15.04.2024

# Landgard-Ordertage auf der IPM ESSEN

## Grüne Branche erhält zentralen Ordertermin zu Jahresbeginn

Die Weltleitmesse des Gartenbaus und Deutschlands führende Vermarkungsorganisation 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

15.04.2024

# Landgard-Ordertage auf der IPM ESSEN

## Grüne Branche erhält zentralen Ordertermin zu Jahresbeginn

Die Weltleitmesse des Gartenbaus und Deutschlands führende Vermarkungsorganisation 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

05.03.2024

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.

01.02.2024

IPM ESSEN stiftet ihren Ausstellern zum Jubiläum über 1.000 Bäume

Aktion unterstützt weltweit Kleinbäuerinnen und Kleinbauern

## Aktion unterstützt weltweit Kleinbäuerinnen und Kleinbauern

**Zur 40. IPM ESSEN hat sich die Messe Essen für die Aussteller der Weltleitmesse des Gartenbaus etwas Besonderes überlegt: Jeder Stand hat am ersten Messetag einen Gutschein für eine Baumpflanzung erhalten. Die Codes können online auf der Web-Plattform Treedom eingelöst werden, die mit Kleinbäuerinnen und Kleinbauern in Afrika, Mittel- und Südamerika sowie Südasien kooperiert. Die Landwirtinnen und Landwirte pflanzen die Bäume in ihrem lokalen Umfeld, tragen damit zu einem nachhaltigen Ökosystem bei und sichern sich so einen Teil ihres Einkommens. Mit den Erlösen finanziert Treedom die Schulung der teilnehmenden Agrargenossenschaften. Bereits während der IPM ESSEN haben sich zahlreiche Aussteller an der Aktion beteiligt.**

Wer einen Baum gepflanzt hat, kann im gemeinsamen IPM-Wald den Fortschritt seines eigenen Baumes nachverfolgen und sehen, wie die IPM-Community wächst. Außerdem werden regelmäßig Informationen zur Spezies und dem Projektland gepostet. Nach ein paar Wochen bekommt jeder Baum ein aktuelles Foto und GPS-Daten. „Unser Herz schlägt grün – deshalb wollten wir unseren Ausstellern zur 40. IPM ESSEN ein besonderes Geschenk machen. Die Baumpflanz-Aktion passt perfekt zur Messe. Gleichzeitig machen wir den Planeten damit ein bisschen grüner und unterstützen die ansässige Landwirtschaft“, erklärt Andrea Hölker, Projektleiterin der IPM ESSEN, den Hintergrund der Überraschung.

## Klimabäume sind ein Schwerpunkt auf der IPM ESSEN

Auf der 40. IPM ESSEN zeigten Aussteller aus 43 Nationen ihre Innovationen in den Ausstellungsbereichen Pflanzen, Technik, Floristik und Ausstattung. Die besondere Jubiläumsausgabe hielt zahlreiche Programm-Highlights für die rund 36.000 Fachbesucherinnen und Fachbesucher bereit. Speziell im Hinblick auf anstehende Klimaziele ist der Gartenbau momentan gefragt. Deshalb standen Klimabäume und insektenfreundliche Stauden im Mittelpunkt von geführten Rundgängen. Darüber hinaus war das Seminar „Große Bäume für die Stadt“, das der Bund deutscher Baumschulen anbot, eine gefragte Veranstaltung.

Weitere Informationen unter: www.ipm-essen.de

26.01.2024

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

23.01.2024

Jubiläumsausgabe der Internationalen Pflanzenmesse IPM ESSEN eröffnet

Zukunftsweisende Pflanzenneuheiten prämiert

**Zukunftsweisende Pflanzenneuheiten prämiert**

**Die Jubiläumsausgabe der Internationalen Pflanzenmesse IPM ESSEN ist eröffnet. Zum 40. Mal trifft sich bis Freitag die grüne Branche in der Messe Essen. Rund 250 Vertreter*innen aus Wirtschaft und Politik nahmen an der offiziellen Eröffnungsfeier teil. Schon zum Start machte die Weltleitmesse des Gartenbaus ihrem Namen alle Ehre und prämierte die vielversprechendsten neuen Pflanzenzüchtungen.**

Das Herz der Branche schlägt grün. Das betonten neben dem Oberbürgermeister der Stadt Essen und Aufsichtsratsvorsitzenden der Messe Essen Thomas Kufen auch Eva Kähler-Theuerkauf, Präsidentin des Landesverbandes Gartenbau Nordrhein-Westfalen, Klaus Götz, der Präsident des Fachverbandes deutscher Floristen, sowie Weltmeisterflorist Nikolaus Peters. Jürgen Mertz, Präsident des Zentralverbandes Gartenbau (ZVG), richtete seine Rede vor allem in Richtung der Politik: „Die IPM ESSEN ist seit mehr als 40 Jahren beindruckender Hotspot an Innovationen für die grüne Branche. Dies benötigen wir auch dringend für die Herausforderungen im Gartenbau zu Energiefragen, Klimawandel oder Umweltschutz. Bei allen Transformationsschritten muss die Wirtschaftlichkeit der Betriebe im Auge behalten werden. Hier ist auch die Politik gefordert.“ Silke Gorißen, Ministerin für Landwirtschaft und Verbraucherschutz des Landes Nordrhein-Westfalen, des Bundeslandes mit den meisten Gartenbaubetrieben, versicherte, den Gartenbau voranbringen zu wollen. Der enge und gute Austausch mit den Verbänden trage maßgeblich dazu bei, die richtigen Rahmenbedingungen für die Pflanzenproduktion zu schaffen.

**Neuheitenschaufenster zeichnete Innovationen mit Mehrwert aus**

Besonders zukunftsweisende Innovationen nahmen am Wettbewerb „IPM-Neuheitenschaufenster“ teil, der gemeinsam vom ZVG und der Messe Essen ausgerichtet wird. Eva Kähler-Theuerkauf und die amtierende Blumenfee Kathrin Köhler übergaben während der Eröffnungsfeier die Siegerurkunden. In vielen der neuen Züchtungen zeigte sich, dass die Faktoren Klimawandel und Hitzebeständigkeit immer wichtiger werden.

So wurde in der Kategorie „Beet- und Balkonpflanzen“ die Catharanthus roseus ‚Soirée® White‘ der Firma MNP/Suntory aus den Niederlanden ausgezeichnet. Neu sind die kleinen Blüten sowie der kompakte, kleine Wuchs. Zudem ist die Pflanze pflegeleicht, gut für sonnige Standorte geeignet, hitzetolerant mit geringem Wasserbedarf und gleichzeitig auch unempfindlich bei länger anhaltendem Regen. Äußerst trockenresistent ist auch der Sieger in der Kategorie „Gehölze“. Hier entschied sich die Expertenkommission für die Pyracantha coccinea ‚Orange Star‘ der Firma Hoogeveen Plants aus den Niederlanden. Ihre vielen großen, orangenen Beeren bleiben lange an der Pflanze und sind so eine gute Nahrungsquelle für Insekten und Vögel. Zudem benötigt dieses Gehölz wenig Pflege und ist robust gegen Krankheiten. Ebenfalls eine gute Nahrungsquelle für nektarsuchende Bienen ist die Helleborus hybrida Frostkiss Vibey Velvet der Firma AllPlant aus den Niederlanden. Die Gewinnerin in der Kategorie „Stauden“ leuchtet in strahlendem Burgunderrot. Ihre Blüten blühen besonders früh und stehen zudem gut über dem interessant geäderten Laub. Mit einem Sonderpreis ehrte die Jury die Mangave Mad about Mangave® ‚Praying Hands‘ der Firma Cactusmania di Manera Bruno aus Ventimiglia in Italien. Sie sieht in dieser noch jungen Pflanze, einer Gattungskreuzung aus Manfreda und

Agave, eine Zukunftspflanze. Denn sie ist klimatolerant, hat ein Laub mit interessanter Zeichnung und einen ungewöhnlichen Wuchs.

**Prämierte Neuheiten bringen Feuer, Farbe und Medizin in die eigenen vier Wände**

Ein feuriges Geschmackserlebnis bietet der Sieger in der Kategorie „Balkonobst/-gemüse“, Eutrema japonicum ‚Hana Utogi‘ der Firma Fitzgerald Nurseries Lt aus Irland. Die robuste Sorte hat eine große Anzahl essbarer Blüten und ausreichend Rhizome zur Wasabi-Ernte. Sie freut sich über ein schattiges Plätzchen, gerne an einem Fließgewässer, ist aber auch für das Vertikal-Farming geeignet. Tolle Blattmuster, eine einheitliche Blattzeichnung und ihr kompakter gleichmäßiger Wuchs kennzeichnen die Aloe vera Medivera der Firma Amigo Plant aus den Niederlanden, Gewinnerin in der Kategorie „Grüne Zimmerpflanzen“. Die edel wirkende Medivera braucht nur wenig Pflege und bietet mit ihrem Blattsaft die Möglichkeit, kleine Wunden zu versorgen. Eine duftende Orchidee mit vielen Blüten machte das Rennen in der Kategorie „Blühende Zimmerpflanzen“. Die Zygopetalum ‚Oxygen Optimistic‘ (AK8) der Firma Alpha Orchids Breeding aus de Lier in den Niederlanden ist sehr produktiv und wächst kompakt. Ein Eyecatcher ist der Gewinner der Kategorie „Frühjahrsblüher“. Denn die Pericallis cruentus Mandala® Plus Magic Purple der Firma Dümmen Orange aus Deutschland verfügt über eine fluoreszierende Blütenfarbe. Sie blüht von März bis Ende Mai, die Blütenfarbe kontrastiert gut mit dem dunklen Laub.

In Halle 1A sind alle eingereichten Pflanzenneuheiten ausgestellt. Die IPM ESSEN ist noch bis Freitag, 26. Januar, für Fachbesucher*innen geöffnet.

Weitere Informationen unter: www.ipm-essen.de

22.01.2024

40. Jubiläum der IPM ESSEN

Fachpublikum kann sich auf zahlreiche Programm-Highlights freuen

**Fachpublikum kann sich auf zahlreiche Programm-Highlights freuen**

**Vom 23. bis 26. Januar 2024 findet die Weltleitmesse des Gartenbaus zum 40. Mal in der Messe Essen statt. Mehr als 1.400 Aussteller aus 43 Nationen zeigen auf der IPM ESSEN ihre Innovationen in den Ausstellungsbereichen Pflanzen, Technik, Floristik und Ausstattung. Die besondere Jubiläumsausgabe unter dem Motto „Unser Herz schlägt grün“ hält zahlreiche Programm-Highlights für das internationale Fachpublikum bereit. Foren, Kongresse, Wettbewerbe, Rundgänge, Live-Shows, Sonderschauen und weitere Side-Events rücken aktuelle Themen der grünen Branche in den Fokus, geben neue Inspiration für das kommende Geschäftsjahr und bieten zahlreiche Networking-Gelegenheiten.**

„Die grüne Branche hat über die Jahrzehnte in der Messe Essen ihr Zuhause gefunden. Hier erleben die Fachbesucherinnen und Fachbesucher hautnah Trends, Neuheiten und Produktlösungen und können sich beim persönlichen Austausch mit Expertinnen und Experten den aktuellen Zukunftsfragen widmen. Wir freuen uns sehr auf die kommende Veranstaltung “, erklärt Oliver P. Kuhrt, Geschäftsführer der Messe Essen, den Erfolg der richtungsweisen Fachmesse.

Auch 2024 belegt die IPM ESSEN das gesamte Messegelände in den Hallen 1, 1A, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 und der Galeria. Die Nationen Belgien, China, Costa Rica, Dänemark, Frankreich, Indien, Israel, Japan, Südkorea, Niederlande, Polen, Portugal, Spanien, Türkei, UK und USA beteiligen sich mit mindestens einem Gemeinschaftsstand. Anlaufpunkt für den internationalen Pflanzengroßhandel ist wieder das BGI-Trade-Center in Halle 1 mit 31 Ausstellern. Der vom Bundeswirtschaftsministerium geförderte Gemeinschaftsstand der „Young Innovators“ in Halle 5 lenkt den Blick auf deutsche Start-ups.

**Sonderschauen und Themenflächen**

Zahlreiche Sonderschauen laden die Fachbesucher*innen ein, sich über aktuelle Branchenthemen zu informieren. In der Green City in Halle 1A präsentieren sich die grünen Fachverbände im **Infocenter Gartenbau** und stehen den Mitgliedsbetrieben Rede und Antwort. Die angegliederte **Lehrschau** „Gärtner können es!“ beleuchtet 2024 das wichtige und kontrovers diskutierte Thema Pflanzenschutz.

Inspiration für kreatives Floraldesign bietet das Areal des Fachverbandes deutscher Floristen – Bundesverband in der **FDF-World**. Highlight auf der einzigartigen Drehbühne ist neben den zahlreichen Live-Shows internationaler Stars der Floristik-Szene der Besuch von Weltmeister-Florist Nicolaus Peters am ersten Messetag. Darüber hinaus zeigen Showrooms neue Ideen für das eigene Geschäft.

Die Halle 1A ist auch das neue Zuhause des **IPM Discovery Centers**, gestaltet von Romeo Sommers in Kooperation mit der De Haan Group. In geführten **Trend-Rundgängen** erhält der grüne Fachhandel

praktische Tipps für erfolgreiche POS-Konzepte. Premiere im IPM Discovery Center feiert der **IPM Podcast „From the Greenhouse”**. Ein gläsernes Studio in Form eines Gewächshauses ist während der gesamten Messe Aufnahmeort für Interviews. Neben dem IPM Podcast werden hier auch die Folgen anderer Branchen-Podcasts produziert. Besucher*innen haben die Möglichkeit, über die Kopfhörer die Gespräche zu verfolgen.

Zum zweiten Mal in Folge geht der **IPM Concept Store** in der Halle 5 an den Start. Umsatzfördernde Sortimente wie etwa Geschenkartikel, Kerzen, Kosmetik, Spirituosen und Garten Gourmet erhalten hier besondere Aufmerksamkeit.

Speziell im Hinblick auf anstehende Klimaziele ist der Gartenbau momentan gefragt. **Klimabäume** und **insektenfreundliche Stauden** stehen im Mittelpunkt von **geführten Rundgängen**, die 2024 aufgrund der hohen Nachfrage auf der letzten IPM ESSEN weiter ausgebaut werden. Start ist der Meeting-Point in Halle 6.

**Nutzfahrzeuge** für den Gartenbau erhalten erstmals eine eigene Sonderfläche auf der IPM ESSEN. Hersteller zeigen ihr Angebot in Halle 7. Technisch wird es auch in Halle 4, wenn das **Innovationscenter Gartenbautechnik** in Kurzvorträgen über aktuelle Lösungen informiert. Gemeinsam präsentieren sich dort junge Start-ups, Unternehmen sowie Projekte aus Forschung und Wissenschaft.

**Im Congress Center**

Ebenfalls Ort des Geschehens wird das angeschlossene Congress Center Essen sein. Beim **„Tag der Ausbildung“** am Messemittwoch, 24. Januar, dreht sich alles um den Nachwuchs und die Fachkräftegewinnung. Am gleichen Tag lädt der Bund deutscher Baumschulen zum Seminar **„Große Bäume für die Stadt“** ein, das sich der Zukunft von urbanem Grün und deren Umsetzung widmet. Der 25. Januar startet dann mit dem **Zukunftskongress „Galabau Ausblicke“**, der vom Verband Garten-, Landschafts- und Sportplatzbau Nordrhein-Westfalen organisiert wird. Weiter geht es mit Perspektiven für junge Führungskräfte im **Forum „Beruf + Zukunft**“, das der Eugen Ulmer Verlag veranstaltet.

**Preisverleihungen**

Den Anfang der Preisverleihungen macht am ersten Messetag, 23. Januar, das **IPM-Neuheitenschaufenster**. Seit 2008 bringt es auf der IPM ESSEN die Newcomer des Jahres – von Beet- und Balkonpflanzen über Schnittblumen und Zimmerpflanzen bis hin zu Gehölzen und Stauden – hervor. Alle Einreichungen werden in Halle 1A präsentiert.

Neu auf der IPM ESSEN ist der Best Practice Award für den Bereich Floristik und Ausstattung. Die Fachbesucher*innen erfahren am Messedienstag wer als Sieger*in hervorgeht. Die Ehrung findet in Halle 5 statt, wo alle eingereichten Produkte ausgestellt sind.

Ebenfalls am 23. Januar verleiht der Dachverband AIPH – International Association of Horticultural Producers am Abend die beliebten **„International Grower of the Year Awards“** in einer feierlichen Zeremonie (Tickets: https://aiph.org/event/igoty-2024/).

