



GEMEINSAM STARK

Verantwortung, Zusammenhalt, Sicherheit

DAS GESCHÄFTSJAHR 2020.

I. VORWORT

Unser Geschäftsbericht für das Jahr 2020 steht ganz im Zeichen der Corona-Pandemie und deren Auswirkungen auf unsere Geschäftstätigkeit als Erzeugergenossenschaft. Dank der Leistung unserer Mitarbeiter*innen sind wir 2020 und bisher auch im laufenden Jahr relativ gut durch die Corona-Krise gekommen – das ist keine Selbstverständlichkeit. Eins ist dabei ganz sicher: Ohne den engen Schulterschluss mit Mitarbeiter*innen, Erzeuger*innen, Kund*innen und den großen Branchenverbänden wäre das nicht möglich gewesen. Gerade in Krisenzeiten erleben wir an vielen Stellen und eben auch innerhalb unserer Erzeugergenossenschaft und der Grünen Branche, wie wichtig Gemeinschaft und Solidarität sind. Das haben wir bereits im Frühjahr 2020 mit #gemeinsamstark auf den Punkt gebracht und das gilt unverändert bis heute. Daher ist es nur konsequent, dass der Geschäftsbericht für dieses in vielerlei Hinsicht außergewöhnliche Jahr das Motto „Gemeinsam stark: Verantwortung, Zusammenhalt, Sicherheit.“ trägt. Unserer besonderen Verantwortung waren wir uns im letzten Jahr zu jeder Zeit bewusst und haben uns kontinuierlich dafür eingesetzt, die Vermarktung grüner Produkte bestmöglich sicherzustellen. Dazu arbeiten wir eng mit den verschiedenen Branchenverbänden und der jeweiligen Landespolitik zusammen. Wir können nur etwas erreichen, wenn Verbände und Landgard gemeinsam als eine Stimme für den Gartenbau und die Branche sprechen. Dieses Einigkeitsgebot gilt uneingeschränkt auch für den Vorstand der Landgard eG. Daher waren im letzten Jahr im März und Juli Veränderungen im Vorstand erforderlich, um wieder mit einer Stimme sprechen zu können. In der seit April 2021 neuen Vorstandskonstellation mit Dirk Bader, Carsten Bönig und Robert Sauer wollen wir zusammen mit unseren Mitarbeiter*innen auch weiterhin Mehrwerte für Erzeuger*innen und Kund*in-

nen schaffen. Weitere Details zu wichtigen Entwicklungen im Geschäftsjahr 2020 finden Sie im „Brief des Vorstands“. Wie in den Vorjahren veröffentlichen wir unseren Geschäftsbericht auch in diesem Jahr aus Gründen der Nachhaltigkeit nur digital.

II. VORSTANDSBRIEF

Liebe Mitglieder der Landgard eG,
sehr geehrte Damen und Herren,

mit dem Geschäftsbericht 2020 informieren wir Sie über ein Geschäftsjahr, das uns allen vieles abverlangt hat. Das Jahr war in vielerlei Hinsicht herausfordernd, anstrengend und zeitweise sorgenvoll, aber gleichzeitig auch erfolgreich, motivierend und lehrreich. Für diese Bandbreite hat vor allem die Corona-Pandemie gesorgt, die das Jahr 2020 für die Erzeugergenossenschaft Landgard genauso wie für Deutschland insgesamt, Europa und die ganze Welt geprägt hat.

Unser großer Dank gilt zuallererst unseren Mitarbeiter*innen, Erzeuger*innen und Kund*innen, die gemeinsam alle mit den erforderlichen Hygiene- und Schutzmaßnahmen verbundenen Veränderungen und Einschränkungen hervorragend, mit größtem Verantwortungsbewusstsein und Hand in Hand umgesetzt haben. Das ist die allerwichtigste Voraussetzung dafür, dass Landgard bisher gut durch die Corona-Pandemie gekommen ist und die Warenversorgung des Handels ununterbrochen vollumfänglich aufrechterhalten konnte.

Als Reaktion auf den Ausbruch der Corona-Pandemie haben wir parallel zum ersten Lockdown im März 2020 ein unternehmensweites Krisenmanagement etabliert, das seitdem regelmäßig in Videokonferenzen zusammenkommt. In diesem Krisenmanagement wird die Entwicklung der Pandemie und der Coronaschutzverordnungen in Bund und Ländern genau verfolgt, um daraus die erforderlichen Maßnahmen bei Landgard abzuleiten.

Neben der Umsetzung der AHA+L-Regeln (Abstand, Hygiene, Atemschutz und Lüften) inklusive einer unternehmensweiten Maskenpflicht seit Oktober 2020 ging es dabei auch um einschneidendere Maßnahmen wie Kurzarbeit. Diese haben wir vorübergehend und erfolgreich eingesetzt, um die wirtschaftlichen Auswirkungen der Geschäftsschließungen in der Grünen Branche auf Landgard zu reduzieren und um Arbeitsplätze zu sichern. Weitere typische Entwicklungen im Zuge der Corona-Pandemie sind auch bei Landgard die deutlich verstärkte Nutzung von Videokonferenzen und das inzwischen verpflichtende Angebot von mobiler Arbeit als effektive Maßnahme zur Reduzierung der Kontakte. Im laufenden Jahr ist zuletzt die Pflicht für Unternehmen hinzugekommen, den Mitarbeiter*innen Selbsttests anzubieten.

All diese Maßnahmen wurden und werden von den Landgard-Mitarbeiter*innen mit großem Verantwortungsbewusstsein akzeptiert, umgesetzt und gelebt.

Trotz Corona-Pandemie war das Jahr 2020 wirtschaftlich erfolgreich für uns. Unser Obst- und Gemüse-Geschäft wurde ohnehin positiv beeinflusst und bei Blumen und Pflanzen konnten wir die negativen Auswirkungen aus dem ersten Quartal 2020 im weiteren Verlauf des Jahres sogar überkompensieren. Hier haben wir natürlich auch davon profitiert, dass viele Verbraucher*innen ihren Urlaub wegen der Corona-Pandemie zu Hause verbracht und in die Verschönerung ihrer Gärten und Balkone investiert haben. Zudem haben wir im zurückliegenden Geschäftsjahr notwendige Restrukturierungsmaßnahmen erfolgreich abgeschlossen. Beispielsweise wurde bei Landgard Ost Obst & Gemüse der defizitäre Standort in Bersbersdorf verkauft, die Prozesse optimiert und ein neuer Standort in Halle in Betrieb genommen. Am Standort Rade konnte der Break-Even mit einem positiven Jahresergebnis erreicht werden. Ohne den erneuten Nachfragerückgang in Folge des Winter-Lockdowns ab Mitte Dezember wären unsere Zahlen für 2020 sogar noch positiver ausgefallen.

Unmittelbar nach dem Jahreswechsel hat Landgard Mitte Januar 2021 und damit ein Jahr vor dem möglichen Ablauf der bisherigen Finanzierung eine langfristige Anschlussfinanzierung abgeschlossen. Die Finanzierungsverlängerung hat eine maximale Laufzeit von fünf Jahren. Damit ist Landgard auch in dieser schwierigen Zeit der Pandemie langfristig durchfinanziert. Wichtige Voraussetzungen für die Anschlussfinanzierung waren das große Vertrauen der Banken durch das organische Wachstum der vergangenen Jahre, die strategische Ausrichtung und der enge Schulterschluss mit Mitgliedsbetrieben, strategischen Kund*innen und externen Partnern. Im Ergebnis hat Landgard mit der vorzeitig abgeschlossenen Anschlussfinanzierung frühzeitig Planungssicherheit für die kommenden Jahre erzielt und damit einen wichtigen Meilenstein in der strategischen Weiterentwicklung des Konzerns gesetzt.

Die Summe dieser sehr verschiedenen Aspekte, die das Jahr 2020 für die Erzeugergenossenschaft Landgard ausgemacht haben, haben wir im Motto unseres Geschäftsberichtes zusammengefasst:

„Gemeinsam stark: Verantwortung, Zusammenhalt, Sicherheit.“

Das Motto dokumentiert den Kern der Genossenschaft, der gerade in schwierigen Zeiten einen großen Wert darstellt. Jeder dieser Begriffe lässt sich sowohl in Richtung unserer Geschäftstätigkeit als auch vor dem Hintergrund der Corona-Pandemie interpretieren.

Verantwortung: Wir tragen Verantwortung für unsere Mitarbeiter*innen, unsere Erzeuger*innen und für eine bestmögliche Vermarktung der frischen Produkte – Blumen, Pflanzen, Obst und Gemüse – die von unseren Mitgliedsbetrieben produziert werden. Seit Beginn des Corona-Jahres 2020 tragen wir darüber hinaus Verantwortung dafür, dass bei Landgard alle erforderlichen Schutzmaßnahmen umgesetzt werden und unsere Geschäftstätigkeit aufrechterhalten bleibt. Als Unternehmen der kritischen Infrastruktur tragen wir darüber hinaus auch Verantwortung für die Versorgung der Be-

völkerung mit lebensnotwendigen Lebensmitteln. Dieser besonderen Verantwortung sind wir uns bewusst und richten unser Handeln Tag für Tag danach aus.

Zusammenhalt: In einer Erzeugergenossenschaft ist Zusammenhalt als verbindendes Element eine unabdingbare Voraussetzung für gemeinsamen Erfolg. Ohne Zusammenhalt ist eine erfolgreiche Genossenschaft hingegen überhaupt nicht denkbar. Diesen Zusammenhalt gilt es jeden Tag aufs Neue zu schützen, zu stärken, zu moderieren und da, wo er gelitten hat, wieder herzustellen. Die wirkliche Tragfähigkeit des starken Zusammenhalts in unserer Erzeugergenossenschaft wird seit Beginn der Corona-Pandemie unter Krisenbedingungen mehr als deutlich. Ohne den engen Schulterschluss aller Beteiligten stünde Landgard heute nicht so gut dar.

Sicherheit: Durch unsere Vermarktungstätigkeit sorgen wir für Absatzsicherheit für unsere Erzeuger*innen. Diese Vermarktungssicherheit stellt für unsere Erzeuger*innen einen der entscheidenden Vorteile gegenüber einer Vermarktung in Eigenregie dar. Am anderen Ende der Handelskette sichern wir eine ganzjährige Warenverfügbarkeit im Handel mit umfangreichen und abwechslungsreichen Sortimenten. Als Bindeglied zwischen Erzeuger*innen und Kund*innen sorgen wir mit unserem professionellen Qualitäts- und Nachhaltigkeitsmanagement für höchste Produktsicherheit und einen kontinuierlich steigenden Anteil nachhaltig angebauter Produkte. Im Lichte der Corona-Pandemie betrachtet, kommen beim Begriff Sicherheit noch wichtige Aspekte hinzu. Dazu gehört ein größtmöglicher Infektionsschutz am Arbeitsplatz ebenso wie die Sicherung von Arbeitsplätzen und die Aufrechterhaltung von Lieferketten.

Der vielschichtige Dreiklang aus Verantwortung, Zusammenhalt und Sicherheit bildet die Basis für gemeinsame Stärke. Daher steht unser #gemeinsamstark aus dem Frühling 2020 für das, was den Erfolg unserer Erzeugergenossenschaft im Kern ausmacht. Das gilt in vermeintlich normalen Zeiten – und umso mehr

unter Krisenbedingungen wie der Corona-Pandemie.

Das Jahr 2020

Landgard hat sich im Geschäftsjahr 2020 weiter positiv entwickelt und ein organisches Umsatzwachstum gegenüber dem Vorjahr erzielt. Gemäß den Zahlen für das Geschäftsjahr 2020 hat die Erzeugergenossenschaft ihren Umsatz auf Konzernebene im Vergleich zum Vorjahr um 2,8 Prozent auf 2,069 Mrd. EUR gesteigert. Trotz höherer Kosten für die Umsetzung von umfassenden Hygienekonzepten und die Durchführung erforderlicher Restrukturierungsmaßnahmen wurde ein positives Ergebnis vor Steuern (EBT) von 6,6 Mio. EUR erzielt. Das bereinigte operative Ergebnis (EBITDA) stieg sogar um zehn Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Das Kapitel „Meilensteine“ bietet einen kompakten Überblick über die wichtigsten Projekte und Themen des Jahres 2020.

Alles Weitere können Sie in unserem digitalen Geschäftsberichtes 2020 unter

[geschaeftsbericht.landgard.de](https://www.geschaeftsbericht.landgard.de)

nachlesen.

Wir wünschen Ihnen eine interessante Lektüre. Und auch weiterhin gilt: Bleiben Sie gesund!

Dirk Bader, Carsten Bönig, Robert Sauer

Vorstand Landgard eG



v. l.: Dirk Bader, Robert Sauer, Carsten Bönig
Vorstand Landgard eG

III. AUFSICHTSRATSBERICHT

Die Landgard-Gruppe hat sich im Geschäftsjahr 2020 auf Konzernebene weiter positiv entwickelt – trotz der Auswirkungen der Corona-Pandemie inklusive flächendeckender Lockdowns in der Grünen Branche und trotz einer langanhaltenden Hitzeperiode im August.



Bert Schmitz, Aufsichtsratsvorsitzender

Die Geschäftszahlen und auch die Art und Weise, wie der Verlauf der Corona-Pandemie bisher bewältigt wurde, wären ohne die vertrauensvolle, enge und belastbare Zusammenarbeit auf allen Ebenen der Erzeugergenossenschaft Landgard nicht möglich gewesen. Eine der wichtigsten Erkenntnisse der zurückliegenden Monate ist, dass sich die Stärke einer Genossenschaft mit starker Verbundenheit und Nähe zu allen Erzeuger*innen, Mitarbeiter*innen und Kund*innen gerade in Krisenzeiten zeigt. Es kommen hierbei auch wichtige Werte zum Tragen, an denen wir unser Handeln immer wieder aufs Neue ausrichten. Dazu gehören unbedingt auch Demut und Vertrauen. Zusammen mit den in unserem Leitbild definierten Werten Respekt, Leistung, Partnerschaft, Loyalität und Transparenz ergibt sich ein tragfähiger Wertekodex für unsere Erzeugergenossenschaft. Diese genossenschaftliche Wertegemeinschaft findet sich als übergeordnete Idee auch im Motto unseres diesjährigen Geschäftsberichts wieder: „Gemeinsam stark: Verantwortung, Zusammenhalt, Sicherheit.“

Zur Wahrheit des Jahres 2020 gehört aber auch, dass es Unruhe abseits unserer eigentlichen Geschäftstätigkeit gab. Die Veränderungen im Vorstand der Landgard eG im März und

Juli kamen angesichts der durch die Corona-Pandemie ohnehin angespannte Lage eigentlich zur Unzeit – und waren dennoch vollkommen alternativlos und richtig. Es folgten weitere nicht absehbare und aus unserer Sicht unverständliche Wechsel von Mitarbeiter*innen zu direkten Wettbewerbern. Zusätzliche Diskussionen entstanden rund um die Neurather Gärtner und deren Überlegungen, die Erzeugergenossenschaft Landgard zu verlassen. Zusätzliche Diskussionen entstanden rund um die Neurather Gärtner und deren Überlegungen, ihre Produkte und auch die weiteren Landgard-Erzeuger*innen, eigenständig an Landgard-Kund*innen zu vermarkten. In der Verantwortung für das Gesamtunternehmen sowie aller Obst- und Gemüse-Erzeuger*innen wurde dies, vor einer vertraglichen Bindung, durch den Direktor der Landwirtschaftskammer Nordrhein-Westfalen als Landesbeauftragtem geprüft. Diese Prüfung hat allen Beteiligten die Grundsätze einer zukünftigen GMO-konformen Vermarktung und Zusammenarbeit mit den Neurather Gärtnern aufgezeigt. Der Aufsichtsrat begrüßt das Vorgehen, den Neurather Gärtnern auf dieser Basis die Möglichkeit zu geben, ihre Überlegungen vorzubringen sowie eine GMO-konforme vertragliche Regelung mit der Erzeugerorganisation anzustreben.

In den Wochen und Monaten seit diesen Ereignissen kam und kommt es weiterhin in einzelnen Medien wiederholt zu einer verzerrten Berichterstattung über Landgard, die auf zum Teil bewusst verfälschenden Indiskretionen und Falschbehauptungen basiert. Es ist offensichtlich, dass diese Medien gezielt Informationen mit dem Ziel zur Verfügung gestellt bekommen haben, Landgard in ein schlechtes Licht zu rücken. Der Aufsichtsrat der Landgard eG verurteilt dieses auch menschlich enttäuschende Verhalten von aktuellen oder ausgeschiedenen Mitarbeiter*innen aufs Schärfste.

Nach der Corona-bedingten Verschiebung im Juni hat die ordentliche Vertreterversammlung der Landgard eG am 24.11.2020 erstmals als virtuelle Veranstaltung stattgefunden. Die Vertreter*innen hatten dabei die Möglichkeit, sich

per Video, Telefon oder Chat mit Redebeiträgen einzubringen. Die erforderlichen Abstimmungen wurden über ein in die Videokonferenz integriertes Abstimmungstool in Echtzeit durchgeführt. Die Rückmeldungen einiger Teilnehmer*innen zum digitalen Format der Vertreterversammlung waren sehr positiv.

Landgard hat im Geschäftsjahr 2020 in allen wesentlichen Geschäftsbereichen profitabel gearbeitet. Die Vorgaben der Finanzierer wurden stets eingehalten. Im Ergebnis stieg der Umsatz um 57 Mio. EUR auf 2.069,3 Mrd. EUR.

Das Geschäftsjahr 2020 war für Blumen und Pflanzen maßgeblich durch das Coronavirus beeinflusst. Nach viel Unsicherheit vor und während des ersten Lockdowns ist es trotzdem gelungen, den Umsatz im Geschäftsfeld Blumen & Pflanzen um ca. 5,4 % zu steigern. Durch die vielfältigen Pandemie-Maßnahmen und den damit verbundenen Rückzug ins Private haben sich die Verbraucher*innen sehr stark mit Themen rund um Haus und Garten beschäftigt. Dies hat die Nachfrage nach Blumen und Pflanzen gesteigert. Zusätzlichen Rückenwind hat dieser Effekt durch das anhaltend gute Wetter von April bis September erhalten.

