

WERTSCHÖPFUNG UND WERTSCHÄTZUNG

Genossenschaftliche Vermarktung für die Zukunft

DAS GESCHÄFTSJAHR 2019.

I. VORWORT

Das Motto unseres Geschäftsberichtes für das Jahr 2019 lautet: „Wertschöpfung und Wertschätzung. Genossenschaftliche Vermarktung für die Zukunft.“ Damit bringen wir auf den Punkt, was die Erzeugergenossenschaft Landgard stark macht – im Jahr 2019 genauso wie davor und auch in Zukunft. Motto steht inhaltlich in einer Linie mit unserer neuen Vision: „Landgard ist die nachhaltige, erfolgreich vermarktende Erzeugergenossenschaft für Blumen und Pflanzen sowie Obst und Gemüse mit Mehrwert für Kunden und Erzeuger.“ Mit ihr verdeutlichen wir, wofür wir gemeinsam mit Mitarbeitern, Erzeugern und Kunden als Erzeugergenossenschaft in Zukunft stehen. Auf der einen Seite beschränken wir unsere Landgard Vision damit ab sofort nicht mehr nur auf Deutschland – schließlich wollen wir auch international weiter gemeinsam gesund wachsen. Auf der anderen Seite haben wir den Aspekt „Nachhaltigkeit“ explizit mit aufgenommen – denn der Einsatz für eine gesunde Natur im Gleichgewicht ist für uns Auftrag und Herzensangelegenheit gleichermaßen. So wollen wir heute und in Zukunft zusammen Mehrwerte für Kunden und Erzeuger schaffen – und das in der seit Ende März 2020 neuen Vorstandskonstellation mit Dirk Bader, Carsten Böning und Labinot Elshani. Zusammen richten wir unseren Fokus ganz auf unser Kerngeschäft sowie die Belange unserer Erzeuger und konzentrieren uns darauf, die Herausforderungen durch die Auswirkungen der Coronakrise zu meistern. Weitere Details zu wichtigen Entwicklungen im Geschäftsjahr 2019 finden Sie im „Brief des Vorstands“. Wie in den Vorjahren veröffentlichen wir unseren Geschäftsbericht auch in diesem Jahr aus Gründen der Nachhaltigkeit nur digital.

II. VORSTANDBRIEF

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

der Geschäftsbericht 2019 dokumentiert unseren Weg einer zukunftsweisenden genossenschaftlichen Vermarktung und es ist kein Zufall, dass wir in diesem Jahr das Motto „Wertschöpfung und Wertschätzung. Genossenschaftliche Vermarktung für die Zukunft.“ für den Geschäftsbericht gewählt haben. Darin finden sich alle Einzelbausteine wieder, die in Summe die Erzeugergenossenschaft Landgard und deren Erfolg ausmachen.

Wertschöpfung: Kein Erfolg ohne Wertschöpfung. Daher ist unser unternehmerisches Handeln inklusive aller Dienstleistungen und Services konsequent darauf ausgerichtet, Werte zu generieren – für unsere Mitgliedsbetriebe, unsere Kunden und für unsere Mitarbeiter. Wertschöpfung ist dabei aber nicht nur rein monetär zu verstehen. Im Rahmen unseres Nachhaltigkeitsmanagements setzen wir uns vielmehr auch für vielfältige übergeordnete Werte ein, denen wir uns verpflichtet fühlen. Die vier Säulen unserer Nachhaltigkeitsstrategie – grüne Produkte, Klima, Energie und Umwelt, Mitarbeiter sowie Gesellschaft – zeigen, in welchen Bereichen wir unsere unternehmerische Verantwortung wahrnehmen.

Wertschätzung: Gegenseitige Wertschätzung, Respekt vor der Leistung anderer und das Bewusstsein für die Bedürfnisse von Erzeugern, Kunden und Mitarbeitern sind unabdingbare Voraussetzungen für den Erfolg einer modernen Erzeugergenossenschaft. Als soziales System zeigt die Genossenschaft gerade in Krisenzeiten ihren Wert gegenüber dem Individualisitentum. Ohne die Unterstützung durch unsere Mitarbeiter und unsere Erzeuger wäre die positive Entwicklung im Jahr 2019 und die Bewältigung der Coronakrise nicht möglich gewesen. Durch die Coronakrise ist darüber hinaus die

große gesellschaftliche Bedeutung einer funktionierenden Warenversorgung mit Obst, Gemüse, Blumen und Pflanzen sehr deutlich geworden. Nicht umsonst wurde die Warenversorgung mit diesen Frischeprodukten von der Politik erstmals ausdrücklich als systemrelevant eingestuft. Wir setzen uns daher für eine insgesamt höhere Wertschätzung und gerechtere Preise für Frischeprodukte aus deutscher Produktion ein.

auch in Zukunft erfolgreich ist und ihrer Verantwortung als Marktführer in der Grünen Branche gerecht wird.

Das Jahr 2019

Die klimatischen Rahmenbedingungen waren im Geschäftsjahr 2019 erneut sehr herausfordernd. Für beide Sparten, Blumen & Pflanzen sowie Obst & Gemüse, waren die Witterungsbedingungen mit Frostnächten im Frühjahr,



Genossenschaftliche Vermarktung: Die Grundidee, der sich Landgard verschrieben hat, die DNA unserer Geschäftstätigkeit, die heute so aktuell ist wie vor 100 Jahren. Dabei organisieren sich einzelne Betriebe in einer Vermarktungsorganisation und gewinnen dadurch an Stärke. Die Vermarktungsorganisation bietet den Mitgliedern Absatzsicherheit und Dienstleistungen, den Kunden zentralen Zugriff auf abwechslungsreiche und hochwertige Sortimente in großen Stückzahlen und mit großer Liefersicherheit. Diese Idee begeistert bei Landgard regional, national und international mehr als 3.000 Betriebe und schafft für alle Beteiligten in der Prozesskette einen erkennbaren Mehrwert.

Zukunft: Unsere gemeinsame Verpflichtung. Wir möchten Landgard so weiterentwickeln, damit die Erzeugergenossenschaft im Interesse von Mitgliedern, Kunden und Mitarbeitern

langen Hitzeperioden und viel zu wenig Niederschlag alles andere als optimal. Umso erfreulicher, dass Landgard im Jahr 2019 allen Widrigkeiten zum Trotz dennoch eine Umsatzsteigerung um 3% auf jetzt 2,012 Mrd. EUR erzielen konnte. Das Ergebnis vor Steuern (EBT) konnte dabei um mehr als 31% gegenüber dem Vorjahr gesteigert werden und fiel mit 25,3 Mio. EUR deutlich besser aus als im Vorjahr. Gleichzeitig konnten die Bankverbindlichkeiten weiter stark reduziert werden. Sie verringerten sich um 60,8 Mio. EUR auf 143,0 Mio. EUR. Parallel dazu stieg die Eigenkapitalquote auf 17,9 Prozent.

Diese deutlich positiven Zahlen sind das Ergebnis des unermüdlichen Einsatzes und der geübten Zusammenarbeit zwischen den Mitgliedsbetrieben, unseren Mitarbeitern und unseren strategischen Kunden. Dafür bedanken wir uns ausdrücklich. Landgard ist 2019 noch enger zu-

sammengewachsen. Die Nähe zu den Erzeugern und Kunden dokumentiert den Erfolg unserer Genossenschaft als soziales System mit Mehrwerten für alle Beteiligten. Der Zuwachs bei den Erzeugerbetrieben in den Sparten, die Ausweitung des Produktportfolios und die hohe Akzeptanz unserer Leistung durch unsere Kunden zeigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Wir sind Innovationsmotor, Taktgeber und Vorreiter in der Grünen Branche. Das ist unser Anspruch und unsere Motivation.

Meilensteine

Das Kapitel „Meilensteine“ bietet einen kompakten Überblick über die wichtigsten Projekte und Themen des Jahres 2019. Schon vorab möchten wir hier einige davon sowie erste Meilensteine für das Jahr 2020 kurz darstellen.

Im Rahmen des **Zukunftsmarktkonzeptes** für die Cash & Carry Märkte wurde mit dem Markt in Neuss der zweite große Standort grundlegend modernisiert. Bei der Weiterentwicklung des Standortportfolios rücken im Jahr 2020 drei ostdeutsche Märkte in den Fokus der Planungen. Auch hier sollen die Märkte mit Elementen des Zukunftsmarktkonzeptes langfristig zukunftsfähig aufgestellt werden. In diesem Kontext sind auch die 2019 erfolgten **Neueröffnungen von Bloomways Filialen** in Siegen und Oldenburg zu nennen. Zusammen mit den Filialen in Chemnitz-Röhrsdorf und Korntal-Münchingen, die Anfang 2020 eröffnet wurden, verfügt Bloomways inzwischen über 23 Filialen, die meisten davon unter dem Dach von Landgard Cash & Carry Märkten. Beides zusammen, das Zukunftsmarktkonzept für die Cash & Carry Märkte und das Wachstum bei Bloomways, sind starke Signale an den Fachhandel, dass beide Einheiten ihre Stärken weiter bündeln und immer mehr miteinander verschmelzen werden.

Im **Organisierten Handel** der Sparte Blumen & Pflanzen wurden die strategischen Partnerschaften mit dem Handel im Jahr 2019 weiter ausgebaut. Dazu wurden zahlreiche neue Programme für die Kunden entwickelt.

Veiling Rhein-Maas investiert weiter in die Technik und hat 2019 ein großes Projekt zur Umrüstung der Uhrenfront auf neueste LED-Technik angeschoben. Der Umbau hat im Juni 2020 begonnen.

Im Bereich Obst & Gemüse hat die **Landgard Nord Obst & Gemüse GmbH** den Ausbau der Kundenprogramme mit Bananen und Ready-to-eat-Produkten weiter vorangetrieben. Dafür wurde das Sourcing in Übersee intensiviert. Mit der **Landgard Süd Obst & Gemüse GmbH** gibt es ab Juli 2020 einen neuen Umsatzbringer im Süden der Bundesrepublik. Dazu verschmelzen die Landgard Obst & Gemüse GmbH Kehl und die Magli & Noel GmbH unter dem Dach der neuen Gesellschaft. Mit der Zusammenführung der Regionalstrukturen im Raum Süd kann Landgard die Nähe zu Kunden und Erzeugern von den bestehenden Standorten Kehl, München und Karlsruhe aus noch besser nutzen, Dienstleistungen bündeln und die Effizienz steigern.

Mit der Anfang 2019 gestarteten generischen Initiative **„Obst & Gemüse - 1000 gute Gründe“** setzt sich Landgard jetzt auch auf vielen Kanälen online und offline für die Produkte im Bereich Obst und Gemüse sowie deren Produktion ein. Ein übergeordnetes Ziel aller Einzelmaßnahmen besteht darin, Verbrauchern Vielfalt und Genuss zu vermitteln.

Der Bereich **Nachhaltigkeit** wurde 2019 weiter professionalisiert und ausgebaut. Die Nachhaltigkeitsziele von Landgard werden dabei seit 2019 durch die Orientierung an den „Sustainable Development Goals“ (SDGs) der Vereinten Nationen in einen globalen Zusammenhang eingeordnet.

Die **Landgard Stiftung** hat sich auch 2019 wieder für Erzeuger und die Zukunft der Grünen Branche insgesamt engagiert. Beispiele dafür sind das Schulgarten-Projekt an Grundschulen, der Zertifikatslehrgang „Betriebswirt im Produktionsgartenbau“ und das Stipendien-Programm für Nachwuchskräfte in der Grünen Branche.

Alles Weitere können Sie auf den folgenden Seiten unseres Geschäftsberichtes 2019 nachlesen. Wir wünschen Ihnen eine interessante Lektüre.

Dirk Bader, Carsten Bönig, Labinot Elshani

Vorstand Landgard eG



III. AUFSICHTSRATSBERICHT

Im Geschäftsjahr 2019 hat sich die Landgard Gruppe trotz erneut herausfordernder Witterungsbedingungen auf Konzernebene weiter positiv entwickelt. Frühjahrsfrost, Hitzerekorde und Dürre bis in den Herbst bedeuteten sowohl für den Bereich Blumen & Pflanzen als auch für Obst & Gemüse extrem herausfordernde Rahmenbedingungen.

