



ZVG-GeschäftsklimaUmfrage

Auswertung Juli 2026

Zentralverband Gartenbau e.V. (ZVG)

Inhaltsverzeichnis

1	ALLGEMEINE DATEN	4
1.1	IN WELCHEM BUNDESLAND LIEGT IHR BETRIEB?	4
1.2	WELCHE SPARTE TRIFFT AUF IHREN BETRIEB / BETRIEBSTEIL ZU?	5
2	BAUMSCHULE	6
2.1	GESCHÄFTSKLIMA-INDEX.....	6
2.2	WIE BEURTEILEN SIE DIE GEGENWÄRTIGE GESCHÄFTSLAGE IHRES UNTERNEHMENS?	6
2.3	WIE SIND DIE ERWARTUNGEN AN DIE GESCHÄFTLICHE ENTWICKLUNG IHRES UNTERNEHMENS IN DEN NÄCHSTEN SECHS MONATEN?	7
3	EINZELHANDELSGÄRTNER	8
3.1	WAS IST IHR AKTUELLER PRODUKTIONS-/TÄTIGKEITSSCHWERPUNKT MIT SCHWERPUNKT EINZELHANDELSGÄRTNEREI?	8
3.2	GESCHÄFTSKLIMA-INDEX.....	8
3.3	WIE BEURTEILEN SIE DIE GEGENWÄRTIGE GESCHÄFTSLAGE IHRES UNTERNEHMENS?	9
3.4	WIE SIND DIE ERWARTUNGEN AN DIE GESCHÄFTLICHE ENTWICKLUNG IHRES UNTERNEHMENS IN DEN NÄCHSTEN SECHS MONATEN?	9
3.5	UM ZIRKA WIEVIEL PROZENT HAT SICH DER UMSATZ IHRES UNTERNEHMENS PRO KUNDE IM 2. QUARTAL 2026 IM VERGLEICH ZUM 2. QUARTAL 2025 VERÄNDERT?	10
3.6	UM ZIRKA WIEVIEL PROZENT HAT SICH DER UMSATZ BEIM KLASSISCHEN B&B-SORTIMENT IM 2. QUARTAL 2026 IM VERGLEICH ZUM 2. QUARTAL 2025 VERÄNDERT?	10
3.7	UM ZIRKA WIEVIEL PROZENT HAT SICH DER UMSATZ BEI SELBSTVERSORGUNGS-PRODUKTEN IM 2. QUARTAL 2026 IM VERGLEICH ZUM 2. QUARTAL 2025 VERÄNDERT?	11
3.8	UM ZIRKA WIEVIEL PROZENT HAT SICH DER UMSATZ DES BAUMSCHULSORTIMENTES IM 2. QUARTAL 2026 IM VERGLEICH ZUM 2. QUARTAL 2025 VERÄNDERT?	11
3.9	UM ZIRKA WIEVIEL PROZENT HAT SICH DER UMSATZ BEI HARTWAREN IM 2. QUARTAL 2026 IM VERGLEICH ZUM 2. QUARTAL 2025 VERÄNDERT?	12
3.10	WIE HAT SICH DIE NACHFRAGE NACH TORFREDUZIERTEN BZW. TORFFREIEN SUBSTRATEN IM 2. QUARTAL 2026 IM VERGLEICH ZUM 2. QUARTAL 2025 VERÄNDERT?	12
4	RAUMBEGRÜNUNG UND HYDROKULTUR	13
4.1	RAUMBEGRÜNUNG UND HYDROKULTUR-GESCHÄFTSKLIMA-INDEX	13
4.2	WIE BEURTEILEN SIE DIE GEGENWÄRTIGE GESCHÄFTSLAGE IHRES UNTERNEHMENS?	13
4.3	WIE SIND DIE ERWARTUNGEN AN DIE GESCHÄFTLICHE ENTWICKLUNG IHRES UNTERNEHMENS IN DEN NÄCHSTEN SECHS MONATEN?	14
5	FRIEDHOFSGÄRTNER.....	15
5.1	WAS IST IHR AKTUELLER PRODUKTIONS-/TÄTIGKEITSSCHWERPUNKT MIT SCHWERPUNKT FRIEDHOFSGÄRTNEREI?	15
5.2	GESCHÄFTSKLIMA-INDEX.....	15
5.3	WIE BEURTEILEN SIE DIE GEGENWÄRTIGE GESCHÄFTSLAGE IHRES UNTERNEHMENS?	16
5.4	WIE SIND DIE ERWARTUNGEN AN DIE GESCHÄFTLICHE ENTWICKLUNG IHRES UNTERNEHMENS IN DEN NÄCHSTEN SECHS MONATEN?	16
6	GEMÜSEBAU	17
6.1	WAS IST IHR AKTUELLER PRODUKTIONS-/TÄTIGKEITSSCHWERPUNKT MIT SCHWERPUNKT GEMÜSEBAU?	17
6.2	GEMÜSEBAU-GESCHÄFTSKLIMA-INDEX	17
6.3	WIE BEURTEILEN SIE DIE GEGENWÄRTIGE GESCHÄFTSLAGE IHRES UNTERNEHMENS?	18
6.4	WIE SIND DIE ERWARTUNGEN AN DIE GESCHÄFTLICHE ENTWICKLUNG IHRES UNTERNEHMENS IN DEN NÄCHSTEN SECHS MONATEN?	18
7	OBSTBAU	19
7.1	WAS IST IHR AKTUELLER PRODUKTIONS-/TÄTIGKEITSSCHWERPUNKT MIT SCHWERPUNKT OBSTBAU?	19
7.2	GESCHÄFTSKLIMA-INDEX.....	19
7.3	WIE BEURTEILEN SIE DIE GEGENWÄRTIGE GESCHÄFTSLAGE IHRES UNTERNEHMENS?	20
7.4	WIE SIND DIE ERWARTUNGEN AN DIE GESCHÄFTLICHE ENTWICKLUNG IHRES UNTERNEHMENS IN DEN NÄCHSTEN SECHS MONATEN?	20
8	ZIERPFLANZENBAU	21
8.1	WAS IST IHR AKTUELLER PRODUKTIONS-/TÄTIGKEITSSCHWERPUNKT MIT SCHWERPUNKT ZIERPFLANZENBAU?	21

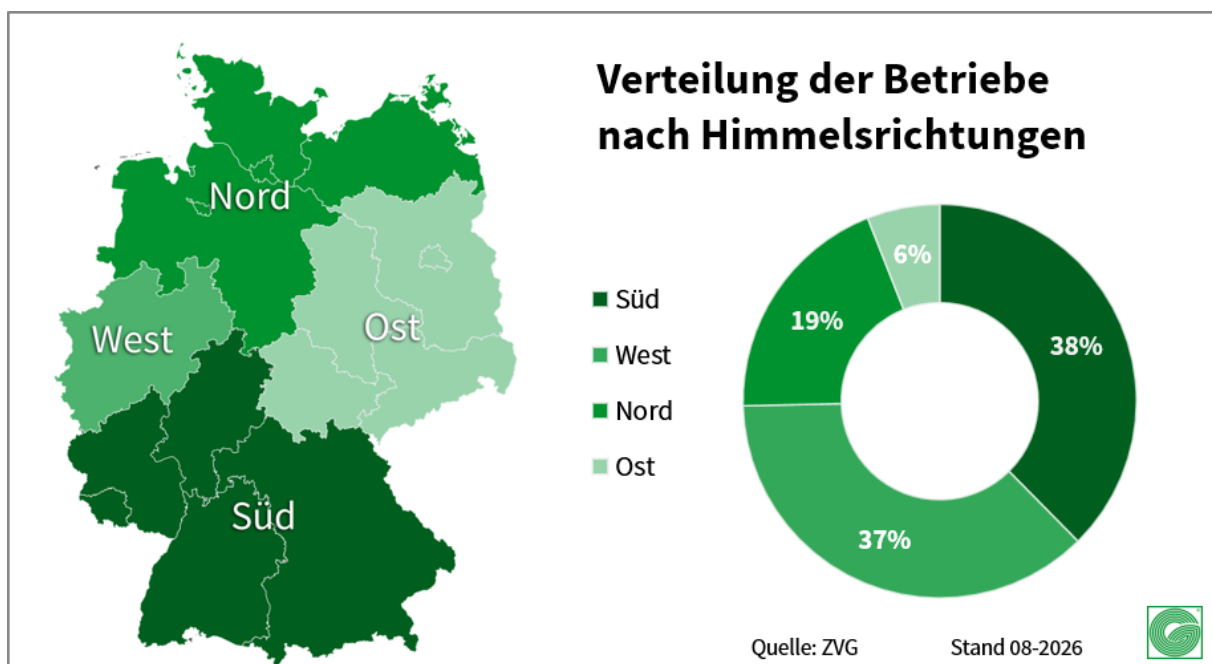
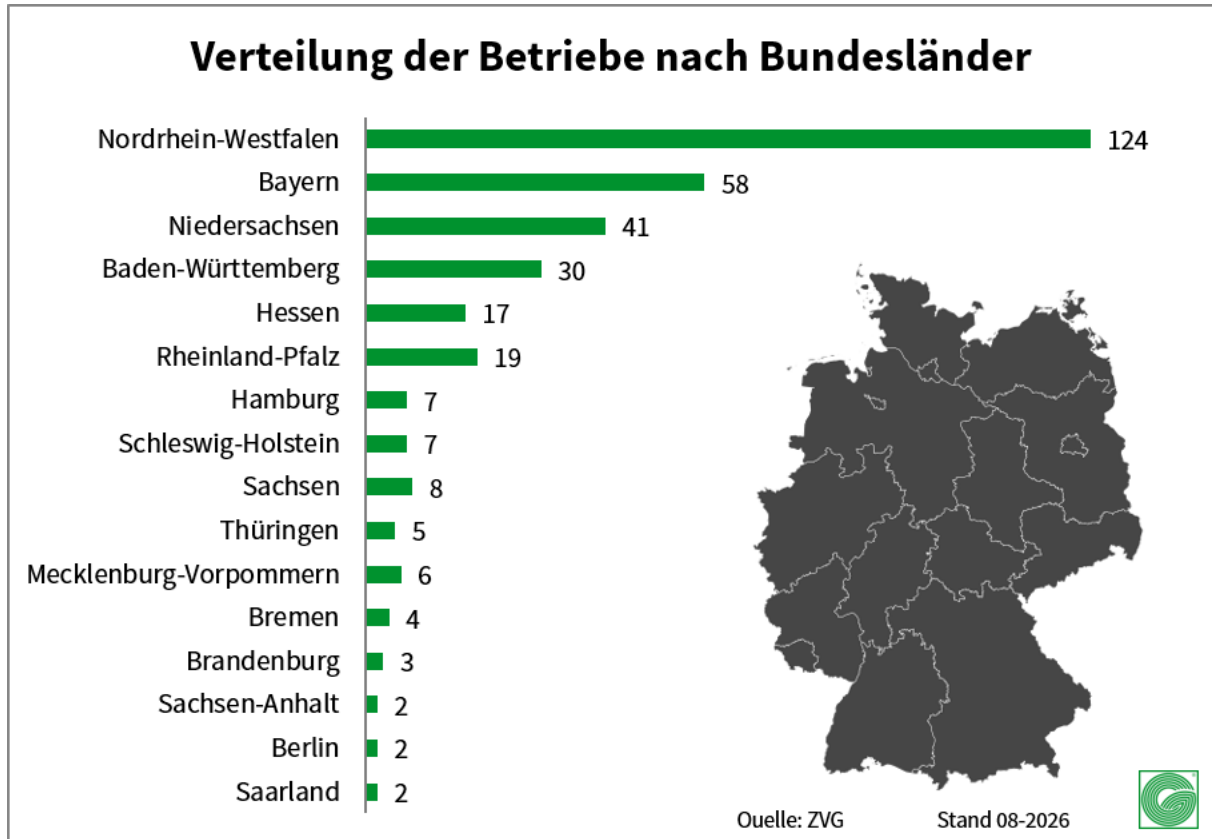
8.2	GESCHÄFTSKLIMA-INDEX.....	21
8.3	WIE BEURTEILEN SIE DIE GEGENWÄRTIGE GESCHÄFTSLAGE IHRES UNTERNEHMENS?	22
8.4	WIE SIND DIE ERWARTUNGEN AN DIE GESCHÄFTLICHE ENTWICKLUNG IHRES UNTERNEHMENS IN DEN NÄCHSTEN SECHS MONATEN?.....	23
8.5	UM ZIRKA WIEVIEL PROZENT HAT SICH DER UMSATZ IHRES UNTERNEHMENS IM 2. QUARTAL 2026 IM VERGLEICH ZUM 2. QUARTAL 2025 VERÄNDERT?	24
8.6	UM ZIRKA WIEVIEL PROZENT HABEN SICH ALLGEMEIN DIE EINKAUFSPREISE FÜR IHRE BETRIEBSMITTEL (INKL. ENERGIETRÄGER) IM 2. QUARTAL 2026 IM VERGLEICH ZUM 2. QUARTAL 2025 VERÄNDERT?	24
8.7	WIE HABEN SICH DIE PREISE FÜR IHRE PRODUKTE IM 2. QUARTAL 2026 IM VERGLEICH ZUM 2. QUARTAL 2025 ENTWICKELT?.....	25
8.8	WIEVIEL PROZENT IHRER AKTUELLEN PRODUKTION IST VERTRAGSANBAU?	25

HINWEIS: Sie können direkt zu Ihrer gewünschten Sparte gelangen, indem Sie im Inhaltsverzeichnis Ihre gewünschte Zielsparte anklicken.

1 Allgemeine Daten

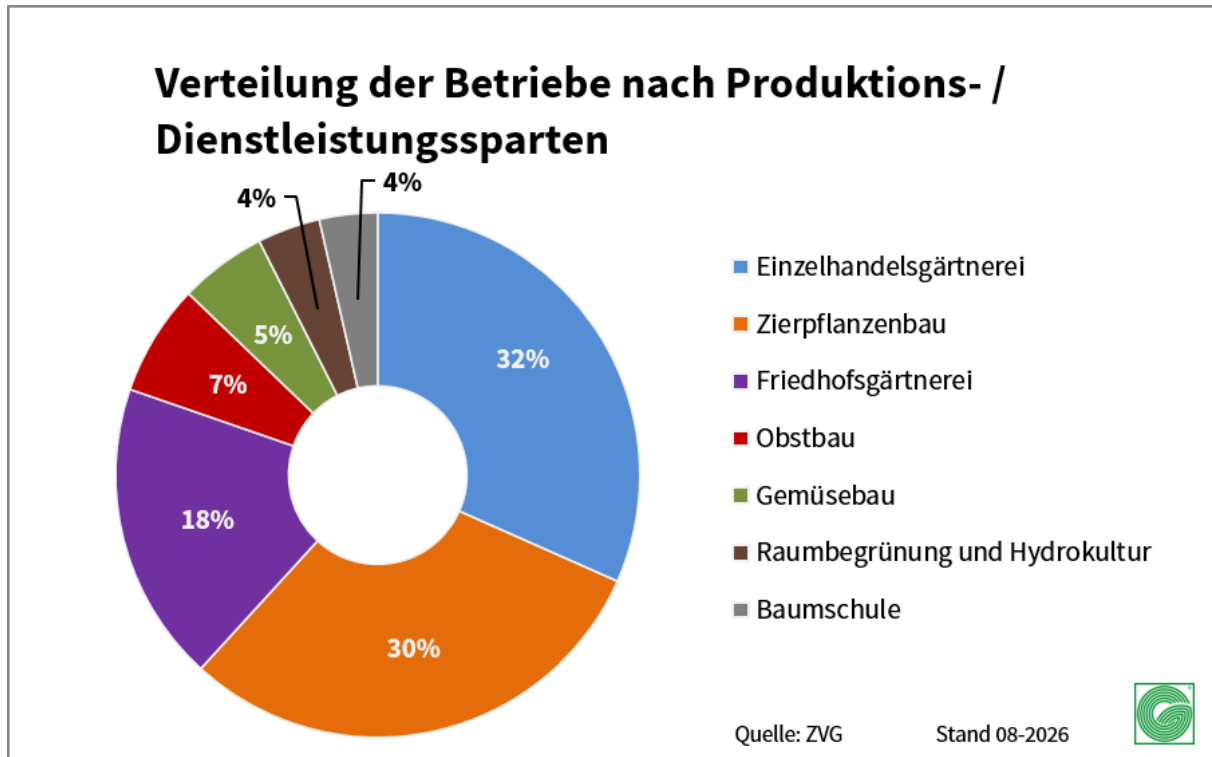
1.1 In welchem Bundesland liegt Ihr Betrieb?

