

IGCA E-NEWS OCTOBER 2026: GERMAN TRANSLATION

Willkommensgruss des Präsidenten

Was für eine Woche in Deutschland!

Vom 16. bis 22. August kamen Vertreterinnen und Vertreter aus 21 Ländern im Schatten von Schloss Neuschwanstein zusammen. Und ich kann mit Überzeugung sagen: Es war einer der besten IGCA-Kongresse der vergangenen Jahre. Unsere Gastgeber vom Verband Deutscher Garten-Center unter der Leitung von Präsidentin Martina Mensing-Meckelburg haben Massstäbe gesetzt, an die wir uns noch lange erinnern werden.

Sie organisierten die Flower Gaudi – einen bayerischen Abend in einem Gartencenter-Gewächshaus, mit Dirndl, Bierkrügen und einer grossartigen Atmosphäre voller Energie, Lachen und guter Stimmung. Bei der Flossfahrt hiess es dann: Leinen los und den Fluss machen lassen. Sie brachten uns auf den Tegelberg, mit den beeindruckenden Alpen im Hintergrund. Und bei all dem wurde einmal mehr deutlich, dass unsere Branche weiss, wie man gemeinsam feiert und das Leben geniesst.

Die beim Kongress vorgestellten Länderberichte stehen nun allen Mitgliedern zur Verfügung. Gerdie hat sie direkt an die Länderadministratoren weitergeleitet, damit sie mit den jeweiligen Mitgliedern geteilt werden können. Die Berichte geben einen guten Einblick in das wirtschaftliche Umfeld, in dem sich unsere Branche bewegt – von Arbeitskosten und Marktbedingungen bis hin zu Vergleichswerten für die Konsumausgaben in unseren Mitgliedsländern.

Aus unseren Sitzungen beim Kongress sind wir mit viel Schwung und klaren Vorhaben hervorgegangen.

Japan. Beim Abschlussabend in München haben wir den IGCA-Kongress 2027 in Japan offiziell vorgestellt. Seitdem haben sich bereits 100 Mitglieder registriert. Eine solche Resonanz spricht für sich. Japan bietet eine aussergewöhnliche Mischung aus Kreativität, gartenbaulicher Tradition und kultureller Vielfalt, und wir freuen uns sehr darauf, euch im kommenden Jahr dort willkommen zu heissen.

Digital. Wir haben €20.000 für eine umfassende Überarbeitung der IGCA-Website und App, einschliesslich der Kongressfunktionen, vorgesehen. Gleichzeitig suchen wir aktiv nach Sponsoren, die uns bei den laufenden Kosten unterstützen können. Wenn ihr entsprechende Kontakte oder Ideen habt, freuen wir uns über Hinweise aus den Reihen unserer Mitglieder. Auch LinkedIn wird künftig stärker als unser offizieller Kommunikationskanal genutzt. Falls ihr uns dort noch nicht folgt, würden wir uns freuen, wenn ihr dies nachholt.

IGCA Insights. Unser Webinar-Programm wird derzeit neu strukturiert und künftig unter dem Namen IGCA Insights geführt. Unser Ziel sind mindestens vier Veranstaltungen pro Jahr – mit Themen und Referenten, die für unsere Mitglieder relevant sind und einen echten Mehrwert bieten. Weitere Informationen folgen in Kürze.

Next Gen. Einer meiner persönlichen Höhepunkte in München war es, unsere Next-Gen-Mitglieder aktiv zu erleben. Künftig möchten wir beim Kongress einen festen Mentoring-Bereich etablieren, der erfahrene Mitglieder mit unseren Next-Gen-Mitgliedern zusammenbringt, um Wissen weiterzugeben, Erfahrungen zu teilen und neue Möglichkeiten zu eröffnen. Unsere jungen Mitglieder sind die Zukunft unseres Verbandes, und entsprechend sollten wir in ihre Entwicklung investieren.

Governance. Der Vorstand hat ein formelles Risikoregister eingeführt, um mögliche Risiken frühzeitig zu erkennen, ihre Auswirkungen einzuschätzen und entsprechende Massnahmen zu ergreifen. Bei der Generalversammlung beschlossen die Mitglieder ausserdem, auch eine Directors' Liability Insurance (D&O-Versicherung) in das Risikoregister aufzunehmen. Die einzelnen Mitgliedsverbände werden nun ihre jeweiligen Versicherungen überprüfen.

Bis wir uns 2027 in Japan wiedersehen.

Yoroshiku onegai itashimasu

Fergal Doyle

Update aus Belgien

von Chris Van Wesemael

DIE GEWINNER DER GARDEN CENTRE AWARDS STEHEN FEST!