Dass es der Landgard Gruppe dennoch gelungen ist, sich positiv zu entwickeln, ist vor allem der vertrauensvollen Zusammenarbeit zwischen Erzeugern, Landgard und Kunden zu verdanken. Diese genossenschaftliche Wertegemeinschaft findet sich als übergeordnete Idee auch im Motto unseres diesjährigen Geschäftsberichts wieder: **„Wertschätzung und Wertschöpfung. Genossenschaftliche Vermarktung für die Zukunft.“**

In der Sparte Blumen & Pflanzen konnte der Umsatz im Geschäftsjahr 2019 gegenüber dem Vorjahr gesteigert werden. Diese Entwicklung resultiert aus der strategischen Ausrichtung der verschiedenen Geschäftsfelder, dem flankierenden Serviceangebot für Kunden sowie der konsequenten Umsetzung der Produkt-, Vermarktungskonzept- und Lizenzpolitik als elementarem Baustein der Vertriebsaktivitäten.

Das Geschäftsfeld Obst & Gemüse entwickelte sich im vergangenen Geschäftsjahr trotz der schwierigen Witterungsbedingungen in den unterschiedlichen Produktionsgebieten sowie einem anhaltend starken Preisdruck positiv. Die Entwicklung ist zum einen auf eine größere Produktdiversifikation insbesondere bei Obst und hier vor allem bei exotischen Früchten und zum anderen auf das stabile Wachstum mit eigenen nationalen und internationalen Mitgliedsbetrieben zurückzuführen.

Die folgenden Beispiele zeigen exemplarisch, dass sich Landgard auch 2019 wieder auf vielen Ebenen weiterentwickelt und die strategische

Ausrichtung als moderne vermarktende Erzeugergenossenschaft dadurch weiter gestärkt hat. So wurde für das im Geschäftsfeld Blumen & Pflanzen wichtige Fachhandelsgeschäft der Cash & Carry Zukunftsmarkt Neuss rechtzeitig vor der Herbstsaison 2019 eröffnet. Weitere Neueröffnungen wurden bei Trendways in Hannover und bei Bloomways in Siegen und Oldenburg gefeiert. Um die Gremienarbeit im Bereich Blumen & Pflanzen weiter zu professionalisieren, wurde 2019 ein Regionalbeirat in Italien gegründet. Damit verfügt die Landgard eG im Bereich Blumen & Pflanzen jetzt zusätzlich zu den nationalen Regionalbeiräten in Deutschland sowie den Regionalbeiräten Dänemark und Niederlande/Belgien über eine weitere Interessenvertretung für die Mitgliedsbetriebe in Italien. Im Bereich der generischen Werbung hat Landgard Anfang 2019 den offiziellen Startschuss für die neue generische Initiative „Obst & Gemüse – 1000 gute Gründe“ gegeben, mit der speziell junge Verbraucher wieder stärker für Obst und Gemüse aus Deutschland und der ganzen Welt begeistert werden sollen.

Ziel der generellen Weiterentwicklung der Landgard Gruppe ist es auch weiterhin, Potenziale im Sinne der Genossenschaft zu heben, Kosten zu senken und die Genossenschaft im Sinne ihrer Mitglieder, Mitarbeiter und Kunden zukunftsfähig, modern und nachhaltig auszurichten. Im Rahmen sämtlicher Maßnahmen und Projekte zeigten die wesentlichen handelnden Personen im Landgard Konzern überdurchschnittliches Engagement. Hierfür gilt allen Verantwortlichen der besondere Dank des Aufsichtsrates.

Landgard hat im Geschäftsjahr 2019 in allen wesentlichen Geschäftsbereichen profitabel gearbeitet. Die Vorgaben der Finanzierer wurden stets eingehalten. Im Ergebnis stieg der Umsatz um 59,5 Mio. EUR auf 2.012,3 Mrd. EUR.

Personelle Veränderungen

Im Geschäftsjahr 2019 bestand der Vorstand der Landgard eG aus Armin Rehberg (Vorsitzender, bis zum 25.03.2020) und Carsten Bönig. Mit Wirkung zum 23.03.2020 wurden Dirk Bader für die Sparte Blumen & Pflanzen und Labi-not Elshani für die Sparte Obst & Gemüse in den Vorstand der Landgard eG berufen.

Im Rahmen der Vertreterversammlung am 25. Juni 2019 schieden bei den Mitgliedervertretern Bert Schmitz und Manfred Rieke turnusmäßig aus dem Aufsichtsrat aus. Beide wurden von den Vertretern einstimmig wiedergewählt.

Mitglieder des Aufsichtsrates

Bert Schmitz, 1. Januar 2019 bis 31. Dezember 2019 (Aufsichtsratsvorsitzender)

Hilko Dahlke, 1. Januar 2019 bis 31. Dezember 2019 (stellv. Aufsichtsratsvorsitzender und Arbeitnehmervertreter)

Carsten Knodt, 1. Januar 2019 bis 31. Dezember 2019 (stellv. Aufsichtsratsvorsitzender)

Weitere Mitglieder (alphabetisch)

Willi Andree, 1. Januar 2019 bis 31. Dezember 2019

Norbert Artmeyer, 1. Januar 2019 bis 31. Dezember 2019

Christian Berghs-Trienekens, 1. Januar 2019 bis 31. Dezember 2019

Martin Flintrop, 1. Januar 2019 bis 31. Dezember 2019 (Gewerkschaftsvertreter)

Dr. Svea Pacyna-Schürheck, 1. Januar 2019 bis 31. Dezember 2019 (Arbeitnehmervertreterin)

Manfred Rieke, 1. Januar 2019 bis 31. Dezember 2019

Wolfgang Schubert, 1. Januar 2019 bis 31. Dezember 2019 (Arbeitnehmervertreter)

Sylvia Wegelin, 1. Januar 2019 bis 31. Dezember 2019 (Arbeitnehmervertreterin)

Peter Zander, 1. Januar 2019 bis 31. Dezember 2019 (Arbeitnehmervertreter)

Die Mitglieder des Aufsichtsrates haben sich im Oktober 2019 in Herongen in einem vom Deutschen Genossenschafts- und Raiffeisenverband moderierten Seminar zu aktuellen Herausforderungen der Aufsichtsratsarbeit schulen lassen.

Das Seminar war für uns eine gute Gelegenheit, die eigene Arbeit der vergangenen Jahre zu reflektieren und Rückschlüsse für die zukünftige Arbeit des Gremiums zu ziehen. Darüber hinaus konnten wir vor allem persönliche Fachkenntnisse vertiefen, um unser Amt weiter wirksam wahrzunehmen.

Sitzungen des Aufsichtsrates

Der Aufsichtsrat hat sich im Geschäftsjahr 2019 in fünf Sitzungen durch den Vorstand über den Geschäftsverlauf informieren lassen. In zwei Sitzungen hat sich der Finanz- und Prüfungsausschuss mit dem Deutschen Genossenschafts- und Raiffeisenverband (DGRV) und dem Rheinisch-Westfälischen Genossenschaftsverband e. V. (RWGV) als Prüfungsverbände zu den Prüfungsergebnissen ausgetauscht und Prüfungsschwerpunkte festgelegt.

Ferner wurde der Aufsichtsrat in der Prüfungsabschlussitzung durch die genannten Prüfungsverbände über die Prüfungsergebnisse informiert. Der Aufsichtsrat hat in den Sitzungen sowie im Rahmen von Arbeitskreisen und Einzelgesprächen die aktuelle Geschäftsentwicklung, den Verlauf der Finanzierungsmaßnahmen und ergriffene Maßnahmen begleitet. Zwei Sitzungen haben zusammen mit dem Aufsichtsrat Blumen & Pflanzen stattgefunden.

Vertreterversammlung und Jahresabschluss

Im Rahmen der Vertreterversammlung am 25. Juni 2019 wurde der Jahresabschluss von den anwesenden Vertretern der Landgard eG bestätigt. Der Vorstand und der Aufsichtsrat der Landgard eG wurden von den Vertretern einstimmig entlastet. Die in den Vorjahren ausgesetzte Entlastung der Vorstände Henning Schmidt und Jürgen Rosar sowie des bis zum 21. Juni 2012 amtierenden Aufsichtsrates wurde nicht aufgerufen, um dem Ausgang

schwebender Verfahren nicht vorzugreifen. Da die Rechtsverfahren noch nicht abgeschlossen sind, behalten wir dies bei.

Sowohl mit der Vertreterversammlung als auch mit zahlreichen weiteren Veranstaltungen setzte der Vorstand den eingeschlagenen Weg des offenen, vertrauensvollen Dialogs mit Erzeugern, Kunden und den übrigen Anspruchsgruppen fort. Bei den Veranstaltungen sind vor allem die großen Messeauftritte auf der Internationalen Pflanzenmesse (IPM), der Fruit Logistica und in der Blumenhalle der Internationalen Grünen Woche zu nennen. Hinzu kommen die eigenen Ordermessen mit den Frühjahrs-Ordertagen im Januar, den Herbst-Ordertagen im August und den italienischen Ordertagen im September.

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 Be-

richte über die Geschäftspolitik und die Unternehmensplanung sowie den Geschäftsverlauf, die wirtschaftliche Lage, die Finanzlage und Geschäftsvorfälle informiert.

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

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

Mit der im März 2020 erfolgten Neuaufstellung des Vorstands sieht der Aufsichtsrat die Erzeugergenossenschaft Landgard mit Blick auf die Zukunft bestmöglich aufgestellt, auch herausfordernde Situationen wie die Auswirkungen der Corona-Pandemie mit Professionalität und Geschlossenheit zu meistern.

Bert Schmitz

Vorsitzender



Weitere beratende Gremien

Aufsichtsrat Blumen & Pflanzen

Beirat Blumen & Pflanzen

Beirat Obst & Gemüse

Fachbeirat Veiling Rhein-Maas

Regionalbeirat Nord

Regionalbeirat Ost

Regionalbeirat Süd

Regionalbeirat West

Regionalbeirat Niederlande/Belgien

Regionalbeirat Dänemark

Regionalbeirat Italien

Regionalbeirat Nord Obst & Gemüse

IV. MEILENSTEINE

Januar

Blumenhalle IGW

Landgard und die Initiative „Blumen – 1000 gute Gründe“ haben die Blumenhalle der Internationalen Grünen Woche 2019 in Berlin dank neuem Hallenkonzept, Blütenmeer und attraktiven Events zu einem der Besucherlieblinge der Messe gemacht. Über die gesamte Messe hinweg strömten rund 400.000 Besucher in die rund 7.500 Quadratmeter große Halle 9 der Messe Berlin. Staunend schlenderten sie durch die begrünte Stadt, die dort aus mehr als 26.000 Europaletten und über 100.000 Grün- und Blühpflanzen entstanden ist.



Frühjahrs-Ordertage in Herongen

Mit über zwölf Prozent Umsatzsteigerung zum Vorjahr hat Landgard auf den Frühjahrs-Ordertagen das zweite Jahr in Folge ein zweistelliges Umsatzwachstum erzielt. Darüber hinaus haben deutlich mehr Kunden aus den Bereichen Fachhandel und organisierter Handel den Weg nach Herongen gefunden. Diese positive Entwicklung hatte sich durch einen sehr starken Besucherandrang und eine entsprechend intensive Ordertätigkeit bereits am ersten Veranstaltungstag am Sonntag abgezeichnet.



IPM in Essen

Mit vier ereignisreichen, bunten und spannenden Tagen ist die IPM auch 2019 ihrem Ruf als die „schönste Messe der Welt“ mehr als gerecht geworden. Dank neuer Sichtachsen und einer erweiterten Standfläche bot der Landgard Messestand in Halle 1, Stand E21 den Mitgliedsbetrieben der Erzeugergenossenschaft mit 26 Gärtner-Logen optimale Möglichkeiten, sich und ihr Unternehmen dem weltweiten Fachpublikum zu präsentieren. Das Leitmotiv des Landgard Messeauftritts lautete „Unsere Wurzeln. Unsere Genossenschaft. Unsere Zukunft.“ Beim Gang über den Messestand warteten mit über 25 teils neuen, teils erweiterten erfolgreichen Konzepten, Lizenzkooperationen und Marken an jeder Ecke neue Überraschungen auf die Besucher.



Johannes Kronenberg und Martin Stein als neue Geschäftsführer berufen

Johannes Kronenberg wurde mit Wirkung zum 01.01.2019 neu in die Geschäftsführung der Landgard Blumen & Pflanzen GmbH berufen

und verstärkt die Geschäftsführung um Dirk Bader und Jörg Winckelmann. Johannes Kronenberg ist seit 2010 bei Landgard tätig und verantwortete zuletzt als Bereichsleiter den Bereich DIY. Ebenfalls mit Wirkung zum 01.01.2019 wurde Martin Stein in die Geschäftsführung der Bloomways GmbH berufen, wo er seit Herbst 2016 bereits als Mitglied der Geschäftsleitung tätig war.



