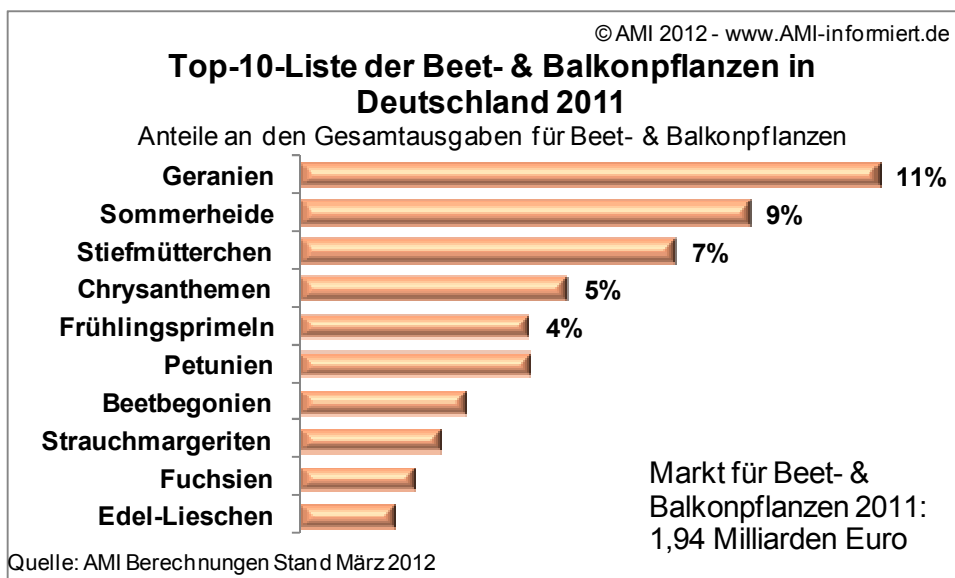


## Top 10 2011 – In allen Segmenten Bewegung

Nachdem der Gesamtmarkt für Blumen und Pflanzen im Jahr 2010 leicht geschrumpft war, erhöhte sich das Volumen im Jahr 2011 nach vorläufigen Schätzungen der Agrarmarkt Informations-Gesellschaft (AMI) um 1,5 Prozent auf gut 8,64 Milliarden Euro (zu Einzelhandelspreisen). Diese 8,64 Milliarden Euro enthalten sowohl die privaten als auch die institutionellen Ausgaben für Blumen und Pflanzen. Zum Einen trug der Schnittblumen-Sektor durch den günstiger gelegenen Valentinstern und das schöne Wetter zu Muttertag zum Wachstum des Gesamtmarktes für Blumen und Pflanzen bei. Das Segment Schnittblumen wuchs um 1,5 Prozent auf 3,06 Milliarden Euro (zu Einzelhandelspreisen) an. Das Segment der Zimmerpflanzen veränderte sich verglichen mit dem Vorjahr nur in der Zusammensetzung. Das Volumen der Zimmerpflanzen lag jedoch wiederum bei 1,72 Milliarden Euro. Begünstigt wurde das Wachstum zum Anderen durch das Segment der Gartenpflanzen: Witterungsbedingt startete die Outdoor-Saison sehr früh und aufgrund des harten Winters 2010 waren Ersatzpflanzungen zu leisten. Das Volumen dieses Segmentes erhöhte sich um insgesamt um gut 2 Prozent auf 3,86 Milliarden Euro (zu Einzelhandelspreisen).

### Top 10 Beet- & Balkonpflanzen 2011: Herbstkulturen gewinnen Anteile



Die Beet- & Balkonpflanzen verzeichneten dabei mit 0,2 Prozent die geringste Steigerung im Segment Gartenpflanzen. Das Marktvolumen für Beet- & Balkonpflanzen betrug im Jahr 2011 gut 1,94 Milliarden Euro, was einem Pro-Kopf-Verbrauch von knapp 24 Euro entspricht.

Auch im Jahr 2011 halten die Geranien den ersten Platz der Top 10 der Beet- & Balkonpflanzen. Der Anteil an den Gesamtausgaben für das Beet- & Balkonsortiment hat sich zwar um zwei Prozentpunkte verringert, den Top Platz konnten die meist roten Klassiker jedoch wieder behaupten. Der Anteilsverlust wird wohl auf das abrupte Saisonende 2011 zurückzuführen sein.

Den zweiten Platz eroberte im Jahr 2011 die Sommerheide mit einem Anteil von knapp 9 Prozent. Im Jahr 2010 belegte die Sommerheide noch den dritten Platz der Top 10 und profitierte im Jahr 2011 vom „goldenen Oktober“. Der Zuwachs von ca. zwei Prozentpunkten an den Ausgaben ist eine Auswirkung der gestiegenen Einkaufsmengen, die den leicht angezogenen Preis deutlich überwiegt.