Am Messedonnerstag werden die Gewinner*innen des **Show Your Colours Awards** (Halle 8, BIZZ Holland)

verkündet. Der IPM Messecup zeichnet am letzten Messetag die besten floralen Werkstücke aus (FDF-Drehbühne, Halle 1A).

**#congratsipmessen**

Zur 40. IPM ESSEN hat die Messe Essen auf der Website www.ipm-essen.de eine Social Wall eingerichtet. Jeder, der unter dem Hashtag #congratsipmessen auf Instagram oder Facebook postet und der Messe gratuliert, wird Teil der bunten Jubiläums-Collage. Das Motiv der Jubiläumskampagne, ein mit Pflanzen bewachsenes Herz, steht auf der Website digital zum Download bereit und darf ausdrücklich für die Glückwünsch-Posts genutzt werden.

Weitere Infos zum Programm und Tickets unter: www.ipm-essen.de.

22.01.2024

Zahlen, Daten, Fakten zur IPM 2024

Alle wichtigen Infos im Überblick

22.01.2024

Internationale Gemeinschaftsstände zeigen die Welt des Gartenbaus

16 Nationen präsentieren auf der Weltleitmesse landestypische Pflanzen und Technik

**16 Nationen präsentieren auf der Weltleitmesse landestypische Pflanzen und Technik**

**Als Weltleitmesse des Gartenbaus bietet die IPM ESSEN ihren Besucher*innen vom 23. bis 26. Januar 2024 einen umfassenden Überblick über Innovationen und Marktrends. Eine besondere Rolle spielen dabei die internationalen Gemeinschaftsstände. Denn hier zeigen Aussteller aus einer Nation kompakt und gemeinsam ihre landestypischen Pflanzen und technischen Lösungen. Das ist eine einzigartige Möglichkeit für Fachbesucher*innen, sich gebündelt über die Produkte eines Landes zu informieren. 2024 gibt es Gemeinschaftsstände aus diesen 16 Nationen: Belgien, China, Costa Rica, Dänemark, Frankreich, Großbritannien, Indien, Israel, Japan, Korea, die Niederlande, Polen, Portugal, Spanien, die Türkei und die USA.**

**Belgien** (Halle 2, Halle 6, Halle 8)

Das Jubiläum der IPM ESSEN ist auch ein Grund für belgische Aussteller, um zu feiern. Denn sie sind seit der ersten Stunde mit dabei und stellen 2024 zum 40. Mal aus. Organisiert wird der Gemeinschaftsauftritt vom flämischen Marketing-Verband VLAM an insgesamt drei Ständen in Halle 2 mit 17 Unternehmen, Halle 6 mit neun Unternehmen und Halle 8 mit vier Austellern. Die teilnehmenden Betriebe decken das gesamte belgische Zierpflanzensortiment ab, das von typisch flämischen Produkten wie Azaleen, Rhododendren, blühenden Zimmerpflanzen, dem flämischen Lorbeer und Chrysanthemen bis hin zu Sträuchern, Jung- und Beetpflanzen und Baumschulprodukten reicht. Besonders im Trend liegen Klimabäume und -pflanzen.

**China** (Halle 4)

Gärtnern im eigenen Zuhause ist in China gerade sehr gefragt. Diesen Trend möchten sechs einheimische Unternehmen nun exportieren. Sie zeigen am chinesischen Gemeinschaftsstand Produkte mit traditionellen landestypischen Merkmalen. Darunter sind Blumentöpfe, smarte Pflanzgefäße, Kühler für Frischblumen, aber auch Bonsai, Pfingstrosen, Blattpflanzen und Sukkulenten. Gezeigt werden auch Pflanzen und Produkte fürs Büro.

**Costa Rica** (Halle 1)

Costa Rica auf 50 Quadratmetern: Zehn Unternehmen präsentieren an diesem Gemeinschaftsstand das Export-Angebot ihres Landes. Zu sehen sein werden verschiedene Arten von Ficus, Yuccas, Drachenbäumen, Bromelien und vieles mehr. Mit dabei sind auch Pflanzen, die unter innovativen technologischen Produktionsprozessen wie z.B. In-vitro-Verfahren, angebaut und produziert worden sind. Zudem wartet auf die Fachbesucher*innen ein außergewöhnliches Virtual-Reality-Erlebnis.

**Dänemark** (Halle 6)

Royalen Besuch erwartet der dänische Gemeinschaftsstand: Prinzessin Benedikte, die Tante des dänischen Königs, wird am ersten Messetag vorbeischauen. Auch 2024 bringen die Aussteller wieder verkaufsstarke grüne und blühende Zierpflanzen mit. Besonders im Trend liegen derzeit panaschierte oder andersfarbige Pflanzen wie zum Beispiel Caladium Kelly.

**Frankreich** (Halle 6)

Führende innovative französische Züchter aus dem Pays de la Loire, der Bretagne oder der Provence werden ihre Neuheiten und Bestseller vorstellen. Von Agapanthus bis Cyclamen, von Chrysanthemen bis Dahlien, von Salvia bis Rododendron und mehr zeigen sie ein einzigartiges Angebot an Baumschulpflanzen, Blütenpflanzen, Blumenzwiebeln und Samen, jungen, halbfertigen und fertigen Produkten sowie Logistiklösungen, Marketinginstrumenten und Dienstleistungen für Innovation und Wettbewerbsfähigkeit. Als Neuheiten werden unter anderem ILEX paraguariensis Garden2Cup® MATE für selbstgemachten Mate zu sehen sein, neue Clematis-Varianten und spektakuläre Versailler Formen von Solitärobstbäumen.

**Großbritannien** (Halle 3, Halle 7)

Die Commercial Horticultural Association (CHA) organisiert wie gewohnt den britischen Gemeinschaftsauftritt. Im Länderpavillon erwartet die Besucher*innen eine Reihe führender und innovativer britischer Hersteller und Lieferanten von Pflanzen, Produkten und Dienstleistungen für kommerzielle Gartenbaubetriebe und Einzelhändler aus der ganzen Welt. Zu den ausstellenden Unternehmen im Bereich Pflanzen gehören der Rosenzüchter David Austin Roses, der Zierpflanzenzüchter Pinnacle Plants International und die Clematis-Züchter und Produzenten Raymond Evison Clematis Ltd und The Guernsey Clematis Nursery Ltd. Darüber sind auch Technik- und Dienstleitungsunternehmen vertreten wie der Hersteller des wiederverwendbaren Luftschneidesystems Air-Pot, die Gartencenter Design-Beratung C Long Design Studios, das Beleuchtungsunternehmen INDO Lighting, der Hersteller von umweltfreundlichen, biologisch abbaubaren Pflanzentöpfen, Vermarktungsschalen und Zellverpackungen Plantopia Eco Pulp, der Spezialist für individuell gestaltete Etiketten, Verpackungen, Verkaufsstellen und Kataloge PPC Labels sowie der Gartenbauartikel-Spezialist Tyne Moulds, der sein komplettes Sortiment an Gartenbauartikeln aus 90 Prozent recyceltem Verbraucherkunststoff sowie seine neuen Kettenschloss-Baumbinder, Nagel-Baumbinder und neuen und verbesserten Schnallen-Baumbinder zeigen wird.

**Israel** (Halle 2)

Über 2.800 Pflanzenarten gibt es in Israel – ein beachtlicher Wert. Ein Teil davon erwartet die Besucher*innen der IPM ESSEN auf dem israelischen Gemeinschaftsstand in Halle 2. Mit dabei ist das Familienunternehmen Cohen Propagation Nurseries, das sich auf die Produktion und den Export von unbewurzelten Stecklingen für Beet- und Korbpflanzen spezialisiert ist. Zu dessen wichtigsten Neueinführungen für die kommende Saison gehört beispielsweise die Linie „Scaevola Surdiva Star Blue“, die von Suntory gezüchtet wurde und die erste Scaevola-aemula-Sorte mit sternförmigen Blüten ist. Außerdem neu sind die Sorten „Calibrachoa Calitastic Cappuccino“ und „Petunia Tumbelina Anna“.

Mit Hishtil präsentiert sich auf dem Stand außerdem ein weltweit führender Anbieter von Setzlingen und Jungpflanzen von Kräutern, Bio-Kräutern, Zierpflanzen und Gemüse. Auf der IPM ESSEN 2024 wird das Unternehmen seine große Vielfalt an Bio-Pflanzen vorstellen, darunter beispielsweise die Neuheiten „Rosmarinus officinalis Roman Beauty“, „Scabiosa incisa Kudo Blue“ und „Scabiosa incisa Kudo Pink“.

Darüber hinaus beteiligen sich unter anderem anderem noch die Aussteller Hochberg Export Ornamental Plants mit wurzelnackten Zierbäumen und -sträuchern und Jaldety Propagation Nurseries mit unbewurzelten Stecklingen von Stauden, Einjährigen und Sukkulenten an dem israelischen Gemeinschaftsauftritt.

**Japan** (Halle 7)

Das Land der aufgehenden Sonne ist für seine Jahrhunderte alte Tradition der Gartengestaltung im Bonsai-Stil bekannt. Bäume in diesem Format werden die Aussteller auf dem japanischen Gemeinschaftsstand zeigen. Darüber hinaus bringen sie auch Gartenbäume mit zur IPM ESSEN 2024.

**Niederlande** (Halle 1, Halle 8)

Der neue Pavillon von Royal FloraHolland in Halle 1 stellt die Genossenschaft, die Züchter und das Produkt unter dem Motto „connect to grow" in den Mittelpunkt. Das Herzstück ist ein gemeinsamer Hof, der zum Treffen und Austausch einlädt. Mehr als 25 Aussteller werden ihre Klassiker und Neuheiten präsentieren. Dazu gehört eine große Auswahl an Orchideen, Schnittrosen, Gewächshauspflanzen, Kakteen und Sukkulenten. Besondere Blumen wie Topfrosen oder Mini-Gerbera sind ebenfalls Teil der Präsentation. Außerdem erwarten die Besucher*innen ein buntes Arrangement von Blumen- und Pflanzenverpackungen sowie die Gewinner des Glazen Tulp Award und des Greenovation Award.

Die gesamte Bandbreite niederländischer Baumschulprodukte ist an einem weiteren Nationenstand in der Halle 8 zu finden. Unter dem Dach von BIZZ Holland zeigen mehr als 30 Unternehmen ihre innovativen Gehölze und Stauden. Highlight ist der Show your Colours Award, der die beste Marketinggeschichte von Pflanzen auszeichnet und am Messedonnerstag überreicht wird.

**Spanien** (Halle 6)

30 Unternehmen, die dem Branchenverband FEPEX angehören und in der Produktion sowie dem Export von Zierpflanzen tätig sind, beteiligen sich am spanischen Gemeinschaftsstand. Darunter sind zwölf Unternehmen aus der Region Valencia, zehn aus Andalusien, vier Betriebe aus Katalonien, zwei von den Kanarischen Inseln sowie zwei aus Galicien. Besonders im Fokus stehen die Baumschulen aus Katalonien. Es werden zwei technische Berater anwesend sein, die mit den Baumschulen und den in Katalonien produzierten Pflanzen bestens vertraut sind. Sie stehen den Besuchern zur Verfügung, um Fragen zu beantworten, Orientierungshilfen zu geben und Kontakte zwischen potenziellen Käufern und katalanischen Unternehmen zu vermitteln.

**Türkei** (Halle 5)

Das Land profitiert von seinen klimatischen Bedingungen und beheimatet eine breite Palette an Zierpflanzenproduktionen. Davon können sich die Besucher*innen der Messe am türkischen Gemeinschaftsstand überzeugen. Über 20 ausstellende Unternehmen beteiligen und zeigen unter anderem Jungpflanzen, Grünpflanzen, blühende Topfpflanzen, Stauden, Schnittblumen, Werkzeuge, Maschinen, Erden und Pflanzgefäße.

**USA** (Halle 2)

Die Southern United States Trade Association (SUSTA) ist ein gemeinnütziger Verband zur Förderung des Agrarexporthandels, der sich aus den Landwirtschaftsministerien der 14 Südstaaten und Puerto Rico zusammensetzt. Seit 1973 unterstützt die SUSTA mit ihren Programmen und Dienstleistungen Exporteure von hochwertigen Lebensmitteln und Agrarprodukten. Auf dem Gemeinschaftsstand in Halle 2 unter dem Dach der SUSTA bündeln mehrere Unternehmen ihren Messeauftritt. Darunter sind das 1987 in Miami gegründete Unternehmen ForemostCo mit Startermaterial und die Patentanwältin für Pflanzen Cassy Bright. Außerdem erwarten die Besucher*innen Bougainvillea-, Hibiskus- und Ixora-Jungpflanzen von Vista Farms und wurzelnackte Liriope aus der Liriope Factory.

Weitere Gemeinschaftsstände gibt es aus **Indien** (Halle 4), **Südkorea** (Halle 4), **Polen** (Halle 6) und **Portugal** (Halle 6).

22.01.2024

IPM Discovery Center gibt neue Impulse für das Business

Kreativdirektor Romeo Sommers lädt zu Trendtouren ein

## Kreativdirektor Romeo Sommers lädt zu Trendtouren ein

**Als internationaler Treffpunkt der grünen Branche zeigt die IPM ESSEN 2024 ihren Fachbesucher*innen, welche Trends und Produkte besonders verkaufsstark sein werden. Ein wichtiger Baustein dabei ist das Discovery Center in der Halle 1 A. Hier präsentiert Grünstylist Romeo Sommers POS-Konzepte und Retail-Neuheiten in einer Atmosphäre aus Showroom und Kommunikationsfläche. Der renommierte Gartencenter-Ausstatter de Haan Group schafft dafür die perfekten Rahmenbedingungen. Dieses Jahr liegt der Schwerpunkt auf dem Thema „Natural Grow“. 18 Aussteller geben Impulse, wie Unternehmen ganz konkret von diesem Trend profitieren können. Zudem lädt Sommers zu Trendtouren durch diesen einzigartigen kreativen Ausstellungsbereich ein.**

„Natural Grow“ vereint alle Facetten rund um das Megathema Nachhaltigkeit – von natürlichem Wachstum über verantwortungsbewusste Produktion bis hin zur Integration ökologisch produzierter Pflanzen in die Arbeitswelt und den privaten Raum. Immer mehr Geschäftskund*innen und Endverbraucher*innen achten bei ihren Kaufentscheidungen bewusst auf diese Kriterien. Im IPM Discovery Center erfahren Fachbesucher*innen, wie auch sie von diesem Trend profitieren können. Romeo Sommers hat ideenfördernde Verkaufspräsentationen gestaltet, die Anregungen geben, wie Kund*innen von morgen begeistert werden möchten. „Eine grüne Umgebung strahlt nicht nur Nachhaltigkeit aus, sondern schafft auch eine angenehme Atmosphäre, die sowohl Kunden als auch Mitarbeitende anzieht“, weiß der Experte.

### Luftreinigende Pflanzen und nachhaltige Blumenverpackungen

Dieses Konzept zeigt das IPM Discovery Center mit 18 Ausstellern. So präsentiert das Unternehmen Decowrap nachhaltige Verpackungen für Blumen, die nicht nur elegant aussehen, sondern auch den ökologischen Fußabdruck reduzieren. Für ein besseres Klima in Büro und Zuhause sorgen die luftreinigenden Pflanzen von Air so pure. Die passenden Übertöpfe aus recycelten Materialien bringt The Pots Company mit. Welche Verkaufstische oder Ladenbausysteme gut zu solchen Produkten passen, ist mit Lösungen von Kahler zu sehen. Handfesten Mehrwert für Kunden bietet die Gartenpflege-App gardify, die genau anzeigt, wann eine Pflanze welche Pflegeschritte benötigt. Neben diesen Unternehmen beteiligen sich unter anderem auch Griebling Keramik, Deutsche Cuxin Marketing GmbH, Plantipp, The Urban Jungle Project, edding, Plantics, Hackboe, Seed to Soil, Rijnbeek, Capi Europe, Trilux und Wonderwall am IPM Discovery Center. Darüber hinaus ist das gläserne Aufnahme-Studio des neuen IPM-Podcasts „From the Greenhouse“ im IPM Discovery Center zu finden: ein Gewächshaus der Firma ACD.

### Online für Trendtouren anmelden

An allen Messetagen haben Fachbesucher*innen die Gelegenheit, auf einer Trendtour exklusive Insights über die Produkte auf und die Konzepte hinter dem IPM Discovery Center zu erfahren. Jeweils um 10 und um 14.30 Uhr führt Romeo Sommers über diese ganz spezielle Impulsfläche. Anmeldungen dafür sind online unter www.ipm-essen.de möglich.

