

GRÜSSE VON UNSEREM IGCA-PRÄSIDENTEN

Liebe Kolleginnen und Kollegen, liebe Freunde,

Bald kommen wir zum IGCA-Kongress in Kapstadt zusammen, wo Freunde, Gartencenter-Experten und Produktspezialisten aus unserer grünen Gemeinschaft wieder zusammentreffen werden.

Wir freuen uns auf neue Erkenntnisse, Inspirationen und Trends, die diese Veranstaltung sicher allen bringen wird. Und nicht zuletzt darauf, das wunderschöne und farbenfrohe Südafrika zu genießen.

Dieses Jahr war erneut eine Herausforderung für die gesamte Gartencenter-Branche! Gartencenter stehen vor einem dynamisch veränderlichen Markt, Änderungen im Kaufverhalten der Kunden, globalen Lifestyle-Veränderungen und unvorhersehbarem Wetter.

Das Treffen mit Freunden und Kollegen hilft immer, die Herausforderungen der Branche zu teilen und gemeinsam Lösungen für die Zukunft zu finden. Ich wünsche euch allen, und glaube fest daran, dass sich bald alles beruhigen wird – und dass wir gemeinsam unser schönes Gartenbau-Feld weiterentwickeln.

Wir sehen uns in Kapstadt!

Stepan Smerda

UPDATE AUS AUSTRALIEN

Von Lisa McCann – Juli 2025

Garden Centres Australia (GCA) unterstützt weiterhin unabhängige Gartencenter im ganzen Land durch wirkungsvolle Initiativen, die Gemeinschaften einbinden und Unternehmenswachstum fördern.

Angesichts des anhaltenden Kostendrucks im Alltag und gleichbleibend hoher Zinssätze ist der Spielraum für Konsumausgaben enger geworden. Viele Einzelhändler suchen daher clevere, kosteneffiziente Wege, um Kunden zu gewinnen und zu binden. Gartencenter in Australien reagieren mit Widerstandskraft und Kreativität und nutzen GCA-Programme, um stärkere Verbindungen in der Gemeinschaft aufzubauen und Familien einzubeziehen.

Am 30.–31. August kehrt das beliebte **Garden Re Leaf Event** zurück. Dieses Jahr sind die Center ermutigt, Gelder für eine Herzensangelegenheit zu sammeln – eine einzigartige Gelegenheit, Wohlbefinden zu fördern, Gemeinschaftsgeist zu aktivieren und die Kraft des Gärtnerns zu feiern.

Exklusiv für GCA-Mitglieder gibt es außerdem die „**Let's Get Gardening**“-**Aktivitäts-Taschen** – ein sofort einsetzbares Werkzeug mit unzähligen Anwendungsmöglichkeiten. Ob während der Schulferien verteilt, in Kinder-Workshops integriert oder in Kooperation mit Schulen und Kindergärten genutzt – diese Taschen stärken das Image des Gartencenters als familienfreundlichen Ort. Jede Tasche enthält ein 20-seitiges Aktivitätsheft, Sticker, einen Erinnerungs-Bleistift „Let's Get Gardening“ sowie einen nationalen Malwettbewerb!

Im Winter nahmen Mitglieder an den **wöchentlichen GCA-Winter-Webinaren** teil – einer kuratierten Serie von Experten-Sessions zu inspirierenden Themen. Alle Webinare sind aufgezeichnet und jetzt auf YouTube verfügbar – eine wertvolle, ganzjährige Schulungsressource.

Im Juni fand die **Jahreshauptversammlung der GCA** in Victoria statt, mit Präsentation der Riddells Creek Nursery, einem lebendigen regionalen Gartencenter. Mitglieder aus dem ganzen Land tauschten dort Ideen und Inspirationen aus. Mit neuen Vorstandsmitgliedern und starker Dynamik ist die Vereinigung bestens für weiteres Wachstum aufgestellt.

Ein beliebtes internes Kommunikationsmittel, die **GCA Times**, wird weiterhin landesweit in den Pausenräumen verteilt – und hält Gartencenter-Betreiber und ihre Teams informiert, inspiriert und miteinander verbunden.

