

# ZHH-Information

**BMK**

**VdM**

**AHB**

**FDE**

**AKB**

**FHG**

**AKW**

**multitec**

## **GESCHÄFTSBERICHT 2019-2021**

**DER VERBAND UND SEINE ARBEIT**



# STEIGERN SIE IHREN UNTERNEHMENSERFOLG MIT DER RICHTIGEN SORTIMENTSGESTALTUNG



Growth  
from  
Knowledge



**ZHH**  
Zentralverband Hartwarenhandel e.V.

Werden Sie Kooperationspartner im GfK Handelspanel und profitieren Sie bei strategischen Entscheidungen exklusiv von unseren Ergebnissen, selbstverständlich kostenfrei. Interessiert?

**Kontaktieren Sie uns:**

Stefan Heinzl

T +49 911 395 4436

[stefan.heinzl@gfk.com](mailto:stefan.heinzl@gfk.com)

# GESCHÄFTSBERICHT 2019-2021

## DER VERBAND UND SEINE ARBEIT

### Impressum

#### Herausgeber:

Zentralverband Hartwarenhandel e.V., Eichendorffstr. 3,  
40474 Düsseldorf, Tel.: 0211/47050-0, Fax: 0211/47050-29,  
E-Mail: zhh@zhh.de, Internet: www.zhh.de

#### Redaktion und Layout:

Stephanie Kawan (-13, stephanie.kawan@zhh.de)  
verantwortlich für den Inhalt: Hauptgeschäftsführer Thomas Dammann

#### Mitarbeiter:

Thomas Dammann (-11, thomas.dammann@zhh.de), Klaus Mauelshagen (-65, mauelshagen@eisenwaren-zeitung.de), Patrick Patzdorf (-95, patrick.patzdorf@zhh-bw.de), Niklas Schulte, Michaela Strahl (-76, strahl@zhh-dl.de)

#### Verlag und Vertrieb:

ZHH Dienstleistung GmbH, Eichendorffstr. 3, 40474 Düsseldorf,  
Tel.: 0211/47050-74, Fax: -85, E-Mail: vertrieb@zhh-dl.de

#### Druck:

Brochmann GmbH, Im Ahrfeld 8, 45136 Essen, Tel.: 0201/8772770,  
E-Mail: info@brochmann.de, Internet: www.brochmann.de

Nachdruck oder Vervielfältigung, auch auszugsweise, nur mit  
ausdrücklicher Genehmigung des ZHH.

Stand: Februar 2022



Übergabe der Urkunde durch Hildegard Kafer und Norbert Caesar auf der Ambiente 2019 an mono – Foto: ZHH



Besichtigung der MMC-Studios in Köln vor dem 5. PVH Kongress 2019



Besichtigung der MMC-Studios in Köln vor dem 5. PVH Kongress 2019



area 30, 2021, v.li.n.re: Johannes Vogel (MdB), Franz Bahlmann, Martina Hagelmann-Dörrie, Jens Teutrine (Bundesvorsitzender Junge Liberale), Niklas Schulte, Hans Hermann Hagelmann



Jury zur Verleihung des Eisen Award 2020



Partner des Fachhandels 2020 – hier: Übergabe der Urkunde unter Pandemiebedingungen an Pferd



Sehr geehrte Damen und Herren,  
liebe Kolleginnen und Kollegen,

von den vergangen drei Jahren waren die beiden letzten Jahre pandemiegeprägt. Ein Virus hält die Welt fest im Würgegriff, auch heute noch. Nun stehen die Zeichen aber auf vorsichtige Lockerung der Einschränkungen. Wirtschaftlich ist unsere Branche bisher wohl passabel durch die mannigfachen Erschwernisse der Corona-Zeit gekommen. Dabei war der ZHH seinen Mitgliedern ein Wegweiser durch die Vielzahl erlassener, oftmals regional unterschiedlicher, mehrfach kurzfristig geänderter Vorschriften. Dafür ein besonderer Dank an die Geschäftsstelle. Neben dieser Sonderaufgabe hat sich der ZHH mit den bekannten Themen wie dem zunehmenden Onlinehandel, dem steigenden Fachkräftemangel, der schleppenden Digitalisierung, dem partnerschaftlichen Umgang der Marktteilnehmer miteinander und in jüngster Zeit mit Lieferengpässen beschäftigt.

Zur Bewältigung der Corona-Krise wurden vom Staat verschiedene Unterstützungsmaßnahmen angeboten, Kredite, Zuschüsse, oder veränderte Regeln zur Kurzarbeit. Sie wurden zahlreich, trotz teils sehr anspruchsvoller Antragstellung, abgerufen. Die Auszahlung zustehender Unterstützungsgelder lässt verschiedentlich sehr lange auf sich warten. Auch kann man sich des Eindrucks nicht erwehren, dass Corona als Vorwand für mangelnden Service und unbefriedigende Freundlichkeit verwendet wird. Die Rückkehr zu einem „normalen“ Leben ist äußerst wünschenswert, allerdings nur mit der gebotenen Vorsicht. Prognosen sind zurzeit schwierig bis unmöglich.

Die Tochtergesellschaften des ZHH, besonders das ZHH Bildungswerk, haben die Auswirkungen von Corona überdeutlich zu spüren bekommen. Neue Konzepte wurden erarbeitet und die Angebote, wo es ging, digitalisiert. Die ZHH Dienstleistung erweiterte ihr Sortiment um Corona-Schutzartikel, wie Masken, Aufkleber, Schutzwände, aber die Kaufzurückhaltung war deutlich zu spüren.

Viele Kontakte und Veranstaltungen fanden in den letzten zwei Jahren nur digital statt, so auch der 6. PVH-Kongress im März 2021. Sponsoren ermöglichten ein kostenfreies Angebot als verkürzte Digitalausgabe und fast 300 Personen nahmen teil. Unser Dank gilt den Unterstützern unseres Kongresses. Wir bleiben optimistisch. Derzeit planen wir den 7. PVH-Kongress für das Jahr 2023, selbstverständlich als Präsenzveranstaltung. Schauen wir also hoffnungsvoll nach vorne.

Abschließend bedanke ich mich bei allen Kolleginnen und Kollegen, die den Verband tatkräftig ehrenamtlich unterstützt haben. In überaus belastenden Jahren haben sie große Solidarität gezeigt. Einschließen möchte ich auch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Geschäftsstelle für ihre vielfältige Unterstützung und ihren vorbildlichen Einsatz.

Nun wünsche ich Ihnen einen interessanten Rückblick auf eine Zeit, die in der jüngeren Geschichte auch für unsere Hartwarenbranche einzigartig ist. Bleiben Sie alle weiterhin gesund und zuversichtlich!

Herzlichst

Ihr



Dr. Paul Kellerwessel  
– ZHH-Präsident –



*IHA-Meeting in Dublin 2019*



*Gala-Abend DIY Summit in Dublin 2019*



*5. PVH Kongress in Köln 2019*



*Dr. Hungerkamp steckt Dr. Kellerwessel die goldene Ehrennadel des ZHH an, Köln, 2019*



*Jurysitzung zur Verleihung des Eisen Award 2020*



*Partner des Fachhandels 2019: Ehrung auf der ambiente 2020*



## Inhaltsverzeichnis

05	Vorwort
08	Wirtschaftliche Lage
11	Branchenthemen von A-Z
20	Corona-Informationen
21	Aufbau des ZHH
22	ZHH intern
26	ZHH-Veranstaltungen
31	ZHH international
32	Vorteile der Mitgliedschaft
33	Arbeitskreise im ZHH
34	Arbeitskreis Hartwarenhandel Berlin/ Brandenburg – AHB
36	Arbeitskreis Baubeschlag – AKB
40	Arbeitskreis Werkzeuge – AKW/ multitec – Bundesverband Produktionsverbindungshandel
46	Bundesverband Mittelständischer Küchenfachhandel – BMK
50	Fachverband des Deutschen Eisenwaren- und Hausrathandels – FDE
54	Fachkreis Hausrat/GPK – FHG
58	Verband der Motoristen – VdM
62	ZHH-Gesellschaften
63	Akademie Bauen & Wohnen e.V.
64	ZHH-Bildungswerk gGmbH
65	ZHH Dienstleistung GmbH
66	Eisenwaren-Zeitung GmbH
67	Geschäftsverteilungsplan (2022)



## Allgemeine wirtschaftliche Entwicklung

Die wirtschaftliche Entwicklung in Deutschland war in den vergangenen zwei Jahren geprägt von der Corona-Pandemie. Lediglich 2019 war ein Jahr unter „normalen“ Bedingungen. Durch die beiden von der Corona-Pandemie geprägten Jahre ist die deutsche Wirtschaft sehr unterschiedlich gekommen. Branchen wie die Gastronomie, Touristik, Messen, Eventmanagement und weite Teile des nicht systemrelevanten Handels hatten unter den Einschränkungen stark zu leiden und mussten – trotz staatlicher Hilfen – hohe Einbußen erleiden. Andere Branchen, die von Corona-Maßnahmen weniger betroffen waren, oder sogar von ihnen profitierten, wie der Onlinehandel, kamen verhältnismäßig gut durch die letzten zwei Jahre. Ausbaufähige Digitalisierung und zunehmende Lieferschwierigkeiten beeinflussten die wirtschaftliche Entwicklung.

## Veränderungen des Bruttoinlandsproduktes

Im Jahr **2019** ist die deutsche Wirtschaft nach Angaben von Destatis um 0,6% ggü. dem Vorjahr gewachsen. Dies ist das 10. Jahr in Folge, auch wenn das Wachstum geringer ausfiel als in den Jahren davor. 2019 wurde das Wachstum weitgehend durch den Konsum, sowohl privat (+1,6%) als auch staatlich (+2,5%), getragen. Beide Ausgaben wuchsen stärker als in den Vorjahren. Auch die Bruttoanlageinvestitionen sind deutlich angestiegen. Besonders im Tiefbau und Wohnungsbau. In Bauten wurde preisbereinigt 3,85% mehr investiert als im Vorjahr.

In Forschung und Entwicklung stiegen die Investitionen um 2,7%. Ausrüstungsinvestitionen, Maschinen, Geräte, Fahrzeuge verzeichneten allerdings nur geringe Investitionssteigerungen in Höhe von 0,4%.

Die wirtschaftliche Entwicklung war zweigeteilt: Dienstleistungen (besonders Information und Kommunikation sowie Finanz- und Versicherungsbereiche mit je +2,9%) und Bau (+4,0) konnten stark wachsen, das produzierende Gewerbe (ohne Bau) brach um 3,6% ein.

Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Arbeitenden stieg durch Zuwanderung und Neuaufnahme von Beschäftigten weiter an, so dass demographische Effekte (die geburtenstarken Jahrgänge fangen an, in Rente zu gehen und Abwanderungen aus Deutschland) kompensiert wurden.

Die staatlichen Haushalte beendeten das Jahr 2019 mit einem Überschuss in Höhe von 51,1 Milliarden Euro.

**2020** führte die Corona-Pandemie, die ab dem Frühjahr massive Einschränkungen in allen Bereichen zur Folge hatte, nach einem 10-jährigen Wachstum zu einer Rezession. Nach Berechnungen von Destatis lag das preisbereinigte Bruttoinlandsprodukt um 5% niedriger als 2019. Ähnliches passierte während der Finanzkrise 2008/09 als die Wirtschaft ein Minus von 5,7% verkraften musste.

Fast alle Bereiche der Wirtschaft waren betroffen. Besonders stark waren die Rückgänge im produzierenden Gewerbe (ohne Bau) um 9,7% und im verarbeitenden Gewerbe um 10,4%. Coronabedingt waren die globalen Lieferketten besonders während des ersten Halbjahres gestört. Bei Handel, Verkehr und Gastgewerbe gab es ebenfalls starke Einbußen, da Coronamaßnahmen wie Lockdown, Reiseverbote, Kontaktbeschränkungen die Möglichkeiten zu arbeiten und zu konsumieren stark einschränkten. Der stationäre Handel litt in weiten Teilen unter den Beschränkungen, der Onlinehandel hingegen profitierte. Eine Ausnahme bildet das Baugewerbe, dessen Bruttowertschöpfung um 1,4% ggü. 2019 stieg. Der

<b>Veränderung des Bruttoinlandsproduktes 2019 – 2021 ggü. Vorjahr in Prozent (preisbereinigt)*</b>			
	2019	2020	2021
Bruttoinlandsprodukt	+ 0,6	- 5,0	+ 2,7
Konsumausgaben privater Haushalte	+ 1,6	- 6,0	+ 0
Konsumausgaben des Staates	+ 2,5	+ 3,4	+ 3,5
Bruttoanlageinvestitionen, darunter – Ausrüstungen – Bauten	+ 2,7 + 0,4 + 3,8	- 3,5 - 12,5 + 1,5	+ 1,3 + 3,2 + 0,5
Inlandsnachfrage	+ 1,8	- 4,0	+ 1,9
Exporte	+ 0,9	- 9,9	+ 9,4
Importe	+ 1,9	- 8,6	+ 8,6
Erwerbstätige (Inland)	+ 0,9	- 1,1	+ 0
Verbraucherpreisindex	+ 1,4	+ 0,5	+ 3,1
Erwerbstätige (Inland)	45,3 Mio.	44,9 Mio.	44,9 Mio.
Arbeitslose	2,3 Mio.	2,7 Mio.	2,6 Mio.
*) Quellen: Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, Destatis, Deutsche Bundesbank			



private Konsum sank um historische 6,0%, der Staat hingegen gab 3,4% mehr aus, unter anderem durch die Beschaffung von Schutzausrüstungen und Krankenhausleistungen.

Der Außenhandel, der in den vergangenen zehn Jahren stetig gestiegen war, verringerte sich 2020 massiv: Der Export sank preisbereinigt um 9,9%, der Import um 8,6%. Mehr als 14 Jahre stieg der Anteil der Erwerbstätigen in Deutschland, 2020 sank er um 1,1%, besonders betroffen von Arbeitslosigkeit waren Minijobber und Selbständige.

Erstmals seit 2011 verzeichneten die staatlichen Haushalte ein Defizit. Es betrug nach Angaben von Destatis 145,25 Mrd. Euro. Der europäische Referenzwert der Begrenzung der staatlichen Schulden (Schuldenbremse) auf 3% wurde mit mehr als 4% deutlich verfehlt. Coronabedingt wurde diese Grenze allerdings 2020 und 2021 ausgesetzt.

Im zweiten Jahr der Corona-Pandemie **2021** konnte sich die deutsche Wirtschaft etwas erholen. Sie konnte trotz aller Widrigkeiten ein Wachstum von 2,7% verzeichnen und liegt somit nur 2% unter dem letzten Vorcoronajahr 2019. Die Konjunktur ist weiterhin durch Corona geprägt. Je nachdem welche Maßnahmen seitens der Politik getroffen wurden, beschleunigte oder verlangsamte sich der Aufschwung. Die starke Ausbreitung der Delta-Variante des Coronavirus bremste viele und vieles. 2021 wurden Unternehmen und Verbraucher durch gestiegene Preise bei Energie und Rohstoffen, insgesamt steigender Inflation, Liefer-schwierigkeiten und coronabedingten Einschränkungen wie Zugangsbeschränkungen 3G, 2G oder 2G+ im Jahresverlauf immer stärker belastet.

Die Industrie litt weiterhin unter den bestehenden Lieferengpässen und konnte deswegen häufig trotz voller Auftragsbücher nur eingeschränkt arbeiten. Im

Dienstleistungssektor bremsten die Zugangsbeschränkungen und die damit verbundenen Kontrollen den Aufschwung.

Der Einzelhandelsumsatz stieg an, aber die Entwicklung war in den verschiedenen Branchen sehr unterschiedlich. Insgesamt ist das Vorcoronaniveau noch nicht wieder erreicht. Die privaten Konsumausgaben blieben stabil im Vergleich zum Vorjahr, die staatlichen Ausgaben stiegen um 3,4%; besonders durch die kostenfreien Antigen-Schnelltests, die Corona-Impfstoffe und den Aufbau der Test- und Impfzentren. Im- und Exporte konnten 2021 die Verluste des Vorjahres wieder ausgleichen und lagen damit wieder in etwa auf dem Niveau von 2019.

Die Zahl der Erwerbstätigen blieb stabil, allerdings veränderten sich die Betätigungsfelder: Zuwächse gab es im Öffentlichen Dienst, im Gesundheitswesen, der Bildung, bei Information und Kommunikation sowie im Baugewerbe, Rückgänge im Handel, Verkehr und Gastgewerbe. Das Finanzierungsdefizit betrug 2021 153,86 Mrd. Euro. Dies ist der zweithöchste Wert seit der Wiedervereinigung. Auch 2021 wurde die Schuldengrenze überschritten.

Die Aussichten für **2022** sind aufgrund der weiterhin grassierenden Pandemie schwer einzuschätzen, aber es ist zu hoffen, dass die Erholung der Wirtschaft langsam, aber stetig, erfolgen wird.

## Entwicklung Hartwarenhandel

Der Hartwarenhandel besteht aus zwei Geschäftstypen, die in der Regel klar voneinander abzugrenzen sind: Einerseits aus dem Einzelhandel und andererseits aus dem Produktionsverbundhandel (PVH). Die Entwicklung dieser Geschäftsfelder verläuft häufig unterschiedlich, so dass sie getrennt betrachtet werden.

Die nominale Umsatzentwicklung im Eisenwaren-, Motorgeräte- und Hausrathandel					
	2018	2019	2020	2021	2022*
Hausrat-/ GPK-Fachhandel	- 1,5%	+ 1,1%	+ 1,4%	- 5,0%	- 1,0%
Eisenwarenhandel / gesamt	+ 0,5%	+ 2,4%	+ 1,1%	- 1,0%	+ 1,5%
Motorgerätehandel	-5,5%	+ 4,0%	+ 3,0%	- 1,2%	+ 1,8%
Einzelhandel / gesamt	+ 2,8%	+ 3,8%	+ 5,7%	+ 2,9%	+ 3,0%
Quelle: ZHH, GfK, Stat. Bundesamt					



### Entwicklung im Hartwaren-Einzelhandel

Das Jahr 2019 war für den Hartwareneinzelhandel ein im Wesentlichen erfolgreiches Jahr. Es konnten bedingt durch eine gute Auftragslage die Umsätze in vielen Bereichen weiter gesteigert werden. Im Werkzeugbereich bewirkten besonders Akkugeräte Umsatzsteigerungen, ebenso der Arbeitsschutz und Industriebedarf. Der Küchenfachhandel konnte nicht nur 2019 vom Trend des Cocooning und Homing, vom Rückzug ins Private, sowie während der Coronabeschränkungen vom Homeoffice profitieren. Die Menschen investierten in ihre Wohnungen, da sie sich dort viel häufiger aufhielten. Auch als im Laufe des Jahres 2021 eine gewisse Marktsättigung eintrat, und die Menschen auch wieder häufiger draußen unterwegs waren, sanken die Aufträge lediglich auf ein normales Niveau. Lieferprobleme bei Elektrogeräten waren die Ausnahme, da alternative Angebote zur Verfügung standen. Der klassische Eisenwaren- und Hausrathandel konnte sich 2019 u.a. durch beratungsintensive Sortimente und Dienstleistungen z.B. aus dem Smarthome-Bereich eine gute Basis schaffen, bevor Corona für viele zu starken Rückgängen führte. Nicht überall war der Eisenwaren- und Hausrathandel als systemrelevant anerkannt und musste wochenlang schließen. Hier halfen nur Kreativität und der Onlineverkauf – außerdem die staatlichen Hilfsprogramme und Kurzarbeit.

2020 wurde ab Februar durch die Corona-Pandemie geprägt. Auch wenn viele Geschäfte aufgrund mangelnder Systemrelevanz im Laufe der Jahre 2020 und 2021 schließen mussten, wurde mit Kreativität, Sortimentserweiterungen und verstärktem Onlineverkauf weiter gearbeitet. Die Kunden, die zwar auch verstärkt online kauften, kamen aber recht schnell wieder in die stationären Geschäfte und unterstützten so den Handel. Die Belastungen durch stetig wechselnde Maßnahmen und Vorgaben, besonders nachdem 2021 die Regelungen auch noch Kontrollen

des Impfstatus der Mitarbeiter und Kunden forderten, verhinderten einen Lockdown. 3G, 2G, 2G+ mussten unterschieden und kontrolliert werden. Viele Kunden verzichteten wieder auf den stationären Einkauf.

### Produktionsverbindungshandel (PVH)

Der PVH kam im Prinzip recht gut durch die vergangenen drei Jahre, da er als Großhandel von den Lockdownmaßnahmen nicht betroffen war. 2019 war, besonders bedingt durch den Stahl- und Haustechnikbereich, anfangs ein sehr gutes Jahr für den PVH, bevor in der zweiten Jahreshälfte eine nachlassende Nachfrage für Eintrübungen sorgte. Während der Corona-Pandemie nutzte der PVH anfangs (2020) die angebotenen staatlichen Hilfsangebote, konnte darauf aber recht schnell verzichten, da die Umsätze relativ stabil blieben, wobei sich die Sortimente verschoben. Die Nachfrage aus Maschinenbau und Automobilindustrie verzeichnete Rückgänge, während rund um den Bau und im Handwerk verstärkt Umsatz generiert werden konnte.

2021 setzte sich die gute Auftragslage am Bau und im Handwerk fort, aber auch steigende Unsicherheit durch Lieferprobleme und daraus folgender Verknappung der Ware. Dies wiederum führte zu massiven Preissteigerungen, besonders im Stahlbereich und bei der Verbindungstechnik, die nahezu problemlos an die gewerblichen Kunden weitergegeben werden konnten. Waren diese froh über jede Materiallieferung, um ihre Aufträge bedienen zu können.

Der PVH konnte so das letzte Jahr des Berichtszeitraumes aufgrund einer vorausschauenden Lagerhaltung positiv abschließen.

Die Prognose für 2022 ist für beide Betriebstypen schwierig, da das Virus noch immer grassiert, aber die Beschränkungen zurückgefahren werden sollen.

Umsatzentwicklung PVH					
	2017	2018	2019	2020	2021*
Werkzeug	+ 1,8%	+ 2,8%	+ 1,7%	- 0,8%	+ 3,4%
Baubeschlag	- 0,3%	+ 2,4%	+ 2,8%	+ 3,5%	+ 5,8%
Großhandel / gesamt	+ 7,8%	+ 2,7%	+ 1,6%	- 0,4%	+ 4,5%
Quelle: ZHH, Stat. Bundesamt * Prognose					



Im Folgenden finden Sie – in alphabetischer Reihenfolge – die wichtigsten Themen, die den Fachhandel im Berichtszeitraum betrafen und die der ZHH aufgegriffen und an den entsprechenden Stellen in Ihrem Sinne vertreten sowie Sie über die Veränderungen informiert hat.

### Akku-Technologie

Doppelte Freiheit für professionelle Anwender in Handwerk und Industrie: Mit dem Cordless Alliance System (CAS) kann seit Mitte 2018 nicht nur kabellos gearbeitet werden, sondern es können auch die Maschinen verschiedener Hersteller mit einem Akku genutzt werden. 2019 hatten sich schon 13 Hersteller der Initiative angeschlossen, so dass rund 140 Geräte mit diesem System genutzt werden konnten. 2021 waren es dann schon 26 Hersteller mit rund 280 Maschinen. Neben CAS von Metabo gibt es auch noch das Professionel 18V System von Bosch, das die Geräte verschiedener Hersteller mit einem Akku nutzbar macht.

### Antidumpingzölle

Aus unserem Mitgliederkreis haben wir im Frühsommer 2021 davon Kenntnis erlangt, dass die Europäische Kommission im Dezember 2020 eine Antidumpinguntersuchung bezüglich der Einfuhr von Verbindungselementen aus Eisen und Stahl aus der Volksrepublik China eingeleitet hat (AD 676). Basierend auf dieser Untersuchung will die Europäische Kommission in der nächsten Zeit vorab entscheiden, ob vorläufig Antidumpingzölle erhoben werden sollen.

Die Einführung solcher Zölle ist aus Sicht des Hartwarenhandels, besonders des PVH, überaus schädlich für die Wettbewerbsfähigkeit und die Versorgung unserer Handelsstrukturen. Gerade der PVH sichert als wichtiges Bindeglied in der Lieferkette auch die Versorgung der Wirtschaft mit Standard- und Spezialprodukten der Verbindungs- und Befestigungstechnik. Deshalb haben wir das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie aufgefordert, sich im Interesse der deutschen Wirtschaft gegen die Einführung von Antidumpingzöllen zu positionieren. Dies gelang uns auch!

Im Spätsommer 2021 hat die Europäische Kommission mitgeteilt, dass sie die Antidumping-Untersuchung fortsetzen, in diesem Stadium aber keine vorläufigen Zölle einführen wird. Damit hat sich unser Einsatz, zusammen mit dem Fachverband des Schrauben-Großhandels e.V. (FDS), ausgezahlt, und wir konnten gemeinsam diese zusätzlichen Belastungen für die Branche vorerst verhindern.

### Arbeitsunfähigkeitsbescheinigung

Schon im September 2019 wurde die Einführung der elektronischen Arbeitsunfähigkeitsbescheinigung beschlossen (Bürokratieentlastungsgesetz III). Zum 1. Januar 2021 sollten die Ärzte die Daten elektronisch an die gesetzlichen Krankenkassen übermitteln und die Arbeitgeber sie dort abrufen. Mitte 2020 kristal-



lisierte sich heraus, dass der Termin aufgrund von technischen Umsetzungsproblemen nicht gehalten werden konnte, so dass vom Bundesgesundheitsministerium eine Übergangsfrist bis zum 1. Oktober 2021 bewilligt wurde. Auch diese Frist wurde verlängert. Es bleibt also erstmal beim „gelben Schein“. – Foto: privat

### Arbeitszeiterfassung

Schon Mitte Mai 2019 hat der Europäische Gerichtshof entschieden, dass in den Mitgliedsstaaten ein „objektives, verlässliches und zugängliches System zur Arbeitszeiterfassung“ eingerichtet werden muss. Die meisten haben das Urteil dahingehend interpretiert, dass abgewartet werden kann, bis der Gesetzgeber reagiert. 2020 zeigte sich, dass ein Gericht im Falle von Streitigkeiten über geleistete Arbeitsstunden sich durchaus auf das Urteil des Europäischen Gerichtshofes berufen hat, und das Fehlen eines objektiven Arbeitszeiterfassungssystems gegen den Arbeitgeber verwendet wurde. Die Begründung für die Entscheidung war u.a., dass die Europäische Richtlinie so essentiell sei, dass es keiner nationalen gesetzlichen Regelung bedürfe. Arbeitgeber seien allein durch die Richtlinie schon verpflichtet. – Foto: privat



### Ausbildungsverträge – Fachkräftemangel

Im Vergleich zum Jahr 2019 ist die Zahl der neuen Azubis 2020 um fast zehn Prozent gesunken. Nur noch 465.200 junge Menschen begannen eine Ausbildung, so das statistische Bundesamt. Am stärksten sind die Bereiche Industrie und Handel (fast 12%) betroffen, gefolgt vom Handwerk (-6,6%).



Weiterhin lag der Beruf Kaufmann/Kauffrau im Einzelhandel mit 24.890 Verträgen auf Platz 1 der neu abgeschlossenen Ausbildungsverträge, knapp vor dem Beruf Kaufmann/Kauffrau für Büromanagement (22.940 Neuverträge). Auf dem dritten Platz liegt der Beruf Verkäufer/-in (21.280 Neuverträge).

Im Aufwind ist hingegen der 2018 neu geschaffene Ausbildungsberuf zum Kaufmann bzw. zur Kauffrau im E-Commerce. Die Absolventen dieser Ausbildung können in allen Unternehmen arbeiten, die Waren und Dienstleistungen online vertreiben. Bereits im Jahr 2018 gab es 1.338 Auszubildende in diesem neuen Berufsbild. 3.894 Personen waren es schließlich im Jahr 2020. Im Vergleich zum Vorjahr entspricht dies einem kräftigen Wachstum von 44% (2019: 2.703). Die stetig rückläufigen Ausbildungszahlen verschär-



fen den Fachkräftemangel weiter. Inzwischen gehen die ersten Jahrgänge der Baby Boomer Generation in den Ruhestand und ihre Arbeitsplätze können nur schwer neu besetzt werden. Gründe sind einerseits die rückläufigen Geburtenzahlen und andererseits der anhaltende Trend zum Studium.

### Banknoten – Europa Serie

Nachdem die Europäische Zentralbank seit 2013 die Euronoten mit kleineren Nennwerten ausgetauscht hat, kamen am 28. Mai 2019 der 100er und 200er der zweiten Serie heraus. Der 500er wird nicht mehr gedruckt, bleibt aber gültiges Zahlungsmittel.

Mehr Informationen unter [www.ecb.europa.eu/euro/banknotes/europa/html/index.de.html](http://www.ecb.europa.eu/euro/banknotes/europa/html/index.de.html)



### Batteriegelgesetz novelliert

Am 1. Januar 2021 trat das novellierte Batteriegesetz in Kraft. Durch dieses Gesetz wird das In-

verkehrbringen, die Rücknahme und die Entsorgung von Batterien und Akkumulatoren geregelt. Es gilt für nicht-wiederaufladbare Batterien (Primärbatterien) und aufladbare Batterien (Sekundärbatterien, Akkus), unabhängig davon, ob sie in Geräten eingebaut sind oder nicht. Neu ist dabei insbesondere das ausschließliche Wettbewerbsmodell der Rücknahmesysteme sowie eine Registrierungspflicht der Hersteller bei der Stiftung EAR. Hersteller von Industrie-, Fahrzeug- und Gerätebatterien müssen sich seit dem 1. Januar 2021 bei der Stiftung EAR registrieren lassen. Batteriehersteller, die bereits beim Umweltbundesamt korrekt angezeigt sind, hatten für ihre Registrierung bei der Stiftung EAR eine einjährige Übergangsfrist, die am 31.12.2021 auslief.

Mehr Informationen unter: <https://www.umweltbundesamt.de/themen/abfall-ressourcen/produktverantwortung-in-der-abfallwirtschaft/batterien/das-neue-batteriegesetz>



### Betriebliche Altersvorsorge

Für Verträge, die ab Januar 2019 abgeschlossen wurden, greift die nächste Stufe des **Betriebsrentenstärkungsgesetzes**, was bedeutet, dass alle Unternehmen, die eine Entgeltumwandlung über eine Direktversicherung, Pensionskasse oder einen Pensionsfonds durchführen, 15% des umgewandelten Entgelts, jedoch maximal die gesparten Sozialversicherungsbeiträge, als Zuschuss leisten müssen. Seit dem 1.1.22 gilt dies für alle Verträge.

### Cookies

Nach Urteilen des Gerichtshofes der Europäischen Union (Az. C-673/17) und des Bundesgerichtshofes (BGH) im Jahr 2020 erfordert das Setzen von Cookies die aktive Einwilligung des Internetnutzers. Ein voreingestelltes Ankreuzkästchen genügt daher nicht. Es mache insoweit keinen Unterschied, ob es sich bei den im Gerät des Nutzers gespeicherten oder abgerufenen Informationen um personenbezogene Daten handelt oder nicht. Alle Cookies, die als nicht unbedingt erforderlich gelten, dürfen jetzt nur noch mit aktiver Einwilligung gesetzt werden. Welche Cookies damit gemeint sind, bleibt jedoch unklar. Dies sorgt für Verunsicherung und Mehrarbeit, da den Nutzern Wahlmöglichkeiten geboten werden müssen.

### Corona

Das Ereignis, welches den Berichtszeitraum geprägt



hat, ist die Corona-Pandemie. Um den Jahreswechsel 2019/20 tauchte in Asien ein neues Virus auf: SARS-CoV-2, welches sich rasend schnell weltweit verbreitete und das Leben aller komplett verändert hat. Es gab Maßnahmen, die sich keiner vorher vorstellen konnte: Maskenpflicht, Lockdown, Kontaktbeschränkungen, Ausgangssperren, Quarantäne, Homeoffice, Reiseeinschränkungen, Zugangsbeschränkungen: 3G (geimpft, genesen, getestet) 2G (geimpft, genesen) oder 2G+ ... und alles wurde durch eine Unzahl an Verordnungen begleitet, deren Gültigkeit sowohl örtlich als auch zeitlich stark variierte.

### Direktverkauf

Durch Aktivitäten verschiedener Lieferanten in deren D2C-Webshops – verstärkt während der Corona-Pandemie – entstand eine vertriebliche Benachteiligung des Fachhandels. Besorgniserregend war, dass Händler von einigen Herstellern mit eigenem D2C-Webshop nachrangig behandelt wurden. Dyson warb 2021 offensiv dafür, direkt beim Hersteller zu kaufen. Stihl und Villeroy & Boch sprachen ebenfalls Endverbraucher direkt an, um nur Beispiele zu nennen. Der Fachhandel konnte viele Produkte nicht liefern, die in den Onlineshops der Hersteller – nicht selten auch noch zu besseren Konditionen – verfügbar waren. Der ZHH intervenierte hier an verschiedenen Stellen und forderte die Hersteller zu einem pro Handel tätigen Verhalten auf.

### ElektroG

2019 wurde das Elektro-Gesetz novelliert. Wichtigste Punkte sind:

- Die Rücknahmepflicht greift grundsätzlich erst ab einer Verkaufsfläche für Elektrogeräte von mehr als 400 qm. Ist die Verkaufsfläche für Elektrogeräte kleiner als 400 qm, besteht grundsätzlich keine Rücknahmepflicht.
- Solange Sie nicht durch Maßnahmen, wie z.B. eigenen Import von Produkten außerhalb Europas, zum Hersteller werden, müssen Sie sich nicht als „Rücknahmepflichtiges Unternehmen“ bei der Stiftung EAR (<https://www.stiftung-ear.de>) registrieren. Wichtig: Händler werden in Deutschland immer dann zusätzlich (und oft unbewusst!) zum Hersteller, wenn sie „vorsätzlich oder fahrlässig neue Elektro- oder Elektronikgeräte nicht oder nicht ordnungsgemäß registrierter Hersteller [...] zum Verkauf anbieten“ (§ 3 Nr. 9 ElektroG).
- Wenn eine Verkaufsfläche für Elektrogeräte mit mehr als 400 qm entsteht oder vorhanden ist, muss diese der Stiftung EAR mitgeteilt werden.