Weitere Informationen unter: www.ipm-essen.de

22.01.2024

„Unser Herz schlägt grün“ - lebhafter denn je!

Ein Rückblick mit Ausblick von Andreas Löbke, CO CONCEPT

**Ein Rückblick mit Ausblick von Andreas Löbke, CO CONCEPT**

**Das Motto der diesjährigen IPM ESSEN trifft es auf den Punkt. „Unser Herz schlägt grün“. Grün fühlen, grün denken und international agieren, das ist auch heute noch das Erfolgsrezept der Messe Essen für die Internationale Pflanzenmesse (IPM). Als die IPM ESSEN 1983 gegründet wurde, war sie zunächst eine zarte Pflanze neben den damals bekannten Fachmessen in Deutschland. Von vielen bei der Gründung kritisch beäugt, etablierte sich die IPM ESSEN in den letzten mehr als 40 Jahren aber als eine der wichtigsten Veranstaltungen der Gartenbauwirtschaft und Pflanzenindustrie. Seitdem zieht sie jedes Jahr tausende Besucher*innen aus aller Welt nach Essen, nicht weit vom Niederrhein, dem größten Anbaugebiet Deutschlands – und sehr gut erreichbar für wichtige Gartenbaunationen in den Niederlanden, Belgien und Dänemark.**

Als Plattform für die Branche bietet die IPM ESSEN Ausstellenden aus den Bereichen Pflanzen Technik, Dekoration für Floristik und Garten sowie Garten- und Landschaftsbau eine hervorragende Bühne für das breite Spektrum an Produkten und Dienstleistungen rund um das Thema Garten und Pflanzen und gilt heute als wichtiger Treffpunkt für Handel, Gartenbaubetriebe, Baumschulen, Landschaftsarchitektur, Politik, Verbände und andere Expert*innen der Branche. Produktion und Absatz der Wertschöpfungskette Grün treffen bei der IPM ESSEN aufeinander.

Die Entwicklung der IPM ESSEN erfolgte in den letzten vier Dekaden parallel zur Branche und dient damit als guter Spiegel der Entwicklung. So war die Messe Essen immer am Puls der Zeit und setzte Trends und gesellschaftliche Strömungen um. Als ein Beispiel der parallelen Entwicklung ist die Anzahl der internationalen Beteiligungen zu sehen. Im gleichen Maße wie der internationale Handel wuchs, stiegen auch die Bewerbungen und Anmeldungen der Aussteller aus aller Welt. Waren es 1983 nur wenig Nationalitäten, gibt es heute rund 50 Ausstellernationen auf der IPM ESSEN, von denen circa 20 offizielle Gemeinschaftsstände mit ihren landestypischen Produkten bespielen. Entsprechend der Teilnehmer*innen kommen auch die Besucher*innen heute nicht nur aus Deutschland, sondern aus der ganzen Welt, um an der Messe teilzunehmen, sich auszutauschen, zu handeln und reich an Informationen und Ideen in die neue Saison zu starten.

Zur 40. IPM ESSEN ist es an der Zeit, zurückzublicken, wie sich der Gartenbau in den letzten vier Dekaden Jahren verändert hat und mit ihr die heutige Weltleitmesse des Gartenbaus IPM ESSEN.

**Die 1980er: Gründung der IPM ESSEN**

In den 1980er Jahren war der Gartenmarkt noch anders beschaffen als heute. Die Gartenarchitektur war seinerzeit von geometrischen Formen und strengen Linien geprägt. Häufig wurden symmetrische Beete, Rasenflächen und Hecken angelegt. Auch die Verwendung von formalen Elementen wie Treppen, Terrassen und Mauern war typisch für diesen Zeitraum. Im Garten selbst wurden Gartenzwerge, Vogelhäuschen und andere dekorative Elemente der Zeit für die Gestaltung verwendet. Erst später wurde der englische Gartenstil

populär, bei dem eine natürliche und entspannte Atmosphäre durch Staudenbeete, Wiesen und romantische Sitzecken, sowie durch den Einsatz von Natursteinen, Teichen und Wasserspielen betont wurde.

Sehr beliebt im Haus waren in den 80er Jahren grüne Zimmerpflanzen wie Monstera, Drachenbaum, Ficus, Farn oder Efeu. Das Grünpflanzensortiment erfuhr eine Renaissance, verursacht durch einen neuen Konsumententypus, dem „Dschungelfan“. Junge Leute bestritten jährlich zweistellige Zuwachsraten im Absatz dieser Sortimente. Die klassische Nachfrage bei den blühenden Topfpflanzen bestand zu 25% aus Azaleen und Cyclamen. Klassische Artikel wie der Weihnachtsstern machten im vierten Quartal 1980 24 Prozent aus. Orchideen wurden damals in der Verbrauchsstatistik noch unter „Sonstige“ geführt.

Die deutsche Produktion verzeichnete eine rückläufige Tendenz; man sprach von Krise; die Anzahl der Produktionsbetriebe ging zurück, speziell im Schnittblumenanbau. Damalige Veröffentlichungen sprechen von „Folge der steigenden Energiekosten und damit verbunden verschärfte Auslandskonkurrenz“. Die deutsche Produktion setzte verstärkt auf Topf-, Beet- und Balkonpflanzen und begann die Sortimentsbreite beeindruckend und rasant bis heute auszuweiten.

Das Schnittblumenangebot kam zunehmend aus der klimatisch begünstigten Produktion in Drittländern und aus den Niederlanden. Hier stellten die Betriebe massiv von Gemüseproduktion auf die lukrativere Schnittblumenproduktion um.

Während der Anbau von Obst und Gemüse im eigenen Garten in den Jahren vor Gründung der IPM ESSEN abnahm und nicht als besonders chic galt, lag der eigene Obst- und Gemüsegarten mit Beginn der 1980er Jahre wieder im Trend. Die Selbstversorgung wurde nach und nach wieder modern, nur ließen die Gärten oft keine großen Pflanzen mehr zu. Die steigende Bedeutung des Gartens und von Grün wurde in den 80er Jahren auch durch das Aufkommen von überdachten Terrassen und Wintergärten deutlich, die zur verstärkten Nutzung des Gartens als erweiterten Wohnraum in den 80er Jahren immer beliebter wurden. Hier konnte man auch bei schlechtem Wetter im Garten verweilen und so die Verbindung zwischen drinnen und draußen schaffen.

Auf der IPM ESSEN wurde in dieser Zeit schon alles gezeigt, was dem Zeitgeist entsprach und es im deutschen Gartenbau, aber auch den benachbarten Ländern zu sehen gab. Insbesondere Ziersträucher und Bäume waren immer stark auf der IPM ESSEN vertreten, nicht zuletzt, weil die Baumschulen zu den Ausstellern der ersten Stunde gehören.

Neben Ziersträuchern und Bäumen haben auch Schnittblumen und Floristik ihren festen Platz in der Messe Essen. 1986, zur vierten IPM ESSEN, wurde die FLORBEDA in die internationale Leitmesse integriert. Gleichzeitig fand dort der erste Pflanzschalenwettbewerb des Fachverbands deutscher Floristen (FDF) NRW in Zusammenarbeit mit der Messe Essen statt, an dem später auch der Straußwettbewerb angegliedert wurde. Somit wurden die ersten floralen IPM-Wettbewerbe Mitte der 80er ins Leben gerufen.

In dieser Zeit überführten die westfälischen Gärtner*innen ihre Technikausstellung für den Gartenbau in Hamm auch in die IPM nach Essen.

**Die 1990er: Die IPM ESSEN entwickelt sich weiter**

Die 90er Jahre waren im Gartenbau bereits durch erste Ansätze eines neuen, ökologischen Denkens gekennzeichnet. Begrifflichkeiten wie „Nutzung natürlicher Ressourcen“, „Kompostierung“, „Mulchen“ und

der „Verzicht auf chemische Düngemittel und Pflanzenschutzmittel“ wurden Alltag.

Erste Ansätze zu mehr Grün im urbanen Raum ließen sich in den 1990er Jahren durch die Zunahme und Priorisierung von Balkongärten, Dachgärten und Gemeinschaftsgärten ablesen.

Gärten im englischen Stil mit üppiger Bepflanzung und romantischen Elementen, wie Rosen und Clematis wurden immer beliebter. Auch asiatisch inspirierte Gärten mit Bambus, Wasserstellen und Steinarrangements fanden zu dieser Zeit Anklang. Die Anlage von Gartenteichen mit Wasserpflanzen und kleinen Fischen war ebenfalls eine verbreitete Praxis in den 90er Jahren. Eine ruhige, entspannende Atmosphäre wurde durch das plätschernde Wasser und die Vielfalt der Wasser- und Uferpflanzen geschaffen.

Die Bedeutung des Themas Selbstversorgung durch den eigenen Kräuter- und Gemüsegarten nahm zu. Der Anbau von Küchenkräutern und saisonalem Gemüse nahm Schwung auf und war typisch für viele Hobbygärtner in dieser Zeit, erreichte aber noch nicht seinen Zenit.

Ein stark wachsendes Segment im Garten stellten Gartenaccessoires und Dekorationselemente in den 1990er Jahren dar. Immer mehr Verbraucher*innen entdeckten Gartenmöbel, Gewächshäuser, Rankgitter und Skulpturen für mehr Individualität und gestalterische Vielfalt in den Gärten für sich. Entsprechend kamen auch aus diesem Bereich immer mehr Aussteller auf die IPM ESSEN. Auch die erste Nachfrage nach innovativen Gartengeräten und -technologien, wie z.B. automatische Bewässerung, wurden zu dieser Zeit schon bedient.

Im Haus wurde die Verwendung exotischer und tropischer Pflanzen immer beliebter. Pflanzen wie Orchideen, Bromelien oder Palmen verfügten über auffällige Blätter und Blüten und waren neben Ficus, Yucca-Palme oder Efeutute sehr gefragt.

Mit Zunahme der Importe für den deutschen Markt speziell im Schnittblumenbereich wurde auch der Ausstellerbereich im BGI-Tradecenter auf der IPM ESSEN groß, wo sich alle exportorientierten Nationen und Großhandelsimporteure seither regelmäßig treffen und ihre Geschäftsbeziehungen festigen.

**Die 2000er: Reifephase in einem stagnierenden Umfeld**

In den 2000er Jahren wurde der Markt reifer. Die Verwendung mediterraner Pflanzen im Gartenbau erlebte einen regelrechten Boom: Oleander, Lavendel, Rosmarin und Zypressen wurden verstärkt in Gärten gepflanzt und verliehen ihnen ein mediterranes Flair. Entsprechend groß war die Nachfrage nach diesen Pflanzen, was konsequent zu einer Ausweitung der IPM-Aussteller aus dem mitteleuropäischen Raum führte.

Für die Gartengestaltung holten sich die Verbraucher*innen in den 2000er Jahren vermehrt Anregungen durch Gartenmessen und -ausstellungen, die speziell auf das breite Publikum ausgelegt und plötzlich immer populärer wurden. Hier konnten sich Gartenliebhaber*innen inspirieren lassen und neue Ideen für ihre eigene Gartengestaltung sammeln. Dies führte zu einer verstärkten Nachfrage bei Blumen und Pflanzen, gerade nach Solitärpflanzen.

Diesen Trend spürten natürlich auch die Gartenbauunternehmen in ihrer Nachfrage. Entsprechend suchte der Fachhandel auf der IPM ESSEN intensiver nach stärkeren Pflanzen in größeren Töpfen. Das ausgestellte Pflanzensortiment wurde noch breiter und vielfältiger auf der IPM ESSEN und die ausgestellten

Pflanzengrößen der Nachfrage folgend üppiger.

Bei Beet – und Balkonpflanzen gehörten Petunien, Geranien und Fuchsien zum Standardsortiment, was es seit den 2000er Jahren auch immer öfter im Systemhandel und in Discountern zu kaufen gibt.

In der gartenbaulichen Produktion konnte man in den 2000ern eine immer stärkere Abwendung von konventionellen Anbauverfahren hin zu biologisch/ökologischen Anbau beobachten. Der kontrolliert, integrierte Anbau etablierte sich zum Standard der gärtnerischen Praxis. Das Angebot an Bio-Pflanzen und Bio-Gartenprodukten der Gärtnereien wuchs, was sich auch im Angebot der IPM-Aussteller widerspiegelte. Pflanzen für Naschgärten, oft gerne auch nach Biostandard produziert, freuen sich immer größerer Beliebtheit. Auch Blumen und Pflanzen aus heimischen Gefilden und mit geringerem Wasserbedarf sind seit der Jahrtausendwende fester Bestandteil der Aussteller auf der IPM ESSEN.

2008 wurde auch das IPM-Neuheitenschaufenster installiert, bei dem durch eine Fachjury und die Bewertung der Fachbesucher*innen die Pflanzen-Neuheiten des Jahres in verschiedenen Kategorien beschrieben werden. Ziel war und ist es auch heute noch, frische Impulse zu setzten in einem oft stagnierenden Markt. Waren es 2008 erst fünf Neuheiten in fünf verschiedenen Kategorien, wurden über die Jahre immer mehr Kategorien durch Neuheiten bespielt. Heute werden Innovationen in den Kategorien Schnittblumen, blühende Zimmerpflanzen, Kübelpflanzen, grüne Zimmerpflanzen, Gehölze, Beet- und Balkonpflanzen, Frühjahrsblüher, Stauden, Naschobst und -gemüse und oft ein zusätzlicher Sonderpreis gekürt. Insgesamt wurden in den letzten 15 Jahren über 90 Gewinner-Neuheiten gekürt und ausgelobt. Die Neuheiten-Show der IPM ESSEN ist heute Motor und Sprungbrett zugleich für Innovationen der grünen Branche.

**Die letzten zehn Jahre: Nicht nur Corona beflügelt den Markt**

In den 2010er Jahre nahm das Bewusstsein für Umweltfragen und Nachhaltigkeit im Gartenbau noch einmal zu. Trends wie „Urban Gardening“, „Essbare Stadt“ und der Trend zu Pflanzen für kleinere Gärten, Balkone oder sogar Dachgärten führte zur Entstehung von mehr urbanen Gärten, Gemeinschaftsgärten und vertikalen Gärten.

Insgesamt zeichnete sich nach einem seit Jahrzehnten relativ stabilen Markt für Blumen und Pflanzen ein steigendes Interesse für grüne Erzeugnisse ab, was durch die Covid-19-Pandemie seinen absoluten Höhepunkt fand.

Das Marktvolumen in Deutschland für Blumen und Pflanzen lag 2021 während Corona circa zehn Prozent über dem normalen Niveau. Zeitweise konnte die Nachfrage der Verbraucher*innen nach Grün nicht gestillt werden. Zimmerpflanzen erlebten in den 2010er Jahren ein Revival, insbesondere pflegeleichte Pflanzen wie Ficus oder Monstera wurden wieder zu einem wichtigen Teil der Inneneinrichtung und halfen dabei, Räume zu begrünen und die Luftqualität zu verbessern. Wiederum ein Revival, nur mit einer anderen Kaufmotivation als 1980. Entsprechend der starken Nachfrage erwarteten alle Akteur*innen der Branche freudig den Austausch untereinander auf der IPM ESSEN 2023, der ersten Messe nach den zwei Jahren Corona-Zwangspause.

Ein Trend der 2010er Jahre, der durch die Pandemie noch einmal befeuert wurde, war die Nachfrage nach regionalen Blumen und Pflanzen. Immer mehr Verbraucher*innen besannen sich auf kurze Lieferketten und ließen den Gartenbau in allen Regionen Deutschlands wieder lokal aufblühen.

Nicht zu unterschätzen ist in den letzten zehn Jahren auch der Einfluss von Social Media. Die Verbreitung von

sozialen Medien und die Popularität von Gartenblogs ermöglichten es Hobbygärtner*innen, ihre Erfahrungen und Tipps auszutauschen, Inspirationen zu sammeln und das Thema durch Influencer*innen und Unternehmen selbst zu hypen.

Seit 2012, zur 30. IPM ESSEN, bekommt mit dem „Colour your Life“, später dann „Show your Colours Award“, das Thema Pflanzen-Marketing besondere Aufmerksamkeit. Ausgezeichnet wird die beste Story. Entsprechend findet das Fachpublikum auf der IPM ESSEN nicht nur gartenbauliche und florale Inspiration, sondern auch unterstützende Ideen im Marketing.

Überhaupt gilt die IPM ESSEN seit jeher als Impulsgeber, der wichtige Themen und Trends für die Branche immer aufgreift und nicht nur im Rahmenprogramm auf den zahlreichen Bühnen präsentiert. So feierte bereits 2014 das Seminar „Die grüne Stadt“ Premiere auf der IPM ESSEN. Hier wurde die Zukunft von urbanem Grün damals schon der Zeit voraus diskutiert.