Februar

Fruit Logistica in Berlin

Die Resonanz auf den Landgard Messeauftritt auf der Fruit Logistica war ausgesprochen positiv. Dort hat Landgard wieder einmal gezeigt, wie lecker, frisch, gesund, nachhaltig, bunt und auch genussvoll Obst und Gemüse sind, die in Deutschland und der ganzen Welt mit Know-how und Herzblut angebaut werden. Am Landgard Stand stießen tolle Konzepte, frische Ideen, innovative Techniken, Lösungen mit Mehrwert und ersthändige Produktion bei den zahlreichen Messebesuchern auf großes Interesse. An allen drei Messetagen konnten die Messebesucher anhand zahlreicher Beispiele live vor Ort erleben, wie die Erzeugergenossenschaft gemeinsam mit starken Partnern wie Axel Schulz oder auch den Blockbustern „Jurassic World“ und „Minions“ Obst und Gemüse zu den Stars am Point of Sale macht.



Startschuss für „Obst & Gemüse – 1000 gute Gründe“

Landgard hat auf der Fruit Logistica den offiziellen Startschuss für die neue generische Initiative „Obst & Gemüse – 1000 gute Gründe“ gegeben. Gemeinsam mit Partnern aus der Branche hat es sich die Erzeugergenossenschaft zum Ziel gesetzt, speziell junge Verbraucher wieder stärker für Obst und Gemüse aus Deutschland und der ganzen Welt zu begeistern. Da die neue generischen Initiative vor allem junge Verbraucher ansprechen will, greift „Obst & Gemüse – 1000 gute Gründe“ gezielt Trendthemen auf und setzt heimische und internationale Obst und Gemüsesorten neu in Szene, um etwaige Berührungängste mit frischen Erzeugerprodukten konsequent abzubauen. Weitere Informationen zur Initiative sind hier zu finden: www.1000gutegruende.de, www.facebook.com/1000gutegruendefuerobstundgemuese und www.instagram.com/1000gutegruende_obst_gemuese



Bloomways startet Tulpenaktion mit Deutscher Gärtnerware

Der Schnittblumenspezialist Bloomways hat die Tulpensaison mit einer neuen Bühne für Tulpen aus dem Regionalprogramm „Deutsche Gärtnerware“ eröffnet. Dazu wurden in allen deutschen Bloomways Filialen verschiedene Tulpensorten z. B. des Betriebes Ralf Schmitz Gartenbau in Straelen zu attraktiven Aktionspreisen angeboten. Die farbenfrohen Tulpen wurden in Filialen auf prominent platzierten Aktionsflächen präsentiert und waren in nachhaltigem Papier mit Zeitungsoptik eingewickelt, das eigens für die Aktion produziert wurde.



März

Erfolgreiche Betriebswirte im Produktionsgartenbau

18 Nachwuchskräfte aus der Grünen Branche haben ihre Zertifikate als „Betriebswirt im Produktionsgartenbau“ entgegengenommen. Die jungen Erzeugerinnen und Erzeuger aus ganz Deutschland hatten in den fünf Monaten zuvor neben ihrer täglichen Arbeit den umfangreichen gemeinsamen Qualifizierungslehrgang von Landgard Stiftung, Landesverband Gartenbau Rheinland e.V., Landwirtschaftskammer NRW und Bildungszentrum Gartenbau Essen absolviert. Die Landgard Stiftung hatte den Zertifikatslehrgang bereits zum dritten Mal in Folge gemeinsam mit ihren Partnern aus der Branche durchgeführt.



1000 gute Gründe und Coppentrath & Wiese baten Blogger zu Tisch

Gemeinsam mit der Konditorei Coppentrath & Wiese hat „Blumen – 1000 gute Gründe“ zwölf Influencerinnen aus den Bereichen Food, DIY, Home und Interior in die „(Trend) Küche & Club“ in Hamburg eingeladen, um gemeinsam die schönste Kaffeetafel Deutschlands zu decken. Unter der fachkundigen Anleitung des deutschen Meisterfloristen Jürgen Herold gestalteten die Bloggerinnen aus frischen Blumen und passendem Grün ihre ganz persönlichen Blumendekorationen.



Landgard begleitet Projekt für die Zukunft der Landwirtschaft in Ungarn

Landgard sieht im Rahmen des durch die Fakt AG geplanten Projekts die Möglichkeit, die Internationalisierung ihrer Erzeugerstrukturen auch in Ungarn vor Ort sowie ersthändigen Warenbezug weiter voranzutreiben und für den LEH/Discount in Ungarn, aber auch für den Export, eine bedarfsgerechte Produktion mit ungarischen Betrieben zu entwickeln. Der Ausbau einer nachhaltigen und nachfragegerechten Produktion in Ungarn bietet Landgard gute Voraussetzungen für den gezielten Auf- und Ausbau wichtiger Kunden- und Lieferantenbeziehungen im Bereich Obst & Gemüse im Rahmen des ersthändigen Warenbezugs.



Cash & Carry Märkte Dresden und Bielefeld mit Standortjubiläen

Mitte März blickte Landgard mit einer Festveranstaltung auf 25 Jahre Standortgeschichte in Dresdner Stadtteil Übigau zurück. Offiziell eröffnet wurde der Markt am 9. März 1994 von der Landgard Vorgängerorganisation NBV unter dem Namen „Blumengroßmarkt Dresden“.

Der Landgard Cash & Carry Markt Bielefeld feierte im März sein 20-jähriges Jubiläum. Aus diesem Anlass hatte der Markt unter dem Motto „Wir haben Geburtstag – Sie bekommen die Geschenke“ am 24. März zu einer Jubiläums-Hausmesse eingeladen. Mit den Jubiläumsfeiern haben sich die Marktteams in Dresden und Bielefeld bei den Kunden und Lieferanten für die Treue und die gute Zusammenarbeit in den zurückliegenden Jahren bedankt.



Landgard Fachhandel: Günther Esser und Andreas Herzberg neu in die Geschäftsführung berufen

Günther Esser und Andreas Herzberg wurden mit Wirkung zum 01.03.2019 zusätzlich zu Dirk Bader und Jörg Winkelmann neu in die Geschäftsführung der Landgard Fachhandel GmbH & Co. KG berufen. Der Bereich Fachhandel stellt das Kerngeschäft in der Sparte Blumen & Pflanzen von Landgard dar und ist mit seinen 31 Cash & Carry Märkten ein wesentlicher Baustein für die Vermarktung der Produkte der Landgard Mitgliedsbetriebe und für die Versorgung von Blumengeschäften, Gartencentern und Endverbraucherbetrieben.



April

DRV, BVEO und Landgard: Gemeinsam stark für die deutsche Produktion

Aktuelle Marktentwicklungen und Zukunftsthemen wie der Strukturwandel, Nachhaltigkeit und die Wertschätzung deutscher Produktion standen im Zentrum des Besuchs von Franz-Josef Holzenkamp, Präsident des Deutschen Raiffeisenverbandes e.V., und Dr. Christian Weseloh, Geschäftsführer der Bundesvereinigung der Erzeugerorganisationen Obst und Gemüse e.V., bei Landgard in Straelen-Heronen. Zum Abschluss betonten die Gesprächsteilnehmer, dass man in Zukunft noch enger zusammenarbeiten will, um deutsche Erzeugnisse am Markt langfristig weiter voranzubringen.



do it-Workshops von 1000 gute Gründe auf Deutschland-Tour

Im Frühling gibt es 1000 gute Gründe, um selbst mit Blumen und Pflanzen etwas Einzigartiges zu gestalten. Kreative Ideen dazu hat die Initiative „Blumen – 1000 gute Gründe“ in Kooperation mit „grün erleben“ im April mit der beliebten Workshop-Reihe „do it-Roadshow“ gegeben. In Gartencentern in ganz Deutschland konnten die Teilnehmer in kleinen Gruppen angesagte DIY-Trends rund um die Themen „Tolle Knolle“ und „Kräuterturm“ selbst umsetzen. Dabei lernten sie, wie sie mit Blumenzwiebeln und einem Römerkranz einen echten Frühlings-Blickfang für jedes Zuhause zaubern können.



Mai

Landgard intensiviert zum Weltbienentag die Aktivitäten für wertvolle Insekten

Im Vorfeld des Weltbienentags der Vereinten Nationen am 20. Mai 2019 hat sich Landgard gemeinsam mit Kunden aus der Grünen Branche, dem organisierten Handel und Verbrauchern mit der Lizenzkooperation „Die Biene Maja“ an besonders vielen kleinen Stellen dafür stark gemacht, einen wertvollen Beitrag zum Überleben wichtiger Bienenbestände zu leisten. Um langfristig zur Förderung der kleinen Nützlinge beizutragen, hat Landgard besonders bienen- und insektenfreundliche Blühpflanzen unter der Lizenz der bekannten Zeichentrick-Biene zusammengestellt und damit das bereits bestehende Produktsegment weiter ausgebaut.



Landgard mit 1000 gute Gründe beim Deutschen Filmpreis

Unter dem Motto „Deutscher Filmpreis goes green“ hat der Deutsche Filmpreis gemeinsam mit Partnern wie „Blumen – 1000 gute Gründe“

bei der Verleihung in Berlin erstmals ein alternatives, neues und nachhaltiges Veranstaltungskonzept zu Grunde gelegt. Als Teil des nachhaltigen Gesamtkonzeptes hat „Blumen – 1000 gute Gründe“ die glamouröse Veranstaltung besonders nachhaltig zum Blühen gebracht. Statt Schnittblumen verwandelten bei der Preisverleihung insgesamt rund 2.000 Grün- und Blühpflanzen das gesamte Palais am Funkturm in ein grün-buntes Pflanzenmeer. Besonderes Highlight des Abends war eine lebendige Blumenwand als zentraler Fotopunkt für die Stars des deutschen Films direkt am roten Teppich.



Landgard und Floritray kündigen neues Mehrweg-Wasserpaletensystem für Blumen und Pflanzen an

Die Floritray GmbH wird mit Floritray eine neue Mehrwegpalette in den Markt einführen und ein Mehrwegsystem unter Einbezug aller Protagonisten – Produzenten von Kunststoffartikeln, Blumen- und Pflanzen-Produzenten, Großhandel und Einzelhandel – für die Grüne Branche aufbauen. Im Ergebnis wird Floritray von allen Marktteilnehmern der Grünen Branche erworben, eingesetzt und mit ökologischen Vorteilen im Vermarktungsprozess gehandelt werden können.



„Blumen – 1000 gute Gründe“ lässt den Laufsteg im Finale von „Germany’s next Topmodel“ aufblühen

Gemeinsam mit ProSieben hat „Blumen – 1000 gute Gründe“ beim „All-Star-Walk“ des live übertragenen Staffelfinales gezeigt, wie Blumen und Pflanzen moderne Hochzeitstrends bunt, kreativ und wunderschön in Szene setzen. Unter dem Motto „Love Walk“ begeisterten auf dem Laufsteg vielfältige Brautsträuße, auffällige blühende Accessoires aus echten Blumen und Pflanzen und opulente Blütendekorationen die mehr als 8.000 Zuschauer im Düsseldorfer ISS Dome und 1,78 Millionen Zuschauer an den TV-Bildschirmen und machten Blumen als absoluten Trend erlebbar.



Landgard Schulgarten in Straelen eröffnet

Ende Mai eröffneten Vertreter der Katharinen-schule Straelen Landgard-Vorstandsvorsitzender Armin Rehberg gemeinsam mit Schülerinnen und Schülern den von der Landgard Stiftung geförderten neuen Schulgarten. Im Rahmen des Projekts „Unser Schulgarten“ befüllten und bepflanzten die Kinder zusammen mit ihren Lehrern Hochbeete auf dem Schulgelände. Die Schule in Straelen war eine von 16 Grundschulen in Deutschland, die 2019 von der Landgard Stiftung ausgewählt wurden, um an dem Projekt teilzunehmen. „Unser Schulgarten“ fand 2019 bereits zum dritten Mal statt.



Juni

Landgard in 2018 mit deutlich besserer Entwicklung als Gesamtmarkt

Landgard hat 2018 im fünften Jahr in Folge ein neues Rekordergebnis mit rein organischem Umsatzwachstum erzielt und sich trotz erneut sehr herausfordernden Rahmenbedingungen und sinkender Roterträge wieder deutlich besser entwickelt als die Märkte für Blumen und Pflanzen sowie Obst und Gemüse insgesamt. Der Umsatz stieg im Jahr 2018 auf über 1,95 Milliarden EUR. Das EBT konnte um mehr als 40 Prozent auf 19,3 Millionen EUR verbessert werden.