Näheres dazu siehe EAR-Homepage: [www.stiftung-ear.de](http://www.stiftung-ear.de).

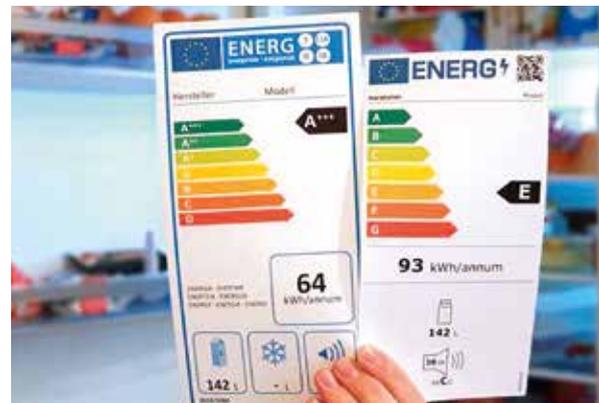
Eine Übersicht bietet auch der Flyer der Stiftung EAR: [ear\\_flyer\\_elektrog\\_handel.pdf](#), den Sie in der Geschäftsstelle bekommen können: E-Mail: [claudia.koch@zhh.de](mailto:claudia.koch@zhh.de).



### Energielabel

Das Energielabel, welches den Verbrauchern seit Mitte der 90er Jahre Orientierung bietet, wurde im Berichtszeitraum überarbeitet. Seit 2010 gab es oberhalb der A-Klassifizierung A+, A++ und A+++. Seit 2021 gilt eine neue Skala: Die +Klassen wurden abgeschafft, A und B bleiben für Weiterentwicklungen frei und die heute als A+++ eingestuft Geräte erhalten die Klassifizierung C. Des Weiteren müssen neue Informationen gegeben werden, z.B. Geräuschentwicklung, Programmdauer und ein QR-Code zu weiteren Informationen über das Gerät. Seit Anfang 2019 ist die Eintragung in die zentrale Datenbank (European product database for energy labeling, EPREL) zum Marktstart Pflicht.

Hier wartete viel Arbeit auf den Handel, denn neben der Umetikettierung musste dem Kunden das neue Bewertungssystem erklärt werden. Seit dem 1. Dezember 2021 dürfen nur noch Geräte mit neuem Label verkauft werden. – Foto: Verbraucherzentrale NRW



### Empfehlungsmarketing 2.0

Wer im Internet agiert, dort einen Shop betreibt, der muss sich auch mit Bewertungen bzw. Bewertungsportalen auseinandersetzen. Sie sind bei Käufern sehr beliebt, um Produkte, Dienstleistungen und Anbieter vor einem Kauf besser einschätzen zu können. Andere Käufer können glaubwürdiger berichten als das Unternehmen. Dies ist das, was früher Mund-zu-Mund-Propaganda genannt wurde. Allerdings ist die Reichweite heutzutage ungleich größer.



### Falschgeld

2019 war der am häufigsten gefälschte Euroschein der 50er der ersten Serie. Mehr als Dreiviertel der entdeckten Blüten waren nach Angaben der Bundesbank falsche Fünfiger der ersten Serie. Von Banken und Sparkassen sowie der Polizei gibt es zahlreiche Informationen, wie Sie Falschgeld erkennen können. Lassen Sie Ihre Mitarbeiter kostenfrei z.B. bei der Bundesbank schulen.

Weitere Informationen z.B. unter: <https://www.bundesbank.de/de/aufgaben/bargeld/falschgeld/schulungen/schulungen-fuer-falschgelderkennung-760518>.



Dadurch, dass immer mehr Menschen mit Karte oder Smartphone bezahlen, ist auch der Bargeldumsatz geringer geworden, was zur Folge hat, dass auch weniger Falschgeld im Umlauf war. Im ersten Halbjahr 2021 wurden von der Bundesbank rund 13% weniger Blüten registriert als im zweiten Halbjahr 2020. Am häufigsten wurde der 20er gefälscht.

### Gefahrgutrecht 2020

Seit dem 1.1.2020 ist europaweit eine neue Regelung für den Transport von Akkus in Kraft. Die neue Regelung greift entlang der gesamten Transportkette von Lithium-Ionen-Batterien, um Gefahren vorzubeugen. Auch wenn ein akkubetriebenes Gerät bspw. zum Kunden ausgeliefert oder im Rahmen einer Wartung bei einem Kunden abgeholt wird, greift diese neue Regelung. Kommt man seiner Nachweispflicht nicht nach, drohen Geldstrafen und ggf. auch Abmahnungen.

Auf unserer Internetseite finden Sie im Mitgliederbereich ein entsprechendes Merkblatt zur ersten Orientierung zu den Vorschriften für die Beförderung der Lithium-Ionen-Batterien für Elektrowerkzeuge und elektrische Gartengeräte sowie Informationen zu unserem Rahmenabkommenspartner Lithium-Batterie-Service.



### Gutschein-Richtlinie

Zum 1.1.2019 wurde der Bereich Gutscheine im Steuerrecht neu geregelt. Da Gutscheine in der Regel eine Gültigkeit von drei Jahren haben, war es durchaus möglich, dass im Berichtszeitraum sowohl die alten als auch die neuen Vorgaben berück-

sichtigt werden mussten, je nach Ausstellungsdatum des Gutscheins. Für Gutscheine, die bis Ende 2018 ausgestellt wurden, galt: Es gibt Rabattgutscheine, Wert- und Warengutscheine. Keine umsatzsteuerliche Relevanz haben Wertgutscheine, Warengutscheine wurden schon beim Kauf mit Umsatzsteuer belegt. Für Gutscheine, die seit 2019 herausgegeben werden, gelten andere Begrifflichkeiten und Steuervorgaben. Nun gibt es Einzweck- und Mehrzweckgutscheine. Bei einem Einzweckgutschein sind alle Angaben vorhanden, die für eine Umsatzsteuerberechnung erforderlich sind: Ort der Lieferung, Produkt bzw. Leistung und die abzuführende Steuer. Solche Gutscheine sind bei der Herausgabe zu versteuern. Alle anderen Gutscheine sind Mehrzweckgutscheine, bei denen die Umsatzsteuer erst bei der Einlösung anfällt. Rabattgutscheine, die lediglich zu einem Preisnachlass führen, sind von dieser Regelung nicht betroffen.

### Homeoffice – Mobiles Arbeiten

Bedingt durch die veränderten Lebens- und Arbeitsbedingungen, besonders auch aufgrund der Coronapandemie, verändert sich bei immer mehr Menschen der Arbeitsort. Allgemein wird dann gesagt: „Ich arbeite jetzt auch im Homeoffice.“ Arbeitsrechtlich sind allerdings verschiedene Szenarien zu beachten: Wer **Telearbeit** verrichtet, arbeitet im **Homeoffice**. Dies bedeutet, dass die Arbeitsstättenverordnung gilt, und der Arbeitgeber für fest eingerichtete Bildschirmarbeitsplätze im Privatbereich der Beschäftigten verantwortlich ist. Es muss eine wöchentliche Arbeitszeit vereinbart und die Dauer der Einrichtung festgelegt werden. Wichtig ist außerdem, die Bedingungen der Telearbeit arbeitsvertraglich oder im Rahmen einer Vereinbarung festzulegen.

**Mobiles Arbeiten (Mobile-Office)** ist gesetzlich nicht detailliert beschrieben und die Arbeitsstättenverordnung gilt nicht; allerdings die Vorgaben für Bildschirmarbeitsplätze, wenn für die Arbeit mobile Arbeitsgeräte regelmäßig verwendet werden. Die Mitarbeiter können ihre Arbeit zeitweise an beliebigen Orten erledigen.



Für beide Formen gilt das Arbeitsschutzgesetz, an das sich Arbeitgeber und Beschäftigte halten müssen. Ebenso das Arbeitszeitgesetz. Die gesetzliche Unfallversicherung schützt Mitarbeiter auch im „Homeoffice“.

Während der Corona-Pandemie gab es zeitweise sogar eine Pflicht, geeignete Mitarbeiter ins „Homeoffice“ zu schicken. – Foto: privat

### Insolvenzen

Die Insolvenzzahlen gingen im Berichtszeitraum deutlich nach unten, was aber zum einen mit der Reform der Privatinsolvenzen zusammenhängt und zum anderen mit veränderten Bedingungen der Insolvenzanmeldung während der coronabedingten Einschränkungen. Im Jahr 2020 haben die deutschen Amtsgerichte 15.841 Unternehmensinsolvenzen gemeldet. Das waren nach Angaben des Statistischen Bundesamtes 15,5% weniger als 2019. Für Januar bis Oktober 2021 melden die Amtsgerichte 11.738 Unternehmensinsolvenzen und damit 13,5% weniger als im Vorjahreszeitraum, so das Statistische Bundesamt.

Die Zahl der beantragten Unternehmensinsolvenzen sank damit auf den niedrigsten Stand seit Einführung der Insolvenzordnung im Jahr 1999.

### Inventurdifferenzen

Da es coronabedingt ab 2020 längere Zeiträume gab, in denen nicht systemrelevante Geschäfte geschlossen waren und auch oftmals Zugangsbeschränkungen galten, sanken die Inventurdifferenzen im Vergleich zu „normalen“ Zeiten. 2020 sind nach einer Umfrage des EHI die Inventurdifferenzen im Vergleich zum Vorjahr um rund 5% gesunken, während gleichzeitig der darin enthaltene Diebstahl sogar um etwa 10% geringer ausgefallen ist.



### Kontaktlose Zahlungen

Nicht nur das Bezahlen mit Karte oder Smartphone wurde in den letzten drei Jahren häufiger, auch das kontaktlose Bezahlen wurde mehr genutzt. Zu Beginn der Corona-Pandemie wurde verstärkt darum gebeten, nicht bar zu bezahlen, da befürchtet wurde, dass über die Scheine und Münzen das Virus verbreitet werden könne.

Eine repräsentative Befragung im Jahr 2020 der Deutschen Bundesbank hatte u.a. das Ergebnis, dass kontaktloses Bezahlen mit der Girocard 2019 von einem Drittel der Befragten genutzt wurde. Bei Kreditkartennutzern waren es knapp 40%. Sowohl die Anzahl der Geräte wie auch die Zahl der Karten, die kontaktlose Zahlungen ermöglichen, hat sich signifikant erhöht. Um während der Corona-Pandemie häufiger völlig kontaktlos bezahlen zu können, wurde Mitte April 2020 das Limit auf 50 Euro gesetzt. Bis zu diesem Betrag muss keine Bestätigung per PIN mehr erfolgen. Nach fünf Transaktionen bzw. einer Gesamtsumme von 150 Euro muss zur Sicherheit allerdings die PIN einmal eingegeben werden.

### Ladesäulenpflicht

Auch wenn das von der Bundesregierung ausgegebene Ziel von einer Million zugelassener Elektrofahrzeuge bis 2020 nicht erreicht wurde: bis 2030 gehen die Experten von rund zehn Millionen Elektrofahrzeugen in Deutschland aus, die mit Energie versorgt werden müssen. Das Angebot an öffentlich zugänglichen Lademöglichkeiten muss hierfür noch stark ausgebaut werden. „Nach der EU-Gebäudeeffizienzrichtlinie muss der Handel seit März 2020 für seine neuen und grundlegend sanierten Handelsgebäude mit mehr als zehn Stellplätzen mindestens einen Ladepunkt einrichten“, so Laura Fleischmann, Projektleiterin E-Mobilität beim EHI, „Ab 2025 sind auch bestehende Handelsgebäude mit mehr als 20 Stellplätzen zum Aufbau von Ladepunkten verpflichtet.“ Der Handelsverband Deutschland (HDE) fordert Rahmenbedingungen, die die Umsetzung für die Händler ermöglichen. Der ZHH schließt sich dieser Forderung an.

### Lkw Kartell

Im Sommer 2021 erhielten wir aus dem Mitgliederkreis den Hinweis, auf neue Möglichkeiten gegen das so genannte „Lkw-Kartell“ vorzugehen: Von 1997 bis 2011 hatten die Hersteller Daimler, MAN, Volvo/Renault, DAF, Iveco und Scania ein rechtswidriges Kartell betrieben. Die EU-Kommission hatte wegen illegaler Preisabsprachen bereits eine Rekordstrafe von mehr als 2,9 Mrd. Euro gegen mehrere Lkw-Hersteller verhängt. In den Medien war hie-



rüber berichtet worden. Amsterdamer Richter sind zu dem Urteil gekommen, dass Unternehmen, die in der betreffenden Zeit (ggf. wegen Kartellnachwirkungen auch darüber hinaus) schwere oder mittelschwere Lkw der o.g. Hersteller gekauft oder geleast haben, einen zu hohen Preis gezahlt haben könnten und ihnen damit Schadenersatzansprüche zustehen, die sich auf mehr als 10.000 Euro pro Lkw belaufen können. Das Urteil könnte wegweisend sein für alle vor den niederländischen Gerichten geführten Lkw-Kartell-Klagen und ist auch für Kläger aus Deutschland relevant. Die Stiftung Unilegion Truck Claims vertritt mehr als 500 betroffene Unternehmen aus Deutschland, Frankreich, Italien und Österreich vor Gerichten in den Niederlanden und bot eine risikolose Teilnahme an einer Sammelklage auf Schadenersatz an.

### Mehrwertsteuersenkung

Zum 1. Juli 2020 wurde die Mehrwertsteuer bis zum 31.12.2020 auf 16 bzw. 5% gesenkt, um die Konsumbereitschaft der Verbraucher während der Corona-Maßnahmen zu erhöhen. Diese Maßnahme verursachte viel Arbeit im Handel. Der Erfolg war allerdings marginal.

### Mindestlohn

Seit 2015 wird der gesetzliche Mindestlohn alle zwei Jahre von der Mindestlohnkommission festgelegt und vom Bundeskabinett beschlossen. Zum 01.01.2019 stieg der Mindestlohn auf 9,19 Euro/Stunde. Im Oktober 2020 hat das Bundeskabinett die dritte Mindestlohnanpassungsverordnung beschlossen:

- zum 01.01.2021 auf 9,50 Euro,
- zum 01.07.2021 auf 9,60 Euro und
- zum 01.01.2022 auf 9,82 Euro sowie
- zum 01.07.2022 auf 10,45 Euro.

### Nachhaltigkeit – Klimaschutz

Die Industrie in Deutschland investiert zunehmend in Klimaschutz. Insgesamt 3,46 Mrd. Euro wandten Unternehmen des produzierenden Gewerbes (ohne



Baugewerbe) im Jahr 2019 für Anlagen zur Vermeidung von Emissionen oder zu einer schonenderen Nutzung von Ressourcen auf. Damit haben sich die Investitionen in diesem Bereich binnen zehn Jahren mehr als verdoppelt (2009: 1,63 Mrd. Euro). Ein Grund für den Anstieg dürften sowohl gesetzliche Regelungen, staatliche Förderung, vor allem aber ein zunehmendes Bewusstsein sein. Nicht nur die Industrie, sondern auch der Handel investiert immer mehr in nachhaltige klimaschonende Maßnahmen und nachhaltige Produktangebote. – Foto: fotolia

### Onlinehandel wächst stärker

Im Corona-Jahr 2020 sind die Umsätze im deutschen Onlinehandel geradezu explodiert. Laut IFH Köln hat sich das Wachstum im Vorjahresvergleich „mindestens verdoppelt“. Für die Zukunft prognostizierten die Handelsforscher weitere Steigerungen.



Das Ranking der umsatzstärksten Onlineshops führt weiter Amazon mit einem Netto-E-Commerce-Umsatz von 13,9 Mrd. Euro vor Otto (4,5 Mrd. Euro) und Zalando (1,9 Mrd. Euro) an. Generell blieb der E-Commerce-Markt laut EHI weiter stark konzentriert: 40,0% des Gesamtumsatzes gehen auf die Top-10-Onlineshops zurück, 31,9% erwirtschafteten die Onlineshops auf den Rängen elf bis 100. Damit verbuchten die Top 100 mit 71,9% fast drei Viertel des Gesamtumsatzes der Top-1.000.

### Online-Marktplätze

Von EHI und Statista wird jährlich die Studie „E-Commerce-Markt Deutschland“ veröffentlicht. 2021 haben die Studienmacher erstmals auch reine Marktplätze untersucht. Das größte Bruttohandelsvolumen in Deutschland hat demnach Amazon mit 35,4 Mrd. Euro, gefolgt von Ebay (11,8 Mrd. Euro) und Otto (5,5 Mrd. Euro). „Mehr als jeder zweite Onlineshop verkauft auch über Marktplätze. Größere Unternehmen entwickeln sich selbst zu Marktplätzen oder gar Plattformen und investieren große Summen, um der Kundschaft noch mehr Services anzubieten“, sagt EHI-Experte Lars Hofacker.



### Paketzustellung – kontaktlos

In Zeiten von Corona bestellen mehr Menschen im Internet. Um das Infektionsrisiko zu minimieren, haben DHL, DPD und Co. reagiert: Die Übergabe der Sendungen erfolgt bei fast allen Logistikern mittlerweile kontaktlos. Das bedeutet: Klingeln, hinstellen, warten bis der Empfänger rauskommt. Die kontaktlose Übergabe wird dann vom Lieferanten dokumentiert.

Die Haftungsfrage kann beim B2C zum Problem werden, wenn der Kunde behauptet, das Paket nicht erhalten zu haben. Der Händler haftet bis zu dem Zeitpunkt, an dem das Päckchen wie vereinbart übergeben wurde. In der Regel reicht es aus, wenn der Kunde nachvollziehbar behauptet, die Sendung nicht erhalten zu haben. Hier muss der Händler ggf. das im Voraus gezahlte Geld zurückerstatten. Will er den Schaden ersetzt haben,



muss er sich mit dem Logistiker auseinandersetzen. Anders sieht es natürlich aus, wenn der Verbraucher eine Abstellgenehmigung erteilt hat. Wird das Paket wie vereinbart abgestellt und geht danach verloren, so liegt die Haftung beim Verbraucher.

Kommt der Kaufvertrag hingegen zwischen einem Händler und einem Unternehmer (B2B-Geschäft) zustande, sieht das anders aus: Bei einer solchen Online-Bestellung muss der Händler nicht für das Transportrisiko eintreten. Er haftet lediglich bis zur Übergabe an das Logistikunternehmen. Was danach geschieht, ist das Problem des gewerblichen Kunden. – Foto: privat

### Payment Service Directive 2 – PSD 2

Seit September 2019 ist bei Onlinezahlungen die starke Kundenauthentifizierung Pflicht. Dies bedeutet, dass Kunden ihre Identität durch zwei von drei Faktoren nachweisen müssen. Die Faktoren sind Wissen (PIN, Passwort), Besitz (Smartphone, Karte), Biometrie (Fingerabdruck, Stimme). Die Regel gilt für alle Kartenzahlungen in der EU, stationär wie online. Im stationären Bereich geschieht dies in der Regel durch Besitz der Karte und Wissen (Pin-Eingabe), online wurde oft nur ein Merkmal abgefragt: Daten der Karte (Besitz) oder Benutzername und Passwort (Wissen). Für Kreditkartenzahlungen musste bis zum 31.12.2020 das Sicherheitsverfahren 3-D Secure eingeführt werden, durch das ein zweites Merkmal abgefragt wird.

Zum 1.1.2021 wurde die Zwei-Faktor-Authentifizierung

für alle Onlinehändler verpflichtend. Diese Systemumstellung wurde zu diesem Zeitpunkt – wie der Finanzdienstleister American Express festgestellt hat – häufig noch nicht vorgenommen. Die Gründe seien vielfältig und auch dem Coronavirus geschuldet.

### Personenstandsgesetz

Seit dem 1. Januar 2019 gibt es eine Anpassung des Personenstandsgesetzes, die festlegt, dass es künftig drei Geschlechter gibt: männlich, weiblich und divers. „Divers“ ist die offizielle Bezeichnung für transsexuelle Personen. Um nicht mit dem Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz (AGG) in Konflikt zu kommen, muss Verschiedenes angepasst werden: u.a. Onlineformulare, Stellenanzeigen, Bewerbungsformulare oder Personalbögen. Auch sanitäre Anlagen und Arbeitskleidung müssen allen drei Geschlechtern offenstehen.

Ein weiteres Feld, auf dem Unsicherheit produziert wird und die Klagegefahr steigt. Im konstruktiven Miteinander lassen sich sicherlich Lösungen finden, die niemanden benachteiligen bzw. diskriminieren.

Daneben gibt es eine parallel verlaufende Debatte über das sog. **Gendern**. Hier wird dann mehr oder weniger krampfhaft versucht, immer alle Personenkreise anzusprechen. In der Regel führt dies zu äußerst befremdlichen Texten oder Aussprachen, und oft auch zu Verfälschungen des Inhaltes (Mitarbeitende sind nicht dasselbe wie Mitarbeiter!), so dass hier überaus vorsichtig und nicht aktionistisch agiert werden sollte. Die Mehrheit der Bevölkerung lehnt diesen Sprachgebrauch – so verschiedene Umfrageergebnisse während des Berichtszeitraumes – ohnehin ab.

### Regionales im Internet

In Kooperation mit dem Handelsverband Deutschland (HDE) hat eBay die Einzelhandelsplattform „eBay Deine Stadt“ an den Start gebracht.

Ziel des Projektes ist die Stärkung des lokalen Handels, indem die teilnehmenden Unternehmen die Möglichkeit erhalten, ihre Waren zusätzlich zum Verkauf im Laden auch online anzubieten. Die Plattform ermöglicht es Städten und Kommunen, lokale Online-Marktplätze einzurichten, auf denen Konsumenten die Angebote des Handels aus ihrer Stadt finden.

Das Besondere der Initiative: Die Angebote der regionalen Unternehmen sind nicht nur auf der lokalen Plattform ([www.ebay-deine-stadt.de/...](http://www.ebay-deine-stadt.de/)) verfügbar, sondern auch auf dem nationalen eBay-Marktplatz ([www.ebay.de](http://www.ebay.de)) zu finden. Damit können die angebotenen Produkte an Kunden in ganz Deutschland und darüber hinaus verkauft werden.



### Registrierkassen

Seit dem 1. Januar 2020 sollten alle Registrierkassen mit einer zertifizierten technischen Sicherheitseinrichtung (TSE) vor Manipulationen geschützt werden. Ausnahmen sollte es nur für alte Registrierkassen, die bauartbedingt nicht umgerüstet werden können, geben. Die TSE besteht aus verschiedenen Modulen, die Kassiervorgänge protokollieren und speichern sowie diese an die Finanzverwaltung übertragen können. Jeder einzelne Kassenbeleg erhält eine elektronische Signatur. Mittels einer Prüfsumme zu jedem Beleg werden Manipulationen erkennbar.



Ende 2019 gab es noch keine fertigen Produkte auf dem Markt. Deshalb wurde die Frist zur Umrüstung bis zum 30.09.2020 verlängert. Fast alle Bundesländer verlängerten die Frist nochmals bis zum 31.03.2021. – Foto: privat

### Retourenmanagement

Das Rückgaberecht der Kunden unterscheidet sich je nach Verkaufsvorgang. Im stationären Handel kann ein Kunde einwandfreie Ware aufgrund der Kulanz der Händler zurückgeben. Online hat der Käufer ein generelles Rückgaberecht, weil er die Ware – anders als im stationären Handel – vor dem Kauf nicht prüfen konnte. Wenn die Ware nun während der Widerrufszeit einen Wertverlust erleidet, dann muss dieser nur dann vom Kunden ersetzt werden, wenn er die Ware unangemessen „geprüft“ hat (Az. VIII ZR 337/09).

### Retouren sind teuer

Eine Studie der Universität Bamberg hat 2019 festgestellt, dass jedes sechste online bestellte Paket wieder zurückgeschickt wurde. Dies bedeutet, dass 280 Mio. Pakete mit 487 Mio. Artikeln zurückgesendet wurden. Bei Schuhen und Kleidung wird fast die Hälfte der bestellten Artikel retourniert. Verbraucher haben es sehr leicht, Waren zurückzugeben, in der Regel sogar 28 Tage ohne Begründung und oft portofrei. Es entstehen laut der Bamberger Wirtschaftswissenschaftler inzwischen Gesamtkosten in Höhe von rund 5,4 Mrd. Euro, getragen von den Kunden über höhere Preise und niedrigere Margen für den Handel. Die CO<sub>2</sub>-Belastung für den Rückversand betrage 238.000 Tonnen. Pro Retoure entstehen fast 20 Euro Kosten, die Hälfte

davon sind Transportkosten. Die andere Hälfte sind Kosten für die Begutachtung der Ware, die erneute Etikettierung für den Verkauf etc.

79% der Retouren können als A-Ware wieder verkauft werden, 13% als B-Ware, 4% müssen entsorgt werden und 3% werden industriell verwertet.

### Smart Home

Ende 2020 hat der Digitalverband Bitkom eine Studie zum Thema Smart Home veröffentlicht. Es zeigte sich, dass 37% der Befragten Smart Home Produkte nutzen, von Lampen und Leuchten, über Heizkörperthermostate bis zu Alarmanlagen.

Gekauft werden solche Produkte überwiegend im stationären Handel, mit einem Schwerpunkt in Elektronikmärkten. Hier besteht ein hohes Wachstumspotential, da immer mehr Verbraucher auf smarte Geräte setzen.

Für Millionen Menschen in Deutschland ist die Nutzung von Smart-Home-Technologie inzwischen normal: 3,3 Mio. Menschen haben im 1. Quartal 2020 mit dem Internet verbundene Haushaltsgeräte wie Kühlschränke, Kaffeemaschinen oder Saugroboter eingesetzt.

Das waren rund 5% der Bevölkerung ab 10 Jahren, wie das Statistische Bundesamt anhand erstmals erfragter Daten zur Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) in privaten Haushalten mitteilte.

- Foto: privat



### Transparenzregister

Am 01.08.2021 trat das Transparenzregister- und Finanzinformationsgesetz (TraFinG) in Kraft. Danach müssen bußgeldbewehrt in Übergangsfristen ausnahmslos nun alle Rechtseinheiten ihre wirtschaftlich Berechtigten dem Transparenzregister zur Eintragung mitteilen. Die bisherigen Mitteilungsfiktionen entfielen ersatzlos.

Das Handelsregister wird erst seit 2007 elektronisch geführt, sollte vorher eine Eintragung vorgenommen worden sein, müssen diese Unternehmen jedenfalls im Transparenzregister den „wirtschaftlich Berechtigten“ offenlegen. Die Registrierung, Eintragung und ggf. spätere Aktualisierungen sind kostenlos, aber der Bundesanzeiger Verlag, der das Register in staatlichem



Auftrag führt, erhebt eine jährliche Gebühr in Höhe von 4,80 Euro zzgl. USt.

Weitere Informationen unter [www.transparenzregister.de](http://www.transparenzregister.de).



### Unternehmensbasisregister

2021 gab es in Deutschland rund 120 einzelne Register mit Unternehmensbezug, wie das Handelsregister oder Steuerdaten. Viele Unternehmen sind in mehreren dieser Register erfasst, wobei sich Daten teilweise überschneiden. Ein Austausch von Informationen zwischen den Registern erfolgt üblicherweise nicht. Das Unternehmensbasisregister wird alle Stammdaten wie Namen, Sitz, Geschäftsanschrift, Rechtsform und Wirtschaftszweig erfassen. Das Statistische Bundesamt hat den gesetzlichen Auftrag zum Aufbau eines Registers über Unternehmensbasisdaten erhalten. Das Register wird am Standort Bonn aufgebaut.

### Urlaubsrecht

Zwei Urteile des Europäischen Gerichtshofs (EuGH) im Jahre 2018 zum Urlaubsanspruch stellen nicht nur Arbeitnehmer besser, sondern auch deren Erben. Das Bundesarbeitsgericht hat 2019 ebenso entschieden. Erstens: Wer keinen Urlaubsantrag gestellt hat, verliert nicht zwangsläufig den Anspruch auf die Vergütung der restlichen Urlaubstage. Arbeitgeber müssen ihre Mitarbeiter auffordern, Urlaub zu nehmen und auf die Konsequenzen eines Verzichts hinweisen. Beweise der Arbeitgeber, dass der Mitarbeiter aus freien Stücken verzichtet habe, dürfe der Urlaubsanspruch oder eine Ausgleichszahlung verfallen.

Zweitens: Der Anspruch auf finanzielle Abgeltung nicht genommenen Urlaubs ist vererbbar, so der EuGH. – Foto: privat

(Europäischer Gerichtshof, Az. C-619/16 und C-684/16; Bundesarbeitsgericht, Az. 9 AZR 45/16)



### Verpackungsgesetz

Seit dem 1. Januar 2019 gilt das Verpackungsgesetz und soll Folgendes bewirken: höhere Recyclingquoten, nachhaltigere Verpackungen und mehr Stabilität des privatwirtschaftlichen und wettbewerblichen dualen Systems. Wichtig: Die Systembeteiligung von Verkaufsverpackungen ist für jedes Unternehmen eine gesetzliche Pflicht. Wer diese nicht erfüllt, begeht eine Ordnungswidrigkeit.

Am 14. Juni 2021 wurde das neue Verpackungsgesetz im Bundesgesetzblatt veröffentlicht. Hierdurch wurden Händlern neue Pflichten auferlegt.

U. a. gibt es seit dem 03.07.2021 eine vorher nicht bestehende Registrierungspflicht für Inverkehrbringer von Serviceverpackungen, welche ihre verpackungsrechtlichen Pflichten auf einen Vorvertreiber übertragen haben. Außerdem trat eine neue Informationspflicht für all jene Händler in Kraft, die nicht systembeteiligte Verpackungen im Sinne des § 15 Abs. 1 VerpackG (etwa Paletten, Folien, Kartonagen für Sammelgut, Möbelverpackungen) an Endverbraucher übergeben. Außerdem müssen Endverbraucher durch „geeignete Maßnahmen in angemessenem Umfang über die Rückgabemöglichkeit und deren Sinn und Zweck informiert werden“.

Wir bieten durch unseren Rahmenabkommenspartner Reclay Group die Möglichkeit, diesen Verpflichtungen leichter nachkommen zu können. Mehr Informationen unter [www.zhh.de](http://www.zhh.de) im Mitgliederbereich.



### Vertriebswege

Laut einer Umfrage des Handelsverbandes Deutschland (HDE) im Jahr 2021 unter 1.300 Händlern sind mittlerweile 84% der Unternehmen digital aktiv. Insbesondere Händler mit Jahresumsätzen zwischen 2 und 5 Millionen Euro haben seit Beginn der Pandemie digitale Vertriebswege auf- und ausgebaut.

Für knapp 40% der Befragten war die Krise der entscheidende Anstoß, um auf anderen Kanälen als im stationären Geschäft aktiv zu werden. 46% der Händler waren bereits vor der Pandemie auf digitalen Vertriebswegen wie Onlinemarktplätzen, mit Lieferservices, per Click & Collect oder über Social Media für ihre Kunden da.

Insgesamt nutzt der Umfrage zufolge mehr als ein Drittel der Einzelhändler den Verkauf über Onlinemarktplätze, 37% betreiben einen eigenen Online-shop und mehr als 60% nutzen die sozialen Medien für ihr Geschäft.

## Corona – Unterstützung für die Mitglieder und Solidarität mit der Branche



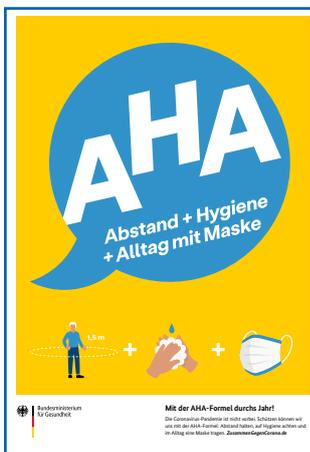
Der Facheinzel- und Produktionsverbindungshandel (PVH) mit den Sortimenten der Hartwarenbranche bekommt, wie viele andere Wirtschaftszweige auch, die Auswirkungen der Corona-Krise zu spüren. Fachhändler sind mit zahlreichen Herausforderungen und sich täglich verändernden Rahmenbedingungen konfrontiert, die schon in „normalen“ Zeiten für sich genommen die volle Aufmerksamkeit erfordern. Um die Branche und unsere Mitglieder nachhaltig zu unterstützen, bewerten wir derzeit laufend juristische und betriebliche Themenfelder und stehen in Form von mannigfaltigen Hilfestellungen unseren Mitgliedern bei der Überwindung dieser Krise tatkräftig zur Seite. Fachhandelsunternehmen stehen seit dem Ausbruch der Covid-19-Pandemie vor immensen Herausforderungen und der Beratungsbedarf ist hoch.

Fachhandelsunternehmen der Branche mussten im Laufe der Jahre 2020 und 2021 stationäre Flächen schließen. Dennoch: Fernabsatz und Beratung (z.B. Telefon und/oder Onlinekanäle), Abhol- und Lieferservice, Dienst- und Handwerksleistungen sowie das B2B-Geschäft werden weiterhin auf gewohnt hohem Niveau bedient. Fast täglich verändern sich die Rahmenbedingungen durch die Krise und führen zu

neuen einschneidenden Entwicklungen. Auf diese muss der stationäre Fachhandel in besonderem Maße reagieren. Verunsicherte Mitarbeiter, arbeits- und zivilrechtliche Aspekte, mögliche Betriebsschließungen, Hygienevorschriften, Kurzarbeitergeld, Beantragung von Soforthilfen, uneinheitliche Regelungen von Bund und Ländern sowie kranke oder unter Quarantäne stehende Mitarbeiter – die Liste ließe sich beliebig erweitern. Diese Themenfelder müssen Fachhändler bei (größtenteils) noch laufendem Geschäftsbetrieb recherchieren, prüfen und umsetzen.

Das Team des ZHH unterstützt seine Mitgliedsunternehmen und -verbände dabei in Form von persönlicher Beratung, regelmäßigen Rundschreiben, Merkblättern, Zusammenfassungen und Linksammlungen – immer mit Branchenbezug. Die Fachhandelsunternehmen werden so bei ihrer täglichen Arbeit unterstützt und sie erhalten schnelle Hilfe bei der Orientierung im Dschungel der Institutionen, Vorschriften und Kontaktstellen.

