



Der BHB-BranchenAward wird in vier Kategorien verliehen. Zudem kann ein Sonderpreis vergeben werden.

Das sind **die Nominierten**

Mit dem BHB-BranchenAward – eine Initiative von Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten (BHB) und **BaumarktManager** – werden Unternehmen für herausragende Produktinnovationen, Prozessoptimierungen und Kommunikationslösungen ausgezeichnet. Hier präsentieren wir die Nominierten. Die Gewinner des BHB-BranchenAward 2022 werden im Rahmen der Internationalen Eisenwarenmesse in Köln bekanntgegeben, die aufgrund der Pandemie in diesem Jahr einmalig im Herbst stattfinden wird.

Kategorie „Best of Product“

Ciret – Die neue Bügelgriff-Generation



Die Griffe sind ergonomisch für jede Hand geeignet.

Unsere Hände sind unser wichtigstes Werkzeug und zugleich die zentrale Schnittstelle zu allen technischen Werkzeugen. Color Expert hat deshalb eine neue Griff-Generation entwickelt: Griffe, die allen Händen – großen ebenso wie kleinen – ergonomisch gerecht werden. Der Anspruch des interdisziplinären Entwicklerteams an die eigene Produktentwicklung in Sachen Funktionalität, Nachhaltigkeit, das richtige Preis-Leistungs-Verhältnis und optimale Ergonomie war dabei – wie immer bei Color Expert – hoch. Neben den Griffen selbst sollte auch ihr Zusammenspiel mit Walzenbügel und Telestab weiter optimiert werden.

Das Ergebnis: eine innovative ovale Griff-Form. Die Griffe sind ergonomisch für jede Hand geeignet und sorgen für eine ideale Kraftübertragung auf die Großflächenwalze. Die neue Griffarchitektur bietet der Walze einen besseren Halt und sorgt für einfachere Führung. Dank der integrierten Daumenauflage „GripZone“ lässt sich die Walze sicher führen. Der Knick im Bügel verkürzt die Entfernung zum Handgelenk und optimiert den Auftragswinkel beim Streichen. Das verringert den Kraftaufwand und sorgt für ein präzises Ergebnis. Um hohe Wände und Decken zu streichen, wird der Griff einfach, schnell und sicher auf den runden Konus des Telestabs aufgesteckt. Mit den neuen Griffen von Color Expert arbeiten Endverbraucher noch kraftsparender und komfortabler. Für ein Arbeitsergebnis wie vom Profi – unabhängig von der Größe der Hand.

Lakuda – Stirnlampe „Coast XPH30R“

Die wiederaufladbare Stirnlampe „XPH30R“ von Coast wurde für vielseitigste Beleuchtungsaufgaben entwickelt und bietet überdimensionale Leistung in einem kleinen Gehäuse – mit fortschrittlichen Funktionen, die in jedes Detail einfließen. Die Innovationen von Coast im Bereich der kompakten, leistungsstarken Akkutechnologie haben das leichte, aber leistungsstarke Profil der „XPH30R“ inspiriert.

Mit der „Pure Beam“-Twist-Fokus-Technologie wechselt die Stirnlampe nahtlos zwischen ihrem weitreichenden Spotstrahl und dem makellosen Flutlicht. Der „Turbo Modus“, der stärkste der vier Leistungsstufen der Stirnlampe, bietet 1000 Lumen Lichtleistung, immer wenn extremes Licht benötigt wird. Der Lampenkörper selbst, der aus massivem Aluminium gefertigt ist, lässt sich in der Halterung rollen, um eine richtungsabhängige Beleuchtung zu ermöglichen. Die Stirnlampe, die auch als Taschenlampe verwendet werden kann, lässt sich zum einfachen Tragen von der Halterung abnehmen, mit der magnetischen Endkappe an Metalloberflächen befestigen oder für eine einfache Bedienung mit der linken Hand neu ausrichten. Ein transparenter Ein- und Ausschalter dient als Indikator für die Akkulaufzeit. Der wiederaufladbare Akku verfügt zusätzlich über eine Ladezustandsanzeige zur Überwachung des Ladestatus in Echtzeit. Diese dynamische Dual-Power-Stirnlampe wird mit einer wiederaufladbaren „Zithion-x“-Batterie betrieben und ist auch mit zwei CR123-Lithiumbatterien kompatibel.



