

Geschäftsbericht 2025

LANDGARD

Das Geschäftsjahr 2025

Landgard®

DAS GESCHÄFTSJAHR 2025

I. VORSTANDSBRIEF

Liebe Mitglieder der Landgard eG,

sehr geehrte Damen und Herren,

die konjunkturelle Entwicklung in Deutschland war im Jahr 2025 insgesamt von Stagnation mit leichten Erholungstendenzen geprägt. Insgesamt ergibt sich für das Gesamtjahr lediglich ein sehr geringes Wachstum von 0,2 %, was die anhaltende Konjunkturschwäche verdeutlicht. Die Preisentwicklung entspannte sich hingegen spürbar: Die Inflationsrate lag im Jahresdurchschnitt bei rund 2,2 % und näherte sich damit wieder dem Ziel der Europäischen Zentralbank an. Dennoch blieb das Konsumklima gedämpft. Am Arbeitsmarkt zeigte sich eine Verschlechterung. Die Arbeitslosigkeit stieg im Jahresverlauf an. Gründe hierfür waren die schwache wirtschaftliche Dynamik und strukturelle Probleme, insbesondere in der Industrie.

Die konjunkturelle Stagnation war auch Folge von geopolitischen Spannungen und Handelskonflikten, die den Welthandel bremsen. Für die Unternehmen in Deutschland bedeutete dies vor allem Planungsunsicherheit und schwache Nachfrage.

Hinzu kamen für Landgard auch 2025 wieder teils ungünstige Wetterbedingungen in wichtigen Erntemonaten sowie die Auswirkungen der Kriege in der Ukraine und im Nahen Osten. Diese haben sich 2025 in einem konstant hohen Niveau der Energie- und Rohstoffpreise sowie in negativen Auswirkungen auf die gesamte Supply Chain in Bezug auf Warenverfügbarkeit und Logistik geäußert. Im Ergebnis sieht sich Landgard seit einigen Jahren mit zunehmend schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen konfrontiert: Steigende Kosten,

volatile Witterungsbedingungen und eine generelle Konsumzurückhaltung stellen die gesamte Branche vor Herausforderungen.

Der insgesamt schwierigen Marktlage will Landgard mit dem Zukunftsprogramm NOVA begegnen – und gleichzeitig seine komplexen Verwaltungsstrukturen verschlanken und sich im Bereich Digitalisierung noch besser aufstellen. Das auf der Vertreterversammlung der Landgard eG am 24. Juni 2025 in Essen erstmals vorgestellte Modernisierungsprogramm umfasst zahlreiche Teilprojekte, mit denen Landgard seine Wettbewerbsfähigkeit langfristig sichern und aktiv den Strukturwandel in der Grünen Branche mitgestalten will. Ziel ist es, bis 2030 zur zentralen Plattform für grüne Wertschöpfung zu werden.

In dem beschriebenen schwierigen Marktumfeld hat Landgard im Jahr 2025 einen Umsatz von 1,7 Mrd. EUR und damit knapp 0,1 Mrd. EUR weniger als im Vorjahr erzielt. Dank Prozessoptimierungen sowie eines aktiven Kosten- und Energiemanagements haben wir ein positives Ergebnis (EBT) in Höhe von 3,3 Mio. EUR erreicht.

Der Umsatz in unserem Geschäftsfeld Blumen & Pflanzen lag 2025 bei 1,3 Mrd. EUR und damit um 1,0 % unter dem Vorjahresniveau. Er spiegelt damit die langfristige Marktentwicklung wider. Die beobachtete Entwicklung steht im Kontext weiterhin herausfordernder makroökonomischer Rahmenbedingungen, die maßgeblich durch ein erhöhtes Zinsniveau, geopolitische Spannungen sowie eine daraus resultierende Konsumzurückhaltung der privaten Haushalte beeinflusst werden. Die negativen Umsatzauswirkungen konnten in erster Linie durch Zuwächse bei der Versteigerung und dem Klokservice von Veiling Rhein-Maas sowie aufgrund des erstmaligen Ganzjahreseffektes

der Gesellschaft Landgard Fiori & Piante S.r.l. nahezu kompensiert werden. Weitere Informationen zum Geschäftsverlauf im Geschäftsfeld Blumen & Pflanzen sind in den folgenden Kapiteln dieses Geschäftsberichtes zu finden.

Das Geschäftsfeld Obst & Gemüse hat 2025 einen Umsatz von 415 Mio. EUR erzielt. Das entspricht einem Rückgang um 13,4 %. Der Fokus von Landgard Obst & Gemüse lag weiterhin auf der Stabilisierung von Prozessen mit dem Ziel, die Marge zu steigern. Der Geschäftsbereich hat sich 2025 auf die Vermarktung von Produkten der zur Genossenschaft gehörigen Mitgliedsbetriebe sowie auf die Erbringung von produktbezogenen Dienstleistungen konzentriert. Fremdproduzierte Ware wird dann hinzugezogen, wenn es im Sinne der ganzjährigen Warenversorgung notwendig ist. Neben der Vermarktung wurde auch weiterhin der Ausbau der nationalen und internationalen Erzeuger*innenstrukturen weiter fortgesetzt. Dabei ist das vordergründige Ziel die Stärkung des ersthändigen Warenbezugs in den relevanten Anbauregionen, um bestmöglich auf derzeitige und zukünftige Kund*innen- und Marktanforderungen reagieren zu können. In den folgenden Kapiteln dieses Geschäftsberichtes sind weitere Informationen zum Geschäftsverlauf im Geschäftsfeld Obst & Gemüse zu finden.

Für den Vorstand der Landgard eG war 2025 nach dem Ausscheiden des bisherigen CEO im Juni ein Jahr des Umbruchs, der Veränderung und der Neuausrichtung. Nach mehreren planmäßigen und inhaltlich zusammenhängenden Wechseln in der personellen Zusammensetzung wurde Ende März 2026 die Vorstandsbesetzung mit Moritz Krannich und Christoph Klöpffer erreicht, auf die seit Juni 2025 hingearbeitet wurde. In dieser Konstellation werden wir als Vorstand weiter an den wichtigen Projekten aus unserem Zukunftsprogramm NOVA arbeiten. Damit werden wir Landgard fit machen für die Zukunft – strukturell, digital und kulturell.

Das Kapitel „Das Landgard-Jahr 2025“ bietet einen kompakten Überblick über ausgewählte Projekte und Themen des Jahres 2025.

Alles Weitere können Sie in unserem digitalen Geschäftsbericht 2025 unter geschaeftsbericht.landgard.de nachlesen.

Vielen Dank an alle Mitgliedsbetriebe, Erzeuger*innen und insbesondere auch unsere Mitarbeiter*innen für die Zusammenarbeit und das Engagement im Geschäftsjahr 2025.

Wir wünschen Ihnen eine interessante Lektüre.



v. l.: Christoph Klöpffer und Moritz Krannich

Vorstand Landgard eG

II. AUFSICHTSRATSBERICHT

Das Geschäftsjahr 2025 war für die Landgard-Gruppe erneut durch schwierige Rahmenbedingungen geprägt. Der nach wie vor anhaltende Krieg in der Ukraine, die kriegerischen Auseinandersetzungen im Nahen Osten sowie weitere geopolitische Spannungen haben auch 2025 wieder zu steigenden Kosten und großer Unsicherheit in vielen Bereichen geführt. Die Folge war unter anderem ein unvermindert hoher Preisdruck für die Verbraucher in Verbindung mit einer spürbaren Konsumzurückhaltung. Hinzukamen teils ungünstige Witterungsbedingungen in wichtigen Saisonphasen.

Im Ergebnis ist der Konzernumsatz nach 1,8 Mrd. EUR im Vorjahr um 0,1 Mrd. EUR auf 1,7 Mrd. EUR gesunken. Der Umsatz im Geschäftsfeld Blumen und Pflanzen ist im Vergleich zum Vorjahr um 1,0 % von 1,30 Mrd. EUR auf 1,29 Mrd. EUR zurückgegangen. Im Geschäftsfeld Obst und Gemüse ist der Umsatz 13,4 % hinter dem Vorjahresumsatz zurückgeblieben (415 Mio. EUR; Vorjahr 479 Mio. EUR). Diese Entwicklung wurde vorwiegend durch Bereinigungseffekte in der Gesellschaftsstruktur beeinflusst, die zusammen mit Umstellungen des Geschäftsmodells am Standort Rade zu einer Stärkung der Profitabilität des Geschäftsfeldes beigetragen haben.

Im Zuge der anhaltend anspruchsvollen Bedingungen hat Landgard im Jahr 2025 das umfassende Zukunftsprogramm „NOVA“ gestartet, mit dem Landgard seine Wettbewerbsfähigkeit langfristig sichern und den Strukturwandel der Grünen Branche aktiv mitgestalten will. Steigende Kosten, volatile Witterungsbedingungen und eine generelle Konsumzurückhaltung stellen den gesamten Konzern vor Herausforderungen. Mit Landgard NOVA wird der Fokus auf die Verschlinkung der komplexen Verwaltungsstrukturen gesetzt, mit dem Ziel, die Organisation in Richtung Zukunftsfähigkeit, Innovationskraft und Effizienz zu transformieren.

Vorstands-Personalien

Oliver Mans ist zum 18.06.2025 aus dem Vorstand der Landgard eG ausgeschieden. Nach

dem Ausscheiden von Oliver Mans wurde das Aufsichtsratsmitglied Dr. Gunther Lehleiter als stellvertretendes Vorstandsmitglied in den Vorstand der Landgard eG entsandt. Diese Entsendung endete planmäßig am 31.08.2025. Daran schloss sich bis zum 31.03.2026 die interimistische Bestellung von Roland Neuwald zum Vorstandsmitglied der Landgard eG an. Christoph Klöpfer wurde am 22.09.2025 mit Wirkung zum 05.01.2026 in den Vorstand der Landgard eG berufen. Moritz Krannich war das vollständige Geschäftsjahr 2025 im Vorstand der Landgard eG tätig.

Zusammensetzung des Aufsichtsrats

Vertreter*innen der Anteilseigner

Im Rahmen der Vertreterversammlung am 24.06.2025 stellten sich die turnus-gemäß ausgeschiedenen Aufsichtsratsmitglieder Bert Schmitz und Manfred Rieke erfolgreich der Wiederwahl. Dr. Gunther Lehleiter hat sein Aufsichtsratsmandat für die Zeit seiner Entsendung in den Vorstand der Landgard eG ruhen lassen. Er hat seine Tätigkeit im Aufsichtsrat, nach seiner Entlastung in der digitalen Vertreterversammlung am 07.10.2025, wieder aufgenommen. Joachim Voigt ist mit Ablauf des 21.01.2026 aus dem Aufsichtsrat ausgeschieden. Beate Rodenbröker ist zum 22.01.2026 als Ersatzmitglied in den Aufsichtsrat nachgerückt.

Vertreter*innen der Arbeitnehmer*innen

Die Mandate der Arbeitnehmervertreter*innen endeten am 24.06.2025 mit dem Ende der Vertreterversammlung. Jürgen Beisel, Sonja Brink, Hilko Dahlke, Martin Flintrop, Peter Zander und Sara Zschiegner wurden gerichtlich ab diesem Zeitpunkt zu Arbeitnehmervertreter*innen in den Aufsichtsrat bestellt.

Der Aufsichtsrat der Landgard eG setzt sich aus den Anteilseignervertreter*innen Dr. Gunther Lehleiter, Manfred Rieke, Beate Rodenbröker, Bert Schmitz (Aufsichtsratsvorsitzender), Dirk Schwichtenberg (zweiter stellv. Aufsichtsratsvorsitzender) und Andrea Velmans sowie den Arbeitnehmervertreter*innen Jürgen Beisel,

Sonja Brink, Hilko Dahlke, Martin Flintrop, Peter Zander (stellv. Aufsichtsratsvorsitzender) und Sara Zschiegner zusammen.

Sitzungen des Aufsichtsrates

Im Geschäftsjahr fanden planmäßige sowie außerordentliche Sitzungen des Aufsichtsrats der Landgard eG statt – zum Teil zusammen mit dem Aufsichtsrat der Landgard Blumen & Pflanzen GmbH. Die Arbeit des Aufsichtsrates wurde zudem durch die zu bildenden Ausschüsse unterstützt.

Vertreterversammlung und Jahresabschluss

Im Rahmen der Vertreterversammlung am 24.06.2025 wurden der CFO Moritz-Christian Krannich sowie der Aufsichtsrat einstimmig entlastet. Die Vertreter*innen der Erzeugergenossenschaft stellten den Jahresabschluss der Landgard eG sowie den Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2024 fest. Der Vorschlag zur Gewinnverwendung wurde von der Vertreterversammlung ebenfalls wie vorgestellt beschlossen.

Erklärung des Aufsichtsrates

Der Aufsichtsrat hat im Geschäftsjahr 2025, entsprechend der ihm nach Gesetz und Satzung obliegenden Aufgaben, den Vorstand überwacht und beratend begleitet. Sämtliche der Zustimmung des Aufsichtsrats unterliegenden Maßnahmen und Geschäftsvorfälle, die wirtschaftliche Lage der Gesellschaft sowie alle Ereignisse von besonderer Bedeutung wurden intensiv behandelt. Der Vorstand hat den Aufsichtsrat regelmäßig sowohl schriftlich als auch mündlich, zeitnah und umfassend über die Unternehmensplanung, den Gang der Geschäfte, die strategische Entwicklung sowie die aktuelle Lage unterrichtet. Der Aufsichtsratsvorsitzende hat in Gesprächen außerhalb der Sitzungen des Aufsichtsrats mit dem Vorstand wesentliche Entwicklungen und Entscheidungen erörtert und mit ihm Fragen der Strategie, der Planung, der Risikolage und des Risikomanagements beraten und sich durch regelmäßige Kontakte zu Mitgliedern und Erzeugerbetrieben ein Stimmungsbild verschafft.

Der Vorstand hat den Jahresabschluss sowie den Konzernabschluss und -lagebericht der Landgard eG zum 31.12.2025 aufgestellt.

Der Genoverband e.V., Düsseldorf, hat den Jahresabschluss der Landgard eG, bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung und Anhang, für das Geschäftsjahr 2025 geprüft und einen uneingeschränkten Bestätigungsvermerk erteilt.

Für den Jahresabschluss der Landgard eG, als kleine Genossenschaft, wurden größenabhängige Erleichterungen des § 336 Abs. 2 HGB i.V.m. § 267 Abs. 1 HGB teilweise in Anspruch genommen und auf den Lagebericht verzichtet.

In der Gewinn- und Verlustrechnung ist die Verzinsung der freiwilligen Geschäftsguthaben der Mitglieder in Höhe von 2,0 % entsprechend der satzungsmäßigen Vorgaben berücksichtigt, da Vorstand und Aufsichtsrat keine höhere Verzinsung vorgeschlagen haben.

Der Aufsichtsrat befürwortet den Vorschlag des Vorstands, den nach Pflicht-zuführungen zur gesetzlichen Rücklage und zu den anderen Ergebnismittelrücklagen verbleibenden Bilanzgewinn 2025 auf neue Rechnung vorzutragen.

Der Konzernabschluss der Landgard eG, bestehend aus Konzernbilanz, Konzern-Gewinn und Verlustrechnung, Konzernanhang, Konzernkapitalflussrechnung, Konzerneigenkapitalpiegel, sowie der Konzernlagebericht sind unter Einbeziehung der Buchführung von dem durch den für das Geschäftsjahr 2025 bestellten Abschlussprüfer Genoverband e.V., Düsseldorf geprüft worden, der einen uneingeschränkten Bestätigungsvermerk erteilt hat.

Der Prüfungsausschuss hat sich in seiner Sitzung am 13.05.2026 unter Beteiligung der Wirtschaftsprüfer des Genoverbandes ausführlich mit dem Jahresabschluss der Landgard eG sowie dem Konzernabschluss und -lagebericht einschließlich der Prüfungsberichte des Genoverbandes befasst. Der Prüfungsausschuss hat sich dem Ergebnis der Prüfer angeschlossen und dem Aufsichtsrat in seiner Sitzung am 21.05.2026 hierüber berichtet.

Auch der Aufsichtsrat hat den Jahresabschluss sowie den Konzernabschluss und Konzernlagebericht eingehend geprüft. Hierzu lag dem Aufsichtsrat der Prüfungsbericht der Abschlussprüfer des Genoverbandes sowohl für den Jahres- als auch für den Konzernabschluss und -lagebericht vor. An der Beratung des Aufsichtsrats haben die Abschlussprüfer teilgenommen. Der Aufsichtsrat hat sich dem Ergebnis der Prüfung der Abschlussprüfer angeschlossen. Als abschließendes Ergebnis seiner eigenen Prüfung hat der Aufsichtsrat festgestellt, dass Einwendungen nicht zu erheben sind.

Ein besonderer Dank des Aufsichtsrates gilt dem Vorstand, den Führungskräften und den Mitarbeiter*innen von Landgard für ihren besonderen Einsatz im abgelaufenen Geschäftsjahr.