In den Jahren 2020/2021 stellten wir Informationsmaterial zu den genannten Themen auch Fachhandelsunternehmen zur Verfügung, die nicht im ZHH bzw. seinen Arbeitskreisen Mitglied sind. Wir wollen hiermit ein Zeichen der Solidarität setzen und dabei helfen, die Hartwarenbranche in ihrer Gesamtheit gut durch die Corona-Krise zu führen.

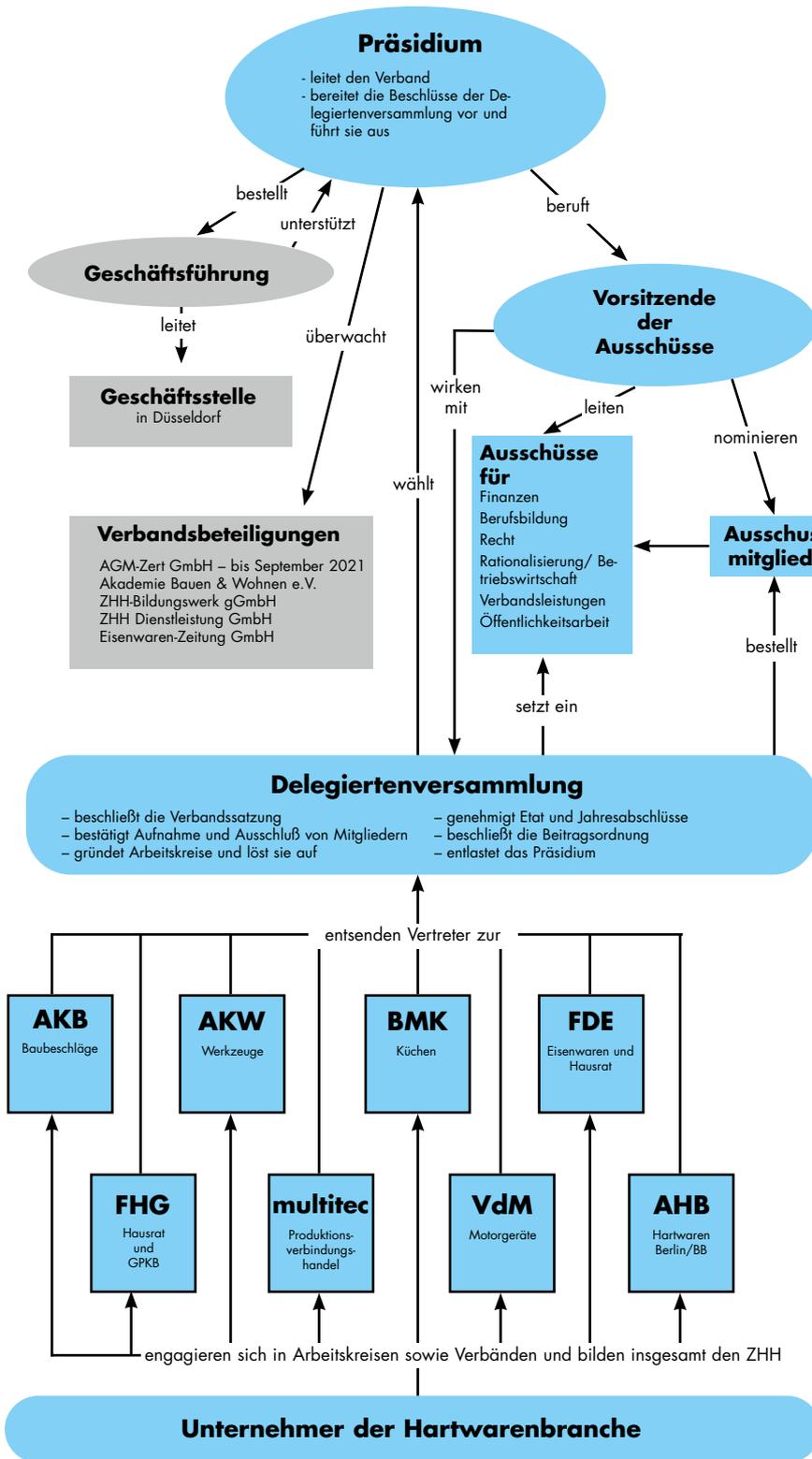


Mehr Informationen und Kontaktdaten im Mitgliederbereich unserer Internetseite: <https://www.zhh.de/intern/corona-pandemie.html>





Der Aufbau des ZHH



Delegierte (2022)

- Rolf **Beckmann**, Wermelskirchen, BBA (Vorsitzender)
- Daniel **Borgstedt**, Wildeshausen, BMK
- Norbert **Caesar**, Bremen, FHG
- Helmut **Döring**, Berlin, FDE Berlin-Brandenburg
- Meinolf **Gockel**, Warburg, AKW/multitec
- Hans Hermann **Hagelmann**, Bad Oeynhausen, BMK
- Dr. Georg **Hungerkamp**, Bocholt, Ehrenpräsident
- Horst **Jourdan**, Mörfelden-Walldorf, FDE
- Dr. Paul **Kellerwessel**, Köln, AKW/multitec
- Gerhard **Kienzle**, Winnenden, FDE
- Susanne **Kötter**, Lotte, AKB
- Lars **Lehmann**, Bautzen, VdM
- Peter **Leyendecker**, Trier, FDE
- Martin **Meesenburg**, Flensburg, AKB
- Kai-Uwe **Meyer**, Stuhr, AKW
- Helge **Nagorny**, Seevetal, AKW
- Dirk **Rutenhofer**, Dortmund, FDE
- Klaus **Sudmann**, Münster, AKB
- Stefan **Wiedenhöfer**, Ellwangen, AKW/multitec
- Markus **Specht**, Friedeburg, VdM
- Gäste der Delegiertenversammlung:**
- Oliver **Boensch**, c/o E.I.S. GmbH & Co. KG, Köln
- Franz-Josef **Hasebrink**, c/o EK/servicegroup eG, Bielefeld
- Jörg **Simon**, c/o NORTHWEST Handel AG, Dortmund
- Dr. Andreas **Trautwein**, c/o Einkaufsbüro Deutscher Eisenhändler GmbH, Wuppertal

Präsidium 2019 – 2021:

### *Achte Amtszeit für Dr. Paul Kellerwessel*

Im Vorfeld des 5. PVH-Kongresses in Köln traf sich am 8. März 2019 die Delegiertenversammlung des ZHH zu ihrer regulären Jahresversammlung. Dort standen neben der Entlastung von Präsidium und Geschäftsführung nach dreijähriger Amtszeit auch die turnusmäßigen Neuwahlen des Präsidiums auf der Tagesordnung. Die Vorsitzenden und Nominierten der jeweiligen Arbeitskreise stellten sich, bis auf Siegfried Rossmann, der aus persönlichen Gründen nicht mehr kandidierte, alle zur Wahl ins Präsidium. Für Rossmann kandidierte Gerhard Kienzle. Die Kandidaten wurden von der Delegiertenversammlung nahezu einstimmig gewählt.

Somit bildeten folgende Personen im Berichtszeitraum die Führungsspitze des ZHH:

- **Norbert Caesar**, geschäftsführender Gesellschafter der Firma Caesar Handelsgesellschaft mbH, Bremen
- **Hans Hermann Hagelmann**, Inhaber der Firma 3H-con Unternehmensberatung, Bad Oeynhausen
- **Dr. Paul Kellerwessel**, geschäftsführender Gesellschafter der Firma Aug. Hülden GmbH + Co. KG, Köln
- **Gerhard Kienzle**, Senior Chef der Firma Häusermann GmbH & Co. KG, Winnenden
- **Lars Lehmann**, Inhaber der Firma Gartentechnik Lehmann, Bautzen
- **Martin Meesenburg**, Geschäftsführer der Firma M. Meesenburg KG, Flensburg
- **Kai-Uwe Meyer**, Vorstand der Lerbs AG, Stuhr/Bremen

Mit der eindeutigen Zustimmung zur Arbeit der Verbandsspitze wurde das Präsidium mit dieser Wahl zur Fortführung seiner Politik aufgefordert. Anschließend wählte das Präsidium aus seinem Kreis den Verbandspräsidenten und bestätigte in dieser Position **Dr. Paul Kellerwessel**, Köln. **Kai-Uwe Meyer**, Stuhr/Bremen, wurde zum neuen Vizepräsidenten gewählt.

Als Vorsitzender des Berufsbildungsausschusses und gleichzeitig als Aufsichtsratsvorsitzender der ZHH-Bildungswerk gemeinnützige GmbH wurde **Rolf Beckmann**, ehemals Vertriebsgeschäftsführer von Gedore, bestätigt.

(v.l.n.r.): Lars Lehmann, Hans Hermann Hagelmann, Gerhard Kienzle, Rolf Beckmann, Kai-Uwe Meyer (Vizepräsident), Dr. Paul Kellerwessel (Präsident), Martin Meesenburg, Norbert Caesar, Dr. Georg Hungerkamp (Ehrenpräsident) – Foto: ZHH

Dr. Paul Kellerwessel dankte für das entgegengebrachte Vertrauen. Er sicherte zu, die in den letzten Jahren geleistete Arbeit fortzusetzen. Dabei werden die Verbandsspitze besonders die fortschreitende Digitalisierung und die Auswirkungen des wachsenden Onlinehandels beschäftigen. Um die mittelständischen Strukturen, die Innenstädte und eine funktionierende Handelslandschaft zu erhalten, sei auch die Politik gefordert, für die notwendigen Rahmenbedingungen zu sorgen. Dabei werde der ZHH die Interessen des Hartwarenhandels aktiv vertreten und Position für den mittelständischen Handel beziehen.

Daneben werden die Aus- und Weiterbildung von Nachwuchskräften sowie die Qualifizierung der Mitarbeiter genauso einen Schwerpunkt bilden, wie die Förderung der Partnerschaft zwischen Industrie und Handel.

### **Delegiertenversammlung und Präsidium entscheiden**

– Die Delegiertenversammlung und das Präsidium sind die beiden Führungsorgane des ZHH. Die Unternehmer der Hartwarenbranche organisieren sich, je nach Sortimentsschwerpunkt und Ausrichtung, in den acht Arbeitskreisen des Verbandes. Die Vertreter der Arbeitskreise kommen einmal im Jahr zur Delegiertenversammlung zusammen. 2019 fand die Delegiertenversammlung im Vorfeld des 5. PVH-Kongresses in Köln statt. Coronabedingt fiel sie 2020 erstmals seit Bestehen aus. Die Versammlung 2021 fand als Videokonferenz statt.

Die Delegiertenversammlung ist das wichtigste Organ des ZHH und unter anderem Herr über die Verbandsatzung. Sie entscheidet über die Aufnahme neuer Mitglieder und befindet über den Jahresetat sowie die Beitragsstaffel. Daneben kann sie Ausschüsse für die Bearbeitung besonderer Verbandsangelegenheiten einsetzen.



Eine Ära ging zu Ende:

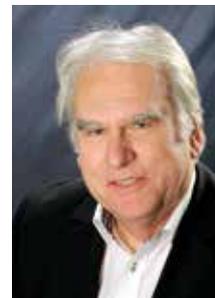
## Wechsel in der Geschäftsführung der Eisenwaren-Zeitung GmbH



Zum 1. Januar 2020 hat **Klaus Mavelshagen** (links) die Position des Geschäftsführers der Eisenwaren-Zeitung GmbH und die des verantwortlichen Chefredakteurs der Titel EZ Tools & Trade sowie HZ Haushalt & Elektro übernommen.

Über diese Zusammenarbeit, die für eine gelungene Weichenstellung und damit den weiteren Erfolg der beiden Titel in den nächsten Jahren steht, freut sich der ZHH.

**Achim Mecklenbeck** (65), der diese Position knapp 30 Jahre bekleidete, ging planmäßig in den Ruhestand und war in der Übergangszeit noch für einige Monate beratend tätig.



Der ZHH – als Muttergesellschaft der Eisenwaren-Zeitung GmbH – dankt Achim Mecklenbeck herzlich für die Jahrzehnte währende, vertrauensvolle und sehr gute Zusammenarbeit und wünscht ihm für seinen Ruhestand alles erdenklich Gute – besonders Gesundheit. – Fotos: privat

## Neue Herausforderung gefunden



**Niklas Schulte**, der Geschäftsführer der Arbeitskreise AKB, BMK und VdM, hat zum 1. Oktober 2021 den ZHH auf eigenen Wunsch verlassen, um sich neuen Herausforderungen zu stellen. Fünf Jahre hat er engagiert und erfolgreich die Arbeitskreise begleitet und sich

in der Branche einen guten Ruf erarbeitet.

Präsidium, die Vorsitzenden der Arbeitskreise sowie die Kollegen der Geschäftsstelle respektieren seinen Wunsch, bedauern aber sein Ausscheiden und wünschen ihm für seinen weiteren beruflichen und privaten Weg nur das Beste. – Foto: Christoph Kawan/ZHH



Zum 1. Januar 2022 hat Walter Schlöter die Geschäftsführung der Arbeitskreise AKB, BMK und VdM übernommen.

- Foto: privat

## Planmäßiger personeller Wechsel

Zum 31. Dezember 2019 ging **Ingrid Friedsam** nach zwölf Jahren als Assistentin von Elmo Keller (bis 2016) und Niklas Schulte in den wohlverdienten Ruhestand. Sie ist vielen bekannt durch ihre Tätigkeiten für den AKB, VdM und BMK, ebenso für QMF und die Erfa-Gruppen. Auch war sie Ansprechpartnerin für unsere Rahmenabkommen. Stets unterstützte sie uns und unsere Mitglieder kompetent, schnell und freundlich bei allen Anliegen. Wir wünschen ihr für ihren Ruhestand alles erdenklich Gute – besonders Gesundheit.

Seit dem 1. Dezember 2019 hat **Gabriela van Vlodrop** die Aufgaben von Ingrid Friedsam übernommen. Die gelernte Drogistin und Industriekauffrau sowie Beauftragte für Qualitätsmanagement (QMB), die die meiste Zeit ihrer beruflichen Laufbahn im mittleren Management tätig war, freut sich auf die neuen Herausforderungen.



- Foto: privat

## Neuer Geschäftsleiter im ZHH-Bildungswerk

**Patrick Patzdorf** hat zum 1. Mai 2020 die Geschäftsleitung des ZHH-Bildungswerkes übernommen. Im Juni 2019 begann Patzdorf zunächst als Assistent der Geschäftsführung im Unternehmen. Mit dem erfolgreichen Abschluss seines nebenberuflichen Studiums übernahm der 36-jährige Wirtschaftspychologe mehr Verantwortung beim ZHH-

Bildungswerk. Patzdorf hat in den letzten Monaten bereits mehrere Projekte konstruktiv umgesetzt, besonders im Bereich digitaler Unterrichtsformen.

Foto: privat



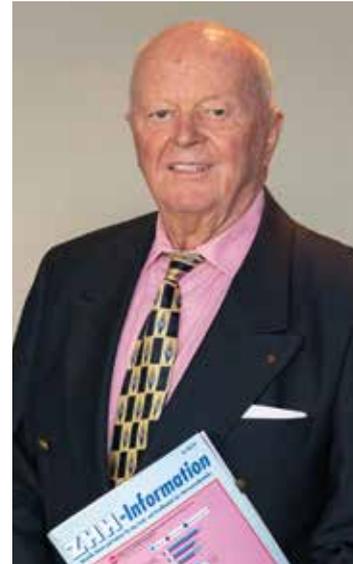
Herzlichen Glückwunsch

### *Dr. Georg Hungerkamp wurde 85*

Der ZHH-Ehrenpräsident Dr. Georg Hungerkamp feierte am **22. Februar 2019** seinen 85. Geburtstag. Nach seinem Studium und der Promotion trat er 1958 in das Familienunternehmen ein. Dieses hat er vor vielen Jahren zwar in die Hände seiner Tochter Petra gegeben, nimmt nach wie vor aber immer noch rege am Unternehmensbetrieb teil. Neben seiner unternehmerischen Tätigkeit setzte er sich auch immer ehrenamtlich für die Branche ein, sowohl bei der IHK als auch in der nationalen und internationalen Verbandsarbeit – zunächst beim Bundesverband Stahlhandel (BDS) und später dann beim ZHH. In beiden Verbänden war er Jahrzehnte im Vorstand und 17 Jahre Präsident des ZHH. Für dieses und anderes Engagement wurde er

mit verschiedenen Auszeichnungen geehrt. So bekam er u.a. das „*Silberne Lager*“ des BDS und die goldene Ehrennadel des ZHH sowie das Bundesverdienstkreuz am Bande. Seit 1998 ist er Ehrenpräsident des ZHH.

Foto: Christoph Kawan



Herzlichen Glückwunsch

### *Karl Boos wurde 80*

Karl Boos wurde am **21. Dezember 2019** 80 Jahre alt. Da er sich gesundheitlich wohlfühlt, ist er nach wie vor noch häufig in seiner Firma anzutreffen. Wir wünschen ihm, dass er weiterhin so fit und gesund bleibt.

Fast fünf Jahrzehnte hat er sich für unseren Verband und unsere Branche eingesetzt. Von 1968 bis zu seinem Ausscheiden 2016 war Karl Boos im und für den FDE/ZHH aktiv. Nach Gründung des Bundesverbandes Sicherheitstechnik Deutschland e.V. (BSD) im Jahre 1992 wurde er dessen Vorsitzender und als dessen Vertreter ins ZHH-Präsidium gewählt. 1995 übernahm er von Wilhelm Frisch den Vorsitz in unserem Finanzausschuss. Er arbeitete an der Umgestaltung des FDE nach dem so genannten Licher Modell



mit und prägte viele Ereignisse im BSD und ZHH mit. Die Aus- und Weiterbildung war ihm immer ein Anliegen. 2013 erhielt er die goldene Ehrennadel des ZHH. Ihm wird durch seine konstruktive, geradlinige, ehrliche, offene und uneigennützig Art stets Respekt und Achtung entgegengebracht. Er hat sich um die Branche sehr verdient gemacht! – Foto: privat

Auszeichnung für Dr. Paul Kellerwessel

### *Goldene Ehrennadel des ZHH verliehen*

Auf dem 5. PVH Kongress in Köln (2019) ehrte der ZHH durch den ZHH-Ehrenpräsidenten Dr. Georg Hungerkamp den damaligen und derzeitigen Präsidenten Dr. Paul Kellerwessel. Dieser habe in fast 27 Jahren Verbandsarbeit die Branche geprägt, halte den Hartwarenhandel auf Kurs. Zahlreiche Ehrenämter über er mit hohem Verantwortungsgefühl aus. Dieser Einsatz verdiene die allergrößte Hochachtung und aus diesem Grund werde ihm nun die goldene ZHH-Ehrennadel verliehen. Der Dank gebühre auch seiner Familie, die dieses ehrenamtliche Engagement immer mitgetragen habe und mitträgt, so Dr. Hungerkamp. Der Geehrte gab den Dank zurück, dieses Engagement gebe auch



ihm viel, besonders die vertrauensvolle Zusammenarbeit mit Thomas Dammann. – Foto: Christoph Kawan

## Jubilare 2019 – 2021

2019

100 Jahre

**Firma Albert Schneider**

79400 Kandern, gegr. 01.07.1919

125 Jahre

**Schmidt & Meldau GmbH**

50676 Köln, gegr. 20.06.1894

2020

175 Jahre

**Thomann GmbH**

88131 Lindau, gegr. 01.04.1845

2021

50 Jahre

**Firma Reinhard Kasch**

28717 Bremen, gegr. 01.01.1971

**Firma Weckbacher Sicherheitssysteme GmbH**

Dortmund, gegr. 03.01.1946

75 Jahre

**Firma Steinrück**

Düsseldorf, gegr. 01.01.1946

125 Jahre

**Firma Heinrich Sieweke**

33442 Herzebrock-Clarholz, gegr. 14.06.1896

Anfang 2021:

### Neue Internetpräsenz des ZHH

Zum Jahreswechsel 2020/2021 haben wir unseren Internetauftritt deutlich modernisiert und neu strukturiert. Im Laufe der Jahre hat sich eine sehr große Menge an Informationen angesammelt, die jetzt bereinigt und aktualisiert wurde. Der neue Auftritt ist an verschiedene Medien angepasst und sorgt dafür, dass Sie immer und überall auf unsere Informationen zugreifen können. Selbstverständlich bleiben weiterhin viele Serviceleistungen Ihnen als Mitglied vorbehalten. Auch die Seiten unserer Tochtergesellschaften, Bildungswerk und Dienstleistung, wurden rund erneuert: [www.zhh-bildungswerk.de](http://www.zhh-bildungswerk.de) und [www.zhh-dl.de](http://www.zhh-dl.de).

Die Adresse [www.zhh.de](http://www.zhh.de) ist geblieben, aber um Zugriff auf den Mitgliederbereich zu bekommen, müssen Sie sich registrieren und werden von uns freigeschaltet. Mehr Informationen in der Geschäftsstelle bei Claudia Koch: 0211/4705013 oder Mail: [claudia.koch@zhh.de](mailto:claudia.koch@zhh.de).





## Einige ausgewählte Veranstaltungen in den Jahren 2019 – 2021

15.01.2019	12. BMK-Innovationspreis – Ehrung auf der Living Kitchen in Köln	02.03.2020	20. Partnerwahl des PVH
06./08.02.2019	QMF Jahreshauptversammlung in Hirschaid/Strullendorf	06.08.2020	Innovationspreis, EISEN, digital
08.02.2019	Ehrung: 29. Partnerwahl des Fachhandels, Frankfurt	02.11.2020	AKW/multitec – Industriege- spräch mit ZVEI, FWI und FDM digital
08.-12.02.2019	FHG mit Messestand auf der Ambiente, Frankfurt	18.11.2020	Ständige Konferenz AKB – FVSB als Zoom-Videokonferenz
08.03.2019	Ehrung: 19. Partnerwahl des PVH, Köln	19.03.2021	Ehrung: 21. Partnerwahl des PVH, digital
08.-09.03.2019	5. PVH-Kongress, Köln	19.03.2021	6. PVH-Kongress, digital
04.-07.06.2019	IHA-Meeting mit Global-DIY-Sum- mit, Dublin	24.03.2021	Delegiertenversammlung ZHH, digital
01.-03.09.2019	VdM mit Messestand auf der spoga/gafa.	24.06.2021	QMF Jahreshauptversammlung als Videokonferenz
29.10.2019	AKW/multitec – Industriege- spräch mit ZVEI, FWI und FDM in Köln	09./10.11.2021	Ständige Konferenz AKB – FVSB in Bremen
13./14.11.2019	Ständige Konferenz AKB – FVSB in Frankfurt/M.	16.11.2021	AKW/multitec – Industriege- spräch mit ZVEI, FWI und FDM in Köln
07.02.2020	Ehrung: 30. Partnerwahl des Fachhandels, Frankfurt	23./24.11.2021	BMK-Vorstand in Neufahrn
7.-11.02.2020	FHG mit Messestand auf der Ambiente, Frankfurt		
27.02.2020	QMF Jahreshauptversammlung in Bühlertann		

Jeweils im Frühjahr und Herbst:

Regionaltagungen von AKB, AKW, multitec, FDE, FHG und VdM – aufgrund der Corona-Pandemie im Berichtszeitraum je nach den Corona-Besimmungen virtuell oder in Präsenz.



08. März 2019 – ZHH Delegiertenversammlung in Köln



06. August 2020 – EISEN 2020 Innovation Award digital

Aktivitäten im Zusammenhang mit der Internationalen Eisenwarenmesse in Köln:

### Digitale Verleihung des Eisen Award

Im Berichtszeitraum fand aufgrund der Corona-Pandemie keine Eisenwarenmesse statt. Im Jahr 2020 musste sie wenige Tage vor der Eröffnung abgesagt werden. Die Nominierten und Gewinner des zum 5. Mal ausgeschrieben EISEN Innovation-Awards der Kölnmesse powered by ZHH für außergewöhnliche Produktinnovationen waren zu diesem Zeitpunkt bereits ausgewählt. Doch die Ehrung konnte nicht, wie geplant auf der Eisenwarenmesse stattfinden, sondern musste coronabedingt ganz anders ablaufen: Virtuell als digitale Eventshow am 6. August 2020.



Screenshot Eisen Award – Foto: ZHH

#### Die Gewinner des 5. EISEN Innovation Award powered by ZHH (2020):

**ABUS August Bremicker Söhne KG:**  
ABUS drahtloser Fensterantrieb HomeTec FCA3000 / FSA3550,

**BERNSTEIN Werkzeugfabrik Steinbrücke GmbH:**  
Kugelgelenk-Schraubstock SPANNFIX 4,

**KNIPEX-Werk C. Gustav Putsch KG:**  
KNIPEX TubiX® Rohrabschneider.

Die Jury hat sich 2020 entschieden, einen **Sonderpreis** an eine besonders nachhaltige und effiziente Innovation zu vergeben: **CAS Gruppe – Cordless Alliance System:** In einer beispiellosen Zusammenarbeit haben sich bis 2020 17 Hersteller zu einer Allianz, dem Cordless Alliance System, zusammengeschlossen.

Zu sehen unter <https://www.eisenwarenmesse.de/events/events/eisen-2020/>



Diese Auszeichnung gewinnt mit jeder Verleihung an Popularität und ist zu einer festen Institution der Hartwarenbranche geworden. Es wurden 75 Bewerbungen eingereicht, und es nahmen 60 Unternehmen aus 14 Ländern teil, davon schafften es zehn in die engere Auswahl. Auch diesmal wurden die Gewinner wieder durch eine Jury aus Presse, Handel, Forschung, Handwerk und Design ausgewählt. Bewertet wurden Kriterien wie Funktionalität, Design, Ergonomie, Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit.

Die Gewinner-Produkte 2020 finden sie links im Kasten.

Die nächste Ausschreibung ist zur Internationalen Eisenwarenmesse 2022 vorgesehen, die coronabedingt auf de 25.-28. September 2022 terminiert wurde.

### 5. PVH-Kongress – 8. + 9. März 2019

#### Kreativität benötigt Mut (Henry Matisse)

Anfang März 2019 fand zum fünften Mal der PVH Kongress in Köln statt. Über 300 Teilnehmer aus der Branche und dem Dienstleistungssektor kamen zum Branchenkongress über die Zukunft des PVH, der unter dem Motto stand „online + mobil und trotzdem stationär + regional?“.



Am Vortag wurden drei spannende Führungen angeboten: Der Futurestore GS1 Germany (Global Standards One), die Backstagetour durch die MMC-Studios und die Tour über das Dach des Kölner Doms. Am Abend trafen sich 240 Personen zum Branchenabend im „Früh“. Dort wurde ganz analog geredet, gelacht, Kölsch getrunken, gut gegessen und natürlich wurden auch die Partner des PVH 2018 (sh. S. 43) geehrt.



Im Congress Centrum Ost der KölnMesse startete am 9. März dann der 5. PVH-Kongress. **Dr. Paul Kellerwessel** begrüßte im Namen der vier veranstaltenden Verbände – FWI, ZVEI, FDM und ZHH – die Anwesenden und dankte einleitend den Sponsoren für ihre Unterstützung. Der Trend zum E-Commerce sei ungebrochen, die Amazonisierung des Handels schreite voran, die Konkurrenz werde immer größer. Die Gesellschaft sei permanent online, suche aber trotzdem den persönlichen Kontakt, die regionale Nähe zum Handel – auch im B2B. Es sei die gemeinsame Verantwortung von Herstellern und Händlern, Kunden für die Produkte und Dienstleistungen zu begeistern.

Schon traditionell startete **Dr. Kai Hudetz** mit der Vorstellung ausgewählter Ergebnisse der aktuellen Marktuntersuchung, die seit 2011 im Auftrag der vier Verbände im Vorfeld des Kongresses durchgeführt werde. Dies ermögliche immer interessantere Zeitreihen. So zeige sich, dass nicht alle 5-Jahres-Prognosen eingetreten sind. Im Vergleich zu 2017 werde die Situation leicht positiver gesehen. Trotzdem steige die Bedrohung durch das Internet, ein eigener Shop werde immer wichtiger. Preisdruck, Fachkräftemangel und stärkerer Wettbewerb prägten das Geschäft. Im B2B finde die Beschaffung überwiegend durch den stationären Handel oder durch Würth, Berner und Co. statt. Amazon spiele (noch) eine geringere Rolle. Baumärkte und Marktplätze verlören an Bedeutung. Die Situation des PVH sei laut Dr. Hudetz gar nicht schlecht. Man müsse weiterarbeiten und die digitalen Services ausbauen, die Partnerschaft mit der Industrie erweitern sowie gemeinsam Mehrwerte generieren.

Das erste Praxisbeispiel kam zwar aus einer anderen Branche, sorgte aber für interessante Erkenntnisse über den Tellerrand hinaus. **Thomas Görner**, Ge-

schäftsführer von Hifi & Foto Koch in Düsseldorf, erläuterte, wie er im Amazon-Zeitalter das Traditions-geschäft in die digitale Welt geführt hat. Sehr plastisch stellte er dar, wie sich seine Branche und sein Geschäft nach den massiven Umwälzungen verändert haben.

Danach berichtete **Marcus Holzer** darüber, wie Metabo zusammen mit dem Handel die Reise des Kunden, die Customer Journey, begleitet. Die Info-recherche könne sowohl online als auch offline erfolgen, Metabo agiere in beiden Welten. Auf der eigenen Internetseite gebe es die Möglichkeit, direkt bei einem Händler zu bestellen oder einen speziellen (angeschlossenen) Händler zu suchen.

Anschließend erläuterte **Prof. Dr. Christian Scholz** aus Saarbrücken in einem überaus kurzweiligen Vortrag, welche Vorstellungen die ab 1996 geborenen Menschen – die Generation Z – vom Leben und Arbeiten haben. Hierzu stellte er Vergleiche zu den Vorgängergenerationen an, die miteinander arbeiten müssen. Basis jeglicher Kommunikation mit Angehörigen der GenZ sei: „Sagen Sie immer, warum etwas gemacht werden soll, geben Sie strukturierte Informationen.“ Sie wirken brav und nett, aber sie pochen auf Gesetze (Rechte und Pflichten). Der Mittelstand sei gespalten, ob er sich dies bieten lassen sollte. GenZ brenne, aber nicht den ganzen Tag! Als Kunden hätten sie teilweise schon eigene Einkommen, beeinflussen aber auch ihre Eltern. Sie wollten klare Angebote, die weniger komplex sind, sie seien nicht so sehr von Marken geprägt, wie die Vorgängergeneration.

**Prof. Dr. Gerrit Heinemann** von der Hochschule Niederrhein in Mönchengladbach provozierte mit seinen Thesen zur alternativlosen Neuerfindung des stationären Handels. Schon seit 2002 fände Digitalisierung statt, aber die deutsche Digitalelite befände sich im Ausland, das deutsche Kapital werde im Ausland investiert. In Deutschland und Europa sei die Gefahr sehr groß, von den USA und von China abgehängt zu werden. Amazon habe die Kundenzentrierung



perfektioniert, der B2C-Bereich sei rund zehn Jahre weiter als der B2B-Bereich!

**Josua Fett** zeigte danach sehr anschaulich auf, wie man Kunden durch Mehrwert begeistern könne. Die Bedürfnisse seien immer vorhanden, aber die Umsetzung verändere sich. Es zeige sich, dass der Kunde festgestellt habe, dass durch das Internet Produkte, aber keine Lösungen verkauft werden. Den Mehr-Wert bekomme er nur im stationären Laden, wenn mittels der Beratung Lösungen gefunden werden. Es stünden sich Bedarf (Internet) und Bedürfnis (stationäres Geschäft) gegenüber.

Zum Abschluss erfuhren die Teilnehmer von **Norbert Beck**, welche neurologisch-psychologischen Effekte den Kaufknopf im Kundenkopf auslösen. Jede Kaufentscheidung werde durch das bewusste Denkhirn und

das unterbewusste Emotionshirn gesteuert. Bewusst geplante Entscheidungen lägen bei 20%, 80% der Entscheidungen seien unterbewusst emotional gesteuert. Freundlichkeit und positives Feedback riefen dabei die größten Emotionen hervor. Er brachte es auf den Punkt, Mitarbeiter, die nicht freundlich sind, haben im Service nichts zu suchen.

Das Schlusswort übernahm **Thomas Dammann** für den kurzfristig erkrankten Lothar Bauer. Er fasste den Tag zusammen, der ein breites Spektrum geboten habe. Man müsse mutig sein! Den Sponsoren, die maßgeblich wieder zu diesem Kongress beigetragen haben, schulde man großen Dank. In zwei Jahren werde man sich zum sechsten PVH Kongress wieder treffen!

Fotos: Christoph Kawan / ZHH



## 6. PVH-Kongress – 19. März 2021: PVH-Kongress goes digital

### *Früher war es Science Fiction, heute ist es Realität*

Am 19. März 2021 fand der 6. PVH-Kongress in einer verkürzten, coronagerechten digitalen Form statt. 330 Personen hatten sich angemeldet, fast 270 Teilnehmeraccounts nahmen in der Spitze gleichzeitig teil. **Thomas Dammann**, ZHH, und **Stefan Horst**, FWI, begrüßten im Namen der veranstaltenden Verbände, FDM, FWI, ZHH und ZVEI, die Teilnehmer, dankten den Sponsoren, die dieses für die Teilnehmer kostenfreie Event ermöglicht haben, und dem IFH, für die technische und räumliche Unterstützung. Videokonferenzen seien im Alltag angekommen, so Stefan Horst, aber persönliche Kontakte seien durch nichts zu ersetzen. Ein Austausch untereinander sei weiterhin natürlich wichtig, so dass digital besser sei, als kein Austausch.

Schon traditionell eröffnete **Dr. Kai Hudetz** vom IFH gewohnt professionell den Kongress mit den Ergebnissen der neuesten Marktstudie und präsentierte die Zahlen überaus anschaulich. Diese Studie wird nun schon seit rund zehn Jahren fortgeschrieben und erlaubt so interessante Zeitreihenuntersuchungen. Die Beteiligung an der Marktstudie war trotz der schwie-

rigen Lage im Spätherbst 2020 gut, wenngleich geringer als in den Vorjahren. Da die Verteilung auf Hersteller, Händler und Kunden aber im gleichen Verhältnis blieb, konnten Entwicklungen verglichen werden. Dr. Kai Hudetz hob einige markante Punkte heraus (Die vollständige Studie ist – wie in der Vergangenheit – den Sponsoren vorbehalten).

