

Marktbeschreibung Blumen- und Pflanzenmarkt (IPM 2017)

Gartenbauhandel folgt der gesamtpolitischen Lage

Weitgehend stabil und optimistisch zeigt sich der Gartenbau trotz der vielen wirtschaftlichen und politischen Unsicherheiten auf den Märkten.

Brexit, Russlandembargo und Terror zum Trotz dreht sich die Blumen- und Pflanzenwelt weiter, wenn auch nicht immer in den herkömmlichen Bahnen.

Die Charakteristika der letzten Jahre im Welthandel haben weiterhin Bestand. Die weltweite Nachfrage nach Blumen und Pflanzen konzentriert sich in den Ländern Europas, Chinas, Japan und den USA.

Die Niederlande bleibt als Drehscheibe für den Handel innerhalb der EU unangefochten die Nr. 1. Sie sind für fast 70 % der Exporttätigkeiten von Blumen und Pflanzen innerhalb der EU verantwortlich.

Wie aus den aktuellsten Zahlen der EUROSTAT ersichtlich hält der Trend der steigenden Importe von Blumen und Pflanzen in die EU sowohl in der Menge, als auch an Wert an.

2015 wurden insgesamt 504.952 t (+ 8,2 %) zu einem Wert von 1.68 Mrd. € (+ 5,3 %) von der EU importiert. Hauptverantwortlich für die Importsteigerung sind wie in den Vorjahren die Schnittblumen, die 78 % der Gesamtimporte in die EU ausmachen. Ihr wertmäßiges Wachstum entspricht mit 5,3 % exakt dem Gesamtwachstum. Die Importzuwächse sind fast ausschließlich auf die Schnittblumen zurück zu führen; Schnittblumen sind die alleinigen Wachstumstreiber im EU-Außenhandel.

Die Tatsache, dass die Importmengen prozentual stärker steigen als die Importwerte, zeigt, dass der Trend der letzten Jahre zu zunehmend höherwertigen Produkten nicht mehr anhält.

Die Langzeitentwicklung in der Verschiebung bei den Bezugsländern hingegen setzt sich weiter fort. Kenia bleibt mit ca. 27 % der Importe als Bezugsland der EU unangefochten die Nr. 1, gefolgt von Äthiopien,

Ecuador und Kolumbien. Als klassische Schnittblumenproduzenten sind diese Länder für den beschriebenen Importzuwachs der EU verantwortlich, Sie bauen ihre Marktposition als Exporteur für die EU weiter aus.

Exportländer wie Israel, USA und Costa Rica hingegen zeigen einen rückläufigen Trend.

Exportwerte der EU steigen – Exportmengen nicht

Laut EUROSTAT wurden 2015 Blumen und Pflanzen in einer Menge von 664.000 t und einem Wert von 1,98 Mrd. € aus der EU ausgeführt. Im Vergleich zum Vorjahr ist das ein mengenmäßiger Rückgang von - 3,1 %. Der seit 10 Jahren tendenziell steigende Export der EU ist damit seit 2013 zum zweiten Mal in Folge rückläufig.

Gleichzeitig ist ein Wertzuwachs von + 5,1 % festzustellen, der sämtliche Sortimente bei den Blumen und Pflanzen betrifft. Sinkende Exportmengen bei steigenden Exportwerten bedeutet, dass zunehmend höherwertige Produkte durch die EU-Mitgliedsstaaten exportiert werden.

Handelsüberschuss bleibt bestehen

Trotz der gestiegenen Schnittblumenimporte der EU und damit erneuten Ausweitung der negativen Handelsbilanz im Segment der Schnittblumen und des Schnittgrüns (2015: ca. - 620 Mio. € / 2014: ca. - 500 Mio. €) zeigt sich die EU-Handelsbilanz positiv. Die Gesamtbetrachtung zeigt einen Handelsüberschuss bei Blumen und Pflanzen in Höhe von ca. + 300 Mio. €. Der Handelsüberschuss ist nun seit 2002 feststellbar und vor allem auf den Export von Blumenzwiebeln und Knollen aus der EU zurückzuführen.

