

Pressemitteilung

Nr. 04/2017 – Frankfurt am Main, 9. März 2017

Kundenorientiert auf allen Kanälen

Baumarktkunden mit einem differenzierten Omnichannel-Angebot anzusprechen, attraktive Sortimente mit guter Beratung und digitalen Serviceangeboten im Baumarkt vor Ort zu präsentieren und zugleich kundenfreundliche Logistiklösungen anzubieten, dies sind die wichtigsten strategischen Themen, die den Baumarkthandel und die DIY-Branche derzeit und in den kommenden Jahren beschäftigen. Dies betonte der Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V. (BHB) auf seiner Jahrespressekonzferenz am 9. März 2017 in Frankfurt am Main. Auf Sortimentsebene sind neben den anhaltenden Trends „Homing“ und „Cocooning“ in Zeiten des demografischen Wandels insbesondere die Themen altersgerechtes Wohnen, Smart-Home, Nachhaltigkeit und Do-it-for-me-Services als Ergänzung zum Lebensgefühl Do-it-yourself die aktuell bedeutendsten Trends.

Der stationäre Handel ist weiter erste Anlaufstelle für Konsumenten, muss aber viel investieren, um seine Vorrangstellung gegenüber digitalen Wettbewerbern zu verteidigen. Zu diesem Ergebnis kommt die aktuelle Studie „Trends im Handel 2025“, eine repräsentative Umfrage unter Konsumenten zu ihrem Einkaufsverhalten und ihren -erwartungen, der Unternehmensberatung KPMG, des EHI Retail Instituts Köln, des Handelsverbands Deutschland (HDE) und des Marktforschungsinstituts Kantar TNS. Das gilt auch für die Baumarktbranche: Dabei ist der dortige Anteil des digitalen Handels vergleichsweise gering. So gaben 13 Prozent der Befragten laut Studie an, in den letzten zwölf Monaten Baumarktprodukte online gekauft zu haben. Für die kommenden fünf Jahre erwarten sie, 22 Prozent ihrer Baumarktartikel online einzukaufen. Gerade bei Baumarktartikeln ist der Studie zufolge die starke Nutzung von Omnichannel-Angeboten auffällig: Von großer Relevanz sind hierbei insbesondere die Lieferung von im Laden gekauften Artikeln und die Onlinereservierung mit anschließender Abholung vor Ort. Außerordentlich wichtig ist den Kunden der Studie zufolge auch ein hohes digitales Serviceangebot der Händler, vor allem im Hinblick auf die Produktberatung.

Auch Baumarktkunden erwarten Omnichannel-Angebote

„Unsere Kunden erwarten ein ganzheitliches Angebot, sie wollen ihre Informations- und Kaufprozesse zeitlich und räumlich flexibel gestalten können“, betont BHB-Vorstandssprecher Detlef Riesche. „Für den Baumarkthandel gilt es daher heute und in Zukunft, ein integriertes Omnichannel-Angebot zu bieten und auf allen Kanälen die Baumarktkunden bei der Umsetzung ihrer Projekte zu begleiten. Dem Ausbau der stationären Kompetenz – mit attraktiven Sortimenten, guter Beratung und zusätzlichen digitalen Services – wird dabei die entscheidende Rolle zukom-

**BHB – Handelsverband
Heimwerken, Bauen
und Garten e.V.**

Hohenzollernring 14
50672 Köln

Telefon | +49 221 277595 - 0
Fax | +49 221 277595 - 79
Internet | www.bhb.org
E-Mail | info@bhb.org

Pressekontakt

**Christoph Schley
Leiter Kommunikation**

BHB – Handelsverband
Heimwerken, Bauen
und Garten e.V.

Telefon | +49 221 277595 - 14
Fax | +49 221 277595 - 79
E-Mail | christoph.schley@bhb.org

Beleg erbeten

men, es ist das stärkste Kundenbindungsinstrument gerade auch im Wettbewerb mit Pure Playern.“ Durch neue Ladenbaukonzepte und multimediale Warenpräsentationen, aber auch mit digitalen Terminals im Markt, Mobile-Devices wie Tablets für Kunden und Berater und dem Anbieten von Services unter Nutzung von Virtual-Reality-Anwendungen (3D), etwa zur Planung der Raumgestaltung und Innendekoration, werde das stationäre Angebot attraktiver, erläutert Riesche. Gleichzeitig gelte es, den Auf- und Ausbau von Onlineshops, Unternehmensblogs und Social-Media-Angeboten voranzutreiben.