Den dritten Platz belegten im Jahr 2011 die Stiefmütterchen, die einen Anteilsverlust von einem Prozentpunkt hinnehmen mussten. Aufgrund des sehr frühen Starts der Beet- & Balkonsaison 2011 mit deutlich höheren Temperaturen und mehr Sonnenscheinstunden im März als noch im Vorjahresmonat gerieten die Preise für die klassischen Frühjahrsboten stark unter Druck. So konnten die Stiefmütterchen den zweiten Platz der Top 10 trotz der konstanten Einkaufsmenge nicht halten.

Auch das Duell um die Plätze vier und fünf konnte die Herbstkultur für sich entscheiden. Die Chrysanthemen, die im Jahr 2010 noch den fünften Platz der Top 10 einnahmen, erreichten im Jahr 2011 mit einem Anteil von fünf Prozent den vierten Platz. In der Chrysanthemen-Hauptverkaufssaison (August und September) profitierten die reichblühenden Topfpflanzen von deutlich festeren Preisen, während die Kauflust der privaten Haushalte durch geringeren Niederschlag, mehr Sonne und etwas wärmere Temperaturen angeregt wurde.

Vom vierten Platz der Top 10 verdrängt, nehmen die Frühlingsprimeln in den Top 10 des Jahres 2011 mit einem Anteil von vier Prozent nun den fünften Platz ein. Obwohl sich der Preis im März 2011 positiv entwickelte, konnte der enorme Rückgang an eingekauften Primeln nicht kompensiert werden. Die Frühlingsprimeln verloren Ausgabenanteile im Bereich von knapp einem Prozent. Ähnlich wie bei den Stiefmütterchen sind diese Effekte wohl auf die witterungsbedingt, frühe Konkurrenz durch das klassische Sommersortiment im Beet- & Balkonbereich zurückzuführen.

Die Arten, die im Jahr 2010 die Plätze sechs bis zehn unter sich aufteilten, haben auch im Jahr 2011 ihre Positionen behaupten können. Die zweite Hälfte der Top 10 wird von den Petunien mit einem Ausgabenanteil von gut 4 Prozent angeführt. Mit knapp einem Prozent weniger folgen auf Platz sieben die Beet- Begonien. Die Strauchmargeriten nehmen mit einem Anteil von knapp drei Prozent den achten Platz ein. Fuchsien halten auch im Jahr 2011 wieder den neunten Platz der Top 10, im Jahr 2011 überstieg der Anteil an den Ausgaben die zwei Prozent Marke knapp. Das Schlusslicht der Top 10 tragen auch im Jahr 2011 die Edel-Lieschen. Sie konnten einen Anteil von knapp zwei Prozent erzielen.

### Top 10 Blühende Zimmerpflanzen 2011: Bewegungen im unteren Bereich

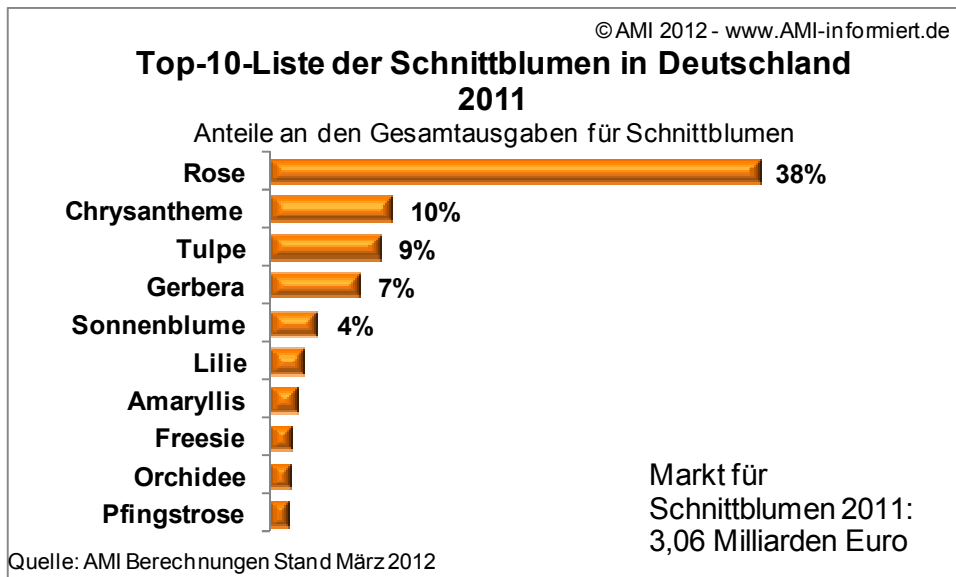


Im Jahr 2011 erreichte das Volumen des Marktsegmentes der blühenden Zimmerpflanzen nach vorläufigen Schätzungen der AMI 1,26 Milliarden Euro (zu Einzelhandelspreisen). Das entspricht einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr von knapp einem Prozent. Damit gab jeder Deutsche im Jahr 2011 durchschnittlich 21 Euro für blühende Zimmerpflanzen aus.

