft ein „alle Jahre wieder“ Einschub den Sachverhalt ziemlich genau - spannender Vortrag zur aktuellen wirtschaftlichen Lage in der Grünen Branche rundete das Veranstaltungskonzept ab.

Hersteller aus den Bereichen Lebendes Grün, Forst-, Garten- und Rasenpflegegeräte, Pflanzenpflege, -ernährung und -gesundheit, Garten-Lifestyle, Substrate, Erden und Ausgangsstoffe präsentierten, Klaus Peter Teipel von der gleichnamigen research & consulting referierte. Schon der Titel ließ vermuten, dass die fetten Jahre erst einmal vorbei sein könnten. „2023: Wetter und Konsumkrise hinterlassen auch im Gartenmarkt

deutliche Spuren!“ fasst die Zahlen der Grünen Branche für das Jahr 2023 wohl passend zusammen und konnte beim Ausblick auf 2024 nicht unbedingt Entwarnung geben: mit einem echten Wachstum sei nur unter deutlich besseren Voraussetzungen zu rechnen.

„Das Jahr 2023 wird für den Gartenmarkt ganz sicher nicht in positiver Erinnerung bleiben“, so Klaus Peter Teipel. „Die in ihrer Breite und Ausmaß problematischen Rahmenbedingungen haben dem Markt ein nicht vorhersehbares Minus beschert.“ So haben nach dem witterungsbedingten schlechten Start insbesondere politische Einflüsse und deren Auswirkungen auf das Konsum- und Sparverhalten, massive Preissteigerungen sowie die Reiselust der Deutschen zu einer spürbar sinkenden Nachfrage im Gartenbereich geführt.

Verunsicherung und Sorgen lassen das Konsumklima auf einem sehr niedrigen Niveau verharren. „Trotz eines hohen Interesses an der Vielfältigkeit der Produkte aus dem „Grünen Markt“ haben sich die Konsumenten angesichts stark steigender Preise einschränken und/oder auch ihre Ausgabeprioritäten verschieben müssen“, erläutert Teipel. Angesichts dieser schlechten Rahmenbedingungen sei der Gartenmarkt mit einem blauen Auge davongekommen.

Mit einem Umsatz von rund 19,7 Mrd. € hat er ein Minus von 3,2 % im Vergleich zum Vorjahr erzielt. Dabei konnte das Segment biologisch-chemischer Bedarf (+6,3 %) zulegen, während die Hartwarensegmente (-5,8 %) Umsatzeinbußen hin-nehmen mussten. Auch Lebendes Grün hat im Vergleich zum Vorjahr verloren (-3,2 %).

„Die zurückgehenden Inflationsraten machen Hoffnung auf einen leicht anziehenden Konsum in den mittel- und langfristigen Bedarfsbereichen“, so Teipel weiter. „Insgesamt tendiert die Konsumstimmung jedoch schwach.“ Auch durch den anhaltenden Reiseboom seien für den Gartenbereich im laufenden Jahr keine größeren positiven Impulse zu erwarten. Laut Teipel dürfte eine maßvolle Preisgestaltung für den Gartenmarkt einer der Schlüsselfaktoren sein, um wieder etwas Schwung in die Nachfrage zu bringen.

Anna Hackstein, IVG-Geschäftsführerin ließ sich von den nicht ganz so rosigen Zukunftsaussichten nicht aus der Fasson bringen, sie freute sich einmal mehr über das rege Interesse am IVG Medientag Garten: Highlights der neuen Gartensaison: „Die kontinuierliche Teilnehmerzahl seitens der ausstellenden Firmen sowie der Fach- und Konsumentenpresse zeigt, dass der IVG Medientag Garten in den vergangenen Jahren zu einer sehr wichtigen Veranstaltung innerhalb der Grünen Branche herangewachsen ist.“

Tim Jacobsen