10.04.2025

Hortiflorexpo IPM Shanghai 2025: Chinas führende Fachmesse für den Gartenbau startet heute

700 Aussteller aus aller Welt präsentieren ihre Produkte und Innovationen

700 Aussteller aus aller Welt präsentieren ihre Produkte und Innovationen

Vom 10. bis 12. April 2025 wird das Shanghai New International Expo Centre zum Meeting-Point der grünen Branche in Asien und darüber hinaus. Die Hortiflorexpo IPM Shanghai, Chinas führende Fachmesse für den Gartenbau, geht in ihre 27. Auflage. Als internationaler Partner unterstützt die Messe Essen gemeinsam mit Shanghai Intex den Veranstalter China Flower Association bei der Durchführung dieses Branchenhighlights. Begleitet wird der Auslandsableger der IPM ESSEN von einem hochkarätigen Rahmenprogramm, das aktuelle Trends aufgreift und Expertenwissen vermittelt.

Mit einer Ausstellungsfläche von 50.000 Quadratmetern in den Hallen E1 bis E4 bringt die Hortiflorexpo IPM Shanghai rund 700 Aussteller aus der ganzen Welt zusammen. Besonders im Fokus stehen dabei die offiziellen Länderbeteiligungen aus Deutschland, den Niederlanden und Japan sowie verschiedene regionale Pavillons chinesischer Provinzen. "China ist einer der wichtigsten Märkte für die globale grüne Branche. Die Hortiflorexpo IPM Shanghai bietet Unternehmen eine erstklassige Plattform, um ihre Innovationen einem internationalen Publikum zu präsentieren und wertvolle Geschäftskontakte im asiatischen Raum zu knüpfen", betont Oliver P. Kuhrt, Geschäftsführer der Messe Essen.

Fachforen und Branchenaustausch: Zukunft des Gartenbaus gestalten

Die Hortiflorexpo IPM Shanghai versteht sich nicht nur als Produktschau, sondern auch als Wissens- und Innovationsplattform. Hochkarätige Foren und Fachkonferenzen bieten Einblicke in aktuelle Trends und Herausforderungen der Branche. So thematisiert das diesjährige Gartenbauforum innovative Lösungen für eine nachhaltige Zukunft.

Das Gewächshausforum beleuchtet neue Entwicklungen in der intelligenten Landwirtschaft, während das Flower Shop Forum sich mit zukunftsweisenden Vermarktungsstrategien für Floristen auseinandersetzt. Ergänzt wird das Programm durch weitere spezialisierte Konferenzen wie das Landscape Forum und das Flower Border Forum, die neueste Entwicklungen im Bereich Landschaftsgestaltung und Floraldesign präsentieren.

Immersives Blumenfest

Parallel zu den Fachforen erwartet die Besucher ein visuelles Highlight: die Floristikshow unter dem Motto "Future Flower World". Internationale und chinesische Top-Floristen kreieren ein einzigartiges Blumenerlebnis mit vielseitigen Designkonzepten: von klassischer chinesischer Blumenkunst über den deutschen Naturstil bis hin zu modernen Installationen. Begleitend dazu geben renommierte Floraldesigner exklusive Einblicke in ihre Arbeit des Blumenbindens und zeigen, wie sich kulturelle Traditionen mit aktuellen Trends verbinden lassen. Die Hortiflorexpo IPM Shanghai 2025 ist somit erneut ein zentraler Treffpunkt für alle Akteure der



01.04.2025

Rebooking für die IPM ESSEN 2026 liegt bei über 60 Prozent

Veranstaltungsanalyse 2025 jetzt online

Die IPM ESSEN 2025 war ein voller Erfolg. Das bestätigt die jüngst veröffentlichte Veranstaltungsanalyse. Sie gibt Aufschluss über detaillierte Befragungsergebnisse und die wichtigsten Trends der Messe. Darin wird nicht nur die hohe Zufriedenheit der Aussteller und Besucher deutlich, sondern auch die beeindruckende internationale Präsenz und das wachsende Interesse an nachhaltigen Lösungen im Gartenbau. Bereits während der letzten Messelaufzeit haben über 60 Prozent der Aussteller ihren Stand für das kommende Jahr gebucht. Alle Vorzeichen der nächsten Weltleitmesse stehen daher auf Grün.

"Die Analyse der vergangenen IPM ESSEN bestätigt, dass die Messe inhaltlich und organisatorisch perfekt auf die Bedürfnisse der Branche abgestimmt ist. Damit hat die IPM ESSEN ihre weltweite Bedeutung unterstrichen und der internationalen Gartenbauindustrie neue Impulse gegeben. Wir freuen uns über die hohe Wiederbeteiligung der Aussteller", sagt Oliver P. Kuhrt, Geschäftsführer der Messe Essen.

Bestnoten für die Weltleitmesse des Gartenbaus

Mit 1.434 Ausstellern aus 45 Ländern und einem internationalen Ausstelleranteil von 69 Prozent unterstrich die Messe ihre globale Ausstrahlung. 96 Prozent der Aussteller gaben an, ihre Zielgruppen auf der IPM ESSEN 2025 erreicht zu haben, und 81 Prozent waren mit ihrem Geschäftserfolg zufrieden. 95 Prozent der Aussteller konnten wertvolle internationale Kontakte knüpfen.

Insgesamt 41.251 Fachbesucher aus 110 Ländern – davon 42 Prozent aus dem Ausland – informierten sich über die neuesten Entwicklungen und Produkte der Branche. Zu der langen Liste der Besuchernationen zählten unter anderem Polen, Italien, die USA, Brasilien, China, Indien, Südafrika und Australien. Besonders gefragt waren die thematischen Rundgänge, die gezielte Einblicke in verschiedene Fachbereiche ermöglichten, sowie nachhaltige Pflanzenkonzepte, die den zunehmenden Bedarf an klimaresilienten Lösungen widerspiegeln. 85 Prozent der nationalen und internationalen Gäste waren mit dem Angebot an Neuheiten zufrieden. 94 Prozent der Messebesucher empfehlen einen Besuch der IPM ESSEN weiter.

Veranstaltungsanalyse und weitere Informationen

Die vollständige Veranstaltungsanalyse der IPM ESSEN 2025 ist jetzt auf der Webseite der Messe unter www.ipm-essen.de verfügbar. Dort erhalten Interessierte umfassende Informationen zu den Besucher- und Ausstellerzahlen, den wichtigsten Branchentrends sowie den Feedbacks der Teilnehmer. Wer von der internationalen Reichweite der IPM ESSEN 2026 profitieren möchte, findet im Web auch alle Details zur Standbuchung und Teilnahme. Ebenso hält das E-Book Impressionen der letzten IPM ESSEN 2025 in Wort, Bild und Video bereit und gibt einen ersten Vorgeschmack auf 2026. Die nächste IPM ESSEN findet vom 27. bis 30. Januar 2026 in der Messe Essen statt.

Ausblick auf die IPM ESSEN 2026

Die positive Resonanz auf das 2025 neu konzipierte Rahmenprogramm verdeutlicht, dass die grüne Branche einen hohen Informationsbedarf hat – insbesondere im Hinblick auf die zunehmende Digitalisierung, den schonenden Umgang mit Ressourcen und den Fachkräftemangel. Die IPM ESSEN 2026 wird daher erneut das Gärtnerforum in Halle 2 und das Innovationscenter Gartenbautechnik in Halle 4 anbieten – zwei zentrale Anlaufstellen für den Wissensaustausch und die Präsentation neuester Marktentwicklungen. Die Landgard-Ordertage | Frühjahrsedition werden zum zweiten Mal in Folge parallel in Halle 1A stattfinden. Darüber hinaus haben einige der Nationenstände angekündigt, die Fläche ihrer Gemeinschaftspräsentation vergrößern zu wollen.

Für alle, die sich auch außerhalb der Messezeit mit relevanten Themen der Branche befassen möchten, bietet der IPM-Podcast "FROM THE GREENHOUSE" eine wertvolle Ergänzung. Während der IPM ESSEN 2025 wurden neue Folgen aufgenommen. Die circa 30-minütigen Episoden werden bis zur nächsten IPM ESSEN nach und nach ausgestrahlt – immer am letzten Freitag des Monats auf allen gängigen Podcast-Plattformen.

31.01.2025

IPM ESSEN 2025 verzeichnet deutliches Besucherplus

Starker Zuwachs der internationalen Messeteilnehmer

Die IPM ESSEN hat in diesem Jahr ihre Rolle als weltweit führende Innovationsplattform und leistungsstarker Branchenmotor bestätigt. Vom 28. bis 31. Januar 2025 versammelte sich die globale Gartenbauindustrie auf dem Gelände der Messe Essen. "Die Aufbruchstimmung der grünen Branche ist spürbar", so Oliver P. Kuhrt, Geschäftsführer der Messe Essen. "Wir haben bei den Teilnehmerzahlen deutlich zugelegt. Das ist ein ausgesprochen positives Signal und die Bestätigung, dass unser Line-up durchweg überzeugt hat." Insgesamt zählte die Weltleitmesse des Gartenbaus deutlich über 40.000 Messegäste.

1.434 Aussteller aus 45 Ländern nutzten die IPM ESSEN als internationale Präsentationsplattform und zeigten innovative Ansätze sowie kreative Konzepte für die Zukunft des Gartenbaus. Von effizienten Anbauverfahren über digitale Technologien bis hin zu nachhaltigen Pflanzenkonzepten bot die Messe Antworten auf drängende Fragen im Kontext von Klimawandel, Ressourcenknappheit und umweltfreundliche Produktion. Die große Resonanz seitens Fachbesuchern und Ausstellern verdeutlichte: Die Branche blickt trotz globaler Herausforderungen optimistisch nach vorne und setzt auf Innovation.

"Die IPM ESSEN 2025 hat eindrucksvoll gezeigt, dass der Gartenbau die Zukunft aktiv mitgestaltet", resümiert Eva Kähler-Theuerkauf, Präsidentin des Zentralverbandes Gartenbau und des Landesverbandes Gartenbau Nordrhein-Westfalen sowie IPM-Beiratsvorsitzende. "Hier werden Trends geboren und Lösungen greifbar. Wir starten mit kräftigem Rückenwind ins Gartenbaujahr."

Hohe Internationalität und Entscheidungskompetenz

Die Qualität der Fachbesucher spricht für sich: Ein deutliches Plus verzeichnete die IPM ESSEN bei der Beschaffungs- und Einkaufskompetenz der Besucher. Rund ein Viertel orderte direkt auf der Messe. Zwei Drittel der Besucher haben vor, aufgrund ihres Messebesuchs zu bestellen. Kevin Menting, Marketing Communications Lead Europe bei Syngenta: "Die IPM ESSEN ist direkt zu Anfang des Jahres eine sehr wichtige Messe, um unsere Kunden zu treffen und gemeinsam mit ihnen in die bevorstehende Gartenbausaison zu starten. Wir haben uns auch am neuen Gärtnerforum beteiligt, um das Thema Pflanzenschutz näher zu beleuchten. Insgesamt sind wir sehr zufrieden."

Zu den internationalen Besuchern zählten neben Gärtnern und Floristen auch Einkäufer führender Gartencenter- und Baumarktketten, aber auch des Lebensmitteleinzelhandels. 44 Prozent des Fachpublikums kamen aus dem Ausland – ein Plus von fünf Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahr. Dazu gehörten beispielsweise auch Delegationen aus der Türkei, Japan und Australien, die sich über neue Produkte informierten und Ware orderten. Das Angebot der IPM ESSEN bewerteten die Besucher mit Bestnoten.

Innovatives Rahmenprogramm: Wissen, Trends und Inspiration hautnah

Die IPM ESSEN 2025 begeisterte mit einem überarbeiteten Rahmenprogramm, das Wissenstransfer,

Innovation und Networking mehrwertbringend kombinierte. So bot das neue Gärtnerforum in Halle 2 den Besuchern praxisnahe Vorträge, Erfahrungsaustausch und Informationen. In der Halle 4 zeigte das Innovationscenter Gartenbautechnik, wie die Zukunft des Gartenbaus aussieht – von Torfreduktion über Automatisierung bis hin zu vertikalen Pflanzsystemen. Auch der Anbau von medizinischem Cannabis war ein Thema.

Spannung kam beim IPM-Neuheitenschaufenster auf, als die besten Pflanzennovitäten gekürt wurden. Preise erhielten unter anderem eine Primel im Flamenco-Look und eine innovative Rosenneuzüchtung, die besonders viele Blüten an einem Stiel hat. Gleich mehrfach räumte Aussteller Diderk Heinje ab: In der Kategorie Gehölze gewann die Firma mit dem Asiatischen Blumen-Hartriegel "Cornus kousa Flower Tower" und erhielt gleichzeitig gemeinsam mit der Firma Kordes Jungpflanzen für das Hibiskus-Stämmchen "Hibiscus syriacus Flower Tower Ruby" den Sonderpreis der Jury. Auch beim Show Your Colours Award sorgte Heinje für Begeisterung: Der beliebte Pokal für das beste Storytelling ging an die Bodendecker-Hortensie "Breaking Ground".

Mit Floristik in Perfektion beeindruckte die FDF-World in der Halle 5 das Publikum. Nationale und internationale Meisterfloristen präsentierten atemberaubende Blumenkunst, Trends und Inspiration. Die Teilnehmer des IPM-Messecups stellten ihre Kreativität rund um Sträuße, Topf- und Gefäßbepflanzungen unter Beweis. Als Gewinnerin des Kombinationswettbewerbs ging die Auszubildende Yeo Jin Choi aus Düsseldorf hervor und durfte am Ende den Pokal in den Händen halten.

Direkt nebenan zeigte Kreativdirektor Romeo Sommers im IPM Discovery Center die neuesten nachhaltigen Verkaufskonzepte für grüne Produkte. Bei seinen Trend-Touren gab er den Fachbesuchern Tipps aus erster Hand für ihr Business. Stark nachgefragt waren auch die Rundgänge mit Branchen-Influencer Michael Perry. Als Mr. Plant Geek führte er die Teilnehmer zu seinen persönlichen Messehighlights.

Nachhaltigkeit spielte im Rahmenprogramm der IPM ESSEN 2025 eine zentrale Rolle: Der Green Cities Europe Award prämierte herausragende Begrünungsprojekte, während Experten im BdB-Seminar Lösungen für klimaresistente Gehölze diskutierten. Beim Zukunftskongress des GaLaBau-Verbandes stand die Kreislaufwirtschaft als Modell für eine grüne Zukunft im Fokus.

Zum ersten Mal präsentierten sich Baumschulen aus NRW auf einem Gemeinschaftsstand. Christoph Dirksen, Vorsitzender des Baumschulenverbands Nordrhein-Westfalen: "Die Aussteller reisten ohne konkrete Erwartungen an und waren positiv überrascht von der starken Resonanz des Fachpublikums. Im kommenden Jahr planen wir, die Präsenz der NRW-Baumschulen unter einem gemeinsamen Dach weiter auszubauen."

Auch der Nachwuchs kam nicht zu kurz: Das "Forum Beruf + Zukunft", die Grüne Karrierewand, die Berufsinformationsveranstaltung der grünen Verbände "We love GREEN" und die neue Speed Learning Tour eröffneten jungen Talenten spannende Einblicke in die grüne Branche.

Nächster Termin

Die nächste Weltleitmesse des Gartenbaus findet 2026 vom 27. bis 30. Januar in der Messe Essen statt. Für 86 Prozent der Aussteller stets bereits jetzt fest, sich an der kommenden IPM ESSEN zu beteiligen. 93 Prozent der Besucher planen die Messe wieder zu besuchen.

Weitere Informationen unter www.ipm-essen.de

Die kommunizierten Zahlen beruhen auf einer Hochrechnung vom letzten Messetag und sind vorläufig.	

28.01.2025

IPM ESSEN 2025 feierlich eröffnet

Pflanzen-Neuheiten auf großer Bühne gekürt

Die 41. Internationale Pflanzenmesse (IPM) ist heute gestartet und begrüßt Fachbesucher aus der ganzen Welt in der Messe Essen. Noch bis Freitag zeigen mehr als 1.400 Aussteller aus rund 50 Ländern ihre Produkte aus den Bereichen Pflanzen, Technik, Floristik und Ausstattung. An der Eröffnungsfeier nahmen zahlreiche Vertreter aus Wirtschaft, Verbänden und Politik teil. Der Ministerpräsident von Nordrhein-Westfalen Hendrik Wüst meldete sich mit einer Videobotschaft. Zu den Rednern vor Ort gehörten unter anderem ZVG-Präsidentin Eva Kähler-Theuerkauf sowie NRWs Landwirtschaftsministerin Silke Gorißen. Darüber hinaus standen beim Wettbewerb "IPM-Neuheitenschaufenster" innovative Pflanzenzüchtungen im Rampenlicht der Eröffnungsbühne. Insgesamt wurden acht Preise vergeben – darunter ein Sonderpreis.

Eva Kähler-Theuerkauf, Präsidentin des Zentralverbandes Gartenbau e.V. (ZVG) und des Landesverbandes Gartenbau NRW, hob in ihrer Ansprache die Bedeutung der Weltleitmesse des Gartenbaus hervor. Auf der Messe würde einmal mehr demonstriert, was die grüne Branche leiste. Gleichzeitig appellierte sie an die Politik, die Rahmenbedingungen zu optimieren: "Der Gartenbau stellt sich dem Klimawandel und den damit verbundenen Herausforderungen. Jetzt ist es an der Zeit, dass der Gartenbau die politische Unterstützung erfährt, die er braucht."

Ministerin Gorißen versicherte: "Nordrhein-Westfalen ist Deutschlands Gartenbauland Nummer eins, sowohl was die Produktion von Pflanzen angeht als auch beim vielfältigen Angebot hochwertiger gärtnerischer Dienstleistungen. Bei uns in NRW kommt die Branche auch zur wichtigsten internationalen Messe des Gartenbaus zusammen, um neue Innovationen zu präsentieren und sich zu vernetzen. Wir sind stolz auf unsere starke, lebendige und innovative Gartenbauwirtschaft. Auch in Zukunft braucht die Branche gute Rahmenbedingungen und Planungssicherheit. Als Landwirtschaftsministerin werde ich mich weiterhin für unsere Betriebe einsetzen, so zum Beispiel beim Bürokratieabbau. Wir brauchen mehr umsetzbare und praxistaugliche Lösungen, daher hoffe ich auf ein stärkeres Engagement der neuen Bundesregierung für die Gartenbaubetriebe."

Das sind die IPM-Neuheiten 2025

Dass die grüne Branche innovativ und leistungsstark ist, bewies erneut der vom ZVG initiierte Wettbewerb "IPM-Neuheitenschaufenster" mit einer regen Beteiligung: 33 Aussteller aus elf Ländern hatten im Vorfeld der Messe insgesamt 55 Pflanzennovitäten eingereicht. Ein Höhepunkt der Eröffnung war daher die feierliche Bekanntgabe der diesjährigen Gewinner. Insgesamt wurden sieben Neuzüchtungen in unterschiedlichen Kategorien sowie eine weitere Pflanze mit einem Sonderpreis der Jury ausgezeichnet. Die Urkunden wurden von Andreas Kröger, ZVG-Vizepräsident (Hamburg) und der Deutschen Blumenfee 2024/25, Anne-Marie Bals, überreicht.

