

Pressemitteilung

Nr. 11/2016 – Köln, 8. September 2016

BHB-GardenSummit 2016: Wachstum im grünen Bereich

- **BHB begrüßte am 7. September 2016 rund 150 Teilnehmer zum 3. BHB-GardenSummit**
- **Branche diskutierte in Köln erfolgsversprechende Wachstumsstrategien und innovative Zukunftskonzepte für den Gartenmarkt**
- **BHB-Hauptgeschäftsführer Wüst: „Das allgemein große Teilnehmerinteresse und die Präsenz zahlreicher Entscheider und Führungskräfte der Handels- und Herstellerunternehmen bestätigen auf ein Neues das Interesse an der konzeptionellen Ausrichtung des Summits und verdeutlichen auch im dritten Jahr des Bestehens den Stellenwert unseres Events für die Grüne Branche.“**

Wie kann die Grüne Branche auch in den nächsten Jahren auf Wachstumskurs bleiben? Und welche erfolgsversprechenden Strategien und innovativen Zukunftskonzepte sind geeignet, in Zeiten des demografischen Wandels, der Digitalisierung und eines gesellschaftlichen Wertewandels hin zu stärkerem Nachhaltigkeitsdenken die veränderten Kundenerwartungen zu erfüllen? Diese Fragen diskutierten rund 150 Veranstaltungsteilnehmer aus dem Handel, der Industrie und dem Dienstleistungssektor auf dem 3. BHB-GardenSummit. Der Branchengipfel des Handelsverbandes Heimwerken, Bauen und Garten e.V. (BHB) am 7. September in Köln war auch in diesem Jahr wieder gut besucht und beleuchtete aktuelle Innovationspotenziale für die Gartenbranche.

„Die große Teilnehmerzahl und die Präsenz zahlreicher Entscheider und Führungskräfte der Handels- und Herstellerunternehmen bestätigen auf ein Neues das Interesse an der konzeptionellen Ausrichtung des Summits und verdeutlichen auch im dritten Jahr seines Bestehens den Stellenwert unseres Events für die Grüne Branche“, bilanziert BHB-Hauptgeschäftsführer **Dr. Peter Wüst**. „Der GardenSummit kommt in der Branche gut an und hat sich als Dialogplattform für die Grüne Branche etabliert.“

BHB-GardenSummit ist als Dialogplattform etabliert

Im Congress Centrum Nord der Koelnmesse war 2016 der Handel erneut stark vertreten und stellte rund ein Drittel aller Teilnehmer. So nahmen unter anderem Führungskräfte der Unternehmen Brüder Schläu, Dinger's Gartencenter, EK Servicegroup, Gartencenter Augsburg, Gartencenter Kremer, Hagebau Floreland, Hellweg, Hornbach, Knauber, NBB, Toom, Werkers Welt und Zeus am

**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

Branchengipfel in Köln teil. Und auch zahlreiche Hersteller und Dienstleistungsunternehmen wie Alfred Kärcher, Bosch, Gardena, Floragard, Interseroh, Quedlinburger, Scheurich, Scotts oder Wagner und Wolfcraft nutzten die Möglichkeit, sich über die neuesten Trends im Gartenmarkt zu informieren.

Wachstumsstrategien und innovative Zukunftskonzepte im Fokus

Aktuelle Entwicklungen im Gartenmarkt, eine sich verändernde Bedeutung der Vertriebskanäle für Kunden, angesagte Trends in der Grünen Branche und Bausteine für erfolgsversprechende Zukunftsstrategien – der Themenstrauß des GardenSummits war auch 2016 wieder bunt und vielfältig. Eine aktuelle Brancheneinschätzung aus Sicht des BHB präsentierte **Detlef Riesche**. Der Sprecher des BHB-Vorstandes betonte mit Blick auf die Branchenentwicklung 2015/2016 die große wirtschaftliche Bedeutung der Umsätze im Bereich der Gartensortimente für den Baumarkthandel. Die Grüne Branche müsse auch in Zukunft die Erwartungen der Verbraucher mit entsprechenden Waren- und Dienstleistungsangeboten bedienen. Dabei seien innovative Produkte, eine hohe Warenqualität und auch das Engagement der Unternehmen auf den Themenfeldern Nachhaltigkeit und Umweltschutz Hebel für eine erfolgsversprechende Kundenansprache. Riesche rief Handel und Hersteller dazu auf, gemeinsam neue Wachstumskonzepte zu entwickeln, aktuelle und zukünftige Trends frühzeitig zu erkennen und die Konsumfreude der Kunden mit maßgeschneiderten Waren- und Dienstleistungsangeboten zu wecken. **Angela Schmidt-Willacker**, Head of Retail Germany der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK), betonte in ihrem Vortrag „Die Grüne Branche: Alles im grünen Bereich?“, die gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen seien trotz des jüngsten Brexit-Votums weiterhin gut. Die Verbraucherstimmung sei positiv, Einkommenserwartung und Anschaffungsneigung hätten sich zuletzt nochmals verbessert und hielten das Konsumklima weiter auf hohem Niveau. Dabei lägen im Bereich des Gartenmarktes motorisierte Gartengeräte, insbesondere Mähroboter, natürliche Gartenchemie-Produkte (Bio-Dünger oder Bio-Erden) und Gasgrillgeräte im Trend. Gekauft werde stationär und online gleichermaßen, der Konsument unterscheide nicht mehr nach Kanälen, sondern erwarte ein ganzheitliches Angebot des Handels. Omnichannel-Shopping habe sich bei den Kunden der Branche etabliert. „Innovate or Die!“ rief Professor **Michael Durst** den Teilnehmern des Summits zu. Der Geschäftsführer der auf Innovationsberatung spezialisierten Itonics GmbH stellte den Branchenvertretern Möglichkeiten vor, systematisch Trends und Innovationen in der Grünen Branche zu erkennen und für sich zu nutzen. Der Innovationsprozess müsse von Unternehmen noch deutlich stärker als bislang als strategische Unternehmensaufgabe verstanden werden, betonte Durst. Es gelte dabei, durch gezielte Beobachtung und Analyse aktueller Trends, technischer Entwicklungen, der Kundenerwartungen und Best-Practices anderer Branchen und einem Abgleich mit dem Portfolio des eigenen Unternehmens Handlungsfelder für Innovation gezielt zu identifizieren.