Mit solchen Initiativen setzt sich die GCA für Innovation, Gemeinschaft und Erfolg der unabhängigen Gartencenter Australiens ein.

RÜCKMELDUNG AUS KANADA

Garden Centres Canada Summit 2025 blüht in Winnipeg

Der diesjährige Summit von Garden Centres Canada verzeichnete die bisher höchste Teilnehmerzahl: Über 50 Gartencenter-Besitzer und -Leiter aus dem ganzen Land trafen sich drei Tage lang in Winnipeg (MB) für praxisnahes Lernen, Networking und Inspiration.

Nach einem herzlichen Empfang im *Inn at the Forks* besuchten die Teilnehmer verschiedene Gartencenter. Höhepunkte der Präsentationen waren Website-Analysen und Digitalmarketing-Tipps von Jeff O'Brien, Leadership-Sessions von Jason Taylor sowie ein aufschlussreicher Vortrag von Bill Hardy (Past President der Canadian Nursery Landscape Association) über die Bedeutung von Pflanzen für uns und die Umwelt. Der letzte Tag, unterstützt von Ball Horticultural Company, widmete sich neuen Pflanzensorten und Tipps zum Schädlingsmanagement. Die Teilnehmer reisten voller Energie und mit vielen umsetzbaren Ideen zurück in ihre Center.

Das **Garden Centres Canada-Komitee** plant, die Trainingsressourcen auszubauen und die Mitgliedschaft im kommenden Jahr zu erweitern. Junge Nachwuchskräfte werden mit einem **Leadership-Stipendium** unterstützt, das Reisen zum IGCA-Kongress und zum GCC-Summit ermöglicht.

Wir blicken mit Vorfreude auf ein weiteres spannendes Jahr mit vielen Entwicklungen in der ruhigeren Saison.

NACHRICHTEN AUS TSCHECHIEN

Sommer 2025

Diese Sommersaison ist sogar noch erfolgreicher als die letzte, mit Umsätzen über den Erwartungen.

Ein Grund dafür ist das kühlere Wetter in Tschechien, das das Interesse am Gärtnern verlängert und mehr Kunden in die Gartencenter gebracht hat.

Der Verband organisierte außerdem ein Treffen für das mittlere Management während der Saison. Die Veranstaltung war sehr produktiv, voller inspirierender Diskussionen und neuer Ideen. Manager aus verschiedenen Gartencentern teilten Erfahrungen und Vorschläge, von denen viele bald in den Geschäften umgesetzt werden sollen.

Michal Ferenčík – FloreniUm (tschechischer Gartencenter-Verband), Tschechische Republik

FEEDBACK AUS DÄNEMARK

Von Per Boisen Andersen

Garden Day – Garden Delights Herbst 2025

Die Arbeitsgruppe hinter **Garden Day** wurde erweitert und umfasst nun Vertreter der Dänischen Baumschulen, der Dänischen Gartenbaugesellschaft und der Dänischen Gartencenter.

Die Gartenbaugesellschaft möchte den Garden Day unterstützen und das Ereignis auch als Aktivität in ihren Regionen nutzen. Einige Gartencenter arbeiten bereits eng mit den lokalen Zweigstellen zusammen – Ziel ist es, diese Synergie stark auszubauen.

Das Komitee hat beschlossen, den Fokus stärker auf den Herbst als beste Pflanzzeit im Garten zu legen. Das diesjährige Motto wird zwar weniger betont, bleibt aber Teil der Medienkommunikation (Presse, Website, Artikel, soziale Medien).

Es wird daher nur **ein Poster** geben, das zusammen mit *Garden Delights* und einem Infoblatt über Krankheiten und Schädlinge verteilt wird. Ein Nachdruck erfolgt zur Pflanzmesse in Odense im August.

Wettbewerbe

Jedes Gartencenter entscheidet selbst, ob es lokale Preise für den Garden Day anbietet. Es wird weiterhin einen landesweiten Wettbewerb mit einem gesponserten Preis geben. Wer teilnehmen möchte, wird auf der Karte eingetragen, die Kunden zeigt, wo Garden Day stattfindet.