Trotz der Pandemie-bedingt außergewöhnlichen Marktsituation, teils extremen Witterungsbedingungen an den Produktionsstandorten und dem unverändert hohen Margendruck aufgrund der kundenseitigen Oligopol-Struktur, entwickelte sich das Geschäftsfeld Obst & Gemüse im vergangenen Geschäftsjahr 2020 weiterhin positiv. Diese Entwicklung ist weiterhin auf eine größere Produktdiversifikation insbesondere bei Obst sowie das Wachstum mit eigenen regionalen, nationalen und internationalen Mitgliedsbetrieben zurückzuführen.

Auch wenn die Möglichkeiten wegen Corona eingeschränkt waren, zeigen die folgenden Beispiele stellvertretend, dass sich Landgard auch 2020 wieder auf vielen Ebenen weiterentwickelt und die strategische Ausrichtung als nachhaltige, vermarktende Erzeugergenossenschaft

weiter gestärkt hat. So haben wir das alte Informationssystem durch eine inhaltliche, technische und optische Neuentwicklung abgelöst. Landgard nutzt das selbst entwickelte Informationssystem, um den Mitgliedsbetrieben wichtige Informationen zur Verfügung zu stellen. Bloomways konnte die Neueröffnung von zwei Filialen in Chemnitz und Korntal feiern. Im August haben wir die Herbst-Ordertage erstmals als digitales Format im Webshop mylandgard.de durchgeführt. Die für unsere Erzeugergenossenschaft wichtige Gremienarbeit wurde 2020 intensiv fortgesetzt – in Abhängigkeit von den jeweils geltenden Corona-Schutzverordnungen entweder als Präsenzveranstaltungen oder virtuell. Durch die Corona-Pandemie waren auch die Entfaltungsmöglichkeiten der generischen Werbeinitiative „1000 gute Gründe“ für Blumen, Pflanzen, Obst und Gemüse eingeschränkt. Da große Events und Aktionen mit vielen Teilnehmern nicht stattfinden konnten, hat sich „1000 gute Gründe“ noch mehr als sonst auf Aktivitäten im Netz konzentriert. Mit „Staycation“ hat „1000 gute Gründe“ das passende Konzept zum Urlaubsverhalten 2020 entwickelt. Das kreative Konzept trägt mit Blumen, Pflanzen, Obst und Gemüse dazu bei, dass der Urlaub zu Hause möglichst angenehm verlaufen kann.

Ziel der generellen Weiterentwicklung der Landgard-Gruppe ist es auch weiterhin, Potenziale im Sinne der Genossenschaft zu heben, Kosten zu senken und die Genossenschaft im Sinne ihrer Mitglieder, Mitarbeiter*innen und Kund*innen zukunftsfähig, modern und nachhaltig auszurichten. Im Rahmen sämtlicher Maßnahmen und Projekte zeigten die wesentlichen handelnden Personen im Landgard-Konzern überdurchschnittliches Engagement. Hierfür gilt allen Verantwortlichen der besondere Dank des Aufsichtsrates. Darüber hinaus dankt der Aufsichtsrat allen Mitarbeiter*innen und Erzeuger*innen für ihren unermüdlichen Einsatz im Pandemie-Jahr 2020.

Personelle Veränderungen

Im Geschäftsjahr 2020 bestand der Vorstand der Landgard eG aus Armin Rehberg (Vorsitzender, bis zum 25.03.2020) und Carsten Bönig. Mit Wirkung zum 23.03.2020 wurden Dirk Bader für die Sparte Blumen & Pflanzen und Labi-not Elshani (bis zum 14.07.2020) für die Sparte Obst & Gemüse in den Vorstand der Landgard eG berufen. Zum 14.07.2020 wurde Karl Voges interimistisch als Vorstand für die Sparte Obst & Gemüse in den Vorstand der Landgard eG berufen (bis 31.03.2021).

Im Rahmen der virtuellen Vertreterversammlung am 24. November standen zwei turnusgemäße Neuwahlen und eine Ersatzwahl auf der Tagesordnung. Norbert Artmeyer ist mit dem Ende der Vertreterversammlung turnusgemäß aus dem Aufsichtsrat der Landgard eG ausgeschieden und stand für eine Wiederwahl nicht zur Verfügung. Für ihn wurde Andrea Velmans als Nachfolgerin in den Aufsichtsrat gewählt. Die Wahlperiode von Carsten Knodt, der sein Mandat vorzeitig niedergelegt hat, endete ebenfalls mit der Vertreterversammlung. Als Nachfolger wurde Konrad Schwarz als neues Aufsichtsratsmitglied gewählt. Auch Christian Berghs-Trienekens, dessen Wahlperiode noch über die Vertreterversammlung hinaus ange-dauert hätte, hatte sein Mandat vorzeitig niedergelegt. Für ihn wurde in einer Ersatzwahl Dirk Schwichtenberg als neues Aufsichtsratsmitglied für die verbleibende Amtszeit ge-wählt.

Mitglieder des Aufsichtsrates

Bert Schmitz, 1. Januar 2020 bis 31. Dezember 2020 (Aufsichtsratsvorsitzender)

Hilko Dahlke, 1. Januar 2020 bis 31. Dezember 2020 (stellv. Aufsichtsratsvorsitzender und Arbeitnehmervertreter)

Carsten Knodt, 1. Januar 2020 bis 11. August 2020 (stellv. Aufsichtsratsvorsitzender)

Willi Andree, 1. Januar 2020 bis 31. Dezember 2020 (stellv. Aufsichtsratsvorsitzender, seit 12. August 2020)

Weitere Mitglieder (alphabetisch)

Norbert Artmeyer, 1. Januar 2020 bis 24. November 2020

Christian Berghs-Trienekens, 1. Januar 2020 bis 25. August 2020

Sonja Brink, 25. Juni 2020 bis 31. Dezember 2020 (Arbeitnehmervertreterin)

Martin Flintrop, 1. Januar 2020 bis 31. Dezember 2020 (Gewerkschaftsvertreter)

Dr. Svea Pacyna-Schürheck, 1. Januar 2020 bis 1. Juni 2020 (Arbeitnehmervertreterin)

Manfred Rieke, 1. Januar 2020 bis 31. Dezember 2020

Wolfgang Schubert, 1. Januar 2020 bis 31. Dezember 2020 (Arbeitnehmervertreter)

Konrad Schwarz, 24. November 2020 bis 31. Dezember 2020

Dirk Schwichtenberg, 24. November 2020 bis 31. Dezember 2020

Andrea Velmans, 24. November 2020 bis 31. Dezember 2020

Sylvia Wegelin, 1. Januar 2020 bis 31. Dezember 2020 (Arbeitnehmervertreter)

Peter Zander, 1. Januar 2020 bis 31. Dezember 2020 (Arbeitnehmervertreter)

Corona-bedingt haben die Mitglieder des Aufsichtsrates 2020 an keinen Schulungen teilgenommen, da ein persönlicher Austausch in Präsenz nicht möglich gewesen wäre. Darüber hinaus war das Jahr 2020 mit seinen vielen außerordentlichen Sitzungen auch ohne Schulungen sehr anspruchsvoll. Für 2021 sind Schulungen wieder soweit möglich geplant.

Sitzungen des Aufsichtsrates

Der Aufsichtsrat hat sich im Geschäftsjahr 2020 in fünf Sitzungen durch den Vorstand über den Geschäftsverlauf informieren lassen. Darüber hinaus gab es 14 außerordentliche Sitzungen des Aufsichtsrates und drei gemeinsame Sitzungen mit dem Aufsichtsrat Blumen & Pflanzen. In drei Sitzungen hat sich der Finanz- und Prüfungsausschuss mit dem Deutschen Genossenschafts- und Raiffeisenverband (DGRV) und dem Genossenschaftsverband – Verband der Regionen als Prüfungsverbände zu den Prüfungsergebnissen ausgetauscht und Prüfungsschwerpunkte festgelegt.

Ferner wurde der Aufsichtsrat in der Prüfungsabschluss Sitzung durch die genannten Prüfungsverbände über die Prüfungsergebnisse informiert. Der Aufsichtsrat hat in den Sitzungen sowie im Rahmen von Arbeitskreisen und Einzelgesprächen die aktuelle Geschäftsentwicklung, den Verlauf der Finanzierungsmaßnahmen und ergriffene Maßnahmen begleitet.

Vertreterversammlung und Jahresabschluss

Da der Jahresabschluss der Landgard eG aufgrund Artikel 2 § 3 Absatz 3 des Gesetzes über die Abmilderung der Folgen der COVID 19 Pandemie bereits durch den Aufsichtsrat festgestellt worden war, musste die Vertreterversammlung am 24.11.2020 nur noch über die Verwendung des Bilanzgewinns abstimmen. Der entsprechende Vorschlag zur Gewinnverwendung wurde von der Vertreterversammlung wie vorgestellt beschlossen. Der Vorstand und der Aufsichtsrat der Landgard eG wurden von den Vertreter*innen entlastet. Die in den Vorjahren ausgesetzte Entlastung der Vorstände Henning Schmidt und Jürgen Rosar sowie des bis zum 21. Juni 2012 amtierenden Aufsichtsrates wurde nicht aufgerufen, um dem Ausgang schwebender Verfahren nicht vorzugreifen. Da die Rechtsverfahren noch nicht abgeschlossen sind, behalten wir dies bei.

Sowohl mit der erstmals digitalen Vertreterversammlung als auch mit weiteren Veranstaltungen setzte der Vorstand den eingeschlagenen Weg des offenen, vertrauensvollen Dialogs mit

Erzeuger*innen, Kund*innen und den übrigen Anspruchsgruppen fort. Bei den Veranstaltungen sind vor allem die großen Messeauftritte auf der Internationalen Pflanzenmesse (IPM), der Fruit Logistica und in der Blumenhalle der Internationalen Grünen Woche zu nennen, die zu Beginn des Jahres 2020 noch durchgeführt werden konnten.

Erklärung des Aufsichtsrates

Der Aufsichtsrat hat im abgelaufenen Geschäftsjahr seine ihm aus Genossenschaftsgesetz, Satzung und Geschäftsordnung obliegenden Aufgaben wahrgenommen und den Vorstand der Landgard eG laufend überwacht. In regelmäßigen Sitzungen mit dem Vorstand hat er sich eingehend über die Lage des Unternehmens informiert. Durch regelmäßige Kontakte zu Mitgliedern und Erzeugerbetrieben hat er sich ein Stimmungsbild verschafft, dass die Entscheidungen auf einer breiten genossenschaftlichen Basis standen und stehen.

Zusammenfassend erklärt der Aufsichtsrat, dass

- er im Rahmen seiner Kompetenzen und Mitwirkungsverantwortung erforderliche Beschlüsse gefasst hat
- er den Jahresabschluss, den Lagebericht und die Verwendung des Jahresergebnisses geprüft hat
- das Ergebnis der gesetzlichen Prüfung mit den eigenen Erkenntnissen übereinstimmt.

Der Vorstand hat den Aufsichtsrat in den Aufsichtsratssitzungen durch entsprechende Berichte über die Geschäftspolitik und die Unternehmensplanung sowie den Geschäftsverlauf, die wirtschaftliche Lage, die Finanzlage und Geschäftsvorfälle informiert.

Die beauftragten Wirtschaftsprüfer haben den Jahresabschluss, den Lagebericht der Gesellschaft sowie den Konzernabschluss geprüft und mit einem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen.



Als Aufsichtsrat sind wir davon überzeugt, dass die Ausrichtung von Landgard als nachhaltig vermarktende Erzeugergenossenschaft erfolgreich ist und Landgard sich auch in den kommenden Jahren weiterhin positiv entwickeln kann und wird. Der Aufsichtsrat dankt dem Vorstand, den Führungskräften und den Mitarbeiter*innen von Landgard für ihre engagierte Arbeit und ihren Einsatz im abgelaufenen Geschäftsjahr.

Mit der im April 2021 erfolgten Neuaufstellung des Vorstands sieht der Aufsichtsrat die Erzeugergenossenschaft Landgard mit Blick auf die Zukunft bestmöglich aufgestellt. Das Jahr 2020 hat eindrucksvoll gezeigt, dass Landgard auch herausfordernde Situationen wie die Corona-Pandemie mit all ihren Auswirkungen mit Professionalität und Geschlossenheit meistern kann.

Weitere beratende Gremien

Aufsichtsrat Blumen & Pflanzen

Beirat Blumen & Pflanzen

Beirat Obst & Gemüse

Fachbeirat Veiling Rhein-Maas

Regionalbeirat Nord

Regionalbeirat Ost

Regionalbeirat Süd

Regionalbeirat West

Regionalbeirat Niederlande/Belgien

Regionalbeirat Dänemark

Regionalbeirat Italien

Regionalbeirat Nord Obst & Gemüse

IV. MEILENSTEINE

Januar

Blumenhalle IGW

Landgard und die Initiative „Blumen – 1000 gute Gründe“ haben die Blumenhalle der Internationalen Grünen Woche in Berlin zum dritten Mal in Folge zu einem der Besuchermagnete der Messe gemacht. Mit dem Motto „Natur in ihrer ganzen Vielfalt“, über hunderttausend Blumen und Pflanzen, einer blühenden Frühlingslandschaft mit Bäumen, Wegen, einem See und trendigen Mitmachaktionen haben Landgard und „1000 gute Gründe“ über 400.000 Messebesucher begeistert.



Frühjahrs-Ordertage in Herongen

Mit einem Umsatzwachstum von über fünf Prozent gegenüber dem Vorjahr waren die Frühjahrs-Ordertage ein voller Erfolg und ein schwungvolles Startsignal für die Frühjahrssaison 2020. Das Portfolio der Frühjahrs-Ordertage umfasste mehr als 5.400 Artikel von rund 150 verschiedenen Landgard-Mitgliedsbetrieben. Darüber hinaus präsentierten mehr als 40 Mitgliedsbetriebe ihre Sortimente an eigenen integrierten Ausstellerständen.



IPM in Essen

Unter dem Motto „Regional verwurzelt. National gefestigt. International wachsend.“ hat Landgard bei der Internationalen Pflanzenmesse (IPM) in Essen auf über 800 Quadratmetern und einem erweiterten, neuen Stand zentrale Faktoren für die Zukunft der Grünen Branche gezeigt. Dazu hat der Landgard-Stand die Vorteile der genossenschaftlichen Vermarktung für Kund*innen und Erzeuger*innen in den Mittelpunkt gerückt. In knapp 30 Gärtnerlogen zeigten Landgard-Mitgliedsbetriebe neue Produkte, Innovationen und ihre Stärken als moderne Produktionsbetriebe. Als eines der Hauptthemen des Landgard-Messeauftritts präsentierte die Erzeugergenossenschaft außerdem nachhaltige Produkte und Lösungen, die zu einer grüneren Zukunft beitragen.



Februar

Fruit Logistica in Berlin

Der nochmals vergrößerte Landgard-Messestand auf der Fruit Logistica in Berlin stand Anfang Februar ganz im Zeichen von neuen und weiterentwickelten Lizenzen und Marken rund um Obst und Gemüse. Damit zeigte die Erzeugergenossenschaft einmal mehr, wie abwechslungsreich, lecker, gesund und nachhaltig die Erzeugnisse der regionalen, nationalen und internationalen Mitgliedsbetriebe sind.

Neben erfolgreich etablierten und jetzt weiterentwickelten Lizenzen wie „WW-Kochboxen“, „Sansibar“, „Jurassic World“, „Minions“ und

„Axel Schulz“ präsentierte Landgard auf der Fruit Logistica 2020 mit „Pummeleinhorn“ auch wieder eine neue Lizenz.



Biofach in Nürnberg

Auf der Biofach 2020 in Nürnberg hat Landgard gezeigt, welche Produktvielfalt in biologischem Anbau bei Landgard-Erzeuger*innen in Deutschland und auf der ganzen Welt schon heute wächst. Die Besucher erfuhren am Stand von Landgard Bio außerdem aus erster Hand, wie umweltfreundlich produzierte Erzeugnisse, nachhaltige Lösungen und innovative Verpackungen auf vielfältige Weise dazu beitragen, auch kommenden Generationen eine lebenswerte Natur im Gleichgewicht zu sichern.



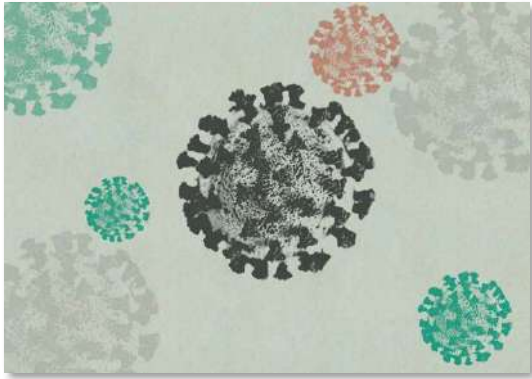
Relaunch des Informationssystems für Erzeuger*innen

Nach vielen Jahren im Betrieb hat Landgard das alte Informationssystem durch eine inhaltliche, technische und optische Neuentwicklung abgelöst. Landgard nutzt das selbst entwickelte Informationssystem, um den Mitgliedsbetrieben wichtige Informationen zur Verfügung zu stellen. Wesentliche Neuerungen des neuen Informationssystems sind ein stringenterer Aufbau der Datenbasis, eine neue Oberfläche in moderner Optik, ein personalisiertes Anmeldeverfahren und eine moderne Passwortverwaltung.



Corona-Krisenmanagement bei Landgard

Mit Beginn der Ausbreitung des Coronavirus in Deutschland hat Landgard Ende Februar ein Präventionsteam Coronavirus ins Leben gerufen, um alle wichtigen Maßnahmen zum Schutz der Mitarbeiter*innen und zur Sicherung des Geschäftsbetriebs als systemrelevanter Lieferant für Obst und Gemüse sowie Blumen und Pflanzen zu koordinieren. Mit dem Beginn des ersten Lockdowns im März wurde das Präventionsteam in ein unternehmensweites Krisenteam mit den Vorstandsmitgliedern als oberste Krisenmanager überführt. Dieses Gremium stimmt sich seitdem in regelmäßigen Abständen über die erforderlichen Schutz- und Hygienemaßnahmen inklusive Maskenpflicht und mobilem Arbeiten sowie die weitere Entwicklung ab. Zur Sicherstellung der Arbeitsfähigkeit in der Pandemie hat Landgard im Frühjahr 2020 kurzfristig in Videokonferenz- und Raumsysteme sowie in den Ausbau der IT-Infrastruktur investiert.



