



Pressemitteilung

Nr. 16/2024 – Köln, 28. November 2024

BHB-Baummarktkongress, Tag 2: Branchenevent schafft in den Masterclasses wertvolles Wissen und fördert den Austausch

Auch am 2. Tag des diesjährigen BHB-Kongresses ging es um aktuelle Trends und Entwicklungen. Wie schon in den Vorjahren standen auch diesmal eher operative Ansätze im Fokus – in sieben verschiedenen Masterclasses konnten sich die Teilnehmer aktiv in die Diskussionen einbringen. Am Vorabend dominierte noch die festliche Stimmung: Der DIY-Lifetime-Award, den BHB und der Dähne-Fachverlag gemeinsam verleihen, wurde unter viel Applaus an Hans-Jürgen Herr verliehen.

Der langjährige Manager der Barbecue-Marke Weber, zuletzt bis ins internationale Board des Grill-Riesen aufgestiegen, wurde für sein Lebenswerk ausgezeichnet, da er mit seinen Ideen und Konzepten das Thema Grillen im deutschsprachigen Raum salonfähig gemacht und damit das Segment für die gesamte Branche entscheidend nach vorn getrieben hat. **Laudator Michael Reuter**, langjähriger Wegbegleiter, erzählte von den bescheidenen Anfängen und der unternehmerischen Weitsicht Hans-Jürgen Herrs, mit einer gehörigen Portion Lifestyle „Millionen Männer zum Kochen zu bringen“. Kein gerader Weg, wie Hans-Jürgen Herr in seiner Dankesrede betonte – aber immer begleitet von der Überzeugung, eine echte Win-Win-Situation für den Hersteller, Handel und die Nutzer zu schaffen.

Nach einer ausgiebig gefeierten Galanacht auf der MS RheinMagie, die vor dem WCCB angelegt hatte, startete der zweite Kongresstag wieder mit Themen zu den aktuellen Fragestellungen und Herausforderungen.

Den Auftakt machte **Manfred Jürgens** von der Markant Handels- und Industriewaren-Vermittlungs AG. Er zeigte die ‚schöne neue Welt‘ gebündelter Produktinformationen, die im digitalen Kontext einen enormen Impact auf die Absatzkanäle haben. Mit Hilfe neuer Tools wie einem ‚Product Wizard‘ können Unternehmen hier nicht nur strukturieren, sondern die Informationen sehr zielgruppenspezifisch einsetzen.

In diesem Jahr bot der BHB insgesamt sieben zweiteilige ‚Masterclasses‘ an. Auch diesmal konnten sich die Besucher wieder – je nach Interessenslage – zwischen den vielfältigen Angeboten hin- und herbewegen und somit den größtmöglichen Input für sich mitnehmen. Ein Format, das die Kongressteilnehmerinnen und -teilnehmer immer wieder sehr schätzen.

In der Session „Platform, Prospekte, Retail Media“ boten **Dr. Eva Stüber und Boris Hedde** (IFH Köln) eine Übersicht über die Entwicklungen mit Temu, Tiktok und Co. und warfen die Frage auf, ob sich die DIY-Branche „neu programmieren muss“. **Andreas Riekötter** (ebenfalls IFH) zeigte ein Relevanz-Set für den Mix der Medienkanäle aus Print und Digital auf, der künftig entscheidenden Einfluss auf die Kaufentscheidung der Kunden haben dürfte.

Dass Retouren zu den unwägbaren Belastungen im E-Commerce gehören, war bislang aus vielen anderen Branchen bekannt. Wie ist das Verhalten der Kunden in den DIY-Kanälen? Welche Entwicklungen gibt es, was kann man daraus lernen? In einer unterhaltsamen Masterclass spielten sich hier **Michael Gerling** (EHI Retail Institut) und Hornbach-Logistikvorstand **Ingo Leiner** die Bälle zu. Im zweiten Teil berichtete **Andre Kranke**, bei der

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

Dachser SE für Research& Development zuständig über Logistik auf dem Weg zur „Null-Emission“ – und welche Optimierungspotenziale auch dem Handel nutzen.

