Pressemitteilung

Bundesverband Deutscher Heimwerker-, Bau- und Gartenfachmärkte e.V.

Klassische DIY-Sortimente beflügeln das Geschäft

Umsatzvolumen steigt auf gut 13,4 Milliarden Euro

Köln, November 2005: **Die deutsche Do-it-yourself-Branche konnte sich im bisherigen Jahresverlauf gut behaupten und trotz des zögerlichen Starts ins Geschäftsjahr 2005 nach neun Monaten an die Umsätze des Vorjahres anknüpfen.**

Ende September erreicht der Gesamtumsatz der Bau- und Heimwerkermärkte ein Volumen von gut 13,4 Milliarden Euro. Dies entspricht einem Umsatzplus von genau einem Prozent. Auf bereinigter Fläche verzeichnet die Branche nach neun Monaten ein leichtes Minus von 0,8 Prozent.

Positiv entwickelten sich insbesondere die Warengruppen Werkzeuge und Maschinen, Fliesen sowie Baustoffe/Bauchemie mit zum Teil zweistelligen Wachstumsraten. Dagegen müssen die Gartenabteilungen der Baumärkte weiterhin auf eine positive Trendwende warten. Der gesamte Gartenumsatz liegt im Vergleich zu den ersten drei Quartalen des Vorjahres nach wie vor im Minus (- 3,5 Prozent). Lediglich bei Gartengeräten sowie im Sortiment Gartenbewässerung stehen die Zeichen auf Wachstum.

Ob die neu gewählte Bundesregierung Wege findet, den Konsum dauerhaft anzukurbeln, lässt sich zum gegenwärtigen Zeitpunkt noch nicht vorhersagen. Gestiegene Aufwendungen für Energie, Gesundheit und Altersvorsorge werden aber auch in Zukunft dem Einzelhandel Kaufkraft entziehen. Die angekündigte Erhöhung der Mehrwertsteuer verringert den finanziellen Spielraum der Verbraucher zusätzlich.

Aus Alt mach Neu

Bau- und Renovierungsmaßnahmen im und am Haus werden auch in Zukunft das Geschäft beleben, so die Erwartungen der Bau- und Heimwerkermärkte. Der Bedarf ist gegeben. Nach Angaben der Landesbausparkassen haben allein in den vergangenen drei Jahren im Schnitt fünf Millionen Privathaushalte ihre Häuser und Wohnungen auf den neuesten Stand gebracht. Die Deutschen legen großen Wert auf ein schönes Zuhause und viele packen gerne selbst mit an, um ihre eigenen Ideen auch zu verwirklichen.

Abdruck frei,
Beleg erbeten

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

Bundesverband Deutscher Heimwerker-,
Bau- und Gartenfachmärkte e.V.

Preisfokussierung
Rabattaktionen und Tiefpreisgarantien bestimmen nach wie vor den Wettbewerb. Doch den Kunden sind Aspekte wie freundliches Personal oder eine qualifizierte fachliche Beratung wichtiger als der Preis. Weit mehr als die Hälfte der Verbraucher ist beispielsweise bereit, mehr Geld für Markenprodukte auszugeben, wenn sie damit Zeit und Mühe sparen können.

Rat vom Fachmann
Neben einem ausgewogenen und zielgruppengerechten Sortiment spielen für den DIY-Handel Serviceleistungen eine immer größere Rolle. Kunden suchen neben Ideen und Gestaltungsvorschlägen auch Anleitungen und den Rat vom Fachmann. Ein entsprechendes Schulungs- und Beratungsangebot, wie es die Unternehmen auf ihren Internetseiten, in Flyern und Broschüren oder in Form von Heimwerkerkursen anbieten, schafft Abhilfe.

(Zeilen 60 / Zeichen 2.760 inkl. Leerzeichen)

Abdruck frei,
Beleg erbeten

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