Zielmärkte der EU-Exporte nur mit leichten Veränderungen

Die Zielmärkte der EU-Exporte stellen sich auf den ersten Blick ähnlich wie in der Vergangenheit dar. Russland und die Schweiz bleiben mit Abstand die stärksten Nachfrageländer für europäische Blumen und Zierpflanzen. 2015 exportierte die EU jeweils 20,5 % des Exportwertes an Russland (vgl. 2014: 21,3 %) und die Schweiz (vgl. 2014: 20,7 %), gefolgt von den Exportmärkten USA (11,2 %), Norwegen (8,2 %) und China (5,9 %).

Auf dem zweiten Blick fällt auf, dass die Exportrückgänge nach Russland durch Wachstum der übrigen Zielmärkte kompensiert werden. D.h., die EU-Mitgliedsstaaten bauen ihre Stamm-Export-Märkte weiter aus. Entsprechend intensiv kümmern sich aktuell die einzelnen exportierenden EU-Länder darum, in Ländern Fuß zu fassen, die sie in der Vergangenheit vernachlässigt haben. So werden Länder wie die Türkei, Ukraine, Vereinigte Arabische Emirate oder auch Japan zunehmend umworben. Bundeslandwirtschaftsminister Schmidt betonte unlängst, die enge Partnerschaft Deutschlands mit der Türkei im Agrarbereich fortzusetzen, während Niederländische Firmen auf der Flower Expo Ukraine 2016 bekräftigten, stärker mit der Ukraine zusammenarbeiten zu wollen. Mit Ausnahme der Ukraine sind leichte Steigerungen von bis zu 1 % bei allen Zielmärkten der EU-Exporte festzustellen. Das Ranking der unterschiedlichen Zielmärkte im Absatzwert bleibt somit konstant.

Zwei Gesprächsthemen dominieren 2016

Steigende Importe und Exporte der EU bei Blumen und Pflanzen sind ein Indiz für einen stabilen bis steigenden Handel in der Branche. Gerade die Exportwerte der Niederländer, aber auch in Deutschland weisen Rekordwerte aus und könnten die Branche optimistisch stimmen. So hält die positive Export-Entwicklung der Niederländer auch im Herbst 2016 an, nachdem das Jahr 2015 bereits einem Rekord-Exportwert mit insgesamt 5,6 Mrd. € auswies.

Trotzdem macht sich 2016 eine Verunsicherung am europäischen Markt breit. „Brexit“ und „Russland“ sind dabei die zentralen Themen.

Brexit – im Westen was Neues!?

Mit der Austrittsentscheidung Großbritanniens aus der Europäischen Union im Sommer 2016 ist eine gewisse Unsicherheit nicht nur im europäischen, sondern auch weltweiten Handel mit Blumen und Pflanzen festzustellen.

Großbritannien importierte bis 2016 jährlich Blumen und Pflanzen von Lieferanten und Händlern der EU-Mitgliedsstaaten zu einem Marktwert von ca. 1 Mrd. €. Damit stellt Großbritannien bereits seit 2011 den zweitgrößten

Importmarkt für Zierpflanzen innerhalb der EU dar. Für Lieferanten und Händler aus den Niederlanden, aber auch Deutschland, Italien, Dänemark und Belgien, waren und sind die Briten einer der wichtigsten Handelspartner.

Die Handelsbeziehung zwischen den Briten und der Niederlande ist eng: 2015 exportierten die Niederländer 17 % ihrer gesamten Zierpflanzenexporte (ca. 925 Mil. €) nach Großbritannien. Das entspricht 80 % aller importierten Schnittblumen und 70 % aller importierten Pflanzen der Briten.

Auch an der allgemeinen Nachfragesteigerung bei Blumen und Pflanzen in der EU hat Großbritannien einen großen Anteil. Der in 2015 registrierte leichte Umsatzzuwachs bei Verkäufen von Blumen und Pflanzen in der EU von insgesamt 0,5 % auf 32,4 Mrd. € war stark durch Großbritannien positiv beeinflusst.

Entsprechend nervös sind die Handelspartner; insbesondere aus den Niederlanden über die immer noch nicht absehbaren Auswirkungen des Brexits.

Diese Nervosität besteht zu Recht, obwohl sich das Kaufverhalten der Briten laut Erhebungen der niederländischen Versteigerung Royal FloraHolland bisher noch nicht verändert habe. So würden sich - nach einem kurzzeitigen Rückgang der Verkaufsmengen um ca. 5 % direkt nach dem Referendum im Juni 2016 – die Verkäufe hinsichtlich Pflanzenarten und -mengen aktuell genauso darstellen, wie im Vorjahr.