Auf der Green Trade Fair in Gent – Belgiens führender Fachmesse für die grüne Branche – wurden bei einem festlichen Abend im Flanders Expo zum achten Mal die alle zwei Jahre verliehenen Auszeichnungen für Belgiens beste Gartencenter und Baumschulen vergeben.

Der Wettbewerb wird von der **Belux Garden Retail Association** – dem Branchenverband und Interessenvertreter des Gartenfachhandels – organisiert und in Flandern von **VLAM** unterstützt. VLAM hatte die Ehre, den Preis für das „**nachhaltigste Gartencenter**“ zu verleihen.

Wir sehen dies als eine wichtige Weiterentwicklung. „Verbraucher suchen zunehmend nach verantwortungsvollen, umweltfreundlichen und nachhaltigen Lösungen für ihre Außenbereiche“, erklärt Chris Van Wesemael, Direktor von BTV-ABJ. „Gartencenter sind der Ort, an dem Verbraucher die richtigen Informationen, passende Pflanzen und Produkte sowie jede Menge Inspiration finden – und das in weit größerem Umfang als bei anderen, nicht spezialisierten Einzelhändlern.

„Auch als Verband engagieren wir uns stark für dieses Thema. So haben wir beispielsweise kürzlich den ‚**Code of Good Practice in Ornamental Horticulture**‘ unterzeichnet, der darauf abzielt, invasive gebietsfremde Pflanzenarten zu bekämpfen“, erklärt Chris.

Aus diesem Grund wurden die Bewertungskriterien in diesem Jahr angepasst, wobei stärker darauf geachtet wurde, wie die Mitarbeiter im Gartencenter mit diesen Situationen umgehen. Eine weitere Neuerung: Die Teilnehmer wurden nicht nur von einer sehr vielfältig zusammengesetzten Expertenjury bewertet, sondern auch zweimal von einem Mystery Shopper besucht.

Gartencenter und Baumschulen nehmen nicht nur teil, um den Titel zu gewinnen, sondern vor allem, um im Anschluss einen unabhängigen und ausführlichen Bericht der Jury zu erhalten, der wertvolle Informationen für ihre weitere Entwicklung bietet.

DIE PREISTRÄGER

Um den Titel „**Bestes Gartencenter in Wallonien**“ kämpften Tournesols in Châtelineau, Oh’Green in Frameries und der frühere Gewinner BRINDILLE, der den Titel 2027 und 2028 erneut tragen darf. Beim Wettbewerb um den Titel „**Bestes Gartencenter in Flandern**“ traten Rijmenants Massenhoven, De Molen Moen und Tuincenter LISSENS gegeneinander an. Tuincenter LISSENS konnte die begehrte Auszeichnung erneut mit nach Hause nehmen!

In der Kategorie „**Beste Baumschule**“ gewann GENKER PLANTENCENTRUM erneut die Trophäe, gefolgt von Het Wilgenbroek und De Pauw.

Der Wettbewerb um den Titel „**Nachhaltigstes Gartencenter oder nachhaltigste Baumschule des Landes**“ war ein Kopf-an-Kopf-Rennen zwischen Sampermans, Brindille, Genker und Lissens. Letztendlich konnte Lissens zum zweiten Mal den ersten Platz erreichen.

Nun blieb noch die Frage, wer den Hauptpreis als „**bestes und nachhaltigstes Gartencenter oder beste und nachhaltigste Baumschule Belgiens**“ gewinnen würde. Das Duell der beiden grünen Spitzenreiter Lissens und Brindille war denkbar knapp – mit einem Unterschied von gerade einmal 1 %. Am Ende konnte sich jedoch **GENKER PLANTENCENTRUM** mit einem herausragenden Ergebnis von über 87 % den Titel für 2027–2028 sichern.

Kristof Rijmenants, der neu ernannte Präsident des Verbandes, fasste zusammen: „Ich möchte allen Nominierten und Gewinnern meine aufrichtigen Glückwünsche aussprechen, vor allem aber allen Teilnehmern. Denn hier gibt es nur Gewinner, die verstanden haben, dass bereits die geringe Teilnahmegebühr eine Fülle an Informationen bietet, die ihnen dabei hilft, eine nachhaltige und erfolgreiche Zukunft aufzubauen!“

Feedback aus Kanada

von Anne Kadwell

Steigende Kosten und längere Lieferzeiten aus Übersee verändern das Weihnachtseinkaufsverhalten in diesem Jahr – und unsere Gartencenter machen daraus eine Chance. Überall setzen die Kunden verstärkt auf den Einkauf vor Ort, und unabhängige Gartencenter reagieren darauf mit Erlebnissen, die man einfach nicht online bestellen kann.

