

Deutscher Baumarkthandel

Trotz Wetterkapriolen auf Kurs

Freitag, 16.08.2019

Nach dem buchstäblichen [Traumstart des DIY-Handels ins Geschäftsjahr 2019](#) mussten die Bau- und Gartenmarkthändler im zweiten Quartal mit deutlich anspruchsvolleren wettertechnischen Herausforderungen umgehen. Dies haben die Retailer in Deutschland, aber auch in Österreich und der Schweiz dank umsichtiger Planung nahezu optimal bewältigt, wie der BHB mitteilt.

Deutsche Baumärkte konnten in der Folge in der ersten Jahreshälfte ein Umsatzplus von 4,8% erzielen und bewegten dabei 10,23 Mrd. Euro. Die Märkte in Österreich verbesserten den Umsatz um 5,0% (1,37 Mrd. Euro), die Schweizer DIY-Händler kamen auf ein Plus von 2,9% (1,56 Mrd. Euro). Für alle Beteiligten bildet dies eine gute Ausgangsbasis für die zweite Jahreshälfte, wie der BHB betont.

„Nachdem bereits mit dem warmen Februar das Geschäft besonders mit den Gartensortimenten durchstartete, konnten die Händler einerseits entsprechende Polster bilden, sich aber auch für Szenarien wie eine sehr lange Outdoor-Saison bevorraten“, so Dr. Ralf Bartsch, Sprecher des BHB-Vorstands. Und Franz-Peter Tapaß, Finanzvorstand des BHB, ergänzt: „Die Branche hat aus dem Extremsommer 2018 ihre Schlüsse gezogen und z.B. bei Ventilatoren und Klimageräten entsprechende Vorkehrungen bei der Beschaffung getroffen – dies rentiert sich derzeit durch entsprechende Mehrumsätze“.

So konnte z.B. im Juni bei der ersten großen Hitzewelle der Sortimentsbereich Technik/ Büro/ Unterhaltung, in dem sich klimatechnische Saisonware wiederfindet, einen Mehrumsatz bis zu 87% verzeichnen. Auch der Bereich der Freizeitsortimente, in dem u.a. mobile Gartenpools gelistet sind, kletterte im Juni wärmebedingt überproportional (+32%).

Nasskalter Spätfrühling als „angezogene Handbremse“

Dass der Gesamtumsatz nicht stärker anstieg, ist einem deutlichen, ebenfalls wetterbedingten Einbruch im Mai geschuldet, so dass dieser „nur“ 0,9% Umsatzverbesserung (2,02 Mrd. Euro) gegenüber dem Vorjahresmonat brachte. Ein Kuriosum im ersten Halbjahr: Der April war mit 2,15 Mrd. Euro zwar der insgesamt umsatzstärkste Monat, brachte aber prozentual dennoch Einbußen (-4,2%), da er sich am fast atypisch starken Vorjahresmonat orientiert, der 2018 das Ende der langen Winterperiode markierte.

Zusammen mit dem diesmal deutlich zu kalten ‚Wonnemonat‘ sorgte der April 2019 also für einen leichten Dämpfer im ansonsten stringenten Aufwärtstrend. Der Juni markierte dann mit einem prozentualen Pluswert von 8,4% (1,91 Mrd. Euro) im Vergleich zum Vorjahresmonat wiederum einen überraschend deutlichen Anstieg. Insgesamt bleibt das 2. Quartal mit einem Gesamtumsatz von 6,08 Mrd. Euro (+1,2%) im Vergleich zum Vorjahreszeitraum im Positivbereich.

Überraschung in der Sortimentsbetrachtung

Die grundsätzlich erfreuliche Tendenz des ersten Halbjahres 2019 für den Bau- und Gartenmarkthandel: lediglich drei Sortimentsbereiche konnten in dieser Phase nicht wachsen. Dies betrifft die Segmente

Wohnen/ Deko (-0,9%), Anstrichmittel/ Malerzubehör (-0,4%) sowie überraschenderweise Gartenmöbel (-0,8%).

Die am stärksten profitierenden Warengruppen im ersten Halbjahr waren hingegen:

1. Technik/Büro/Unterhaltung (+20,4%)
2. Gartenchemie/Erden/Saatgut (+12,6%)
3. Freizeit/Saisonware (+8,2%)
4. Holz (+8,1%)
5. Bauchemie/Baumaterial (7,8%)

Nach den rasanten Zuwächsen der übrigen Gartensortimente im Frühjahr hat sich deren Absatz im zweiten Quartal ein wenig relativiert. Die Gartenausstattung konnte so insgesamt (1. Hj.) noch +7,1% zulegen, Lebendgrün kam auf +4,5%, Gartengeräte/Be- und Entwässerung auf +1,7%.

Nachbarn profitieren ebenfalls vom Wechsel-Wetter

In Österreich legte der Handel mit Bau- und Gartensortimenten im ersten Halbjahr 2019 gesamt auf 1,37 Mrd. Euro bzw. um 5,0% zu (flächenbereinigt +3,8%). Den stärksten Zugewinn erzielten dabei ebenfalls die Sortimentsbereiche Technik/ Büro/Unterhaltung (+11,9%), Freizeit/Saisonware (11,1%) und Bauelemente (+10,4%). Rückgänge gab es lediglich bei Sonstigen Sortimenten (-3,8%) und Elektro (-0,2%).

In der Schweiz erreichten die Bau- und Gartenmarktbetreiber in den ersten sechs Monaten einen Gesamtumsatz von 1,56 Mrd. Euro, dies bedeutet ein prozentuales Plus von 2,9%. Auf bereinigter Fläche sind dies +2,6%.

Trotz Wetterkapriolen auf Kurs

Links

- [BHB](#)