Auch im Jahr 2011 bleibt die Orchidee die mit Abstand bedeutendste blühende Zimmerpflanze. Sie nahm im Jahr 2011 wiederum einen Anteil von 31 Prozent an den Gesamtausgaben für blühende Zimmerpflanzen ein. Auch die anderen Kulturen der Top 5 behaupteten ihre Plätze. Auf Platz zwei befindet sich der Weihnachtsstern mit einem Ausgabenanteil von sieben Prozent. Gerade diese Kultur profitierte stark von der milderen Witterung im Winter. Da der Schnee um die Weihnachtszeit ausblieb, wurden wieder deutlich mehr Weihnachtssterne im Fachhandel gekauft als noch im Vorjahr. Den dritten Platz verteidigt die Rose mit einem Anteil von sechs Prozent. Die Plätze vier und fünf nehmen die blühenden Zimmerpflanzen ein, deren Durchschnittskäufer am ältesten sind. Das Alpenveilchen verteidigt den vierten Platz mit einem Anteil von sechs Prozent vor den Azaleen mit vier Prozent. Die erste Änderung an der Rangfolge zeigt sich auf dem sechsten Platz der Top 10. Das flammende Kätzchen, das im Jahr 2010 noch den siebten Platz der Top 10 belegte, ist nun auf Platz sechs zu finden, während die Hortensien von Platz sechs auf Platz sieben fallen. Da die Kulturen der Top 10 ab dem fünften Platz abwärts sehr nah beieinander liegen, reichte für diesen Positionswechsel eine geringe Preisveränderung bei den Kulturen aus. Auf Endverbraucherebene zahlten die privaten deutschen Haushalte im Jahr 2011 ca. fünf Prozent weniger für Hortensien und knapp vier Prozent mehr für flammende Kätzchen. Bei Hortensien zeigte sich vor allem der Anfangsmonat der Verkaufssaison (März) deutlich schwächer als im Jahr 2010. Der Rückgang im März, der ca. ein Fünftel der Gesamtausgaben für Hortensien als blühende Zimmerpflanzen hält, konnte in der restlichen Saison nicht mehr kompensiert werden. Die Plätze acht und neun zeigen ebenfalls die gleichen Kulturen wie im Vorjahr. Auf Platz acht behaupteten sich die Chrysanthenen mit einem Anteil von vier Prozent. Die Anthurien, die Platz neun einnehmen, halten ebenfalls einen Ausgabenanteil von vier Prozent. Den letzten Platz der Top 10 2011 eroberte sich die Elatior-Begonie zurück, nachdem sie ihn im vergange-

nen Jahr an die Amaryllis abtreten musste. Zurückzuführen ist dieser Platztausch auf die deutliche Zunahme der Absatzmengen an Elatior-Begonien in der Hauptsaison von April bis Juni 2011.

### Top 10 Schnittblumen 2011: Ein Neuling auf Platz zehn



Das Marktsegment der Schnittblumen erreichte im Jahr 2011 nach vorläufigen Schätzungen der AMI durch ein recht deutliches Wachstum (+1,5 %) ein Volumen von 3,06 Milliarden Euro. Das entspricht einem durchschnittlichen Ausgabenvolumen von 37 Euro pro Kopf im Jahr 2011.

Die Rosen verteidigen den ersten Platz der Top 10 wieder deutlich. Mit einem Ausgabenanteil von 38 Prozent sind sie weiterhin unangefochtene Spitzenreiter der Top 10. Den zweiten Platz nehmen unverändert die Chrysanthemen mit einem Anteil von zehn Prozent ein. Den Bronze-Platz verteidigen die Tulpen mit einem Anteil von neun Prozent erneut gegen die Gerbera mit sieben Prozent. Auf den fünften Platz finden sich erstmals die Sonnenblumen, die im Jahr 2010 noch den sechsten Platz einnahmen. Durch eine Steigerung der verkauften Menge in den Monaten vor und nach der Hauptsaison (Juni – September) konnten sie ihren Ausgabenanteil um knapp einen Prozentpunkt steigern, womit sie nun vier Prozent halten. Die Lilien, die im Jahr 2010 noch den fünften Platz der Top 10 einnahmen wurden durch die Sonnenblumen auf den sechsten Platz verdrängt. Obwohl auf die Ausgaben der privaten Haushalte für Lilien im Jahr 2011 über denen für 2010 lagen, konnten die Lilien ihren Ausgabenanteil nicht steigern. Sie liegen auch im Jahr 2011 weiterhin bei drei Prozent. Die Plätze sieben bis neun wurden von den Kulturen Amaryllis, Freesien und Orchideen mit jeweils zwei Prozent behauptet, wobei die Amaryllis gut zwei Prozent und die Orchideen knapp zwei Prozent erreichten. Den zehnten Platz der Top 10 der Schnittblumen eroberte im Jahr 2011 ein Neuling. Die Pfingstrosen zogen erstmals in die Top 10 ein und hielten gut ein Prozent der Ausgaben für Schnittblumen in Deutschland 2011. Allein die privaten Ausgaben für Pfingstrosen erhöhten sich im Jahr 2011 (verglichen mit 2010) um gut ein Drittel obwohl der Preis leicht rückläufig war. Es bleibt abzuwarten, ob diese Kultur sich längerfristig in den Top 10 halten kann.

Britta Biegler  
Agrarmarkt Informations-Gesellschaft mbH  
www.AMI-informiert.de