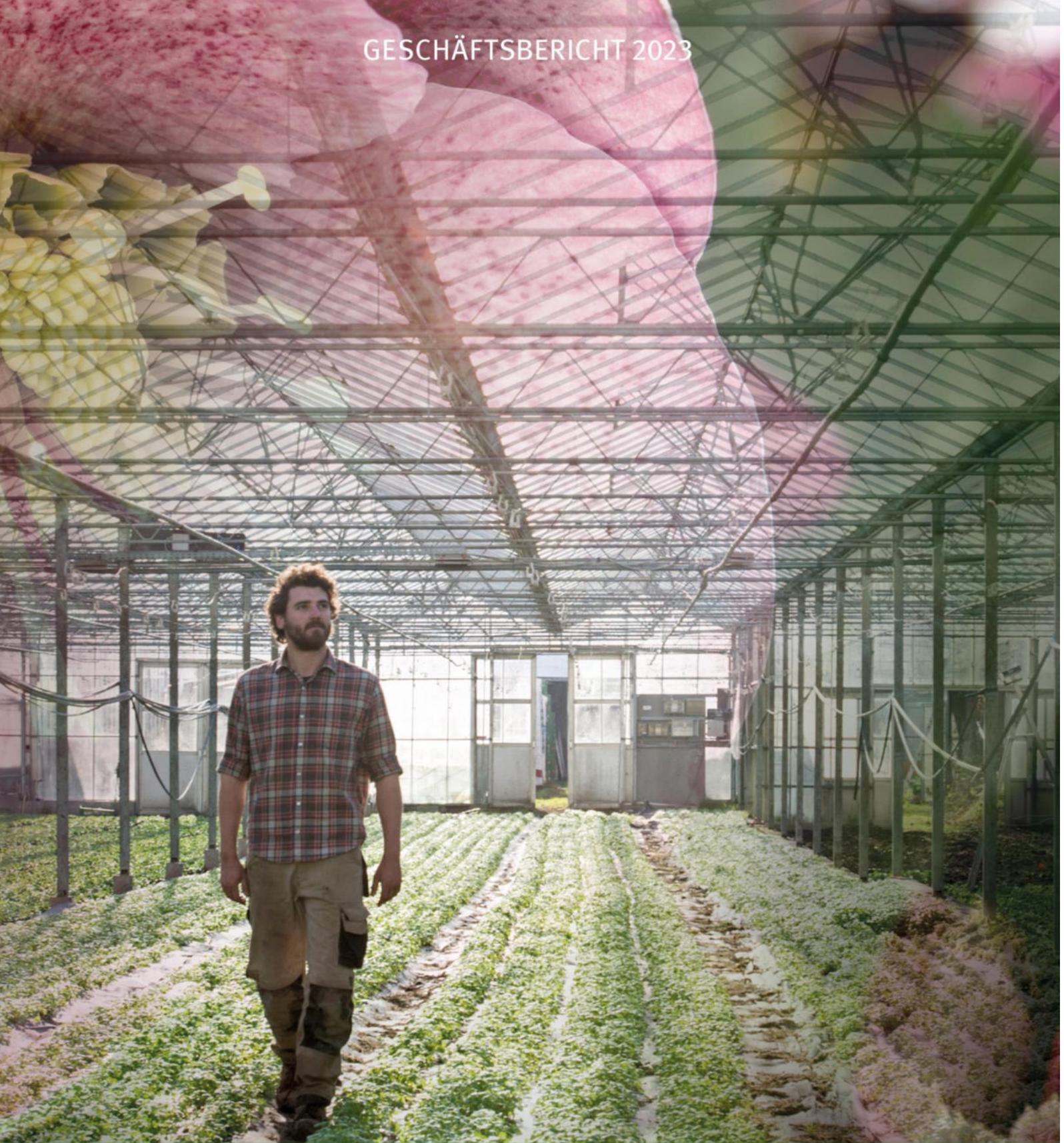


GESCHÄFTSBERICHT 2023



LANDGARD

Das Geschäftsjahr 2023

Landgard®

DAS GESCHÄFTSJAHR 2023

I. VORWORT

Der Geschäftsbericht für das Jahr 2023 spiegelt erneut ein Jahr der Herausforderungen und schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen wider. Darauf galt es für den Vorstand der Landgard eG zu reagieren, der 2023 in der Konstellation mit Oliver Mans, Dirk Bader und Carsten Bönig erstmals ein vollständiges Kalenderjahr im Amt war. Auch wenn die Inflation in vielen Lebensbereichen inzwischen wieder deutlich abflaut, dürfen wir nicht vergessen, dass sich das neue „Normal“ auf deutlich höheren Kostenniveaus eingependelt hat. Dies gilt für Privathaushalte gleichermaßen wie für öffentliche Haushalte und insbesondere für Wirtschaftsunternehmen. Dabei müssen Landgard und die Mitgliedsbetriebe diese Herausforderungen gleich doppelt meistern – zunächst auf der Produktionsseite und nachgelagert auch auf der Vermarktungsseite. Die Investitionsneigung ist aufgrund der gestiegenen Finanzierungskosten, von denen auch Landgard betroffen ist, deutlich rückläufig. Darüber hinaus ist die Konsumlust in den privaten Haushalten auch 2023 leider noch nicht zurückgekehrt. Nach einem leichten Aufhellen des privaten Konsums zur Jahresmitte hat der Trend im Herbst und Winter wieder nach unten gezeigt. Die Auslöser hierfür sind vielfältig. Neben weiteren Ursachen spielen hier auch der Konflikt im Nahen Osten, die daraus folgende hohe Verunsicherung der Verbraucher*innen und fehlende Tarifabschlüsse eine Rolle. Durch die im Jahr 2022 eingeleiteten und 2023 fortgeführten Maßnahmen zur Ergebnisstabilisierung konnte für die Landgard eG dennoch ein positives Ergebnis erwirtschaftet werden. Dafür sagen wir allen unseren Erzeuger*innen und unseren Mitarbeitenden herzlichen Dank.

Weitere Details zum Geschäftsjahr 2023 finden Sie im „Vorstandsbrief“. 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 2023 informieren wir Sie über ein Geschäftsjahr, das für Landgard – wie bereits im Vorwort beschrieben – wieder durch zahlreiche Herausforderungen und schwierige wirtschaftliche Rahmenbedingungen geprägt war. Neben der nach wie vor hohen Inflation und den damit verbundenen Preissteigerungen sind hier auch gestiegene Finanzierungskosten sowie eine weiterhin deutlich spürbare Konsumzurückhaltung bei den Verbraucher*innen zu nennen.

Landgard hat sich im Jahr 2023 in diesem schwierigen Umfeld intensiv mit der Bereinigung sogenannter Hotspots beschäftigt. Dabei wurden Geschäftstätigkeiten, die mittel- und langfristig keinen Ergebnisbeitrag erwarten ließen, nach intensiver Überprüfung eingestellt. Davon betroffen waren sowohl das reine Dienstleistungsgeschäft als auch operative Tätigkeiten im Warengeschäft.

Das Jahr 2023 war mit den Landgard-Frühjahrs-Ordertagen sowie den großen Branchenmes- sen IPM in Essen, Fruit Logistica in Berlin, Christmasworld in Frankfurt und Biofach in Nürnberg hoffnungsvoll gestartet. Zu diesem Zeitpunkt blickten wir verhalten positiv auf das bevorstehende Geschäftsjahr. Sehr bald danach haben dann allerdings sehr ungünstige Wettereinflüsse den Start in die Saison sowohl bei Blumen & Pflanzen als auch bei Obst & Gemüse sehr herausfordernd gestaltet und nachhaltig negativ beeinflusst. Gerade bei Blumen & Pflanzen ist durch den viel zu nassen und zu kalten Saisonstart sehr früh deutlich geworden, dass auch 2023 wieder ein sehr anspruchsvolles Jahr werden würde.

Auch die gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen haben uns 2023 nicht in die Karten gespielt – etwa bei der Inflation. Auch wenn sie im Jahresverlauf deutlich gesunken ist, war sie mit 8,7 % im Januar und im August mit 6,1 % weiterhin sehr hoch. Darüber hinaus hat sich auch der Anstieg des Leitzinses auf 4,5 % im Juni 2023 sehr negativ auf die Unternehmensfinanzierung und die Investitionsneigung ausgewirkt. Dies haben wir auch bei Landgard deutlich gespürt.

Trotz dieser schwierigen Rahmenbedingungen haben wir einen Umsatz von 1,932 Mrd. EUR erzielt. Der Rückgang um knapp 0,3 Mrd. EUR gegenüber dem Vorjahr ist dabei größtenteils mit einer gezielten Margensicherung zu erklären und somit bewusst in Kauf genommen. Das positive EBT lag bei 6,7 Mio. EUR und damit über dem Vorjahreswert und über Plan. Zu diesem positiven EBT haben auch die im Jahr 2022 eingeleiteten und 2023 fortgeführten umfassenden Maßnahmen zur Ergebnissicherung in allen Unternehmensbereichen beigetragen. Im Herbst 2023 haben wir ein Projekt zur Reduzierung der Personal- und Sachkosten durch Effizienzsteigerungen aufgesetzt. Die Projektphase wird Mitte des Jahres 2024 enden und wir erwarten noch im Verlauf des Jahres erste Ergebnisse. Der Gesamtjahreseffekt wird dann im Jahr 2025 zum Tragen kommen.

Der Umsatz im Geschäftsfeld Blumen & Pflanzen lag 2023 bei 1.353 Mio. EUR. Damit konnte sich Landgard im Gesamtmarkt für Blumen und Pflanzen, der insgesamt an Volumen verloren hat, entgegen dem Markttrend behaupten. Im Geschäftsjahr 2023 wurden bei Blumen & Pflanzen gesellschaftsrechtliche Verschlinkungen und damit einhergehend prozessuale Vereinfachungen mit dem Ziel der Effizienzsteigerung durchgeführt. Unter anderem wurden zwei Cash & Carry-Standorte sowie die Vertriebseinheit „Retail Schnittblumen“, die Bundwaren für den Lebensmitteleinzelhandel produziert hat, innerhalb des Geschäftsfeldes Blumen & Pflanzen geschlossen. Die Ergebnissituation in den weiteren Retaileinheiten hat sich nach einem schwierigen Vorjahr 2023 wieder

stabilisiert, hingegen ist die Situation in der Logistik weiterhin schwierig. Veiling Rhein-Maas hat im Jahr 2023 erneut mit einem durchweg positiven Geschäfts- und Ergebnisverlauf überzeugt. Als positive Projekte und Entwicklungen im Bereich Blumen & Pflanzen sind für das Jahr 2023 unter anderem der Beitritt zur Euro Plant Tray eG, die Weiterentwicklung des Palettensystems TrayC als Einwegtray mit Mehrfachnutzung und Kreislaufwirtschaft sowie die Weiterentwicklung der Webshops mylandgard.de und „Mein schöner Garten“ als Beispiele für die Ausweitung digitaler Angebote zu nennen. Weitere Informationen zum Geschäftsverlauf im Geschäftsfeld Blumen & Pflanzen sind in den folgenden Kapiteln dieses Geschäftsberichtes zu finden.

Im Geschäftsfeld Obst & Gemüse lag der Umsatz im Geschäftsjahr 2023 bei 559 Mio. EUR. Hier macht sich vor allem der erstmalige Ganzjahreseffekt der nicht mehr betriebenen Frischeplattform sowie der Veräußerung des Geschäftsbetriebes der Vetter SK bemerkbar. Der Verlust von Dienstleistungsgeschäften mit einem anderen Handelskunden in dreistelliger Millionenhöhe hat sich allerdings positiv auf die Marge ausgewirkt. Über diese Zahlen hinaus stand das Jahr 2023 ganz im Zeichen der strukturellen Neuausrichtung des Geschäftsreiches Obst & Gemüse. Dazu wurde eine nationale Board-Struktur erarbeitet, die sich aktuell in der Implementierungsphase befindet. Die Landgard Obst & Gemüse GmbH & Co. KG hat zum 1. August 2023 die bisherigen Gesellschaftsanteile der Vetter Holding GmbH an der Landgard Obst & Gemüse Holding GmbH (LOGH) übernommen. Damit ist die LOGH jetzt eine 100-prozentige Tochter der Erzeugergenossenschaft Landgard. Am Standort Rade wurde 2023 das Geschäftsmodell insgesamt inklusive aller Prozesse hinterfragt und eine große Restrukturierung eingeleitet.

Im Rahmen des strategischen Projektes „Standort 2025“ haben Veiling Rhein-Maas und Landgard im Juli 2023 mit der Inbetriebnahme des neuen Logistische Mittel Center (LMC) im Gebäude T auf dem Firmengelände in Straelen-

Herongen den ersten wichtigen Schritt umgesetzt. Auf rund 3.800 Quadratmetern Hallen- und 1.500 Quadratmetern Außenlagerfläche wickeln Veiling Rhein-Maas und Landgard Obst & Gemüse seitdem im neuen LMC gemeinsam die Annahme und Ausgabe von Ladungsträgern und Verpackungen aller Art ab – für Blumen und Pflanzen ebenso wie für Obst und Gemüse. Weitere Informationen zum Geschäftsverlauf im Geschäftsfeld Obst & Gemüse sind in den folgenden Kapiteln dieses Geschäftsberichtes zu finden.

Für die gesamte Erzeugergenossenschaft Landgard wurde im Jahr 2023 der Strategieprozess unter Berücksichtigung der veränderten Rahmenbedingungen abgeschlossen. Dabei wurden unsere Vision und Mission sowie die daraus abgeleiteten Erfolgsfaktoren für Landgard vor dem Hintergrund aktueller Themen wie Digitalisierung, Nachhaltigkeit, Globalisierung, verändertem Konsument*innenverhalten, Energiekrise und Klimawandel, Fachkräftemangel und Strukturwandel entsprechend ausgestaltet. Unsere strategischen Erfolgsfaktoren sind eine solide Erzeugerbasis, eine solide Personaldecke, eine solide Kundenbasis, solide Finanzen sowie Zukunftsfähigkeit. Unser Ziel für 2024 ist insbesondere die konsequente Operationalisierung der strategischen Zielbilder und die Überführung in konkrete Maßnahmenpakete. Vor diesem Hintergrund betrachten wir das Jahr 2024 als Jahr des Übergangs. Wir haben an vielen Stellen und übergeordnet mit unserem Strategieprozess die Weichen gestellt, um gemeinschaftlich in eine positive Zukunft zu gehen. Als weitere Erfolgsvoraussetzung kommt in unserer Genossenschaft auch weiterhin der enge und unabdingbare Schulterschluss aller Beteiligten hinzu – Erzeuger*innen, Gremienvertreter*innen, Mitarbeitende, Führungskräfte und wir als Vorstand.

Das Kapitel „Das Landgard-Jahr 2023“ bietet einen kompakten Überblick über ausgewählte Projekte und Themen des Jahres 2023.

Alles Weitere können Sie in unserem digitalen Geschäftsbericht 2023 unter

geschaeftsbericht.landgard.de

nachlesen.

Wir wünschen Ihnen eine interessante Lektüre.



v.l.: Dirk Bader, Oliver Mans (Vors.), Carsten Bönig

Vorstand Landgard eG

III. AUFSICHTSRATSBERICHT

Die Landgard-Gruppe blickt auf ein herausforderndes Geschäftsjahr 2023 zurück. Schon das Geschäftsjahr 2022 war maßgeblich durch den nach wie vor anhaltenden Krieg in der Ukraine und in der Folge durch steigende Kosten und große Unsicherheit in allen Bereichen geprägt. Auch 2023 waren die Rahmenbedingungen für die private Nachfrage nach Blumen und Pflanzen sowie Obst und Gemüse weiterhin durch die inflationsbedingt gestiegenen Lebenshaltungskosten der Haushalte geprägt. Das zeigt auch die Entwicklung des GfK-Konsumklimaindex im Jahr 2023. Demnach war die Konsumlaune der Verbraucher*innen 2023 weiterhin angespannt. Die Gründe hierfür waren die Verunsicherung bezüglich der Entwicklung der Energiekosten, der weiteren wirtschaftlichen Entwicklung und die immer noch hohen Preissteigerungen. Die daraus resultierende spürbare Kaufzurückhaltung wirkte sich auch auf die Geschäftsentwicklung bei Landgard aus.

Im Ergebnis ist der Konzernumsatz nach 2,2 Mrd. EUR im Vorjahr um 0,3 Mrd. EUR auf 1,9 Mrd. EUR gesunken. Trotz der widrigen Rahmenbedingungen gelang es durch weiterhin konsequente Prozessoptimierungen sowie ein aktives Kosten- und Energiemanagement, ein positives Ergebnis (EBT) in Höhe von 6,7 Mio. EUR (Vorjahr 4,1 Mio. EUR) zu erzielen. Der Aufsichtsrat der Landgard eG dankt allen daran Beteiligten herzlich für den damit verbundenen Einsatz.

Ein genauerer Blick auf den Geschäftsverlauf im Jahr 2023 zeigt, dass schon das erste Quartal für Landgard unter Plan verlaufen ist. Im Geschäftsfeld Obst & Gemüse hat dazu der unerwartete Abgang eines großen Kunden aus dem Lebensmitteleinzelhandel ebenso beigetragen wie der Verlust eines bedeutenden Programmes. Im Geschäftsfeld Blumen & Pflanzen sind der bewusste Verzicht auf das Tulpengeschäft im Bereich Retail Schnitt (Bündelservice) sowie eine aufgrund des anhaltend schlechten Wetters unbefriedigende Ergebnisentwicklung im Fachhandel als limitierende Faktoren zu nennen. Auch im zweiten Quartal ist die erhoffte

langanhaltende Verbesserung der Witterung, die die starke Kaufzurückhaltung und die ausgeprägte Preissensibilität der Verbraucher*innen hätte kompensieren können, ausgeblieben. Ab Mitte des Jahres 2023 konnte der Umsatz dann auf niedrigem Niveau und mit einer aufgrund des weiterhin starken Preisdrucks vergleichsweise niedrigen Marge stabilisiert werden. Bis zum Ende des Jahres hat sich diese Situation nicht mehr wesentlich verändert.

Das Geschäftsjahr 2023 ist zudem durch organisatorische Veränderungen geprägt. So wurde die 2022 initiierte strategische Umstrukturierung von Landgard Obst & Gemüse unter Federführung von Landgard-CEO Oliver Mans weiter vorangetrieben. Wir gehen davon aus, dass die neue Aufbau- und Ablauforganisation für dieses Geschäftsfeld im Geschäftsjahr 2024 greifen wird und Landgard sich gegenüber Kundschaft und Erzeuger*innen auf allen Ebenen noch professioneller darstellen kann. Die Landgard Obst & Gemüse GmbH & Co. KG hat zum 1. August 2023 die bisherigen Gesellschaftsanteile der Vetter Holding GmbH an der Landgard Obst & Gemüse Holding GmbH (LOGH) übernommen. Damit ist die LOGH jetzt eine 100-prozentige Tochter der Erzeugergenossenschaft Landgard. Eine weitere wichtige Veränderung war die bewusste Trennung von unrentablen Umsätzen. Ein Beispiel dafür ist die bereits erwähnte Schließung des Bündelservices im Blumen & Pflanzen-Bereich Retail Schnitt.

Für 2024 geht der Aufsichtsrat der Landgard eG davon aus, dass die Talsohle der Umsatzentwicklung erreicht ist, die Strukturveränderungen in den Geschäftsfeldern Obst & Gemüse sowie Blumen & Pflanzen greifen und insbesondere wieder eine auskömmliche Marge erzielt werden kann. Dazu gehört auch, dass Landgard insgesamt wieder deutlicher als starker Partner für alle Beteiligten wahrgenommen wird.

