

Pressemitteilung

Nr. 11/2014 – Köln, 9. September 2014

Garden-Summit 2014: Grüne Branche zu Gast beim BHB

Unter dem Motto „Erfolg trotz Wetter, Online und Discount?!“ hatte der BHB – Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V. zum Garden-Summit nach Köln geladen. Der in diesem Jahr erstmals veranstaltete BHB-Gipfel für die Grüne Branche bot den rund 200 Veranstaltungsteilnehmern aus Handel, Industrie und Dienstleistungssektor am 2. und 3. September 2014 ein vielfältiges Kongressprogramm.

Aktuelle Entwicklungen im Gartenmarkt, eine sich verändernde Bedeutung der Vertriebskanäle, Omnichannel-Strategien, aber auch Best-Practice-Modelle der Kundenkommunikation und des Point-of-Sale-Marketings – der BHB bot den Besuchern des Garden-Summits im Congress-Centrum Nord der Koelnmesse ein vielfältiges Themenspektrum. Das neue Veranstaltungsformat, das an die führende Messe für Sport, Lifestyle, Camping und Garten Spoga+gafa der Koelnmesse anschloss, soll in Zukunft alle zwei Jahre im Wechsel mit dem BHB-Gartenkongress stattfinden. „Wir freuen uns sehr, dass der Garden-Summit innerhalb der Branche so gut angenommen wurde und für alle Partner des Gartenfachmarktes die erhofft wertvolle Plattform zu Information und Meinungs-austausch war“, betonte BHB-Hauptgeschäftsführer Dr. Peter Wüst mit Blick auf Zahl und Resonanz der teilnehmenden Kongressgäste zum Ende des Summits. Das Veranstaltungskonzept mit einem informativen Mix aus Fachvorträgen, Praxisforen, Kommunikationsplattformen wie den Buyers-Lounges und das Get-together am Kongressvorabend habe sich als erfolgreich herausgestellt. „Auch der Standort Köln und die Anbindung des Garden-Summits an die Spoga+gafa hat sich in diesem Jahr als strategisch richtige Entscheidung erwiesen: Denn die Messe hat sich als Leitmesse auch für Camping und Garten etabliert und in den vergangenen Jahren verstärkt die zunehmende Trendorientierung der Sortimente herausgestellt.“ Mit Blick darauf wolle der BHB den Garden-Summit in Zukunft zu einem festen Termin im Kalender der Branche machen, so Wüst.

Neues Kongressformat Garden-Summit erfolgreich – Baumarktbranche stark vertreten

Im Congress-Centrum Nord der Koelnmesse war die nationale und internationale Bau- und Heimwerkermarktbranche stark vertreten, unter anderem mit den Unternehmen AFS Franchise Systeme, Brüder-Schlau, EMV Profi, Eurobaustoff, Globus, Hellweg, Hornbach, Jumbo, Migros, Pflanzen Kölle, Knauber, Gartencenter Kremer, Toom und Zeus-Hagebau. Zudem nutzten zahlreiche Industrie- und Dienstleistungsunternehmen, unter anderem Gardena, Scheurich, Neudorff, Landmann, Weber-Stephen, Floragard oder Wolfcraft, die Möglichkeit, sich über die neuesten Trends im Gartenmarkt zu informieren. Den Teilnehmern bot sich ein vielfältiges Kongressprogramm.

**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
Referent Presse & Medien**

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

Ausblick Gartenmarkt 2030: Veränderungen werfen Schatten voraus

Einen Blick in die Zukunft des Gartenmarktes warf **Klaus Peter Teipel**, Inhaber des Marktforschungsinstituts Results4retail. Sein Fazit: Die Branche muss sich auf signifikante Veränderungen einstellen, gerade mit Blick auf den demografischen Wandel. Nach aktuellen Hochrechnungen seines Instituts werde der gesamte Gartenmarkt zum Ende des Jahres 2014 mit 18,1 Milliarden Euro einen Umsatzzuwachs von 4,8 Prozent erzielen können, die Bau- und Heimwerkermärkte mit Umsätzen von rund 4,5 Milliarden Euro sogar ein Umsatzplus von 5,3 Prozent. Umsätze, die bereits heute entscheidend durch die Kunden „55Plus“ generiert würden, so Teipel. „Der demografische Wandel spielt dem Gartenmarkt in die Karten, trotz leicht rückläufiger Bevölkerungszahlen profitiert er vom zunehmenden Marktanteil der Altersgruppe 55Plus.“ Dieser werde von heute 54 Prozent bis 2030 auf rund 64 bis 66 Prozent anwachsen. Beim Blick auf die aktuelle und zukünftige Produkt- und Sortimentsgestaltung hob Teipel hervor, im Trend bleibt alles, was das Leben im Garten schöner, besser und komfortabler mache: Individualität, Komfort und Qualität in Verbindung mit ansprechendem Design und hoher Funktionalität sei weiterhin gefragt. Zunehmend wichtiger für den Handel werde mit Blick auf die „Silver-Generation“ auch der Ausbau von Service- und Dienstleistungsangeboten.