(Gesamtanzahl aller Antworten: 335)



1.2 Welche Sparte trifft auf Ihren Betrieb / Betriebsteil zu?

(Gesamtanzahl aller Antworten: 335)



HINWEIS: In den nachfolgenden Grafiken werden die Bundesländer nach Himmelsrichtungen zusammengefasst.

Nord: Bremen, Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Schleswig-Holstein

Ost: Berlin, Brandenburg, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Thüringen

Süd: Baden-Württemberg, Bayern, Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland

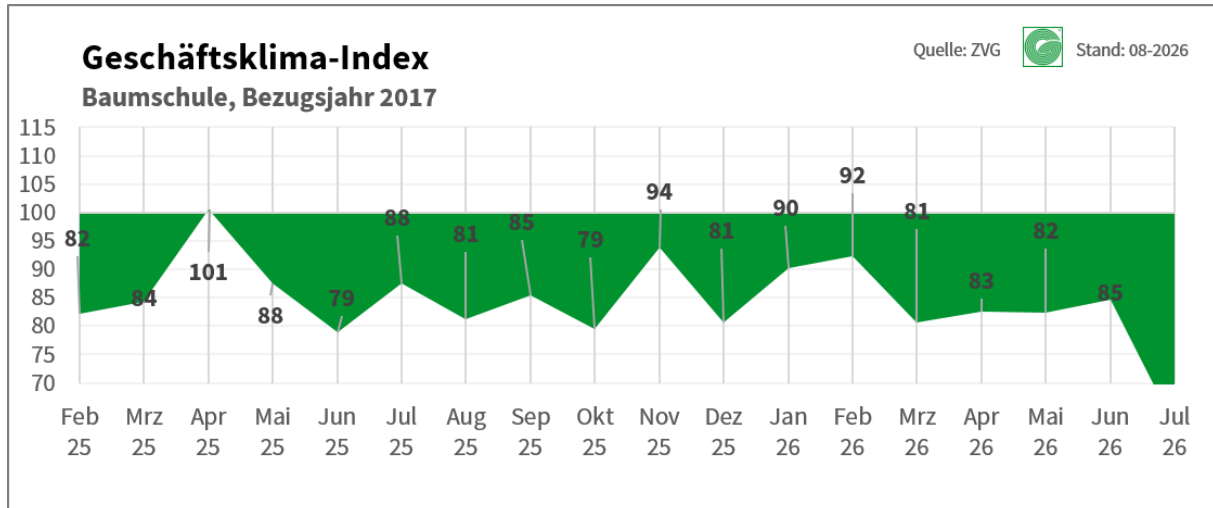
West: Nordrhein-Westfalen

HINWEIS: Es können in den Grafiken rechnerische Ungenauigkeiten auftreten. Diese beruhen auf Auf- oder Abrundungen.

2 Baumschule

2.1 Geschäftsklima-Index

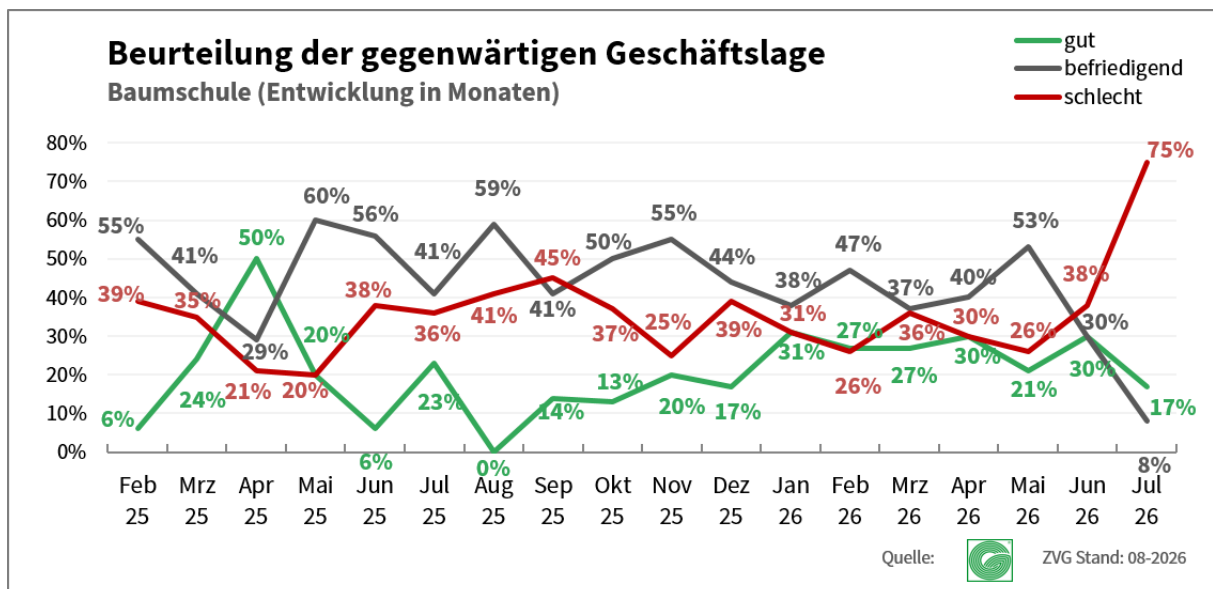
(Absolute Anzahl der Nennungen: 12)



Das Geschäftsklima der produzierenden Baumschulen hat sich im Juli deutlich eingetrübt. Nach 85 Punkten im Juni fiel der Index im Juli nach Ende des landwirtschaftlichen Geschäftsjahres unter die Messgrenze von 70 Punkten und ist daher nicht mehr als konkreter Indexwert ausweisbar.

2.2 Wie beurteilen Sie die gegenwärtige Geschäftslage Ihres Unternehmens?

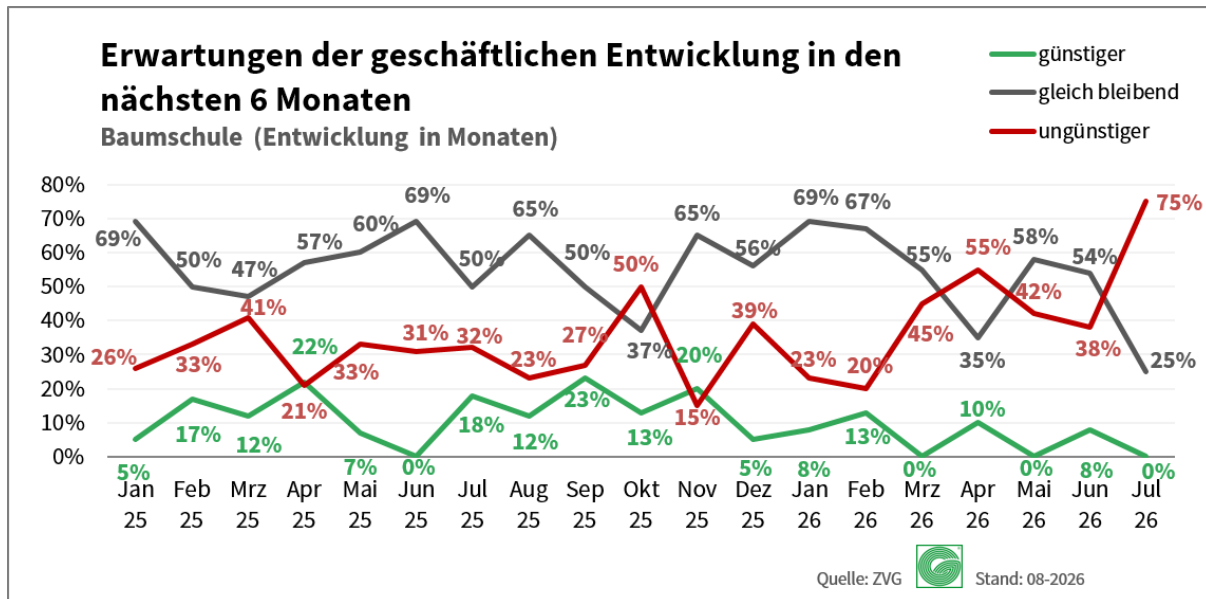
(Absolute Anzahl der Nennungen: 12)



Die aktuelle Lage zum Ende des Geschäftsjahres ist uneinheitlich, insgesamt jedoch deutlich negativ. 75% der Betriebe bewerten ihre Lage als sehr schlecht. Die angespannte wirtschaftliche Situation, Konsum-zurückhaltung und extreme Wetterlagen belasten die Betriebe erheblich und führen zu zunehmenden finanziellen Sorgen. Besonders die anhaltenden Trockenphasen und Hitzewellen verursachen bislang ungeahnte Zusatzkosten. Gleichzeitig verunsichern die witterungsbedingten Ausfälle trotz Bewässerung Privatkunden und den Großhandel und bremsen die Nachfrage nach Gehölzen.

2.3 Wie sind die Erwartungen an die geschäftliche Entwicklung Ihres Unternehmens in den nächsten sechs Monaten?

(Absolute Anzahl der Nennungen: 12)

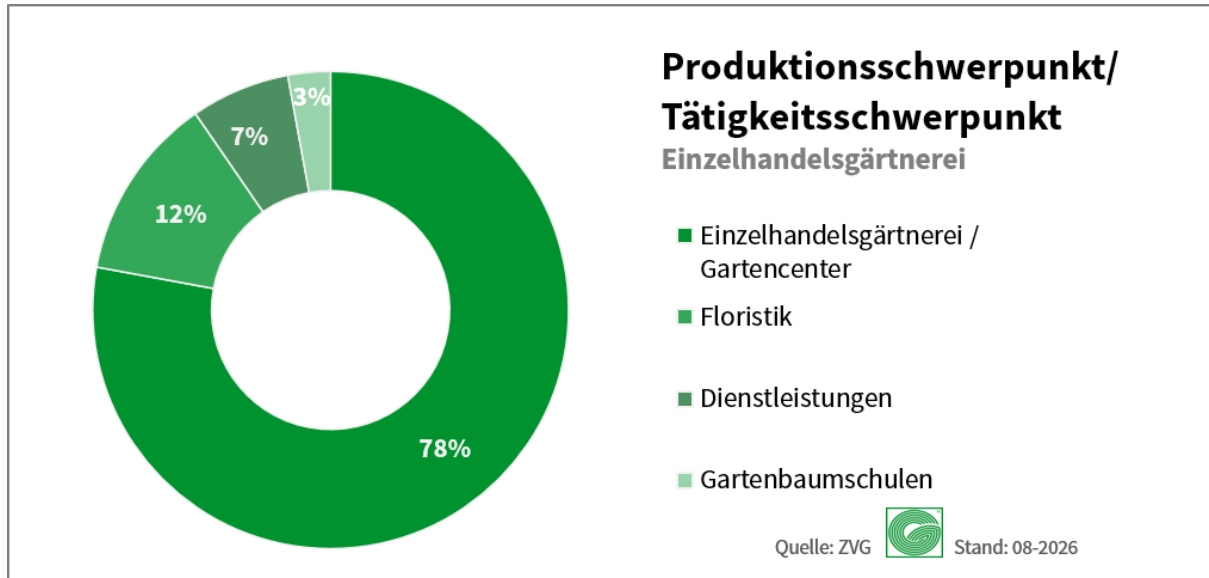


Die Erwartungen für das Herbstgeschäft sind zurückhaltend und überwiegend pessimistisch: 75% der Produktionsbaumschulen rechnen mit einer ungünstigen, 25% mit einer gleichbleibenden Entwicklung. Hohe Kosten, Preisdruck, der fortschreitende Klimawandel und der Mangel an qualifiziertem Personal belasten die Stimmung. Gleichzeitig bieten die notwendigen Maßnahmen zur Klimaanpassung große Chancen für die Branche: Entsiegelung und resiliente Gehölze werden in Städten zunehmend gebraucht. Diese Chance gilt es, durch Politik, Kommunen und Unternehmen gemeinsam zu nutzen.

3 Einzelhandelsgärtner

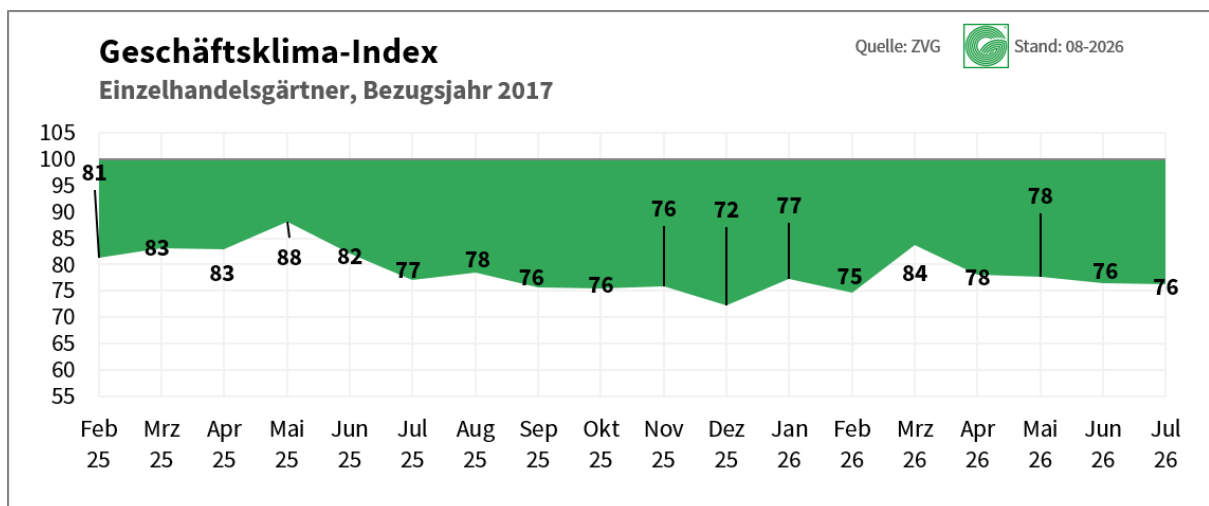
3.1 Was ist Ihr aktueller Produktions-/Tätigkeitsschwerpunkt mit Schwerpunkt Einzelhandelsgärtnerei?