Personelle Veränderungen

Im Geschäftsjahr 2023 bestand der Vorstand der Landgard eG aus Oliver Mans (Vorstandsvorsitzender), Dirk Bader und Carsten Bönig.

Im Rahmen der Vertreterversammlung am 20. Juni standen zwei turnusgemäße Neuwahlen auf der Tagesordnung. Andrea Velmans und Joachim Voigt sind turnusgemäß aus dem Aufsichtsrat der Landgard eG ausgeschieden. Beide wurden von den Vertreter*innen wiedergewählt. Da Sylvia Wegelin das Unternehmen verlassen hat, ist sie aus dem Aufsichtsrat ausgeschieden. Für sie wurde Hilko Dahlke in das Gremium bestellt. Damit bestand der Aufsichtsrat der Landgard eG bis Ende 2023 aus den Arbeitnehmervertreter*innen Sonja Brink, Hilko Dahlke, Martin Flintrop, Nina Keune, Wolfgang Schubert (Vertreter der leitenden Angestellten), Peter Zander sowie den Erzeuger*innen Willi Andree, Manfred Rieke, Bert Schmitz, Dirk Schwichtenberg, Andrea Velmans und Joachim Voigt.



v. l.: Bert Schmitz (Aufsichtsratsvorsitzender), Willi Andree (stellv. Aufsichtsratsvorsitzender)

Mitglieder des Aufsichtsrates

Bert Schmitz, 1. Januar 2023 bis 31. Dezember 2023 (Aufsichtsratsvorsitzender)

Willi Andree, 1. Januar 2023 bis 31. Dezember 2023 (stellv. Aufsichtsratsvorsitzender)

Peter Zander, 1. Januar 2023 bis 31.12.2023 (stellv. Aufsichtsratsvorsitzender und Gewerkschaftsvertreter)

Weitere Mitglieder (alphabetisch)

Sonja Brink, 1. Januar 2023 bis 31. Dezember 2023 (Arbeitnehmervertreterin)

Hilko Dahlke, 25. April 2023 bis 31. Dezember 2023 (Arbeitnehmervertreter)

Martin Flintrop, 1. Januar 2023 bis 31. Dezember 2023 (Gewerkschaftsvertreter)

Nina Keune, 1. Januar 2023 bis 31. Dezember 2023 (Arbeitnehmervertreterin)

Manfred Rieke, 1. Januar 2023 bis 31. Dezember 2023

Wolfgang Schubert, 1. Januar 2023 bis 31. Dezember 2023 (Arbeitnehmervertreter)

Dirk Schwichtenberg, 1. Januar 2023 bis 31. Dezember 2023

Andrea Velmans, 1. Januar 2023 bis 31. Dezember 2023

Joachim Voigt, 1. Januar 2023 bis 31. Dezember 2023

Sylvia Wegelin, 1. Januar 2023 bis 1. April 2023 (Arbeitnehmervertreterin)

Sitzungen des Aufsichtsrates

Der Aufsichtsrat hat sich im Geschäftsjahr 2023 in sechs Sitzungen durch den Vorstand über den Geschäftsverlauf informieren lassen. Darüber hinaus gab es die konstituierende Sitzung sowie fünf außerordentliche Sitzungen des Aufsichtsrates und eine gemeinsame Sitzung mit dem Aufsichtsrat Blumen & Pflanzen. In einer Sitzung hat sich der Finanz- und Prüfungsausschuss mit dem Genossenschaftsverband – Verband der Regionen als Prüfungsverband zu den Prüfungsergebnissen ausgetauscht und Prüfungsschwerpunkte festgelegt.

Ferner wurde der Aufsichtsrat in der Prüfungsabschlussitzung durch den Genossenschaftsverband – Verband der Regionen 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.

Schulungen

Die Mitglieder des Aufsichtsrates haben 2023 eine Schulung durch den DGRV – Deutscher Genossenschafts- und Raiffeisenverband e. V. zu unterschiedlichen Schwerpunktthemen im Rahmen der Arbeit absolviert.

Vertreterversammlung und Jahresabschluss

Im Rahmen der Vertreterversammlung am 20. Juni 2023 wurden die Mitglieder des Vorstands für das Geschäftsjahr 2022 entlastet. Die Vertreter*innen der Erzeugergenossenschaft entlasteten auch den Aufsichtsrat und stellten den Jahresabschluss der Landgard eG für das Geschäftsjahr 2022 fest. Der Vorschlag zur Gewinnverwendung wurde von der Vertreterversammlung ebenfalls wie vorgestellt beschlossen.

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.

Der Aufsichtsrat erkennt zurückblickend die besonderen Herausforderungen, die Landgard im Geschäftsjahr 2023 begleitet haben. Neben Energiekosten, Beschaffungsschwierigkeiten, Kaufzurückhaltung und einer nahezu durchgängig ungünstigen Witterung waren auch Arbeitskräftemangel gepaart mit gesteigerten Lohnkosten Begleiterscheinungen, die nicht immer zu 100 % an die Kundschaft weitergegeben werden konnten. Auch der Abgang von wichtigen Kunden im Gemüsebereich sowie die bewusste Trennung von unrentablen Umsätzen haben einen nicht unwesentlichen Umsatzverlust und somit auch Verlust von operativem Ergebnis verursacht. Wie im Vorjahr hat Landgard all diesen Herausforderungen mit einer Vielzahl von konsequenten Maßnahmen entgegengesteuert.

Der Aufsichtsrat dankt dem Vorstand, den Führungskräften und den Mitarbeiter*innen von Landgard für ihre engagierte Arbeit und für diesen besonderen Einsatz im abgelaufenen Geschäftsjahr.

Der Aufsichtsrat sieht schon jetzt, dass das Jahr 2024 von Landgard und den Erzeuger*innenbetrieben wieder große Anstrengungen abverlangt wird. Ein scharf kalkuliertes Kostenmanagement ist dabei unerlässlich, um ein auskömmliches operatives Ergebnis zu erreichen. Bei all diesen Herausforderungen ist der Aufsichtsrat dennoch überzeugt, dass wir sie, wie auch in der Vergangenheit schon gezeigt, mit Erfahrung und Zusammenhalt meistern werden.

Weitere beratende Gremien

Aufsichtsrat Blumen & Pflanzen

Beirat Blumen & Pflanzen

Beirat Obst & Gemüse

Fachbeirat Veiling Rhein-Maas

Regionalbeirat Nord Blumen & Pflanzen

Regionalbeirat Ost Blumen & Pflanzen

Regionalbeirat Süd Blumen & Pflanzen

Regionalbeirat West Blumen & Pflanzen

Regionalbeirat Niederlande/Belgien Blumen &
Pflanzen

Regionalbeirat Dänemark Blumen & Pflanzen

Regionalbeirat Italien Blumen & Pflanzen

Regionalbeirat Nord Obst & Gemüse

IV. DAS LANDGARD-JAHR 2023

1. Quartal

Diskussionsrunde zum Thema Torfersatz im Zierpflanzenbau

Die Landwirtschaftskammer Niedersachsen hat am 19. Januar eine Online-Diskussionsrunde zum Thema „Gartenbau ohne Torf – wie geht das?“ ausgerichtet. Für Landgard hat daran Michael Bank, der zu diesem Zeitpunkt als Bereichsleiter Retail bei Blumen & Pflanzen für den Vertrieb von Topfpflanzen zuständig war, als Experte teilgenommen. Die Fragestunde wurde über YouTube live gestreamt und die Zuschauer*innen konnten per Chat Fragen stellen.



Erfolgreiche hybride Frühjahrs-Ordertage 2023

Die hybriden Landgard-Frühjahrs-Ordertage 2023 am 22. und 23. Januar waren ein voller Erfolg und ein sehr guter Start in die Frühjahrssaison. Nach zwei Jahren Corona-Pause haben die Frühjahrs-Ordertage auch wieder stationär stattgefunden – an einem neuen Standort im Cash & Carry-Markt Oberhausen. Flankierend dazu konnte die Kundschaft auch die digitale Ordermöglichkeit im Webshop [orderstage.mylandgard.de](https://www.mylandgard.de) nutzen.



IPM 2023: Genossenschaftliche Vermarktung – heute und in Zukunft

Zum Start ins neuen Blumen- und Pflanzenjahr hat Landgard bei der IPM 2023 in Essen gezeigt, was moderne Genossenschaft heute und in Zukunft ausmacht. In 15 Logen und erstmals auch auf gesonderten Tischen präsentierten zahlreiche Mitgliedsbetriebe ausgewählte Neuheiten und Highlights aus ihrem grünen Sortiment. Neben den Produktionsbetrieben freuten sich auch die Expert*innen von Bloomways, Deko & Floristikbedarf, Pflanzenmarkt und Gartenbaubedarf, der Landgard-Erzeugerbetreuung, Veiling Rhein-Maas, Fresh Logistics System, edvring und der Initiative „1000 gute Gründe“ auf die Besucher*innen und einen angeregten Austausch über wichtige Branchenthemen.



Blumenhalle 2023: 300.000 IGW-Besuchende waren „Wild about nature“

Mehr als 15.000 Blumen und Pflanzen, 2.225 Quadratmeter Hallenfläche und ein übergreifendes Gestaltungskonzept voll attraktiver Fotopunkte und spannender Erkundungsmöglichkeiten – das ergibt 300.000 begeisterte Messe-

Besucher*innen, die „Wild about nature“ waren. Unter diesem Motto feierte die Blumenhalle der IGW 2023 – angelehnt an die Jahreskampagne von „1000 gute Gründe“ – all die großen und kleinen Wunder, die die Natur jeden Tag aufs Neue entstehen lässt.



Fruit Logistica 2023: Ganz viel frische Produkte

Mit einem breiten Produktportfolio, einem neuen LANDLUST-Sortiment, einer „1000 gute Gründe“-Mitmachaktion und den Stärken der nationalen und internationalen Mitgliedsbetriebe hat sich Landgard auf der Fruit Logistica in Berlin präsentiert. Passend zum offiziellen Motto der Weltleitmesse der Obst- und Gemüsebranche „All in one“ bündelte der Landgard-Messestand vom 8. bis 10. Februar die zentralen Stärken der vermarktenden Erzeugergenossenschaft: frische Produkte, starke Erzeuger*innen und kreative Ideen, die Appetit auf leckeres Obst und Gemüse machen.



Der Deko & Floristikbedarf bei der Christmasworld 2023

Nach zwei Jahren Corona-Pause hat sich Landgard erstmals mit einer neuen umfangreichen

Kollektion aus per Hand gefertigten Convenience-Werkstücken bei der Christmasworld in Frankfurt präsentiert. Am Landgard-Messestand hatte die Fachkundschaft nicht nur die Gelegenheit, die Trendlinien „Am Kamin“, „Nordische Zeiten“, „Weihnachtszauber“, „Funkelnde Sternenpracht“ und „Winter Wunderland“ zu entdecken. Sie konnten sich zudem selbst davon überzeugen, wie viel Qualität und handwerkliches Geschick in den langlebigen Werkstücken steckt.



Biofach 2023: Produktportfolio und Branchenaustausch im Fokus

Wie umweltfreundlich produzierte Bioprodukte gerade in schwierigen Zeiten von einer starken genossenschaftlichen Vermarktung profitieren können, hat Landgard Bio vom 14. bis 17. Februar bei der Biofach in Nürnberg gezeigt. „Die Inflation hat die Biobranche stark getroffen. Gerade darum war es uns in diesem Jahr umso wichtiger, als Teil des NRW-Gemeinschaftsstands bei der Weltleitmesse für Bio-Lebensmittel präsent zu sein“, betont Albert Fuhs, Geschäftsführer von Landgard Bio. Die vier Messetage wurden intensiv genutzt, um sich mit Produzent*innen und Branchenfachleuten auszutauschen, die Vorteile der genossenschaftlichen Bioproduktion vorzustellen und neue ökologische Trends zu entdecken.“



Erfolgreiche Nachwuchskräfte im Produktionsgartenbau

Grund zur Freude für zwölf Führungskräfte im Gartenbau: Nach viermonatiger Weiterbildung konnten sie am 28. Februar 2023 im Rahmen einer Feier im Straelener Hof von Bert Schmitz, Kuratoriumsvorsitzender der Landgard Stiftung, und Wolfgang Schubert, Personalleiter bei Landgard, ihre Zertifikate als „Betriebswirt*in im Produktionsgartenbau“ entgegennehmen. Mit dem Zertifikatslehrgang hat die Landgard Stiftung in enger Zusammenarbeit mit dem Landesverband Gartenbau Nordrhein-Westfalen e.V., der Landwirtschaftskammer Nordrhein-Westfalen und dem Bildungszentrum Gartenbau in Essen bereits zum sechsten Mal Nachwuchs-Führungskräfte bei der Vorbereitung auf zukünftige Herausforderungen im Gartenbau unterstützt.



Landgard tritt der Euro Plant Tray eG bei

Landgard ist der Euro Plant Tray eG beigetreten, um den weiteren Entwicklungsprozess hin

zu einem branchenweite Mehrwegtray-System zu unterstützen. Landgard stand von Beginn an in einem engen Austausch mit der Euro Plant Tray eG und den vorherigen Arbeitskreisen, gestaltet die Entwicklung als Teil der Euro Plant Tray eG aktiv mit und bringt dabei auch bereits vorhandenes Know-how aus der intensiven Beschäftigung mit dem Thema Mehrwegtray ein.



Landgard baut das Wasserpaletten-Kreislaufsystem TrayC weiter aus

Nach mehr als zwei Jahren im Praxiseinsatz zieht Landgard eine positive Zwischenbilanz für das Kreislaufsystem TrayC: Gemeinsam mit namhaften Partner*innen hat Landgard im Jahr 2022 über sechs Millionen TrayC-Wasserpaletten in Umlauf gebracht – und konnte durch das Kreislaufsystem allein 2022 mehr als 2.500 Tonnen CO₂-Äquivalente gegenüber dem herkömmlichen Einwegsystem einsparen. Damit die Praxisanforderungen von Erzeuger*innen und Kundschaft noch besser abgedeckt werden, hat Landgard das TrayC-Sortiment schrittweise erweitert. Dadurch stehen inzwischen zwölf TrayC-Varianten zur Verfügung, um die gängigen Produkte in den Topfgrößen 9 cm bis 14 cm zu den Kund*innen transportieren zu können.



Regionalbeiratssitzungen Blumen & Pflanzen

Im Februar und März haben die Regionalbeiratssitzungen der Sparte Blumen & Pflanzen in den deutschen Regionen, der Region Niederlande und Belgien sowie in Dänemark stattgefunden. Auf den Sitzungen wurden aktuelle Themen aus den Bereichen von Landgard durch Vorstand, die Geschäftsführung Blumen & Pflanzen und weitere Landgard-Mitarbeiter*innen mit den gewählten Regionalbeiratmitgliedern besprochen.



Veiling Rhein-Maas: Livestream von allen Versteigerungsuhrn

Seit Ende März kann die Kundschaft von Veiling Rhein-Maas als Feature einer neuen Fernkaufversion auch einen Livestream von allen acht Versteigerungsuhrn nutzen. Der Livestream zeigt den Verkauf an allen acht Versteigerungsuhrn nahezu in Echtzeit an. Somit sind Kund*innen auch von zu Hause aus „live dabei“. Außerdem kann so leichter verfolgt werden, welche Produkte als Nächstes verkauft werden.



BurdaVerlag und Landgard kooperieren beim neuen Webshop von „Mein schöner Garten“

Seit dem Frühjahr 2023 bietet der BurdaVerlag gemeinsam mit Landgard Konsument*innen über den Online-Shop von „Mein schöner Garten“ ein breites Sortiment an, das direkt aus den Landgard-Produktionsbetrieben stammt. Dazu wurde der Webshop von „Mein schöner Garten“ unter shop.mein-schoener-garten.de technisch und inhaltlich neu gestaltet. Der BurdaVerlag erhält durch die Kooperation transparente Lieferketten bis in die Produktionsbetriebe, langfristige Planungssicherheit in der Sortimentsentwicklung, eine Skalierbarkeit des Online-Shops sowie einen starken Partner für das Kernsortiment Gartenpflanzen. Landgard Blumen & Pflanzen verspricht sich durch die Zusammenarbeit einen weiteren Absatzweg für Ware aus den Produktionsbetrieben sowie Synergieeffekte im Dropshipping-Prozess durch ein wachsendes Bestellvolumen. Außerdem ist diese Partnerschaft für Landgard ein weiterer Baustein auf dem Weg vom reinen Vermarkter zum Anbieter von umfassenden Dienstleistungspaketen entlang der Lieferkette.



2. Quartal

Landgard strukturiert den Geschäftsbereich Obst & Gemüse um

Der Landgard-Geschäftsbereich Obst & Gemüse wird reorganisiert. Dabei werden sowohl die Aufbau- und Ablauforganisation als auch die Legalstruktur einer gründlichen Analyse unterzogen und gegebenenfalls angepasst. Die Notwendigkeit hierzu besteht, da sich wesentliche Rahmenbedingungen und infrastrukturelle Voraussetzungen verändert haben. Durch Akquisitionen der Vergangenheit und Veränderungen in den Gesellschafterstrukturen ist dieser Schritt notwendig und folgerichtig.



„Wildes“ Event in Duisburg

Wer immer schon ein Selfie mit einem lebensgroßen Tiger machen wollte, ohne sich dabei gleich in Lebensgefahr zu begeben, der war bei der Vor-Ort-Aktion unter dem Motto „Wild about Nature“ am 14. April in Duisburg genau richtig. Denn um ihre Begeisterung für grüne Produkte nicht nur zu zeigen, sondern diese auch mit anderen Menschen zu teilen, hatte die Initiative „1000 gute Gründe“ für einen Tag zu einer besonderen Vor-Ort-Aktion in den Landschaftspark Duisburg-Nord eingeladen. Die industriell geprägte Kulisse bot den idealen Kontrast für die blumigen Kampagnen-Hingucker: einen lebensgroßen Blumen-Tiger und florale Papageien, die vor der Gießhalle ihre Schwingen ausbreiteten. Der Tiger zog die Aufmerksamkeit der Spaziergänger*innen direkt auf sich und war als Fotomotiv ausgesprochen beliebt.



„1000 gute Gründe“ lässt den Deutschen Filmpreis 2023 noch nachhaltiger aufblühen

Mit über 1.700 saisonalen Stauden, Grünpflanzen, Beet- und Balkonklassikern sowie farbenfrohem Sommerflor hat die Initiative „1000 gute Gründe“ bei der Verleihung des Deutschen Filmpreises 2023 am 12. Mai 2023 den Gang über den roten Teppich für die Stars und Sternchen der Filmbranche noch nachhaltiger und floraler gestaltet. Passend zur neuen Eventlocation, dem Theater am Potsdamer Platz, hatte das „1000 gute Gründe“-Team auch die Begrünung der Logowand, die bereits in den letzten Jahren zentraler grüner Foto-

punkt am roten Teppich war, ganz neu konzipiert. Und natürlich wurde auch die Blumendekoration der Aftershowparty in diesem Jahr wieder von der Initiative floral mitgestaltet. Als schon fast liebgewonnene Tradition überreichte das Team von „1000 gute Gründe“ am Ende des Abends außerdem Pflanzen aus der Blumenwand als Gastgeschenk an die Stars des deutschen Films.



Start des neuen Schulgarten-Projekts

Grundschul Kinder in ganz Deutschland haben mit dem Projekt der Landgard Stiftung auch 2023 wieder aus erster Hand gelernt, wie Obst, Gemüse, Kräuter und Blühpflanzen wachsen und gedeihen – und wo die Produkte, die sie vor allem aus dem Supermarkt kennen, wirklich herkommen. Gemeinsam mit Lehrerinnen und Vertreter*innen der Landgard Stiftung haben die Mädchen und Jungen der Kirsten Boie Schule in Barsbüttel am 31. Mai 2023 ihren neuen Schulgarten offiziell in Betrieb genommen. Dazu haben die Kinder einer DaZ-Klasse (Deutsch als Zweitsprache) auf dem Schulgelände zwei neue Hochbeete aufgestellt, mit Erde befüllt und nach einem detaillierten Plan bepflanzt. Die Kirsten Boie Schule in Barsbüttel wurde zusammen mit sieben weiteren Grundschulen in Appen, Geldern, Isernhagen, Kempen, Krefeld, Nürtingen und Springe-Eldagsen von einer Jury für die neue Projektrunde 2023 ausgewählt.



