



Pressemitteilung

Nr. 15/2018 – Köln, 6. September 2018

**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

5. BHB-GardenSummit: Grüne Branche diskutiert Innovationsimpulse für den Gartenmarkt

- BHB begrüßte am 4. und 5. September 2018 rund 130 Teilnehmer zur fünften Auflage des BHB-GardenSummits
- Branche diskutierte in Köln aktuelle Entwicklungen im Gartenmarkt, angesagte Trends und Bausteine für erfolgsversprechende Zukunftsstrategien
- BHB-Hauptgeschäftsführer Wüst: „Der GardenSummit war auch im fünften Jahr seines Bestehens wieder angesagter Treffpunkt des Handels und Plattform für den innovativen Ideenaustausch.“
- Mit rund einem Drittel aller Anmeldungen war der Handel der Baumarktbranche und des Gartenfachhandels wie schon im Vorjahr stark vertreten

Wie kann die grüne Branche in Zeiten der Digitalisierung und des demografischen Wandels auch in Zukunft Garten- und Naturliebhaber erreichen? Welche Erwartungen und Wünsche der Kunden müssen Handel und Industrie erfüllen, um auch in Zukunft mit innovativen Konzepten den Gartenmarkt auf Wachstumskurs zu halten? Und welche Trends treiben den grünen Markt an? Diese Fragen diskutierten rund 130 Veranstaltungsteilnehmer aus dem Handel, der Industrie und dem Dienstleistungssektor auf dem 5. BHB-GardenSummit. Der Branchengipfel des Handelsverbandes Heimwerken, Bauen und Garten e.V. (BHB) am 4. und 5. September in Köln war auch in diesem Jahr wieder gut besucht und beleuchtete aktuelle Innovationspotenziale für die Gartenbranche.

„Der GardenSummit war im fünften Jahr seines Bestehens wieder angesagter Treffpunkt des Handels und Plattform für den innovativen Ideenaustausch. Die Präsenz zahlreicher Entscheider und Führungskräfte der Handels- und auch der Herstellerunternehmen und das positive Feedback unserer Teilnehmer zeigen deutlich, dass unsere Veranstaltung im Anschluss an die spoga+gafa mit ihren Networking-Angeboten und dem Vortragsprogramm auch 2018 wieder interessiert angenommen wurde“, zieht BHB-Hauptgeschäftsführer **Dr. Peter Wüst** ein positives Resümee des GardenSummits. Im Congress Centrum Nord der Koelnmesse war 2018 der Handel erneut stark vertreten und stellte rund ein Drittel aller Teilnehmer. So nahmen unter anderem Führungskräfte der Unternehmen Bauvista, Brüder Schlau, Gartencenter Kremer, hagebau, Hellweg, Hornbach, Jumbo, Knauber Freizeit, Landi, Obi, Pflanzen Kölle und toom Baumarkt am Branchentreff in Köln teil.

BHB bot Teilnehmern wieder ein buntes Kongressprogramm

Der GardenSummit bot den Unternehmen der grünen Branche wieder eine informative Bühne zum intensiven Gedanken- und Meinungsaustausch. Aktuelle Entwicklungen im Gartenmarkt, eine sich verändernde Bedeutung der Vertriebskanäle für Kunden, angesagte Trends sowie

Bausteine für erfolgsversprechende Zukunftsstrategien – der Themenstrauß des GardenSummits war auch 2018 bunt und vielfältig.

Kai Kächelein präsentierte zur Eröffnung die aktuelle Marktentwicklung im Gartenmarkt 2017/18 aus Sicht der Baumarkthandels. Der kommissarische BHB-Vorstandssprecher betonte dabei die ungebrochen hohe Bedeutung der Gartensortimente für das Gesamtjahresergebnis. So habe im Geschäftsjahr 2017 die Branche einen Gesamtumsatz von 4,16 Mrd. Euro mit den Gartensortimenten erzielt und damit 22,5 Prozent des Gesamtjahresumsatzes erwirtschaftet. Auch mit Blick auf das 1. Halbjahr 2018 seien die Gartensortimente mit einem Gesamtbruttoumsatz von 2,73 Mrd. Euro aktuell wichtige Treiber des Umsatzwachstums von 1,7 Prozent zur Jahresmitte. Um auch zukünftig erfolgreich zu sein, müssten Handelsunternehmen der grünen Branche das eigene Profil stärken, um im Wettbewerb auch mit Online Pure Playern sichtbar zu sein. Dabei seien gerade die Gartensortimente für eine emotionale und erlebnisorientierte Kundenansprache geeignet. Für den Handel gelte es, aus der Perspektive der Kunden zu denken und besonders die eigenen stationären Stärken auszubauen. Mit ergänzender digitaler Exzellenz und optimierten Logistikleistungen müssten die Unternehmen der Branche, der Handel, aber auch die Industrie, im Markt überzeugen und für ihre Kunden zielgruppengenaue Angebote entwickeln.