(Absolute Anzahl der Nennungen: 104)



3.2 Geschäftsklima-Index

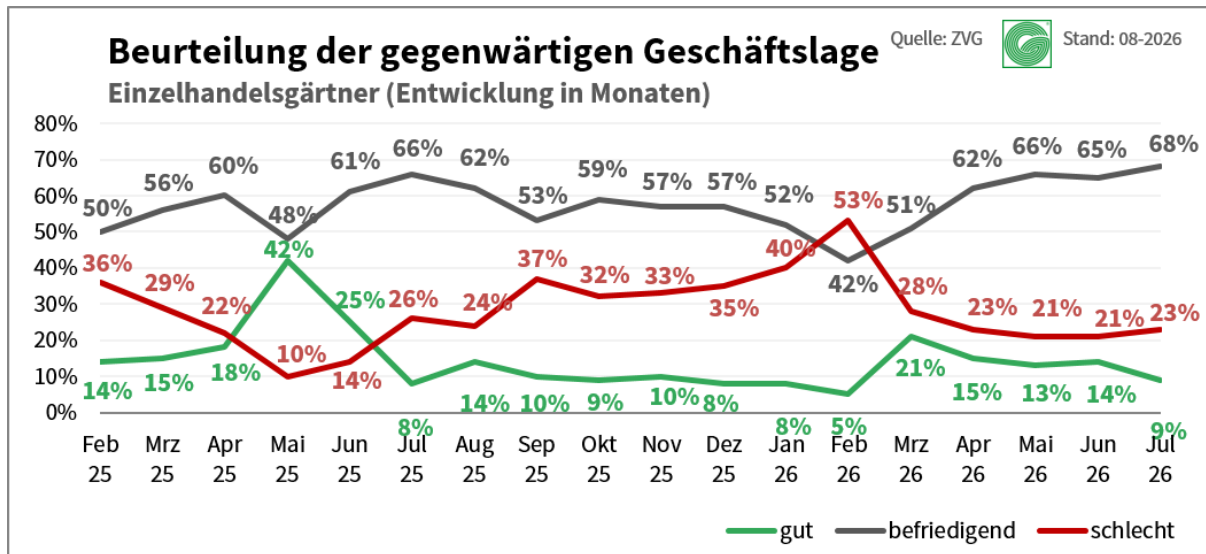
(Absolute Anzahl der Nennungen: 104)



Stagnierende und verhaltene Geschäftslage - Keine spürbare konjunkturelle Erholung: Die Unternehmen sehen zwar leichte Hoffnung durch politische Reformen, bewerten aber insbesondere **Inlandsnachfrage, wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen sowie Energie- und Arbeitskosten** weiterhin kritisch (IHK). Auch im Einzelhandel bleibt die Konsumstimmung schwach; zugleich erwartet das IFH langfristig zwar Wachstum, sieht aber insbesondere den stationären Nonfood-Handel unter Druck. **Für den BVE bedeutet der unveränderte Wert daher eher eine Stabilisierung auf niedrigem Niveau als eine Trendwende.**

3.3 Wie beurteilen Sie die gegenwärtige Geschäftslage Ihres Unternehmens?

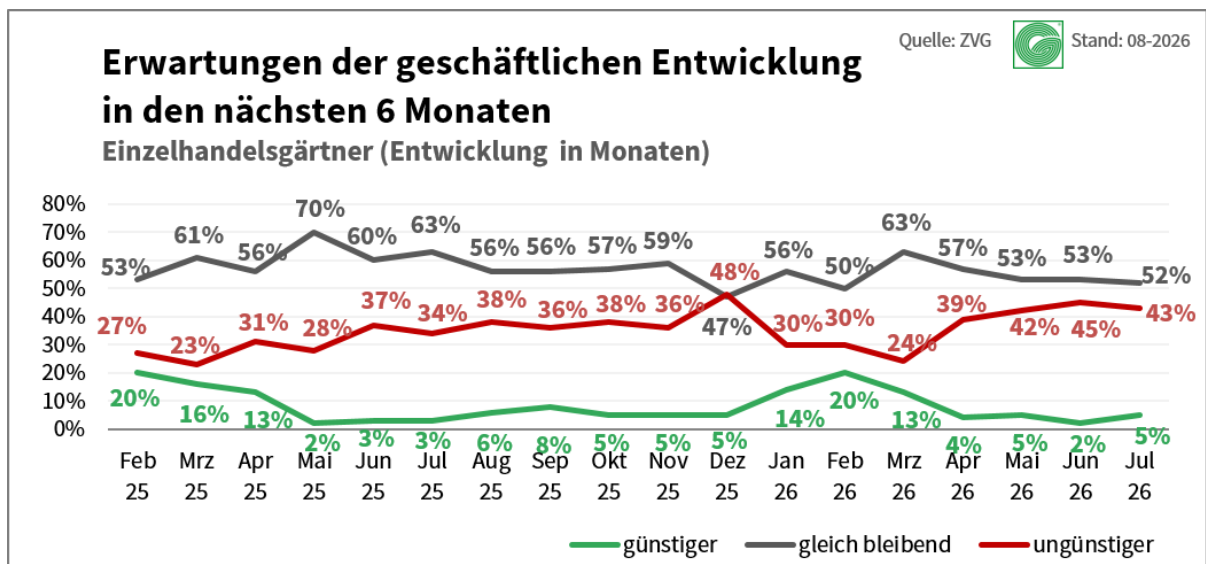
(Absolute Anzahl der Nennungen: 104)



Die gegenwärtige Geschäftslage hat sich im Juli weiter eingetrübt: Das bestätigt die anhaltende Belastung des Einzelhandels durch **schwache Nachfrage, hohe Kosten und Kaufzurückhaltung** (IHK). Der saisonal ohnehin schwächere Juli sollte dabei berücksichtigt werden; von einer nachhaltigen Verbesserung gegenüber dem Vorjahr kann daher nicht gesprochen werden.

3.4 Wie sind die Erwartungen an die geschäftliche Entwicklung Ihres Unternehmens in den nächsten sechs Monaten?

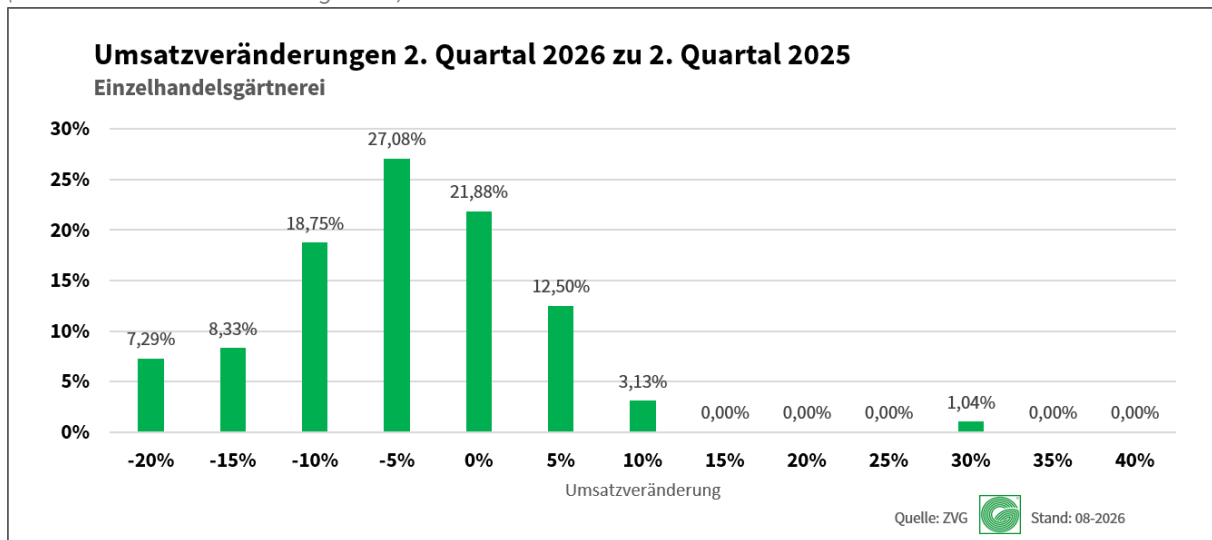
(Absolute Anzahl der Nennungen: 104)



Bei den Erwartungen für die kommenden sechs Monate zeigt sich eine **leichte Aufhellung**, der Optimismus bleibt jedoch sehr begrenzt: Der Anteil der Betriebe mit günstigeren Erwartungen steigt von 2 auf 5 %, während 43 % weiterhin eine Verschlechterung erwarten. Damit bleibt die Mehrheit der Betriebe vorsichtig bis pessimistisch – passend zur weiterhin schwachen Konsumnachfrage im Einzelhandel.

3.5 Um zirka wieviel Prozent hat sich der Umsatz Ihres Unternehmens pro Kunde im 2. Quartal 2026 im Vergleich zum 2. Quartal 2025 verändert?

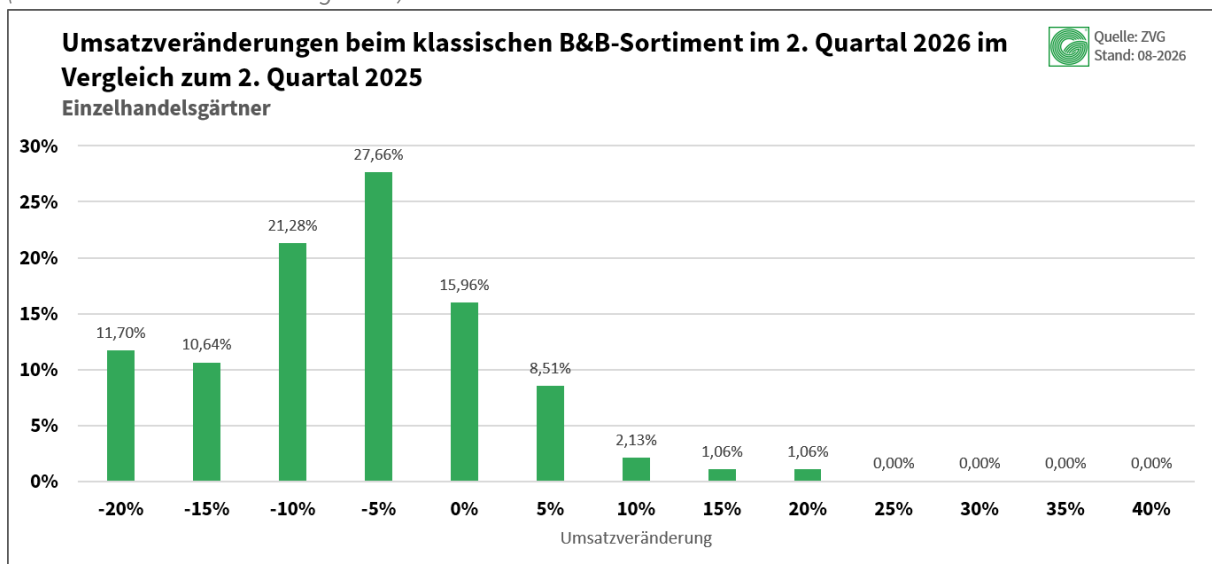
(Absolute Anzahl der Nennungen: 96)



Die Umsatzentwicklung im 2. Quartal zeigt ein deutlich angespanntes Bild: Nur ca. **16 %** der Betriebe konnten ihren Umsatz gegenüber dem Vorjahresquartal steigern, während **27 %** Rückgänge von bis zu 5 % und weitere **34 %** Einbußen von mehr als 10 % melden. Das passt zum weiterhin schwierigen Marktumfeld im Gartenhandel: Der Gartenmarkt lag 2025 bereits **0,6 % unter Vorjahr**, während IFH Köln weiterhin von zurückhaltendem Konsum und Druck auf den Nonfood-Handel berichtet.

3.6 Um zirka wieviel Prozent hat sich der Umsatz beim klassischen B&B-Sortiment im 2. Quartal 2026 im Vergleich zum 2. Quartal 2025 verändert?

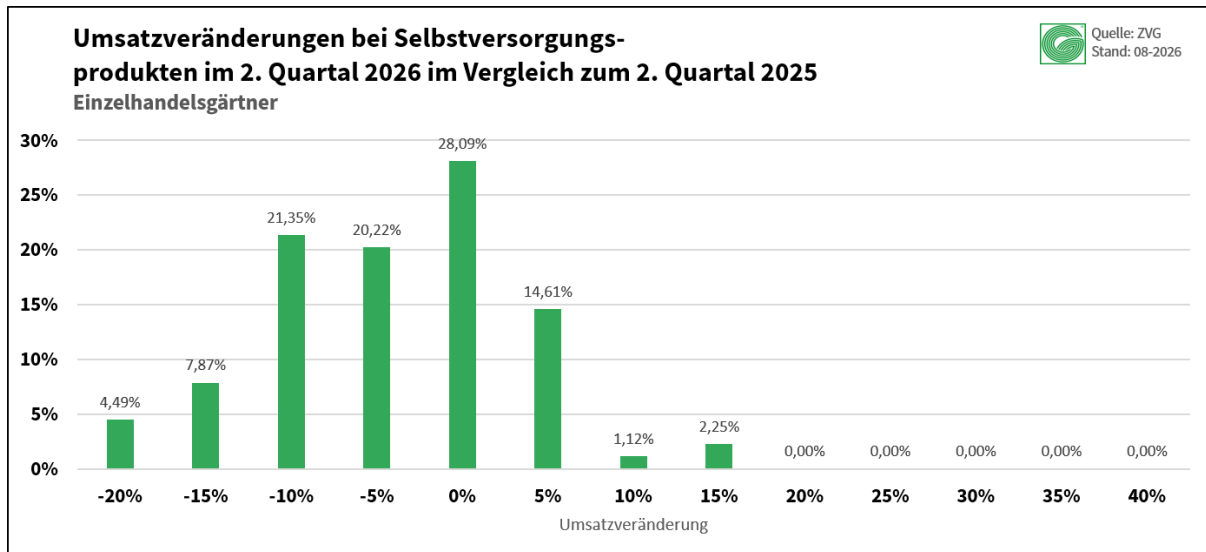
(Absolute Anzahl der Nennungen: 94)



Beim **B&B-Sortiment** zeigt sich eine besonders schwache Umsatzentwicklung: Nur rund **12 %** der Betriebe melden ein Plus von mindestens 5 %, während **27,6 %** Rückgänge bis 5 % und sogar rund **46 %** Einbußen von mehr als 10 % verzeichnen. Damit fällt die Entwicklung deutlich negativer aus als beim Gesamtumsatz. Auch die Marktanalysen zeigen beim B&B-Segment rückläufige Absatzmengen und eine weiterhin verhaltene Nachfrage.

3.7 Um zirka wieviel Prozent hat sich der Umsatz bei Selbstversorgungsprodukten im 2. Quartal 2026 im Vergleich zum 2. Quartal 2025 verändert?