Die Stirnlampe kann auch als Taschenlampe verwendet werden.

Wolf-Garten – „e-multi-star“

In der 100-jährigen Wolf-Garten-Unternehmensgeschichte ist das „multi-star“-Clicksystem die wohl bekannteste Produktgruppe und begeistert seit Jahrzehnten unzählige Gartenbesitzer. Mit nur einem Click lassen sich mehr als 70 Aufsätze für alle Arbeiten rund um den Garten mit einem von 15 Stielen verbinden. Das schafft vielfältigste Kombinationsmöglichkeiten.



Zum Start sind fünf akkubetriebene Arbeitsaufsätze verfügbar.

Jetzt erfährt der Wolf-Garten-Bestseller seine „E-evolution“ und sorgt mit einem innovativen Multitool-Akku-System für eine echte Innovation am Markt: „e-multi-star“. Kernstück des neuen Systems ist der Akku-Stick aus Aluminium, inklusive Griff 140 Zentimeter lang und

mit einem Gewicht von nur 1000 Gramm inklusive Akku ein wahres Leichtgewicht. Angetrieben von einem Akku-Pack mit fünf Lithium-Ionen-Zellen (2,5 Ah) ist der Akku-Stick in etwa einer Stunde wieder aufgeladen. Das Ladegerät kann zur praktischen Aufbewahrung an die Wand montiert werden. Zum Aufladen wird der Stick einfach in die Wandhalterung gesteckt.

Für maximale Vielseitigkeit ist der neue Akku-Stick auch mit allen Standard-„multi-star“-Aufsätzen kompatibel. Fünf akkubetriebene Arbeitsaufsätze vervollständigen das Sortiment 2022: Fadentrimmer, Heckenschere, Hochentaster, Grasschere und Baumschere. Mit der Weiterentwicklung des Klassikers trägt Wolf-Garten dem Kundenbedürfnis nach einer effizienten und vielseitigen Systemlösung für die Gartenarbeit Rechnung. Eine Erweiterung des Systems ist geplant.

Kategorie „Best of Process“

Bohnacker – Innovatives Shop-in-Shop-System

Seit 40 Jahren bietet Bohnacker Ladeneinrichtungen aus Blau-beuren speziell auf Kunden zugeschnittene Konzepte vom Design über die Entwicklung bis zur Realisierung von kompletten Objekt- und Ladeneinrichtungen, zielgruppenorientierten Shop-in-Shop-Systemen und Produktdisplays.

Anhand eines Shop-in-Shop-Systems sollte die Marke Weber-Stephen ihre Marktführerschaft im Bereich Grillen zu den Mitbewerbern noch weiter ausbauen und für die Zukunft festigen. Anforderung war es, ein System zu entwickeln, das in der DIY-Branche für die Gartencenter sowie in den In- und Outdoor-Abteilungen auf Flächen von zehn bis 100 Quadratmetern zum Einsatz kommen sollte.

Es galt, die Kombination von Grill und Zubehör auf kleinster Fläche, aber auch auf größeren Flächen bis ins Detail perfekt zu inszenieren und umzusetzen. Entstanden ist ein optisch und technisch hochwertiges System, das sowohl dem Markt als auch dem Kunden die perfekte Plattform zum Erleben der Marke Weber am Point of Sale bietet.



Hingucker am Point of Sale: das Shop-in-Shop-System von Bohnacker

Bildquelle: Bohnacker

Bei diesem Projekt wurde von Bohnacker das komplette Leistungsspektrum erbracht: In der Konzeptionsphase erfolgte die Zielgruppen- und Sortimentsanalyse. Mithilfe von Moodboards, 3D-Entwicklungen und Visualisierungen wurde dem Kunden das perfekt auf ihn zugeschnittene System vorgestellt. Von der Ausführungsplanung inklusive Prototypenbau über die Fertigung, der Qualitätssicherung bis hin zum weltweiten Roll-out konnte sich Bohnacker als zuverlässiger Partner erweisen und so das Shop-in-Shop-System mit Weber-Stephen erfolgreich im Handel etablieren.