Bert Schmitz (Aufsichtsratsvorsitzender Landgard eG)

III. DAS LANDGARD-JAHR 2025

1. Quartal

Thorsten Rodehüser zum Vorsitzenden der Geschäftsführung der Landgard Blumen & Pflanzen GmbH ernannt

Der neue Vorsitzende der Geschäftsführung der Landgard Blumen & Pflanzen GmbH hat seine Funktion in der Erzeugergenossenschaft mit Wirkung zum 1. Januar 2025 übernommen. Er berichtet direkt an den Vorstand. Thorsten Rodehüser bringt für seine neue Aufgabe eine Fülle an Erfahrung aus seiner vorherigen Position als COO für die Business Unit Private bei der DMK Deutsches Milchkontor GmbH mit, wo er maßgeblich zur Transformation des Unternehmens beitrug und das Private Label Business erfolgreich und nachhaltig ausrichtete. Darüber hinaus hat er im Verlauf seiner Karriere auch Stationen bei Mondelez absolviert, wo er unter anderem als Vertriebs- und Supply Chain-Geschäftsführer sowie als General Manager für das Süßwarengeschäft in Deutschland tätig war.



Rekordbeteiligung beim Kunden- und Anlieferer tag 2025 von Veiling Rhein-Maas

Am 14. Januar 2025 hat der inzwischen 11. Kunden- und Anlieferer tag von Veiling Rhein-Maas stattgefunden. Dabei war der Versteigerungssaal in Herongen mit so vielen Besuchenden wie noch nie nahezu bis auf den letzten Platz voll besetzt. Im Mittelpunkt der Veranstaltung stand die Premiere der Wahlen der „Kunden und Anlieferer des Jahres 2025“. Mit

diesen Auszeichnungen wurden wertvolle Beiträge von Kunden und Anlieferern zum Thema Nachhaltigkeit honoriert. Das Grußwort zur Veranstaltung hielt die ZVG-Präsidentin Eva Kähler-Theuerkauf.



Landgard setzt sich ambitionierte Klimaschutzziele nach international anerkannten Vorgaben der Science-Based Targets Initiative

Gemeinsam mit Mitgliedsbetrieben und dem Handel geht Landgard einen weiteren entscheidenden Schritt in Richtung Nachhaltigkeit: Das Unternehmen hat seine Klimaschutzziele von der Science-Based Targets Initiative (SBTi) nach internationalen Standards offiziell bestätigen lassen. „Die SBTi ist ein weltweit anerkanntes Netzwerk, das Unternehmen dabei unterstützt, ihre Klimaziele mit den Vorgaben des Pariser Klimaabkommens in Einklang zu bringen und konkrete Maßnahmen zur Reduktion von Treibhausgasemissionen umzusetzen“, erklärt Dr. Marion Schweckhorst, Nachhaltigkeitsmanagerin bei Landgard. „Für uns ist die Anerkennung unserer Klimaschutzziele durch die SBTi eine wichtige Bestätigung, dass wir im Rahmen unserer unternehmensweiten Nachhaltigkeitsstrategie die richtigen wichtigen Maßnahmen für eine nachhaltigere Zukunft ergreifen.“



Landgard und OBI bringen erstes übergreifendes Mehrwegtopf-System für Pflanzen in den Handel – den BringBackPot

Gemeinsam mit dem Kunden OBI hat die Erzeugergenossenschaft Landgard in der Saison 2025 den neuen BringBackPot in den Handel gebracht. Der neuartige Mehrwegtopf für Pflanzen und das Rückführsystem wurden erstmals gemeinsam mit Beteiligten der gesamten Wertschöpfungskette für den Einsatz in der Grünen Branche entwickelt. Im ersten Schritt wurden ab Mitte April rund 30 ausgewählte OBI Testmärkte* wöchentlich mit mehreren CC-Ladungsträgern beliefert, die ein breites Sortiment an Saisonartikeln wie Gemüsepflanzen, Beet- und Balkonpflanzen, Lavendel und Stauden in stabilen Pfandtöpfen enthielten. Insgesamt sollten so im Laufe der Saison rund 250.000 Kreislauftöpfe in Umlauf gebracht werden.



Blütenkiez Berlin – blühender Erfolg

Die Grüne Woche 2025 ist mit 310.000 Besucher*innen deutlich über den Erwartungen zu Ende gegangen – und für viele von ihnen war die Blumenhalle auch in diesem Jahr ein ganz besonderes Messe-Highlight. Unter dem Motto „Blütenkiez Berlin“ lockte sie mit einer einzigartigen Kombination aus urbanen Elementen, typisch-berlinerischer Atmosphäre und beeindruckender Blumenpracht. Geplant und gestaltet wurde die Blumenhalle, wie auch in den vergangenen Jahren, von der Initiative „1000 gute Gründe“ gemeinsam mit vielen Partnern und Dienstleistern.



„Nein zu Stein!“ Gewinnchance für mehr Grün in der Stadt

Blumen, Pflanzen und ein bisschen Kreativität – das war die perfekte Mischung für einen Ideenwettbewerb von „1000 gute Gründe“ und dem Zentralverband Gartenbau e.V.! Unter dem Motto „Nein zu Stein!“ haben die Branchen-Initiative und der Verband zusammen alle Blumen- und Pflanzenliebhaber*innen aufgerufen, ihre besten Pflanzkonzepte für öffentliche Blühflächen einzureichen. Mit etwas Glück konnten die kreativsten Köpfe Pflanzengutscheine im Gesamtwert von 3.000 Euro für ihre Projekte gewinnen!



10 Jahre „1000 gute Gründe“ – 10 Jahre Inspiration und Genuss pur!

10 Jahre „1000 gute Gründe“ – das ist mehr als nur ein Jubiläum! Seit ihrem Start bei der IPM 2015 begeistert die generische Initiative mit echtem Enthusiasmus besonders junge Menschen für Blumen, Pflanzen, Obst und Gemüse. Bei der Flower Hour auf der IPM 2025 fiel am 30. Januar 2025 der offizielle Startschuss für das „1000 gute Gründe“-Geburtstagsjahr unter dem Motto „10 Jahre einzigartig wie Ihr“. Was in diesen 10 Jahren erreicht wurde, macht

deutlich, wie viel Leidenschaft, Kreativität und Zusammenarbeit in dieser Erfolgsgeschichte steckt. Einige Höhepunkte stellt die Initiative auf ihrer Website unter [1000gutegruende.de/10-jahre](https://www.1000gutegruende.de/10-jahre) vor. Zusätzlich fasst ein Highlight-Video die 10 Jahre anschaulich und unterhaltsam zusammen.



Positive Branchenstimmung und ein voller Erfolg der Ordertage-Premiere bei der IPM 2025

Landgard zieht durchweg positives Messerfazit für den ersten genossenschaftlichen Doppelauftritt bei der Internationalen Pflanzenmesse 2025 in Essen. Nach vier intensiven Messetagen steht fest: Der erstmalige Doppelauftritt der Erzeugergenossenschaft Landgard mit dem etablierten Messestand in Halle 1 und der Frühjahrsedition der Landgard-Ordertage in der gesamten Halle 1A der IPM ESSEN 2025 war ein voller Erfolg. Über alle Tage hinweg waren beide Teile des genossenschaftlichen Messeauftritts sehr gut besucht.



Deko & Floristikbedarf jetzt auch im Cash & Carry-Markt Berlin-Langerwisch

Seit dem 13. Januar 2025 bietet der Deko & Floristikbedarf von Landgard der Kundschaft auch

im Cash & Carry-Markt Berlin-Langerwisch ein umfangreiches Sortiment an. Zur Eröffnung wurde morgens um 5 Uhr symbolisch ein Band durchgeschnitten und auf die neue Filiale angestoßen. Die ersten Kund*innen erhielten ein kleines Präsent für ihren Einkauf und mit dem Foodtruck von „1000 gute Gründe“ war auch für das leibliche Wohl gesorgt.



Innovative Produkte und neue Sortimente bei der Fruit Logistica 2025

Der rund 200 Quadratmeter große Landgard-Messestand hat sich bei der Fruit Logistica 2025 einmal mehr als Publikumsmagnet erwiesen. Dafür hat drei intensive Messetage lang nicht nur die attraktive Gestaltung des Standes direkt am Eingang von Halle 20 der Messe Berlin gesorgt, sondern auch die dort präsentierten innovativen Produktideen. Denn die Fachbesucher*innen aus aller Welt haben auf dem Messestand nicht nur erfahren, wo das von Landgard vermarktete Obst und Gemüse herkommt. Die Erzeugergenossenschaft hat darüber hinaus auch gezeigt, wie sie die frischen Produkte für den Handel in kreative Vermarktungsideen übersetzt, die für Aufmerksamkeit bei den Verbraucher*innen sorgen.



Mehr Besucher*innen und ein internationales Publikum bei der Myplant & Garden 2025

Bei der Myplant & Garden präsentierte sich Landgard in Mailand vom 19. bis 21. Februar 2025 mit dem gesamten Spektrum des europäischen Gartenbaus. An allen drei Messetagen war der gemeinsame Stand von Landgard Fiori e Pianta s.r.l., dem langjährigen Partner Floricoltura Chiara Mario, dem Landgard-Fachhandel und Salomo n.v. gut besuchter Anlaufpunkt in Halle 12. „Wir haben während der gesamten Messe viele sehr gute Gespräche geführt und uns intensiv mit deutlich mehr italienischen Erzeuger*innen sowie interessierter Kundschaft aus ganz Europa ausgetauscht. Das zeigt, dass wir uns bereits in unserem ersten Jahr als Landgard Fiori e Pianta als Spezialist für italienische Qualitätsware am europäischen Markt sehr gut etabliert haben“, freut sich Michael Bank, Geschäftsführer von Landgard Fiori e Pianta.



Ausgezeichnete Absolvent*innen des Zertifikatslehrgangs „Betriebswirt*in im Produktionsgartenbau 2024/2025“

Grund zur Freude für 15 Nachwuchskräfte im Gartenbau: Am 18. Februar 2025 nahmen sie von Landgard-Vorstand Moritz Krannich, Bert Schmitz (Vorsitzender des Aufsichtsrats der Landgard eG), sowie Thomas Keuschen (Projektverantwortlicher bei der Landgard-Personalentwicklung), ihre Zertifikate für den erfolgreichen Abschluss des Lehrgangs „Betriebswirt im Produktionsgartenbau“ der Landgard Stiftung entgegen. Die Verleihung und die anschließende Feier fanden auch in diesem Jahr im Straelener Hof statt.



Verkaufsstart am neuen Cash & Carry-Kombi-standort in Werl

Seit dem 25. Februar 2025 läuft der Verkauf im neuen Cash & Carry-Markt in der nordrhein-westfälischen Stadt Werl im Kreis Soest. Die Standortverlagerung des Cash & Carry-Marktes von Hamm nach Werl war damit erfolgreich abgeschlossen. Das wurde am 16. März mit einem Sonderverkaufstag in Werl gefeiert. Die Umbauarbeiten am neuen Standort hatten im Spätherbst 2024 begonnen. Der neue Cash & Carry-Markt in Werl ist als Kombimarkt konzipiert und vereint die Bereiche Topfmarkt, Deko & Floristikbedarf sowie Schnittblumen unter einem gemeinsamen Dach. Damit bietet Landgard der Kundschaft ein umfassendes Sortiment an einem Ort. Für Verkauf und Warenannahme stehen in Werl rund 6.000 Quadratmeter Fläche zur Verfügung.



2. Quartal

Rollende Werbung im frischen Look

Pünktlich zu ihrem 10-jährigen Jubiläum setzt die Initiative „1000 gute Gründe“ ein sichtbares Zeichen für die Blumen- und Pflanzenbranche: Das beliebte „1000 gute Gründe“-Lkw-Branding bekommt ein frisches Re-Design. Mit den neuen Werbemotiven bringt die Grüne Branche ihre Botschaften ab sofort noch plakativer und moderner auf Deutschlands Straßen – ganz nach dem Motto: „fresh wie du!“



Deutscher Filmpreis: Pflanzen im Scheinwerferlicht

Glanz, Glamour... und ganz viel Grün! Beim Deutschen Filmpreis 2025 im Theater am Potsdamer Platz in Berlin wurden am 9. Mai 2025 wieder die besten Filme des Jahres gefeiert – und direkt am roten Teppich auch über Pflanzen gesprochen. Denn das Team von „1000 gute Gründe“ begrüßte die Gäste auch 2025 mit einer 30 Meter langen Pflanzenwand aus mehr als 2.000 farbenfrohen Stauden, Gräsern, Beet- und Balkonpflanzen. Ganz im Zeichen des Trends „What’s poppin“ dominierten in diesem Jahr kräftige Töne in Violett, Pink und Rot das Bild und brachten frische Energie und Selbstbewusstsein in die feierliche Gala-Atmosphäre.



Unser Schulgarten 2025: Kinder erleben den Gartenbau hautnah

Harken, pflanzen, gießen – und bald schon ernten: Mit viel Neugier, Begeisterung und Erde unter den Fingern haben die Mädchen und Jungen der St. Josef Grundschule Westönnen in Werl am 15. Mai 2025 bei einem Aktionstag ihren Schulgarten um zwei neue Hochbeete erweitert. Die Schule gehörte zu bundesweit acht ausgewählten Einrichtungen, die 2025 von der Landgard Stiftung mit allen wichtigen Materialien für die Anlage eines Schulgartens ausgestattet wurden. Die teilnehmenden Schulen erhalten ein Komplettpaket bestehend aus Kinderhochbeeten von Hochbeet Wilkes, hochwertiger Erde, vielfältigen Pflanzen sowie umfangreichem pädagogischem Arbeitsmaterial für Lehrkräfte und Schulklassen.



Landgard Inside 2025 – Bloggerinnen erleben grüne Vielfalt

Wie kommen Blumen, Pflanzen, Obst und Gemüse eigentlich in den Handel? Und welche Innovationen bewegen die Branche? Diese und viele weitere Fragen standen im Mittelpunkt von „Landgard Inside 2025“. Am 22. und 23. Mai hatte das Team der Initiative „1000 gute Gründe“ neun Bloggerinnen aus den Bereichen Blumen & Pflanzen sowie Obst & Gemüse nach Straelen-Herongen eingeladen. Ziel war es, den Influencerinnen einen authentischen Einblick in die vielfältige Welt des Gartenbaus zu geben – und so die Brücke zwischen digitaler Kommunikation und Erzeugerrealität zu schlagen.



Vertreterversammlung der Landgard eG

Im Rahmen der ordentlichen Vertreterversammlung am 24. Juni 2025 in Essen hat Landgard sowohl die Geschäftszahlen für das Jahr 2024 vorgestellt als auch personelle Weichen für die Zukunft gestellt. Trotz eines weiterhin anspruchsvollen Marktumfelds erzielte die Erzeugergenossenschaft erneut ein positives Jahresergebnis. Im Geschäftsjahr 2024 erwirtschaftete Landgard einen Umsatz von 1,8 Mrd. Euro und lag damit leicht unter dem Vorjahresniveau. Dank umfassender Prozessoptimierungen, eines aktiven Kosten- und Energiemanagements sowie struktureller Anpassungen konnte dennoch ein positives Ergebnis vor Steuern (EBT) von 6,5 Mio. Euro erzielt werden.



3. Quartal

Landgard NOVA: Landgard startet umfassende Digitalisierungs- und Effizienzoffensive

Landgard richtet mit dem Projekt Landgard NOVA seine Strukturen und Prozesse konsequent neu aus. Das auf der Vertreterversammlung der Landgard eG am 24. Juni in Essen erstmals vorgestellte Modernisierungsprogramm gliedert sich in die vier Kernbereiche Markt, Infrastruktur, Kultur und Zukunft. Es umfasst insgesamt 14 Teilprojekte, mit denen Landgard seine Wettbewerbsfähigkeit langfristig sichern und aktiv den Strukturwandel in der Grünen Branche mitgestalten will. Ziel ist es, bis 2030 zur zentralen Plattform für grüne Wertschöpfung zu werden. In den vergangenen Jahren sah sich Landgard mit zunehmend schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen konfrontiert: Steigende Kosten, volatile Witterungsbedingungen und eine generelle Konsumzurückhaltung stellen die gesamte Branche vor Herausforderungen. Dieser Marktlage will Landgard mit dem Projekt NOVA begegnen – und gleichzeitig seine komplexen Verwaltungsstrukturen verschlanken und sich im Bereich Digitalisierung noch besser aufstellen.



Parookaville 2025: Beats, Blumen & beste Stimmung zum Doppel-Jubiläum

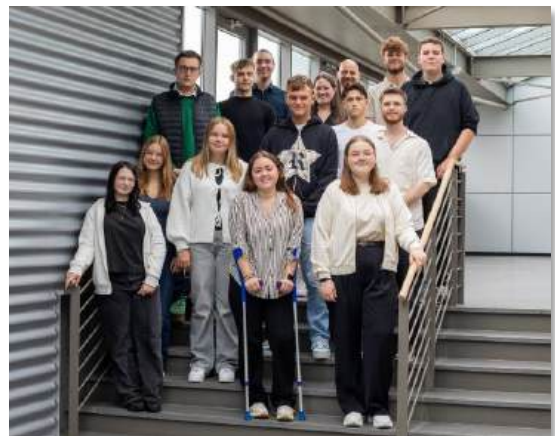
Vom 18. bis 20. Juli 2025 vereinte das „1000 gute Gründe“-Team wieder Festival-Feeling und Pflanzenliebe. Zweieinhalb Tage lang feierten rund 225.000 Musikbegeisterte in PAROOKAVILLE eines der größten Events für elektronische Musik in Europa und das größte Festival seiner Art in Deutschland. In diesem Jahr hieß es dabei: „10 Jahre PAROOKAVILLE trifft 10 Jahre ‚1000 gute Gründe‘“! Zur Feier des Doppeljubiläums erwartete das Team von „1000 gute Gründe“ die Festivalbesucher*innen auf rund 300 Quadratmetern Aktionsfläche in

Weeze mit einem gelungenen Mix aus Street Art- und Urban Jungle-Style, Chill-Out-Area und frischen Snacks. Besonders der vielfältige Erlebnisfaktor rund um die Erzeugerprodukte Blumen und Pflanzen sowie Obst und Gemüse – für die die Initiative wirbt – kam bei den feierfreudigen Festivalbesucher*innen sehr gut an.