Gemütliche Herbstabende locken mit Herbst-Workshops, saisonalen DIY-Angeboten und den beliebten Plant-Bingo-Abenden zahlreiche Besucher an. Plant Bingo ist so beliebt geworden, dass einige Standorte inzwischen zweimal pro Woche Veranstaltungen anbieten, an denen jeweils 60–80 Personen teilnehmen. An den Wochenenden stehen Kürbisfeste für die ganze Familie auf dem Programm – mit Kürbisfeldern, Fotomöglichkeiten und den alljährlichen Workshops zum Binden von Kränzen. Mit praktischer Kreativität und frisch geschnittenem Grün läuten sie die Vorweihnachtszeit ein.

Also: Schluss mit Lieferverzögerungen und langen Warteschlangen bei den großen Einzelhändlern. In diesem Herbst und Winter schaffen die Kunden Erinnerungen, statt einfach nur einzukaufen – denn schließlich ist die schönste Zeit des Jahres, um vor Ort einzukaufen!

Neuigkeiten aus der Tschechischen Republik

von Michal Ferenčík

Sommer 2026

Trotz eines sehr warmen Sommers blicken die tschechischen Gartencenter auf eine positive Saison zurück. Im Vergleich zum Vorjahr konnten die Umsätze durchschnittlich um **3 %** gesteigert werden. Die hohen Temperaturen stellten die Branche zwar vor einige Herausforderungen, doch die Kunden investierten weiterhin in ihre Gärten, Terrassen und Außenbereiche. Die Ergebnisse zeigen deutlich, dass die Begeisterung für Garten und Pflanzen auch bei schwierigen Wetterbedingungen ungebrochen ist. Insgesamt lässt sich die Sommersaison für die tschechischen Gartencenter als erfolgreich bewerten. Die positive Umsatzentwicklung stimmt uns zuversichtlich für die zweite Jahreshälfte und zeigt, dass die Kunden nach wie vor Freude daran haben, ihre Außenbereiche zu gestalten, zu verschönern und weiterzuentwickeln.

Michal Ferenčík

FloreniUm

Feedback aus Dänemark

von Per Boisen Anderson

Formland Herbst 2026

MCH Messecenter, 16.–18. August

Emilia van Hauen war am Sonntagmorgen vor Ort, als CEO Georg Sørensen alle Aussteller zur Formland Herbst 2026 begrüßte.

Gemeinschaft

Emilia van Hauen ging der Frage nach, warum Gemeinschaft und Zusammengehörigkeit für die Aussteller in ihrem Berufsleben eine so wichtige Rolle spielen.

Die meisten Menschen wissen, dass die Arbeit die finanziellen Mittel für das tägliche Leben, Essen und Freizeitaktivitäten bietet. Dennoch sagt die Mehrheit, dass es vor allem das Gefühl der Gemeinschaft ist, das sie jeden Tag zur Arbeit kommen lässt.

„Was für uns als Menschen zählt, ist, Teil einer Gemeinschaft zu sein. Wenn wir an die schönsten Erfahrungen in unserem Leben denken, drehen sie sich fast immer um andere Menschen, Beziehungen und das Gefühl, dazugehören – und das gilt auch für den Arbeitsplatz. In einer Zeit des ständigen Wandels, in der künstliche Intelligenz die Art und Weise verändert, wie wir uns in der Welt bewegen und

orientieren, werden lebendige Gemeinschaften immer wichtiger. Wir müssen das Gefühl haben, Teil eines ‚Wir‘ zu sein“, erklärte Emilia van Hauen.

Sie sprach auch über Hierarchien und neue Generationen und stellte fest, dass traditionelle Hierarchien zunehmend unter Druck geraten.

„Jüngere Generationen stellen traditionelle Hierarchien infrage, weil sie damit aufgewachsen sind, nach ihrer Meinung gefragt, angehört und in Entscheidungsprozesse einbezogen zu werden. Diese Haltung bringen sie ganz selbstverständlich in die Arbeitswelt mit. Deshalb sollten wir eine Organisation nicht nur als Hierarchie betrachten, sondern auch als Gemeinschaft.

Der Arbeitsplatz der Zukunft braucht weiterhin Führung und klare Strukturen, muss den Menschen aber gleichzeitig die Möglichkeit geben, sich einzubringen, starke Beziehungen aufzubauen und das Gefühl zu haben, dass ihr Beitrag zählt“, sagte Emilia van Hauen.

Dieses Mal konzentrierte sich die FlyHelsted-Trendzone auf den Gegenpol zur digitalen Welt, in der wir uns alle so schnell bewegen. Ein alter Plattenspieler spielt die Musik einer Sebastian-LP über seine Nadel ab. Wir treffen eine bewusste Entscheidung, wenn wir die Schallplatte auswählen und sie nach etwa einer halben Stunde umdrehen. Das Tempo wird langsamer.

