



## Pressemitteilung

Nr. 07/2022 – Köln, 23. Juni 2022

### **BHB-GardenSummit: Gartenbranche – die „sichere Bank“ in unsicherem Umfeld**

- **Über 150 Führungskräfte beim BHB-Gipfel der Grünen Branche als Abschluss der spoga + gafa in Köln**
- **Authentische Konzepte und Innovationen als Rezepte gegen unsichere Zeiten**
- **Starke Beteiligung der Händler ermöglicht viele Diskussionen**

**Nach zwei Jahren Zwangspause endlich wieder ein BHB-Branchengipfel live und und Präsenz: Den über 150 Führungskräften, die am Dienstag zum Abschluss der spoga + gafa-Fachmesse in Köln zusammenkamen, waren Freude und Bedürfnis nach Kommunikation durchweg anzumerken. Denn nachhaltigen Austausch und vor allem das wertvolle Networking können digitale Formate eben immer nur begrenzt ersetzen. Und so fand das kurz-knackige Vortragsprogramm, zu dem der BHB traditionell zum Abschluss der Gartenleitmesse einlädt, in sehr positiver Grundstimmung statt.**

Obwohl sich alle beteiligten Führungskräfte der ernsten Lage natürlich bewusst sind: Waren die grünen Sortimente in Corona-Zeiten äußerst gefragt und mit spürbaren Umsatzzuwächsen belegt, dürfte dieses Jahr mit den Folgen des Ukraine-Krieges – Inflation, enorme Energieverteuerung und zusätzliche Lieferschwierigkeiten – deutlich problematischer verlaufen.

Dabei können sich die Händler der Branche allerdings auf eine gute Grundlage verlassen. Dr. Joachim Bengelsdorf, scheidender Chefredakteur des Branchenmagazins DIY, skizzierte zum Abschluss seiner beruflichen Laufbahn die Entwicklung der Gartenbranche des letzten Vierteljahrhunderts aus der Sicht des Fachjournalisten. Aus eher bescheidenen Anfängen entwickelte sich eines der wichtigsten Sortimente mit enormen Zuwächsen bei Fläche und Umsätzen. Konsolidierung war bislang nie Thema, die deutschen Unternehmen bestens aufgestellt. Ob dies auch in die Zukunft trägt, werde entscheidend davon abhängen, dass die Branche notwendige Kompetenzen in den neuen Technologien entwickle.

Martin Langhauser, Director Consumer Panels bei GfK, ist einer der erfahrensten Zahlenexperten der Branche und skizzierte die aktuelle Entwicklung. Die Positiv-News: Der seit vielen Jahren wachsende Gartenmarkt hat bis zum letzten Jahr nochmals einen Schub bekommen, Pflanzen und alle Gartensortimente spielen bei den Verbraucherinnen eine ebenso wichtige wie emotionale Rolle. Allein im letzten Jahr haben über 80 Prozent aller Verbraucher bis zu 22 mal pro Haushalt im Gartenmarkt eingekauft, der Online-Anteil wächst dabei stetig. Die Durchschnitts-Ausgaben über alle Kanäle steigen dabei auf 441 Euro. Doch derzeit drohen eher dunkle Wolken: Das GfK-Konsumklima, das die wesentlichen Faktoren der Verbraucherstimmung erfasst, befindet sich aktuell auf einem Allzeit-Tief – die Menschen sind aufgrund der brutalen Teuerungsschraube und der düsteren Aussichten derzeit verunsichert, die ersten Rückgänge lassen sich mitten in der Saison derzeit feststellen.

Langhauser riet den Expertinnen und Experten vor Ort, sich auf zunehmende Preissensibilität der Shopper einzustellen. Auch der Online-Anteil werde weiter stiegen (derzeit liegt er bei 22

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

Hohenzollernring 14  
50672 Köln

T +49 221 277595-0  
F +49 221 277595-79  
info@bhb.org  
www.bhb.org

#### **Bankverbindung**

Commerzbank AG Köln  
**IBAN** DE85 3704 0044 0200 1493 00  
**BIC** COBADEFF370

#### **Amtsgericht Köln**

VR 6919  
USt-IdNr. DE 121321365

#### **Hauptgeschäftsführer**

Dr. Peter O. Wüst

Prozent). Weiterer Ausbau der Digitalisierung müsse aber auch den multifunktionalen PoS beinhalten.

Zu den eher ernüchternden Aussichten kommt aber auch etwas Zuversicht: Der eigene Garten, und das hatte ja auch schon die Rheingold-Studie aus 2021 belegt, gewinnt in Krisenzeiten immer mehr an Relevanz für die Menschen.