Schwerpunkt der diesjährigen Studie war der Digitalisierungsdruck in Zeiten der Krise. Die aktuelle Lage wird sowohl aus Händler- als auch aus Herstellersicht kritisch gesehen. Zudem wird die Dynamik im Wettbewerb weiterhin stärker und der zunehmende Preisdruck (durch die Onlinevergleichbarkeit) macht den Händlern zu schaffen. Um mit den neuen Wettbewerbern (bes. Marktplätzen) und dem sich wandelnden Kundenverhalten mithalten zu können, sollten die bisherigen Prozesse angepasst und neue Impulse gegeben werden. Fachkompetente Mitarbeiter fördern den positiven Ruf des PVH. Diese müssen allerdings durch flexible und ggf. digitale Schulungen dazu befähigt werden, ihre Fachkompetenz aktuell halten zu können. Der Vertrieb über den PVH genießt beim

Großteil der Hersteller weiterhin höchste Priorität, der Anteil stagniert jedoch. Die Prognose von 2015 – „Wo sehen Sie sich in fünf Jahren“ – bewahrheitete sich nicht, die Realität ist deutlich besser. Die aktuelle Prognose ist deutlich verhaltener.

Dr. Kai Hudetz bezeichnete die Studie als ganz besondere Studie in Zeiten der Pandemie und Thomas Dammann ergänzte, dass es noch vieles nach der Pandemie zu untersuchen gebe. Die Prozesse schleifen sich ein, werden normal. Alle Angebote, die einen Mehrwert bringen, werden bleiben. Es gibt kein digital oder analog mehr.



Nach einer kurzen Fragerunde referierte **Karl Grohe** von der P. Grohe GmbH, Bruneck über „Big Data und Künstliche Intelligenz, die Potentiale und den Handlungsbedarf“. Er gehört zum Future Lab, welches nach einer vom E/D/E initiierten Fahrt ins Silicon Valley 2017 gegründet wurde und die dortigen Ansätze auf den PVH übertragen will.

Big Data, der strukturierte Umgang mit großen Datenmengen, sind die Basis für weitergehende automatisierte Vorgänge im Arbeitsalltag. Sei es in der Industrie oder im Handel. Die strengen rechtlichen Vorgaben in Europa sind dabei natürlich zu beachten. Google oder Amazon in den USA haben ganz andere Möglichkeiten der Nutzung.

Vier Schritte kennzeichnen die Arbeit mit Big Data:

- 1.) Daten müssen systematisch beschafft werden.
- 2.) Die gesammelten Daten müssen in ein einheitliches Format transformiert werden, damit sie automatisiert weiterverarbeitet werden können.
- 3.) Die Daten müssen sicher gespeichert werden.
- 4.) Mit den Daten muss gearbeitet werden.

Künstliche Intelligenz (KI) kann erst dann eingesetzt werden, wenn Big Data vorhanden sind.

Dieses sehr theoretische Thema wurde von Karl Grohe kompetent und verständlich erläutert. Durch die praktischen Beispiele wurde deutlich, dass hinter vermeintlich einfachen Dingen (personalisierte Angebote im Shop z.B.) sehr viel mathematisches und IT-Know-how steht.

**Norman Koerschulte**, Karl Koerschulte GmbH, Lüdenscheid, stellte danach sein ambitioniertes Projekt „Per Drohne zum Kunden: Warenlieferung von Morgen“ vor. Der Wirtschaftsingenieur arbeitet wie Karl Grohe im Future Lab mit und verantwortet im digital aufgestellten Familienunternehmen die Bereiche Vertrieb, Digitales und 3D-Druck. Seit 1,5 Jahren verfolgt er das Projekt, Ware per Drohne zu den Kunden zu bringen. Als Lieferdrohnen werden autonome Drohnen benötigt, die von einem Leitstand aus gesteuert werden. Hier überwacht ein Pilot bis zu zehn Drohnen.

Er beschrieb, wie aufwändig es war, die notwendige Infrastruktur zu erstellen und die erforderlichen behördlichen Auflagen zu erfüllen. Seit November 2020 werde autonom geflogen, die Drohnen seien intelligent, hätten eine gewisse Selbständigkeit, würden aber videoüberwacht, und der Pilot könne jederzeit eingreifen. Koerschulte machte deutlich, dass auch ein mittelständisches Unternehmen mit 50 Mitarbeitern mit mutigen Entscheidungen erfolgreich neue Serviceleistungen erarbeiten und anbieten könne.

Nach diesen interessanten Vorträgen zogen **Kurt Radermacher**, FDM, und **Cornelius Eich**, ZVEI, ein Resümee des ersten PVH-Kongresses digital. Trotz der schwierigen Rahmenbedingungen sei es gelungen, eine ansprechende Veranstaltung mit beeindruckenden Persönlichkeiten, die „Erinnerungen an die Zukunft“ hervorriefen, auf die Beine zu stellen.

Angst und Sorge seien schlechte Berater, man müsse die Chancen sehen und Lösungen in der Branche suchen, so Kurt Radermacher. Und Cornelius Eich ergänzte: „Es war eine super Veranstaltung, aber eine Bildschirmkonferenz ersetzt keine Präsenzveranstaltung. Deshalb hoffe ich auf einen 7. PVH-Kongress in Köln!“ Kurt Radermacher stimmte dem zu und freut sich auch auf die kommende Veranstaltung – in Präsenz. – Screenshot: ZHH

Da der Kongress kostenfrei besucht werden konnte, stehen nur die Praxisvorträge den Teilnehmern kostenfrei zur Verfügung. Die Charts der Marktstudie können gegen eine Gebühr in Höhe von 95 Euro (zzgl. Mehrwertsteuer) in der Geschäftsstelle, [claudia.koch@zhh.de](mailto:claudia.koch@zhh.de), erworben werden. Diese Einnahmen dienen noch mit zur Refinanzierung der Studie und des Kongresses.

Unter <https://www.zhh.de/intern/pvh-kongress.html> finden Sie ausführlichere Informationen zu den Kongressen.



International seit mehr als 110 Jahren:

## *International Federation of Hardware and Housewares Association (IHA)*

Die Internationale Vereinigung, **International Federation of Hardware and Housewares Association (IHA)** – gegründet 1909 – veranstaltete im Jahr 2017 ihren 54. IHA-Kongress in Shanghai. 2018 tagte man erstmals zusammen mit der EDRA/GHIN in Barcelona. 2019 dann in Dublin.

Vor gut 110 Jahren haben sich Verbände aus verschiedenen Ländern, darunter auch Deutschland mit dem FDE, heute ZHH, zusammengeschlossen, weil sie erkannt hatten, dass kein Unternehmen, Händler oder Land für sich alleine florieren kann. Dies gilt im 21. Jahrhundert einmal mehr. Die Komplexität des globalen Handels führt dazu, dass sich Groß- und Einzelhändler an ihre Berufsverbände wenden, um ihre Interessen zu sichern und Entwicklungen zu beeinflussen. Die IHA agiert als zentrale Anlaufstelle für

rund 26.700 Hausrat- und Eisenwarenunternehmen aus 10 Ländern weltweit und schützt deren Interessen.

### **GHIN und IHA fusionieren**

Der Zusammenschluss der internationalen Verbände aus Baumarkt- und Eisenwarenbranche – Global Home Improvement Network (GHIN) und International Hardware Association (IHA) erfolgte zum 1. Oktober 2021. Das neue „Mega-Netzwerk“ soll dabei helfen, das Profil der Branche weltweit zu schärfen. Die IHA, zu der auch der ZHH gehört, bleibt unabhängig, wird zukünftig aber vom GHIN verwaltet.

Informationen über die IHA in englischer Sprache finden Sie unter <http://www.ihaworldwide.com>.



04. – 07. Juni 2019:

## *IHA-Meeting in Dublin – Gemeinsam die Zukunft gestalten*

Bedingt durch die Kooperation mit EDRA/GHIN fand im Frühjahr 2019 das eintägige IHA-Meeting am 04. Juni 2019 im Vorfeld des 7. Global-DIY-Summits statt. Der jährliche Austausch der IHA-Mitglieder sowie die Durchführung der verbandlichen Regularien stand an. Am Vormittag tagte der Länder-Vorstand, der die Finanzen, den Bericht der Geschäftsführung und des Vorstandes der IHA sowie Neuwahlen abhandelte. Die finanziellen Verhältnisse sind laut Bericht des Schatzmeisters Rob Evins aus Australien geordnet. Zum Jahreswechsel 19/20 stand aus altersbedingten Gründen der Wechsel des Generalsekretärs der IHA, Bill Lee vom NRHA, an. Mit Dan Tratensek vom NRHA bleibt die Geschäftsführung weiter in Amerika und kann damit in der gewohnt erfolgreichen Weise weitergeführt werden. Auch der Vorstand wurde in seinem Amt bestätigt: Chairman blieb Jean-Francois

Dubost aus Frankreich, Stellvertreter Goran Sundstrom aus Schweden und Schatzmeister Rob Evins aus Australien sowie je ein Vertreter aus den Ländern. Deutschland ist durch Dr. Paul Kellerwessel vertreten. Tratensek will mit dem Vorstand den Austausch untereinander intensivieren und das jährliche Treffen auf weitere Länder ausweiten. Erfreulich war, dass auch der irische Verband über eine Rückkehr in die IHA nachgedacht hat und wieder an der Sitzung teilnahm. Am Nachmittag bestimmten die Mitgliederreports über die wirtschaftlichen Entwicklungen aus Australien, Frankreich, Schweden, Irland, den Vereinigten Staaten und Deutschland den Austausch.

2020 war der 8. Global-DIY-Summit Kongress in Amsterdam geplant. Am Vortag, dem 9. Juni 2020, sollte dann wieder der Tag der IHA stattfinden. Beide Veranstaltungen fielen coronabedingt aus; ebenso 2021.

## *Hardwarethemen in Brüssel*

Durch die Fusion der IHA mit der EDRA/GHIN wird nun auch die IHA organisatorisch in Brüssel vertreten. Themen der Branche werden so prominent platziert. Im Oktober 2021 fand das jährliche Arbeitessen von Verbandsvertretern (19) und Mitgliedern des Europäischen Parlaments (4) sowie der Europäischen Kommission (2) statt. Wichtigste Punkte, die erörtert wurden, waren DIY als grundlegender (systemrelevanter) Handel und der Umgang mit Online-Marktplätzen.



Foto: EDRA/GHIN



## Nutzen Sie die Vorteile Ihrer Mitgliedschaft!?

Wir sind die **Interessenvertretung für den Hartwarenhandel**. Mit Einkauf haben wir nichts zu tun. Wir bieten Ihnen als Mitglied eine Fülle von Leistungen, die für Sie auch finanziell attraktiv sind.

- Informationsdienste
  - Mitgliederzeitschrift ZHH-Information
  - Geschäftsbericht
  - ZHH-Warenkunde – hartwarenwissen.de
  - Übersicht über Kontokorrentkonditionen
  - Arbeitsvertragsvordrucke
  - Lehrbriefe und Merkblätter
  - Branchenbetriebsvergleiche
  - Mitgliederversammlungen
  - PVH Kongress
  - ERFA-Gruppen
  - Bundestreffen der Arbeitskreise
  - Rundschreiben der Arbeitskreise
  - Seminare und Lehrgänge
  - Rahmenabkommen:
    - **Akten- und Datenvernichtung** – A. & P. Drehkopf GmbH & Co. KG)
    - **Datenschutzbeauftragter** – Brands Consulting
    - **EC Cash Terminals** – PCS PayCard Service seit Januar 2020: Concardis
    - **Energieeinkauf und Controlling** – Plan Energie
    - **Förderungsmanagement** – debcash seit 2020 ETI experts
    - **Hotels** – Hotel-Gruppen von Accor-Dorint über Maritim bis Minotel
    - **ITK-Lösungen** – ecotel
    - **Lithium-Batterie-Service** – <https://www.lithium-batterie-service.de/>
    - **Mietwagen** – Europcar Business
    - **Mobilfunk** – Deutsche Telekom und Vodafone
    - **Musikbeschallung** – GEMA
    - **Musikbeschallung** – GEMA-freie Musik – Dr. Arnd Stein
    - **Paketdienst** – UPS
    - **Personalverwaltung** – Entgelt u. Rente AG
    - **Rücknahme von Versand-/Verkaufsverpackungen** – Reclay
    - **Softwarelösungen** – Stein Software
    - **Versicherungen:** Kompletter Versicherungsschutz, von der Auto- bis zur Sachversicherung – Hemmer & Felder
    - **Warenkreditversicherungen** – HFB
- Erstellen von Lieferbedingungen/AGB
- Mitarbeit in Handelsbeiräten
- Aufgaben gegenüber Lieferanten
  - Gestaltung der Vertriebswege
  - fachhandelsgerechte Sortimente
  - Einkaufsbedingungen
  - Positionspapiere
- Interessenvertretung gegenüber
  - Industrie und Großhandel
  - Verbänden und Kammern
  - Messegesellschaften
  - Behörden
  - politischen Parteien
  - Institutionen der Normung
  - Medien
  - Verbraucherorganisationen und Testinstituten
  - Wettbewerbszentralen
- Wahren der Brancheninteressen
- Imageförderung des Fachhandels
- Begründen der Fachhandelsleistung
- Leistungsförderung der Mitglieder
- Förderung einer gesunden Branchenstruktur
- Herstellen von Öffentlichkeit
- politische Stellungnahmen
- der Verband als Ratgeber
  - juristisch
  - strategisch
  - betriebswirtschaftlich
  - bei Fragen nach Bezugsquellen
  - Vermittlung von Auslandspraktika

Sparen Sie Zeit und Geld durch Ihre Mitgliedschaft im ZHH und profitieren Sie von unserem Know-How.

Wir vertreten Ihre Interessen, denn Einzelkämpfer haben es heutzutage schwer.

**Gemeinsam sind wir stärker.** Kommen Sie zu unseren Veranstaltungen, fragen Sie Kollegen oder informieren Sie sich in der Geschäftsstelle (Tel.: 0211/4705011, Fax: 0211/4705019, E-Mail: [gf@zhh.de](mailto:gf@zhh.de)) bzw. im Internet unter [www.zhh.de](http://www.zhh.de).





## Gezielte Spezialisierung durch Arbeitskreise

Der Zentralverband Hartwarenhandel e.V., Düsseldorf, ist seit mehr als 120 Jahren (gegr. 1898) der Berufsverband für den mittelständischen Fachhandel der Hartwarenbranche. Er gliedert sich in acht Arbeitskreise und Verbände. Jedes Mitgliedsunternehmen gehört zu einem oder mehreren Verbänden und Arbeitskreisen, die das breite Branchenspektrum abdecken. Eine reine ZHH-Mitgliedschaft gibt es nicht.

Mit der Bildung von Arbeitskreisen und Fachverbänden ist der ZHH einer Entwicklung gefolgt, die den Eisenwaren- und Hausrathandel prägt, nämlich dem Trend zur Spezialisierung. Diesem Wandel, der Entstehung neuer Betriebstypen als Antwort auf andere Kundenbedürfnisse und veränderte Markterfordernisse, hat der ZHH auch die Verbandsstrukturen angepasst. Die Arbeitskreise und Verbände bieten den Unternehmen die Chance, sich fachbezogen zu organisieren und die jeweils gewünschten Verbandsdienste in Anspruch zu nehmen.

<p><b>AHB</b>  <u>Arbeitskreis Hartwarenhandel</u>  <u>Berlin / Brandenburg</u>                      gegr. 2006</p> 	<p><b>AKB</b>  <u>Arbeitskreis Baubeschlag</u>                      Produktionsverbindungshandel                      mit Baubeschlägen und Sicherheitstechnik                      gegr. 1961</p>  <p><b>AKB</b></p>	<p><b>AKW</b>  <u>Arbeitskreis Werkzeuge</u>                      Fachgroßhandel mit Werkzeugen, Verbindungstechnik und Industribedarf                      gegr. 1965</p>  <p><b>AKW</b></p>
<p><b>BMK</b>  <u>Bundesverband Mittelständischer</u>  <u>Küchenfachhandel</u>                      Fachhandel mit Einbauküchen und Haushalt-Großgeräten                      gegr. 1994</p> 		<p><b>FDE</b>  <u>Fachverband des Deutschen</u>  <u>Eisenwaren- und Hausrathandels</u>                      Fachhandel mit Eisenwaren und Hausrat und Sicherheitstechnik                      gegr. 1898</p> 
<p><b>FHG</b>  <u>Fachkreis Hausrat / GPK</u>                      Facheinzelhandel mit den Sortimenten Hausrat und GPKB                      gegr. 1987 als Gruppe 67 – 1993 in FHG umbenannt</p> 	<p><b>multitec</b>  <u>Bundesverband Produktionsver-</u>  <u>bindungshandel</u>                      Vollsortimenter im PVH mit Stahl, Sanitär, Werkzeug, Beschlägen, Befestigungstechnik                      gegr. 1996</p> <p><b>multitec</b></p>	<p><b>VdM</b>  <u>Verband der Motoristen</u>                      Fachbetriebe mit Garten-, Forst- und Kommunalmaschinen sowie vollem Service                      gegr. 1991</p> 



**Helmut Döring**  
Berlin  
Vorsitzender des AHB



### Sprecherkreis des AHB

**Helmut Döring**, Berlin – Vorsitzender  
(ab Oktober 2019)

**Thomas Dammann**, Zentralverband Hartwarenhandel  
e.V., Düsseldorf – stellv. Vorsitzender

**Detlef Groth**, Glienicke – Vorsitzender  
(bis Oktober 2019)

**Melanie Philipp**, Philipp Einzel- und Großhandels  
GmbH, Berlin

### Interessenvertretung für Berlin und Brandenburg

Seit 2006 sind im AHB die Hartwarenhändler des Fachverbandes des Hartwarenhandels (FDE) Berlin und Brandenburg e.V. organisiert. Der AHB vertritt sowohl Einzelhändler als auch Produktionsverbindungshändler (PVH) aus dieser Region im ZHH. Der Vorstand des FDE-Berlin ist gleichzeitig der Sprecherkreis des AHB im ZHH.

**Vorstand.** Bis Oktober 2019 stand Detlef Groth dem FDE-Berlin und damit auch dem AHB als Vorsitzender vor. Mit der Neuwahl des Vorstandes im Oktober 2019 übergab er diese Aufgabe an Helmut Döring von der Firma Eisen-Döring in Berlin. Der Vorstand, wie auch die Mitglieder des FDE-Berlin, dankten ihm für seine langjährige Vorstandsarbeit, wovon er neun Jahre den Vorsitz bekleidete, sowie seinen unermüdlichen Einsatz für die Branche. Groth und Döring standen im Berichtszeitraum als stellvertretender Vorsitzender Thomas Dammann, der auch die Geschäftsführung des FDE-Berlin innehatte, sowie Melanie Philipp zur Seite.

**Regionaltagungen.** In Kooperation mit den anderen Arbeitskreisen des ZHH wurden im AHB jährlich zwei Regionaltagungen, einschließlich der Mitgliederversammlung, in Berlin angeboten. Dort standen neben organisatorischen Vereinsaspekten rechtliche und betriebswirtschaftliche Änderungen sowie aktuelle Themen im Fokus, wie z.B. „Welche Veränderung der Kundenansprache bringt die Digitalisierung mit sich?“ oder „Online-Payment“. In den Jahren 2020 und 2021 ging es besonders um „Die Auswirkungen und Handhabungen der Corona-Krise“. Aktuelle Brancheninformationen erhielten die AHB-Mitglieder über die ZHH-Information und Rundschreiben der Arbeitskreise.

**Umsatzentwicklung.** Im Berichtszeitraum legten die Umsätze im Hartwarenhandel in Berlin jährlich um rund 2,2% zu. Der gesamte Einzelhandel in Berlin wuchs sogar um 21,7%, vor allem außerhalb von Verkaufsflächen, also im Versand- und Onlinehandel (+73%). In Brandenburg stieg der Umsatz des Hartwarenhandels im selben Zeitraum um 2,4%, während der gesamte Einzelhandel in Brandenburg 21,7% zulegte. Auch hier getrieben vom Handel außerhalb von Verkaufsräumen mit einem Wachstum von 53%. Die Beschäftigungslage entwickelte sich unterschiedlich: In Berlin nahm sie im Hartwarenhandel um 1% zu, während sie in Brandenburg um 3,9% zurückging. Im Vergleich dazu lag der Personalzuwachs im Handel insgesamt in Berlin bei 9,5% und in Branden-



<b>Kennziffern des Hartwaren-Einzelhandels in Berlin und Brandenburg</b> (Einzelhandel im engeren Sinne, in Verkaufsräumen)						
	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>1. Hbj. 2021</b>	<b>01-11 2021</b>
Beschäftigte <sup>1)</sup>						
Berlin	+0,3%	- 0,5%	+ 0%	+ 0,9%	+ 0,3%	+0,7%
Brandenburg	-1,8%	- 2,5%	- 3,6%	- 3,8%	- 0,3%	- 0,2%
Umsatz/nominal						
Berlin	+ 3,6%	+ 4,4%	+ 10,8%	+ 8,8%	- 22,3%	- 14,2%
Brandenburg	+ 0,4%	+ 0,1%	+ 2,9%	+ 8,0%	- 12,7%	- 8,6%

<sup>1)</sup> Angaben des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg und Handelsverbands Berlin e.V. (HBB)

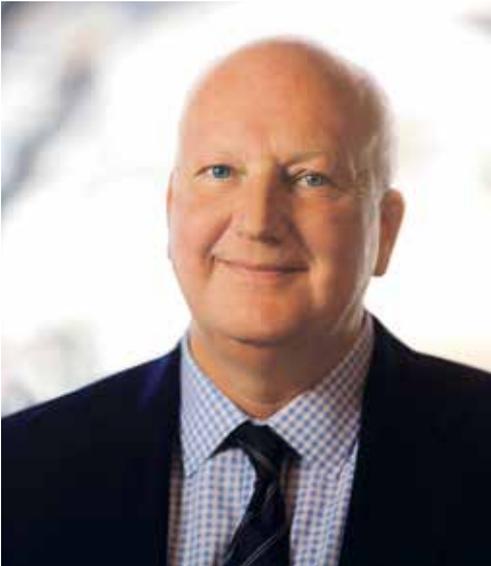
burg bei 5,1%, außerhalb von Verkaufsflächen bei 27,3% und 10,1%.

Das Bruttoinlandsprodukt war in diesem Zeitraum trotz Corona-Pandemie in Berlin positiv, in Brandenburg leicht negativ. Im Zweieinhalb-Jahre-Durchschnitt (2019 bis 1. Halbjahr 2021) lag es in Berlin bei 0,47%, in Brandenburg bei - 0,53%, in Deutschland ging das Bruttoinlandsprodukt real in diesem Zeitraum um -0,47% zurück. Seit 2019 ist die durchschnittliche Pro-Kopf-Kaufkraft in Brandenburg höher als in Berlin. In beiden Ländern liegt die Kaufkraft durchschnittlich aber weiterhin unter dem Bundesdurchschnitt, Berlin (92,4%) und Brandenburg (92,8%), trotz leichter Verbesserung. Der Bundesdurchschnitt lag 2021 bei einer Kaufkraft von 23.637,00 Euro je Einwohner.

Die wirtschaftliche Entwicklung im Hartwarenhandel in Berlin und Brandenburg ist dank der Jahre 2019 und 2020 von Umsatzzuwachsen über 2% geprägt. Nach recht ordentlichen Vorjahren, vor allem in Berlin, konnten im Jahr 2019 Umsatzzuwächse in den Sortimenten des Hartwarenhandels verzeichnet werden, deutlich in Berlin mit + 10,8%, etwas verhaltener in Brandenburg mit einem Plus von 2,9%. Dabei waren gerade in Berlin zusätzliche Aktivitäten im E-Commerce und Online-Bereich ursächlich für das Wachstum. Diese Entwicklung verstärkte sich in beiden Bundesländern in den Jahren 2020 und 2021 durch die Corona-Pandemie, die zunächst im Einzelhandel das Schlimmste befürchten ließ. Doch die Besinnung der Verbraucher auf das eigene Heim und Einschränkungen bei Reisen und Mobilität ließen den Hartwarenhandel zu einem der Handelsgewinner im Corona-Jahr 2020 werden. In beiden Bundesländern legten die Umsätze in diesem Jahr, teilweise auch durch das verstärkte Online-Geschäft um rund 8% zu. Doch mit dem Lockdown ab 16. Dezember 2020 brachen die Umsätze zum Ende des Weih-

nachtsgeschäftes, vor allem aber in den ersten Monaten des Jahres 2021 massiv ein. Auf das Jahr 2020 hatte dies nach den guten Vormonaten kaum Einfluss, doch die monatelange Flächenschließung sorgte in der ersten Jahreshälfte 2021 für Umsatzeinbrüche: in der Spitze bis zu 80% des Vorjahres. Doch auch hier kehrten mit der Öffnung der Ladenflächen die Kunden zeitnah zurück, auch wenn die Aufholeffekte verhaltener ausfielen als im Vorjahr. Zudem sorgten wiederkehrende Reise- und Freizeitmöglichkeiten wie auch positive Erfahrungen mit dem Online-Geschäft für ein verändertes Ausgabeverhalten der Verbraucher. In der zweiten Jahreshälfte verbesserte sich die Situation zunächst weiter, bevor die 3G/2G/2G+-Regelungen im Herbst das Einkaufserlebnis wieder trübten und die Kundenfrequenz im Laden spürbar sank. So muss für das Gesamtjahr 2021 mit deutlichen Umsatzrückgängen gerechnet werden, die einen Teil der Zuwächse aus den beiden Vorjahren wieder aufzehren dürften.

**Baumärkte.** Die (reine) Verkaufsfläche wie auch die Baumarktdichte hat sich im Berichtszeitraum nicht verändert. So weist Berlin neben Hamburg mit rund 80.000 Einwohnern je Baumarkt weiterhin die geringste Baumarktdichte in Deutschland auf. Auch in Brandenburg, wo die Dichte größer ist, hat es mit rund 29.200 Einwohnern je Baumarkt keine nennenswerte Veränderung gegeben. Die Zahl der Baumärkte lag laut der Marktforschungsgesellschaft Gemaba 2020 in Berlin bei 45 (Ø-Verkaufsfläche von 9.110 m<sup>2</sup> im Innenbereich), in Brandenburg bei 86 mit einer leicht angestiegenen Verkaufsfläche je Baumarkt auf 5.640 m<sup>2</sup> im Innenbereich. Dafür muss sich der Hartwarenhandel aber dem massiv gestiegenen Online-Geschäft stellen und entsprechend der Kundenwünschen ausrichten – jetzt und vor allem zukünftig!



**Martin Meeseburg**  
Flensburg  
Vorsitzender des AKB

Arbeitskreis Baubeschlag (AKB)



### AKB-Vorstand (Stand August 2021)

- Martin Meeseburg**, M. Meeseburg KG, Flensburg – Vorsitzender  
**Bernd Garlipp-Möller**, Hans Möller & Sohn GmbH, Kelkheim (stellvertretender Vorsitzender)  
**Klaus Ammon**, Ammon Beschläge-Handels GmbH, Nürnberg  
**Klaus-Peter Boock**, Eisen-Jäger Kiel GmbH, Kiel  
**Nikolas Bransch**, Häfele GmbH & Co. KG, Nagold (seit Januar 2020)  
**Holger Kerl**, BEZET BESCHLÄGEZENTRUM GmbH & Co. KG, Göttingen (seit Januar 2021)  
**Maximilian Kipping**, Kipping GmbH, Alsfeld  
**Susanne Kötter**, Kötter + Siefker GmbH & Co. KG, Lotte  
**John Smits**, VBH Deutschland GmbH, Korntal-Müncheningen (seit März 2021)  
**Klaus Sudmann**, RÜTÜ Rüschemschmidt & Tüllmann GmbH & Co. KG, Münster  
**Marco Traubinger**, J.N. KREILLER KG, Traunstein (seit September 2020)  
**Ulf Loesenbeck**, VBH Deutschland GmbH, Korntal-Müncheningen (bis März 2021)  
**Klaus Matschke**, Paul Paschke GmbH, Hannover (bis Januar 2021)  
**Dr. Wolfgang Frisch**, Herm. Fichtner Hof GmbH, Hof (bis September 2020)  
**Carsten Rau**, M. u. F. Valentin Tischlerbedarf GmbH & Co. KG, Berlin (bis 2019)  
**Klaus Schwager**, Häfele GmbH & Co. KG, Nagold (bis Januar 2020)

### Schlagkräftige Interessenvertretung für den Baubeschlagfachhandel

Der 1961 gegründete Arbeitskreis Baubeschlag, kurz AKB, ist der älteste Arbeitskreis innerhalb des ZHH. Er vertritt die Interessen der im Produktionsverbindungshandel (PVH) tätigen Unternehmen mit den Sortimentsschwerpunkten Möbel, Tür- und Fensterbeschlag sowie Sicherheitstechnik und Bauelemente. In seiner 60-jährigen Geschichte, hat sich der AKB den Gegebenheiten und Herausforderungen stetig angepasst und als beständiger und kompetenter Partner des Baubeschlag-PVH erwiesen. Derzeit vertritt der AKB die Interessen von rund 200 Verkaufsstandorten in Deutschland und ist auch international, insbesondere im näheren europäischen Ausland, gut vertreten. Der Organisationsgrad des AKB liegt damit bei etwa 75% des deutschen Fachhandelsmarktes im Bereich Beschlagtechnik.

**Verbandsaktivitäten.** Im Berichtszeitraum fanden eine Vielzahl an Verbandsveranstaltungen und Gremiensitzungen statt, wozu vor allem die Rundtischgespräche der Regionalgruppen, die Ständige Konferenz und die Vorstandssitzung zählen. Diese Veranstaltungen erfreuten sich einer regen Teilnahme durch die Mitglieder und weitere Interessierte. Wie gewohnt, stand der AKB im Kontext mannigfaltiger drängender Branchenthemen (z.B. AGB-Kontrolle, Normung, Produktdaten, Corona-Verordnungen etc.) und –initiativen im regen Kontakt mit Einkaufs- und Industrieverbänden und vertrat die Interessen des stationären Baubeschlagfachhandels gegenüber Entscheidern in Politik und Verwaltung. Daneben begleitete der AKB weiterhin die Nachwuchsförderung und Weiterbildungsarbeit des ZHH Bildungswerks, speziell den AKB-Lehrgang „Technischer Fachkaufmann Beschlagtechnik“, der mittlerweile im 39. Jahrgang gestartet ist.

Die Corona-Pandemie bedeutete allerdings ab Frühjahr 2020 eine jähe Zäsur, konnten doch zunächst praktisch keine Präsenzsitzungen mehr stattfinden. Ausnahmen bildeten einige Rundtischgespräche, die im Juni und Herbst 2020 nachgeholt wurden. Im Frühjahr 2021 fanden fast alle Rundtischgespräche digital als Videokonferenz statt und waren gut besucht. Andere Präsenzveranstaltungen, wie die Eisenwarenmesse in Köln und der AKB-Branchenabend auf der fensterbau/frontale 2020 in Nürnberg fielen ersatzlos aus. Die Ständige Konferenz 2020 wurde ersatzweise digital durchgeführt. Trotz der pandemiebedingten Herausforderungen konnte die



AKB-Geschäftsstelle den engen Draht zu den Mitgliedern halten: Persönliche Beratung (sei es digital oder telefonisch) zu individuellen Problemen und Fragen, Sensibilisierung von Politik und Verwaltung für die Interessen des PVH, Erstellung von Newslettern und Merkblättern, Durchführung von Mitgliederumfragen und viele weitere Informationen und Hilfsangebote unterstützten den Baubeschlagfachhandel.

Im Berichtszeitraum neu eingeführt wurden das „Corona“-Rundschreiben und ein monatlich erscheinender Mailnewsletter, welcher kurz und kompakt über Aktuelles aus dem Verband, der Branche und z.B. der Gesetzgebung informiert.

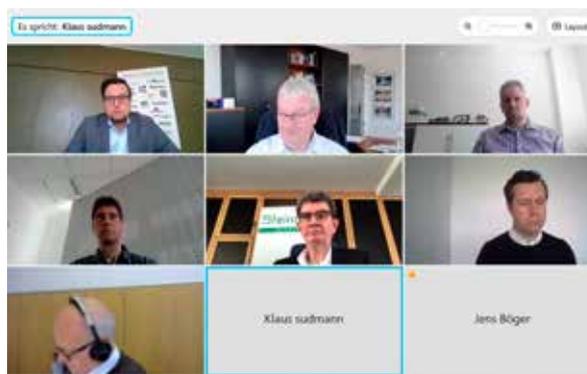
**Rundtischgespräche.** Der AKB gliedert sich traditionell in Regionalgruppen. Jeweils im Frühjahr und Herbst eines Jahres tauschten sich die Anwesenden einer Region über die wirtschaftliche Entwicklung des letzten halben Jahres, Trends, Branchennews und die Verbandsarbeit aus. Der Verband klärt daneben über juristische, politische und/oder wirtschaftliche Vorhaben, Entwicklungen und Neuerungen auf, die für die Unternehmer in der täglichen Praxis relevant sein können. Im Berichtszeitraum haben in Präsenz



Regionalgruppe West in Bensheim – Juni 2020.



Regionalgruppe Weser/Ems bei Kötter & Siefker in Lotte – Oktober 2020.



Regionalgruppe Ruhrgebiet/Westfalen, digital – April 2021.

und digital 31 Rundtischgespräche stattgefunden, an denen durchschnittlich über 70% der Mitgliedsbetriebe teilnahmen. Die gute Anwesenheitsquote verdeutlicht einerseits den hohen Stellenwert des AKB im Mitgliederkreis, andererseits den Mehrwert des Austausches mit den Marktbegleitern. Die offene Atmosphäre ist auf die teils vor Jahrzehnten im Rahmen der AKB-Runden geknüpften Kontakte zurückzuführen und ermöglicht, trotz auch kontroverser Diskussionen und einer vorhandenen Wettbewerbssituation, einen gesunden Diskurs im Sinne gemeinsamer Ziele und der Branche.

