

Pressemitteilung

Nr. 05/2018 – Köln, 5. März 2018

Kundenorientierte Handelskonzepte im Blick der Baumarktbranche

- **Baumarkthandel treibt in Zeiten des digitalen Wandels Entwicklung von Omnichannel-Geschäftsmodellen voran**
- **Sortiments- und Produktrends 2017/18: Wohnwelten im Lebensgefühl „Hygge“, Smart-Home, gesundes Wohnen, nachhaltige Sortimente und Do-it-for-me-Services zunehmend im Zentrum des Kundeninteresses**

Integrierte Omnichannel-Geschäftsmodelle zu entwickeln, die das Stationärgeschäft mit neuen Flächenkonzepten stärken und gleichzeitig online die eigene Marktpformance verbessern, um Baumarktkunden mit qualifizierter Beratung, ausgereiften Shop-Lösungen und ergänzenden Services bei ihren DIY-Projekten zu begleiten – das ist die zentrale Herausforderung für den Baumarkthandel, aktuell und in den kommenden Jahren. Dies betonte der Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V. (BHB) auf seiner Jahrespressekonferenz am 5. März 2018 in Köln. Bei den Sortimenten, Produkten und Services bestimmen Digitalisierung, demografischer Wandel, Nachhaltigkeitsdenken und Individualisierung die aktuellen Wohntrends in Haus und Garten: Das Lebensgefühl „Hygge“, Smart-Home, gesundes Wohnen, nachhaltige Sortimente aber auch ergänzende Do-it-for-me-Services stehen vermehrt im Zentrum des Kundeninteresses.

„In Zeiten des digitalen Wandels müssen wir als Baumarktbranche unsere Kunden mit zeitgemäßen Omnichannel-Angeboten überzeugen“, betonte der stellvertretende BHB-Vorstandssprecher Kai Kächelein in Köln. „Die Baumarktkunden sind anspruchsvoll, gut informiert und erwarten auch wegen ihrer Einkaufserlebnisse in anderen Branchen neben einem wertigen Warensortiment ein qualitativ hochwertiges Informations-, Beratungs- und Service-Angebot. Für den Baumarkthandel heißt das, auf diese Kundenbedürfnisse einzugehen und ein integriertes Omnichannel-Angebot zu entwickeln, das sie bei der Umsetzung ihrer Home-Improvement-Projekte bestmöglich begleitet“.

Baumarkthandel treibt Omnichannel-Geschäftsmodelle voran

Dabei liegt ein besonderes Augenmerk auf der Stärkung des Stationärgeschäfts. „Kunden wollten nach wie vor Produkte vor Ort erleben, fühlen und ausprobieren, dies haben auch zahlreiche Online-Pure-Player erkannt und eröffnen eigene Läden oder Showrooms“, so Kächelein. Es gelte insbesondere, sowohl Beratungsleistungen auf einem hohen Niveau durch qualifiziertes Personal zu bieten als auch mit neuen

**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

Flächenkonzepten eine Verbesserung des stationären Einkaufserlebnisses zu erreichen. Erfolgsfaktoren seien ein gut strukturiertes Ladenbaukonzept, eine verbesserte Produktpräsentation im Markt, auch mithilfe digitaler Services, und eine stärkere personalisierte Kundenansprache. Gleichzeitig werde der Handel auch online die eigene Marktpformance ausbauen und die Kunden mit ausgereiften Shop-Lösungen, DIY-Tutorials und Projektplanungsservices im Bereich Home-Improvement ansprechen.

Ein weiterer wichtiger Erfolgsbaustein sind optimierte Logistikleistungen. „Im digitalen Zeitalter erwartet der Kunde auch vom Baumarkt die Möglichkeit, rund um die Uhr einzukaufen und seine Waren zu erhalten“, so Kächelein. Dies gelte es umzusetzen, etwa durch das Anbieten von Möglichkeiten der Onlinereservierung mit anschließender Abholung im Markt, mithilfe lokaler Abholstationen oder durch Angebote, im Markt erworbene Waren zeitnah zu den Kunden nach Hause zu liefern.