Veiling Rhein-Maas ist wieder Fördermitglied im BGI

Anlässlich des Wiedereintritts als Fördermitglied hat Veiling Rhein-Maas als Gastgeber den Verband des deutschen Blumen-Groß- und Importhandels (BGI) am 15. Juni 2023 in der Versteigerung zum 7. BGI-Schnittblumentag begrüßt. Damit setzt Veiling Rhein-Maas seine engen Kontakte zu den im BGI organisierten Großhändlern nun auch wieder als Verbandsmitglied fort.



Vertreterversammlung der Landgard eG

Am 20. Juni 2023 hat die ordentliche Vertreterversammlung der Landgard eG in der Messe Essen stattgefunden. Nach drei Jahren, in denen die Vertreterversammlung wegen der Coronapandemie digital bzw. hybrid durchgeführt wurde, ist Landgard damit in diesem Jahr zum gewohnten und bewährten Format einer Präsenzveranstaltung zurückgekehrt. Die Vertreterversammlung ist das höchste Entscheidungsgremium der Erzeugergenossenschaft Landgard.



Erfolgreicher „Innovationstag“ des Landgard-Gartenbaubedarfs in Lüllingen

Unter dem Motto „Wir haben es in der Hand“ hat der Landgard-Gartenbaubedarf am 22. Juni 2023 in Lüllingen den inzwischen vierten Innovationstag durchgeführt. Die thematischen Schwerpunkte lagen dieses Mal in den Bereichen Energiemanagement und -gewinnung, Geothermie, Photovoltaik und Windenergie, IT-gesteuerte und automatisierte Betriebsführung sowie der Kultivierung und Vermarktung von Pflanzen ohne Töpfe.



3. Quartal

Neues Logistische Mittel Center (LMC) von Veiling Rhein-Maas und Landgard bündelt Kräfte und ermöglicht Wachstum

Mit der Inbetriebnahme des neuen Logistische Mittel Center (LMC) im Gebäude T auf dem Firmengelände in Straelen-Herongen haben Veiling Rhein-Maas und Landgard am 3. Juli 2023 gemeinsam den Grundstein für weiteres Wachstum gelegt. Das neue LMC in Halle T ist

der erste wichtige Schritt im Rahmen des strategischen Projekts „Standort 2025“, mit dem der Marktplatz attraktiv für die Zukunft aufgestellt werden soll. Auf rund 3.800 Quadratmetern Hallen- und 1.500 Quadratmetern Außenlagerfläche wickeln Veiling Rhein-Maas und Landgard Obst & Gemüse seit dem 3. Juli 2023 im neuen LMC gemeinsam die Annahme und Ausgabe von Ladungsträgern und Verpackungen aller Art ab – für Blumen und Pflanzen ebenso wie für Obst und Gemüse.



Florales Make-up als gefragtes Festival-Accessoire in Parookaville

Wenn Ende Juli traditionell die Festivalstadt Parookaville auf dem Eventgelände am Airport Weeze wieder zum Leben erwacht, darf auch das Team von „1000 gute Gründe“ natürlich nicht fehlen. Vom 21. bis 23. Juli 2023 feierten insgesamt rund 225.000 Festivalbesucher*innen bei Deutschlands größtem Festival für Electronic Music – und einem der beliebtesten Festivals europaweit. Nach den beliebten Blumenhaarkränzen der letzten Jahre hatte die Brancheninitiative 2023 für sie ein ganz neues blumiges Festival-Accessoire im Gepäck: Echte getrocknete Blüten, mit denen Visagistinnen kunstvolle farbenfrohe Make-ups in die Gesichter der Besucher*innen zauberten.



Landgard Obst & Gemüse Holding GmbH jetzt 100-prozentige Tochter der Erzeugergenossenschaft Landgard

Die Landgard Obst & Gemüse GmbH & Co. KG hat zum 1. August 2023 die bisherigen Gesellschaftsanteile der Vetter Holding GmbH an der Landgard Obst & Gemüse Holding GmbH (LOGH) übernommen. Die Anteilsübernahme ist ein weiterer wichtiger Schritt im Rahmen der strategischen Neuausrichtung, um den Bereich Obst & Gemüse bei Landgard langfristig zu stärken. Als 100-prozentige Landgard-Tochter kann die Neuaufstellung der LOGH mit voller Energie angegangen werden.



Start der Verkaufsförderungsaktion „Blumen-Bon“

Seit Mitte August 2023 verwandelt sich der Kassenbon beim Einkauf im Blumen- und Pflanzenfachhandel in ein Gewinnlos. Beim „Blumen-Bon“-Gewinnspiel warten jeden Monat aufs Neue fünf Einkaufsgutscheine über 250 Euro auf die Verbraucher*innen. Wer an der Verlosung teilnehmen möchte, muss nach einem Einkauf den Kassenbon über mindestens 35 Euro online unter www.1000gutegruende.de/blumen-bon hochladen. Einzulösen sind die gewonnenen Gutscheine ausschließlich in dem Geschäft, das auf dem entsprechenden ursprünglichen Kassenbon vermerkt ist. Mit der Aktion haben erstmals drei führende Akteur*innen der Blumen- und Pflanzenbranche – der Fachverband deutscher Floristen (FDF) e.V., der Verband Deutscher Garten-Center (VDG) e.V. und als Initiator „Blumen - 1000 gute Gründe“ – ihre Kräfte gebündelt, um mit

der Aktion „Blumen-Bon“ neue Umsätze für die Grüne Branche zu generieren.



Ausbildung bei Landgard: Start des neuen Ausbildungsjahres und erfolgreich bestandene Prüfungen

29 junge Menschen sind im Spätsommer 2023 an verschiedenen Standorten von Landgard in sieben unterschiedlichen Berufszweigen in ihre Ausbildungen gestartet und bereiten sich so auf das Berufsleben vor. In den Monaten davor hatten 29 Auszubildende ihre Abschlussprüfungen erfolgreich abgelegt. Besonders schön ist, dass 15 davon Landgard auch über ihre Ausbildung hinaus als Mitarbeitende erhalten bleiben.



Das Universaltray von Floritray wird als Branchenlösung der Euro Plant Tray eG (EPT) in den Markt eingeführt

Die Gesellschafterversammlung der EPT hat entschieden, dass 2024 mit der Produktion von mindestens zwei Tray-Modellen auf Basis der Abmessungen des Normpaks 400 begonnen

werden soll. Neben einem Tray für T12 mit zehn Pflanzen pro Tray, das bereits vorher als EPT-Branchenlösung feststand, hat sich die Gesellschafterversammlung auch für das neue Universaltray von Floritray ausgesprochen. Die EPT-Mitglieder haben auf der Gesellschafterversammlung einer durch den Vorstand und den Aufsichtsrat der EPT vorbereiteten Kooperation mit der Floritray GmbH zugestimmt. Dadurch werden bestehende Floritray-Modelle an die Euro Plant Tray eG übertragen. Das Floritray-Universaltray soll ab Mitte 2024 als EPT 400 Universaltray in die Produktion gehen.



Hybride Landgard-Herbst-Ordertage 2023 erfüllen alle Erwartungen

Die Landgard-Herbst-Ordertage haben am 20. und 21. August – wie schon die Frühjahrs-Ordertage im Januar 2023 – im Cash & Carry-Markt Oberhausen und online im Webshop ordertage.mylandgard.de stattgefunden. Dabei wurden alle gesteckten Erwartungen voll erfüllt. Es war die erste hybride Ausgabe der Herbst-Ordertage nach Corona und Landgard hat nach den positiven Erfahrungen durch die Frühjahrs-Ordertage wieder auf den Standort Oberhausen gesetzt.



Landgard-Nachhaltigkeitswoche 2023

Bei der Nachhaltigkeitswoche hat Landgard wieder eine Woche lang immer wieder neue Facetten des Nachhaltigkeitsgedankens in den Fokus gestellt. Der offizielle Startschuss fiel mit einem gemeinsamen Lauf in Straelen-Herongen als Start der unternehmensweiten Laufwoche. Auch für die folgenden Tage waren weitere Aktionen zu den vier Säulen der Landgard-Nachhaltigkeitsstrategie geplant. Passend zum Thema „Grüne Produkte“ konnten die Mitarbeitenden viel Wissenswertes über umwelt- und ressourcenschonende Produkte erfahren. Dazu wurden gemeinsam mit Veiling Rhein-Maas „Grüne Produkte“ im Foyer der Zentrale in Herongen präsentiert. Auch die Landgard-Mitglieder spielten in der Nachhaltigkeitswoche eine wichtige Rolle. So war es bei einer Betriebsbesichtigung möglich, einen Blick hinter die Kulissen des Betriebes von Peter Opschroef in Straelen zu werfen. Zum Abschluss der Nachhaltigkeitswoche rückte mit dem Startschuss für die nächste Runde des Ideenwettbewerbs „Löwenzahn“ wieder die Säule „Mitarbeitende“ in den Fokus.



Ausverkaufte Besichtigung im Rahmen der Straelener Innovationswoche

Stauende Gesichter bei Veiling Rhein-Maas und Landgard. Passend zum „Gesellschafts-Tag“ der Nachhaltigkeitswoche 2023 haben

Veiling Rhein-Maas und Landgard als Teil der Straelener Innovationswoche am 19. September die Türen für Besucher*innen aus der Region geöffnet. Zunächst begrüßten Landgard-CEO Oliver Mans, Geschäftsführer Günther Esser und Versteigerungsleiter Joachim Arts die 34 Besucher*innen im Foyer der Versteigerung und führten sie bei einem Rundgang über das Gelände. Bei einer anschließenden Talkrunde erläuterte CEO Oliver Mans den Besucher*innen den genossenschaftlichen Vermarktungsauftrag und die Aufgaben der verschiedenen Bereiche der Erzeugergenossenschaft am Standort Herongen. Dr. Svea Pacyna-Schürheck, Geschäftsführerin Obst & Gemüse und Landgard-Nachhaltigkeitsbeauftragte, veranschaulichte anschließend, wie Landgard sich auf den unterschiedlichsten Ebenen für die vier Säulen der Landgard-Nachhaltigkeitsstrategie „Grüne Produkte“, „Klima, Energie und Umwelt“, „Mitarbeitende“ und „Gesellschaft“ engagiert.



Landgard Award 2023 für Michelle Pfeifer, Volker und Dominik Janssen, Leo Berghs-Trienekens sowie Georg Hanka

Landgard hat die Landgard Awards in den Kategorien ‚Mitgliedsbetrieb des Jahres‘, ‚Nachwuchspreis‘, ‚Innovationspreis‘ und ‚Nachhaltigkeitspreis‘ vergeben. Die Preisträger sind Volker und Dominik Janssen (Mitgliedsbetrieb des Jahres), Michelle Pfeifer (Nachwuchspreis), Leo Berghs-Trienekens (Innovationspreis) und Georg Hanka (Nachhaltigkeitspreis). „Engagierte und ideenreiche Betriebe sind die Basis unserer Erzeugergenossenschaft und der Grünen Branche insgesamt. Sie stehen für die Vergangenheit, die Gegenwart und vor allem für die Zukunft des Gartenbaus und wir als Genossenschaft können immer nur so stark sein, wie es unsere Mitgliedsbetriebe sind. Daher freut es mich umso mehr, dass wir vier unserer Betriebe mit dem Landgard Award auszeichnen und uns damit nicht zuletzt für ihre Leistung und Innovationskraft bedanken“, so der Landgard-CEO Oliver Mans.



Gemeinsame Gremiensitzung in Grünberg

Nach der gelungenen Premiere im Vorjahr hat am 21. und 22. September die zweite gemeinsame Gremiensitzung von Blumen & Pflanzen sowie Obst & Gemüse zusammen mit dem Landgard-Vorstand und weiteren Mitarbeiter*innen stattgefunden. Der Ort der Veranstaltung war wie schon 2022 die Bildungsstätte Gartenbau im hessischen Grünberg.



Landgard als Unterstützer des #beebetter-Awards 2023

Mitten im üppig blühenden Green Garden auf dem Gelände der Bundesgartenschau in Mannheim wurden am 20. September die #beebetter-Awards 2023 vergeben. #beebetter ist eine bundesweite Initiative des BurdaVerlags in Zusammenarbeit mit den Partnern Neudorff und Fiskars, dem NABU Bundesverband – und mit Landgard als Unterstützer. Der #beebetter-Award ehrt seit 2019 vorbildliche Bienenschutzprojekte und -aktionen von kleinen und großen Wild- und Honigbienenretter*innen in den Kategorien Landwirtschaft, Jugend & Bildung, Institutionen, private Initiativen sowie einem Sonderpreis.



4. Quartal

Landgard bei der Fruit Attraction 2023

Vom 3. bis 5. Oktober 2023 hat sich Landgard bei der Fruit Attraction 2023 in Madrid wieder als Teil des deutschen Gemeinschaftsstands des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft präsentiert. Auf knapp 42 Quadratmetern zeigte der Landgard-Messestand in gebündelter Form die zahlreichen Vorteile, die Landgard als Erzeugergenossenschaft den Obst- und Gemüsebetrieben zu bieten hat.



Anwachsung der Landgard Fachhandel GmbH & Co. KG auf die Landgard Blumen & Pflanzen GmbH erfolgreich vollzogen

Im Zuge der strategischen Weiterentwicklung der gesellschaftsrechtlichen Strukturen im Landgard-Konzern ist die Landgard Fachhandel GmbH & Co. KG wie geplant mit Wirkung zum 31. Oktober 2023 auf die Landgard Blumen & Pflanzen GmbH angewachsen. Die dafür erforderliche Verschmelzung wurde zum 26. Oktober 2023 im Handelsregister eingetragen und damit rechtswirksam. Damit ist die Landgard Fachhandel GmbH & Co. KG erloschen und die Geschäfte werden innerhalb der Landgard Blumen & Pflanzen GmbH fortgeführt.

Landgard®

Erzeuger*innenversammlung Obst & Gemüse

Am 7. November 2023 hat die Erzeuger*innenversammlung Obst & Gemüse der Region West/Teutoburger Wald im Haus der Grünen Verbände in Oberhausen stattgefunden. Vertreter*innen des Beirats Obst & Gemüse und des Aufsichtsrates der eG sowie des Vorstandes, der Geschäftsführung und des Landgard-Vertriebs aus der Region waren in Oberhausen anwesend. Der Landgard-CEO Oliver Mans stellte in einem Überblick zunächst die aktuelle Marktsituation und das Geschäftsjahr 2023 bei Landgard einschließlich eines Ausblicks auf die kommende Saison 2024 vor. Die strategische Neuausrichtung im Geschäftsbereich Obst & Gemüse wurde anschließend in einem weiteren Vortrag von Oliver Mans mit Unterstützung von Oliver Daniel, Geschäftsführer der Landgard Obst & Gemüse Holding GmbH und neuer Vertriebsleiter für den Bereich Ein- und Verkauf, erläutert.



Veiling Rhein-Maas auf der Trade Fair Aalsmeer

Vom 7. bis 9. November 2023 präsentierte sich Veiling Rhein-Maas auf der Trade Fair in Aalsmeer (NL), der internationalen Fachmesse für Blumen und Pflanzen in den Niederlanden, um Kontakt zu Anlieferern zu pflegen und den internationalen Bekanntheitsgrad der Versteigerung zu steigern. Die Trade Fair Aalsmeer zieht jedes Jahr über 600 Aussteller und mehr als 20.000 Besuchende auf einer Ausstellungsfläche von 26.000 Quadratmetern an. Während der dreitägigen Veranstaltung konnten erfolg-

reiche Gespräche mit bestehenden und potenziellen Partnern geführt und das Netzwerk Veiling Rhein-Maas erweitert werden.



Landgard-Winterevent „Fokus Baumschule 2023“ in Wiesmoor

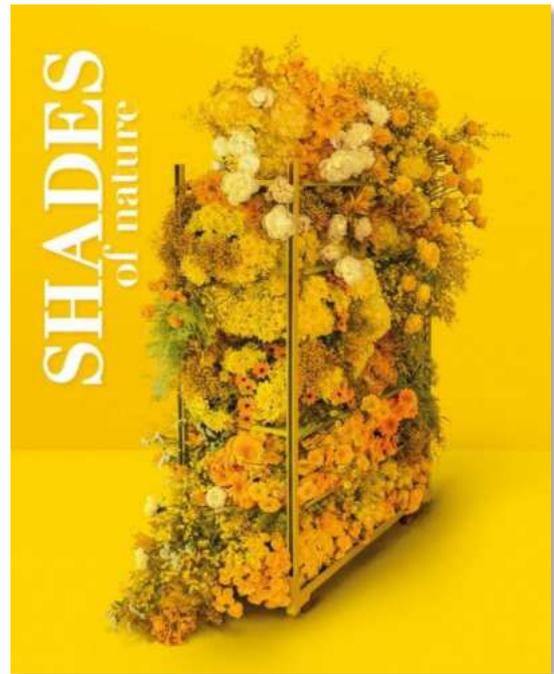
Das Winterevent „Fokus Baumschule“ hat vom 13. November bis zum 15. Dezember das gesamte Landgard-Sortiment rund um die Baumschulware sowie Neu- und Besonderheiten an einem Ort versammelt. Als besonderen Service hat Landgard darüber hinaus eine Auswahl kreativer Verkaufskonzepte präsentiert. Im Ergebnis stehen die in Wiesmoor gezeigten Pflanzen für die gesamte Bandbreite hochwertiger Produkte aus dem Ammerland, Wiesmoor, Schleswig-Holstein und dem Münsterland sowie aus den Baumschulgebieten der Niederlande.



Herbstversammlung Blumen & Pflanzen

Am 23. November 2023 hat die diesjährige Regionalversammlung von Landgard Blumen & Pflanzen in Form einer gemeinsamen Online-Veranstaltung stattgefunden. Auf der Tagesordnung der digitalen Versammlung standen Zahlen, Daten und Fakten zum Konzern sowie

zur Marktentwicklung. Darüber hinaus wurde über den aktuellen Stand der Arbeit an einer neuen Gebührenordnung für Blumen & Pflanzen berichtet. Auch die verbindliche Einführung von TrayC in den Cash & Carry-Märkten sowie der aktuelle Stand bei Euro Plant Tray standen auf der Agenda.