**AKB-Vorstand.** Aufgrund personeller Veränderungen in den Mitgliedsunternehmen gab es in der laufenden Amtszeit einige Veränderungen im AKB-Vorstand. So verabschiedeten sich Dr. Wolfgang Frisch und Klaus Matschke nach langjähriger ehrenamtlicher Tätigkeit für den ZHH/AKB zum 01.01.2021 in den wohlverdienten Ruhestand. Dr. Frisch war fast zehn Jahre als Sprecher der Regionalgruppe Bayern im AKB-Vorstand und rund 40 Jahre als meinungsstarkes Mitglied aktiv. Klaus Matschke war seit Anfang der 80er Jahre prägend in die Verbandsgremien involviert, u.a. zehn Jahre im Finanzausschuss des ZHH und ab 2001 als Sprecher der Region Niedersachsen/Sachsen-Anhalt. Als Nachfolger von Dr. Frisch wurde Marco Traubinger, J.N. Kreiller GmbH, gewählt, auf Klaus Matschke folgte in Hannover Holger Kerl, BEZET BESCHLÄGEZENTRUM GmbH & Co. KG. Ebenfalls nach 15-jähriger engagierter Vorstandstätigkeit schied zum Jahreswechsel 2019/20 Klaus Schwager von Häfele aus dem Gremium aus. Ihm folgte Nikolas Bransch. Nach knapp drei Jahren im AKB-Vorstand verabschiedete sich Ulf Loesenbeck von VBH, dessen Platz sein Nachfolger John Smits Anfang 2021 einnahm. Carsten Rau, M. u. F. Va-



lentin GmbH & Co. KG, seit April 2018 Sprecher der Gruppe Ost, verkaufte 2019 sein Unternehmen und schied damit aus dem Verband aus. Zum Ende der gewählten Amtszeit traten auch die langjährigen Sprecher der Region West Bernd Garlipp-Möller, Hans Möller & Sohn GmbH – sein Nachfolger wurde Maximilian Kipping, Karl Kipping GmbH – und der Sprecher der Region Nord Klaus-Peter Boock, Eisenjäger Kiel GmbH, altersbedingt nicht mehr zur Wahl an. Beide hatten diese Aufgaben im Jahr 2007 übernommen und damit 15 Jahre aktiv ihre Regionen geleitet und in den AKB-Gremien mitgearbeitet. Allen Genannten sei für ihr hervorragendes ehrenamtliches Engagement im Sinne der Branche herzlich gedankt.

**Tradition verbindet – Die Ständige Konferenz.** Schon bei Gründung des AKB hatten die Initiatoren eine „Ständige Konferenz Handel/Industrie“ vorgesehen, die dann 1961 zum ersten Mal stattfand. Noch heute tagt jedes Jahr im November die Ständige Konferenz der Schloss- und Beschlagindustrie und des Baubeschlag-Fachhandels, die federführend vom AKB und dem Fachverband Schloss- und Beschlagindustrie e.V. (FVSB) organisiert und durchgeführt wird. Viele Branchen beneiden uns um diese Institution und das gestärkte Netzwerk, denn gemeinsamer Ideen- und Erfahrungsaustausch schafft Verständnis füreinander und ist die Basis dafür, gemeinsame Herausforderungen nachhaltig zu meistern und weiteres Wachstum für alle auch zukünftig zu garantieren.

**2019.** Das Treffen von Fachhandel und Industrie fand in diesem Jahr in Frankfurt a.M. statt. Gut 62 Teilnehmer waren der Einladung gefolgt und besuchten am ersten Tag, noch vor dem traditionellen Gänseessen, die neue Altstadt der Mainmetropole. Die Konferenz fand im Kongresszentrum der Messe Frankfurt statt, woran sich die Besichtigung des Sicherheitszentrums der Messe anschloss.



2019: Bei der Messe Frankfurt. – Foto: S. Koppers

**2020.** Coronabedingt musste die in Bremen geplante Ständige Konferenz abgesagt werden. Um dennoch die wichtigsten Branchenthemen besprechen zu können und die Kontakte zu pflegen, fand die Veranstaltung als Treffen der Vorstandsgremien am 18. November online statt. Insgesamt waren 18 Teilnehmer anwesend, die Vorstandsgremien mithin fast vollständig vertreten.



AKB-Vorstand tagt 2020 im Vorfeld der Ständigen Konferenz digital.

**2021.** Trotz Pandemie gelang es mit einem ausgearbeiteten Hygiene- und Sicherheitskonzept die Ständige Konferenz in Bremen mit gut 60 Teilnehmern erfolgreich und mit spannenden Beiträgen durchzuführen. Am Vortag hatte anstelle der ausgefallenen Betriebsbesichtigung von Airbus die Besichtigung der Bremer Kunsthalle die Teilnehmer begeistert, bevor am Abend das traditionellen Gänseessen anstand.



Wieder in Präsenz, 2021 in Bremen. – Foto: S. Koppers

### Wirtschaftliche Entwicklung

**2019.** Das erste Halbjahr 2019 wurde von den Mitgliedern mehrheitlich zufriedenstellend bewertet. 9% der Betriebe mussten aber auch Umsatzrückgänge gegenüber dem Vorjahr verbuchen. Im Durchschnitt konnte der Fachhandel aber ein Umsatzwachstum von 4,2% erwirtschaften. Das zweite Halbjahr verlief merklich schwächer. Der Baubeschlag-PVH konnte in der Gesamtschau 2019 ein Plus von 2,6% er-

zielen. Getragen wurde dieses Ergebnis von stabilen Wachstumsraten im Tür- und Fensterbeschlag sowie der hohen Nachfrage in den Bereichen Bauelemente, Services und Dienstleistungen. Rückgänge mussten hingegen in den Bereichen Möbelbeschlag und Werkzeuge/Maschinen hingenommen werden. Als größte Herausforderung des Handels identifizierten die Mitglieder den zunehmenden Preisdruck, den Fachkräftemangel, den Wettbewerb durch Großhändler und Direktanbieter, mit geringerer Bedeutung den Wettbewerb durch neue, branchenfremde Anbieter sowie Schwierigkeiten durch zusätzliche bürokratische Hürden. Für 2020 rechnete man mit einer stabilen Entwicklung und prognostizierte einen Umsatzzuwachs von 1-2%.

**2020.** Die Corona-Krise traf den PVH nach einem guten ersten Quartal unerwartet und je nach Sortimentsschwerpunkt unterschiedlich hart. Insbesondere Fachhändler, die primär an Industriekunden liefern, mussten teilweise – vor allem zwischen März und Ende Mai – Umsatzeinbrüche von über 20% verkraften. Die Einführung von Homeoffice, teilweise Kurzarbeit, die Implementierung von Schutz- und Hygienekonzepten sowie Infektions- und Quarantänefälle in den Unternehmen sorgten merklich für Verunsicherung und brachten gewohnte Abläufe und Prozesse durcheinander. Da aber Verarbeiter nicht von Tätigkeits- und Betriebsverboten betroffen waren, brach die Nachfrage im Baubeschlag-PVH zu keinem Zeitpunkt massiv ein. Eine AKB-Umfrage zeigte in dieser Zeit: Die Branchenlage wurde bis einschließlich Juni 2020 von 73,4% der Mitglieder als zufriedenstellend und jeweils von 13% als gut bzw. schlecht eingestuft. Der Fachhandel profitierte von seiner Lagerhaltung, die, trotz der Einschränkungen im internationalen Warenverkehr, die Warenversorgung der Kunden sicherstellte. So konnte trotz der beispiellosen Verwerfungen der Baubeschlag-PVH im 1. Halbjahr 2020 noch ein Umsatzwachstum von +1,2% erwirtschaften. Das zweite Halbjahr verlief ähnlich, aber in geordneteren Bahnen. Der Baubeschlag-Fachhandel beendete das Jahr mit einem Plus von etwa 2%. Während Fenster (+1,1%), Tür- (+2,3%) und Möbelbeschläge (+1,2%), Bauelemente (+5,6%) sowie Services und Dienstleistungen (+6,9%) solide bis gute Zuwächse aufwiesen, gingen die Umsatzzahlen im Bereich Werkzeuge und Maschinen (-4,2%) zurück. Merklich schwächer fiel auch das Umsatzwachstum im Bereich Sicherheitstechnik (+1,6% ggü. +6,6% – 2019) aufgrund der Krisenerscheinungen im Objektgeschäft, bei Wartungen sowie im Laden- und Messebau aus.

Die Warenversorgung durch die Hauptlieferanten wurde zu Spitzenzeiten im Mai von über zwei Drittel

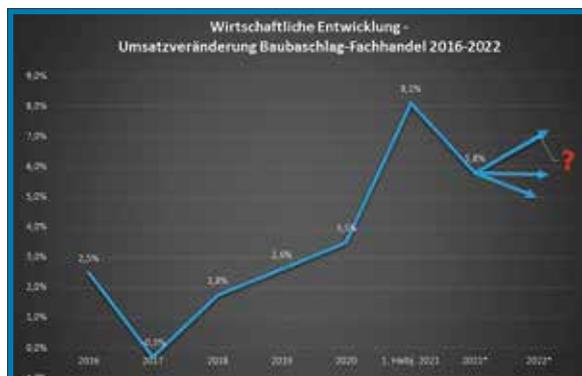
der PVH-Betriebe als problematisch charakterisiert.

**2021.** Trotz der anhaltenden epidemischen Lage und weiter bestehenden Problemen bei der Warenverfügbarkeit erwirtschaftete der Baubeschlag-PVH nach einem stabilen 1. Quartal im 2. Quartal erhebliche Umsatzzuwächse. So gelang im 1. Halbjahr ein durchschnittlicher Umsatzzuwachs von +8,1% gegenüber dem Vorjahr. Im 3. und 4. Quartal setzte sich das Umsatzwachstum auf niedrigerem Niveau bei einem leicht eingetrübten Umfeld aufgrund von Materialknappheit und Fachkräftemangel fort.

Stärkere Einbrüche im Objektgeschäft, Laden- und Messebau konnten auch durch einen starken Anstieg privater Investitionen aufgefangen werden. Die Wiederbelebung in den Sommermonaten, die anhaltend hohe Auslastung im Handwerk und der Bauwirtschaft, sorgten bei Tür- und Fensterbeschlägen, Bauelementen, aber auch in den anderen Sortimentsbereichen, für ein deutliches Umsatzplus.

So zeigte sich der Baubeschlag-PVH für das Gesamtjahr 2021 unter leicht herausfordernden Rahmenbedingungen recht optimistisch und prognostiziert ein Wachstum von +5,8% für das Gesamtjahr.

**Prognose.** Die Prognose für 2022 gestaltet sich



Konjunkturelle Entwicklung 2019 – 2022

schwierig, da die weitere Entwicklung der Warenversorgung, Rohstoffpreise, Transportkosten und Fachkräftemangel im weiter vorhandenen Pandemieumfeld schwierig einzuschätzen ist. Die sehr gute Auftragslage im Baugewerbe und bei den Verarbeitern lässt aber eine positive Fortsetzung der Entwicklung erwarten. Dabei dürfte das Wachstum eher preis- als mengengetrieben sein.



Dr. Paul Kellerwessel  
Köln  
Vorsitzender des AKW/multitec



### Sprecherkreis des AKW/multitec

**Dr. Paul Kellerwessel**, Aug. Hülden GmbH + Co. KG, Köln – Vorsitzender (AKW)

**Meinolf Gockel**, Meinolf Gockel GmbH & Co. KG, Warburg (multitec)

**Berthold Horstick**, G. Elsinghorst Stahl und Technik GmbH, Bocholt (multitec)

**Christian Mergenthaler**, Eisen-Bärle GmbH & Co. KG, Bruchsal (AKW)

**Kai-Uwe Meyer**, Lerbs AG, Stuhr (AKW)

**Helge Nagorny**, Handelskontor Seevetal GmbH, Seevetal (AKW)

**Marco Roloff**, Werkzeuge Roloff GmbH, Stendal (AKW)

**Stefan Wiedenhöfer**, Friedrich Kicherer KG, Ellwangen (multitec)

### Die Interessenvertretung der Werkzeugspezialisten

Die Produktionsverbundhändler (PVH) mit den Schwerpunkten Elektrowerkzeuge, Handwerkzeuge, Präzisionswerkzeuge, Arbeitsschutz, Betriebseinrichtung sowie Verbindungs- und Befestigungstechnik sind im Arbeitskreis Werkzeuge (AKW) organisiert. Die Hauptaufgaben des AKW sind die Interessenvertretung der Mitglieder gegenüber der Industrie und anderen Vertriebskanälen, die Konzeption von Aus- und Fortbildungsmaßnahmen und die Förderung der wirtschaftlichen Entwicklung der Unternehmen. Daneben stehen Meinungsbildung und Markterhebungen im Vordergrund. Seit 2010 führt der AKW seine Aktivitäten sowie die Vorstandsarbeit mit dem multitec zusammen durch. Entsprechend gelten die nachfolgenden Ausführungen für beide Arbeitskreise. Ab Seite 44 werden diese um die Themen ergänzt, die speziell die im multitec organisierten PVH-Vollsortimenter betreffen.

**Wirtschaftliche Lage.** Im Berichtszeitraum verzeichneten die Werkzeughändler ein jährliches Umsatzwachstum von 2,7%. Dabei wuchsen die Umsätze in den Jahren 2019 und 2021, während im Jahr 2020 ein leichter Rückgang von 0,5% zu verbuchen war.

**2019.** Nach einem guten Vorjahr mit einem Umsatzwachstum von 2,8%, startete der Werkzeug-PVH 2019 erfolgreich in den Berichtszeitraum. Die gute Auftragslage in den Kundengruppen ließ die Umsätze weiter steigen. Dabei entwickelten sich fast alle Warenbereiche positiv, wobei Arbeitsschutz und Industriebedarf mit über 4% am stärksten zulegen konnten. Die Bereiche der Zerspanung und Präzisionswerkzeuge verzeichneten im Jahresverlauf hingegen ein immer schwierigeres Geschäft, denn der Maschinen- und Werkzeugsektor geriet bei nachlassendem Geschäft zunehmend unter Druck. Doch insgesamt konnten die Werkzeugspezialisten, dank der guten Entwicklung des Handwerks und der Baubranche das Jahr mit einem Umsatzzuwachs von 1,8% abschließen.

Dabei setzte sich der Trend zu kabellosen Geräten durch die immer leistungsfähigeren Akku-Packs weiter fort. Auch Spezialprodukte und Lösungskonzepte für C-Teile-Management konnten dank der hohen Beratungskompetenz erfolgreich im Markt platziert werden.

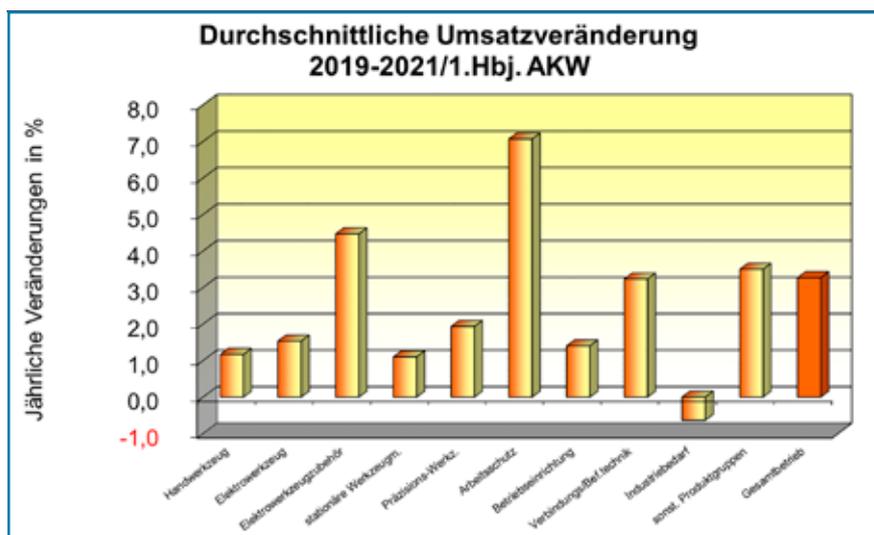
**2020.** Mit zurückhaltenden Erwartungen ging der Werkzeug-PVH in das Jahr 2020, da die Aus-

sichten für den Maschinen- und Werkzeugsektor ein weiterhin schwieriges Umfeld erwarten ließen. Doch Ende Februar waren mit dem Ausbruch der Corona-Pandemie alle Planungen (zunächst) Makulatur. Auch der Werkzeug-PVH bekam die Folgen der Pandemie zunächst zu spüren und griff vorsorglich auf die staatlichen Unterstützungen zu. Speziell den stark exportabhängigen Maschinen- und Werkzeugbau traf die Corona-Krise in voller Härte.

Massive Einbrüche bei den Investitionsgütern, der Betriebseinrichtung und dem Industriebedarf sowie in der Zerspanung und bei Präzisionswerkzeugen waren die Folge und sorgten hier für Umsatzrückgänge von 20% und mehr. Doch durch schnelles und flexibles Handeln, insbesondere mit Arbeits- und Corona-Schutzartikeln, gelang es, Zusatzumsätze, auch in bisher fremden Kundenbereichen, zu generieren und damit Umsatzeinbrüche in anderen Segmenten teilweise zu kompensieren. Zudem lief es dank der hohen Auftragspolster im Handwerk und im Baugewerbe verhältnismäßig gut und der PVH blieb als Versorger der gewerblichen Kunden von Flächenschließungen verschont.

Der Vertrieb über Online-Plattformen und den eigenen Onlineshop nahm zu und half ebenfalls, die flächenbedingten Umsatzrückgänge aufzufangen. Und der Einsatz sollte sich auszahlen. Mit der Belegung des Marktes in der zweiten Jahreshälfte konnten die pandemiebedingten Rückgänge nahezu aufgefangen und das Geschäftsjahr 2020 mit einem leichten Umsatzrückgang von 0,5% noch zufriedenstellend abgeschlossen werden.

**2021.** Der Start in das Jahr 2021 war zunächst geprägt von der zweiten Corona-Welle. Glücklicherweise blieb auch in dieser Zeit der Werkzeug-PVH, aufgrund seiner Großhandelsfunktion, von wochenlangen Geschäftsschließungen, wie sie den Einzelhandel trafen, verschont und konnte nach einem ordentlichen ersten Quartal schnell an die positive Entwicklung des Vorjahres anknüpfen. Im zweiten Quartal verzeichnete der Werkzeug-PVH ein rasantes Umsatzwachstum, da die Investitionsbereitschaft in allen Kundenbereichen zurückkehrte, auch in der Metall- und Maschinenbaubranche. So legten stationäre Werkzeuge und Präzisionswerkzeuge nennenswert



zu. Aber auch in den anderen Warenbereichen, wie beim Handwerk- und Elektrowerkzeug oder Arbeitsschutz, konnten zweistellige Umsatzzuwächse erzielt werden, zum Teil durch Preiserhöhungen getrieben. Diese Preissteigerungen verbunden mit zunehmenden Versorgungsengpässen führten in der ersten Jahreshälfte im Handwerk sogar zu „Hamsterkäufen“. Um die Lieferfähigkeit zu sichern und den zunehmenden Schwierigkeiten bei der Warenversorgung zu begegnen, stockten die Werkzeughändler ihre Lager merklich auf. Bedingt durch die Sommerferien mit wieder vermehrten Urlaubsreisen und Freizeitmöglichkeiten kam es zu einer vorübergehend nachlassenden Nachfrage, bevor ab September die Umsätze wieder anzogen. Die zunehmende Warenknappheit ließ bei vielen Kunden die Lieferfähigkeit zum entscheidenden Auftragsfaktor werden und den Preis in den Hintergrund treten. Entsprechend konnten die mehrfachen Preiserhöhungen problemlos an den Markt weitergegeben werden. So dürfte im Jahr 2021 ein Umsatzwachstum von 3,5 – 4,5% zu erwarten sein.

**Aussichten für 2022:** Aufgrund der anhaltenden Corona-Pandemie und der schwer einzuschätzenden weiteren Entwicklung, sind realistische Prognosen kaum möglich. Von einem weiteren Umsatzwachstum kann aber grundsätzlich ausgegangen werden, auch wenn nicht absehbar ist, ob die Steigerung eher preis- oder mengengetrieben sein wird. Denn das Baugewerbe sowie Handwerk nehmen ins Jahr 2022 ein solides Auftragspolster mit und auch der Werkzeug- und Maschinenbau geht von einem Produktionswachstum von 5% aus.

**AKW-Vorstand.** Zum Jahresende 2018 wurde der AKW-Vorstand neu gewählt. Der bis dato amtierende Vorstand stellte sich zur Wiederwahl und wurde mit großer Mehrheit bestätigt. Dr. Paul Kellerwessel,



von der Firma Aug. Hülken in Köln, wurde erneut zum Vorsitzenden gewählt. Aufgrund der Corona-Pandemie fanden im Berichtszeitraum von den zehn Vorstandssitzungen drei in Präsenz und sieben in digitaler Form statt. Dabei ging es um Vertriebswege, Produktsicherheitsverordnung, Online-Entwicklung im B2B-Bereich, Direktvertrieb, das Batterie- und Lieferkettengesetz, aber auch um den Transport von Lithium-Ionen-Batterien oder die aufkommenden Akku-Schnittstellen. Zuletzt kamen durch die Pandemie auch die Themen Warenverfügbarkeit, Versorgungsengpässe und Nachhaltigkeit hinzu. Daneben sorgte die Diskussion über die rechtliche Einstufung des Produktsicherheitsgesetzes, speziell der Sicherheit von Datenblättern und Bedienungsanleitungen, für Unruhe in der Branche. Denn die staatlichen Aufsichtsbehörden vertraten hier unterschiedliche Auffassungen, welche Präsentations- und Zugriffspflichten vom Fachhandel und der Großfläche zu erfüllen seien. Gemeinsam mit anderen Verbänden aus Handel und Industrie wurde um eine bundeseinheitliche Lösung gerungen. 2021 positionierte sich der AKW zusammen mit dem Fachverband des Deutschen Schraubengroßhandels in Berlin erfolgreich gegen die Einführung von vorläufigen Importzöllen auf Verbindungselemente aus Stahl und Eisen aus der Volksrepublik China. Zum Jahreswechsel positionierte man sich gemeinsam gegen das EU-Antidumpingverfahren, das ab Februar 2022 Importzölle in Höhe von 86,5% auf Verbindungselemente aus China vorsieht. Ein Thema, welches den AKW auch 2022 beschäftigen wird.

Mit der Elektro- und Handwerkzeugindustrie gab es drei Industriegespräche, eins in Präsenz, eins digital und eins als hybride Veranstaltung, wo die o.g. Themen sowie der PVH-Kongress und die Marktforschung weiter diskutiert wurden. Die Entwicklung des Kongresses wurde vom Vorstand weiter begleitet, wie auch die Weiterbildungslehrgänge des ZHH Bildungswerkes. Der „*Fachberater für Verbindungs- und Befestigungstechnik (m/w/d)*“ wurde überarbeitet und mit digitalen Elementen neu ausgerichtet.

**Aktivitäten des AKW.** 2019 fand der 5. PVH-Kongress mit weit über 300 Teilnehmern statt, den AKW und multitec mit der Unterstützung der Elektro- und Handwerkzeugindustrie sowie dem FDM erfolgreich (sh. S. 27ff) organisierten. 2021 musste coronabedingt der 6. PVH-Kongress digital in verkürzter Weise durchgeführt werden. Mehr als 260 Teilnehmer schalteten sich zu.



6. PVH-Kongress digital: Thomas Dammann (li) und Stefan Horst

### Online-Seminare 2020 – 2021

- |            |  |
|------------|--|
| 27.03.2020 | Den Kunden im Fokus – Digitalisierung am PoS     |
| 15.05.2020 | Was digitalen Vertrieb erfolgreich macht         |
| 18.09.2020 | Der Weg zu mehr Sicherheit im Netz               |
| 20.11.2020 | Bessere Customer Experience durch Social Media   |
| 17.05.2021 | Verkauf über digitale Marktplätze für Einsteiger |
| 10.09.2021 | B2B-Produktdaten im Handel                       |
| 04.10.2021 | Social Media: Facebook und Instagram für Händler |



Durchschnittlich elf Rundschreiben pro Jahr informierten die Mitglieder über aktuelle Branchenthemen und News aus der Verbandsarbeit. Mit halbjährlichen Konjunktur- sowie tertiären Kurzumfragen hielt der AKW/multitec die Entwicklung der Werkzeughändler und des PVH fest und bot den Mitgliedern einen Überblick. Daneben stand den Mitgliedern der Branchenbetriebsvergleich kostenfrei zur Verfügung, um im Benchmark mit Kollegenbetrieben wichtige Anhaltspunkte für die eigene Marktausrichtung zu erhalten. Das e-Learning-Tool *hartwarenwissen.de* bot den Werkzeugspezialisten attraktive Lehrbriefe zur Vermittlung des notwendigen Fachwissens in den Bereichen Werkzeuge, Befestigungstechnik und Betriebseinrichtung an. Mehrere hundert Mitarbeiter und Auszubildende griffen darauf bereits zurück. Messeauftritte sowie der „*Tag des Auszubildenden*“ fanden im Berichtszeitraum nicht statt, da pandemiebedingt die Internationale Eisenwarenmesse mehrfach ver-



schohen und abgesagt werden musste. Die Ehrung der Gewinner des Eisen-Award der Kölnmesse fand im Sommer 2020 in digitaler Form statt, nachdem die vom AKW aufgestellte Fachjury aus den rund 60 Produkten die drei innovativsten Produkte im Frühjahr ausgewählt hatte (sh. S. 27).

**Regionaltagungen/Seminare.** Im Frühjahr und Herbst wurden Regionaltreffen teilweise in Koope-

ration mit dem Arbeitskreis Baubeschlag (AKB) angeboten. Coronabedingt fanden nur wenige Veranstaltungen in Präsenz statt. Ersatzweise wurde ein digitales Format angeboten, teilweise auch regional übergreifend. Die Veranstaltungen boten den Mitgliedern aktuelle Informationen und einen Erfahrungsaustausch untereinander. Schwerpunkte bildeten die Entwicklung des Internets im B2B-Bereich, die

<b>Die „Partner des PVH“</b>		
<b>Rangfolge der Wahlergebnisse (Bewertungen)</b>		
<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
<p><b>Handwerkzeuge</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Wiha Werkzeuge (2,09)</li> <li>2. HAZEZ Werk (2,17)</li> <li>3. Wera Werkzeuge (2,19)</li> </ol>	<p><b>Handwerkzeuge</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Wera Werkzeuge (2,11)</li> <li>2. Wiha Werkzeuge (2,12)</li> <li>3. ELORA Werkzeugfabrik (2,14)</li> </ol>	<p><b>Handwerkzeuge</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Wera Werkzeuge (2,22)</li> <li>2. Knipex-Werk (2,26)</li> <li>3. Hazet-Werk (2,27)</li> </ol>
<p><b>Präzisionswerkzeuge</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Projahn (1,99)</li> <li>2. Löher (2,08)</li> <li>3. Völkel (2,2,23)</li> </ol>	<p><b>Präzisionswerkzeuge</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Projahn (1,95)</li> <li>2. Famag (2,19)</li> <li>3. Edessö Tools and More (2,30)</li> </ol>	<p><b>Präzisionswerkzeuge</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Völkel (2,39)</li> <li>2. Dormer (2,40)</li> <li>3. Projahn (2,44)</li> </ol>
<p><b>Betriebsausstattung</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Günzburger Steigtechnik (1,80)</li> <li>2. Bedrunka + Hirth (2,16)</li> <li>3. Anton Kessel (2,17)</li> </ol>	<p><b>Betriebsausstattung</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Günzburger Steigtechnik (1,60)</li> <li>2. Euroline (1,77)</li> <li>3. Bedrunka + Hirth (2,04)</li> </ol>	<p><b>Betriebsausstattung</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Günzburger Steigtechnik (2,17)</li> <li>2. Euroline (2,21)</li> <li>3. Schulte Regale (2,24)</li> </ol>
<p><b>Befestigungstechnik</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. GH-Baubeschläge (2,14)</li> <li>2. HECO-Schrauben (2,28)</li> <li>3. fischerwerke (2,37)</li> </ol>	<p><b>Befestigungstechnik</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. fischerwerke (2,11)</li> <li>2. Gesipa (2,12)</li> <li>3. HECO-Schrauben (2,32)</li> </ol>	<p><b>Befestigungstechnik</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. fischerwerke (2,06)</li> <li>2. Prebena (2,35)</li> <li>3. HECO-Schrauben (2,38)</li> </ol>
<p><b>Arbeitsschutz</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. FHB original (2,21)</li> <li>2. Skylotec (2,33)</li> <li>3. Mascot (2,36)</li> </ol>	<p><b>Arbeitsschutz</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lemaitre (1,90)</li> <li>2. FHB original (1,92)</li> <li>3. Mascot (2,17)</li> </ol>	<p><b>Arbeitsschutz</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mascot (2,20)</li> <li>2. Elten-Schuhe (2,21)</li> <li>3. Skylotec (2,26)</li> </ol>
<p><b>Schleif-/Trennmittel</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rüggeberg (Pferd) (2,11)</li> <li>2. Lukas-Erzett (2,35)</li> <li>3. Tyrolit (2,46)</li> </ol>	<p><b>Schleif-/Trennmittel</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rüggeberg (Pferd) (2,04)</li> <li>2. Saint Gobain (2,29)</li> <li>3. Klingspor (2,30)</li> </ol>	<p><b>Schleif-/Trennmittel</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saint Gobain (2,27)</li> <li>2. Tyrolit (2,33)</li> <li>3. Bosch Sia (2,34)</li> </ol>
<p><b>Messwerkzeuge</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Stabila (2,19)</li> <li>2. Helios-Preisser (2,29)</li> <li>3. Stanley (2,33)</li> </ol>	<p><b>Messwerkzeuge</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sola (2,22)</li> <li>2. Stabila (2,28)</li> <li>3. Stanley (2,38)33)</li> </ol>	<p><b>Messwerkzeuge</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Stabila (2,20)</li> <li>2. Bosch Messen (2,35)</li> <li>3. Laserliner (2,44)</li> </ol>
<p><b>Chemische Produkte</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ballistol (2,07)</li> <li>2. Weicon (2,16)</li> <li>3. beko (2,38)</li> </ol>	<p><b>Chemische Produkte</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Weicon (1,17)</li> <li>2. beko (2,29)</li> <li>3. Caramba (2,30)</li> </ol>	<p><b>Chemische Produkte</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ballistol (2,10)</li> <li>2. Weicon (2,29)</li> <li>3. Caramba (2,39)</li> </ol>

Marktstudie des PVH, sowie in den Jahren 2020 und 2021 die Auswirkungen der Covid-Pandemie und die damit einhergehenden Herausforderungen für den Großhandel. In Kooperation mit dem Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Handel wurden in den Jahren 2020 und 2021 Online-Seminare für den PVH und den Werkzeughandel angeboten (Themen sh. S. 42).

**Partner des PVH.** Die jährlichen Wahlen der Partner des PVH wurden vom AKW/multitec in den Jahren 2019-2021 fortgesetzt. Ziel dieser Aktivität ist es, dem Handel bei seiner Wahl der Lieferanten eine Orientierung zu bieten und gleichzeitig die besonders fachhandelsorientierten Unternehmen für ihren Einsatz zu würdigen. Die drei bestplatzierten Hersteller aus jedem Bereich wurden 2019 und 2021 auf den PVH-Kongressen geehrt. 2020 fand aufgrund der Corona-Pandemie und ausgefallenen Internationalen Eisenwarenmesse keine Ehrung statt. Das Ergebnis



19. März 2021: Partner des PVH 2020 – Screenshot: ZHH

musste per Pressemeldung verkündet und die Urkunden den Siegern zugesandt werden. Die Ergebnisse der letzten drei Jahre finden Sie in der vorstehenden Tabelle auf S. 43 aufgeführt.

# multitec

### Das Forum für den PVH mit Vollsortiment

Neben dem klassischen Eisenwarensortiment wie Werkzeuge, Befestigungstechnik und Beschläge führen diese PVH-Händler auch Sanitär-/Heizungs-/Klimawaren und/oder Stahl in den verschiedensten Ausführungen. Diese Großhändler sehen sich als Problemlöser für Industrie und Handwerk und haben sich seit 1996 im multitec zusammengeschlossen. Die Vorstandsmitglieder Meinolf Gockel, Berthold Horstick und Stefan Wiedenhöfer erklärten sich zur Fortsetzung ihrer Vorstandsarbeit bereit und vertraten den multitec gemeinschaftlich im Rahmen des AKW/multitec-Vorstandes. Als gemeinsamer Sprecher des



08. März 2019: Partner des PVH 2018 – Foto: ZHH

AWK/multitec wurde Dr. Paul Kellerwessel gewählt. Zwischenzeitlich werden auch die Aktivitäten, Industriegespräche und Veranstaltungen zusammen mit dem AKW durchgeführt.

### Wirtschaftliche Lage der Vollsortimenter.

Die Vollsortimenter im PVH konnten in den letzten drei Jahren mit einem durchschnittlichen jährlichen Umsatzzuwachs von 5,5% aufwarten. Damit lag das Wachstum höher als bei den Werkzeugspezialisten, die in diesem Zeitraum, wie bereits oben berichtet, um 2,7% zulegen konnten. Für die bessere Entwicklung waren der Stahl- und Haustechnikbereich, die im Jahr 2021, bei der Haustechnik auch im Jahr 2020, mit einem zweistelligen Umsatzzuwachs aufwarten konnten, verantwortlich. Der Stahlbereich verbuchte im Dreijahresvergleich 10,1% mehr Umsatz, die Haustechnik 8,1%.

**2019.** Nach einem erfolgreichen Jahr 2018, das von der guten Entwicklung des Stahlbereiches geprägt war, startete auch das Jahr 2019 zunächst erfreulich mit weiteren Zuwächsen in vielen Sortimentsbereichen. Doch im Jahresverlauf zeichnete sich ein schwierigeres Umfeld ab, das das gesamte Geschäft in vielen Bereichen des Metall- und Maschinenbaus eintrübte. Besonders betroffen war der Automobilsektor, der die nachlassende Nachfrage zu spüren bekam. Neben den Präzisions- und Zerspanungsprodukten traf dies vor allem auch den Stahlbereich, der sich gegenüber den anderen Warensortimenten deutlich schlechter entwickelte. Dank der ordentlichen Entwicklungen in der Baubranche und dem Handwerk gelang es aber, das Jahr mit einem Umsatzzuwachs von 1,8% zufriedenstellend zu beenden.