Ein weiterer wichtiger Baustein auf dem Weg zu einem zeitgemäßen kundenorientierten Leistungsangebot sei auch der weitere Ausbau der Logistikleistungen. Mit Blick auf das veränderte Einkaufsverhalten und die Lebensumstände der Konsumenten, gerade auch in städtischen Ballungsräumen mit vielen Singlehaushalten ohne eigenes Fahrzeug, erwarte der Kunde im digitalen Zeitalter auch vom Baumarkt vor Ort die Möglichkeit nach „Shopping & Delivery 24/7“, so Riesche. „Für uns als Handel gilt es, die Logistikleistungen für unsere Kunden zu stärken, etwa durch das Anbieten von Möglichkeiten der Onlinereservierung mit anschließender Abholung im Markt oder das Angebot, im Markt erworbene Waren zeitnah zu den Kunden nach Hause zu liefern.“

Sortiments- und Produktrends: Altersgerechtes Wohnen, Smart-Home, Nachhaltigkeit und Do-it-for-me-Services im Fokus

Blickt man auf Aktuelles im Bereich der Sortimente und Services, sind in der DIY-Branche neben dem anhaltenden „Homing“-Trend in Zeiten des demografischen Wandels insbesondere die Themen altersgerechtes Wohnen, Smart-Home, Nachhaltigkeit und Do-it-for-me-Services als Ergänzung zum Lebensgefühl Do-it-yourself die aktuell bedeutendsten Trends.

„Der demografische Wandel verändert die Kundenstrukturen, und die für die Baumarktbranche wichtige Kundengruppe 50Plus will sich den Wunsch erfüllen, auch in Zukunft zuhause in der vertrauten Umgebung leben zu können“, betont Kai Kächelein, stellvertretender Sprecher des BHB-Vorstands. „Dies führt zu einer steigenden Nachfrage nach **Produkten für sichere Mobilität** zur Modernisierung des eigenen Zuhauses.“ Dabei seien hochwertige Hilfsmittel für Dusche, Bad/WC, Treppen und Flure wie Ein- und Ausstiegsvereinfachungen in Bäder und Duschen, Badhocker, Klappsitze, Haltegriffe und Geländer ebenso gefragt wie moderne Alltagshilfen, also Produkte aus den Bereichen Haushalt, Mobilität, Anziehen und Wohnen, wie Greifhilfen, Antirutsch-Teppiche, Spazier- und Gehstöcke oder Stuhl- und Betterhöher.

Auch das Thema **Smart-Home** ist aktueller denn je: „Automatisierte Haussysteme werden zunehmend auch von den Baumarktkunden nachgefragt“, so Kächelein. „Die intelligente Hausautomation, wie etwa die tageszeitabhängige Steuerung von Heizung, Beleuchtung, Lüftung oder Jalousien, verspricht unseren Kunden mehr Wohnkomfort, Energieeinsparungen und Sicherheit.“ Mit seiner aktuellen Sortimentspolitik biete der Baumarkthandel seinen Kunden zahlreiche attraktive Optionen, das eigene Haus mit modernen Steuerungssystemen auszustatten.

Auch die Aufwertung des eigenen Zuhauses zum gemütlichen Rückzugsort, aber auch zum Mittelpunkt des Soziallebens, bestimmt die Sortimentspolitik der Branche. „**Cocooning und Homing** sind, auch und gerade in Zeiten eines starken Konsumklimas und zugleich möglicherweise bevorstehender politischer Unsicherhei-

BHB – Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V.

Hohenzollernring 14
50672 Köln

Telefon | +49 221 277595 - 0
Fax | +49 221 277595 - 79
Internet | www.bhb.org
E-Mail | info@bhb.org

Pressekontakt

Christoph Schley Leiter Kommunikation

BHB – Handelsverband
Heimwerken, Bauen
und Garten e.V.