Um möglichst international Impulse zu setzen und den internationalen Austausch bewusst zu fördern, wurde unter anderem 2014 der Europäische Baumschulempfang auf der IPM ESSEN ins Leben gerufen. Der Bund deutscher Baumschule lädt in Kooperation mit der European Nurserystock Association an seinen Stand ein. Baumschuler*innen aus ganz Europa kommen hier zusammen.

**40 Jahre Wandel – IPM ESSEN als Katalysator**

In den letzten 40 Jahren hat sich der Gartenbau in Deutschland und international immer weiterentwickelt und gewandelt. Als Stichworte der Entwicklung sind zu nennen:

· Technologische Fortschritte: Mit der Entwicklung neuer Technologien haben sich auch im Gartenbau neue Möglichkeiten eröffnet. Automatisierung, Gewächshäuser mit kontrollierter Atmosphäre, optimierte Bewässerungs- und Düngesysteme sowie verschiedene Verfahren zum Schutz vor Schädlingen und Krankheiten haben die Effizienz und Qualität der Gartenbauproduktion verbessert.

· Nachhaltigkeit: Angesichts des gestiegenen Umweltbewusstseins haben sich auch im Gartenbau wesentliche Veränderungen ergeben. Der Einsatz von umweltfreundlichen Anbaumethoden, der Verzicht auf chemische Pestizide und Düngemittel sowie die Förderung der biologischen Vielfalt spielen in den letzten vier Jahrzehnten eine immer größere Rolle.

· Struktureller Wandel: Die Größe der Gartenbaubetriebe hat im Laufe der Zeit zugenommen. Gleichzeitig ist die Anzahl der Betriebe in nicht unerheblichen Umfang zurückgegangen. Diese Entwicklung geht mit der allgemeinen Professionalisierung und Spezialisierung einher, um in einem wettbewerbsintensiven Markt bestehen zu können.

· Sortimente und Absatzkanäle: Waren zu Beginn der IPM ESSEN die Sortimente im Vergleich zu heute noch überschaubar und über den Fachhandel auf den regionalen Markt ausgelegt, stellt man heute fest, dass die Sortimente deutlich ausgeweitet und immer stärker auch überregional im Systemhandel und Discount zu finden sind. Gleichzeitig ist in den letzten Jahrzehnten das Bewusstsein der Verbraucher*innen für regionale Produkte und kurze Lieferketten gewachsen. Auch die Bedürfnisse der Konsument*innen und die Anteile der Verbrauchsausgaben einzelner Produktgruppen hat sich im Laufe der Jahre deutlich verlagert. Der Wunsch der Verbraucherschaft nach Vielfältigkeit im Angebot ist konstant und wird immer besser bedient. Allgemein gilt aber auch heute noch, dass die Absatzwege für Blumen und Pflanzen immer noch vielfältiger und

differenzierter als in anderen Branchen sind.

· Urban Gardening: Eine weitere Veränderung im Gartenbau ist der Trend des Urban Gardening. Immer mehr Menschen in städtischen Gebieten betreiben Gartenbau auf kleinem Raum, sei es auf Balkonen, Dachterrassen oder in Gemeinschaftsgärten. Blumen und Pflanzen werden nicht mehr nur klassisch im eigenen Garten oder Haus verwendet, sondern werden immer mehr als ein wichtiger Beitrag zum Klimaschutz als Ökosystemleistung verstanden.

Die kurze Aufstellung der Stichworte ist nicht abschließend, zeigt aber gut den allgemeinen Wandel und die Dynamik der letzten 40 Jahre des – oft als konservativer Markt beschriebenen – Gartenbaus.

Diesen Wandel maßgeblich begleitet hat die IPM ESSEN. Als Branchenplattform trug sie die letzten 40 Jahre wesentlich zur Vernetzung und zum Austausch der Gärtner*innen in Deutschland, später in Europa, und schließlich weltweit bei.

Von außen betrachtet wirkte die IPM ESSEN seit ihrer Gründung in den 80er Jahren wie ein Katalysator beim Wandel im Gartenbau, in dem sie Prozesse in Gang setzte oder beschleunigte, ohne im Endprodukt enthalten zu sein. Viele Akteure der Branche sind erst mit den Möglichkeiten der Messe Essen zusammengekommen und mit der IPM ESSEN gewachsen.

**Resümee und Ausblick:**

Die IPM ESSEN hat in den letzten 40 Jahren einen wichtigen Beitrag zur Entwicklung der Garten- und Pflanzenindustrie geleistet. Sie ist nicht nur eine Plattform für den Handel, sondern auch ein Ort der Inspiration und Innovation. Die Messe hat eine große Bedeutung für die Branche und wird sicherlich weiterhin eine wichtige Rolle spielen, um Trends zu setzen und neue Impulse für den Gartenbau zu geben.

Zur Gründung der IPM ESSEN 1983 hatte kaum jemand damit gerechnet, dass sich die Messe mal zu der Weltmesse im Gartenbau etablieren würde. Die gesetzten Ziele wurden rückblickend nicht nur erreicht, sondern übertroffen. Das Messeformat hat wesentlich dazu beigetragen, dass Grün heute in der Öffentlichkeit immer beliebter und professioneller wahrgenommen wird und sich die Fachbesucher*innen jedes Jahr aufs Neue darauf freuen können, die neuesten Trends und Entwicklungen in der Branche zu entdecken und sich mit anderen Experten auszutauschen.

Sofern das Motto der diesjährigen IPM ESSEN „Unser Herz schlägt grün“ auch weiterhin Leitbild des Handelns der Messe Essen bei der Organisation des Messeformats sein wird, wird das bisherige Erfolgsrezept der Internationalen Pflanzenmesse weiterhin funktionieren und die IPM ESSEN als das Branchentreffen von internationaler Bedeutung weiter festigen.

22.01.2024

Beschreibung des Blumen- und Pflanzenmarktes

2023 war ein Jahr mit Überraschungen

**2023 war ein Jahr mit Überraschungen**

Bereits zum Jahresanfang 2023 war eines sicher: Das Geschäft mit Blumen und Pflanzen wird nicht einfacher. Betriebsstilllegungen in den Niederlanden und in Deutschland, geplante Umstellungen der Produktion auf Kalthauskultur und viele weitere Faktoren ließen ein herausforderndes Jahr hinsichtlich der Warenverfügbarkeit und Warenbeschaffung erwarten. Gleichzeitig war man sich zu Jahresbeginn sicher, dass der Fachhandel in Hinblick auf die verunsicherte Kundschaft immer bedarfsgerechter und kurzfristiger im Tagesgeschäft einkaufen würde. Auch der Systemhandel würde aus Unsicherheit der zukünftigen Nachfrage deutlich weniger reservieren und seine Lieferant*innen in Ungewissheit produzieren lassen. Fazit: 2023 hielt wenig Planbarkeit und viele Herausforderungen bereit! Wohl wissend, dass 2020 und 2021 zwei überdurchschnittlich gute Jahre für den Gartenbau waren – alle Erwartungen wurden übertroffen und auch 2022 wurde als gutes Jahr auf Normalniveau bewertet – ging die Branche mit einer Art Zweckoptimismus in das Jahr 2023. Denn so richtig überzeugt von einem sehr erfolgreichen Jahr 2023 waren zu Jahresbeginn nur die Wenigsten. Dass es letztendlich aber nicht so schlimm kam, wie erwartet, zeigt wie flexibel aber auch wie stabil die Branche ist – Blumen und Pflanzen gehören einfach zum Leben!

Für eine Einschätzung der allgemeinen Marktlage bei Blumen und Pflanzen ist die Betrachtung der niederländischen Blumen- und Pflanzenexporte interessant, da die Niederlande mit Abstand die wichtigste Drehscheibe für den Handel in der EU und in Deutschland darstellen. Der Verband der Großhändler für Blumenzuchtprodukte (VGB) präsentiert hier auf der Grundlage der Exportstatistiken von „Floridata“ verlässliche Zahlen. Demnach ist der Exportwert für Blumen und Pflanzen im ersten Quartal 2023 sowohl bei Blumen als auch bei Pflanzen um circa 4 % gesunken. Insgesamt erreichten die Niederlande einen Exportumsatz von ca. 2 Mrd. Euro (Blumen circa 1,3 Milliarden Euro; Pflanzen circa 0,7 Mrd. Euro).

Verursacht sind die Exportrückgänge vor allem durch schwächere Exporte in die klassischen Top-Drei-Exportländer Deutschland (-4 %), England (-11 %) und Frankreich (-9 %). Auffällig bei der Betrachtung der Absatzkanäle ist, dass die Supermärkte und Warenhäuser im ersten Quartal 2023 in ihrer Bedeutung etwas rückläufig waren, wobei unter Corona gerade diese Blumen und Pflanzen für sich entdeckt hatten. Trotz, dass der Exportwert der Niederlande bei Blumen und Pflanzen insgesamt um 4 % gesunken ist, ist dies als Erfolg zu bewerten. Insgeheim rechneten die Marktexpert*innen im Vorfeld mit einem Rückgang von mindesten 10 bis 15 Prozent.

**Gelassen in die Saison**

Auch in Deutschland stellte man fest, dass die zu Beginn 2023 aufgrund der Energiekrise prophezeite Warenverknappung und Konsumflaute nicht in dem Maße eintraten, wie befürchtet. So verlief beispielsweise das erste Quartal 2023 bei der deutschen Vermarktungsorganisation Veiling Rhein-Maas auf Vorjahresniveau.

Die Blumengroßmärkte in Deutschland meldeten zu Jahresbeginn zwar Rückgänge im Umsatz. Es zeigte sich jedoch, dass diese nicht so stark ausgefallen sind, wie in Hinblick auf Inflation und Energiekrise angenommen.

Der Januar ist erwartungsgemäß ein schwacher Monat. Entsprechend ging man etwas gelassener in die Saison. Auch machte sich Hoffnung breit, dass die Warenbeschaffung nicht so dramatisch werden wird wie befürchtet und trotz angekündigter Produktionseinstellungen in den Betrieben ganzjährig ein Vollsortiment angeboten werden kann. Die Gelassenheit zahlte sich aus. Die Stimmung an den Blumengroßmärkten im ersten Quartal 2023 war positiver als vermutet. Es galt erneut, dass der Sonnenschein den Absatz beflügelte. Auch in den Betrieben zeigt sich ein recht gelassenes Bild.

**Valentin 2023 fällt unterschiedlich aus**

Neben dem internationalen Frauentag ist der Valentinstag der wichtigste Sonderverkaufstag für Blumen und Pflanzen im ersten Quartal eines jeden Jahres. Er ist ein wichtiger Indikator für den Erfolg im Blumenhandel und wird entsprechend mit Spannung in der Branche beobachtet. Die Bilanz zum Valentinsgeschäft zeigt sich bei den führenden Vermarktungsorganisationen unterschiedlich: Landgard berichtet als größte deutsche Vermarktungsorganisation für Blumen und Pflanzen, dass die Erwartungen im Fachhandel nicht erreicht wurden. Auch die Royal FloraHolland, die größte niederländische Vermarktungsorganisation für Blumen und Pflanzen, berichtet von rückläufigen Umsätzen im Vergleich zum Vorjahr. Die Vermarkter Veiling Rhein-Maas (D) und Plantion (NL) beschreiben hingegen Absätze auf Vorjahresniveau. Auch der Verband des Deutschen Blumen- Groß- und Importhandels e. V. (BGI) spricht von Umsätzen zu Valentin auf Vorjahresniveau.

**Rote Rosen an Valentin verlieren an Bedeutung**

Rote Rosen sind zwar immer noch das Geschenk Nummer eins zu Valentin, nahmen laut Facheinzelhandel aber vor allem bei den jüngeren Konsument*innen in der Bedeutung als Geschenk ab. 2023 sei auffällig gewesen, das neben dem Klassiker „Rot“ für die Rosenwaren auch Farben wie Pink, Rosa und andere Pastelltöne kombiniert mit frischem Grün sehr bei den Verbraucher*innen gefragt waren. Der Abverkauf von Rosen zu Valentin war insgesamt gut, und die Schnittblumenpreise lagen etwas höher als im Vorjahr. Die Einkaufspreise für die Rosen – aber auch andere Produkte wie Tulpen, Gerbera und Ranunkeln – sind jedoch nicht in dem Maß explodiert wie in der Branche zuvor angenommen. „Explodierende Preise“ für Rosen wurden deshalb befürchtet, da aufgrund der stark gestiegenen Frachtkosten während der Wintermonate eine große Lieferzurückhaltung afrikanischer Rosenfarmen zu beobachten war. Viele Farmen aus Übersee vernichteten zeitweise lieber ihre Ware, als diese unrentabel nach Europa zu exportieren.

**Höhere Preise im Fachhandel schrecken nicht ab**

Höhere Preise schreckten die Kund*innen im Facheinzelhandel nicht in dem Maße ab, wie vermutet. Jedoch gingen die Spontankäufe im Lebensmitteleinzelhandel und bei Discountern nach Aussagen einiger Expert*innen zurück. Laut einer Umfrage innerhalb des Fachverbands der deutschen Floristen – Bundesverband (FDF) nach Valentin 2023 wird berichtet, dass die Ausgabenbereitschaft der Kund*innen für blumenbasierte Valentinsgeschenke relativ hoch gewesen sei. Entsprechend optimistisch war der Großhandel nach Valentin 2023, dass die Konsument*innen trotz Produktverteuerungen durch Weitergabe der Kostensteigerungen in der Lieferkette Blumen und Pflanzen weiter kaufen würden – gerade aus der in 2022 gemachten Erfahrung, als einige Preisschwellen gebrochen und die Preiserhöhungen anstandslos von der Verbraucherschaft mitgegangen wurden.

**Töpfe werden kleiner**

Im Zusammenhang der vermeintlichen Preisbereitschaft der Verbraucherschaft sind die Beobachtungen der Agrarmarkt-Informationsgesellschaft (AMI) sehr spannend. Die AMI analysierte unter anderem zu Saisonstart

auch den Markt der Primeln beim Lebensmitteleinzelhandel und bei den Discountern. Als eine der ersten Kulturen im Jahr werden Primeln bis Anfang April mengenmäßig stark gehandelt. Gerade im Jahr 2022, als nach einer ersten allgemeinen Kaufzurückhaltung viele Verbraucher*innen bewusst „fröhliche Farben“ als eine Art „Stimmungsaufheller“ einforderten, wurden vermehrt Primeln abgesetzt und so viel Umsatz wie noch nie mit dem Produkt gemacht. Entsprechend schwierig war es 2023, diese Werte zu übertreffen. Trotzdem zeigten sich viele Gärtner*innen mit dem Absatz zufrieden, gleichwohl die Auswertung der Preise für Primeln in den Jahren 2019 bis 2023 eine Verschiebung zu kleineren Töpfen zeigt. Zur Kompensierung der gestiegenen Produktionskosten kam es zu einem „Downsizing“ der Produkte; neudeutsch „Shrinkflation“. Eine spannende Erkenntnis zu Jahresbeginn, die über das Jahr noch häufiger von der AMI in deren Marktanalysen beobachtet wurde.

**Ostern etwas hinter den Erwartungen**

Das Ostergeschäft 2023 mit Blumen und Pflanzen verlief aufgrund der kühlen Witterung, teilweise sogar begleitet von Bodenfrost, bei vielen Händler*innen etwas verhalten und erfüllte die Erwartungen nicht ganz. Es war jedoch immer noch zufriedenstellend und auf ähnlich gutem Niveau wie im Vorjahr. Aus den Niederlanden war zu hören, dass die Ausgaben je Kundin oder Kunde leicht stiegen, sodass sich der Mengenrückgang der Ware (-7 %) beim Umsatz nicht so stark niederschlug wie zu erwarten gewesen wäre. Auch die Veiling Rhein-Maas berichtet von einem guten Preisniveau zu Ostern, was allerdings differenzierter gesehen werden muss: Schnittblumen und Zimmerpflanzen lagen über dem Preisniveau von 2022, Gartenpflanzen leicht darunter. Insgesamt war der April 2023 sehr kalt, was sich im Abverkauf der Gartenpflanzen niederschlug.

