

BHB-Baumarkthandel

"Immer noch keine echte Vergleichbarkeit"

Freitag, 06.05.2022

Der Start der Baumarktbranche ins herausfordernde Jahr 2022 war fast ein „normaler“ – auch wenn die Umsatzkurven derzeit deutlich atypische Ausschläge zeigen.

Der Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V. (BHB) berichtet, dass die Zahlen in Deutschland hoch zweistellig zulegen, wohingegen Schweiz und Österreich scheinbar verlieren. Dies sei immer noch dem direkten Vergleich mit den Werten in unterschiedlichen Lockdownszenarien während der Pandemiephasen geschuldet. Danach legen die Bau- und Gartenfachmärkte in Deutschland im ersten Quartal 2022 um +42,2 Prozent zu (auf vergleichbarer Fläche +41,0 Prozent). Die Märkte in Österreich verlieren leicht um -0,9 Prozent, die Schweizer Branche rutscht um -10,8 Prozent ab.

Diese Zahlen muss man laut BHB aber deutlich relativieren: Die deutschen Standorte unterlagen im Startquartal 2021 einer weitgehenden Schließung im Lockdown, der BHB vermeldete Umsatzverluste in Höhe von 21,3 Prozent. Die Märkte in Österreich und der Schweiz konnten durch die dort zeitlich früher erfolgten Lockdownmaßnahmen dann im ersten Quartal 2021 atypisch stark zulegen, was sich nun aktuell wiederum mit Minuszahlen relativiert.

„Wirkliche Trends kann man aus diesen Zahlen derzeit sicherlich nicht herauslesen“, betont BHB-Hauptgeschäftsführer Dr. Peter Wüst. „Auch wenn das Tagesgeschäft derzeit ungestört von pandemischen Effekten verläuft und zumindest die Wetterentwicklung auf ein gutes Saisongeschäft hoffen lässt“.

Das Damoklesschwert der Ukraine-Auswirkungen schwebt aber über allen Prognosen. Die besorgniserregenden Preisentwicklungen in der Warenbeschaffung und die weiterhin gravierenden Produktions- und Lieferkettenprobleme werfen tägliche Probleme und sind in ihrer Wirkung auf die Kunden nicht abzuschätzen. In anderen Konsumbranchen deuten erste Anzeichen darauf hin, dass die Kundinnen und Kunden zunehmend abwarten und größere Investitionen zurückstellen. Auch die fast in jedem Lebensbereich explodierenden Verbraucherpreise, besonders im Energie- und Lebensmittelsektor, schmälern das Gesamtbudget und die Investitionslust der Menschen.

In Deutschland waren im 1. Quartal im Vergleich zum Vorjahreszeitraum die Produkte der Warengruppe Automotive (Autozubehör) der Renner (+103,8 Prozent), gefolgt von Haushaltswaren (+88,9 Prozent) und Elektrozubehör (+68,8 Prozent). Ins Minus rutschte keine Warengruppe.

In Österreich punkteten Produkte aus dem Sortiment Sanitär/ Heizung (+15,3 Prozent) und Bauchemie/Baumaterial (+10,6 Prozent). Im Minus: Gartenmöbel (-37,7 Prozent). Letztere lagen auch in der Schweiz am stärksten im Minus (-25,9 Prozent) vor Anstrichmitteln/ Malerzubehör (-22,1 Prozent).

Wenn auch die Rahmenbedingungen für das weitere Jahr 2022 aus heutiger Sicht alles andere als optimal erscheinen, kann die Branche dennoch mit einer gewissen Zuversicht handeln. Das liegt einerseits an der sehr gut organisierten Struktur bei Handel und Lieferantenpartnern. Die Branche hat die anhaltenden Herausforderungen im Rahmen der Beschaffung mit hohem Engagement der Experten in den Unternehmen organisiert und so bedrohliche Engpässe entschärfen können.

Dazu kommt, dass die Bau- und Gartenfachmärkte in D/A/CH ihr Produktportfolio immer weiter an die aktuellen Wünsche und Bedürfnisse der Menschen angepasst haben und auch die dazugehörige Beratungskompetenz laufend erhöhen. „Unsere Händler sind deshalb zuverlässige Anlaufpunkte für die derzeitigen Bedürfnisse der Menschen, die sich gerade in Zeiten wie diesen um energetische Verbesserungen, Renovierungen und Modernisierungen ihres Zuhauses kümmern“, betont Wüst.

Und auch bei weiteren Trends sind die Bau- und Gartenfachmärkte hochwillkommene Ansprechpartner. Viele Menschen besinnen sich gerade angesichts rapide steigender Lebensmittelpreise und (gefühlten wie auch echten) Versorgungsengpässen wieder auf die Selbstversorgung aus dem eigenen Garten. Hier können die Branchenhändler ebenfalls mit passenden Produkten und Expertise weiterhelfen. „Interessantes Faktum: Auch in den Städten ist der Wunsch nach einer eigenen, kleinen grünen Versorgungseinheit groß. So registrieren einige Händler deutliche Nachfragesteigerung bei balkon- und terrassenfähigen Hochbeeten und entsprechendem Zubehör für die Selbstversorgung mit Obst, Gemüse und Kräutern.“

"Immer noch keine echte Vergleichbarkeit"