

## Pressemitteilung

Nr. 19/2017 – Köln, 11. Dezember 2017

### 18. Internationaler BHB-Kongress 2017 Branche diskutiert Erfolgskonzepte in Zeiten des Wandels

- DIY-Branche diskutiert zukunftsfähige Unternehmensstrategien in Zeiten der Veränderung traditioneller Handelsstrukturen
- BHB-Kongress mit 500 Teilnehmern wieder gut besucht
- BHB-Hauptgeschäftsführer Wüst: „Die innovative konzeptionelle Ausrichtung des Kongresses mit der Zielsetzung, neue Wege zu gehen und mit dem Konzept DIYversum den Teilnehmern ein noch individuelleres Tagungsprogramm zu bieten, hat sich mit Blick auf die positive Resonanz zahlreicher Kongressteilnehmer ausgezahlt.“

**Mit welchen Unternehmensstrategien erreicht die Bau- und Heimwerkermarktbranche in Zeiten der Veränderung traditioneller Handelsstrukturen auch weiterhin ihre Kunden? Welche Vertriebsformate, Sortimente und Services sind in Zukunft gefragt, um sich in einem zunehmend kompetitiveren Wettbewerbsumfeld mit Pure-Playern und Plattformanbietern zu behaupten? Diese Fragen standen im Mittelpunkt des 18. Internationalen BHB-Kongresses 2017 am 6. und 7. Dezember. Rund 500 Teilnehmer aus dem Handel, der Industrie und dem Dienstleistungs- und Beratungssektor diskutierten beim Gipfeltreffen der DIY-Branche, wie es auch in Zukunft gelingen kann, die Baumarktkunden in den kommenden Jahren erfolgreich anzusprechen.**

„Wir können wieder auf einen ereignisreichen, dynamischen und spannenden BHB-Kongress zurückblicken“, zeigte sich BHB-Hauptgeschäftsführer **Dr. Peter Wüst** am Schlussstag der Branchenveranstaltung erfreut. „Die neue konzeptionelle Ausrichtung des Kongresses mit der Zielsetzung, neue Wege zu gehen und mit dem Konzept DIYversum den Teilnehmern ein noch individuelleres Tagungsprogramm zu bieten, hat sich mit Blick auf die positive Resonanz zahlreicher Kongressteilnehmer ausgezahlt. Die so angebotene vielfältige Themenagenda, präsentiert von namhaften Referenten und Experten der Branche und auch das kurzweilige Rahmenprogramm haben den Kongressteilnehmern wieder exzellente Möglichkeiten für den Informations- und Erfahrungsaustausch auf höchstem Niveau geboten.“

#### **BHB-Kongress mit DIYversum-Programm und Fachausstellung DIY-Marktplatz bieten umfangreiches Informations- und Networking-Programm**

Rund 500 Teilnehmer waren der Einladung des Branchenverbandes nach Köln gefolgt, darunter wieder eine große Zahl von Führungskräften und Entscheidern der Handels- und Herstellerunternehmen der Branche. Mit rund 25 Prozent war der Handel erneut stark vertreten. Und auch zahlreiche Industrieunternehmen und

**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](http://www.bhb.org)  
E-Mail | [info@bhb.org](mailto: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](mailto:christoph.schley@bhb.org)

Beleg erbeten

weitere Branchenpartner (u.a. die Unternehmen Brillux, Dachser, Fischer, Fiskars, Gardena, Interseroh, Knauf, Kärcher, J.W. Ostendorf, ebenso wie Robert Bosch, Spax, Tesa und Wolfcraft) waren zu Gast auf dem Branchengipfel.

Der BHB bot der deutschen und internationalen DIY-Branche an zwei Kongresstagen ein breitgefächertes Themen- und Informationsangebot: Das umfangreiche Tagungsprogramm mit Vorträgen renommierter Experten und Keynote-Speaker aus Handel, Beratung und Marktforschung und die Fachausstellung DIY-Marktplatz luden die Teilnehmer auch 2017 dazu ein, sich persönlich vor Ort in direktem Kontakt mit den Ausstellern über Innovationen und Neuheiten der DIY-Branche zu informieren. Dabei garantierte besonders das neue Veranstaltungskonzept DIYversum erweiterte individuelle Informationsmöglichkeiten: Ob digitales Merchandising am Point-of-sale, Roboter- und Virtual-Reality-Anwendungen in der Kundenansprache, Influencer-Marketing oder Employer-Branding – am zweiten Veranstaltungstag konnten die Kongressteilnehmer aus zwölf gleichzeitig angebotenen Roundtables und Vorträgen ein individuelles Themenprogramm gestalten und so den eigenen operativen Mehrwert des BHB-Kongresses aktiv mitbestimmen. Zudem bot der BHB auch erfolgsversprechenden Brancheninnovationen eine Bühne: Beim Start-up-Pitch wurden den Teilnehmern Produktneuheiten wie der ökologische Schneckenenschutz Schnexagon, die innovative Gartenbewässerungstechnologie ViraCube und neue 3D-Druck-Technologien für die Baumarktbranche vorgestellt.