Ein verpflichtendes „Paket“ zum Kauf wird es nicht geben. Jedes Gartencenter kann eigene Aktivitäten organisieren – idealerweise gemeinsam mit der lokalen Gartenbaugesellschaft. Alle erhalten einen Ideen-Katalog voller Inspirationen.

Teams-Meeting

Es soll ein Teams-Meeting für alle stattfinden, um über die geplante Medienberichterstattung zu informieren. Ziel: so viele Menschen wie möglich erreichen und bekannt machen, was Garden Day bedeutet. Das Meeting wird voraussichtlich im August stattfinden.

NACHRICHTEN AUS DEUTSCHLAND

Von Thomas Buchenau

Deutschland lädt ein zum IGCA-Kongress 2026 in München

Die deutsche Gartencenter-Branche blickt auf ein herausforderndes erstes Halbjahr 2025 zurück. Rund ein Drittel der Betriebe meldete Umsatzzuwächse, 15 % leichte Rückgänge – doch mehr als die Hälfte verzeichnete deutliche Verluste.

Weder Unternehmensgröße noch Standort waren ausschlaggebend. Das Wetter – mit Gewittern, Starkregen und kurzen Hitzewellen – bot der Branche wenig Unterstützung. Erfolgreiche Center punkteten mit Baumschulware, Stauden sowie Beet- & Balkonpflanzen. Gastronomie- und Hofladenbereiche erwiesen sich als stabile Einnahmequellen. Die Floristik profitiert weiterhin von der Schließung kleiner Blumenläden. Konsumenten priorisieren klar ihre Urlaubsausgaben, was die Kaufbereitschaft stark beeinflusst.

München 2026 – Tradition trifft internationale Gartenkultur

Umso mehr freuen wir uns auf ein echtes Highlight: Vom **16.–22. August 2026** findet der Internationale Gartencenter-Kongress (IGCA) in München statt – zum ersten Mal seit 2012 wieder in Deutschland!

Die bayerische Hauptstadt bietet ein außergewöhnliches Ambiente: Schlösser, Seen, Biergärten und das weltberühmte Oktoberfest stehen für Gastfreundschaft und Tradition – und sind die perfekte Kulisse für internationalen Austausch.

Die Vorbereitungen laufen bereits auf Hochtouren. Ab Mitte August 2025 ist die neue Kongress-Website www.igca2026.com online. Ab dann ist auch die Anmeldung geöffnet.

Wir laden alle IGCA-Mitglieder herzlich ein, Teil dieses besonderen Events zu sein. Deutschland freut sich darauf, euch willkommen zu heißen!

GRÜSSE AUS IRLAND

Während wir in die zweite Hälfte des Jahres 2025 gehen, zeigt sich der irische Einzelhandel widerstandsfähig und dynamisch. Frühling und Frühsommer brachten nicht nur willkommenen Sonnenschein, sondern auch eine starke Performance – insbesondere in den Bereichen Garten, Wohnaccessoires und Baumarktartikel, da Verbraucher in ihre Häuser und Außenbereiche investierten.

Retail Retreat & „Retail in Bloom“ im Arboretum

Eines der herausragenden Highlights des Jahres war das **Retail Excellence Ireland Retail Retreat**, das im wunderschönen Lyrath Estate Hotel stattfand. Mit über 300 Führungskräften vor Ort war es eine eindrucksvolle Erinnerung an die Innovationskraft und Stärke des irischen Einzelhandels.

Wir im Arboretum hatten die Freude, am Vorabend des Retreats den Abend „**Retail in Bloom**“ in unserem Gartencenter in Carlow auszurichten. Es war eine entspannte, energiegeladene Veranstaltung voller Farben, Essen, Musik und echter Verbindungen. Danke an alle, die dabei waren – die Atmosphäre war elektrisierend und die Gespräche inspirierend.

Wichtige Erkenntnisse aus der Veranstaltung:

- Starke Einzelhandelskultur ist beabsichtigt – nicht zufällig.
- Jedes Handelsunternehmen braucht einen klaren „Nordstern“.
- Differenzierung ist kein Luxus – sie ist unerlässlich.