In der Kategorie "Frühjahrsblüher" entschied sich die Expertenkommission für Primula acaulis Flamenco Mix F1 der Firma Rudy Raes Bloemzaden n.v. aus Belgien. Dieser Flamenco-Tänzer hat einzigartig gefranste Blüten und ist eine Referenz an die spanische Tradition. Für die Jury gab die Rüschung der Blüten, die einzigartig ist bei F1-Hybriden, den Ausschlag für die Prämierung. Vollkommen neu für generativ vermehrte Primeln und ein Kulturvorteil für die Produzenten.

In der Kategorie "Beet- und Balkonpflanze" ist als "IPM-Neuheit 2025" die Sundaville® Blue der Firma Suntory Flowers Europe aus den Niederlanden ausgezeichnet worden. Der attraktive Wuchs mit weniger starken Ranken macht diese Sundavilla so besonders. Die außergewöhnliche Farbe der Blüten variiert von Rosa über Schattierungen bis hin zu Blau-Violett. Sie blüht den ganzen Sommer durch und mag auch einen Platz in der vollen Sonne.

In der Kategorie "Blühende Zimmerpflanzen" erhält die Cyclamen persicum 'Illusia' der Firma Schoneveld breeding aus den Niederlanden den Titel "IPM-Neuheit 2025". Die neue Blütenform lässt sie nicht sofort als typisches Alpenveilchen erkennen. Sie ähnelt in voller Blüte einer Blütenkrone mit unzähligen Knospen darunter. Sie ist am besten für die Herbstkultur geeignet. Der Verbraucher darf sich über eine ausgezeichnete Haltbarkeit von bis zu vier Wochen erfreuen, ohne dass die Blüten altern.

In der Kategorie "Gehölze" entschied sich die Jury für Cornus kousa Flower Tower der Firma Diderk Heinje Pflanzenhandelsg.mbH & Co. KG aus Deutschland. Die besonders schlanke Form kann ein Highlight für kleine Gärten im urbanen Raum sein und erweitert damit das Sortiment der attraktiven Cornus kousa für einen weiteren wichtigen Verwendungszweck. Die reiche Blüte und die spannende Herbstfärbung runden das Bild ab.

In der Kategorie "Grüne Zimmerpflanzen" wurde die Asplenium antiquum 'Yuaspgio' Gioia der Firma Vitro Plus B.V. aus den Niederlanden ausgezeichnet. Dieser Farn erweitert das umfangreiche Sortiment von grünen Zimmerpflanzen mit einzigartigen, gezackten Blättern und einer atemberaubenden, frischgrünen Färbung, die jeden Innenraum aufhellt. Ein hervorragender neuer Trendfarn und eine Variation der bestehenden Vogelnestfarne.

In der Kategorie "Kübelpflanzen" gewann Musa sikkimensis Ever Red der Firma Hoogeveen Plants BV aus den Niederlanden. Die besondere Blattzeichnung mit grünen und kastanienroten Blättern und der kompakte Wuchs hat die Jury begeistert. Wie für Bananen üblich, liebt auch diese Musa warme Temperaturen und ist damit in Zeiten des Klimawandels eine attraktive Ergänzung für das europäische Pflanzensortiment. Sie haucht jedem Platz sofort einen tropischen Touch ein.

In der Kategorie "Schnittblumen" wurde mit Rosa Hybrid Under the Stars™ Rosa Loves Me® der Firma Roses Forever ApS aus Dänemark eine Besonderheit ausgezeichnet. Mit fünf bis sieben Blüten an nur einem Stiel hat der Rosenliebhaber sofort einen ganzen Strauß in der Hand. Dazu kommt eine sehr lange Haltbarkeit zur Freude aller Deko-Fans. Das kräftige Gelb ist einzigartig und hat einen interessanten Grünschimmer.

Mit einem Sonderpreis der Jury wird in diesem Jahr die Hibiscus syriacus Flower Tower Ruby der Firmen Kordes Jungpflanzen Handels GmbH und Heinje ausgezeichnet. Die schmale Säulenform ist neu für Hibiskus und eignet sich deshalb sehr gut für den kleinen Garten, aber auch für Balkon oder Terrasse – gerne auch als Hecke gepflanzt. Er verzweigt sich gut und erfreut durch seine lange Blütezeit von Ende Juli bis Anfang Oktober Bienen und Schmetterlinge.

Alle 55 Pflanzen, die am IPM-Neuheitenschaufenster teilgenommen haben, sind in Halle 4 im Infocenter Gartenbau des ZVG ausgestellt. Die Besucher können sich während der gesamten Laufzeit über die aktuellen Neuheiten und Trends im Pflanzenmarkt informieren und sich an der Besucherumfrage beteiligen. Die

Prämierung des Publikumspreises findet am vorletzten Messetag, 30. Januar, statt.

27.01.2025
Zahlen, Daten, Fakten: IPM ESSEN 2025
App erhältlich im App Store und bei Google Play
Aussteller 1.434 Aussteller aus rund 46 Ländern
Fläche Rund 100.000 Quadratmeter in zehn Hallen
inklusive Galeria und Halle 1A
Ideeller Träger Zentralverband Gartenbau e. V. (ZVG) in
Kooperation mit der Messe Essen GmbH, dem Landesverband Gartenbau Nordrhein-Westfalen e. V
und dem Fachverband Deutscher Floristen e. V
Bundesverband
Laufzeit 28. bis 31. Januar 2025

MEDIA CENTER www.messe-essen-mediacenter.de
Öffnungszeiten Dienstag bis Donnerstag: 9 bis 18 Uhr
Freitag: 9 bis 17 Uhr
Parken P1 bis P9 jeweils 18 Euro, P10 (Mi + Do) 10 Euro
Social Media facebook.com/messe.essen
instagram.com/ipmessen
youtube.com/user/MesseEssen
linkedin.com/showcase/ipm-essen
#ipmessen #wirsindipmessen #weareipmessen #unendlichgruenevielfalt #messeessen
Angebotsbereiche Pflanzen: Baumschulpflanzen, Blühende Topfpflanzen, Blumenzwiebeln, Bonsai, Kräuter und Gemüse, Grünpflanzen, Hydrokulturen, Jungpflanzen, Palmen, Saatgut, Schnittblumen, Stauden und Gehölze, Verkaufsfördernde Produkte, Weihnachtsbäume
Technik: Be- und Entwässerungsanlagen, Erden, Torfe und Substrate, Gewächshausbau, Heizungsbau, Kühltechnik, Maschinen und Geräte, Mess- und Regeltechnik, Nutzfahrzeuge und Anhänger, Pflanzenschutz Technik für den Obst- und Gemüsebau, Technik für Baumschulen, Technik für den Garten- und Landschaftsbau, Transport- und Hebegeräte, Töpfe, Verkaufsfördernde Produkte

Floristik: Dekoration, Floristenbedarf, Garten Gourmet, Glückwunsch- und Trauerkarten, Grabschmuck, Handgetöpferte Keramik, Kerzen, Korbwaren, Kunstgewerbe, Prägemaschinen, Trockenblumen/Seidenblumen, Übertöpfe aus Glas, Keramik, Porzellan, Kunststoff, Emaille, Verkaufsfördernde Produkte
Ausstattung: Gartenausstattung, Gartendekoration, Gartenskulpturen, Blumenkübel, Pflanzgefäße outdoor, Gärtnerischer Bedarf, Dienstleistungen, Ladenbau und Ladeneinrichtungen, Software + IT-Beratung, Verkaufsfördernde Produkte, Vertikale Gärten, Vogelhäuser und Nisthilfen, Windmobiles, Wohnaccessoires
Tickets Tageskarte: 48 Euro, online: 29 Euro
Zwei-Tages-Karte: 70 Euro, online: 45 Euro
Dauerkarte: 98 Euro, online: 72 Euro
Schülerticket: 24 Euro, online 14 Euro
Online-VVK: www.ipm-essen.de
Veranstalter Messe Essen GmbH
Website www.ipm-essen.de

Unendlich grüne Vielfalt auf der IPM ESSEN 2025

Über 1.400 Aussteller aus rund 50 Ländern lassen die Messe Essen erblühen

Vom 28. bis 31. Januar 2025 wird die Messe Essen erneut zum Zentrum des internationalen Gartenbaus. Unter dem Motto "Unendlich grüne Vielfalt" präsentiert die IPM ESSEN die gesamte Wertschöpfungskette der Branche. Und das zum mittlerweile 41. Mal. Mehr als 1.400 Aussteller aus rund 50 Ländern zeigen ihre neuesten Produkte, Dienstleistungen und Innovationen – von Pflanzen und Technik über Floristik bis hin zur Ausstattung. Für das internationale Fachpublikum bietet die IPM ESSEN nicht nur einen umfassenden Überblick, sondern auch zahlreiche spannende Programm-Highlights, die zum Austausch, Entdecken und Vernetzen einladen.

"Unsere Fachbesucher können sich auf eine inspirierende Order- und Trendplattform freuen. Besonders im Fokus stehen klimaresistente Pflanzen, energieeffiziente und ressourcenschonende Produktionslösungen sowie ansprechende Verkaufs- und Präsentationskonzepte", so Andrea Hölker, Projektleiterin der IPM ESSEN. "Wir freuen uns sehr auf vier spannende Messetage." Abgerundet werden die jeweiligen Themenbereiche mit mehrwertbringenden Vorträgen, Sonderschauen und Rundgängen.

IPM ESSEN belegt gesamtes Messegelände in Hallen 1 bis 8 und der Galeria

Der Zuspruch aus der Branche ist groß: Auch 2025 belegt die IPM ESSEN die Hallen 1, 1A, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 sowie die Galeria. So teilt sich das Angebot auf:

- Pflanzen (Hallen 1, 1A, 2, 5, 6, 7, 8 und Galeria): Von Baumschulpflanzen über Jungpflanzen bis zu blühenden Topfpflanzen, farbenfrohen Schnittblumen und robusten Stauden die IPM ESSEN bietet eine einzigartige internationale Pflanzenschau. Erstmals belegen die Landgard-Ordertage | Frühjahrsedition die Halle 1A. Neu ist auch das Gärtner-Forum in Halle 2 als zentraler Treffpunkt für den produzierenden Gartenbau. Aussteller informieren das Publikum in praxisnahen Vorträgen und Podiumsdiskussionen über die Zukunft, Produktion und Industrie im Jungpflanzenbereich. Geführte Rundgänge starten ebenfalls von hier und bieten spannende Einblicke in die Welt der Jungpflanzen und neue Trends. In Halle 7 präsentieren sich erstmals Baumschulen aus Nordrhein-Westfalen auf einem Gemeinschaftsstand.
- · Technik (Hallen 3, 4 und Galeria): Moderne Lösungen für den Gartenbau stehen in diesem Ausstellungsbereich im Mittelpunkt, von Bewässerungsanlagen über Gewächshaustechnik bis hin zu Maschinen und Transportgeräten. Das Innovationscenter Gartenbautechnik in Halle 4 beleuchtet in Kurzvorträgen die Zukunft der Branche mit nachhaltigen und effizienten Technologien. Das Infocenter Gartenbau inklusive Lehrschau und Neuheitenschaufenster haben in Halle 4 ihren neuen Standort.
- · Floristik (Halle 5): Der Fachverband Deutscher Floristen (FDF) zieht mit der FDF-World in Halle 5 um und damit in die unmittelbare Nähe der Floristik-Aussteller, die dort Pflanzgefäße, Übertöpfe, Werkzeuge, Deko-Elemente, Grußkarten und ergänzende Sortimente zeigen. Besucher erleben zudem auf der beliebten Drehbühne und in aufwändig gestalteten Showrooms florale Handwerkskunst und spektakuläre Live-Shows. Der IPM Messe-Cup 2025 steht unter dem Motto "Grenzenlos blühende Gemeinschaft" die besten floralen Werkstücke sind ebenfalls in Halle 5 ausgestellt. Weitere Trends für den grünen Fachhandel und erfolgreiche

POS-Konzepte zeigt Kreativdirektor Romeo Sommers im IPM Discovery Center – ebenfalls neu in der Halle 5.

· Ausstattung (in allen Hallen): Vom Ladenbau bis zur IT: Erst die passende Ausstattung macht viele Produkte zu einem Kundenmagneten. Diese Lösungen finden sich über alle Messehallen – entsprechend thematisch zugeordnet – verteilt

Internationale Highlights und neue Ideen made in Germany

Die ganze Welt des Gartenbaus ist während der IPM ESSEN zu Gast. Einen Überblick über die nationentypischen Produkte eines Landes geben die internationalen Gemeinschaftsstände. Diese besonderen Ausstellungsflächen organisieren Belgien, China, Costa Rica, Dänemark, Frankreich, Indien, Israel, Japan, Südkorea, die Niederlande, Polen, Portugal, Spanien, die Türkei, UK und die USA. Hier haben Fachbesucher die Möglichkeit, mit Ausstellern eines Landes ins Gespräch zu kommen und sich gezielt über deren Leistungen zu informieren.

Neue Impulse für die Branche kommen oft von jungen Unternehmen. Unter dem Titel "Young Innovators" präsentieren sich junge Start-Ups in Halle 6. Gefördert wird ihr Messeauftritt vom Bundeswirtschaftsministerium.

Weitere Infos zur Messe, zum Programm und zu Tickets unter: www.ipm-essen.de.

27.01.2025

IPM ESSEN 2025 lockt mit vielseitigem Rahmenprogramm

Foren, Sonderschauen, Trend-Touren und Wettbewerbe

Vom 28. bis 31. Januar 2025 wird die Messe Essen erneut zum globalen Treffpunkt der Gartenbauindustrie. Unter dem Leitthema "Unendlich grüne Vielfalt" vereint die Weltleitmesse IPM ESSEN Produkte, Innovationen und Trends aus allen Bereichen der Branche. Begleitet wird die Veranstaltung von einem vielfältigen Rahmenprogramm, das Fachbesucher spannende Einblicke, interaktive Erlebnisse und umfassende Networking-Chancen bietet.

Forum für Gärtner: Wissen und Austausch im Fokus

Im neuen Gärtnerforum in Halle 2 stehen praxisorientierte Vorträge, Diskussionsrunden und Rundgänge zu aktuellen Themen des Gartenbaus im Mittelpunkt. Experten aus der Branche teilen ihre Erkenntnisse zu innovativen Produktionslösungen, nachhaltigen Konzepten und Zukunftsstrategien. Der Treffpunkt bietet nicht nur wertvolle Impulse für den Arbeitsalltag, sondern auch eine ideale Plattform für den Erfahrungsaustausch und die Vernetzung innerhalb der grünen Community. Hier geht es zum Programm und zur Anmeldung: Gärtnerforum.

Innovationscenter Gartenbautechnik: Zukunftstechnologien zum Anfassen

In Halle 4 beleuchtet das Innovationscenter Gartenbautechnik in Kurzvorträgen die Zukunft der Branche mit nachhaltigen und effizienten Technologien. Themen wie Nachhaltigkeit, Torfreduktion, Automatisierung und Energie stehen hier im Fokus. Auch der Anbau von Cannabis und vertikale Pflanzsysteme werden thematisiert. Der Landesverband Gartenbau Nordrhein-Westfalen macht auf der Bühne den Auftakt mit der Panel-Diskussion "Gartenschauen in NRW: Motor für nachhaltige Stadtentwicklung". Das gesamte Programm auf einen Blick: Innovationscenter Gartenbautechnik. Ergänzend dazu ist das Innovationscenter Gartenbautechnik auch der Startpunkt für geführte Rundgänge zu Highlights der Technik-Hallen 3 und 4: Technik-Trendtour

FDF-World: Floristik in Perfektion

In Halle 5 erwartet das Fachpublikum die FDF-World des Fachverbands Deutscher Floristen – Bundesverband (FDF). Hier werden auf der beliebten Drehbühne und in aufwendig gestalteten Showrooms florale Handwerkskunst und spektakuläre Live-Shows präsentiert. Dabei sind zum Beispiel Deutschlands Meisterfloristen und andere internationale Stars der Szene. Einen Schwerpunkt bildet in diesem Jahr die

Hochzeitsfloristik. Hier geht es zum Bühnenprogramm: FDF-World

IPM-Messecup: Floristen demonstrieren ihre Kreativität

Ein Fest für Kreativität, Handwerkskunst und jede Menge Gestaltungsfreude erwartet Besucher und Teilnehmer beim IPM-Messecup. Unter dem Motto "Grenzenlos blühende Gemeinschaft" zeigen die Wettbewerbsteilnehmer ihr Können und ihre Werkstücke in den Kategorien "Strauß", "Grüner Held im Topf" und "Gefäßpflanzung". Wer gewonnen hat, wird am letzten Messetag in Halle 5 bekannt gegeben.

IPM Discovery Center: innovative POS-Konzepte

Unter der Leitung von Kreativdirektor Romeo Sommers zeigt das IPM Discovery Center in Halle 5 die neuesten nachhaltigen Retail- und POS-Konzepte für grüne Produkte. Geführte Touren bieten tiefgehende Einblicke in aktuelle Trends und erfolgreiche Verkaufsstrategien, die für den grünen Fachhandel einen echten Mehrwert schaffen. Hier geht es zur Anmeldung: Trend-Touren im IPM Discovery Center

Pflanzennovitäten im Rampenlicht: IPM-Neuheitenschaufenster

Am ersten Messetag werden die besten Pflanzenneuheiten ausgezeichnet. Alle Aussteller waren aufgerufen, ihre Novitäten einzureichen. In diesem Jahr bewerben sich insgesamt 55 Pflanzen von 33 Ausstellern aus elf Ländern in den Kategorien blühende und grüne Zimmerpflanzen, Frühjahrsblüher, Beet- und Balkonpflanzen, Schnittblumen, Stauden, Gehölze und Kübelpflanzen um den Titel "IPM-Neuheit 2025". Alle Neuheiten sind im Infocenter Gartenbau in der Halle 4 ausgestellt.

Show Your Colours Award: Storytelling für Pflanzen

Beim Show Your Colours Award 2025 geht es um die beste Geschichte, die den Mehrwert einer Pflanze zum Ausdruck bringt. Es konnten sowohl Pflanzen als auch Pflanzenkonzepte eingereicht werden. Insgesamt zehn Firmen treten im Rennen um das kreativste Storytelling gegeneinander an. Die Siegerehrung ist am Messedonnerstag am Stand von BIZZ Holland in Halle 8. Hier geht es zu den Nominierungen: Show Your Colours Award

International Grower of the Year Awards

Die IGOTY Awards, organisiert von der International Association of Horticultural Producers (AIPH) und FloraCulture International (FCI), zeichnen die Besten der Welt in der Zierpflanzenproduktion aus. Die Auszeichnungen umfassen vier Kategorien: fertige Pflanzen und Bäume, Jungpflanzen, Schnittblumen und Blumenzwiebeln sowie Nachhaltigkeit. Der Empfang und die Verleihung des IGOTY 2025 finden am Dienstag, 28. Januar, statt.