### **Branche diskutiert Erfolgsmodelle der Zukunft**

Mit welchen Unternehmensstrategien erreicht die Bau- und Heimwerkermarktbranche in Zeiten der Veränderung traditioneller Handelsstrukturen auch weiterhin ihre Kunden? Welche Vertriebsformate, Sortimente und Services sind in Zukunft gefragt, um sich in einem zunehmend kompetitiveren Wettbewerbsumfeld mit Pure-Playern und Plattformanbietern zu behaupten? Diese Themenkomplexe standen im Mittelpunkt des Branchengipfels.

Zum Kongressauftakt richtete **Gregor Gysi** (MdB) ein politisches Grußwort an die Branche. Der langjährige Fraktionsvorsitzende der Linksfraktion im Deutschen Bundestag und aktuelle Präsident der Europäischen Linken betonte, Politik müsse in Deutschland mit Blick auf die soziale Teilhabe aller Bürger insbesondere durch Investitionen in Bildung, die digitale Infrastruktur und eine leistungsstarke Verwaltung für bessere wirtschaftliche Rahmenbedingungen sorgen. Dies käme letztendlich auch den Wirtschaftsakteuren zugute. Politische und gesellschaftliche Stabilität sei die Voraussetzung für einen starken Wirtschaftsstandort Deutschland, stellte **Wolfgang Bosbach**, CDU-Politiker, langjähriges Mitglied des Deutschen Bundestages und stellvertretender Vorsitzender der Bundestagsfraktion der Union, zum Auftakt des zweiten Kongresstages heraus. Vor dem Hintergrund der aktuellen Weltpolitik sei es essenziell, in Berlin eine handlungsfähige Regierung zu bilden, um in Zeiten der Digitalisierung auch in Zukunft gute Rahmenbedingungen für Industrie und Handel in Deutschland schaffen zu können. Dabei hob Bosbach auch die Bedeutung der Verbandsarbeit als Bereicherung einer gelebten parlamentarischen Demokratie in Deutschland hervor und rief die Anwesenden dazu auf, sich weiterhin aktiv in den politischen Entscheidungsprozess einzubringen.

„Die Baumarktbranche hat in den vergangenen Jahren einen erfolgreichen Stabilitäts- und Wachstumskurs betrieben“, betonte **Detlef Riesche**, Vorstandssprecher des BHB und Vorsitzender der Geschäftsführung der toom Baumarkt GmbH. Ein

### **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](http://www.bhb.org)  
E-Mail | [info@bhb.org](mailto: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](mailto:christoph.schley@bhb.org)

Beleg erbeten

harter Preiswettbewerb, stationär und auch online, fordere die Unternehmen heute aber mehr denn je heraus. „Das Gebot der Stunde für alle Marktteilnehmer ist eine relevante Positionierung, die Schärfung des eigenen Markenimages, und die kontinuierliche Ausrichtung des Geschäftsmodells und des Produkt- und Leistungsportfolios an den Wünschen der Kunden“, so Riesche. Dies gelte insbesondere für den Handel, aber auch für die Hersteller.

### „Machen Sie sich zum Must-have oder zum Must-go-to“

Einen Blick in die Zukunft des DIY-Marktes warf Marktforscher **Klaus Peter Teipel**, Inhaber Klaus Peter Teipel research & consulting. Die derzeitigen Rahmenbedingungen für ein solides Wachstum im Markt seien gut. Im Gesamtjahr 2017 werde der deutsche erweiterte DIY-Kernmarkt (Bau- und Heimwerkermärkte, Fachhandel, Kleinbetriebsformate und Distanzhandelsumsatz mit DIY-Kernsortimenten) mit einem Gesamtumsatz von 49,1 Milliarden Euro um 1,7 Prozent zulegen, die Bau- und Heimwerkermärkte könnten mit 21,9 Milliarden jedoch lediglich ein Plus von 1,1 Prozent erzielen. Für 2018 rechnet der Marktforscher damit, dass der erweiterte DIY-Kernmarkt mit rund 49,9 Milliarden Euro erneut wachse (plus 1,5 Prozent), ebenso wie die Umsätze der Bau- und Heimwerkermärkte (22,1 Milliarden Euro, plus 1,1 Prozent). Seinen anhaltenden Wachstumskurs fortsetzen werde besonders der Distanzhandel mit DIY-Kernsortimenten, so Teipel. Die Baumarktbranche dürfe hier Pure-Playern wie Amazon nicht kampfflos das Feld überlassen. Zudem gelte es, die eigenen Kernkompetenzen zu stärken. „Machen Sie sich zum Must-have oder zum Must-go-to“, rief Teipel den Unternehmern der Branche zu. Gewinner im zukünftig noch härteren Wettbewerb seien die Unternehmen, die mit kundenzentrierten und ganzheitlichen Strategieansätzen punkteten.

