

Pressemitteilung

Nr. 7/2015 – Köln, 7. September 2015

BHB-Garden-Summit 2015: Seitensprünge erwünscht

- **BHB begrüßt in Köln rund 160 Veranstaltungsteilnehmer zum Garden-Summit – Vorjahresteilnehmerzahl übertroffen**
- **Unter dem Motto „Der Blick über den Gartenzaun“ diskutierte Grüne Branche mithilfe des Cross-Innovationen-Gedankens Innovationspotenziale für die Gartenbranche**
- **BHB-Hauptgeschäftsführer Dr. Peter Wüst: „Die Inspiration von Produkten, Services und Trends anderer Branchen hat für die Grüne Branche wertvolle Ideen für Innovationen oder neue Geschäftsfelder hervorgebracht. Insgesamt hat sich das veränderte Veranstaltungskonzept 2015 mit interaktivem Workshop-Charakter und Get-together am Kongressvorabend als erfolgreich erwiesen.“**

Was kann die Grüne Branche von Tuy, Amazon, Zirkus Krone oder Rewe lernen? Diese Frage diskutierten rund 160 Veranstaltungsteilnehmer aus Handel, Industrie und Dienstleistungssektor auf dem 2. BHB-Garden-Summit. Der Branchengipfel des Handelsverbandes Heimwerken, Bauen und Garten e.V. (BHB) am 2. September in Köln stand unter dem Motto „Der Blick über den Gartenzaun“: Mithilfe des Cross-Innovationen-Gedankens zeigten die Veranstaltungsteilnehmer dabei Innovationspotenziale für die Gartenbranche auf.

„Durch den Cross-Innovations-Ansatz wollten wir gemeinsam mit den Entscheidern und Führungskräften der Grünen Branche über den eigenen Tellerrand, sozusagen ‚über den Gartenzaun‘, blicken und neue Denkansätze und Lösungsmodelle erarbeiten“, hob **BHB-Hauptgeschäftsführer Dr. Peter Wüst** mit Blick auf die diesjährige Ausrichtung des Garden-Summits hervor. Ein Ansatz, der in der Branche auf breites Interesse gestoßen sei. Mit rund 160 Veranstaltungsteilnehmern konnte sich der BHB dabei über eine gestiegene Teilnehmerzahl im Vergleich zum Vorjahr freuen. Wüst zeigte sich mit Blick auf die zahlreichen kreativen Lösungsansätze zufrieden. „Die Inspiration von Produkten, Services und Trends anderer Branchen hat für die Grüne Branche wertvolle Ideen für Innovationen oder neue Geschäftsfelder hervorgebracht“. Insgesamt habe sich das veränderte Veranstaltungskonzept 2015 mit interaktivem Workshop-Charakter und Get-together am Kongressvorabend als erfolgreich erwiesen. „Wir freuen uns sehr, dass der Garden-Summit 2015 erneut so gut angenommen wurde und für alle Partner des Gartenfachmarktes der erhofft wertvolle Informationsmarktplatz war“.

Im Congress-Centrum Nord der Kölnmesse war die nationale und internationale Bau- und Heimwerkermarktbranche stark vertreten und stellte rund 35 Prozent aller Teilnehmer, unter anderem mit den Unternehmen Brüder-Schlau,

**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

Coop Bau & Hobby, Euro DIY, Globus, Hammer, Hellweg, Hornbach, Pflanzen KÖlle, Knauber, Toom und Zeus-Hagebau. Zudem nutzten zahlreiche Industrie- und Dienstleistungsunternehmen wie Alfred Kärcher, Scheurich, Landmann, Floragard, Robert Bosch, Sagaflor, Scotts oder Wolfcraft die Möglichkeit, sich über die neuesten Trends im Gartenmarkt zu informieren.

Cross-Innovation und vernetzte Wertschöpfung stehen im Fokus

Das Thema Cross-Innovation, das Lernen aus den Geschäftsmodellen und Erfahrungen fremder Branchen, stand im Fokus des diesjährigen Summits. **Juliane Bublitz**, Projektmanagerin Inspiration der Zukunftsinstitut Workshop GmbH, stellte einleitend mit ihrem Vortrag „Cross-Innovations – Von anderen Branchen und Märkten lernen“ Formen der vernetzten Wertschöpfung vor. Erst der Blick über den Tellerrand der eigenen Branche oder Unternehmensstruktur ermöglichte es, Grenzen des eigenen Denkens zu überschreiten. Diesem Ansatz folgend beleuchteten die Veranstaltungsteilnehmer in Köln unter dem Motto „Kreative Seitensprünge“ in gemischten Arbeitsgruppen bestehend aus Handel- und Industrievertretern den Gartenmarkt aus dem Blickwinkel fremder Branchen: Innovationsansätze des Food-Sektors, der Logistik, des Tourismus, der Entertainment-Branche oder des Bereichs E-Commerce wurden betrachtet, Parallelen identifiziert, auf die eigene Branche übertragen und so neue Produkt- und Dienstleistungsideen geschaffen.