März

Neue Bloomways-Filialen in Chemnitz und Korntal offiziell eröffnet

Nach dem Verkaufsstart Anfang Januar und dem im Anschluss parallel zum laufenden Betrieb erfolgten Umbau wurden die modernisierten Bloomways-Filialen in den Cash & Carry-Märkten Chemnitz-Röhrsdorf und Korntal-Münchingen offiziell eröffnet. Mit den Filialen in Siegen und Oldenburg, die bereits im dritten Quartal 2019 eröffnet wurden, umfasst das Bloomways-Filialnetz für den Schnittblumen-Fachhandel jetzt 23 Standorte, davon 22 in Deutschland und einer in Wien.



Vorstandsteam der Landgard eG verstärkt

In einer außerordentlichen Sitzung hat der Aufsichtsrat der Landgard eG per einstimmigem Beschluss zwei neue Spartenvorstände bestellt. Durch die Verstärkung des bisherigen

Vorstandsteams bestehend aus Armin Rehberg und Carsten Bönig durch Dirk Bader für die Sparte Blumen & Pflanzen sowie Labinot Elshani für die Sparte Obst & Gemüse hat die Genossenschaft auf die Ausnahmesituation durch die Corona-Pandemie reagiert, um das bisherige Vorstandsteam unter den extrem schwierigen Rahmenbedingungen zu entlasten.



Veränderungen im Vorstand der Landgard eG

Der Aufsichtsrat der Landgard eG hat Armin Rehberg nach einstimmigem Beschluss als Mitglied des Vorstands der Landgard eG abberufen. Der Aufsichtsrat dankte Armin Rehberg für seine langjährige Tätigkeit und wünscht ihm alles erdenklich Gute für seine Zukunft.



April

Freude schenken und helfen – denn jede Blume zählt

Farbe, Fröhlichkeit und Frühling genießen und zugleich noch etwas Gutes tun – wie leicht das alles in Corona-Zeiten geht, hat „1000 gute Gründe“ mit einer neuen Social-Media-Aktion deutlich gemacht. Unter #GEMEINSAMSTARK hat die Branchen-Initiative mit Videos und Postings auf Facebook, Instagram und Co. Aufmerksamkeit für die fatalen Folgen der Corona-Krise für die Grüne Branche geweckt. Die Initiative hat aber auch gezeigt, dass die heimischen Gewächshäuser überall voll sind mit tollen Blumen und Pflanzen in bester Qualität. Darum war das der perfekte Zeitpunkt, um das eigene Zuhause, den Garten, den Balkon, die Terrasse zu verschönern. Oder Freunden und der Familie mit einem Blumengruß zu zeigen, wie sehr man sie vermisst.



Ernte von deutschem Fruchtgemüse nimmt Fahrt auf

Mit dem freundlichen Frühlingswetter hat bei den Mitgliedsbetrieben der Erzeugergenossenschaft Landgard die Ernte von frischem deutschem Fruchtgemüse Fahrt aufgenommen. Die ersten frischen regionalen Gurken und Tomaten aus unbelichtetem geschütztem Anbau waren in kleineren Mengen bereits seit Ende Januar bzw. Ende März erhältlich. Mitte März konnten außerdem erstmals am Niederrhein auch frische Auberginen geerntet werden. Dank der vielen Sonnenstunden hat im April

2020 die Haupternte von Mini- und Schlangengurken, Cherry-, Cherryromarispfen-, Eier-, Dattel- und Rispentomaten sowie den exklusiv von Landgard vermarkteten Honigtropfen begonnen.



Mai

Der neue Alltag als Chance – mit kreativen Ideen durch die Krise

Spätestens im Mai wurde mehr und mehr deutlich: Auch in den kommenden Monaten der Alltag anders aussehen als gewohnt. Das eigene Zuhause und die Familie wurden dabei noch mehr zum Dreh- und Angelpunkt. Warum neue Trends – vom Urlaub zuhause über die Arbeit im Homeoffice bis hin zur Indoor-Wellness – perfekt zur Grünen Branche und auch zum Lebensmittelhandel passen, hat die Initiative „1000 gute Gründe“ mit Konzepten wie „Staycation“, dem neuen Urlaubstrend 2020, gezeigt. Umgeben von passenden Blumen und Pflanzen und verwöhnt mit landestypischen Speisen träumen wir uns ganz schnell fort in unsere liebste Urlaubsregion. Für den Handel bieten sich hier unzählige Möglichkeiten, den

Urlaub daheim am eigenen POS immer wieder neu aufzugreifen und Verbraucher mit länderspezifischen Blumen, Pflanzen, Obst und Gemüse für die schönste Zeit des Jahres zu inspirieren.



Evelina im Rheinland – surprisingly apple

Kernobstbetriebe aus dem Rheinland setzen in Zukunft auch auf die Apfelsorte „Evelina“. Landgard hat gemeinsam mit dem Obstbaubetrieb Sonntag in Wachtberg rund 5.000 zweijährige Bäume der vom Pinova abstammenden Sorte gepflanzt, die unter der eingetragenen Marke „Evelina“ vermarktet werden. 2021 sollen noch einmal 2.500 Evelina-Bäume beim Obsthof Sonntag folgen. Durch die Kooperationsvereinbarung mit Evelina Deutschland wird Landgard die Vermarktung der Evelina-Äpfel in der Region West kontinuierlich ausbauen. In den nächsten Jahren soll die Produktion gemeinsam mit den Erzeuger*innen durch weitere Pflanzungen auf mindestens 75 Hektar ausgeweitet werden.



Juni

Johannes von Eerde und Dr. Svea Pacyna-Schürheck in Geschäftsführung berufen

Johannes von Eerde wurde mit Wirkung zum 1. Juni 2020 zum weiteren Geschäftsführer der Landgard West Obst & Gemüse GmbH berufen. Mit Johannes von Eerde hat Landgard einen professionellen Top-Manager mit internationaler Ausrichtung gewonnen. Er wird die Obst- und Gemüse-Vermarktung in der Kernregion West mit zusätzlichen Impulsen im Hinblick auf Effizienz, Prozessoptimierung und Internationalisierung stärken. Weiterhin wurde Dr. Svea Pacyna-Schürheck mit Wirkung zum 1. Juni 2020 in die Geschäftsführung der Erzeugerorganisation Landgard Obst & Gemüse GmbH & Co. KG berufen. Gemeinsam mit Thomas Schlich verantwortet sie die umfassenden Belange der Erzeugerorganisation und die spartenübergreifenden Themen verantworten. Ihre erfolgreiche Arbeit im Bereich des Qualitäts- und Nachhaltigkeitsmanagements führt sie darüber hinaus verantwortlich weiter.



1000 gute Gründe, die Landesgartenschau zu besuchen

Auf der Laga Kamp-Lintfort 2020 hat die Initiative „1000 gute Gründe“ gezeigt, wie aktuelle Trends rund um Blumen und Pflanzen die Wohnung, den Garten oder den Balkon zum perfekten Rückzugsort machen. Mit über 10.000 Pflanzen wurde die rund 1.000 Quadratmeter große Blumenhalle der Laga dazu in einen blühenden Ruhepol verwandelt – inklusive Liegestühlen und einem Gewässer in der Mitte, perfekt zum Genießen, Verweilen und Entspannen. Damit hat „1000 gute Gründe“ den Besu-

chern gezeigt, wie jeder sein persönliches Umfeld grüner, schöner und nachhaltiger machen kann. Dabei wurden gezielt aktuelle Trends aufgegriffen – vom Urlaub daheim über die grüne Wellness-Location bis zum leckeren Buffet für Mensch und Tier im eigenen Garten.



Landgard Umsatz steigt 2019 auf über zwei Milliarden Euro

Landgard hat im Jahr 2019 eine Umsatzsteigerung um 3 % auf 2,012 Mrd. EUR (Vorjahr 1,953 Mrd. EUR) erzielt. Davon entfielen 1,225 Mrd. EUR (Vorjahr 1,212 Mrd. EUR) auf die Sparte Blumen & Pflanzen und 761 Mio. EUR (Vorjahr 715 Mio. EUR) auf die Sparte Obst & Gemüse. Der Bereich Logistik und Dienstleistungen trug wie im Vorjahr 26 Mio. EUR zum Gesamtumsatz der Landgard Gruppe bei. Das Ergebnis vor Steuern (EBT) stieg um mehr als 31 % und fiel mit 25,3 Mio. EUR deutlich besser aus als im Vorjahr. Gleichzeitig konnten die Bankverbindlichkeiten weiter stark reduziert werden. Sie verringerten sich um 60,8 Mio. EUR auf 143,0 Mio. EUR. Parallel dazu stieg die Quote des wirtschaftlichen Eigenkapitals auf 17,9 Prozent.



Juli

Der Himmel blüht auf – mit „1000 gute Gründe“

Im Herzen der Gartenbauregion am Niederrhein blüht der Himmel auf – mit dem neuen „1000 gute Gründe“-Heißluftballon. Denn gerade dort, wo viele starke Erzeugerbetriebe der Grünen Branche zuhause sind, gibt es schließlich 1000 gute Gründe für Blumen, Pflanzen, Obst und Gemüse. Darum ist die Initiative „1000 gute Gründe“ gemeinsam mit dem Ballonfahrtunternehmen Xanten Ballooning angetreten, Verbraucher*innen beim Blick in den sommerlichen Himmel so richtig Lust auf tolle frische Produkte aus der Region zu machen.



Landgard beruft Karl Voges zum Vorstand

Der Aufsichtsrat hat Karl Voges mit sofortiger Wirkung zum Vorstand der Landgard eG berufen. In dieser Funktion hat er insbesondere die Verantwortung für die Sparte Obst & Gemüse übernommen. Labinot Elshani ist aus dem Vorstand ausgeschieden. Karl Voges kennt Landgard aufgrund seiner vorherigen Vorstandsarbeit sehr gut und ist in der Branche exzellent vernetzt. Er hat über 20 Jahre Berufserfahrung in genossenschaftlichen Organisationen, unter anderem von 2013 bis 2017 als Vorstand bei Landgard. In dieser Funktion hat er während der Sanierungsphase maßgeblich zur erfolgreichen Restrukturierung beigetragen, insbesondere in der Sparte Obst & Gemüse.



Umfirmierung zur Landgard Süd Obst & Gemüse GmbH

Mit dem Zusammenschluss der Landgard Obst & Gemüse GmbH Kehl und der Magli & Noël GmbH zur neuen Landgard Süd Obst & Gemüse GmbH hat Landgard die Regionalstruktur im Bereich Obst & Gemüse komplettiert. Unter dem gemeinsamen Dach von Landgard Süd Obst & Gemüse können die regionalen Kund*innen noch zielgerichteter und individueller betreut und mit frischen Waren der Mitgliedsbetriebe versorgt werden.



Umbau am Standort Lüllingen abgeschlossen

Die Umbaumaßnahmen am Standort Lüllingen wurden nach acht Monaten erfolgreich abgeschlossen. Mit energiesparender LED-Beleuchtung, frischen Farben und moderner Klimatechnik bieten die Büroräume den dortigen Kolleg*inne eine noch angenehmere Umgebung für die tägliche Arbeit. Zusätzlich wurden die Logistikflächen im Rahmen der Modernisierungsmaßnahmen im Sinne einer bedarfsge rechten und optimierten Nutzung analysiert

und neu verteilt.



August

NRW-Ministerin Ursula Heinen-Esser besuchte Landgard

Landgard steht im Interesse der mehr als 3.000 Mitgliedsbetriebe und der Grünen Branche insgesamt in einem kontinuierlichen Austausch mit politischen Mandatsträgern auf kommunaler, landesweiter und bundesweiter Ebene. Ein Beispiel dafür war der Besuch der nordrhein-westfälischen Landesministerin Ursula Heinen-Esser in der Landgard Zentrale in Straelen-Hehronen. Begleitet wurde sie dabei von der nordrhein-westfälischen Landtagsabgeordneten Margret Voßeler-Deppe.



Vielversprechende Premiere für die digitalen Ordertage

Landgard war mit der Premiere des neuen digitalen Ordertage-Formats sehr zufrieden und auch die Kund*innen haben ein sehr positives

Feedback abgegeben. Im Ergebnis wurden die Erwartungen in punkto Kundenzahl im Webshop und Umsatz klar übertroffen. Die Abverkäufe haben sich auf hohem Niveau über das gesamte Sortiment hinweg verteilt und auch die Bereiche Trendways und Hortiways waren gut frequentiert. Für die Premiere der digitalen Herbst-Ordertage wurden fast 4.000 Produkte von rund 130 Erzeugern im Webshop mylandgard.de für die Kund*innen zur Order freigeschaltet.



Technische Umrüstung der Uhrenfront von Veiling Rhein-Maas abgeschlossen

Die technische Umrüstung der Uhrenfront im Versteigerungssaal von Veiling Rhein-Maas auf modernste LED-Technik wurde erfolgreich abgeschlossen. Um die moderne Uhrenfront optimal nutzen zu können, wurden im Anschluss in Abstimmung mit der Kundenvertretung noch Anpassungen am Layout und Design durchgeführt. Dieses leicht überarbeitete Layout wird seit Anfang November 2020 an allen acht Uhren angezeigt. Schon vor der Modernisierung der Versteigerungsuhr hatte Veiling Rhein-Maas im Rahmen der Corona-Pandemie die Fernkaufkapazitäten erweitert, um mehr Kund*innen die Möglichkeit zu bieten, digital einkaufen zu können.



September

Florian Hinrichs zum Geschäftsführer der Landgard Obst & Gemüse Holding GmbH berufen

Florian Hinrichs, seit Januar 2020 Geschäftsführer der Landgard Blumen & Pflanzen GmbH, wurde vom Gesamtvorstand der Landgard eG mit Wirkung zum 01.09.2020 zusätzlich als weiterer Geschäftsführer der Landgard Obst & Gemüse Holding GmbH berufen. Er wird zusätzlich zu seiner Tätigkeit bei Blumen & Pflanzen im Bereich Obst & Gemüse die regionalen Obst- und Gemüse-Einheiten unterstützen. Ziel ist es, die gesamte Sparte Obst & Gemüse weiter zu stärken, die KAM-Strukturen zu koordinieren und einen konzertierten, gemeinsamen Ansatz zu verfolgen.



Livemusik und Summerfeeling im „1000 gute Gründe“-Strandkorb

Für alle, die nach einem Sommer ohne Events unter Festival-Entzug litten, hatte das Team von „1000 gute Gründe“ die perfekte Gelegenheit: Über Facebook und bei Instagram verlost

die Initiative je zwei Plätze für die Konzerte von Gentleman und Pietro Lombardi beim STRAND-KORB Open Air im SparkassenPark Mönchengladbach. Im schön geschmückten „1000 gute Gründe“-Strandkorb, umgeben von frischen Blumen, Gräsern und mit Leckereien aus einem „1000 gute Gründe“-Picknickkorb machte sich bei den glücklichen Gewinnern schon vor dem eigentlichen Konzertbeginn entspannte Urlaubsatmosphäre breit. Das passte natürlich ideal zum Reggae-Sound von Gentleman, der Partymusik von Pietro Lombardi und schönem Spätsommerwetter.



1000 gute Gründe für ein Picknick

Gibt es eine schönere Art, einen Spätsommerabend zu genießen, als mit einem gemütlichen Picknick? Darum hat die generische Initiative „1000 gute Gründe“ Anfang September vor der traumhaften Kulisse des Wasserschlosses Haus Neersdonk gleich 30 Picknickdecken ausgebreitet. Die Plätze auf den Decken wurden vorab innerhalb des 1000 gute Gründe-Netzwerks on- und offline verschenkt. Bei Snacks aus dem neuen 1000 gute Gründe Food & Flower-Truck und leckeren Obst und Gemüse-Picknickkörben konnten die glücklichen Teilnehmer den Abend dann gemeinsam entspannt ausklingen lassen und genießen.

Oktober

Landgard tritt wieder in den ZVG ein

Die Erzeugergenossenschaft Landgard ist mit Wirkung zum 1. Oktober 2020 wieder als Mitglied in den Zentralverband Gartenbau e. V. eingetreten. Das ist das Ergebnis eines kontinuierlichen Austausches zwischen dem ZVG und Landgard in den Monaten zuvor. Unterzeichnet wurde der Wiedereintritt im Beisein von Jürgen Mertz, Präsident des ZVG, Bertram Fleischer, Generalsekretär des ZVG, den Landgard Vorständen Dirk Bader und Karl Voges sowie Bert Schmitz und Willi Andree, dem Vorsitzenden und dem stellvertretendem Vorsitzenden des Aufsichtsrates der Landgard eG.



Johannes von Eerde zum Geschäftsführer der Landgard Obst & Gemüse GmbH & Co. KG berufen

Johannes von Eerde, seit Juni 2020 Geschäftsführer der Landgard West Obst & Gemüse

GmbH, wurde mit Wirkung zum 01.10.2020 zusätzlich als weiterer Geschäftsführer der Erzeugerorganisation Landgard Obst & Gemüse GmbH & Co. KG berufen. Johannes von Eerde wird die Erzeuger*innen dabei unterstützen, die heimische Produktion weiterzuentwickeln und bei allen relevanten Themen als Ansprechpartner fungieren.