„Digitalisierung ist viel mehr als nur E-Commerce“, hob **Professor Thomas Vogler** hervor. Der Geschäftsführer der Mercator Consulting GmbH und Lehrbeauftragte Retail Management der THI Business School verwies in Köln nachdrücklich darauf, dass Digitalisierung das Handelsgeschäft in allen Bereichen radikal verändern werde, von der Supply-Chain über den Einkauf, das Category-Management, das Marketing bis zum Bereich Sales. In spätestens zehn Jahren seien die bahnbrechenden Technologien wie das Internet oder Things, Augmented- und Virtual-Reality-Anwendungen, Roboter, 3D-Drucktechnik und Methoden der digitalen Nachverfolgung ausgereift und zur vollen Nutzung einsetzbar. Der Einzelhandel müsse schleunigst beginnen, seine Unternehmens- und Geschäftsmodelle neu auszurichten. Dabei gelte es insbesondere, bereits vorhandenes Datenmaterial über die eigenen Kunden zu nutzen und anhand intelligenter Datenanalyseverfahren auch durch Zuhilfenahme von Auswertungsverfahren auf Basis künstlicher Intelligenz praktisch anwendbar zu machen. Wie die neue digitalisierte Welt im Stationärgeschäft heute schon aussehen kann, zeigten **Martin Wild**, CDO der Mediamarkt-Saturn Retail Group, und **Dr. Ulrich Reiser**, Geschäftsführer der Unity Robotics GmbH. Sie stellten den Teilnehmern jüngst umgesetzte Virtual- und Augmented-Reality-Pilotanwendungen und Robotiklösungen in ausgewählten Märkten von Mediamarkt Saturn vor. Dabei präsentierten sie mit einer Livevorführung Verkaufsroboter Paul, der aktuell zur Kundenbetreuung im Markt eingesetzt wird und Kunden begrüßt, sie nach ihren Wünschen fragt und dann zielgerichtet zu den gesuchten Waren führt.

„Der entscheidende Erfolgsfaktor für Unternehmen in disruptiven Zeiten ist die Anpassungsfähigkeit an die neuen Rahmenbedingungen“, rief **Kai Kächelein**, stellver-

**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](http://www.bhb.org)  
E-Mail | [info@bhb.org](mailto:info@bhb.org)

tretender Vorstandssprecher des BHB und Geschäftsführer der hagebau GmbH & Co. KG, den Kongressteilnehmern zu. Um weiterhin erfolgreich zu sein, müssten Unternehmen die Herausforderungen der Digitalisierung annehmen, ihre Geschäftsmodelle zukunftsorientiert ausrichten und ein ganzheitliches Omnichannel-Angebot mit attraktiven Sortimenten und guten Logistiklösungen bieten. Dabei dürften Unternehmen gerade in Zeiten digitaler Geschäftsmodelle aber den auch heute vorhandenen Kundenwunsch nach persönlichem Kontakt und guter individueller Beratung im stationären Handel nicht vernachlässigen. Hier gelte es, das eigene Leistungsportfolio auszubauen und Kunden durch Einkaufserlebnisse vor Ort und eine persönliche Ansprache mit qualifizierter Beratung Mehrwerte zu bieten.

### **BHB-Baumpflanzaktion schreibt Erfolgsgeschichte fort**

Die Erfolge der BHB-Baumpflanzaktion präsentierten **Alain Paul**, Inhaber der Nachhaltigkeit- und Zertifizierungsberatung Holz.ConZert GmbH, und BHB-Hauptgeschäftsführer **Dr. Peter Wüst**. Paul zeigte sich zuversichtlich, dass 2018, im zehnten Jahr des Bestehens der BHB-Aktion, das Ziel erreicht werden könne, 100.000 Bäume gepflanzt zu haben. Mit Blick darauf bedankte sich Paul bei den zahlreichen Unterstützern der Aktion und rief dazu auf, das Nachhaltigkeitsprojekt auch in Zukunft weiter tatkräftig zu fördern. 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 CO<sub>2</sub>-Emissionen der eigenen Unternehmenstätigkeit zu schaffen.

Der kommende 19. Internationale BHB-Kongress findet am 5. und 6. Dezember 2018 in Bonn statt.

### **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 2016 einen Wert von rund 18,24 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](http://www.bhb.org)  
E-Mail | [info@bhb.org](mailto:info@bhb.org)