Ausbildungsstart bei Landgard

Mit dem Beginn des neuen Ausbildungsjahres haben 21 junge Menschen bei Landgard ein neues Kapitel aufgeschlagen: An mehreren Standorten in ganz Deutschland starten sie ihre berufliche Laufbahn in einem von fünf Ausbildungsberufen. Zum Auftakt begrüßte die Ausbildungskoordinatorin Marlen Schacht insgesamt 13 neue Auszubildende Anfang August persönlich in der Unternehmenszentrale in Straelen-Herongen. Bei der zweitägigen Einführungsveranstaltung standen neben dem gegenseitigen Kennenlernen auch erste Einblicke in das Unternehmen und seine Werte auf dem Programm. Für die Berufseinsteiger*innen mit Ausbildungsstart im September folgte die Begrüßung in digitaler Form.



Bloomways eröffnet neue Verkaufsstelle in Erfurt

Am 16. September 2025 hat Bloomways eine neue Verkaufsstelle im Landgard-Cash & Carry-Markt Erfurt eröffnet. „Mit der Neueröffnung in Erfurt bauen wir unsere Marktposition als kompetenter und deutschlandweit aktiver Schnittblumenanbieter mit internationalem Sortiment im Fachhandelsbereich weiter aus“, so Martin Stein, Geschäftsführer der Bloomways GmbH.



Landgard beruft Roland Neuwald in den Vorstand

Der Aufsichtsrat der Landgard eG hat Roland Neuwald nach einstimmigem Beschluss und mit sofortiger Wirkung in den Vorstand der Landgard eG bestellt. Roland Neuwald wird diese Funktion im Rahmen eines geordneten Übergangs interimistisch bekleiden, bis die zweite Position im Vorstand der Landgard eG neben Finanzvorstand Moritz Krannich dauerhaft besetzt ist. Die satzungsgemäß erfolgte Entsendung von Dr. Gunther Lehleiter in den Vorstand der Landgard eG endete planmäßig am 31.08.2025.



GHBA & Friends 2025

Beim GHBA & Friends am 12. September 2025 kamen erneut rund 100 ausgewählte Content Creator mit führenden Marken aus den Themenbereichen DIY, Interior, Garten oder Food zusammen. Zu den Partnern zählten unter anderem die Landgard-Initiative „1000 gute Gründe“, Alpina, Copenrath & Wiese, LEDVANCE, Fiskars, Seramis sowie die Messe Frankfurt. Auch der Verband natürlicher Weihnachtsbaum e.V. war mit einem Workshop vertreten. Medienpartner war erneut die Deutsche Medien-Manufaktur (DMM) mit den Magazinen Landlust, Living at Home und Flow.



„1000 gute Gründe“ beim ABOUT YOU Fashionball 2025

Kohl trifft Fashion: Obst und Gemüse als Botschafter für Genuss und Lifestyle - beim diesjährigen ABOUT YOU Fashionball zeigte das Team von „1000 gute Gründe“ am 26. September 2025 am pulsierenden Hamburger Spielbudenplatz, dass Gemüse nicht nur gesund, sondern auch extrem stylisch sein kann. Unter dem Motto „Kohl-Couture“ verwandelte die Brancheninitiative nordische Gemüsesorten in angesagte Bowls und echte Eyecatcher mit dem Potenzial zum neuen It-Piece! Rund 500 geladene Gäste aus Prominenz, Influencern, Presse und der Modebranche kosteten am „1000 gute Gründe“-Foodtruck moderne Kohl-Bowls – frisch, kreativ und garantiert zum Anbeißen.



Erfolgreicher Auftritt bei der Fruit Attraction 2025

Die Fruit Attraction 2025 in Madrid war für Landgard auch in diesem Jahr eine gute Plattform, um erfolgreich die Verbindung zwischen Produktion und Handel zu stärken und das umfangreiche Dienstleistungsangebot vorzustellen. Auch in diesem Jahr hat sich Landgard vom 30. September bis 2. Oktober als Teil des German Pavillon des Bundesministeriums für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat in Halle 8 präsentiert. Dort wurden die drei Messtage gezielt genutzt, um viele intensive und wertvolle Gespräche mit bestehenden Partner*innen und potenziellen Neukund*innen zu führen.



4. Quartal

Digitale Vertreterversammlung der Landgard eG

Wie bereits auf der ordentlichen Vertreterversammlung vom 24. Juni 2025 angekündigt, hat am 7. Oktober 2025 eine zusätzliche Vertreterversammlung der Landgard eG digital stattgefunden. Dort wurden unter anderem wichtige personelle Weichen für die Zukunft der Erzeugergenossenschaft gestellt. Im Zuge der digitalen Vertreterversammlung gab der Aufsichtsratsvorsitzende Bert Schmitz bekannt, dass der Aufsichtsrat bereits zum 5. Januar 2026 die zweite Position neben Moritz Krannich im Vorstand der Landgard eG mit der Berufung von Christoph Klöpfer (Bild unten) auch dauerhaft besetzt hat. „Christoph Klöpfer verfügt über langjährige Erfahrungen in der Lebensmittel- & FMCG-Industrie und hat bereits zahlreiche Transformationsprojekte zum Ausbau einer nachhaltigen Unternehmensentwicklung erfolgreich umgesetzt. Wir freuen uns sehr, dass wir ihn für die Aufgabe als Vorstand bei Landgard gewinnen konnten“, so Bert Schmitz.



Veiling Rhein-Maas bei der Trade Fair Aalsmeer 2025

Vom 4. bis 6. November war Veiling Rhein-Maas mit einem eigenen Messestand auf der Trade Fair in Aalsmeer vertreten, der renommierten internationalen Fachmesse für Blumen und Pflanzen in den Niederlanden. Ziel der Teilnahme war es, den Kontakt zu Anlieferern zu intensivieren und die internationale Bekanntheit der Versteigerung weiter auszubauen. Die Trade Fair Aalsmeer bringt jährlich mehr als

600 Aussteller und über 21.000 Besuchende aus aller Welt auf einer beeindruckenden Ausstellungsfläche von 26.000 Quadratmetern zusammen. Während der dreitägigen Messe haben die Vertreter*innen von Veiling Rhein-Maas die Gelegenheit für Gespräche mit bestehenden und potenziellen Partnern genutzt und konnten wertvolle neue Kontakte knüpfen.



Erfolgreiche African Week bei Veiling Rhein-Maas

Die erste African Week bei Veiling Rhein-Maas war ein voller Erfolg! Vom 6. bis 9. Oktober 2025 präsentierte das Unternehmen die beeindruckende Vielfalt afrikanischer Rosen und Sommerblumen der Mitgliedsbetriebe der beiden Muttergesellschaften Royal FloraHolland und Landgard. Die Ausstellung, die das Foyer von Veiling Rhein-Maas in Straelen-Herongen mit den Blumen der Anlieferer in ein farbenfrohes Blumenparadies verwandelte, stieß auf große Resonanz. Es wurden viele wertvolle Gespräche geführt und es gab einen intensiven Austausch zwischen Kundschaft, Anlieferern und den Mitarbeitenden der Versteigerung.



Innovationstag des Landgard-Gartenbaubedarfes

Am 6. November 2025 war es wieder so weit: Der Innovationstag des Landgard-Gartenbaubedarfes in Lüllingen ist in die sechste Runde gegangen. Unter dem Motto „Lösungen von morgen heute erleben. Von KI bis Kreislaufsystem“ erwarteten die Besuchenden spannende Einblicke in zukunftsweisende Technologien und praxisnahe Innovationen für den Gartenbau und darüber hinaus. Im Ergebnis war der Innovationstag eine Plattform für den fachlichen Austausch rund um intelligente Lösungen für den modernen Gartenbau.



Technik-Offensive in Bornheim-Roisdorf

Landgard treibt die Entwicklung am Obst & Gemüse-Standort Bornheim-Roisdorf konsequent voran und investiert in neue Technologien. Dazu hat Landgard in Bornheim-Roisdorf eine neue Wasserentleerungs-Anlage für Kernobst in Betrieb genommen, die die Leistungsfähigkeit des Standorts weiter steigert. Die Anlage arbeitet flexibel, effizient und besonders schonend. Denn durch die Entleerung in Wasser werden Druckstellen deutlich reduziert und die Produktqualität steigt. Die neue Anlage verfügt über drei verschiedene Packoptionen, die gleichzeitig genutzt werden können. Das in der Wasserentleerungs-Anlage genutzte Wasser wird durch integrierte Filter- und UV-Technik nachhaltig aufbereitet. Eine moderne Trocknung sorgt dafür, dass die Früchte sauber und trocken in die Weiterverarbeitung gelangen. Mit einer Kapazität von bis zu 60 Großkisten pro Stunde – das entspricht 18.000 Kilogramm – setzt die neue Anlage Maßstäbe.



Blumen als Stil-Statement der Wintersaison

Wenn Mode und Natur aufeinandertreffen, entstehen ganz besondere Stilmomente: Mit der Kooperation mit dem Modelabel LeGer by Lena Gercke hat das Team von „1000 gute Gründe“ in der Wintersaison Blumen und Pflanzen in ein neues, trendbewusstes Licht gerückt. Mode und Blumen passen dabei nicht nur im Hinblick auf Ästhetik perfekt zusammen. Vielmehr sind beide Ausdruck von Persönlichkeit und Lebensfreude. Gemeinsam mit LeGer by Lena Gercke zeigt „1000 gute Gründe“ in dieser Kooperation, dass Blumen und Mode zusammengehört – besonders in einer Jahreszeit, in der Farben, Wärme und Inspiration so wichtig sind.



„1000 gute Gründe“ bei der 1LIVE Krone

Mit kreativen Ideen und natürlich ganz viel Blumen und Pflanzen war das Team von „1000 gute Gründe“ auch 2025 wieder dabei, als die 1LIVE Krone, Deutschlands größter Music-Award, vergeben wurde. Beim großen Event im Bielefelder Loksuppen am 4. Dezember

sorgte das Team von „1000 gute Gründe“ dafür, dass die Preisverleihung nicht nur musikalisch, sondern auch floristisch ein Highlight wurde. Direkt beim Eintreffen der Gäste durften die Stars und Nominierten ihre Lieblingspflanze aus drei Vorschlägen auswählen. Zusätzlich signierten die prominenten Gäste exklusive 1LIVE Krone x 1000 gute Gründe-Pflanztöpfe, die im Anschluss über die Community der Initiative „1000 gute Gründe“ verlost werden. Die Flowerwall der Initiative war wieder ein beliebter Foto-Spot. Stars, Gäste und Gewinner*innen nutzten den blumigen Hintergrund fleißig für ihre Fotos und sorgten so für noch mehr Social-Media-Reichweite.





IV. GESCHÄFTSFELDER UND AUSGEWÄHLTE GESELLSCHAFTEN

IV.1 Geschäftsfeld Blumen & Pflanzen

Die gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen wirkten sich auch 2025 wieder hemmend auf das Geschäftsjahr von Landgard Blumen & Pflanzen aus. So waren die Rahmenbedingungen für die private Nachfrage nach Blumen und Pflanzen 2025 weiterhin durch die gestiegenen Lebenshaltungskosten der Haushalte geprägt. Von den privaten Konsumausgaben kamen im Jahr 2025 dennoch etwas stärkere positive Signale als im Vorjahr. Sie lagen preisbereinigt etwa 1,4 % über Vorjahr. Der Markt für Blumen, Zierpflanzen und Gehölze in Deutschland lag 2025 Schätzungen zufolge leicht unter Vorjahresniveau. Das Marktvolumen zu Einzelhandelspreisen erreichte gut 8,62 Mrd. EUR, was einem Rückgang gegenüber dem Vorjahr um etwa 1 % entspricht. Das Marktvolumen für Schnittblumen zeigte sich 2025 praktisch auf Vorjahresniveau. Für Zimmerpflanzen wurden fast 5 % weniger ausgegeben als im Vorjahr, was vor allem auf den Rückgang bei grünen Zimmerpflanzen zurückzuführen ist. Der Gartenpflanzenmarkt ist nach wie vor in Deutschland der Bereich mit dem größten Marktvolumen. Im Jahr 2025 wurde für Gartenpflanzen knapp 1 % weniger ausgegeben als im Vorjahr. Beim bedeutendsten Außenpflanzensegment, den Beet- und Balkonpflanzen, ging das Marktvolumen um knapp 2 % zurück, für Gehölze wurden rund 2 % mehr ausgegeben. Der Markt für Stauden sank zuletzt um 1 %.

Der Umsatz im Geschäftsfeld Blumen und Pflanzen lag 2025 1,0 % unter dem Vorjahresniveau und spiegelt damit die langfristige Marktentwicklung wider. Die beobachtete Entwicklung steht im Kontext weiterhin herausfordernder makroökonomischer Rahmenbedingungen, die maßgeblich durch ein erhöhtes Zinsniveau, geopolitische Spannungen sowie eine daraus resultierende Konsumzurückhaltung der privaten Haushalte beeinflusst werden. Die negativen Umsatzauswirkungen konnten in erster Linie durch Zuwächse bei der Versteigerung und dem Klokservice von Veiling

Rhein-Maas sowie aufgrund des erstmaligen Ganzjahreseffektes der Gesellschaft Landgard Fiori & Pianta S.r.l. nahezu kompensiert werden.

Um den früh absehbaren Umsatzrückgang im Geschäftsfeld Blumen & Pflanzen und darüber hinaus in der gesamten Landgard-Gruppe zumindest teilweise zu kompensieren, wurden auch im Jahr 2025 diverse Kostensenkungsmaßnahmen durchgeführt. Dazu gehörte die Schließung der Filiale des Gartenbaubedarfes in Neuss sowie die Umstrukturierung des Standortes Wiesmoor inkl. Personalkostenabbau.

Im Italiengeschäft mit Blumen und Pflanzen hatte sich Landgard 2024 noch leistungs- und zukunftsfähiger aufgestellt und dazu die unternehmerisch selbstständige Landgard Fiori & Pianta S.r.l. gegründet. Die neue Gesellschaft ist direkt vor Ort in Italien ansässig und hat 2025 ihre erste Saison komplett eigenständig erfolgreich absolviert.

Oberste Ziele der neuen Gesellschaft sind es, positive Signale für die italienische Produktion zu senden, den Zugriff auf hochwertige italienische Ware für den Standort Deutschland und für weitere europäische Absatzmärkte zu sichern und neue starke Mitgliedsbetriebe zu gewinnen und weiter zu entwickeln. Die Mitgliederzahl ist in 2025 gestiegen, was das wachsende Vertrauen in die neue Landgard-Einheit vor Ort widerspiegelt.

Trotz der insgesamt widrigen Rahmenbedingungen hat Landgard im Geschäftsfeld Blumen & Pflanzen auch 2025 verschiedene Themen und Projekte weiter vorangetrieben. Beispiele dafür sind etwa IT-Projekte wie die Ablösung des Ladungsträger-Verwaltungssystems und die Integration in SAP, die Weiterentwicklung des Webshops mylandgard.de sowie die Neuordnung der Ordertageserie mit nunmehr drei Terminen im Jahr.

Das Thema Nachhaltigkeit ist im Rahmen der unternehmensweiten Nachhaltigkeitsstrategie auch weiterhin eine wesentliche Säule unserer grünen Produkte, unserer Vermarktung und der Landgard-Gruppe insgesamt. Ergänzend zum bereits etablierten TrayC-System wurde



bei ausgewählten Fachhandelskunden das Mehrwegsystem EPT projektartig ausgeweitet. Die Nutzung eines Mehrwegsystems verhilft dabei zu weiteren Ressourcen-Einsparungen. Insbesondere vor dem Hintergrund der gesetzlichen Verpflichtung im Rahmen der europäischen Verpackungsverordnung, ab 2030 im intra- und interlogistischen Bereich ausschließlich Mehrwegverpackungen zu nutzen, konnten so bereits wertvolle Erfahrungen für eine mögliche Umstellung gesammelt werden. Alternative Umsetzungsmöglichkeiten der gesetzlichen Vorgaben werden derzeit zusätzlich evaluiert.

Landgard ist im März 2023 der Euro Plant Tray eG (EPT) beigetreten, um den weiteren Entwicklungsprozess hin zu einem branchenweiten Mehrwegtray-System aktiv mitzugestalten. Dabei bringt Landgard auch das bereits vorhandene Know-how aus der intensiven Beschäftigung mit dem Thema Mehrwegtray durch die Entwicklung der verschiedenen Floritray-Modelle mit ein. Im Jahr 2025 wurde erstmalig ein Kunde großflächig mit EPT-Trays durch Landgard beliefert.

Cash & Carry

Die Umsatz- und Geschäftsentwicklung der Cash & Carry-Märkte war im Verlauf des Jahres 2025 maßgeblich durch eine deutlich spürbare

Kaufzurückhaltung seitens der Kundschaft geprägt. Auch zum Teil günstige Witterungsbedingungen konnten diesem Trend nicht stoppen.

Im gesamten Jahresverlauf konnten die in der Planung verarbeiteten Umsätze nicht erreicht werden. Auch das für die Vermarktung von Blumen und Pflanzenerwartungen maßgeblich relevante Q2/2025 blieb deutlich hinter den Erwartungen zurück, so dass sowohl der geplante Umsatz als auch der resultierende Ertrag im gesamten Jahresverlauf nicht erreicht werden konnten.