DIY-Gartencenter bedienen Kundenwünsche zufriedenstellend

Aktuelle Trends im Pflanzenhandel und die Konsequenzen sich verändernder Kundenerwartungen für den Handel präsentierte **Professor Dr. Jens Westerheide** von der Fakultät Agrarwissenschaften und Landschaftsarchitektur der Hochschule Osnabrück. „Die DIY-Gartencenter erreichen in ihrer eigenen Kernzielgruppe mit einer guten bis mittleren Zufriedenheit der Kunden eine ausreichende Gesamtleistung“, betonte der Wissenschaftler. Dabei punkteten DIY-Gartencenter insbesondere durch Sortimentsbreite, Aktualität, eine übersichtliche Warenpräsentation und Gartengestaltung, aber auch durch ein akzeptables Preis- und Leistungsverhältnis sowie gute Infrastrukturen. Bei den aus genereller Kundensicht wichtigsten Kauffaktoren Pflanzenqualität, Frische und Anmutung der Pflanze sowie Personalqualität sei der Fachgartenhandel aber voraus. Für eine weitere Marktausdehnung hin in Richtung Fachhandelskunden sei für die DIY-Branche der Ausbau der eigenen Performance notwendig, insbesondere eine bessere Präsentation von Lebend-Grün und der Ausbau der Beratungsqualität durch fachkundige Mitarbeiter sei zwingend.

„Wertschöpfung braucht Wertschätzung“, rief **Alexander Kremer**, Geschäftsführer der Garten-Center Kremer GmbH, den Teilnehmern des Garden-Summit zu. Pflanzen müssten für die Kunden einen Wert verkörpern. Durch aktuelle Veränderungen der Vertriebslinien weg vom kleinen Blumenladen hin zu Großflächenkonzepten ginge jedoch ihre Wahrnehmbarkeit im Lebensalltag verloren, und damit zugleich die Wertigkeit und Bedeutung des Produkts in der Wahrnehmung der Kunden. Kremer rief die Branche dazu auf, ihre die Hausaufgaben zu machen, die eigenen Kernkompetenzen im Stationärgeschäft zu betonen und echte Innovation zu schaffen, den Markt wieder aktiv zu gestalten. Der Fachhandel brauche mehr echte tragfähige und lukrative Konzepte und Produkte, um auch in Zukunft erfolgreich sein zu können.

**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
Referent Presse & Medien

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

Markenbildung mit Lebend-Grün funktioniert

Wie man erfolgreich eine Marke mit Lebend-Grün-Sortimenten aufbauen kann, zeigte **Rupert Fey**, Inhaber Beyond Flora und Geschäftsführer der PlusPlants GmbH. PlusPlants ist der momentan größte deutsche Gärtnerzusammenschluss unter einer Dachmarke, dessen Partner ihre Produkte basierend auf einem klaren Bekenntnis zu einer nachhaltigen Produktion abgeben. Der Zusammenschluss mache die Produkte im Markt sichtbar, die Qualität der Pflanzen unter der Dachmarke sei entscheidendes Alleinstellungsmerkmal, hob Fey in Köln hervor. Der hohe Qualitätsstandard werde durch modernste Technik und gut ausgebildete Mitarbeiter gewährleistet und zudem der Großteil der benötigten Energie aus regenerativen Energien gewonnen.

BHB erfreut über Erfolg der „Buyers Lounges“

Um den Kontakt der Branchenpartner aus Handel und Industrie zu fördern, bot der BHB im Rahmen des Garden-Summits zudem erstmals sein neues Konzept der so genannten „Buyers-Lounges“ an. „Mit den Buyers-Lounges wollten wir von Verbandsseite für die Branche eine zusätzliche Plattform zum ‚Match-Making‘ für Handel und Industrie bieten und in erster Linie Hersteller ansprechen, die noch nicht in engem Kontakt mit den jeweiligen Handelsmitgliedern des BHB stehen“, so BHB-Hauptgeschäftsführer Wüst zur Idee hinter dem neuen Konzept. Das Format, an dem von Handelsseite die Unternehmen Hornbach, toom und AFS Franchise Systeme teilnahmen, sei seitens der Branche begrüßt und auch angenommen worden. „Wir können mit Blick auf die Resonanz auf die Buyers-Lounges zum jetzigen Zeitpunkt ein positives Fazit ziehen“, so Wüst. Äußerst positiv sei die Idee zudem bei den Ausstellern der Messe aufgenommen worden, die das neue Format im direkten Anschluss an die Spoga+gafa ohne Messehektik als weitere Plattform für Handelskontakte ohne zusätzlichen Aufwand nutzen können.

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 2. 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)

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

Der BHB – Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V. vertritt als Fachverband 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 wirtschaftspolitischen Interessen der Branche und tritt in den Dialog mit Politik, Medien, Verwaltung sowie Lieferanten und Dienstleistern. Im Verband sind 21 Handelsorganisationen und 200 Fördermitglieder aus Industrie und Dienstleistung organisiert. Die Branche zählt in Deutschland rund 480.000 Beschäftigte. Der deutsche DIY-Kernmarkt, bestehend aus Bau- und Heimwerkermärkten, Fachmärkten und Kleinbetriebsformen (Fachhandel), erzielt einen jährlichen Branchenumsatz von rund 45 Milliarden Euro. Der Gesamtbruttoumsatz der Bau- und Heimwerkermärkte in Deutschland erreichte 2013 einen Wert von rund 19 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