

Verhaltener Start ins neue Geschäftsjahr

Mit einem Umsatz von 3,75 Milliarden Euro im ersten Quartal muss die DIY-Branche noch einiges leisten, um an gewohnte Verkaufszahlen anzuknüpfen

Köln, Mai 2006: Das Ergebnis zeichnete sich bereits Wochen vor Ende des ersten Quartals 2006 ab: Der Frühlingsbeginn ließ in diesem Jahr ungewöhnlich lange auf sich warten und verzögerte damit auch den Start ins umsatzstarke Gartengeschäft. Nach Ablauf der ersten drei Monate müssen die Bau- und Heimwerkermärkte daher ein Umsatzminus von 2,7 Prozent verbuchen.

Insgesamt erreichen die Baumärkte mit mehr als 1.000 m² Verkaufsfläche und einem Mindestsortiment gemäß BHB-Warenklassifikation einen Umsatz von knapp 3,75 Milliarden Euro. Flächenbereinigt fallen sie damit um 5,1 Prozent hinter die Umsatzzahlen des vergleichbaren Vorjahresquartals zurück.

Da sich der Monat März in diesem Jahr als echter Wintermonat erwies, schlugen sich die fehlenden Umsatzimpulse aus den Gartenabteilungen der Baumärkte besonders deutlich im Gesamtergebnis für diesen Monat nieder. Mit einem Minus von 17 Prozent enttäuschte die Warengruppe Garten den DIY-Handel und seine Hoffnungen auf eine zügige Aufholjagd der zu Jahresbeginn entgangenen Umsätze. Auch wenn das Geschäft inzwischen dank der kräftigen Mai-Sonne wieder blüht, wird es schwer fallen, die Verluste der ersten Monate im weiteren Jahresverlauf noch auszugleichen.

Mit Zusatzsortimenten aus den Bereichen Haushaltswaren, Heimtierbedarf sowie Autozubehör und Fahrräder lassen sich weiterhin Umsatzsteigerungen erzielen (+ 5,3 Prozent), während von den klassischen DIY-Sortimenten im ersten Quartal 2006 lediglich die Warengruppen Baustoffe/Bauchemie, Sanitär, Werkzeuge und Maschinen sowie der Bereich Elektro ein nennenswertes Plus erreichen. Kaum verwunderlich ist, dass vor allem die Nachfrage nach Heizungsgeräten und Zubehör um mehr als 40 Prozent zulegen konnte. Für den Bereich Sanitär insgesamt führt dies zu einer Steigerungsquote gegenüber 2005 von unbereinigt 3,1 Prozent.

„Wir sind sicherlich nicht zufrieden mit dem, was wir in den Monaten Januar bis März an Umsätzen für die Branche verbuchen konnten“, kommentiert BHB-Geschäftsführer John W. Herbert die Zahlen des aktuellen DIY-Panels. „Doch da sich das Wetter nun einmal nicht beeinflussen lässt, müssen wir den

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

zweifelloos enttäuschenden Start sehr schnell abhaken und uns darauf konzentrieren, die Menschen nun umso mehr für die Gartenarbeit und das Hobby Do-it-yourself zu begeistern. Wir setzen dabei ebenso auf die Fußball WM 2006 wie auf den ungebrochenen Trend nach einem individuellen Zuhause, in dem die eigenen Wünsche nach einer gesteigerten Wohnqualität Realität werden. Auf beides sind die Unternehmen der DIY-Branche bestens vorbereitet. Daher ist in meinen Augen auch weiterhin vorsichtiger Optimismus angebracht.“

(Zeilen 56 / Zeichen 2.823 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