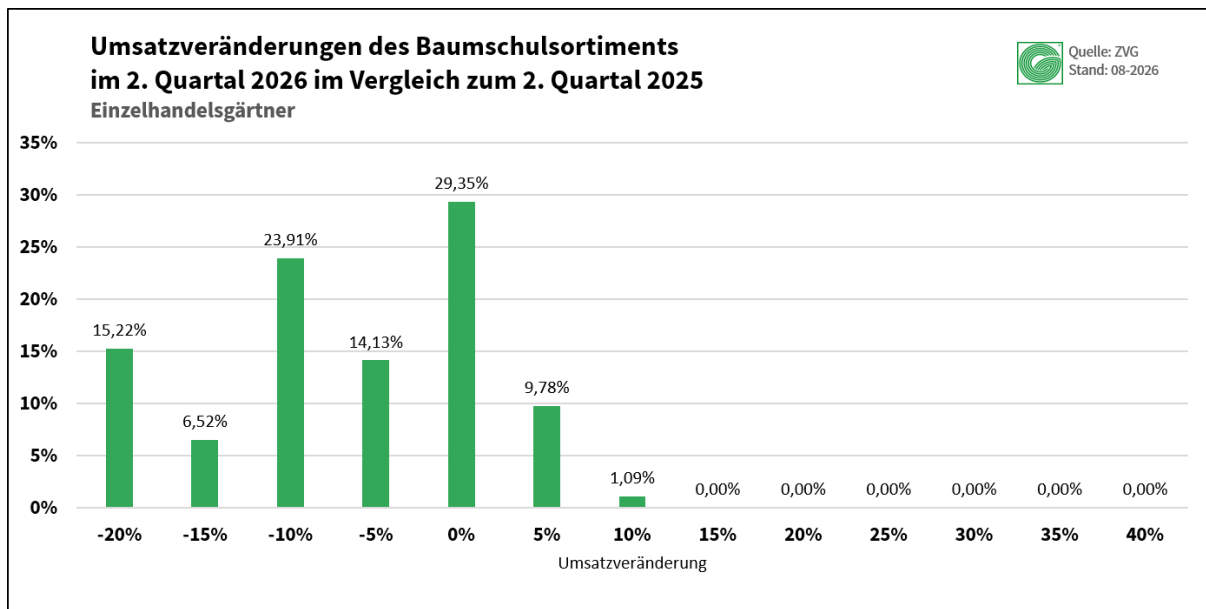
(Absolute Anzahl der Nennungen: 89)



Bei den **Selbstversorgungsprodukten** zeigt sich ein vergleichsweise differenziertes Bild: Rund **18 %** der Betriebe verzeichnen Umsatzsteigerungen, 28 % eine stabile Entwicklung. Dem stehen allerdings **53 % mit Rückgängen von 5 % oder mehr** gegenüber, darunter 12 % mit noch stärkeren Einbußen. Die grundsätzlich vorhandene Nachfrage nach Selbstversorgung trifft damit auf ein insgesamt schwieriges Marktumfeld.

3.8 Um zirka wieviel Prozent hat sich der Umsatz des Baumschulsortimentes im 2. Quartal 2026 im Vergleich zum 2. Quartal 2025 verändert?

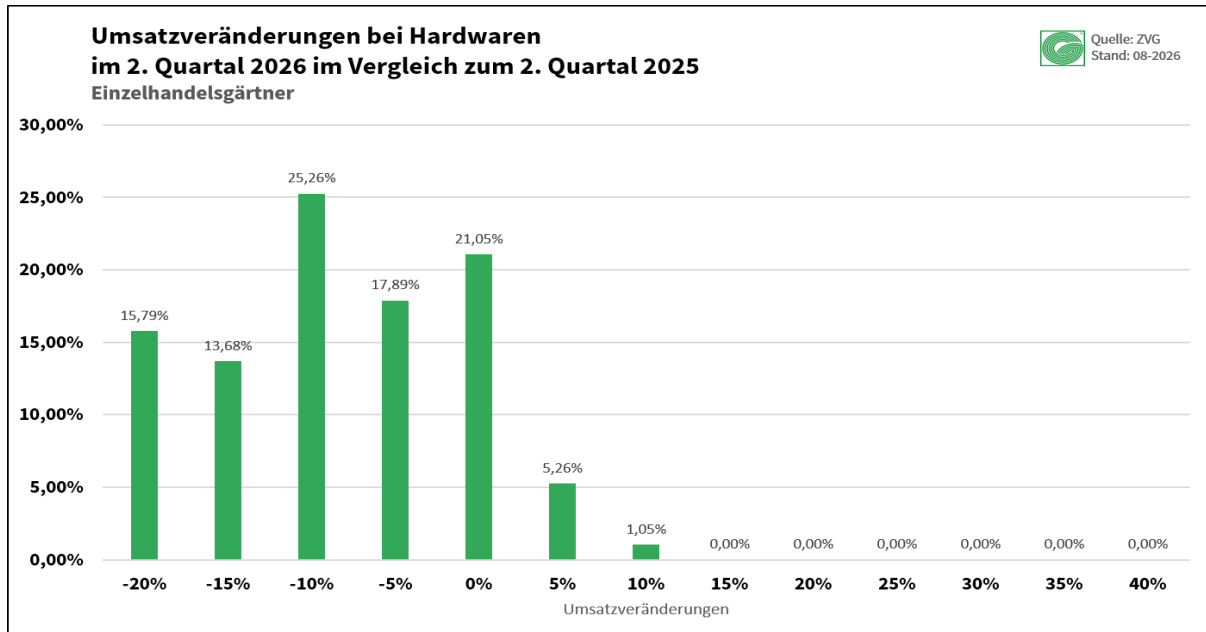
(Absolute Anzahl der Nennungen: 92)



Beim **Baumschulsortiment** zeigt sich ebenfalls ein überwiegend negatives Bild: 29 % der Betriebe melden eine stabile Entwicklung, lediglich 10 % ein Umsatzplus von mindestens 5 %. Bei der großen Mehrheit sind dagegen Rückgänge zwischen 5 und 20 % zu verzeichnen. Dies steht im Einklang mit dem insgesamt rückläufigen Gartenmarkt und dem anhaltenden Druck auf klassische Vertriebswege.

3.9 Um zirka wieviel Prozent hat sich der Umsatz bei Hartwaren im 2. Quartal 2026 im Vergleich zum 2. Quartal 2025 verändert?

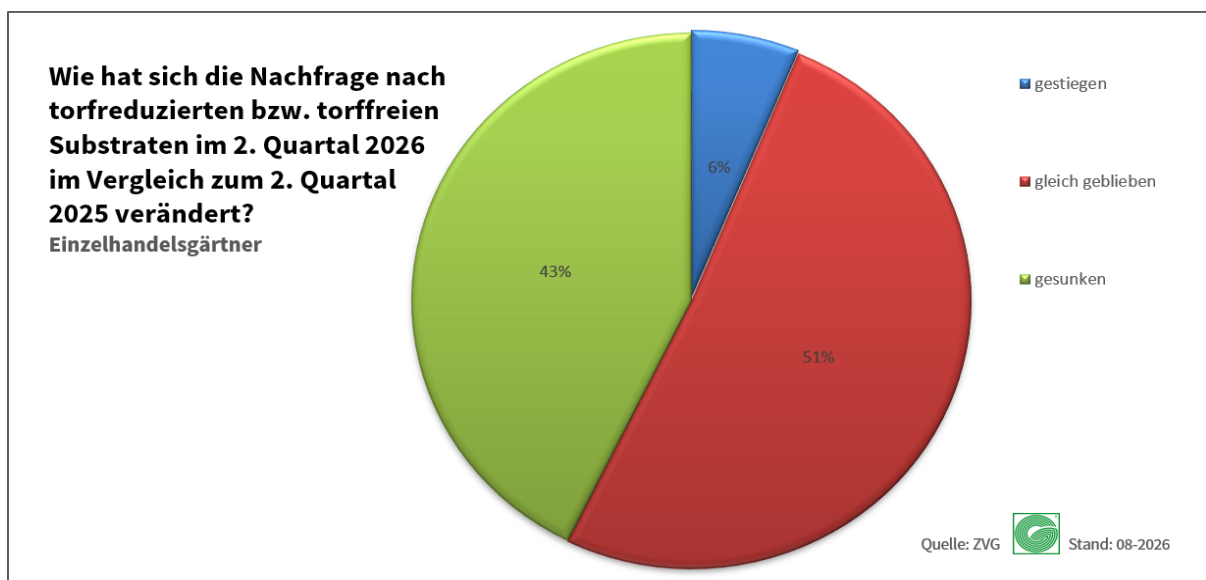
(Absolute Anzahl der Nennungen: 95)



Beim **Hartwarensortiment** zeigt sich ebenfalls ein deutlich negatives Bild: Nur **21 %** der Betriebe melden eine stabile Entwicklung und lediglich **6 %** ein Umsatzplus von mindestens 5 %. Damit verzeichnen rund drei Viertel der Befragten Umsatzrückgänge. Dies passt zum weiterhin schwierigen Umfeld im Gartenmarkt, in dem insbesondere langfristige Bedarfskategorien unter der Konsumzurückhaltung leiden.

3.10 Wie hat sich die Nachfrage nach torfreduzierten bzw. torffreien Substraten im 2. Quartal 2026 im Vergleich zum 2. Quartal 2025 verändert?

(Absolute Anzahl der Nennungen: 96)

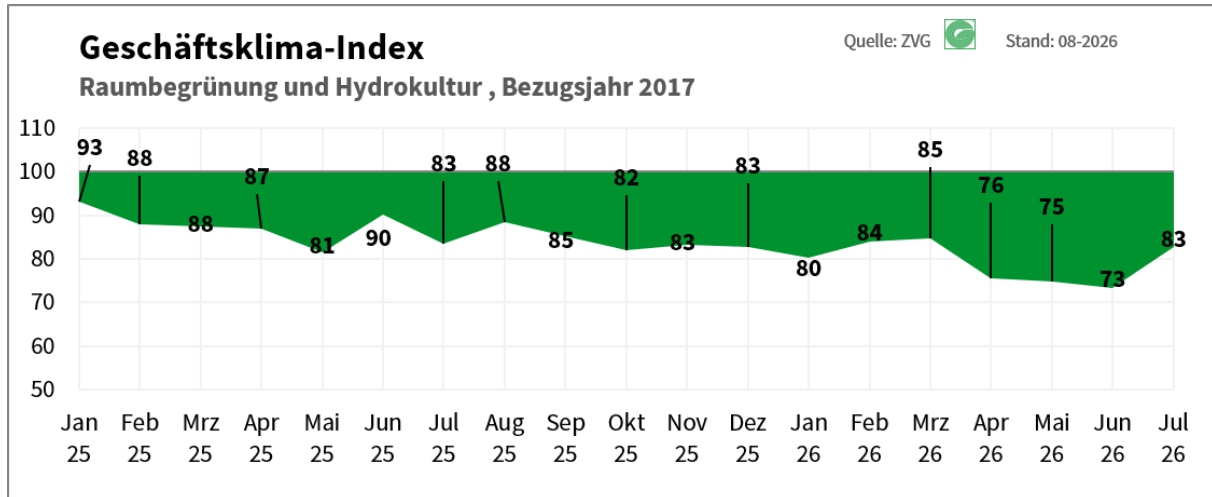


Bei der Nachfrage nach **torfreduzierten bzw. torffreien Erden** zeigt sich ein ernüchterndes Bild: **51 %** der Betriebe melden eine unveränderte Nachfrage, lediglich **6 %** einen Anstieg, während sie bei **43 %** gesunken ist. Trotz des fortschreitenden Torfausstiegs und des deutlich wachsenden Angebots an torffreien Produkten ist damit bislang **kein flächendeckender Nachfrageimpuls** erkennbar.

4 Raumbegrünung und Hydrokultur

4.1 Raumbegrünung und Hydrokultur-Geschäftsklima-Index

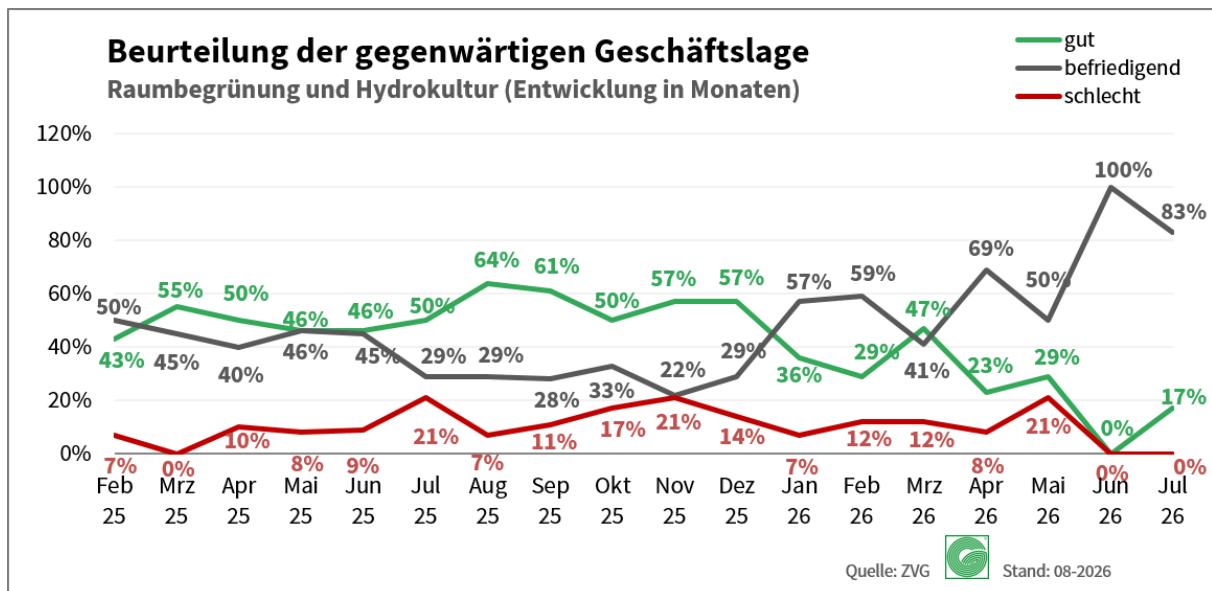
(Absolute Anzahl der Nennungen: 12)



Beim **Geschäftsklima für Innenraumbegrünung und Hydrokultur** zeigt sich im Juli eine deutliche Aufhellung: Der Index steigt von **73 auf 83 Punkte**. Damit hebt sich die Branche klar von der weiterhin schwierigen Entwicklung im gärtnerischen Einzelhandel ab. Aktuelle Branchentrends bestätigen zudem eine zunehmende Bedeutung von Raumbegrünung für moderne Arbeitswelten und das Wohlbefinden.

4.2 Wie beurteilen Sie die gegenwärtige Geschäftslage Ihres Unternehmens?

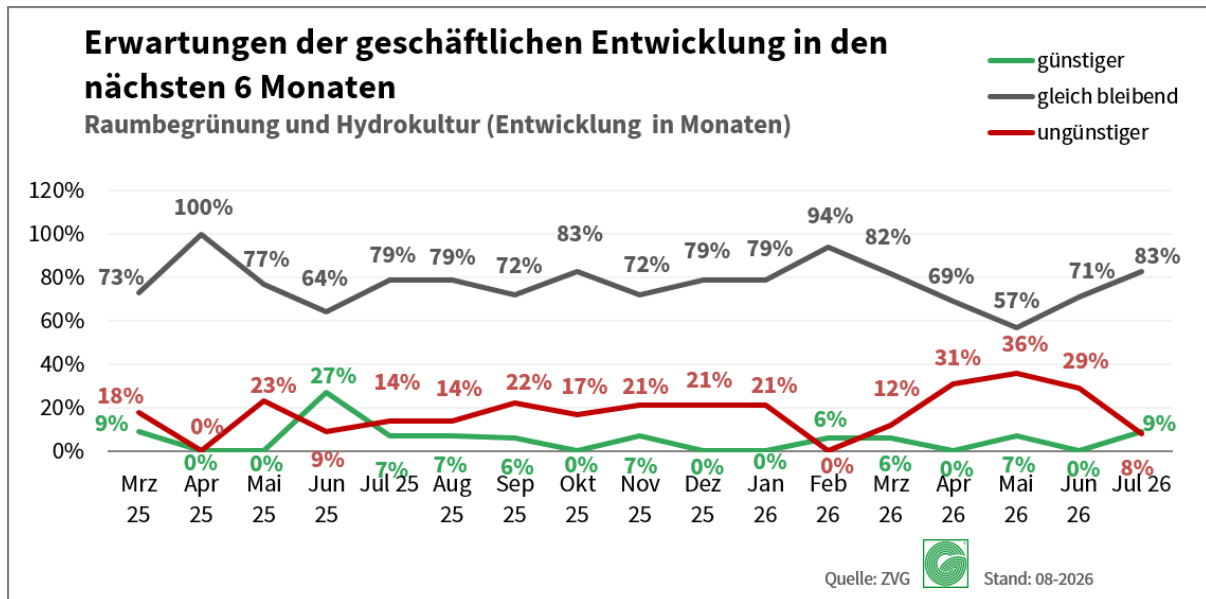
(Absolute Anzahl der Nennungen: 12)



Die gegenwärtige Geschäftslage der Innenraumbegrüner hat sich im Juli aufgehellt: **17 %** bewerten sie als gut, **83 %** als befriedigend und kein Betrieb als schlecht. Mögliche Gründe sind wieder zunehmende Investitionen in die Qualität von Büro- und Arbeitswelten sowie stabile Pflege- und Mietmodelle. Aufgrund der kleinen Stichprobe ist die Entwicklung jedoch mit Vorsicht zu bewerten.