**Der Durchbruch kam im Mai**

Nach einem sehr schwachen Saisonstart bei Beet- und Balkonpflanzen kam Anfang Mai 2023 der Durchbruch. Der zögerliche Start in die Saison von Beet & Balkon war bei vielen wieder vergessen. Die milden Temperaturen führten zur Kauflaune. Kräuter und Gemüsejungpflanzen liefen überproportional gut an den Blumengroßmärkten. Auch zum Verlauf des Frühjahrsgeschäft erfragte die TASPO die Situation bei den Betrieben: 55 % der Befragten gaben an, dass es „gut bis sehr gut“ verlaufen ist, 35 % bewerteten es als „eher mittelmäßig“ und 10 % als „schleppend“. Ein Blick zur „Drehscheibe des Blumen- und Pflanzenhandels“ in die Niederlande bestätigt den gefühlt starken Mai. Die Bilanz der Royal FloraHolland für den Mai 2023 zeigt im Vergleich zum April 2023 ein hervorragendes Ergebnis. Sowohl die Mengen der Top-Ten-Produkte als auch die Preise zeigten sich höher als im gleichen Vorjahresmonat und bescherten höhere Umsätze.

**Geschäft zu Muttertag läuft**

Das Muttertags-Geschäft – die geschäftigste Zeit im Jahr des Blumenhandels – verlief 2023 zur allgemeinen Zufriedenheit. So waren 90 % der Fachgeschäfte laut FDF zufrieden. Auch der im BGI angeschlossene Großhandel zeigte sich mit dem Abverkauf zufrieden bis sehr zufrieden, lagen die Umsätze zu Muttertag 2023 doch auf gleich hohem Niveau wie 2022. Auch die sogenannten Nachordergeschäfte waren sehr gut. Die Vermarkter Landgard und Veiling Rhein-Maas verweisen mit Blick auf das gute Wetter zu Muttertag auf einen belebten Absatz. Die politischen Unsicherheiten und die gesamtwirtschaftliche Situation sowie die Kostensteigerungen konnten dem Konsumeifer der Endkonsument*innen zu Muttertag keinen Abbruch leisten. Hier zeigten sich, was die Einschätzung des Saisonverlaufs betraf, eher die Lieferant*innen verunsichert als die Verbraucherschaft.

**Baumschulen sind zufrieden**

Eine Befragung des Baumschulverbands Schleswig-Holstein und des Baumschulverbands Nordrhein-Westfalen unter seinen Mitgliedern im Sommer 2023 zeigt, dass der starke Nachfragesog aus Pandemiezeiten vorbei ist, der Markt aber nach einem ruhigen Start zu Jahresbeginn Schwung aufnahm und auf einem guten Niveau ist. Der Frühjahrsabsatz der Baumschulpflanzen im Gartencenter-Segment ist dabei sehr abhängig vom Wetter im jeweiligen Absatzgebiet.

**Zufrieden in die zweite Jahreshälfte**

Am Ende des ersten Halbjahrs 2023 ließ die Veiling Rhein-Maas einen sehr guten Verlauf für die ersten sechs Monate verkünden. Trotz des für die Gartensaison nicht optimalen Wetters, konnte der Produktumsatz gegenüber dem Vorjahreszeitraum 2022 um 4,2 % gesteigert werden. Die Befürchtungen eines starken Umsatzeinbruchs im Handel mit Blumen und Pflanzen traten somit in der ersten Jahreshälfte nicht ein. Zumindest wurden Nachfragerückgänge oft durch höhere Preise kompensiert.

Als Bilanz des ersten Halbjahres 2023 stellten viele Unternehmen des Gartenbaus fest, dass die Wertschätzung von Blumen und Pflanzen bei der Verbraucherschaft gefühlt zunimmt, sich aber nicht jede oder jeder diese leisten kann oder will. In Gesprächen mit dem Facheinzelhandel fiel auf, dass nach deren Aussage Blumen und Pflanzen in wirtschaftlich und gesellschaftspolitisch unsicheren Zeiten bei vielen Kund*innen relevanter werden. Sie werden bewusst gekauft, um das eigene Heim zu verschönern und eine Art „Wohlfühlatmosphäre zu zaubern“, so die Expert*innen.

**Und wieder werden die Töpfe kleiner**

Ähnlich der Primeln hat die AMI auch die Pelargonien als ein Leitartikel im deutschen Gartenbau (Platz 2 der Top-Ten) genau im Blick und deren Entwicklung im Einzelhandel untersucht. Für 2023 zeigte sich zum Start der Saison für Pelargonien, dass diese durch sehr schwache Preise charakterisiert waren. Für die Entwicklung verantwortlich ist, ähnlich wie bei den Primeln, die Verschiebung des Angebots in Richtung kleinere Töpfe.

**Sommer startet ruhig**

Die zweite Jahreshälfte 2023 startete erwartungsgemäß ruhig. Viele Konsument*innen waren im Sommerurlaub, was – wie jedes Jahr üblich – die Nachfrage drückt. Gefragt nach Auffälligkeiten zu der Zeit, berichten viele Akteur*innen am Markt davon, dass die Preise für die Pflanzen etwas höher als üblich gewesen seien, was aber in Hinblick auf die verpassten Anpassungen der Preise an die tatsächlichen Kostenentwicklungen in den letzten zwei Jahrzehnten richtig sei. Die Aussagen über die gefühlt höheren Preise werden durch die Monatsbilanz der Royal FloraHolland für den Monat Juli verifiziert. Die Betrachtung der Top-Ten-Gartenpflanzen zeigt eine deutliche Erhöhung bei den Preisen. Im Durschnitt lagen die Preise 26 % über dem Vorjahresniveau.

**Drittes Quartal besser als erwartet**

Auch das dritte Quartal 2023 ist wider Erwarten besser verlaufen als im Vorfeld vermutet. Laut Meldungen der Veiling Rhein-Maas konnte der Produktumsatz trotz des schwierigen Marktumfelds auch im dritten Quartal 2023 gegenüber dem Vorjahreszeitraum gesteigert werden. Die Umsatzsteigerungen sind einer guten Nachfrage bei geringerem Angebot und damit bedingt hohen Durchschnittpreisen geschuldet. Die hohen Preise alleine sind aber kein Indikator zur Bewertung der Saison 2023. Schaut man sich die niederländischen Blumen- und Pflanzenexporte kumuliert über die ersten drei Quartale an, so wird mit einen Exportwert von ca.

5,3 Mrd. Euro ein Rückgang von 4 % im Vergleich zum Vorjahr deutlich. Schnittblumen weisen einen Rückgang von 5 % auf 3,2 Mrd. Euro auf; Pflanzen ein Minus von 3 % auf 2,1 Mrd. Euro.

Verantwortlich für die Rückgänge sind die drei Top-Exportländer Deutschland (ca. -3 %), England (ca. -8 %) und Frankreich (ca. -10 %).

**2023 ist ein schwieriges Jahr**

Entsprechend der rückläufigen Blumen- und Pflanzenexporte der Niederlande spricht der VGB bereits im Herbst 2023 von einer Rezession für das Jahr 2023. Nicht zuletzt, weil die Kosten für Transport, Energie und Personal weiter zunehmen und zukünftig weiter schwierige Zeiten vermuten lassen. Denn neben dem russischen Angriffskrieg in der Ukraine verschärft der Konflikt in Israel die Situation zunehmend. Allein der niederländische Großhandel kaufte bisher in Israel bei mehr als 200 Produzent*innen Blumen und Pflanzen im Wert von mehr als 15 Mio. Euro jedes Jahr ein. Umgekehrt exportierte bisher auch die Niederlande Ware nach Israel. Der aktuelle wirtschaftliche Schaden ist laut Handelsexpert*innen nur schwer abzuschätzen. Groß sind die Befürchtungen, dass sich der Konflikt auf andere Regionen ausweitet – mit weitreichenden Folgen auch für den Handel mit Blumen und Pflanzen.

Für das Gesamtjahr 2023 geht der VGB von einem Umsatzrückgang von -4% aus – die endgültigen Zahlen stehen noch aus. Beobachtungen an den Blumengroßmärkten in Deutschland lassen vermuten, dass die Prophezeiungen der Umsatzrückgänge im Handel mit Blumen und Pflanzen in dieser Größenordnung liegen werden und nicht mehr durch das Adventsgeschäft gedreht werden können. Die Umsätze zu Beginn des Adventsgeschäft lagen hinter den Umsätzen der Vorjahre.

Auch Gespräche mit Logistikunternehmen für Blumen und Pflanzen bestätigen die Beobachtungen. Laut „O-Tönen“ in der Speditionsbranche sei der Handel stark zurückgegangen und die Auslastung im Vergleich zu den Jahren zuvor und auch vor der Covid-19-Pandemie deutlich eingebrochen. Es sei aus ihrer Sicht viel zu ruhig für die Jahreszeit und ein deutliches Indiz des Sparens bei den Verbraucher*innen. Ob die Verbraucherschaft wirklich spart, beleuchten wir später.

**Und wieder zu beobachten: Die Töpfe werden kleiner**

Das klassische Produkt zur Advents- und Weihnachtszeit ist der Weihnachtsstern. Er erreichte allein 2022 ein Umsatzvolumen in Deutschland von ca. 100 Mio. Euro zu Einzelhandelspreisen und ist somit ein Star bei den blühenden Zimmerpflanzen. Schaut man sicher die Topfgrößen wieder genauer an und welche Pflanzen schwerpunktmäßig im Handel beworben werden, ist auch hier festzustellen, dass die kleineren Töpfe vermehrt beworben werden und die Standardgrößen von früher mehr und mehr in den Hintergrund verschwinden.

**Besonderheiten und Ausblick für 2024**

Es gilt festzuhalten, dass sich der Gartenmarkt 2023 trotz eines herausfordernden Umfelds, geprägt von Energiekrise und Konsumvorsicht der inflations- und politikverunsicherten Kundschaft, im Vergleich zu anderen Branchen relativ stabil gezeigt hat. Die im Vorfeld prophezeiten Rückgänge sind nicht so stark eingetroffen, wie befürchtet.

Dies lässt auf eine Kombination aus wachsendem Interesse am Garten und Grün allgemein sowie auf einer zunehmenden Bewusstseinsbildung für die Bedeutung von Natur und grünen Räumen für die Gesundheit und das Wohlbefinden schließen. Immer mehr Menschen erkennen die Vorteile des Gärtnerns, sei es als Hobby oder als Möglichkeit, ihren eigenen Nahrungsmittelanbau zu betreiben.

Im aktuellen „Branchen-REPORT Garden-Living, Gardening und Lebendes Grün – Perspektiven bis 2030“ wird dem Gartenmarkt viel Potenzial zugeschrieben.

Laut den Prognosen für den deutschen Gartenmarkt wird im Best-Case-Szenario des Reports eine deutlich bessere Entwicklung als im Langzeit-Trend prophezeit. Demnach wird bis 2023 ein Wachstumspotenzial von rund 21 % auf 17,7 Mrd. Euro gesehen, sofern es gelingt, die beliebtesten Kommunikations- und Informationsquellen der Zielgruppe weiter zu bedienen und die Verbraucher*innen weiter für Blumen und Pflanzen zu begeistern. Dass dies gelingen kann, verheißen aktuelle Studien.

**Mehr Zeit im Garten**

Die Verbraucher*innen interessieren sich auch nach der Corona-Pandemie für Blumen und Pflanzen und verbringen laut einer aktuellen Umfrage des Motorgeräteherstellers Stihl immer mehr Zeit im Garten. Spannend ist dabei, dass diese Beobachtung vor allem bei den jüngeren Gartenbesitzer*innen gemacht wurde. Als Begründung für den gestiegenen Zeitaufwand im eigenen Garten gibt die Mehrheit als Motiv (Mehrfachnennungen) an, dass sie den Garten als „Ort der Entspannung und der Ruhe“ sieht (77 %), sowie das „Zusammensein mit Freunden und/oder der Familie“ genießt (63 %). 59 % geben in der Studie an, dass sie „Zeit in der Natur verbringen“ wollen oder „selbst kreativ werden und Projekte umsetzen“ wollen (41 %).

**Gärtnern für mein Leben gern**

In der Do-It-Yourself Studie 2023 von Einhell wurde auf die 2021 erhobene Delphi-Studie „Das Zuhause 2030“ aufgebaut. Mit der aktuellen Studie wurde das Verhalten der Verbraucher*innen in den eigenen vier Wänden und im eigenen Garten noch tiefer analysiert. Zentrale Erkenntnis ist, dass 69 % der Befragten der Aussage „Ich gärtnere für mein Leben gerne" zustimmen. Die Motive für die Betätigung sind laut der Studie 2023 vor allem Unabhängigkeit, Erholung, Selbstverwirklichung und Selbstbestätigung.

**Gesundes Naschen boomt**

Essbare Pflanzen sind nach wie vor der Renner im Sortiment. Auch 2023 sind Gemüse und Kräuter, die zuverlässig wachsen und dabei einen schmackhaften Ertrag bringen, weiterhin sehr beliebt bei den Hobbygärtner*innen. Der Trend der Selbstversorgung ist ungebrochen, solange die Pflanzen geschmackvoll und aromatisch sind. Vor allem veredelte Gurken werden stark nachgefragt. Aber auch der Trend nach samenechten Tomatensorten bis hin zu historischen Sorten ist zu beobachten.

Nach Aussagen von einzelnen Facheinzelhändler*innen ist der Absatz des Gemüses stabil bis steigend. So wurden in 2023 mit diesem Sortiment im Vergleich zu 2022 nicht selten auch Steigerungen von +10 % registriert. Die Steigerungen kamen dabei oft durch höherwertige Sorten oder Topfgrößen zustande.

**Starke Produkte für einen starken Markt: „Die neue Natur“**

Auf der IPM ESSEN werden alljährlich Innovationen im Pflanzenmarkt vorgestellt – 2023 die „grünen Klimahelden“, Pflanzen, die besonders gut mit Trockenheit, Hitze und Starkregen zurechtkommen. Das Thema Klimawandel ist nach dem erneuten Hitzesommer spürbar angekommen. Laut Auswertungen des deutschen Wetterdienstes war der Sommer 2023 zum 27. Mal in Folge im Durchschnitt zu warm. Plakativ ausgedrückt bedeutet dies, dass eine Person unter 30 Jahren im Grunde noch nie einen „normalen“ Sommer erlebt hat. Entsprechend ist das Thema Trockenheit laut einer Studie der Stihl AG bereits ein wichtiges Thema bei den Verbraucher*innen. 62 % berücksichtigen das Thema bei der Auswahl neuer Pflanzen, 29 % sogar stark oder sehr stark.

Heimische Wildstauden und heimische Gehölze sowie natürlich anmutende Pflanzungen mit Wiesencharakter zogen laut Handelsexpert*innen die Aufmerksamkeit auf sich. So wird auch beobachtet, dass immer mehr Verbraucher*innen bereit sind, ihren Garten naturnaher umzugestalten. Auf der IPM ESSEN wurden mit Stauden-Pflanzkombinationen Lösungen angeboten, die ökologischen Mehrwert für den Erhalt der Artenvielfalt bieten und gleichzeitig in den Gärten und Städten gedeihen.

**Pflegeleicht und bienenfreundlich**

Pflegeleicht und bienenfreundlich sind zwei Ansprüche, die die Kund*innen auch 2023 immer stärker am Point-of-Sale nachfragen. Pflanzen sollen oft robust sein und, wenn möglich, dem fortschreitenden Artensterben vorbeugen. So ist auch „Insektenfreude mit regionalen Wildpflanzen“, ein Projekt im Bundesprogramm Biologische Vielfalt, ein wichtiger Baustein, die regionalen Wildpflanzen zu fördern und die Gärten und Grünflächen zu mehr Artenvielfalt zu transformieren. Die neuen Produkte gehen dabei oft in vielversprechenden Konzepten auf: Vom „Trockenkünstler“ oder dem „Profi-Beet“ über „Zukunft Natur“, „Grüne Eroberer“, „Fitnesspartner“, „Wilde Tante“ oder „Heldenqualitäten“ ist einiges dabei. Allen Konzepten gemein ist, dass sie den Konsument*innen plakativ bewusst machen, dass sie mit lebendigem Grün ihren kleinen persönlichen Beitrag zum Klima- und Naturschutz leisten können und fertige Lösungen angeboten bekommen.

**Ökosystemleistungen werden wichtiger**

Der Futurologe Max Thinius schreibt dem Garten eine immer größere gesellschaftliche Bedeutung zu. So sind Pflanzen und Gärten aus seiner Sicht sowohl für das Umweltklima als auch für das soziale Klima bedeutend. Gerade die Ökosystemleistungen von Blumen und Pflanzen sind ein relevantes Zukunftsthema, welches auch die Bundesregierung als förderwürdig erkannt hat. Deshalb hat die Bundesregierung Mitte 2023 beschlossen, im Rahmen der Städtebauförderung in den Jahren 2023 und 2024 ca. 790 Mio. Euro bereitzustellen. Aus dem Budget sollen Investitionen in den Kommunen für die grüne und blaue Infrastruktur finanziert werden.