Pricer – Dynamische Lokalisierung von Produkten



Bildquelle: Pricer

Dynamische Lokalisierung von Produkten auf der Verkaufsfläche

Die von Pricer als einzigem Anbieter eingesetzte Übertragungstechnologie (Optical Wireless Communication) erlaubt den Einsatz der digitalen Preisschilder für eine Reihe von Prozessoptimierungen (Kosteneinsparungen) und/oder Verbesserungen der Customer Experience.

Technologisch basiert der Einsatz von dynamischer Geolocation auf der Verortung der elektronischen Preisetiketten über das (Rück-)Signal an die Übertragungseinheiten, die an der Decke angebracht werden. Je nach Entfernung zu diesen wird das Signal stärker oder schwächer wahrgenommen. Der genaue Standort (30 Zentimeter Genauigkeit) des Schildes/Produktes wird dann durch Triangulation ermittelt.

Diese Informationen werden in die Cloud gestellt und können für eine Reihe von Optimierungen auf der Ladenfläche genutzt werden: Durch eine einfache Kombination mit einem existierenden Ladenplan – eingebunden in eine App oder browserbasiert (einfachster Weg) – können Kunden jedes Produkt punktgenau finden (Customer Experience).

Im Rahmen von Click & Collect-Prozessen werden die Mitarbeiter auf optimierten Laufwegen mittels Geolocation durch den Laden geführt und nehmen an den jeweiligen Punkten die gewünschten Artikel auf – unterstützt durch die „Flash“-Funktion. In gleicher Weise kann ein Kunde die zu Hause zusammengestellte Einkaufsliste abarbeiten (Prozessoptimierung).

Die Informationen können in einem Kiosk gezeigt werden und der „Flash“ wird von dort aus – für eine längere Zeit – ausgelöst.

SWG – Smart Future Shelf-System „Find_IT“

SWG bringt alle Vorteile des Onlinehandels in den stationären Handel und schafft damit am Point of Sale ein Einkaufserlebnis für Endkunden. Mit dem Zukunftsregal „Find_IT“ zeigt der Handel in der Praxis, was auf Kongressen und in Studien gefordert wird: Einkaufserlebnis.

Dafür entwickelte SWG mithilfe moderner LED-Technologie ein Warenpräsentations-System für ein emotionales Einkaufserlebnis am Point of Sale. Durch die Beleuchtung erhöht sich die Verweildauer des Kunden bis zu siebenmal länger als bei einem herkömmlichen Regal. Des Weiteren sorgt das neue Kundenleitsystem für eine schnell erfassbare Struktur innerhalb der Präsentation.

Durch intelligente Sprachsteuerung oder per Smartphone findet der Kunde schnell und sicher sein gewünschtes Produkt im Regal.

Grundlage dafür ist die eigens im Hause SWG entwickelte Regalplanungssoftware mit Marketingbausteinen. Mit dieser können auch andere Warengruppen die Verknüpfung der Digitalisierung im stationären Handel schaffen. Schon heute ist es möglich, den Kunden im Markt zielgerichtet zu seinen gewünschten Produkten zu führen und über Cross-Promotion Zusatzkäufe zu platzieren.

Erstmalig kann aufgezeigt werden, was der Kunde am Regal gesucht hat. Eine Abverkaufs-Analyse zeigt, welche Begriffe oder Produkte der Kunde gesucht hat. Somit beherrscht der stationäre Handel zukünftig das, was Pure Player schon lange können. Das intelligente Regal von SWG analysiert die Produkte nach Ladenhüter und Schnelldreher.