Insgesamt betrachtet haben die Cash & Carry-Märkte demzufolge das Jahr 2025 in Bezug auf das EBITDA zwar positiv, aber unter Plan und Vorjahr abgeschlossen.

Deko & Floristikbedarf

Im Landgard Deko & Floristikbedarf war das Jahr 2025 im Wesentlichen durch die gleichen Faktoren beeinträchtigt wie das stationäre Geschäft im Field Cash & Carry. Hierzu zählt vor allem die ausgeprägte Kaufzurückhaltung seitens der Kundschaft.

Insgesamt konnte der Deko & Floristikbedarf die für 2025 gesteckten Ziele nicht erreichen.

Veiling Rhein-Maas

Veiling Rhein-Maas hat im Jahr 2025 einen Produktumsatz von 424 Mio. Euro erzielt und lag damit leicht über dem hohen Niveau der beiden Vorjahre. Nach einem eher verhaltenen ersten Halbjahr mit schwierigen Rahmenbedingungen war das zweite Halbjahr durch ein größeres Warenangebot, eine hohe Nachfrage und gute Durchschnittspreise geprägt. Das hat dem Geschäftsverlauf bei Veiling Rhein-Maas positive Impulse verliehen.

Fast alle Kund*innen von Veiling Rhein-Maas nutzen weiterhin die physische Uhr, um an der Versteigerung teilzunehmen – regelmäßig direkt vor Ort oder zu mehr als 50 Prozent in Kombination mit den digitalen Möglichkeiten Fernkauf, Uhrvorverkauf und Webshop. Damit ist der Versteigerungssaal in Straelen-Heronen mit seinen mehreren Hundert Tribünenplätzen weiterhin das Herzstück des Marktplatzes.

2025 stand die kontinuierliche Weiterentwicklung von Veiling Rhein-Maas inklusive der verschiedenen Vermarktungskanäle sowie der gesamten Infrastruktur am Standort Straelen-Heronen im Fokus. Neben dem weiteren Ausbau des Standorts werden auch zukünftig die Mitarbeitenden und ihr Know-how sowie Ware und Warenverfügbarkeit eine entscheidende Rolle spielen. Diese Aspekte finden sich auch in der strategischen Zehn-Jahres-Planung mit dem Titel „Projekt 2035“ wieder, die zusammen mit den beiden Muttergesellschaften Royal FloraHolland und Landgard erarbeitet wurde. Dank der bereits erfolgten Weiterentwicklungen am Standort und bei einzelnen Vermarktungskanälen ist das Potenzial des Marktplatzes weiter gewachsen.

Veiling Rhein-Maas hofft, dass dieses Potenzial durch insgesamt günstigere Rahmenbedingungen im Jahr 2026 noch besser zum Tragen kommt.

Bloomways

Bloomways blickt auf 2025 als sehr volatiles Geschäftsjahr zurück. Zunächst konnten die

Umsätze bis Muttertag deutlich gesteigert werden, was auch auf die Erschließung neuer Kundengruppen im Retail zurückzuführen ist. Schwache Sommermonate auf einem niedrigen Preisniveau ließen allerdings den Umsatzzuwachs bis Jahresende auf ein leichtes Umsatzplus abschmelzen. Vertriebsseitig setzte Bloomways weiterhin auf eine Kombination aus Cash & Carry-Geschäft, Direktvertrieb, Fahrverkauf und Online-Handel. Der Schwerpunkt der Vertriebsaktivitäten lag dabei im Flächengeschäft, wo auch der Großteil der Umsätze erzielt wurde. Das Standortportfolio wurde in 2025 um zwei Standorte in Regensburg und Siegen bereinigt. Die Immobilie in Regensburg wurde in diesem Zuge gewinnbringend veräußert. Darüber hinaus wurde ein neuer Cash & Carry-Markt am Landgard-Standort in Erfurt eröffnet.

Gartenbaubedarf

In einem für die Branche sehr herausfordernden Jahr hat der Landgard-Gartenbaubedarf an den vier Standorten einen Umsatz von 9,84 Mio. Euro erzielt.

Der Gartenbaubedarfs-Standort in Neuss wurde Ende Oktober 2025 geschlossen. Den Erzeuger*innen wurde ein Servicepaket angeboten. In diesem Zusammenhang werden sie über die Zentrale in Lüllingen betreut.

Im Zuge der Umstrukturierung am Standort Wiesmoor ist seit Frühjahr 2025 an zwei Tagen pro Woche ein Außendienst unterwegs. Dadurch ist der Gartenbaubedarf noch näher bei den Betrieben vor Ort.

Das Kreislaufsystem TrayC wurde weiter ausgebaut. In 2025 produzierten vier Hersteller TrayC-Paletten in Lizenz mit über 31 Mio. verkauften Stück. Landgard hat bisher bereits über 4.000 Tonnen TrayC aus Polystyrol über die Recyclingstation in Lüllingen bei Landgard-Kund*innen, den eigenen Cash & Carry-Märkten und bei Erzeuger*innen gesammelt und diesen wichtigen Wertstoff dadurch im Kreislauf gehalten. Der Verarbeiter des Recyclingmaterials garantiert, dass aus diesem Material wieder Trays hergestellt werden.

Die Umstellung von fossilen Brennstoffen auf erneuerbare Energien stellt für viele Erzeuger*innen eine große Herausforderung dar. Der Gartenbaubedarf unterstützt die Landgard-Erzeuger*innen durch Vermittlung von kompetenten Beratern, die individuell zugeschnittene Lösungen erarbeiten. Aktuell erhalten die Betriebe hohe staatliche Förderungen.

Vertrieb

Überall dort, wo langfristige Mengenzusagen und Planungen mit Kunden Grundlage für das Geschäft sind, war die Volatilität der Landgard-Vertriebsumsätze auf Grund von Konsumentenstimmung und Wetterlage nicht so stark ausgeprägt. Im sogenannten „Tagesgeschäft“, also dem kurzfristigen Verkauf von Blumen und Pflanzen, hingegen schon. So ist z. B. der Fachhandelsvertrieb, der durch kurzfristiges Geschäft geprägt ist, aber auch der Vertrieb Baumärkte mit einem guten Januar sowie Februar in das Jahr gestartet. Der März blieb unter den Erwartungen, gefolgt von einem guten April. Leider ist dann insbesondere in der zweiten Mai-Hälfte der Umsatz zu schnell zurückgegangen und dies hat sich in einem sehr warmen Juni so fortgesetzt. In Summe war es dann so, dass das wichtige erste Halbjahr somit unter den Erwartungen geblieben ist. Die zweite Jahreshälfte ist den Erwartungen gemäß verlaufen.

Im Bereich Retail ist der Umsatz 2025 gegenüber dem Vorjahr leicht um 2,7 % gesunken und liegt damit knapp über Plan. Die Geschäftsentwicklung war auch im Ergebnisvergleich auf stabilem Vorjahrs-Niveau, jedoch insgesamt vom starken Margendruck und hoher Wettbewerbs-Konzentration gekennzeichnet.

Messen und Veranstaltungen

2025 hat sich das Geschäftsfeld Blumen & Pflanzen wieder mit umfangreichen Messeaktivitäten auf wichtigen Branchenveranstaltungen präsentiert.

Den Auftakt markierte am 14. Januar 2025 der Kunden- und Anlieferertag von Veiling Rhein-Maas. Im Mittelpunkt der Veranstaltung im vollbesetzten Versteigerungssaal in Herongen

stand die Premiere der Wahlen der „Kunden und Anlieferer des Jahres 2025“. Mit diesen Auszeichnungen wurden wertvolle Beiträge von Kunden und Anlieferern zum Thema Nachhaltigkeit honoriert. Das Grußwort zur Veranstaltung hielt die ZVG-Präsidentin Eva Kähler-Theuerkauf.

Schon die ersten Messtage der Grünen Woche vom 17. bis 26. Januar 2025 haben gezeigt: Die Blumenhalle unter dem Motto „Blütenkiez Berlin“ war auch 2025 wieder der absolute Publikumsmagnet auf der Messe. Besonders bei den Berliner*innen und in den Hauptstadtmedien kam der grüne Kiez richtig gut an. Auf über 3.000 Quadratmetern erwartet die Messebesucher*innen aus aller Welt in der Blumenhalle eine bunte Mischung aus floralen Highlights, Streetart und kreativen Aktionen, die direkt zum Staunen und Mitmachen einladen. Der „Blütenkiez Berlin“ zog mit meterhohen Bäumen, 1.250 Quadratmetern Beetfläche, einem 50 Meter langen Bachlauf und der beeindruckenden Frühlingsbrücke alle Blicke auf sich. Gestaltet und konzipiert wurde die Blumenhalle wieder von Landgard und der Initiative „1000 gute Gründe“.

Produktneuheiten und ein spannendes Sortiment für die kommende Frühlingssaison erwarteten unsere Kundschaft dann bei den hybriden Landgard-Frühjahrs-Ordertagen vom 27.01.2025 bis 31.01.2025 im Rahmen der IPM in ESSEN. Die Ordertage markierten als erstes großes Branchen-Event des noch jungen Jahres wieder den Start in die Frühjahrssaison. Flankierend zur Bestellung vor Ort in Essen konnte die Kundschaft der Grünen Branche auch die digitale Ordermöglichkeit im Webshop [orderstage.mylandgard.de](https://www.orderstage.mylandgard.de) nutzen. Das Fazit nach der Premiere in Essen fiel durchweg positiv aus – zudem wurden weitere Optimierungspotenziale erkannt.

Der Landgard-Messestand auf der IPM ESSEN war in einen rosaroten Blütenregen getaucht und stand ganz im Zeichen des Trends „Beloved Fluffiness“ aus dem Trendbook 2024/25. Die florale Umsetzung des außergewöhnlichen



Farbkonzept kam bei den Messebesucher*innen extrem gut an und war eines der am häufigsten fotografierten Motive der Internationalen Pflanzenmesse.

Bei der Myplant & Garden präsentierte sich Landgard in Mailand vom 19. bis 21. Februar 2025 mit dem gesamten Spektrum des europäischen Gartenbaus. An allen drei Messetagen war der gemeinsame Stand von Landgard Fiori e Pianta s.r.l., dem langjährigen Partner Floricoltura Chiara Mario, dem Landgard-Fachhandel und Salomo n.v. gut besuchter Anlaufpunkt in Halle 12.

Veiling Rhein-Maas hat sich im Februar 2025 erfolgreich bei zwei Messen in den Niederlanden präsentiert. Zuerst bei der Vaktentoonstelling in Zwaagdijk, einer Fachausstellung für Tulpen und andere Zwiebelblumen wie z. B. Gladiolen. Kurz darauf folgte der Messeauftritt bei der HortiContact in Gorinchem, einer Fachausstellung für Technikprodukte für die Grüne Branche.

Vom 4. bis 6. November hat sich Veiling Rhein-Maas auf der Trade Fair in Aalsmeer präsentiert, einer der führenden Messen der Grünen

Branche. Mehr als 600 Aussteller haben in Aalsmeer den rund 21.000 Besuchenden aus aller Welt ihre neuesten Innovationen präsentiert. Während der Messe hat Veiling Rhein-Maas die Gelegenheit für Gespräche mit bestehenden und potenziellen Partnern genutzt und konnte wertvolle neue Kontakte knüpfen.

Unter der Überschrift „Lösungen von morgen heute erleben. Von KI bis Kreislaufsystem“ hat der Landgard-Gartenbaubedarf am 6. November 2025 in Lüllingen den sechsten Innovationstag durchgeführt. Die Besuchenden erwarteten spannende Einblicke in zukunftsweisende Technologien und praxisnahe Innovationen für den Gartenbau und darüber hinaus. Dazu waren wieder zahlreiche Unternehmen als Ausstellende auf dem Innovationstag vertreten, die ihre Produktinnovationen vorstellten.

Zum Abschluss des Messejahres von Landgard Blumen & Pflanzen hat Landgard auf der Winteredition der Landgard-Ordertage in Wiesmoor vom 3. November bis 12. Dezember 2025 das gesamte Landgard-Sortiment rund um Baumschulware sowie Neu- und Besonder-



heiten an einem Ort versammelt. Die präsentierten Sortimente stammten aus Anbaugebieten wie dem Ammerland, Wiesmoor, Schleswig-Holstein, dem Münsterland sowie den Baumschulregionen der Niederlande und Italiens.

Abgerundet wurde das Messejahr 2025 für das Geschäftsfeld Blumen & Pflanzen durch zahlreiche Auftritte bei Hausmessen verschiedener Kund*innen.

IV.2 Geschäftsfeld Obst & Gemüse

Das Jahr 2025 wurde im Geschäftsfeld Obst & Gemüse wie schon die Vorjahre durch anspruchsvolle Rahmenbedingungen geprägt. Neben ungünstigen Wetterbedingungen sind hier vor allem die Auswirkungen der über das gesamte Jahr weiter andauernden Kriege in der Ukraine und im Nahen Osten zu nennen. Diese äußern sich in einer nach wie vor erhöhten Inflation, einem damit einhergehend konstant hohen Niveau der Energie- und Rohstoffpreise sowie negativen Auswirkungen auf die gesamte Supply Chain in Bezug auf Warenverfügbarkeit und Logistik. Dies bedeutet konkret

massive Auswirkungen auf den Transportbereich aufgrund der Erhöhung der gesetzlichen CO₂-Bepreisung sowie nach wie vor hohe Preise für Diesel, Transportverpackungen und Kunststoffe.

Die genannten Faktoren haben einen wesentlichen Einfluss auf das Konsumverhalten der Verbraucher*innen. Es ist wahrnehmbar, dass Ausgaben auch im Jahr 2025 in den Bereichen Obst und Gemüse gegenüber dem direkten Vorjahr wieder leicht gestiegen sind. Allerdings ist auch weiterhin eine deutliche Preissensibilität der Konsumenten erkennbar.

Den höheren Fokus auf preissensitive Absatzkanäle und Produktgruppen zeigen auch die gesamthaften Marktentwicklungen für Obst und Gemüse. Sowohl die Ausgaben- als auch die Mengenanteile für Discounter stiegen von einem ohnehin bereits hohen Niveau aus weiter an. Sie bilden in beiden Clustern mehr als 50 % des Mengenvolumens ab – mit zunehmender Tendenz in den letzten Jahren. Die Discounter festigen damit ihre Position als relevanteste Einkaufsstätte privater Konsument*innen für Obst und Gemüse, auch aufgrund des Anstiegs

der Durchschnittspreise in etwa auf Inflationsniveau. Private Verbraucher*innen gaben, auch bedingt durch die Teuerungsrate, für frisches Obst und Gemüse in Deutschland 2025 mit 22,2 Mrd. Euro erneut mehr aus als in den Vorjahren.

Vor dem Hintergrund der beschriebenen gesamtwirtschaftlichen Situation, den herausfordernden Witterungsbedingungen und dem unverändert hohen Margendruck aufgrund der kund*innenseitigen Oligopool-Struktur, war das Jahr 2025 für das Geschäftsfeld Obst & Gemüse bei Landgard sehr herausfordernd. Der Fokus von Landgard Obst & Gemüse lag daher auf der Optimierung von Prozessen mit dem Ziel, die Marge zu steigern. Unter anderem wurde in diesem Zusammenhang das Geschäftsmodell am Standort Rade signifikant angepasst. Dies erlaubt effizientere Prozessabläufe und Geschäftsprozesse. Zudem wurden Dienstleistungsprozesse effizienter gestaltet sowie die ERP-Landschaft im Geschäftsfeld weiter harmonisiert und optimiert.

Die unkonsolidierten Umsatzerlöse der gesamten Sparte Obst & Gemüse in Höhe von 0,6 Mrd. EUR verfehlen in 2025 das Vorjahr um 0,07 Mrd. EUR. Diese Entwicklung wird vorwiegend durch Bereinigungseffekte in der Gesellschaftsstruktur beeinflusst. Grundsätzlich lag auch im Jahr 2025 der Fokus auf der Vermarktung von Produkten der zur Genossenschaft gehörigen Mitgliedsbetriebe sowie auf der Erbringung von produktbezogenen Dienstleistungen. Fremdproduzierte Ware wird dann hinzugezogen, wenn es im Sinne der ganzjährigen Warenversorgung notwendig ist. Neben der Vermarktung wurde auch weiterhin der Ausbau der nationalen und internationalen Erzeuger*innenstrukturen weiter fortgesetzt. Dabei ist das vordergründige Ziel die Stärkung des ersthändigen Warenbezugs in den relevanten Anbauregionen, um bestmöglich auf derzeitige und zukünftige Kund*innen- und Marktanforderungen reagieren zu können.

Auf Ebene der Einzelgesellschaften verzeichnete die Landgard Süd Obst & Gemüse GmbH trotz der nicht optimalen Wetterbedingungen in den relevanten Anbauregionen eine weiter

positive Entwicklung. Vermarktet wurden hier vor allem Artikel aus den Produktkategorien Fruchtgemüse, Beerenobst und Steinobst. Ein besonderer Umsatztreiber war die Vermarktung von Waren aus spanischer, deutscher, türkischer und marokkanischer Produktion. Diese Maßnahmen hatten maßgeblichen Anteil an einem deutlich positiven EBITDA, wenngleich es das Vorjahresniveau um 0,09 Mio. EUR verfehlt.