Retail Data That Delivers – unterstützt von Galvia

Die neue Partnerschaft von REI mit **Galvia AI** hat unseren Mitgliedern schärfere Datenanalysen gebracht. Mit „Data That Delivers“ helfen wir Händlern, Konsumtrends und Kundenverhalten in Echtzeit zu verstehen. Da der Handel zunehmend

datengetrieben wird, setzt diese Zusammenarbeit neue Maßstäbe für Benchmarking, Prognosen und Handeln.

Retail-Ausgabenprognose Q2 2025 – Haus & Garten führen den Weg

Laut dem neuesten Retail Spend Outlook (unterstützt von AIB) stiegen die Einzelhandelsausgaben in Irland im 2. Quartal 2025 im Jahresvergleich um **5,0 %**. Besonders hervorzuheben:

- Wohnaccessoires & Baumarktartikel: +6,9 %
 - Gartencenter und Baumschulen: +13,1 %
 - Baumaterialien & Hausbedarf: stark zweistelliges Wachstum
- Online-Ausgaben in dieser Kategorie stiegen um 7,5 % – Zeichen einer ausgewogenen Omnichannel-Strategie.
- Mildes Wetter und steigende Haushaltseinkommen (durchschnittliche Löhne +5,6 % gegenüber 1,9 % Inflation) waren entscheidende Treiber.

Das ist ein sehr ermutigendes Zeichen für Gartencenter: Die Investitionen der Verbraucher in Haus und Garten bleiben auch nach der Pandemie ein Wachstumsmotor.

Interessenvertretung – Kosten des Geschäftsbetriebs

REI setzt sich weiterhin für irische Einzelhändler ein. Im Mai veröffentlichten wir einen wegweisenden Bericht des Ökonomen Jim Power, der die irische Kostenbasis mit EU-Vergleichswerten analysierte. Die Ergebnisse waren deutlich:

- Mindestlohn seit 2020 um 38 % gestiegen – zweithöchster Wert in der EU-27.
- Höchste Strompreise in der EU für Nicht-Haushaltskunden.
- 200 Insolvenzen im Einzelhandel im Jahr 2024 – mehr als in jedem anderen Sektor.

Wir fordern die irische Regierung auf, weitere Lohnerhöhungen zu pausieren, die Versicherungsreform erneut zu prüfen und Unterstützungsprogramme wie **ICOB (Increased Cost of Business)** zu verlängern.

Blick nach vorn

Irlands Einzelhändler stehen vor Veränderungen, aber mit Klarheit, Kultur und Daten nutzen wir auch Chancen. Wir freuen uns darauf, viele von euch beim IGCA-Kongress im Oktober in Kapstadt zu sehen. Bis dahin: **grá agus gairdín!**

Herzliche Grüße,

Fergal Doyle

UPDATE AUS ITALIEN

HERBST-GARTENFESTIVAL 2025

PAUSE, ATMEN, PFLANZEN: ES IST HERBST

20. September – 19. Oktober 2025

www.autunnoingarden.it – #autunnoingarden

Ein Monat zum Innehalten, Durchatmen und Pflanzen für die Zukunft.

Das **Autumn Garden Festival** kehrt dieses Jahr zurück, organisiert von der AICG – Italienischer Verband der Gartencenter. Es findet vom 20. September bis 19. Oktober 2025 in teilnehmenden Gartencentern in ganz Italien statt.

Das Motto der Ausgabe 2025 – „**Pause, Atmen, Pflanzen: Es ist Herbst**“ – lädt alle ein, den natürlichen Lebensrhythmus, die regenerative Kraft der Natur und die stille Schönheit dieser introspektivsten Jahreszeit neu zu entdecken.

Der Herbst wird oft als Ende gesehen. In Wahrheit ist er eine fruchtbare, lebendige und visionäre Zeit: ideal, um neue Ideen zu entwickeln, für sich selbst zu sorgen und den Boden für Kommendes vorzubereiten.