Premiere auf der IPM ESSEN: Green Cities Europe Award

Lyon, Breslau, Viacenza: Begrünungsprojekte in diesen drei Städten stehen im Finale des Green Cities Europe Award. Zehn der 13 europäischen Länder, die sich an der Initiative der European Nurserystock Association (ENA) beteiligen, hatten im Vorfeld jeweils ein nationales Projekt vorgeschlagen. Aus ihnen wählte die Jury mittels eines Punktesystems Projekte aus Frankreich, Polen und Italien unter die Top Finalisten. Wer schließlich das Rennen gemacht hat, wird am Messedonnerstag im Rahmen einer Zeremonie gegenüber dem Stand des Bunds deutscher Baumschulen in Halle 7 enthüllt. Dort können Interessierte überdies alle zehn Projekte in Augenschein nehmen, die sich an dem Wettbewerb beteiligt hatten.

BdB-Seminar: Fachwissen aus erster Hand

Der Bund deutscher Baumschulen (BdB) lädt am Mittwoch, 29. Januar, zum Fachseminar "Gehölze in der wassersensiblen Stadt" ein, das sich aktuellen Herausforderungen und Zukunftsthemen der Branche widmet. Im Fokus stehen klimaresistente Gehölze, neue Anforderungen an den Garten- und Landschaftsbau sowie nachhaltige Ansätze für die Stadtbegrünung. Das Seminar bietet praxisnahe Vorträge und tiefgehende Einblicke, die Fachbesucher*innen wertvolle Anregungen für den Berufsalltag liefern.

Ausblicke für den Garten- und Landschaftsbau

"Kreislaufwirtschaft im GaLaBau: Zukunft gestalten – Märkte innovativ besetzen" lautet der Titel des Zukunftskongresses des Verbands Garten-, Landschafts- und Sportplatzbau Nordrhein-Westfalen e. V. am Messedonnerstag. Klimawandel, Ressourcenknappheit und gesellschaftliche Transformationen erfordern innovative Lösungen. Die Kreislaufwirtschaft ist ein zukunftsfähiges Wirtschaftssystem, das Nachhaltigkeit und geschäftlichen Erfolg verbindet. Vier renommierte Experten werden in ihren Vorträgen die Kreislaufwirtschaft aus unterschiedlichen Blickwinkeln beleuchten und einen Bezug zum GaLaBau herstellen.

Grüne Talente fördern

Das Rahmenprogramm der IPM ESSEN 2025 legt einen besonderen Schwerpunkt auf Nachwuchsförderung und berufliche Perspektiven im Gartenbau. Das "Forum Beruf + Zukunft" in Kooperation mit dem Eugen Ulmer Verlag bietet am Donnerstag, 30. Januar praxisnahe Vorträge und Diskussionen rund um Ausbildung, Studium und Weiterbildung. Nachwuchskräfte und Quereinsteiger können sich hier über Karrieremöglichkeiten informieren. Das Programm im Überblick: Forum Beruf + Zukunft. Stellenangebote und -gesuche finden Interessierte an der "Grünen Karrierewand" in der Galeria. Am 29. und 30. Januar laden die grünen Verbände zur Berufsinformationsveranstaltung "We love Green – Grüne Berufe live erleben!" die Schulklassen 9 bis 12 ein, die vielfältigen Ausbildungsmöglichkeiten im Gartenbau kennenzulernen.

Speed Learning Tour: Wissen in 100 Sekunden

Ein besonderes Highlight ist die "Speed Learning Tour", die über die gesamte Messe führt. In nur 100 Sekunden erhalten Teilnehmer von den mitmachenden Ausstellern spannende Kurzinfos zu innovativen Gartenbauthemen. Nach dem Besuch von mindestens zehn Ständen kann eine Laufkarte mit Stempeln ausgefüllt und am Stand der Junggärtner in Halle 2 abgegeben werden. Die Laufkarten stehen an den Messeingängen zur Verfügung. Als Anreiz winken bei der Verlosung am letzten Messetag 21 Frühstücksgutscheine im Wert von je 100 Euro.

Messehighlights entdecken

Von Dienstag bis Donnerstag werden geführte Rundgänge zu den Messehighlights angeboten. Branchen-Influencer Michael Perry, auch bekannt als Mr. Plant Geek, führt die Teilnehmer zu ausgewählten Ausstellern und innovativen Produkten, um einen umfassenden Überblick über aktuelle Trends und Entwicklungen zu geben. Hier geht es zur Anmeldung: Messe-Highlights

Meeting-Point Klimabäume und Stauden: nachhaltige Pflanzenlösungen erleben

Der Meeting Point in Halle 6 bietet Informationen und Austausch zu klimaresistenten Bäumen und insektenfreundlichen Stauden. Geführte Messetouren zu Ausstellern, die Sortimente im Angebote haben, die den geänderten klimatischen Bedingungen standhalten, finden zweimal täglich statt. Eine Anmeldung ist hier möglich: Meetingpoint Klimabäume und Stauden

FROM THE GREENHOUSE: Branchenwissen zum Hören

Im offiziellen IPM-Podcast "FROM THE GREENHOUSE" kommen in spannenden Interviews und Diskussionsrunden Experten und innovative Köpfe aus der grünen Branche zu Wort. Der Podcast beleuchtet aktuelle Trends, Herausforderungen und zukunftsweisende Entwicklungen. Besucher haben die Möglichkeit, bei der Aufzeichnung im Glashaus-Studio in Halle 5 auf der Fläche des IPM Discovery Centers dabei zu sein und Einblicke hinter die Kulissen des Formats zu erhalten. Moderatorin ist Fenia Hirsch bekannt aus dem Gartenzeit-Podcast "GrünGerede".

Immer up-to-date: Messe-App und IPM daily

Die kostenfreie IPM-Messe-App unterstützt bei der Messeplanung. Der Hallenplan inklusive der Standorte der Aussteller dient zur besseren Orientierung auf der Messe. Mit der Austellerliste lässt sich bequem der persönliche Besuchsplan zusammenstellen.

In Kooperation mit dem Eugen Ulmer Verlag erscheint täglich das "IPMdaily" in Form eines Newsletters. Es informiert über das tägliche Programm und Messe-Highlights. Hier geht es zur Anmeldung. IPM daily Anmeldung

Weitere Informationen stehen auf der Website www.ipm-essen.de und im E-book bereit.

14 Gemeinschaftsstände inspirieren auf der IPM ESSEN 2025

Aussteller zeigen Pflanzen-Neuheiten und technische Innovationen

Die internationalen Gemeinschaftsstände sind ein Besuchermagnet auf der IPM ESSEN vom 28. Januar bis 31. Januar in der Messe Essen. Denn sie bieten den Fachbesuchern der Weltleitmesse eine einzigartige Gelegenheit, die landestypischen Pflanzen und technischen Innovationen aus verschiedenen Erdteilen kompakt zu entdecken. 13 Nationen – unter anderem Belgien, Costa Rica, Dänemark, Polen, Spanien und die USA – sind mit ihren Ständen vertreten und bieten grenzübergreifende Inspiration.

Belgien (Halle 2 / Halle 6 / Halle 8)

Gleich mit drei Ständen und 32 Unternehmen ist die belgische Region Flandern auf der IPM ESSEN 2025 vertreten. Die Besucher erwartet ein vielfältiges Produktsortiment mit blühenden Topfpflanzen, Grünpflanzen, Baumschulware, Stauden und Jungpflanzen. Zwar verzeichnet die belgische Gartenbauwirtschaft einen Rückgang der Gesamtbetriebszahlen, die verbleibenden Betriebe wachsen jedoch durchschnittlich deutlich in der Größe. Dies führt zu einem verstärkten Fokus auf Innovation und Nachhaltigkeit bei Züchtung und Betriebsführung. Besonders im Fokus stehen die Entwicklung klimaresilienter Pflanzen, der Einsatz alternativer Substratmischungen, präzise Bewässerungs- und Düngungstechniken sowie integrierter Pflanzenschutz. Zahlreiche Unternehmen setzen zudem auf Energieinvestitionen, um ihre Prozesse umweltfreundlicher zu gestalten.

Costa Rica (Halle 1)

Zehn Unternehmen aus der Produktion und dem Export von Zierpflanzen sind auf diesem Gemeinschaftsstand vertreten. Sie zeigen vor allem verschiedene Arten und Formen von Ficus-Sorten, aber auch eine große Auswahl an Drachenbäumen (Dracaenas) sowie Zamioculcas, Philodendrons oder Yucca Elephantipes. Darunter sind auch Pflanzen, die unter technologischen und innovativen Produktionsverfahren wie zum Beispiel in-vitro-Prozessen hergestellt wurden. Die teilnehmenden Unternehmen sind Pioniere in den Bereichen Produktion und Vermarktung von Zierpflanzen. Ihre Leitprinzipien sind Qualitätskontrolle, Umweltschutz und sozial verantwortliches Handeln.

Dänemark (Halle 6)

Zum dänischen Gemeinschaftsstand der Marketingorganisation Floradania gehören 16 Aussteller. Präsentiert werden eine breite Auswahl dänischer Zierpflanzen, Weihnachtsbäume und Blumenzwiebelprodukte. Ein zentraler Trend in Dänemark ist die Integration von Pflanzen in die Innenraumgestaltung, was die wachsende Bedeutung von Grün als Designelement unterstreicht. Nachhaltigkeit steht ebenfalls im Fokus, insbesondere durch umweltfreundliche Produktionsmethoden.

Frankreich (Halle 2 / Halle 7)

Auf der IPM ESSEN 2025 präsentieren sich die französischen Aussteller unter dem Label CHOOSE FRANCE an neuen Standorten: Züchter, Jungpflanzen und blühende Pflanzen sind in Halle 2 zu finden, während die Baumschulen in Halle 7 ihre Vielfalt demonstrieren. Führende innovative Anbieter aus Regionen wie der Provence, den Pays de la Loire, der Bretagne und Paris zeigen auf der Messe ihre Farbenpracht, Neuheiten und Bestseller. Zu den Highlights gehören etwa die HALIOS RED ALLEGRO® und PETIT MOULIN® sowie die Clematis "Notre Dame de Paris".

Großbritannien (Halle 7)

Der britische Gemeinschaftsstand auf der IPM ESSEN 2025 wird von der Commercial Horticultural Association (CHA) organisiert. Insgesamt präsentieren zehn britische Unternehmen ihre Produkte und Dienstleistungen, darunter Gartenpflanzen wie Rosen, Clematis und Jungpflanzen, nachhaltige Düngemittel und Biostimulanzien, LED-Beleuchtung für den Gartenbau, Baumhalterungen, Etiketten, Verpackungsmaterial und Designservices.

"Die IPM ESSEN ist für uns immer eine äußerst dynamische und gut besuchte Messe. Viele unserer Aussteller sind jedes Jahr mit dabei, weil die Veranstaltung so bedeutend ist und wir eine hervorragende Platzierung in Halle 7 haben", so Emma Brazier, Event Managerin der CHA. "Wir freuen uns, im Januar zehn britische Unternehmen auf der Messe willkommen zu heißen, die von unserem umfassenden Logistik- und Marketing-Support profitieren werden. Wir erwarten eine lebhafte und erfolgreiche Veranstaltung, die den Auftakt für unseren Messekalender 2025 bildet."

Israel (Halle 2)

Das israelische Baumschulunternehmen Hishtil präsentiert sich auf der IPM ESSEN mit vier Ausstellern. Die Fachbesucher erwartet an dem Gemeinschaftsstand in Halle 2 eine große Vielfalt an Bio-Pflanzen wie beispielsweise veredeltes Gemüse und Kräuter. Dazu zählt auch die Salbeisorte Salvia officinalis "Ovalvet", die für ihren süßen Duft und ihre runden, samtig-graugrünen Blätter geschätzt wird. Ebenfalls im israelischen Messe-Gepäck: mehrere Lavendel- und Rosmarinsorten (Lavandula x intermedia "Exceptional", Lavandula stoechas "Big Foot", Rosmarinus officinalis "Capercaillie", Rosmarinus off. "Gorizia"), ein Thymus mastichina Compact "POMPOM" mit besonders breiten und markanten Blättern und die Hochgebirgsminze Ziziphora clinopodioides "High Mountain Mint".

Niederlande (Halle 1 / Halle 8)

Im niederländischen Gartenbausektor werden nachhaltige Blumen und Pflanzen immer wichtiger. Davon können sich die Fachbesucher am Gemeinschaftsstand der Genossenschaft Royal FloraHolland in Halle 1 mit rund 20 Unternehmen überzeugen. Die Aussteller präsentieren beispielsweise Chrysanthemen aus ethischem Anbau und frei von schädlichen Chemikalien sowie ökologisch gezüchtete Anthurien. Außerdem bringen sie unter anderem Gerbera, Orchideen und Sukkulenten sowie Verpackungen und Dekorationen mit nach Essen.

Auf einem weiteren niederländischen Gemeinschaftsstand in Halle 8 präsentieren sich 40 Unternehmen aus den verschiedenen Baumschulzentren des Königreichs, organisiert vom Unternehmen BIZZ Holland. Neu in diesem Jahr ist das Show-Your-Colours-Gartencenter. Dort schließen sich mehr 20 renommierte Marken zusammen und schaffen eine einzigartige Präsentation mit Konzepttischen und POS-Materialien im Gartencenter-Setting. So erhalten die Fachbesucher Inspiration für besondere Aktionen und praktische

Unterstützung, um ihren Kunden Pflanzenmerkmale und Pflegetipps zu vermitteln. Darüber hinaus reicht das Angebot der Aussteller von Alleebäumen, Ziersträuchern, Koniferen, Rosen und Stauden bis hin zu Startunterlagen.
Polen (Halle 6)

Der polnische Gemeinschaftsstand auf der IPM ESSEN 2025 wird vom Verband Polnischer Baumschulen (ZSzP) organisiert, der die führenden Baumschulbetriebe Polens vereint. Diese Betriebe bieten eine breite Palette an Zier- und Obstpflanzen an: von Jungpflanzen bis hin zu ausgewachsenen Gehölzen wie Bäume und Sträucher. Damit richten sich die Baumschulen an öffentliche und institutionelle Grünanlagen und auch Hausgärten. Interessenten, die typische oder auch seltene Pflanzen suchen, berät der Verband gerne an seinem Stand.

Dort wird auch der Baumschulkatalog 2025 vorgestellt, der Informationen zu Betrieben, Pflanzensortimenten und Kontaktmöglichkeiten enthält. Auch der neue "Catalogue of Proven Plants", erstmals in englischer Sprache, wird verfügbar sein. Neben den vier ausstellenden Baumschulen am Gemeinschaftsstand präsentieren sich weitere polnische Unternehmen eigenständig auf der Messe.

Spanien (Halle 6)

Spanien ist auf der IPM ESSEN 2025 mit einem beeindruckenden Gemeinschaftsstand vertreten, der von FEPEX organisiert wird. Insgesamt präsentieren 31 Unternehmen mediterrane Pflanzen wie Olivenbäume, Palmen, Sträucher, Obstbäume und weitere Zierpflanzen. Die teilnehmenden Betriebe stammen aus den Regionen Valencia, Katalonien, Andalusien, den Kanarischen Inseln und Galicien. Der Stand erstreckt sich in Halle 6 über eine Fläche von mehr als 1.200 Quadratmeter. Neben den Produktpräsentationen bietet eine 71 Quadratmeter große institutionelle Begegnungszone Möglichkeiten für Vernetzung und Austausch.

Deutschland ist ein bedeutender Exportmarkt für spanische Pflanzen. Hier ist der Absatz in den letzten fünf Jahren um 87 Prozent gestiegen auf gut 50 Millionen Euro im Jahr 2022.

Türkei (Halle 5)

23 Unternehmen, die die klimatischen Vorteile der Türkei optimal nutzen, nehmen am türkischen Gemeinschaftsstand der IPM ESSEN 2025 teil. Auf einer Fläche von 455 Quadratmetern zeigen sie die hochwertigen Produktionskapazitäten des Landes im Bereich der Zierpflanzen. Ziel des Türkei-Pavillons ist es, die Produktionskraft und die innovativen Ansätze der türkischen Unternehmen auf dem Weltmarkt vorzustellen und den Anspruch der Türkei im Zierpflanzensektor erneut zu demonstrieren. Besucher erfahren hier zudem mehr über die Schritte der Türkei in Richtung Nullemission und die grüne Transformation.

Diese Länder sind ebenfalls mit Gemeinschaftsständen vertreten

Neben den genannten Nationen erwarten die Besucher der IPM ESSEN 2025 gemeinsame Auftritte aus Portugal (organisiert durch Portugal Fresh, Halle 6), den USA (organisiert durch SUSTA, Halle 2) und Indien (organisiert durch Coir Board, Halle 4.)

Weitere Informationen unter www.ipm-essen.de

27.01.2025

IPM Discovery Center erstmals in Halle 5

Nachhaltigkeit im grünen Einzelhandel erleben!

Nachhaltigkeit im grünen Einzelhandel erleben!

Erneut wird die Messe Essen zum internationalen Treffpunkt für die Gartenbaubranche, wenn die IPM ESSEN vom 28. bis 31. Januar 2025 zum 41. Mal an den Start geht. Mit dem IPM Discovery Center wartet im Zentrum des vollbelegten Messegeländes ein besonderes Highlight auf den grünen Facheinzelhandel. Die Sonderfläche für kreative POS-Konzepte präsentiert sich an einem neuen Standort: Halle 5 wird zur inspirierenden Trendhalle. Auch die European Floral Suppliers Association (EFSA) ist vertreten. Gartencenterbetreiber erhalten dort viele neue Vermarktungsideen und konkrete Handlungsempfehlungen für das eigene Geschäft. Gestaltet wird die Fläche von Kreativdirektor Romeo Sommers, die de Haan Group liefert den hochwertigen Standbau.

Im IPM Discovery Center steht Nachhaltigkeit als ein wichtiger Aspekt der Kaufentscheidung im Fokus. Die 400 Quadratmeter große Ausstellungsfläche zeigt, wie Baumärkte und Gartencenter, aber auch diverse andere Einzelhändler Pflanzen auf moderne und umweltfreundliche Weise präsentieren und verkaufen können. Eines der Hauptthemen ist das biophile Design – ein Konzept, das natürliche Elemente wie lebendes Grün, Tageslicht und organische Materialien in die Verkaufsräume integriert. Dies verbessert nicht nur das Einkaufserlebnis, sondern fördert auch den Verkauf nachhaltiger Produkte.

Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf erlebnisorientiertem Einzelhandel. Besucher können entdecken, wie Geschichten, interaktive Präsentationen und multisensorische Elemente eingesetzt werden, um eine emotionale Verbindung zwischen Kunde und Marke zu schaffen. Dabei geht es nicht nur darum, was der Kunde erlebt, sondern auch, wie diese Erfahrung Bedeutung in seinem täglichen Leben erlangt.

Das Fachpublikum erhält somit eine inspirierende Perspektive darauf, wie Nachhaltigkeit und Erlebnis im modernen grünen Einzelhandel zusammengeführt werden können. Mit innovativen und zukunftsweisenden Ideen zeigt die Sonderfläche, wie Unternehmen auf die wachsende Nachfrage nach umweltbewussten und kundenorientierten Einkaufserlebnissen reagieren können.

