

**Unser Thema:**



Vorschau auf die „Domotex“ 2024

**Sie lesen heute:**

**Tipps und Trends**

Großes Interesse am diesjährigen „Branchentag“ **Seite 2**  
Baumarktbranche: 24. „BHB-Kongress“ in Bonn **Seite 4**  
Argumente für hochwertige Holzböden **Seite 8**

**„Domotex“**

„Domotex 2024“ mit Fokus auf italienischem Design **Seite 7**

**„Produkte/Unternehmen“**

Roth Baustoffe wechselt zu Hagebau **Seite 4**  
Fischgrät-Selektion von Windmöller **Seite 5**  
Classen: PVC-freies Dryback für Objektbereich **Seite 5**  
Behandlung von Massivholzdielen mit Osmo **Seite 6**  
Ter Hürne präsentiert Laminatboden „LkÖ“ **Seite 6**  
Umfassende Renovierung mit Bauwerk Parkett **Seite 8**  
Praxisnahe Fortbildungen für den Fachhandel **Seite 9**  
Thermisch behandeltes Holz für Innenausbau **Seite 10**  
Stilvolle Holztreppen vom Tegernsee **Seite 10**  
Ohra steht für Effizienz im Lager **Seite 12**  
Hagebau informiert zum Trockenbau **Seite 12**

## Handwerksmesse 2024

Die „Internationale Handwerksmesse“ (IHM) öffnet vom 28. Februar bis 3. März 2024 auf dem Münchener Messegelände ihre Tore. Aussteller aus über 60 Gewerken und Branchen bieten einen umfassenden Überblick über Leistung, Qualität und Innovationskraft des Handwerks. Zudem präsentiert sich das Kunsthandwerk unter dem Namen „Handwerk & Design“ auf einem hohen Niveau.

# „Domotex“ im neuen Messemodus

Der Hartbodenbereich wird künftig nurmehr zweijährlich in Hannover zu sehen sein

Wie bereits im Februar dieses Jahres angekündigt, setzt die Deutsche Messe als Veranstalter der „Domotex“ ein einschneidend neues Konzept um. Demnach sollen Aussteller aus dem Hartbodenbereich sich künftig nurmehr in den geraden Jahren bei der Bodenbelagsmesse präsentieren können, während sich in ungeraden Jahren – also ab 2025 – unter der Bezeichnung „Domotex – Carpets & Rugs“ alles ausschließlich um Teppiche und Teppichböden drehen wird.

Entsprechend soll die nächste Messe, die vom 11. bis 14. Januar ihre Tore in Hannover öffnen wird, unter dem Label „Domotex – Home of Flooring“ den wie bisher gewohnten Produktumfang präsentieren, wie Hartbodenbeläge, hartbodenbelagsnahe Bereiche sowie Carpets und Rugs.

Auf einer Pressekonferenz im November kündigte die Messeleitung zudem etwa 1000 Aussteller aus 130 Nationen an – darunter viele Marktführer wie Tisca Austria, ABC Italia, Javi Home, Rezas, Oriental Weavers, Merinos, Otto Golze, Lalee, Amorim, Swiss Krono, Meisterwerke, Kronospan und M. Kaindl, Design Parquet,



Die Sonderschau „The Green Collection“ wird 2024 zum zweiten Mal zurückkehren, um die neuesten Entwicklungen im Bereich Nachhaltigkeit, Kreislaufwirtschaft und Umweltschutz in der Teppich- und Bodenbelagsbranche zu präsentieren. Foto: Deutsche Messe

Republic, Mflor, Neuhofer, Selit, Välinge sowie viele weitere. Dazu käme eine Vielzahl inspirierender und informativer Sonderschauen mit wichtigen Impulsen für das Tagesgeschäft, unter anderem die Sonderschau „The

Green Collection“ mit neusten Entwicklungen aus dem Bereich der Nachhaltigkeit. Ein weiteres Highlight der Veranstaltung bildet demnach eine neue Sonderschau mit dem Schwerpunkt „Italien“, die einen Ein-

blick in die Trends, Designs und Innovationen der italienischen Teppich- und Bodenbelagsindustrie ermöglichen.

► Weitere Informationen zur „Domotex 2024“ auf Seite 7 dieser Ausgabe.