Dabei förderten zahlreiche Ergebnisse des Kreativprozesses in Köln interessante Lösungsmodelle zutage: Die Innovationspalette reichte von entertainment-orientierten Vertriebskonzepten zur Kundenansprache im Stationärgeschäft durch Event-Grillabende oder Inszenierungen von Gartenwelten bis hin zur Entwicklung von Mobile-Games zum „spielerischen“ Steuern von Gartengeräten, etwa eines Mähroboters. Ein weiteres Innovationsergebnis: Angelehnt an das Geschäftsmodell „air bnb“ aus der Tourismusbranche entwickelten Teilnehmer das Konzept „green bnb“, die Entwicklung eines Marktplatzes für die Buchung und Vermietung von Gartenwelten zum Urlauben und Entspannen in der Natur. „Auch die Grüne Branche muss in Zukunft deutlich weiter über den Tellerrand hinaussehen, um in Zukunft erfolgreich zu sein – dass sie dies kann, hat die gezeigte Innovationskraft der Veranstaltungsteilnehmer des Garden-Summits eindrucksvoll bestätigt“, zeigte sich BHB-Geschäftsführer Wüst mit Blick auf Produktentwicklungen erfreut.

Politik setzt sich für urbanen Gartenbau ein

Ob aktuelle Entwicklungen im Gartenmarkt, verändernde Kundenstrukturen oder Trends und Zukunftsperspektiven in und für die Grüne Branche – neben den Innovationsworkshops bot der BHB den Teilnehmern des Garden-Summits auch 2015 wieder ein vielfältiges Themenspektrum. **Peter Bleser**, Parlamentarischer Staatssekretär beim Bundesminister für Ernährung und Landwirtschaft, eröffnete das Branchenevent mit einem politischen Grußwort zum Thema „Urbaner Gartenbau – neue Chancen und Herausforderungen“. Urbaner Gartenbau, die Rückeroberung der Stadt durch das Gärtnern, liege im Trend. Immer mehr Städter entdeckten „die neue Lust am Gärtnern“, entweder, um das ei-

**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

gene Wohnumfeld zu verschönern, geschützte Ruheoasen zur Erholung zu schaffen oder Nahrungsmittel aus eigener Hand zu züchten. Zunehmend dominierten auch soziale Funktionen, so Bleser, und verwies dabei auf die steigende Zahl von Gemeinschafts- und interkulturelle Gärten. Der Trend werde sich fortsetzen und böte Chancen für Stadtplanung, Stadtbevölkerung und innovative Unternehmen. Für Politik und Verwaltung gelte es nun, die Bewegung politisch zu begleiten und geeignete Rahmenbedingungen für einen alle Interessen berücksichtigenden urbanen Gartenbau zu schaffen.

Die aktuelle Diskussion um den Einsatz von Pflanzenschutzmitteln in der Zierpflanzenproduktion griff **Wilfried Hennes** auf. Der Fachreferent beim Pflanzenschutzdienst der Landwirtschaftskammer Nordrhein-Westfalen beleuchtete dabei auch das die Branche aktuell beschäftigende Thema „Glyphosat“. Glyphosat sei weltweit der meistverwendete Pflanzenschutzmittelwirkstoff. Der Absatz von glyphosathaltigen Pflanzenschutzmitteln liege in den letzten Jahren stabil bei etwa 5000 Tonnen, davon allerdings nur ca. 40 Tonnen im Haus- und Kleingartenbereich (0,8 Prozent). Mit Blick auf die aktuelle Diskussion betonte Hennes, das Bundesinstitut für Risikobewertung (BfR) sei im April 2015 in seiner jüngsten Bewertung nach Prüfung aller Studien zu dem Ergebnis gelangt, dass nach wissenschaftlicher Kenntnis bei bestimmungsgemäßer Anwendung von Glyphosat kein krebserzeugendes Risiko für den Menschen zu erwarten sei. Nahezu zeitgleich habe zwar die Internationale Agentur für Krebsforschung (IARC) der Weltgesundheitsorganisation (WHO) den Wirkstoff Glyphosat als für den Menschen als „wahrscheinlich krebserzeugend“ eingestuft. Da die IARC aber nur nach dem grundsätzlichen Gefährdungspotenzial von Wirkstoffen frage, aber bei der Bewertung nicht das tatsächlich vorliegende Risiko bei deren Nutzung bewerte, stehe dies aufgrund fehlender Vergleichbarkeit der Beurteilungskriterien nicht im Gegensatz zur Einschätzung des BfR. Insgesamt erfülle Glyphosat derzeit nach Ansicht der Zulassungsbehörden die Kriterien, die das EU-Recht an Pflanzenschutzmittelwirkstoffe stelle. Wichtig sei aber die bestimmungsgemäße Anwendung der verkehrsfähigen Produkte. Dies könnte und sollte die Branche durch sachgemäße Kundenberatung sicherstellen.