Das IPM Discovery Center lädt dazu ein, die Retail-Welt von morgen entweder auf eigene Faust zu entdecken oder in einem geführten Rundgang mit Romeo Sommers mehr zu erfahren. Jeweils um 10 und um 14 Uhr startet die circa 30 Minuten lange Tour.

Premiere: EFSA kooperiert mit Discovery Center auf der IPM ESSEN

Erstmals arbeiten das Discovery Center und die EFSA eng zusammen. In Halle 5 entsteht eine EFSA Lounge im gleichen Look & Feel wie das IPM Discovery Center. Alle EFSA-Aussteller – NDT, Ter Stege, Fleur Ami, Capi, Woodlodge, Esschert und Baltus – präsentieren sich auch im Discovery Center mit Übertöpfen für den Innen- und Außenbereich aus unterschiedlichsten Materialien, Dekoartikeln sowie Blumenzwiebeln. Im IPM

Discovery Center sind weitere Unternehmen und Marken mit neuen Produkten vertreten: Air so Pure mit luftreinigenden Pflanzen, Kahler mit innovativen Ladenbaukonzepten, Hackboe und Seed2Soil mit Gartenbautechnik sowie Haymarket Media mit einem Magazin.

Gläsernes Podcast-Studio

Der offizielle Podcast der IPM ESSEN, "From the Greenhouse", wird bereits zum zweiten Mal mit einem gläsernen Aufnahmestudio, ein Gewächshaus der Firma ACD, Teil des IPM Discovery Centers sein. Persönlichkeiten der Branche sind vor Ort und sprechen über aktuelle Themen. Wer Lust hat, schaut vorbei und nimmt sich einen Kopfhörer, um dem Gespräch live zu folgen. Immer am letzten Freitag des Monats erscheint eine neue Folge auf den gängigen Podcast-Plattformen.

Programm des neuen Gärtnerforums auf der IPM ESSEN steht fest

Besucher erhalten auf der Fachmesse wertvolle Impulse für ihr Geschäft

Vom 28. bis 31. Januar 2025 versammelt die IPM ESSEN die Pflanzenbranche in der Messe Essen. Unter dem Motto "Unendlich grüne Vielfalt" erwartet die Fachbesucher ein einzigartiges Angebot an Pflanzen, Technik, Floristik und Ausstattung. Für den produzierenden Gartenbau lohnt sich ein Besuch der Weltleitmesse der grünen Branche ganz besonders: Im neuen Gärtnerforum in Halle 2 informieren Aussteller das Publikum in praxisnahen Vorträgen und Podiumsdiskussionen über die Zukunft, Produktion und Industrie im Jungpflanzenbereich. Das Programm, das täglich um 10.30 Uhr startet, steht jetzt fest.

Am ersten Messetag (Dienstag, 28. Januar) dreht sich im Gärtnerforum alles um Trends und Best Practices. So stellen zum Beispiel Lubera Edibles, Cultivaris und Proven Winners ihre neuesten Produkte und aktuelle Marketingtrends vor. Die LVG Heidelberg präsentiert den Online-Sortenfinder und die Firma Kötterheinrich thematisiert die Anforderungen des zukünftigen Handels.

Ein gemeinsamer Blick in die Zukunft steht am zweiten Messetag (Mittwoch, 29. Januar) auf der Agenda. Die Firma Brandkamp macht den Anfang und berichtet, wie Betriebe den Generationenwechsel im Gartenbau meistern. Anschließend dreht sich alles um Nachhaltigkeit und Pflanzenschutz – zwei Bereiche, die die Zukunft des Gartenbaus maßgeblich bestimmen. Syngenta Agro, GlobalG.A.P. und Wir sind Garten zeigen auf, wie es aktuell um diese Themen steht und welche Möglichkeiten Gartenbaubetriebe haben, sich nachhaltig aufzustellen. Aus der Perspektive der Forschung und Wissenschaft berichten die LVG Heidelberg und die Universität Hohenheim.

Am Messedonnerstag (30. Januar) liegt der Schwerpunkt auf Industrie und Handel. Firmen wie Bailey Nurseries, Kordes Jungpflanzen, GASA GROUP Denmark oder Syngenta Flowers teilen ihren Erfahrungen und Ideen. In einem Panel diskutieren zudem vier Aussteller über die Jungpflanzenindustrie in ihrem Herkunftsland Frankreich und ziehen globale Vergleiche.

Am letzten Messetag (Freitag, 31. Januar) steht das Tagesthema Umwelt im Fokus. Der französische Jungpflanzenproduzent LAFORET macht den Auftakt und spricht über den Modernisierungsprozess für eine umweltfreundliche Produktion. Dümmen Orange schließt das Gärtnerforum mit dem Thema bienenfreundliches Züchten ab.

Sämtliche Vorträge im Gärtnerforum werden für die nicht-deutschsprachigen Messebesucher simultan übersetzt. Vor dem offiziellen Start erwartet das Fachpublikum täglich von 09:30 bis 10:30 Uhr ein Meet & Coffee, bei dem sie sich mit Politik- und Verbandsvertretern austauschen können. Abgerundet wird das Programm zwei Mal täglich durch geführte Rundgänge zu den teilnehmenden Ausstellern des Gärtnerforums. Das komplette Programm sowie Fachbesucher-Informationen zur Vorab-Anmeldung für die Rundgänge sind online verfügbar unter www.ipm-essen.de.

Mit dem IPM-Expressbus nach Essen

Wer als Gärtner rundum sorglos zur IPM ESSEN reisen will, profitiert erstmals von einem ganz besonderen Service der Messe Essen. Während der gesamten Laufzeit fahren Busse aus mehreren großen Gartenbauregionen – wie zum Beispiel dem Niederrhein – nach Essen und wieder zurück. Interessierte Betriebe können sich bei ihren zuständigen Kreisverbänden melden, die das Angebot der Messe Essen in ihrer Region koordinieren.

Marktbericht zur IPM ESSEN 2025

Gartenbau trotzt mit Zuversicht herausfordernden Zeiten

Nach überdurchschnittlich guten Jahren für den Gartenbau unter Corona, die alle Erwartungen weit übertroffen haben, kehrt der Markt seit 2022 allmählich wieder zurück zur Normalität. 2023 war das Marktvolumen für Blumen und Pflanzen bereits um knapp 4 % auf 8,6 Milliarden Euro (zu Einzelhandelspreisen) in Deutschland geschrumpft – ein Wert knapp unter Vor-Corona-Niveau, aber immer noch akzeptabel. Besorgniserregend jedoch ist, dass die Umsätze mit deutlich geringeren Stückzahlen erzielt wurden. Das deutet darauf hin, dass der Markt grundsätzlich schrumpft, gleichzeitig aber die Preise für Blumen und Pflanzen steigen. Eins vorab: Die Preiserhöhungen reichen oft nicht aus, die stark gestiegenen Betriebsmittelkosten und gestiegenen Mindestlöhne abzufangen. Insofern waren zu Jahresbeginn alle in der Branche sehr gespannt, wo die Reise im Jahr 2024 hingehen wird.

Trotz allgemein bekannter Multikrisen und verunsicherten Konsumenten ging die Branche mit Zuversicht und Gelassenheit in die neue Saison. Dabei sollte sich mal wieder zeigen, wie stark das Wetter Einfluss auf den Geschäftsverlauf hat, aber nicht nur. Wenn man sich das Wetter 2024 anschaut, erscheint es zunächst widersprüchlich: zu heiß, zu kalt, zu nass, zu trocken, zu früh, zu spät. In der Summe führte es zu einem Jahr mit Extremen, unterm Strich aber auch zu einem stabilen Markt. Das Marktvolumen 2024 liegt "preisgetrieben" bei 8,8 Milliarden Euro.

Zu Jahresbeginn 2024 schätzten bei einer Befragung der TASPO 40 % der Gärtner optimistisch, dass die Saison 2024 gut laufen würde. 33 % hingegen waren der Meinung, dass es schwerer werden würde. Die restlichen 27 % wollten das Geschäftsjahr 2024 nicht einschätzen und sich aufgrund der unsicheren Rahmenbedingungen nicht dazu äußern. Die Aussichten für 2024 wurden nicht als rosig beschrieben: weniger Nachfrage bei steigenden Kosten. Ukrainekrieg, Nahostkonflikt, Energieverteuerung und steigende Inflation mit einhergehender Verunsicherung der Bevölkerung wurden als ungünstige Rahmenbedingungen für einen ungehemmten Konsum bewertet. Gleichzeitig wurden durch CO2-Abgaben, Mautverschärfung, Zunahme der Bürokratie, Mindestlohnerhöhungen sowie steigende Allgemeinkosten wie Versicherungen etc. steigende Produktionskosten prophezeit, die in einer Kaufzurückhaltung sowohl bei den Endverbrauchern, als auch den Gartenbauunternehmen münden würden.

In Hinblick auf die unsicheren Rahmenbedingungen stand der Jahresanfang im Zeichen von Protesten. Anfang des Jahres 2024 schlossen sich die Gärtner den Agrar-Protestwochen in Berlin an, um ihre Unzufriedenheit mit den Haushaltsplänen der Bundesregierung zum Ausdruck zu bringen. Viele Demonstrierende bemängelten die fehlende Wertschätzung der Politik gegenüber der Branche und sahen die Wettbewerbsfähigkeit und die Existenz auf dem Spiel.

Als ein Zeichen für ein etwas verhalteneres Agieren konnte bereits zu diesem Zeitpunkt aus der Anbauerhebung PWZ Herbst 2023 der AMI abgelesen werden, dass Marktanpassungen folgen würden. So kündigten zu Jahresbeginn die Hälfte der Befragten Gärtner aufgrund der Kostensteigerungen und wirtschaftspolitischen Probleme an, ihre Produktion und Sortimente für 2024 anpassen zu wollen. Kalthauskulturen wurden wieder interessanter und Sortimentsverfrühungen standen wegen der Energiepreise

nicht mehr im Fokus. Im Gegenteil: Mehr als die Hälfte der Betriebe wollte später in die Produktion einsteigen, um der Energieproblematik entgegenzuwirken.

Das Jahr startet ganz gut

Die Royal FloraHolland – als einer der größten Handelsplätze für Blumen und Pflanzen in Europa – zog im Januar 2024 eine erste Bilanz zum Jahresstart. Demnach waren die Stückzahlen der Top-Ten-Schnittblumen im Januar etwas höher als im Vergleichszeitraum Januar 2023, während die Preise der Produkte im Durchschnitt niedriger ausfielen.

Auch die Blumengroßmärkte in Deutschland melden, dass die prophezeiten Umsatzeinbrüche nicht eingetreten sind, sondern die Umsätze dem Vorjahresniveau entsprachen. Gerade für die Topfpflanzenbetriebe sei das Jahr 2024 gut gestartet.

Valentinstag besser als erwartet

Als einer der ersten wichtigen Sonderverkaufstage im Gartenbau steht zu Jahresbeginn der Valentinstag als Gradmesser für den Erfolg oder Misserfolg der Branche.

67 % der Gärtner hatten im Vorfeld keine großen Erwartungen an das Valentinsgeschäft 2024. Nur 33 % rechneten mit guten Umsätzen. Im Nachgang waren dann aber doch mehr als die Hälfte zufrieden mit den Umsätzen am Valentinstag. Nur bei 19 % lief es gar nicht gut.

Auch in der Blitzumfrage des Verbandes des Deutschen Blumen-Groß- und Importhandels e. V. (BGI) zum Valentinstag wird deutlich, dass die pessimistischen Erwartungen und die Befürchtungen zur Konsumzurückhaltung unberechtigt waren. Bei mildem Wetter sei der Abverkauf trotz Aschermittwoch gut auf Vorjahresniveau verlaufen. Auch die großen Vermarkter wie Landgard, Veiling Rhein-Maas, Plantion oder Royal FloraHolland teilen diese Aussage. Alle berichten von besseren Umsätzen und Mengen als im Vorjahr.

Laut Auswertungen der Royal FloraHolland lagen im Februar 2024 die meisten Top-Ten-Gartenpflanzen im Hinblick auf Umsatz und Menge deutlich über dem Niveau des Vorjahresmonats. Die Verbraucherschaft hätte einfach Lust auf ein sonniges Frühjahr mit Farbe in ihrem Umfeld gehabt. So lagen die Umsätze im Durschnitt 26 % über dem Vorjahr und die Stückzahlen fast 33 % drüber. Die Tatsache, dass die Umsätze nicht so stark stiegen wie die Stückzahlen heißt im Umkehrschluss, dass die Preise niedrig waren; im Durchschnitt 5,5 % geringer als im Februar 2023. Das deckt sich mit den Aussagen der anderen "Big Player". Mit Ausnahme der Tulpen sei das Preisniveau für Valentinsverhältnisse gemäßigt gewesen. Auffällig sei gewesen, dass die rote Rose als Klassiker wieder mehr gefragt gewesen sei als im Vorjahr, als auch Rosen in den Farben Lachs, Dunkelrosa und Lila gerne nachgefragt wurden. Die Symbolik der roten Rose würde bei jungen Kunden wieder mehr greifen.

Auch die Veiling Rhein-Maas berichtet in ihrem Zwischenfazit für das erste Quartal 2024 von einem insgesamt positiven Geschäftsverlauf. Auch bei ihr lag der Produktumsatz aufgrund einer hohen Nachfrage und einem ordentlichen Preisniveau über die verschiedenen Absatzkanäle hinweg über dem Niveau von 2023. Besonders gefragt waren Rosen, Chrysanthemen, Gerbera und Eustoma. Nur bei Tulpen lagen die angelieferten Mengen aufgrund der geringeren Zwiebelproduktion 2023 deutlich unter dem Vorjahr. Bei den Topfpflanzen verlief die Vermarktung ab Februar insgesamt gut. Auch Gartenpflanzen wurden aufgrund der milden Witterung gut nachgefragt. Lediglich das Preisniveau bei Narzissen war unter Vorjahrsniveau. Alle

anderen Produkte wurden im ersten Quartal 2024 gut verkauft, besonders Schalen und Arrangements waren wieder sehr gefragt.

Die Frühlingsgeschäfte sind gut angelaufen – es wurde gekauft

Im März 2024 zeigten Analysen vom Marktforschungsinstitut GfK, dass sich die Verbraucherstimmung nach einem schwierigen Jahresstart leicht erholt hat. Bei einer weiter hohen Sparneigung legte das Konsumklima trotzdem wieder leicht zu, was förderlich für Sonderverkaufstage wie dem Frauentag oder Muttertag war. Laut Aussage der Blumengroßmärkte sorgte allein der Frauentag für 30 bis 40 % mehr Frequenz in den Großmärkten. Ohnehin spielt der Frauentag eine immer größere Bedeutung im Abverkauf von Blumen und Pflanzen. Im Fazit der Branche ist die Frühjahrssaison 2024 laut 87 % der Einzelgärtner sehr gut verlaufen. Nur 13 % geben an, dass die Kundschaft noch verhalten gekauft hätte.

Zahlen besser als Gefühl

Die Zahlen zeigen, dass die Verkäufe besser als die Erwartungen sind. Nach einem tristen Winter zeigt sich immer wieder, dass die Menschen einfach wieder Lust auf Frühling und Farben haben. Da ist dann auch nachvollziehbar, dass die Trendforschung zu Jahresbeginn herausrief, dass 2024 bunt werden solle. Mit kraftvollen Farben wie Rot, Magenta und Orange sollten bei Blumen und Pflanzen – im Hinblick auf die verunsicherte Weltlage – die dringend notwendigen positiven Impulse im persönlichen Umfeld eines jeden gegeben werden.

Auch wenn die finanziellen Spielräume der privaten Haushalte stark belastet waren und die Sparquote auf hohem Niveau war, war eine Kaufzurückhaltung oder gar Kaufverweigerung bei Blumen und Pflanzen im Frühjahr nicht so zu beobachten, wie manche befürchteten. Es zeigt sich wieder, dass der Konsum an Blumen und Pflanzen nicht dem allgemeinen Trend der Konsumgüter folgt, sondern stabil ist oder sogar wachsend.

Stabiles Ostergeschäft

Das Ostergeschäft ist im Nachgang betrachtet ganz ordentlich verlaufen. Sowohl Landgard, als auch Veiling Rhein-Maas berichten von einer höheren Nachfrage bei höheren Preisen. Gerade Pflanzen für den Außenbereich wurden trotz des frühen Ostergeschäfts aufgrund des guten Wetters rege nachgefragt. Das bestätigen auch die befragten Gärtner der TASPO zum Geschäftsverlauf zu Ostern. Fast drei Viertel der Kundschaft sei zu Ostern in Kauflaune gewesen. Nur 7 % beschreiben das Ostergeschäft als schleppend.

Aus den Niederlanden hört man ähnliches: Insgesamt lagen die Mengen und Preise bei den meisten der Top-Ten-Gartenpflanzen im März 2024 über dem Vorjahresniveau. Im Durchschnitt wurden 3,4 % höhere Preise bei 12,8 % mehr Warenumsatz erzielt.

Viele erklärten die starken Umsätze im März durch die relativ stabile Wetterlage. Zur Erinnerung: Der März 2024 war der wärmste März seit Aufzeichnung der Wetterdaten. Egal ob im Fachhandel, in den Baumärkten oder im Lebensmitteleinzelhandel, die Nachfrage der Kundschaft war ungetrübt und kontinuierlich stark.

April, April – mit dem Wetter ändert sich der Umsatz

Der April 2024 war sehr herausfordernd, da nach einem wetterbedingt phänomenalen Start in den ersten beiden Wochen das Saisongeschäft in der zweiten Hälfte des April wetterbedingt in vielen Regionen zurückging. Nach den sehr frühlingshaften Tagen wurden die Konsumenten durch das Wetter in der Kauffreude gestoppt. Das Kältehoch mit Frostperiode Ende April bremste das Geschäft nachweislich aus.

Anfang Mai verbesserte sich das Wetter, so dass die Saison der Beet- und Balkonpflanzen wieder Fahrt aufnahm. Der Mai bot dann wieder sonnige Abverkaufstage, die gelegentlich durch Feiertage und Regen leichte Dämpfer erhielten. Die Ware floss nicht so ab, wie sie sollte. Das Beet- und Balkongeschäft verlagerte sich somit wetterbedingt etwas vom Mai in den Juni. Damit kam es zu einer Überschneidung im Verkauf mit der Staudensaison, die terminlich normal angelaufen ist. Das führte dieses Jahr zu einer großen Auswahl an Blumen und Pflanzen für die Kundschaft im Juni, da beide Produktgruppen parallel geführt wurden.

Laut Royal FloraHolland waren die Umsätze im Mai 2024 durchweg niedriger als im Vorjahresmonat 2023. Der Umsatz der Zimmer- und Gartenpflanzen fiel im Mai fast 10 % geringer aus als 2023. In Summe sei die Beet- und Balkonsaison 2024 aber doch überdurchschnittlich gut gelaufen, so die Blumengroßmärkte.