Interessant ist die Tatsache, dass die britischen Händler die Verbraucherpreise bei Blumen und Pflanzen trotz der Abwertung des britischen Pfunds (teurerer Einkauf) auf gleichem Niveau wie im Vorjahr halten. Die Verkaufspreise werden also aktuell auf Kosten der eigenen Gewinnmarge der britischen Blumenhändler „subventioniert“ bzw. kompensiert. Das Problem tragen also bis dato die britischen Händler – wie lange noch?

Dieses Verkaufsverhalten verhindert zwar Umsatzrückgänge und führt zu konstanten Absatzzahlen, wird langfristig aber die Lust der Briten am Handel mit Blumen und Pflanzen nehmen.

Spätestens, wenn zusätzliche Zölle hinzukommen sollten und sich die Durchlaufzeiten verzögern werden, wird die bisherige EU-Importware zunehmend unattraktiv für die britischen Händler. Viele werden nach Lösungen suchen. Dabei sind drei Szenarien denkbar:

1) Weitergabe der teureren Einkaufspreise an den Endverbraucher: Die Händler erhöhen die Endverkaufspreise bei Blumen und Pflanzen entsprechend der Wechselkursverluste auf die Gefahr, dass die Briten die Produkte weniger nachfragen und die Nachfragemengen zurückgehen. Gerade die Facheinzelhandelskunden werden langfristig nicht um eine Erhöhung der Verkaufspreise kommen, wenn Sie sich die „teuere“ EU-Importware weiterhin noch leisten wollen.

2) Ausbau der Handelsbeziehungen und Direktimporte zu Lieferanten der Drittlandstaaten: Handelsunternehmen, die als Einzelunternehmen oder als Einkaufsverbund groß genug sind, ihre Ware direkt in den Produktionsländern Afrikas und Mittelamerikas beziehen zu können, werden entsprechende Handelsbeziehungen aufbauen und ihre Warenströme als Direktimporte umlenken und nicht mehr den Weg über die Niederlande nehmen. Bei diesem Szenario wird interessant sein, welche Zollanwendungen später gelten und wie sich diese auf die Direktimporte auswirken werden.

3) Ausbau der inländischen Produktion: Die britischen Erzeuger könnten ihre Produktion ausbauen. Auf Grund der Energie- und Kostensituation ist ein inländischer Ausbau eher unrealistisch, im kleinen Maße aber denkbar.

So ist zu befürchten, dass der Handel mit Blumen und Pflanzen innerhalb der EU auf Grund des Brexits auf lange Sicht unweigerlich unter Druck geraten wird. In Expertenkreisen wird davon ausgegangen, dass die großen Auswirkungen des Brexits erst in zwei Jahren spürbar werden.

Gerade die Einkaufszentralen der Supermärkte wie Tesco, Asda, Aldi, Lidl und Co., die aktuell schon über 54 % Marktanteil bei Schnittblumen und 32 % bei Zimmerpflanzen in Großbritannien haben, werden nach Einkaufsalternativen und Dienstleistern außerhalb der EU suchen und zu einer Veränderung der Warenströme beitragen. Der Trend zu

Direktimporten des Systemhandels ist schon in ganz Europa zu beobachten und wird sich in Großbritannien durch den Brexit noch einmal beschleunigen.

Länder wie Kenia, Kolumbien, Südafrika, Türkei, Israel und Marokko werden dabei sicherlich noch stärker in den Fokus der britischen Einkäufer geraten, als bisher.

Trotzdem herrscht auch in diesen Ländern Verunsicherung. So befürchtet allen voran der kenianische Blumenverband, dass sich der Marktzugang zur EU und zu Großbritannien hinsichtlich der Zölle und Warenströme komplizierter gestalten werde. Die Verunsicherung ist vor allem vor dem Hintergrund erklärlich, dass Kenia in der Gemeinschaft der „East African Community“ im Sommer 2016 kurz vor dem Durchbruch bei der Umsetzung von wesentlichen Handelserleichterungen mit der EU stand.

Es bleibt spannend!