Eigenmarken im Gartenhandel auf dem Prüfstand

Ein weiterer inhaltlicher Schwerpunkt der Veranstaltung bildete in diesem Jahr das Thema „Eigenmarken im Gartenhandel“. In einer von BHB-

**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

Hauptgeschäftsführer **Dr. Peter Wüst** moderierten Podiumsdiskussion stellten hochrangige Entscheider aus Handel und Industrie sowie Vertreter aus Wissenschaft und Beratung das Thema auf den Prüfstand. Der BHB begrüßte hierzu **Dr. Johannes B. Berentzen** und **Gerald Lindinger-Pesendorfer** (Unternehmensberatung Dr. Wieselhuber & Partner) sowie **Christian Dinger** (Inhaber Dinger's Gartencenter Köln), **Bastian Gülland** (Absolvent im Handelsmanagement der DHBW Lörrach), **Cord-Henning Kirchmann** (Geschäftsführer NBB Fachmärkte für Tier + Garten) und **Jan Ostendorf** (Geschäftsführer J.W. Ostendorf).

Zuvor hatten die Berater **Berentzen** und **Lindinger-Pesendorfer** der Branche Möglichkeiten aufgezeigt, mit Handelsmarken Mehrwerte zu schaffen, für den Handel wie auch für die Industrie. Die Vertreter der Unternehmensberatung Dr. Wieselhuber & Partner stellen hierzu die Ergebnisse ihrer aktuellen Studie vor, die das Spannungsfeld von Marken und Private Labels untersucht, und thematisierten darauf aufbauend die Frage, wie Unternehmen durch die Verwendung von Handelsmarken die eigene Kundenattraktivität steigern und Wertschöpfung erzielen können. Wenn bei einem Händler Private Labels eine wichtige Rolle zur Differenzierung einnehmen, dann hätten auch Hersteller von Private Labels die Chance, mit Konzept- und Kategoriekompetenz zu punkten und so den Ertrag für beide Seiten zu steigern, betonten die Experten in Köln. Nach ihrer Ansicht können echte Partnerschaften von Händler und Hersteller für beide Seiten einen messbaren Mehrwert generieren. Der gemeinsame Anspruch müsse es dabei sein, eine vollständige Ausschöpfung der Kategoriepotenziale entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu erreichen. Es gelte, Markenkompetenz, Produktinnovationen und Handelskenntnis gewinnbringend zu vereinen. Dabei seien Kooperationen auf verschiedenen Ebenen denkbar, von der strategischen Ausrichtung über das Category Management und das Supply Chain-Management bis zu Fragen der allgemeinen Prozesssteuerung.

BHB-Baumpflanzaktion schreibt Erfolgsgeschichte fort

Die jüngsten Erfolge der BHB-Baumpflanzaktion präsentierte **Alain Paul**, Inhaber der Nachhaltigkeit- und Zertifizierungsberatung Holz.ConZert GmbH. Seit dem Start der BHB-Aktion 2008 habe die DIY-Branche bislang rund 66.000 Bäume gepflanzt, dies entspreche einer Aufforstung der Fläche von 70 Fußballfeldern oder einer Wegstrecke von Flensburg bis Rosenheim, an der im Abstand von jeweils 100 Metern ein Baum gepflanzt sei. Paul bedankte sich bei den Unterstützern der Aktion und rief dazu auf, das Nachhaltigkeitsprojekt auch in Zukunft weiter tatkräftig zu unterstützen. Im Rahmen der Aktion „Wir pflanzen Bäume!“ der deutschen Handelsunternehmen der Baumarktbranche unter Federführung des BHB spenden Unternehmen der DIY-Branche Bäume mit dem Ziel, einen Ausgleich für CO₂-Emissionen der eigenen Unternehmenstätigkeit zu schaffen.

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 6. September zum Get-together im Atrium des Congress Centrums Nord zum Branchendiskurs beim Barbecue mit Premium-Fleischanbieter Otto Gourmet.

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



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 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 21 Handelsorganisationen mit 23 Vertriebslinien 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 2015 einen Wert von rund 18 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