Das Festival bringt dies durch drei Themenpfade, emotionale Erlebnisse, kreative Workshops und sorgfältig gestaltete Präsentationen zum Ausdruck:

- **INDOOR WELLNESS**

„Der Herbst bringt uns nach drinnen: Schaffen Sie Wohlbefinden zu Hause mit Pflanzen“ – Verwandeln Sie Ihr Zuhause in eine grüne Oase mit luftreinigenden Pflanzen, Sinnesecken und achtsamen Ideen.

- **HERBST-BALKON**

„Lassen Sie den Herbst erblühen – Topf für Topf“ – Saisonale Pflanzungen, Blumenzwiebeln, Balkonkästen und Farbkombinationen, die bleiben.

- **GARTEN, DER JETZT GEPFLANZT WERDEN SOLLTE**

„Heute pflanzen, morgen staunen“ – Die besten Pflanzen für diesen Herbst. Jeder Griff in die Erde ist eine Investition in Zeit und Schönheit.

Die AICG-Gartencenter werden Themenausstellungen, Workshops für Erwachsene und Kinder sowie Pflanzenauswahlen für jedes Klima und Bedürfnis anbieten.

NACHRICHTEN AUS POLEN

Die Saison in Polen war dieses Jahr voller Herausforderungen. Regenwetter führte zu weniger Kunden in den Gartencentern. Nicht alle verzeichneten ein Umsatzplus gegenüber dem Vorjahr – teils gingen die Umsätze um 2–8 % zurück.

Verkäufe von Laubgehölzen, Koniferen, Obstbäumen und Stauden steigen kontinuierlich, während Dünger, Kunststofftöpfe, Bewässerungsprodukte und Zimmerpflanzen rückläufig sind.

Der Verband organisiert derzeit Treffen für Inhaber und Mitarbeiter von Gartencentern in polnischen Baumschulen, um das Pflanzensortiment kennenzulernen und Preise für die neue Saison zu verhandeln.

Wir bereiten uns außerdem auf Herbst-Fachmessen vor, bei denen unser Verband Partner ist, u. a.:

- **Green is Life** – Warschau, 4.–6. September 2025
- **Gardenia** – Posen, 15.–17. Oktober 2025
- **Green Show Room** – bei Łódź, 4.–5. November 2025
- **Silesia Plants** – Kattowitz, 6.–7. November 2025

Bei diesen Veranstaltungen organisieren wir auch Schulungen für Gartencenter.

Im September besuchen wir zudem Partner in Tschechien, den Niederlanden und Italien.

Wie jedes Jahr bereiten wir unseren **Traditionellen Gartenmarkt** vor, der am 7.–8. Oktober stattfindet. Eingeladen sind unsere Mitglieder, deren Mitarbeiter, weitere Vertreter von Gartencentern außerhalb des Verbands sowie rund 50 Lieferanten von Pflanzen und Gartenprodukten.

Unsere Messe wird auch von Schulungen und Teambuilding begleitet.

Viele Grüße an alle!

FEEDBACK AUS SÜDAFRIKA

Die südafrikanische Wirtschaft zeigt gemischte Signale. Die Konsumausgaben erholen sich leicht, aber manche Bereiche – darunter Gartenarbeit, die oft als Luxus gilt – bleiben schwach.

Das Wachstum für 2025 wird auf **0,9–1,3 %** geschätzt.

Für viele unserer Mitglieder verlief Herbst und Winter ruhig, mit geringeren Umsätzen seit Januar. Doch mit August beginnt die Hochsaison, und die Verkäufe ziehen bereits an. Die Hoffnung ist groß für eine starke Periode.

Das Wetter bleibt ein entscheidender Faktor: Kapstadt hatte starke Regenfälle, Gauteng sehr kaltes und nasses Wetter, während die Nachttemperaturen ungewöhnlich mild waren – alles mit Auswirkungen auf Pflanzenproduktion und Verkäufe. Wir hoffen auf besseres Wetter, sodass Gärtner im Frühling und Sommer aktiv sind.