Neue Absatzmärkte im Blickfeld

Fakt ist, dass insbesondere die niederländischen Blumengroßhändler seit dem Brexit intensiv nach neuen Absatzmärkten Ausschau halten. Dabei wird in alle Richtungen gedacht, sowohl innerhalb der EU als auch außerhalb, wie z.B. den USA oder China. Gerade China sei laut Royal FloraHolland „verrückt nach Blumen Made in Holland“ und bleibe trotz wirtschaftlich angespannter Situation ein sehr interessanter Wachstumsmarkt für den Export von Blumen und Pflanzen. Experten schätzen, dass sich der Pro-Kopf-Verbrauch der Chinesen auf Grund des gesellschaftlichen Wandels in China (15 Mio. Chinesen steigen aus Armut in die Mittelschicht) ähnlich wie auf den Wachstumsmärkten Mexiko, Brasilien oder Argentinien deutlich verändern werde. Wenn dem so ist, würde sich das Marktpotenzial für Blumen und Pflanzen in China auf Verbraucherebene laut Experten von aktuell 5,5 Mrd. Euro auf 16,5 Mrd. € verdreifachen.

Vor diesem Hintergrund dürften die Exportziele der Royal FloraHolland, ihren Exportwert von aktuell 10 Mio. € auf 200 Mio. € im Jahre 2020 steigern zu wollen, realistisch sein. Inwiefern andere EU-Staaten von dem

Aufschwung und einer Auslobung „Made in the EU“ partizipieren dürfen und werden, ist abzuwarten.

Russland – und sein Embargo

Wie wichtig es ist, neue, verlässliche Absatzgebiete für Blumen und Pflanzen zu finden, zeigt auch ein Blick auf den Marktpartner Russland. Als wichtigster Zielmarkt für die EU-Exporte verliert Russland auf Grund des Agrarimportembargos für die westlich orientierten Staaten (EU-Mitgliedsländer, USA, Kanada, Australien Norwegen) weiter an Bedeutung. Als Antwort auf die Sanktionen der EU gegenüber Russland bleibt der russische Markt auch bis Ende 2017 für einen Großteil der europäischen Agrarprodukte und Lebensmittel zum „Schutz der nationalen Interessen der Russischen Föderation“ weiterhin verschlossen. Dieser Zustand wird sich durch die politische Lage in Syrien verschärfen.

Wie dramatisch der Rückgang ist, wird erneut an den Niederlanden deutlich, die unangefochtene Nr. 1 und „Drehscheibe“ für den Export von Blumen und Pflanzen innerhalb und außerhalb der EU. So kommen 2015 44 % der in Russland verkauften Schnittblumen aus den Niederlanden (Ecuador: 36 % / Kolumbien: 13 %).

Der Exportanteil der Niederlande nach Russland hat sich in den letzten drei Jahren mehr als halbiert. War Russland 2014 noch auf dem vierten Platz der Top-10-Exportländer der Niederlande, so taucht Russland im September 2016 gar nicht mehr in der Top-10-Liste auf. Bereits im Frühjahr 2016 fiel der Exportanteil von Russland unter die Grenze von 3 % auf ca. 44,5 Mio. €. (vgl. Exportanteil Deutschland: 30 %). Gleichzeitig wies Polen ein Exportwachstum für die Niederländer von 13 % auf 55 Mio. € auf. Wie wir allerdings auf den Märkten für Obst und Gemüse sehen, werden die Schlupflöcher für Ware aus der EU nach Russland enger.

Anhaltende Veränderungen

Während viele Händler und Experten zu Beginn der Russlandkrise zuversichtlich waren, dass die Exporttätigkeiten der EU nach Russland nur kurzfristig eingeschränkt würden, sprechen aktuell immer mehr Indizien

dafür, dass die Effekte und Veränderungen durch das Russland-Embargo langfristiger sein werden.

Russland festigt laut Experten aktuell seine Handelsbeziehungen außerhalb der EU und baut seine Eigenproduktion aus. Es ist nur schwer vorstellbar, dass diese Maßnahmen - einmal installiert und funktionierend umgesetzt - zu einem späteren Zeitpunkt wieder zu Gunsten der EU-Exporte aufgelöst werden.

So zeigen Indien und Vietnam, aber auch Japan aktuell großes Interesse am fünftgrößten Blumen- und Pflanzenimporteur der Welt Russland. Sie inspizieren den Markt und studieren die Bedürfnisse der russischen Konsumenten und Händler genau.