Muttertagsgeschäft 2024 stellte sich sehr unterschiedlich dar

Die Verkäufe zu Muttertag waren laut der Blumengroßmärkte in Deutschland zufriedenstellend, auch wenn das Datum mit dem Feiertag für den Abverkauf eher ungünstig war. Es fehlten durch Brückentag und Kurzreisende Umsätze im Fachgeschäft. Denn gerade diejenigen, die sich eine Reise zwischendurch leisten können, gehören zur Stammkundschaft im Blumenfachhandel. Durch diese Konstellation wurden 2024 je nach Region zwischen 5 und 17 % weniger Umsatz an Muttertag gemacht, so der BGI. Die Preise waren leicht höher als im Vorjahr. Positiv wird seitens des BGI festgestellt, dass der Wunsch, zum Muttertag Blumen zu schenken, nicht nachgelassen hat und für gute Ware auch angemessene Preise bezahlt werden, gleichwohl die Straußgrößen tendenziell kleiner würden. Gerade in Süddeutschland seien florale Muttertags-Geschenke nach wie vor sehr beliebt.

Wetterbedingt ist viel Beet- und Balkonware zum Schluss der Saison stehen geblieben. Die Konsumlust ist seit Mitte Mai 2024 bei vielen Kunden bundesweit etwas zurückgegangen. Der Juni blieb hinter den Erwartungen der Händler.

Entsprechend waren bei einer TASPO-Umfrage im Juli 2024 die Gärtner etwas enttäuscht mit dem bisherigen Geschäftsverlauf. 67 % waren der Meinung, dass es wesentlich besser hätte laufen könnte, nur 37 % waren zufrieden.

Weniger Zeit Blumen einzukaufen?

Eine Ursache für den geringen Absatz kann eventuell auch an den kürzeren Ladenöffnungszeiten im Sommer liegen. Die Blumengroßmärkte berichteten ausgangs der Sommerferien, dass immer mehr Floristen in den Sommerferien für zwei bis drei Wochen Betriebsschließungen, aufgrund von Work-Life-Balance oder Personalknappheit, machen würden. Die TASPO hörte in der Branche nach und kam in ihrer Befragung zu dem Ergebnis, das 15 % der Unternehmen Betriebsferien machten, 27 % die Öffnungszeiten reduzierten und

die große Mehrheit mit 58 % uneingeschränkt geöffnet ließ.

Ein gutes erstes Halbjahr 2024

Die Veiling Rhein-Maas zeigt sich trotz der Wetterkapriolen im ersten Halbjahr 2024 zufrieden mit dem Geschäftsverlauf. Unterm Strich konnte genau der Produktumsatz erzielt werden wie im Halbjahr des Vorjahres (248 Millionen Euro). Laut Aussagen der Vermarktungsorganisation lag das vor allem an guten Durchschnittpreisen, gleichwohl das Warenangebot etwas geringer als im Vorjahr war.

Nach einem starken Februar, März und den zwei ersten Aprilwochen waren der Mai und Juni durch eine schwierige Vermarktungssituation charakterisiert. Selten herrschte passendes Gartenwetter, was sich in den Absatzzahlen von Beet- und Balkonpflanzen zeigte. Im ersten Halbjahr kam laut Aussagen verschiedener Einzelhandelsgärtner 10 % weniger Kundschaft. Die verbleibenden Kunden gaben aber im Durchschnitt 5 % mehr aus, was die geringere Kundenfrequenz in vielen Fällen abfederte. Stauden hingegen wurden ordentlich gekauft, was teilweise durch Ersatzpflanzungen aufgrund von Schneckenfraß erklärt wurde.

Die Sommerferien machten sich im Umsatz bemerkbar und erzeugten eine normale Flaute im Absatz. Die Erwartungen wurden aber erfüllt. Die Veiling Royal FloraHolland weist für den Juli bei den Umsätzen und Stückzahlen ihrer Top-Ten-Produkte positive Entwicklungen gegenüber Juli 2023 aus. Gewinnerinnen dabei sind vor allem Schnittblumen, die 30 % mehr Umsatz bei 8 % höheren Stückzahlen brachten. Verantwortlich für die sehr guten Umsatzzahlen waren 20 % höhere Durchschnittspreise.

Erstes Halbjahr über Vorjahresniveau in den Niederlanden

Der Blick zu den niederländischen Nachbarn zeigt, dass die ersten Monate im Jahr dort auch gut verliefen. So meldet Plantion im Juni 2024, dass sie mit 56 Millionen Euro 5 % mehr Umsatz getätigt hätten als 2023.

Für das erste Halbjahr 2024 meldet die Vereniging van Groothandelaren in Bloemkwekerijprodukten (VGB) einen kumulierten Gesamtexport bei Blumen und Pflanzen von 4,1 Milliarden Euro, was eine leichte Steigerung in Höhe von 2,5 % zu 2023 bedeutet. Der leichte Zuwachs ist vor allem durch einen relativ starken Schnittblumenexport zu begründen, der mit ca. 2,5 Milliarden Euro um 5,1 % über Vorjahresniveau lag. Pflanzen hingegen lagen mit einem Exportwert von 1,6 Milliarden Euro 1,3 % hinter den Vergleichszahlen aus dem ersten Halbjahr 2023.

Interessant ist, dass die Anzahl an Stielen bei den Schnittblumen im selben Zeitraum um 3 % und die Anzahl der Töpfe bei den Pflanzen um 2 % nachgelassen haben. In der Summe wurde also im ersten Halbjahr 2024 mit weniger Pflanzen mehr Umsatz im Export gemacht.

Schaut man sich die Absatzkanäle an, so fällt auf, dass der Absatz an Supermärkte in 2024 noch einmal um zwei % gestiegen ist. Der Absatz über diesen Kanal machte im ersten Halbjahr 2024 bereits mit 36,6 % einen der größten Absatzkanäle im Export aus, gefolgt von Großhändlern mit einem Warenumsatz von 26,6 %. Gartencenter und Baumärkte stehen mit 15,2 % des Umsatzes in der Bedeutung an dritter Stelle, gefolgt von Cash&Carry-Märkten (7,2 %) und Blumengeschäften (6,8 %). Die restlichen 7,6 % des Umsatzes erfolgten über diverse andere Absatzkanäle.

Laut der niederländischen Experten würden sich die Absatzzahlen zwischen Blumen und Pflanzen, aber auch zwischen dem spezialisierten Facheinzelhandel und dem organisierten Großhandel seit Corona stark verändern. Im Export nach Großbritannien werden weiterhin Probleme durch den Brexit erwartet. Für mehr Normalität sind neue Abkommen zwischen der EU und Großbritannien nötig. Importe aus Afrika hätten leicht abgenommen, wegen ungünstigen Wetterumständen (Regenperioden).

Ein Blick auf die drei wichtigsten Exportzielländer der Niederlande zeigt, dass nach Deutschland – als stärkstes Absatzland – im ersten Halbjahr 2024 im Vergleich zu 2023 1,6 % weniger Blumen und Pflanzen exportiert wurden. Der Absatz nach Großbritannien, als zweitwichtigster Markt, nahm trotz der Schwierigkeiten mit dem Brexit um ca. 5,6 % zu, während Frankreich als drittstärkstes Exportland der Niederlande 7,2 % weniger im Warenwert importierte.

Auffällig ist, dass außerhalb der Top-Drei-Exportländer der Export nach Osteuropa extrem stark zunahm. Osteuropa hätte sich laut VGB hinsichtlich des Verbrauchs von Blumen und Pflanzen in 2024 auffällig gut entwickelt. Tschechien, Rumänien und Polen sind die neuen Wachstumsmotoren für den Absatz von Blumen und Pflanzen, während der Absatz nach Frankreich immer schleppender verläuft.

Kurzer Exkurs: Nachfrage an Schnittblumen 2024

Insgesamt lagen die Ausgaben für Schnittblumen bis einschließlich September 2024 auf Vorjahresniveau. Der Fachhandel blieb um 2 % unter den Ausgaben des Vorjahres, der Systemhandel legte zu. Innerhalb des Fachhandels verloren vor allem die Blumenfachgeschäfte, während Gärtnereien und Gartencenter ihr Vorjahresergebnis überbieten konnten. Innerhalb des Systemhandels zeigten die Baumärkte auf geringem Niveau deutliche Steigerungen bei den Umsätzen für Schnittblumen. Lediglich die Discounter blieben bis einschließlich September 2024 um knapp 4 % unter den Vorjahresergebnissen. Der LEH legte weiter zu.

Die abgesetzte Menge an Schnittblumen sank im Vorjahresvergleich um 7 %. Im Fachhandel wurden 11 %, im Systemhandel 6 % weniger Sträuße von privater Kundschaft gekauft. Die Preise für Schnittblumen sind sowohl im Fachhandel als auch im Systemhandel um rund 10 % gestiegen.

Der Herbst blieb ruhig

Die Herbstsaison 2024 war nur für 18 % der Befragten in einer Ad-hoc-Befragung der TASPO der deutschen Gartenbaubetriebe sehr gut verlaufen. Für 55 % war sie zufriedenstellend und für 27 % sehr verhalten. Die verhaltene Bewertung rührt daher, dass der Herbst erst nicht richtig anzog. Als Begründung wird die milde Witterung vermutet, bei der die Kunden oft noch nicht in der Stimmung für typische Herbstpflanzen wie Callunen, Chrysanthemen und Co waren.

Unterm Strich wurde im September 2024 aber bei etwas geringerer Menge ein gleicher Umsatz erzielt wie in 2023, wie viele des gärtnerischen Einzelhandels auf Nachfrage melden.

Schwache Allerheiligen

Die Nachfrage zu Allerheiligen blieb laut Handel hinter den Erwartungen. Die Kaufzurückhaltung wird durch die allgemeinen politischen und ökonomischen Hiobsbotschaften erklärt, die noch einmal mehr zur Verunsicherung der Kundschaft geführt hätten. Aber auch das Wetter im Oktober machte einen Strich durch die Rechnung; es regnete nahezu jeden Tag.

Laut Bilanz der Royal FloraHolland zum Oktober 2024 wird ersichtlich, dass die Umsätze und Preise bei vielen Top-Ten-Produkten höher als im Vorjahresmonat waren. Die Stückzahlen hingegen schwächelten etwas.

Niederländischer Trend zog sich fort

Seit Anfang Oktober 2024 ist die letzte und aktuellste Meldung der VGB auf Grundlage der Exportstatistik von Floridata verfügbar.

Den Statistiken zufolge konnten die niederländischen Blumen- und Pflanzenexporte die ersten drei Quartale des Jahres 2024 mit einem Exportwert von 5,5 Milliarden Euro abschließen. Das Wachstum lag mit 3,5 % noch einmal 1 % höher als im ersten Halbjahr. Besonders die Schnittblumenexporte waren mit einem Wachstum von fast 7 % auf 3,4 Milliarden Euro dafür verantwortlich. Pflanzenexporte hingegen beliefen sich kumuliert in den ersten drei Quartalen auf 2,1 Milliarden Euro, was einem leichten Rückgang von 1 % entspricht.

Als Besonderheit wird von den niederländischen Experten darauf hingewiesen, dass die Produktionsbedingungen in den Hauptlieferländern für Blumen in Afrika, Südamerika, aber auch den Niederlanden selbst in 2024 wetterbedingt für ein geringeres Angebot bei stabiler Nachfrage gesorgt haben. Folglich seien die Einkaufspreise erhöht gewesen. Die im ersten Halbjahr gemachten Beobachtungen zur Entwicklung der Exportländer bestehen auch im letzten Bericht weiter. So stiegen die Exporte nach Großbritannien kumuliert in den ersten neun Monaten um 8 %, während die Exporte nach Frankreich im gleichen Zeitraum sanken.

Mit großer Sorge schaut der niederländische Gartenbau in die Zukunft hinsichtlich steigender Kosten wie zum Beispiel bei Inspektionen für Exporte in Drittländer (einschließlich des Vereinigten Königreichs), Transport, Energie und Arbeit.

Der gute Garten

Die große Frage, die sich alle in der Branche stellen, ist, inwiefern die Verbraucherschaft noch Lust auf Grün hat. Hier lässt sich eindeutig festhalten, dass die Kundschaft in Corona-Zeiten gelernt hat, dass ihr Zuhause einen Wert für sie darstellt, der gehegt und gepflegt werden muss. Entsprechend ist sie trotz Polykrisen bereit, in ihr Heim und Garten zu investieren, vor allem wenn die Ausgaben – wie bei Blumen und Pflanzen – überschaubar sind. Die Kunden wollen inspiriert werden bei Blumen und Pflanzen – das ist die Aufgabe der Branche.

Als Indikator für die Beliebtheit von Blumen und Pflanzen kann indirekt auch der Absatz von Blumenerden an Verbraucher herangezogen werden. Mit insgesamt 5 Millionen Kubikmetern Erden in Deutschland wurden 2023 schon 76 % mehr Substrate verkauft als in 2022. Das zeigt, dass die Konsumenten trotz gedämpfter Kauflaune nicht bei Substraten und beim Thema Garten generell sparen und die Lust am eigenen Gärtnern

nach wie vor ausgeprägt ist.

Auch ein Blick auf die Baumarktbranche bestätigt die Vermutung. Die Baumarktbranche meldete nach dem dritten Quartal 2024, dass sie zwar weiterhin nicht zufrieden sei mit dem Geschäftsverlauf, gleichwohl das Minus im Hinblick auf Konsumverzicht, lange Schlechtwetterstrecken und schwierige Rahmenbedingungen besonders in den baunahen Gewerken noch als moderat zu bewerten sei. Der Umsatz in den deutschen Baumärkten sei in Deutschland mit 16,32 Milliarden Euro 1,4 % hinter dem Vorjahreszeitraum (Schweiz minus 4,2 %/Österreich plus 0,5 %).

Schaut man sich die Zahlen aber genauer an, sticht eine Besonderheit in den Segmenten heraus. So verzeichnet das Segment Gartenchemie/Erden/Saatgut ein Plus von 8,9 % (Österreich sogar plus 11,9 %). Das zeigt, dass das Interesse und die Beliebtheit von Grün steigen, gerade mit Blick darauf, dass in der Vergangenheit oft die Segmente wie Gartenmöbel und Grills für Wachstum verantwortlich waren und Blumen, Pflanzen und alles, was dazu gehört eher stagnierten.

Die Bedeutung von Grün

Der Klimawandel ist in 2024 einmal mehr durch Überhitzung in den Städten, Waldsterben, Dürreperioden, Wasserknappheit einerseits und Stürme und Starkregen mit Überschwemmungen andererseits im öffentlichen und privaten Bewusstsein angekommen. Es wird der Verbraucherschaft zunehmend bewusst, dass etwas passieren muss und Grün die Folgewirkungen signifikant abmildern kann. Wenn es um die Anpassungen an die Klimafolgen geht, so wird der Gartenbau zurecht immer mehr als Teil der Lösung verstanden.

Da verwundert es auch nicht, dass sich nach einer Studie der R+V Versicherung immer mehr Menschen mehr Schutz vor den Folgen von Extremwetter wünschen. Dabei fordern sie nicht nur mehr Investitionen durch den Staat, sondern sind auch bereit, selbst finanziell Vorsorge zu leisten. 95 % der Befragten sind davon überzeugt, dass sie in Zukunft direkt von Unwetterschäden getroffen werden können.

Dass Grün immer mehr als ein Baustein im Kampf gegen die Klimakrise gesehen und umgesetzt wird, zeigt sich an einem zunehmenden Anteil von Grün in den Städten, was sich aus dem Marktreport Gebäudegrün 2023 des Bundesverbands Gebäudegrün (BuGG) ablesen lässt. Demnach ist die Fläche an Gründächern in Deutschland allein im Jahr 2022 um 8,7 Millionen Quadratmeter gestiegen, was nahezu eine Verdoppelung darstellt. 2023 gab es 16 Millionen Quadratmeter Gründächer in Deutschland. Neben dem geänderten Bewusstsein der Bevölkerung ist dies auch sicherlich das Ergebnis innovativer Gartenbaubetriebe, die die Begrünung von Dachflächen immer einfacher gestalten.

Eine neue Studie der weltweit tätigen Klimaschutzorganisation Climate Analytics, in Kooperation mit den belgischen Organisationen VITO und BUUR (Sweco), zeigt zu den Auswirkungen des Klimawandels in der Metropolregion Berlin-Brandenburg, dass große, alte Stadtbäume und ein zusammenhängendes grünes Blätterdach den besten Schutz gegen Hitzestress in der Stadt bieten. So können Berlins Grünflächen bei einer Hitzewelle bis zu 3° C kühler sein, was gerade bei einer alternden Gesellschaft mit zunehmenden Krankheiten wie Herz-Kreislauf-Problemen einen aktiven Schutz zur Gesundheit beiträgt.

Ein weiterer Indikator, dass Grün für den Klimawandel als Lösung verstanden wird, zeigt sich in der Politik. Hier werden zunehmend Gelder zur Förderung für grünere Städte freigegeben. So wurden 2024 zum Beispiel durch das Bundesprogramm Biologische Vielfalt durch das Bundesamt für Naturschutz und das Bundesumweltministerium zu Jahresbeginn noch einmal weitere sechs Projekte mit insgesamt 3,65 Millionen Euro gefördert. Bei den Förderprojekten geht es allgemein um verschiedene Biodiversitätsstrategien in den

Städten – sei es in Kleingartenanlagen, Fassadenbegrünungen oder bei der Renaturierung von Industrieflächen.

Auch zeigt sich, dass sich das Thema "Selber Gärtnern" immer größerer Beliebtheit erfreut. Erkennbar ist dies auch an Angeboten wie beispielsweise dem "Park der Gärten" in Bad Zwischenahn, bei dem allein in 2024 über 200 Termine im naturpädagogischen Angebot "Schule im Grünen" im Kalender standen und junge Menschen in unterschiedlichen Themenblöcken das Gärtnern und Natur erfahren lernen.

Laut Bundesverband Garten-, Landschafts- und Sportplatzbau (BGL) wüssten die Verbraucher, dass grüne und blaue Infrastruktur für die Zukunft kein Luxus, sondern lebensnotwendig sei. Somit sind trotz der aktuell getrübten Baukonjunktur die Aussichten des Galabaus immer noch vergleichsweise gut. In der Frühjahrsumfrage 2024 des BGL zu den Zukunftsaussichten 2024 beziehungsweise der nächsten fünf Jahre bewerten fast 90 % der Branche und Betriebe die Aussichten als gut. Grüne und blaue Infrastruktur sei eine Jahrhundertaufgabe, die auch in Zeiten von Budgetkürzungen mit aller Konsequenz aufrechterhalten werden muss.

Dass die Bedeutung dieser Aufgabe angekommen und nicht weg zu diskutieren ist, zeigen Städte und Kommunen, die in 2024 trotz Nothaushalt ihre Ausgaben für mehr Grün in der Stadt nicht kürzten, sondern intensivierten. Trotzdem ist noch viel Lobbyarbeit zu leisten. Laut einer TASPO-Befragung sind sich fast alle der befragten Gärtner einig (96 %), dass sich in Deutschland der Blick und Umgang mit alten Bäumen im öffentlichen Grün deutlich verbessern müsse und diese mehr Respekt verdienen. Nicht umsonst wurde 2024 beim TASPO-Award eine Großhandelsbaumschule für ihr extra Sortiment für die Schwammstadt als Sieger prämiert und ermutigt, den Weg weiterzugehen.