Durch unser Marketingprojekt „**Life is a Garden**“ bewerben wir Gartenarbeit kontinuierlich in der Öffentlichkeit. Aktuell halten wir Gartenarbeit auf Social Media präsent; für Frühling/Sommer sowie Herbst laufen größere Kampagnen, um Kunden in Gartencenter zu bringen.

Ein Schwerpunkt ist dieses Jahr Social-Media-Training für Mitglieder, um ihre Online-Sichtbarkeit zu stärken.

Mit Blick auf den **IGCA25-Kongress** in Kapstadt arbeitet das Organisationskomitee an den letzten Details, um den Delegierten ein unvergessliches Erlebnis zu bereiten – inklusive einiger Überraschungen.

Die Tour umfasst Besuche in 12 Gartencentern, von kleinen pflanzenorientierten Häusern bis hin zu großen Destination-Stores. Dazu gehören auch zwei Home Stores, die die Verbindung von Garten und Wohnen aufzeigen.

Delegierte können unsere Gartencenter erleben, den lokalen Markt kennenlernen und sich mit Kollegen weltweit vernetzen.

Südafrika erwartet euch – mit wunderschönen Landschaften, einzigartiger Kapflora und lebendiger Kultur!

Buchungen: www.igca25.co.za

HÖHEPUNKTE AUS DER SCHWEIZ

Von Othmar Zisweiler

Dieser Frühling begann für Schweizer Gartencenter sehr vielversprechend. Ideales Wetter und starke Umsatzzahlen im März und April wurden leider von unbeständigem Wetter im Mai und hohen Temperaturen im Juni abgelöst. Daher blicken viele Gartencenter auf eine eher gemischte erste Hälfte des Jahres 2025 zurück.

Es bleibt nun zu hoffen, dass die wirtschaftliche Lage in der Schweiz trotz der Drohung von 39 % US-Zöllen stabil bleibt.

Positive Nachrichten gibt es vom bekannten Gartencenter Bacher in Langnau a. A. Der ehemalige Präsident der IGCA, Bruno Bacher, konnte eine gute Lösung für sein Gartencenter finden. Anfang 2025 übernahm Rusterholz, eine nahegelegene Baumschule, das Gartencenter, sodass dieser wichtige Standort weitergeführt werden kann.

Ende Juni unternahmen 30 Mitglieder von JardinSuisse eine Erkundungstour durch die englische Gartencenterbranche. Unter der Leitung von Erwin Meier besuchte die Gruppe fünf sehr unterschiedliche Gartencenter in der Region London. Beeindruckend war zu sehen, wie die Philosophie der Inhaber das Design und die Marktpräsenz der Gartencenter beeinflusste.

Nach drei Tagen kehrten die Teilnehmer voller neuer Ideen und Inspiration in die Schweiz zurück.

NEUIGKEITEN AUS DEN NIEDERLANDEN

Von Frank van der Heide

Marktstagnation?

Was das Wetter betrifft, können die Gartencenter in den Niederlanden auf eine wunderbare erste Jahreshälfte zurückblicken. Die Saison verlief über die Monate hinweg mit einem idealen Aufbau von Temperatur und Sonnenschein.

Ende Februar und im März gab es milde Wochenenden, gelegentlich Nachtfröste, und ab April stiegen die Temperaturen stetig. Mai und Juni waren ebenfalls recht angenehm, und die Feiertage fielen günstig. Idealerweise, historisch betrachtet, ein Frühling, der jeden in der Gartenbranche unglaublich glücklich machen würde und zudem zweistellige Umsatzsteigerungen gebracht hätte. Nach dem leichten Rückgang 2024 war genau das, worauf alle gehofft hatten.

Doch... dem ist nicht so. Der Markt stagniert. Bis zum 1. Juli beobachteten wir nur einen vorsichtigen Anstieg von 3,6 % (und nicht 8, 9 oder 10 %), und mengenmäßig nur eine kleine Steigerung von 1,1 %. Einige einzelne Gartencenter verzeichnen weiterhin erhebliche Zuwächse, doch bei mehreren anderen steht der Umsatz unter erheblichem Druck. Ist der Markt gesättigt, und steht der Gartenbereich nun vor demselben Umsatzdruck, den andere Einzelhandelssegmente in den letzten Jahren bereits erlebt haben?