Ein sehr bekanntes Gesicht kann die Branche als Neuzugang begrüßen: Ralf Dümmel, bekannt aus dem TV-Format „Die Höhle der Löwen“ und findiger Investor, hatte mit seinem Unternehmen DS-Produkte nicht nur zahlreiche smarte Produktneheiten in den Markt gebracht, sondern auch mit der Übernahme der Marke Landmann den Sprung in den Wettbewerb gewagt. In einer äußerst kurzweiligen Gesprächsrunde talkten Dümmel und sein Co-Geschäftsführer Lars Stegelmann über Chancen und prosperierende Innovationen in einem umkämpften Markt, wobei Dümmel immer wieder mit Ideen und künftigen Produkterweiterungen überraschte – frischer Wind für die Branche sicherlich.

Die Meinung von Kundinnen und Kunden ist heute echtes Kapital, und sie wird auch den verschiedensten Bewertungsportalen und in den Online-Shops gern und oft kundgetan. Aufgrund stark unterschiedlicher (Sprach-)Qualität waren diese Feedbacks bislang schwer auszuwerten, hier setzt mit Opinion Mining ein neues Tool an, das erstaunlich präzise Analysen ermöglicht und das Lukas Waidelich in Verbindung mit einer neuen Studie von Market Media24 vorstellte.

Eines der meistdiskutierten Themen in der Gartenbranche ist das Thema Torfvermeidung – dem widmete der BHB-Summit ebenfalls eine interessante Gesprächsrunde. Anna Hackstein und Philip Testroet vom Industrieverband Garten, Ulrich von Glahn, CEO der Floragard-Gruppe und BHB-Hauptgeschäftsführer Dr. Peter Wüst tauschten sich über Chancen und Risiken der zahlreichen Ersatzprodukte aus. Dass man aus den Torfprodukten aussteige, sei eine von allen gewollte Stoßrichtung, betont IVG-Geschäftsführerin Anna Hackstein – es gehe aber darum, dass dies in einem angemessenen Zeitraum erfolge und der Gesetzgeber nicht durch Überregulierung eine auch für Kunden gangbare Lösung konterkariere. Denn es sei der Kunde, der tatsächlich über die Akzeptanz neuer, innovativer Lösungen entscheide, betont auch Ulrich von Glahn.

Nachhaltigkeit ist in aller Munde – der Megatrend wird die Branche über viele Jahre begleiten und umformen. Wie man diese Herausforderung mit Herzblut angeht, das trug Hans-Joachim Kleinwächter, GF Category Management und Marketing bei toom Baumarkt vor. Ein gewaltiger Prozess vieler kleiner Schritte, dessen nun immer besser sichtbaren Erfolge auch Spaß machen, betonte er. Anhand verschiedener Beispiele wie der Vermeidung von 80 Millionen (!) Kunststoffetiketten bis hin zur nützlingsfreundlich veränderten Zucht verschiedener Zierpflanzen oder dem Mehrweg-Traysystem zeigte Kleinwächter, an wie vielen Stellschrauben ein Handelsunternehmen auf dem Weg zur Klimafreundlichkeit drehen kann und muss.

Fazit: Eine Branche immer noch im Wachstumsfeld, natürlich mit hohen Unsicherheitsfaktoren aber mit viel Potenzial und auch Aufbruchsignalen, resumierte Peter Wüst.

Im Anschluss strömten die Besucherinnen und Besucher des BHB-GardenSummit bei feinstem Sommerwetter in den Innenhof des Kongresscentrums, wo bei Getränken und Barbecue endlich wieder uneingeschränktes Networking möglich war.

**Die nächste Ausgabe des BHB GardenSummit ist wieder als Abschluss der spoga + gafa am 20. Juni 2023 geplant.**



### **Pressekontakt**

Jörn Brüningholt

Leitung Kommunikation

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

Telefon | +49 221 277595 - 14

E-Mail | [joern.brueningholt@bhb.org](mailto:joern.brueningholt@bhb.org)

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 der Industrie und dem 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 über 30 Vertriebslinien und rund 210 Fördermitglieder aus der Industrie und dem Dienstleistungssektor organisiert. Die Branche im weiteren Sinne zählt in Deutschland rund 480.000 Beschäftigte. Der Gesamtbruttoumsatz der Bau- und Heimwerkermärkte in Deutschland erreichte 2021 einen Wert von rund 20,33 Milliarden Euro.