„Shades of nature“ – die Jahreskampagne 2024 von „1000 gute Gründe“

Monochrom, modern und bildgewaltig begleitet „1000 gute Gründe“ mit „Shades of nature“ das Jahr 2024. Mit der neuen Jahreskampagne nimmt „1000 gute Gründe“ die verschiedenen Facetten und Schattierungen der Natur in den Fokus und präsentiert jeweils zu Beginn eines Quartals auffällige Arrangements mit Blumen und Pflanzen sowie Obst und Gemüse in den Farben Gelb, Rot, Violett und Grün. Begleitet werden die Motive durch passende Produktinformationen, Inspirationen, DIYs und Rezepte.

www.1000gutegruende.de

SHADES of nature



V. GESCHÄFTSFELDER UND AUSGEWÄHLTE GESELLSCHAFTEN

V.1 Geschäftsfeld Blumen & Pflanzen

Nachdem bereits das Geschäftsjahr 2022 bei Landgard Blumen & Pflanzen vor allem durch die negativen Auswirkungen des Krieges in der Ukraine geprägt worden war, wirkten sich die gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen auch 2023 wieder hemmend auf das Geschäft aus. So waren die Rahmenbedingungen für die private Nachfrage nach Blumen und Pflanzen 2023 weiterhin durch die inflationsbedingt gestiegenen Lebenshaltungskosten der Haushalte geprägt. Im Jahresverlauf wirkten sich die nachlassende Dynamik der Preiserhöhungen und eher hohe Tarifabschlüsse dann positiv auf das Konsumklima aus. Der Markt für Blumen, Zierpflanzen und Gehölze in Deutschland lag 2023 Schätzungen zufolge leicht unter dem Vorjahresniveau. Das Marktvolumen zu Einzelhandelspreisen erreichte gut 8,7 Mrd. EUR, was einem Rückgang gegenüber dem Vorjahr um 2,3 % entspricht. Damit ist das Marktniveau wieder auf die Vor-Corona-Zeit zurückgefallen. Bei anderen Rahmenbedingungen war im Verlauf des Jahres eine tendenzielle Normalisierung zu beobachten. So sind die Kosten für Energie und Betriebsmittel im Vergleich zum Vorjahr wieder leicht gesunken und auch die Inflation hat sich etwas abgeschwächt. Die klimatischen Rahmenbedingungen waren 2023 hingegen mehr als ungünstig und haben den Absatz von Blumen und Pflanzen zu keinem Saisonzeitpunkt unterstützt. Gerade in den wichtigen Phasen der Saison war es häufig zu nass und zu dunkel. Die im letzten Jahr eher moderaten Anbaumengen sorgten insbesondere in der späten Saison für stabile Preise.

Der unkonsolidierte Umsatz im Geschäftsfeld Blumen & Pflanzen ist angesichts dieser gesamtwirtschaftlich schwierigen Rahmenbedingungen gegenüber dem Vorjahr um 10,1 % gesunken.

Das erste Quartal des Jahres 2023 verlief im Geschäftsfeld der Cash & Carry-Märkte in etwa auf Planniveau. Mit Einsetzen einer deutlich schlechteren Witterung in der hochsaisonalen

Phase der Vermarktung gingen die Umsätze dann aber seit April in Kombination mit einer zunehmenden Kaufzurückhaltung bei den Verbraucher*innen im Vorjahresvergleich sowie gegenüber dem Plan deutlich zurück und blieben bis Jahresende auf niedrigerem Niveau als im Vorjahr.

Um den früh absehbaren Umsatzrückgang im Geschäftsfeld Blumen & Pflanzen und darüber hinaus in der gesamten Landgard-Gruppe zumindest teilweise zu kompensieren, wurden auch im Jahr 2023 diverse Kostensenkungsmaßnahmen durchgeführt. Auch wenn die Kosten für Strom und Gas gegenüber dem Vorjahr wieder gesunken waren, spielte dabei unternehmensweit auch das Thema Energiekosten als ergebnisrelevanter Kostenfaktor weiterhin eine große Rolle. Dazu waren bereits 2022 gemeinsam mit den operativen Einheiten verbrauchsreduzierende Maßnahmen unter Berücksichtigung zentral vorgegebener Maßnahmenempfehlungen definiert worden, die auch im Jahr 2023 weiterhin umgesetzt wurden.

Darüber hinaus wurden im Geschäftsfeld Blumen & Pflanzen weitere Maßnahmen umgesetzt, um Kosten zu senken. Dazu gehörte auch die Schließung der Cash & Carry-Standorte Hainspitz und Linz sowie die Schließung des Bündelservices in der Firmenzentrale in Straelen-Herongen.

Der Cash & Carry-Markt Hainspitz wurde Ende Juni 2023 geschlossen. Landgard hatte in Sachsen und Thüringen zuvor u. a. die geographisch relativ nah beieinander liegenden Cash & Carry-Märkte Leipzig, Chemnitz, Erfurt und Hainspitz betrieben. Nach der Schließung des Marktes in Hainspitz konzentriert der Landgard-Fachhandel die Vermarktung in der Region auf das Märkte-Dreieck der Standorte Leipzig, Chemnitz und Erfurt.

Der Cash & Carry-Markt Linz wurde Mitte November 2023 geschlossen, weil Landgard nach tiefgehenden Analysen zu dem Ergebnis gekommen ist, dass ein Weiterbetrieb des Cash & Carry-Marktes über das Jahr 2023 hinaus wirtschaftlich nicht sinnvoll ist.



Der Bündelservice in Straelen-Herongen war die Schnittblumen-Produktionseinheit für den Vertriebsweg Retail bei Landgard. Der Warenbezug für den Bündelservice aus Afrika und Südamerika ist in den letzten Jahren immer komplexer und vor allem teurer geworden. Relevante Stichworte sind etwa Lieferkettenprobleme, steigende Bezugskosten durch höhere Steuern und steigende Treibstoffpreise sowie steigende Produktionskosten durch die Entwicklung des Mindestlohnes. Daraus resultierten in diesem hart umkämpften Markt ein enormer Preisdruck und steigende Investitionskosten. Da Schnittblumen aus Übersee bzw. aus dem europäischen Ausland zudem nicht das Kerngeschäft der Genossenschaft Landgard im Bereich Blumen und Pflanzen sind, fiel die Entscheidung, sich von diesem Geschäft zu trennen und den Bündelservice zum Ende des Jahres 2023 zu schließen.

Trotz der insgesamt widrigen Rahmenbedingungen hat Landgard im Geschäftsfeld Blumen & Pflanzen auch 2023 verschiedene Themen und Projekte weiter vorangetrieben. Beispiele dafür sind etwa die IT-Projekte Refactoring SAP sowie die Weiterentwicklung des Webshops mylandgard.de inklusive des digitalen Zweiges der Landgard-Ordertage unter ordertage.mylandgard.de.

Das Thema Nachhaltigkeit ist im Rahmen der unternehmensweiten Nachhaltigkeitsstrategie auch weiterhin eine wesentliche Säule unserer grünen Produkte, unserer Vermarktung und der Landgard-Gruppe insgesamt. Im Bereich der Pflanzen-Transporttrays hat Landgard 2023 das Palettensystem TrayC als Einwegtray mit Mehrfachnutzung und Kreislaufwirtschaft weiter ausgebaut. Zusätzlich zu einigen großen Kund*innen sind inzwischen auch die Landgard Cash & Carry-Märkte mit in das System der Rückführung gebrauchter Paletten an die zentrale Recyclingstation am Standort in Lüllingen eingebunden.

Landgard ist im März 2023 der Euro Plant Tray eG (EPT) beigetreten, um den weiteren Entwicklungsprozess hin zu einem branchenweiten Mehrwegtray-System aktiv mitzugestalten. Dabei bringt Landgard auch das bereits vorhandene Know-how aus der intensiven Beschäftigung mit dem Thema Mehrwegtray durch die Entwicklung der verschiedenen Floritray-Modelle mit ein. Zuletzt hatte Landgard hier mit dem Floritray 773 ein Universaltray im Normpack 400er Maß entwickelt, das für die Topfgrößen T10,5, T11, T12 und T13 geeignet ist. Da das Normpack 400er Maß das mit Abstand meistgenutzte Trayformat ist, kann das Universaltray somit eine Vielzahl unterschiedlicher

Trays ablösen. Die Vorteile des Universaltrays haben im August 2023 auch die EPT überzeugt und das Tray wird eines der Modelle sein, die von der EPT später als Branchenlösungen in den Markt eingeführt werden sollen. Die Entscheidung der EPT bestätigt den Wert der Arbeit, die Landgard rund um Floritray und das Universaltray geleistet hat.

Cash & Carry

Die Umsatz- und Geschäftsentwicklung der Cash & Carry-Märkte war im Verlauf des Jahres 2023 maßgeblich geprägt durch witterungsbedingte Einflüsse sowie eine deutlich spürbare Kaufzurückhaltung seitens der Kunden.

Der Jahresstart in Q1/2023 verlief im Wesentlichen auf Planniveau. Mit auflaufender Hochsaison für Blumen & Pflanzen ab April wurden die Umsätze gegenüber Plan und Vorjahr aufgrund der Witterungsverhältnisse deutlich negativ beeinflusst. Der geplante Umsatz konnte im gesamten Jahresverlauf nicht wieder erreicht werden, die gesteckten Ergebnisziele wurden demzufolge ebenfalls verfehlt.

Durch eine Vielzahl von eingeleiteten operativen Maßnahmen zur Kostensenkung und Ergebnissicherung konnte dann im weiteren Jahresverlauf eine Ergebnisstabilisierung erreicht werden, so dass die deutlichen Umsatzverluste in Bezug auf das Ergebnis teilweise kompensiert werden konnten.

Insgesamt betrachtet haben die Cash & Carry-Märkte das Jahr 2023 in Bezug auf das EBITDA unter Plan und Vorjahr abgeschlossen – ein deutlich positives Geschäftsergebnis wurde dennoch erreicht.

Deko & Floristikbedarf

Im Landgard Deko & Floristikbedarf war das Jahr 2023 u.a. durch die herausfordernden Aufgabenstellungen im internationalen Beschaffungsmarkt, aber vor allem durch eine ausgeprägte Kaufzurückhaltung geprägt.

Darüber hinaus war die Umsetzung der Gesetzgebung im Themenkomplex „Verbot von Mikroplastik“ zudem ein Faktor, der insbesondere das hochsaisonale Weihnachtsgeschäft negativ belastet hat.

Insgesamt konnte der Deko & Floristikbedarf die für 2023 gesteckten Ziele in Bezug auf das EBITDA nicht erreichen.

Veiling Rhein-Maas

Trotz eines weiterhin schwierigen Marktumfeldes in der Grünen Branche und vielen gesamtwirtschaftlichen Herausforderungen ist es Veiling Rhein-Maas gelungen, den Produktumsatz im Geschäftsjahr 2023 auf 424 Mio. Euro zu steigern. Das entspricht einer Steigerung um drei Prozent gegenüber dem Vorjahr. Diese positive Entwicklung basiert vor allem auf einer guten Nachfrage und hohen Durchschnittspreisen bei gleichzeitig niedrigeren Mengen. Unabhängig von der positiven Entwicklung des Produktumsatzes war 2023 aber auch ein schwieriges Jahr, denn auch Veiling Rhein-Maas musste und muss weiterhin auf Preissteigerungen in vielen Bereichen wie Lohnkosten und Energie reagieren. Die physische Uhr war auch 2023 der wichtigste Vermarktungskanal von Veiling Rhein-Maas, gleichzeitig haben auch die digitalen Vermarktungskanäle von Veiling Rhein-Maas eine große Bedeutung für die Kundschaft. Einen Rekord gab es im Mai 2023 zu verzeichnen: Mit 30.000 Stapelwagen und mehr als 167.000 CC-Containern hat Veiling Rhein-Maas so viele Ladungsträger vermarktet wie noch nie zuvor.

Auch die digitalen Vermarktungskanäle – Fernkauf, Uhrvorverkauf und Webshop – wurden wieder intensiv genutzt. Der Anteil des Fernkaufumsatzes am Uhrumsatz der Versteigerung lag 2023 bei etwa 40 Prozent und damit stabil auf dem hohen Niveau des Vorjahres. Gut 50 Prozent der Kundschaft von Veiling Rhein-Maas nimmt inzwischen online und damit von außerhalb an der Versteigerung teil. Auch der Webshop erfreut sich einer weiter steigenden Beliebtheit und wurde verstärkt von der Kundschaft und den Anlieferern genutzt. Der kumulierte Umsatz im Uhrvorverkauf lag 2023 um 30 Prozent über dem Vorjahr.



Das Kundenportal wurde 2023 in weiteren Projektschritten mit zahlreichen neuen Funktionen ausgebaut. So hat die Kundschaft im Kundenportal jetzt auch die Möglichkeit, Mengen- und Qualitätsreklamationen online einzureichen. Darüber hinaus kann die Kundschaft des Service Centers ihre Dienstleistungen inzwischen auch digital über das Kundenportal buchen.

Im Rahmen des strategischen Projektes „Standort 2025“ haben Veiling Rhein-Maas und Landgard im Juli 2023 mit der Inbetriebnahme des neuen Logistische Mittel Center (LMC) im Gebäude T auf dem Firmengelände in Straelen-Herongen den ersten wichtigen Schritt umgesetzt. Mit dem Projekt soll der Marktplatz attraktiv für die Zukunft aufgestellt werden. Auf rund 3.800 Quadratmetern Hallen- und 1.500 Quadratmetern Außenlagerfläche wickeln Veiling Rhein-Maas und Landgard Obst & Gemüse seit Juli 2023 im neuen LMC gemeinsam die Annahme und Ausgabe von Ladungsträgern und Verpackungen aller Art ab – für Blumen und Pflanzen ebenso wie für Obst und Gemüse. Auch die Weiterentwicklung bestehender Flächen gehört zum Projekt „Standort 2025“. Dabei geht es etwa um die Umrüstung auf LED-

Beleuchtung in den Hallen und in den Knotenpunkten sowie den Austausch des Bodenbelages in den Verbindungsachsen.

Bloomways

Die Schnittblume als Ultrafrische-Produkt hatte sehr deutlich unter der anhaltenden Kaufzurückhaltung in 2023 zu leiden, was ursächlich für einen stetigen und deutlichen Absatzrückgang gegenüber 2022 war. Im Verhältnis dazu fiel der Umsatzrückgang aufgrund eines allgemein gestiegenen Preisniveaus weniger deutlich aus.

Als Reaktion auf das gestiegene Preisniveau wurden Maßnahmen zur Kostenreduzierung eingeleitet und insbesondere auch der unwirtschaftliche Standort in Linz zum Jahresende geschlossen. Dennoch konnten diese Maßnahmen die Auswirkungen des Absatzrückgangs nicht kompensieren und Bloomways beendete das Jahr 2023 mit einem negativen operativen Ergebnis.

Vertriebsseitig setzte Bloomways weiterhin auf eine Kombination aus Cash & Carry-Geschäft, Direktvertrieb, Fahrverkauf und Online-Handel. Der Schwerpunkt der Vertriebsaktivitäten lag dabei im Flächengeschäft, wo auch der

Großteil der Umsätze erzielt wurde. Darüber hinaus wurde die Modernisierung des zentralen Warenwirtschaftssystems in 2023 angestoßen.

Gartenbaubedarf

In einem für die Branche sehr herausfordernden Jahr hat der Landgard-Gartenbaubedarf wieder den Umsatz aus der Zeit vor der Pandemie erreicht.

Das Kreislaufsystem TrayC wurde weiter ausgebaut. Derzeit produzieren drei Hersteller TrayC-Paletten in Lizenz mit über zehn Millionen verkauften Stück. Landgard hat bisher bereits über 2.000 Tonnen TrayC aus Polystyrol über die Recyclingstation in Lüllingen bei Landgard-Kund*innen, den eigenen Cash & Carry-Märkten und bei Erzeuger*innen gesammelt und diesen wichtigen Wertstoff dadurch im Kreislauf gehalten.

Mit großem Engagement in neuen Geschäftsfeldern unterstützt der Gartenbaubedarf die Landgard-Erzeuger*innen bei der Umstellung von fossilen Brennstoffen auf erneuerbare und CO₂-neutrale Heizenergie. Neben oberflächen-naher Geothermie und Wärmepumpen spielt dabei auch die Eigenstromerzeugung durch Photovoltaik- und Windkraftanlagen eine wichtige Rolle.

Ergänzt wird das Angebot seit 2023 auch durch Drohnentechnik und Transportroboter als Alternative zu den immer schwerer zu findenden Saisonarbeitskräften.

Vertrieb

Im Fachhandelsvertrieb mit den Standorten Herongen, Lüllingen, Korntal sowie dem Fahrverkauf in Wiesmoor und Lingen entwickelte sich der Umsatz, inklusive der Direktgeschäfte, nicht wie erwartet. Neben der hohen Inflation in Europa wirkte sich auch die schlechte Witterung vor allem im März und April negativ auf den Verkauf von Beetpflanzen und Stauden aus, sodass die geplanten Umsätze nicht erreicht werden konnten. Im Herbst sorgten vor allem die sommerlichen Temperaturen im September für weitere Zurückhaltung beim Pflanzeneinkauf.

Die zurückhaltende Stimmung der Konsument*innen im Gesamtmarkt hat sich 2023 auch auf den Vertrieb Baumärkte ausgewirkt. Die Kund*innen haben ihre Reservierungsmengen im Vergleich zu 2022 über alle Produktgruppen hinweg reduziert, um Abschriften in den Filialen so gut wie möglich zu vermeiden. Insbesondere das Frühjahr war geprägt von dieser vorsichtigen Grundausrichtung – erst ab Mai hat sich die Situation verbessert und die Umsätze des Vorjahres konnten zeitweise übertroffen werden. Das Herbstgeschäft wurde dann wiederum durch eine oftmals schlechte Witterung gedämpft. Im Ergebnis haben diese Faktoren im Vertrieb Baumärkte zu einem Umsatzrückgang im Jahr 2023 geführt.

Im Bereich Retail ist der Umsatz 2023 gegenüber dem Vorjahr um rund 14 % gesunken und liegt damit knapp unter Plan. Dieser Rückgang ist in erster Linie bedingt durch die Entwicklung im Schnittblumenbereich und hier vor allem beim Bündelservice, wo gezielt auf marginsschwaches Geschäft verzichtet wurde. Durch eine Normalisierung im Bereich der Energie-, Transport- und Betriebsmittelkosten sowie einen starken Fokus auf ertragsstarke Aufträge konnte der Bereich Retail jedoch einen Turnaround in der Ergebnislage und einen Gewinn deutlich über Plan erzielen.

Messen und Veranstaltungen

2023 konnte sich das Geschäftsfeld Blumen & Pflanzen nach der Unterbrechung durch die Corona-Pandemie endlich wieder mit umfangreichen Messeaktivitäten auf wichtigen Branchenveranstaltungen präsentieren.

Den Auftakt markierte die von Landgard und „1000 gute Gründe“ gestaltete Blumenhalle auf der Internationalen Grünen Woche in der Messe Berlin. Mehr als 15.000 Blumen und Pflanzen, 2.225 Quadratmeter Hallenfläche und ein übergreifendes Gestaltungskonzept voll attraktiver Fotopunkte und spannender Erkundungsmöglichkeiten – das Ergebnis waren 300.000 begeisterte Messe-Besucher*innen, die „Wild about nature“ waren. Unter diesem Motto feierte die Blumenhalle der IGW 2023 – angelehnt an die Jahreskampagne von „1000

gute Gründe“ – all die großen und kleinen Wunder, die die Natur jeden Tag aufs Neue entstehen lässt.

Produktneuheiten und ein spannendes Sortiment für die kommende Frühlingssaison erwarteten unsere Kundschaft dann am 22. und 23. Januar bei den hybriden Landgard-Frühjahrs-Ordertagen 2023, die ein voller Erfolg waren. Nach zwei Jahren Corona-Pause hatten die Frühjahrs-Ordertage damit auch wieder stationär stattgefunden – an einem neuen Standort im Cash & Carry-Markt Oberhausen. Flankierend dazu konnte die Kundschaft auch die digitale Ordermöglichkeit im Webshop ordertage.mylandgard.de nutzen.

Am 24. Januar 2023 öffnete dann die Internationale Pflanzenmesse IPM in Essen ihre Tore. Zum Start ins neue Blumen- und Pflanzenjahr hat Landgard auf der Messe gezeigt, was moderne Genossenschaft heute und in Zukunft ausmacht. In 15 Logen und erstmals auch auf gesonderten Tischen präsentierten zahlreiche Mitgliedsbetriebe ausgewählte Neuheiten und Highlights aus ihrem grünen Sortiment. Neben den Produktionsbetrieben freuten sich auch die Expert*innen von Bloomways, Deko & Floristikbedarf, Pflanzenmarkt und Gartenbaubedarf, der Landgard-Erzeugerbetreuung, Veiling Rhein-Maas, Fresh Logistics System, edv-ring und der Initiative „1000 gute Gründe“ auf die Besucher*innen und einen angeregten Austausch über wichtige Branchenthemen.