Bildquelle: SWG

Smartes Regal für mehr Einkaufserlebnis am POS

Kategorie „Best of Communication“

Kärcher – Marketingkampagne „BRING BACK THE WOW“



Bildquelle: Kärcher

Motiv aus der Kampagne

Spitzenleistung, Innovation und Qualität sind mit der Marke Kärcher weltweit verbunden. Kärcher liebt und lebt Herausforderungen – die Herausforderungen seiner Kunden. Ob alltägliche oder außergewöhnliche Reinigungsprojekte, Kärcher will den Alltag der Verbraucher mit wirkungsstarken, effizienten Reinigungslösungen einfacher, besser und schöner gestalten. Und dabei helfen, Großes zu leisten und zu bewegen. Werte zu schaffen und zu erhalten.

Nicht zuletzt aus diesen Gründen erhielt Kärcher 2018 als erstes Unternehmen überhaupt zum zweiten Mal den Deutschen Marketing Preis. Die ausgezeichnete Neuausrichtung der Marke Kärcher wurde mit strategischem Blick bereits im Jahr 2010 eingeleitet. Mit einer neuen Markenstrategie und dem Claim „Kärcher makes a difference“ hat das Unternehmen eine klar definierte, zukunftsorientierte Richtung eingeschlagen – mit deutlich messbaren Erfolgen. Deutlich emotionaler und mit einem modernen Erscheinungsbild zeigt sich Kärcher heute stärker, hochwertiger und selbstbewusster denn je. So auch in der neuen „WOW“-Kampagne: Starke Bilder, harte Beats und schnelle Schnitte – die neuen TV-Spots von Kärcher sprechen eine deutlich andere Sprache als bisher. Mit seiner jungen, zeitgemäßen Werbung stellt das Unternehmen seine Kunden in den Mittelpunkt und bringt die Marke Kärcher und die aktuellen Produkte auf neue, überraschende Weise in die breite Öffentlichkeit.

Ryobi – Kommunikationskonzept zu „18V ONE+ HP“

Noch stärker, noch kompakter und bestens vorbereitet auf alle Arbeiten rund ums Haus, in der Hobbywerkstatt und im Garten – mit dem neuen „18 Volt ONE+ HP“-Sortiment definiert Ryobi das Arbeiten im DIY-Einsatz neu und erweitert die Anwendungsmöglichkeiten von Akkuwerkzeug mit einer starken Perspektive: Ein kabelloses Werkzeug für jede Aufgabe rund um Haus und Garten. Mit jetzt drei Produktklassen innerhalb des „ONE+“-Sortiments beantwortet Ryobi die Ansprüche unterschiedlicher Zielgruppen.

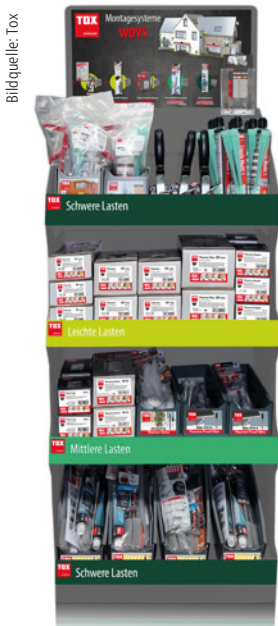


POS-Präsentation von Ryobi bei Toom

Zur Einführung der „HP“-Produktreihe hat Ryobi auch ein neues Kommunikationskonzept für den Point of Sale vorgestellt und betont damit die ausgeprägte Nutzenorientierung und hohe Beratungskompetenz der Marke. Die Neugestaltung am POS verbessert die Beratung für den Endverbraucher. Farbcodierungen, Header und Ticketstrips bieten eine schnelle Orientierung innerhalb der Produktklassen. Neu gestaltete Informationsmaterialien geben Auskunft über die wichtigsten Produktmerkmale. Neue Logos und die Konzentration auf die Markenfarben „Hypergreen“, Schwarz und Grau werten die Gestaltung optisch auf und betonen den Qualitätsanspruch der Marke.