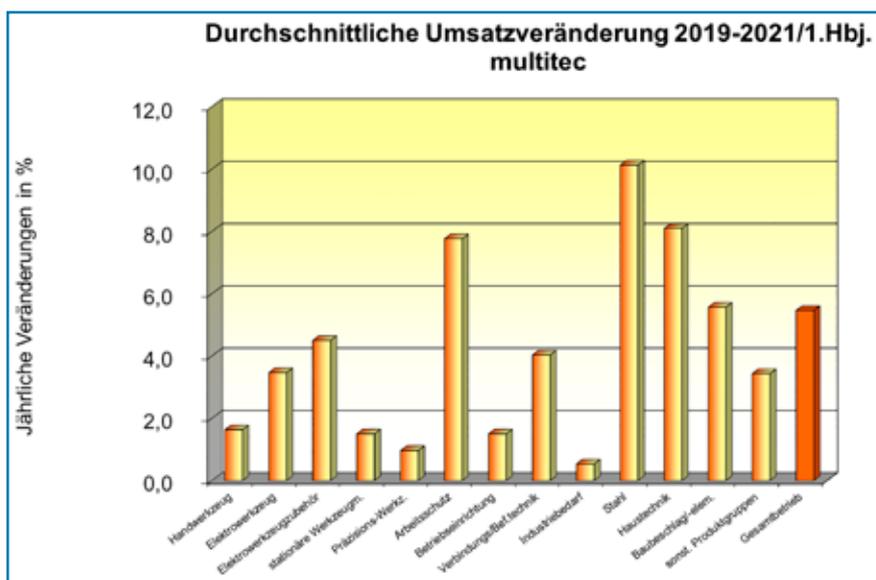
**2020.** Mit zurückhaltenden Erwartungen ging es in das Jahr 2020, das mit verhaltenen Umsatzzuwächsen begann. Die Corona-Krise ließ die Umsätze zunächst einbrechen. Doch im Jahresverlauf drehte das Stimmungsbild schnell wieder, dank der erfreulichen Entwicklungen im Baugewerbe und im Handwerk. Hingegen blieb es bei Rückgängen im Maschinenbau und in der Automobilindustrie. Dabei verzeichnete der Stahlbereich im ersten Halbjahr nur überschaubar



bare Umsatzrückgänge. Die Haustechnik hingegen profitierte von der regen Bau-tätigkeit und sorgte neben dem Arbeitsschutzbereich dafür, die Einbrüche in anderen Warensortimenten aufzufangen. In der zweiten Jahreshälfte erholte sich auch die Nachfrage nach Stahl. Aufgrund der guten Bevorratung gelang es, die massiven Einbrüche in anderen Warenbereichen größtenteils abzufedern und das erste Corona-Jahr mit einem besser als zwischenzeitlich erwarteten Ergebnis von rund 0,8% abzuschließen.

Dazu trug auch bei, dass die Vollsortimenter von einem Lockdown verschont blieben und die umfangreichen Maßnahmen der Bundesregierung zur Förderung der Binnennachfrage (Senkung der MwSt., Ausweitung der Gebäudesanierung wie auch der Kurzarbeit) die Auftragslage im deutschen Markt stabilisierten. So wurde die Kurzarbeit zunächst auch eingesetzt, konnte aber aufgrund der raschen Stabilisierung der Marktlage nach wenigen Monaten wieder beendet werden. Auch die Lieferengpässe verbesserten sich im Jahresverlauf, bevor zum Jahresende, mit der zweiten Corona-Welle, der eingeleitete Aufholprozess abgebremst wurde.

**2021.** Mit entsprechend verhaltenem Optimismus ging es in das Jahr 2021, da einer guten Auftragslage am Bau und im Handwerk Unsicherheiten im Metall- und Maschinenbau sowie im Hinblick auf die Warenversorgung gegenüberstanden. Sortimentsübergreifende Lieferengpässe und Preissteigerungen prägten das Bild. Die erheblichen Verwerfungen in den internationalen Lieferketten und eine gesteigerte Nachfrage bei Rohmaterialien aus Nordamerika und China waren hierfür verantwortlich. Doch der PVH hatte rechtzeitig reagiert und seine Warenvorräte aufgestockt. So konnten die Vollsortimenter nicht nur die Versorgung ihrer Kunden sicherstellen, sondern auch die steigenden Wiederbeschaffungskosten an den Markt weitergeben. Preisanstiege, überproportional im Stahlsortiment und bei der Verbindungstechnik, die ungebrochene Nachfrage nach Corona- und Arbeitsschutzartikeln sowie der hohe Materialbedarf im Handwerk und in der Baubranche trieben das Wachstum. Im Stahlbereich explodierten die Preise geradezu und zogen deutliche zweistellige Umsatzzuwächse



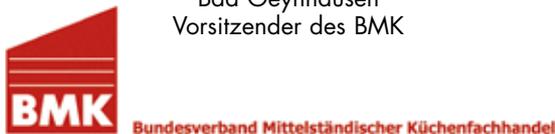
nach sich. Alleine im ersten Halbjahr verbuchte der Stahlbereich ein Plus von rund 25% und die Haustechnik von über 12%. Auch wenn in der zweiten Jahreshälfte die Versorgungsengpässe zunahmen und diese auch den PVH vermehrt trafen, dürfte aufgrund der vorausschauenden Bevorratung davon ausgegangen werden, dass die Vollsortimenter das Jahr 2021 mit Umsatzzuwächsen von um die 10% abschließen sollten. Damit wären die Vollsortimenter im PVH einer der Gewinner des Jahres 2021.

**2022.** Da für 2022 mit einer wieder anziehenden wirtschaftlichen Entwicklung zu rechnen ist, sollten weitere Umsatzsteigerungen zu erwarten sein. Inwieweit diese aber mengen- oder preisgetrieben sein werden, hängt im Stahlbereich einerseits von der Versorgungslage ab, andererseits vom globalen Exportgeschäft in der Metall- und Maschinenbaubranche. Den Bereich der Haustechnik sollten der hohe Bedarf an Sanierungs- und Modernisierungsprojekten wie auch die sehr gute Auftragslage in der Baubranche weiter beflügeln. Zudem bieten die zu erwartenden Umweltprogramme der neuen Bundesregierung hinsichtlich Klimaschutz und Nachhaltigkeit weitere Perspektiven.

**Aktivitäten.** Die Aktivitäten des multitec erfolgten mit dem AKW zusammen. Die Mitglieder des multitec erhielten pro Jahr rund elf Rundschreiben über aktuelle Geschehnisse aus den Bereichen Sanitär, Heizung, Stahl und Bauelemente. Daneben standen Logistik-Themen, Fachkräftemangel, Solar- und Windenergie, aber auch spezielle rechtliche Themen, wie z.B. zur Bauprodukteverordnung, im Mittelpunkt der Rundschreiben.



Hans Hermann Hagelmann  
Bad Oeynhausen  
Vorsitzender des BMK



## Die Küchenprofis

Ganz auf das Sortiment der Einbauküche mitsamt Zubehör und Montage sind die im Bundesverband Mittelständischer Küchenfachhandel (BMK) zusammengeschlossenen Küchenfachhändler und Einkaufskooperationen ausgerichtet. Der BMK hat sich dabei zum Ziel gesetzt, die Interessen des mittelständischen Küchenfachhandels gegenüber Industrie, Behörden und Endverbrauchern wirkungsvoll zu vertreten sowie das Alltagsgeschäft der Mitglieder mit wertvollen Hilfestellungen und Dienstleistungen zu unterstützen. Der BMK vertritt nunmehr die Interessen von mehr als 3.000 Küchenspezialisten.

**BMK-Vorstand.** Hans Hermann Hagelmann, seit 2013 Vorsitzender des BMK, wurde im November 2018 einstimmig im Amt des Vorsitzenden bestätigt. Im Berichtszeitraum schieden Franz Bahlmann (KüchenTreff), Lutz Burneleit (EK/servicegroup), Oliver Strelow (Der Kreis) und Helmut Karnehm (Dross & Schaffer) aus dem Vorstand aus. Neu konnten Ralph Leimbach (Der Kreis), Jörg Böhler (Garant Küchen Areal) sowie Ralph Steffens (Dross & Schaffer) im Gremium begrüßt werden. Der Küchenring wird vertreten durch Jürgen Feldmann und Marko Steinmeier. Von 2019 bis Herbst 2021 war für die EK/servicegroup Jochen Pohle im Vorstand aktiv, der aufgrund seiner Ernennung in den Vorstand der EK diese Aufgabe an seinen Kollegen Martin Wolf (ab Herbst 2021) abtrat.

**Neue (Förder-)Mitglieder.** Der BMK konnte in den vergangenen drei Jahren wachsen und freute sich im Jahr 2020 über ein neues, starkes Vollmitglied in Form der Küchenring GmbH & Co. KG, bei der mehr als 600 Fachhändler organisiert sind.



Daneben konnten mit Brabantia, dem Hersteller von hochwertigen Haushaltsartikeln und Küchenhelfern, sowie dem Branchendienstleister und Fachhandelsexperten Thomas Greve Consulting, in Person des gleichnamigen ehemaligen stellvertretenden Vorsitzenden des BMK, zwei profilierte und gut vernetzte Fördermitglieder gewonnen werden, die sich damit noch stärker der Förderung des qualifizierten Fachhandels verschrieben haben.



**Verbandsprojekte.** Der BMK setzte sich in den drei zurückliegenden Jahren neben der Schaffung von fairen Wettbewerbsbedingungen für den mittelständischen Fachhandel, der juristischen Beratung

### Vorstand des BMK

**Hans Hermann Hagelmann**, 3H-con, Bad Oeynhausen – Vorsitzender

**Jörg Böhler**, Garant Küchen Areal, Rheda-Wiedenbrück (seit 2021)

**Daniel Borgstedt**, KüchenTreff GmbH & Co. KG, Wildeshausen

**Jürgen Feldmann**, DER KÜCHENRING GmbH & Co. KG, Rheinbach

**Rüdiger Gehse**, MZE Möbel-Zentral-Einkauf GmbH, Neufahrn

**Jens Hölper**, Garant Marketing GmbH, Rheda-Wiedenbrück

**Ralph Leimbach**, DER KREIS Systemverbund Holding GmbH & Co. KG, Leonberg (seit 2019)

**Jochen Pohle**, EK/servicegroup eG, Bielefeld (bis Herbst 2021)

**Ralph Steffens**, Dross & Schaffer Marketing GmbH, Gräfelfing (seit 2020)

**Marko Steinmeier**, Küchenring GmbH & Co. KG/KüchenTreff GmbH & Co. KG, Rheinbach/Wildeshausen

**Martin Wolf**, EK/ servicegroup eG, Bielefeld (ab Herbst 2021)



der Mitglieder und dem Erfahrungsaustausch, mit aktuellen Branchenthemen auseinander, um diese einer Lösung zuzuführen. Vor allem die Themen Warenverfügbarkeit, AGB/AEB, Corona-Pandemie, neue Energielabel, Verpackungsgesetz, kaufrechtliche Mängelhaftung sowie die brancheninterne Nachwuchsförderung waren Gegenstand der branchenorientierten Verbandsarbeit. Der BMK pflegt hierzu enge Kontakte zu anderen Verbänden, Messgesellschaften, der Fachschule des Möbelhandels in Köln (MöFa), der GfK und Industrievertretern.

Im Berichtszeitraum startete der BMK mit der **BMK-ServiceCert-Zertifizierung**, die mittelständischen Küchenspezialisten einen neutralen Blick von außen auf den Betrieb bietet, Optimierungspotentiale im Fachhandel aufzeigt sowie herausragende Service- und Dienstleistungsqualität im Küchenhandel würdigt und sichtbar macht. Als einzige Initiative in Deutschland bietet die BMK-ServiceCert-Zertifizierung eine umfassende Norm für Kundenservice- und Dienstleistungsqualität im mittelständischen Küchenfachhandel. Seit 2021 setzt sich der BMK nachdrücklich für die Schaffung eines repräsentativen Konjunkturdatenpools für den Küchenfachhandel ein. Ziel ist es, teilnehmenden Händlern und Verbänden ein verlässliches Benchmarking in der Branche zu bieten, Trends bewerten zu können und gegenüber anderen Branchenvertretern eine gute, faktenbasierte Argumentationsgrundlage zu haben.

**Berufsbild Fachkraft für Möbel-, Küchen- und Umzugservice (FMKU).** Die vor knapp 13 Jahren gestartete Initiative von AMÖ, BMK, BVDM, VDM, DIHK und HDE zur Schaffung eines eigenen Berufsbildes ist nach wie vor von Erfolg gekrönt und entwickelt sich zur Freude aller Beteiligten weiterhin planmäßig.

Weitergehende Informationen zum Berufsbild sind zu finden unter: <https://www.zhh.de/ueber-uns/arbeitskreise/bmk.html>.



Im Berichtszeitraum erfolgreich eingeführt wurde der **Gepürfte Meister Möbel-, Küchen- und Umzugservice (m/w/d) (IHK)**. Diese sollen Störungen im Betriebsablauf erkennen und die geeigneten Maßnahmen zu deren Beseitigung herbeiführen, hierbei sind wirtschaftliche Faktoren, Termine und Ressourcen zu beachten. Weitere Inhalte sind die Beratung und Betreuung von Kunden sowie das Fördern der Kundenzufriedenheit unter Anwendung eines angemessenen Reklamationsmanagements. Das Führen und Fördern von Mitarbeitern und die Wahrnehmung

der Ausbildungsverantwortung runden das Profil der Weiterbildung ab.

**BMK-Innovationspreis.** Mit dem seit 2006 verliehenen BMK-Innovationspreis werden herausragende Produktinnovationen in den Kategorien Küchenmöbel, Küchengeräte und Küchenzubehör ausgezeichnet. Der Ansatz der Bewertung ist und bleibt dabei auch nach nun schon zwölf Preisverleihungen innovativ: Was brauchen die Menschen, was bewährt sich im tagtäglichen Einsatz, was zeigt Problemlöserqualitäten und schafft Umsatz sowie Kundenzufriedenheit im stationären Fachhandel? Den Siegern winkt neben der Auszeichnung auch die Möglichkeit, in ihrer Öffentlichkeitsarbeit werbewirksam auf diese vom Küchenfachhandel verliehene Auszeichnung hinzuweisen. Denn weiterhin gilt: Der BMK-Innovationspreis ist die einzige Auszeichnung, die ausschließlich vom Küchenfachhandel und Branchenexperten vergeben wird! So geben seit 2015 die bundesweiten Küchenfachhändler (40% Stimmenanteil) sowie Jurys aus dem BMK-Vorstand und der Fachpresse (jeweils 30% Stimmenanteil) ihr Votum ab und küren die Sieger.

Seit 2016/17 findet die Preisverleihung alle zwei Jahre in Kooperation mit der Fachschule des Möbelhandels (MöFa) auf der LivingKitchen in Köln statt – eine schöne Bühne für den Branchennachwuchs, die prämierten Produkte und natürlich den BMK!

Die Planungen für die 13. Ausgabe des BMK-Innovationspreises waren 2020 schon weit fortgeschritten und zahlreiche Nominierungen beim BMK eingegangen, doch wie die gesamte Messe LivingKitchen und praktisch alle anderen Branchenveranstaltungen musste auch der BMK-Innovationspreis 2020/21 aufgrund der Corona-Pandemie abgesagt werden. Doch aufgeschoben ist nicht aufgehoben! Die Planungen für 2022/23 sind bereits angelaufen und die nächste Verleihung ist für Januar 2023 auf der LivingKitchen vorgesehen. Einmalig gelten alle Nominierungen, die 2020 beim BMK eingegangen waren, auch für die nächste Ausgabe, so denn die Einreichenden dies wünschen. Daneben sind neue Kategorien in Planung, und auch die MöFa freut sich bereits auf eine kurzweilige Veranstaltung im Januar 2023!

### Konjunkturelle Entwicklung.

**2019.** Der Küchenfachhandel war mit der wirtschaftlichen Entwicklung im Geschäftsjahr 2019 größtenteils sehr zufrieden. Die positive Gesamtentwicklung



der vergangenen Jahre setzte sich damit auch unter sich eintrübenden welt- und volkswirtschaftlichen Bedingungen ungebrochen fort. Getragen wurde die anhaltend hohe Auftragslage durch die steigenden Zahlen im Wohnungsneubau sowie dem noch insgesamt positiven Konsumklima im Jahresverlauf. Gleichzeitig ist ein deutlicher Verbrauchertrend hin zum servicestarken Fachhandel zu beobachten, da der Kunde persönliche Beratung, Planung und verlässliche Montage schätzt und sich leisten kann. Über die Hälfte der deutschen Küchenspezialisten konnte mehr als 4% Umsatzwachstum gegenüber dem Vorjahr erzielen. Rund 15% der teilnehmenden Händler bewerten dabei die Umsatzentwicklung im Jahr 2019 gegenüber dem Vorjahr als viel besser, knapp 34%

als besser, 45% als etwa gleich und lediglich 6% als schlechter. Der Auftragsbestand wurde von einem Viertel der Befragten als besser, von 55% als etwa gleich und von 20% als schlechter im Vergleich zu 2018 bewertet. Bei den Auftragsgrößen und den erzielten Spannen nimmt der Küchenfachhandel mehrheitlich eine Entwicklung auf Vorjahresniveau wahr, wobei allerdings 28% der mittelständischen Fachbetriebe auch höhere Auftragsvolumina feststellten. Dies unterstreicht eindrucksvoll die seit Jahren positive Entwicklung bei den Durchschnittswerten pro verkaufter Küche im stationären Fachhandel.

**2020.** Dem Schwung aus den erfreulichen Vorjahren konnte auch die Corona-Pandemie kaum etwas anhaben. So verzeichnete trotz Pandemie und



Preisträger 2019 – zusammen mit den Studierenden der Möfa Köln – Foto: Christoph Kawan / BMK – ZHH.

BMK – Innovationspreis 2006 – 2019						
	Küchenmöbel		Küchengeräte		Küchenzubehör	
	Gewinner	Produkt	Gewinner	Produkt	Gewinner	Produkt
2006	Ballerina	manufact b	Bosch	LiftMagic	Naber	Compair flow
2007	Häcker	Silent move	Bauknecht	Pro Touch	Blanco	Axis Edition
2008	Leicht	Concept 40	Siemens	touchSlider	Blanco	Komp. Unterbauspüle
2009	Nobilis	Slim-Line	Miele	con@divity	Teka	Glas-Spülen-Kombi
2010	Häcker	emotion Nova	Siemens	Modular-Geschirrspüler	Blanco	Axenkonzept
2011	Häcker	Oberschrank Climber	Miele	Geschirrspüler	systemceran	Kera Domo Clement
2012	Ballerina	Green TecKitchen	Miele	Extraspeed HiLight Kochfelder	Blanco	Blanco Modex
2013	Ballerina	der ultimative KORPUS	Miele	Power Flex	Blanco	Hot Spot
2014	Ballerina	Digitaldruck	Miele	M Touch Bedienerkonzept	Naber	Cox Base-Boarel
2015	Ballerina	Komfort Küchen	berbel	Deckenlifthaube Skyline Edge	Naber	Thermobox
2016/17	Bauformat	Industry Style Küche	Constructa Neff	Dampfbackofen	Blanco	Granitspüle
2018/19	Bauformat	CP 35 – Grifflos System	Miele	Dialoggarer 6860	Blanco	Solenta-S Senso



Niklas Schulte, Geschäftsführer, und Hans Hermann Hagelmann, Vorsitzender (re) – Foto: Christoph Kawan / BMK

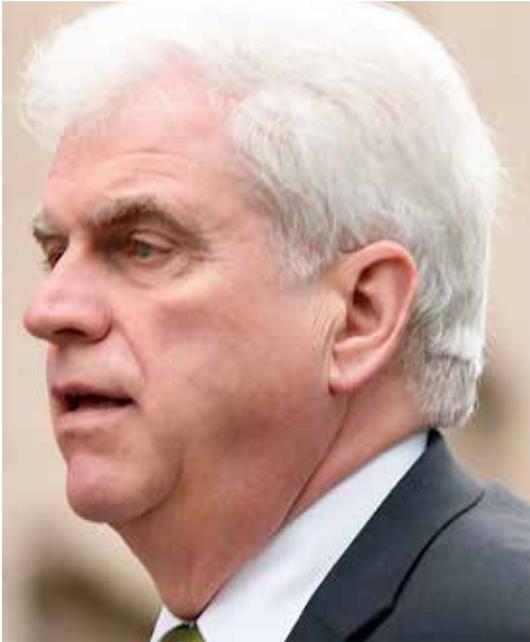
Lockdown mehr als die Hälfte der Küchenspezialisten über 10% Umsatzwachstum gegenüber dem Vorjahr. Zwar setzten die schwierigen Rahmenbedingungen der Pandemie und damit einhergehende zeitweise Geschäftsschließungen sowie massive welt- und volkswirtschaftliche Verwerfungen auch dem stationären Küchenhandel zu, aber nur kurzfristig während des ersten Lockdowns. Den dadurch entstandenen Kontaktbeschränkungen und fehlenden Kunden vor Ort begegnete der mittelständische Küchenfachhandel mit Kreativität und Flexibilität. So verlegten viele Händler die Beratungs- und Planungsgespräche in den fernmündlichen bzw. digitalen Raum oder nahmen – je nach Möglichkeit – Vororttermine wahr. Die Endkunden schätzten diese Flexibilität und nahmen die Multichannel-Lösungen gerne an. Merkliche Einbrüche gab es zwischenzeitlich in den Bereichen Event-, Laden- und Messebau. Schwieriger stellte sich auch die Lieferfähigkeit zahlreicher Hersteller dar. Mehr als zwei Drittel der Küchenfachhändler bemängelten die Warenverfügbarkeit – auch bei manchen Elektrogeräten. Nichtsdestotrotz konnten die Küchenspezialisten ihre Vertrauensposition beim Verbraucher ausbauen und durch die Umsetzung von Infektionsschutz- und Hygienekonzepten ein sicheres Einkaufserlebnis während der Pandemie garantieren. Getragen wurde die sehr hohe Auftragslage zudem durch das starke Konsumverhalten im Endkundenbereich (Stichworte Cocooning und Homing) sowie die weiterhin stabil hohen Zahlen im Wohnungsneubau. So bewerteten 55% der Händler die Umsatzentwicklung im Jahr 2020 gegenüber dem Vorjahr als viel besser (mehr als +10% Umsatz), knapp 25% als besser (bis +10%), 13% als etwa gleich (+/-2%) und lediglich 7% als schlechter (bis -10%) oder viel schlechter (mehr als -10%).

**2021.** Trotz anhaltender pandemischer Lage, Problemen bei der Warenverfügbarkeit und des mona-

telangen Lockdowns zum Jahresbeginn ist der mittelständische Küchenfachhandel mit dem Jahr 2021 sehr zufrieden. Das starke Wachstum setzte sich im Großen und Ganzen fort. In den Sommermonaten kühlte sich die Situation bei den Auftragseingängen leicht ab und pendelte sich wieder auf ein normales Niveau ein. Dies dürfte auf eine moderate Sättigung des Marktes und die sich verschiebenden Konsumwünsche der Endverbraucher hin zum Urlaub und anderen Freizeitaktivitäten zurückgeführt werden können. Vor allem die Nachfrage nach hochwertigen Küchen erlebte durch das Homeoffice aber einen weiteren Schub. Diese erfreuliche Entwicklung bei den Küchenmöbeln schlug sich auch bei Elektrogeräten nieder. Größere Lieferprobleme waren bei einer gewissen Flexibilität der Kunden nicht gegeben, außer bei Geschirrspülern, wo Engpässe zu beobachten waren. So dürfte der Fachhandel mit +12% ein sehr erfreuliches Umsatzwachstum gegenüber dem bereits starken Vorjahr erwirtschaftet haben. Rund 36% der teilnehmenden Händler bewerteten die Umsatzentwicklung im Jahr 2021 gegenüber dem Vorjahr als viel besser (mehr als +10%), knapp 32% als besser (+2-10%), 24% als etwa gleich (+/-1 – +2%) und lediglich 8% als schlechter (bis -10%) oder viel schlechter (mehr als -10%). Das hohe Niveau bei den Auftragseingängen konnte im Schnitt nochmal gesteigert werden. So wird der Auftragsbestand von 58% der Befragten als besser, von 32% als etwa gleich und nur von 10% als schlechter im Vergleich zu 2020 bewertet. Bei den Auftragsgrößen war nach einer Stagnation im Jahr 2020 ebenfalls wieder ein positiver Trend zu verzeichnen.

Das rasante Wachstum lässt den Küchenhandel aber auch an seine Grenzen stoßen (Stichwort: Fachkräftemangel), so dass eine weitere Zunahme des Auftragsvolumens aufgrund von fehlenden Fachkräften für den Küchenaufbau kaum zu bewältigt wäre. Trotz der anhaltenden Unwägbarkeiten profitiert der Küchenfachhandel von der Pandemie, da er die Nachfrage der Verbraucher bedienen kann. Der eigene Wohnraum und seine Ausstattung rücken gerade in unruhigen Zeiten verstärkt in den Fokus und wirken sich vor allem bei den Trendthemen Kochen und Küche aus. Daneben werden lokale Verfügbarkeit, ein hohes Service- und Dienstleistungsniveau sowie das erstklassige Produktportfolio vom Verbraucher geschätzt und lassen die Entwicklung des Küchenfachhandels glänzen.

**2022.** Der Ausblick für das Jahr 2022 ist deshalb weiterhin positiv. Der große Bedarf im Wohnungsneubau, Homeoffice, aber auch der hohe Stellenwert der Küche deuten für die nächste Zeit auf eine Fortsetzung der sehr erfreulichen Entwicklung hin.



**Gerhard Kienzle**  
Winnenden  
Vorsitzender des FDE



## Die klassischen Eisenwaren- und Hausrathändler

Die Eisenwaren- und Hausrathändler, die zu keiner Spezialistengruppe gehören, haben seit der Verbandsreform von 1994 im Fachverband des Deutschen Eisenwaren- und Hausrathandels (FDE) ihre Heimat gefunden. Auf diese Weise lebt der frühere Name des Gesamtverbandes weiter. Der Arbeitskreis FDE vereinigt vorzugsweise klassische Eisenwarenhändler mit überschaubaren Geschäftsflächen. Oft sind diese Unternehmen in Ortschaften, kleinen Städten und in Stadtrandlagen zu finden. Häufig ist auch die Kombination von Einzel- und Produktionsverbindungshandel gegeben. Für ihre Interessen setzt sich der Arbeitskreis ein.

**Entwicklung im Hartwarenhandel.** Der Eisenwaren- und Hausrathandel erzielte in den letzten drei Jahren ein durchschnittliches Wachstum von jährlich rund 0,8%. Dabei profitierte er in den Jahren 2019 und bis zur Corona-Krise 2020 von der erhöhten Binnennachfrage, der gestiegenen Kaufkraft der Verbraucher wie auch den gesamtwirtschaftlich guten Rahmenbedingungen. Die Corona-Pandemie veränderte jedoch das allgemeine Umfeld in den letzten zwei Jahren nachhaltig. Unternehmen mit überwiegendem Eisenwarenanteil waren, zumindest in einigen Bundesländern, von den Lockdown-Maßnahmen nur begrenzt betroffen, da sie, wie die Baumärkte, als Nahversorger bewertet wurden. Zudem gewannen während der Corona-Zeit Themen wie Convenience, Cocooning und Homing an Bedeutung, genauso wie die Nachfrage nach Markenprodukten und Qualität. Auch Homeoffice und reduzierte Möglichkeiten der Freizeitgestaltung sorgten dafür, das Interesse an Do-it-yourself und Produkten für das eigene Zuhause zu steigern. So wurde auch in die Produkte des Eisenwaren- und Hausrathandels investiert. Gleichzeitig sank die Nachfrage nach Sicherheitsartikeln, aufgrund rückläufiger Einbruchszahlen – die Menschen waren ja mehr zu Hause.

Die Anzahl der stationären Fachhändler und deren Marktanteil reduzierte sich weiter. Lag der Marktanteil des nicht filialisierten Fachhandels vor rund zehn Jahren noch bei 21,3%, betrug er 2020 noch 14,3%. Hingegen nahm der Onlinehandel durch die Corona-Pandemie und den Lockdown deutlich zu. Viele Verbraucher erledigten diverse Einkäufe nicht stationär, sondern im Internet. Diesem Trend konnte sich auch der Hartwareneinzelhandel nicht entziehen. Doch gleichzeitig erlebt der regional angesiedelte Fachhandel, wie auch der Hartwarenhandel, in der

### Regionalsprecher des FDE

**Gerhard Kienzle**, Häussermann GmbH & Co. KG, Winnenden (Baden-Württemberg) – Vorsitzender

**Norbert Caesar**, Caesar Handels mbH, Bremen, (Nord – Bremen, Hamburg, Niedersachsen, Schleswig-Holstein)

**Helmut Döring**, Eisen-Döring, Berlin-Charlottenburg, (Berlin-Brandenburg)

**Horst Jourdan**, H. Jourdan Hartwaren Handels GmbH, Mörfelden-Walldorf (Hessen)

**Paul Leinen**, Paul Leinen GmbH & Co. KG, Saarlouis (Saarland)

**Peter Leyendecker**, Leyendecker Bastelstube GmbH & Co. KG, Trier (Rheinland-Pfalz)

**Siegfried Rossmann**, Aloys Rossmann KG, Oberviechtach (Bayern und Ost)

**Dirk Rutenhofer**, Weckbacher Sicherheitssysteme GmbH, Dortmund (Nordrhein-Westfalen)



<b>Die nominale Umsatzentwicklung im Eisenwaren- und Hausrathandel</b> nach Sortimentsschwerpunkten							
	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>1. Hj. 2021</b>	<b>Prognose 2021</b>	<b>Prognose 2022</b>
Hausrat-/GPK-Fachhandel	+ 1,1 %	- 1,5 %	+ 1,1 %	+ 1,4 %	- 14,3 %	- 5,0 %	+ 1,0 %
Hartwarenhandel gesamt	+ 1,3 %	+ 0,5 %	+ 2,4 %	+ 1,1 %	- 3,9 %	- 1,0 %	+ 1,5 %
Einzelhandel gesamt	+ 4,3 %	+ 3,1 %	+ 3,8 %	+ 5,7 %	+ 3,2 %	+ 2,9 %	+ 3,0 %
EZH mit Möbeln/ Hausrat/ Baubedarf	+ 1,8%	- 0,4 %	+ 3,0 %	+ 5,9 %	- 10,8 %	- 6,8 %	
Einzelhandel stationär	+ 3,7 %	+ 1,9 %	+ 2,6 %	+ 3,6 %	- 0,7 %	+ 0,8 %	+ 1,2 %
Einzelhandel online	+ 8,6 %	+ 5,9 %	+ 11,0 %	+ 23,0 %	+ 26,6 %	+ 13,2 %	+ 13,5 %

Quelle: ZHH, Stat. Bundesamt, HDE

Corona-Krise eine zunehmende Unterstützung seitens der Bevölkerung. Das Institut für Handelsforschung (IFH) belegte dies in seinen regelmäßigen Corona-Consumer-Checks. Denn die stationären Händler hielten durch neue Services und Internet-Angebote den Kontakt zum Verbraucher aufrecht. „Click & Collect“ und „Click & Meet“ halfen in den Lockdown-Phasen die Umsatzeinbrüche abzufedern. Schaufenster mit QR-Codes, Online-Angebote und Internet-Shops brachten einen notwendigen und deutlichen Schub zu mehr digitaler Kompetenz und Außendarstellung im Eisenwaren- und Hausrathandel. Doch die positiven Erfahrungen der Verbraucher mit dem Onlinegeschäft werden den abgewanderten Umsatz nicht vollständig wieder auf die stationären Flächen zurückkehren lassen. Aus diesem Grund ist der Hartwarenhandel weiter gefordert, die Verhaltensweisen seiner Kunden und Zielgruppen sehr genau zu beobachten und die verschiedenen Vertriebskanäle, online, offline und mobil, gezielt auf die Bedürfnisse seiner Kundschaft auszurichten.

### Konjunktur 2019 – 2021.

**2019.** Nach einem durchwachsenen Jahr 2018, das vor allem dem Hausrateinzelhandel Umsatzrückgänge bescherte, kehrte der Eisenwaren- und Hausrateinzelhandel 2019 wieder zu einer stabilen Entwicklung mit ordentlichen Umsatzzuwächsen von rund 2,4% zurück. Nach einem positiven Start in das Jahr 2019

mussten sich die FDE-Mitglieder im zweiten Quartal in einem schwächeren Umfeld behaupten. Positiven Zuwächsen im Haushaltswarenbereich sowie in der Sicherheits- und Befestigungstechnik standen zum Halbjahr leichte Abschwächungen im Eisenwaren- sowie Hand- und Elektrowerkzeugbereich gegenüber. Doch dank ansteigender Kundenfrequenzen, eines erhöhten Kassensbons und eines zufriedenstellenden Weihnachtsgeschäfts gelang es im Jahresverlauf, mit beratungsintensiven Sortimenten sowie Dienst- und Serviceleistungen das Jahr besser als in den Vorjahren abzuschließen. Steigender Fachkräftemangel sorgte jedoch an der einen oder anderen Stelle für Probleme und erschwerte die Leistungsfähigkeit des Fachhandels. Häufig musste so der Unternehmer die wichtigen Erfolgsbausteine selbst oder mit nur wenigen Mitarbeitern umsetzen.