Vom 3. bis zum 7. Februar 2023 eröffnete die Christmasworld in Frankfurt ihren Zielgruppen als internationale Leitmesse für saisonale Dekoration und Festschmuck wirkungsvolle Gestaltungsmöglichkeiten, um Kund*innen immer wieder mit neuen Sortimentszusammenstellungen und Inszenierungen zu überraschen. Landgard hat sich in Frankfurt erstmals mit einer neuen umfangreichen Kollektion aus per Hand gefertigten Convenience-Werkstücken präsentiert. Am Landgard-Messestand hatte die Fachkundschaft nicht nur die Gelegenheit, die Trendlinien „Am Kamin“, „Nordische Zeiten“, „Weihnachtszauber“, „Funkelnde Sternenpracht“ und „Winter Wunderland“ zu entdecken. Sie konnten sich zudem selbst davon

überzeugen, wie viel Qualität und handwerkliches Geschick in den langlebigen Werkstücken steckt.

Unter dem Motto „Wir haben es in der Hand“ hat der Landgard-Gartenbaubedarf am 22. Juni 2023 in Lüllingen den inzwischen vierten Innovationstag durchgeführt. Die thematischen Schwerpunkte lagen dieses Mal in den Bereichen Energiemanagement und -gewinnung, Geothermie, Photovoltaik und Windenergie, IT-gesteuerte und automatisierte Betriebsführung sowie der Kultivierung und Vermarktung von Pflanzen ohne Töpfe.

Auch die Herbst-Ordertage haben am 20. und 21. August – wie schon die Frühjahrs-Ordertage im Januar – im Cash & Carry-Markt Oberhausen und online im Webshop ordertage.mylandgard.de stattgefunden. Dabei wurden alle gesteckten Erwartungen voll erfüllt. Es war die erste hybride Ausgabe der Herbst-Ordertage nach Corona und Landgard hat nach den positiven Erfahrungen durch die Frühjahrs-Ordertage wieder auf den Standort Oberhausen gesetzt.

Zum Abschluss des Messejahres 2023 hat das Winterevent „Fokus Baumschule“ am Standort Wiesmoor vom 13. November bis zum 15. Dezember wieder das gesamte Landgard-Sortiment rund um die Baumschulware sowie Neu- und Besonderheiten an einem Ort versammelt. Als besonderen Service hat Landgard darüber hinaus eine Auswahl kreativer Verkaufskonzepte präsentiert. Die in Wiesmoor gezeigten Pflanzen repräsentieren die gesamte Bandbreite hochwertiger Produkte aus dem Ammerland, Wiesmoor, Schleswig-Holstein und dem Münsterland sowie aus den Baumschulgebieten der Niederlande.

Abgerundet wurde das Messejahr 2023 für das Geschäftsfeld Blumen & Pflanzen durch zahlreiche Auftritte bei Hausmessen verschiedener Kund*innen.



V.2 Geschäftsfeld Obst & Gemüse

Das Jahr 2023 wurde im Geschäftsfeld Obst & Gemüse, wie auch die Vorjahre, durch negative Rahmenbedingungen in Folge des nach wie vor andauernden Krieges in der Ukraine sowie den Auswirkungen des Konfliktes im Nahen Osten geprägt. Diese äußern sich in einer fortwährend erhöhten Inflation, einem damit einhergehend konstant hohen Niveau der Energie- und Rohstoffpreise sowie negativen Auswirkungen auf die gesamte Supply Chain in Bezug auf Warenverfügbarkeit und Logistik. Dies bedeutet konkret massive Auswirkungen auf den Transportbereich aufgrund der Erhöhung der gesetzlichen CO₂-Bepreisung sowie nach wie vor hohe Preise für Diesel, Transportverpackungen und Kunststoffe.

Diese genannten Faktoren haben einen wesentlichen Einfluss auf das Konsumverhalten der Verbraucher*innen. Es ist wahrnehmbar, dass Ausgaben maßgeblich reduziert werden und das Preisbewusstsein weiter steigt. Dies wird auch durch die weiter gestiegene Bedeutung des Discount-Sektors erkennbar.

Den höheren Fokus auf preissensitive Absatzkanäle und Produktgruppen zeigen auch die gesamthaften Marktentwicklungen für Obst und Gemüse. Sowohl die Ausgaben- als auch die Mengenanteile für Discounter stiegen von einem ohnehin bereits hohen Niveau aus weiter an. Sie bilden in beiden Clustern mehr als 50 % des Mengenvolumens ab. Die Discounter festigen damit ihre Position als relevanteste Einkaufsstätte privater Konsument*innen für Obst und Gemüse, auch aufgrund des Anstiegs der Durchschnittspreise in etwa auf Inflationsniveau. Private Verbraucher*innen gaben aufgrund der Teuerungsrate für frisches Obst und Gemüse in Deutschland 2023 mit 20,9 Mrd. Euro zwar erstmalig mehr aus als in den corona-beeinflussten Vorjahren, der Absatz verblieb aber in etwa auf dem Niveau des Vorjahres. Sowohl bei Obst als auch Gemüse lässt sich zudem eine weitere Verschiebung in Richtung preisgünstiger Produktgruppen erkennen. So nahmen zum Beispiel die Ausgaben privater Haushalte für Kern- und Steinobst um 7,3 % bzw. 15,7 % zu, da hier die Preise im Gegensatz zu Produktgruppen wie Beerenobst und Zitrusfrüchte deutlich unter Inflationsniveau anstie-

gen. Für Zwiebelgemüse wurde ebenfalls erheblich mehr als im Vorjahr (+ 23,0 %) ausgegeben.

Vor dem Hintergrund dieser negativen Rahmenbedingungen in Verbindung mit einer außergewöhnlichen Marktsituation infolge extremer Witterungsbedingungen mit Frost bis weit ins Frühjahr, einer außergewöhnlichen Dürreperiode in Spanien und höheren Regenmengen als üblich in Afrika sowie dem unverändert hohen Margendruck aufgrund der kundenseitigen Oligopool-Struktur, war das Jahr 2023 für den Geschäftsbereich Obst & Gemüse von Landgard sehr herausfordernd. Der Handlungsschwerpunkt lag daher insbesondere auf dem weiteren Ausbau der Vermarktungsaktivitäten der Produkte unserer genossenschaftlichen Produktionsbetriebe sowie der Etablierung einer neuen Aufbau- und Ablauforganisation zur weiteren Stabilisierung der Geschäftsentwicklung im Bereich Obst & Gemüse. Diese strukturelle und strategische Neuausrichtung äußert sich neben klaren Zuordnungen und Verantwortlichkeiten in schlankeren Organisationsstrukturen und geringerer Komplexität. Somit können die Anforderungen von Kundschaft und Mitgliedsbetrieben noch besser und effizienter erfüllt werden.

Auch das Thema Nachhaltigkeit war im Jahr 2023 ein wesentlicher Bestandteil der Ausrichtung, die insbesondere mit der Landgard-Nachhaltigkeitswoche im September 2023 weiterhin unternehmensweit vorangetrieben wurde. Die Punkte Müllvermeidung und nachhaltige Verpackungen sind hier für Landgard von besonderer Bedeutung, da auch diese Bereiche von Preissteigerungen betroffen sind und der ökologische Fußabdruck von Landgard als nachhaltige und moderne vermarktende Erzeugergenossenschaft weiterhin reduziert werden soll. Nachdem im Jahr 2022 die ersten kompostierbaren Verpackungsschalen für Obst- und Gemüseprodukte in deutscher Produktion hergestellt wurden, haben sich diese 2023 weiter etabliert. So kann auch hier kontinuierlich ein weiterer Beitrag zur Optimierung der Umweltbilanz geleistet werden. Darüber hinaus wirken

weitere Initiativen unterstützend, wie zum Beispiel das interne unternehmensweite Krisenmanagement, das den Energieverbrauch bei Landgard auf Basis von technischen, verhaltensrelevanten und organisatorischen Maßnahmen erheblich eindämmen konnte.

Die unkonsolidierten Umsatzerlöse der gesamten Sparte Obst & Gemüse in Höhe von 0,8 Mrd. EUR verfehlen in 2023 das Vorjahr um 0,2 Mrd. EUR. Diese Entwicklung wird vorwiegend durch Bereinigungseffekte in der Geschäftsstruktur beeinflusst. In diesem Zuge wurden unrentable Geschäftsfelder und Standorte konsequent hinterfragt und nach eingehender Prüfung aufgelöst. Wesentliche Unterschiede zum Vorjahr ergeben sich dabei aus der Veräußerung der Vetter SK sowie der Neuaufstellung der Landgard Frischeservice GmbH. In einem Like-for-like Vergleich mit dem Vorjahr liegen die Umsatzerlöse mit Drittkundschaft über dem Vorjahr (+22,9 Mio. EUR). Somit konnten die in 2022 eingeleiteten Maßnahmen in Wachstum umgesetzt werden. Die Entwicklung des EBITDA unterstreicht das. Dieses konnte gegenüber dem Vorjahr ebenfalls erheblich um 8,4 Mio. EUR gesteigert werden und bestätigt somit die Wirksamkeit der bereits umgesetzten Maßnahmen. Grundsätzlich lag auch im Jahr 2023 der Fokus auf der Vermarktung von Produkten der zur Genossenschaft gehörigen Mitgliedsbetriebe. Fremdproduzierte Ware wird dann hinzugezogen, wenn es im Sinne der ganzjährigen Warenversorgung notwendig ist. Neben der Vermarktung wurde auch weiterhin der Ausbau der nationalen und internationalen Erzeuger*innenstrukturen weiter fortgesetzt. Dabei ist das vordergründige Ziel die Stärkung des ersthändigen Warenbezugs in den relevanten Anbauregionen, um bestmöglich auf derzeitige und zukünftige Kund*innen- und Marktanforderungen reagieren zu können.

Auf Ebene der Einzelgesellschaften verzeichnete die Landgard Süd Obst & Gemüse GmbH trotz der nicht optimalen Bedingungen in den relevanten Anbauregionen eine stabile Entwicklung. Vermarktet wurden hier vor allem Artikel aus den Produktkategorien Fruchtge-

müse, Beerenobst und Steinobst. Ein besonderer Umsatztreiber war die Vermarktung von Waren aus spanischer, deutscher, türkischer und marokkanischer Produktion. In diesem Jahr wurde insbesondere die Zusammenarbeit mit Erzeuger*innenbetrieben in der Türkei gezielt ausgebaut und professionalisiert. Diese Maßnahmen hatten maßgeblichen Anteil an einem positiven EBITDA, das zum Vorjahr erneut maßgeblich gesteigert werden konnte (+0,9 Mio. EUR).

Nach dem von Restrukturierungen geprägten Vorjahr stand im Jahr 2023 für die Landgard West Obst & Gemüse GmbH mit den Standorten Roisdorf und Herongen die Neuausrichtung und konsequente Weiterentwicklung an. Gegenüber Vorjahr konnte die operative Rohertragsmarge um 1,9 Prozentpunkte optimiert werden. In Kombination mit reduzierten Personal- und Sachaufwendungen konnte in der Folge das EBITDA gegenüber dem Vorjahr um 1,4 Mio. EUR verbessert werden.

Die Landgard Nord Obst & Gemüse GmbH zeigte ebenfalls eine positive Entwicklung im Umsatz, die vor allem auf das Überseeportfolio sowie Kohlgemüse zurückzuführen ist. Treiber waren wiederum Bananen und Avocados aus Südamerika sowie Kohlgemüse aus regionalem Anbau. Die erzielten Umsatzerlöse übertrafen das Vorjahr dabei deutlich um 6,7 Mio. EUR. Auch die Landgard Overseas GmbH konnte die Beschaffung von Überseeware sowie die Sicherstellung des ersthändigen Warenbezugs von exotischen Früchten aus weltweiter Produktion im Vergleich zum Vorjahr weiter ausbauen.

Im Geschäftsjahr 2023 wurden im Bereich Obst & Gemüse die Lizenz „LandLust“ sowie die Verkaufskonzepte „IssSo“ und „Respect Nature“ fokussiert und weiter ausgebaut.

Gemeinsam mit einer der auflagenstärksten Zeitschriften für Gartenfreund*innen werden im Rahmen der „LandLust“-Lizenzkooperation saisonales Obst und Gemüse sowie die Erzeuger*innen, die diese Produkte anbauen, in den Fokus gestellt. Im Rahmen der wichtigen Branchenmessen und Kund*innengesprächen

wurde die Lizenzkooperation präsentiert sowie Verkaufsaktionen besprochen.

Die Landgard-Marke „IssSo“ wurde bereits 2016 entwickelt. Unter dieser Marke wird Obst und Gemüse, das optisch nicht der Norm entspricht, vermarktet. Denn auch bei äußerer Beeinträchtigung durch Hagelschaden, Blattfeller oder eine Laune der Natur ist es der Geschmack, der zählt. Und der ist garantiert über jeden äußeren Makel erhaben. Im Jahr 2023 wurde mit den „IssSo“ dicken Äpfeln ein neues Produkt in die „IssSo“-Produktlinie aufgenommen. So finden nun auch Äpfel, die weitaus größer sind als der Durchschnittsapfel, den Weg zu den Verbraucher*innen. Und der Erfolg gibt den „IssSo“-Produkten recht: Auf den Geschmack kommt es an.

Die Landgard-Marke „Respect Nature“ macht Nachhaltigkeit bei jedem Einkauf offensichtlich. So erleichtert sie den Verbraucher*innen die Wahl, mit ihrem Einkauf einen wichtigen Beitrag zum Umweltschutz zu leisten sowie bewusst natürliche Ressourcen zu schonen. Denn bevor ein Artikel das Qualitätssiegel erhält, muss er ausgewählte Kriterien erfüllen, die von den Nachhaltigkeitsexpert*innen bei Landgard genauestens überprüft und stetig weiterentwickelt werden. So wurden im Jahr 2023 weitere Produkte in die „Respect Nature“-Produktlinie aufgenommen. Nun gehören auch Hydroponiksalate und die neue Tomatensorte „Aromahappen“, die ab Sommer 2024 vermarktet wird, mit zur „Respect Nature“-Familie.

V.3 Geschäftsfeld Logistik

Im Geschäftsfeld Logistik konnte die Tochtergesellschaft Fresh Logistics System GmbH (FLS) das Umsatzniveau von 2022 nicht halten. Ihr Umsatz sank 2023 vor Konsolidierung um 28,25 Mio. EUR gegenüber dem Vorjahr auf 94,95 Mio. EUR. Der Umsatzrückgang der FLS ist Folge des allgemeinen Geschäftsrückgangs innerhalb der Landgard-Gruppe.

V.4 Geschäftsfeld Service

Zentrale Beschaffung

Im Zuge des Rollouts der Beschaffungsplattform „Simple System“ im Jahre 2022 wurden im abgelaufenen Kalenderjahr weitere Warengruppen angebunden und somit zentralisiert. So stehen inzwischen u.a. Einweghandschuhe, Arbeits- und Montagehandschuhe, Sicherheitsschuhe sowie Büromöbel auf dem Portal zur Bestellung bereit. Mittlerweile sind 13 strategische Lieferanten über „Simple System“ mit den Landgard-Kernsortimenten sowie individuellen Randsortimenten angebunden. Ca. 180 Bestellungen für Verbrauchs- und Kostenartikel des täglichen Bedarfs bei Landgard werden pro Monat über „Simple System“ abgewickelt.

Zur besseren Übersicht über die definierten Kernsortimente bei Landgard hat die Zentrale Beschaffung in Zusammenarbeit mit dem Marketing den ersten offiziellen Kostenartikelkatalog mit ca. 200 Standard-Artikeln veröffentlicht. Die Zentrale Beschaffung prüft nun, inwieweit die bestehenden Kernsortimente und Verbrauchsartikel auch unseren Mitgliedsbetrieben zugänglich gemacht werden können, sodass nicht nur die internen Mitarbeitenden, sondern auch unsere Erzeuger*innen von den zentral verhandelten Konditionen und den strategischen Partnerschaften profitieren können. Ein bereits umgesetztes Beispiel dafür sind die Konditionen unseres Lieferanten für Arbeitskleidung, die seit 2023 auch für unsere Erzeuger*innenbetriebe gelten.

Als Ergänzung zu den standardisierten Kernsortimenten wurde im dritten Quartal 2023 die bestehende Amazon-Beschaffungsstruktur in das zentral-organisierte Amazon Business Prime-Modell überführt. Die sich daraus ergebenden Vorteile sind nun für alle organisatorischen Einheiten von Landgard gleichermaßen nutzbar. Das Beschaffungsmodell Amazon dient als Ergänzung zu unserer Beschaffungsplattform „Simple System“, insbesondere für gesonderte individuelle Artikel, welche nicht im Kernsortiment abgebildet sind und i.d.R. nur einmalig beschafft werden müssen.

Im Frühjahr 2023 hat die Zentrale Beschaffung die Ausschreibung der Steh- und Sitzschlepper insbesondere für Veiling Rhein-Maas, die Cash & Carry-Märkte sowie Bloomways durchgeführt. Durch Bündelung und Angleichung der technischen Ausstattung der Geräte wurden insgesamt 42 Fahrzeuge ausgeschrieben, verhandelt und vergeben. Dadurch konnte ein Einsparpotenzial in Höhe von 45.000 EUR (ca. 6,4 %) gehoben werden. Auch für das Jahr 2024 bereitet die Beschaffung aktuell wieder die zentrale Ausschreibung für Schlepper, Kehrmaschinen und Flurförderzeuge vor.

Im Bereich des technischen Einkaufs stand die Ertüchtigung der Halle M in Bornheim-Roisdorf mit einem Gesamtvolumen von 865.000 EUR als GMO-Maßnahme im Fokus. Die einzelnen Gewerke wie Elektrotechnik, Türe/Tore, Schlosserarbeiten sowie die Rauch- und Wärmeabzugsanlage und Lichtbänder wurden über die Beschaffung ausgeschrieben und zusammen mit dem technischen Immobilienmanagement sowohl technisch als auch kaufmännisch bewertet und an die wirtschaftlich günstigsten Nachunternehmer vergeben.

In der Summe wurden über 100 Beschaffungsvorgänge mit einem Gesamtvolumen von ca. 3 Mio. EUR über den technischen Einkauf für Instandhaltungen und Investitionen abgewickelt.

Im bereichsübergreifenden Austausch mit der IT-Infrastruktur wurden die auslaufenden Rahmenverträge bzgl. der Microsoft-Lizenzen und der WAN/SD-WAN Infrastruktur erfolgreich neu verhandelt. Auch das sensible Thema „Managed Security“ wurde im Projektteam einkaufsseitig betreut. Mit dem Fachbereich IT wurde in 2023 ein Einkaufsvolumen von ca. 10 Mio. EUR abgewickelt. Dabei konnten Einsparpotenziale in Höhe von 1,1 Mio. EUR gehoben werden.

Marketing/Unternehmenskommunikation/Marktforschung

Zum Jahresstart wurde ein weiterer Schritt der Zentralisierung der Marketing- und Kommunikationsleistungen umgesetzt. Nachdem in den vergangenen zehn Jahren sukzessive die entsprechenden Kompetenzen aus den verschiedenen Bereichen der Geschäftsfelder Blumen & Pflanzen sowie Obst & Gemüse in der Landgard Service GmbH gebündelt wurden, folgte zum 1. Januar 2023 auch die Tochtergesellschaft Veiling Rhein-Maas diesem Erfolgsmodell. Damit liegt die Zuständigkeit für die zentralen Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen seit dem Jahresbeginn für die gesamte Landgard-Gruppe gebündelt beim Dienstleistungsbereich Marketing/Unternehmenskommunikation und die Expertise des Bereiches ist auch für das Joint Venture Veiling Rhein-Maas nutzbar.