Telefon | +49 221 277595 - 14
Fax | +49 221 277595 - 79
E-Mail | christoph.schley@bhb.org

Beleg erbeten

ten, wichtige Trends mit besonderer Bedeutung für unsere Branche“, hebt Kächelein hervor. Dies fördere das Kundeninteresse an modernen Bodenbelägen, Tapeten und Wandfarben, aber auch an Haus- und Sicherungstechnik. Auch die Themen Outdoor-Living und Garten seien Dauerbrenner: Baumarktkunden zeigten sich bereit, in den eigenen Garten, in Pflanzen, Gartenmöbel und Gartengeräte zu investieren. Dies belegten die aktuellen Umsatzzahlen der Branche im Bereich der Gartensortimente deutlich, die auch 2016 wieder eine zentrale Bedeutung für das Branchenergebnis gehabt hätten. Um ihre Projekte in Haus und Garten umzusetzen, fragten die Baumarktkunden zudem Elektrowerkzeuge wie Bohrmaschinen, Rasenmäroboter oder Motorsägen nach. 2016 habe sich dabei der Trends der Kunden zu kabellosen akkubetriebenen Varianten bestätigt, so Kächelein.

Zudem bestimmt das Thema **Nachhaltigkeit** die Baumarktbranche. „Nachhaltigkeit wird aus Verbrauchersicht zunehmend wichtig, dies drückt sich einerseits in einem stärkeren Bewusstsein für die Produktqualität aus, aber auch in der Forderung nach nachhaltigen Sortimenten“, so Kächelein. „Zunehmend mehr Kunden kommen in den Handel und erkundigen sich nach ökologischen und nachhaltigen Produkten für ihre Heimwerkerprojekte in Haus und Garten.“ Das Verlangen nach einem „gesunden Wohnen“ der Kunden bestimme daher vermehrt die Sortimentspolitik der Branche, etwa in den Warengruppen Farbe, Anstrichmittel, Bodenbeläge, Holz, Baustoffe oder Pflanzenschutz.

Als Ergänzung zum Lebensgefühl Do-it-yourself werden bei den Kunden auch **Do-it-for-me-Services** zunehmend beliebter. Aufgrund des demografischen Wandels und eines steigenden Convenience-Trends in der Gesellschaft ist auch in den klassischen DIY-Segmenten der Bedarf und das Interesse an professioneller Hilfe bei Heimwerkerprojekten bei den Baumarktkunden mehr und mehr vorhanden. So sind viele Heimwerker und Hobbybastler bereit, sich bei der Umsetzung ihrer DIY-Projekte fachkundig helfen zu lassen, auch wenn sie dies Geld kostet, wie eine aktuelle Online-Umfrage des Marktforschungsinstituts YouGov Deutschland im Auftrag des BHB zeigt. Danach würden 43 Prozent der Kunden von Baumärkten für einen dort als Service angebotenen unterstützenden Handwerkerservice bezahlen. Und 42 Prozent würden entgeltliche Hilfe bei einfacheren Heimwerkerarbeiten in Anspruch nehmen. „Für uns als Baumarktbranche, für Handel und Hersteller, muss es nun heißen, heute und in Zukunft mit einem ganzheitlichen Leistungsangebot auf allen Kanälen die Wünsche unserer Kunden zu bedienen“, betont Kächelein. „Es gilt, mit modernen Märkten, einer innovativen Warenpräsentation in Themenwelten, dem Ausbau von Beratungs- und Serviceleistungen und mit innovativen Produkten emotional für das Thema Heimwerken und DIY zu werben.“

Über den Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V. (BHB):

Der Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V. (BHB) vertritt als Wirtschaftsverband die Interessen der Handelsbetriebe für Heimwerken, Bauen und Gärtnern aus Deutschland, Österreich und der Schweiz (D-A-CH-Region) sowie weiterer Unternehmen der DIY-Branche aus Industrie und Dienstleistungssektor. Als Verband mit internationaler Ausrichtung ist der BHB in Deutschland, im deutschsprachigen Ausland und über seine Mitgliedschaft in der European-DIY-Retail-Association (EDRA) in ganz Europa aktiv. Dabei vertritt er die wirtschafts- und medienpolitischen Interessen der Branche und tritt in den Dialog mit Politik, Medien, Verwaltung sowie Lieferanten und Dienstleistern. Im Verband sind 21 Handelsorganisationen mit 23 Vertriebslinien und rund 200 Fördermitglieder aus Industrie und Dienstleistung organisiert. Die Branche zählt in Deutschland rund 480.000 Beschäftigte. Der Gesamtbruttoumsatz der Bau- und Heimwertermärkte in Deutschland erreichte 2015 einen Wert von rund 18 Milliarden Euro.

BHB – Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V.

Hohenzollernring 14
50672 Köln

Telefon | +49 221 277595 - 0
Fax | +49 221 277595 - 79
Internet | www.bhb.org
E-Mail | info@bhb.org