Vietnam bspw. hat aktuell Direktflüge für Schnittblumen in zehn russische Städte eingerichtet, um sich als Ganzjahresproduzent frischer Blumen und Pflanzen zu positionieren. Allen voran Direktflüge in die Metropole Moskau und seinem Umland. Laut Experten werden allein in der Region Moskau und seinem Umland über 40 % der in Russland gekauften Schnittblumen nachgefragt. Diese Marktkonzentration erleichtert das Erschließen. Vietnam etabliert sich somit zu einer festen Größe im internationalen Handel Russlands.

Neben dem Aufbau neuer Bezugsquellen außerhalb der EU setzt Russland vermehrt auf den Ausbau seines Selbstversorgungsgrades. Es ist bekannt, dass in Russland zunehmend in Hightech-Gewächshäuser investiert wird (Stand 2015: ca. 168 ha). Experten schätzen, dass die russische Produktion von Schnittblumen in den letzten vier Jahren mindestens um das zweieinhalbfache gestiegen sei. Demnach würden aktuell ca. 15 % des inländischen Marktanteils durch Schnittblumenproduktion aus russischer Produktion bedient. Ein beeindruckendes Wachstum, welches gleichzeitig aber auch den immer noch hohen Importbedarf Russlands zeigt.

Dieser Importbedarf wird auch weiterhin Bestand haben und ggf. sogar trotz der Bemühungen zur Erhöhung des Selbstversorgungsgrades weiter zunehmen. Blumen haben in Russland einen sehr hohen Stellenwert bei Festlichkeiten und neuerdings entdecken die Russen Blumen auch als Eigenbedarf.

Ähnlich wie bei China stellt sich auch hier die Frage, wann und wie die EU an diesem Trend partizipieren darf. In der Branche hofft man, dass die Russlandkrise spätestens in 10 Jahren überwunden sein sollte und wieder ein uneingeschränkter Handel zwischen Russland und der EU erfolgen werde. Sich darauf zu verlassen, ist nicht ratsam. Russland hat sich in der Vergangenheit auch vor dem Embargo nicht immer als verlässlicher Handelsmarkt bewiesen.

Förderliche Rahmenbedingungen in Deutschland

Ungeachtet aller Turbulenzen am Markt (Brexit / anhaltendes Russlandembargo) stellt sich der deutsche Blumen- und Zierpflanzenmarkt 2016 nach ersten Erkenntnissen stabil bis positiv dar. Diese Tatsache beruht auf der positiven Verbraucherstimmung und damit einhergehend einer guten Konsumlaune.

Ähnlich wie in 2015 sorgen eine stabile Entwicklung auf dem Arbeitsmarkt mit zunehmender Beschäftigung, steigenden Reallöhnen (+ 2,6 % im 1. Quartal / + 2,3 % im 2. Quartal 2016) zu einem ausgeprägten Einkommensoptimismus mit ungebrochener Konsumlust. Das Konsumklima in Deutschland zeigt sich im Gegensatz zu Großbritannien trotz Brexit und Terroranschlägen überaus widerstandsfähig (Anmerkung zu Großbritannien: 60 % der Briten sind im Herbst 2016 verunsichert über die Zukunft und werden vermutlich ihre persönlichen Ausgaben für Mode, Lifestyle, Home und Living reduzieren.).

Laut Prognose der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) werden die privaten Konsumausgaben – als wichtige Säule der wirtschaftlichen Entwicklung in Deutschland - in 2016 um ca. 2 % steigen.

Dieses stabile Konsumklima auf gutem Niveau spüren auch die Händler. So berichten der Industrieverband Garten e.V. (IVG) und der Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V. (BHB) nach dem ersten Halbjahr 2016 - trotz der ungünstigen Saisonwetterbedingungen - von einem leichten Wachstum in der Branche, welches bis Ende 2016 zumindest das Vorjahresniveau erreichen werde.

Die Bundesregierung geht in ihrer Herbstprognose 2016 von einem stabilen Wachstum der deutschen Wirtschaft aus. Demnach liege das Wirtschaftswachstum stabil bei 1,8 %.

Auch in Ländern wie Polen, Portugal und der Türkei ist die Konsumlaune gut und der Trend einer steigenden Nachfrage nach Blumen und Pflanzen anhaltend.