Blumen und Pflanzen erobern den UFA Palast Düsseldorf

Besonders wenn man anderen Menschen körperlich gerade nicht nahe kommen soll, braucht es kreative Ideen, um diesen Abstand zu überbrücken. Dass Blumen und Pflanzen die schönsten „Lückenfüller“ sind, davon konnten sich nichtsahnende Kinobesucher im UFA Palast Düsseldorf überzeugen. Zur Primetime-Vorstellung des US-Blockbusters „Tenet“ erwarteten sie im Kinosaal wirklich außergewöhnliche Sitznachbarn. Wo unter normalen Umständen Filmfreunde dicht nebeneinander Platz nehmen, eroberten an diesem Abend über 150 Monstera, Musa, Scindapsus, Chrysanthemen, Bromelien und Co. sowie imposante Blumensträuße den Filmsaal. Gemeinsam mit den Initiativen Tollwasblumenmachen.de, Pflanzenfreude.de, der Tannendiele Düsseldorf, Fleurop und dem UFA Palast Düsseldorf hatte das Team von „1000 gute Gründe“ im Rahmen der internationalen Kampagne „Fülle den Abstand mit Schönen“ in einer Guerilla-Aktion rund die Hälfte der verfügbaren Sitzplätze mit angesagten Trendpflanzen geschmückt.



November

Neuer Retail-Bereich im organisierten Handel

Landgard baut den Bereich organisierter Handel in der Sparte Blumen & Pflanzen im Hinblick auf Schlagkraft und Effizienz gezielt aus. Dazu sind die bisher getrennten Bereiche LEH, Discount und neue Geschäftsfelder zum neuen Bereich Retail verschmolzen. Damit schafft Landgard in diesem Bereich die strukturellen Voraussetzungen für weiteres Wachstum, optimale logistische Abläufe und den weiteren Ausbau von strategischen Kundenbeziehungen. Florian Hinrichs, Geschäftsführer der Landgard Blumen & Pflanzen GmbH, wird die neue Retail-Einheit verantworten. Diese wird im Topfpflanzensegment von Matthias Ribkens, im Schnittblumenbereich von Ronald Haarman geleitet.



Digitale Vertreterversammlung der Landgard eG

Nach der Corona-bedingten Verschiebung im Juni hat die ordentliche Vertreterversammlung der Landgard eG am 24.11.2020 erstmals als virtuelle Veranstaltung stattgefunden. Die Vertreter*innen hatten dabei die Möglichkeit, sich per Video, Telefon oder Chat mit Redebeiträgen einzubringen. Die erforderlichen Abstimmungen wurden über ein in die Videokonferenz integriertes Abstimmungstool in Echtzeit durchgeführt.



Digitale Herbstversammlung Blumen & Pflanzen

Am Tag vor der Vertreterversammlung wurden mit ähnlicher Technik auch die Regionalversammlungen der Sparte Blumen & Pflanzen als gemeinsame digitale Herbstversammlung mit mehr als 300 Teilnehmern durchgeführt.



10-jähriges Jubiläum von Veiling Rhein-Maas am 29.11.2020

Ende 2010 wurde Veiling Rhein-Maas als Joint Venture des deutschen Unternehmens Landgard und des niederländischen Unternehmens Royal FloraHolland gegründet. Da das 10-jährige Jubiläum aufgrund der Corona-Pandemie nicht mit einer großen Veranstaltung gefeiert werden konnte, fand eine Jubiläumswoche mit einigen Überraschungen in Straelen-Herongen statt.



Dezember

Gemeinsam stark durch das Jahr 2020

Lockdown und Kurzarbeit, perfektes Gartenwetter und Rekordumsätze - dieses Jahr der Extreme hat allen in der Grünen Branche viel abverlangt. Es hat aber auch gezeigt, was wirklich wichtig ist: Zusammenhalt, Kreativität, Engagement, die Familie und das Zuhause als Lebensmittelpunkt mit Wohlfühlfaktor. Grund genug für die Initiative „1000 gute Gründe“, dieses in jeder Hinsicht außergewöhnliche Jahr mit allen Höhen und Tiefen in einem besonderen filmischen Rückblick unter dem #gemeinsamstark noch einmal Revue passieren zu lassen.



Gute Stimmung auf dem Forum „Fokus Baumschule“ in Wiesmoor

Bis Mitte Dezember 2020 hat Landgard eingeladenen Besucher*innen in Wiesmoor im Rahmen des Forums „Fokus Baumschule“ das umfangreiche Sortiment aus norddeutschem Anbau und viele kreative Ideen präsentiert. Das Fazit nach dem Abschluss fiel positiv aus – trotz Corona-Pandemie und den damit verbundenen Veränderungen im Veranstaltungskonzept. Landgard hat mit einem sehr gut ausgearbeiteten Hygienekonzept für die Sicherheit der Kund*innen auf der rund 1.500 Quadratmeter großen Ausstellungsfläche gesorgt. Dazu gehörte auch, dass die Besucher*innenanzahl deutlich reduziert und mittels persönlicher Einladungen gleichmäßig über die Dauer des Forums verteilt wurde.



Neue Bildsprache für die Konzernmarke Landgard

Die genossenschaftliche Tradition sowie das Können und der Einsatz aller Mitarbeiter*innen bilden die Basis des Erfolgs von Landgard –

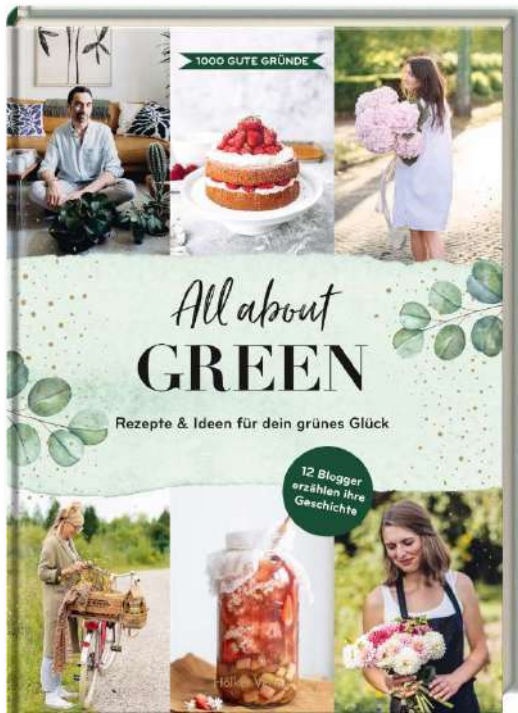
und der Nähe zu Kund*innen und Erzeuger*innen. Aus diesem Wissen heraus entstand der Wunsch, dass diese starken Wurzeln und grundlegenden Werte auch im Außenauftritt des Konzerns noch besser spürbar und erlebbar werden. Landgard steht heute mehr denn je für Heimat, Qualität, Sicherheit, Verlässlichkeit, Kreativität und Freundschaft. Die Schärfung der Positionierung und die damit einhergehende neue Bildwelt vermittelt diese Werte aktiv und sympathisch – auf partnerschaftlicher Augenhöhe und mit großer Authentizität. Der Gedanke „Aus der Natur – von Menschen für Menschen“ wird dabei in Form von kreativen und ausdrucksstarken Imagebildern gezeigt, in denen Naturaufnahmen mit Personenfotos verschmelzen. Ergänzt werden sie durch authentische Momentaufnahmen aus der Praxis, die ebenso lebendig, aktiv, offen und ausdrucksstark sind wie der Landgard-Alltag rund um Blumen, Pflanzen, Obst und Gemüse.



All about Green – 1000 gute Gründe veröffentlicht erstes Buch

Kurz vor Weihnachten ist das erste Buch der Initiative „1000 gute Gründe“ erschienen. Unter dem Titel „All about Green“ bietet das Buch auf über 100 Seiten eine bunte Auswahl von Arbeiten rund um Blumen und Pflanzen sowie Obst und Gemüse, die gemeinsam mit tollen Influencern exklusiv für alle Blumenfreunde und Obst- und Gemüsefans erarbeitet wurden. Ob DIY-Idee oder Rezept – jeder Beitrag steht mit seiner ganz persönlichen Note für einen der kreativen 1000 gute Gründe-Partner und zeigt,

wie bunt, vielfältig, abwechslungsreich und individuell der Zugang zu frischen grünen Produkten ist.



Landgard Ost Obst & Gemüse zieht nach Halle (Saale)

Die Landgard Ost Obst & Gemüse GmbH ist zum 01.01.2021 nach Halle (Saale) umgezogen. Der neue Standort bietet optimale Voraussetzungen für den sich stark entwickelnden Dienstleistungsbereich. Von dort aus bietet das Unternehmen Erzeuger*innen und Kund*innen weiterhin etablierte Dienstleistungen wie regionale Erzeugerbetreuung, Packdienstleistungen sowie die Einlagerung inklusive eines umfangreichen Qualitätsprüfungssystems an. Logistkdienstleistungen wie das Cross-Docking werden weiter optimiert und ausgebaut. Der bisherigen Obst- und Gemüse-Standort Berbersdorf wurde zum 31.12.2020 verkauft.



V. GESCHÄFTSFELDER UND AUSGEWÄHLTE GESELLSCHAFTEN

V.1 Geschäftsfeld Blumen & Pflanzen

Das Geschäftsjahr 2020 war für die Sparte Blumen & Pflanzen maßgeblich durch COVID-19 beeinflusst. Nach viel Unsicherheit vor und während dem ersten Lockdown ist es trotzdem gelungen, den Umsatz im Geschäftsfeld Blumen & Pflanzen um ca. 5,4 % zu steigern.

Durch die vielfältigen Pandemie-Maßnahmen und den damit verbundenen Rückzug ins Private haben sich die Verbraucher*innen sehr stark mit Themen rund um Haus und Garten beschäftigt – was dann natürlich auch die Nachfrage nach Blumen und Pflanzen gesteigert hat. Zusätzlichen Rückenwind hat dieser Effekt durch das anhaltend gute Wetter von April bis September erhalten.

Dank der unterschiedlichen Ausrichtung der verschiedenen Vermarktungswege in der Sparte Blumen & Pflanzen war Landgard 2020 in der Lage, Lockdown- bedingte Umsatzrückgänge in Bereichen wie dem Fachhandel oder dem Organisierten Handel teilweise auszugleichen.

Wie in vielen anderen gesellschaftlichen Bereichen auch, hat das (erste) Pandemiejahr viele strategische Themen und Entwicklungen in der Sparte Blumen & Pflanzen deutlich beschleunigt.

Wir haben dieses Tempo sehr gerne mitgenommen und viele zukunftsorientierte Entscheidungen getroffen. Hier sind z. B. der kommende neue Markt in Linz, die neue Retail-Vertriebsstruktur, der Ausbau des Webshops mylandgard.com und die deutlich digitalere Meetingkultur zu nennen.

Im Themenbereich Nachhaltigkeit wurde intensiv daran gearbeitet, unsere Materialkreisläufe noch stärker darauf auszurichten. Beispielhaft ist hier die Entwicklung der Kreislauf-Transportpalette TrayC zu nennen. Darüber hinaus wurden zum Beispiel auch kunststofffreie Vermarktungskonzepte wie „Pflanz den Topf“ weiterentwickelt.

Cash & Carry

Die Umsatz- und Geschäftsentwicklung der Cash & Carry-Märkte war maßgeblich durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie geprägt.

Nach einem guten Start in den Monaten Januar und Februar und erfolgreich stationär durchgeführten Frühjahrs-Ordertagen, die mit einem Umsatzplus von rund 4 % gegenüber dem Vorjahr endeten, wurde der Geschäftsverlauf in den Cash & Carry-Märkten Mitte März durch den ersten Lockdown zunächst nachhaltig negativ beeinflusst.

Dieser Ausnahmesituation wurde mit der Verkürzung der auf die jeweiligen Gegebenheiten der Cash & Carry-Standorte angepassten Öffnungszeiten sowie der konsequenten Umsetzung von adäquaten Maßnahmen in der Personaleinsatzplanung Rechnung getragen.

Im weiteren Verlauf der Pandemie konnten die eingeleiteten, operativ notwendigen Maßnahmen dann aufgrund von sukzessiven, regionalen Lockerungen und dem sich normalisierenden Geschäftsverlauf im stationären Blumenfachhandel angepasst werden. Der aus dem Monat März resultierende signifikante Umsatzverlust konnte dadurch ab Mitte April kompensiert werden.

Die Geschäftsentwicklung bis zum neuerlichen Lockdown Mitte Dezember verlief weitestgehend – mit Ausnahme einer allgemein Corona-bedingten Verknappung von „grüner“ Handelsware – ohne weitere nennenswerte Beeinflussungen. Auch die im August aufgrund der bestehenden Beschränkungen für die Durchführung von Messen erstmals digital durchgeführten Herbst-Ordertage des Fachhandels haben die Erwartungen in puncto Kundenfrequenz im Webshop sowie Umsatz umfänglich erfüllt.

Der Monat Dezember war wiederum negativ geprägt durch die Corona-bedingten, regionalen Beschränkungen im Blumenfachhandel und trug maßgeblich zum deutlich schwächeren Geschäftsverlauf zum Jahresende bei.

Insgesamt betrachtet konnte das Jahr 2020 im

Bereich der Cash & Carry-Märkte – insbesondere auch aufgrund der zeitnah und zielgerichtet eingeleiteten operativen Maßnahmen – mit einem deutlich verbesserten EBITDA (Ergebnis vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen auf Sachanlagen und auf immaterielle Vermögensgegenstände) gegenüber 2019 abgeschlossen werden.

Floristikbedarf

In der Landgard-Floristik (Trendways) war das Jahr 2020 durch ein weitreichendes Umstrukturierungsprojekt geprägt. Dazu wurden Sortimentsanalysen, Bestandsbewertungen und Zukunftsstrategien erarbeitet und entwickelt.

Der Vorjahresumsatz wurde trotz widriger Umstände – etwa dem Wegfall sämtlicher aus floristischer Sicht relevanten Events wie Hochzeiten, großen Feiern etc. – nur um 0,9 % verfehlt.

Veiling Rhein-Maas

Veiling Rhein-Maas blickt insgesamt auf ein positives Geschäftsjahr 2020 zurück und verzeichnet mit einem Produktumsatz von 387 Mio. Euro eine Steigerung von 11 % im Vergleich mit dem Vorjahr. Im Rahmen der Corona-Pandemie wurden die digitalen Vermarktungskanäle des Marktplatzes – Uhrvorverkauf, Fernkauf und Webshop – verstärkt genutzt. Um mehr Kund*innen die Möglichkeit zu bieten, digital einkaufen zu können, wurde die Fernkaufkapazität Anfang April erweitert. Der Anteil des Fernkaufumsatzes am Gesamtumsatz der Versteigerung lag 2020 bei fast 37 % – 2019 betrug dieser noch rund 30 %. Auch der Klokservice hat 2020 einen Rekordumsatz mit einer Steigerung von rund 26 % erzielt. Dennoch bleibt die physische Uhr weiterhin der wichtigste Vermarktungskanal in Straelen-Herongen und erzielte 2020 einen 8 % höheren Produktumsatz als im Vorjahr. Daher investierte Veiling Rhein-Maas 2020 auch in die Umrüstung aller acht Uhren auf modernste LED-Technik.

Bloomways

Die gesamte Schnittblumen-Branche blickt auf ein sehr herausforderndes Corona-Jahr 2020

zurück. Insbesondere der erste harte Lockdown im März führte zu einer deutlichen Ergebnisverschlechterung bei der Schnittblumen-Tochter Bloomways. Warenbestände mussten vernichtet werden und in Folge der behördlich angeordneten Schließungen der Blumenfachgeschäfte ging auch die Nachfrage deutlich zurück. Während der Sommermonate litt der Absatz, weil Events wie insbesondere Hochzeiten nahezu komplett ausfielen. Spätestens mit dem zweiten Lockdown zum Weihnachtsgeschäft konnte sich der Gesamtabatz für 2020 nicht mehr erholen.

Maßnahmen zur Ergebnisverbesserung wurden in Form von Kurzarbeit und reduzierten Öffnungszeiten eingeleitet. Trotz dieser miserablen Rahmenbedingungen hat Bloomways auch in 2020 die Expansion des Filialnetzes weiter vorangetrieben und neben den Standorten in Chemnitz und Korntal-Münchingen einen weiteren Standort in Dresden-Kaditz eröffnet.

Gartenbaubedarf

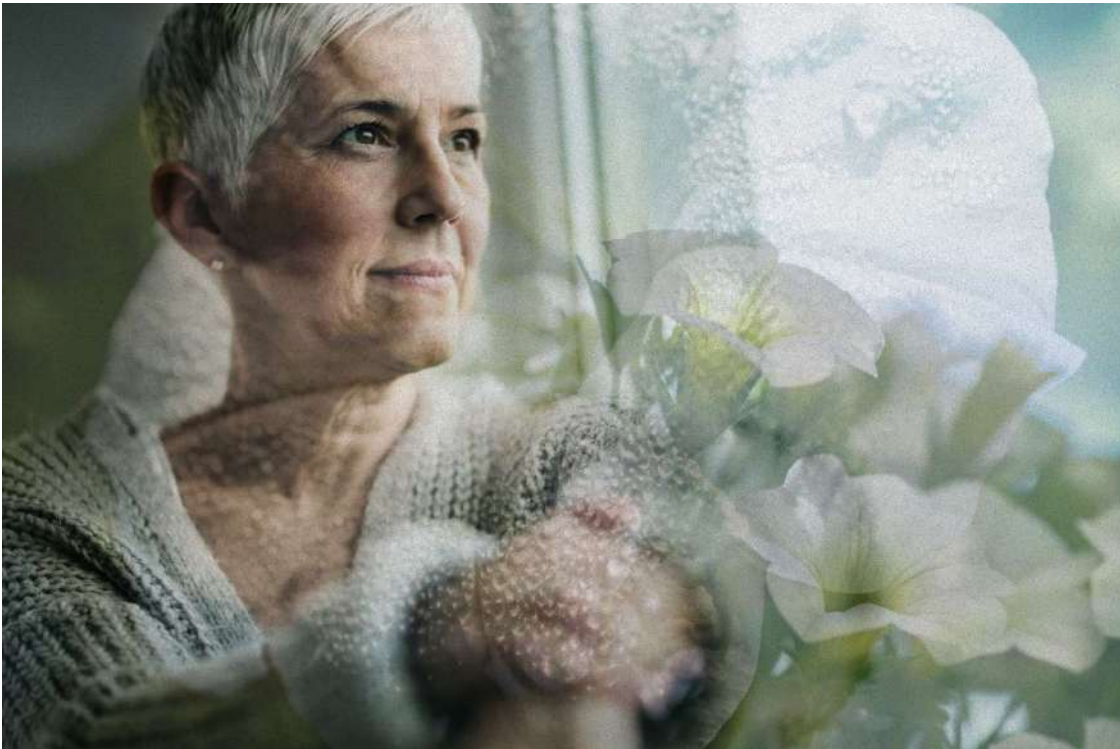
Der Landgard-Gartenbaubedarf (Hortiways) hat seinen Umsatz bedingt durch die positive Vermarktungssituation in der Hauptsaison und dem daraus resultierenden Bedarf an Produktionsmitteln in den Erzeugerbetrieben um 4,5 % gegenüber dem Vorjahr steigern können.