Auf dem 15. Verbandskongress des Bundesverband Garten-, Landschafts- und Sportplatzbau e. V. im Spätsommer 2023 wurde seitens der Politik noch einmal auf die Bedeutung des Stadtgrüns hingewiesen. Es geht um die Zielsetzung, die Städte zukünftig klimaresilienter zu machen. In der Folge sind immer mehr Städte, wie z. B. München, Berlin, Trier etc., zu beobachten, die ihre Budgets zum Pflanzen von Bäumen in der Stadt deutlich ausweiten. Der sogenannte „Tiny Forest“ (deutsch: Kleinwald, Mikrowald), bei dem auf einer relativ kleinen Fläche viele Bäume im Stadtgebiet angepflanzt werden, ist nur eine Erscheinung von vielen des Bedeutungszuwachses von Grün in der Stadt. Zeitweise stellt sich die Frage, wie die erhöhte Nachfrage nach Gehölzen bedient werden kann.

Unter dem Gesichtspunkt eines positiven Beitrags zu Ökosystemleistungen besitzt die Bundesregierung mit dem Gartenbau einen großen Hebel, den aber noch nicht alle Entscheider*innen erkannt haben. Laut neusten

Auswertungen des Statistischen Bundesamts bildet die Vegetationsfläche in Deutschland mit rund 29,8 Mio. Hektar die anteilmäßig größte Fläche in Deutschland. Das Potenzial ist damit sehr groß.

Entsprechend groß ist der Forschungsbedarf. Beispielhaft ist hier auf das Projekt INUGA hinzuweisen. 2020 hat das Bundeministerium für Ernährung und Landwirtschaft in einem Innovationsprogramm die „Bekanntmachung über die Förderung von Innovationen im urbanen Gartenbau“ veröffentlicht. Ziel ist es, den Gartenbausektor als Wirtschaftszweig im Allgemeinen sowie im Hinblick auf seinen Beitrag zur grünen Infrastruktur, zu einer nachhaltigen Pflanzenproduktion und zu sozialen Aspekten im urbanen Raum zu stärken. Daraufhin haben sich zwölf zukunftsweisende Verbundprojekte mit insgesamt 31 beteiligten privaten Unternehmen und Forschungseinrichtungen gegründet, die an unterschiedlichen Fragestellungen zum Urbanen Gartenbau forschen.

**Digitalisierung und Smart Garden nehmen an Bedeutung zu**

Parallel zur Annäherung an naturnahe Gärten schreitet auch der Trend zu mehr Digitalisierung im eigenen Garten voran. Schon heute kommen bei fast 7 % aller Gartenbesitzer*innen Smart-Gardening-Lösungen zum Einsatz. Besonders beliebt sind dabei automatische Bewässerungen (83 %) und Mähroboter (63 %).

**Kaufkraft: Weniger Geld steht zur Verfügung**

Unabhängig von der Bedeutung und Relevanz von Blumen und Pflanzen ist hingegen die Frage, inwiefern sich die Verbraucher*innen Blumen, Pflanzen und andere gartenbauliche Produkte in Inflations- und Krisenzeiten leisten können.

Trotz steigender Löhne sinkt laut Auswertungen des Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Instituts (WSI) die Kaufkraft der Deutschen. Lohnsteigerungen von Durchschnittlich 5,6 % im ersten Halbjahr 2023 standen gestiegene Preise für die Verbraucher*innen von 7,4 % entgegen. Die Folge ist ein Rückgang der durchschnittlichen Reallöhne in Deutschland. Scheinbar hohe Lohnzuwächse werden durch die kalte Progression wieder kassiert. Laut den Expert*innen ist die Stimmung nach wie vor von Verunsicherung und Sorgen geprägt, was den unbeschwerten Konsum bremst.

**E-Commerce schwächelt**

Die schlechte Konsumstimmung in Deutschland zeigt sich auch zu Jahresmitte 2023 im Onlinehandel. Dort sanken die Umsätze im ersten Halbjahr 2023 ca. 14 % unter das Niveau des ersten Halbjahres 2022. Auch im Jahr 2022 hatte man beim E-Commerce erstmals seit Jahren einen unerwarteten und erheblichen Einbruch zu verkraften.

Vergleicht man den Wert mit dem gesamten Halbjahr 2019, also mit Werten vor der Corona-Pandemie, muss man feststellen, dass die vermeintlich schlechten Werte von 2023 immer noch ca. 15 % über dem Standard liegen.

Im HDE-Online-Monitor 2023 des Handelsverband Deutschland beschreibt der Verband klare Verschiebungen: Während der Online-Handel mit Lebensmitteln deutlich zunimmt, schrumpfen Branchen rund um das Wohnen, Garten und Heimwerken online.

**Stationärer Handel ist nicht tot**

In Hinblick auf die schwächelnden Online-Umsätze ist es interessant zu schauen, wie sich die Umsätze im stationären Handel entwickeln. Die Umsätze in den Bau – und Fachgartenmärkten (DIY-Branche) sinken bis zum Ende des dritten Quartals 2023 zwar um -2,7 %, die Rückgänge sind aber nicht in demselben Ausmaß wie die anderer Branchen. Insofern scheint die Branche noch relativ stabil zu sein.

Verantwortlich für die Rückgänge in der DIY-Branche sind, wie allgemein bekannt, die Inflation, die Konsumangst, Preisverteuerungen in allen Lebensmittelbereichen und politische Unsicherheiten, die die Konsumstimmung der Verbraucher*innen deutlich im Sortiment der „Freizeit und Saisonwaren“ mit -15,7 % im Vergleich zum Vorjahr eintrübt. Auch der langjährige Umsatztreiber „Gartenausstattung“ verzeichnet ein Minus von 11,4 %. Erfreulich entwickelt sich der Bereich „Pflanzenschutzmittel, Erden und Saatgut“ entgegen des allgemeinen Trends positiv mit +8,8 %.

Laut Branchenexpert*innen haben viele Verbraucher*innen 2023 ihren Urlaub wieder zuhause auf dem Balkon oder im Garten verbracht, wovon der stationäre Gartenmarkt positiv profitieren konnte. Die Auswertung von Durchschnitts-Bons im Facheinzelhandel bestätigt diese Vermutung. Der Kaufbetrag je Kundin oder Kunde stieg in den Sommermonaten, gleichwohl die Kund*innenfrequenz abnahm.

Der stationäre Handel schwächelt somit zwar auch, jedoch nicht mehr als der Online-Handel. Der stationäre Handel ist damit noch lange nicht tot – auch wenn das immer wieder gerne prophezeit wird.

**Inflation bremst Nachhaltigkeit**

Das Thema Nachhaltigkeit hat laut einer aktuellen repräsentativen Haushaltsbefragung der Konzept & Markt GmbH für acht von zehn Gartenmarktkund*innen Relevanz, steht aber als Entscheidungskriterium für die Auswahl beim Kauf deutlich hinter Qualität und Preis-Leistungs-Verhältnis.

Aktuell bremst die Inflation laut Untersuchungen der GfK den nachhaltigen Konsum deutlich ein. In der Studie geben mittlerweile 48 % der Befragten an, dass sie sich Nachhaltigkeit nicht leisten können (Vgl. 2019 gaben 31 % an, sich Nachhaltigkeit finanziell nicht leisten zu können). In der aktuellen Situation wird laut der Studie deutlich, dass nachhaltiger Konsum zunehmend eine Frage des Einkommens wird und vor allem Menschen mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen von 4.000 Euro und mehr bereit sind, unter Nachhaltigkeitsaspekten einzukaufen und 65 % der Verbraucher*innen trotz ihres ökologischen Bewusstseins nicht auf einen gewissen Komfort verzichten möchten.

**Wandel bei den Warenströmen ist erkennbar**

In der neu erschienenen Warenstromanalyse der AMI werden die Vermarktungswege für Blumen, Zierpflanzen und Gehölze beschrieben. Sehr interessant ist, dass die Dynamik der Warenströme zunimmt. Zunehmend organisieren sich die Großverbraucher*innen, der Einzelhandel, Dienstleister*innen des Galabaus und Friedhofbaus sowie der Innenraumbegrünung, aber auch Endverbraucher*innen anders bei der Beschaffung ihrer Blumen und Pflanzen. Es wird zunehmend auf Direktimporte gesetzt bzw. die Lieferkette verkürzt. Diese Verschiebung wurden auch bereits zu Beginn 2023 von den Niederlanden in ihrer 'Market Potential Export Position'-Matrix. beobachtet.

**Cocooning ist wieder stark**

Viele Handelsexpert*innen gehen davon aus, dass die Verbraucher*innen sich mit unsicherer Weltpolitik, einhergehend mit Energiekostensteigerungen und steigender Inflation 2024 noch mehr auf die eigenen vier Wände konzentrieren werden. Der Cocooning-Effekt steht wieder in den Startlöchern, wobei der Markt für Gartenpflanzen aufgrund der während der Pandemie in weiten Teilen fertiggestellten Gartenprojekte nicht mehr in der Art wachsen wird wie in den letzten drei Jahren. Nichtsdestotrotz wird deutlich, welchen hohen Stellenwert lebendiges Grün gerade in Krisenzeiten auch bei angespannten Budgets der Konsument*innen hat.

**Mindestlohn steigt weiter**

Etwas besorgt beobachtet die Branche die Entwicklung der Lohnkosten. Nach mehreren Erhöhungen des gesetzlichen Mindestlohns in den letzten Monaten auf zuletzt 12 Euro brutto je Stunde wird der Lohn zum 1. Januar 2024 erneut steigen. 12,41 Euro wird der neue gesetzliche Mindestlohn sein, der ab 2025 auf 12,82 Euro erhöht werden soll.

Diese Lohnerhöhungen werden zahlreiche Betriebe im Gartenbau vor Herausforderungen stellen, da die Lohnkosten in der Regel 20 % bis 25 % der Kosten im Zierpflanzenbau ausmachen. In Hinblick auf den erheblichen Wettbewerbsdruck aus dem Ausland durch Pflanzenimporte wird mit den steigenden Lohnkosten das Risiko mangelnder Wettbewerbsfähigkeit steigen.

**„Zuversicht ist Unternehmerpflicht!“**

Egal wie sich die Kosten auch 2024 verändern werden, wichtig ist, mit Zuversicht die Chancen, die der Gartenbau bietet, zu nutzen. Die Chancen sind zahlreich, wenn man allein 2023 gesehen hat, dass Themen wie „Barbie“ oder Digitalisierung Kund*innen überraschend begeistern.

**Fazit**

Der Blick zurück: 2023 war für den Gartenbau ein schwieriges Jahr und hat von allen Beteiligten der unterschiedlichen Marktstufen sehr viel Einsatz und Nervenstärke abverlangt. Aber: Produktion und Handel haben sich deutlich widerstandsfähiger und aufstrebender gezeigt, als zu Jahresbeginn zu erwarten war.

Die negativen Prognosen waren stark von den hohen Energiepreisen geprägt, die sich im Laufe des Jahres entspannten. Es konnten Produktpreissteigerungen durchgesetzt sowie Kulturverfahren und Sortimente angepasst werden. Ob diese Maßnahmen reichen, um die betriebliche Rentabilität auf Vorjahresniveau zu bringen, wird die nächste Auswertung der betriebswirtschaftlichen Kennzahlen des Zentrums für Betriebswirtschaft im Gartenbau e. V. (ZBG) ans Licht bringen. Der Produktionsstandort Deutschland ist nach wie vor stark.

Die Klimakrise mit den Extremwetterereignissen ist im Bewusstsein der Gesellschaft angekommen. Maßnahmen zum notwendigen Klima- und Umweltschutz eröffnen neue Chancen und

Vermarktungspotenziale für Gartenbauprodukte.

Die private Nachfrage im Jahresverlauf wird immer vom Wetter bestimmt; jedoch ist sie in 2023 deutlich von der Inflation und der zu Verfügung stehenden Konsumsumme der Privathaushalte geprägt. Dabei ist die Relevanz von Blumen und Pflanzen für die Bevölkerung nach wie vor hoch.

Der Gartenbau verkauft Emotionen und Ökosystemleistungen – begehrte Produkte mit großer Bedeutung. Nur sollte die Branche das auch den Verbraucher*innen deutlich zeigen.

Andreas Löbke, CO CONCEPT, im Auftrag der Messe Essen zur IPM ESSEN 2024

**Quellen**

- Statistische 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,
- Vermarktungsorganisationen,
- Blumengroßhandelsbetrieben,
- Berater des Blumenfacheinzelhandels

22.01.2024

# Zierpflanzenmarkt schrumpft – deutsche Produktion eher stabil (ZVG)

## Wert knapp unter Vor-Corona-Niveau

Der Gesamtmarkt für Blumen und Zierpflanzen schrumpfte im Jahr 2023 erneut, und zwar um knapp 4 % auf rund 8,6 Mrd. Euro (zu Einzelhandelspreisen). Damit liegt der Wert knapp unter Vor-Corona-Niveau. Nach Schätzungen der Agrarmarkt Informations-Gesellschaft mbH (AMI) verzeichneten nahezu alle Marktsegmente Rückgänge gegenüber dem Vorjahr 2022.

„Die Umsätze am Gesamtmarkt für Blumen und Zierpflanzen wurden im vergangenen Jahr mit deutlich geringeren Stückzahlen erzielt“ betont der Präsident des Zentralverbandes Gartenbau (ZVG), Jürgen Mertz. Diese schienen eher zu Lasten der Importe zu gehen. Der Absatz der deutschen Produktion blieb vergleichsweise eher stabil.

Die Preise für Blumen und Zierpflanzen zogen zwar im Jahr 2023 an, der Mehraufwand konnte damit in vielen Fällen jedoch nicht gedeckt werden. Die Inflation führte zu sinkenden Verbraucherausgaben, die Verunsicherung der Endkunden hielt an. Die Produktionsbetriebe kämpften neben den inflationsbedingt hoch bleibenden Betriebsmittelkosten weiter gegen den Fachkräftemangel und gestiegene Mindestlöhne. Zusätzlich spielte die Witterung im Jahr 2023 nicht mit: Das erste Quartal war zu nass, das zweite zu dunkel und das dritte zu heiß.

Die Pro-Kopf-Ausgaben für Gartenpflanzen sanken auf unter 49 Euro. Beet- und Balkonpflanzen bleiben das mit Abstand wichtigste Segment innerhalb der Gartenpflanzen, rechnerisch gab jeder Einwohner Deutschlands allerdings nur noch etwas mehr als 20 Euro dafür aus. Für Stauden sanken die Pro-Kopf-Ausgaben auf nicht mal 7 Euro. Ein Minus hatten auch Obst- und Ziergehölze zu verzeichnen, womit die Einwohner Deutschlands durchschnittlich etwas mehr als 16 Euro für Gehölze ausgaben. Kräuter konnten ihr Vorjahresergebnis nahezu halten, konnten mit dem geringen Marktanteil von weniger als 3 % jedoch nicht zur Stabilisierung der Gartenpflanzen insgesamt beitragen. Blumenzwiebeln verloren zum zweiten Mal in Folge rund 5 % zum Vorjahr, womit die Pro-Kopf-Ausgaben nur noch knapp über die 3-Euro-Marke kamen.

Die bei weitem nicht so witterungsabhängigen Segmente Zimmerpflanzen und Schnittblumen schnitten im Jahr 2023 im Vorjahresvergleich minimal besser ab als die Gartenpflanzen. Bei grünen Zimmerpflanzen, die während der Pandemie einen regelrechten Boom erfuhren, lagen die Pro-Kopf-Ausgaben noch moderat über 6 Euro. Damit blieben sie knapp über dem Vorpandemieergebnis. Das Vorjahresminus bei den blühenden Zimmerpflanzen war geringer, die Pro-Kopf-Ausgaben überstiegen die 11-Euro-Marke weiterhin.

Das nach wie vor größte Marktsegment der Schnittblumen blieb zwar unter dem Ergebnis aus dem Jahr 2022. Damit gab jeder Einwohner Deutschlands rechnerisch jedoch immer noch mehr als 35 Euro für Schnittblumen aus.

Der Wert der nach Deutschland eingeführten Blumen und Zierpflanzen ging bis einschließlich September 2023 im Vorjahresvergleich stärker zurück als der Wert der ausgeführten Pflanzen. Im geschrumpften Gesamtmarkt wird anteilig mehr deutsche Ware gehandelt.

22.01.2024

FDF-Information

Happy Birthday IPM Essen!