**2020.** Mit einem ordentlichen Start begann auch das Jahr 2020. Doch im März führte die Coronapandemie in weiten Teilen zum (ersten) Lockdown, welcher teilweise auch den Eisenwaren- und Hausrateinzelhandel traf. Für mehrere Wochen mussten die Ladenflächen schließen. Mit Kreativität, Engagement und einer zunehmenden E-Commerce-Tätigkeit gelang es aber, den Kontakt zu den Kunden zu halten und einige Umsätze abseits der Ladenfläche zu erzielen. Vereinzelt gelang die Anerkennung als so genannter „Nahversorger“, was die Schließung verhinderte. Ab Mitte/Ende April konnten die Ladenflächen wieder

geöffnet werden. Sehr schnell spürte der Hartwareneinzelhandel eine erfreuliche Solidarität der Endverbraucher mit dem lokalen Handel, was sich in einer steigenden Bereitschaft zu Investitionen in hochpreisige Produkte, einer zunehmenden Kundenfrequenz und einer deutlichen Abnahme von Preisdiskussionen widerspiegelte. Die Kaufbereitschaft stieg speziell bei Sortimenten, die im eigenen Zuhause und im Garten Verwendung finden. So konnten erfreuliche Umsätze über die Sommermonate die erheblichen Einbrüche im Lockdown nicht nur aufholen, sondern brachten ein leichtes Umsatzwachstum von rund 0,5-1%. Haushaltswaren, Sicherheitstechnik und Gartenmöbel entwickelten sich positiv, während Eisenwaren, Werkzeuge und Grills auf Vorjahresniveau lagen und der GPK-Bereich schwächelte. Vor allem Geschenkartikel brachen ein, da persönliche Kontakte reduziert waren und Partys ausfielen. Die gute Grundstimmung und Entwicklung setzte sich in der zweiten Jahreshälfte zunächst unverändert fort, bevor die zweite Corona-Welle in einem zweiten Lockdown kurz vor Weihnachten gipfelte und die positive Entwicklung ausbremste. Es gelang aber, ein Umsatzwachstum für das Gesamtjahr zu retten. So schloss das Jahr 2020 unter den gegebenen Bedingungen mit einem zufriedenstellenden Zuwachs im Eisenwaren- und Hausrathandel von 1,1% ab.

**2021.** Das Jahr 2021 war erneut geprägt von der Corona-Krise, aber mit deutlich stärkeren Auswirkungen. Denn der am 16. Dezember 2020 begonnene Lockdown dauerte monatelang bis weit in das Frühjahr hinein, ohne dass der Hartwarenhandel oder die Baumärkte als Nahversorger in dieser Zeit öffnen dürften. Das erste Halbjahr stellte somit den stationären Eisenwaren- und Hausrateinzelhandel vor riesige Herausforderungen. Mit „Click & Collect“-Aktivitäten, Kreativität und viel Engagement gelang es, die Umsatzeinbrüche, die in der Spitze bei 70 – 80% lagen, zu begrenzen. Durch staatliche Unterstützung, Kurzarbeitergeld und zunehmende Online-Aktivitäten konnten so diese Monate gemeistert werden. Mit den



ersten Erleichterungen vor Ostern und der Rückkehr der Kunden auf die Ladenfläche erholte sich der Konsum, auch wenn die Euphorie des Vorjahres fehlte. Die Öffnung der Gastronomie, die Wiederbelebung der Veranstaltungs- und Messebranche sowie die Rückkehr vieler Arbeitnehmer aus dem Homeoffice sorgten ebenfalls für einen Schub, z.B. bei der Sicherheitstechnik, aber auch bei Haushaltswaren, Gartengeräten, Werkzeugen und Eisenwaren. Daneben profitierten die Eisenwarenhändler von der hohen Auslastung ihrer Handwerkskunden. Mit der Wiedereröffnung verbesserte sich auch das Stimmungsbild spürbar und ließ die monatlichen Umsätze an die des Vorjahres anknüpfen. Verstärkt konzentrierte sich der Hartwareneinzelhandel auf Warenbereiche, die einer intensiveren Beratung, häufig kombiniert mit einer zusätzlichen Service- und Handwerkerleistung, bedürften. Doch sorgten wie in vielen anderen Wirtschaftsbereichen zunehmende Lieferengpässe dafür, dass mögliche Umsätze gar nicht oder erst später realisiert werden konnten. Und wie im Vorjahr kehrte im Herbst die Coronapandemie mit ansteigenden Infektionszahlen (dritte und vierte Welle) zurück. Zwar kam es nicht erneut zu einem Lockdown, aber zu erheblich verschärften und verworrenen Zutrittsregeln für die Geschäfte. Die 3G-, 2G- und 2G-Plus-Regelungen sowie die Maskenpflicht sorgten wieder für ein schwierigeres Geschäft. So muss im Eisenwaren- und Hausrathandel für das Gesamtjahr mit einem Umsatzrückgang von rund 2% gerechnet werden. Dank seines Nahversorgercharakters und der Nähe zum Kunden kam der Hartwarenhandel unter den schwierigen Rahmenbedingungen mit einem blauen Auge davon.

**Vorstand.** Zum Jahreswechsel 2018/2019 wurde turnusgemäß der Vorstand des FDE neu gewählt. Da der bisherige Vorsitzende Siegfried Rossmann, Firma Aloys Rossmann KG in Oberviechtach, nicht erneut für den Vorsitz kandidierte, erklärte sich Gerhard Kienzle von der Firma Häussermann aus Winnenden bereit, für den Berichtszeitraum diese Aufgabe zu übernehmen. Detlef Groth und Jörg Brake schieden zum Ende des letzten Berichtszeitraums mit einem großen Dank aus dem FDE Vorstand aus, da sie ihre Geschäftstätigkeit übergaben bzw. aufgaben. Als Nachfolger für Detlef Groth rückte Helmut Döring für die Region Berlin-Brandenburg in den FDE Vorstand nach. Die übrigen Kollegen erklärten sich bereit, weiterhin im FDE Vorstand mitzuarbeiten und wurden von den Mitgliedern mit großer Mehrheit bestätigt. Auch wenn mit der ZHH-Satzung von 2017 das Konstrukt der Landesgruppenstruktur aufgegeben worden war, wird auf eine regionale Struktur im FDE geachtet.

**Vorstandsarbeit.** Im Berichtszeitraum fanden zwei Vorstandssitzungen statt, die aufgrund der Corona-Pandemie in digitaler Form durchgeführt wurden. Dabei standen Themen zur Stärkung des Handels, Zugang zu Daten, geplante Änderungen im Einkommensteuergesetz, Fachkräftemangel, Arbeitszeitdokumentationen, aber besonders die Auswirkungen der Corona-Pandemie, die Entwicklungen des Internetgeschäfts sowie die dortigen Herstelleraktivitäten im Fokus der Sitzungen. Auf politischer Ebene intervenierte der Vorstand zusammen mit dem ZHH beim damaligen Bundesfinanzminister Olaf Scholz bezüglich der geplanten Änderung im Einkommensteuergesetz in Bezug auf den Sachbezug. Hierin sah der Vorstand eine (weitere) Schwächung des mittelständisch regional aktiven Händlers zu Lasten des Internetgeschäftes. In der Corona-Zeit wurde an Bundeswirtschaftsminister Altmaier appelliert, der Investitionszurückhaltung der kommunalen Auftraggeber in der Corona-Krise durch zusätzliche öffentliche Investitionen und weitere Förderprogramme entgegenzuwirken. An die Ministerpräsidenten der Bundesländer und an Bundeskanzlerin Merkel wurde mehrfach appelliert, bei den Corona-Hilfsmaßnahmen wie auch den Beschränkungen, die mittelständischen Handelsstrukturen zu berücksichtigen und dem Mittelstand Perspektiven für die Zukunft zu geben. Die Ungleichbehandlung gegenüber den weiterhin geöffneten Vertriebsformen der Supermärkte, die verstärkt auch auf unsere Warensortimente zugriffen, wurde mit Nachdruck angeprangert. Gleichbehandlung und/oder Ausgleichszahlungen wurden gefordert.

**Aktivitäten.** Der FDE/FHG bot 2019 14 Regionaltagungen in allen Teilen Deutschlands an. Dabei wurden schwerpunktmäßig die rechtlichen und betriebswirtschaftlichen Änderungen erörtert, aktuelle Branchenthemen diskutiert und der Kontakt untereinander gepflegt. In den Jahren 2020 und 2021 waren coronabedingt Präsenzveranstaltungen nicht möglich oder nicht nachgefragt. Hier gab es an der einen oder anderen Stelle das Angebot von digitalen Tagungen, bei denen wichtige Fragen und ein kurzer wirtschaftlicher Überblick ermöglicht wurden. Außerdem wurden diverse Online-Seminare mit dem Mittelstand 4.0 Kompetenzzentrum Handel angeboten. Mehr dazu beim FHG auf Seite 57. Um die Mitglieder regelmäßig und schnell über die wichtigen Corona-Änderungen zu informieren, wurden so genannte „Corona-Rundschreiben“ eingerichtet, die wöchentlich oder in 14-tägigem Rhythmus die FDE- und FHG-Mitglieder auf die ständigen Veränderungen, aber auch auf Förderungsmöglichkeiten und Einspar-

potentiale hinwies. Arbeitsunterlagen und Aufkleber für die notwendigen Hygienemaßnahmen wurden entwickelt und den Mitgliedern zur Verfügung gestellt. Corona-Umfragen wurden neben den halbjährlichen Konjunkturumfragen durchgeführt, um einen Überblick über die Auswirkungen der Pandemie sowie die Nutzungsmöglichkeiten von Förderungen, Kurzarbeit und Serviceleistungen zu erhalten. An den Umfrageergebnissen konnte die Vorstandsarbeit gezielt ausgerichtet und für die Positionierung des Verbandes gegenüber dem Gesetzgeber genutzt werden.

**Branchenbetriebsvergleich für den Hartwarenhandel.** Den FDE/ZHH-Mitgliedern stand die kostenlose Teilnahme am Branchenbetriebsvergleich (BBV) für den Hartwarenhandel weiterhin zur Verfügung. Der Branchenbetriebsvergleich, der mit dem IFH seit mehreren Jahren betrieben wird, bietet der Branche und den Teilnehmern einen kontinuierlichen Entwicklungsüberblick, zwischenbetriebliche Vergleiche und Hilfestellungen zur Steuerung des eigenen Unternehmens.

**Weiterbildung/Warenkunde hartwarenwissen.de.** Für die „warekundliche Weiterbildung“ der FDE-Mitglieder steht die Lernplattform [www.hartwarenwissen.de](http://www.hartwarenwissen.de) zur Verfügung. Die dort vorhandenen 24 Lehrbriefe werden kontinuierlich aktualisiert. Gleichzeitig wurden neue Lehrbriefe entwickelt, wie z.B. das Thema Schleif- und Trennmittel oder der Lehrbrief Abzieher. Damit leisten FDE und ZHH einen wichtigen Beitrag, um das Beratungswissen / Know-how im Fachhandel auf einem hohen Stand zu halten.

- Screenshot: ZHH





**Norbert Caesar**  
Bremen  
Vorsitzender des FHG



### Sprecherkreis des FHG

**Norbert Caesar**, Caesar Handelsges. mbH, Bremen – Vorsitzender

**Hildegard Kaefer**, Kaefer GmbH & Co. KG, Sohren

**Paul Leinen**, Paul Leinen GmbH & Co. KG, Saarlouis

### Fachkreis Hausrat/GPK (FHG)

Der Fachkreis Hausrat/GPK des ZHH betreut bundesweit die Facheinzelhändler, die die Sortimente Glas/Porzellan/Keramik/Besteck/Geschenkartikel und Elektro-Kleingeräte in ihrem Stammsortiment führen. Er vertritt die wirtschaftlichen und vertrieblichen Interessen seiner Mitglieder und setzt sich für deren Förderung ein. Seit 2006 ist Norbert Caesar von der gleichnamigen Firma in Bremen Vorsitzender des Arbeitskreises.

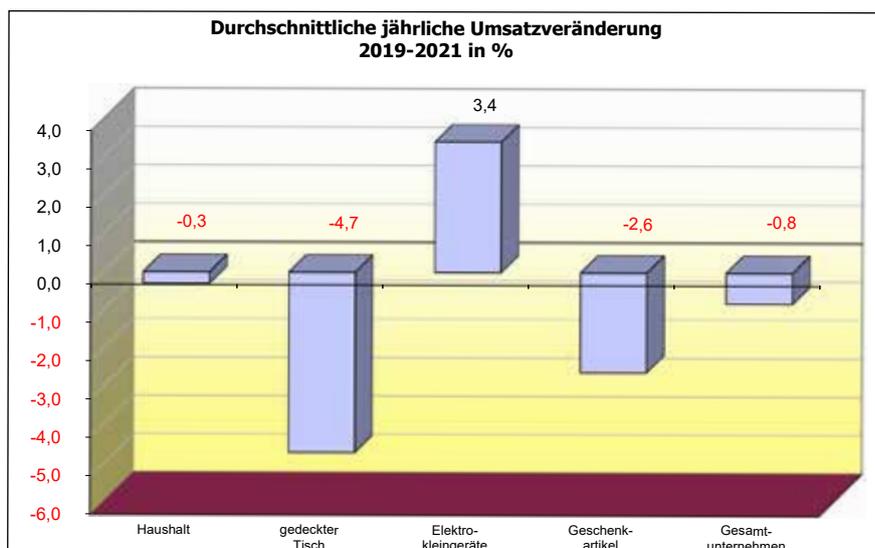
Im Berichtszeitraum hat der Fachkreis verstärkt mit dem Arbeitskreis FDE zusammengearbeitet, um für alle Beteiligten einen höheren Nutzen zu erzielen. Neben einer gemeinsamen Vorstandsarbeit wurden Regionaltagungen und Aktivitäten übergreifend angeboten. Entsprechend gelten viele Ausführungen zum FDE auch für die Arbeit des Fachkreises.

Denn das Bild des Hausrat-/GPK-Geschäftes verändert sich zunehmend. Wurden anfangs Elektrokleingeräte und Grillsortimente mit aufgenommen, finden sich heute vielfach weitere Warenbereiche wie Eisenwaren, Lederwaren, Schreibwaren, Spielwaren, hochwertige Lebensmittel und/oder Gewürze in den



Geschäften wieder – angepasst an den jeweiligen Standort, die Zielgruppe und das Konzept. Entsprechend sind die Umfragen, angelehnt an allgemeine Statistiken, nun auf die Bereiche Küchen- und Haushaltsgegenstände, den gedeckten Tisch, Wohnaccessoires/Geschenkartikel und Elektrokleingeräte ausgerichtet.

**Branchenkonjunktur.** Im Berichtszeitraum waren die Hausrat-/GPK-Händler durch die Corona-Pandemie erheblich belastet. Die Lockdowns und Restriktio-



jahr, besser als erwartet. Dazu trug der sich stabilisierende Haushaltswarenbereich bei, der dank des Interesses an Küchenausstattung, Koch-, Brat- und Backgeschirr, nach zwei schwächeren Jahren wieder Umsatzzuwächse von rund 2,5% erreichen konnte. Auch der gedeckte Tisch lag mit einem leichten Wachstum von 1,1% über den Vorjahren und profitierte durch die warmen Sommermonate von Produkten für den Outdoor-Bereich. Entsprechend lief es auch im Grill-Bereich

nen trafen die Hausrat-/GPK-Händler stärker als die anderen Bereiche des Hartwarenhandels. Während die Umsatzeinbrüche des ersten Lockdowns 2020 im Jahresverlauf aufgefangen werden konnten, war dies beim monatelangen zweiten Lockdown 2021 nicht möglich. Über den gesamten Dreijahreszeitraum musste so der Hausrat-/GPK-Handel Umsatzrückgänge von 0,9% hinnehmen. Dabei verzeichnete der gedeckte Tisch einen deutlichen Rückgang von rund 4,7%, Geschenkartikel von -2,6%, während Haushaltswaren nahezu konstant, mit Gewinnen im Küchensegment, und der Elektrokleingerätebereich mit einem Umsatzzuwachs von 3,4% abschlossen. Dieses ordentliche Resultat im Lichte der letzten 24 Monate war möglich, da beim Verbraucher in Corona-Zeiten das eigene Zuhause durch Kontaktbeschränkungen, begrenzte Urlaubs- und Freizeitmöglichkeiten, aber auch durch Homeoffice etc. mehr Beachtung fand. Social Cocooning war angesagt. Auch die staatlichen Unterstützungen, wie Überbrückungshilfen, Kurzarbeitergeld oder Corona-Beihilfen, trugen dazu bei, die schwierigen Monate des Lockdowns durchzustehen. An der einen oder anderen Stelle wären aber schnellere Hilfen oder restriktivere Maßnahmen hilfreich gewesen. Für Unverständnis sorgten die oft unterschiedlichen Regelungen in den einzelnen Bundesländern, vor allem aber der Weiterverkauf der Branchensortimente in den nicht vom Lockdown betroffenen Supermarktketten und Discountern. Entsprechend appellierte der FHG/ZHH mehrfach an die Bundesregierung und Ministerpräsidenten, für eine Unterbindung dieser Wettbewerbsverzerrungen zu sorgen.

**Die Jahre 2019 – 2021**

**2019.** Das Jahr 2019 lief für den Hausrat-/GPK-Facheinzelhandel, nach einem durchwachsenen Vor-

sehr stabil weiter. Die Elektrokleingeräte wuchsen ebenfalls, wenn auch nicht mit den Steigerungen der Vorjahre. Mit Dienst- und Serviceleistungen, vor allem aber mit Zusatzprodukten konnten die Händler punkten und eine bessere Kundenfrequenz verzeichnen. So erweiterten sie bei den Trendthemen Tee und Kaffee ihr Sortiment um besondere Kaffeebohnenröstungen oder Teemischungen und trafen damit den Wunsch ihrer Kunden. Aber auch das gute wirtschaftliche Umfeld mit einer stabileren Verbraucherstimmung, steigenden Einkommen und mäßiger Inflation ließen die Nachfrage nach den Hausrat-/GPK-Produkten anziehen. Das wichtige Weihnachtsgeschäft lief zufriedenstellend, wobei besonders die letzten Tage vor Weihnachten hierzu beitrugen. So konnte das Jahr mit einem Umsatzzuwachs von 1,1% abgeschlossen werden.

**2020.** Auch der Start in das Jahr 2020 verlief zunächst vielversprechend, bevor die Corona-Pandemie die Hausrat-/GPK-Fachhandelsgeschäfte mit dem ersten Lockdown voll traf. Je nach Bundesland blieben die Ladenflächen zwischen sechs und acht Wochen geschlossen. Mit Flexibilität und Kreativität wurde auf die vollkommen neue Situation reagiert und die digitale Ausrichtung erlebte bei vielen Händlern einen gewaltigen Schub. Daneben wurden Ideen entwickelt, um die fehlenden Umsätze durch kontaktlose Abholungen vor dem Geschäft oder durch Lieferungen aufzufangen. Die staatlichen Hilfsmaßnahmen, speziell der erleichterte Zugang zur Kurzarbeit, wurden schnell und umfassend genutzt, ließen aber die Händler an ihre eigene Belastungsgrenze stoßen. Zudem hinterließen die ersten Wochen des corona-bedingten Konjunkturerinbruches Existenzängste, da niemand wusste, wie es weitergeht.

Doch mit der Wiedereröffnung ab Mitte April kehrte die Zuversicht bei Verbrauchern und Händlern zurück. So traten Themen wie Cocooning, private Treffen oder gemeinsames Kochen bei den Verbrauchern stärker als zuvor in den Fokus. Die geschlossene Gastronomie, veränderte Arbeits- und Lebensgewohnheiten, die sich durch Homeoffice, Homeschooling und Videomeetings zeigten, veränderten in dieser Zeit die Gewohnheiten der Verbraucher. Der persönliche Schutz und das eigene Zuhause bekamen auf einmal eine ganz neue Bedeutung. So nahm die Bereitschaft der Verbraucher, hochpreisigere Produkte zu kaufen und in die eigenen vier Wände zu investieren, stetig zu. Wenn schon eine Urlaubsreise oder der Besuch einer Veranstaltung nicht möglich waren, dann wollte man sich zumindest für zu Hause etwas Schönes gönnen.

Gleichzeitig solidarisierten sich die Verbraucher zunehmend mit dem lokalen Fachhandel, teilweise zu Lasten von (vollen) Großstädten, wovon auch der regional-orientierte Hausrat-/GPK-Fachhandel merklich profitierte. So gelang es, bei einer zunehmenden Kundenfrequenz die starken Umsatzeinbrüche des Frühjahres in ein Umsatzplus zu drehen. Alles sah für das Gesamtjahr nun überaus erfreulich aus. Doch mit der zweiten Corona-Welle im Spätherbst des Jahres, die zum zweiten Lockdown kurz vor Weihnachten führte, wurde die überaus positive Entwicklung massiv abgebremst und brachte im wichtigen Weihnachtsgeschäft Umsatzverluste. Doch es gelang mit einem Umsatzzuwachs von 1,4% das erste Corona-Jahr ordentlich abzuschließen.

**2021.** Die Hoffnung auf ein schnelles Ende des Lockdowns aufgrund der neuen Impfstoffe wurde bereits Anfang des Jahres 2021 schnell getrübt. Ein monatelanger Lockdown stellte den Hausrateinzelhandel vor riesige Herausforderungen. Mit Click & Collect, Internetaktivitäten, staatlichen Hilfen und viel Engagement gelang es aber die viermonatige Schließungsphase, mit monatlichen Umsatzrückgängen von 40-80% zu überstehen. Mit der Rückkehr der Kunden Ende April/Anfang Mai auf die Ladenfläche erholte sich der Konsum, auch wenn die Euphorie des Vorjahres fehlte. Sowohl die Maskenpflicht als auch die wiederkehrenden Möglichkeiten der Verbraucher, Urlaubsreisen und anderen Freizeitaktivitäten nachzugehen, ließen eine (erneut) schnelle Erholung im Handel nicht zu. Trotzdem verbesserte sich das Stimmungsbild stetig und die monatlichen Umsätze stiegen. Durch die hohe Zahl von Arbeitnehmern im Homeoffice stieg die Bedeutung der Gestaltung des persönlichen Umfeldes. Dies beflügelte den Bereich der Küche und ließ die Nachfrage nach Küchenmaschinen und Kaffee-/

Teevollautomaten steigen. Aber auch Elektrokleingeräte für den Haushalt, wie Fenster- oder Saugroboter, wuchsen überproportional in dieser Zeit. Doch wie im Vorjahr sorgten ab dem Herbst die steigenden Inzidenzwerte mit wieder flankierenden Einschränkungen von 3G-, 2G- und 2G-Plus-Regelungen dafür, dass im wichtigen vierten Quartal die Lust der Verbraucher vor Ort einzukaufen zurückging und damit auch die Umsätze des Vorjahres nicht zu halten waren. So lagen bei Haushaltswaren und dem gedeckten Tisch die Umsätze teilweise deutlich hinter dem Vorjahr, am härtesten traf es aber das Segment der Geschenkartikel aufgrund fehlender Partys, Geburtstagsfeiern etc. Letztendlich muss im Hausrat-/GPK-Facheinzelhandel für das Jahr 2021 von einem deutlichen Umsatzrückgang von über 5% ausgegangen werden. Unter Berücksichtigung einer fast 2-jährigen Pandemie und eines monatelangen Lockdowns lässt die Entwicklung aber für die Zeit nach Corona hoffen.

**2022.** Trotz des erneut schwierigen Jahresbeginns dank der Pandemie bleiben die eigenen vier Wände im Fokus der Verbraucher. Es wird deshalb für die Entwicklung des Jahres 2022 entscheidend davon abhängen, wie sich einerseits das Infektionsgeschehen entwickeln wird, andererseits das Angebot an Hausrat-/GPK-Produkten seinen Weg zum Kunden findet. Nur ein gewisser Umsatzanteil des durch die Corona-Krise ins Internet abgewanderten Umsatzes wird nach der „Normalisierung“ wieder zurück auf die Fläche finden. Entsprechend ist der Fachhandel gefordert, auf den Erfahrungen der letzten Monate aufzubauen, die Veränderungen der Customer Journey genau zu beobachten und den veränderten Such- und Kaufgewohnheiten seiner Kunden zu folgen, egal ob offline, online oder mobil.

**Partnerwahl des Fachhandels.** Die Partnerwahl des Fachhandels wurde im Jahr 2019 wie gewohnt durchgeführt. Anlässlich der letzten im Berichtszeitraums stattgefundenen Ambiente im Frühjahr 2020 wurden die „Partner des Fachhandels“ vom FHG-



FHG-Messestand auf der Ambiente 2020 - Foto: ZHH



Ehrung der Partner des Fachhandel 2019 durch Norbert Caesar  
– Foto: ZHH



Partner des Fachhandels 2019, geehrt auf der Ambiente 2020  
– Foto: ZHH

Vorstand geehrt. Die Gewinner sehen Sie in nebenstehender Tabelle. Aufgrund der massiven Belastungen durch die Pandemie fiel die Wahl der Partner im Jahr 2020 aus. Auch für 2021 muss geschaut werden, ob ausreichend Händler während der Pandemie die Zeit und Müße finden, sich an der Umfrage zu beteiligen.

**Aktivitäten des FHG.** Im Frühjahr und Herbst jeden Jahres standen die Regionaltagungen mit dem Arbeitskreis FDE an. Im Jahr 2019 fanden diese in Präsenz statt, 2020 und 2021 wurden sie teilweise als digitale Veranstaltungen angeboten. Mit rund zehn Rundschreiben pro Jahr wurden die Mitglieder über die Geschehnisse der Branche und spezielle Arbeitskreisthemen informiert. Daneben bot der Internetauftritt des ZHH den FHG-Mitgliedern viele Informationen unkompliziert an. Die eingeführten Corona-Rundschreiben unterrichteten die Mitglieder in dieser außergewöhnlichen Zeit schnell über Unterstützungen und neue Regularien, versorgten sie aber auch mit notwendigen Arbeitsmaterialien, um die Herausforderungen der Corona-Krise zu meistern. 2019 und 2020 war der FHG auf der Internationalen Konsumgütermesse „Ambiente“ mit einem Stand vertreten, 2021 wurde die Messe abgesagt.

**Online-Seminare.** Die Kooperation mit dem Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Handel, angesiedelt

beim Bundeswirtschaftsministerium, wurde fortgesetzt und sowohl 2020 als auch 2021 diverse Online-Seminare, speziell für den Hausrat/GPK-Handel und Hartwarenhandel, angeboten. Dabei wurden unterschiedliche Schwerpunkte gesetzt. Angeboten wurden am:

- 27.03.2020: Den Kunden im Fokus – Digitalisierung am PoS,
- 15.05.2020: Was digitalen Vertrieb erfolgreich macht,
- 18.09.2020: Der Weg zu mehr Sicherheit im Netz
- 20.11.2020: Bessere Customer Experience durch Social Media,
- 15.05.2021: Verkauf über digitale Marktplätze für Einsteiger,
- 04.10.2021: Social Media: Facebook und Instagram für Händler.

### Die „Partner des Fachhandels“

Rangfolge der Wahlergebnisse (Bewertungen)

**2019**

#### Hausrat

1. Kai-Messer KAI Europe GmbH, Solingen (1,88)
2. WÜSTHOF GmbH, Solingen (1,93)
3. GEFU GmbH, Eslohe (1,96)

#### Porzellan/Keramik

1. ASA-Selection GmbH, Hör-Grenzhausen (1,81)
2. Gmundner Keramik Manufaktur GmbH & Co. KG, Gmunden (1,90)
3. Rosenthal GmbH - Rosenthal-Studio, Selb (2,01)

#### Bestecke

1. mono GmbH, Mettmann (2,07)
2. Robbe & Berking Silbermanufaktur, Flensburg (2,13)
3. Rosenthal GmbH, Selb (2,15)

#### Glas

1. Glashütte Valentin Eisch GmbH, Frauenau (2,07)
2. Tiroler Glashütte GmbH – RIEDEL, Kufstein (2,28)
3. Ritzenhoff AG, Marsberg (2,29)

#### Geschenkartikel

1. Chr. Bollweg e.K., Rietberg (1,72)
2. räder GmbH, Bochum (1,77)
3. Goebel Porzellan GmbH, Bad Staffelstein (1,90)

#### Kleinelektro

1. Vita-Mix GmbH, Berlin (1,98)
2. Gebr. Graef GmbH & Co. KG, Arnsberg (2,35)
3. Cloer Elektrogeräte GmbH, Arnsberg (2,53)



**Lars Lehmann**  
Bautzen  
Vorsitzender des VdM

**Verband der Motoristen**  
Arbeitskreis im Zentralverband Hartwarenhandel e.V.



### 30 Jahre Engagement für den MotorerätFachhandel

Der Verband der Motoristen (VdM) ist seit 1991 – und damit seit nunmehr drei Jahrzehnten – als eigener Arbeitskreis im ZHH das zentrale Sprachrohr für den Motoreräte-Fachhandel in Deutschland. Die Mitglieder führen die Sortimente Garten- und Forstgeräte, Umwelt- und Kommunaltechnik sowie Arbeitsschutz. Daneben müssen alle Mitglieder über eine vollzeitbesetzte Werkstatt verfügen, in der sie Geräte aus dem Bereich Motoreräte reparieren und warten. Vielfach werden Geräte aus dem Sortiment auch vermietet. Oberste Maxime des Verbandes ist es, die wirtschaftlichen und sozialen Interessen der Mitglieder gegenüber Industrie, Politik, Verwaltung und Verbraucherorganisationen zu vertreten und den Mitgliedern im Alltagsgeschäft mit Rat und Tat zur Seite zu stehen. Der VdM vertritt derzeit rund 350 Mitglieder. Dies verdeutlicht, dass der VdM mit seinen zahlreichen Hilfestellungen, Brancheninitiativen und Veranstaltungsformaten wirkungsvoll die beruflichen, wirtschaftlichen und sozialen Interessen der Branche prägt, und die Mitglieder dies im Rahmen ihrer meist langjährigen Mitgliedschaften honorieren. Der VdM kooperiert darüber hinaus eng mit Einkaufsverbänden, wie der Sümo eG und der Rheintec, was für alle Beteiligten deutliche Mehrwerte bietet und die gegenseitige Wertschätzung unterstreicht. Denn eines ist klar: Der Fachhandel ist nur gemeinsam stark!

Herstellergespräche, Kongressformate, Gesprächsrunden, Präsenz auf Branchentagen, die tagtägliche juristische und betriebswirtschaftliche Beratung der Mitglieder sowie der Bezugsquellendienst und nicht zuletzt das große Engagement im Qualifizierung des Motoreräte-Fachhandels e.V. (QMF) sind nur einige Beispiele für das branchenorientierte Wirken des VdM im Sinne der Motoristen.

**Vorstand.** Die Vorstandsarbeit im VdM zeichnete sich durch Kontinuität aus. So setzt sich das Vorstandsgremium seit 2016 aus folgenden Mitgliedern zusammen(v.li.n.re): Lars Lehmann (Vorsitzender, Gartentechnik Lehmann, Bautzen), Thomas Thurner (H. Thurner Garten- u. Forsttechnik, Ammerbuch-Entringen) sowie Hans-Jürgen Wachten (Wassenberg, Grevenbroich und Rheintec GmbH), die Ende 2018

### Sprecherkreis des VdM

**Lars Lehmann**, Gartentechnik Lehmann, Bautzen – Vorsitzender

**Thomas Thurner**, H. Thurner Garten- u. Forsttechnik e.K., Ammerbuch-Entringen

**Hans-Jürgen Wachten**, Rheintec GmbH/Wassenberg GmbH, Grevenbroich



mit großer Mehrheit wiedergewählt wurden und im Berichtszeitraum die Verbandsarbeit maßgeblich leiteten und prägten. Der Vorstand tagte insgesamt achtmal, aufgrund der Pandemie aber nicht so häufig wie gewohnt in Präsenz. Via Telefon- oder Videokonferenz wurden die Leitlinien für die Verbandsaktivitäten festgelegt und eine hohe Verbandsperformance konnte weiter gewährleistet werden. Für Beständigkeit ist auch zukünftig gesorgt, da alle drei Herren zum Jahreswechsel 2021/22 in ihren Ämtern weiter bestätigt wurden.

**Verbandsaktivitäten.** Wie überall musste der VdM seit Aufkommen des Corona-Virus und den damit einhergehenden Einschränkungen auf viele persönliche Treffen und Branchenveranstaltungen im Berichtszeitraum verzichten. Der enge Draht zu den Mitgliedern konnte aber auch in dieser fordernden Zeit digital und telefonisch gehalten werden. Die 2019 neu eingeführten VdM-Infobriefe per Mail, die regelmäßigen Corona-Newsletter während der Pandemie und die Beratung durch die Geschäftsstelle zu Problemen im Tagesgeschäft sind die augenfälligsten Beispiele hierfür. In seinen Infobriefen berichtete der VdM über aktuelle Branchenthemen, News aus der Verbandsarbeit, die konjunkturelle Entwicklung, aktuelle Marktdaten, gesetzliche Änderungen (Verpackungsgesetz, Elektrogesetz, DSGVO, Arbeitsrecht, Wettbewerbsrecht etc.), relevante Urteile sowie Testergebnisse. Flankiert werden diese Informationen durch die ZHH-Information und zwei bis drei Ausgaben pro Jahr des 2017 eingeführten Newsletters Recht, welcher vertiefend über die branchenrelevante Rechtsentwicklung berichtet. Zweimal jährlich führt der VdM Umfragen im Mitgliederkreis zur konjunkturellen Entwicklung im stationären Fachhandel durch. Abgefragt werden dabei zudem die Stundenverrechnungssätze und durchschnittlichen Mitarbeitergehälter. Die Auswertungen bieten den Mitgliedern ein wertvolles und aussagekräftiges Benchmarking, das dabei hilft, den eigenen Betrieb und seine Wettbewerbsfähigkeit besser einzuschätzen.

**spoga+gafa.** Der VdM ist jährlich auf der größten Gartenfachmesse der Welt, der spoga+gafa in Köln, mit eigenem Messestand vertreten. Dort und im Fachbeirat der Messe halten wir die Fahne der Motoristen traditionell hoch und repräsentieren den Motorgeräte-Fachhandel. Wie viele Veranstaltungen musste die spoga+gafa pandemiebedingt 2020 und 2021 abgesagt werden, so dass 2019 die bisher letzte Messe stattfand: Die spoga+gafa 2019 schloss mit einer äußerst positiven Bilanz. Gut 40.000 Fachbesucher, Top-Entscheider und Multiplikatoren aus 124 Ländern und ein Anteil von 65% an internationalen



Messestand auf spoga+gafa 2019 – Foto: VdM

Gästen untermauerten die internationale Bedeutung der Messe. Insgesamt präsentierten 2.281 Aussteller aus 67 Ländern (Auslandsanteil 86%) die Trends und Highlights für die kommende Saison im Garten. Die Gartenmesse stand ganz im Zeichen von City Gardening – Gärtnern ohne Garten. In der Halle 6, die ganz unter dem Motto gardencreation & care steht, ist auch der VdM zu finden. Die nächste spoga+gafa soll vom 19.-22.06.2022 stattfinden.