Nach dem von Restrukturierungen geprägten Vorjahr stand im Jahr 2025 für die Landgard West Obst & Gemüse GmbH mit den Standorten Roisdorf und Herongen die konsequente Weiterentwicklung und Optimierung bestehender Prozesse an. Das abgekühlte Konsumklima sowie der gegenwärtige Kostendruck belasten den Rohertrag. Dennoch resultiert die operative Rohertragsmarge nur marginal unter dem Vorjahresniveau.

Die Landgard Nord Obst & Gemüse GmbH zeigte weiterhin eine überaus positive Geschäftsentwicklung, die vor allem auf das Dienstleistungsgeschäft zurückzuführen ist. Trotz geringer Marktpreise für Kohlgemüse konnte das generierte EBITDA deutlich um 2,8 Mio. EUR gegenüber dem Vorjahr gesteigert werden.

Das Thema Nachhaltigkeit war auch im Jahr 2025 ein wesentlicher Bestandteil der Ausrichtung von Landgard Obst & Gemüse. Die neuen und wissenschaftlich fundierten Klimaschutzziele von Landgard Obst & Gemüse wurden von der Science-Based-Targets Initiative (SBTi) geprüft und nach internationalen Standards offiziell bestätigt. Landgard möchte mit diesen Klimaschutzzielen die Treibhausgasemissionen entlang der globalen Lieferketten für frisches Obst und Gemüse nachhaltig minimieren und so einen Beitrag zur Erreichung der Ziele des Pariser Klimaabkommens mit einer maximalen Erderwärmung von 1,5°C leisten. Darüber hinaus erfüllt Landgard mit diesen Klimaschutzzielen auch konkrete Kundenanforderungen, denen Landgard nachkommt, um für diese Kund*innen langfristig lieferfähig zu bleiben. Im Jahr 2026 werden diese Klimaschutzziele durch das Commitment der Landgard eG bei

der SBTi auf Konzernebene ausgeweitet. Landgard Obst & Gemüse leistet damit als eine wesentliche operative Einheit der Landgard eG einen fundamentalen Beitrag zu einer konzernübergreifenden, einheitlichen Nachhaltigkeitsstrategie.

Im Bereich Nachhaltigkeit sind für Landgard Obst & Gemüse darüber hinaus auch die Punkte Müllvermeidung und nachhaltige Verpackungen von besonderer Bedeutung, da auch diese Bereiche von Preissteigerungen betroffen sind und der ökologische Fußabdruck von Landgard als nachhaltige und moderne vermarktende Erzeugergenossenschaft weiterhin reduziert werden soll. So kann auch hier kontinuierlich ein weiterer Beitrag zur Optimierung der Umweltbilanz geleistet werden und darüber hinaus können gesetzliche Anforderungen, die sich unter anderem durch die europäische Verpackungsverordnung (PPWR) ergeben, erfüllt werden.

Aufgrund weiterer gesetzlicher Vorgaben, die teilweise ab 2026 umgesetzt werden müssen, hat sich Landgard Obst & Gemüse in 2025 bereits umfassend mit den Anforderungen der Entwaldungsverordnung EUDR oder auch der EmpCo-Richtlinie befasst. Im Gegensatz zu der Schwester Landgard Blumen & Pflanzen fällt Landgard Obst & Gemüse nach jetzigem Stand nicht in den Anwendungsbereich der EUDR. Die Kennzeichnungspflicht im Rahmen der PPWR und die Nachhaltigkeitskommunikation im Rahmen der EmpCo-Richtlinie werden aktuell angepasst, damit die gesetzlichen und kundenspezifischen Anforderungen auch künftig vollumfänglich erfüllt werden können.

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

Im Geschäftsjahr 2025 lag der Fokus der Marketingaktivitäten im Bereich Obst & Gemüse auf den Verkaufskonzepten „IssSo“ sowie dem neu entwickelten Konzept „Anders Perfekt“.

Ergänzt wurden diese durch die Vermarktung der Clubsorten „Evelina“, „Xenia“ und „Bloss“.

Zentrale Impulsgeber waren die Messeauftritte auf der Fruit Logistica, der BioFach sowie der Fruit Attraction, bei denen Landgard eine Vielzahl innovativer Produkte und Sortimentskonzepte präsentierte. Im Fokus standen kreative Vermarktungsideen, neue Markenansätze sowie die Weiterentwicklung bestehender Konzepte. Zudem wurde gezeigt, wie durch gezielte Anpassungen – beispielsweise bei der Vermarktung von Brokkoli-Röschen ohne Strunk – sowohl Mehrwert für Verbraucher*innen als auch eine Reduzierung von Lebensmittelverlusten erreicht werden kann.

Mit den Verkaufskonzepten „IssSo“ und „Anders Perfekt“ wurde der Fokus konsequent auf Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung gelegt. Während „IssSo“ bereits erfolgreich im Markt etabliert ist, wurde „Anders Perfekt“ gezielt für einen Kunden entwickelt, um Obst und Gemüse außerhalb der Norm stärker in Wert zu setzen und aktiv zur Reduzierung von Lebensmittelverschwendung beizutragen. Ergänzend zeigen neue Produktideen und Vermarktungsansätze, wie nicht normgerechte Ware erfolgreich in den Handel integriert werden kann.

Die Clubsorten „Evelina“, „Xenia“ und „Bloss“ wurden im Berichtsjahr weiter im Markt positioniert und ausgebaut. Sie stehen für qualitativ hochwertige, differenzierte Angebote im Kernobstsegment und leisten einen wichtigen Beitrag zur Profilierung im Lebensmitteleinzelhandel.

Ein besonderes Highlight war zudem eine groß angelegte Kundenveranstaltung im September 2025, bei der der direkte Austausch zwischen Erzeugerinnen und Erzeugern sowie den Mitarbeitenden des Kunden im Mittelpunkt stand. Dabei wurde praxisnahes Wissen zum Anbau, zu Produkten und Qualitätsmerkmalen aus erster Hand vermittelt und so die Beratungskompetenz im Handel gezielt gestärkt.

IV.3 Geschäftsfeld Logistik

Im Geschäftsfeld Logistik konnte die Tochtergesellschaft Fresh Logistics System GmbH (FLS) das Umsatzniveau von 2024 steigern. Ihr Umsatz stieg 2025 vor Konsolidierung um 4,5 Mio. EUR gegenüber dem Vorjahr auf 89,0 Mio. EUR. Der Umsatzanstieg der FLS ist insbesondere Folge der erfolgreichen Umsetzung eines Kundenprojektes und weitere Drittgeschäfte im Transportbereich (siehe VI.4).

IV.4 Geschäftsfeld Service

Zentrale Beschaffung

Im Jahr 2025 hat die Zentrale Beschaffung eine Vielzahl von Projekten erfolgreich umgesetzt, die maßgeblich zur weiteren Optimierung der Kostenstruktur sowie zur Steigerung von Effizienz und Nachhaltigkeit beigetragen haben. Neben zahlreichen kleineren und mittleren Maßnahmen standen insbesondere drei strategisch relevante Großprojekte im Fokus.

Ein zentrales Projekt im Bereich Energie und Infrastruktur war die Ausschreibung für den digitalen Messstellenbetrieb an allen Landgard-Standorten. Ziel war die Neugestaltung eines zukunftsfähigen Messstellenkonzeptes sowie die schrittweise Umrüstung auf digitale Zähler im Sinne eines modernen Smart Metering. Durch eine gezielte Ausschreibung und strukturierte Verhandlungsführung konnte ein Einsparpotenzial von 18,8 % realisiert werden. Gleichzeitig schafft die neue Lösung die Grundlage für mehr Transparenz im Energieverbrauch sowie für weiterführende Optimierungsmaßnahmen.

Ein weiteres bedeutendes Projekt stellte die Neuausschreibung der Druckerflotte im Rahmen eines Managed-Printing-Ansatzes dar. Durch eine konsequente Marktansprache, gezielte Nachverhandlungen sowie die Optimierung der Gerätestruktur konnte ein Einspareffekt von 11,8 % erzielt werden. Ergänzend hierzu trägt der Einsatz energieeffizienter Ge-

räte sowie neuer Funktionalitäten zur Reduzierung des Ressourcenverbrauchs und zur Verbesserung der Anwenderfreundlichkeit bei.

Als drittes Großprojekt wurden die bestehenden Mobilfunkbedingungen umfassend neu verhandelt und in diesem Zuge ein Anbieterwechsel umgesetzt. Durch die Neustrukturierung der Verträge profitieren die Mitarbeitenden sowohl im beruflichen als auch im privaten Umfeld von einem deutlich verbesserten Preis-Leistungs-Verhältnis. Gleichzeitig konnte ein Einsparpotenzial von über 20 % realisiert werden.

Durch diese und weitere Maßnahmen konnte die Zentrale Beschaffung im Jahr 2025 erneut signifikante Einsparungen erzielen und gleichzeitig die Qualität sowie Zukunftsfähigkeit der eingesetzten Lösungen nachhaltig verbessern.

Marketing / Unternehmenskommunikation / Marktforschung

Die Arbeit im Bereich Marketing ist im Januar und Februar 2025 wieder mit den Leitmesse der beiden Geschäftsfelder gestartet. Die Grüne Woche in Berlin mit der Blumenhalle, die Internationale Pflanzenmesse IPM in Essen sowie die Fruit Logistica in Berlin und die Biofach in Nürnberg boten wieder die Möglichkeit, die entwickelten Projekte und Konzepte dem Handel sowie den Erzeugerbetrieben zu präsentieren. Darüber hinaus konnte auch wieder die Mission der Initiative „1.000 gute Gründe“ an eine Vielzahl an Besucherinnen und Besucher transportiert werden. Der Landgard-Messestand auf der IPM ESSEN war in einen rosaroten Blütenregen getaucht und stand ganz im Zeichen des Trends „Beloved Fluffiness“ aus dem Trendbook 2024/25. Die florale Umsetzung des außergewöhnlichen Farbkonzeptes kam bei den Messebesucher*innen extrem gut an und war eines der am häufigsten fotografierten Motive der Internationalen Pflanzenmesse. Darüber hinaus fand bei der IPM erstmals parallel die Frühjahrsedition der Landgard-Ordertage statt. Im Oktober wurde in enger Zusammenarbeit mit dem Standort Achern

der Messeauftritt auf der Fruit Attraction in Madrid vorbereitet und begleitet.

In der Unternehmenskommunikation ist 2025 ein umfangreiches Projekt neu hinzugekommen: die kommunikative Begleitung des Zukunftsprogramms NOVA. Neben regelmäßigen Veröffentlichungen zu einzelnen NOVA-Projekten im Intranet sowie in weiteren Landgard-Medien initiierte die Unternehmenskommunikation maßgeblich die Durchführung von Town Hall Meetings zu NOVA. In diesem Rahmen informieren der Vorstand und weitere Projektverantwortliche die Mitarbeitenden über den Fortschritt und zentrale Inhalte einzelner Projekte. Insgesamt fanden im Jahr 2025 drei Town Hall Meetings statt, die inhaltlich von der Unternehmenskommunikation vorbereitet und gemeinsam mit der IT umgesetzt wurden. Nach der rein digitalen Premiere direkt im Anschluss an die Vertreterversammlung im Juni wurden die beiden folgenden Veranstaltungen als hybride Formate durchgeführt – vor Ort in der ehemaligen Obst- und Gemüse-Versteigerung in Bornheim-Roisdorf bzw. in der Versteigerung von Veiling Rhein-Maas in Straelen-Herongen und parallel per Live-Stream über Microsoft Teams. Die Town Hall Meetings stellen eine wichtige und zeitgemäße Weiterentwicklung der internen Kommunikation bei Landgard dar.

Zu Jahresbeginn 2025 lag ein besonderer Schwerpunkt auf der kommunikativen Begleitung der zahlreichen Messeauftritte. Dies umfasste ausführliche Berichterstattungen zu den präsentierten Themen, die Vorstellung der teilnehmenden Betriebe (unter anderem im Rahmen der IPM und der Ordertage), die Aufbereitung aktueller Branchenthemen sowie zahlreiche Gespräche mit Vertreter*innen der Fachpresse. Darüber hinaus nutzte die Unternehmenskommunikation die Messen gezielt, um Hintergrundgespräche und Interviews mit Fachleuten von Landgard in den Medien zu platzieren.

Im Rahmen der regelmäßigen Kommunikation mit Mitarbeitenden und Mitgliedsbetrieben

wurden zwei Ausgaben des Magazins „Blattgrün“ veröffentlicht. Ergänzt wurde dies durch eine regelmäßige Berichterstattung im gleichnamigen Blog sowie im Erzeugernewsletter „Blattgrün aktuell“. Das im Jahr 2022 entwickelte „Inside“-Konzept für „Blattgrün“ wurde auch 2025 konsequent weitergeführt. Ziel ist es, durch gezielte Beiträge das Know-how und die Leistungen einzelner Einheiten und Personen transparent zu vermitteln. Dabei setzt die Redaktion verstärkt auf journalistische Formate wie Interviews und Reportagen, um Inhalte möglichst nah an den handelnden Personen, Bereichen und Betrieben zu vermitteln.

Auch 2025 war die Unternehmenskommunikation eng in die Vorbereitung und Durchführung der Vertreterversammlung in der Messe Essen einschließlich des Begleitprogramms eingebunden. Im Anschluss daran fand mit „Landgard im Dialog“ die jährliche Pressekonferenz zur Geschäftsentwicklung in der Messe Essen statt. Darüber hinaus wurde der Geschäftsbericht der Landgard-Gruppe durch die Unternehmenskommunikation erstellt und sowohl als PDF als auch in digitaler Form veröffentlicht.

Über das gesamte Jahr hinweg bearbeitet die Unternehmenskommunikation Presseanfragen aus den Bereichen TV, Radio, Print und Online. Jede Anfrage wird dabei individuell im Hinblick auf ihren Nutzen für Landgard bewertet. Zusätzlich verantwortete die Unternehmenskommunikation auch im Jahr 2025 die Pressearbeit sowie weitere interne und externe Kommunikationsmaßnahmen für Veiling Rhein-Maas.

Im digitalen Bereich betreut die Unternehmenskommunikation verschiedene Unternehmenswebseiten redaktionell über die jeweiligen Content-Management-Systeme. Im März 2025 wurde mit CONNECT das neue Landgard-Intranet eingeführt. Als zentraler Baustein der internen Kommunikation hat sich CONNECT seitdem für viele Mitarbeitende als wichtige Informationsplattform etabliert. Ob Unternehmensnachrichten, Abteilungsupdates oder praxisrelevante Inhalte für den Arbeitsalltag – CONNECT fördert den Austausch, stärkt die

Transparenz und rückt die Mitarbeitenden näher zusammen. In ihrer Funktion als Chefredaktion ist die Unternehmenskommunikation maßgeblich für die laufende inhaltliche Pflege verantwortlich und veröffentlicht regelmäßig Beiträge sowohl auf der eigenen CONNECT-Seite als auch in enger Abstimmung mit den jeweiligen Fachbereichen auf weiteren Seiten innerhalb des Intranets.

Die Social-Media-Aktivitäten von Landgard wurden im Jahr 2025 weiter ausgebaut. Im Fokus standen dabei besonders das Business-Netzwerk LinkedIn und die Plattform Instagram. Parallel dazu wurde die Zusammenarbeit mit den Einheiten Fachhandel, Bloomways und Wiesmoor im Hinblick auf deren eigene Social-Media-Präsenzen fortgeführt. Die übergeordneten Zielsetzungen aller Social-Media-Aktivitäten innerhalb der Landgard-Gruppe sind die Stärkung des Unternehmensimages, die Gewinnung neuer Kundinnen und Kunden sowie die Steigerung der Arbeitgeberattraktivität.

Im Marketing wurde 2025 die Lizenzkooperation „Biene Maja“ mit weiteren Sortimenten fortgesetzt. Die Produkte wurden parallel auch flächendeckend in den Cash & Carry-Märkten angeboten.

Für den Bereich Cash & Carry wurde die Kampagne, die die Stärken der Cash & Carry-Märkte mit dem Dreiklang HIN & WEG, HIER & JETZT, HERZ & WISSEN gezielt in den Fokus rückt, weiterentwickelt. Dabei steht HIN & WEG für das breite Sortiment an allen Standorten. Dass sich die bundesweite Verteilung der Märkte und ein regionaler Fokus nicht ausschließen, betont HIER & JETZT. Die Blumen und Pflanzen werden von den Mitarbeitenden in den Märkten mit viel Herzblut, Know-how und einer intensiven fachlichen Beratung vermarktet – das sind HERZ & WISSEN für die Kundschaft der Märkte.

Aus den Ergebnissen der durchgeführten Werbeanalyse für den Bereich Cash & Carry hat das Marketing weitere digitale Maßnahmen abgeleitet. Dazu gehört etwa, dass die Werbeflyer der Cash & Carry-Märkte in Form von marktspezifischen E-Mail-Newslettern nur noch

elektronisch an die Kundschaft verschickt werden. Darüber hinaus hat das Marketing 2025 die Einführung von WhatsApp als weiterem digitalen Kommunikationskanal für die Cash & Carry-Märkte erfolgreich umgesetzt und etabliert.

Ergänzend zu den großen Handelsmessen hat das Marketing auch 2025 wieder zahlreiche Auftritte auf Kundenmessen ausgerichtet. Dort wurden die Landgard-Sortimente kundengerecht zur Order präsentiert. Beispiele dieser Kundenmessen sind die Sagaflor Messe, WOT Hagebau, BauVista, Intercoop EDEKA Messe und EGN Egesa.