Vertreterversammlung der Landgard eG unter dem Motto „Regional verwurzelt. National gefestigt. International wachsend.“

Vor dem Hintergrund der erneut sehr positiven Geschäftsentwicklung für das Jahr 2018 erhielten das Führungsteam um den Vorstandsvorsitzenden Armin Rehberg und der Aufsichtsrat der Landgard eG im Rahmen der Vertreterversammlung am 25. Juni 2019 auch in diesem

Jahr einstimmige Zustimmung der Vertreter zur eingeschlagenen Strategie und Ausrichtung des Unternehmens für die weitere Zukunft. Die versammelten Vertreter der Erzeugergenossenschaft entlasteten Vorstand und Aufsichtsrat einstimmig und stellten den Jahresabschluss der Landgard eG für das Geschäftsjahr 2018 einstimmig fest. Damit zeigte die Versammlung ihre Zustimmung zu den Entwicklungen im abgelaufenen Geschäftsjahr, das erneut mit einem Umsatzplus und einer deutlichen Steigerung des EBT abgeschlossen werden konnte.



Premiere für das neue Landgard Magazin „Blattgrün“ und den Blog [blattgruen.de](http://www.blattgruen.de)

Im Juni ist die erste Ausgabe von „Blattgrün“, dem neuen, gemeinsamen Landgard Magazin für Mitarbeiter und Mitgliedsbetriebe erschienen. Parallel dazu ist der neue Landgard Unternehmensblog www.blattgruen.de online gegangen. Mit beidem zusammen informiert Landgard Mitarbeiter und Mitgliedsbetriebe seitdem regelmäßig online und offline in einem Medium über aktuelle Entwicklungen, neue Projekte und Konzepte, Nachhaltigkeitsthemen und vieles mehr rund um die Erzeugergenossenschaft Landgard.



Juli

Erfolgreiche Premiere für den Landgard „Innovationstag Gartenbau und Technik“

Der Landgard Gartenbaubedarf hat im Juli in Lüllingen den ersten „Innovationstag Gartenbau und Technik“ veranstaltet. Damit hat sich der Gartenbaubedarf als innovativer Servicepartner der Mitgliedsbetriebe präsentiert. Die thematischen Schwerpunkte lagen in den Bereichen „ökologischer Pflanzenschutz/Pflanzenstärkung“, „Wasseroptimierung“ und „nachhaltige Produkte im Gartenbau“. Dazu standen zahlreiche Vorträge und Vorführungen zu gartenbauspezifischen Themen sowie neuen innovativen Techniken auf dem Veranstaltungsprogramm. Darüber hinaus haben ausgewählte Lieferanten des Gartenbaubedarfs den Innovationstag genutzt, sich und ihre Produkte auf Infoständen vorzustellen. Das Thema Nachhaltigkeit zog sich wie ein roter Faden durch die gesamte Veranstaltung.



Flower Power-Stimmung in PAROOKAVILLE

Vom 19. bis 21. Juli feierten 210.000 Menschen über drei Tage in PAROOKAVILLE wieder ein riesiges buntes, fröhliches und verrücktes Ausnahmeevent. Das Motto von Deutschlands größtem Festival für Electronic Music und einem der beliebtesten europaweit lautete in diesem Jahr „Sei die beste Version deiner selbst.“ Und was macht die beste Version noch eine Portion schöner? Ein wunderschöner Haarkranz mit aus echten Blüten natürlich! Bereits seit mehreren Jahren begeistert die Landgard Initiative „Blumen – 1000 gute Gründe“ mit blumigen Haarschmuck die weiblichen und zunehmend auch männliche Bewohner der verrückten Festivalstadt – und hat damit sichtbar Trends gesetzt.



August

Starker Auftritt auf dem Familienfest von Borussia Mönchengladbach

Die Landgard Initiative „Obst & Gemüse – 1000 gute Gründe“ hat sich im Juli auf dem großen Familienfest des Fußball-Bundesligisten Borussia Mönchengladbach präsentiert. In diesem

Jahr nutzten knapp 60.000 Besucher, darunter sehr viele Jugendliche und junge Familien mit Kindern, das Familienfest zu einem Ausflug zum Stadion von Borussia Mönchengladbach. Genau das richtige Umfeld also für „Obst & Gemüse – 1000 gute Gründe“, denn da wo viele junge Leute und viel Sport ist, darf die Initiative mit ihrem gesunden Obst und Gemüse natürlich nicht fehlen.



Erfolgreiche Landgard Herbst-Ordertage in Herongen

Die Herbst-Ordertage in Herongen am 18. und 19. August waren wieder ein Publikumsmagnet für Fachhandelskunden und ein voller Erfolg für Landgard. Der Umsatz aus dem Vorjahr war bereits am Morgen des zweiten Veranstaltungstages übertroffen. Am Ende stand – zum inzwischen dritten Mal in Folge – ein zweistelliges Umsatzplus gegenüber den Herbst-Ordertagen des Vorjahres.



Landgard Initiativen knacken Bestmarken in den sozialen Netzwerken

Bei Facebook feiert „Blumen – 1000 gute Gründe“, vier Jahre nach der Gründung und nur

zwei Jahre nach dem ersten sechsstelligen Ergebnis, mit über 200.000 Facebook-Fans eine blumige Erfolgsgeschichte. Dass dieser Erfolg einem stimmigen Gesamtkonzept, ganz vielen kreativen Maßnahmen und vielen Unterstützern und Partnern zu verdanken ist, zeigt der rasante Start der neuen Schwester-Initiative „Obst & Gemüse – 1000 gute Gründe.“ Hier konnten mit kreativen Rezepten, Produktwissen und ungewöhnlichen Geschmacksexperimenten in den ersten sieben Monaten bereits 50.000 Fans bei Facebook für leckeres frisches Obst und Gemüse begeistert werden. Die neuen Bestmarken der generischen Initiativen „1000 gute Gründe“ zeigen: Mit informativen, kreativen, bunten, schönen und zielgruppengerechten Ideen und aufmerksamkeitsstarken Highlight-Aktionen lassen sich Verbraucher zunehmend für Blumen, Pflanzen, Obst und Gemüse begeistern.



September

Landgard Konzepttage auf der spoga+gafa zeigten Ideen für das blühende Leben

Die Landgard Konzepttage auf der spoga+gafa in Köln standen ganz im Zeichen von spannenden Geschichten rund um Blumen & Pflanzen, ungewöhnlichen Konzepten für die Vermarktung von lebendem Grün und Kooperationen mit starken Marken und Partnern. Dazu präsentierte Landgard eine blühende Ideenwelt am neuen Standort in der Passage zwischen den Hallen 4 und 5. Landgard zeigte in Köln auf verschiedenen Themen- und Konzeptflächen mit Lizenzen wie „Die Biene Maja“ oder „Sansibar“ und Eigenmarken wie „Eataliano“ oder „Sophia’s Secret“ anschauliche Ideen für den POS.



Neue Bloomways Filiale in Siegen eröffnet

Seit Anfang September bietet Bloomways den Fachhandelskunden im Dreiländereck der Bundesländer Nordrhein-Westfalen, Hessen und Rheinland-Pfalz in der neuen Filiale im Großmarkt Siegen ein umfassendes Angebot mit täglich frischen Schnittblumen und Schnittgrün. Das Sortiment reicht von regionaler Ware der Landgard Marke „Deutsche Gärtnerware“ über Fairtrade bis Demeter und umfasst eine Basic-Linie ebenso wie absolute Premiumware. Bloomways ist der einzige Schnittblumenanbieter im Großmarkt Siegen. Damit erweitert Bloomways die vorhandenen Sortimente der im Großmarkt ansässigen Pflanzen- und Floristikbedarfsgroßhändler sinnvoll, frisch und im Interesse der Kunden mit Schnittblumen und Schnittgrün.



Erfolgreiche Landgard Ordertage in Italien

Landgard hat nach der zweiten Auflage der Ordertage in Italien ein rundum positives Fazit gezogen. Die Veranstaltung im norditalienischen Oderzo auf dem Betriebsgelände des Landgard

Partnerunternehmens Floricoltura Chiara wurde von den Kunden sehr gut angenommen. Am Ende stand ein sehr erfreuliches Umsatzplus von über 15 Prozent gegenüber der Premi-erenveranstaltung im Vorjahr. Landgard hat den italienischen Fachhandelskunden in Oderzo eine breite Auswahl typischer Herbstprodukte mit einem Schwerpunkt auf Ware aus deutscher Produktion präsentiert.



Oktober

Landgard wird klimaneutral

Mit wichtigen Teilprojekten hat sich die Erzeugergenossenschaft Landgard im Rahmen der unternehmensweiten Landgard Nachhaltigkeitswochen und der Landgard Nachhaltigkeitsstrategie auf den Weg hin zur klimaneutralen Vermarktung gemacht. Zum Auftakt des Nachhaltigkeitsziels „Landgard goes zero“, mit dem Landgard konsequent eine Klimaneutralität anstrebt, hat die Landgard Blumen & Pflanzen GmbH gemeinsam mit der Logistiktochter Fresh Logistics System in der Woche nach der spoga+gafa 2019 alle Auslieferungen von den Standorten Wiesmoor und Lüllingen klimaneutral durchgeführt und die bei einer Laufleistung von rund 420.000 gefahrenen Kilometern entstandenen Emissionen ermittelt. Die dabei freigesetzte CO₂-Menge wurde dann durch die Förderung klimafreundlicher, nachhaltiger Projekte von Landgard ausgeglichen.



Neue Stipendien der Landgard Stiftung vergeben

Die Landgard Stiftung macht sich stark für den Branchennachwuchs im Gartenbau. Zum Start des neuen Schuljahres am Gartenbauzentrum Essen nahmen fünf junge Fachkräfte ihre Stipendiatsurkunden entgegen. Im Rahmen eines Stipendiums können sie seitdem bei ihrer beruflichen Weiterbildung auf die Unterstützung der Erzeugergenossenschaft bauen. Zusätzlich zu einer finanziellen Unterstützung gewinnen die Nachwuchskräfte in Workshops, Unternehmenspraktika und Projektarbeiten neue Einblicke in die Berufspraxis und wertvolles Branchenwissen.



Landgard und 1000 gute Gründe präsentieren das Gärtnerbier

Weil es 1000 gute Gründe gibt, die täglichen Erfolge, harte Arbeit und schöne Momente im Leben zu genießen, hat die Landgard Initiative „1000 gute Gründe“ jetzt ihr neues Gärtnerbier ins Leben gerufen. Unter dem Motto „Frisch, lecker, verdient“ ist das in Deutschland gebraute Pils mit frisch-herbem Geschmack der

perfekte Durstlöscher für alle, die das Leben mit Grün lieben und ehrlich, bodenständig und mit einem kleinen Augenzwinkern feiern.



Erfolgreicher Messeauftritt auf der Fruit Attraction 2019 in Madrid

Nach drei erfolgreichen Messtagen in Madrid hat Landgard ein durchweg positives Fazit gezogen. Auch in diesem Jahr war die Fruit Attraction wieder eine optimale Plattform, um die zahlreichen Vorteile zu präsentieren, die Landgard spanischen und weltweiten Obst- und Gemüsebetrieben als Partner mit globaler Stärke, regionaler und lokaler Präsenz sowie persönlicher und qualifizierter Nähe bietet. Landgard hat auf der Fruit Attraction an einem neuen, offenen Messestand über alle Veranstaltungstage hinweg zahlreiche erfolgreiche Gespräche mit Erzeugern, Kunden und Mitausstellern geführt.“



November

Neuer Trendways Markt in Hannover

Im November hat die Landgard Floristik unter Trendways einen neuen Markt in Hannover-Sehnde unter dem Dach des Landgard Cash & Carry Marktes eröffnet. Damit stehen den Kunden jetzt bundesweit 17 Märkte der Landgard Floristik zur Verfügung. Mit Trendways etabliert Landgard unter dem Dach des Landgard Fachhandels eine Marke, die für Modernität, Trendbewusstsein, Qualität, Kompetenz und individuellen Kundenservice von der Beschaffung bis zum Verkauf von traditionellen und modernen, innovativen Floristik- und Dekorationsartikeln steht. All dies im Rahmen des One-Stop-Shoppings und Marktplatzgedankens mit den Cash & Carry Pflanzenmärkten vor Ort.



Neue Bloomways Filiale in Oldenburg eröffnet

Seit November bietet Bloomways den Fachhandelskunden im Großraum Oldenburg und Bremen in der neuen Filiale im Cash & Carry Markt Oldenburg ein umfassendes Angebot mit täglich frischen Schnittblumen und Schnittgrün. Das Sortiment reicht von regionaler Ware

der Landgard Marke „Deutsche Gärtnerware“ über Fairtrade bis Demeter und umfasst eine preisorientierte Basic-Linie ebenso wie absolute Premiumware.