Darüber hinaus wurde ein Außendienst in Norddeutschland etabliert, um die Marktpresenz des Gartenbaubedarfs in den dortigen Anbaugebieten zu erhöhen.

Zusätzlich wurde das strategische Thema Kreislaufmanagement dahingehend ausgebaut, dass insgesamt mehr als 300 Tonnen Kunststoff in Form von Transportpaletten im Kreislauf gehalten wurden. Hierzu wurden diese Mengen zu Rezyklat verarbeitet, um daraus erneut Transportpaletten zu produzieren.

Fachhandelsvertrieb

Die Umsatzentwicklung der Fachhandelsvertriebs-Standorte Herongen, Lüllingen, Korntal, Wiesmoor und Lingen war inklusive der Direktgeschäfte gegenüber dem Vorjahr durchweg sehr positiv. Die Auswirkungen der Pandemie



waren nur im März negativ, alle folgenden Monate waren deutlich über Vorjahr. Der Webshop mylandgard.com wurde von deutlich mehr Kund*innen genutzt. Das insgesamt größere Volumen im Webshop erleichtert und beschleunigt die interne Auftragsabwicklung und die Platzierung der Aufträge aus dem Webshop bei den Erzeuger*innen wesentlich. So war es auch möglich, die Herbst-Ordertage auf mylandgard.com digital durchzuführen. Der Ausbau der Aktivitäten mit Kund*innen, die im Versandhandel tätig sind, führte auch in diesem Bereich des E-Commerce zu einem deutlichen Umsatzwachstum.

Vertrieb Organisierter Handel

Das Jahr 2020 war auch im Organisierten Handel durch Effekte der Corona-Krise geprägt. Durch Schließungen im Nonfood-Sektor wurde hier der Bereich DIY empfindlich getroffen. Die daraus resultierenden Umsatzverluste aus dem März-Lockdown konnten auch im Jahresverlauf nicht mehr komplett aufgeholt werden.

Sehr positiv verlief hingegen das Geschäft des Organisierten Handels im Bereich der Food-Kund*innen. So hatte der Bereich Retail einen erfreulichen Jahresverlauf, der vor allem durch

zwei Faktoren getrieben wurde. Zum einen startete die Saison, angetrieben durch das wochenlange hervorragende Wetter insbesondere auch über die Ostertage, überdurchschnittlich stark. Zum anderen blieb die Nachfrage über den gesamten Frühling und Sommer hinweg anhaltend hoch. Hier wirkten sich vor allem der Verbraucher*innenfokus auf das häusliche Umfeld und die eingeschränkten Freizeit- und Reisemöglichkeiten positiv auf die Geschäftsentwicklung aus.

Messen- und Veranstaltungen

Die Messe- und Veranstaltungsaktivitäten der Sparte Blumen & Pflanzen spiegeln im Verlauf des Jahres 2020 auch die Entwicklung der behördlichen Vorgaben für die gesamte Messe- und Veranstaltungsbranche in Deutschland wider. So konnten im Januar und Februar die Blumenhalle auf der Internationalen Grünen Woche in Berlin, die Frühjahrs-Ordertage in Herongen und die Internationale Pflanzenmesse IPM in Essen noch weitgehend ohne Beeinträchtigungen durch das sich in dieser Phase weltweit verbreitende Coronavirus als stationäre Veranstaltungen stattfinden. Die Landgard-Messen und -Veranstaltungen im Herbst und Winter

fanden dann alle unter Pandemie-Bedingungen und damit vor allem digital statt.

Mit dem Motto „Natur in ihrer ganzen Vielfalt“, über hunderttausend Blumen und Pflanzen, einer blühenden Frühlingslandschaft mit Bäumen, Wegen und sogar einem See sowie vielen Mitmachaktionen haben Landgard und 1000 gute Gründe mit der Blumenhalle der Internationalen Grünen Woche 2020 den Geschmack der über 400.000 Messebesuchern absolut getroffen. Sie erlebten im Januar 2020 in der Halle 9 die ganze Pracht des Frühlings – und das, obwohl draußen noch der triste Berliner Winter herrschte. Landgard und 1000 gute Gründe hatten sich damit bereits zum dritten Mal in Folge ein neues Konzept für die Gestaltung der Blumenhalle einfallen lassen.

Kurz danach ist Landgard mit den Frühjahrs-Ordertagen in Herongen erfolgreich in die Frühjahrssaison 2020 gestartet. Nach einem zweistelligen Umsatzwachstum 2019 und der Neugestaltung der Ordertage wurde 2020 ein weiteres Umsatzwachstum von über 5 % gegenüber dem Vorjahr erzielt. Grundlage dafür war an beiden Tagen eine hohe Besucherfrequenz, die weit über den Vorjahren lag, und eine entsprechend intensive Ordertätigkeit der vielen nationalen und im zunehmenden Maße auch internationalen Kund*innen aus den Bereichen Fachhandel und Organisierter Handel. Das Portfolio der Frühjahrs-Ordertage umfasste mehr als 5.400 Artikel von rund 150 verschiedenen Landgard Mitgliedsbetrieben. Darüber hinaus präsentierten mehr als 40 Mitgliedsbetriebe ihre Sortimente an eigenen integrierten Ausstellerständen.

Unter dem Motto „Regional verwurzelt. National gefestigt. International wachsend.“ hat Landgard bei der Internationalen Pflanzenmesse (IPM) in Essen Ende Januar 2020 auf über 800 Quadratmetern und einem erweiterten Stand zentrale Faktoren für die Zukunft der Grünen Branche präsentiert. Dazu wurden die Vorteile der genossenschaftlichen Vermarktung für Kund*innen und Erzeuger*innen gezielt in den Mittelpunkt gerückt. Zahlreiche Be-

triebe, die Basis des Erfolgs der modernen vermarktenden Erzeugergenossenschaft sind, präsentieren sich auch 2020 wieder rund um die zentrale Ausstellungsfläche des Landgard-Messestandes. In knapp 30 Gärtnerlogen zeigten sie neue Produkte, Innovationen und ihre Stärken als moderne Produktionsbetriebe. Als einer der Höhepunkte wurden auch wieder die Landgard Awards in der Sparte Blumen & Pflanzen auf dem Messestand verliehen.

Die Herbst-Ordertage im August fanden dann erstmals vorrangig digital im Webshop mylandgard.com statt – mit Erfolg, denn Landgard konnte am Ende ein positives Fazit ziehen. Im Ergebnis wurden die Erwartungen in puncto Kundenzahl im Webshop und Umsatz klar übertroffen. Zur Premiere der digitalen Herbst-Ordertage wurden fast 4.000 Produkte von rund 130 Erzeugern im Webshop mylandgard.com für die Kund*innen freigeschaltet. Als weiteren digitalen Bestandteil des Ordertage-Konzeptes konnten sich die Kund*innen online eine 360 Grad-Visualisierung von ausgewählten Artikeln aus dem Ordertage-Sortiment ansehen. Dazu wurden die Top-Seller des Sortiments in der Baumschulabteilung des Cash & Carry-Zukunftsmarktes in Herongen aufgebaut und digitalisiert.

Am Tag vor der digitalen Vertreterversammlung der Landgard eG wurden im November auch die Regionalversammlungen der Sparte Blumen & Pflanzen als gemeinsame digitale Herbstversammlung mit mehr als 300 Teilnehmern durchgeführt. Die Teilnehmer*innen hatten dabei die Möglichkeit, sich per Video, Telefon oder Chat mit Redebeiträgen einzubringen.

Den Abschluss des Landgard-Veranstaltungsjahres markierte wie immer das Forum „Fokus Baumschule“ in Wiesmoor. Dabei hat Landgard bis Mitte Dezember eingeladenen Besucher*innen das umfangreiche Sortiment aus norddeutschem Anbau und viele kreative Ideen präsentiert. Das Fazit nach dem Abschluss fiel positiv aus und das Auftragsvolumen hat die Erwartungen weit übertroffen – trotz Corona-Pandemie und den damit verbundenen Veränderungen im Veranstaltungskonzept. Landgard

hat mit einem sehr gut ausgearbeiteten Hygienekonzept für die Sicherheit der Kund*innen auf der rund 1.500 Quadratmeter großen Ausstellungsfläche gesorgt. Dazu gehörte auch, dass die Besucher*innenanzahl deutlich reduziert und mittels persönlicher Einladungen gleichmäßig über die Dauer des Forums verteilt wurde. Dadurch ergab sich der nötige Freiraum, um die Sortimente für die Frühjahrssaison zusammen mit den einzelnen Kund*innen sorgfältig zu planen.

V.2 Geschäftsfeld Obst & Gemüse

Das zurückliegende Geschäftsjahr wurde in der Sparte Obst & Gemüse insbesondere durch die Infektionskrankheit COVID-19 stark beeinflusst, die sich seit dem Frühjahr auch in Deutschland ausgebreitet hat. Die in- und ausländischen Produktionsstandorte und Partnerbetriebe standen durch das zeitweilige Einreiseverbot für ausländische Saisonarbeitskräfte vor enormen Herausforderungen bei den Pflanz- und Erntearbeiten zu Beginn des Frühjahres. Die gesamte Obst- und Gemüse-Branche litt unter steigenden Kosten durch die Umsetzung der umfangreichen Hygiene-, Quarantäne- und Abstandsanforderungen. Die Beschäftigung von Saisonarbeitskräften wurde dadurch stark reglementiert und war nur in kleinen, nicht wechselnden Arbeitsgruppen möglich. Darüber hinaus stieg in der Folge auch der administrative, organisatorische und finanzielle Aufwand zur Aufrechterhaltung der Produktion insgesamt. Es ist davon auszugehen, dass diese Anforderungen auch 2021 bestehen bleiben werden.

Eine weitere Herausforderung war die Kostenentwicklung im Bereich Logistik (Transport- und Intralogistik) aufgrund eines hohen Anteils von Leerfrachten im Rückladungsbereich durch den Einbruch der Exporte in die Ursprungsländer in Europa. Im Gegensatz dazu profitierte der gesamte Obsthandel Corona-bedingt von einer stark gestiegenen Nachfrage. Als systemrelevantes Unternehmen der kritischen Infrastruktur hat sich Landgard gemeinsam mit den

angeschlossenen Erzeugerbetrieben den außerordentlichen Herausforderungen dieser Pandemie gestellt und einheitliche Präventionsmaßnahmen entwickelt, um die Fortführung des Tagesgeschäftes sicherzustellen. Seit Beginn der Krise ist das installierte Landgard-Krisenmanagement erster Ansprechpartner für Mitgliedsbetriebe und Mitarbeiter*innen bei allen Fragen rund um das Coronavirus.

Trotz der Pandemie-bedingt außergewöhnlichen Marktsituation, teils wiederum extremen Witterungsbedingungen an den Produktionsstandorten und dem unverändert hohen Margendruck aufgrund der kundenseitigen Oligopool-Struktur, entwickelte sich das Geschäftsfeld Obst & Gemüse im vergangenen Geschäftsjahr 2020 weiterhin positiv. Diese Entwicklung ist auf eine größere Produktdiversifikation insbesondere bei Obst sowie das Wachstum mit eigenen nationalen und internationalen Mitgliedsbetrieben zurückzuführen.

Die privaten Ausgaben für frisches Obst und Gemüse lagen 2020 bei gestiegenem Absatz und höheren Durchschnittspreisen um gut 17 % über denen des Vorjahres. Ursächlich war ein Corona-bedingt stark gestiegener privater Konsum sowie stark ausgeweitete Homeoffice-Zeiten. Dadurch wurde zu Hause nicht zuletzt auch häufiger selbst gekocht. Das gesamte Marktvolumen in Deutschland lag bei rund 17,8 Mrd. EUR. Rund 16 % der Ausgabensteigerung sind hierbei insbesondere in den ersten drei Quartalen bei stark gestiegenen Durchschnittspreisen auf frisches Obst zurückzuführen. Diese positive Entwicklung betrifft vor allem die Produktsegmente Kern- und Beerenobst sowie Zitrusfrüchte und Exoten. Die Ausgaben im Bereich von frischem Gemüse stiegen gegenüber dem Vorjahr sogar um gut 18 % über fast alle Produkte hinweg. Nur Fresh Cut blieb vergleichsweise konstant.

Der unkonsolidierte Gesamtumsatz der Sparte Obst & Gemüse lag zum dritten Mal in Folge über der Milliarden-Grenze und betrug im Geschäftsjahr 2020 rund 1.132 Mio. EUR. Ungeachtet der wiederum teils sehr schwierigen Produktions- und Vermarktungsbedingungen



konnten in den meisten Geschäftseinheiten Mengen- und Umsatzsteigerungen erzielt werden.

Auch 2020 lag der Fokus auf der Vermarktung von Produkten aus ersthändigem Warenbezug der Mitgliedsbetriebe. Der Handel mit fremdproduziertem Obst und Gemüse ist immer dort wichtig, wo er zur Sicherung der Warenversorgung im Sinne ganzjähriger Category-Lösungen beiträgt. Neben der Vermarktung wurde auch weiterhin der Ausbau der nationalen und internationalen Erzeugerstrukturen mit hoher Priorität umgesetzt. Die Stärkung des weltweiten ersthändigen Warenbezugs, gepaart mit langfristigen Partnerschaften in strategisch wichtigen Beschaffungsländern ist essenziell, um den heutigen und insbesondere den künftigen Marktgegebenheiten und Herausforderungen gerecht zu werden.

Im Bereich E-Commerce konnten deutliche Umsatzsteigerungen im Bereich Obst & Gemüse verzeichnet werden. Dies liegt nicht nur an den Auswirkungen der Pandemie, sondern insbesondere auch an den kontinuierlich verbesserten Online-Aufritten der Händler*innen hinsichtlich einer einfachen Abwicklung, Produktsortiment, Warenverfügbarkeit, Qualität

und individueller Lieferdienste. Der E-Food-Bereich bei Landgard steigerte sich parallel zu der zuvor dargestellten Marktentwicklung im Vergleich zum Vorjahr um 34 %.

Auf Ebene der Einzelgesellschaften verzeichnete die Landgard Nord Obst & Gemüse GmbH eine weiterhin gute Entwicklung, die vor allem auf das Überseeportfolio zurückzuführen ist. Der Großteil des Umsatzwachstums wurde mit Bananen und Avocados aus Südamerika erzielt. Auch der Bereich der vorgereiften Exoten gewinnt zunehmend an Bedeutung. Ein zusätzlicher Faktor war die sehr gute Weiterentwicklung der ganzjährigen Category-Lösungen in den wichtigen Produktsegmenten zwischen der europäischen Saison und der Überseesaison.

Die Landgard Overseas GmbH konnte die Beschaffung von Überseeware sowie die Sicherstellung des ersthändigen Warenbezugs von exotischen Früchten aus Südamerika im Vergleich zum Vorjahr weiter deutlich ausbauen. Die Umsatzsteigerungen liegen hier im zweistelligen Prozentbereich. Im Fokus steht aktuell insbesondere der weitere Ausbau von Obst und exotischen Artikeln aus weltweiter Produktion sowie strategische Projekte im Bereich

der Eigenproduktion.

Nach einer Anlaufphase arbeitet der Obst- und Gemüse-Standort Rade/Neu Wulmstorf inzwischen profitabel. Dazu wurde sehr intensiv an dem Standort gearbeitet. Sämtliche Prozesse standen auf dem Prüfstand, die Effizienz wurde verbessert, Kosten reduziert, das Sortiment optimiert und das Sourcing deutlich ausgeweitet.

Landgard España konnte den Warenumsatz im vergangenen Jahr vor allem im Bereich Fruchtgemüse deutlich erhöhen. Ein zusätzlicher Umsatztreiber war der Gemüse-Export nach Frankreich, durch den Steigerungen im zweistelligen Prozentbereich realisiert werden konnten.

Auf ein wiederholt sehr erfolgreiches Geschäftsjahr blicken die Landgard West Obst & Gemüse GmbH mit den Standorten Roisdorf und Herongen sowie die MR Frische GmbH zurück. Die Umsatzerlöse der Landgard West Obst & Gemüse GmbH konnten trotz der Corona-Pandemie um rund 16 Mio. EUR (+10 %) auf 174 Mio. EUR gesteigert werden. Nahezu alle Produktgruppen legten bei den abgesetzten Mengen und den Preisen zu. Die Umsatzerlöse der MR Frische GmbH stiegen um 12 Mio. EUR auf 40 Mio. EUR. Insbesondere die Produktgruppen Fruchtgemüse und Bananen verzeichneten deutliche Umsatzzuwächse.

Die Restrukturierung von Vetter Slovakia ist im zurückliegenden Geschäftsjahr einen deutlichen Schritt vorangekommen. Die Gesellschaft weist einen Umsatzzuwachs von 16,4 % auf und schreibt das erste Mal seit über zehn Jahren ein positives operatives Ergebnis. Die Aussichten für die kommenden Jahre sind ebenfalls positiv.

Die Vermarktungsaktivitäten der Sparte Obst & Gemüse wurden auch 2020 durch neue, innovative Verkaufs- und Lizenzkooperationen ergänzt. Dadurch werden die Produkte am Point of Sale gezielt in Szene gesetzt und die Aufmerksamkeit der Konsument*innen wird durch den Wiedererkennungswert beliebter Marken geweckt. Neu hinzugekommen ist im Geschäftsjahr 2020 beispielsweise die Lizenzpart-

nerschaft „Pummel & Friends“, bei der ein Fabelwesen in Form eines Einhorns zu mehr Selbstliebe animiert. Die generische Werbeinitiative „Obst & Gemüse – 1000 gute Gründe“ zeigt immer wieder, wie lecker, frisch, gesund, nachhaltig, bunt oder auch genussvoll Obst und Gemüse sind. Dazu werden bekannte und neue Obst- und Gemüsearten kreativ in den Fokus gerückt, um insbesondere junge Leute gekannt dafür zu begeistern. Die Initiative hat auch 2020 wieder viele Menschen dort erreicht, wo sie sich heute überwiegend aufhalten: in Social Media-Kanälen wie Facebook oder Instagram.