Weiter förderlich in Deutschland kommt hinzu, dass sich nach der Zukunftsstrategie im Gartenbau die Rahmenbedingungen für den Gartenbau verbessern werden. Ende Oktober 2016 wurde unisono im Bundestag ein Antrag mit dem Titel „Gartenbau sowie Garten- und Landschaftsbau als innovativen Wirtschaftszweig stärken und zukunftsfest machen“ verabschiedet.

Muttertag - das Maß aller Dinge

Mit dem Muttertagsgeschäft, als einer der wichtigsten Verkaufstage für Blumen und Pflanzen, waren auch 2016 die meisten deutschen Großhändler zufrieden. So berichtet der Verband des Deutschen Blumen-Groß- und Importhandels e.V. (BGI) von stabilen Preisen bei tendenziell leicht erhöhten Absatzmengen.

Auch die Veiling Rhein-Maas berichtet von einem guten Absatz mit dem zweithöchsten Gesamtumsatz der letzten sechs Jahre.

Interessant ist die Beobachtung von Marktkennern, dass vor allem hochwertige Produkte zu sehr guten Preisen gehandelt werden konnten. Das kommt dem Ziel des deutschen Gartenbaus nach einer höheren Wertschöpfung durch eine höhere Wertschätzung nach.

Preise gut – alles gut!

Auch außerhalb vom Muttertagsgeschäft seien qualitativ hochwertige Produkte im Kommen. Das Phänomen der höheren Preisen wird aber nur vereinzelt von wenigen Händlern berichtet. Gleichwohl das Statistische Bundesamt seit 2010 jedes Jahr steigende Verbraucherpreise für Gartenerzeugnisse feststellt (vgl. Index 2010 = 100 zu Index 2015 = 112,4), stagnieren die Preise auf Großhandelsebene laut Aussage von Großhändlern des BGI. Auf Endverbraucherebene hingegen stieg der Preis

laut AMI innerhalb der letzten 6 Jahre bei Topfpflanzen um 53 Cent je Einheit (Pflanze oder Tray).

Anders sieht es bei den Niederländern aus. Die in den Niederlanden festgestellten Exportzuwächse sind fast ausschließlich auf Grund steigender Preise erfolgt. So stiegen die Durchschnittspreise der Royal FloraHolland 2016 Monat für Monat und erreichte ein noch nie in der Geschichte der Royal FloraHolland dagewesenes Preisniveau. Erstaunlich ist, dass sich das hohe Preisniveau auf alle Sortimente bei Blumen und Pflanzen bezieht.

Anfang Oktober 2016 wurde mit 37,7 Cent der höchste Durchschnittspreis aller Zeiten an der Vermarktungsorganisation erzielt. Der Durchschnittspreis stieg damit um 5,6 %, gleichzeitig ging der Anteil der Anlieferung Anfang Oktober um 1,5 % zurück.

Als Ursachen für die hohen Durchschnittspreise werden leicht veränderte Absatzwege in Richtung Einzelhandel vermutet, die zu mehr festen Preisabsprachen geführt hätten.

Dieser Aufbau von „verlässlicheren Wertschöpfungsketten“ sei auch im deutschen Blumen- und Pflanzenhandel zu beobachten, würde laut Branchenkennern aber nicht konsequent genug umgesetzt, denn Lieferanten und Großhändler in Deutschland profitieren kaum von den steigenden Verbraucherpreisen.

Auffälligkeiten 2016

Deutsche Großhändler stellen fest, dass der Facheinzelhandel Aspekte wie Qualität und regionale Produktion mehr in den Fokus ihres Einkaufs bei Blumen und Pflanzen stellt. Diese Beobachtung wird auch in Frankreich gemacht, wo die Marke „Fleurs de France“ beim Handel und Verkauf an Bedeutung gewinnt.

In der Ursachenanalyse der Niederländer (Royal FloraHolland) im Sommer 2016 zu den Pflanzenexportrückgang nach Deutschland im Jahr 2015 (-3,8 % = 83 Mio. € im Vgl. zu 2014) wird neben einem zunehmenden Selbstversorgungsgrad in Deutschland vor allem der Trend zu regionalen Produkten für den Rückgang verantwortlich gemacht.

Bekommen wir bei Zierpflanzen verstärkt den regionalen Trend wie im Obst- & Gemüsesektor auch?