4.3 Wie sind die Erwartungen an die geschäftliche Entwicklung Ihres Unternehmens in den nächsten sechs Monaten?

(Absolute Anzahl der Nennungen: 12)

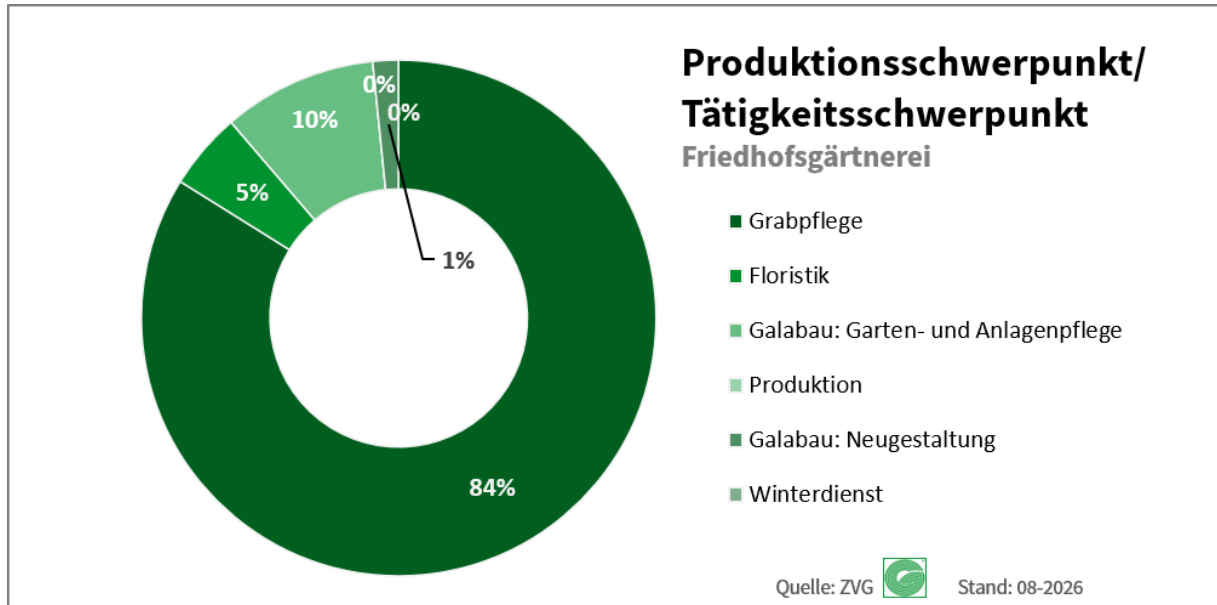


Optimistische Erwartungen gibt es aktuell keine mehr (0 %), wie bereits im Vorjahr. Gleichzeitig steigt der Anteil negativer Einschätzungen deutlich von 12 auf 31 %, während „gleichbleibend“ auf 69 % sinkt. Das zeigt eine spürbar vorsichtiger Haltung für das zweite Halbjahr. Schwache Konjunktur, Investitionszurückhaltung und unsicherer Konsum belasten die Erwartungen.

5 Friedhofsgärtner

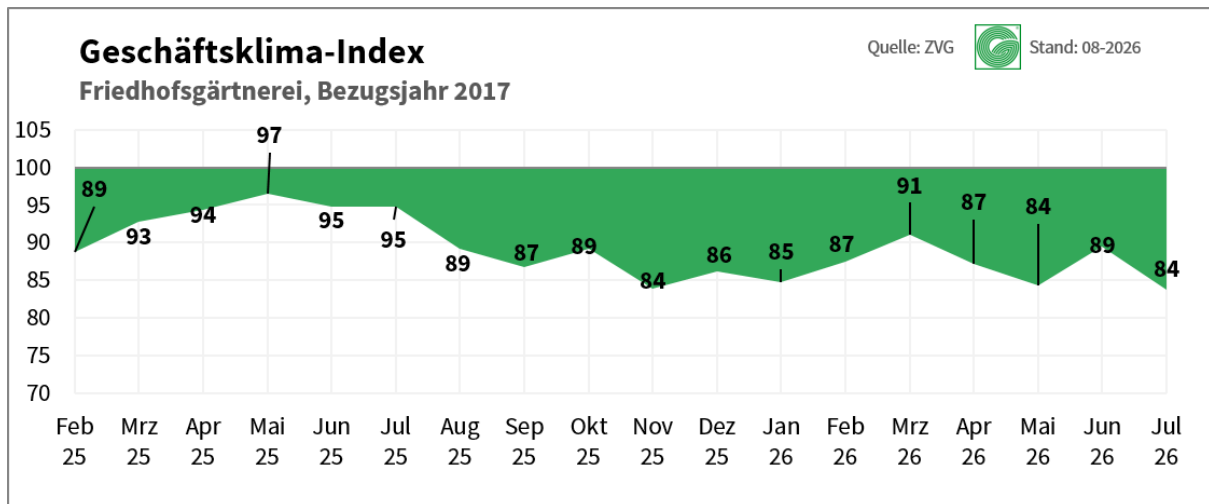
5.1 Was ist Ihr aktueller Produktions-/Tätigkeitsschwerpunkt mit Schwerpunkt Friedhofsgärtnerei?

(Absolute Anzahl der Nennungen: 62)



5.2 Geschäftsklima-Index

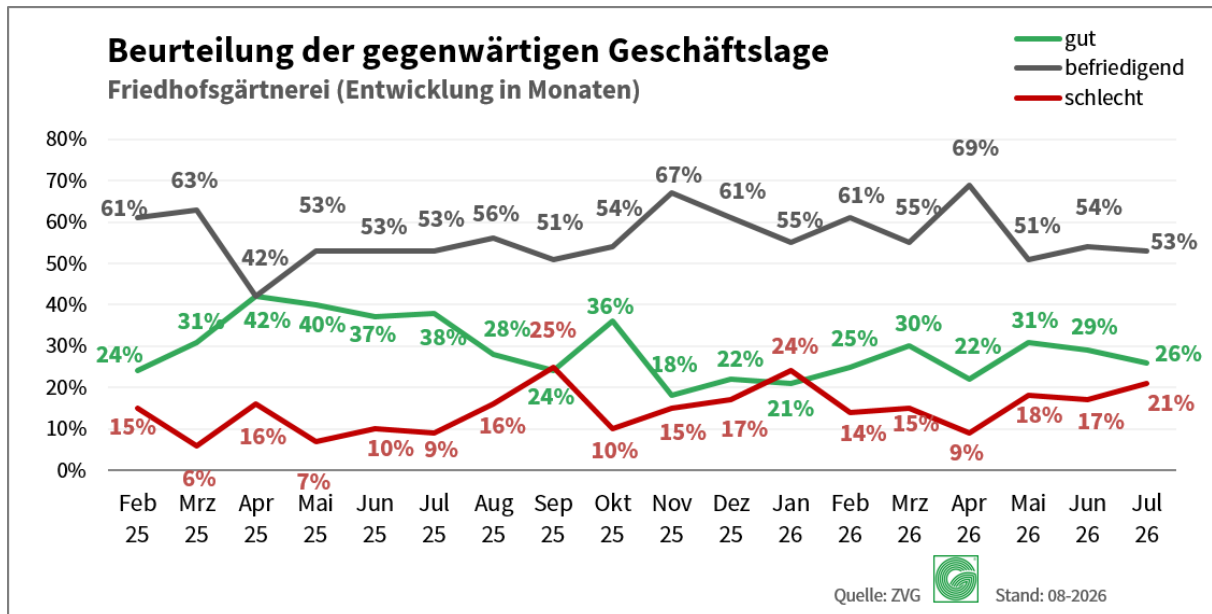
(Absolute Anzahl der Nennungen: 62)



Der Geschäftsklima-Index ist im Juli auf 84 Punkte gefallen. Der trockene Sommer, inklusive Rekordtemperaturen, bringt die Branche ans Limit. Zum Teil ohne nennenswerten Niederschlag sind ganze Friedhöfe betroffen – Ausfall von Dauer- und Wechselbepflanzung ist keine Seltenheit. Die Gießverbote in einigen Regionen treffen ebenfalls, aber auch ohne Verbote sind die Flächen und Gräber weit von ihrem Normalzustand entfernt. Dazu kommen die gestiegenen Kosten für Energie – davon sind auch die Regionen mit Niederschlag betroffen. Alles zusammen macht diesen schlechten Wert aus.

5.3 Wie beurteilen Sie die gegenwärtige Geschäftslage Ihres Unternehmens?

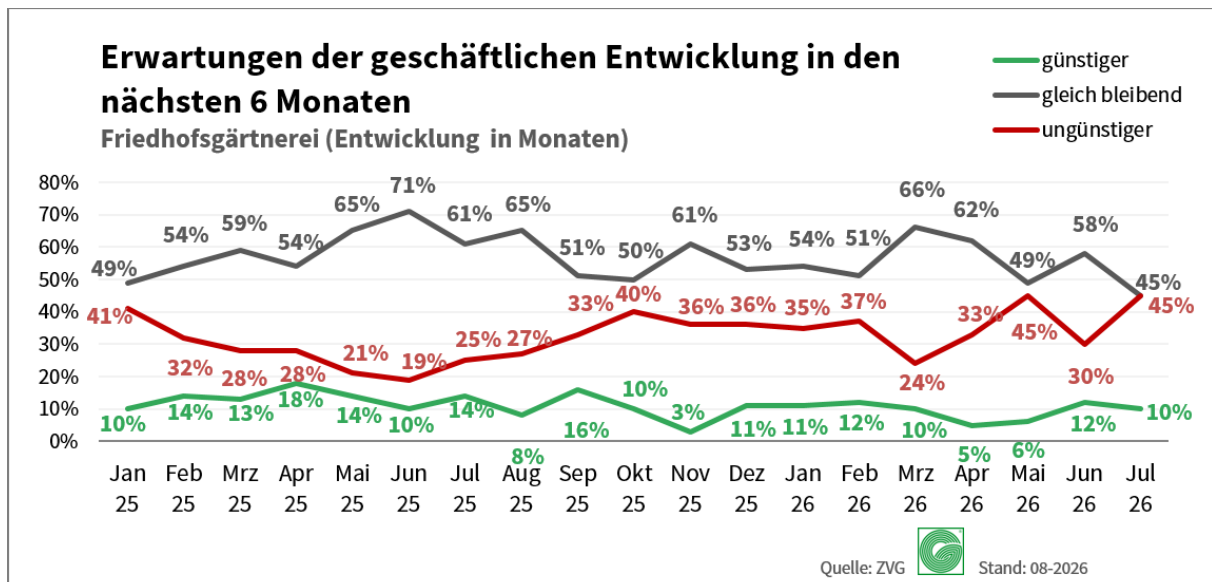
(Absolute Anzahl der Nennungen: 62)



Die Beurteilung der gegenwärtigen Geschäftslage der Friedhofsgärtner zeigt weiterhin den Trend zum Mittelmaß. Zwar sank der Anteil der Befragten, die ihre Lage als „gut“ beurteilten um 3 % auf nur noch 26 %. Dafür stieg die Beurteilung „schlecht“ auf 21 % (+ 4 %).

5.4 Wie sind die Erwartungen an die geschäftliche Entwicklung Ihres Unternehmens in den nächsten sechs Monaten?

(Absolute Anzahl der Nennungen: 62)

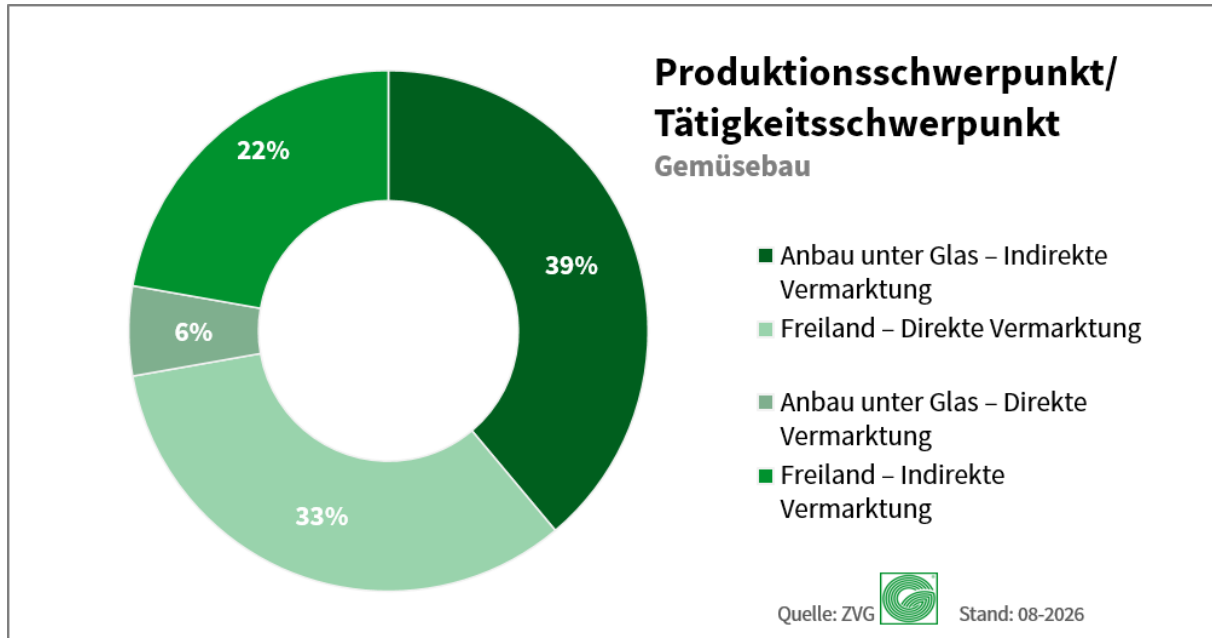


Die Erwartungen der geschäftlichen Entwicklung zeigen ein sehr negatives Bild im Vergleich zur gegenwärtigen Lage. Nur 10 % schätzen ihre Entwicklung als „günstiger“ ein (-2 %). 45 % sehen die kommenden Monate „ungünstiger“ (+15 %). Krisen und fehlender Niederschlag sorgen dafür.