Auf in eine nachhaltige Zukunft

Die GfK misst mit ihrem Nachhaltigkeitsindex regelmäßig, wie stark der nachhaltige Konsum ausgeprägt ist. Demnach nahm der nachhaltige Konsum zur Jahresmitte 2024 nach einem vorrübergehenden Einbruch im Herbst 2023 wieder zu. Mit einem Index von 101,6 Punkten liegt der Wert über den Durchschnittswerten von 2022, dem ersten Jahr der Messung. Der Anteil derjenigen, die in den letzten zwölf Monaten nachhaltig eingekauft haben, stieg um 4 Punkte auf 32 %.

Als Barrieren beim nachhaltigen Einkaufen gelten häufig mangelnde Transparenz und Informationen. So gibt die Hälfte der Konsumenten in Deutschland an, dass sie gar nicht einschätzen kann, ob ein Produkt umweltfreundlich ist oder nicht. Laut GfK würden hier Produktsiegel eine wichtige Orientierung geben, die es im Gartenbau aber so nicht unbedingt gibt.

Wie wichtig Nachhaltigkeit nicht nur für die Verbraucherschaft ist, zeigen aktuelle Befragungen bei den deutschen Unternehmen. Mehr als 60 % der deutschen Unternehmen setzen laut Umfragen der Bertelsmann Stiftung bei der Transformation ihres Unternehmens am Kern ihres Geschäftsmodells an, indem sie ihre Produkte und Dienstleistungen ökologisch nachhaltiger ausrichten wollen. Es herrscht die Meinung, dass Unternehmen, die sich nicht nachhaltig transformieren, den positiven Zusammenhang zwischen Unternehmensentwicklung und Nachhaltigkeitspotenzialen verspielen und somit zukünftige Chancen am Markt verpassen würden. 53 % der Unternehmen sehen in den steigenden, auf Nachhaltigkeit ausgerichteten Erwartungen der Kundschaft einen wesentlichen Erfolgshebel für ihr eigenes Geschäftsmodell.

Laut BGI und anderen Experten der Brache gibt es einen Wertewandel bei den Konsumenten, der eine andere Erwartungshaltung gegenüber den Produkten impliziert. Neben Stichworten wie nachhaltige Verpackungen,

niedriger CO2-Fussabdruck, ethisch einwandfreie Produktion, geringer Dünger-, Pflanzenschutz- und Rohstoffeinsatz sowie alternative nachhaltige Produktalternativen wird es in Zukunft noch wichtiger, dass die Produkte des Gartenbaus zum Wohlbefinden der Konsumenten ohne Reue beitragen. Wenn alle in der Branche daran gemeinsam arbeiten, steht einem stabilen Absatz – mit Ausnahme des altbekannten Wetterphänomens – nichts im Wege.

Diesen Tenor trägt auch Staatsekretärin Silvia Bender – Staatsekretärin im Bundeslandwirtschaftsministerium – mit. Auf der Mitgliederversammlung des Zentralverbands Gartenbau im September 2024 betonte sie, dass der Gartenbau eine nachhaltige Zukunft haben muss durch entsprechend beschriebene Maßnahmen.

Nachhaltigkeit wird belohnt

Noch ist es sehr unüblich in der Branche, als Betrieb eine CO2-Bilanz zu erstellen. Laut Rentenbank würde man aber beobachten, dass dies zunehmend aus der Lieferkette heraus gefordert werde. Aus diesem Grund plant die Rentenbank ab 2025 den Gartenbauunternehmen, die eine CO2-Bilanz erstellen wollen, Zuschüsse für die Kosten der Erstellung zu gewähren. Neben den Zuschüssen soll es auch Zinsverbilligungen auf Rentenbank-Darlehen geben.

Zertifizierung nimmt Fahrt auf

In Deutschland nimmt jetzt das Zentrum für Betriebswirtschaft im Gartenbau e. V. (ZBG) aus Hohenheim die Arbeit für einen neuen Nachhaltigkeitsstandard auf, der ökologische, ökonomische und soziale Aspekte berücksichtigen soll. Mitte 2027 sollen hier dann Ergebnisse vorliegen.

In den Niederlanden wird das Thema Nachhaltigkeit aktuell auch unter Hochdruck vorangetrieben. Vorreiter sind hier FSI mit FloriPEFCR und die Dutch Flower Group. Auch MPS ist sehr aktiv, deren HortiFootprint Calculator jetzt auch FloriPEFCR konform ist.

Ein großer Treiber für mehr Nachhaltigkeit im Großhandel kann im Hinblick auf das Thema Verpackungen die Verpflichtung der EU sein, dass eigentlich bis 2023 Mehrwegverpackungen im B2B-Bereich umgesetzt werden sollten.

Grundsätzlich macht sich der Handel in Deutschland sehr viele Gedanken, wie Blumen und Pflanzen als Produkte noch freier von CO2 produziert werden können, als sie es heute schon werden. Ansatzpunkte liegen vor allem in der Energiezufuhr durch erneuerbare Energie und in der Logistik. Bezüglich des Pflanzenschutzes, wassersparenden Produktionsmodellen und Düngung wurden bereits viele Maßnahmen im Gartenbau für mehr Nachhaltigkeit getroffen. Ein großer Hebel liegt darin, alles "Unnatürliche" bei den natürlichen Produkten Blumen und Pflanzen wegfallen zu lassen, wie beispielsweise überflüssige Verpackungen und Plastik.

Einhergehend mit dem Thema Nachhaltigkeit ist auch das Thema Lieferkettengesetz zu diskutieren. Da hier die meisten inhabergeführten Betriebe des deutschen Gartenbaus/Großhandels als kleine und mittlere Unternehmen (KMU) nach dem EU-Lieferkettengesetz nicht berichtspflichtig sind, ist hier 2024 etwas Druck genommen. Da nichtsdestotrotz entsprechende Nachweise zum Teil von großen Filialsystemen oder bei der Kreditvergabe von Banken gefordert werden, gibt es inzwischen aber verschiedene Ansätze, die auch kleinen Betriebe einen standardisierten Nachweis für eine freiwillige Berichterstattung ermöglichen und den Trickledown-Effekt aufgrund der Stellung von KMU in der Lieferkette anderer Unternehmen verhindern sollen. Hier

spielt auch die inhaltliche Weiterentwicklung des Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) eine Rolle. Für freiwillig berichtende Betriebe wurde von der EU ein Nachhaltigkeitsstandard für KMU entwickelt, der Voluntary SME Standard (VSME). An der nutzerfreundlichen Umsetzung eines webbasierten Tools, in das alle wichtigen Datenformate implementierbar sind, wird zurzeit unter dem Dach des DNK gearbeitet. Es soll 2025 den Betrieben zur Verfügung stehen.

Ausbildung muss attraktiver werden

Ein Problem zu Jahresbeginn 2024 wurde erneut im Personalmangel gesehen. So waren einige Geschäfte gezwungen aufgrund von Personalmangel ihre Ladenöffnungszeiten zu reduzieren. Es stellt sich die Frage, wie sich die Personalsituation beziehungsweise die Anzahl der Auszubildenden in Zukunft entwickeln wird, um diese Personalengpässe zu beheben.

In einer Umfrage Anfang 2024 zur Situation der Ausbildungen gaben 63 % der befragten Gärtner an, weniger Auszubildende zu haben. Die anderen hatten gleich viele Auszubildende wie die Jahre zuvor. Keiner hatte – und das wäre die richtige Antwort auf den Personalmangel – mehr Auszubildende.

Alle Fachrichtungen des Gartenbaus hatten weniger Auszubildende, obwohl die Ausbildung zum Gärtner weiterhin die beliebteste Ausbildung der grünen Berufe ist. Laut Auswertung des Bundesinstituts für Berufsausbildung ist insgesamt ein Negativtrend von minus 6,6 % in der betrieblichen Ausbildung festzustellen. Viele Ausbildungsstellen blieben in verschiedenen Regionen und Berufen offen, vor allem im Gemüsebau und in den Baumschulen.

Ein paar Fakten zur Ausbildungssituation in Deutschland auf Grundlage der letzten offiziellen Zahlen: Zum 31. Dezember 2023 befanden sich in Deutschland 13.080 Jugendliche in der Ausbildung zum Gärtner. Rund 22 % davon waren Frauen. Im selben Jahr wurden 4.728 neue Ausbildungsverträge abgeschlossen, während 1.713 Verträge vorzeitig aufgelöst wurden. Letzteres ist ein großes Problem, das von den zuständigen Landwirtschaftskammern schon seit einigen Jahren immer stärker thematisiert wird, worauf jedoch noch keine passenden Antworten gefunden wurden. Insgesamt bestanden im Jahr 2023 3.810 Prüflinge ihre Abschlussprüfung, wobei drei Viertel den Schwerpunkt im Garten- und Landschaftsbau wählten. Im Vergleich zu 2022 sank die Gesamtzahl der Auszubildenden in grünen Berufen um 633 auf 32.322 Personen. Der Beruf Landwirt verzeichnete dabei 9.184 Auszubildende.

Alle Fachrichtungen des Gartenbaus, außer dem Obstbau, verbuchten rückläufige Zahlen bei neuen Ausbildungsverträgen. Mit 4.965 neuen Verträgen wurden im Zeitraum Oktober 2022 bis September 2023 insgesamt 6,6 % weniger Ausbildungsverträge abgeschlossen als im Vorjahr. Besonders starke Rückgänge gab es in den Fachrichtungen Baumschule (minus 15,8 %), Garten- und Landschaftsbau (minus 6,4 %) sowie Gemüsebau (minus 20,4 %). Diese Entwicklung zeigt, dass die Attraktivität des Berufsfelds trotz steigender Umweltbewusstheit verbessert werden muss.

Die Fridays-for-Future-Bewegung hat das Bewusstsein für Klimaschutz und Nachhaltigkeit in der jungen Generation gestärkt. Diese Entwicklung spiegelt sich in Initiativen wie Azubis4Future wider, die eine stärkere Integration von Nachhaltigkeit in die Ausbildungsrahmenpläne fordern. Auch die Branche selbst reagiert: Der BGL setzt auf eine Fachkräftekampagne, um durch gezielte Öffentlichkeitsarbeit die Inhalte und Vorteile der Branche hervorzuheben und so mehr junge Menschen für den Gartenbau zu gewinnen.

Österreich geht voraus

In Österreich wurde 2024 eine weitere Gärtnerfachrichtung eingerichtet. Neben den bekannten Ausbildungsrichtungen Zierpflanzenbau, Baumschule, Gemüsebau, Obstbau, Stauden, Pilz und Garten-Landschaftsbau gibt es dort nun auch die Fachrichtung Klimagärtner. Interessant ist die Beschreibung der fachlichen Kompetenz. Demnach wird speziell bei allen Tätigkeiten vermittelt, wie die ökologischen Zusammenhänge zwischen einer urbanen klimaangepassten Umwelt und deren Einfluss auf Temperaturen und Wasserhaushalt eines Siedlungsraumes sowie die bezugnehmenden rechtlichen Bestimmungen, Richtlinien und Normen betreffend Bauwerksbegrünungen und Grünflächen im Siedlungsraum berücksichtigt werden

Bedienungslose Verkaufskonzepte als Lösung?

Es stellt sich die Frage, wie in Hinblick auf Personalmangel und der gleichzeitigen Anforderung, Verkaufsanlässe bei Blumen und Pflanzen zu schaffen, nicht auch im Gartenbau 24/7-Store-Konzepte zukünftig stärker gedacht werden müssen, bei denen die Kunden autonom einkaufen können. Die Technik dazu gibt es schon längst, wie andere Branchen zeigen. Entsprechend steigt die Akzeptanz der Verbraucherschaft immer mehr für diese autonomen Stores. Dienlich ist dafür gerade je nach Anlass und Zielgruppe, dass Online-Shopping rund um die Uhr inzwischen nicht mehr nur für die Generation Z selbstverständlich ist.

Bedürfnis nach Ursprünglichem

Seit einigen Jahren ist deutlich zu beobachten, dass die Verbraucherschaft ein verstärktes Bedürfnis nach Ursprünglichem hat. Die Dauertrends, die sich daraus ableiten sind Nachhaltigkeit, Urban Gardening, Klimaschutz und Selbstversorgung. So ist die Nachfrage nach nachhaltigen Produkten im Facheinzelhandel deutlich gestiegen, auch wenn es aufgrund gestiegener Kosten immer schwieriger für die Masse der Verbraucher wird, sich das auch leisten zu können.

Das Ausloben des Mehrwerts "Nachhaltigkeit" ist dennoch essentiell am POS. Auch sind Konzepte auf der Fläche für die Kundschaft immer wichtiger, wo sie sieht, wie sie mit Pflanzen ihren ganz persönlichen Beitrag zum Klimaschutz leisten kann. Das Erläutern ökologischer Zusammenhänge mit Verknüpfung zu den Produkten wird immer beliebter und trägt zum Erfolg bei. Gleichzeitig ist auch die Bildung der Bevölkerung zu diesen Themen wichtig, um die Biodiversität und die Artenvielfalt auch mit Beiträgen in den privaten Gärten zu stärken.

Entsprechend standen auf Messen wie der IPM ESSEN 2024 Themen im Vordergrund, wie die Grüne Branche Verantwortung für die Gesellschaft übernehmen kann: ressourcenschonendes Gärtnern, fair produzierte Gartenprodukte, klimagerechte Gartenpflege und Bewässerung. Verbraucher sind immer besser über Klimawandel, Artensterben und Ressourcenknappheit informiert und interessieren sich zunehmend für die Herkunft und die Produktionsmethoden der Produkte, die sie kaufen. Somit stieg auch 2024 die Nachfrage nach regionalen, ökologisch erzeugten Pflanzen, nachhaltigen Gartenprodukten und umweltfreundlichen Praktiken laut vieler Handelsbetriebe an. Im Hinblick auf diese Forderung ist es erstaunlich, dass 80 % der deutschen Gärtnereien noch keine Wildpflanzen im Sortiment haben. Nur 20 % haben eine große Auswahl im Sortiment und loben diese auch aus.

Im Lauf des Jahres kam die einschlagende Nachricht: Das Pflanzen der beliebten Heckenpflanze Kirchlorbeer wurde ab September in der Schweiz verboten, da ihr Beitrag zur Biodiversität als nicht heimische Art zu gering sei. Alle ihre positiven Eigenschaften im Hinblick auf Bindung von CO2, als Feinstaubfilter und Spender von Sauerstoff wurden ausgeblendet. Das Verbot zeigt, wie das Thema Biodiversität in der öffentlichen Diskussion

angekommen und thematisiert wird. Deshalb ist, wie bereits erwähnt, die Bildung und das Schaffen von Bewusstsein bei der Verbraucherschaft unumgänglich: Aufklärung tut Not. Die Branche ist gefordert.

Was hingegen sehr gut läuft und immer mehr ausgelobt wird, sind Kräuter, Gemüse und Co als sogenannte Genusspflanzen. Laut 84 % der Gärtner im gärtnerischen Einzelhandel sei dieses Sortiment sehr wichtig im Sortiment und nicht wegzudenken.

Ein weiteres wichtiges Tagesthema war in 2024 die Teillegalisierung von Cannabis. Im Fachhandel ist das Thema jedoch nicht angekommen. 95 % der Gartencenter haben laut einer TASPO-Umfrage keine Produkte zum Cannabisanbau im Sortiment. Lediglich 5 % können den Bedarf bedienen.

Was die Verbraucherschaft bei Blumen und Pflanzen interessiert, wird seit Jahren in der Lehr- und Versuchsanstalt für Gartenbau Veitshöchheim untersucht. Neben anderen Forschungseinrichtungen beschäftigt man sich hier schon seit längerem mit Pflanzen der Zukunft, die aus Sicht der Verbraucherschaft interessant sind. Dabei geht es vor allen um Pflanzen, die trockenheitsverträglich und hitzeresistent sind, Pflanzen, die als Selbstversorgungs- und Naschpflanzen dienen bis hin zu Pflanzen, die bestimmte Communities mit Blick auf Exklusivität und Ästhetik ansprechen.

Alles hat seine Zeit

Auch Gärten befinden sich im Wandel. So waren in den 70er Jahren Koniferen in den Gärten sehr beliebt. Aktuell wird die Fehlentwicklung der Schottergärten durch ansprechende und nützliche Staudenpflanzungen behoben. Dabei ist festzustellen, dass Kunden immer Lust daran haben, neue Pflanzensorten auszuprobieren und selbst Erfahrungen damit zu machen.

Bei Hausgärten zeichnet sich laut Experten beim Thema Nachhaltigkeit der Trend zu naturnahen Gärten ab. Kunden würden bei der Gartengestaltung immer mehr Verständnis für lebendige und artenreiche Natur aufbringen. So habe der Klimawandel mittlerweile auch bei der Gestaltung von Gärten einen immer größeren Einfluss bei der Wahl der Pflanzen und Materialien. Fragen der Kundschaft, wie sie mit ihrem Garten einen Beitrag zum Umweltschutz leisten können, werden dabei immer häufiger gestellt. Die Einplanung von insektenfreundlichen Blütenwiesen, Klimabäumen und Totholzhecken ist dabei schon die Regel, sofern sie sich ästhetisch integrieren lassen.

Die Themen "Selbstversorgung" und torffreies Gärtnern sind dabei zwei weitere Anforderungen, die bei der Umsetzung des perfekten Gartenidylls immer mehr an Bedeutung gewinnen. Kein Wunder, dass bei den zehn wichtigsten Trends im Garten- und Landschaftsbau sieben genau darauf abzielen:

- 1. Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein (= Verwendung umweltfreundlicher Materialien, die Integration von Pflanzen, die die Biodiversität fördern, und die Implementierung von Wassersparlösungen)
- 2. Natürliche Gärten und wilde Ecken (= natürliche Gärten, die Umgebung nachahmen und wilde Ecken, die Lebensräume für Vögel und Insekten bieten)
- 3. Mehrjährige Pflanzen und Stauden (= mehrjährige Pflanzen und Stauden, die weniger Pflege erfordern und dennoch eine kontinuierliche Blüte und Farbe im Garten bieten)

- 4. Vertikaler Gartenbau (= vertikale Gärten und begrünte Wände, die es erlauben platzsparend grüne Akzente zu setzen)
- 5. Smarte Gartentechnologie (= Smart-Technologie wie automatische Bewässerungssysteme, ferngesteuerte Beleuchtung und intelligente Rasenmäher)
- 6. Essbare Gärten (= Anbau von Obst, Gemüse und Kräutern im eigenen Garten für frische, gesunde Lebensmittel direkt vor der Haustür)
- 7. Gartenräume für Entspannung und Erholung (= Outdoor-Lounges, Wellnessbereiche und ruhige Rückzugsorte)
- 8. Pflanzenvielfalt und Farbenpracht (= mehr Mut bei der Auswahl von Pflanzen und lebendige Farben und Kontraste)
- 9. Trockenheitsresistente Pflanzen (= Pflanzen, die mit weniger Wasser auskommen und Trockenstress bewältigen können)
- 10. Personalisierte Gärten (= individuelle Gartengestaltung, bei der Gartenbesitzer ihre persönlichen Geschichten und Bedeutungen in den Garten einfließen lassen, wie beispielsweise durch spezielle Pflanzenauswahl, kunstvolle Skulpturen oder Gedenkecken)

Die Trends wurden auch auf der Chelsea Flower Show – unangefochten der Trendsetterin für die Gartenkunst und Impulsgeberin für innovative Ansätze – gezeigt. Natürlich waren die Themen Nachhaltigkeit, Klimawandel und psychische Gesundheit auch hier zu finden. So konnten 2024 Gärten bestaunt werden, in denen das Sammeln und Recyceln von Regenwasser praxisnah gezeigt wurde, wie auf Zement verzichtet werden kann, um den CO2-Fussabdruck zu reduzieren, wie mit recyceltem Material gearbeitet werden kann, wie klimatolerante Pflanzen bewusst in Szene gesetzt werden können, wie natürliche Gärten unter dem Motto "Chaos-Gardening" umgesetzt werden können und vieles mehr.

