

### **Minimaler Umsatzrückgang**

Baumarktbranche profitiert von gutem zweitem Halbjahr

Köln, März 2009: **Die deutschen Bau- und Heimwerkermärkte erreichten im Jahr 2008 einen Bruttogesamtumsatz von 17,55 Milliarden Euro. Nach einem Jahr mit Höhen und Tiefen verfehlten sie damit den Vorjahreswert am Ende um 0,5 Prozent.**

Auf vergleichbarer Fläche ergab sich ein Rückgang um 2,0 Prozent. Mit diesem Ergebnis hat sich die Baumarktbranche in einem wirtschaftlich schwierigen Umfeld, das zuletzt von den Auswirkungen der globalen Finanzkrise geprägt wurde, gut behauptet. Wie der gesamte Einzelhandel litt auch die Baumarktbranche in der ersten Jahreshälfte unter dem stark gestiegenen Ölpreis und den damit verbundenen Auswirkungen auf den Konsum. Die zeitweise hohe Inflationsrate bremste Mitte des Jahres die Ausgabenbereitschaft der Verbraucher und nahm damit ebenso Einfluss auf die Umsatzentwicklung der Bau- und Heimwerkermärkte wie das Wetter.

Zu Beginn des Jahres sorgten niedrige Temperaturen und hohe Niederschlagsmengen für einen enttäuschenden Verlauf des Frühjahrsgeschäfts. Besonders der März, aber auch der April erwiesen sich dabei als umsatzschwach. Nach Informationen des BHB/GfK-Reports sanken die Umsätze allein im März flächenunbereinigt um 15,1 Prozent. Der Report beobachtet und bewertet die Umsatzentwicklung der Bau- und Heimwerkermärkte mit einer überdachten Verkaufsfläche von mindestens 1.000 qm.

Betroffen war nicht nur das gesamte Gartensegment, auch klassische Do-it-yourself-Produkte wurden im März deutlich weniger nachgefragt. Zwei Monate später sorgten die Verbraucher in den Bau- und Heimwerkermärkten aber wieder für ein zwischenzeitlich kräftiges Umsatzhoch. Nicht nur Gartensortimente fanden nun reißenden Absatz. Auch fast alle anderen Baumarktabteilungen meldeten in dieser Zeit eine hohe Kundenfrequenz und bescherten den Unternehmen im Mai sortimentsübergreifend eine Wachstumsrate im zweistelligen Bereich (+ 19,2 Prozent). Unter dem Strich erwies sich der Mai als umsatzstärkster Monat seit Einführung des BHB/GfK-Reports vor mehr als zehn Jahren.

Nach einem schlechten Jahresbeginn sorgten zwei gute Quartalsabschlüsse und ein positiver Jahresausklang dafür, dass sich die Umsätze flächenunbereinigt nahezu auf Vorjahresniveau bewegen.

### **Mehr Verkaufsfläche**

Während die zahlenmäßige Entwicklung leicht rückläufig war, nahm das Flächenwachstum im Vergleich zu den Vorjahren zu. Der BHB stützt sich bei den Angaben zur Flächenentwicklung auf die Erhebungen der gemaba. Nach deren Berechnung stieg die Innen-Verkaufsfläche um 160.000 qm an. Bei der gewichteten Verkaufsfläche (Gewichtung: Innen-VF zu 100 %, überdachte Freifläche zu 50 %, offene Freifläche zu 25 %, Baustoff-Drive-in zu 50 %) ergab sich ein Flächenzuwachs um rund 220.000 qm. Diese Entwicklung ist laut gemaba auf eine verstärkte Angliederung von Drive-in-Bereichen zurückzuführen. Insgesamt erreichte die gewichtete Gesamt-Verkaufsfläche eine Größenordnung von rund 13,71 Millionen qm.

### **Qualität ist das bessere Verkaufsargument**

Für viele Kunden stellen Aspekte wie die Verarbeitung eines Produkts, seine Leistungsfähigkeit und die Produktsicherheit eine wichtige Entscheidungsgrundlage bei ihrem Einkauf dar. Damit erweist sich der Qualitätsaspekt einmal mehr als Erfolgsfaktor für den Handel. Die Baumarktbranche stellt hohe Anforderungen an ihre Produkte. Ebenso investieren die Unternehmen seit Jahren hohe Summen in die Weiterbildung und Qualifizierung ihrer Mitarbeiter. Ein Heimwerkerprojekt sollte nicht daran scheitern, dass sich der Kunde im Sortiment eines Baumarktes nicht zurecht findet. Bei der großen Fülle an erklärungsbedürftigen Artikeln hat eine fachkundige Beratung durch kompetente Mitarbeiter bei den Handelsunternehmen einen sehr hohen Stellenwert.

### **Aussichten für 2009**

Im Dezember 2008 stiegen die Umsätze der Bau- und Heimwerkermärkte um 2,3 Prozent und auch mit dem Ergebnis im Januar 2009 kann die Branche zufrieden sein. Aufgrund dieser Entwicklung bereits zum heutigen Zeitpunkt von einem sich abzeichnenden Aufwärtstrend zu sprechen, fällt schwer. Der Erfolg des Einzelhandels wird zu einem guten Teil von der Stimmungslage der Verbraucher getragen. Aktuell scheint sich die Stimmung der Verbraucher dank stabiler Preise zu verbessern. Darüber hinaus zeigen Erfahrungen aus der Vergangenheit, dass sich Menschen in unsicheren Zeiten stärker als sonst ins Private zurückziehen, das auf diese Weise mehr Aufmerksamkeit erfährt. Dies dürfte sich auch bei den Investitionen ins eigene Zuhause widerspiegeln, was wiederum den Baumärkten zugute kommen würde.

Für eine verlässliche Jahresprognose ist es nach Ansicht des Verbandes dennoch zu früh. „Wir müssen zumindest die Ergebnisse der ersten drei Monate abwarten“ erläutert dazu BHB-



Geschäftsführer John W. Herbert. Nach dem ersten Quartal könne man hoffentlich auch besser einschätzen, welchen Verlauf die Konjunktur in Deutschland in diesem Jahr insgesamt nehmen werde.

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