An einer „Try-me“-Station im Regal können Interessierte selbst ausprobieren, was Kompatibilität bei Ryobi bedeutet: Jeder „ONE+“-Akku passt zu jedem Werkzeug dieser Serie. Ein im Regal platzierter Laufzeit-Rechner in Form einer Drehscheibe unterstützt den Anwender bei der Auswahl der bestmöglichen Akku-Werkzeug-Konfigurationen.

Tox – Flexibles POS-Konzept für Befestigungen in WDVS



Der Markt für Wärmedämm-Verbundsysteme (WDVS) wächst kontinuierlich auf hohem Niveau – unterstützt durch Fördermaßnahmen zur Energieeinsparung. Tox hat für die besonderen Materialeigenschaften der WDVS-Systeme sechs Befestigungslösungen für leichte, mittlere und schwere Lasten entwickelt: von der Hausnummer bis zur Markise. Als erster Hersteller bietet Tox dem Handel ein flexibles WDVS-Konzept für den Point of Sale an: Regalplatzierung mit Farbleitsystem und Projektfinder, Display und Zweitplatzierung.

Das Verkaufsdisplay

Die Befestigungsexperten erleichtern den Auswahlprozess der Befestigungslösung für den Berater und den Anwender am POS mit einem strukturierten Sortiment und einem Farbleitsystem mit Grüntönen für leichte, mittlere und schwere Lasten. Dabei unterstützt der seitlich am Regal angebrachte Projektfinder: In der übersichtlichen Matrix sind die gängigsten Anwendungen und Untergründe dargestellt. „Mit unserem WDVS-Konzept unterstützen wir dabei, erklärungsbedürftige Befestigungssysteme besser zu verkaufen und gegenüber dem Kunden seine Kompetenz als Befestigungsexperte zu stärken“, betont Detlev Günther, Leiter Vertrieb DIY.

Die Abstandsmontagesysteme „Thermo Proof Mini“, „Thermo Proof“ / „Thermo Proof Plus“ überbrücken die nichttragenden WDV-Systeme und leiten die wirkenden Kräfte in den Untergrund. Der neue „Thermo Proof Mini“ ist das Multitalent für leichte bis mittlere Lasten. Die Produkte „Thermo“, „Thermo Plus“, „Thermo Vario“ und „Thermo Kappo“ werden direkt im Dämmstoff befestigt.

Kategorie „Best of Eco“

Gardena – „EcoLine“: Recyclingmaterialien ohne Kompromisse



Das neue Sortiment

Die Bewässerungsprodukte und Handgeräte aus der neuen Gardena-„EcoLine“ werden nachhaltig mit Recyclingmaterialien hergestellt, überzeugen durch Design und Anwendungskomfort. Besonderer Wert wurde auf die kompromisslose Qualität in Sachen Funktionalität und Langlebigkeit gelegt. Das neue Produktsortiment besteht aus einer Grundausrüstung für die Bewässerung, einer Bewässerungsbrause und einem Viereckregner sowie drei Handgeräten und einer Gartenschere.

In den Kunststoffanteilen eines jeden Produktes steckt mindestens 65 Prozent recyceltes Material. Die recycelten Kunststoffe bestehen zum überwiegenden Anteil aus Haushaltsmüll, beispielsweise Folien oder Verpackungen – auch Post-Consumer-Recyclingmaterialien genannt. Die jeweiligen Anteile werden für jedes Produkt genau einzeln ausgewiesen.

Die Experten von Gardena haben die Möglichkeiten und Grenzen der Materialzusammensetzungen bis ins Detail erarbeitet. Bei dem Hahnverbinder, ebenso wie beim Schlauchverbinder, Wasserstopp und Spritze bestehen die Kunststoffelemente zu mehr als 90 Prozent aus recyceltem Material. Damit setzt Gardena neue Maßstäbe in Sachen Nachhaltigkeit.

Die Verpackungen der „EcoLine“-Produkte bestehen zu 100 Prozent aus recycelter und recycelbarer Wellpappe und sind mit wasserbasierter Tinte bedruckt.