**QMF e.V.** Der Qualifizierung des Motorgeräte-Fachhandels e.V. wurde 2008 von den Fachhandelsverbänden VdM und BufaMot mit Unterstützung der wichtigsten Einkaufsverbände und fachhandelsorientierten Lieferanten ins Leben gerufen. Der VdM ist maßgeblich an der Planung und laufenden Betreuung der Fachhandelsinitiative QMF e.V. beteiligt, die mittlerweile 293 zertifizierte Verkaufsstellen des Fachhandels sowie 17 namhafte Lieferanten, Einkaufsverbände und Dienstleister zählt.

Schon damals stand die Motorgerätebranche unter gewaltigem Druck: Einerseits agieren die Kunden immer mehr online und/oder erwerben minderwertige Gartentechnik in Baumärkten oder bei Discountern. Andererseits benötigen hochwertige Gartenfabrikate einen Mittler, der für exzellenten Service und Qualität steht. Nur zusammen kann die Branche den Herausforderungen begegnen und arbeitet daher im QMF an der Qualifizierung und Bekanntmachung des Fachhandels sowie seiner herausragenden Produkte und Dienstleistungen zusammen.



Sowohl Lieferanten als auch Fachhändler unterziehen sich im Rahmen der Brancheninitiative regelmäßigen Audits: Der QMF-Fachhändler dahingehend, dass er die Mindestkriterien an sich, seine Mitarbeiter, sein Erscheinungsbild vor Ort und in der Werbung, seine Öffnungszeiten und viele weitere wertgebende Kriterien erfüllt; die Lieferanten, dass sie den Fachhandel als den präferierten Vertriebskanal wahrnehmen und entsprechend unterstützen.

Im Berichtszeitraum wurde beschlossen, dass der Fokus der Verbandstätigkeit hin zur qualitativen Förderung der Mitglieder rücken sollte – ohne dabei die Mitgliederakquise zu vernachlässigen. Um dies mit Leben zu füllen, initiierte die Geschäftsstelle eine umfangreiche Image- und Werbekampagne für den Motorgeräte-Fachhandel im Allgemeinen und die QMF-Betriebe im Speziellen. Diese Kampagne umfasst seit Ende 2019 die Facebookseite des Vereins, einen eigenen YouTube-Kanal sowie Pressekampagnen zu fachhandelsrelevanten Themen in Endverbrauchermedien, die mittlerweile eine Gesamtauflage von weit über 10 Mio. Exemplaren erreicht haben. Diese Aktivitäten haben alle das Ziel, den qualifizierten Motorgerätefachbetrieb beim Endverbraucher bekannter zu machen und den stationären Fachhandel als den kompetenten, servicestarken Partner um die Ecke zu positionieren. Die Pressekampagnen behandelten bisher Themen wie: Holz selber machen, Ausbildungsmöglichkeiten im Motorgeräte-Fachhandel, Kaufberatung Rasenmäher, Gerätepflege und Wartung spart Zeit und Geld, Vertikutieren / Rasenpflege im Frühjahr und Kaufberatung Hochdruckreiniger. Im

Fokus steht immer, den Endkunden in seiner Region zu erreichen und zum nächsten Fachhändler in seiner Umgebung zu lotsen.

Daneben wurden auch verschiedene Workshops, Schulungen und Onlinesprechstunden angeboten, z.B. zu Themen wie „Ganzheitliche Vertriebskommunikation“ (in Kooperation mit dem ZHH Bildungswerk), „Socialmedia für Motoristen“ etc. Dieser Weg soll konsequent fortgesetzt werden und kommt bei den Mitgliedern gut an!

#### **Jahreshauptversammlungen (JHV).**

Auf der Anfang Februar 2019 tagenden JHV von QMF, an der etwa fünfzig Mitglieder und Lieferanten teilnahmen, wurde u.a. die o.g. Intensivierung der Öffentlichkeitsarbeit beschlossen. Denn die positive Arbeit von QMF hatte noch ein Manko: die unbefriedigende Bekanntheit der Initiative in den Kundenkreisen.



JHV 2019 – Foto: QMF

Am 27. Februar 2020 hatte QMF zur JHV auf die schwäbische Alb geladen. Rund sechzig Mitglieder sowie zahlreiche Lieferanten wohnten der Veranstaltung bei, die bei AS-Motor ausgerichtet wurde. Auf der Agenda der fünften ordentlichen Jahreshauptversammlung standen neben üblichen vereinsinternen Regularien, die im Vorjahr anvisierten, zukunftsweisenden Themen, wie ein Workshop zum Thema Facebook und Social Media für QMF-Mitglieder.

Die JHV 2021 wurde aufgrund des Lockdowns digital abgehalten. Immerhin 40 Mitglieder und Förderer kamen für den Bericht des Vorstands und für die Vorstellung der Social-Media-Aktivitäten des Vereins durch die Agentur SocialMediaKonzepte zusammen.



JHV 2021 – Screenshot: ZHH

**Konjunkturelle Entwicklung 2019-2021.** Die Beratungskompetenz und das handwerkliche Know-how des Motorerärefachhandels erfreuen sich eines anhaltend großen Vertrauens bei Verbrauchern und Profianwendern. Diese Tatsache spiegelt sich in den konstant hohen Marktanteilen und Umsätzen der hochspezialisierten Fachhandelsunternehmen wider.

**2019.** Der Saisonverlauf 2019 war in weiten Teilen Deutschlands, wie auch 2018, geprägt von einer sehr trockenen Witterungslage. Dennoch konnte der Motoreräte-Fachhandel seine Umsätze stabil halten. Der Anteil der Motoristen am Gesamtumsatz für motorisierte Gartengeräte in Deutschland lag 2019 konstant bei rund 60% und der Mengenanteil bei etwa 23,5%. Folglich konnten die Motoristen in einem stabilen Markt ihre profilierte Position, insbesondere im Bereich der Profigeräte und im hochwertigen Segment, untermauern. Gerade die modernen und stark nachgefragten Mähroboter und akkubetriebene Geräte, aber auch klassische Sortimente, entwickelten sich insgesamt positiv und boten lukrative Möglichkeiten, die Stärken des servicegebenden Fachhandels auszuspielen. Sei es das Werkstattgeschäft, Installationen,

Montagen, Wintereinlagerung oder Beratung: Die Motoristen konnten sich als kompetente Partner und Dienstleister von anderen Vertriebskanälen abheben – und der Endkunde honorierte das!

**2020.** Dementsprechend startete der Fachhandel mit viel Selbstbewusstsein, Optimismus und Tatendrang ins Jahr, das, trotz des insgesamt milden Winters, durchaus erfreulich begann. Die Covid-19-Pandemie traf die Branche aber zu Saisonbeginn hart. Mit abflachendem Infektionsgeschehen und der Verlagerung der privaten Aktivitäten in den eigenen Garten, stiegen die Investitionsbereitschaft, Kundenfrequenz und Nachfrage im weiteren Jahresverlauf. In der Corona-Krise bewährte sich die Kundennähe des servicegebenden Fachhandels, der zusätzlich verstärkt neue Kommunikationskanäle und Vertriebsformen nutzte. Der Motoreräte-Fachhandel begab sich mehr denn je auf dem Weg zum Multi-Channel-Vertrieb.

**2021.** Diese Entwicklung setzte sich im abgelaufenen Jahr fort. Insgesamt zeigen sich die Motoristen mit der wirtschaftlichen Situation recht zufrieden, wenngleich die Nachfrage gegenüber dem starken Jahr 2020 leicht rückläufig war. Konnte bis einschließlich Mai im Mittel noch Wachstum generiert werden, fiel die Nachfrage danach etwas ab und sorgte im weiteren Jahresverlauf für leichte Rückgänge. Hingegen erfreuten sich die Werkstätten einer guten Auslastung. Die Warenversorgung war und ist äußerst problematisch, auch die Ersatzteilversorgung oftmals schwierig. Von der Industrie wird eine signifikante Besserung nicht vor 2023 erwartet, was auf komplexe weltwirtschaftliche Faktoren zurückgeführt wird. Das sehr gute Jahr 2020, die Probleme bei der Warenversorgung und eine Sättigung des Marktes ließen ein weiteres mengenbasiertes Wachstum nicht zu. Somit ist ein Umsatzniveau wie 2019 zu erwarten, was preisgetrieben auch leicht positiv ausfallen könnte.

**Vorschau 2022.** Aufgrund der zum Jahreswechsel aufgekommenen 3. und 4. Welle der Corona-Pandemie sowie der weiter bestehenden Probleme mit der Warenversorgung muss bei steigenden Preisen mit einem zunächst verhaltenden, ggf. auch leicht negativen, Jahresbeginn gerechnet werden. Der weitere Verlauf hängt dann entscheidend von den Witterungsverhältnissen wie auch der gesamtwirtschaftlichen Stimmung im Land unter der andauernden Pandemiesituation ab. Die Trends der vergangenen Zeit nach Rasenrobotern und Akku-Geräten sind aber weiterhin ungebrochen.



Tochtergesellschaften:

### Erfolgreiche Strukturreform

Im Laufe seiner mehr als 120-jährigen Geschichte (gegr. 1898) hat der ZHH erkannt, dass die vielfältigen Aufgabenbereiche der Verbandsarbeit von Verbandsgesellschaften effizienter geleistet werden können als im Verband selbst. Deshalb wurden verschiedene Gesellschaften gegründet, um den Unternehmen der Branche ganz spezielle und kompetente Leistungen anzubieten.

So entstanden nach und nach fünf Gesellschaften und eine Beteiligung: Die Eisenwaren-Zeitung, der Spiegel der Branche, wurde im Jahr 1948 gegründet. Sie brachte 1993 die Hausrat-Zeitung als weiteren Titel heraus. Im April 1949 entstand die Vertriebsgesellschaft Deutscher Eisenwarenhändler (VDE m.b.H.), die später in den FDE Marketing Verlag GmbH umbenannt wurde. Außerdem wurden 1956 die FDE Unternehmensberatung und Ende 1983 das FDE Bildungswerk als eigenständige Gesellschaften herausgelöst. Mit der Umbenennung des FDE in ZHH zum Jahresbeginn 1995 wurden auch die Namen der Töchter angepasst.

Mitte 1995 wurde die ZertKommerz GmbH als letzte Tochter gegründet, die 2009 in AGM-Zert GmbH umfirmiert wurde. Aufgrund der steigenden Akkreditierungsanforderungen, des Marktumfeldes und der Nachfrage aus dem Hartwarenhandel wurde das selbständige Geschäft Ende 2019 aufgegeben und an einen neuen Kooperationspartner, die ZDH-Zert in Bonn, übergeben. 2021 wurde die AGM Zert gelöscht.

Bei den Tochtergesellschaften des ZHH wurde Ende 2006 eine Strukturreform eingeleitet. Die ZHH Unternehmensberatung und der ZHH Marketing Verlag wurden verschmolzen. Mit diesem Schritt wurde eine Anpassung an die veränderte Marktlage und die Erfordernisse der Branche vollzogen. Die Gesellschaft erhielt im April 2007 den Namen ZHH Dienstleistung GmbH.

Zusammen mit dem BHB-Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V. und anderen Spitzenorganisationen der Hartwaren- und DIY-Branche gründete der ZHH im Sommer 1999 die Akademie Bauen & Wohnen, um der Branche nach der Schließung der Eisenwarenfachschule in Wuppertal eine zukunftsweisende innovative Aus- und Weiterbildung zu ermöglichen.



## Modernisierung der bestehenden Angebote wird fortgesetzt

Die Akademie Bauen & Wohnen wurde im Jahr 1999 vom ZHH e.V. und dem Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V. (BHB) gegründet, um der Branche gemeinsam ein Bildungskonzept anzubieten.

Die E-Learning-Plattform der Akademie – **www.baumarktwissen.eu** – ist ein wichtiger Baustein der Personalentwicklung von zahlreichen Unternehmen. Sie richtet sich an Auszubildende, neue Mitarbeiter, Quereinsteiger, Verkäufer und Springer in Bau- und Heimwerkermärkten und dient auch als erster Einstieg für Mitarbeiter im klassischen Hartwareneinzelhandel. 24 Beratungsleitfäden spiegeln die breite Sortimentsvielfalt des DIY-Handels wider und haben folgende Themen:

01. Elektrowerkzeuge	09. Farben & Lacke	17. Dekoration
02. Fliesen	10. Basteln	18. Kleinmöbel & Selbstbausysteme
03. Bauchemie	11. Sanitär	19. Baugeräte
04. Elektro	12. Heizung	20. Autozubehör & Fahrräder
05. Baustoffe	13. Garten – Hartwaren	21. Cross-Selling
06. Bauelemente	14. Garten – Lebendes Grün	22. Garten – Baustoffe
07. Eisenwaren & Werkzeuge	15. Bodenbeläge & Tapeten	23. Zoartikel
08. Schlösser & Beschläge	16. Holz Innenausbau	24. Arbeitssicherheit

Die Umwandlung der 24 Beratungsleitfäden aus dem pdf-Format in kleine, kompakte Lerneinheiten, die „Microtrainings“, wurde 2018 begonnen. Diese handlichen Einheiten sollen es den Lernenden ermöglichen, sich beispielsweise auch in Pausen in den für sie aktuellen zur Verfügung stehenden Inhalten weiterzubilden. Diese umfangreiche Überarbeitung der pdf-Lehrbriefe wurde im Berichtszeitraum fortgesetzt, so dass bis Ende 2021 insgesamt 14 Leitfäden inhaltlich überarbeitet im neuen Layout veröffentlicht wurden. Die einzelnen Lerneinheiten wurden visuell ansprechend gestaltet und mit einer großen Zahl an aktuellen Fotos und Illustrationen ergänzt. Die zugehörigen Beratungs- und Fachfragen, die am Ende jedes Lernthemas zur Erreichung eines Zertifikates erfolgreich beantwortet werden müssen, wurden entsprechend aktualisiert.

Der **Internetauftritt** von baumarktwissen.eu wurde im Berichtszeitraum modernisiert: So wurde die Startseite neu aufgesetzt, neue Titelbilder platziert und die Übersichtlichkeit verbessert. Zuletzt durchgeführte Aktualisierungen werden Nutzern im Fußbereich der Startseite angezeigt. Der Menübaum wurde aktualisiert und vereinfacht die Navigation durch die Plattform.

Das **Reporting-Tool** von baumarktwissen.eu wurde für die Ausbildungsleiter deutlich erweitert und bietet Nutzern im Rahmen des „Premium-Moduls“ umfangreiche zusätzliche Auswertungsmöglichkeiten wie zum Beispiel:

- Logoeinbindung
- Trainerfunktion
- Zusätzliche Auswertungen (Lernverlauf)
- Individuelle Rollendefinition (wer darf was)

72.000 Zertifikate seit Einführung der E-Learning Plattform



Die Akademie Bauen und Wohnen e.V. hat im Jahr 2020 zeitgemäße Präsentationen sowie einen ca. 6-minütigen Erklärfilm produziert, welcher die Funktionen und die Vorteile der E-Learning Plattform für Interessenten und Nutzer in kompakter Form darstellt.

(Quelle: <https://www.youtube.com/watch?v=LYzwmT4lMwQ&t=26s>)



## Akademie Bauen & Wohnen e.V.



Eichendorffstr. 3  
40474 Düsseldorf  
Tel.: 0211/4 70 50 50  
Fax: 0211/4 70 50 59  
E-Mail: [akademie.bauen.u.wohnen@hartwaren.de](mailto:akademie.bauen.u.wohnen@hartwaren.de)  
Internet: [www.akademiebauenundwohnen.de](http://www.akademiebauenundwohnen.de)



## Wir bilden weiter. Präsent und digital.

Das ZHH-Bildungswerk ist die zentrale Anlaufstelle für die Fortbildung im mittelständischen Hartwarenfachhandel. Als anerkannter Partner der beruflichen Aus- und Fortbildung bietet es Seminare und Lehrgänge an, die auf die spezifischen Bedürfnisse der Branche zugeschnitten sind. Um den Anforderungen der Branche gerecht zu werden, erweitert und passt es fortwährend dieses Bildungsangebot an. Ende 1983 durch den Zentralverband Hartwarenfachhandel e.V. (ZHH) gegründet, hat sich das ZHH-Bildungswerk zu einer modernen Bildungseinrichtung entwickelt, die neben berufsbegleitenden Präsenzlehrgängen auch digitale Module und E-Learning Kurse anbietet.



Das komplette Bildungsangebot wurde jährlich im Dezember des Berichtszeitraumes für das Folgejahr im ZHH-Bildungskalender veröffentlicht. Folgende warenkundlichen und fachspezifischen Präsenzlehrgänge mit Zertifikatsabschluss wurden zuletzt angeboten:

- Technischer Fachkaufmann für Bauelemente (m/w/d)
- Technischer Fachkaufmann für Beschlagtechnik (m/w/d)
- Technischer Fachkaufmann für Sanitär / Heizung / Klima (m/w/d)
- Technischer Fachkaufmann für Verbindungs- und Befestigungstechnik (m/w/d)
- Technischer Fachkaufmann für Werkzeuge und Maschinen (m/w/d)
- Technischer Berater für Fenstertechnik (m/w/d)
- Technischer Berater für Tür- und Sicherheitstechnik (m/w/d)
- Fachberater im Außendienst (m/w/d)
- Fachberater für Schweißtechnik (m/w/d)
- Fachberater für Sicherungstechnik (m/w/d)

Seit 2005 vergibt die E/D/E Stiftung an das ZHH-Bildungswerk Stipendien und fördert dadurch finanziell verschiedene Lehrgänge. Seit Bestehen der Kooperation wurden bereits über 470 Stipendien be-



verschiedene Lehrgänge. Seit Bestehen der Kooperation wurden bereits über 470 Stipendien be-

willigt. Im Berichtszeitraum vergab die E/D/E Stiftung jährlich jeweils bis zu zehn Stipendien für fünf Fortbildungslehrgänge, auch 2022 ist dies der Fall.

### Der neue digitale Auftritt

In den Jahren 2020 und 2021 musste das ZHH-Bildungswerk aufgrund der Covid-19 Pandemie den überwiegenden Teil seiner Präsenzveranstaltungen verschieben bzw. als Online-Seminare anbieten. Diese Zeit hat gezeigt, wie wichtig auch zukünftig Präsenzfortbildungen sein werden, vor allem aufgrund der Bedeutung sowie Beliebtheit der praktischen Übungen und Workshops.

Der Lehrgang „*Fachberater im Außendienst*“ wurde modernisiert und findet seit 2021 in zwei Präsenzwochen, begleitet von drei Online-Seminaren, statt. Darüber hinaus wurden in den Jahren 2020 und 2021 Update-Workshops für ehemalige Teilnehmer des Lehrgangs „*Technischer Fachkaufmann für Werkzeuge und Maschinen (m/w/d)*“ als Online-Seminare durchgeführt. Ende 2021 wurde ein weiterer Update-Workshop zu den Themen „*Schließtechnik und Sicherheitstechnik*“ konzipiert, welcher im Sommer 2022 als Präsenzveranstaltung für ehemalige Teilnehmer angeboten werden soll.

Gleichzeitig hat das ZHH-Bildungswerk seit Anfang 2021 unter der Domain [moodle.zhh-bildungswerk.de](http://moodle.zhh-bildungswerk.de) eine **Online-Lernplattform** entwickelt, welche die Lernenden im Rahmen des „*Blended-Learning*“ Konzeptes während der Präsenzlehrgänge begleitet. Über die Lernplattform werden so Unterrichtsmaterialien während der gesamten Lehrgangsdauer zentral bereitgestellt und die Hausaufgaben dort eingereicht sowie benotet. Das Lernangebot wird kontinuierlich erweitert, beispielsweise mit interaktiven Lerninhalten. Das ZHH-Bildungswerk hat durch die Etablierung der Lernplattform eine Vielzahl an Prozessen optimiert und bietet den Lernenden zeitgemäße Unterstützung für ihre Fortbildungen an.

Auch die **Internetpräsenz** des ZHH-Bildungswerkes wurde im Januar 2021 runderneuert. So präsentiert sich das Bildungswerk auf einer übersichtlichen TYPO3 basierten Homepage, über die sämtliche Bildungsangebote bequem direkt online gebucht werden können. Der elektronische und zielgruppenspezifische Versand von Informationen zum aktuellen Bildungsangebot über einen Online-Newsletter rundet die zukunftsorientierte digitale Präsenz des ZHH-Bildungswerkes ab.

## ZHH-Bildungswerk gGmbH



Eichendorffstr. 3  
40474 Düsseldorf  
Tel.: 0211/4 70 50 96  
Fax: 0211/4 70 50 99  
E-Mail: [bildungswerk@zhh-bw.de](mailto:bildungswerk@zhh-bw.de)  
Internet: [www.zhh-bildungswerk.de](http://www.zhh-bildungswerk.de)



## Ihre Bezugsquelle im Hartwarenhandel und Branchenveranstalter

Die ZHH Dienstleistung GmbH ist die Servicegesellschaft des Hartwarenhandels, die mit Dienstleistungen die mittelständischen Unternehmen der Branche unterstützt und fördert. Das Leistungsangebot ist in drei Geschäftsbereiche aufgeteilt: **Marketing**, **Erfa-Gruppen** und **Branchenveranstaltungen**.

Der Bereich **Marketing** bietet Produkte an, die auf die Bedürfnisse der ZHH-Branchen abgestimmt sind. Das Sortiment umfasst spezielle Produkte für die Eisenwarenhändler, die GPK-Branche, Motoristen und den Sicherheitsfachhandel.

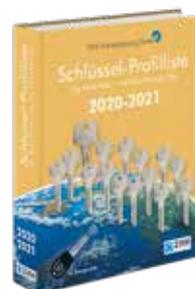


Frisch und übersichtlich wurde der neue **Onlineshop** im Jahr 2021 konzipiert. Dabei wurde auf eine optimierte Darstellung, auch für Mobilgeräte, geachtet. Über die neue Eingangsseite gelangen die Kunden mit einem Klick zum jeweiligen Monatsangebot. Die Navigation über Kacheln zu den beliebtesten Kategorien ist komfortabel.

Das Sortiment umfasst Organisations- und Werbemittel, Verpackungen und Betriebsausstattung. Bei den **Werbemitteln** sind der **ZHH Streifenkalender** und die **Handwerker-Notizbücher** beliebte Produkte. Die Themen des ZHH Streifenkalenders waren „Faszination Brücken 2019“, „Faszination Wasser 2020“ und „Flora und Fauna 2021“ mit Rezepten und Themen der Hartwarenbranche. Die Handwerker-Notizbücher sind als attraktives Werbemittel mit diversen Gestaltungsmöglichkeiten weiterhin stark gefragt. Mit möglichen Händlereindrücken stärken sie die Kundenbeziehung und kommen als Präsent bei den Kunden auch in Zeiten des E-Commerce sehr gut an. Die **ZHH Schlüssel-Profilliste** ist das Nachschlage-

werk, um den Sicherheitsfachhändler bei der Zuordnung von verschiedenen Schlüsselrohlingen schnell und unkompliziert zu unterstützen. Es umfasst über 10.000 Rohlinge.

Die aktuelle Ausgabe 2020/21 ist als Buch oder digital erhältlich. Die nächste Auflage erscheint Anfang 2023.



Trotz fortschreitender Digitalisierung ist der **ZHH Personal-Abwesenheitsplaner** ein beliebtes Produkt. Der ZHH stellt seinen Mitgliedern jedes Jahr eine ZHH-Ausgabe bereit. Bei der **Betriebsausstattung** wird auf spezielle Schlüsselschränke und Schlüsseltresore gesetzt. Die ZHH Schlüsselschränke zeichnen sich durch eine robuste und langlebige Ausführung Made-in-Germany aus. Diese Produktreihe wurde um Werkstattwagen und -schränke erweitert. **Geschenkmünzen** als Eigenauflage sind eine hochwertige Alternative zu Gutscheinen und weiterhin erhältlich. Der **Verpackungsbereich** hat sich in den letzten drei Jahren durch neue, europaweite Vorgaben erheblich verändert. Die Ausgabe von Plastik-Tragetaschen wurde mit wenigen Ausnahmen zum 01.01.2022 gesetzlich verboten. Das Sortiment wurde deshalb mit diversen Papiertüten und Shopper-Taschen angepasst.

Der Geschäftsbereich **Erfa-Gruppen** betreut sechs Erfa-Gruppen aus den unterschiedlichsten Schwerpunktbereichen des ZHH. Durch den Austausch und das Benchmarking untereinander sind die Teilnehmer für die Herausforderungen des Marktes besser gerüstet. Je nach pandemischer Lage fanden ab 2020 die Termine in digitaler Form oder als Präsenzveranstaltungen statt.

Für die **Branchenveranstaltungen** des ZHH übernimmt die Gesellschaft die Abwicklung. Seit Jahren haben sich hier der **PVH-Kongress** und der **BMK-Innovationspreis** etabliert und finden normalerweise im 2-Jahres-Rhythmus statt. Im Jahr 2019 gelang mit dem 5. PVH-Kongress eine gelungene Fortsetzung. Der 6. PVH-Kongress musste pandemiebedingt 2021 nur digital durchgeführt werden. Der 7. PVH-Kongress im März 2023 ist aber wieder als Präsenzveranstaltung geplant. Der BMK-Innovationspreis wurde am 15.01.2019 verliehen und zeichnet innovative Produkte für den Küchenfachhandel aus. Der nächste BMK-Innovationspreis soll zum 13. Mal im Januar 2023 verliehen werden.

## ZHH Dienstleistung GmbH



Eichendorffstr. 3  
40474 Düsseldorf  
Tel.: 0211/4 70 50 76  
Tel.: 0211/4 70 50 85  
E-Mail: [vertrieb@zhh-dl.de](mailto:vertrieb@zhh-dl.de)  
Internet: [www.zhh-dl.de](http://www.zhh-dl.de)



## Relaunch der beiden Fachtitel

### EZ Eisenwaren-Zeitung und HZ Haushaltswaren-Zeitung



Die vergangenen drei Geschäftsjahre der Eisenwaren-Zeitung GmbH waren zunächst gekennzeichnet durch den Geschäftsführerwechsel zum Januar 2020. Achim Mecklenbeck, der den Posten des Chefredakteurs und später auch des Geschäftsführenden Redakteurs für insgesamt 30 Jahre innehatte, übergab den Staffstab an Klaus Mauelshagen.

Mit Beginn des Jahres 2020 waren schon die ersten Auswirkungen der Corona-Pandemie zu spüren. In der Folge konnten die Umsätze der beiden Zeitschriften EZ Tools & Trade sowie HZ Haushalt & Elektro nicht an die positive Entwicklung des Vorjahres anschließen.

**Relaunch.** Nach intensiver Vorarbeit des EZ-Teams konnte bereits im darauffolgenden Jahr 2021 mit den jeweils ersten Ausgaben der erfolgreiche Relaunch der beiden Magazine realisiert werden. Aus EZ Tools & Trade wurde die EZ Eisenwaren-Zeitung und folgerichtig aus HZ Haushalt & Elektro HZ Haushaltswaren-Zeitung. Ziel des Relaunchs war es, die Ansprüche der Kunden, also der Leser und der Inserenten, stärker in den Fokus zu stellen. In erster Linie ging es darum, inhaltlich ein zukunftsfähiges Konzept zu erstellen, den modernen Lesegegewohnheiten der Zielgruppe zu entsprechen und schließlich somit auch die Attraktivität für Anzei-



genkunden zu steigern.

Eine externe Agentur wurde damit beauftragt, beiden Fachzeitschriften ein neues Layout zu verleihen. Die Kunst bestand darin, mit neuen Schriften, Satz und Farben, mit veränderter Gestaltung von Tabellen und Grafiken sowie der angepassten Größe und Anordnung von Bildern das Lesen der Magazine zu erleichtern, ohne auf die



gewohnt hintergründigen Inhalte zu verzichten. Bei der Neugestaltung der Titel ging es darum, Anzeigenkunden einen neuen und frischen Rahmen zu präsentieren und zugleich die Wiedererkennbarkeit der alteingesessenen Marken EZ und HZ zu gewährleisten. Die Verwendung einer neuen Papiersorte sorgt nun außerdem für ein ganz neues haptisches Erlebnis. Inhaltlich wurde bei beiden Magazinen eine Anpassung der Rubriken und eine schärfere thematische Ausrichtung vorgenommen. Beispielsweise werden in beiden Fachzeitschriften jeweils Kurzmeldungen aus den Branchen bebildert dargestellt, die Schwerpunktthemen erfahren eine noch intensivere redaktionelle Bearbeitung und in der neuen Rubrik Marktdaten wird ein besonderer Informationsbedarf in den jeweiligen Branchen abgedeckt.

**Internetauftritt.** Im Zuge der Neugestaltung der Print-Magazine wurden auch die Online-Seiten [www.eisenwaren-zeitung.de](http://www.eisenwaren-zeitung.de) und [www.haushaltswaren-zeitung.de](http://www.haushaltswaren-zeitung.de) komplett überarbeitet. Auf beiden Webseiten kann die jeweilige Zielgruppe seit Anfang 2021 tagesaktuelle Brancheninformationen abrufen. Auch auf den Webseiten sind neue Rubriken entstanden, die den Usern einerseits umfassende Branchennachrichten und andererseits Informationen über die Leistungsfähigkeit der Marken EZ und HZ liefern.

**Newsletter.** Bei [haushaltswaren-zeitung.de](http://haushaltswaren-zeitung.de) wird den Branchenteilnehmern ein kostenloser Newsletter angeboten, der alle zwei Wochen versendet wird. Die Zahl von knapp 2.000 Abonnenten, eine Öffnungsrate von mehr als 50 Prozent und steigende Anzeigenerlöse in diesem Bereich sprechen für den Erfolg dieses Angebots. Ziel ist es, für das laufende Geschäftsjahr 2022 auch für [eisenwaren-zeitung.de](http://eisenwaren-zeitung.de) einen vergleichbar erfolgreichen Newsletter zu etablieren.

Die Relaunchs der beiden Fachtitel wurden von den Marktteilnehmern positiv angenommen. Die Umsatz-Entwicklung war trotz der Corona-Pandemie im Jahr 2021 stabil zum Vorjahr. Vorausgesetzt, dass die Pandemie, die noch Anfang 2022 die Wirtschaft stark beeinträchtigt, bald in eine Endemie übergeht, sieht sich die Geschäftsleitung der Eisenwaren-Zeitung GmbH für die kommenden Jahre gut aufgestellt.

## Eisenwaren-Zeitung GmbH



Eichendorffstr. 3  
40474 Düsseldorf

Tel.: 0211/4 70 50 65

Fax: 0211/4 70 50 64

E-Mail: [biller@eisenwaren-zeitung.de](mailto:biller@eisenwaren-zeitung.de)

Internet: [www.eisenwaren-zeitung.de](http://www.eisenwaren-zeitung.de)

[www.haushaltswaren-zeitung.de](http://www.haushaltswaren-zeitung.de)



## **Zentralverband Hartwarenhandel e.V.**

**Allgemeine Verwaltung, Personal, Finanzen, Arbeitstagungen/Kongresse,  
Verbandsgesellschaften und Beteiligungen, Rechtsauskünfte**  
**Arbeitskreise: AHB, AKW, FHG, FDE, multitec**

Hauptgeschäftsführer:

**Thomas Dammann, RA**

Tel.: 0211 / 4 70 50 11  
Fax: 0211 / 4 70 50 19  
gf@zhh.de  
www.zhh.de

Assistenz:

**Janine Weise**

Tel.: 0211 / 4 70 50 11  
Fax: 0211 / 4 70 50 19  
janine.weise@zhh.de

**Allgemeine Verwaltung, Tagungen, Rechtsauskünfte**  
**Arbeitskreise: AKB, BMK, VdM**

**Walter Schlöter**

Tel.: 0211 / 4 70 50 12  
Fax: 0211 / 4 70 50 32  
walter.schloeter@zhh.de

Assistenz:

**Gabriela van Vlodrop**

Tel.: 0211 / 4 70 50 14  
Fax: 0211 / 4 70 50 32  
gabriela.vanvlodrop@zhh.de

## **Öffentlichkeitsarbeit**

Verbandszeitschrift ZHH-Information,  
Geschäftsbericht:

**Stephanie Kawan**

Tel.: 0211 / 4 70 50 13  
Fax: 0211 / 4 70 50 29  
stephanie.kawan@zhh.de

Mitgliederverwaltung/Bezugsquellen:

**Claudia Koch**

Tel.: 0211 / 4 70 50 13  
Fax: 0211 / 4 70 50 29  
claudia.koch@zhh.de

## **ZHH Dienstleistung GmbH**

Geschäftsleitung:

**Michaela Strahl**

Tel.: 0211 / 4 70 50 76  
Fax: 0211 / 4 70 50 85  
strahl@zhh-dl.de  
www.zhh-dl.de

Assistenz:

**Natasa Röhle**

Tel.: 0211 / 4 70 50 71  
Fax: 0211 / 4 70 50 85  
roehle@zhh-dl.de  
vertrieb@zhh-dl.de

## **ZHH-Bildungswerk gGmbH, Akademie Bauen & Wohnen e.V.**

Geschäftsleitung:

**Patrick Patzdorf**

Tel.: 0211 / 4 70 50 95  
Fax: 0211 / 4 70 50 99  
patrick.patzdorf@zhh-bw.de  
www.zhh-bildungswerk.de – www.akademie.bauen.u.wohnen.de

Assistenz:

**Silvia Prange**

Tel.: 0211 / 4 70 50 97  
Fax: 0211 / 4 70 50 99  
silvia.prange@zhh-bw.de

## **Eisenwaren-Zeitung GmbH**

Geschäftsführer:

**Klaus Mavelshagen**

Tel.: 0211 / 4 70 50 65  
Fax: 0211 / 4 70 50 64  
mavelshagen@eisenwaren-zeitung.de  
www.eisenwaren-zeitung.de – www.haushaltswaren-zeitung.de

Assistenz:

**Andrea Biller**

Tel.: 0211 / 4 70 50 66  
Fax: 0211 / 4 70 50 64  
biller@eisenwaren-zeitung.de