Wesentliche gesellschaftsrechtliche Veränderungen

Landgard Italia GmbH

Mit Gründung der Landgard Italia GmbH differenziert die Landgard-Gruppe ihr Angebot im Bereich Obst und Gemüse weiter aus. Mit Sitz in Lana in Südtirol und damit im Herzen des oberitalienischen Apfelanbaugebietes, konzentriert sich die Landgard Italia GmbH auf die Bündelung des Importvolumens aus italienischer Produktion sowie den Aufbau neuer Sourcing-Strukturen. Der direkte Kontakt zu Erzeuger*innen und damit zum ersthändigen Warenbezug in Italien soll das Produktangebot stärken und eine ganzjährige Warenverfügbarkeit gewährleisten. Das Angebot umfasst nahezu alle Obst- und Gemüsearten, die die italienische Produktion von Sizilien in Süditalien bis nach Südtirol im Norden des Landes zu bieten hat.

Landgard Süd Obst & Gemüse GmbH

Im Zuge des weiteren strategischen Ausbaus der Regionalstrukturen wurden die Landgard Obst & Gemüse GmbH Kehl und die Magli & Noel GmbH gesellschaftsrechtlich verschmolzen und zum 01.07.2020 unter der neuen Firmierung als Landgard Süd Obst & Gemüse GmbH zusammengeführt. Durch die Zusammenführung kann Landgard die Nähe zu Kund*innen und Erzeuger*innen von den bestehenden Standorten Kehl, München und

Karlsruhe aus noch besser nutzen, Dienstleistungen bündeln und die Effizienz steigern. Mit der neuen Landgard Süd Obst & Gemüse GmbH vervollständigt Landgard die Zielsetzung, in allen vier Regionen Deutschlands über eine starke Regionalgesellschaft zu verfügen.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr konnte insbesondere der Standort München den Umsatz deutlich steigern. Vermarktet wurden hier vor allem Artikel aus den Produktkategorien Fruchtgemüse und Beerenobst. Auch die Beschaffung von Waren der eigenen Erzeugerbetriebe aus Marokko und der Türkei konnte weiter ausgebaut werden.

Landgard Ost Obst & Gemüse GmbH

Aufgrund der durch die Corona-Pandemie verursachten Ausgangsbeschränkungen und zeitweiligen Betriebsschließungen entstanden drastische Umsatzverluste in den Bereichen Gastronomie, Hotellerie und Convenience. Von dieser Entwicklung wurden auch die Abholmärkte am Cash-Markt-Standort in Dresden nicht verschont. Aufgrund dieser Entwicklung und der reinen Spezialisierung auf das Gastrogeschäft wurde der Markt in Dresden zum 30.04.2020 geschlossen.

Zum 01.01.2021 ist die Landgard Ost Obst & Gemüse GmbH vom Standort Berbersdorf an den neuen, zentralen Standort in Halle gezogen. Der Standort bietet aufgrund seiner verkehrsgünstigen Lage die optimalen Voraussetzungen für den sich stark entwickelnden Dienstleistungsbereich. Zusätzlich dazu werden die Kund*innen in der Region Ost auch weiterhin über die Cash-Märkte an den Standorten in Chemnitz und Leipzig in gewohnter Weise mit frischer Ware versorgt. Darüber hinaus bietet die Landgard Ost Obst & Gemüse GmbH Erzeuger*innen und Kund*innen auch weiterhin etablierte Dienstleistungen wie regionale Erzeugerbetreuung und Packdienstleistungen inklusive eines umfangreichen Qualitätssprüfungssystems an. Logistikdienstleistungen wie das Cross-Docking werden weiter optimiert und ausgebaut.

V.3 Geschäftsfeld Logistik

Im Geschäftsfeld Logistik konnte die Tochtergesellschaft Fresh Logistics System GmbH (FLS) ihren Umsatz 2020 vor Konsolidierung konstant gegenüber Vorjahr auf 103,9 Mio. EUR halten. Das Umsatzwachstum basiert ausschließlich aus der erfolgreichen Entwicklung der bisherigen Geschäftstätigkeit.

V.4 Geschäftsfeld Service

Zentrale Beschaffung

Bei der Zentralen Beschaffung standen im Jahr 2020 vor allem die Ausschreibung des Energiebedarfs (Strom/Gas) sowie die Beschaffung von Bauleistungen/ technischer Bedarfe für den Neubau der Obst & Gemüse-Halle M1 in Bornheim-Roisdorf im Mittelpunkt. Insbesondere durch die Bündelung von Mengenbedarfen (Energie) und fachlich geplanter und zentral ausgeschriebener Bauleistungen (Neubau M1) konnten hier deutliche Einsparpotenziale und teilweise auch Optimierungen der Prozessabläufe realisiert werden. Für 2021 werden sämtliche Beschaffungsthemen fortlaufend weiter zentralisiert und standardisiert, um die entsprechenden Einspareffekte zu realisieren. Größere Beschaffungsprojekte für 2021 sind u. a. der Neubau der Logistikhalle CE/CL in Roisdorf sowie die Optimierung der Beschaffungsstrategie bei Strom & Gas.

Marketing/Unternehmenskommunikation/Marktforschung

Im Jahr 2020 war die Arbeit im Marketing und in der Unternehmenskommunikation in vielen Bereichen stark durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie geprägt. In diesem Zusammenhang wurde im Frühjahr die Kampagne #gemeinsamstark zur Stärkung des Zusammenhalts in der Grünen Branche ins Leben gerufen und auf allen möglichen Kanälen gespielt. Am Ende des Jahres folgte unter dem Dach von #gemeinsamstark ein filmischer Rückblick auf dieses in jeder Hinsicht außergewöhnliche Jahr. Als weiteres wichtiges übergreifendes Thema

aus Marketing und Unternehmenskommunikation ist die Entwicklung eines neuen Corporate Designs und damit einer neuen Positionierung, einer neuen Bildsprache und eines neuen Wording zu nennen.

In der Unternehmenskommunikation lag im Jahr 2020 ein Schwerpunkt im Bereich der Krisenkommunikation rund um die Corona-Pandemie und den damit verbundenen Auswirkungen für Erzeuger*innen, Mitarbeiter*innen und Kund*innen. Die Unternehmenskommunikation war und ist in die regelmäßigen Videokonferenzen des Landgard-Krisenmanagementteams unter Leitung des Vorstands eingebunden, in denen auch die Leitlinien für die Kommunikation festgelegt werden. Auf dieser Basis werden Erzeuger*innen, Kund*innen und Mitarbeiter*innen seit Beginn der Corona-Pandemie regelmäßig über alle verfügbaren Kanäle wie Newsletter, Homepage und Intranet über neue Entwicklungen informiert. Aus Gründen des Infektionsschutzes wurde „Landgard im Dialog“, die jährliche Pressekonferenz zur Geschäftsentwicklung von Landgard, im Nachgang zur ebenfalls digital ausgerichteten Vertreterversammlung im November erstmals als virtuelle Pressekonferenz durchgeführt. Flankierend zum Ausbau einer digitalen Meetingkultur bei Landgard hat die Unternehmenskommunikation im Frühjahr einen Leitfaden zur Durchführung von Zoomkonferenzen erstellt und veröffentlicht. Im Rahmen der Fachpressearbeit zur Stärkung der Produktion wurden wieder zahlreiche saisonale Presseinformationen veröffentlicht. Nach dem Start mit Obst- und Gemüse-Produkten wurde das Themenspektrum 2020 auch auf Blumen und Pflanzen ausgedehnt.

Für die Marketing-Abteilung begann das Jahr 2020 noch wie ein normales Messe-Jahr mit zahlreichen erfolgreichen Messeauftritten. So fanden im Januar und Februar die Blumenhalle auf der Internationalen Grünen Woche in Berlin, die Frühjahrs-Ordertage in Herongen, die Internationale Pflanzenmesse IPM in Essen und die Fruit Logistica in Berlin noch weitgehend ohne Beeinträchtigungen durch das sich in dieser Phase weltweit verbreitende Coronavirus

als stationäre Veranstaltungen statt. Mit einem Blumenmeer aus über hunderttausend Blumen und Pflanzen, einer blühenden Frühlingslandschaft mit Bäumen, Wegen und einem See sowie vielen Mitmachaktionen haben Landgard und „1000 gute Gründe“ mit der Blumenhalle der Internationalen Grünen Woche 2020 den Geschmack der über 400.000 Messebesuchern getroffen. Landgard und „1000 gute Gründe“ hatten sich damit bereits zum dritten Mal in Folge ein neues Konzept für die Gestaltung der Blumenhalle einfallen lassen. Nach erfolgreichen Frühjahrs-Ordertagen in Herongen folgte dann mit der Internationalen Pflanzenmesse (IPM) in Essen ein Höhepunkt des Messejahres. Mit einem neuen Standkonzept wurden auf dem über 800 Quadratmeter großen Stand zentrale Faktoren für die Zukunft der Grünen Branche präsentiert. Darüber hinaus wurden wieder knapp 30 Erzeuger*innen mit ihren Produkten und Innovationen in den Messestand integriert. Auch auf dem nochmals vergrößerten Messestand auf der Fruit Logistica in Berlin stand das Thema Erzeugerintegration mit im Fokus des Standkonzeptes. Darüber hinaus stand der Messeauftritt im Februar ganz im Zeichen von neuen und weiterentwickelten Lizenzen und Marken rund um Obst und Gemüse. Die Herbst-Ordertage im August fanden dann erstmals vorrangig digital im Webhop mylandgard.com statt. Als weiterer digitaler Bestandteil des von der Marketing-Abteilung mitentwickelten Konzeptes konnten sich die Kund*innen online eine 360 Grad-Visualisierung von ausgewählten Artikeln aus dem Sortiment ansehen. Weitere Schwerpunktthemen des Jahres 2020 waren im Marketing die Professionalisierung der Produktentwicklung und die Entwicklung von Konzepten rund um Nachhaltigkeit. Zum Jahresende starteten die konzeptionellen Überlegungen und Vorarbeiten zur Digitalisierung der Messen und Veranstaltungen des Jahres 2021. Als Ergebnis wurde im Februar 2021 die neue Onlineplattform „CONNECT – Grüne Ideen 2021“ unter connect.landgard.de veröffentlicht.

Auch für die Initiative „1000 gute Gründe“ stand das Jahr 2020 maßgeblich unter dem Einfluss der Corona-Pandemie. Trotzdem ist es mit vielen kreativen Ideen wieder gelungen, die Verbraucher*innen immer wieder mit den generischen Kampagnen für Blumen, Pflanzen, Obst und Gemüse in Kontakt zu bringen. Entsprechend stark wurden die verschiedenen Social Media-Kanäle der Initiative genutzt. Ein großes Einzelprojekt war der Auftritt auf der Landesgartenschau in Kamp-Lintfort, auf der „1000 gute Gründe“ die rund 1.000 Quadratmeter große Blumenhalle mit über 10.000 Pflanzen in einen blühenden Ruhepol verwandelt hat. Darüber hinaus hat die Initiative auf der Landesgartenschau die Teilnahme an sechs exklusiven Fooddates verlost, bei denen die Gewinner*innen in stimmungsvoll dekorierten Mini-Gewächshäusern ein mehrgängiges Menü genießen konnten. Bei der von „1000 gute Gründe“ organisierten „Helfertour“ konnten sich im Juni acht Landgard-Mitgliedsbetriebe bei ihren Mitarbeiter*innen für die tatkräftige Unterstützung in der ersten Phase der Corona-Pandemie bedanken. Dabei hat die Initiative die Mitarbeiter*innen der Betriebe mit einem leckeren Drei-Gänge-Menü verwöhnt, das von einem erfahrenen Caterer direkt vor Ort im neuen Food & Flower-Truck von „1000 gute Gründe“ zubereitet wurde. Im Herbst hat sich „1000 gute Gründe“ dann mit einem besonderen Event an der internationalen Kampagne „Fülle den Abstand mit Schönen“ beteiligt. In einer Guerilla-Aktion wurde rund die Hälfte der verfügbaren Sitzplätze im UFA Palast Düsseldorf mit angesagten Trendpflanzen geschmückt, die von den überraschten Kinobesucher*innen später mit nach Hause genommen werden konnten. Im November hat das Model Lena Gercke mit Unterstützung von „1000 gute Gründe“ die Weihnachtszeit in ihrem neuen Pop-Up Store in Hamburg eingeläutet. Mit Tannen, Kränzen und weihnachtlicher Deko hat die Initiative dabei für ordentlich blumige Stimmung im LeGer Christmas Pop-Up Store gesorgt. Kurz vor Weihnachten war mit „All about Green“ das erste Buch der Initiative „1000 gute Gründe“ fertig, das auch im Buchhandel erworben werden kann. Das Buch bietet als wertiges

Werbemittel eine bunte Auswahl von Arbeiten rund um Blumen und Pflanzen sowie Obst und Gemüse, die gemeinsam mit tollen Influencern exklusiv für alle Blumenfreunde und Obst- und Gemüsefans erarbeitet wurden.

In der Abteilung Marktforschung wurden die Aktivitäten 2020 weiter ausgedehnt und vertieft. Die aufbereiteten Marktdaten werden in Kundengesprächen intensiv genutzt und stellen ein wichtiges zusätzliches Alleinstellungsmerkmal und Grundlage für die professionelle Arbeit als moderne vermarktende Erzeugergesellschaft von Landgard dar.

Finanz- und Rechnungswesen

Das Finanz- und Rechnungswesen hat maßgeblich zur Verlängerung der Landgard-Konzernfinanzierung beigetragen. Die neue langfristige Anschlussfinanzierung mit maximaler Laufzeit von fünf Jahren wurde Anfang 2021 erfolgreich abgeschlossen.

Die Prozesse im Finanz- und Rechnungswesen wurden weiter optimiert und digitalisiert. Es wurde z.B. ein neuer Workflow zur Buchung und elektronischen Freigabe der Eingangsrechnungen eingeführt. Als Resultat geht, neben der verbesserten Effizienz, ein Großteil der Eingangsrechnungen Landgard nun elektronisch zu.

Auch in der Kundenbuchhaltung wurden die Abläufe weiter verbessert. Es wurden z.B. weitere elektronische Schnittstellen zu Kunden eingerichtet. Diese erlauben die effizientere Verarbeitung der Kundenrechnungen und -zahlungen.

Ebenso wurde die gesellschaftsrechtliche Konzernstruktur von Landgard weiter optimiert.

Konzerncontrolling

Im Bereich Konzerncontrolling wurde Bestehendes hinterfragt und Optimierungspotenziale identifiziert. Aus dem „Serviceprojekt Part II“ heraus folgt begleitend eine neue Struktur im Konzerncontrolling, die auf dem Business Partner-Modell aufbaut, Doppelstrukturen abbaut, verkürzte Informationswege sicherstellt

und den operativen Einheiten in einem ersten Schritt in den Service- sowie Blumen- und Pflanzen-Bereichen effizientere und bessere Dienstleistungen bietet. In einem nächsten Schritt werden nun die Prozesse und Strukturen im Konzerncontrolling in der Sparte Obst & Gemüse überprüft und optimiert.

Der vom Konzerncontrolling aufgesetzte Planungsprozess für die Mehrjahresplanung wurde auch 2020 im Zusammenspiel mit den operativen Einheiten weiter optimiert und bildet im Konzern einen etablierten und anerkannten Prozess zur Durchführung der Mehrjahresplanung unter Berücksichtigung der aktuellen Markt- und Strukturentwicklung bei Blumen und Pflanzen sowie Obst und Gemüse sowie der Integration von strategischen und operativen Maßnahmen.

Im Rahmen des Forecast- und Planungsprozesses bildete die Ausbreitung des neuartigen Coronavirus (SARS-CoV-2) und die Einschätzung der damit verbundenen wirtschaftlichen Folgen für unsere Geschäftsentwicklung einen besonderen Schwerpunkt.

IT

Im Jahr 2020 stand die IT – bedingt durch die Corona-Pandemie – konzernweit vor sicher einmaligen Herausforderungen. Damit das Business weiter erfolgreich laufen konnte, mussten kurzfristig die Bandbreite der Netzwerkanbindung (WAN) deutlich erhöht und die Fernkaufs-Kapazitäten umfangreich erweitert werden. Darüber hinaus wurde in Windeseile die technische Basis dafür geschaffen, um aus allen Meetingräumen Videokonferenzen durchführen zu können und den Mitarbeiter*innen am Arbeitsplatz die Teilnahme an Onlinemeetings zu ermöglichen, in dem diese mit Kamera und Mikrofon ausgestattet wurden.

Außerdem wurden 2020 einige Projekte, die bereits im Jahr 2019 angelaufen waren, weiter umgesetzt. Im Fokus standen hierbei besonders:

- Aufbau der Infrastruktur und Implementierung eines Templates für die

Nutzung einer modernen Kassenlösung in allen Cash & Carry-Märkten inkl. Integrationsschicht in der AWS Cloud

- Upgrade auf MS Dyn NAV 2015 und die Vereinheitlichung der IT-Systeme in der Sparte Obst & Gemüse, wodurch eine Optimierung des Supportes auf eine einzige NAV-Version möglich wurde
- Modernisierung der Frische-Plattform für den Kunden HIT/Dohle
- Neuentwicklung des Tools InfoSys als Kommunikationsplattform zu Kund*innen und Lieferant*innen (ca. 2.000 Kund*innen und Lieferant*innen arbeiten inzwischen mit dem neuen System)
- Übertragung des Ladungsträgermanagements auf die Lösung Avalanche bei der CC-Logistik, Veiling Rhein-Maas, Bloomways und Salomo
- Erhöhung der Automatisierung im Finanzbereich und Modernisierung des Rechnungseingangsworkflows durch ein Upgrade auf die neueste Version von SER Daxis
- Modernisierung der LED-Uhrenwand von Veiling Rhein-Maas
- Bau des neuen Rechenzentrums als Maßnahme im Rahmen der KRITIS-Auditierung durch das BSI (Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik)

Ein großer Meilenstein des Jahres 2020 war die Erstellung der IT- & Digital-Strategie und die Vorarbeiten zu einer Neuausrichtung in der Plattform- und Cloudstrategie.