Die Arbeit im Bereich Marketing konnte im Januar und Februar 2023 wieder, wie in den Vor-Corona-Jahren, mit den Leitmesse der beiden Geschäftsfelder starten. Die Internationale Grüne Woche in Berlin mit der Blumenhalle, die Internationale Pflanzenmesse IPM in Essen sowie die Fruit Logistica in Berlin und die Biofach in Nürnberg boten wieder die Möglichkeit, die Mission der Initiative „1.000 gute Gründe“ physisch an eine Vielzahl an Besucherinnen und Besucher zu transportieren und die entwickelten Projekte und Konzepte dem Handel sowie den Erzeugerbetrieben auf den Fachmessen zu präsentieren. Bei den B2B-Messen stand im Jahr 2023 vor allem die Kooperation mit dem Magazin LANDLUST im Fokus. Hier wurden vor allem die im Fachhandel umgesetzten Sortimente und die Möglichkeiten von Mediakooperationen für den Retail präsentiert. Dabei unterstützten auch Videobeiträge, die bei den beteiligten Erzeugerbetrieben erstellt wurden. Im Oktober wurde in enger Zusammenarbeit mit dem Standort Kehl der Messeauftritt auf der Fruit Attraction in Madrid vorbereitet und begleitet.

Im Jahresverlauf 2023 wurde die zweite Auflage des Buches „Trends 2024/25“ erstmals mit

Partnerinnen und Partnern aus der Branche entwickelt. In einem Ein-Tages-Workshop in der Zentrale in Herongen wurden für den Bereich Blumen & Pflanzen gemeinsam mit externen Vertreter*innen von Fleurop, Blumenbüro Holland, Mein schöner Garten, Blooms und Green me up sowie internen Vertreter*innen aus den Fachbereichen Schnitt, Pflanze und Floristik die Trends diskutiert und inhaltlich ausgearbeitet. Die Ergebnisse des Workshops boten die Basis für die weitere Realisierung und inhaltlichen Gestaltung des Buches in Wort und Bild zur Veröffentlichung im Jahr 2024. Darin werden zum zweiten Mal zentrale Stiltrends vorgestellt, die die Blumen- und Pflanzenwelt in den Jahren 2024 und 2025 prägen werden.

Für den Landgard Award 2023 wurde das Vorjahreskonzept, bei dem die Würdigung unterschiedlicher Aspekte der gärtnerischen Produktion im Mittelpunkt steht – unabhängig davon, ob die ausgezeichneten Betriebe im Bereich Blumen und Pflanzen oder Obst und Gemüse aktiv sind, fortgesetzt. Damit verbunden ist die inhaltliche Flexibilität, die Kategorien des Landgard Awards von Jahr zu Jahr auch auf aktuelle Entwicklungen im Gartenbau hin anpassen zu können. Der Landgard Award 2023 wurde im September auf der gemeinsamen Gremiensitzung im hessischen Grünberg verliehen.

Nach zwei Jahren, die nicht unwesentlich durch eine intensive Krisenkommunikation geprägt waren, lag der Fokus in der Unternehmenskommunikation vor allem zum Jahresstart 2023 auf der Kommunikation rund um die zahlreichen Messeauftritte. Dazu gehörten ausführliche Veröffentlichungen zu den auf den Messen gezeigten Themen, die Vorstellung der teilnehmenden Betriebe (u.a. IPM, Ordertage), die Aufarbeitung aktueller Branchenthemen und zahlreiche Gespräche mit den Vertreter*innen der Fachpresse. Darüber hinaus hat die Unternehmenskommunikation die Messen auch wieder dazu genutzt, Hintergrundgespräche und Interviews mit unterschiedlichen Expert*innen von Landgard in den Medien zu platzieren.

Im Rahmen der Regelkommunikation in Richtung Mitarbeiter*innen und Mitgliedsbetriebe wurden drei Ausgaben des Magazins „Blattgrün“ veröffentlicht – flankiert durch eine kontinuierliche Berichterstattung im gleichnamigen Blog. Das 2022 entwickelte „Inside“-Konzept für die „Blattgrün“ wurde 2023 weiter ausgebaut. Dabei entstehen für das Magazin und den Blog gezielt Beiträge, mit denen das Know-how und die Leistungen einzelner Einheiten oder Personen transparent in Richtung Mitarbeitende und Mitgliedsbetriebe kommuniziert wird. Dazu nutzt die Blattgrün-Redaktion vermehrt die journalistischen Darstellungsformen Interview und Reportage, um textlich möglichst nah an einzelnen Personen, Bereichen oder Betrieben schreiben zu können.

Im Bereich der Erzeugerkommunikation lag ein Schwerpunkt auf der Erstellung und Veröffentlichung von saisonalen Presseinformationen für die Geschäftsfelder Blumen & Pflanzen sowie Obst & Gemüse. In diesen Presseinformationen kommen regelmäßig Erzeuger*innen mit Zitaten zu Wort und die jeweiligen Betriebe werden ausführlich porträtiert. Weitere Themen in der Erzeugerkommunikation waren 2023 die Begleitung von Presseterminen in verschiedenen Betrieben, Betriebsbesuche im Rahmen von „Landgard Inside“ sowie die Vorstellung der Landgard Award-Preisträger*innen.

Die Unternehmenskommunikation war auch 2023 wieder eng in die Vorbereitung und die Durchführung der Vertreterversammlung in der Messe Essen inklusive des Abendprogramms eingebunden. Im Nachgang zur Vertreterversammlung fand „Landgard im Dialog“, die jährliche Pressekonferenz zur Geschäftsentwicklung von Landgard, wieder als Präsenzveranstaltung in der Firmenzentrale in Straelen-Herongen statt.

Über das ganze Jahr verteilt und in insgesamt zunehmender Zahl erreichen die Unternehmenskommunikation Presseanfragen der Publikumspresse in den Bereichen TV, Radio, Print und Online. Hier wird in jedem einzelnen Fall die Sinnhaftigkeit für Landgard geprüft, diese

Anfragen positiv zu beantworten. Im Jahr 2023 sind so zum Beispiel größere Beiträge für den WDR und die ARD-Tagesthemen entstanden, bei denen die Unternehmenskommunikation die Drehtermine koordiniert und begleitet hat.

Neu hinzugekommen ist im Jahr 2023 die Betreuung der Pressearbeit sowie weiterer interner und externer Medien von Veiling Rhein-Maas.

Im digitalen Bereich werden verschiedene Unternehmens-Webseiten von der Unternehmenskommunikation über die jeweiligen Content Management Systeme redaktionell betreut und laufend gepflegt. Darüber hinaus werden mehrere Newsletter redaktionell betreut und regelmäßig verschickt. Das Intranet „iNFOGARD“ stellt einen zentralen Bestandteil der internen Kommunikation in der Landgard-Gruppe dar. Neben der laufenden inhaltlichen und strukturellen Pflege von „iNFOGARD“ hatte die Unternehmenskommunikation daher auch 2023 die anstehende und technisch erforderliche Weiterentwicklung des Intranets im Blick.

Die Social Media-Aktivitäten von Landgard über die Kanäle LinkedIn und Instagram wurden 2023 von der Unternehmenskommunikation weiter ausgebaut. Darüber hinaus hat die Unternehmenskommunikation die Zusammenarbeit mit den Einheiten Fachhandel, Bloomways und Wiesmoor rund um deren eigene Social Media-Aktivitäten weiter professionalisiert. Die übergeordneten Ziele aller Social Media-Aktivitäten der Landgard-Gruppe sind Imagebildung, Kundengewinnung und die Steigerung der Arbeitgeberattraktivität.

Die Themen Transparenz, Austausch, Image, Arbeitgeber und Standort stehen auch bei Standort-Führungen mit Vertreter*innen aus Politik und Öffentlichkeit im Vordergrund, die von der Unternehmenskommunikation begleitet werden. Ein Beispiel dafür waren die Führungen am Firmensitz in Straelen-Herongen im Rahmen der „Straelener Innovationswoche“ im September 2023.

Darüber hinaus wurde im Jahresverlauf 2023 die Lizenzkooperation „LANDLUST KOLLEKTION“ mit weiteren Sortimenten ausgebaut. In jeder Ausgabe der Publikumszeitschrift LANDLUST werden im Rahmen der Lizenzkooperation neue Produkte vorgestellt und redaktionell begleitet, die parallel auch flächendeckend in den Cash & Carry-Märkten angeboten werden. Im LANDLUST-Shop sind zusätzliche Hintergrundinformationen zu finden. Darüber hinaus wurde ein 360 Grad-Marketingpaket entwickelt, um dem Handel online und offline eine ideale Vertriebsunterstützung zu bieten. Zu diesem Paket gehören verschiedene Werbemittel für den POS genauso wie digitale Werbemittel inklusive Vorlagen für Social Media-Postings. Darüber hinaus wurde rund um die „LANDLUST KOLLEKTION“ weiterer Content in Form von umfangreichem Video-, Bild- und Text-Material produziert. Dass die „LANDLUST KOLLEKTION“ von der Branche positiv aufgenommen wird, zeigt auch die Auszeichnung als „Kooperation des Jahres“ bei den Taspo Awards 2022. Inzwischen sind die Vorbereitungen angelaufen, auch Obst- und Gemüseprodukte im Rahmen der „LANDLUST KOLLEKTION“ zu präsentieren.

Zudem wurde für den Bereich Cash & Carry eine umfangreiche Werbeanalyse erarbeitet. Hier wurden die unterschiedlichen Wirkungsgrade, die jeweilige Relevanz und das digitale Nutzerverhalten von Marktleiter*innen und der Kundschaft des Sichtkaufs erhoben und analysiert. Die Erkenntnisse daraus wurden in kurzfristige und langfristige Maßnahmen übersetzt. Kurzfristige, intern umsetzbare Maßnahmen wurden im Jahresverlauf bereits erfolgreich umgesetzt.

Als ergänzende Kooperation ist im Bereich Obst & Gemüse die Zusammenarbeit mit den Gewürzspezialisten von „Just Spices“ vertieft worden. Im Rahmen dieser Kooperation bietet Landgard eine spezielle Mixverpackung an, die das Beste aus beiden Genusswelten vereint. Die darin enthaltenen zwei Avocados bringen ihre eigene Portion des beliebten „Just Spices“-Avocado-Toppings gleich mit ins Haus. Zusätzlich wurden dem Handel im Jahr 2023 weitere

Gewürzmischungen mit Tomaten kombiniert angeboten.

Im Bereich Obst & Gemüse wurde ein besonderer Fokus auf neue Sorten gelegt, die den veränderten klimatischen Rahmenbedingungen unserer Zeit angepasst sind. Dabei ging es um neue Kern-Obstsorten sowie resistente Tomatensorten. Diese wurden im Jahr 2024 im Rahmen der Messen präsentiert. Im Verlauf des Jahres 2023 wurden auch die beiden Birnen- und Apfel-Clubsorten „Xenia“ und „Evelina“ mit den entsprechenden Marketingkampagnen beim Handel präsentiert.

Die Initiative „1000 gute Gründe“ hat es 2023 wieder mit kreativen Ideen geschafft, die Verbraucher*innen immer wieder mit den generischen Kampagnen für Blumen, Pflanzen, Obst und Gemüse in Kontakt zu bringen. Mit der zweiten ganzheitlichen Jahreskampagne „Wild about nature“ hat die Initiative im Jahr 2023 mit neuen monatlich wechselnden Motiven für Vielfalt auf allen Kanälen geworben. Die einzigartigen Kreationen aus der Natur wurden dabei aus den verschiedenen saisonalen Produkten der beiden Initiativen zu etwas Neuem zusammengestellt: zu kunstvollen Bildern von Insekten oder Vögeln. Die jeweiligen Monatsmotive und die dazu gehörenden Produkte bildeten den Rahmen für zahlreiche unterschiedliche On- und Offline-Maßnahmen wie Influencer*innen-Kooperationen, Desktop-Wallpaper, Videocontent, Kampagnenbilder sowie DIY-Ideen auf der Website [1000gutegruende.de](https://www.1000gutegruende.de) und genauso für klassische Anzeigen oder Poster, die in den Landgard-Cash & Carry-Märkten erhältlich waren. Die Kampagne diente auch als Konzept für die Blumenhalle der Internationalen Grünen Woche 2023, die nach der Pandemie im kleineren Rahmen umgesetzt werden musste. Hier wurden in Berlin die verschiedenen Motive großflächig gezeigt und in Beeten wie Skulpturen dreidimensional präsentiert.

2023 hat das Team von „1000 gute Gründe“ auch wieder zahlreiche Vor-Ort-Aktionen durchgeführt. Dazu zählten unter anderem der

„Garden and Home Blog-Award“, eine Kampagnen-Aktion im Landschaftspark Nord, „Landgard Inside“, ein Grill-Event an der Blauen Lagune, Parookaville, der Deutsche Filmpreis und das Straelener Stadtfest. Darüber hinaus hat „1000 gute Gründe“ auch 2023 wieder mit verschiedenen Blogger*innen-Kooperationen bei den Social Media-Aktivitäten auf Facebook, Instagram und Pinterest für zusätzliche Reichweite gesorgt. Der „1000 gute Gründe“-Gärtner Tristan hat die Hörer*innen von Welle Niederrhein 2023 bei der „Grüne Stunde“ wieder an einem Donnerstag pro Monat mit den besten Blumen- und Pflanzentipps für die Wohnung, den Garten oder den Balkon versorgt. Auch die Pressearbeit der Initiative „1000 gute Gründe“ wurde 2023 weiter fortgesetzt.

Zudem wurde mit der Initiative eine nie dagewesene, übergreifende Kundenbindungs-Kampagne gezielt für den Fachhandel umgesetzt. Mit den beiden wichtigsten Verbänden des Fachhandels, FDF und VDG, wurden dafür Unterstützer und wichtige Multiplikatoren gefunden. Jeden Monat aufs Neue gibt es für Verbraucher*innen die Chance, bei der Aktion „Blumen-Bon“ im stationären Fachhandel zu gewinnen. Kund*innen können jeden Monat fünf Gutscheine über 250 Euro gewinnen – einzulösen in einem Fachgeschäft. Dazu wurde ein umfangreiches Mediapaket umgesetzt, zu der Smart-TV-Werbung, Plakatwerbung in Düsseldorf, Social Media-Kooperationen, Poster und andere Werbemittel in den Cash & Carry-Märkten, bei Bloomways und Veiling Rhein-Maas sowie Anzeigenkampagnen und vieles mehr gehörte. Die Aktion wurde auch durch die beiden Verbände und den Sponsor Fleurop publiziert. Nach dem erfolgreichen Start in 2023 wird die Aktion auch 2024 fortgesetzt.

Die Schwerpunkte der Landgard-Marktforschung waren auch 2023 Analysen zu Veränderungen beim Anbau gartenbaulicher Produkte und dem Konsumentenverhalten sowie die Erstellung von Übersichten zur Marktentwicklung der relevanten Produktgruppen und der sich stetig wandelnden Händlerstrukturen. Diese Informationen stellen wichtige Alleinstellungsmerkmale für Landgard dar und sind Grundlage

für die professionelle Vertriebsarbeit sowie strategische Weichenstellungen.

IT

Das Jahr 2023 war für die IT erneut durch einige Herausforderungen geprägt. Wie in den Vorjahren, waren wieder eine Vielzahl an Cyber-Angriffen gegen unsere IT-Systeme zu beobachten. Die Anzahl der Versuche, in unsere IT-Systeme einzudringen, sind seit Beginn des Angriffskriegs Russlands gegen die Ukraine noch einmal sprunghaft angestiegen. Darauf reagieren wir mit einem klaren Fokus auf unsere IT-Sicherheit, einer weiteren Verschärfung damit zusammenhängender Maßnahmen und einer kontinuierlichen Sensibilisierung aller Mitarbeiter*innen.

Aber auch die stetige Verbesserung unserer IT-Systeme hilft, den Angriffen entgegenzutreten, mögliche Sicherheitslücken zu schließen und diese zukünftig gar nicht erst entstehen zu lassen. Hierzu gehören u.a. die regelmäßige Durchführung von Tests, verschiedenste Audierungen und auch Notfallübungen.

Damit einhergehend wurden auch diverse Maßnahmen zur Sicherstellung der Systemstabilität durchgeführt. So wurde eine Reihe von dringend notwendigen Wartungsarbeiten erledigt, um die Funktionsfähigkeit der eingesetzten Software zu erhalten und die Performance zu verbessern.

Darüber hinaus konnten in der IT auch in diesem Jahr Großprojekte erfolgreich abgeschlossen bzw. auch einige neue gestartet werden. Nachfolgend findet sich ein Auszug der Projekte aus dem letzten Jahr:

Einführung von MS TEAMS

Im Rahmen der Projekte und Changes zu den Microsoft Online-Diensten wurde unternehmensweit Microsoft TEAMS als Kommunikations- und Kollaborationsplattform eingeführt. Ein Fokus-Team von Mitarbeiter*innen aus verschiedenen Fachbereichen hat dazu ein Konzept erarbeitet und den Rollout in der Organisation begleitet.

RZ Projekt

Die Rechenzentrumsanlagen und die flankierenden technischen Systeme wurden modernisiert.

Einführung von Florisoft bei Bloomways

Die Bloomways-Zentrale in Straelen-Herongen und die Filialen wurden an das gemeinsame Warenwirtschaftssystem Florisoft angeschlossen, das auch als E-Commerce-Lösung für den Bloomways-Webshop dient.

Veiling Rhein-Maas Enterprise Architektur

In diesem Projekt wird eine neue Enterprise Architecture für Veiling Rhein-Maas konzipiert. Die daraus resultierenden Anforderungen an Software-Komponenten sollen im Zuge der Operationalisierung der Konzepte in eine Anwendungsauswahl und Projektplanung überführt werden, so dass Implementierungsprojekte unmittelbar angeschlossen werden können. Damit geht eine Modernisierung der logistischen Abläufe einher.

Refactoring SAP Vertrieb

Das Projekt trägt zur Vereinheitlichung der kundenspezifischen Vertriebswege bei. Nach dem Wegfall der Altsysteme erfolgt eine Anpassung an die aktuelle Marktlage mit dem Ziel, für weitere Kunden einen vollumfänglichen elektronischen Datenaustausch zu ermöglichen.

Avalanche

Die bisherige Ladungsträger-Verwaltung wird durch ein einheitliches Ladungsträger-Managementsystem für den Gesamtkonzern auf Basis von SAP abgelöst. Das neue System ermöglicht eine weitestgehende Digitalisierung der Kommunikation und ist für alle Arten von Ladungsträgern und Verpackungen als einheitliches, zentrales System entsprechend erweiterbar.

NAV 2015 für Landgard West Obst & Gemüse / Erzeugerorganisation

Überführung und Konsolidierung der Warenwirtschaftsprozesse bei der Erzeugerorganisation und Landgard West Obst & Gemüse hin zu

einem einheitlichen ERP-System. Ablösung der AS/400 und der damit verbundenen Funktionen inklusive der Schnittstelle zur Erzeugerabrechnung in SAP.

Ordertage-Release

Seit der Corona-Pandemie finden die Ordertage standardmäßig als hybride Ordermessen statt. Flankierend zum stationären Part der Ordertage hat die Kundschaft so auch die Möglichkeit, im Webshop ordertage.mylandgard.de online auf das gesamte Produktangebot der Ordertage zuzugreifen. Der Ordertage-Webshop ist ein Teilbereich des übergeordneten Webshops mylandgard.de. Dank der neuen Technologie und der Möglichkeit der Online-Order im Webshop ordertage.mylandgard.de hat sich auch das stationäre Einkaufserlebnis vor Ort auf den Ordertagen verändert. Die Kundschaft kann sich mit ihren Mobilgeräten in den Webshop einloggen, QR-Codes auf den Pflanzenetiketten scannen und die gewünschte Menge im Pop-up-Display in den Einkaufswagen legen. Dank dieser QR-Selbstbedienung benötigt die Ordertage-Kundschaft keine Papierformulare mehr, um Bestellungen aufzugeben.