Immer mehr Menschen holen ihre alten analogen Armbanduhren wieder hervor, und auch die jüngere Generation interessiert sich für diese Zeitmesser. Wir suchen Ruhe und eine tiefere Verbindung zu den Produkten. Sie sollten authentisch sein und möglichst das Ergebnis echter Handwerkskunst. Im Geschäft sollten wir diese Handwerkskunst für die Kunden sichtbar machen. Sie muss nicht perfekt sein – tatsächlich ist es sogar besser, wenn sie es nicht ist.

BERÜHREN – RIECHEN – SCHMECKEN

Wir sollten Kunden dazu anregen, Produkte auf eine intensivere, haptische Weise zu erleben und dabei natürliche Materialien wie Wolle, Stein, Sand, Leder und Holz einzusetzen. Es geht darum, eine „**digitale Pause**“ zu schaffen, indem die Verkaufsprodukte von einer ruhigen und entspannten Atmosphäre umgeben werden.

Einige Bekleidungsketten präsentieren ihre Waren bewusst schlicht und großzügig in weitläufigen Bereichen und geben den Kunden dadurch Zeit und Raum, in Ruhe zu entscheiden, ob ihnen ein Produkt gefällt.

Ausgezeichnetes Samenpapier

Der **Formland Design Award** ging diesmal an das in Kolding ansässige Unternehmen **Spirpapier**. Die Gründerin Seherzada Dedic zeigte sich über die Auszeichnung sehr erfreut.

Der Lifestyle-Experte und Juryvorsitzende Mads Arlien-Søborg erklärte, dass die Jury mit dieser Auszeichnung ein Unternehmen würdigen wollte, das starke Werte mit einer überzeugenden Designästhetik verbindet.

Die Wahl fiel auf Spirpapier unter anderem deshalb, weil das Unternehmen lokal produziert, das Material zu 100 % biologisch abbaubar ist und der gesamte Ansatz von der bewussten Entscheidung geprägt ist, Produkte zu schaffen, die sowohl das Handwerk als auch die Umwelt respektieren – und dabei gleichzeitig einen hohen ästhetischen Anspruch erfüllen.

GREENHOUSE – Grünes Leben – Nature to the People – GREENHOUSE

Eine große und beeindruckende Präsentation mit inspirierenden Ideen für die Produktpräsentation. Die Ausstellung „**Nature to the People**“ war in vier Bereiche unterteilt: zwei für den Außenbereich und zwei für Innenräume. Einer der Außenbereiche richtete sich an kreative Kunden und bot viel Farbe und spielerische Elemente. Der andere vermittelte eine ruhige, klare und stilvolle Atmosphäre in verschiedenen Grüntönen.

Auch die Innenbereiche waren entsprechend aufgeteilt: Ein Raum war lebendig und festlich gestaltet, während der andere mit viel Grün für den Innenbereich dekoriert wurde.

Die vier Bereiche:

Outdoor – kreativ

Unterstützen Sie Ihre Kunden mit einer Auswahl an Pflanzen, mit denen sie ganz einfach harmonische Arrangements gestalten können.



Outdoor – grün

Gestalten Sie einen inspirierenden Terrassengarten mit Pflanzen in verkaufsfertigen Töpfen.



Indoor – kreativ

Präsentieren Sie Pflanzen in einer farbenfrohen und kreativen Umgebung.



Indoor – grün

GRAB & GO – steigern Sie den Umsatz mit praktischen und unkomplizierten Lösungen für Ihre Kunden.



Grüße aus Frankreich

von Thomas le Rudelier

Wie in vielen Teilen Europas hat auch Frankreich einen außergewöhnlich heißen Sommer erlebt, der erhebliche Auswirkungen auf den Gartenfachhandel hatte.

Am 9. Oktober veranstaltet der französische Verband der Gartencenter und Zoofachgeschäfte einen Vormittag rund um den Gartenmarkt. Dabei kommt die gesamte Bandbreite des Vertriebs zusammen – von Gartencentern und Baumärkten über Supermärkte bis hin zu Lieferanten.

Diese Veranstaltung bietet die Gelegenheit, Einblicke in die Marktentwicklung auszutauschen, über Trends im Verbraucherverhalten zu diskutieren und gemeinsam zu überlegen, wie sich die Branche an ein sich schnell veränderndes Umfeld anpassen kann.