Der Baumarkthandel setzt zudem erfolgreich auf Eigenmarkenstrategien: Der Anteil des mit Handelsmarken erwirtschafteten Umsatzes wuchs 2017 langsam, aber stetig. Mit einem durchschnittlichen Umsatzanteil von rund 28 Prozent vom Gesamtumsatz konnte der Baumarkthandel eine Steigerung um 0,1 Prozent erzielen. Dabei betruhen in einigen Warengruppen die Umsatzanteile mit Handelsmarken zwischen einem Drittel und rund 50 Prozent, etwa bei den Anstrichmitteln (51,0 Prozent), bei Duschzubehör (45,2 Prozent) oder bei elektrischen Heizungen (41,4 Prozent). „Handelsmarken unterstützen die Unternehmen bei der Differenzierung im Wettbewerb, können effektive Kundenbindungsinstrumente sein und ermöglichen individuelle Schwerpunktsetzungen“, so Kächelein. „Dennoch sind für den Handel starke Industriemarken weiterhin unverzichtbar!“

Wohntrends: Wohnwelten im Lebensgefühl „Hygge“ im Trend

Bei den Sortimenten, Produkten und Services bestimmen Digitalisierung, demografischer Wandel, Nachhaltigkeit und Individualisierung die aktuellen Wohntrends in Haus und Garten: Das Lebensgefühl „Hygge“, Smart-Home-Anwendungen, gesundes Wohnen, nachhaltige Sortimente aber auch ergänzende Do-it-for-me-Services stehen zunehmend im Zentrum des Kundeninteresses. Blick man auf die **aktuellen Wohntrends**, folgt die Gestaltung des eigenen Zuhauses der dänischen Zufriedenheitsphilosophie „**Hygge**“, die gutes Leben mit Freunden und Familie in einer herzlichen heimeligen Atmosphäre vereint. „Die Aufwertung des eigenen Zuhauses zum gemütlichen Rückzugsort, aber auch zum Mittelpunkt des Soziallebens schreitet voran. In Zeiten der Globalisierung und instabiler politischer Lagen soll das eigene Zuhause Gemütlichkeit, Geborgenheit und Sicherheit ausstrahlen“, hob BHB-Vorstand Kächelein hervor. Dies bestimme auch die Sortimentspolitik der Branche: Ansprechende Produkte in Form und Design, authentische Materialien, moderne Bodenbeläge, oftmals Holz oder Holzoptik, und warme Farbwelten bei Wandfarben und Tapeten stünden hoch im Kurs. Zudem führe das digitale Zeitalter dazu, dass sich Kunden im Privaten zunehmend auf Bewährtes konzentrierten, der Vintage-Look und das Retro-Design seien auf dem Vormarsch. Aber auch bunte Kombinationen aus Möbeln, Wandfarbe, Tapete, Dekorationen würden als Ausdruck der eigenen Individualität von Kunden nachgefragt.

Außerdem bestimmt die zunehmende Urbanisierung die aktuellen Wohntrends: Wohnraum in Großstädten wird teurer, gefragt sind günstige Wohnraumlösungen auf kleiner Fläche. Sichtbar wird dies am aktuellen aus den Vereinigten Staaten stammenden Trend zum Wohnen in „Tiny Houses“, kleinen und oftmals mobilen Eigenheimen zum Selberbauen, die ein Leben auf wenigen Quadratmetern bieten. Der Trend zu flexiblen Wohn- und Einrichtungskonzepten auf kleinem Raum in

**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

Verbindung mit der Idee, diese durch Heimwerkleistungen und DIY kostengünstig umzusetzen, könne sich zukünftig zu einem wichtigen Trend für die DIY-Branche entwickeln, betonte der BHB in Köln.

Nach wie vor im Trend liegt **Outdoor-Living**. „Unsere Baumarktkunden lieben das eigene grüne Wohnzimmer, dies belegen nicht zuletzt die Umsatzzahlen der Branche im Bereich der Gartensortimente“, so Kächelein. Dem BHB zufolge hat der Grüne Markt 2017 mit 22,5 Prozent Gesamtumsatzanteil wieder eine zentrale Bedeutung für das Branchenergebnis 2017. Kunden investierten dabei insbesondere in Pflanzen und Gartengeräte, in batterie- oder akkugetriebene Rasenmäherroboter, kabellose Handgeräte sowie smarte Bewässerungsanlagen. Und auch im Segment Elektrowerkzeuge und Powertools geht der Trend zu kabellosen Hilfsmitteln: Zur Umsetzung ihrer Projekte in Haus und Garten fragten Baumarktkunden aktuell häufig akku- oder batteriebetriebene Bohrmaschinen, Bohrhämmer, Kompressoren oder Winkelschleifer nach, so der Branchenverband.