Aber auch auf bewährte Geschäftsbeziehungen wurde gesetzt. So wurde der strategische Outsourcing-Vertrag mit IBM für das Hosting der AS/400 für die Sparte Blumen & Pflanzen und aller SAP-Systeme für die kommenden Jahre verlängert. Für die Sparte Obst & Gemüse gab es zur Absicherung der AS/400 im Rahmen des strategischen Outsourcings einen Wechsel zur Datagroup. Mit Microsoft konnte ein neuer

konzernweiter Lizenzvertrag für die kommenden Jahre abgeschlossen werden, welcher Landgard zu deutlich besseren Konditionen als bisher wesentlich mehr Möglichkeiten hinsichtlich der Nutzung moderner MS-Azure-Cloud Systeme wie Exchange Online und SharePoint Online bietet sowie die Einführung von MS Teams ermöglicht. Im Bereich Mobilfunk ist Landgard zum 01.03.2021 von Vodafone zur Telekom gewechselt, wodurch Landgard vom Aufbau neuester Technik und besseren Konditionen profitieren wird.

Organisatorisch wurde das NAV-Team, welches bis Q1/2019 nicht zur Landgard-IT gehörte, ab Januar 2020 in die Landgard-IT integriert. Dadurch konnten gleiche Aktivitäten gebündelt und fachlich fokussiert werden. Durch die stärkere Anbindung des edv-ring, Münster, an die Landgard-IT konnten insbesondere Synergien im Bereich Hosting, Netzwerk und Support erzielt werden.

Im Rahmen der Digitalisierung wurde die neue E-Commerce-Architektur@Landgard zur Vereinheitlichung und Konsolidierung aller Webshops entwickelt. Ferner wurde die Durchführung erstmals stattfindender digitaler Orderstage technisch ermöglicht, die Entwicklung von connect.landgard.de als Onlineplattform für Grüne Ideen der Branche begleitet sowie die Landgard-Fachhandels-App weiter ausgebaut.

Des Weiteren wurde der elektronische Datenaustausch zu Lieferanten und Erzeugern sowie zu Kunden per EDI oder WebServices über die Landgard-Integrationsplattform LIP im Rahmen der Automatisierung deutlich ausgebaut. Ferner wurde eine API-Connect Plattform mit Prototyping Datev-Schnittstelle für Erzeuger*innen und Lieferant*innen entwickelt.

Immobilien / Konzernversicherung

Im Zuge einer konzeptionellen und strategischen Neuausrichtung der Landgard Ost Obst & Gemüse GmbH wurde der Standort Berbersdorf verkauft und ein neuer Standort in Halle angemietet. Im Rahmen der Standortsuche wurden Optionen sowohl im Raum Chemnitz

als auch im Raum Leipzig geprüft. Darüber hinaus wurde der Obst- und Gemüse-Standort Dresden aufgelöst. In Bornheim-Roisdorf wurde die Standortmodernisierung weiter vorangetrieben. Dazu wurde an Halle C mit den Abriss- und Neubaumaßnahmen für einen großen Mieter begonnen. Mit der Halle M1 entsteht in Bornheim-Roisdorf eine neue Halle für die Erzeugerabwicklung. Für den neuen österreichischen Cash & Carry-Standort Linz wurden 2020 Verhandlungen bis hin zum Vertragsabschluss mit dem Vermieter geführt und der Standort kann 2021 in Betrieb genommen werden. Darüber hinaus hat Landgard im Jahr 2020 den von Bonduelle angemieteten Standort in Straelen verkauft.

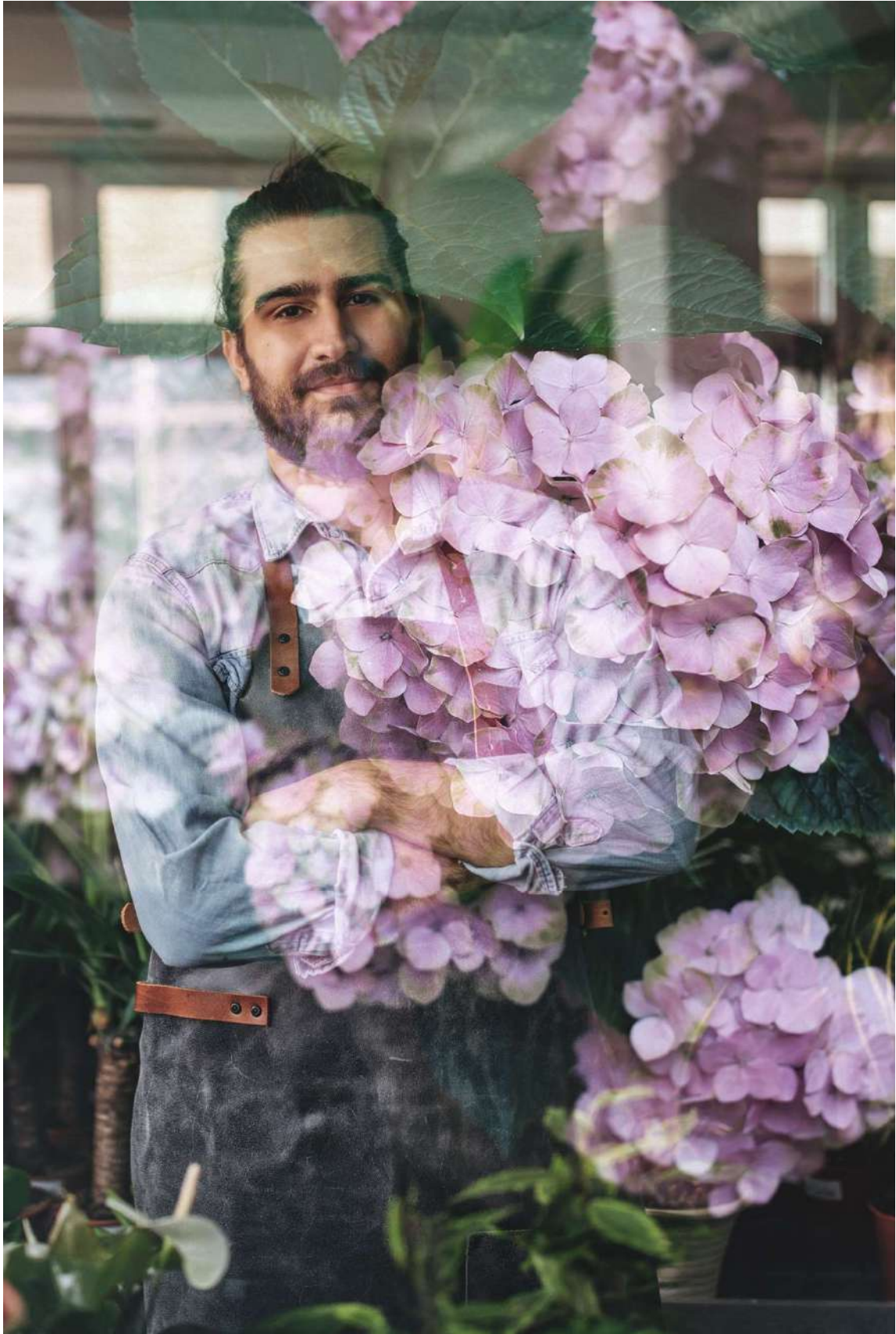
Human Resources

Der Bereich Human Resources hat in 2020 eine konzernweite Mitarbeiterbefragung durchgeführt. Darin zeigten sich erfreuliche Ergebnisse. So konnten im Vergleich zu 2014 auf Konzernebene in allen acht Befragungskategorien Verbesserungen verzeichnet werden. Darüber hinaus wurden eine Vielzahl von Handlungsfeldern identifiziert, die in konkrete Maßnahmen überführt wurden und deren Umsetzung in 2021 fortgesetzt wird. Um das Infektionsrisiko mit dem Coronavirus zu minimieren und somit die Gesundheit insbesondere von Kunden*innen, Erzeugern*innen und Mitarbeiter*innen zu schützen, erstellte die Personalentwicklung fünf Web Based Trainings (WBT), die konzernweit von den Beschäftigten absolviert wurden. Die pandemiebedingte Situation wurde auch in den bestehenden Programmen der Personalentwicklung zur weiteren Digitalisierung genutzt. Sämtliche Trainings im Qualifizierungsprogramm für Führungskräfte wurden auf digitale Formate hin angepasst und als Webinare durchgeführt. Der überwiegende Anteil wurde auch in 2020 mit selbst erstellten und vorgeplanten WBT realisiert. Mit über 6.000 erfolgreich absolvierten WBT wurde die konzernweite Durchführung von digitalen Qualifizierungen im abgelaufenen Jahr weiter ausgebaut. Acht Nachwuchskräfte absolvierten STEP 2019/20 erfolgreich. Nach einem Jahr Pause wurde in 2020 der nächste Durchgang für

2021/22 ausgeschrieben. Für die externen Zielgruppen entfiel der Lehrgang Betriebswirt im Produktionsgartenbau pandemiebedingt in 2020/21. Die Planungen für die Durchführung in 2021/22 wurden bereits in 2020 mit den Kooperationspartnern konkretisiert. Im Oktober hieß die Personalentwicklung vier neue Stipendiaten*innen im Stipendium willkommen. Auch in diesem Programm wurden bereits in 2020 die digitalen Möglichkeiten genutzt, um Einblicke in das Unternehmen Landgard zu gewinnen.

2020 schlossen 24 Auszubildende ihre Ausbildung bei Landgard in den Berufen Kaufmann/-frau im Groß- und Außenhandel, Kaufmann/-frau für Spedition und Logistikdienstleistungen, Fachkraft für Lagerlogistik und Berufskraftfahrer erfolgreich ab. Für das neue Ausbildungsjahr wurden 35 neue Auszubildende eingestellt. Damit sind aktuell 101 Auszubildende in der Landgard-Gruppe tätig. Neu hinzugekommen sind die Berufsbilder Kaufmann/-frau im E-Commerce sowie Kaufmann/-frau im Büromanagement.





Qualitätsmanagement und Nachhaltigkeit

Der Bereich des zentralen Qualitätsmanagements umfasst seit 2016 auch das spartenübergreifende Nachhaltigkeitsmanagement. Landgard bietet Kunden und Erzeugerbetrieben ein ausgereiftes Qualitäts- und Nachhaltigkeitsmanagementsystem, das erfolgreich weiterentwickelt und gelebt wird und ein integraler Bestandteil der Firmenphilosophie ist. Dabei besitzen die Sicherung höchster Produktqualitäten und Standards sowie die nachhaltige Weiterentwicklung der Produktsortimente oberste Priorität. Beginnend mit Qualitätssicherungsmaßnahmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette umfasst dies ein Rückstandsmonitoringsystem für alle Produkte, die Umsetzung von Produkt- und Prozessstandards sowie individuelle Dienstleistungspakete und Produktkonzepte für Kunden. Zu den 2020 erfolgreich umgesetzten Zertifizierungsstandards zählten im Bereich der Obst- und Gemüsevermarktung IFS, QS, FIAS, Fairtrade, Bio, Naturland, Bioland, Demeter, Regionalfenster und verschiedene Qualitätszeichen. Im Bereich der Blumen- und Pflanzenvermarktung waren es ISO 9001:2015, GlobalG.A.P. CoC, FSC, Fairtrade, Bio und Regionalfenster. Für die gesamte Landgard eG wurden Rezertifizierungen nach dem Nachhaltigkeitsstandard ZNU durchgeführt sowie das Energiemanagement angepasst.

Darüber hinaus vermarktet Landgard nun bereits im dritten Jahr mit dem eigenen Nachhaltigkeitssiegel zertifizierte, besonders nachhaltige Produkte. Viele weitere spannende Projekte und Entwicklungen wie z. B. abbaubare Töpfe aus nachwachsenden Rohstoffen, Verpackungen aus 100 % Pflanzenfasern aus landwirtschaftlichen Abfallprodukten sowie die ersten Schritte auf dem Weg zu „Landgard goes Zero“ haben das bestehende Nachhaltigkeitsmanagement im Jahr 2020 weiter ergänzt. Beispiele hierfür sind auch klimaneutral produzierte Bananen, Avocados sowie künftig Tomaten und Erdbeeren. Die seit Jahren traditionellen Nachhaltigkeitswochen, die Corona-bedingt im Jahr 2020 ausgefallen sind, sind zur Präsentationen aller nachhaltigen Aktivitäten

wieder fest für das kommende Jahr eingeplant.

VI. VORAUSSICHTLICHE ENTWICKLUNG DES KONZERNS

VI.1 Auswirkungen der Corona-Pandemie

Aufgrund des nach wie vor nicht sicher abzuschätzenden weiteren Verlaufs der Coronapandemie und deren Auswirkungen auf die deutsche Wirtschaft ist Stand heute keine belastbare Einschätzung zur Entwicklung im Jahre 2021 möglich. Die Bundesregierung geht Ende April 2021 für das Gesamtjahr von einer moderaten Erholung des Bruttoinlandsprodukts um 3,5 % aus, nach einem Rückgang von 5 % im Jahr 2020. Das Vorkrisenniveau dürfte erst Mitte 2022 wieder erreicht werden.

VI.2 Geschäftsfeld Blumen & Pflanzen

Der Beginn des Geschäftsjahres 2021 war in der Sparte Blumen & Pflanzen vor allem durch die Auswirkungen der Geschäftsschließungen in Folge des Corona-bedingten Lockdowns geprägt. Im Ergebnis ist die Nachfrage nach Blumen und Pflanzen in den Monaten Januar und Februar stark zurückgegangen. Die einzige Ausnahme war der Vertriebsweg Retail, über den die Vermarktung von Schnittblumen und Topfpflanzen in Richtung des Lebensmitteleinzelhandels und des Discounts weiterhin und in großem Umfang möglich war. Parallel zur schrittweisen Öffnung von Blumenfachgeschäften, Gartencentern und weiteren Geschäften der Grünen Branche hat die Vermarktung über alle Vertriebswege hinweg seit Anfang März – und damit rechtzeitig zum Beginn der Frühjahrssaison – wieder Fahrt aufgenommen und die Saisonerwartungen sind insgesamt positiv.

Die Ergebnisse des Geschäftsjahres 2021 in der Sparte Blumen & Pflanzen werden dennoch vor allem vom weiteren Verlauf der Corona-Pandemie abhängen. Mit der bundesweiten Öffnung von Blumengeschäften und Gartenmärkten seit Anfang März wird aber deutlich, dass Blumen und Pflanzen von der Politik immer mehr als verderbliche Güter des täglichen Bedarfs

anerkannt werden. Damit ist für Landgard auch die Hoffnung verbunden, dass Blumen-geschäfte und Gartenmärkte bei einem erneuten harten Lockdown von vornherein von Geschäftsschließungen ausgenommen sein könnten.

Durch den Corona-Lockdown zu Beginn des Jahres sind die großen Messeveranstaltungen im Bereich Blumen und Pflanzen – vor allem die Internationale Pflanzenmesse IPM in Essen und die Internationale Grüne Woche mit der Blumenhalle in Berlin – als Präsenzveranstaltungen ausgefallen. Die Landgard Frühjahrs-Ordertage 2021 wurden als digitale Ordertage im Webshop mylandgard.com durchgeführt. Das Fazit fiel am Ende der digitalen Frühjahrs-Ordertage durchweg positiv aus. Die Erwartungen hinsichtlich Kundenzahl im Webshop und Umsatz wurden deutlich übertroffen. Als weitere Veranstaltungen sind für 2021 die Herbst-Ordertage im August und am Ende des Jahres das Forum „Fokus Baumschule“ in Wiesmoor geplant.

Zu weiteren Optimierung der Vermarktung werden im laufenden Geschäftsjahr die Strukturen und Prozesse in verschiedenen Bereichen der Sparte Blumen & Pflanzen reorganisiert. Beispiele dafür sind der weitere Ausbau des neuen Bereiches Retail im Vertrieb sowie die Fortsetzung der Reorganisation von Strukturen und Prozessen am Standort Wiesmoor. Im stationären Fachhandel steht mit dem neuen Cash & Carry-Markt in Linz der zweite Markt in Österreich kurz vor der Eröffnung. Mit Linz wird das Cash & Carry-Netz 32 Märkte umfassen, davon 30 in Deutschland. Das Geschäftsmodell Cash & Carry ist ein wesentlicher Bestandteil für die regionale Vermarktung der Ware der Landgard Mitgliedsbetriebe in Deutschland und Österreich. Die Cash & Carry-Märkte geben unseren Kund*innen die Möglichkeit, ihren Einkauf mit allen Sinnen zu erleben, was online nicht möglich ist. Die Weiterentwicklung des Marktnetzes wird durch personelle Veränderungen im Fachhandel flankiert, um die Vermarktung insgesamt weiter zu stärken. So wurde die Regionenstruktur der Cash & Carry-Märkte mit vier statt bisher drei Regionen und

einer weiteren Bereichsleitungsposition neu zugeschnitten. Darüber hinaus hat ein Wechsel in der Verantwortung für die Landgard-Floristik stattgefunden, durch die die enge Verbindung zwischen der Floristik und dem Bereich Cash & Carry weiter intensiviert und ausgebaut werden soll. Weitere personelle Veränderungen sind zum Jahresbeginn bei der Zuständigkeit für den Fachhandelsvertrieb und bei der Bereichsleitung des Gartenbaubedarfs sowie des Retails erfolgt. Ein strategisches Schwerpunktthema des neuen Retail-Bereiches ist der weitere Ausbau des internationalen Vertriebes. In diesem Zusammenhang konnte Landgard einen ausgewiesenen Vertriebsexperten für das LEH-, Discount- und DIY-Geschäft in den Regionen Skandinavien und Osteuropa gewinnen.