Regionalversammlungen 2019

Die Mitgliedsbetriebe der Sparte Blumen & Pflanzen wurden im November auf Regionalversammlungen umfassend über die Entwicklung der Genossenschaft und des Gesamtmarktes, aktuelle Themen aus der Sparte Blumen & Pflanzen und wichtige Projekte für die Zukunft von Landgard informiert. Neben den Konzernthemen standen auf den Versammlungen jeweils auch einzelne operative regionalspezifische Themen im Fokus. Themen wie die Regionalbeiratswahlen, Qualitätsmanagement/Zertifizierungen, der aktuelle Stand bei Floritray, dem neuen Mehrwegsystem, oder die Umsetzung des neuen Pflanzenpasses wurden vorgestellt und diskutiert.



Dezember

Neue Landgard App

Landgard hat mit „Landgard – Die Fachhandels-App“ einen neuen Service für die Kunden des Fachhandels für Blumen und Pflanzen veröffentlicht. Die App kann kostenlos im Google Play Store und im App Store heruntergeladen werden. Sie bietet den Kunden einen direkten und einfachen Zugriff auf die aktuellsten Angebote im jeweiligen Cash & Carry Markt. Darüber hinaus können Kunden Angebote über die App zur Abholung im Markt direkt reservieren.



Blumige Radio-Krone mit 1000 gute Gründe

Blumen, Pflanzen, Obst und Gemüse gehören zum Leben dazu – und dürfen eigentlich nie fehlen, auch nicht bei der 1Live Krone! Darin waren sich die Landgard Initiative „1000 gute Gründe“ und der Radiosender 1Live einig. Beide zusammen haben mit der 1Live-Krone einen der renommiertesten Radiopreise des Landes im wahrsten Sinn des Wortes zum Blühen gebracht. Wer dem jungen WDR-Sender 1Live im Radio folgte, der hatte es bestimmt schon im Vorfeld gehört. Rund 80 Radiospots zwischen Anfang November und der Verleihung am 5. Dezember machten mit der „We love green stuff“-Kampagne Lust auf die große Gala – präsentiert von 1000 gute Gründe.



Neue Geschäftsführer in der Sparte Blumen & Pflanzen

Der Landgard Vorstand hat Florian Hinrichs zusätzlich zu Dirk Bader und Johannes Kronenberg mit Wirkung zum 01.01.2020 zum weiteren Geschäftsführer der Landgard Blumen & Pflanzen GmbH berufen. Günther Esser verantwortet seit 01.01.2020 gemeinsam mit Cees Hoekstra Geschäftsführung der Veiling Rhein-Maas. In der Landgard Fachhandel GmbH & Co. KG hat Stefan Grett-Winkel zusätzlich zu Andreas Herzberg die Geschäftsführung übernommen.

Landgard



V. GESCHÄFTSFELDER UND AUSGEWÄHLTE GESELLSCHAFTEN

V.1 Geschäftsfeld Blumen & Pflanzen

Das Geschäftsjahr 2019 war für die Sparte Blumen & Pflanzen wie schon das Jahr davor wieder durch Wetterverhältnisse geprägt, die nicht dem normalen Wetterverlauf der Vergangenheit entsprechen. Trotzdem ist es gelungen, den Umsatz gegenüber dem bereits sehr starken Vorjahr nochmals um 3,2% zu steigern. Dank der strategischen Ausrichtung der verschiedenen Geschäftsfelder in der Sparte Blumen & Pflanzen ist Landgard inzwischen in der Lage, Ergebnisschwankungen in Bereichen wie Fachhandel oder organisierter Handel gut aufzufangen. Dazu hat Landgard 2019 sehr stark am flankierenden Serviceangebot für die Kunden gearbeitet und z. B. die Web-Shops optimiert und ausgebaut, den Belieferungsservice intensiviert und Konzeptthemen, Marken und Lizenzen ausgebaut und im Markt sowie bei Kunden platziert. Damit stellen Dienstleistungen und Services einen wesentlichen Bestandteil des Erfolges der Sparte Blumen & Pflanzen im Jahr 2019 dar. Gleichzeitig wurde zielgerichtet an der weiteren Optimierung der Strukturkosten gearbeitet, um die gesamte Sparte so effizient und kostenminimiert wie möglich aufzustellen. Das Jahr 2019 war darüber hinaus durch eine immer weiter voranschreitende und enge Verzahnung zwischen Landgard Erzeugerbetrieben und den aktiven operativen Vertriebseinheiten sowie durch strategische Kundenbeziehungen geprägt.

Die Umsatzentwicklung der Cash & Carry Märkte war vor allem durch schwierige Wetterverhältnisse beeinflusst. Nach einem sehr guten Start im Februar und einer guten Erstausslieferung von Beet- und Balkonwaren blieb die Nachlieferung von Beet- und Balkonwaren aufgrund der Witterungsverhältnisse ab der 21. Kalenderwoche aus. Die hier entstandenen Einbußen konnten auch durch das Geschäft mit Frühjahrs- und Sommerstauden nicht ganz ausgeglichen werden. Das Herbstgeschäft mit den Hauptartikeln Calluna und Chrysantheme ver-

lief sehr schleppend und blieb hinter den Ergebnissen des Vorjahres zurück.

Nach wie vor spielt auch die Kundenakquise eine wichtige Rolle für Landgard. Als Erfolge sind in diesem Bereich für 2019 im Fachhandel vor allem große österreichische Gartencenter als Neukunden, der weitere Ausbau der Kooperation und Partnerschaft mit Floricoltura Chiara und den angeschlossenen Großhandelskunden und Gartencentern sowie neue Kundenbeziehungen in Slowenien zu nennen.

Auch die Ordertage als hauseigene Messeveranstaltungen des Fachhandels haben sich dank guter Kundenresonanz mit einem Umsatzplus von 10 Prozent gegen über dem Vorjahr weiter positiv entwickelt. Besonders hervorzuheben sind für 2019 die neue Platzierung der ItalienWare und die sehr positive Reaktion der Kunden auf die erweiterten Gärtnerstände. Die sehr gute Resonanz auf die Ordertage zeigt auch, dass die Verschiebung der Öffnungszeiten auf Sonntag und Montag die richtige Entscheidung war. Neben den erfolgreichen Frühjahrs-Ordertagen in Herongen haben im Herbst auch die Herbst-Ordertage am Standort Herongen, die Konzepttage auf der spoga+gafa in Köln und die Ordermesse in Italien zum positiven Gesamtergebnis der Ordertage beigetragen. Durch die drei Einzelveranstaltungen im Herbst konnte Landgard optimal auf die individuellen Wünsche der jeweiligen Zielgruppe eingehen und bestehende und potenzielle neue Kunden genau dort abholen, wo sie sich befinden.

Die positiven Erfahrungen durch den Cash & Carry Zukunftsmarkt Herongen wurden beim Umbau des Cash & Carry Marktes in Neuss zum Zukunftsmarkt berücksichtigt. Wie schon in Herongen wurde die Kundenführung innerhalb des Marktes auch in Neuss professionalisiert. Wichtige Bestandteile des neuen modernen Marktlayouts sind neue Präsentationsmöbel, eine neue Beschilderung, die Digital Signage sowie eine neue Arbeitskleidung für die Mitarbeiter. Auch der Markt in Neuss besteht aus den Einheiten Pflanzenmarkt, Bloomways, Trendways und Hortiways und besitzt einen One-

Shop-Charakter – mit einer Kasse, einer Kundeninformation und einer Warenannahme. Im Sinne der Nachhaltigkeit kommt in der Gebäudetechnik in den Bereichen Kälte, Klima und Licht energiesparende Technik zum Einsatz.

Die Umsatzentwicklung des Fachhandelsvertriebs inklusive Direktgeschäfte war gegenüber dem Vorjahr sehr positiv. Der Webshop mylandgard.de wurde ausgebaut und um weitere Funktionalitäten ergänzt. Die Zahl der Kunden, die den Webshop für den Einkauf nutzen, nimmt permanent weiter zu. Das insgesamt größere Volumen im Webshop erleichtert und beschleunigt die interne Auftragsabwicklung und die Platzierung der Aufträge aus dem Webshop bei den Erzeugern wesentlich. und

Im Bereich Lebensmitteleinzelhandel konnte das Ergebnis in 2019 deutlich verbessert werden. Umsatztreiber waren in diesem Segment insbesondere der internationale Vertrieb und Neukunden im Bereich Verbraucher- und Supermärkte national wie auch international. Der weitere Ausbau strategischer Partnerschaften zeigt den Erfolg des ersthändigen Warenbezuges und einer aktiven Vertriebsarbeit mit den Landgard Verkaufskonzepten.

Im Segment DIY konnten im Jahr 2019 organische Umsatzzuwächse durch die Zusammenarbeit mit strategischen Partnern und Kunden erzielt werden. Landgard erwartet, dass diese positive Entwicklung auch 2020 anhalten wird.

Steigende Komplexitätsanforderungen auf Kundenseite konnten durch interne Prozessoptimierungen erfüllt werden. Ein wichtiger Aspekt der Wachstumsstrategie der Kunden des

DIY ist die Verlängerung der Sortimentsverfügbarkeit von Saisonartikeln. Darüber hinaus wird intensiv an der Erweiterung der Eigenmarken-Sortimente und der Entwicklung von selbsterklärenden Konzepten für den Point of Sale gearbeitet.

Die Veiling Rhein-Maas blickt insgesamt auf ein zufriedenstellendes Geschäftsjahr 2019 zurück und verzeichnet mit einem Produktumsatz von fast 350 Mio. Euro eine leichte Steigerung im Vergleich mit dem Vorjahr. Die physische Uhr bleibt am Marktplatz in Straelen-Herongen weiterhin der wichtigste Vermarktungskanal und erzielte 2019 eine Steigerung des Produktumsatzes um fast 2 % im Vergleich mit dem Vorjahr. Der digitale Vermarktungskanal Uhrvorverkauf entwickelt sich weiter hin positiv und erzielte 2019 eine Steigerung des Umsatzes um mehr als 11 % im Vergleich mit dem Vorjahr. Seit Dezember 2019 haben die Kunden des Marktplatzes die Möglichkeit, die für montags im Uhrvorverkauf angebotenen Produkte bereits samstags zu reservieren. Der kumulierte Anteil des Fernkaufumsatzes am Gesamtumsatz der Versteigerung lag 2019 bei fast 30 %, was einer geringen Steigerung im Vergleich zum Vorjahreszeitraum entspricht.

Bloomways hat nach 2017 und 2018 auch im Jahr 2019 erneut ein positives Ergebnis erwirtschaftet. Dafür stand 2019 die Optimierung der operativen Strukturen im Fokus. Das Produktportfolio wurde vor allem im Segment „Deutsche Gärtnerware“ weiter ausgebaut, um der steigenden Nachfrage nach regionalen Produkten gerecht zu werden. Das bestehende Filialnetz wurde 2019 durch neue Filialen in Siegen



und Oldenburg vergrößert. Anfang 2020 folgten zwei weitere neue Filialen in Chemnitz und Korntal-Münchingen. Weitere wichtige Themen im Jahr 2019 war die engere Zusammenarbeit mit einem strategischen Kunden und die Entwicklung weiterer Serviceleistungen. Ein Beispiel dafür ist der neue Lieferservice, bei dem die Ware bei einer Bestellung bis 14 Uhr am Folgetag bis Mittag geliefert wird.

Nach 2018 und 2019 war Landgard mit der Initiative „Blumen – 1000 gute Gründe“ auch 2020 wieder für die Planung und Durchführung der Blumenhalle auf der Internationalen Grünen Woche in Berlin verantwortlich. Unter dem Motto „Natur in ihrer ganzen Vielfalt“ drehte sich dabei alles um Fülle, Schönheit, Vielfalt der Natur, Kreativität, Mitmachaktionen und nachhaltige Akzente. Umgesetzt wurde dies mit über hunderttausend Blumen und Pflanzen, einer blühenden Frühlingslandschaft mit Bäumen, Wegen und einem See sowie trendigen Mitmachaktionen.