Darüber hinaus ist das Marketing eng in die Aktivitäten rund um das neue Format „Blumenwerk“ eingebunden, das 2025 erstmals im Markt vorgestellt wurde. Mit „Blumenwerk“ hat Landgard ein Format erarbeitet, mit dem auf die Veränderungen im Fachhandel reagiert wird und im Kern handgebundene Sträuße systemisch anbietet.

Im Marketing für den Bereich Obst & Gemüse lag der Fokus der Aktivitäten auf den Clubsorten „Evelina“, „Xenia“ und „Bloss“ sowie den On-Pack-Aktionen mit „Just Spices“. Im September 2025 hat das Marketing für den Bereich Obst & Gemüse wieder die REWE-Veranstaltung „Ein Tag auf dem Lande“ mit organisiert und ausgerichtet. Dabei wurden die Mitarbeitenden von REWE aus erster Hand über die Produkte der Erzeugergenossenschaft Landgard informiert. Als einer der Partner der Veranstaltung war Landgard mit zahlreichen Erzeuger*innen, Landgard-Fachleuten und Auszubildenden vor Ort, um den rund 800 Teilnehmenden zwei informative, praxisbezogene und unterhaltsame Tage zu bieten.

Die Initiative „1000 gute Gründe“ hat 2025 ihr zehnjähriges Jubiläum gefeiert. Seit ihrem Start bei der IPM 2015 begeistert die generische Initiative mit echtem Enthusiasmus besonders junge Menschen für Blumen, Pflanzen, Obst und Gemüse. Bei der Flower Hour auf der IPM 2025 fiel der offizielle Startschuss für das „1000 gute Gründe“-Geburtsjahrsjahr unter dem Motto „10 Jahre einzigartig wie Ihr“. Was in

diesen zehn Jahren erreicht wurde, macht deutlich, wie viel Leidenschaft, Kreativität und Zusammenarbeit in dieser Erfolgsgeschichte steckt. Einige Höhepunkte stellt die Initiative auf ihrer Website unter 1000gutegruende.de/10-jahre vor. Zusätzlich hat ein Highlight-Video die letzten zehn Jahre anschaulich und unterhaltsam zusammengefasst.

Auch unabhängig von ihrem Jubiläum hat es die Initiative „1000 gute Gründe“ 2025 wieder mit kreativen Ideen geschafft, die Verbraucher*innen immer wieder mit den generischen Kampagnen für Blumen, Pflanzen, Obst und Gemüse in Kontakt zu bringen. Dazu hat das Team von „1000 gute Gründe“ 2025 auch wieder zahlreiche Vor-Ort-Aktionen durchgeführt. Dazu zählten unter anderem der Deutsche Filmpreis, Parookaville, der About You Fashionball, der Garden and Home Blog Award, das LeGer Christmas Event von Lena Gercke und die 1LIVE Krone 2025. Die zunehmende Anzahl von Schottergärten steht im Mittelpunkt der Aktion „Nein zu Stein“, die „1000 gute Gründe“ 2025 fortgesetzt hat. Dabei werden alle, denen Blumen und Pflanzen in den Gärten, Biodiversität und Klimaschutz am Herzen liegen, dazu aufgerufen, bei der Aktion mitzumachen und im eigenen Vorgarten, Garten oder auf dem Balkon mit Aktions-Gartensteckern Flagge zu zeigen.

Die Aktion „Blumen-Bon“, die „1000 gute Gründe“ 2023 als übergreifende Kundenbindungs-Kampagne zusammen mit den Verbänden FDF und VDG gestartet hat, wurde 2025 fortgesetzt. Bei der Aktion gibt es für Verbraucher*innen jeden Monat aufs Neue die Chance, im stationären Fachhandel zu gewinnen. Kund*innen können jeden Monat fünf Gutscheine über 250 Euro gewinnen – einzulösen in einem Fachgeschäft. Die Aktion wurde Anfang 2026 konzeptionell weiterentwickelt und unter dem Namen „Bonus-Bon“ fortgesetzt.

„1000 gute Gründe“ hat darüber hinaus auch 2025 wieder mit verschiedenen Blogger*innen-Kooperationen bei den Social Media-Aktivitäten auf Facebook, Instagram und Pinterest für zusätzliche Reichweite gesorgt. Auch die

Pressearbeit der Initiative „1000 gute Gründe“ wurde 2025 weiter fortgesetzt.

Die Schwerpunkte der Landgard-Marktforschung waren auch 2025 Analysen zum Konsumentenverhalten sowie die Erstellung von Übersichten zur Marktentwicklung der relevanten Produktgruppen und der sich stetig wandelnden Händlerstrukturen. Diese Informationen stellen wichtige Alleinstellungsmerkmale für Landgard dar und sind Grundlage für die professionelle Vertriebsarbeit sowie strategische Weichenstellungen.

IT

Ähnlich wie die vorherigen Jahre war auch das letzte Jahr für die IT wieder herausfordernd. Das Jahr 2025 war geprägt von drei Hauptthemen:

1. Sicherheit und Systemstabilität
2. Vorbereitung für die Erneuerung einiger zentraler Lösungen
3. Anforderungen und Projekte

1. Sicherheit und Systemstabilität

IT-Sicherheit stellt weiterhin eine wichtige Säule der Strategie von Landgard dar. Die nach wie vor angespannte Weltlage sowie neue mögliche Bedrohungen durch künstliche Intelligenz führen auch zu schwerwiegenden Angriffsversuchen auf unsere Systeme. Die Sensibilisierung aller Mitarbeitenden für diese Risiken bleibt daher von großer Bedeutung. Auf der technischen Seite verbessern wir kontinuierlich unsere sichtbaren und unsichtbaren Maßnahmen wie z. B. Firewalls und Verschlüsselung. Wir stehen vor der permanenten Herausforderung, ein ausgewogenes Gleichgewicht zwischen Offenheit und Restriktion herzustellen und zu wahren. Auf der einen Seite steht die Freiheit und Bequemlichkeit der Kolleg*innen sowie unserer Mitgliedsbetriebe und Kund*innen, die unkompliziert auf unsere Systemlandschaft zugreifen möchten. Andererseits gibt es gleichzeitig die Notwendigkeit,

„Tore und Türen“ für Unbefugte geschlossen zu halten.

Die Benutzer*innen der Systemlandschaft spielen eine sehr wichtige Rolle, um die IT-Sicherheit zu unterstützen und nicht – versehentlich – Türen zu öffnen. Dafür haben wir erfolgreich verschiedene Auditierungen absolviert, Notfallübungen durchgeführt sowie Trainings und Awareness-Schulungen für alle Mitarbeitenden etabliert, mit denen sie für IT-Sicherheitsrisiken sensibilisiert und konkrete Verhaltenstipps vermittelt werden sollen. Darüber hinaus wurden weitere technische Maßnahmen umgesetzt, um die Sicherheit und die Funktionsfähigkeit der eingesetzten Software zu erhalten und die Performance zu verbessern.

Der Modernisierung der Hard- und Softwarelandschaft wird bei Landgard inzwischen generell und besonders seit dem zweiten Halbjahr des letzten Jahres eine höhere Priorität beigemessen. Durch Updates der bestehenden Lösungen wird nicht nur die Anfälligkeit für Sicherheitslücken verringert. Diese Maßnahmen bieten darüber hinaus auch Potenzial für die Verbesserung der Effizienz und Effektivität von Prozessen und Mitarbeitenden. Im zweiten Halbjahr wurde der Fokus auch auf die weitere Modernisierung von Lösungen durch größere Updates oder den Austausch einiger Lösungen gelegt bzw. initiiert. Dieser Fokus wird auch in den nächsten Jahren bestehen. Die neuen bzw. erneuerten Lösungen bieten eine Vielzahl an Möglichkeiten, unser Geschäft besser zu unterstützen, neue Geschäftsfelder zu erschließen und Effizienzsteigerungen zu erzielen.

2. Vorbereitung für die Erneuerung einiger zentraler Lösungen

Neben der erfolgreichen Durchführung von Support-Tätigkeiten sowie vieler Projekte, wurde auch die Erneuerung der zentralen Supply Chain- und Finanzlösungen gestartet, welche weiter unten beschrieben werden. Diese umfangreichen Projekte mit mehrjährigen Laufzeiten werden, neben Anforderungen aus dem NOVA-Programm, in der Landgard-IT in den nächsten Jahren eine zentrale Rolle spielen. Diese modernen neuen Lösungen werden

eine solide Basis für zukünftige Prozesse bieten.

3. Anforderungen und Projekte

Die Anforderungen an neue und angepasste systemunterstützte Prozesse sind weiter gestiegen. Das hat große Auswirkungen auf die IT.

2025 wurden vier große Projekte mit hoher Priorität angefangen bzw. weitergeführt:

Vorbereitung Refactoring ERP-Lösung Blumen & Pflanzen („Trans/4“ für SAP S/4 HANA Retail)

In 2025 wurde die vorbereitende Projektphase für das umfassende SAP Upgrade-Projekt abgeschlossen, inklusive der Budgetfreigabe und der Auswahl des Implementierungspartners. Das Projekt trägt zur Sicherstellung der technischen Wartbarkeit des Blumen & Pflanzen-Lösungsportfolios bei und bietet moderne Möglichkeiten, damit geänderte, bzw. neue Anforderungen effizient umgesetzt werden können. Nach dem technischen Upgrade auf die neue Version (SAP ECC → SAP S/4 HANA Retail) in 2026 folgen mehrere Projektphasen, bei denen die Standardisierung der Lösung (sogenannter Clean Core Ansatz) sowie die notwendige Anpassungen im Rahmen des NOVA-Programms in Vordergrund stehen.

Vorbereitung Neu-Aufsatz ERP-Lösung Obst & Gemüse (Navision2015 → Microsoft Business Central)

In 2025 wurde die vorbereitende Projektphase für das umfassende Microsoft Business Central Projekt abgeschlossen, inklusive der Budgetfreigabe und der Auswahl des Implementierungspartners. Das Projekt trägt zur Sicherstellung der technischen Wartbarkeit des Obst & Gemüse-Lösungsportfolios bei und bietet moderne Möglichkeiten, damit geänderte, bzw. neue Anforderungen effizient umgesetzt werden können.

Wegen den vorgesehen Prozessveränderungen in Obst & Gemüse-Umfeld wird die Lösung mittels eines „Greenfield Ansatzes“ neu aufgebaut. Dies ermöglicht nicht nur die Sicherstel-

lung der technischen Wartbarkeit, sondern ermöglicht auch, tiefgreifende technische Änderungen im System effizient durchzuführen.

Infrastrukturelle Verbesserungen

Im Rahmen der technischen Standards wurden verschiedene Maßnahmen zur Modernisierung der IT-Landschaft durchgeführt: Ertüchtigung des Rechenzentrums sowie ein Upgrade für die Anbindung der verschiedenen Standorte und das WLAN. Dies ermöglicht deutlich performantere Lösungen an den jeweiligen Standorten und eine deutlich höhere Nutzung von Cloud-basierten Anwendungen.

Die Überarbeitung des VPN und der Firewall sorgen für einen erheblich besseren Schutz gegen Cyberattacken. Für den Fall der Fälle wurde zusätzlich die BackUp-Umgebung erneuert, welche für eine schnellere und adäquate Wiederherstellung sorgt.

June (Erzeugermanagement & Marktplatz)

Das Geschäft erfordert eine ständig zunehmende Digitalisierung sowie verbesserte Kommunikationswege mit den Erzeuger*innen und der Kundschaft. Das Plattform-Projekt „Blu-Connect“ wurde gestoppt und in 2025 unter dem neuen Arbeitstitel „BluMondo“ neu aufgesetzt. Durch eine deutlich höhere Integration der Erzeuger*innen sowie eine effiziente Zusammenarbeit mit externen Firmen werden die Prozesse für die Erzeuger*innen, die auch in BLUCom abgebildet sind, neu konzipiert und aufgebaut sowie technisch auf eine hochmoderne Plattform gehoben. Auch der Marktplatz wird überarbeitet und weitere Integrationsmöglichkeiten werden untersucht. In 2026 wird das Projekt unter dem Namen „June“ fortgeführt.

Immobilien / Konzernversicherung

Der Bereich Immobilien / Konzernversicherung war 2025 intensiv mit dem Start der Umsetzung von Maßnahmen im Rahmen des Zukunftsprogramms Landgard NOVA beschäftigt.

Dazu gehörte als erste Maßnahme die Umstrukturierung des Bereiches sowie die Veränderung der Führungsstruktur durch die Konzentration auf die Bereiche strategisches, kaufmännisches sowie technisches Immobilienmanagement.

Beim Mitte 2024 initiierten Projekt „Messstellenkonzept“ hat 2025 die Umsetzung begonnen. Im Projektverlauf werden alle Haupt- und Unterzähler für Strom, Gas, Wasser, Wärmemengen, Kältemengen, Gas und Öl im Konzern von analog auf fernablesbare Zähler umgestellt und eine Energiemanagement-Software implementiert. Vorbereitend dafür wurde 2025 der aktuelle Status quo an diversen Standorten erfasst und die relevanten Förderungen für die Umrüstungen wurden beantragt. Der Cash & Carry-Markt Herongen wurde im Herbst als erster Standort erfolgreich umgestellt. Hier wurden 21 Stromzähler, 21 Wasserzähler sowie 11 Wärmemengenzähler gegen digitale Zähler ausgetauscht und vier neue Stromzähler eingebaut. Dank des tagesaktuellen Trackings der Verbräuche wird der Bereich Immobilien / Konzernversicherung zukünftig in der Lage sein, Maßnahmen zur Energie- und Kostensenkung sowie zur Steigerung der Energieeffizienz zu identifizieren. Die weiteren Standorte werden 2026 und darüber hinaus sukzessive umgerüstet.

Nach einem intensiven Verkaufsprozess unter Federführung des Bereiches hat Landgard am Standort Bornheim-Roisdorf rund zwei Dritteln der Fläche des Obst- und Gemüse-Standortes an den vorherigen Hauptmieter des Standortes verkauft. Dieser Kunde hatte die Fläche bereits seit mehreren Jahren angemietet und möchte den Standort künftig dauerhaft als zentrale Bananenreiferei nutzen. Das restliche Drittel des Standortes verbleibt bei Landgard und wird weiterentwickelt. Neben den im Eigentum verbliebenen Flächen werden Teilflächen des verkauften Areals zur langfristigen Sicherung der Flächen für die Landgard West Obst & Gemüse GmbH zurückgemietet.

Als weitere Verkaufsmaßnahme im Jahr 2025 ist die Veräußerung des Bloomways-Standes in Regensburg an ein Bauunternehmen zu nennen.

Im Rahmen der kontinuierlichen Standortoptimierung wurde die Leerstandsquote im Landgard-Immobilienportfolio, die bei rund zwei Prozent liegt, durch verschiedene Maßnahmen weiter reduziert. Dazu gehörte 2025 etwa die Vermietung einer ehemaligen Floristik-Fläche am Standort Oberhausen an einen branchenfremden Mieter aus dem Bereich Eventgastroonomie. In mehreren weiteren Cash & Carry-Märkten wurden darüber hinaus die Beleuchtungskonzepte auf LED-Basis weitergeführt.

Im Bereich der Konzernversicherung versichert der Konzern operative Risiken und richtet sich dabei strategisch am Versicherungsmarkt aus. Die 2024 angestoßene Umstrukturierung, bei der die versicherungsrelevanten Themenfelder an eine externe Versicherungsberatungsgesellschaft ausgegliedert wurden, die über eine interne Schnittstelle an den Bereich Immobilien / Konzernversicherungen angebunden ist, hat sich sehr positiv entwickelt. Drastische Prämien erhöhungen in der Kfz-Versicherung konnten erfolgreich abgewendet werden und die Sachversicherungen bewegen sich auf einem gleichbleibend guten Prämieniveau. Für das internationale Haftpflichtversicherungsprogramm konnte die Prämie gesenkt werden.

Im laufenden Jahr 2026 ist der Bereich Immobilien / Konzernversicherung auch intensiv an der Bearbeitung und Umsetzung einzelner Maßnahmen aus unterschiedlichen Themenbereichen des Zukunftsprogramms Landgard NOVA beteiligt. Darüber hinaus bringen sich Key-User*innen aus dem Bereich bei der Umstellung SAP auf SAP HANA mit ein. Ihr Fokus liegt dabei auf immobilienrelevanten Themen wie zum Beispiel Vertragsmanagement, Miet- und Nebenkostenbuchungen sowie der Umsetzung der gesetzlichen Anforderungen zur E-Rechnung.

Human Resources

2025 wurde die HR-Funktion weiter in den NOVA Businessplan integriert. So rückten Themen wie Kulturwandel und individualisierte Arbeitsrahmen in den Fokus der HR-Arbeit. Wie in vielen anderen Organisationen stand das Personal-Kostenmanagement im Mittelpunkt der Aktivitäten.

Im Themenfeld Recruiting / Talent Acquisition wurde der Prozess des Bewerbermanagements umgestellt und auf einen Industrie-üblichen Standard gebracht.

Im Kalenderjahr 2025 wurden die Qualifizierungsaktivitäten konsequent ausgebaut. Das Qualifizierungsprogramm für Führungskräfte wurde auf über 20 verschiedene Schulungsmodule erweitert; die Nachfrage nach digitaler Teilnahme stieg deutlich an. Die Modularisierung wurde weiter etabliert und flankiert durch moderierte Transferaustausche, die den Praxis-transfer nachhaltig stärkten.