Digitalisierung der Kundengruppen

Der Webshop mylandgard.de bietet das technische Potenzial dafür, auch die Kundschaft aus dem organisierten Fachhandel sukzessive in den Webshop zu integrieren, damit diese ihre Angebote dort digital vorfinden und bestellen können. Die Kundschaft kann dabei zentral steuern, welche Sortimente zu welchen Preisen sowie welche Angebotskategorien ihre Einkäufer*innen bzw. Märkte sehen können. Zudem sind die Kundenartikelnummer und der Auszeichnungspreis je Artikel im Webshop nun auch für Einkäufer*innen und Märkte sichtbar und werden im Lieferschein bzw. in der Rechnung mit angegeben. Neben neuen Umsatzpotenzialen bietet der Ausbau der Digitalisierung durch den Webshop mylandgard.de für Landgard noch weitere Vorteile. So werden die operativen Kosten etwa durch die Erstellung eines digitalen Angebotes sowie eine systemgestützte Auftragsverarbeitung und digitalen Kundensupport gesenkt.

Vorbereitung für den Start der neuen Gesellschaft Landgard Fiori & Piante S.r.l. in Italien ab dem 1.7.2024

Vorarbeiten zur steuerlich korrekten Abbildung von Einkaufs- und Verkaufsgeschäften in Italien sowie zur Vermarktung über Deutschland. Auch die logistische Abwicklung in Italien erfolgt auf Basis von SAP. Im Rahmen der Umsetzung ist die eINVOICE für Italien umzusetzen. Darüber hinaus sind verschiedene Infrastruktur-Maßnahmen und Hardware-Beschaffungen für die Standorte Albenga und Pistoia geplant.

Immobilien / Konzernversicherung

Landgard unterzieht das bestehende Standortnetz einer kontinuierlichen Prüfung und Optimierung unter anderem im Hinblick auf die Lage, die bauliche Substanz und die Nachfrage durch Kundschaft und Lieferant*innen. Das Ziel dabei ist immer, über ein Standortnetz zu verfügen, das die Bedarfe von Kundschaft und Lieferant*innen bestmöglich abdeckt. In diesem Zusammenhang war das Jahr 2023 für den Bereich Immobilien / Konzernversicherungen vor allem durch Veränderungen an zahlreichen Standorten geprägt.

Nach intensiver Suche nach einem geeigneten Standort wird Landgard Anfang 2025 einen modernen Cash & Carry-Kombimarkt in der nordrhein-westfälischen Stadt Werl im Kreis Soest eröffnen. Die Neueröffnung erfolgt im Rahmen einer Standortverlagerung des Cash & Carry-Marktes Hamm, der zum Jahresende 2024 schließt. Der neue Standort liegt nur rund neun Kilometer vom bisherigen Standort in Hamm entfernt und ist somit für die Mitarbeitenden in Hamm sowie die Kundschaft und die Anlieferer des jetzigen Standortes sehr gut zu erreichen. Der gewählte Standort liegt zudem verkehrsgünstig in der Nähe der Autobahnen A2 und A44 – auch die Anbindung an das südlich von Werl gelegene Sauerland wird hierdurch deutlich verbessert. Am neuen Standort, der noch umgebaut wird, entsteht ein Cash & Carry-Kombimarkt mit den Bereichen Topfmarkt, Deko & Floristikbedarf und Bloomways unter einem gemeinsamen Dach und mit rund 6.000

Quadratmetern Fläche für Verkauf und Warenannahme.

Der Cash & Carry-Markt in Hainspitz wurde Ende Juli 2023 geschlossen und an den Vermieter zurückgegeben. Der Landgard-Fachhandel konzentriert die Vermarktung in der Region seitdem auf das Märkte-Dreieck der Standorte Leipzig, Chemnitz und Erfurt. Die Bloomways-Filiale in Hainspitz wird weiter betrieben. Mitte November 2023 wurde auch der Cash & Carry-Markt in Linz geschlossen. Der Bereich Immobilien / Konzernversicherungen hat den Rückbau des Standortes und die Abwicklung mit dem externen Vermieter koordiniert. 2024 wird dazu ein Aufhebungsvertrag mit dem Vermieter geschlossen.

Im Zuge der Anwachsung der ehemaligen Landgard Fachhandel GmbH & Co. KG auf die Landgard Blumen & Pflanzen GmbH wurden im Bereich Immobilien / Konzernversicherungen sämtliche Verträge sowie die damit verbundenen systemadministrativen Arbeiten fristgerecht umgesetzt.

Im Geschäftsfeld Obst & Gemüse wurde der Standort in Halle / Saale im Rahmen eines Aufhebungsvertrages vorfristig an den Vermieter zurückgegeben. Begleitend dazu wurde in Chemnitz ein erweiterter neuer Standort angemietet und eröffnet. Im Mai 2024 wurden die Aktivitäten der beiden Obst & Gemüse-Standorte Kehl und Karlsruhe am Logistikstandort Achern von Fresh Logistics System zusammengeführt. Hier wurden im Vorfeld die Büroflächen des Standortes renoviert. Die Mietverträge an den Alt-Standorten in Kehl und Karlsruhe wurden gekündigt.

Human Resources

Ein Schwerpunkt der Qualifizierung lag 2023 bei vertrieblichen Themen. Auf Basis gesellschaftsspezifischer Priorisierungen wurden Prozesse zur Kundenakquise, zum Verkauf und zum Vertrieb optimiert und zu Trainingszwecken so konzipiert, dass wesentliche Zielgruppen ihre vertrieblichen Aktivitäten praxisorientiert trainieren konnten.

Neben einem umfangreichen Portfolio an durchgeführten EDV-Schulungen hat die durchgeführte Implementierung von MS TEAMS eine wichtige Grundlage zur verbesserten kollaborativen Zusammenarbeit geschaffen. Durch Beteiligung zahlreicher Key-User, einer breit angelegten Grundlagenqualifizierung und gezieltem Austausch an relevanten Use-Cases ist die konzernweite Akzeptanz zur effizienten Nutzung nachhaltig gefördert worden.

Das Curriculum für Führungskräfte wurde durch neu konzipierte Module in den Bereichen Resilienz/Stressmanagement und Verhandlung thematisch ergänzt.

Auch die Programme für externe Zielgruppen wurden mit hoher Zufriedenheit der Teilnehmer*innen fortgeführt. So schlossen alle Teilnehmer*innen den Lehrgang Betriebswirt im Produktionsgartenbau 2022/23 erfolgreich ab. Im Oktober 2023 begann die 7. Auflage des Lehrgangs wiederum mit maximaler Teilnehmeranzahl. Nachdem die Stipendiaten das Stipendienprogramm 2022/23 zufrieden beendeten, startete die nächste Gruppe bereits im 2. Halbjahr 2023 in das Programm 2023/24.

Im Kalenderjahr 2023 schlossen 30 Auszubildende ihre Ausbildung bei Landgard in den Berufen Kaufmann/-frau im Groß- und Außenhandel, Kaufmann/-frau für Büromanagement, Fachkraft für Lagerlogistik und Berufskraftfahrer/in erfolgreich ab. Hiervon konnten neun junge Menschen durch gute betriebliche sowie schulische Leistungen mit der vorgezogenen Abschlussprüfung die Ausbildung verkürzen. Für das neue Ausbildungsjahr wurden 27 neue Auszubildende eingestellt. Damit sind aktuell 76 Auszubildende in acht verschiedenen Berufsbildern bei der Landgard-Gruppe tätig.

Die im Kalenderjahr 2021 implementierte Ausbildung in den Berufsbildern Kaufmann/-frau im Einzelhandel sowie Verkäufer/in für den Landgard Fachhandel entwickelt sich weiterhin positiv. Gestützt durch einen gesellschaftsspezifischen Ausbildungsplan befinden sich aktuell 21 junge Menschen in der Ausbildung, welche an neun Cash & Carry-Märkten tätig sind. Die gesammelten Erfahrungen in der Umsetzung

des Ausbildungsplanes werden im Kalenderjahr 2024 evaluiert und dienen zur kontinuierlichen Verbesserung der fachlichen Ausbildung. Neben der fachlichen Entwicklung ist ab dem vierten Quartal 2023 für die persönliche Entwicklung der Baustein von regelmäßigen Beurteilungsgesprächen hinzugefügt worden. Dieser Baustein soll unsere Ausbilder dabei unterstützen, Potenziale und Entwicklungsfelder zu identifizieren.

Das ab August 2023 in der Kernregion Niederrhein eingeführte neue Testverfahren zur Feststellung der Leistungsfähigkeit sowie der Persönlichkeitsmerkmale für kaufmännische Auszubildende bei der Landgard Service GmbH hat die Potenziale der Bewerbenden sichtbar und vergleichbar gemacht. Des Weiteren ist die Zeitspanne zwischen Bewerbungseingang und Auswahlentscheidung signifikant verkürzt worden.

Am Standort Wiesmoor haben zwei Auszubildende Auslandsaufenthalte auf Malta bzw. Fuerteventura absolviert. Das Angebot von Auslandsaufenthalten ist dort seit Jahren ein fester Bestandteil der Ausbildung. Erstmals im Kalenderjahr 2023 hatten drei kaufmännische Auszubildende der Kernregion Niederrhein die Möglichkeit eines Auslandsaufenthalts in Dublin/Irland. Dieser dreiwöchige Aufenthalt war verbunden mit dem Besuch einer Sprachschule, um die englischen Sprach- und Schriftkenntnisse zu verbessern. Das Projekt wurde von erasmus+ gefördert und durch die AHK Dublin koordiniert. Eine Weiterführung ist durch die positiven Erfahrungen angedacht.

Finanz- und Rechnungswesen

Das Finanz- und Rechnungswesen hat ebenso maßgeblich bei der Aufstockung der Beteiligung der sogenannten LOGH-Anteile mitgewirkt, wie auch bei der Verschmelzung der Landgard Fachhandel GmbH & Co. KG auf die Landgard Blumen & Pflanzen GmbH.

Die Prozesse im Finanz- und Rechnungswesen wurden weiter optimiert und digitalisiert. Es wurden z. B. die Warenwirtschaftsprozesse im

Navisionsystem standortübergreifend vereinheitlicht und digitalisiert. Weiterhin wurde der eigentliche Prozess der Jahres- und Monatsabschlussstellung weiter optimiert, sodass der Prozess der sogenannten CO-Konsolidierung komplett entfallen konnte.

Für das Jahr 2024 wird für das Finanz- und Rechnungswesen die Verlängerung der Konzernfinanzierung und die Anpassung der konzernweiten F&R-Struktur im Mittelpunkt stehen.

Qualitätsmanagement und Nachhaltigkeit

Der Bereich des zentralen Qualitätsmanagements umfasst seit 2016 auch das spartenübergreifende Nachhaltigkeitsmanagement. Landgard bietet Kund*innen und Mitgliedsbetrieben 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 die Kundschaft. Zu den 2023 erfolgreich umgesetzten Zertifizierungsstandards zählten im Bereich der Obst- und Gemüsevermarktung IFS, QS, FIAS, Fairtrade, Rainforest Alliance 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 des Nachhaltigkeits- und Energiemanagements weiter ausgebaut.

Mit der Erstellung einer unternehmensbezogenen Klimabilanz für die Landgard Obst & Gemüse GmbH & Co. KG hat Landgard bereits im Jahr 2021 einen wesentlichen Schritt im Bereich Klimaschutz unternommen. Auf Basis dieser Bilanz wurden in 2023 konkrete Ziele und

Maßnahmen ausgearbeitet, die zu einer nachhaltigen Reduktion der Treibhausgasemissionen und damit zu einem klimafreundlicheren Unternehmen führen. Die Ziele werden von der Science-Based-Targets Initiative auf Basis aktueller wissenschaftlicher Studien unabhängig überprüft, bewertet und im Einklang mit dem weltweiten Ziel, die Erderwärmung auf maximal 1,5°C im Vergleich zur vorindustriellen Zeit zu begrenzen, festgelegt.

Im Bereich Blumen & Pflanzen konnte das TrayC-System erfolgreich ausgeweitet werden. Dabei geht es um die Wiederverwendung von Einweg-Trays aus Polystyrol. Durch die Sortierung und erneute Verwendung von unbeschädigten Trays können nicht nur Ressourcen für die Anfertigung neuer Trays geschont werden. Durch die gezielte Entsorgung der TrayC-Paletten über einen Entsorgungsdienstleister können beschädigte Trays darüber hinaus fachgerecht recycelt und zu neuen Trays verarbeitet werden. Dadurch konnten bereits im ersten Jahr über 800 Tonnen wertvoller Rohstoffe in einem geschlossenen Wertstoffkreislauf gehalten und rund 86 % CO₂ gegenüber der herkömmlichen Einwegpalette eingespart werden.

Ergänzend zum TrayC-System wurde das Mehrwegsystem Floritray auch im Jahr 2023 weiter umgesetzt. Die Nutzung eines Mehrwegsystems verhilft dabei zu weiteren Ressourceneinsparungen. Um nicht ganzjährig große Mengen an Mehrwegpaletten vorhalten zu müssen und so Kosten und Verluste während der Lagerung von Mehrwegpaletten so gering wie möglich zu halten, wäre das TrayC-System eine sinnvolle Ergänzung zu Floritray, um saisonale Spitzen im Frühjahr auszugleichen.

Ein weiteres spannendes nachhaltiges Projekt ist die geplante Ausweitung des Portfolios an klimaneutralen Produkten auf dem Weg zur Dekarbonisierung, der Reduzierung weltweiter Treibhausgasemissionen. Beispiele hierfür sind klimaschonend produzierte Bananen, Avocados sowie Tomaten und Erdbeeren oder Zierpflanzen. Die Nachhaltigkeitswochen haben darüber hinaus in 2023 erstmalig seit Corona

wieder an den Unternehmensstandorten mit reger Unterstützung der Mitarbeiter*innen stattgefunden. Dabei wurden an fünf Tagen unterschiedliche Nachhaltigkeits-Wettbewerbe ausgerufen, die die Mitarbeiter*innen an den einzelnen Standorten oder privat zu Hause umsetzen konnten.

Abgerundet wurden die vielfältigen Nachhaltigkeitsaktivitäten von Landgard durch die Beteiligung als Pilotunternehmen an verschiedenen europäischen Forschungsprojekten zur Reduzierung von Lebensmittelabfällen, sowie diverser sozialer Projekte, die im Laufe des Jahres umgesetzt wurden. So wurden beispielsweise während der Landgard-Firmenläufe vor Ort und virtuell in ganz Deutschland Spendengelder in Höhe von 1.000 Euro für die Aktion „Deutschland hilft“ gesammelt. Außerdem werden seit August 2021 alte Druckerpatronen und Stifte bei Landgard gesammelt und gegen Spendenerlöse fachgerecht entsorgt oder recycelt.



VI. VORAUSSICHTLICHE ENTWICKLUNG DES KONZERNS

VI. 1 Gesamtwirtschaftlicher Ausblick

Die aktuelle Wachstumsprognose für Deutschland fällt für das Jahr 2024 bescheiden aus. Der Sachverständigenrat zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung erwartet im aktuell vorliegenden Frühjahrgutachten 2024 nur ein Wachstum von 0,2 % (Quelle: <https://www.sachverstaendigenrat-wirtschaft.de/fruehjahrgutachten-2024.html> - Stand 15. Mai 2024). Viele Stimmungsindikatoren sind nach wie vor schwach. So bremsen derzeit hohe Zinsen sowie der Arbeitskräftemangel die Investitions- und Wirtschaftstätigkeit, auch aus dem Außenhandel werden kaum Wachstumsimpulse erwartet. Im Jahresverlauf 2024 sollen sich die Marktfinanzierungsbedingungen jedoch verbessern und nachlassende Inflationsorgen – die Preissteigerungen sollen auf 2,4 % sinken – sowie steigende Realeinkommen den privaten Konsum stützen. Politische Unsicherheiten wie Eskalationen der kriegerischen Konflikte mit entsprechenden Auswirkungen auf Warenströme und Preise bleiben bestehen.

VI. 2 Geschäftsfeld Blumen & Pflanzen

Der Beginn des Jahres 2024 war für das Geschäftsfeld Blumen & Pflanzen wieder durch zahlreiche Messeaktivitäten geprägt, mit denen viele Impulse rund um Blumen und Pflanzen gegeben werden konnten und deutlich wurde, wie viel Farbe, Natur und positives Lebensgefühl die Grüne Branche den Menschen zu bieten hat.

Den Auftakt markierte die Grüne Woche in Berlin. Unter dem Motto „City of colours“ präsentierte das Team der Landgard-Initiative „1000 gute Gründe“ in der Blumenhalle 2024 zehn Tage lang die abwechslungsreiche Welt der Blumen und Pflanzen. Vier monochrome Farbwelten und über 80.000 Blumen und Pflanzen boten den rund 275.000 Besucher*innen der Grünen Woche in der „City of Colours“ eine

Entschleunigung vom Messetrubel und machten zum Start des Blumen- und Pflanzenjahres so richtig Lust auf die grünen Produkte der Gartenbaubetriebe. Die hybriden Landgard-Frühjahrs-Ordertage 2024 im Januar im Cash & Carry-Markt Oberhausen haben die an die Gesamtveranstaltung gesetzten Erwartungen erfüllt. Als erstes großes Branchen-Event des noch jungen Jahres markierten die Frühjahrs-Ordertage unmittelbar vor dem Beginn der IPM in Essen wieder den Start in die Frühjahrssaison. Der Cash & Carry-Markt in Oberhausen hat sich auch bei den inzwischen dritten Ordertagen als moderner Veranstaltungsort bewährt. Flankierend dazu konnte die Kundschaft auch die digitale Ordermöglichkeit im Webshop ordertage.mylandgard.de nutzen. Die IPM in Essen war im Januar auch in diesem Jahr für die Grüne Branche und Landgard wieder ein wichtiges Stimmungsbarometer für die neue Saison 2024. Ein wichtiger Erfolgsfaktor war der Landgard-Messestand, der ganz im Zeichen des Trends BIOPHILIC BOOST stand. Mit seiner Gestaltung war der Messeauftritt an sich bereits ein Designerstück und eine gelungene Inszenierung. Auch in diesem Jahr zeigten zahlreiche Mitgliedsbetriebe mit gesonderten Tischen auf dem Landgard-Stand das breite grüne Sortiment und das gartenbauliche Know-how der Erzeugergenossenschaft. Auf rund 140 Quadratmetern präsentierten die Deko- und Floristikbedarfsexperten der Erzeugergenossenschaft Ende Januar bei der diesjährigen Christmasworld ein breites Angebot an Convenience-Werkstücken. Dabei standen handgefertigte Werkstücke in gefragten Trendfarben, die verschiedene saisonale Anlässe aufgreifen, im Fokus des Messeauftritts in Frankfurt. Zum Abschluss der Messeauftritte zu Beginn des Jahres 2024 haben sich Landgard und Salomo im Februar zum ersten Mal gemeinsam in Mailand bei der Myplant & Garden, der wichtigsten Leitmesse für den italienischen Gartenbau, gezeigt. Die Pflanzenfachleute der Erzeugergenossenschaft haben die Messetage genutzt, um sich mit italienischen Produktionsbetrieben und Lieferanten intensiv auszutauschen.

