

Schwieriger Start

Umsatz der Baumärkte ging im 1. Quartal um 5,8 Prozent zurück

Köln, Mai 2008: **Noch hat der vielbeschworene Aufschwung den Einzelhandel und damit die Baumarktbranche nicht erreicht. Dennoch, viele Faktoren sprechen dafür, dass der private Konsum in diesem Jahr wieder anziehen wird, auch wenn der Kauffunke im ersten Quartal nicht so recht überspringen wollte.**

Die großflächigen Bau- und Heimwerkermärkte in Deutschland erzielten von Januar bis einschließlich März 2008 einen Bruttoumsatz in Höhe von rund 3,8 Milliarden Euro. Damit fällt der DIY-Handel auf unbereinigter Fläche um 5,8 Prozent hinter das Ergebnis aus dem Vorjahr zurück. Bereinigt um die Umsatzveränderungen der neu eröffneten bzw. geschlossenen Märkte gingen die Bruttoerlöse im gleichen Zeitraum um 6,9 Prozent zurück.

Führt man sich die Zahlen aus dem vergangenen Jahr vor Augen mit Traumquoten in den Monaten März und April trifft die aktuelle Entwicklung den Handel nicht ganz unerwartet. „Uns war bewusst, dass die damals gesetzten Umsatzmarken nur schwer zu erreichen sein werden, die besonders von einem phänomenal erfolgreichen Gartengeschäft getragen wurden“, kommentiert BHB-Geschäftsführer John W. Herbert die Ergebnisse aus dem BHB-DIY-Panel, das gemeinsam mit der GfK Marketing Services erhoben wird.

Positive Ausreißer: Leider Fehlanzeige

Ungemütlich war nicht nur der Start ins Gartenjahr 2008. In nahezu allen Warengruppen des Baumarktsortiments gingen die Umsätze in den ersten drei Monaten zurück. Bei Baustoffen und bauchemischen Produkten verzeichnet die Branche auf unbereinigter Fläche ein Minus von 5,7 Prozent. Klassische Baumarktsortimente wie Eisenwaren und Sicherheitstechnik sowie Werkzeuge und Maschinen blieben häufiger in den Regalen liegen. Das DIY-Panel weist für diese Warengruppen ein Minus von 8,5 Prozent bzw. von 9,3 Prozent aus. Den Verbrauchern verderben vor allem hohe Inflationsraten die Einkaufslaune. Heimwerkerprojekte werden daher erst einmal zurückgestellt. Auch die Sortimente im Bereich Soft-DIY konnten sich nicht vom derzeitigen Entwicklungstrend absetzen: Mit Anstrichmitteln und Zubehör erzielten die Baumärkte im ersten Quartal einen um 4,8 Prozent geringeren Umsatz. Tapeten, Bodenbeläge und das Sortiment Innendekoration fielen um 3,3 Prozent zurück.

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

Kein Traumwetter für Gartenfreunde

Weißer Ostern Ende März und ungemütlich kalte Temperaturen bis weit in den April hinein - für die Garten- und Freizeitmarktbranche hat das Jahr 2008 nicht sonderlich gut begonnen. Ein zweistelliges Minus bei Pflanzen und Gartenhardware im ersten Quartal 2008 belegen den nach wie vor starken Einfluss des Wetters auf die Umsatzentwicklung der grünen Branche. Besonders im März blieb es in den Gartenfachabteilungen der Baumärkte eher ruhig. Dabei ist allerdings zu berücksichtigen, dass der März 2008 mit 24 Verkaufstagen drei Verkaufstage weniger hatte als der März 2007.

Doch es ist zu früh, um das Gartenjahr 2008 abschließend zu bewerten. Auch wenn der Startschuss in diesem Jahr verspätet erfolgt, kommen wird er. Viele Wünsche und Projekte zur Gestaltung der Außenbereiche und des Gartens sind nur aufgeschoben, keinesfalls aufgegeben. Das heißt aber auch, es besteht ein großer Nachholbedarf. Für die Monate Mai und Juni verspricht sich der Verband daher deutlich bessere Ergebnisse. „Bis Ende des Jahres sollte der Umsatz der Baumärkte mit den Gartensortimenten das Vorjahresniveau erreicht haben“ zeigt sich John W. Herbert zuversichtlich.

Prognose bestätigt

In ihrer jüngsten Konsumklimastudie vom April 2008 verweisen die Marktforscher der GfK, Nürnberg, auf die nach wie vor günstigen Rahmenbedingungen in Deutschland, die sich positiv auf den privaten Konsum auswirken sollten. Eine gute Beschäftigungsentwicklung sowie reale Einkommenszuwächse haben dazu geführt, dass das Konsumklima zum ersten Mal seit Juli vergangenen Jahres wieder deutlich zulegen konnte. Auch der BHB ist weiterhin optimistisch und hält an seiner Prognose fest, die für das Gesamtjahr mit einem leichten Plus für die Baumarktbranche rechnet.

(Zeilen 80 / Zeichen 4.042 inkl. Leerzeichen)

Abdruck frei,
Beleg erbeten

Pressekontakt

BHB e.V.
Stefan Michell
Presse- und Öffentlichkeits-
arbeit
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