Bloomways, der Schnittblumenexperte für den Fachhandel, wird auch in 2021 den Expansionskurs der letzten Jahre weiter fortsetzen und mit einem weiteren Standort in Linz (Österreich) seine Marktposition im deutschsprachigen Raum weiter ausbauen. Darüber hinaus wird das weitere Wachstum in den Bereichen Fahrverkauf und E-Commerce durch zusätzliche Ressourcen und in allen Fällen durch moderne IT-Systeme angestrebt. Die genossenschaftliche und regionale Produktion ist dabei elementar. Zusätzliche Dienstleistungsangebote sollen die Kundenbindung deutlich erhöhen.

Bei Veiling Rhein-Maas bietet die hochmoderne physische Uhr im Versteigerungssaal den Kund*innen ein vollständiges Angebot und bleibt hier nach wie vor der wichtigste Vermarktungskanal. Auch die Bedeutung der digitalen Vermarktungskanäle Fernkauf, Uhrvorverkauf und Webshop nimmt stetig zu. Darüber hinaus erzielt auch der Klokservice weiterhin positive Ergebnisse, sodass dieser Vermarktungskanal zukünftig weiter ausgebaut wird.

Zur Stärkung der Vermarktung von Erzeugerware wird in der gesamten Sparte Blumen & Pflanzen auch im Jahr 2021 ein Schwerpunkt auf dem Ausbau von strategischen Partnerschaften im LEH, DIY und Fachhandel im nationalen Bereich liegen. Darüber hinaus werden auch die internationalen Kundenbeziehungen

weiter intensiviert, etwa in Richtung Osteuropa und Skandinavien. Dem Ausbau der regionalen Produktion durch das Erzeugermanagement von Landgard kommt auch weiterhin eine sehr große Bedeutung zu. Parallel dazu wird die Gewinnung internationaler Erzeugerbetriebe als Mitglieder für Landgard weiter forciert. Darüber hinaus steht in der Erzeugerbetreuung im laufenden Geschäftsjahr das Thema Corona in Form von vielfältigen Fragestellungen sowie Informations- und Unterstützungsangeboten stark im Vordergrund.

Im Bereich Nachhaltigkeit treibt die Sparte Blumen & Pflanzen die Entwicklung nachhaltiger Projekte und umweltschonend angebauter Blumen und Pflanzen zusammen mit dem Qualitäts- und Nachhaltigkeitsmanagement konsequent weiter voran. Im Fokus stehen dabei kunststoffreduzierte bzw. kunststofffreie Verpackungslösungen, ressourcenschonende Arbeitsweisen sowie grüne Vermarktungskonzepte und Produkte, die einen wertvollen Beitrag dazu leisten, Ökologie und Ökonomie in der Grünen Branche in Einklang zu bringen. Das Spektrum reicht vom Einsatz kompostierbarer Töpfe aus Materialien wie z.B. Holz-, Pflanzen- oder Papierfasern über kunststofffreie oder -arme Tüten für Topfpflanzen bis hin zu kompostier- oder recyclingfähigen Einwegtransporttrays aus Papier, Holz oder recyclingfähigem Kunststoff.

Im Rahmen der Entwicklung der Mehrwegpalette Floritray sind die Vorserien der Floritrays mit 5/6er Nestung und mit 8er Nestung fertig produziert. Der geplante Testlauf wird, wenn es die Corona-Pandemie zulässt, im August im Bereich Cash & Carry starten. Seit März 2021 können Landgard Erzeuger*innen die Transportverpackung TrayC verwenden. Die Idee hinter TrayC basiert auf der Etablierung von Wertstoff-Kreisläufen mit Recycling und Wiederverwendung anstelle der Wertstoff-Vernichtung.

Das übergeordnete Ziel der laufenden Tests mit kompostierbaren Töpfen besteht darin, Know-how aufzubauen und ein Gefühl für die Praxistauglichkeit der Töpfe zu gewinnen. Sobald

es marktfähige Produkte in hoher Stückzahl und zu einem akzeptablen Preis gibt, möchte Landgard sie den Erzeuger*innen anbieten und sie als kompetenter Ansprechpartner bei der Einführung unterstützen. Ein erstes Beispiel dafür ist das Konzept „Pflanz den Topf“, das zusammen mit Mitgliedsbetrieben entwickelt wurde. Die unter diesem Konzept angebotenen Beet- und Balkonpflanzen oder Gemüsepflanzen kommen vollständig ohne Kunststoff aus und wachsen in kompostierbaren, plastikfreien Töpfen, die vom Verbraucher mit eingepflanzt werden. Beim Konzept „Pflanz das Kraut“ wird sogar ganz auf Töpfe verzichtet.

Ein weiteres Schwerpunktthema der Sparte Blumen & Pflanzen ist auch in diesem Jahr die Digitalisierung. Neben der Weiterentwicklung des Fachhandels-Webshops mylandgard.com und dem Ausbau der E-Commerce-Aktivitäten insgesamt werden weitere Prozesse in der Lieferkette digitalisiert. Als Beispiele sind hier die Digitalisierung der Intralogistik und die Vorbereitung auf die Einführung eines neuen Warenwirtschaftssystems zu nennen.

VI.3 Geschäftsfeld Obst & Gemüse

Das Geschäftsjahr 2021 wird für die Sparte Obst & Gemüse aufgrund eines anspruchsvollen Marktumfeldes, dem anhaltenden Preisdruck seitens des Lebensmitteleinzelhandels und den Auswirkungen der Corona-Pandemie wieder sehr herausfordernd werden. Die Corona-Pandemie ist für die Betriebe weiterhin mit Fragen rund um die Verfügbarkeit von Erntehelfern und die Einhaltung der Abstands- und Quarantäneregeln verbunden. Im Ergebnis steigen dadurch die Produktionskosten der Betriebe. Der Erfolg der Sparte Obst & Gemüse wird darüber hinaus immer auch von natürlichen klimatischen Rahmenbedingungen beeinflusst. Diese Faktoren wirken sich unmittelbar auf das verfügbare Warenangebot und die Preisbildung auf den relevanten Absatzmärkten aus. Durch die fortschreitende Globalisierung der Märkte kommen weitere Einflussfaktoren wie Rekord- oder Missernten in unterschiedlichen Regionen der Welt hinzu. Daraus

resultieren Veränderungen etwa bei Wechselkursen oder Transportpreisen, die sich zunehmend auch auf die Preisbildung im regionalen Absatzmarkt auswirken.

Die Sparte Obst & Gemüse wird ihre Marktposition als Teil der nachhaltigen und erfolgreich vermarktenden Erzeugergenossenschaft Landgard trotz der erschwerten Rahmenbedingungen auch in Zukunft weiter stärken können. Grundlage dieser optimistischen Prognose ist vor allem der ersthändige Warenbezug auf nationaler und internationaler Ebene.

Die internationale Expansionsstrategie ist nach wie vor eins der Kernthemen für Landgard. Im Fokus steht dabei vor allem die kontinuierliche Neuakquise von weiteren Landgard Lieferant*innen in Übersee und in Europa, um ganzjährige Category-Lösungen weiter zu forcieren. Darüber hinaus stehen auch der Ausbau des europäischen Kund*innenportfolios sowie strategische Projekte im Bereich der Eigenproduktion im Mittelpunkt des internationalen Engagements von Landgard.

Das Geschäftsmodell befindet sich darüber hinaus in einem Wandel von rein warenbezogenen Inhalten zu einem Leistungspaket von Ware und Value Added Services (VAS).

In diesem Zusammenhang hat Landgard im Mai 2021 am Unternehmenssitz in Straelen-Herongen eine neue Frischeplattform für den Kunden ALDI SÜD in Betrieb genommen. Von dort aus entwickelt Landgard in der ersten Pilotphase exklusiv den operativen Einkauf eines Komplettsortiments mit bis zu 175 Obst- und Gemüseartikeln für drei ALDI Regionalgesellschaften mit rund 200 Filialen ab. Damit baut Landgard die Logistik als drittes wichtiges Standbein neben der Vermarktung von Blumen und Pflanzen sowie Obst und Gemüse gezielt weiter aus.

Das Thema Nachhaltigkeit wird schon seit einigen Jahren sehr intensiv bei Landgard gelebt und insbesondere durch die unternehmensweite Nachhaltigkeitsstrategie mit den vier Säulen „Grüne Produkte“, „Klima, Energie und Umwelt“, „Mitarbeiter“ sowie „Gesellschaft“

untermauert. Als Deutschlands führende Erzeugergenossenschaft für Blumen und Pflanzen sowie Obst und Gemüse ist sich Landgard der damit verbundenen besonderen unternehmerischen Verantwortung für diese Thematik bewusst. Daher werden konkrete Nachhaltigkeitsprojekte im Rahmen dieser Strategie umgesetzt und konstant weiterentwickelt. Im Bereich Obst und Gemüse ist dies beispielsweise die Entwicklung eines neuen, nachhaltigen Verpackungskonzeptes mit Verpackungsschalen aus 100 % Pflanzenfasern sowie die Entwicklung von klimaneutralen Produktkonzepten und von Maßnahmen zur Reduzierung der Lebensmittelverschwendung.

Die bereits in den vergangenen Jahren sehr erfolgreich platzierten Lizenzen und Markenkonzepte der Obst & Gemüse-Sparte haben eine große Bedeutung für die erfolgreiche Vermarktung am Point of Sale. Dazu werden auch in diesem Jahr gezielt neue Impulse beispielsweise mit den Obst- und Gemüse-Lizenzen „Biene Maja“ und den bekannten „WW Kochboxen“ erfolgen, die wieder kreativ in Szene gesetzt werden.

Die generische Werbeinitiative „Obst & Gemüse – 1000 gute Gründe“ wird auch im Geschäftsjahr 2021 ein zentrales Thema im Rahmen der Marketingaktivitäten der Obst & Gemüse-Sparte sein und auf die bekannte, frische und oft auch unkonventionelle Art und Weise Menschen für gesunde Produkte begeistern. Es stehen viele kreative, neue Rezepte, Tipps, Tricks und wertvolle Informationen rund um die einzelnen Obst- und Gemüsearten in den Startlöchern, die den Ernährungsalltag aufregender gestalten.

Ein weiteres Schwerpunktthema, das Landgard heute und auch in den nächsten Jahren weiter ausbauen wird, ist die Digitalisierung. Unsere Zielvision ist hierbei eine komplett vernetzte, digitale Supply Chain von der Einkaufsseite bis hin zur Vermarktung. Über interne Arbeitsprozesse wird künftig jeder Schritt digital abgewickelt und somit in jeglicher Hinsicht optimiert und nachverfolgbar. Durch die effizientere und

effektivere Gestaltung der Prozesskette profitieren alle Einheiten sowie die Verbraucher*innen. Spätestens die anhaltende Corona-Pandemie hat gezeigt, wie wichtig es ist, digital gut aufgestellt zu sein. Da die großen Branchennissen nicht stattfinden konnten und voraussichtlich auch in 2021 nur bedingt stattfinden werden, hat Landgard mit „CONNECT – Grüne Ideen 2021“ auf die geänderten Marktgegebenheiten reagiert und eine neue Kommunikationsplattform geschaffen, auf der grüne Ideen, die die Obst- und Gemüsebranche verbinden, in den Fokus gerückt werden. Hier kommen Kund*innen, Erzeuger*innen und Landgard-Betriebe zu einem abwechslungsreichen und aktiven Austausch in Form von Live-Events, Branchentalks, Videoreportagen und Online-Präsentationen zusammen.

In den seit Oktober andauernden Gesprächen mit den Gesellschaftern der Neurather Gärtner hat sich nach erfolgter Abstimmung mit der zuständigen Behörde ein Sachstand ergeben, der eine Adjustierung der Zusammenarbeit zwischen Landgard und den Neurather Gärtnern sowie der von ihnen gegründeten eigenen Vermarktungsgesellschaft Vitarom GmbH erforderlich macht.

Der für Förderthemen zuständige Direktor der Landwirtschaftskammer als Landesbeauftragter der Landwirtschaftskammer Nordrhein-Westfalen formuliert in einer Stellungnahme, dass eine Vermarktung durch die Neurather Gärtner bzw. die Vitarom GmbH seit dem 01.06.2021 nur an Kund*innen zulässig ist, bei denen Landgard bisher nicht als Lieferant gelistet ist, ein Auslagerungsvertrag nur mit dieser Maßgabe möglich ist. Ein von dieser Vorgabe abweichendes Handeln wäre fördermittelwidrig. Alle Bestandskund*innen werden zukünftig – wie gewohnt – über Landgard vermarktet bzw. fakturiert.

Nach Gesprächen in den Monaten zuvor herrscht auf Basis der behördlichen Stellungnahme jetzt Klarheit darüber, wie die Zusammenarbeit mit den Neurather Gärtnern auszuformen hat, damit sie GMO-konform ist und den genossenschaftlichen Grundsätzen entspricht.

Die Mitgliedschaft der Neurather Gärtner in der Landgard eG ist bis Ende 2021 mit den damit verbundenen Leistungen und Pflichten für beide Seiten vertraglich geregelt.

Landgard steht mit den Kund*innen in einem kontinuierlichen Dialog und wird die strategische Zusammenarbeit mit ihnen weiter intensiv fortsetzen. Dabei wird Landgard mit den vorhandenen finanziellen Möglichkeiten, dem Dienstleistungsportfolio, der Absatz- und Warensicherheit und dem aktiven Vertrieb alle Stärken der Genossenschaft weiterhin wie gewohnt einbringen, was Landgard zu einem verlässlichen Partner der Kund*innen macht.

VI.4 Geschäftsfeld Logistik

Im Geschäftsfeld Logistik wird für 2021 ein Umsatz- und Ergebniszuwachs auf Basis des wachsenden Logistikbedarfs der Landgard-Gruppe erwartet. Grundlage für diese positive Entwicklung sind steigende Verkaufsmengen von Landgard, insbesondere durch eine in 2021 anlaufende, langfristig vereinbarte Partnerschaft mit einem der führenden LEH-Discounter.

Innerhalb der Landgard-Gruppe wird der Fokus, nach der Etablierung der Konzernlogistik, auf Großprojekten, der Bündelung von Logistikaktivitäten innerhalb der Landgard-Gruppe und der Revision von Logistikstandorten liegen. Wichtige Herausforderungen für die Konzernlogistik werden vor allem die Integration von Logistikaktivitäten in den vorhandenen Standorten und weiterhin die Digitalisierung der Logistikprozesse entlang der Supply Chain sein. Eine Grundsätzliche Herausforderung ist der Fachkräftemangel im Bereich der Lkw-Fahrer und des operativen Lagerpersonals.

FLS wird das Landgard-Transportnetzwerk kontinuierlich weiterentwickeln, das Dienstleistungsportfolio koordinieren und stellt darüber hinaus einen effizienten Fuhrpark für das Grundgeschäft der Landgard-Gruppe bereit. Dazu werden rollierend Sattelzugmaschinen der neuesten Generation inklusive aller sicherheitsrelevanter Extras gegen bestehende Leasingausläufer ausgetauscht. Ebenso werden

Kühlaufleger sowie kleinere Nutzfahrzeuge regelmäßig durch modernere und effizientere Modelle ausgetauscht. Damit unterstützen FLS sowie die Landgard-Logistik die unternehmensweiten Nachhaltigkeitsziele.

Mit diesen Schwerpunkten und den oben genannten Maßnahmen trägt FLS zur Sicherstellung einer effizienten, kostenoptimalen, nachhaltigen, zukunftsfähigen und partnerschaftlichen Logistik für die Landgard-Gruppe bei.

IMPRESSUM

Herausgeber

Landgard eG

Veilingstraße A1 | 47638 Straelen-Herongen

Tel: +49 2839 59-00 | Fax: +49 2839 59-1999

info@landgard.de | www.landgard.de

Konzept, Redaktion

Landgard Service GmbH

Marketing | Unternehmenskommunikation

Michael Hermes, Nina Keune, Georg Platen

Bildnachweise

Alita Ong/Stocksy: Meilensteine: S. 16, Juli, Umfirmierung zur Landgard Süd Obst & Gemüse GmbH | **Andreas Scheunert (Lichtwerke Design):** Meilensteine: S. 10, Jan., Blumenhalle IGW | Meilensteine: S. 11, Feb., Fruit Logistica | **Benjaminas/rawpixel.com:** Meilensteine: S. 12, Feb., Corona-Krisenmanagement bei Landgard | **Dima Sikorsky/shutterstock.com:** Meilensteine: S. 19, Nov., Neuer Retail-Bereich im organisierten Handel | **Farknot Architect/shutterstock.com:** Meilensteine: S. 11, Feb., Relaunch des Informationssystems für Erzeuger*innen | **Lina Nikelowski:** S. 4, Vorstand Landgard eG | S. 5, Bert Schmitz | Meilensteine: S. 10, Jan., Frühjahrs-Ordertage Herongen | S. 10, Jan., IPM Essen | S. 12, Mär., Vorstandsteam verstärkt | S. 14, Mai, Evelina im Rheinland | S. 14, Jun., Johannes von Eerde und Dr. Svea Pacyna-Schürheck in Geschäftsführung berufen | S. 16, Juli, Karl Voges | S. 16, Aug., NRW-Ministerin Ursula Heinen-Esser besuchte Landgard | S. 17, Aug., Florian Hinrichs | S. 18, Sep., 1000 gute Gründe für ein Picknick | S. 19, Okt., Johannes von Eerde | S. 19, Okt., Blumen und Pflanzen erobern den UFA Palast Düsseldorf | **OJTS/shutterstock.com:** Meilensteine: S. 17, Aug., Vielversprechende Premiere für die digitalen Ordertage | **Rawpixel.com/shutterstock.com** (Retusche durch Landgard): Meilensteine: S. 13, Apr., Freude schenken und helfen – denn jede Blume zählt | **Slava Keyzman – Unsplash:** Meilensteine: S. 14, Mai, Der neue Alltag als Chance | **SparkassenPark:** Meilensteine: S. 18, Sep., Livemusik und Summerfeeling im „1000 gute Gründe“-Strandkorb | **Xanten Ballooning:** Meilensteine: S. 15, Juli, Der Himmel blüht auf | **Yankee/shutterstock.com:** Meilensteine: S. 22, Dez., Landgard Ost Obst & Gemüse zieht nach Halle (Saale)