22.01.2024

FDF Bühnenprogramm 2024

22.01.2024

Berufsinformationen beim Tag der Ausbildung

# I LOVE GREEN auf der IPM ESSEN 2024

Die Grünen Verbände setzen zusammen mit der Messe Essen in 2024 ihre Aktivitäten in der Berufsnachwuchswerbung auf der Internationale Pflanzenmesse in Essen fort.

Die Moderatorin Stephanie Schmidt wird zusammen mit dem bekannten „1000 gute Gründe Gärtner“, Tristan, die Schüler:innen, allgemein bildender Schulen der Klassen 8, 9 und 10, umfangreich über die Ausbildung im Gartenbau und der Floristik informieren.

Neben den Schülern:innen sind zum Tag der Ausbildung auch wichtige Multiplikatoren wie die Lehrer:innen angesprochen. Diese sind in der Regel die ersten Ansprechpartner:innen, in der Berufswahlorientierung der Jugendlichen.

Die Veranstaltung „I LOVE GREEN – Tag der Ausbildung“ findet am Mittwoch, den 24. Januar 2024 im Congress Center Süd von 10.00 bis 13.00 Uhr, Saal Deutschland, statt.

Der Landesverband Gartenbau NRW, der Verband Garten-, Landschaft und Sportplatzbau NRW, der Provinzialverband Rheinischer Obst- und Gemüsebauer sowie der Fachverband Deutscher Floristen Bundesverband und der Verband deutscher Gartencenter (VDG) laden mit Unterstützung der Landwirtschaftskammer NRW, des Zentralverbandes Gartenbau (ZVG) und der Messe Essen, zu dieser Nachwuchswerbeveranstaltung ein.

22.01.2024

# Nominierungen Show Your Colours Award IPM 2024 stehen fest

## Vielfältige Auswahl an Gewächsen

Für den Show Your Colours Award IPM ESSN 2024 wurden 11 Pflanzen nominiert. Alle Messeaussteller der IPM ESSEN mit Holzgewächsen und Staudengewächsen konnten für diese Kür Pflanzen oder Pflanzkonzepte einreichen. Aus den Einsendungen wurden am Ende elf Pflanzen/Pflanzkonzepte nominiert. Der Show Your Colours Award IPM ESSEN 2024 wird am Donnerstag, den 25. Januar um 15:00 Uhr am BIZZ Holland-Stand, Halle 8, Standnummer 8A31 verliehen.

Der Show Your Colours Award IPM ESSEN wurde ins Leben gerufen, um Messeteilnehmer zu ermutigen, ihre Produkte mit einem kleinen Extra ins Rampenlicht zu stellen. Die nominierten Pflanzen unterscheiden sich in (Blatt-)Farbe, Form, Namensgebung, Fruchtbildung, Trocken- und Wärmetoleranz sowie Haltbarkeit von anderen Produkten.

Nominierungen Show Your Colours Award IPM ESSEN 2024

· Loropetalum chinense 'Pearl' BLACK PEARL- Kwekerij Roos

· Haworthia and Gasteria Mix - LiveTrends Design Group Europe ApS

· Leucothoe 'Rant01' (FIRESTAR) - Joh. Stolwijk & Söhne

· Hydrangea macrophylla 'Bailmacseven' EUPBRAF - Bailey Nurseries International

· Camellia 1001 Summer Nights® Jasmine - Diderk Heinje Pflanzenhandelsgesellschaft mbH & Co. KG

· Botanical name: Helleborus x Ericsmithii - Cultivar name: ViV® Olivia - Microflor

· Ilex Verticilata Jingle Bells® - De Jong Plant b.v.

· Cherry Tomato Brown - Solanum Lycopersicum - Vreugdenhil Young Plants

· Le Profumatissime della Riviera dei Fiori® - NIRP International S.A.

· Discover nature's elegance with Garden Beauties® - Gebr. Seuren Kwekerijen B.V.

· Garden rose, Rosa Hybrid Plant’n’Relax - Roses Forever Aps

Jurierung

Die nominierten Pflanzen werden am BIZZ Holland-Stand, Halle 8, Standnummer 8A31 präsentiert. Am Dienstag, den 23., Mittwoch, den 24. und Donnerstag, den 25. Januar (morgens) können alle Besucher mithilfe von Münzen ihre Stimme für ihren Favoriten abgeben. Am Donnerstagnachmittag werden die Pflanzen und ihre Geschichte von einer Fachjury bestehend. Der Gewinner wird durch das Urteil der Jury und die Stimmen der Besucher ermittelt.

Der Show Your Colours Award IPM ESSEN 2024 ist eine Zusammenarbeit der Messeorganisation IPM ESSEN und BIZZ Holland.

22.01.2024

Auftaktveranstaltung auf der IPM ESSEN: NRW wächst über sich hinaus

Gartenschauen: Der grüne Booster für das Leben von Morgen

Die Auftaktveranstaltung zu Gartenschauen in Nordrhein-Westfalen: „NRW wächst über sich hinaus – Gartenschauen: Der grüne Booster für das Leben von Morgen“ zeigt Potenziale von Gartenschauen als Motor für nachhaltige Stadtentwicklungskonzepte und Entwicklung grüner Infrastruktur auf.

Wir laden alle Gartenschauinteressierten zur Veranstaltung ein, die am Dienstag, 23.01.2024, 10:30 Uhr, im Innovationscenter Gartenbautechnik der Messe Essen, Halle 4, stattfindet.

In den nächsten Jahren werden in Nordrhein-Westfalen eine Vielzahl von Gartenschauen durchgeführt.

Nach der sehr erfolgreichen Landesgartenschau in Höxter im letzten Jahr wird in Neuss die nächste Gartenschau in 2026 vorbereitet. Im Fokus steht in Neuss ein neuer, großer Bürgerpark auf dem ehemaligen Rennbahngelände. In der Metropole Ruhr wird die Internationale Gartenausstellung (IGA) in 2027 durch eine Allianz aus Städten, Kreisen und dem Regionalverband Ruhr (RVR) zur grünsten Industrieregion der Welt. In Wuppertal wird die Bundesgartenschau für das Jahr 2031 vorbereitet.

Alle Gartenschauen haben gemeinsam, dass sie Impulsgeber für eine zukunftsgerichtete, nachhaltige Stadtentwicklung und für grüne Konzepte im urbanen Raum sind, die der Klimafolgenanpassung als Vorsorge für die Menschen vor Ort dienen.

Referenten:innen:

• Eva Kähler-Theuerkauf, Landesverband Gartenbau NRW, Präsidentin

• Hans Christian Eckhardt, Verband Garten-, Landschafts- und Sportplatzbau NRW,

Mitglied im Präsidium

• Annette Nothnagel, Jan Sommer, Geschäftsführer Landesgartenschau Neuss 2026

• Dr. Achim Schloemer, Geschäftsführer Deutsche Bundesgartenschau-Gesellschaft und ehemaliger Geschäftsführer Jochen Sandner

• Horst Fischer, Geschäftsführer IGA Metropole Ruhr 2027

Moderation:

Heike Boomgaarden – Gartenbauingenieurin und Pflanzendoktorin, bekannt aus TV und Radio

22.01.2024

Vorstellung eines Positionspapiers zum Thema Torfreduktion

Einladung zur Pressekonferenz auf der IPM Essen

22.01.2024

Innovationscenter Gartenbautechnik

Alle Termine im Überblick

19.12.2023

IPM ESSEN und BdB gehen gemeinsamen Weg weiter

Klimaresiliente Stadtbegrünung gehört zu Top-Themen der Weltleitmesse

**Klimaresiliente Stadtbegrünung gehört zu Top-Themen der Weltleitmesse**

Die Weltleitmesse des Gartenbaus IPM ESSEN und der Bund deutscher Baumschulen – BdB verlängern ihren Kooperationsvertrag um weitere drei Jahre. Die Verträge unterschrieben der neue BdB-Präsident Hajo Hinrichs und der Geschäftsführer der Messe Essen Oliver P. Kuhrt im Rahmen der letzten IPM-Beiratssitzung, die Ende November stattfand. Die nächste IPM ESSEN, vom 23. bis 26. Januar 2024 in der Messe Essen, wird den Fokus verstärkt auf Baumschulen und ihre Produkte legen. Denn sie leisten einen entscheidenden Beitrag zur Erreichung der Klimaziele. Immer mehr Kommunen investieren in Stadtgrün.

„Wir freuen uns sehr, dass wir mit dem BdB weiterhin einen Partner an unserer Seite haben, der uns bei der inhaltlichen Ausrichtung der IPM ESSEN unterstützt," sagt Oliver P. Kuhrt. „Durch die Kooperation mit dem BdB unterstreicht die IPM ESSEN ihre Bedeutung als hochkarätige Wissens- und Netzwerkplattform. Besonders in einer Zeit, in der Klimaschutz durch Begrünung relevanter denn je ist!"

Am zweiten Messetag der IPM ESSEN, 24. Januar 2024, veranstaltet der BdB erneut ein Forum zum Thema „Große Bäume für die Stadt". Es richtet sich an kommunale Entscheider*innen aus Grünflächenämtern, Klimabeauftragte sowie Garten- und Landschaftsgärtner*innen und zeigt Strategien auf, urbane Räume nachhaltig zu begrünen.

2014 feierte der BdB in Zusammenarbeit mit der European Nurserystock Association die Premiere des Europäischen Baumschulempfangs auf der IPM ESSEN und trug damit zur weiteren Internationalisierung der Fachmesse bei. Die Tradition wird auf der IPM ESSEN 2024 am 24. Januar fortgeführt. Dann wird der Stand des BdB in Halle 7 wieder zum lockeren Treffpunkt der Baumschulen aus ganz Europa.

Hajo Hinrichs: „Die IPM ESSEN ist seit der ersten Stunde eine Messe, auf der die deutschen Baumschulen ihre Bühne bekommen. Hier treffen wir auf unsere Kundinnen und Kunden von morgen. Immer mehr Kommunen setzen auf Baumpflanzungen, um Klimaziele zu erreichen. Dafür bedarf es Wissen und Innovationen. Die IPM ESSEN bildet einen optimalen Rahmen, um beides zu verknüpfen. Wir begrüßen die Verlängerung der Kooperation daher sehr."

**Klimabäume und Biodiversität in der Praxis**

Gelegenheit, sich über nachhaltige Pflanzen-Sortimente zu informieren, bieten die Rundgänge zu den Themen „Klimabäume" und „Insektenfreundliche Stauden", die bereits auf der IPM ESSEN 2023 ein großer Erfolg waren. Der Meeting-Point in Halle 6 ist Start für die geführten Touren zu Ausstellern mit entsprechenden klimaresilienten Pflanzen im Portfolio und wurde gestaltet in Zusammenarbeit mit dem Bund deutscher Baumschulen, Bund deutscher Staudengärtner und dem Stauden Ring. Das Angebot gilt für alle Messetage jeweils um 11 Uhr (außer Dienstag im Anschluss an „Große Bäume für die Stadt" um ca. 13 bis 13.30 Uhr)

und 16 Uhr.

Neu sind zudem der Gemeinschaftsstand der Oldenburger Baumschulen in Halle 7 sowie eine Sonderfläche zum Thema Nutzfahrzeuge im Gartenbau.

Weitere Informationen unter: www.ipm-essen.de

05.12.2023

Young Innovators auf der IPM ESSEN 2024

Bundesministerium fördert Messeteilnahme junger innovativer Unternehmen

**Bundesministerium fördert Messeteilnahme junger innovativer Unternehmen**

**Start-Ups und andere junge Unternehmen sind in jeder Branche wichtige Innovationstreiber und Ideengeber. Aus diesem Grund widmet die IPM ESSEN dieser Sparte wieder einen eigenen Gemeinschaftsstand in Halle 5. Gefördert vom Bundeswirtschaftsministerium können sich die Young Innovators so vom 23. bis 26. Januar 2024 auf der Weltleitmesse präsentieren. Davon profitieren nicht nur die jungen Unternehmer*innen, sondern auch die Fachbesucher*innen, die auf diese Weise einen noch breiteren Überblick über das Innovationspotential der Gartenbaubranche erhalten.**

Die IPM ESSEN bringt als Weltleitmesse die Entscheider*innen des Gartenbaus aus aller Welt zusammen und fördert den Informations- und Wissensaustausch. Gerade für aufstrebende Unternehmen ist das eine wertvolle Gelegenheit, um das eigene Leistungsspektrum vorzustellen. Für die Fachbesucher*innen bedeuten gerade diese Trends und Innovationen einen immensen Mehrwert beim Messebesuch. Damit dieser Austausch realisierbar ist, hat das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz die IPM ESSEN zum wiederholten Mal in das Programm zur „Förderung der Teilnahme junger innovativer Unternehmen an internationalen Leitmessen in Deutschland“ aufgenommen.

**Internationale Märkte erschließen – optimal wachsen**

Somit können sich auch auf der IPM ESSEN 2024 wieder Unternehmen, die weniger als 50 Mitarbeiter*innen beschäftigen, maximal zehn Millionen Euro Jahresumsatz erzielen und jünger als zehn Jahre sind, auf einem Gemeinschaftsstand in Halle 5 präsentieren. 60 Prozent der Gesamtkosten für Standmiete und Standbau erhalten sie durch die Förderung zurück. Auf dem Gemeinschaftsstand der Young Innovators können die Aussteller ihre Neuentwicklungen im Produktbereich, in Verfahren und bei Dienstleistungen vermarkten. Durch das internationale Publikum ist es besonders leicht, weltweite Kontakte zu knüpfen. Damit können die Start-ups ihr Wachstumspotenzial optimal ausschöpfen. Die Förderung für den Messeauftritt wird dabei für die ersten beiden Messeteilnahmen gewährt.

21.11.2023

IPM ESSEN und HortEx Vietnam gehen Partnerschaft ein

Die Internationale Pflanzenmesse geht neue Wege

**Die Internationale Pflanzenmesse geht neue Wege**

**Ab 2024 wird die IPM ESSEN exklusiv die Vermarktung der vietnamesischen Gartenbaumesse HortEx in der DACH-Region und weiteren Nationen übernehmen. Damit erweitert die Weltleitmesse des Gartenbaus ihr internationales Netzwerk um einen weiteren Zukunftsmarkt. Durch die zunehmende Urbanisierung wächst auch die Nachfrage nach Blumen und Pflanzen im südostasiatischen Raum.**

Das niederländische Unternehmen Nova Exhibitions B.V. und sein vietnamesischer Partner Minh Vi Exhibition & Advertisement Co., Ltd. sind Veranstalter der HortEx Vietnam. Das nächste Mal findet sie statt vom 13. bis 15. März 2024 im SECC Saigon Exhibition & Convention Center in Ho-Chi-Minh-Stadt. Die IPM ESSEN wird sich exklusiv um die Akquise von Ausstellern aus der DACH-Region und anderen Ländern mit hoher Relevanz im globalen Gartenbaumarkt, wie Italien und Ecuador, kümmern. Darüber hinaus wurde in einem Memorandum of Understanding festgehalten, dass die Parteien eine langfristige Partnerschaft über 2026 hinaus anstreben.

„Wir freuen uns sehr, dass uns ein weiterer Schritt in Richtung Internationalisierung der Weltleitmesse des Gartenbaus gelungen ist. Mit der Kooperation zeigen wir Präsenz in einem stark wachsenden Markt und ermöglichen insbesondere Unternehmen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz, neue Kontakte und Geschäftsbeziehungen zu knüpfen“, so Oliver P. Kuhrt, Geschäftsführer der Messe Essen, bei der Unterzeichnung der Kooperationsvereinbarung. Dank eines steigenden Umweltbewusstseins, einer wachsenden Mittelschicht und einer verstärkten Nachfrage nach frischen, lokalen Erzeugnissen eröffnen sich zahlreiche Chancen für die Gartenbauindustrie in Vietnam. Der Gartenbaumarkt in Vietnam verzeichnet ein jährliches Wachstum von durchschnittlich acht Prozent, wobei die Exportrate gartenbaulicher Erzeugnisse aus Vietnam sich in den letzten fünf Jahren verdoppelt hat

Die Vertragsunterzeichnung fand im Rahmen einer Wirtschaftsdelegationsreise anlässlich der Metallverarbeitungsfachmesse Metalex statt, an der auch der Aufsichtsratsvorsitzende der Messe Essen, Thomas Kufen, teilnimmt: „Die Weichen für eine fruchtbare, langfristige Zusammenarbeit zwischen der IPM ESSEN und der HortEx sind gestellt. Die Messe Essen erweitert einmal mehr ihr globales Netzwerk und trägt dabei den Namen der Stadt Essen in die Welt. Deshalb unterstütze ich die neu geschlossene Partnerschaft aus Überzeugung.“

**Über die HortEx Vietnam**

Vietnam, ein Land, das für seine atemberaubende natürliche Schönheit und reiche Agrarkultur bekannt ist, ist auf dem besten Weg, zu einer der aufstrebenden Kräfte in der Gartenbauindustrie zu werden. Die neue Kooperation zwischen der IPM ESSEN und der HortEx entsteht zur richtigen Zeit, um diese Entwicklung zu fördern und Wachstumschancen für die Branche zu schaffen. Die HortEx findet seit 2018 als wichtige Gartenbaumesse in Vietnams wirtschaftlichem Zentrum Ho Chi Minh City statt. Zuletzt zog sie 200 Aussteller und rund 5.700 Fachbesucher*innen ins SECC. Das Angebot umfasst neben Pflanzen und Gartenbautechnik

auch Früchte und Gemüse.