Nachdem das Jahr 2023 aufgrund von Inflation, Kaufzurückhaltung und Energiekrise auch für die Grüne Branche kein einfaches gewesen ist, war bei den zahlreichen Messeauftritten häufig so etwas wie eine Hoffnung auf Normalität und ein verhaltener Optimismus bei den Gartenbaubetrieben und der Kundschaft zu spüren. Dennoch gibt es auch für das Jahr 2024 wieder einige Themen, die sich – zusätzlich zu den bereits genannten und den klimatischen Rahmenbedingungen – auf den Geschäftsverlauf im Jahr 2024 auswirken werden. Dazu zählt die Erhöhung der Lkw-Maut ebenso wie Entwicklung im Bereich der Personalkosten. Darüber hinaus ist der weitere Verlauf des Jahres 2024 – in der Grünen Branche und darüber hinaus – wie schon in den Vorjahren auch wieder stark von der weiteren Entwicklung des russischen Angriffskrieges gegen die Ukraine und den damit verbundenen vielfältigen Auswirkungen auf die Bevölkerung und die Wirtschaft abhängig.

Nach einem positiven Start im ersten Quartal 2024 hat der Fachbereich Cash & Carry der bevorstehenden Saison verhalten optimistisch entgegengesehen. Wie die Erfahrungen mit den Wetterkapriolen im Jahr 2023 zeigen, ist der weitere Geschäftsverlauf allerdings nicht unwesentlich von den Wetterverhältnissen in den entscheidenden Monaten April und Mai abhängig. Unabhängig davon wird die Weiterentwicklung und Optimierung des Fachbereiches Cash & Carry auch im Jahr 2024 konsequent fortgesetzt.

Im Bereich Retail ist für das Geschäftsjahr 2024 zu erwarten, dass die Umsätze aufgrund des schwächeren Verlaufs des Jahres 2023 niedriger ausfallen werden. In diesem Geschäftsfeld werden die Volumina der Festaufträge hauptsächlich durch den Erfolg der Vorjahrsaktionen bemessen. In der Folge kann bei erfolgreichem Abverkauf im Jahr 2024 wieder mit Absatzsteigerungen für 2025 gerechnet werden. Zwar gibt es je nach Kund*in auch tagesgeschäftliche Komponenten, diese fallen jedoch in der Gesamtbetrachtung kaum ins Gewicht.

Landgard wird die Digitalisierung in der Blumen- und Pflanzenvermarktung im Jahr 2024 weiter vorantreiben. So entwickelt der edv-ring

eine Lieferanten- und Erzeugerplattform mit dem Namen BluConnect als Branchenlösung. In diese Entwicklung bringt sich Landgard aktiv ein. Das Ziel ist, die Erzeuger*innenkommunikation im Bereich Blumen & Pflanzen möglichst weitgehend zu digitalisieren. Mit der Plattform sollen langfristig die Erzeuger*innen in der Lage sein, Mengen, Verfügbarkeiten und logistische Details digital an die Vermarktung zu übermitteln, Vermarktungsabsprachen zu treffen und die Vielzahl an täglichen Bestellungen über BluConnect abzuwickeln. Diese strukturiert erfassten Daten können dann effizient für die Vermarktung genutzt werden.

Der Webshop mylandgard.de ist von zentraler Bedeutung für die Digitalisierung von Geschäftsprozessen im Geschäftsfeld Blumen & Pflanzen und wird in 2024 weiter ausgebaut. Der Webshop ermöglicht den Online-Zugriff auf das vielfältige grüne Landgard-Sortiment für den Fachhandel und enthält zurzeit fast 3.000 bebilderte Artikel. Die technische Grundlage von mylandgard.de ist die SAP Commerce Cloud, auf der die zurzeit teilweise noch dezentral betriebenen E-Commerce-Aktivitäten von Landgard im Bereich Blumen & Pflanzen sukzessive zusammengeführt werden. Das Ziel besteht darin, mylandgard.de zum digitalen Zwilling des gesamten Fachhandels-Geschäftes mit Blumen und Pflanzen bei Landgard auszubauen, der der Kundschaft als alleiniger digitaler Kontaktpunkt mit Single-Sign-On und vielen flankierenden Services ein deutlich verbessertes Einkaufserlebnis bietet. Der Webshop bietet das technische Potenzial dafür, auch die Kundschaft aus dem organisierten Fachhandel sukzessive in den Webshop zu integrieren, damit diese ihre Angebote dort digital vorfinden und bestellen können. Die Möglichkeiten der Webshop-Technologie von mylandgard.de werden zukünftig auch verstärkt für die hybriden Messeauftritte von Landgard genutzt. Schon jetzt wird mit ordertage.mylandgard.de ein spezialisierter Teilbereich des übergeordneten Webshops mylandgard.de für die Orderstage genutzt.

Zur Weiterentwicklung des Geschäftsfeldes Blumen & Pflanzen und zum Ausbau der Absatzwege für die Produkte unserer Mitgliedsbetriebe wird Landgard 2024 die strategische Partnerschaft mit dem BurdaVerlag für den Online-Shop von „Mein schöner Garten“ weiter ausbauen. Die strategische Partnerschaft mit dem BurdaVerlag ist für Landgard ein weiterer Baustein in der Transformation vom reinen Vermarkter zum Anbieter von umfassenden Dienstleistungspaketen entlang der Lieferkette.

Insgesamt werden im Jahr 2024 im Bereich Digitalisierung und IT-Umstellung zahlreiche weitere Projekte abgeschlossen werden bzw. live gehen. Ein Beispiel dafür ist der gerade erfolgte erfolgreiche Abschluss der Modernisierung des zentralen Warenwirtschaftssystems bei Bloomways.

Landgard wird den weiteren Entwicklungsprozess hin zu einem branchenweiten Mehrwegtray-System für Pflanzen auch 2024 weiter aktiv mitgestalten. Dazu ist Landgard 2023 der Euro Plant Tray eG (EPT) beigetreten und bringt dort seitdem auch sein Know-how durch die Entwicklung der verschiedenen Floritray-Modelle mit ein. Im August 2023 fiel die Entscheidung, dass das Universaltray eines der Modelle sein wird, die von der EPT als Branchenlösungen in den Markt eingeführt werden sollen.

Im Bereich der Pflanzen-Transporttrays wird Landgard auch das Palettensystem TrayC als Einwegtray mit Mehrfachnutzung und Kreislaufwirtschaft weiter ausbauen. Zusätzlich zu einigen großen Kund*innen sind inzwischen auch die Landgard Cash & Carry-Märkte mit in das System der Rückführung gebrauchter Paletten an die zentrale Recyclingstation am Standort in Lüllingen eingebunden.

Landgard und das LANDLUST-Magazin bauen im Jahr 2024 die gemeinsame Lizenzkooperation weiter aus. Neben den etablierten saisonal wechselnden Pflanzenangeboten werden zukünftig auch neue ganzjährige Themensortimente unter dem Label der „LANDLUST KOLLEKTION“ in den Handel gelangen. Darüber hinaus hat Landgard das LANDLUST-Lizenzmodell

mit dem Ziel weiterentwickelt, Landgard-Mitgliedsbetrieben flexible Einsatzmöglichkeiten für ihre eigenen Vertriebskanäle zu bieten.

Um noch näher an den italienischen Produktionsbetrieben zu sein, Erzeuger*innen vor Ort noch besser zu begleiten und die eigene Produktion zu intensivieren, verstärkt Landgard das Engagement in Italien. Dazu wird die Erzeugergenossenschaft ab Juli 2024 mit der unternehmerisch selbständigen neuen Gesellschaft Landgard Fiori & Piante direkt vor Ort in Italien ansässig sein. Die neu gegründete Gesellschaft wird nach dem in Deutschland und Dänemark erfolgreichen genossenschaftlichen Modell arbeiten. Die wichtigsten Ziele sind, ein positives Signal für die italienische Produktion zu senden, den Zugriff auf hochwertige italienische Ware für den Standort Deutschland und weitere europäische Absatzmärkte zu sichern, neue starke Mitgliedsbetriebe zu gewinnen und so das Italiengeschäft noch leistungs- und zukunftsfähiger aufstellen.

Über alle Einzelprojekte hinaus wird im Jahr 2024 auch im Geschäftsfeld Blumen & Pflanzen an der Umsetzung der neuen Strategie für die Landgard-Gruppe gearbeitet. Ziel für 2024 ist insbesondere die konsequente Operationalisierung der strategischen Zielbilder und deren Überführung in konkrete Maßnahmenpakete.

Bei Veiling Rhein-Maas sind die acht hochmodernen LED-Uhren im Versteigerungssaal das Herz des Marktplatzes. Außerdem nutzen die Kund*innen verstärkt die digitalen Einkaufskanäle Fernkauf, Uhrvorverkauf und Webshop sowie den Klokservice. Der Uhrvorverkauf wird 2024 weiterentwickelt und dabei unter anderem an das Layout des Webshops angepasst. Die Umstellung auf das Single Sign-on wird die Nutzung aller digitalen Möglichkeiten bei Veiling Rhein-Maas für die Kundschaft weiter vereinfachen. In Summe ermöglichen die Modernisierungen es der Kundschaft zukünftig, den Uhrvorverkauf in optimierter Darstellung und mit vielfältigen Möglichkeiten wie zum Beispiel das Filtern, Suchen, Favorisieren sowie einer benutzerfreundlicheren Anzeige der angebotenen Parteien inklusive der Produktbilder zu nutzen. Das 2022 gelaunchte Portal, das bisher der

Kundschaft vorbehalten war, wird 2024 zum VRM-Portal weiterentwickelt, das dann auch von Anlieferern genutzt werden kann. Das Projekt „Standort 2025“, mit dem der gesamte Marktplatz für die Zukunft attraktiv aufgestellt werden soll, soll 2024 weiter vorangetrieben werden. Als erstes Highlight des Jahres 2024 hat der Kunden- und Anlieferertag von Veiling Rhein-Maas am 9. Januar erstmals nach der Coronapause wieder stattgefunden. Das Hauptthema lautete „Künstliche Intelligenz und ihre Auswirkungen und Chancen für die Grüne Branche“. Alles in allem ist Veiling Rhein-Maas zuversichtlich, dass 2024 gemeinsam ein erfolgreiches Jahr werden kann.

VI. 3 Geschäftsfeld Obst & Gemüse

Das Geschäftsjahr 2024 wird für den Geschäftsbereich Obst & Gemüse aufgrund eines nach wie vor anspruchsvollen Marktumfeldes, des anhaltenden Preisdrucks seitens des Lebensmitteleinzelhandels, der inflationsbedingt weiterhin hohen Kosten in nahezu allen Bereichen und den Auswirkungen der Kriege in der Ukraine und im Nahen Osten erneut herausfordernd werden. Der Erfolg des Geschäftsbereiches Obst & Gemüse wird darüber hinaus immer auch von natürlichen klimatischen Rahmenbedingungen wie z.B. langanhaltenden Dürreperioden, Frost und extremen Niederschlägen beeinflusst. Diese Faktoren wirken sich unmittelbar auf das verfügbare Warenangebot in den verschiedenen Beschaffungsländern 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 wiederum Veränderungen etwa bei Wechselkursen oder Transportpreisen, die sich zunehmend auch auf die Preisbildung im regionalen Absatzmarkt auswirken.

Der Geschäftsbereich Obst & Gemüse wird seine Marktposition als Teil der nachhaltigen und erfolgreich vermarktenden Erzeugergemeinschaft Landgard trotz der erschwerten

Rahmenbedingungen in Folge der strategischen und strukturellen Neuausrichtung im Jahr 2024 weiter stärken können.

Basis hierfür bildet die konsequente Stärkung der Erzeugerbetriebe, der Verzicht auf unrentable Geschäftsfelder sowie die weitere Optimierung von Prozessen und Abläufen. In diesem Zuge wird die neue Aufbauorganisation mit einer auf die Kundschaft ausgerichteten neuen KAM-Struktur unterstützend wirken. Somit können Anforderungen und Bedürfnisse der Handelspartner*innen zukünftig noch effizienter befriedigt werden. Auch im Jahr 2024 wird Landgard in der Lage sein, komplette Jahresprogramme über das gesamte Produktsortiment und alle Regionen hinweg anbieten zu können.

Nachhaltigkeit ist bei Landgard zentraler Bestandteil der strategischen Ausrichtung als moderne vermarktende Erzeugergemeinschaft. Schonender Umgang mit natürlichen Ressourcen und Verantwortung für die Natur sind im Landgard-Wertesystem fest verankert. Ziel ist es, der ökonomischen, ökologischen und sozialen Verantwortung von Landgard heute und in Zukunft über das gesetzlich geforderte Maß hinaus gerecht zu werden. Landgard widmet sich in einem kontinuierlichen Prozess der Identifikation und Bearbeitung von Anforderungen und der Realisierung weiterer Potenziale im Bereich Nachhaltigkeit. Dabei liegt der Fokus der Nachhaltigkeitsstrategie auf Projekten oberhalb der gesetzlich-normativen Grundlagen und Basisstandards. Daher werden konkrete Nachhaltigkeitsprojekte im Rahmen dieser Strategie umgesetzt und konstant weiterentwickelt. Im Bereich Obst & Gemüse wird der im Jahr 2022 erreichte Meilenstein hinsichtlich der kompostierbaren und in Deutschland produzierten Verpackungsschalen weiter optimiert.

Die zwei Landgard-Marken „Unsere Feldspieler“ und „IssSo“ sowie die Kooperation mit „Just Spices“ sollen im Jahr 2024 weiter für Begeisterung sorgen.

Mit der Landgard-Marke „Unsere Feldspieler“ holen sich Fußballfans zur Europameisterschaft

die frischen Held*innen in ihr Zuhause. Passend zum Event werden viele frische Produkte angeboten, die zum Snacken einladen. Ob süße Beeren, aromatische Bratpaprika oder saftige Melonen – mit einem breiten Sortiment im Handel findet jeder Snack-Fan das richtige zum gesunden Naschen.

Das Sortiment der Landgard-Marke „IssSo“ soll im Jahr 2024 noch weiter ausgebaut werden und neben den bisher angebotenen Kernobst-Produkten auch um ein Gemüsesortiment erweitert werden.

Im Rahmen der Zusammenarbeit mit „Just Spices“ wird es im Sommer 2024 eine OnPack-Aktion im Handel geben, bei der Tomaten mit den aromatischen Gewürzmischungen von „Just Spices“ kombiniert werden.

Die generische Werbeinitiative „Obst & Gemüse – 1000 gute Gründe“ wird auch im Geschäftsjahr 2024 ein zentrales Thema im Rahmen der Marketingaktivitäten sein und insbesondere jungen Menschen neue Anreize liefern, sich wieder mit frischem Obst und Gemüse zu beschäftigen und das Image der Produkte selbst aufzufrischen. Dies wird wieder auf die bewährte kreative und mitunter provokative Form überwiegend auf Social Media-Kanälen oder anderen Online-Plattformen erfolgen. Mit ihrer neuen Jahreskampagne „Shades of nature“ rückt die Initiative „1000 gute Gründe“ im Jahr 2024 die faszinierende Farbvielfalt von Blumen und Pflanzen sowie Obst und Gemüse in den Mittelpunkt ihrer Aktivitäten.

VI. 4 Geschäftsfeld Logistik

Die erwartete Ergebnisentwicklung in der Logistik steht in einem unmittelbaren Zusammenhang mit der weiteren Geschäftsentwicklung in den operativen Bereichen der Landgard-Geschäftsfelder Blumen & Pflanzen sowie Obst & Gemüse. Angesichts der wirtschaftlichen Herausforderungen durch die anhaltenden Folgen des Krieges in der Ukraine sowie Steigerungen der gesetzlich verankerten Lkw-Maut und CO₂-Abgaben wird für 2024 vor allem eine Umsatz-

und Ergebnisstabilisierung angestrebt. Die bereits verbreitet vereinbarten bzw. noch zu erwartenden hohen Tarifabschlüsse drücken zudem die geschäftliche Erwartungshaltung.

Ein Fokus im Jahr 2024 wird der Ausbau der Geschäftsaktivitäten im logistischen Dienstleistungssektor sein. Dies gilt sowohl für die Landgard-interne als auch für externe Kundschaft. Hierzu zählen neben den Umschlags- und Transporttätigkeiten auch Konfektionier- und Verpackungsdienstleistungen. Zudem werden Qualitätskontrollen „an der Ware“ angeboten. Am Standort von Fresh Logistics System (FLS) in Achern wurde hierzu bereits im Jahr 2023 in eine neue Verpackungsmaschine investiert; der weitere Ausbau des Maschinenparks in 2024 ist ein realistisches Szenario.

Als Folge der neuen Organisation und zur Schaffung von Effizienzen im Bereich Obst & Gemüse, haben die Standorte Karlsruhe und Kehl der Landgard Süd Obst & Gemüse GmbH ihre Geschäftsaktivitäten Anfang Mai 2024 an den Standort Achern verlagert.

Die weitere Digitalisierung stellt ebenfalls einen Kernpunkt innerhalb der Logistik und speziell im Transportbereich dar. Aktuell wird die Einführung eines neuen, zeitgemäßen und zukunftssicheren Transport Management Systems (TMS) vorbereitet. Diese Investition bereitet für die FLS, die Landgard-Logistik und damit folglich auch für interne und externe Auftraggeber*innen aus den Bereichen Blumen und Pflanzen sowie Obst und Gemüse den Weg in das digitale Zeitalter. Weiterhin werden hiermit die Grundlagen für den Einsatz alternativer Antriebe in der Transportlogistik gelegt.

FLS wird das Landgard-Transportnetzwerk kontinuierlich optimieren, das Dienstleisterportfolio koordinieren und darüber hinaus weiterhin einen effizienten Fuhrpark für das Grundgeschäft der Landgard-Gruppe bereitstellen. Dazu werden rollierend bestehende Nutzfahrzeuge gegen Sattelzugmaschinen der neuesten Generation inklusive aller sicherheitsrelevanter Extras ausgetauscht. Ebenso werden Kühlaufleger sowie kleinere Nutzfahrzeuge regel-

mäßig durch modernere und effizientere Modelle ersetzt. Die kontinuierliche Verjüngung der Lkw-Flotte und die Investition in modernere Zugmaschinen dient dabei immer auch dem Ziel einer weiteren Verbrauchsreduzierung. In diesem Zusammenhang spielt auch die Prüfung alternativer Antriebe wie Elektro-Lkw eine zukunftsweisende Rolle. Damit unterstützen FLS sowie die Landgard-Logistik die unternehmensweiten Nachhaltigkeitsziele.

Mit diesen Schwerpunkten 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

Axel Blees: Das Landgard-Jahr 2023: S. 9, Diskussionsrunde zum Thema Torfersatz im Zierpflanzenbau | **Ground Picture/shutterstock.com** (Retusche durch Landgard): Das Landgard-Jahr 2023: S. 16, Start der Verkaufsförderungsaktion „Blumen-Bon“ | **Georg Hanka / Michelle Pfeifer**: Das Landgard-Jahr 2023: Collage S. 18, Landgard Award 2023 für Michelle Pfeifer, Volker und Dominik Janssen, Leo Berghs-Trienekens sowie Georg Hanka | **Husare GmbH**: S. 1, S. 24, S. 26, S. 29, S. 41 | **perfectlab/shutterstock.com** (Retusche durch Landgard): Das Landgard-Jahr 2023: S. 13, BurdaVerlag und Landgard kooperieren beim neuen Webshop von „Mein schöner Garten“ | **Andreas Schwarz**: Das Landgard-Jahr 2023: S. 10, Fruit Logistica 2023: Ganz viel frische Produkte | **Veiling Rhein-Maas**: Das Landgard-Jahr 2023: S. 12, Veiling Rhein-Maas: Livestream von allen Versteigerungsumhän / S. 20, Veiling Rhein-Maas auf der Trade Fair Aalsmeer

Stand: 11. Juni 2024