V.2 Geschäftsfeld Obst & Gemüse

Trotz erneut teils extremer Witterungsbedingungen in den unterschiedlichen Produktionsgebieten sowie einem anhaltend starken Preisdruck entwickelte sich das Geschäftsfeld Obst & Gemüse im vergangenen Geschäftsjahr überdurchschnittlich. Die positive Entwicklung der Sparte Obst & Gemüse ist im Geschäftsjahr 2019 zum einen auf eine größere Produktdiversifikation insbesondere bei Obst und hier vor allem mit exotischen Früchten und zum anderen auf das stabile Wachstum mit eigenen nationalen und internationalen Mitgliedsbetrieben zurückzuführen.

Die Ausgaben für frisches Obst und Gemüse im deutschen Lebensmitteleinzelhandel sind gegenüber dem Vorjahr um 2,6% gestiegen. Das gesamte Marktvolumen in Deutschland lag somit bei rund 15,2 Mrd. EUR. Das Wachstum resultiert ausschließlich aus dem Bereich Gemüse. Die Obstumsätze hingegen entwickelten sich mit -0,2% gegenüber dem Vorjahr leicht

rückläufig. Beide Segmente verzeichneten jedoch ein leichtes Mengenwachstum, Obst mit 2,6% etwas höher als Gemüse mit 1,5%. Im Obstsegment gewann vor allem das Beerenobst durch den Anstieg der Ausgabenanteile an Bedeutung und beim Gemüse stieg insbesondere der Ausgabenanteil von Kohl- und Zwiebelgemüse.

Der unkonsolidierte Gesamtumsatz der Sparte Obst & Gemüse lag zum dritten Mal in Folge über der Milliarden-Grenze und betrug im Geschäftsjahr 2019 rund 1.166 Mio. EUR. Das entspricht einem Umsatzwachstum von rund 94,7 Mio. EUR (+8,8%) gegenüber dem Vorjahr. Ungeachtet der wiederum teils sehr schwierigen Produktions- und Vermarktungsbedingungen konnten in den meisten Geschäftseinheiten Mengen- und Umsatzsteigerungen erzielt werden. Dadurch entwickelte sich die Sparte Obst & Gemüse abermals deutlich besser als der Gesamtmarkt in Deutschland.

Auch 2019 lag der Fokus auf der Weiterentwicklung der genossenschaftlichen Erzeugerstrukturen. Neben der Hinzugewinnung von weiteren nationalen und europäischen Mitgliedsbetrieben konnten vor allem neue Erzeuger aus Übersee u.a. im Bereich der Bananenproduktion gewonnen werden. Diese Stärkung des weltweiten ersthändigen Warenbezugs, gepaart mit langfristigen Partnerschaften in strategisch wichtigen Beschaffungsländern ist essenziell, um den heutigen Marktgegebenheiten und Herausforderungen gerecht zu werden. Auf Ebene der Einzelgesellschaften verzeichnete die Landgard Nord Obst & Gemüse GmbH mit einer Umsatzsteigerung von rund 51 Mio. EUR auf 166 Mio. EUR Gesamtumsatz die bedeutendste Entwicklung. Maßgebend für diese Umsatzentwicklung ist das erste vollständige Geschäftsjahr mit dem neuen Überseeportfolio. Der Großteil des Umsatzes mit den neuen Überseeartikeln wurde mit Bananen aus lateinamerikanischer Produktion aus Ländern wie u.a. Guatemala, Kolumbien oder Ecuador erzielt. Darüber hinaus wurde in 2019 die neue Premium-Bananenmarke „Banamigo“ eingeführt. Durch das neuartige Softripe-Verfahren entwickelt die Frucht besonders schonend ihr



fruchtig-süßes Aroma und bietet zugleich eine besonders gleichmäßige Reife- und Warenqualität. Wegen der enormen Mengennachfrage nach Bananen und vorgereiften Exoten wurde im vierten Quartal 2019 in weitere Reifekammern am Standort Neu Wulmstorf investiert.

Ein zusätzlicher Faktor für die Umsatzperformance der Landgard Nord Obst & Gemüse GmbH war die sehr gute Entwicklung des Gemüsegeschäfts aus regionalem norddeutschen Anbau. Gepaart mit dem deutlich gestiegenen Preisniveau u.a. für Kohlgemüse konnten auch in diesem Produktsegment signifikante Umsatzzuwächse verzeichnet werden.

Schwerpunkt der Landgard Overseas GmbH, in Verbindung mit der Landgard Latin America S.A.S, war im Geschäftsjahr 2019 die Sicherstellung des ersthändigen Warenbezugs von exotischen Früchten und Bananen vorwiegend aus Südamerika. Der Fokus lag hierbei auf der Unterstützung und Betreuung der neuen Erzeuger- und Partnerbetriebe in Fragen der Nachhaltigkeit, Anbauplanung und verstärktem Qualitätsmanagement vor Ort. So konnten insbesondere im Produktsegment Avocado strate-

gisch wichtige Geschäftsbeziehungen aufgebaut werden.

Im Sourcing-Bereich Spanien traten die drei Standorte in Valencia, Huelva und Murcia erstmalig ab Mai 2019 unter dem einheitlichen Dach der Landgard Espana auf. Weitere Mitgliedsbetriebe konnten vor allem im Bereich grüner Spargel und Fruchtgemüse, hier insbesondere Zucchinibetriebe, gewonnen werden. Mittlerweile ist Landgard in Spanien in allen wichtigen Anbaugebieten mit starken eigenen Erzeugern präsent. Speziell im Export von Gemüse nach Frankreich konnten wiederum Umsatzsteigerungen im zweistelligen Prozentbereich realisiert werden.

Abermals ein sehr stabiles Wachstum konnte der Bereich Landgard Süd im abgelaufenen Geschäftsjahr erzielen. Die Umsatzerlöse der Landgard Obst & Gemüse GmbH Kehl konnten um rund 27% auf 149,4 Mio. EUR gesteigert werden.

Ausschlaggebend hierfür war vor allem der Ganzjahreseffekt der Neuausrichtung des Standortes München, mit starkem Wachstum im Discountgeschäft sowie in der Beschaffung mit eigenen Erzeugerbetrieben aus Marokko und

V.4 Geschäftsfeld Service

Zentrale Beschaffung

Bei der Zentralen Beschaffung standen im Jahr 2019 vor allem die Ausschreibung des Energiebedarfs (Strom/Gas) sowie die Beschaffung von Bauleistungen/ technischer Bedarfe, z. B. für den Zukunftsmarkt Neuss, im Mittelpunkt. Insbesondere durch die Bündelung von Leistungsbedarfen konnten hier deutliche Einsparpotenziale und teilweise auch eine Optimierung der Prozessabläufe realisiert werden. Für 2020 werden die Tätigkeitsfelder der Zentralen Beschaffung in die jeweiligen Fachbereiche eingebunden und dort in enger Abstimmung mit den Bereichsverantwortlichen sowie den jeweiligen Fachspezialisten abgebildet. Beschaffungsthemen für 2020 sind u. a. der Neubau des Rechenzentrums sowie der Umbau weiterer Zukunftsmärkte.

Marketing/Unternehmenskommunikation/Marktforschung

Im Bereich Marketing/Unternehmenskommunikation/Marktforschung wurden in der Abteilung Marketing 2019 die Grundlagen für viele neue Lizenz-, Produkt- und Markenkonzepte erarbeitet, die Anfang 2020 erstmalig auf den Frühjahrs-Ordertagen sowie den Messen IPM und Fruit Logistica präsentiert wurden. Mit „Landgard – Die Fachhandels-App“ wurde neben dem erweiterten Dienstleistungsangebot auf landgard-pictures.de ein weiterer neuer digitaler Service für die Kunden des Fachhandels für Blumen und Pflanzen veröffentlicht. Die App bietet einen direkten Zugriff auf die aktuellsten und marktindividuellen Angebote der Cash & Carry Märkte. landgard-pictures.de hält inzwischen weit über 100.000 Bilder, Videos und das neue Beschilderungs- und Preisauszeichnungssystem bereit. Die von Landgard ins Leben gerufene generische Werbekampagne „Blumen – 1000 gute Gründe“ wurde auch im fünften Jahr erfolgreich weitergeführt. Darüber hinaus fiel auf der Fruit Logistica 2019 der offizielle Startschuss für die generische Kampagne für Obst und Gemüse mit dem Titel „Obst & Gemüse“ – 1000 gute Gründe“. Flankierend wurden nachhaltige Kooperationen

mit bekannten Markenherstellern vertieft und ausgebaut sowie die Internationale Grüne Woche als größte vor-Ort-Aktion des Jahres umgesetzt. Im Jahresverlauf wurde mit dem Gärtnerbier und dem flankierenden Webshop gärtnerbier.de (inzwischen gartendrinks.de) ein weiteres aufmerksamkeitsstarkes Projekt von 1000 gute Gründe umgesetzt. In der Abteilung Unternehmenskommunikation wurden die internen und externen Kommunikationsaktivitäten weiter forciert und die Kontakte zu den relevanten Bezugsgruppen und Leitmedien intensiviert und weiter ausgebaut. Mit „Blattgrün“ wurde ein neues, gemeinsames Magazin für Mitglieder und Mitarbeiter eingeführt, das online durch den ebenfalls neuen Unternehmensblog www.blattgrün.de verlängert wird. Darüber hinaus ist Landgard unter seit 2019 auch bei Facebook zu finden. Die Webseiten der Tochtergesellschaften Fresh Logistics System und Walter Pott wurden im Zuge eines Relaunchs inhaltlich und technisch komplett überarbeitet. Der Erzeuger-Newsletter „Landgärtner aktuell“ erscheint seit 2019 auch in einer niederländischen, dänischen und italienischen Sprachversion. Darüber hinaus wurde der Kunden-Newsletter „Landgard ePost“ auch 2019 von der Unternehmenskommunikation betreut und an die Kunden verschickt. Das Landgard Intranet „iFOGARD“ wurde um weitere Funktionen ergänzt, um die Attraktivität für die Mitarbeiter weiter zu steigern. Auch in der Abteilung Marktforschung wurden die Aktivitäten 2019 weiter ausgedehnt und vertieft. Die aufbereiteten Marktdaten werden in Kundengesprächen intensiv genutzt und stellen ein wichtiges zusätzliches Alleinstellungsmerkmal und Grundlage für die professionelle Arbeit als moderne vermarktende Erzeugergenossenschaft von Landgard dar.

Konzerncontrolling

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

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

Der vom Konzerncontrolling aufgesetzte Planungsprozess für die Mehrjahresplanung wurde auch 2019 im Zusammenspiel mit den operativen Einheiten weiter optimiert und bildet im Konzern einen etablierten und anerkannten Prozess zur Durchführung der Mehrjahresplanung unter Berücksichtigung der aktuellen Markt- und Strukturentwicklung bei Blumen & Pflanzen sowie Obst & Gemüse sowie der Integration von strategischen und operativen Maßnahmen.

IT

Das Jahr 2019 stand in der IT unter dem Fokus „der Professionalisierung der IT-Organisation und ganzheitlicher Steuerung der IT-Prozesse im Konzern“. In diesem Rahmen wurde das NAV-Team in die Landgard Service GmbH integriert.

Ein weiterer Schwerpunkt war die Planung und Umsetzung neuer sowie die Weiterentwicklung bestehender Standorte: Beispiele sind die Weiterentwicklung des Cash & Carry Marktes Neuss zum Zukunftsmarkt, die Modernisierung zahlreicher Filialen und Standorte sowie die Umsetzung des neuen Trendways Standortes in Hannover-Sehnde. Als ein wichtiger Bestandteil des Zukunftsmarktkonzeptes wurde das Projekt Zentralkassensystem in den Cash & Carry Märkten gestartet. Darüber hinaus wurde mit „Landgard – die Fachhandels-App“ ein neuer digitaler Service für den Fachhandel Blumen & Pflanzen eingeführt. Weitere wichtige IT-Projekte im Jahr 2019 für den Bereich Blumen & Pflanzen waren die Einführung des Pflanzenpasses und die Optimierung der Italien-Abwicklung am Standort Lüllingen. Hier wird Ware aus Italien künftig analog zu Deutscher Gärtnerware inklusive der elektronischen Begleitpapiere (DESADV & Leitetikett) angeliefert. Für die Veiling Rhein-Maas wurde das

SOT-Versteigerungssystem modernisiert. Durch die Übernahme der SOT-Umgebung durch einen neuen Dienstleister ist die Wartbarkeit und Weiterentwicklung der Umgebung ab sofort garantiert. Im Zuge der Umsetzung der E-Commerce-Strategie der Veiling Rhein-Maas wurde ein neuer Webshop als Ergänzung zu den bestehenden Verkaufskanälen eingeführt. Die Anbindung an die Erzeuger-Software BLUCom sorgt dafür, dass die Erzeuger ihre Waren über BLUCom direkt in den Webshop einstellen können. Auch bei der Anbindung weiterer Gesellschaften an vorhandene Strukturen und Systeme wurden 2019 Fortschritte erzielt. Dabei konnten Bloomways und die Landgard Obst & Gemüse Holding erfolgreich in die Landgard Infrastruktur integriert werden. Landgard Espana wurde im Zuge der Zusammenlegung von Landgard Valencia und Landgard Huelva auf eine aktuelle Version der Software Navision upgegradet. Gleiches gilt für Landgard Ost Obst & Gemüse. Weitere wichtige Einzelprojekte waren die funktionale Erweiterung der Landgard Integration Platform (LIP), die Einführung eines Prozesses zum aktiven Management von SAP Security Incidents sowie der Abschluss eines neuen Managed Printing-Vertrages mit kaufmännischen und technischen Vorteilen und klimaneutralem Drucken.