Neuigkeiten aus Deutschland

IGCA 2026 in Deutschland: Die Energie ist noch immer spürbar

66 Jahre nachdem der erste internationale Gartencenter-Kongress in Deutschland stattfand, kehrte die IGCA zu ihren Wurzeln zurück. Mehr als 270 Delegierte aus 21 Ländern kamen in München zusammen. Unser Motto „**Together**“ wurde zum Gefühl der gesamten Woche. Unser „**Gute-Laune-Lied**“ war immer wieder zu hören. In einer Zeit, in der die Welt oft gespalten wirkt, war dieser offene und positive Geist besonders wichtig. Die Freude über das Wiedersehen war groß, und im Laufe der Woche entstand eine echte Gemeinschaft.

Besonders gefreut hat uns der Erfolg unseres **Study-Next-Gen-Busses**. Junge Delegierte aus 15 Ländern wurden innerhalb kürzester Zeit zu einer Gruppe. Sie tauschten ihre Erfahrungen aus und genossen die gemeinsame Woche. Das gibt uns großes Vertrauen in die Zukunft unserer Branche.

Der Kongress wirkt auch nach. Wir haben viele Teilnehmer inzwischen wieder getroffen, und die Verbindung ist sofort wieder da. Diese Begegnungen zeigen uns, wie viel positive Energie die IGCA in unsere Gartencenter-Branche gebracht hat. Gleichzeitig spüren wir eine große Wertschätzung für das, was unser Verband gemeinsam mit seinen Mitgliedern erreicht hat.

Ein herzliches Dankeschön gilt allen Gartencentern, die ihre Türen für uns geöffnet haben. Jedes Unternehmen hatte seinen ganz eigenen Charakter. Gemeinsam zeigten sie unseren internationalen Gästen, wie vielfältig und lebendig die grüne Branche in Deutschland ist.

Ohne die Unterstützung unserer Sponsoren wäre ein Kongress dieser Größenordnung nicht möglich gewesen. Wir sind ihnen für ihr Vertrauen in uns sehr dankbar.

Unser herzlicher Dank gilt auch unserem Büroteam, unseren Buskapitänen und allen, die hinter den Kulissen mitgearbeitet haben. Sie haben enorm viel Zeit und Energie in diesen Kongress investiert. **Dass alle bereit sind, die Extrameile zu gehen, macht eine solche Veranstaltung so besonders.** IGCA 2026 hat gezeigt, was möglich ist, wenn unsere Branche zusammenkommt. Wenn Sie noch nie an einem IGCA-Kongress teilgenommen haben, können wir nur sagen: **Machen Sie mit!** Sie werden mit neuen Ideen und einer deutlich größeren internationalen Familie nach Hause zurückkehren.

Wir hoffen, viele von Ihnen 2027 in Japan wiederzusehen.

Martina Mensing-Meckelburg
Präsidentin des VDG

Neuigkeiten aus Ungarn

MAKERT – Ungarische Gartencenter mit der internationalen Gemeinschaft verbinden

Wir freuen uns sehr über die Möglichkeit, dass **MAKERT – der ungarische Verband der Gartencenter – Mitglied der IGCA geworden ist**, und darauf, Teil dieser internationalen Gemeinschaft zu sein. MAKERT bringt ungarische Gartencenter zusammen und setzt den Schwerpunkt auf berufliche Weiterentwicklung, Wissensaustausch und internationale Kontakte. Eine unserer wichtigsten Initiativen ist die Auszeichnung „**Excellent Garden Centre**“, mit der herausragende Gartencenter gewürdigt und die kontinuierliche Weiterentwicklung unserer Branche gefördert werden.

Wir freuen uns außerdem, den internationalen Gartencenter-Experten **Boyd Douglas-Davies** am **6. Oktober 2026** zu einem ganztägigen praxisorientierten Workshop in Ungarn begrüßen zu dürfen. Wir möchten die IGCA-Mitglieder herzlich bitten, die Einladung mit ihren Mitgliedern und Gartencenter-Netzwerken zu teilen. Teilnehmer aus anderen Ländern sind ebenfalls herzlich willkommen!

Weitere Informationen und Anmeldung:
makert.hu – [Boyd Douglas-Davies Workshop 2026](#)

Bericht aus Italien
von Giacomo Brusa

Ein Jahr nach seiner Wahl zum Präsidenten des italienischen Gartencenter-Verbandes (AICG) hat Paolo Roagna einen bedeutenden strategischen Wandel für die Branche eingeleitet. Im Mittelpunkt seiner Amtszeit steht die Einführung eines gemeinsamen Systems zur **Datenerfassung und zum Benchmarking** unter den Mitgliedsgartencentern.

Durch die anonyme Erfassung und Analyse von Daten zu Abverkaufszahlen, saisonaler Kundenfrequenz und wichtigen Leistungskennzahlen (KPIs) wie dem durchschnittlichen Bonwert und dem Umsatz pro Quadratmeter möchte der Verband die Effizienz des Betriebsmanagements verbessern und ein tieferes Verständnis für die Dynamik des italienischen grünen Marktes gewinnen.

