



Pressemitteilung

Nr. 14/2020 – Köln, 3. Dezember 2020

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

eBHB2020: Gelungener Auftakt für die Remote-Premiere des Branchenkongresses

Hohenzollernring 14
50672 Köln

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

- 340 Teilnehmer erlebten heute die besondere Atmosphäre
- BHB-Vorstand komplett in den Handels-Breakouts aktiv
- Starke Vorträge und überraschende Visionen prägen 1. Veranstaltungstag

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

Dass der 21. Internationale Baumarktkongress des BHB ein komplett anderer ist – angesichts der Corona-Entwicklung keine Überraschung. Doch war für Organisatoren, Moderatoren, Vortragende und natürlich die Teilnehmer eines schnell klar: Aus der erzwungenen Distanz-Lösung erwächst ein ‚echter‘ BHB-Kongress – auch Dank einiger Besonderheiten, die die digitale Entfernung (fast) vergessen machen.

BHB-Hauptgeschäftsführer **Dr. Peter Wüst** und Vorstandssprecher **Franz-Peter Tapaß** eröffneten den **eBHB2020** aus dem Studio der GS1 in Köln und einem nahegelegenen Konferenzraum. Bei einem kurzen Lagebericht spielten sich beide Akteure auch über die Distanz die Bälle zu und analysierten im Dialog das Branchenjahr 2020.

Im Fokus ihrer Kurzanalyse standen die Herausforderungen, die die Pandemie mit viel Druck an die Branche gestellt hat: Wirksame Sicherheitskonzepte umzusetzen, die Kommunikation mit operativen Behörden und der Politik aufzunehmen und schnell auch im Zuge weltweiter Lockdowns die Warenversorgung sicherzustellen. Den großen Dank der Branchenhändler formulierte Tapaß: Dieser Kraftakt war nur Dank enormer Anstrengungen der beteiligten Menschen möglich – dabei schloss er explizit die Beschäftigten auch bei Lieferanten und Dienstleistern mit ein.

Das Zahlenwerk zum Pandemie-Jahr lieferte wie gewohnt Research-Spezialist **Klaus-Peter Teipel**. Zwei Entwicklungen haben die Bau- und Gartenfachmärkte in eine Sonderkonjunktur gebracht – die attestierte Systemrelevanz, die nach anfänglichem Ruckeln in Deutschland fast alle Märkte dauerhaft geöffnet ließ und die erzwungene Bindung der Menschen an ihr Zuhause, durch verhinderte Urlaubsreisen bzw. Homeoffice und oftmals verkürzte Arbeitszeiten. Die zweistelligen Positiv-Auswirkungen auf die Umsätze vom renovierungs- aber auch Verschönerungssortimenten sind bekannt.

Teipel prognostiziert den Bau- und Gartenfachmärkten für 2020 ein Gesamtwachstum von +13,7 % und einen erwarteten Umsatz von über 26,1 Mrd. Euro. Der DIY-Gesamtmarkt (über alle Vertriebsformen) wächst prognostiziert um +3,3 % (ca. 255,6 Mrd Euro). In der Aufteilung nach Sparten gewinnen im Baumarkt besonders die Gartensortimente hinzu (+16,9%), gefolgt von Baustoffen (+16,25 %), Heimwerkersortiment (+13,35 %) und den sogenannten Erweiterungssortimenten (+7,6 %). Profitiert habe auch der eCommerce-Bereich: für rund 4,96 Mrd. Euro werden DIY-Kernsortimente hochgerechnet in diesem Jahr online umgesetzt, was einem Anstieg von 26,3 % entspricht – der Anteil der Baumärkte daran liege bei rund der Hälfte.

Solche Rekordzahlen sind natürlich nicht dauerhaft zu toppen - und damit richtete Teipel schon einen Blick ins nächste Jahr. Er sagt den Baumärkten einen Rückgang zwischen -2,3% und -5,3 % und größer als 1 Mrd. Euro voraus – was allerdings weiterhin deutlich über dem

„Vorkrisenniveau“ liege. Die Menschen werden die neugewonnene Lust am Home Improvement behalten und durch neu gewonnene Kompetenz sogar zu großen Projekten ausbauen – hier liege die große Chance der Branche, in der Beratung, Betreuung und in den richtigen Innovationen.

Einen intensiven Blick in die Trends der Zukunft wagte dann **Tristan Horx** – der Träger des bekannten Namens bildet die „Next Generation“ der Trendforscher im Frankfurter Zukunftsinstitut. Corona ist – entgegen landläufiger Meinung – kein Megatrend, dafür sei die dominierende Wirkung der Pandemie nicht langlebig genug. Aber die Krise habe echte „Stromstöße“ in bestehende (Mega-)Trends gegeben, diese verändert und oftmals beschleunigt. Vier mögliche Szenarien warf Horx als Vision für eine Zeit nach Corona auf: eine „Totale Isolation“, in der sich Gesellschaften mit erhöhtem Sicherheitsbedürfnis komplett abschotten und Innenstädte als Ghost Places zurücklassen. Oder der „System-Crash“, der eine multipolare Weltordnung, Regionalisierung von Produktionen und Data + Analytics zur Abschottung vorausieht. Positivere Ansätze böte das Szenario „Neo-Tribes“, der die Nach-Corona-Welt zur ‚Progressiven Provinz‘ stilisiert – der Rückzug ins Private mit wenig und entschleunigtem Tourismus, Konzentration auf die lokale Umgebung und vielen „New Work“-Strukturen. Das optimistischste Zukunftsszenario böte eine „Resiliente Gesellschaft“ mit nachhaltig wachsender Ökonomie, holistischer Denke, gesunder Mischung von Global und Local sowie eine supranationale Nutzung von Big Data.