Baumarkthandel: Bedeutung der nachhaltigen Unternehmensführung wächst

Eine aktuelle Brancheneinschätzung aus Sicht des BHB präsentierte **Erich Huwer**. Dabei ging der BHB-Vorstandssprecher besonders auf die gestiegene Bedeutung einer nachhaltigen Unternehmensführung in Einklang mit Umwelt- und Tierschutz ein. Die Ansprüche von Seiten der Kunden, aber auch seitens der Politik, NGOs und Umweltschutzorganisationen an die Qualität der Waren im Baumarkthandel und an die Transparenz des Herstellungsprozesses hätten zugenommen. Beispiele dafür seien etwa die jüngsten Diskussionen um glyphosathaltige Pflanzenschutzmittel und die Leberdienterhaltung. Die Branche sei sich der Verantwortung und Situation bewusst und handele entsprechend, so Huwer, und betonte dabei exemplarisch das Engagement des BHB im Bereich des Bienenschutzes im Branchendialog Pflanzenschutz. Diesen eingeschlagenen Weg gelte es fortzusetzen. „Handel und Industrie müssen gemeinsam und partnerschaftlich Handeln, um den gestiegenen Anforderungen an die Branche gerecht zu werden“, rief Huwer den Teilnehmern des Summits zu.

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

Einen Blick auf aktuelle und zukünftige Entwicklungen des Gartenmarktes warf **Klaus Peter Teipel**, Inhaber des Marktforschungsinstituts Research & Consulting. Nach aktuellen Hochrechnungen seines Instituts werde der gesamte Gartenmarkt zum Ende des Jahres 2015 mit 18,14 Milliarden Euro einen geringen Umsatzzuwachs von 0,5 Prozent erzielen können, die Bau- und Heimwerkermärkte mit Umsätzen von rund 4,31 Milliarden Euro ein Umsatzplus von 3,9 Prozent. 2015 sei insgesamt ein Jahr der Konsolidierung, die Bau- und Heimwerkermärkte würden aber in den kommenden Jahren ihre alte Stärke zurückgewinnen. Spätestens 2016 sei der Praktiker/Max-Bahr-Effekt verdaut. Das Online-Geschäft im Gartenmarkt bestimmen laut Teipel eindeutig die Pure Player Amazon & Co.: Von 525 Mio. Euro Gesamtumsatz im Jahr 2014 entfielen allein rund 44 Prozent auf Internet Pure Player/Versandhandel Online. Allerdings betrage der Marktanteil des Onlinegeschäfts am Gartengesamtmarkt 2014 gerade einmal 2,9 Prozent. Beim Blick in die Zukunft betonte Teipel, die Heterogenität des Gartenmarktes auf der Produktseite zeige sich auch auf der Distributionsseite in einer Vielzahl unterschiedlicher Vermarktungsformate. Daraus ergäben sich grundsätzlich Marktchancen für alle Marktakteure – unabhängig davon, ob sie im stationären oder Online-Handel beheimatet seien.

„Grün wieder sexy machen“ muss Maxime der Kundenansprache sein

„Überraschen Sie den Kunden, bevor er Sie überrascht!“, forderte **Romeo Sommer** die Teilnehmer des Garden-Summits auf. Der Inhaber der niederländischen Agentur ByRomeo warf in Köln einen Blick auf die „neuen Konsumenten“ der Grünen Branche und ihre Erwartungshaltungen und beleuchtete Mittel der aktiven Kundenansprache für den Handel. Soziale Trends veränderten Erwartungen und Wünsche der Kunden und beeinflussten deren Konsumverhalten. Balkon oder Garten sollten aus Kundensicht „Lust“ statt „Last“ sein, der Handel müsse seine Kunden bei der Gestaltung an die Hand nehmen. Mit einer innovativen unverwechselbaren Ausgestaltung des Verkaufsraums, hoher Sortimentskompetenz und kundengerechter Warenpräsentation in Form von Lebenswelten ließen sich die Kunden inspirieren und für das Thema Garten begeistern. „Grün wieder sexy machen“ müsse die Maxime des Handelns sein.