Das Systematische Talente Entwicklungsprogramm (STEP) schloss die 7. Auflage erfolgreich ab. Im August 2025 startete die 8. Auflage, die Potenzialträger*innen in den kommenden 20 Monaten auf weiterführende Fach- und Führungsfunktionen vorbereitet.

Der Rollout des Führungskräfte Feedbacks begann in mehreren Gesellschaften und erzielte gute Ergebnisse. Auf Basis der Rückmeldungen wurden bedarfsgerechte Nachfolgemaßnahmen eingeleitet, um das Zusammenspiel zwischen Führungskräften und Mitarbeitenden sowie die teamübergreifende Zusammenarbeit punktuell zu verbessern.

Das EDV Schulungsangebot wurde erweitert und erfolgreich durchgeführt; digitale Lernformate und praxisnahe Übungen erhöhten die Akzeptanz und Anwendbarkeit.

Der Lehrgang Betriebswirt im Produktionsgartenbau der 8. Auflage wurde von den Teilnehmenden mit hoher Zufriedenheit abgeschlossen; die Nachfrage blieb hoch, sodass im Oktober 2025 bereits die 9. Auflage begann.

Insgesamt trugen die Maßnahmen zur Stärkung von Führungskompetenz, digitaler Handlungsfähigkeit und zur Sicherung interner Nachfolgepotenziale bei.

Im Kalenderjahr 2025 schlossen 20 Auszubildende ihre Ausbildung bei Landgard in den Berufsbildern Kaufleute für Groß- und Außenhandelsmanagement, Kaufleute für Büromanagement, Kaufleute im Einzelhandel, Verkäufer*innen sowie als Fachkraft für Lagerlogistik erfolgreich ab. Hiervon konnten drei junge Menschen durch gute betriebliche sowie schulische Leistungen mit der vorgezogenen Abschlussprüfung die Ausbildung verkürzen. Für das neue Ausbildungsjahr wurden 26 neue Auszubildende eingestellt. Damit sind aktuell 46 Auszubildende in sieben verschiedenen Berufsbildern bei der Landgard-Gruppe tätig.

Die im Kalenderjahr 2021 implementierte Ausbildung in den Berufsbildern Kaufleute im Einzelhandel sowie Verkäufer*in für den Landgard-Fachhandel entwickelt sich weiterhin positiv. Die kontinuierliche Evaluierung der gesammelten Erfahrungen in der Umsetzung des Ausbildungsplanes wurden genutzt, um gezielte Anpassungen im Ausbildungsplan vorzunehmen. Gestützt durch einen gesellschaftsspezifischen Ausbildungsplan befinden sich aktuell 16 junge Menschen in der Ausbildung, welche in dreizehn Cash & Carry-Märkten tätig sind. Die ersten sechs Auszubildenden haben die Prüfung erfolgreich abgelegt, wovon vier in Festanstellung übernommen wurden.

In der Kernregion Niederrhein befinden sich aktuell zwölf junge Menschen in der kaufmännischen Ausbildung. Alle vier Prüflinge haben die Ausbildung bestanden und zwei davon wurden in eine Festanstellung übernommen. Die Möglichkeit eines Auslandsaufenthalts in Dublin/Irland nutzten zwei Auszubildende. Dieser dreiwöchige Aufenthalt war verbunden mit dem Besuch einer Sprachschule, um die englischen Sprach- und Schriftkenntnisse zu verbessern. Das Projekt wurde von erasmus+ gefördert und durch die AHK Dublin koordiniert.

Interne Revision

Die Interne Revision hat in 2025 neben der Wahrnehmung ihrer Kernaufgabe – der konzernübergreifenden Erbringung von objektiven Prüfungs- und Beratungsleistungen – die in 2024 gestartete Anpassung und Optimierung ihrer internen Abläufe und Prozesse auf Grundlage der Global Internal Audit Standards (GIAS) fortgesetzt. Mit der Orientierung an den internationalen Prüfungsstandards sollen für zukünftige Prüfungstätigkeiten und für die weitere Entwicklung der Abteilung eine stärkere Risikoorientierung und Effizienzsteigerung bei der Prüfungsdurchführung und Maßnahmenumsetzung erreicht werden.

Im Krisenmanagement, welches zur Früherkennung und Bewältigung von kritischen Situationen im Landgard-Konzern dient, wurde die Konzeption des Krisenkommunikationstools im vergangenen Jahr abgeschlossen und dessen Implementierung gestartet. Mithilfe des Krisenkommunikationstools soll zukünftig ein schneller und zielgerichteter Informationsaustausch in Krisensituationen gewährleistet werden.

Programmmanagement

Landgard verfügt über eine vielfältige und komplexe Projektstruktur. Um einen vollständigen Überblick über alle Projekte und Maßnahmen im Konzern zu gewährleisten sowie deren zielgerichtete Umsetzung sicherzustellen, hat der Vorstand der Landgard eG im vergangenen Jahr die Etablierung des konzernweiten Programmmanagements weiter vorangetrieben.

Das Programmmanagement bildet die zentrale Steuerungsinstanz für das Transformationsprogramm NOVA und stellt sicher, dass strategische Initiativen entlang klar definierter Governance-Strukturen, Verantwortlichkeiten und Entscheidungsprozesse entwickelt und umgesetzt werden. Mit „Falcon“ steht ein konzernweites Steuerungstool zur Verfügung, welches Maßnahmen, Abhängigkeiten, Risiken sowie deren finanzielle Effekte transparent abbildet und ein hohes Maß an Transparenz für und

über die Geschäftsfelder und Fachbereiche bietet.

Finanz- und Rechnungswesen

Das Finanz- und Rechnungswesen hat im Geschäftsjahr 2025 maßgeblich an der Verlängerung der Konzernfinanzierung mitgewirkt. Zudem wurden Strukturbereinigungen wie z.B. die Verschmelzung der Landgard Retail Solutions GmbH, die Verschmelzung der Landgard Overseas GmbH und die Liquidationen der Vetter SK sowie der Landgard Italia GmbH vorangetrieben und finalisiert.

Des Weiteren wurden Prozesse und Projekte im Finanz- und Rechnungswesen weiter optimiert sowie durchgeführt. Insbesondere betrifft dies die Umsetzung der E-Rechnungspflicht, das Aufsetzen der Richtlinie für Kombinationsartikel hinsichtlich umsatzsteuerlicher Vorgaben sowie die Aktualisierung der Forderungsrichtlinie.

Im Jahr 2026 wird für das Finanz- und Rechnungswesen weiterhin die Umsetzung der E-Rechnungspflicht, das Update SAP S/4HANA und weitere Prozessoptimierungen im Mittelpunkt stehen.

Konzerncontrolling

Im Bereich Konzerncontrolling stand im Jahr 2025 vor allem die Planung des umfangreichen Maßnahmenpakets im Rahmen des Zukunftsprogramms Landgard NOVA im Fokus. Dazu gehörte auch die Entwicklung von Business Cases für NOVA.

Nach ihrer Integration in die Konzernstruktur hat der Bereich darüber hinaus die Vereinheitlichung der Prozesse im Controlling für das Geschäftsfeld Obst & Gemüse abgeschlossen sowie die Gesellschaft Landgard Fiori & Piante S.r.l. in die System- und Prozesslandschaft von Landgard Blumen & Pflanzen integriert.

Im Jahr 2026 werden die Schwerpunkte unter anderem auf einem intensivierten Auswahlprozess für ein neues Business Intelligence Tool liegen. Der Einsatz eines entsprechenden Tools wird dem Konzerncontrolling viele neue Möglichkeiten eröffnen. Neben der Digitalisierung und Automatisierung von Controlling-Prozessen durch den Einsatz von KI gehört dazu auch die Adjustierung der Reportingstrukturen im Hinblick auf steuerungsrelevante KPI für den Landgard-Konzern unter Berücksichtigung der individuellen Anforderungen der operativen Fachbereiche. Das neue Business Intelligence Tool soll darüber hinaus End-to-End-Prozesse im gesamten Finanzbereich ermöglichen.

Weitere Themenschwerpunkte im laufenden Jahr sind das Redesign des Planungsprozesses sowie die Begleitung der Umsetzung und das flankierende Projektcontrolling für Landgard NOVA.

Qualitätsmanagement und Nachhaltigkeit

Der Bereich des zentralen Qualitätsmanagements ist ebenso wie das Nachhaltigkeitsmanagement spartenübergreifend aufgebaut. Landgard bietet Kund*innen und Mitgliedsbetrieben ein ausgereiftes Qualitäts- und Nachhaltigkeitsmanagementsystem, das erfolgreich weiterentwickelt und gelebt wird und ein integraler Bestandteil der Firmenphilosophie ist. Dabei besitzen die Sicherung höchster Produktqualitäten und Standards sowie die nachhaltige Weiterentwicklung der Produktsortimente oberste Priorität. Beginnend mit Qualitätssicherungsmaßnahmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette umfasst dies ein Rückstandsmonitoringsystem für alle Produkte, die Umsetzung von Produkt- und Prozessstandards sowie individuelle Dienstleistungspakete und Produktkonzepte für die Kundschaft. Zu den 2025 erfolgreich umgesetzten Zertifizierungsstandards zählten im Bereich der Obst- und Gemüsevermarktung IFS, QS, QS-FIN, FIAS, Fairtrade, Rainforest Alliance, Bio, Naturland, Bioland, Demeter, Regionalfenster, Herkunftskennzeichen Deutschland 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 wurde das Energiemanagement nach ISO50001 erfolgreich zertifiziert.

Mit der Erstellung einer unternehmensbezogenen Klimabilanz für die Landgard Obst & Gemüse GmbH & Co. KG hat Landgard bereits im Jahr 2024 einen wesentlichen Schritt im Bereich Klimaschutz unternommen und setzt diesen mit einer jährlichen Weiterentwicklung der Klimabilanzierungen konsequent fort. Dabei werden neben den eigenen Emissionen auf Unternehmensebene und in der direkten Lieferkette auch die Emissionen berücksichtigt, die im Produktionsprozess z.B. durch die Landnutzung entstehen. Auf Basis der Klimabilanz für das Jahr 2022 wurden konkrete Ziele und Maßnahmen ausgearbeitet, die zu einer nachhaltigen Reduktion der Treibhausgasemissionen und damit zu einem klimafreundlicheren Unternehmen führen. Die Ziele wurden von der Science-Based-Targets Initiative auf Basis aktueller wissenschaftlicher Studien unabhängig überprüft, bewertet und im Einklang mit dem weltweiten Ziel, die Erderwärmung auf maximal 1,5°C im Vergleich zur vorindustriellen Zeit zu begrenzen, festgelegt. Im Sinne einer ganzheitlichen unternehmensweiten Klimaschutzstrategie wird die Klimabilanzierung ab 2026 auf die Landgard eG ausgeweitet und umfasst damit sämtliche Landgard-Tochtergesellschaften in einer einheitlichen Klimaschutzstrategie, die im Rahmen der SBTi validiert wird.

Ergänzend zum bereits etablierten TrayC-System wurde bei ausgewählten Fachhandelskunden das Mehrwegsystem EPT projektartig ausgeweitet. Die Nutzung eines Mehrwegsystems verhilft dabei zu weiteren Ressourcen-Einsparungen. Insbesondere vor dem Hintergrund der gesetzlichen Verpflichtung im Rahmen der europäischen Verpackungsverordnung, ab 2030 im intra- und interlogistischen Bereich ausschließlich Mehrwegverpackungen zu nutzen, konnten so bereits wertvolle Erfahrungen für eine mögliche Umstellung gesammelt werden.

Alternative Umsetzungsmöglichkeiten der gesetzlichen Vorgaben werden derzeit zusätzlich evaluiert.

Neben der europäischen Verpackungsverordnung hat die europäische Kommission weitere Richtlinien auf den Weg gebracht, die das operative Geschäft insbesondere im Blumen- und Pflanzenbereich nachhaltig beeinflussen. Diese Richtlinien, wie z.B. die Entwaldungsverordnung oder auch die EmpCo-Richtlinie gegen allgemeine, nicht verifizierbare Umweltaussagen, müssen teilweise bereits in 2026 umgesetzt werden. Daher war das Jahr 2025 durch zahlreiche Ist-Analysen und Planungsprozesse geprägt, die 2026 zum Abschluss gebracht werden. Auf diese Weise stellen wir auch in Zukunft eine rechtskonforme Vermarktung unserer Produkte sicher.

Ein weiteres spannendes nachhaltiges Projekt ist die geplante Ausweitung des Portfolios an klimaneutralen Produkten auf dem Weg zur Dekarbonisierung, der Reduzierung weltweiter Treibhausgasemissionen. Beispiele hierfür sind klimaschonend produzierte Bananen, Avocados sowie Tomaten und Erdbeeren oder Zierpflanzen.

Abgerundet wurden die vielfältigen Nachhaltigkeitsaktivitäten von Landgard durch zahlreiche kleinere, regional begrenzte Aktionen. So werden seit August 2021 beispielsweise alte Druckerpatronen und Stifte bei Landgard gesammelt und gegen Spendenerlöse fachgerecht entsorgt oder recycelt.

Erstmals wird im Jahr 2026 für das Geschäftsjahr 2025 ein freiwilliger Nachhaltigkeitsbericht in Anlehnung an die CSRD-Vorgaben erstellt. Hierfür wurde im Jahr 2024 mit einer umfassenden doppelten Wesentlichkeitsanalyse begonnen, die relevante Themen in den Bereichen Ökologie, Ökonomie und Soziales für die Landgard eG identifiziert und eine gesetzeskonforme Berichterstattung ermöglicht.



V. VORAUSSICHTLICHE ENTWICKLUNG DES KONZERNS

V.1 Gesamtwirtschaftlicher Ausblick

Die Auswirkungen des Kriegs im Iran auf die deutsche Wirtschaft hängen stark vom weiteren Verlauf und der Dauer der Einschränkungen der Erdöl- und Erdgastransporte und ggf. gestörte globale Lieferketten ab. Ebenso sind die Unsicherheiten der US-Zollpolitik weiterhin nicht ausgeräumt.

Das preisbereinigte Bruttoinlandsprodukt in Deutschland 2026 wird nach Prognosen des ifo-Instituts bei einem schnellen Ende des Iran-Krieges um 0,8% steigen. Bei einem länger anhaltenden Konflikt prognostiziert ifo ein Wachstum um etwa 0,6%. Mitte April 2026 lag die Schätzung der Bundesregierung für das Wachstum 2026 bei einem Zuwachs von 0,5%. Getrieben wird der Anstieg vor allem durch inländische Impulse einer expansiven Ausrichtung der Fiskalpolitik, so steigen staatliche Ausstattungsinvestitionen sowie öffentliche Konsumausgaben kräftig. Die ebenfalls stützende Erholung des privaten Konsums ist auf deutliche Einkommenszuwächse und moderate Inflationsraten zurückzuführen.

(<https://www.ifo.de/DocDL/sd-digital-2026-03-wollmershaeuser-et-al-konjunkturprognose-fruehjahr-2026.pdf>)

(<https://www.bundesregierung.de/breg-de/aktuelles/fruehjahrsprojektion-2026-2422692>)

V.2 Geschäftsfeld Blumen & Pflanzen

Der Beginn des Jahres 2026 war für das Geschäftsfeld Blumen & Pflanzen wie immer durch zahlreiche Messe- und Veranstaltungsaktivitäten geprägt. Gerade mit den verschiedenen Messen konnten viele Impulse rund um Blumen und Pflanzen gegeben werden und es wurde deutlich, wie viel Farbe, Natur und positives Lebensgefühl die Grüne Branche den Menschen zu bieten hat.

Vom 16. bis 25. Januar haben 350.000 Besucher*innen die Grüne Woche in Berlin besucht. Zum 100 Geburtstag der Grünen Woche in Berlin war unsere Blumenhalle unter dem Motto „Babylon Garden“ einmal mehr der absolute Publikumsliebling. Auf über 3.000 Quadratmetern tauchten die Gäste ein in die Blütezeit der Goldenen Zwanziger Jahre. Von der eleganten Parklandschaft über das KaDeFleur bis hin zum mondänen Nachtclub mit Kronleuchter, Showtreppe und Tanzaufführungen oder dem Revue-Nashorn Rhino Rouge – selbst nach Stunden in der Halle 2.2 gab es immer wieder etwas Neues zum Entdecken, Staunen und Fotografieren.

Mit über 6.700 Quadratmetern grüner Vielfalt präsentierte sich Landgard vom 26. bis 29. Januar 2026 auf der IPM ESSEN. Nicht nur der Landgard-Messestand in Halle 1 lud zum Erleben, Staunen und Verweilen ein. In der gesamten Halle 1A wurde die Frühjahrsedition der Ordertage erfolgreich in der 2. Auflage umgesetzt. Landgard bot den internationalen Fachbesucher*innen einen umfassenden Überblick über Erzeugerbetriebe und deren Produkte aus der ganzen Welt. Nach vier intensiven Messetagen stand fest: Der Doppelauftritt mit dem etablierten Messestand und der Frühjahrsedition der Landgard-Ordertage war auch in der Neuauflage ein voller Erfolg.

Veiling Rhein-Maas hat sich am 19. und 20. Februar bei der Vaktentoonstelling in Zwaagdijk (Niederlande) präsentiert. Die Fachausstellung für Tulpen und andere Zwiebelblumen wie z. B. Gladiolen war gut besucht und bot eine gute Gelegenheit zum Netzwerken.