Update aus Polen
von Karolina Filipiak

Der Herbst in den polnischen Gartencentern ist von einer Reihe verschiedener Branchenveranstaltungen geprägt.

Unsere Mitglieder nehmen an Fachmessen mit Sortimenten polnischer und internationaler Baumschulen sowie an weiteren Branchenveranstaltungen teil. Anfang September war die PSCO Partner der Fachmesse „**Green is Life**“ (**Zieleń to Życie**) in Warschau. Wir organisierten gemeinsam Schulungen und nahmen an einer Podiumsdiskussion über Möglichkeiten für das Marktwachstum teil. Wie jedes Jahr veranstaltet die PSCO außerdem eine eigene Fachmesse für ihre Mitglieder und Lieferanten.

In diesem Jahr haben wir die Teilnahme auf Gartencenter aus ganz Polen ausgeweitet, die nicht Mitglied sind, und das Veranstaltungsformat durch eine Vortragsreihe ergänzt. Die Themen reichten von der

Erweiterung der Einsatzmöglichkeiten über die Verbesserung der Warenpräsentation bis hin zum Einsatz von KI in der Gartenbaubranche.

Im vergangenen Jahr ist die Situation für die polnischen Gartencenter insgesamt stabil geblieben. Das unvorhersehbare Wetter entwickelt sich jedoch zunehmend zu einer großen Herausforderung, da es die Pflanzenpflege erschwert und zu erheblichen Schwankungen in der Kundenstimmung führt.

Wir beobachten außerdem einen deutlichen Anstieg des Online-Handels sowie einen zunehmenden Einfluss von Werkzeugen der künstlichen Intelligenz auf die Kaufentscheidungen der Kunden.

Highlights aus den Niederlanden

von Frank van der Heide

Markt-Update

Insgesamt kann 2026 für die niederländischen Gartencenter als zufriedenstellendes Jahr bezeichnet werden. Bis zur Kalenderwoche 36 verzeichnet der Markt ein durchschnittliches Umsatzwachstum von rund 3 % und liegt damit leicht über der Inflationsrate. Wie immer unterscheiden sich die Ergebnisse der einzelnen Unternehmen deutlich. Während einige Gartencenter ein starkes Wachstum verzeichnen, müssen andere Umsatzrückgänge hinnehmen.

Zu dieser Jahreszeit verwandeln viele mittelgroße und große Gartencenter ihre Verkaufsflächen in beeindruckende und inspirierende Weihnachtswelten. Gemeinsam mit ihren Teams gestalten die Unternehmer spektakuläre Präsentationen, die ihre Kunden ab Ende September und Anfang Oktober überraschen und inspirieren sollen. So werden die Kunden dabei unterstützt, ihre Häuser mit Wärme, Atmosphäre und Dekoration auf die Herbst- und Weihnachtszeit vorzubereiten.

Kleinere und stärker spezialisierte Gartencenter konzentrieren sich hingegen auf den Herbst als wichtigste Pflanzsaison. Sie möchten die Verbraucher dazu ermutigen, ihre Gärten zu bepflanzen und weiterzuentwickeln, und machen auf die zahlreichen Vorteile des Pflanzens in dieser Jahreszeit aufmerksam.

Ein weiteres wichtiges Thema in den Niederlanden ist die Vorstellung des Staatshaushalts für das kommende Jahr, die in dieser Woche stattfinden wird. Eine zentrale Frage ist dabei der zukünftige Mehrwertsteuersatz für Blumen und Pflanzen. Der derzeitige Vorschlag sieht eine Erhöhung von 9 % auf 21 % vor. Dies hätte erhebliche Auswirkungen auf unsere Branche, da Blumen und Pflanzen für die Verbraucher deutlich teurer würden. Dies geschieht zu einem Zeitpunkt, an dem die Branche aktiv für grünere Gärten wirbt und sich für mehr Biodiversität sowie klimafreundliche Außenbereiche einsetzt. Gemeinsam mit Partnern aus der Branche haben wir eine Untersuchung zu den möglichen Auswirkungen dieser Mehrwertsteuererhöhung in Auftrag gegeben. Die Ergebnisse zeigen erhebliche negative Folgen sowohl für die Branche als auch für die Verbraucher.

Aus diesem Grund setzen wir uns aktiv bei den politischen Entscheidungsträgern dafür ein, dass diese Maßnahme nicht umgesetzt wird.

In den kommenden Wochen erwarten wir mehr Klarheit über die endgültige Entscheidung und deren Auswirkungen auf die niederländische Gartenbaubranche.