6 Gemüsebau

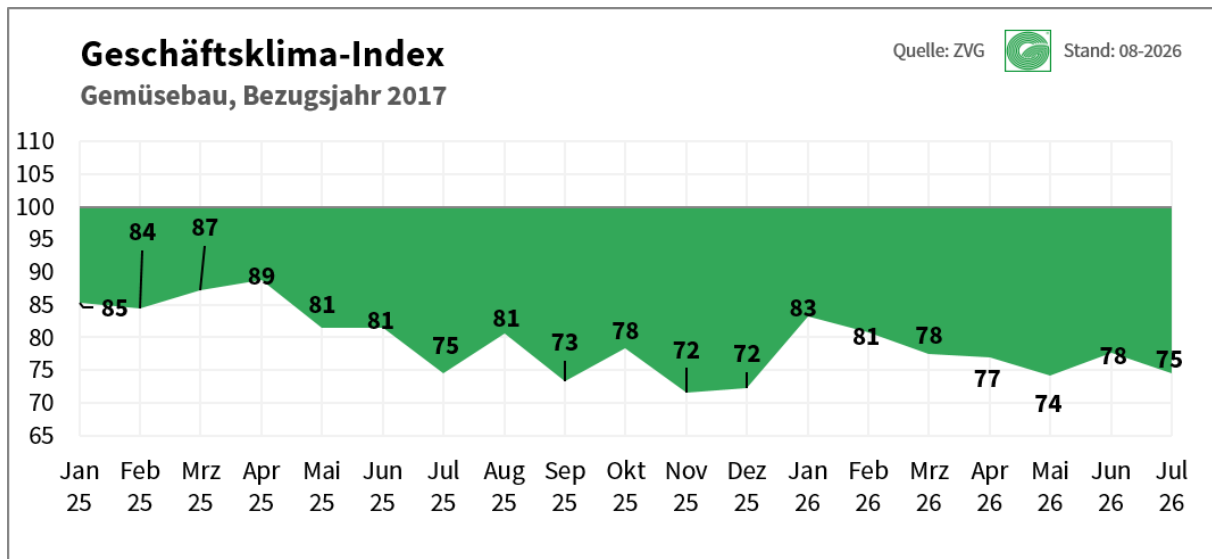
6.1 Was ist Ihr aktueller Produktions-/Tätigkeitsschwerpunkt mit Schwerpunkt Gemüsebau?

(Absolute Anzahl der Nennungen: 18)



6.2 Gemüsebau-Geschäftsklima-Index

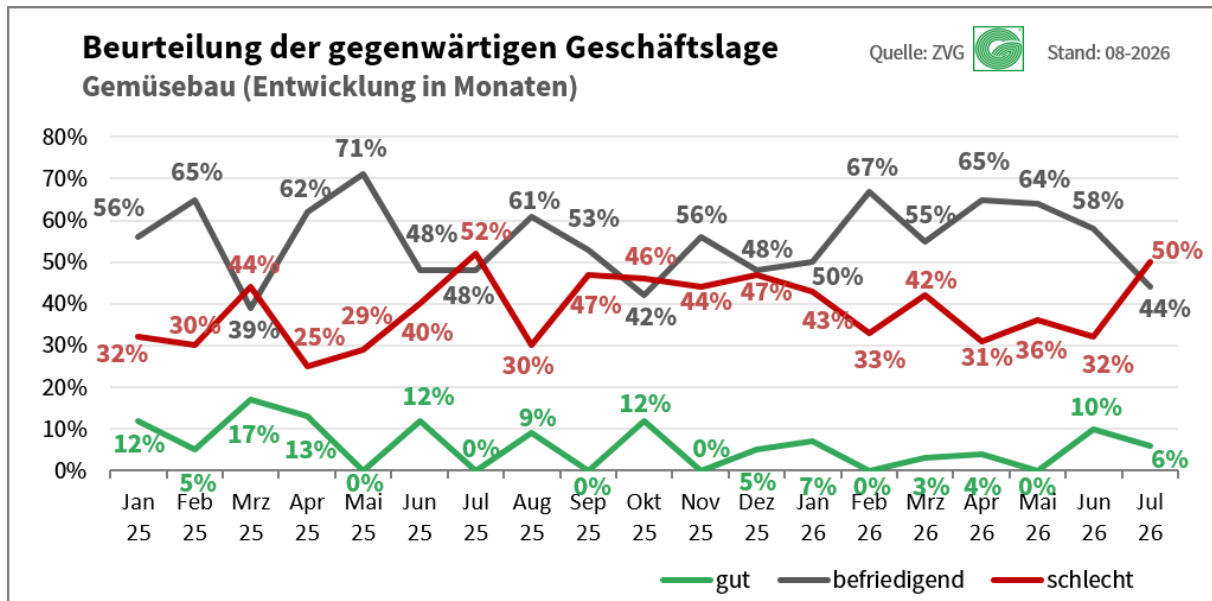
(Absolute Anzahl der Nennungen: 18)



Der Geschäftsklima-Index bleibt im Juli weiterhin auf einem niedrigen Niveau. Insbesondere die steigenden Kosten, vorangestellt der hohe Mindestlohn und die Betriebsmittelkosten, machen den Betrieben zu schaffen. Gleichzeitig herrscht Preis-Dumping beim LEH und ein harter Wettbewerb zu ausländischer Ware. Regionalität verliert aktuell an Stellenwert.

6.3 Wie beurteilen Sie die gegenwärtige Geschäftslage Ihres Unternehmens?

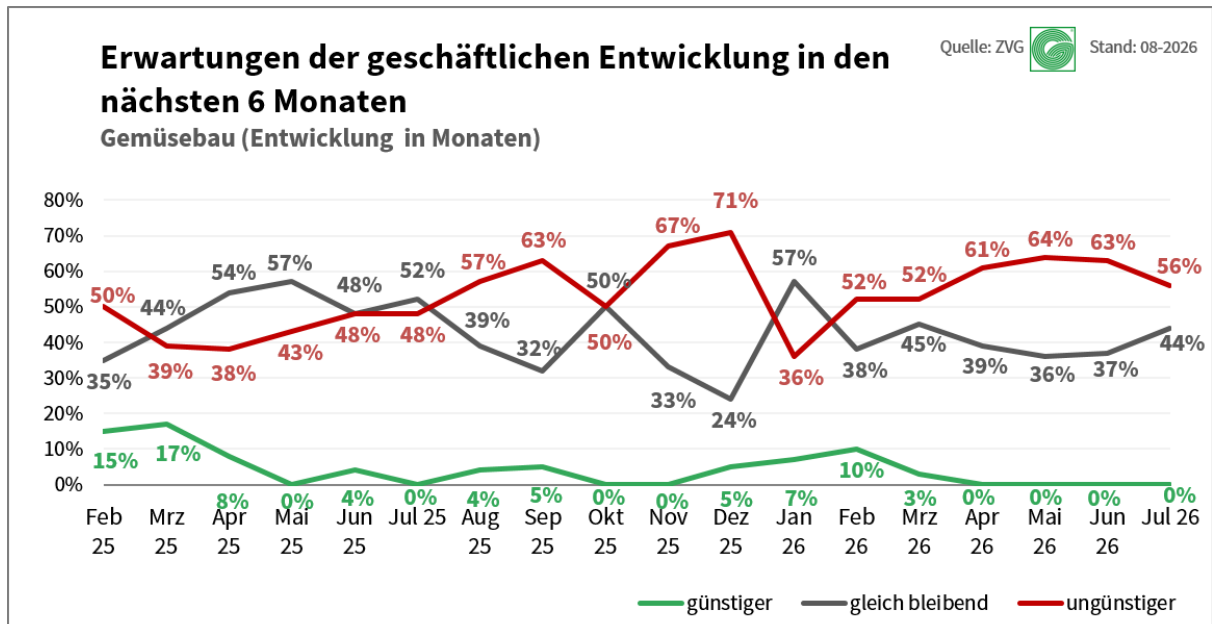
(Absolute Anzahl der Nennungen:18)



Die Stimmung in der Branche bleibt schlecht. Steigende Betriebsmittel-, Energie- und Lohnkosten stoßen auf einen geschwächten Markt. Regional Dürre, Hitze, Starkniederschläge und Hagel sorgen zusätzlich für Probleme.

6.4 Wie sind die Erwartungen an die geschäftliche Entwicklung Ihres Unternehmens in den nächsten sechs Monaten?

(Absolute Anzahl der Nennungen: 18)

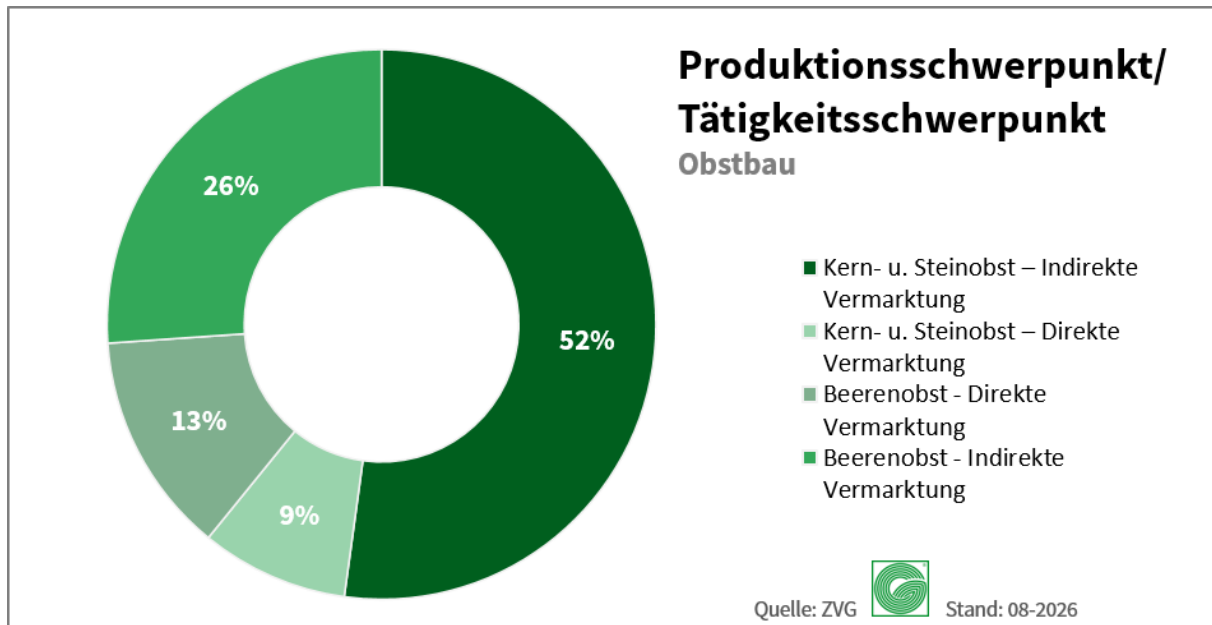


Die Aussicht in der Branche bleibt ebenfalls auf einem schlechten Niveau. Bei den Rahmenbedingungen wie Mindestlohn, PPWR, Energiepreise etc. wird sich in absehbarer Zukunft keine Verbesserung ergeben.

7 Obstbau

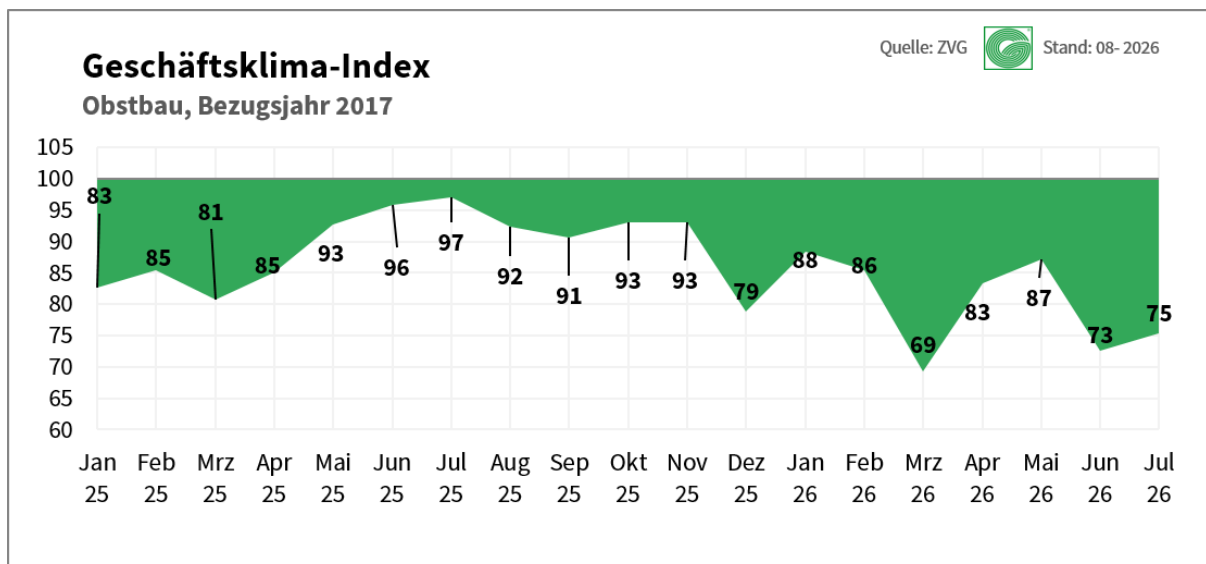
7.1 Was ist Ihr aktueller Produktions-/Tätigkeitsschwerpunkt mit Schwerpunkt Obstbau?

(Absolute Anzahl der Nennungen: 23)



7.2 Geschäftsklima-Index

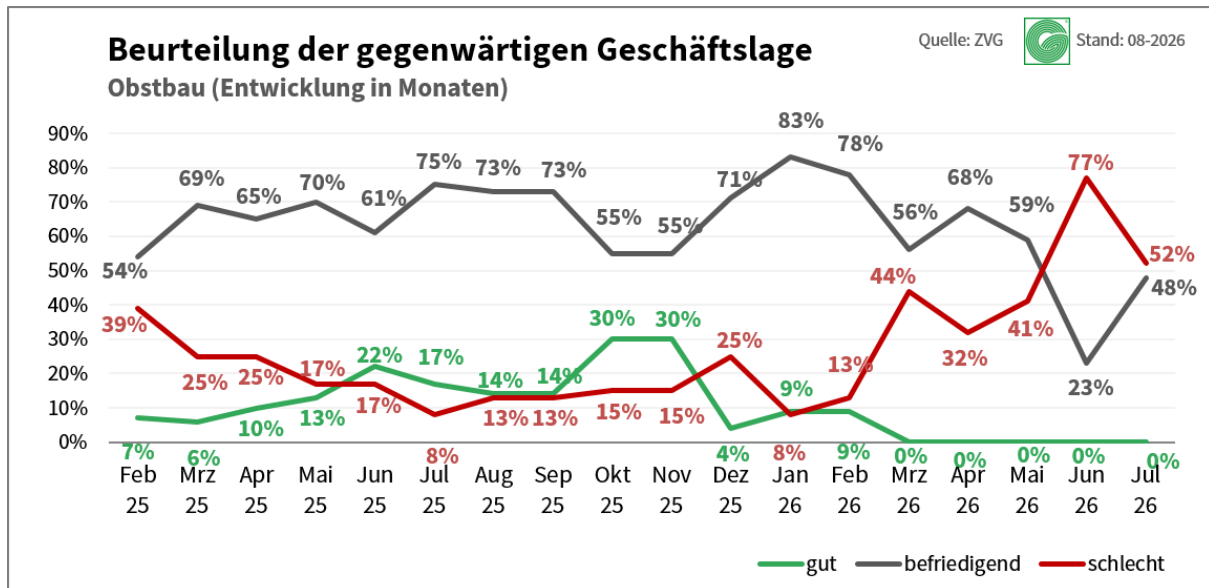
(Absolute Anzahl der Nennungen: 23)



Zufriedenstellend läuft die bisherige Saison allenfalls für Direktvermarkter, indirekt absetzende Betriebe leiden neben den bekannten Problemen um die Explosion der Kosten unter dem Preisdumping der LEH-Ketten.