Aus der Konsumententypologie (Altmann, Kaim, Fluck, 2012) für den deutschen Zierpflanzenmarkt sind die Einstellungen zu Regional, Öko und Fair bekannt. Demnach ist bei den Verbrauchern in allen Altersklassen gemein, dass der Wunsch nach Regionalität zunimmt aber weder ausschließlich regional oder deutsch eingekauft wird. Hierbei scheint das Wissen, dass insbesondere Schnittblumen aus Übersee kommen, den Ausschlag zu geben.

Vielmehr wird die Kaufentscheidung durch eine Vielzahl von Einzelaspekten beeinflusst. So wird eine nachhaltige Produktion (Öko / Fair) neben dem Regionalaspekt immer wichtiger. Hier ist interessant, dass der Wunsch nach einer Fair-Trade-Kennzeichnung die Verbraucher spaltet. Die Befürworter sind 60 Jahre und älter; weniger die Jungen. Vermutlich handelt es sich hier um die Gründergeneration der grünen Bewegung aus den 70er/80er Jahren, die ihre Einstellungen beibehalten haben.

Hauptentscheidungsmerkmal ist und bleibt die Qualität (Produkt & Prozess). Insofern gilt festzuhalten, dass deutsche Verbraucher auch gerne zu Importware greifen, wenn sie sich durch die Qualität und die ausgelobten Werte (Respekt für Mensch und Umwelt) angesprochen fühlen.

„Nachhaltigkeit“ und „Regionalität“ befördern somit den Verkauf, werden bei der Kaufentscheidung der deutschen Verbraucher aber immer im Zusammenhang mit der Qualität gesehen.

Neben dem Regionalaspekt stellten die Großhändler 2016 eine weitere Besonderheit fest. Der Lebensmitteleinzelhandel (LEH) würde sich professionalisieren und sein Sortiment erweitern. Demnach traut sich der LEH zunehmend an Blumen und Pflanzen heran, die bisher klassisch dem Facheinzelhandel vorbehalten waren und „wildert“ auf der Suche nach Marktanteilen im Sortiment des Facheinzelhandels: Eine Erkenntnis, die den Facheinzelhandel zum Handeln zwingt und genau beobachtet werden muss.

Eine weitere Besonderheit oder Beobachtung im Großhandel ist, dass im stagnierenden Markt der Topfpflanzen, Wachstum fast ausschließlich nur noch über Neuheiten, innovative Produkte und Konzepte erfolgt. Die in

diesem Zusammenhang 2016 erstmalig durchgeführte Messe „Hortivation“ der Messe Essen verfolgt damit den richtigen Ansatz zur Sensibilisierung der Branche für Innovationen.

Fazit

Die weltweiten Warenströme sind im Fluss. Wir haben eine stabile Nachfrage in der EU und Wachstumspotenzial außerhalb der EU.

Auch in Deutschland zeigt sich der Blumen- und Pflanzenmarkt stabil und wird bei hoher Konsumlaune der Verbraucher auch 2017 für Nachfrage sorgen.

Erfreulich sind die steigenden Preise auf Einzelhandelsebene, die allerdings nicht bei allen in der Wertschöpfungskette ankommen.

Brexit und Russland sind 2016 zwei beherrschende Themen, deren Effekte sich erst langfristig zeigen werden. Sich darauf zu verlassen, dass sich alles zum Guten wenden wird, sollte niemand tun. Alle Länder tun gut daran, sich alternative Absatzwege und Zielmärkte aufzubauen. Sei es durch Intensivierung bestehender Handelskontakte innerhalb oder außerhalb Europas.

Durch diese Neuausrichtungen ist davon auszugehen, dass sich 2017 die Warenströme in Verbindung mit sich ändernden Konsumverhalten einiger EU-Länder verändern werden.

Hierbei ist der zunehmende Direktbezug der großen Handelszentralen in den Produktionsländern sicherlich ein Treiber.

Es wird sich zeigen, ob die EU ein kleines Referendum mit großer Wirkung oder großes Referendum mit kleiner Wirkung durchzogen hat? Es bleibt spannend – von Ost nach West!

Quellen:

Expertengespräche, sowie EUROSTAT, AMI, BGI, GfK, VGB, TASPO, Gabot

Luxemburg, den 26. Oktober 2016

Dr. Marianne Altmann
CO CONCEPT, im Auftrag der Messe Essen zur IPM Essen 2017