Kleinere Töpfe weiterhin beliebt

Unabhängig vom Angebot an Blumen und Pflanzen ist, wie schon 2023 beschrieben, ein Trend zu kleineren Töpfen bei Blumen und Pflanzen deutlich. Das Phänomen hatten wir in der letzten Marktbeschreibung ausführlich erläutert. Auch für 2024 ist dies laut Experten des Blumeneinzelhandels zu beobachten. Die Tendenz des Wegbrechens des mittleren Preissegments wird bestätigt. "Es gibt nur noch preiswert oder teuer", da den "Menschen das Gefühl für Preise abhandengekommen zu sein scheint".

Weniger ist mehr

Interessant ist das zentrale Ergebnis einer Zukunftsstudie Handel 2024 mit 2.000 Befragten in der DACH-

Region, nach dem 20 % der Befragten sich bei Gartencentern und Baumärkten eine Reduzierung und Vereinfachung des Angebots wünschen nach dem Motto: Weniger ist mehr. Statt Quantität sprechen sie sich für mehr Qualität bei Trends, Produkten, Service und Marken im Gartenbau aus.

Dabei geht es nicht darum, nur noch Einheitsprodukte bei Blumen und Pflanzen auf der Fläche anzubieten. Im Gegenteil: Je vielfältiger und differenzierter das Angebot an Blumen und Pflanzen im Ganzen ist, desto besser für die Branche. Im einzelnen Geschäft sollten aber dem Profil des Geschäfts entsprechend auch Reduzierungen umgesetzt werden: "Reduce to the max!"

Konsumstimmung und wirtschaftliche Entwicklung

Das Jahr 2024 begann laut GfK mit schwacher Verbraucherstimmung: Konjunktur- und Einkommenserwartung sowie Anschaffungsneigung verzeichneten Rückgänge. Die Wirtschaft schloss 2023 mit einem Minus von 0,3 % Wachstum ab, und die pessimistischen Konjunkturaussichten für 2024 bestätigten sich (GfK).

Trotz steigender Reallöhne blieb der Konsum laut ifo schwach, da die hohe Sparneigung der Verbraucher den Handel bremste. Gleichzeitig verfügten Verbraucher durch Tariferhöhungen und Inflationsausgleichszahlungen über mehr finanzielle Mittel (ifo).

Positive Entwicklungen gab es zum Jahresende: Der Lebensmittelhandel sowie der Handel mit Fahrrädern und Unterhaltungselektronik meldeten eine deutliche Verbesserung ihrer Geschäftslage (ifo). Laut GfK könnten die gestiegenen Realeinkommen und die sinkende Sparquote 2025 einen Aufschwung im Einzelhandel begünstigen.

Eine GfK-Analyse zeigte, dass der Anteil des Konsums, der in den Einzelhandel fließt, zwar rückläufig war (EU: 33,9 %, Deutschland: 27 %), Verbraucher aber wieder mehr für Freizeit und Erlebnisse ausgeben möchten. Dies bietet Potenziale für Branchen wie den Gartenbau (GfK).

Die Konsumstimmung verbesserte sich laut GfK leicht, und die Inflationsrate sank auf 2,4 % – nahe dem Zielwert der Europäischen Zentralbank. Diese Entwicklungen schaffen eine gute Grundlage für einen optimistischeren Ausblick auf 2025 (GfK, ifo).

Lichtblicke im Konsum

Laut Glücksatlas 2024 nahm die Lebenszufriedenheit der Deutschen, allem Empfinden zum Trotz, im Vergleich zum Vorjahr deutlich zu. Demnach markiert 2024 einen Wendepunkt nach den Krisenjahren 2020 bis 2023 und die subjektive Zufriedenheit näherte sich wieder dem positiven Trend der 2010er-Jahre an. Neben dieser gesteigerten Zufriedenheit verkündet auch der Handelsverband Deutschland (HDE) nach einer Umfrage zum Jahresende 2024, dass es eine leichte Erholung der Konsumentenstimmung zum Jahresende gegeben habe. Auch aus anderen Umfragen wie beispielsweise dem Konjunkturklimaindex der GfK geht hervor, dass sich die Konsumlaune etwas verbesserte. Für 2025 erwartet der HDE trotz der abflachenden Konsumzurückhaltung und besserer Einkommensprognosen jedoch keine großen Impulse für die Gesamtwirtschaft.

Optimistisch stimmt im Gartenbau für 2025 die Beobachtung, dass in unsicheren Zeiten die Menschen umso

mehr Wert auf ein schönes Zuhause als Rückzugsort und Ort der Geborgenheit und des Wohlfühlens mit möglichst vielen positiven Impulsen legen. Blumen und Pflanzen vermitteln zweifelsohne genau das. Insofern muss es Ziel aller entlang der Wertschöpfungskette im Gartenbau sein, diese Stimmung aufzufangen und plakativ zu bedienen. Falsche Bescheidenheit ist hier fehl am Platz. In diesem Zusammenhang sind auch Initiativen aus der Branche zu begrüßen, neue Kundschaft für Grün zu sensibilisieren und zu gewinnen wie beispielsweise das Grundschulprojekt "Unser Schulgarten" der Landgard-Stiftung und dem Burda-Verlag, bei dem bundesweit Grundschulen mit Hochbeeten, Pflanzen und allen wichtigen Geräten zur Installierung eines eigenen Schulgartens inklusive begleitendem Lehrmaterial ausgestattet werden. Jeder Kontakt und Berührungspunkt zu Blumen und Pflanzen hilft.

Erfreulich ist, dass der Rückgang der Inflation auch auf eine Normalisierung der Konsumstimmung schließen lässt. Nach einer Schwerpunktstudie des Vereins IFH Förderer e. V. zeigt sich, dass die wirtschaftliche Verunsicherung der Konsumenten im Sommer 2024 im Vergleich zum Vorjahr nachgelassen habe. Im Kaufverhalten könne beobachtet werden, dass wieder weniger auf Angebote geachtet worden sei. Zwar habe sich der deutsche Handel immer noch im Krisenmodus befunden, habe aber wieder von impulsiverem und spontanerem Konsumverhalten profitieren können. Demnach kauften wieder 35 % (plus 3 %) der deutschen Konsumenten emotional ein, das heißt der Ausgabenanteil an spontanen und impulsiv getätigten Käufen nahm wieder zu. In der Summe bedeute das bei einem Plus von 3 % einen Zuwachs von 23 Milliarden Euro aus insgesamt 204 Milliarden Euro.

Für den Handel heißt das, dass durch die Zunahme der emotional spontanen Käufertypen wieder mehr Potenzial bei der Inspiration und Verführung liegt. Das ist gerade für das Produkt Blumen und Pflanzen wichtig.

Außenhandel unter Druck

Der Außenhandel mit Pflanzen und Blumen verzeichnete 2023 den niedrigsten Stand der letzten neun Jahre. Dennoch fiel der Rückgang beim Wert (in Euro) weniger stark aus als bei den exportierten Mengen, was auf eine gewisse Stabilität hinweist. Ähnlich verhält es sich bei den Importen.

Trotz der Herausforderungen bleibt das Potenzial für Erholung und Stabilität in einigen Bereichen sichtbar. Wachstumsphasen wie im Frühling 2024 sowie die Stabilisierung von Exportwerten sind positive Signale für die Zukunft der Branche.

Kosten steigen weiter

Die Kostenbelastungen sind aktuell in den Gartenbaubetrieben schon außerordentlich hoch. Die Kriege in der Ukraine und dem Nahen Osten beinhalten ein großes Konjunkturrisiko in den europäischen Ländern. Schnell können die Rohstoffpreise bei einer weiteren Eskalation der Konflikte erheblich steigen, folglich könnten dann auch die Produktionskosten weiter steigen.

Ungeachtet weiterer Eskalationen ist bei den steigenden Kosten eine Preisanpassung in der Branche unumgänglich. Spannend ist die Frage, wie die Kundschaft damit umgeht und ob sie diese notwendigen Veränderungen akzeptiert. Hierzu hat die TASPO im Frühsommer ihre Gärtner konkret gefragt, wie die Kunden auf Anpassungen beim Preis reagieren würden. Das Ergebnis: Ein Drittel (30 %) der Kunden hätte

laut der Befragten volles Verständnis für die Preisanpassungen und würde unverändert kaufen, die Hälfte (50 %) der Kunden würde zwar gelegentlich stutzen, aber im Endeffekt trotzdem kaufen. Die restlichen 20 % würden mit Kaufzurückhaltung reagieren und das ein oder andere Produkt aufgrund der Preisanpassungen nicht mehr kaufen. Im Hinblick auf die große Mehrheit von 80 % der Kunden, die weiterhin konsumieren würde, kann von einer stabilen Nachfrage ausgegangen werden.

Online-Handel

76 % aller Gärtner sind laut TASPO-Umfrage davon überzeugt, dass Onlineshops wichtig für den Abverkauf von Blumen und Pflanzen sind. Ein Blick ins Internet beispielsweise bei Kleinanzeigen.de bestätigt die Vermutung der Gärtner. Die Recherche zum Begriff "Elefantenohr/Alocasia" ergab im April 2024 ein Angebot von allein 17 Seiten bei Kleinanzeigen.de. Bei den Angeboten handelte es sich einerseits um Privatverkäufe, andererseits aber um sehr viele gewerbliche Anbietende von hochpreisigen Offerten. Wieviel genau über das Internet an Blumen und Pflanzen allein über diesen Weg der Kleinanzeigen beziehungsweise Annoncen vermarktet worden ist, ist unklar. Die Zahlen tauchen bisher in keiner Produktions- oder Verkaufsstatistik auf. Branchenexperten gehen aber davon aus, dass mindestens 2 % in Deutschland über diesen "Parallelhandel" verkauft werden, den keiner richtig im Blick hat.

Interessant ist in diesem Zusammenhang, wie sich der B2B-Internethandel, also der Großhandel, allgemein verhält. Eine Auswertung des neuen B2B-Marktmonitors von ECC KÖLN, Creditreform, Intershop und CGI zeigt, dass der B2B-Internethandel von Großhandel und Herstellenden in 2023 um 11,7 % auf 476 Milliarden Euro gestiegen ist. Damit würden Herstellende und Großhandel mittlerweile 10,9 % ihrer Gesamtumsätze über Onlineshops und B2B-Marktplätze generieren. Für 2024 wird mit einem geringeren Wachstum (6,6 %) im B2B-Internethandel gerechnet. Auffällig ist, dass immer mehr Großhändler ihre Onlineshops für den Direktvertrieb an Endverbraucher öffnen. Aktuell würden 85 % der B2B-Internethändler bereits auch an die Privatkundschaft verkaufen.

Große Veränderungen im Onlinehandel werden laut einer ECC-CLUB-Studie darin gesehen, dass zukünftig Marktplätze wie Amazon im Onlinehandel durch neue Anbietende wie Temu, Shein oder Tiktok-Shop (ab 2025 in Deutschland) stark im Wettbewerb stehen werden. Noch habe Amazon einen Anteil von 60 % am Onlinehandel und ist als Informationsquelle (52 %) die unangefochtene erste Anlaufstelle. Das könnte sich bald deutlich ändern. Inwiefern das Segment Blumen und Pflanzen hier dann eine Rolle spielen wird, ist abzuwarten.

Produktions- und Liefersicherheit gewinnen zunehmend an Bedeutung

Eine große Herausforderung wird mittlerweile in der Produktions- und Liefersicherheit bei Blumen und Pflanzen gesehen. Gab es früher Blumen und Pflanzen im Überfluss und sehr viel Ware auch jederzeit am Spot-Markt verfügbar, wandelt sich diese Situation seit Jahren. Das hat mehrere Ursachen: Zum einen setzt sich der Strukturwandel immer weiter fort, bei dem mittlerweile auch größere Produktionsbetriebe aus dem Markt ausscheiden; das Angebot vor Ort wird knapper. Aufgrund der Energiekrise geben gerade in den Niederlanden große Betriebe auf und die Produktion verlagert sich in immer modernere und effizientere Großanlagen außerhalb der EU, zum Beispiel nach Afrika.

Der Bezug dieser Ware ist laut Experten aufgrund steigender phytosanitärer Herausforderungen, aber auch immer fragiler werdender logistischer Infrastruktur problematisch. Gleichwohl es neue Techniken zukünftig erlauben werden, Rosen 50 Tage haltbar zu machen und problemlos über den Seeweg zu transportieren, werden die Lieferketten immer unsicherer und unplanbarer. Die "maritime Infrastruktur" sei aufgrund von Piraten, kriegerischen Handlungen, gezielten Attacken auf Handelsschiffe, umstrittener Seegebiete und Sabotageakten laut Insidern nicht mehr in dem Maße planbar, wie es die Lieferketten benötigen.

Ein anderer Grund liegt darin, dass Blumen und Pflanzen in Deutschland oder dem nahen Ausland mittlerweile überwiegend im Vertragsanbau für mehr Absatzsicherheit produziert werden. Das heißt für den Handel, dass spontane Deckungskäufe nicht mehr möglich sind.

Wünsche an die Zukunft

Blumen und Pflanzen werden viel – vor allem in den Innenstadtlagen – durch Inspiration und Präsentation aus dem Bauch heraus als Impuls gekauft. Dabei bringen die Produkte grundsätzlich eine Eigenschaft mit, die die Konsumenten wünschen: Natürlichkeit. Getoppt werden kann das nur noch, wenn bei den Kunden das gute Gefühl von "Nachhaltigkeit" authentisch bedient wird und Konsum ohne schlechtes Gewissen und nachzudenken erfolgt. CO2-neutral, biologisch und plastikfrei sind hier die Attribute, die an Bedeutung gewinnen.

In Zukunft müssen vermehrt 24/7 inspirierende Einkaufsimpulse und Möglichkeiten gesetzt werden. Interessant können hier Verkaufsanlässe wie Halloween sein. So zeigen Studien des HDE, dass 2024 die Umsätze mit gezielten Ausgaben der Verbraucherschaft von 480 Millionen Euro auf 540 Millionen Euro gesteigert werden konnten. Das entspricht einer Steigerung von 12,5 % zum Vorjahr. Das Kürbisfest entwickelt sich somit zu einem immer wichtigeren Umsatzimpuls für den Einzelhandel, von dem auch der Gartenbau profitieren könnte.

Fazit 2024/2025

Das Jahr 2024 hat gezeigt, dass der Gartenbau seinen Weg trotz vieler Herausforderungen geht. Das liegt vor allem daran, dass die Konsumenten gerade in Krisenzeiten auf der Suche nach schönen, kleinen Ablenkungen im Alltag sind, die bezahlbar sind. Blumen und Pflanzen erfüllen trotz Preissteigerungen genau diese Anforderung. Sie tragen zu einem besseren Leben bei – egal ob Blumen und Pflanzen im Privaten oder als Grün im öffentlichen Raum. Das verstehen immer mehr Menschen. Es gilt, Blumen und Pflanzen als Lösung und Nutzenstifter für diesen Bedarf noch plakativer und verständlicher als Branche auszuloben.

Ein großer Wunsch für 2025 wäre, dass der Wettbewerb nicht wie üblich über Klassiker, die in Mengen produziert werden, erfolgt, sondern der Gartenbau noch differenzierter im Angebot wird. So lässt sich auch die zwingend notwendige Wirtschaftlichkeit der Betriebe besser darstellen. Die Produkte dafür stehen ausreichend zur Verfügung.

Der Gartenbau ist für die Zukunft gewappnet, wenn die großen Themen in der Branche von allen gemeinsam angegangen werden und alle einen Beitrag dazu leisten: Klimaresilienz, Nachhaltigkeitszertifizierung, Energieund Wassereffizienz, Pflanzenschutz-Lückenindikation, Eingrenzung der Quarantäne-Schaderreger und Bürokratieabbau.

"Die Branche muss frischer, frecher und präsenter werden!", so auch die neue Präsidentin des Zentralverbands Gartenbau Eva Kähler-Theuerkauf. Besser kann man es nicht auf den Punkt bringen.

Der Marktbericht wurde im Auftrag der Messe Essen erstellt von Andreas Löbke, CO CONCEPT, im Dezember 2024 erstellt.
Quellen
§ Statistisches Amt der Europäischen Union (EUROSTAT)
§ Agrarmarkt Informations-Gesellschaft mbH (AMI)
§ Verband des Deutschen Blumen- Groß- und Importhandels e.V. (BGI)
§ Blumenbüro Holland (BBH)
§ Gesellschaft für Konsumforschung (GfK)
§ Vereniging voor Groothandelaren in Bloemkwekerijprodukten (VGB)
§ Veröffentlichungen der TASPO - Haymarket Media GmbH
§ Industrieverband Garten e.V. (IVG)
§ Veröffentlichungen aus dem Gartenbau-Portal GABOT
§ Diverse Expertengespräche mit Verantwortlichen des Absatzes von Blumen und Pflanzen aus:
Baumschulproduktionsbetrieben,
Zierpflanzenproduktionsbetrieben,
Galabaubetrieben,
Einzelhandelsgärtnereien,

Blumengroßhandelsbetrieben,	
Berater des Blumenfacheinzelhandels	

Vermarktungsorganisationen,

FDF information

FDF Bühnenprogramm

FDF Floristik-Trends 2025

ZVG Pressemeldung

Veranstaltungen IPM ESSEN 2025

17.07.2024

Forum für Gärtner*innen mit dem Fokus Jungpflanzen

Interaktive Beteiligungsmöglichkeiten für Aussteller

Die IPM ESSEN hat ein neues Forum im Jungpflanzenbereich in Halle 2: Vom 28. bis 31. Januar 2025 können sich Gärtner*innen, Züchter*innen und Jungpflanzenproduzent*innen in der Messe Essen über die Zukunftsthemen dieser wichtigen Schnittstelle im Gartenbau austauschen. Das neue Informationsangebot bietet Raum für Impulsvorträge, Panel-Diskussionen, Innovationen und Best-Practices. Jeder Tag widmet sich einem anderen Themen-Fokus.

Das neue, moderierte Forum mit Bühne gibt dem Pflanzenbereich der Weltleitmesse des Gartenbaus wertvolle Einblicke in die neuesten Entwicklungen und Trends der Jungpflanzenbranche und die Möglichkeit, Erfahrungen miteinander zu teilen.