Von großer Bedeutung für die Zukunftssicherheit ist das erfolgreiche BSI Audit (KRITIS-Unternehmen im Bereich Obst & Gemüse), der Beschluss über den Neubau eines zweiten Rechenzentrums zur Absicherung der IT-Systeme sowie die Modernisierung des im Jahre 2001 gebauten, bisherigen Gebäudes, um dem aktuellen Stand der Technik und weiterhin den gesetzlichen Anforderungen zu entsprechen.

Immobilien / Konzernversicherung

Im Zuge der Umsetzung einer Strategie des Konzerns steht die Einführung von Zukunftsmarktkonzepten zur Modernisierung und Sicherstellung der Zukunftsfähigkeit der Cash & Carry Märkte im Mittelpunkt. In diesem Zusammenhang wurde 2019 der Umbau der zurück-

gemieteten Teilflächen des in 2018 veräußerten Gesamtstandortes Neuss fortgeführt und erfolgreich im vorgegebenen Kosten- und Zeitrahmen abgeschlossen. Die Verkaufstätigkeiten auf den neuen Flächen des Zukunftsmarkts Neuss wurden wie geplant im 3. Quartal 2019 gestartet. Zur Fortführung dieser strategischen Ausrichtung folgten zudem der Verkauf und die langfristige Rückmietung der Standorte Chemnitz und Leipzig. Aufgrund erwarteter Nutzungseinschränkungen durch Ausweitung umliegender Wohnbebauung wurde der Standort Magdeburg veräußert und soll zur Verbesserung der Rahmenbedingungen an einen anderen Standort verlagert werden. Darüber hinaus wurde der nichtbetriebsnotwendige Standort Lassrönne veräußert. Des Weiteren wurde in 2019 ein Projekt zur nachhaltigen Senkung des Energieverbrauchs initiiert.

Human Resources

Im Jahr 2019 wurden im Bereich Human Resources bestehende Programme der Personalentwicklung erfolgreich weitergeführt. Beim Qualifizierungsprogramm Führungskräfte wurden zwei neue Seminarmodule eingeführt und im Format Blended Learning (Web Based Training und anschließendes Präsenztraining) durchgeführt. STEP, das Systematische Talente-Entwicklungs-Programm, wurde in 2019 von fünf Nachwuchskräften erfolgreich abgeschlossen, die inzwischen alle als Führungskraft tätig sind. Das Programm 2019/2020 haben zwölf Teilnehmer begonnen. Für alle Mitarbeiter wurde das interne digitale Qualifizierungsangebot weiter ausgeweitet. Bei den externen Zielgruppen wurde der Lehrgang Betriebswirt im Produktionsgartenbau nach der dritten Auflage in 2019 inzwischen zum vierten Mal von fast 20 Teilnehmern abgeschlossen. Die fünfte Auflage ist derzeit in Planung. Im seit 2014 durchgeführten Stipendiaten-Programm kamen in 2019 fünf Fachschüler des Bildungszentrums Gartenbau in Essen hinzu, um Landgard in Workshops, Praktika und individuellen Veranstaltungen intensiver kennenzulernen. Auch die seit mehreren Jahren durchgeführten Karriereworkshops mit Universitäten mit gar-

tenbaulichen Studiengängen wurden im abgelaufenen Jahr fortgesetzt. 2019 schlossen 25 Auszubildende ihre Ausbildung bei Landgard in den Berufen Kaufmann/-frau im Groß- und Außenhandel, Kaufmann/-frau für Spedition und Logistikdienstleistungen, Fachkraft für Lagerlogistik und Berufskraftfahrer erfolgreich ab. Für das neue Ausbildungsjahr wurden 40 neue Auszubildende eingestellt. Damit sind aktuell 110 Auszubildende in der Landgard Gruppe tätig. Neu hinzugekommen ist das Berufsbild Immobilienkaufmann/-frau, um Fachkräfte für die gewerbliche Immobilienverwaltung bei Landgard auszubilden.



Qualitätsmanagement und Nachhaltigkeit

Der Bereich des zentralen Qualitätsmanagements umfasst seit 2016 auch das spartenübergreifende Nachhaltigkeitsmanagement. Landgard bietet Kunden und Erzeugerbetrieben ein ausgereiftes Qualitäts- und Nachhaltigkeitsmanagementsystem, das gelebt wird und ein integraler Bestandteil der Firmenphilosophie ist. Dabei besitzen die Sicherung höchster Produktqualitäten und Standards sowie die nachhaltige Weiterentwicklung der Produktsortimente oberste Priorität. Beginnend mit Qualitätssicherungsmaßnahmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette umfasst dies ein Rückstandsmonitoringsystem für alle Produkte, die Umsetzung von Produkt- und Prozessstandards sowie individuelle Dienstleistungspakete und Produktkonzepte für Kunden. Zu den 2019 erfolgreich umgesetzten Zertifizierungsstandards zählten im Bereich der Obst- und Gemüsevermarktung IFS, QS, FIAS, Fairtrade, Bio, Naturland, Bioland, Regionalfenster und verschiedene Qualitätszeichen. Im Bereich der Blumen- und Pflanzenvermarktung waren es ISO 9001:2015, GlobalG.A.P. CoC, FSC, Fairtrade, Bio und Regionalfenster. Für die gesamte Landgard eG wurden Rezertifizierungen nach DIN EN ISO 50001:2011 sowie dem Nachhaltigkeitsstandard ZNU durchgeführt.

Darüber hinaus vermarktet Landgard seit 2018 mit dem eigenen Nachhaltigkeitssiegel zertifizierte, besonders nachhaltige Produkte. Viele weitere spannende Projekte und Entwicklungen wie z. B. individuelle Insektenhotels an den Standorten Herongen und Wiesmoor, abbaubare Töpfe aus nachwachsenden Rohstoffen, Verpackungen aus 100% Pflanzenfasern aus landwirtschaftlichen Abfallprodukten sowie die ersten Schritte auf dem Weg zu „Landgard goes Zero“ haben das bestehende Nachhaltigkeitsmanagement im Jahr 2019 weiter ergänzt. Dies alles wurde im September 2019 in den unternehmensweiten Nachhaltigkeitswochen erfolgreich präsentiert. „Landgard goes Zero“ wird im Jahr 2020 als übergeordnetes Ziel in vielen Bereichen konsequent weiterverfolgt. Ein Beispiel sind klimaneutral produzierte Bananen und Avocados.

VI. VORAUSSICHTLICHE ENTWICKLUNG DES KONZERNES

VI.1 Auswirkungen der Coronapandemie

Die mit der Ausbreitung des neuartigen Coronavirus (SARS-CoV-2) verbundenen wirtschaftlichen Folgen sind derzeit nicht quantifizierbar, da weder die Dauer noch der künftige Umfang der damit verbundenen Einschränkungen bekannt sind. Auch für Landgard können durch die Ausbreitung des neuartigen Coronavirus Risiken mit Auswirkungen auf die voraussichtliche Entwicklung des Konzerns entstehen. Durch entsprechend einzuleitende Gegenmaßnahmen sollen diese kompensiert werden.

VI.2 Geschäftsfeld Blumen & Pflanzen

Das Geschäftsjahr 2020 startete mit den Frühjahrs-Ordertagen am Standort Herongen. Nach dem zweistelligen Umsatzwachstum im letzten Jahr und der Neugestaltung der Ordertage wurde in diesem Jahr ein weiteres Umsatzwachstum von über fünf Prozent gegenüber dem Vorjahr erzielt. Das Produktportfolio der Ordertage wurde im Segment Baumschulartikel um Italien-Ware, Obstbäume, Bonsai und Koniferen erweitert. Weitere neue Sortimente wurden etwa in den Bereichen Gräser und Rhododendren präsentiert. Hinzu kamen neue Obstsorten und -Formen. Darüber hinaus wurden wie gewohnt aktuelle Trends, aufmerksamkeitsstarke Neuheiten sowie innovative Verkaufskonzepte, Lizenzen und Marken für den Fachhandel präsentiert. Im Bereich der Marken wurde das Herkunftssiegel „Deutsche Gärtnerware“ – nicht zuletzt aufgrund der starken Nachfrage durch Erzeuger und Kunden – sehr aufmerksamkeitsstark vorgestellt. Die Fragen „Wo kommt die Pflanze her und wie wurde sie kultiviert“ gewinnen auf allen Stufen der Vermarktung bis hin zum Endverbraucher immer mehr an Bedeutung. Daher wird das Thema „Deutsche Gärtnerware“ in 2020 und den folgenden Jahren ein wesentlicher Ansatz in der Vermarktung sein. Landgard hat die Ordertage auch dazu genutzt, die strategische Zusammenarbeit mit der NBB egesa Gartencenter

GmbH auszubauen. Der Systemanbieter im Bereich Gartencenter, Gartenbauschulen und Gärtnereien hat auf den Ordertagen die gemeinsam mit Landgard entwickelten Verkaufskonzepte und Themen präsentiert.

Die Leitmesse IPM 2020 stand für Landgard mit einem deutlich vergrößerten Messestand unter dem Motto „Regional verwurzelt. National gefestigt. International wachsend.“ Der Landgard Messestand entwickelt sich immer mehr zu einem zentralen Treffpunkt, Marktplatz und Leuchtstern auf der IPM. Im Fokus des Messeauftritts standen die zentralen Erfolgsfaktoren für die vermarktende Erzeugergenossenschaft Landgard – starke Mitgliedsbetriebe, kreative Ideen rund um Blumen und Pflanzen und das Know-how der eigenen Mitarbeiter. Mehr als 28 Mitgliedsbetriebe waren als Teil des Gesamtauftritts mit eigenen Logen auf dem Messestand vertreten, in denen sie sich und ihre Sortimente dem internationalen Fachpublikum vorstellten. Die Erzeuger werden 2020 noch stärker in die Vermarktungsthemen der Fachhandelsbereiche integriert. Im Bereich der Themenwelten stellte Landgard die aktuellen Verkaufskonzepte 2020 sowie starke Marken und erfolgreiche Kooperationen mit starken Lizenzpartnern vor. Ein weiterer Schwerpunkt war die Präsentation von Konzeptbausteinen aus den Cash & Carry Zukunftsmärkten Herongen und Neuss wie Digitalisierung und flankierenden Serviceleistungen. Dabei wurden den Messebesuchern auch die Webshops der verschiedenen Fachhandelsbereiche vorgestellt, die alle in Bezug auf Resonanz, registrierte Kunden und Umsatz wachsen. Auf der erweiterten Standfläche der edv ring GmbH wurde der weitere Ausbau der etablierten und sicheren Kommunikations- und Datenschnittstelle BLUCom erläutert und die weiteren Ausbaustufen vorgestellt – auch im Kontext der gesamten Digitalstrategie von Landgard. In Summe war der Messeauftritt auf der IPM 2020 für Landgard sehr erfolgreich. Auf dem Messestand wurden mehr Kunden gezählt als je zuvor und es gab viele Ansatzpunkte für zielführende Gespräche mit Bestands- und Neukunden aus dem In- und Ausland.