Auch aktuelle Trends im Gartenmarkt standen auf der Veranstaltungsagenda. Den kulturspezifischen Aspekten der Balkonnutzung und deren Auswirkungen für Hersteller und Handel widmete sich **Patricia Schulte-Moser**, Head of Research ZweiEinheit, Institut für Markt- & Kulturforschung. Die Lust zu beobachten oder beobachtet zu werden, der Wille, „über der Welt zu tronen“ oder ein einfach nur seinen Gedanken und Träumen an einem besonderen Ort freien Lauf zu lassen – die psychologischen Beweggründe der Balkonnutzung seien vielfältig. Die Kenntnis dieser Nutzungsvorlieben könnten Handel und Industrie nutzen und ihre Kunden mit entsprechend ausgestalteten Produkt- und Pflanzenwelten ansprechen.

„Wo sind die Chancen für den Grünen Garten im Baumarkt?“, fragte **Stefan Gatz**, Warengruppenmanager Garten/Pflanzen des Baumarktunternehmens Globus Fachmärkte. Sein Fazit: Die Pflanzenqualität muss stimmen! Die Pflanze habe die entscheidende Bedeutung für sämtliche Umsätze in den für die Bau-

**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

märkte so bedeutenden Gartensortimenten. Der Kunde erwarte Qualität – und dies zurecht. Die Pflanze im Baumarkt habe aktuell aber ein Imageproblem, insbesondere verursacht durch falsche Marketingstrategien, die stets den niedrigen Preis, das „Baumarktschnäppchen“, in den Fokus rückten. Die Branche müsse hingegen die Qualität der Pflanzen wieder mehr in den Mittelpunkt rücken. Die Kunden seien auch bereit, für gute Produkte gutes Geld auszugeben, wie der Blick auf andere Vertriebskanäle verdeutliche.

BHB-Baumpflanzaktion schreibt 2015 Erfolgsgeschichte fort

Die jüngsten Erfolge der BHB-Baumpflanzaktion präsentierte Alain Paul, Inhaber HolzConzert. In einer zweitägigen Pflanzaktion in der Eifel hatte zuletzt die Carl Knauber Holding GmbH & Co KG mit ihren Auszubildenden die Nachhaltigkeitsinitiative unterstützt und insgesamt 2000 Bäume gepflanzt. Gemeinsam mit Knauber-Geschäftsführerin Dr. Ines Knauber-Daubenbüchel stellte Paul in Köln die Aufforstungsaktion vor. Im Rahmen der Aktion „Wir pflanzen Bäume“ der deutschen Handelsunternehmen der Baumarktbranche unter Federführung des BHB spenden Unternehmen der DIY-Branche seit 2008 Bäume mit dem Ziel, einen Ausgleich für CO₂-Emissionen der eigenen Unternehmenstätigkeit zu schaffen. Durch die jüngsten Aktion konnten bislang insgesamt über 60.000 Bäume gepflanzt werden, eine Zahl, die einer Waldfläche von 55 Fußballfeldern entspreche.

Neben den zahlreichen Fachthemen des Kongresses kam in Köln aber auch das leibliche Wohl der Veranstaltungsteilnehmer nicht zu kurz: So begrüßte der BHB seine Gäste bereits am Abend des 1. September zum Get-together im Atrium des Congress-Centrums Nord zum Branchendiskurs beim Barbecue mit Premium-Fleischanbieter Otto Gourmet.

Bildmaterial zur Veranstaltung finden Sie auf der BHB-Website in der Rubrik Downloads (www.bhb.org/downloads)

**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

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

Der BHB – Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V. 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 22 Handelsorganisationen und rund 200 Fördermitglieder aus Industrie und Dienstleistung organisiert. Die Branche zählt in Deutschland rund 480.000 Beschäftigte. Der Gesamtbruttoumsatz der Bau- und Heimwerkermärkte in Deutschland erreichte 2014 einen Wert von rund 17,6 Milliarden Euro.