7.3 Wie beurteilen Sie die gegenwärtige Geschäftslage Ihres Unternehmens?

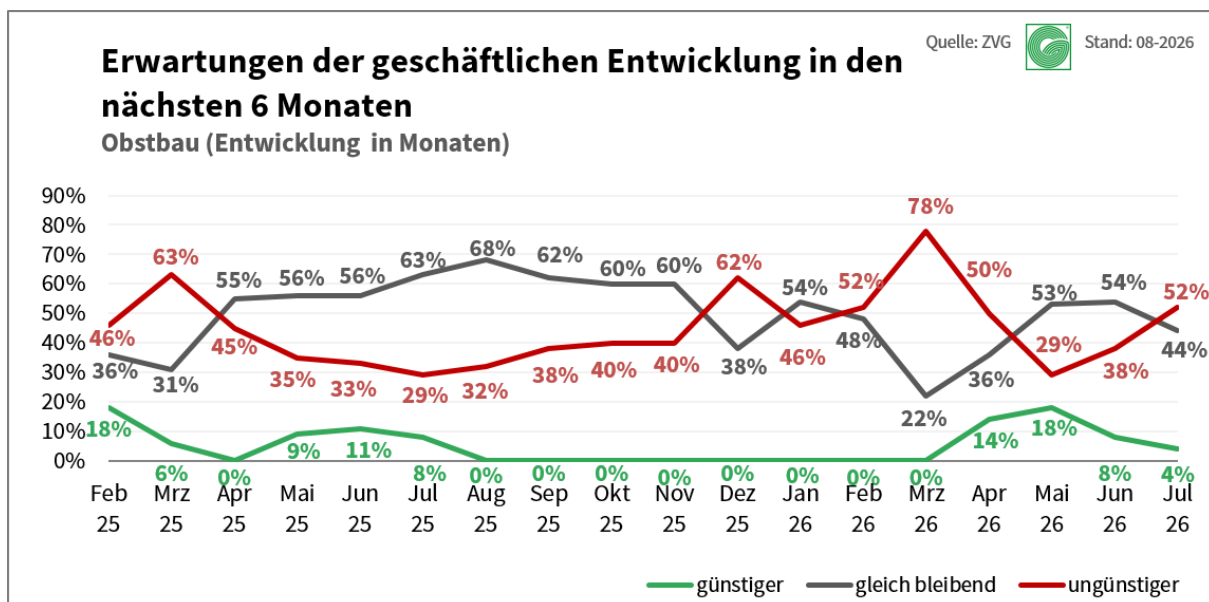
(Absolute Anzahl der Nennungen: 23)



Seit 5 Monaten beschreibt keiner der 22 teilnehmenden Betriebe seine gegenwärtige Geschäftslage als gut. Das ist repräsentativ für den deutschen Obstbau.

7.4 Wie sind die Erwartungen an die geschäftliche Entwicklung Ihres Unternehmens in den nächsten sechs Monaten?

(Absolute Anzahl der Nennungen: 23)

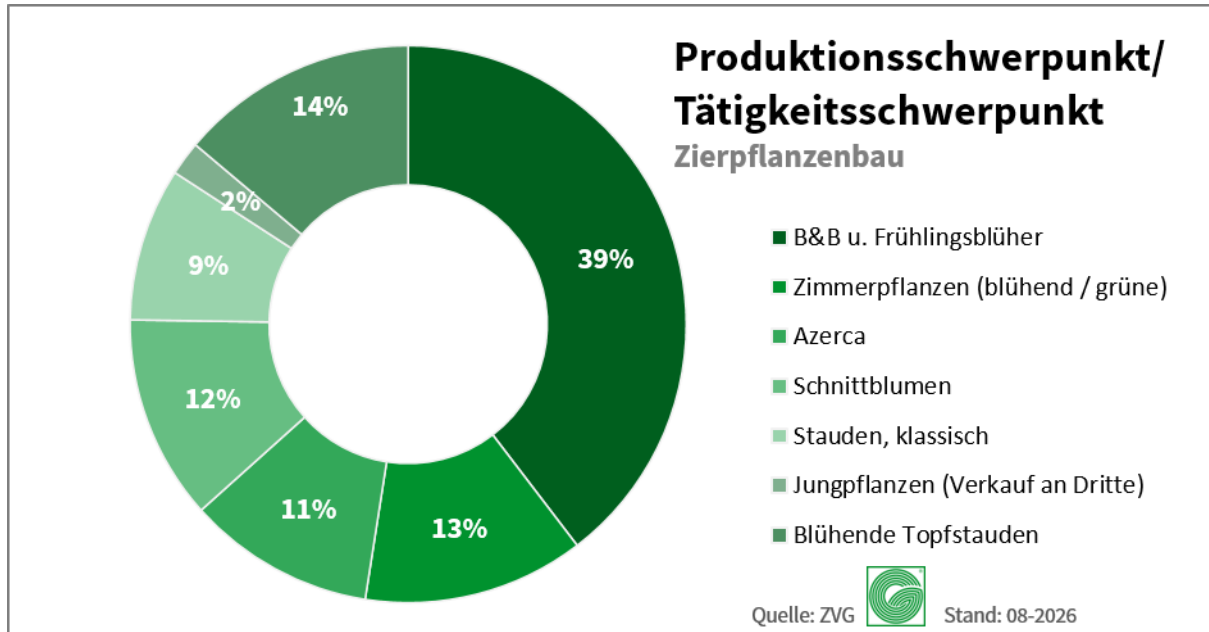


Nur noch ein Betrieb, der eine günstigere geschäftliche Entwicklung in den nächsten 6 Monaten erwartet...

8 Zierpflanzenbau

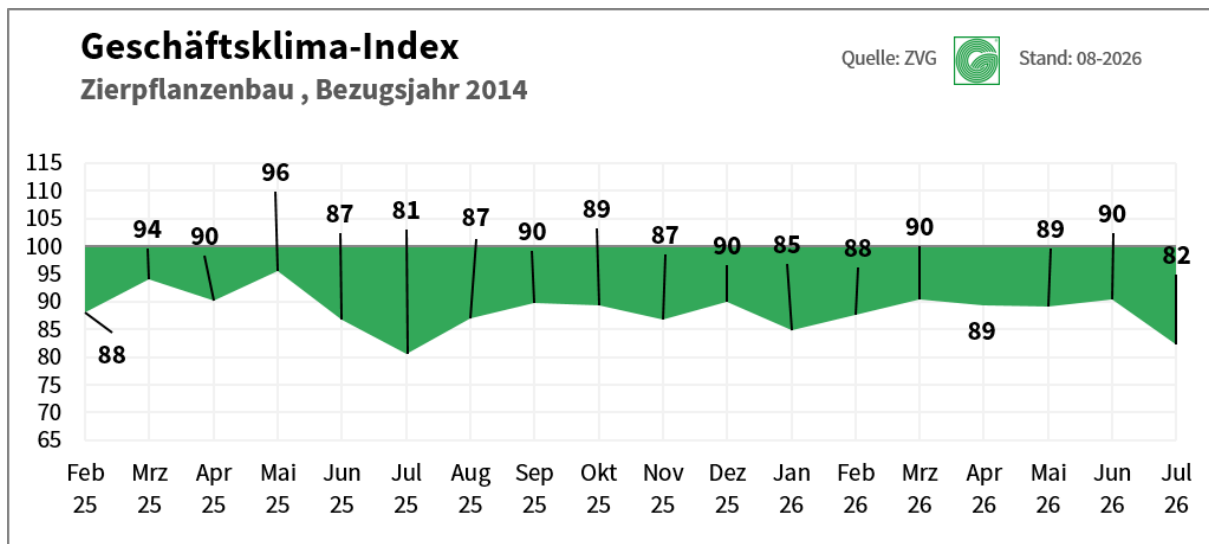
8.1 Was ist Ihr aktueller Produktions-/Tätigkeitsschwerpunkt mit Schwerpunkt Zierpflanzenbau?

(Absolute Anzahl der Nennungen: 101)



8.2 Geschäftsklima-Index

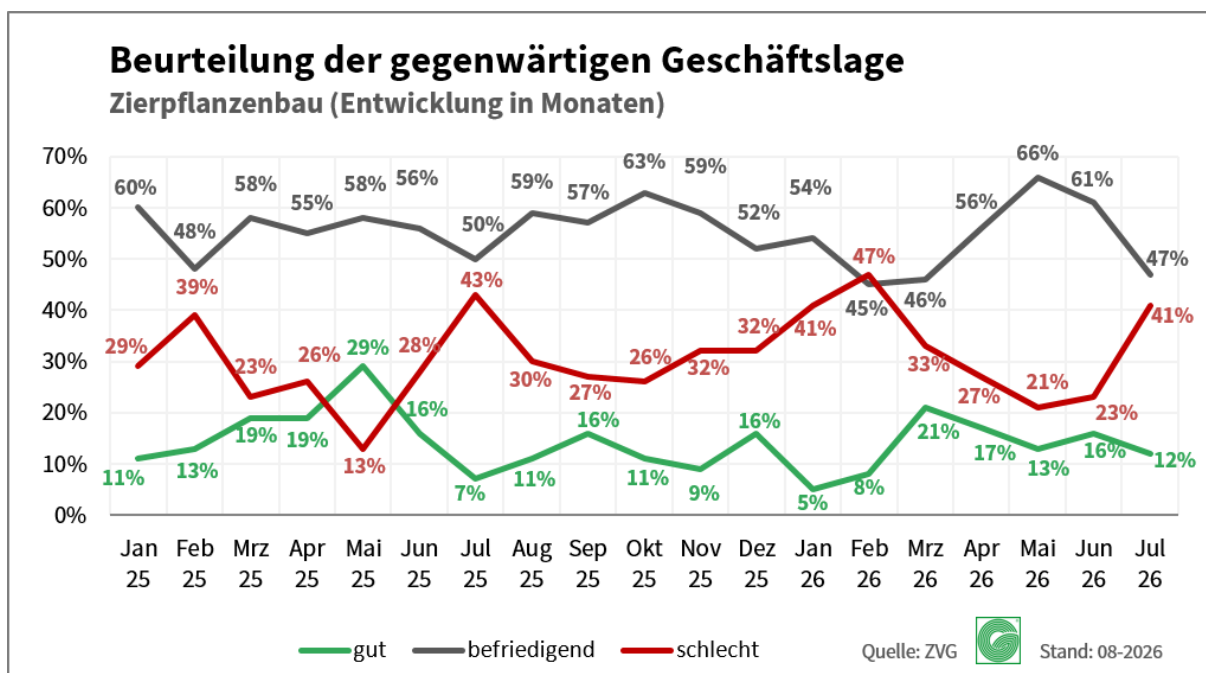
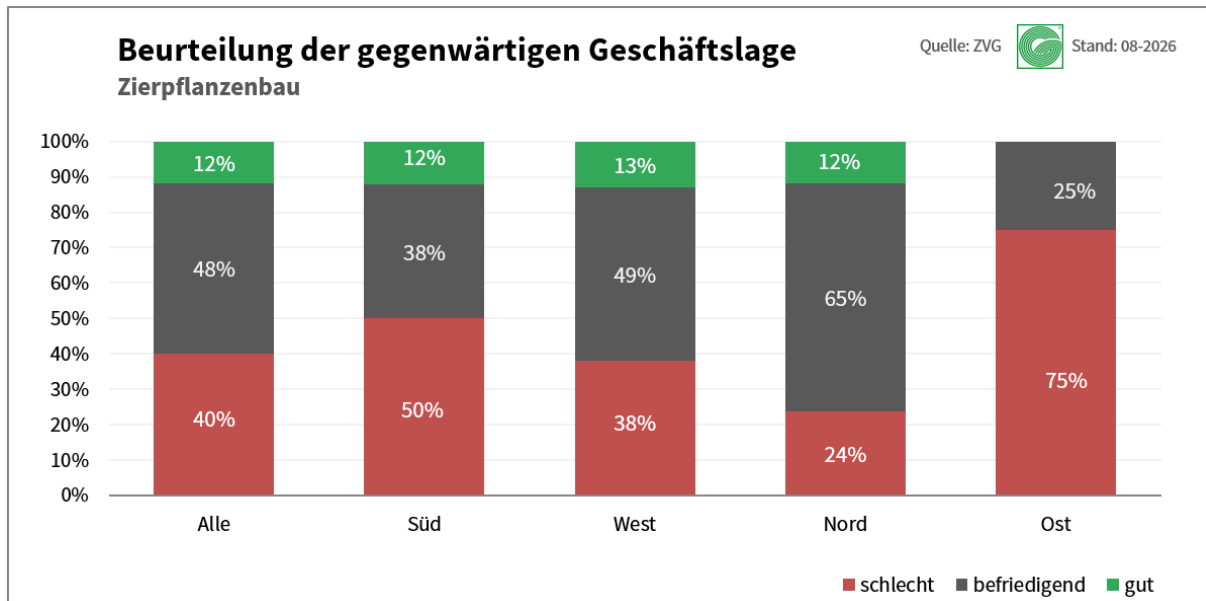
(Absolute Anzahl der Nennungen: 101)



Der Geschäftsklima-Index fällt auf den Tiefstand vom Juli des vergangenen Jahres. Die anhaltende Hitze in ganz Deutschland und die Sommerferien bringen den Pflanzenverkauf weitestgehend zum Erliegen.