Die Fachmesse ermöglicht den Zugang zu einem Markt mit Zukunft: Vietnam hat seinen Export von Gartenbauprodukten in den letzten Jahren erheblich gesteigert. Dazu gehören Obst, Gemüse, Blumen und Zierpflanzen. Der Export in Länder wie China, die USA und Japan ist stark angewachsen. Außerdem ist die Nachfrage nach biologischen Gartenbauprodukten, insbesondere Obst und Gemüse, gestiegen. Die Verbraucher*innen in dem südostasiatischen Küstenstaat suchen vermehrt nach gesunden und nachhaltigen Lebensmitteln, während sich gleichzeitig ein verstärktes Bewusstsein für Umweltfragen und nachhaltigen Gartenbau entwickelt. Dies spiegelt sich auch in der verstärkten Nutzung von umweltfreundlichen Anbaumethoden und -technologien wider.

17.11.2023

Geballtes Wissen zur 40. Weltleitmesse des Gartenbaus

Digitale Broschüre ermöglicht ideale Planung des Messebesuchs

**Digitale Broschüre ermöglicht ideale Planung des Messebesuchs**

**Informativ, komfortabel, interaktiv – zur 40. IPM ESSEN bringt die Messe Essen zum zweiten Mal ein E-Book zur Veranstaltung heraus. Auf 20 Seiten werden Rückblicke und Informationen über die Entstehung, die Themenbereiche sowie das umfassende Rahmenprogramm der Weltleitmesse interaktiv dargestellt. Links und Videoclips runden das Angebot ab. Interessierte haben damit eine Möglichkeit, sich einen umfangreichen Überblick über die vom 23. bis 26. Januar 2024 stattfindende IPM ESSEN zu verschaffen und ihren Messebesuch optimal zu planen.**

Rund 1,7 Millionen Fachbesucher*innen, 44.000 ausstellende Unternehmen und etwa 193.600 präsentierte Innovationen – es sind beeindruckende Zahlen, die die IPM ESSEN nach über vier Jahrzehnten des Bestehens aufweisen kann. Seit der ersten Durchführung im Jahr 1983 ist die Messe kontinuierlich gewachsen und bildet als einzige Fachmesse weltweit alle Bereiche des Gartenbaus ab – von Pflanzen über Technik und Floristik bis hin zur Ausstattung. Mit mehr als 1.400 Ausstellern aus rund 50 Nationen wird die Veranstaltung auch im Jubiläumsjahr 2024 wieder ihrem Anspruch als Weltleitmesse der Branche gerecht.

„Wir möchten mit dem E-Book einen guten Service für die Messeplanung bieten. Videos, Fotostrecken und weiterführende Links geben einen Rückblick auf die vergangenen 39 Messen und gleichzeitig einen Ausblick, auf das, was uns erwartet“, sagt Andrea Hölker, Projektleiterin der IPM ESSEN. „Wir freuen uns auf die Jubiläumsausgabe der IPM ESSEN.“

Umfassendes Rahmenprogramm für die Messebesucher*innen

Was einst als reine Produktschau begann, hat sich längst als etablierte Handelsmesse erwiesen, bei der Fachbesucher*innen und Entscheidungsträger*innen sich auf einen fachlichen Austausch und spannendes Rahmenprogramm freuen können. Somit wird ein optimaler Mehrwert geschaffen. Ein Beispiel sind die verschiedenen Sonderschauen, die wichtige Themen der Gartenbaubranche auf den Punkt bringen und Produktneuheiten, Facetten und Innovationen vorstellen. Zu nennen ist unter anderem der inspirierende Treffpunkt „Green City“ in der Halle 1A. Dort ist neben dem IPM-Neuheitenschaufenster und der FDF World auch erstmalig das IPM Discovery Center mit dabei. Die POS-Erlebniswelt stellt die neuesten Verkaufskonzepte für grüne Produkte in den Fokus. Beim Show your Colours Award können die Besucher*innen ihre Stimme für Produkte mit dem besonderen Etwas abgeben. In der Halle 5 findet neben dem IPM Concept Store auch eine Premiere statt: Der Best Practice Award im Bereich Floristik wird zum ersten Mal verliehen. Für den Technikbereich stehen wieder spannende Vorträge im Innovationscenter Gartenbautechnik in Halle 4 in den Startlöchern. Täglich von Branchenexpert*innen geführte Rundgänge zu den Themen Nachhaltigkeit durch klimaresistente Bäume und insektenfreundliche Stauden runden das Angebot ab.

All dies ist dabei gerade einmal ein kleiner Einblick in die zahlreichen Angebote, die die Jubiläums-IPM ESSEN für die Besucher*innen bereithält und die im E-Book vorgestellt werden.

Das E-Book steht zum Blättern als interaktive Online-Version mit zahlreichen Verlinkungen auf der Website https://www.ipm-essen.de/weltleitmesse/e-book/ zur Verfügung.

28.09.2023

Premiere im Jubiläumsjahr: IPM ESSEN und FDF schreiben erstmals „Best Practice Award“ aus

Neue Auszeichnung von praxisorientierten Produkten für den Floristik-Fachhandel

**Neue Auszeichnung von praxisorientierten Produkten für den Floristik-Fachhandel**

**Die IPM ESSEN ist innovativ und Ausgangspunkt für Neues in der grünen Branche. Das wird die Weltleitmesse des Gartenbaus vom 23. bis 26. Januar 2024 bereits zum 40. Mal beweisen. Die Messe Essen und der Fachverband deutscher Floristen e. V. – Bundesverband (FDF) nehmen das Jubiläumsjahr zum Anlass, zum ersten Mal den „Best Practice Award“ auszuschreiben. In acht Kategorien bewertet eine Fachjury Produkte für den Floristik-Fachhandel. Punkten können dabei ein hoher Praxisbezug sowie großes Verkaufspotenzial. Die Preisverleihung findet am ersten Messetag statt.**

„Gemeinsam mit unserem langjährigen Partner, dem FDF, haben wir das Ziel, den Ausstellungsbereich Floristik auf der IPM ESSEN zu stärken. Mit dem neuen ‚Best Practice Award‘ setzen wir den Fokus auf verkaufsstarke und praxisorientierte Produkte. Der Fachhandel erhält so eine wertvolle Orientierung, und die teilnehmenden Firmen werden stärker sichtbar“, erklärt Andrea Hölker, Projektleiterin der IPM ESSEN.

Der „Best Practice Award“ ist ein ideeller Marketing-Preis und wird in folgenden acht Kategorien vergeben: Design & Trend; Preis-Leistung; Technik & Werkzeug in der floristischen Praxis; Accessoires & Geschenkartikel; Deko Indoor; Deko Outdoor; Nachhaltigkeit; sowie „Das Gefäß“. Während der Messelaufzeit werden alle teilnehmenden Produkte auf einer Fläche in Halle 5 präsentiert. Die offizielle Ehrung der ausgezeichneten Unternehmen findet am ersten Messetag um 17 Uhr in Halle 5 auf der Präsentationsfläche statt.

**Einreichungen ab sofort möglich**

Voraussetzung für die Bewerbung um den „Best Practice Award“ ist die Teilnahme an der IPM ESSEN als Aussteller mit floralem Bedarf. Es können maximal zwei Produkte beim FDF eingereicht werden. Die Bewerbung muss mindestens drei Produktfotos, eine Kurzbeschreibung sowie eine Begründung enthalten, warum das Unternehmen sein Produkt für den „Best Practice Award“ empfiehlt. Einsendeschluss ist der 30. November 2023 per E-Mail an: info@fdf.de.

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

27.01.2023

Weltleitmesse des Gartenbaus begeisterte die internationale grüne Branche

Klimapflanzen und ressourcenschonende Produktion standen im Mittelpunkt

**Klimapflanzen und ressourcenschonende Produktion standen im Mittelpunkt**

**„Die Freude darüber, dass die IPM ESSEN endlich wieder stattfinden konnte, war in jeder Halle und an jedem Stand zu spüren“, zieht Oliver P. Kuhrt, Geschäftsführer der Messe Essen, Bilanz. Das Wiedersehen der grünen Branche fiel dabei internationaler aus als erwartet. Über 40.000 Fachbesucher*innen aus mehr als 100 Ländern kamen in die Messe Essen, um sich auszutauschen, zu informieren und zu ordern. Das Angebot war breit gefächert: 1.330 Unternehmen aus 46 Nationen zeigten vom 24. bis 27. Januar ihre Innovationen und Neuheiten in den Bereichen Pflanzen, Technik, Floristik und Ausstattung. Besonders im Trend lagen Klimapflanzen, umweltfreundliche Verpackungen sowie Torfalternativen.**

„Die Bedeutung der IPM ESSEN für die weltweite grüne Branche ist auch nach der Pandemie ungebrochen hoch. Die Internationalität des Fachpublikums ist nicht weit vom 2020er Niveau entfernt. Das ist angesichts der dynamischen Marktlage der letzten Jahre und den noch spürbaren Reiserestriktionen ein Spitzenwert“, so Messe-Chef Kuhrt weiter. Der Auslandsanteil der Fachbesucher*innen lag bei 33 Prozent (2020: 40). Bei den ausstellenden Firmen war der Auslandsanteil mit 66 Prozent sogar vier Prozentpunkte höher als 2020. Eva Kähler-Theuerkauf, Präsidentin des Landesverbandes Gartenbau Nordrhein-Westfalen e. V. und Vorsitzende des IPM-Beirates ergänzt: „Die IPM ESSEN 2023 war ein voller Erfolg. Es tat gut, sich in unserer Gärtnerfamilie wieder zu treffen. Auch international stieß die Messe auf großes Interesse. Wer weder als Ausstellerin oder Aussteller noch als Besucherin oder Besucher dabei war, hat definitiv viel verpasst.“

Die 39. Internationale Pflanzenmesse in Essen erwies sich einmal mehr als hochkarätige Orderplattform: Rund 30 Prozent der Besucher*innen bestellten direkt, mehr als zwei Drittel planen, aufgrund der geknüpften Kontakte und erhaltenen Informationen im Anschluss an die Messe Abschlüsse zu tätigen.

„Wir blicken auf intensive und erfolgreiche Messetage zurück. In allen Hallen konnte man eindringlich erleben, was das gärtnerische Unternehmertum ausmacht – seien es neue Technik, neue Sorten oder neue Geschäftsideen. So können wir die Herausforderungen der Branche anpacken. Für den ZVG war es nach der Pandemiepause ein absolutes Muss, dabei zu sein. Das Wiedersehen war für alle wichtig“, resümiert Jürgen Mertz, Präsident des Zentralverbandes Gartenbau e. V. (ZVG), ideeller Träger der IPM ESSEN.

**Von der Produktion bis zur Kundenansprache: Klimawandel beschäftigt Gartenbau**

Die nachhaltige Produktion spielt eine immer größere Rolle im Gartenbau, also der verantwortungsvolle Umgang mit Energie, Wasser, Dünger, Substraten und Pflanzenschutz. Verschiedene Start-ups stellten dazu Projekte und Lösungen sowohl im neuen Innovationscenter Gartenbautechnik als auch am Stand der Jungen Innovativen Unternehmen vor. Präsentiert wurde beispielsweise CO2-speichernde Pflanzenkohle aus Biomasse, die das Wässern verringert und Nährstoffe abgibt. Im Bereich der Töpfe dominierten recycelter Kunststoff und kompostierbare Materialien. Ebenso vertreten waren smarte Transport- und Logistiklösungen sowie Software-Programme.

Im Bereich der Pflanzen standen über alle Sortimente hinweg „grüne Klimahelden“ hoch im Kurs, die mit Trockenheit, Hitze und Starkregen zurechtkommen. Spezielle Themenrundgänge zu nachhaltigen Pflanzensortimenten gaben eine Orientierungshilfe. Das immer wärmer werdende Klima lässt es darüber hinaus zu, dass eigentliche Zimmerpflanzen und mediterrane Pflanzen nun auch im Garten gedeihen. Auch hier zeichnete sich ein Trend für den Point-of-Sale ab.

Das IPM Discovery Center lieferte weiteren Input mit innovativen Verkaufskonzepten und der Speakers‘ Corner, wo es unter anderem um Marketing und Social Media in der grünen Branche ging. Auffällig in diesem Jahr: In den sozialen Netzwerken war die IPM ESSEN präsenter denn je. Zahlreiche Influencer*innen und Podcaster*innen posteten und berichteten von der Weltleitmesse. Allein während der Laufzeit erreichte ihr Instagram-Kanal einen Zuwachs von 34 Prozent, der LinkedIn-Kanal von 16 Prozent.

**Vorschau auf das Floristik-Jahr**

Die IPM ESSEN 2023 galt wieder als Top-Treffpunkt für Florist*innen aus aller Welt. Viel Blüte, wenig Blatt, bunter Retro-Look sowie pudrig-pastellige Brauntöne im Bereich Floraldesign waren die vorherrschenden Trends. „Die IPM ESSEN 2023 hat sich grün, genial und mit einem fantastischen, innovativen Floristik-Programm präsentiert. Die Aussteller in Halle 5 haben ihre Kundinnen und Kunden erreicht, und in der FDF-World haben wir die floristische Welt begeistert. Die Branche ist inspiriert, motiviert und sehr gut aufgestellt. Besonders bemerkenswert ist zudem das große Interesse und die Motivation des Nachwuchses: An unseren Führungen haben in diesem Jahr sehr viele Berufsschulklassen teilgenommen“, freut sich FDF-Präsident Klaus Götz. Zu den mitreißenden Live-Shows auf der einzigartigen Drehbühne gehörte auch der Vorentscheid für die internationale Meisterschaft der Jungflorist*innen „Eurofleurs 2023“ in Slowenien. Als deutscher Repräsentant qualifizierte sich Newcomer Anian Friedrich aus Bayern. Auch der Branchenwettbewerb um den IPM-Messecup erfreute sich zahlreicher Anmeldungen. Als Gesamtsiegerin in der Kombinationswertung Strauß und Gefäßpflanzung ging Floristin Tanja Korsak, Blumen Westerheide in Mettmann, hervor.

Weitere Preisverleihungen standen auf der Agenda der IPM ESSEN: Am ersten Messetag wurden im IPM-Neuheitenschaufenster die besten Pflanzenneuheiten prämiert: in der Kategorie „Frühjahrsblüher“ die Primula polyantha-Hybride POLLYANNA, in der Kategorie „Blühende Zimmerpflanze“ die Anthurium andreanum ANTHFYSAN, in der Kategorie „Grüne Zimmerpflanze“ der Philodendron erubescens ‚Pink Bikini‘ ®, in der Kategorie „Gehölz“ der Acer campestre ‚Street Pillar‘, in der Kategorie „Kübelpflanze“ die Mangave Mad about Mangave ® ‘Blazing Saddles‘ und in der Kategorie „Schnittblume“ die Chamelaucium ‚Ever Flowering Wax‘. Der Publikumspreis ging am Messedonnerstag an die Erysium Hybride RYSI TM 'Winter Spirit'.

Das beste Storytelling zeichnete der Show Your Colours Award aus. Mit ihrem einzigartigen Farbverlauf von Rot bis Lila und ihren duftenden Blüten gewann die winterharte Rose „Rosa Rosy Boom Colours Change“ von Diderk Heinje.

**Jubiläum in 2024**

90 Prozent der Fachbesucher*innen waren mit dem Angebot der IPM ESSEN 2023 alles in allem zufrieden. 91 Prozent planen einen erneuten Besuch, 92 Prozent empfehlen die IPM ESSEN weiter. Seitens der Austeller*innen planen 95 Prozent eine erneute Teilnahme. Die nächste Gelegenheit bietet sich vom 23. bis 26. Januar 2024. Dann geht die 40. IPM ESSEN in der Messe Essen mit einem besonderen Jubiläumsprogramm an den Start.