Frank van der Heide

Grüße aus Südafrika

von Gerdie Olivier

Die südafrikanische Wirtschaft steht weiterhin unter Druck. Das langsame Wirtschaftswachstum, die hohe Arbeitslosigkeit und die steigenden Lebenshaltungskosten belasten sowohl Unternehmen als auch Verbraucher.

Die Inflation liegt derzeit bei 4,3 %, während die Zinssätze weiterhin relativ hoch sind und Kredite dadurch teurer werden.

Es gibt einige positive Entwicklungen, insbesondere Verbesserungen bei der Stromversorgung sowie Bemühungen zur Verbesserung der Staatsfinanzen. Strukturelle Herausforderungen begrenzen jedoch

weiterhin das Wirtschaftswachstum, und Unternehmen wie private Haushalte bleiben bei Ausgaben und Investitionen vorsichtig.

Auch die Kraftstoffpreise bleiben hoch und schwanken stark. Sie werden von den internationalen Ölpreisen, globalen Lieferunterbrechungen, Wechselkursbewegungen und geopolitischen Ereignissen beeinflusst. Dies setzt weiterhin die Transport- und Betriebskosten sowie das verfügbare Einkommen der Verbraucher unter Druck.

Südafrika erlebt in diesem Jahr ein etwas anderes Frühlingswetter. Die Prognosen deuten in vielen Regionen auf überdurchschnittlich warme Temperaturen und insgesamt unterdurchschnittliche Niederschlagsmengen hin. Gleichzeitig kommt es in einigen Regionen zu plötzlichen Gewittern und starken Regenfällen, wodurch die Wetterbedingungen wechselhafter und unberechenbarer werden.

Diese Veränderungen wirken sich direkt auf unsere Branche aus – sowohl auf die Produzenten als auch auf die Gartencenter. Für Gartencenter im Einzelhandel beeinflusst das wechselhafte Wetter die Kundenfrequenz, insbesondere an Wochenenden und während wichtiger Verkaufszeiten. Unvorhersehbare Wetterbedingungen wirken sich zudem auf Wachstumszyklen, Warenverfügbarkeit und den Zeitpunkt von Kaufentscheidungen der Verbraucher aus.

Trotz der Herausforderungen im allgemeinen Umfeld bleibt SANA ein starker und aktiver Verband. Wir konzentrieren uns weiterhin darauf, unseren Mitgliedern einen größeren Mehrwert zu bieten und die Verbindungen innerhalb der gesamten Branche zu stärken.

Im Juni 2026 gab es einen Wechsel im EXCO und an der Verbandsspitze. **Dr. Cary Goodwin** hat das Amt der Präsidentin übernommen. Wir freuen uns auf eine erfolgreiche Amtszeit, in der Nachhaltigkeit und Umweltverantwortung noch stärker in den Fokus rücken werden.

Die Verbesserung der Kommunikation mit unseren Mitgliedern, die Gewinnung neuer Mitglieder und der Aufbau sinnvoller Verbindungen innerhalb der Branche werden auch im kommenden Jahr wichtige Schwerpunkte für SANA bleiben.

Life is a Garden (LIAG), die auf Verbraucher ausgerichtete Initiative von SANA, versorgt südafrikanische Verbraucher weiterhin über ihre Website und Social-Media-Plattformen mit Inspiration, Informationen und praktischen Tipps rund um das Gärtnern. Die Inhalte reichen von saisonalen Gartentipps, Pflanzen und Nutzgärten über Wildtiere und Nachhaltigkeit bis hin zu DIY-Projekten und allgemeinen Gartentipps.

Über Social-Media-Plattformen wie Facebook, Instagram und YouTube werden ansprechende und visuelle Inhalte geteilt und ein größeres Publikum erreicht. **Life is a Garden** ist im südafrikanischen Gartenmarkt bereits gut etabliert, insbesondere auf Facebook mit schätzungsweise 82.400 Followern.

Insgesamt spielt LIAG eine wichtige Rolle dabei, Verbraucher mit dem Thema Garten und der Gartencenter-Branche zu verbinden. Die Initiative möchte Menschen zum Gärtnern, zum Besuch ihres örtlichen Gartencenters und zur Unterstützung der Branche ermutigen.

Bericht aus der Schweiz

von Othmar Zisweiler

Hitze und extreme Wetterbedingungen stellen Schweizer Gartencenter vor Herausforderungen

Hohe Temperaturen und eine langanhaltende Trockenheit führten in den Sommermonaten zu einem Rückgang der Kundenfrequenz in den Schweizer Gartencentern. Mit der Rückkehr von Regen und kühleren Temperaturen ab Mitte August kamen auch die Kunden zurück. Gleichzeitig brachte dies zahlreiche Fragen und Unsicherheiten mit sich, auf die die Branche noch Antworten finden muss. Insbesondere Terrassen und Balkone entwickeln sich zunehmend zu schwierigen Standorten für das Pflanzenwachstum. Es sind neue Pflanzkonzepte gefragt, die mit beiden Extremen zurechtkommen. Gleichzeitig hat der Sommer die Bedeutung von Pflanzen als Schattenspende und zur Erhöhung der lokalen Luftfeuchtigkeit deutlich gemacht. Das wachsende Bewusstsein und Interesse der Öffentlichkeit bietet Gartencentern neue Chancen – insbesondere bei der Kundenberatung und bei der Empfehlung geeigneter Pflanzlösungen.