Welche Richtung sich auch immer herauskristallisiert – einige fundamentale Erkenntnisse liefert die Betrachtung der besonderen Situation schon jetzt. „Fridays for Future“ habe gewonnen – quasi ungeplant habe der Lockdown ökologische Entwicklungen befeuert. Digitalisierung sei kein Selbstzweck mehr, sondern die Implementierung selbstverständlicher Tools. „Tot“ sei aber auch der Grundgedanke der Work-Life-Balance – die Vermengungen und Aufhebung der Abgrenzung von Arbeit und Leben durch „New Work“ sei signifikant. Und letztendlich habe Corona die Entschleunigung beschleunigt. Dies alles beeinflusse das Einkaufsverhalten der Menschen – wenn die Branche diese Entwicklungen adaptiere, könne man die eigene Entwicklung wirklich mitgestalten.

Für eher hemdsärmeligen Realismus ist Ruhr-Comedian **Markus Krebs** bekannt. Er hatte die eigentlich undankbare Aufgabe, ohne das Feedback des Live-Publikums seine, nicht immer ernst gemeinten Gedanken zu Baumärkten und Sortimenten („Brennholzverleih“) überzubringen. Doch der - Achtung - ehemalige stv. Baumarktleiter – zeigte sich einfallsreich und sorgte im munteren Dialog mit Peter Wüst, ebenfalls nativer „Ruhrpottler“, für einige Schmunzler vor den weit verstreuten Bildschirmen der **eBHB2020**-Teilnehmer.

Auch wenn Corona derzeit die Diskussionen dominiert – das Thema Klimawandel ist und bleibt weiterhin drängende Herausforderung für alle. Deshalb bleibt die BHB-Baumpflanzaktion auch 2020 auf der Prioritätenliste von BHB und seinen Mitgliedsunternehmen. Organisator Alain Paul von Holz.ConZert betonte die Dringlichkeit: trockene Sommer und Borkenkäferplagen geben riesige Waldflächen der Vernichtung preis – mit fatalen Folgen für das Klima. Hier machte OBI in diesem Jahr den ersten Zug: Die ersten der gespendeten 1.000 Jungbäume hatten Peter Tapaß und Peter Wüst symbolisch vor kurzem bei Hennef/ Sieg gepflanzt.

Ein ganz wesentlicher Bestandteil des BHB-Kongresses ist von Anbeginn das Networking: Teilnehmer von Handel, Industrie, Dienstleister und Verbänden kommen beim größten Branchentreffen im Advent zusammen – und freuen sich neben dem sachlichen Austausch



auch immer über eine gemeinsame menschliche Komponente. Dies nachzustellen, dafür hatten sich die **eBHB2020**-Organisatoren einen besonderen Kniff ausgedacht: In der Kongresspause wurden die „Genuss-Boxen“, die an die Teilnehmer verschickt worden waren von allen Teilnehmern in nah und fern gemeinsam geöffnet, Sponsoren-Gaben getestet und gemeinsame Snacks genossen.

Danach ging es in einen hoch intensiven Branchendialog: Alle BHB-Vorstandsmitglieder sowie weitere Führungskräfte aus dem Handel hatten sich für die interaktiven Handels-Breakouts zur Verfügung gestellt. Mit dabei waren Peter Tepas (Vorstand Obi GmbH & Co. Deutschland KG), René Haßfeld (Vorsitzender der Geschäftsführung toom Baumarkt GmbH), Susanne Jäger (Mitglied des Vorstandes Hornbach Baumarkt AG), Alexander Kremer (Geschäftsführer Garten-Center Kremer GmbH), Peter Abraham (Bereichsleiter Einzelhandel Eurobaustoff Handelsgesellschaft GmbH & Co. KG), Torsten Kreft (Geschäftsführer Category Management, Einkauf hagebau Handelsgesellschaft für Baustoffe mbH & Co. KG), Dirk Mende (Bereichsleiter Einkauf NBB Bau- und Heimwerkermärkte GmbH), Andreas Siegmann (Geschäftsführer Coop Bau + Hobby, Schweiz), John W. Herbert (General Secretary EDRA/GHIN), Jörg Kronenberg (bauvista GmbH & Co. KG) und Gerritt Höppner-Tietz, (Geschäftsführung hagebau Logistik GmbH & Co. KG). In Chaträumen mit jeweils bis zu 20 Teilnehmern konnten sie Entwicklungen analysieren, über künftige gemeinsame Anforderungen reden und bereits intensiv über die Zeit „nach Corona“ sprechen.

Nach der kurzen Zusammenfassung durch Moderator Peter Wüst konnten sich die Teilnehmer dazu dann noch in den Networking-Chatrooms austauschen – oder einfach einmal in kleinen Runden mit schon lange vermissten Bekannten, zumindest virtuell – zusammenkommen.

Der **eBHB2020** wird morgen, 4. Dezember 2020, fortgesetzt.

Foto: BHB e.V.

Pressekontakt

Jörn Brüningholt

Leitung Kommunikation

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

Telefon | +49 221 277595 - 14

Fax | +49 221 277595 - 79

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 20 Handelsorganisationen mit 25 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 2019 einen Wert von rund 19,46 Milliarden Euro.