Smart-Home-Lösungen bei Baumarktkunden gefragt

Auch das Trendthema **Smart-Home** setzt sich fort: Viele Hauseigentümer aber auch Mieter investieren in intelligente Haustechnik: Ob moderne Steuerungssysteme für Beleuchtung, Heizung und Belüftung oder smarte Sicherheitstechnik an Fenstern und Türen – gefragt sind Produkte, die Komfort, Bequemlichkeit und Sicherheit im Alltag in den eigenen vier Wänden bieten. „Wir geben unseren Kunden attraktive und kostengünstige Möglichkeiten, das eigene Haus mit modernen Steuerungssystemen aufzuwerten“, betonte Kächelein in Köln. „Der Baumarkt führt alle notwendigen Produkte und Sortimente und ist prädestiniert für den Smart-Home-Trend.“ Auch mit Blick auf den demografischen Wandel würden intelligente Häuser in Zukunft stark an Bedeutung gewinnen. Denn smarte Haustechnik vereinfache das Leben im Alltag und ermögliche es vielen Eigenheimbesitzern, auch im Alter lange eigenständig zu leben.

Außerdem wird auch den Baumarktkunden **„gesundes Wohnen“** wichtiger. Das zunehmende gesellschaftliche Nachhaltigkeitsbewusstsein spielt für die Unternehmen der Baumarktbranche eine wichtige Rolle, bei der Sortimentsgestaltung wie auch im Zuge der operativen Unternehmensführung. Verbraucher achten heute stärker auf den Umweltschutz, einen effizienten Einsatz von Ressourcen und die Vermeidung von Abfällen. „Zunehmend mehr Kunden wollen ökologische und nachhaltige Produkte für ihre Heimwerkerprojekte in Haus und Garten“, hob Kächelein hervor. „Nachhaltige Sortimente mit Produkten aus natürlichen und authentischen Materialien werden stärker nachgefragt, die Produktqualität mit Blick auf den Rohstoff, dessen Beschaffung und Verarbeitung spielt eine immer größere Rolle.“ Diese Entwicklung bestimmt dem BHB zufolge vermehrt die Sortimentspolitik der Branche, die beispielsweise in den Warengruppen Farbe, Anstrichmittel, Bodenbeläge, Holz, Baustoffe oder Pflanzenschutz eine breite Palette ökologischer und nachhaltiger Produkte für ihre Heimwerkerprojekte anbietet. Und auch das gestalterische Wiederverwerten oder Umgestalten von alten oder alltäglichen Gegenständen, das Upcycling, bringt die Heimwerker nach wie vor in die Baumärkte, die das nötige Handwerkszeug zur Umsetzung der Kreativprozesse bieten.

Das Leben der Baumarktkunden vereinfachen können **Do-it-for-me-Services** und **kuratierte Einkaufsangebote**. Die Unterstützung wird zunehmend auch von Baumarktkunden bei ihren DIY-Projekten nachgefragt. „Unsere Kunden erwarten ein hochwertiges Informations-, Beratungs- und Service-Angebot. Der demografische Wandel und ein zunehmender Convenience-Trend fördern auch in unserer Branche das Kundeninteresse an professioneller Hilfe und Beratung, etwa an unterstützenden

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



Handwerkerservices, Auf- und Einbaudienstleistungen, an Montagehilfen oder umfangreichen Planungsservices für Wohnraum und Garten“, so Kächelein. Und auch kuratierte Einkaufsangebote im Baumarkthandel, die fertig zusammengestellte Projektlösungen bieten, stoßen dem Branchenverband zufolge auf Kundeninteresse, wo diese ein Gesamtpaket von sich ergänzenden Produkten und Services benötigen, etwa bei umfangreichen Renovierungs- und Sanierungsarbeiten.

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 25 Vertriebslinien und rund 200 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 Heimwerkmärkte in Deutschland erreichte 2017 einen Wert von rund 18,45 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