In der Masterclass Product Compliance und Sustainability berichte **Prof. Thomas Klindt** (Kanzlei Noerr) über die Tücken von Produkthaftung und vermeidbaren Produktrückrufen. Im zweiten Teil diskutierte **Imke Ide** (BHB Arbeitskreis PuC) mit **Alexander Rüeck** (Osapiens), **Melanie Schittek** (OBI) und **Oliver Koopmann** (Bauhaus) über das Thema Transparenz ohne Geheimnisverrat und Lösungsansätze für Herausforderungen von Nachhaltigkeitsregelungen.

Keine ernsthafte Diskussion über Trends im Handel kommt derzeit am Thema Künstliche Intelligenz vorbei. Einen interessanten Überblick gab **Dr. Tim Wirtz** vom Fraunhofer Institut für intelligente Analyse- und Infosysteme. Er zeigte sowohl praktische Beispiele, bei denen KI bereits im Handel echten Mehrwert erzielt, aber auch die Schwächen der jetzigen Standards auf. Zu den Chancen informierte im Teil 2 auch **Dr. Philipp Hoog**, BBE Handelsberatung – er bot einen Überblick über mögliche Anwendungsfelder in Marktforschung, Preisgestaltung oder Augmented-Reality-Einkaufswelt ein.

Eine der größten Gefahren für die moderne Handelswelt liegt, wie die bittere Erfahrung lehrt, in Cyber-Angriffen. Spektakuläre Fälle haben in den letzten Jahren die Sensibilität bei Handel wie Industrie erhöht. Welche Entwicklungen es gibt, welche Technologien, Management-Beratungen usw. zur effektiven Abwehr notwendig sind, darüber berichteten in zwei Sessions **Dr. Thomas Stubbins**, GF Cyber Trust Services; **Paul Sester**, Chief Information Security Officer bei Hornbach und **Michael Fußeder** (Senior Manager, Deloitte).

Krise braucht Beratung, will man im Fall der Fälle Insolvenzen vermeiden und rechtzeitig geeignete Strategien anwenden. Oder kann man mit der richtigen KI-Strategie den Fachkräftemangel abwenden? Das waren die Themenansätze von **Ralf Strehlau und Otmar Franzen** (Anxo Management Consulting) in den Masterclasses-Sessions „Krisen und Beratung“.

Der Point of Sale wird zwangsläufig immer digitaler. Das stellt gerade Mittelständler aber oft vor große Herausforderungen. **Dirk Mende** (NBB) berichtete über Do's and Don'ts und nennt Daten + Fakten. Auch **Ingo Wolter** (GF Regio Baustoffe) stellte seinen Best Case für die PoS-Digitalisierung vor: Mit dem Showroom virtubox kann der Kunde Haptik und digitales Erlebnis kombinieren.

2024 – ein Jahr voller „Bad News“. Dass dies nicht nur schlechte Stimmung verbreitet, sondern auch direkten Einfluss auf Kauflust – und -entscheidungen hat, wurde an verschiedenen Stellen des Programms immer wieder angesprochen. Aber gerade Führungskräfte müssen in diesen Situationen Zuversicht kultivieren – ein Thema für einen inspirierenden Abschluss-Vortrag des diesjährigen BHB-Kongresses von **Dr. Nico Rose**. Pessimismus ist leicht – aber Zuversicht erfordert intensives Arbeiten am Selbst – angefangen mit einfachen Bewegungen. Statt Marathon-Training tun dabei schon kleine „Exercise Snacks“ erstaunliche Wirkung. Und man muss das Positive aktiv zulassen und forcieren – Rose zeigte, dass mit ganz einfachen psychologischen Kniffen ein Ent-stressen und eine gute Portion Selbstmotivation möglich sind.

Der BHB-Kongress 2025: Mit Zuversicht und viel neuem Input im Gepäck – so entließ BHB-Hauptgeschäftsführer und Moderator **Dr. Peter Wüst** die Teilnehmer in die Weihnachtszeit. Und lud direkt auch zum 26. BHB-Kongress ein: Dieser findet am **26. und 27. November 2025** -wieder im WCCB in Bonn - statt.



Bildmaterial finden Sie in Kürze unter www.bhb.org/presse/downloads

Pressekontakt

Jörn Brüningholt

Leitung Kommunikation

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

Telefon | +49 221 277595 - 14

E-Mail | 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 24 Handelsorganisationen mit über 30 Vertriebslinien und über 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 2023 einen Wert von rund 21,24 Milliarden Euro.