Vielleicht ist das die neue Realität: ein insgesamt stabilisierter Markt. Und ein Markt, in dem einzelne Unternehmer (oder Konzepte) besser abschneiden können, indem sie sich auf das konzentrieren, was sie wirklich gut können, Entscheidungen treffen und ihren Kunden zeigen, wofür sie stehen und wer sie sind – gemeinsam mit ihrem Team, ihren Lieferanten und ihren Kunden.

Der Kern und unser USP bleibt die grüne DNA. Darin unterscheiden wir uns als Branche. Das scheinen wir manchmal zu vergessen. Der Wert von Grün bietet so viele Möglichkeiten, die wir aktuell nicht ausschöpfen – in Städten, Dörfern, Gärten und Häusern. Schließlich trägt Grün zu Gesundheit, Biodiversität, Klimaanpassung und Wohlbefinden bei. Gemeinsam können wir noch mehr erreichen.

UPDATE AUS DEM VEREINIGTEN KÖNIGREICH

Von Peter Burks

Die wichtigsten Frühjahrsverkaufsmonate waren sehr stark. Die bisherigen Umsatzergebnisse in diesem Jahr, ermittelt über unser Barometer of Trade, das nun Beiträge von über 110 Mitgliedern erhält, zeigen, dass die Gartencenter insgesamt um 9,45 % gestiegen sind.

Möbel und Grills führten nach einigen schwachen Jahren mit +16,62 %; Gartenzubehör +12,64 %, Outdoor-Pflanzen +11,05 %, Gastronomie +9,38 %, Feinkost- und Hofläden +7,2 %, Geschenkartikel +6,28 % und Bekleidung +4,62 %. Allerdings führten die weiterhin sehr trockenen Wetterbedingungen in den letzten zwei Monaten zu rückläufigen Umsätzen.

Die Erhöhung des Mindestlohns und der Sozialversicherungsbeiträge sorgt weiterhin für viele Diskussionen, und alle Unternehmen suchen nach Wegen, dem durch Umsatzsteigerung und Kostenreduzierung entgegenzuwirken. Unsere Konferenz 2026 findet in Chester statt, und die Tickets sind gerade in den Verkauf gegangen.

FEEDBACK AUS DEN USA

Von Ken Fisher

Trotz frühzeitiger saisonaler Herausforderungen – wie Kälteeinbrüchen und von Zöllen ausgelösten wirtschaftlichen Sorgen – blieben unabhängige Gartencenter in den USA im Frühling/Sommer 2025 bemerkenswert widerstandsfähig. Der Umsatz (landesweit im Durchschnitt) lag nur etwa 1,0 % hinter 2024, obwohl das Wetter einige Regionen stärker als andere beeinflusste. Die Einzelhandelspreise blieben aufgrund der starken Nachfrage nach essbaren und Zierpflanzen stabil.

Die Beschäftigung in den USA bleibt stark, und die Verbraucher geben weiterhin Geld für Pflanzen aus. Diese Stärke ging einher mit emotionalem Engagement: Erwähnungen von Gartenarbeit in sozialen Medien erreichten die Spitzenwerte der Pandemiezeit. Gespräche auf YouTube und Reddit stiegen im Vergleich zu 2024 um 32 % bzw. 36 % und lagen deutlich über den Boomjahren. Die Verbraucher wandten sich der Gartenarbeit nicht nur aus ästhetischen Gründen zu, sondern auch für Wohlbefinden, Ernährungssicherheit und Verbindung zur Natur.

IGCs hoben sich von großen Wettbewerbern ab, indem sie Pflanzenqualität, fachkundige Beratung und sorgfältig ausgewählte Angebote betonten. Die Axiom Gardening Outlook Study 2025 stellte fest, dass IGCs in Bezug auf Pflanzenqualität (30 % vs. 25 % bei Home Depot) und Fachkenntnis des Personals (26 % vs. 24 %) am

höchsten bewertet wurden. Insgesamt war es ein gutes Jahr für unabhängige Gartencenter in den USA.