

### Trends im Baumarkt

Lösungen für die DIY-Branche

Köln, April 2007: **Do-it-yourself ist jung und trendy, das suggerieren seit einiger Zeit erfolgreich verschiedene Wohnsendungen im Fernsehen. Was das Format jedoch nicht erreicht, ist die Heranführung der Zielgruppe an den Baumarkt. Nun ist die Branche selbst gefragt, das neue Image am Standort umzusetzen. Doch dafür fehlt ein konzeptioneller Ansatz. Anregungen bietet der Bundesverband Deutscher Heimwerker-, Bau- und Gartenfachmärkte (BHB).**

Trend- und Freizeitforscher analysieren in regelmäßigen Abständen das Verhalten der Menschen und entwickeln dabei einprägsame Definitionen. Fakt ist: Nicht erst seit gestern legen die Menschen gesteigerten Wert auf ihr wohnliches Umfeld.

### Homing als gesellschaftlicher Trend

Geändert haben sich jedoch die Motive. So wurde das oft zitierte Cocooning-Phänomen zuletzt vom Homing-Trend abgelöst. Im Unterschied zum eher passiven Rückzugwunsch aus der Öffentlichkeit stehen beim Homing gesellschaftliche und soziale Aktivitäten im Mittelpunkt. Gemeinsame Dinner- oder Spieleabende, aber auch das Heimkino-Erlebnis prägen hierbei die Freizeitgestaltung. Hinzu kommt eine neue, modische Komponente: Dekostoffe, in ein Möbel integrierte Flachbildfernseher, bedruckte Leinwände oder Lichtinstallationen mit Ambientecharakter stehen in der Wohnung von heute für moderne Lebensqualität und Stil. Das Zuhause wird zum repräsentativen Statussymbol und dient als Ausdruck des persönlichen Lebensgefühls.

### Homingprodukte im Baumarkt

Dieser Wunsch nach Verwirklichung individueller Wohnideen erweist sich als Chance für Baumärkte. In einigen Märkten existieren bereits erfolgreiche Konzepte: Wechselnde Themenwelten präsentieren auf einer eigenen Ausstellungsfläche aktuelle Wohn- und Einrichtungsbeispiele mit Auszügen aus dem Sortiment. Der Vorteil ist, dass der Kunde alle für das komplette Projekt nötigen Materialien vor Ort aus einer Hand erhält - inklusive Beratung.

Abdruck frei,  
Beleg erbeten

**Pressekontakt**  
BHB e.V.  
Stefan Michell  
Presse- und  
Öffentlichkeitsarbeit  
An der Rechtschule 1-3  
50667 Köln  
Tel.: 0221/ 277 595- 14  
Fax: 0221/ 277 595- 79  
Email:  
stefan.michell@bhb.org  
Internet: www.bhb.org

Um jedoch mit dem Angebot von Trendprodukten nachhaltig überzeugend auftreten zu können, bedarf es einer konsequenten Umsetzung. Die Tatsache, dass bislang eher wenige Menschen moderne Wohnmaterialien und Accessoires im Baumarkt erwarten oder gezielt einen Heimwerkermarkt aufsuchen, um sich über aktuelle Einrichtungstrends zu informieren, deckt Handlungsbedarf auf.

Was der Einzelne nicht leisten kann, wollen BHB und DIY Academy gemeinsam angehen. Der Partner des Verbandes im Dialog mit Verbrauchern und Medien befasst sich bereits seit einiger Zeit mit der Erforschung von Trends und greift das Thema verstärkt in der Kommunikation auf. Ziel sind nicht nur Inspiration und Bedarfsweckung, sondern die Etablierung eines neuen Trendbewusstseins für den Baumarkt und seine Sortimente.

Einen weiteren Schritt in diese Richtung ermöglicht das neue Konzept der Koelnmesse für die Practical World 2008, das eine Öffnung der Fachmesse für Verbraucher vorsieht. An den Messeständen können sich die Besucher ab dem nächsten Jahr frühzeitig über Neuheiten informieren. Der BHB befürwortet diese Entwicklung und glaubt, dass sich damit auch die Erwartungshaltung der Menschen verändern lässt. Auf der Messe präsentieren die Top-Unternehmen der Branche technische Innovationen sowie Trends und zeichnen somit erstmals ein modifiziertes Bild der Baumarktbranche.

(Zeilen 69 / Zeichen 3.298 inkl. Leerzeichen)

Abdruck frei,  
Beleg erbeten

**Pressekontakt**  
BHB e.V.  
Stefan Michell  
Presse- und  
Öffentlichkeitsarbeit  
An der Rechtschule 1-3  
50667 Köln  
Tel.: 0221/ 277 595- 14  
Fax: 0221/ 277 595- 79  
Email:  
stefan.michell@bhb.org  
Internet: www.bhb.org