Im Fachhandel ist und bleibt das Geschäftsmodell Cash & Carry ein wesentlicher Bestandteil für die regionale Vermarktung der Ware der Landgard Mitgliedsbetriebe in Deutschland und Österreich. Die Cash & Carry Märkte geben unseren Kunden die Möglichkeit, ihren Einkauf mit allen Sinnen zu erleben, was online nicht möglich ist. Daher erfolgt 2020 der weitere Ausbau, Umbau und die Modernisierung des Cash & Carry Bereiches. Dabei werden gut funktionierende Bausteine aus den Zukunftsmärkten Herongen und Neuss übernommen. Nicht relevante bzw. nicht zielführende Bausteine werden hingegen nicht weiter geführt. Nach Herongen und Neuss wird Landgard 2020 die Weiterentwicklung und den Umbau der drei Standorte in Chemnitz, Leipzig und Dresden zu Zukunftsmärkten in Angriff nehmen und zeigen, wohin sich die moderne stationäre Vermarktung bei Landgard entwickelt. Wie schon in Herongen und Neuss werden auch die drei Zukunftsmärkte in Chemnitz, Leipzig und Dresden aus den Einheiten Pflanzenmarkt, Bloomways, Trendways und Hortiways bestehen, wenn es die Marktsituation und die Mietverhältnisse zulassen. Der One-Shop-Charakter der Märkte wird dadurch deutlich, dass es für alle Einheiten je eine gemeinsame Kasse, Kundeninformation und Warenannahme geben wird. Im Bereich der technischen Weiterentwicklungen bei Kälte, Klima und Licht werden moderne energiesparende Techniken zum Einsatz kommen. Darüber hinaus werden die Prozessabläufe, die Warenströme und die Personaleinsatzplanung an das übergeordnete Zukunftsmarktkonzept angepasst. Parallel zum Umbau werden in einem strategischen Planungsprozess weitere Märkte und Standorte analysiert, um das stationäre Geschäft der Cash & Carry Märkte auch dort gezielt weiter zu entwickeln.

Bloomways, der Schnittblumenexperte für den Fachhandel, hat das Filialnetz Anfang 2020 um zwei neue Filialen in Chemnitz und Korntal-Münchingen erweitert. Dafür wird das integrierte Filialkonzept kontinuierlich in Hinblick auf einzelne Bausteine wie Erscheinungsbild, Nachhaltigkeit, Erweiterung der Artikeltiefe

und Konzentration auf Warengruppen weiterentwickelt. Weitere wichtige Themen für Bloomways sind im Jahr 2020 der Ausbau des Webshops, des Programms Deutsche Gärtnerware und von Dienstleistungen wie dem Lieferservice. Darüber hinaus wird Bloomways die Schnittblumen des Monats verstärkt mit Sonderangeboten bewerben und beteiligt sich am Kundenbindungsprogramm des Fachhandels in den Cash & Carry Märkten, bei dem Kunden einen 5 prozentigen Rabatt auf ihren Mehrumsatz gegenüber 2019 erhalten. Als gezielte Maßnahme gegen den Fachkräftemangel wird Bloomways eigene Schulungen für den Schnittblumenbereich durchführen.

Bei der Veiling Rhein-Maas bietet die physische Uhr im Versteigerungssaal den Kunden ein vollständiges Angebot und bleibt nach wie vor der wichtigste Vermarktungskanal von Veiling Rhein-Maas. Die Bedeutung von Fernkauf und Uhrvorverkauf nimmt weiterhin zu. Seit Anfang 2020 ergänzt der neue Webshop für Schnittblumen und Topfpflanzen das bestehende Angebot der digitalen Vermarktungskanäle.

Zur Stärkung der Vermarktung von Erzeugerware wird in der gesamten Sparte Blumen & Pflanzen im Jahr 2020 ein Schwerpunkt auf dem Ausbau von strategischen Partnerschaften im LEH, DIY und Fachhandel im nationalen Bereich liegen. Darüber hinaus werden auch die internationalen Kundenbeziehungen weiter intensiviert, etwa in Richtung Osteuropa und Skandinavien. Beim Fachhandel wird sich Landgard auf den Ausbau von Partnerschaften und Servicebereichen konzentrieren, um den strukturellen Veränderungen der Branche gerecht zu werden. Dabei wird die regionale Produktion und deren Vermarktung in den Cash & Carry Märkten als wesentlicher Baustein für die Zukunft weiter ausgebaut. Dem Ausbau der regionalen Produktion durch das Erzeugermanagement von Landgard kommt daher auch weiterhin eine sehr große Bedeutung zu. Parallel dazu wird auch die Gewinnung internationaler Erzeugerbetriebe als Mitglieder für Landgard weiter forciert. Im Bereich der Digitalisierung können die Erzeuger seit Anfang des Jahres BLUCom nutzen, um ihre Ware in den

neuen Webshop der Veiling Rhein-Maas einzustellen und den Webshop dadurch als zusätzlichen Vertriebskanal zu nutzen.

VI.3 Geschäftsfeld Obst & Gemüse

Der Erfolg des Segmentes Obst & Gemüse und der dafür erforderliche Ernteerfolg wird besonders durch natürliche klimatische Rahmenbedingungen wie unter anderem das Wetter beeinflusst. Diese Faktoren wirken sich unmittelbar auf das verfügbare Warenangebot und die Preisbildung auf den relevanten Absatzmärkten aus. Hinzu kommen, durch die fortschreitende Globalisierung der Märkte, Einflussfaktoren wie unter anderem Rekord- oder Missernten von Produkten in unterschiedlichen Regionen der Welt. Diese führen zu Veränderungen von z.B. Wechselkursen oder Transportpreisen, mit zunehmender Auswirkung auf die Preisbildung im regionalen Absatzmarkt.

Das Geschäftsjahr 2020 wird aufgrund dieses anspruchsvollen Marktumfeldes und dem sich weiter verstärkenden Preisdruck seitens des Lebensmitteleinzelhandels wiederum sehr herausfordernd werden. Dennoch wird die Landgard Sparte Obst & Gemüse ihre Stellung als eines der führenden und innovativen Unternehmen im Fruchthandel – gerade durch den ersthändigen Warenbezug – auch zukünftig weiter ausbauen.

Im Rahmen der internationalen Expansionsstrategie steht nach wie vor der Ausbau der europäischen Kundenstruktur über die nationalen Kundenbeziehungen hinaus, sowie die Weiterentwicklung der internationalen Beschaffungsbasis an vorderster Stelle.

Im Bereich der nationalen Beschaffung sollen vor allem noch bestehende „weiße Flecken“ in der regionalen Erzeugerstruktur schrittweise geschlossen werden. International liegt die Priorität weiterhin auf der Gewinnung von neuen Landgard Mitgliedsbetrieben aus Zentral- und Südamerika, die das neue Übersee-Sortiment unter anderem mit Ready-to-eat Artikeln wie z.B. Mangos oder Avocados abrunden.

Ein weiterer strategischer Fokus wird auf dem Abschluss der nationalen Regionalstrukturen liegen. Diese werden insbesondere durch die „One Face To The Customer“- und „One Face To The Supplier“-Ausrichtung vervollständigt. Durch die regionale Fokussierung werden die vorhandenen Systeme und Prozesse weiter optimiert und Synergien gehoben.



Das Thema Nachhaltigkeit wird bei Landgard – nicht erst seit der Einführung der Nachhaltigkeitswochen vor drei Jahren – schon einige Jahre sehr intensiv gelebt. In Zukunft werden wir uns noch ausführlicher u.a. mit der Reduzierung von Kunststoff bei Verpackungsartikeln beschäftigen und somit effiziente und nachhaltige Verpackungslösungen für das gesamte Obst & Gemüse Sortiment anbieten. Wir wollen durch klima-, energie- und umweltschonende Maßnahmen intelligente Antworten auf die drängenden ökologischen und gesellschaftlichen Probleme geben.

Die bereits in den vergangenen Jahren sehr erfolgreich platzierten Lizenzkooperationen und Konzepte in der Obst & Gemüse Sparte bieten dem Handel einen strategischen Mehrwert und somit neue Verkaufsimpulse in Richtung Endverbraucher. Neben den bereits bekannten und überarbeiteten Beispielen wie „Sansibar“ oder „Axel Schulz“ stehen neue Lizenzkooperationen und Konzepte bereit, die den Besuchern und dem Handel im Rahmen der diesjährigen

Branchenmesse Fruit Logistica präsentiert wurden.

Die in 2019 sehr erfolgreich gestartete generische Werbeinitiative „Obst & Gemüse – 1000 gute Gründe“ wird auch im Geschäftsjahr 2020 ein fester Bestandteil der Aktivitäten der Obst & Gemüse Sparte sein. Mit der Initiative wird gezielt das Thema gesunde Ernährung in den Fokus gerückt, sowie neue Käuferzielgruppen wie junge Menschen beispielsweise durch ausgewählte Social Media-Kanäle angesprochen.

Der Schwerpunkt der Digitalisierung bei Landgard liegt in der Optimierung sämtlicher Geschäftsprozesse entlang der Wertschöpfungskette. Hierdurch werden die Abläufe effizienter und schneller, sowie daraus resultierend die Kunden-, Mitarbeiter- und Lieferantenzufriedenheit durch bessere Kommunikation und Vernetzung erhöht. Die Entwicklung gemeinsamer Plattformen mit dem Handel ist bereits in vollem Gange. Dabei geht es insbesondere um Digital Supply Chain-Prozesse und die Warenrückverfolgung bis an den Ursprung des Anbaus. Die digitale Integration der verschiedenen Supply Chain-Partner schafft darüber hinaus neue Serviceangebote und datenbasierte Geschäftsmodelle, die den ersthändigen Warenbezug zukünftig optimal ergänzen werden.

VI.4 Geschäftsfeld Logistik

Im Geschäftsfeld Logistik wird für 2020 ein Umsatz- und Ergebniszuwachs auf Basis des wachsenden Logistikbedarfs der Landgard Gruppe erwartet. Grundlage für diese positive Entwicklung sind steigende Verkaufsmengen von Landgard sowie ein stabiles Niveau des Dieselpreises. Innerhalb der Landgard Gruppe wird der Fokus, nach der Etablierung der Konzernlogistik, auf Großprojekten, der Bündelung von Warenströmen innerhalb der Landgard Gruppe und der Revision von Logistikstandorten liegen. Wichtige Herausforderungen für die Konzernlogistik werden vor allem die Digitalisierung der Logistikprozesse entlang der Supply Chain und der Fachkräftemangel im Bereich der Lkw-Fah-

rer sein, der zu einer Erhöhung der Frachtpreise führen wird. FLS wird das Landgard Transportnetzwerk kontinuierlich weiterentwickeln, das Dienstleisterportfolio koordinieren und stellt darüber hinaus einen effizienten Fuhrpark für das Grundgeschäft der Landgard Gruppe bereit. Dazu werden 18 Sattelzugmaschinen der neuesten Generation inklusive aller sicherheitsrelevanter Extras angeschafft. Darüber hinaus wird FLS in 13 moderne Kühlaufleger, die auf dem neusten Stand der Technik sind, investieren. Die Kühlaufleger verfügen über eine optimierte Isolation sowie effizientere Kühlaggregate und werden damit einen Beitrag zu den unternehmensweiten Nachhaltigkeitszielen leisten. Mit diesen Schwerpunkten und den geplanten Investitionen 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

Roxana Bashyrova/Shutterstock: S. 23, rechts unten | Julia Cawley: Meilensteine: S. 12, Mär., Copenrath & Wiese | Florian Ebener/Getty Images Entertainment/Getty Images: Meilensteine: S. 14, Mai, Germany's next Topmodel | Rorygez Fresh/Shutterstock: S. 23, rechts oben | Sebastian Gabsch: Meilensteine: S. 14, Mai, Dt. Filmpreis | Lé Giesen: Meilensteine: S. 11, Feb., Bloomways Tulpenaktion | S. 15, Jun., Landgard Entwicklung 2018 | S. 15, Jun., Vertreterversammlung | grün erleben: Meilensteine: S. 13, Mär., do it-Workshops | MrMockup/Adobe Stock: S. 3 | DANIL NEVSKY/Stocksy: S. 30 | Lina Nikelowski: S. 5, Vorstand Landgard eG | S. 8, Bert Schmitz | Meilensteine: S. 9, Jan., Frühjahrs-Ordertage Herongen | S. 9, Jan., IPM Essen | S. 10, Jan., Johannes Kronenberg und Martin Stein | S. 11, Mär., Betriebswirte | S. 12, Mär., Cash & Carry Jubiläen | S. 12, Mär., Günther Esser und Andreas Herzberg | S. 13, Mai, Weltbienentag | S. 14, Mai, Floritray | S. 17, Aug., Herbst-Ordertage | S. 18, Sep., Konzepttage | S. 18, Sep., Bloomways Siegen | S. 21, Dez., Neue Geschäftsführer | Alita Ong/Stocksy: S. 23, links | S. 25 | Alita Ong/Stocksy + non15/Shutterstock: S. 26 | Michele Salucci: Meilensteine: S. 18, Sep., Ordertage Italien | Sina Uhlenbrock: Meilensteine: S. 9, Jan., Blumenhalle IGW | S. 10, Feb., Fruit Logistica | S. 11, Feb., Startschuss „Obst & Gemüse – 1000 gute Gründe“