"Wir möchten auf der IPM ESSEN mitten im Jungpflanzenbereich einen Treffpunkt bieten, bei dem aktuelle Themen und Lösungen mit Expert*innen und Produzent*innen besprochen sowie Wissen und Know-how weitergegeben werden", erklärt IPM-Projektleiterin Andrea Hölker. "Damit fördern wir den gezielten Branchenaustausch für die Gärtner*innen, um Herausforderungen der Zukunft anzugehen. Gleichzeitig können sich ausstellende Unternehmen aktiv mit eigenen Beiträgen einbringen und ihr Netzwerk stärken."

In enger Zusammenarbeit mit der Branche wird das Programm derzeit detailliert ausgearbeitet. Mögliche Themen sind Neuheiten, Nachhaltigkeit, Nischenproduktion, Automatisierungsprozesse, Energie sowie Pflanzenschutz. Zusätzlich ist die Standfläche Startpunkt für geführte Rundgänge zu Züchter- und Jungpflanzenfirmen. Für die nicht-deutschsprachigen Messebesucher*innen wird eine Simultanübersetzung angeboten.

Weitere Informationen und Anmeldung unter www.ipm-essen.de

08.07.2024

IPM ESSEN geht 2025 mit neuem Hallenkonzept an den Start

Neue Platzierungen für FDF-World, IPM Discovery Center und Infocenter Gartenbau

Location-Wechsel auf der Weltleitmesse des Gartenbaus: Vom 28. bis 31. Januar 2025 präsentieren sich einige der Sonderschauen in anderen Hallen der Messe Essen als bisher. Aufgrund der Belegung der Halle 1A durch die Landgard-Frühjahrs-Ordertage wechseln die Themen-Areale, die zuvor in dieser Halle platziert waren, ihre Standorte. Das Infocenter Gartenbau befindet sich zukünftig in der Halle 4. Das IPM Discovery Center sowie die FDF World mit der Showbühne ziehen in die Halle 5.

"Mit der gezielten Zuordnung von Sonderschauen und Foren zu den vorhandenen Ausstellungsbereichen schaffen wir Mehrwerte für das Fachpublikum, wovon letztendlich auch unsere Aussteller profitieren", erklärt Oliver P. Kuhrt, Geschäftsführer der Messe Essen. Eva Kähler-Theuerkauf, Präsidentin des Landesverbandes Gartenbau Nordrhein-Westfalen und Vorsitzende des Messebeirates, ergänzt: "Das geänderte Hallenkonzept punktet mit kurzen Wegen und einem Mix aus Produkten, Sonderschauen und Kommunikationsflächen."

Infocenter Gartenbau, Neuheitenschaufenster und Lehrschau ab 2025 in Halle 4

Fachinformationen aus erster Hand und professionelle Beratung zu allen betrieblichen Fragestellungen erhalten Gärtner*innen im Infocenter Gartenbau ab 2025 in der Halle 4. Der Zentralverband Gartenbau, ideeller Träger der IPM ESSEN, seine Landes- und Unterverbände sowie Fachgruppen präsentieren sich hier und laden auf dem Gemeinschaftstand zum persönlichen Austausch ein. Ergänzend zum Innovationscenter Gartenbautechnik mit Fachvorträgen aus Industrie und Forschung informiert die Lehrschau über neue wissenschaftliche Erkenntnisse künftig ebenfalls in Halle 4. Zu welcher Höchstleistung der Gartenbau fähig ist, zeigt zudem das Neuheitenschaufenster mit der Ausstellung aller eingereichter Pflanzen-Novitäten im Rennen um den Titel "IPM-Neuheit 2025".

Ordererlebnis für den grünen und floralen Einzelhandel

Der Fachverband deutscher Floristen – Bundesverband (FDF) und seine Landesverbände sind ab 2025 in Halle 5 anzutreffen. In der FDF-World spielt die Showbühne die Hauptrolle, wenn auf ihr die Stars der weltweiten Floristik-Szene live ihr Können demonstrieren. Blumige Inspiration und florale Handwerkskunst vermitteln außerdem Rundgänge und Workshops sowie Installationen und POS-Situationen. Wie gehabt präsentieren sich in Halle 5 wieder Aussteller mit Floristik-Bedarf und ergänzenden Sortimenten für den Einzelhandel sowie internationale Pflanzenaussteller, unter anderem aus Italien und der Türkei

Weitere Möglichkeiten, neue Retail-Trends und erfolgreiche Marketing-Konzepte für Produkte aus allen Bereichen der IPM ESSEN kennenzulernen, bietet das IPM Discovery Center. Die Sonderschau unter kreativer Leitung von Romeo Sommers zieht ab 2025 ebenfalls in die Halle 5 um. Im Fokus stehen neue Ideen für die zielgruppenorientierte Kund*innen-Ansprache in Gartencentern. Mehrmals täglich werden geführte Rundgänge angeboten.

Die Ausstellungsbereiche in den Hallen bleiben unverändert und bieten den Fachbesuchern wie gewohnt eine gute Orientierung:

- · Bereich Pflanze: Hallen 1, 1A, 2, 5, 6, 7, 8 und Galeria
- · Bereich Technik: Hallen 3 und 4
- Bereich Floristik und Ausstattung: Halle 5

Weitere Informationen und Standanmeldung unter: www.ipm-essen.de

Landgard-Ordertage auf der IPM ESSEN

Grüne Branche erhält zentralen Ordertermin zu Jahresbeginn

Grüne Branche erhält zentralen Ordertermin zu Jahresbeginn

Die Weltleitmesse des Gartenbaus und Deutschlands führende Vermarktungsorganisation im Gartenbau gehen zukünftig noch enger gemeinsame Wege: Vom 28. bis 31. Januar 2025 werden die Landgard-Ordertage erstmals auf der IPM ESSEN in der Messe Essen stattfinden. Die Entscheidung gaben Oliver P. Kuhrt, Geschäftsführer der Messe Essen, und Dirk Bader, Vorstand Landgard eG, gemeinsam im Rahmen der jüngsten IPM-Beiratssitzung bekannt.

"Die IPM ESSEN ist der zentrale Marktplatz, wo sich Anfang des Jahres die globale Branche trifft, um mit neuen Ideen und Konzepten in die Saison zu starten. Mit der Landgard-Kooperation bieten wir dem grünen Handel eine noch attraktivere Orderplattform als bisher", erklärt Oliver P. Kuhrt. Dirk Bader ergänzt: "Der Handel mit Pflanzen und Blumen ist international ausgerichtet. Die Integration der Landgard-Ordertage in die IPM ESSEN schafft Synergien und gibt dem Markt die Möglichkeit, sich effizient an einem Ort über Neues zu informieren und gleichzeitig zu ordern. Wir freuen uns daher sehr, dass wir unsere Vermarktungsaktivitäten auf der Weltleitmesse ausbauen und damit ein großes Publikum erreichen."

Zu den letzten Ordertagen 2024 in Oberhausen boten 150 Lieferanten rund 3.000 verschiedene Pflanzen an, darunter viele Neuheiten. Die Ware kam neben Deutschland auch aus Nachbarländern wie den Niederlanden, Italien und Dänemark – allesamt auch wichtige Aussteller- und Besuchernationen der IPM ESSEN.

Ausblick 2025

Die Fläche der IPM ESSEN 2025 ist rund drei Monate nach der diesjährigen Messe bereits zu 80 Prozent gebucht. Schon im Re-Booking während der letzten Veranstaltung entschieden sich 70 Prozent der Aussteller für einen Stand auf der Weltleitmesse des Gartenbaus.

Die Messepräsentation von Landgard wird wie gewohnt auch wieder verbrauchernahe Konzepte und Kollektionen enthalten, die in stimmungsvollen Arrangements und Themenwelten dem Fachpublikum vorgestellt werden. Darüber hinaus ist erneut die Netzwerkveranstaltung "Flower hour" geplant.

Weitere Informationen und Standanmeldung unter: www.ipm-essen.de

Hortiflorexpo China und IPM ESSEN verlängern Zusammenarbeit

Größte Gartenbau-Fachmesse Chinas vom 23. bis 25. Mai 2024

Größte Gartenbau-Fachmesse Chinas vom 23. bis 25. Mai 2024

Die Hortiflorexpo China, die führende Fachmesse für die Gartenbauindustrie in China, und die Weltleitmesse des Gartenbaus IPM ESSEN setzen ihre bisherige erfolgreiche Partnerschaft fort. Die beiden Fachmessen fördern damit den internationalen Austausch rund um die Gartenbauindustrie in China und öffnen insbesondere deutschen Ausstellern ein gewinnbringendes, neues Business-Netzwerk. Die nächste Veranstaltung, die "Hortiflorexpo IPM Beijing", findet turnusgemäß vom 23. bis 25. Mai 2024 im neuen China International Exhibition Center in Peking statt.

Die enge Partnerschaft zwischen der Hortiflorexpo und der IPM ESSEN ermöglicht es Ausstellern, von den Synergieeffekten zu profitieren und wichtige Geschäftskontakte im chinesischen Markt auf- und auszubauen. Die Messe Essen organisiert beispielsweise den deutschen Nationen-Pavillon, der Innovationen "made in Germany" vorstellt, und ist darüber hinaus für die internationale Vermarktung verantwortlich.

Oliver P. Kuhrt, Geschäftsführer der Messe Essen, betont die Bedeutung dieser starken interkontinentalen Partnerschaft: "Die Vertragsverlängerung festigt nicht nur unsere Zusammenarbeit, sondern unterstreicht auch die Position der Hortiflorexpo IPM China als führende Fachmesse in der Gartenbauindustrie in ganz Asien."

Vertragsunterzeichnung während der Weltleitmesse des Gartenbaus in Essen

Die Vertragsunterzeichnung fand während der 40. IPM ESSEN (23. bis 26. Januar 2024) statt, bei der als Vertreterin der Hortflorexpo die Vize-Generalsekretärin der China Flower Association Xuemei Liu und Oliver P. Kuhrt, Geschäftsführer der Messe Essen, den Kooperationsvertrag besiegelten.

Die Hortiflorexpo IPM China gilt als die wichtigste Plattform für Innovationen, Networking und Geschäftsmöglichkeiten für die Gartenbauindustrie im gesamten asiatischen Raum. Sie findet jährlich immer im Wechsel zwischen Shanghai und Peking statt. Zur nächsten Messe im Mai in Peking werden mehr als 700 Unternehmen aus 20 Nationen erwartet, die eine Ausstellungsfläche von 40.000 Quadratmetern belegen. Die Fachbesucher*innen können sich auf eine Veranstaltung freuen, die die neuesten Trends, Produkte und Technologien der grünen Branche präsentiert. Geplant ist zudem ein Rahmenprogramm mit Live-Präsentationen, Foren und gartenbaulichen Exkursionen.

IPM ESSEN 2024 glänzte zum 40. Jubiläum

Klimapflanzen gehörten zu den Top-Themen der Weltleitmesse des Gartenbaus

Klimapflanzen gehörten zu den Top-Themen der Weltleitmesse des Gartenbaus

Die Internationale Pflanzenmesse IPM ESSEN schreibt weiter Geschichte: Trotz des bundesweiten Bahnstreiks kamen rund 36.000 Fachbesucher*innen vom 23. bis 26. Januar 2024 in die Messe Essen, um sich bei 1.403 ausstellenden Unternehmen aus 43 Ländern über Neuheiten in den Ausstellungsbereichen Pflanzen, Technik, Floristik und Ausstattung zu informieren und zu ordern. Die 40. Auflage der Weltleitmesse des Gartenbaus zeichnete sich erneut vor allem durch eine auffällig hohe Qualität des Fachpublikums aus. Großes Interesse galt klimaresilienten und biodiversitätsfördernden Pflanzen sowie Innovationen für die ressourcenschonende Produktion. Im Vergleich zum Vorjahr legte die IPM ESSEN 2024 bei der Internationalität ihres Publikums zu.

"Die grüne Branche hat auf der 40. IPM ESSEN einmal mehr gezeigt, welche Relevanz sie für die Themen unserer Zeit hat. Der Gartenbau ist leistungsstark und innovativ. Das haben wir hier an vier Tage eindrucksvoll gesehen und bewiesen", zieht Eva Kähler-Theuerkauf, Präsidentin des Landesverbandes Gartenbau Nordrhein-Westfalen und Vorsitzende des IPM-Messebeirates, Bilanz.

Dass die IPM ESSEN die führende Plattform für den internationalen Gartenbau ist, um die kommende Saison zu planen, Ware zu ordern oder Investitionen zu tätigen, macht mit 71 Prozent der hohe Anteil an Fachbesucher*innen mit Einkaufs- und Beschaffungskompetenzen im eigenen Unternehmen deutlich. 2023 lag der Wert noch bei 66 Prozent. "Genau das macht eine hochkarätige Fachmesse aus. Obwohl der anhaltende Bahnstreik die An- und Abreise erheblich eingeschränkt hat, waren die richtigen Besucherinnen und Besucher vor Ort", erklärt Oliver P. Kuhrt, Geschäftsführer der Messe Essen.

Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette

Rund 30 Prozent der Besucher*innen bestellten während der Messe. Über 60 Prozent planen, aufgrund der auf der IPM ESSEN erhaltenen Informationen im Nachgang Käufe zu tätigen. Auf der Liste der Einkäufer*innen waren vor allem neue und innovative Pflanzenzüchtungen. Im Trend liegen derzeit klimaresiliente Gattungen, die sowohl Starkregen als auch Hitze vertragen – ein Aspekt, der sowohl in Privatgärten als auch in der urbanen Begrünung eine immer größere Rolle spielt. So waren die Rundgänge zu Klimabäumen und insektenfreundlichen Stauden sehr gut besucht.

Nachhaltigkeit war auch im Ausstellungsbereich Technik ein wiederkehrendes Stichwort. Das Innovationscenter Gartenbautechnik informierte zum Beispiel zu Torfersatz und der ressourcenschonenden Produktion. Zugenommen im Gartenbau haben zudem Automatisierungsprozesse, der Einsatz von künstlicher Intelligenz wird wichtiger. Auf der IPM ESSEN wurden beispielsweise ein Gießroboter und Lösungen zur automatisierten Unkrautbekämpfung vorgestellt. Die neue Sonderschau "Nutzfahrzeuge" bot Mobile für den Einsatz im Gartenbau mit E-Antrieb.

Das IPM Discovery Center präsentierte, wie sich nachhaltige Lösungen wie etwa biologisch abbaubare Materialien für Verpackungen und Pflanztöpfe in den Handel integrieren lassen und Kund*innen in Zukunft mit Grün begeistert werden können. Nachhaltige Floristik stand außerdem im Fokus der FDF-World. Der Fachverband Deutscher Floristen – Bundesverband (FDF) gab Inspiration auf seinem Kreativ-Areal und zeigte, wie sich Trendthemen ins eigene Geschäft übertragen lassen. Der IPM Concept Store zeigte Produkte für die sinnvolle Sortimentsergänzung im grünen Einzelhandel.

IPM ESSEN 2024 war Schauplatz für grüne Branchen-Preise

Die IPM ESSEN war erneut die Bühne für zahlreiche Preisverleihungen, mit denen die Branche einmal im Jahr ihre Besten auszeichnet. Den Anfang machte am ersten Messetag das Neuheiten-Schaufenster des Zentralverbands Gartenbau für neu gezüchtete Pflanzen sowie neue Wild- und Wuchsformen. Die Gewinner: Catharanthus roseus 'Soirée® White' der Firma MNP/Suntory (Kategorie Beet- und Balkonpflanze); Pericallis cruentus Mandala® Plus Magic Purple der Firma Dümmen Orange (Frühjahrsblüher); Zygopetalum 'Oxygen Optimistic' (AK8) der Firma Alpha Orchids Breeding (Blühende Zimmerpflanzen); Aloe vera Medivera der Firma Amigo Plant (Grüne Zimmerpflanze); Helleborus hybrida Frostkiss Vibey Velvet der Firma AllPlant (Stauden); Eutrema japonicum 'Hana Utogi' der Firma FitzGerald Nurseries Lt (Balkonobst/-gemüse); Pyracantha coccinea 'Orange Star' der Firma Hoogeveen Plants (Gehölze); und Mangave Mad about Mangave® 'Praying Hands' der Firma Cactusmania di Manera Bruno aus Ventimiglia in Italien (Sonderpreis). Der Publikumspreis ging außerdem an die Eclipse Bigleaf Hydrangea von First Editions der Firma Bailey Nurseries International aus Minnesota.

Premiere feierte der Best Practice Award für praxisorientierte Produkte im Floristik-Fachhandel in Zusammenarbeit mit dem FDF. Über den Preis freute sich in der Kategorie Design und Trend die Firma LiveTrends Design Group Europe Ap mit dem Trend, "The Botanist". In der Kategorie Technik und Werkzeug in der floristischen Praxis gewann Newwen mit der Flowerbox. Der Saatgut-Adventskalender der Firma Baza Seeds Holland ging als Sieger in der Kategorie Accessoires und Geschenkartikel hervor, die Tonamphore "Olla S" von Wepot in der Kategorie Nachhaltigkeit. Gleich zwei Preise räumte der Blumentopf von Capi Europe ab, und zwar in den Kategorien Indoor-Deko und "Das Gefäß".

Mit dem Show Your Colours Award honorierten BIZZ Communications und die Messe Essen außerdem das beste Storytelling für eine Pflanze. Die Auszeichnung ging an die Gartenrose Rosa Hybrid Plant'n'Relax von Roses Forever aus dem dänischen Faaborg. Die Kletterrose mit Gestell macht laut Jury genau das möglich, was ihr Name verspricht: pflanzen und entspannen.

Die Besten der Besten in der Zierpflanzenproduktion prämierten die International Association of Horticultural Producers (AIPH) und FloraCulture International (FCI) mit dem International Grower of the Year Award. Den begehrten Preis mit nach Hause nehmen darf in diesem Jahr die britische Großhandelsgärtnerei Greenwood Plants.

Den Preisreigen beendete am letzten Tag der IPM Messe-Cup, mit dem der Landesverband Nordrhein-Westfalen im Fachverband Deutscher Floristen und der Landesverband Gartenbau Nordrhein-Westfalen die besten floralen Werkstücke auszeichneten. Siegerin im Kombinationswettbewerb wurde Lilli Kramer von Kramer Garten & Ambiente aus Buchholz.

Hohe Wiederbesuchsabsichten

Insgesamt bewerteten die Fachbesucher*innen das Angebot der IPM ESSEN 2024 als sehr positiv. 87

Prozent vergaben die Noten eins bis drei. 91 Prozent würden einen Besuch weiterempfehlen, ebenfalls 91 Prozent wollen erneut die IPM ESSEN besuchen. Bei den ausstellenden Unternehmen lag der Anteil bei 87 Prozent. Die nächste IPM ESSEN findet vom 28. bis 31. Januar 2025 in der Messe Essen statt.

Zahlen im Detail

Die rund 36.000 Besucher*innen setzten sich zusammen aus registrierten Fachbesucher*innen, nationalen und internationalen Medienvertreter*innen sowie Ehrengästen. Darüber hinaus besuchten rund 5.800 Teilnehmende die IPM ESSEN 2024 als Aussteller*in.

Weitere Informationen unter www.ipm-essen.de