8.3 Wie beurteilen Sie die gegenwärtige Geschäftslage Ihres Unternehmens?

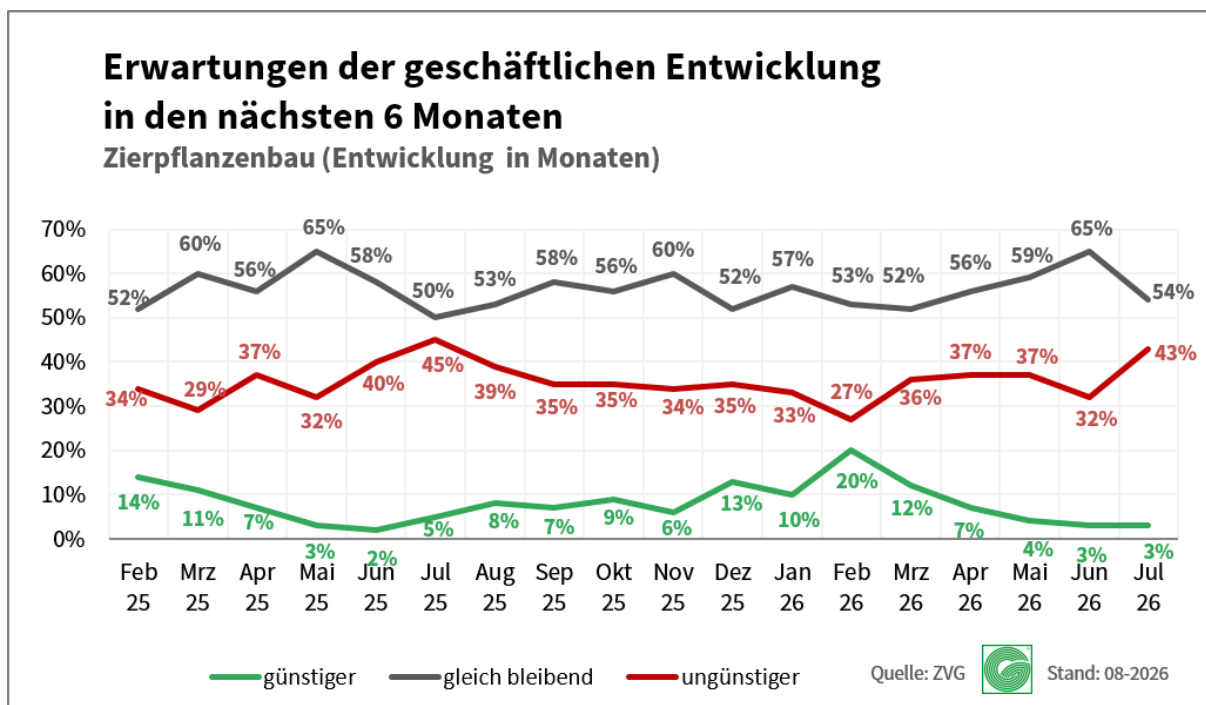
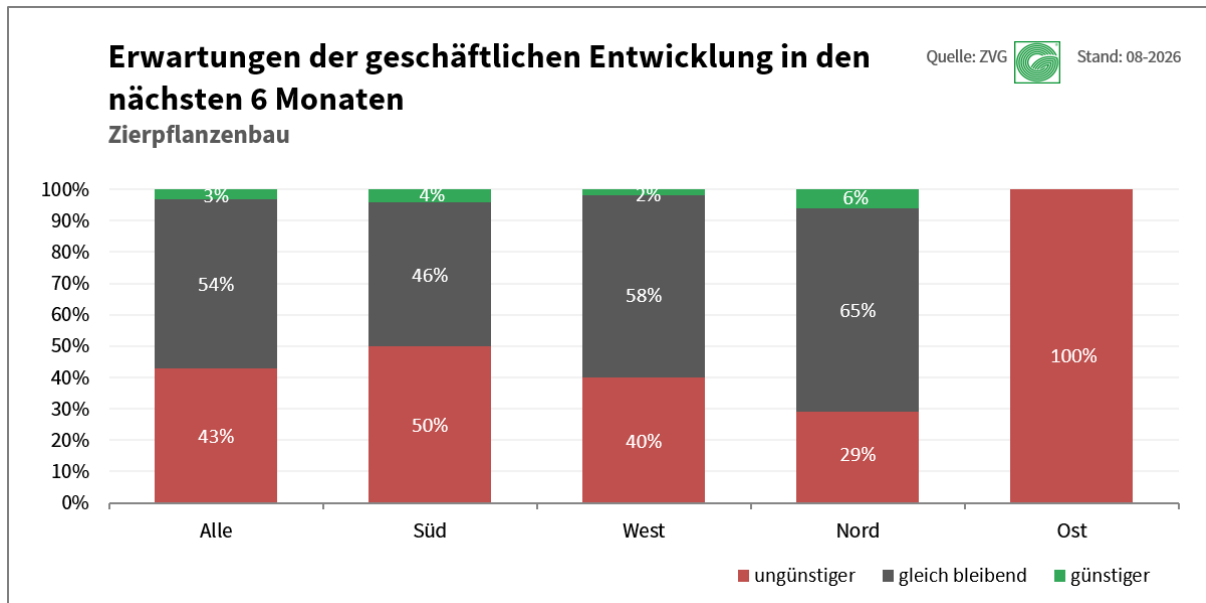
(Absolute Anzahl der Nennungen: 101, Süd 26, West 55, Nord 17, Ost 4)



Die Stimmung geht rasant in den Keller, ausgehend von einem ohnehin schon niedrigen Niveau. Die anhaltende Hitze, der fehlende Niederschlag und die extreme Einstrahlung stellen die Kulturführung vor riesige Herausforderungen. Die fehlende Nachfrage lässt die Stimmung zusätzlich in den Keller sinken.

8.4 Wie sind die Erwartungen an die geschäftliche Entwicklung Ihres Unternehmens in den nächsten sechs Monaten?

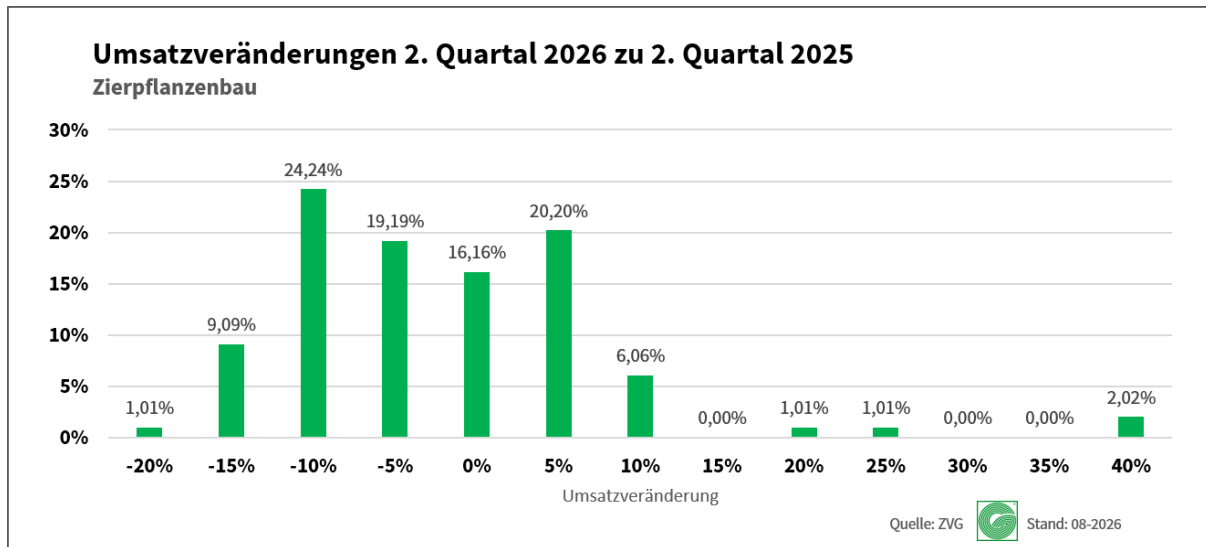
(Absolute Anzahl der Nennungen: 101, Süd 26, West 55, Nord 17, Ost 4)



Bei dieser schlechten Ausgangslage bleiben auch die Erwartungen an die nächsten Monate mehr als verhalten. Es bleibt zu hoffen, dass die Hitzewellen und die anhaltende Dürre jetzt beendet sind und sich zumindest die Kulturführung wieder normalisiert und die Lust auf Grünes und Blühendes in Haus und Garten wieder steigt.

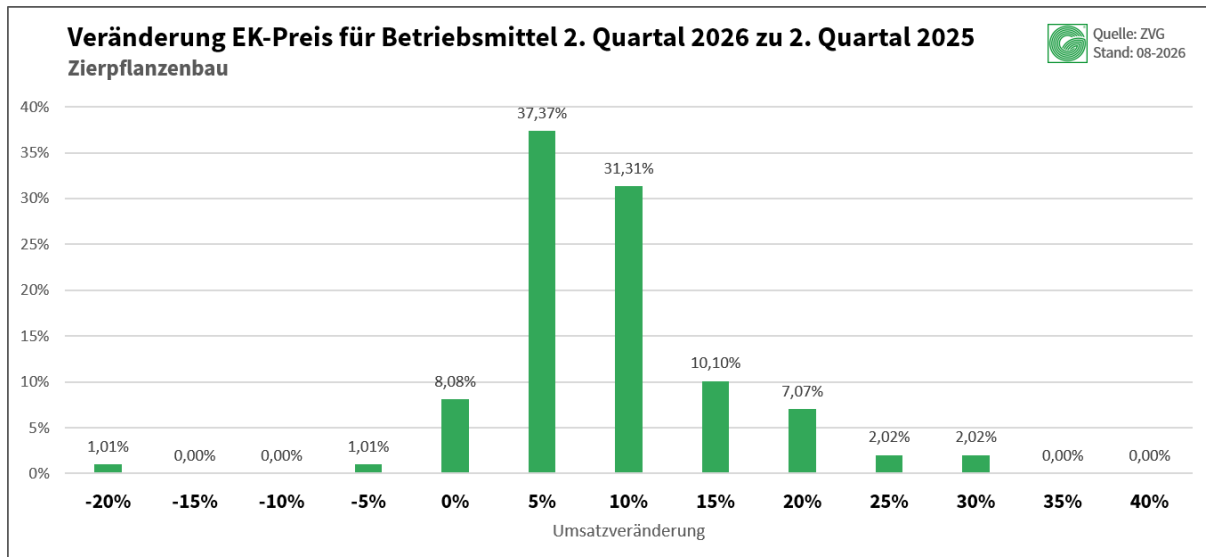
8.5 Um zirka wieviel Prozent hat sich der Umsatz Ihres Unternehmens im 2. Quartal 2026 im Vergleich zum 2. Quartal 2025 verändert?

(Absolute Anzahl der Nennungen: 99)



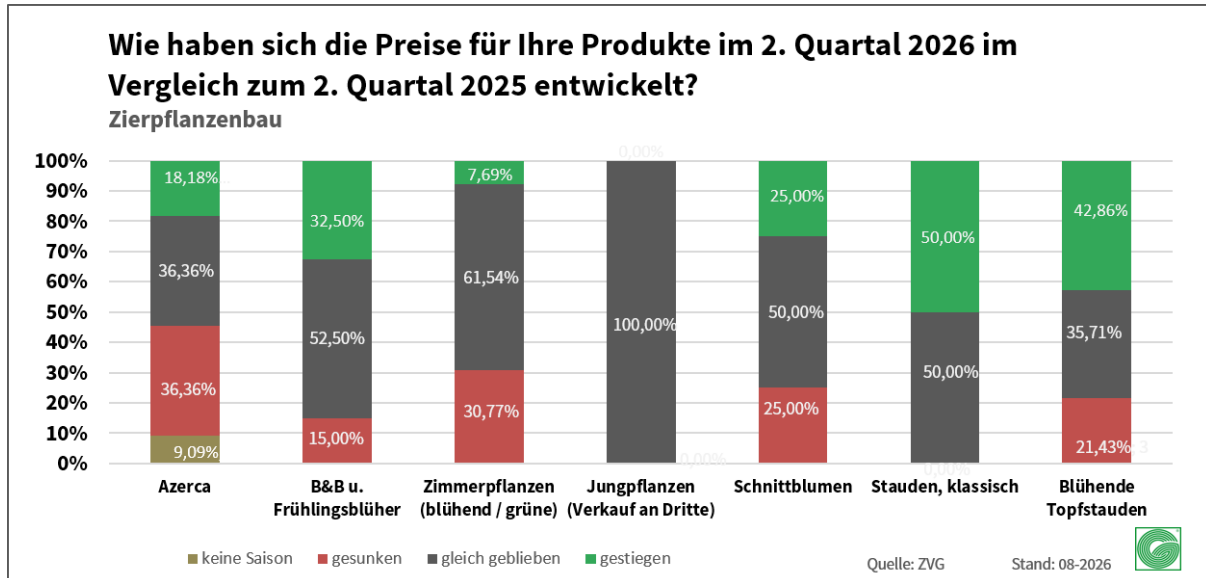
8.6 Um zirka wieviel Prozent haben sich allgemein die Einkaufspreise für Ihre Betriebsmittel (inkl. Energieträger) im 2. Quartal 2026 im Vergleich zum 2. Quartal 2025 verändert?

(Absolute Anzahl der Nennungen: 99)



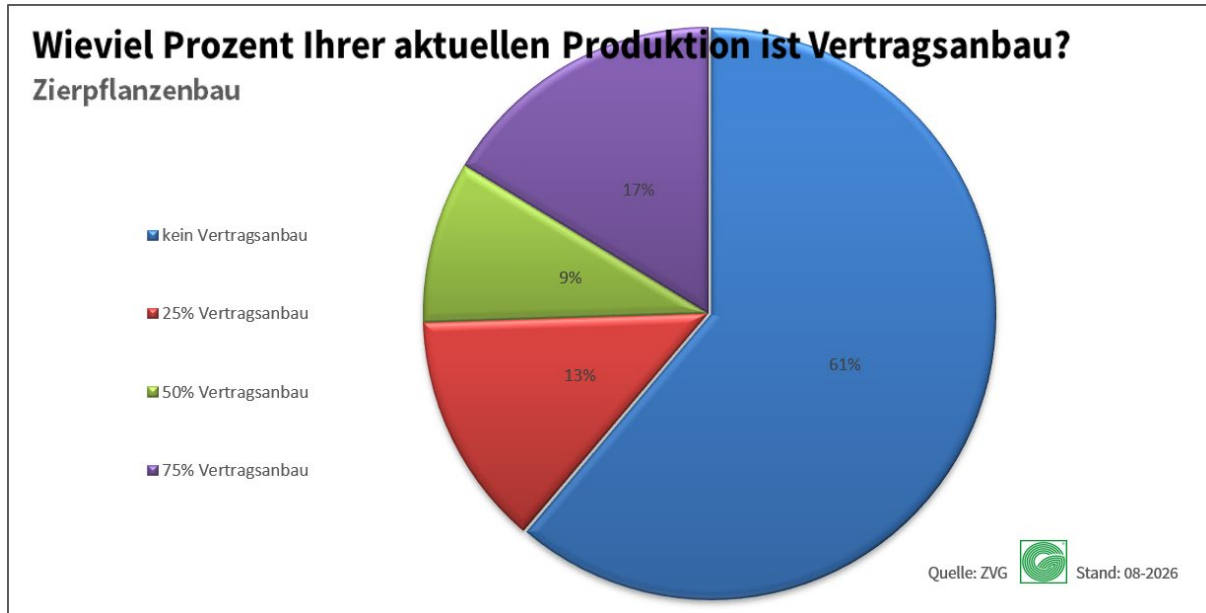
8.7 Wie haben sich die Preise für Ihre Produkte im 2. Quartal 2026 im Vergleich zum 2. Quartal 2025 entwickelt?

(Absolute Anzahl der Nennungen: 99, Azerca: 11, B&B u. Frühlingsblüher: 40, Zimmerpflanzen: 13, Jungpflanzen: 1, Schnittblumen: 12, Stauden, klassisch :8, blühende Topfstauden: 14)



8.8 Wieviel Prozent Ihrer aktuellen Produktion ist Vertragsanbau?

(Absolute Anzahl der Nennungen: 98)





Herausgeber:

Zentralverband Gartenbau e. V. (ZVG)

Claire-Waldoff-Str. 7

10117 Berlin

info@derdeutschegartenbau.de

www.derdeutschegartenbau.de



rentenbank

Gefördert durch:

Landwirtschaftliche Rentenbank

Postfach 10 14 45

60014 Frankfurt am Main

www.rentenbank.de



Umfrage wurde erstellt und ausgewertet:

Das Grüne Medienhaus

www.gruenes-medienhaus.de