Christian Knapp, Head of Retail Home der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK), präsentierte in seinem Vortrag „Der Gartenmarkt im Fokus – Rosige Zeiten für die grüne Branche?“ die gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen für den grünen Markt. Die Branche könne derzeit insgesamt von der aktuellen Konsumlaune der Verbraucher profitieren, die stark in den eigenen Wohnungsbau und Renovierungsarbeiten investierten. So kauften 84,4 Prozent aller Haushalte in Deutschland mindestens einmal im Jahr Produkte des Gartensortiments, im Schnitt gäbe dabei jeder Haushalt 355 Euro aus. Dabei sei die Entwicklung innerhalb der Vertriebslinien unterschiedlich. Im Gegensatz zu den Baumärkten mit einem Umsatzzuwachs von 1,7 Prozent und einem Plus im Bereich Garten von 2,9 Prozent im 1. Halbjahr 2018 hätten die Gartencenter im selben Zeitraum 1,8 Prozent des Gesamtumsatzes eingebüßt, dabei 0,5 Prozent im Bereich Garten im engeren Sinne. Insgesamt seien die Rahmenbedingungen heute aber für alle Anbieter mit Blick auf die privaten Konsumausgaben der Verbraucher gut, betonte Knapp. Wichtigste Wachstumstreiber seien dabei derzeit insbesondere Grillgeräte und das Thema Bewässerung.

Parallelsessions ermöglichen individuelle Schwerpunktsetzungen

Neben dem Vortragsprogramm bot der BHB den Veranstaltungsteilnehmern im Rahmen von Parallelsessions mehrere Workshops zum Themenbereich „Customer Experience – Der Kunde im Fokus“ im grünen Markt an. Dabei beleuchteten verschiedene Experten mit besonderem Blick auf die grüne Branche unter anderem die Wirkungen von Shopdesign, erfolgsversprechende Maßnahmen der Instore-Kommunikation und zahlreiche weitere Optionen, um die Aufenthaltsqualität am Point-of-Sale zu steigern und so eine kundenfreundliche Kaufatmosphäre zu schaffen. Referenten der Workshops waren Martin Gaber (Geschäftsführer Jos de Vries), Romeo Sommers (Experte zu POS-Trends im Gartenhandel) und Jens Weber (Director Customer Offer Obi).

BHB-Baumpflanzaktion erreicht die Schallmauer 100.000 Bäume

Die aktuellen Erfolge der BHB-Baumpflanzaktion präsentierten **Alain Paul**, Inhaber der Nachhaltigkeit- und Zertifizierungsberatung Holz.ConZert GmbH, und BHB-Hauptgeschäftsführer



führer **Dr. Peter Wüst**. Im zehnten Jahr des Bestehens der Aktion stellten die Initiatoren die bisherigen Aufforstungsleistungen der Nachhaltigkeitsaktion vor. „Im Jahr seines zehnjährigen Jubiläums setzt das Nachhaltigkeitsprojekt ‚Wir pflanzen Bäume!‘ gänzlich neue Maßstäbe, mit 100.000 gespendeten Bäumen zum Jahresende schreibt unsere Umweltaktion seine Erfolgsgeschichte fort“, betonte Paul in Köln. Mit der 2008 gestarteten Umweltinitiative verfolgt der Verband das Ziel, durch das Pflanzen von Bäumen in Deutschland, den „BHB-Baumpflanzaktionen“, einen Ausgleich für die CO₂-Emissionen des Internationalen BHB-Kongresses zu schaffen und ein Zeichen für nachhaltige Unternehmensführung und umweltbewusstes Wirtschaften zu setzen.

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

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 Heimwerkermärkte in Deutschland erreichte 2017 einen Wert von rund 18,45 Milliarden Euro.