Ein weiteres wichtiges Thema war die Ausbreitung des Japankäfers (*Popillia japonica*). Die Larven dieser invasiven Art ernähren sich von den Wurzeln von Gräsern. Gartencenter mussten daher ihre Kontrollen verstärken und sicherstellen, dass ihre Pflanzen frei von Unkraut waren. Beim Verkauf von Ziergräsern war besondere Vorsicht geboten. Dank dieser vorbeugenden Maßnahmen mussten Schweizer Gartencenter keine Verkaufsverbote hinnehmen.

Update aus Großbritannien

von Peter Burks

Unsere Mitglieder hatten aufgrund der Dürre, der hohen Temperaturen und der von den Wasserversorgungsunternehmen verhängten Einschränkungen für die Nutzung von Gartenschläuchen einen sehr herausfordernden Sommer. Die Pflanzenverkäufe gingen zurück, allerdings nicht so stark wie befürchtet. Gleichzeitig war der Ausschuss deutlich höher, und auch die Kosten für die Bewässerung stiegen erheblich – sowohl aufgrund der größeren benötigten Wassermengen als auch des zusätzlichen Zeitaufwands.

Glücklicherweise konnten andere Bereiche diese Entwicklung ausgleichen. Der Umsatz mit Gartenmöbeln und Grills stieg um 11 %, Bekleidung um 8 % und der Gastronomiebereich um 6,5 %. Dadurch liegt die Gesamtentwicklung seit Jahresbeginn mit +2,4 % noch leicht im positiven Bereich.

Innerhalb der GCA arbeiten wir derzeit an mehreren Projekten. Dazu gehören die Weiterentwicklung unseres Markenauftritts, die Einführung eines CRM-Systems und einer neuen Website sowie die Aktualisierung unseres Handelsbarometers.

Unsere Programme „Rising Stars“ und „Hospitality Rising Stars“ für dieses Jahr sind gerade zu Ende gegangen und haben sehr positives Feedback erhalten. Für Anfang Dezember haben wir zwei Christmas Study Tours organisiert: eine im Nordwesten mit Besuchen in vier Gartencentern und eine in London, bei der einige der führenden Einzelhandelsstandorte besucht werden.

Im November begrüßen wir außerdem Gruppen aus Deutschland und Frankreich zu Besichtigungstouren durch einige unserer führenden Christmas Garden Centres im Raum London.

Nächster IGCA-Kongress

Tokio, Japan: 17.–22. Oktober 2027

Liebe Freunde aus aller Welt,

wir freuen uns sehr, Sie zum IGCA-Kongress 2027 nach Tokio, Japan, einzuladen. Nach der Absage unserer Veranstaltung im Jahr 2021 ist die Freude groß, dass wir nun wieder die Gelegenheit haben, Sie in Japan willkommen zu heißen.

Der Kongress soll mehr sein als nur eine Fachveranstaltung. Er bietet die Möglichkeit, Kollegen aus aller Welt wiederzutreffen, neue Kontakte zu knüpfen, Freundschaften zu pflegen und gemeinsame Erfahrungen zu sammeln.

Wir bereiten ein abwechslungsreiches Programm vor, das aktuelle Entwicklungen im Garteneinzelhandel mit der einzigartigen Kultur und Schönheit Japans verbindet. Neben inspirierenden Gartencentern werden Sie die reiche japanische Gartenkunst und -tradition kennenlernen und die besondere Verbindung zwischen Pflanzen und dem täglichen Leben in Japan entdecken können.

Als „Team Japan“ möchten wir Ihren Aufenthalt angenehm, inspirierend und erlebnisreich gestalten. Dabei hoffen wir, Ihnen unsere Gastfreundschaft näherzubringen und Ihnen die besondere Bedeutung und Schönheit der Pflanzen in unserer Kultur zu vermitteln.

Wir freuen uns darauf, diese Woche mit Ihnen zu verbringen – gemeinsam zu lernen, Erfahrungen auszutauschen und die internationale Gemeinschaft der IGCA zu feiern.

Wir sehen uns in Japan!

Akihiro Ozaki

Präsident der Japan Garden Centre Association