## Zuversicht für den Gartenmarkt

Trotz derzeitiger Stagnation wird bis 2030 ein deutliches Plus erwartet

**In den zehn Jahren vor Corona bestimmte ein relatives Gleichmaß den deutschen Gartenmarkt. Nun aber sind von den Marktakteuren gute Nerven und Zuversicht gefragt. Denn nach zwei Corona bedingten Boomjahren, in denen Umsatzsprünge von mehr als 4% (2020) und mehr als 5% (2021) zu verzeichnen waren, ließen sich mit der wieder gewonnenen Bewegungs- und Reisefreiheit schon 2022 erste Bremspuren ablesen.**

Und in Folge der kriegsbedingten Inflation sowie der wachsenden finanziellen Belastungen muss der Gartenmarkt 2023 voraussichtlich sogar mit einem Einbruch von mehr als 4% rechnen. Dies berichten die aktuellen Hochrechnungen der Marktforscher von Marketmedia 24, Köln, in ihrem neuen „Branchenreport Garden-Living, Gardening und Lebendes Grün – Perspektiven bis 2030“. Positiv sei demzufolge die Tatsache, dass sich

zwar viele Konsumenten in der DACH-Region während der Pandemie draußen neu eingerichtet haben, dennoch werden schon heute Anschaffungen für 2024 konkret geplant: Für 17,3% der Deutschen und auch der Österreicher steht beispielsweise der Kauf eines Gartentisches auf dem Plan. Auch darüber hinaus hat der Gartenmarkt Potenzial. So gehen die Vorausberechnungen im Best-Case-Szenario davon aus, dass sich der deutsche Gartenmarkt sogar deutlich besser als im Langfrist-Trend entwickelt. Damit verbunden wäre bis 2030 ein Wachstum von rund 21% auf 17,7 Mrd. Euro.

Der Studie nach seien 68,1% der Konsumenten in der DACH-Region im ersten Halbjahr 2023 zu Anschaffungen rund um Garten und Balkon bereit gewesen. Dabei wurde unter den Schweizern mit 70% die höchste Kaufbereitschaft gemessen. Mit immerhin noch 66,3% hielt man sich in Österreich – nach überdurchschnittlichem Konsum 2022 – dagegen et-

was zurück. Von den Deutschen hatten bis zum Beginn des Sommers bereits 68% in ihr Outdoor-Wohnen und Leben investiert. Die daraus resultierende Tendenz der Marktsättigung wird das Gartenjahr 2024 beeinflussen.

Neben Tischen werden laut Studie in der gesamten DACH-Region besonders Sonnenschirme, Pflanzgefäße und Außenleuchten sehr häufig gekauft. Wobei dekorative Außenleuchten speziell von der jüngeren Generation am stärksten (22,5%) favorisiert werden. Die Hochrechnungen kommen auch zu dem Schluss, dass die Gartenwelt trotz Ukraine-Krieg und Inflation im Vergleich zu 2010 immer noch ein Wachstum von mehr als einem Fünftel generiere. Und vor dem Hintergrund von Klimakrise, Nachhaltigkeit und Sparsamkeit, bleibt das Leben in und vom Garten auch künftig für die Verbraucher von großer Bedeutung.

► Zu beziehen ist die Studie unter [marketmedia24.de](http://marketmedia24.de).

## „BHB-Tagung“ sehr gut besucht

Am 29. und 30. November trafen sich etwa 480 Teilnehmer aus Handel, Industrie und Dienstleistungsgewerbe zum 24. „BHB-Kongress“ in Bonn. Im alten Bundestag/WCCB ging es überwiegend darum, in herausfordernden Zeiten angemessen zu agieren und reagieren. Dazu hatte der Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten (BHB) ein entsprechendes Programm organisiert mit Vorträgen und Roundtables zu aktuellen Themen wie der digitalisierten Zukunft oder der Nachhaltigkeit als das zentrale Handlungs- und Innovationsprinzip des 21. Jahrhunderts, so wie es Michael Kuhndt, Executive Direktor des Thinktanks CSCP, formulierte. Zudem konnten sich die Teilnehmer interaktiv einbringen – acht Roundtables griffen aktuelle Themen auf und starteten interessante Diskussionen.

► Weitere Informationen zur „BHB-Tagung“ auf Seite 4 dieser Ausgabe.