Bei der HortiContact in Gorinchem war Veiling Rhein-Maas am 25. und 26. Februar mit einem Stand vor Ort. Die Fachausstellung für Technikprodukte der grünen Branche ist bei Anlieferern und Produzenten gleichermaßen beliebt. Viele Bestandslieferanten nutzten die Gespräche, um Mengen für die Uhr bzw. den Klokservice abzustimmen.

Landgard sah sich in den vergangenen Jahren auch im Geschäftsbereich Blumen & Pflanzen mit zunehmend schwierigen wirtschaftlichen

Rahmenbedingungen konfrontiert: Steigende Kosten, volatile Witterungsbedingungen und eine generelle Konsumzurückhaltung stellen das Unternehmen vor Herausforderungen. Dieser Marktlage will Landgard mit dem Projekt NOVA begegnen – und gleichzeitig seine komplexen Verwaltungsstrukturen verschlanken und sich im Bereich Digitalisierung noch besser aufstellen. Das Modernisierungsprogramm umfasst zahlreiche Teilprojekte, mit denen Landgard seine Wettbewerbsfähigkeit langfristig sichern und aktiv den Strukturwandel in der Grünen Branche mitgestalten will. Ziel ist es, bis 2030 zur zentralen Plattform für grüne Wertschöpfung zu werden.

Für das Jahr 2026 gibt es verschiedene Themen, die sich – zusätzlich zu den klimatischen Rahmenbedingungen – auf den Geschäftsverlauf im Jahr 2026 auswirken werden. Hierzu zählen Kostensteigerungen bei den Personalkosten sowie weitere Kostensteigerung durch die CO2-Steuer. Darüber hinaus wird der weitere Verlauf des Jahres 2026 auch in der Grünen Branche wieder mit von der weiteren Entwicklung des russischen Angriffskrieges gegen die Ukraine und den damit verbundenen vielfältigen Auswirkungen auf die Bevölkerung und die Wirtschaft beeinflusst. Der im Februar 2026 eskalierte Konflikt im Nahen Osten hat die ohnehin angespannte Situation weiter verschärft und zu starken Preissteigerungen bei Kraftstoffen geführt. Allein vor diesem Hintergrund ist davon auszugehen, dass die Kaufzurückhaltung der Verbraucher weiter andauern wird.

Im Field Cash & Carry und Floristik erwarten wir für 2026, auch und vor allem aufgrund keiner signifikant spürbaren Veränderung in Bezug auf die gesellschafts- und weltpolitische Situation, keine positive Veränderung zu 2025. Der Fokus liegt hier zunächst auf der Stabilisierung und der Ausrichtung des aktuellen Geschäftsmodells auf die zukünftig zu erwartende Gesamtsituation im Fachhandel.

Auch im Fachhandelsvertrieb gilt es nach umfangreichen Restrukturierungsmaßnahmen in 2025, das Geschäftsfeld unter den neuen Rahmenbedingungen stabil auszurichten. Der Ver-

trieb Baumärkte ist mit seiner Kundschaft insgesamt in einer Transformationsphase, Lieferketten werden im Sinne des Kostendrucks optimiert und viele Geschäftsprozesse angepasst. Die Auswirkungen des Konfliktes im Nahen Osten beschäftigen dieses transportintensive Geschäftsfeld besonders.

Im Bereich Retail ist für 2026 eine stabile bis leicht positive Umsatzentwicklung zu erwarten. Darauf deutet das Volumen der bereits jetzt vorliegenden Festaufträge hin. Allerdings wird die Ertragslage voraussichtlich durch hohe Kraftstoffpreise stark belastet.

Die neugegründete Landgard Fiori & Piante, die ihren Geschäftsbetrieb zum 1. Juli 2024 aufgenommen hat, geht 2026 in ihre zweite Saison. Dank guter Witterungsverhältnisse im Winter ist 2026 ein sehr gutes Qualitätsniveau zu erwarten.

Fast die gesamte Kundschaft von Veiling Rhein-Maas nutzt weiterhin die physische Uhr, um an der Versteigerung teilzunehmen – regelmäßig direkt vor Ort oder zu mehr als 50 Prozent in Kombination mit den digitalen Möglichkeiten Fernkauf, Uhrvorverkauf und Webshop. Damit ist der Versteigerungssaal in Straelen-Herongen mit seinen mehreren Hundert Tribünenplätzen weiterhin das Herzstück des Marktplatzes. 2026 und darüber hinaus wird die kontinuierliche Weiterentwicklung von Veiling Rhein-Maas inklusive der verschiedenen Vermarktungskanäle sowie der gesamten Infrastruktur am Standort Straelen-Herongen weiterhin im Fokus stehen. Auch aus den Ergebnissen einer Kundenbefragung, die im Herbst 2025 durchgeführt wurde, können Ansätze für weitere Optimierungen in Bereichen wie Einkauf, Dienstleistungen, Produktangebot und Kommunikation abgeleitet werden. Die Auswertung dieser Befragung zeigt bereits jetzt eine insgesamt hohe Zufriedenheit mit Veiling Rhein-Maas. Unabhängig von den Ergebnissen der Kundenbefragung wird die Entwicklung neuer Dienstleistungen für das Service Center von Veiling Rhein Maas ein wichtiges Fokus-Thema für 2026 sein. Als erstes Highlight des Jahres 2026 hat am 13. Januar der Kunden- und Anlieferer-tag von Veiling Rhein-Maas stattgefunden. Der

mit Spannung erwartete Höhepunkt der Veranstaltung im vollbesetzten Versteigerungssaal in Herongen war die Prämierung der „Kunden und Anlieferer des Jahres 2026“. Im Fokus des Wettbewerbs stand diesmal das Thema Digitalisierung. Darauf ging auch ZVG-Präsidentin Eva Kähler-Theuerkauf in ihrem Grußwort ein. Auch 2026 hat sich Veiling Rhein-Maas bei der IPM ESSEN wieder als moderner Marktplatz für die Grüne Branche präsentiert. Am eigenen Veiling Rhein-Maas Messestand in Halle 1 hat das Messteam zahlreiche spannende Gespräche geführt. Auf großes Interesse stießen dabei nicht nur die Versteigerung und die vielfältigen Vermarktungskanäle, sondern auch das neue Pilotprojekt „Veiling Goes National“, das im Rahmen des Zukunftsprogramms Landgard NOVA entwickelt wurde. Das Projekt richtet sich insbesondere an Potenzialkunden aus Süddeutschland, die bisher nicht bei Veiling Rhein-Maas einkaufen. Diese Kundschaft wird im Rahmen des Projekts beim Einkauf über alle Einkaufskanäle und beim Transport unterstützt. In enger Zusammenarbeit mit dem Service Center erfolgt an einer Reihe fester Tage pro Woche ein garantierter Transport zum Landgard-Cash & Carry-Markt in Korntal-Münchingen. Dort können die Kund*innen ihre Produkte bequem abholen und vorab auch den Service zum Packen bzw. Verdichten buchen. Die Kund*innen können selbstverständlich auch noch vor Ort im Cash & Carry-Markt einkaufen.

V.3 Geschäftsfeld Obst & Gemüse

Das Geschäftsjahr 2026 wird für den Geschäftsbereich Obst & Gemüse aufgrund eines nach wie vor anspruchsvollen Marktumfeldes, des anhaltenden Preisdrucks seitens des Lebensmitteleinzelhandels, der inflationsbedingt weiterhin hohen Kosten in nahezu allen Bereichen und den Auswirkungen der Kriege in der Ukraine und im Nahen Osten, bei denen ein Ende nach wie vor nicht absehbar ist, erneut herausfordernd werden. Der Erfolg des Geschäftsbereiches Obst & Gemüse wird darüber hinaus immer auch erheblich von natürlichen klimatischen Rahmenbedingungen wie z. B. langanhaltenden Dürreperioden, Frost und extremen

Niederschlägen beeinflusst. Diese Faktoren wirken sich unmittelbar auf das verfügbare Warenangebot in den verschiedenen Beschaffungsländern und die Preisbildung auf den relevanten Absatzmärkten aus. Durch die fortschreitende Globalisierung der Märkte kommen weitere Einflussfaktoren wie Rekord- oder Missernten in unterschiedlichen Regionen der Welt hinzu. Daraus resultieren wiederum Veränderungen etwa bei Wechselkursen oder Transportpreisen, die sich zunehmend auch auf die Preisbildung im regionalen Absatzmarkt auswirken.

Der Geschäftsbereich Obst & Gemüse wird seine Marktposition als Teil der nachhaltigen und erfolgreich vermarktenden Erzeugergenosenschaft Landgard trotz der erschwerten Rahmenbedingungen in Folge der strategischen und strukturellen Neuausrichtung im Jahr 2026 weiter stärken und ausbauen können.

Basis hierfür bildet die konsequente Stärkung der Erzeugerbetriebe, der konsequente Verzicht auf unrentable Geschäftsfelder sowie die weitere Optimierung von Prozessen und Abläufen. Auch im Jahr 2026 wird Landgard in der Lage sein, die Wünsche der Kundschaft fokussiert und effizient erfüllen zu können.

Nachhaltigkeit ist bei Landgard zentraler Bestandteil der strategischen Ausrichtung als moderne vermarktende Erzeugergenosenschaft. Schonender Umgang mit natürlichen Ressourcen und Verantwortung für die Natur sind im Landgard-Wertesystem fest verankert. Ziel ist es, der ökonomischen, ökologischen und sozialen Verantwortung von Landgard heute und in Zukunft über das gesetzlich geforderte Maß hinaus gerecht zu werden. Landgard widmet sich in einem kontinuierlichen Prozess der Identifikation und Bearbeitung von Anforderungen und der Realisierung weiterer Potenziale im Bereich Nachhaltigkeit. Dabei liegt der Fokus der Nachhaltigkeitsstrategie auf Projekten oberhalb der gesetzlich-normativen Grundlagen und Basisstandards. Daher werden konkrete Nachhaltigkeitsprojekte im Rahmen die-

ser Strategie umgesetzt und konstant weiterentwickelt. Ein Beispiel dafür aus dem Bereich Obst & Gemüse ist die erfolgreiche Zertifizierung nach dem neuen Nachhaltigkeitsstandard QS-FIN, der unterschiedliche Nachhaltigkeitsaspekte auf Betriebsebene sichtbar macht und fördert. Außerdem konnte das Produktsortiment, das mit Natural Branding anstelle von Klebeetiketten gekennzeichnet wird, ausgeweitet werden. Im Rahmen der Nachhaltigkeitsstrategie sollen Verpackungs- und Abfallmengen eingespart und wertvolle Ressourcen im Kreislauf gehalten werden. Projekte wie das Natural Branding oder auch die Suche nach alternativen Verpackungsformen werden in 2026 eine große Bedeutung haben. Durch die Teilnahme an der Science-Based-Targets Initiative (SBTi) hat sich die Landgard eG verpflichtet, CO₂ einzusparen. Die Erstellung von Klimabilanzen sowie die Ausschöpfung von Einsparpotenzialen, insbesondere im Bereich Energie und Logistik, werden 2026 eine große Rolle spielen. Auch die Steigerung der Energieeffizienz, die im Rahmen der ISO50001 Zertifizierung überprüft wird, zählt nachhaltig auf die umfassende Klimaschutzstrategie der Landgard eG ein.

Im Jahr 2026 nimmt Landgard erneut an den drei wichtigsten Branchenmessen – Fruit Logistica, BioFach und Fruit Attraction – teil. Dort werden neben bestehenden Konzepten auch neue Produkte wie beispielsweise „Bluccoli“ aus regionalem Anbau präsentiert. Die Messen bleiben zentrale Bestandteile der Marketingstrategie sowie wichtige Impulsgeber für Innovationen und Kundenkontakte.

Im Rahmen der Messeauftritte und begleitenden Kundengespräche wird parallel dazu die Positionierung der Clubsorten „Evelina“ und „Xenia“ in enger Zusammenarbeit mit dem Lebensmittel Einzelhandel weiter ausgebaut.

Die Initiative „Obst & Gemüse – 1000 gute Gründe“ wird weiterhin eine wesentliche Rolle in der Ansprache insbesondere jüngerer Zielgruppen spielen.

V.4 Geschäftsfeld Transportlogistik

Die erwartete Ergebnisentwicklung in der Logistik steht in direktem Zusammenhang mit der weiteren Geschäftsentwicklung der Landgard-Gruppe sowie Dienstleistungsgeschäften mit diversen Handelsunternehmen. Angesichts der wirtschaftlichen Herausforderungen durch die anhaltenden Folgen von kriegerischen Auseinandersetzungen, der veränderten geopolitischen Lage und der daraus hervorgehenden Kaufzurückhaltung wird für 2026 eine Umsatz- und Ergebnisstabilisierung angestrebt.

Ein Kernpunkt im Jahr 2026 wird der Ausbau der Geschäftsaktivitäten im logistischen Dienstleistungssektor sein. Hier wurde Ende 2024 ein Projekt im Bereich Blumen und Pflanzen für eine große Baumarktkette gestartet, welches in 2025 erfolgreich seine Pilotphase beendet hat. Für 2026 wurde in diesem Zusammenhang das Projektvolumen deutlich erhöht und geographisch erweitert. Inhalt ist die Bündelung (via Cross Dock) und Transport von Blumen- und Pflanzenartikeln für interne sowie externe Verloader. Erste Ideen zu einer weiteren Skalierung des Projektes im europäischen Kontext sind bereits formuliert.

Die weitere Digitalisierung stellt ebenfalls einen Kernpunkt innerhalb der Logistik und speziell im Transportbereich dar. Die Einführung eines neuen, zeitgemäßen und zukunftssicheren Transport Management Systems (TMS) ist für den Bereich Obst und Gemüse abgeschlossen. Hier wird bereits an der Optimierung gearbeitet. Für den Bereich Blumen und Pflanzen werden aktuell die nächsten Schritte konzipiert. In 2025 wurde begonnen, ein neues Telematik-System für die eigenen Nutzfahrzeuge einzuführen. Basierend auf einem Proof of Concept wurde die Realisierungsentscheidung getroffen und es werden nun alle neuen Fahrzeuge mit diesem System ausgerüstet.

Diese Investitionen bereitet für FLS, die Landgard-Logistik und damit folglich auch für interne und externe Auftraggeber*innen aus den Bereichen Blumen und Pflanzen sowie Obst und Gemüse den Weg in das digitale Zeitalter. Weiterhin werden hiermit die Grundlagen für

den Einsatz alternativer Antriebe in der Transportlogistik gelegt.

FLS wird das Landgard-Transportnetzwerk kontinuierlich optimieren, das Dienstleisterportfolio koordinieren und darüber hinaus weiterhin einen effizienten Fuhrpark für das Grundgeschäft der Landgard-Gruppe bereitstellen. Dazu werden rollierend bestehende Nutzfahrzeuge gegen Sattelzugmaschinen der neuesten Generation inklusive aller sicherheitsrelevanter Extras ausgetauscht. Ebenso werden Kühlaufleger sowie kleinere Nutzfahrzeuge regelmäßig durch modernere und effizientere Modelle ersetzt. Die kontinuierliche Verjüngung der Lkw-Flotte und die Investition in modernere Zugmaschinen dient dabei immer auch dem Ziel einer weiteren Verbrauchsreduzierung. In diesem Zusammenhang spielt auch die Prüfung alternativer Antriebe wie Elektro-Lkw eine zukunftsweisende Rolle. Damit unterstützen FLS sowie die Landgard-Logistik die unternehmensweiten Nachhaltigkeitsziele. Noch in diesem Jahr wird neben den bereits genutzten internen E-Fahrzeugen das erste Fahrzeug mit elektrischem Antrieb in der Kundenbelieferung eingesetzt.

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

IMPRESSUM

Herausgeber

Landgard eG

Veilingstraße A1 | 47638 Straelen-Herongen

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

www.landgard.de

Konzept, Redaktion

Landgard Service GmbH

Marketing | Unternehmenskommunikation

Michael Hermes, Georg Platen

Bildnachweise

1LIVE KRONE_WDR: Das Landgard-Jahr 2025: S. 17, „1000 gute Gründe“ bei der 1LIVE Krone | **ABOUT YOU:** Das Landgard-Jahr 2025: S. 14, „1000 gute Gründe“ beim ABOUT YOU Fashionball 2025 | **Husare GmbH:** S. 1, S. 18, S. 20, S. 23, S. 24, S. 37 | **Nico Kleemann:** Das Landgard-Jahr 2025: S. 9, Positive Branchenstimmung und ein voller Erfolg der Ordertage-Premiere bei der IPM 2025 | **Christoph Klöpfer:** Das Landgard-Jahr 2025: S. 15, Digitale Vertreterversammlung der Landgard eG | **MarioBoK.de:** Das Landgard-Jahr 2025: S. 14, GHBA & Friends 2025 | **Roland Neuwald:** Das Landgard-Jahr 2025: S. 13, Landgard beruft Roland Neuwald in den Vorstand | **Andreas Schwarz:** Das Landgard-Jahr 2025: S. 10, Innovative Produkte und neue Sortimente bei der Fruit Logistica 2025 | **Studio360:** Das Landgard-Jahr 2025: S. 7, Rekordbeteiligung beim Kunden- und Anlieferertag 2025 von Veiling Rhein-Maas | **Hendrik Thul:** Das Landgard-Jahr 2025: S. 8, Blütenkiez Berlin – blühender Erfolg / Das Landgard-Jahr 2025: S. 11, Deutscher Filmpreis: Pflanzen im Scheinwerferlicht | **Veiling Rhein-Maas:** Das Landgard-Jahr 2025: S. 15, Veiling Rhein-Maas bei der Trade Fair Aalsmeer 2025

Stand: 22. Mai 2026