Romex – „Fugli“ Pflasterfugenmörtel Eco



Der Pflasterfugenmörtel

„Fugli“ Pflasterfugenmörtel Eco ist ein 1-Komponenten-Fugenmörtel auf Basis umweltschonender Rohstoffe, für schmale Fugen und keramische Platten, der für Heimwerker entwickelt wurde. Im Rahmen der zweijährigen Entwicklungsarbeit wurde ein völlig neues, biobasiertes Bindemittel, welches zu über 50 Prozent aus nachwachsenden Rohstoffen besteht, entwickelt.

Damit können die typischen Bestandteile von Pflasterfugenmörtel auf Kunstharzbasis, wie Erdöl oder Polypropylen, zu großen Teilen ersetzt werden. Andere Bestandteile sogar komplett. Durch die Verarbeitung von Reststoffen und Abfallprodukten (Recycling-Granulat) kann der Hauptbestandteil Sand, je nach Farbton, um 77 Prozent reduziert werden. Dank der Umstellung auf regionale Rohstoffe senkt der Hersteller zusätzlich die Scope-3-Emission. Auch die Verpackung wurde umgestellt. Der neue zertifizierte PCR-Eimer besteht aus 97 Prozent Post-Consumer-Rezyklat.

Der praktische Nutzen dieser Produktentwicklung ist in vielerlei Hinsicht sehr hoch. Neben dem reinen Produktnutzen, wie der höheren Festigkeit, der leichten Verarbeitung ohne Flecken oder Harzfilm, der guten Ergiebigkeit sowie der Nachhaltigkeit, konnte durch den Entwicklungsprozess weiterer Nutzwert für andere Produkte generiert werden.

Das Produkt wurde seit der Markteinführung 2021 bereits vielfach verkauft. Mittelfristig könnte dieses Produkt den bisherigen Pflasterfugenmörtel laut Hersteller als Platzhirsch ablösen und hat das Potenzial, ihn langfristig komplett zu ersetzen.

Bildquelle: Romex

Stanley Black & Decker – Nachhaltige Elektrowerkzeuge „reviva“



Bildquelle: Black&Decker

Das Gehäuse der Geräte besteht zur Hälfte aus recyceltem Einwegplastik.

Stanley Black & Decker bringt mit der neuen „reviva“-Produktlinie nach eigenen Angaben die weltweit ersten nachhaltigen Elektrowerkzeuge auf den Markt. Der Nachhaltigkeitsaspekt erstreckt sich auf das Gehäusematerial der Geräte, das zu 50 Prozent aus recyceltem Einwegplastik hergestellt wird und ISCC-zertifiziert ist. Dabei werden Einweg-Kunststoffabfälle über ein molekulares Recycling-Verfahren in ihre Grundbausteine umgewandelt, anschließend zum Material „Copolyester“ wiederaufbereitet und in den Produktionszyklus eingebunden. Dies reduziert deutlich den Anteil an fossilen Rohstoffen und verringert die Treibhausgasemissionen im Vergleich zu einer Neuproduktion. Bei diesem Prozess kooperiert Stanley Black & Decker mit dem renommierten Hersteller von Spezialmaterialien Eastman. „Copolyester Tritan Renew“ enthält keine Weichmacher (BPA-frei), ist lebensmittelecht und zeichnet sich durch eine stabile Materialkonsistenz sowie eine lange Haltbarkeit aus. Die Karton-Verpackung der „reviva“-Produkte besteht zu 100 Prozent aus recyceltem Material und ist zu 100 Prozent recyclefähig. Das Sortiment umfasst zur Markteinführung im Frühjahr 2022 folgende Produkte: Akku-Bohrschrauber, -Deltaschleifer, -Stichsäge, -Schrauber sowie eine Werkzeugbox in zwei unterschiedlichen Größen. Bis zum Jahresende sind weitere Produkte geplant. Mit dem Nachhaltigkeitsgedanken und einem frischen, modernen Design möchte man vor allem eine jüngere Zielgruppe ansprechen. ■