



Pressemitteilung

Nr. 08/2021 – Köln, 17. August 2021

Baumarktbranche kämpft mit Corona und Wetterschwankungen

- Bis Mai deutliche Einbrüche durch lange Lockdown-Phase
- Kurzem Zwischenhoch folgt Kaufzurückhaltung bei kaltem und nassem Wetter
- Österreich und Schweiz pendeln sich ein
- Branchenhändler hoffen auf besseres Wetter und die Lust am Home Improvement

Das Jahr 2021 bleibt unberechenbar, und das bislang nicht im positiven Sinne. Einem deutlichen Umsatzrückgang für die deutschen Bau- und Gartenfachmärkte durch die unverhältnismäßig breit ausgeweitete Lockdown-Phase folgte eine spürbare Verunsicherung der Kunden im kalten und verregneten Frühsommer, die die Lust auf Garten- und Außenrenovierungsaktivitäten deutlich eindämmte. Auch konkurriert die Branche nach dem sehr statischen Jahr 2020 wieder stärker mit den üblichen Ausgabekategorien wie dem Reisedrang, den die Menschen nach den Einschränkungen wieder stärker ausleben. Dennoch und trotz möglicher Lockdowngedanken sehen die Branchenhändler durchaus hoffnungsfroh auf die zweite Jahreshälfte.

„Bislang haben die Bau- und Gartenfachmärkte in Deutschland nicht viel Glück mit diesem erneut völlig atypischen Jahr gehabt. Konnte die Branche in 2020 noch durchgehend von ihrer anerkannten Systemrelevanz profitieren, haben die langwierigen Lockdown-Beschränkungen des stationären Geschäftes besonders im ersten Quartal und danach die ausgesprochen ungünstige Wetterentwicklung das erste Halbjahr ernsthaft verhaselt“, so **BHB-Hauptgeschäftsführer Dr. Peter Wüst**. Zudem sei aktuell festzustellen, dass Kunden ursprünglich geplante größere Projekte aufgrund von Materialengpässen und steigender Preise oftmals zurückstellten. Aufgelaufen hat die Branche nur 10,03 Mrd. Euro erwirtschaftet (-15,2 Prozent / -15,9 Prozent flächenbereinigt).

„Auch wenn der Baumarkthandel sein Online-Geschäft mittlerweile solide ausgebaut und die Prozesse dazu in der Pandemie noch deutlich verbessert hat, konnte dies die Verluste durch die behördlichen Beschränkungen des stationären Einkaufs in unseren Märkten nicht ausgleichen“, betont auch **BHB-Vorstandssprecher Franz-Peter Tapaß**. „Nach wie vor machen die Märkte mit Ihren Fachabteilungen, dem riesigen direkt verfügbaren Warensortiment, der Beratung vor Ort und dem persönlichen Kontakt den Löwenanteil des Geschäftes aus, und dies wird auch künftig in weiten Teilen so bleiben“.

Auch, wenn die Aufholjagd nach dem Corona-bedingten Stillstand in Deutschland trotz eines Zwischenhochs im März noch nicht wie gewünscht läuft, rechnen die Bau- und Gartenfachmärkte doch in der zweiten Jahreshälfte mit einer Stabilisierung. Der in der Pandemie neu belebte Trend zum Gestalten des eigenen Zuhauses wird sich fortsetzen. Die Menschen haben bereits viele Projekte umgesetzt und haben viel Freude und Know-How entwickelt. Viele Trends (Home Office etc.) sprechen für die Branche. Über allen Prognosen hängt aber weiterhin das Damoklesschwert der Pandemiebekämpfung. Die Branche zeigt aktuell bei der Bekämpfung der Hochwasserschäden, wie wichtig die Produkt- und Serviceangebote sind. Zudem helfen die Händler vor Ort in vielfacher Art und Weise durch Material- und Finanzspenden.

BHB - Handelsverband
Heimwerken, Bauen und Garten e.V.

Hohenzollernring 14
50672 Köln

T +49 221 277595-0
F +49 221 277595-79
info@bhb.org
www.bhb.org

Bankverbindung
Commerzbank AG Köln
IBAN DE85 3704 0044 0200 1493 00
BIC COBADEFF370

Amtsgericht Köln
VR 6919
USt-IdNr. DE 121321365

Hauptgeschäftsführer
Dr. Peter O. Wüst

Nur Holz bleibt leicht im Plus

Analog zum Minus in der Gesamtumsatzentwicklung weist auch die Betrachtung der einzelnen Sortimentsgruppen deutlich rückläufige Zahlen auf. Auch hier muss allerdings Erwähnung finden, dass sich die Werte an der Sondersituation im Pandemiejahr 2020 messen, als die Kunden die Märkte regelrecht gestürmt haben.

So bleiben im Vergleich 21 von 22 Sortimentsgruppen unter Vorjahr, lediglich die Kategorie Holz agiert mit einer Steigerung von 0,6 Prozent leicht im Plus. Die größten Verluste (wohlgemerkt immer gemessen am atypischen Vorjahr) liefen in den Kategorien Haushaltswaren (-32,6 Prozent), Eisenwaren/ Sicherungstechnik (-26,2 Prozent) und Wohnen/ Dekoration (-25,6 Prozent) auf. Dass diese Werte tatsächlich der ungünstigen Kombination aus Lockdown und Schlechtwetter geschuldet sind, zeigt die Einzelbetrachtung des Monats Juni, der nach Ende der Beschränkung und vor den katastrophalen Unwettern im Juli schon wieder umgekehrte Vorzeichen auswies.

Eipendeln bei den Nachbarn

Ließ sich in **Österreich** zum Jahresstart noch ein kräftiges Umsatzhoch feststellen (allerdings hier gemessen am Vergleichszeitraum 2020 mit dem dortigen längerfristigen Lockdown), zeigte sich das zweite Quartal weitaus schwieriger. Zweistelligen Zuwächsen im ersten Quartal folgte ein Rückgang in Q2, so dass sich kumuliert aber immer noch ein Plus von +8,3 Prozent bei einem Bruttoumsatz von 1,61 Mrd. Euro im ersten Halbjahr ergibt. Erfolgreichste Sortimentsbestandteile waren hierbei Automotive (+24,1 Prozent), Holz (+20,7 Prozent) sowie Technik/ Büro/Unterhaltung (+17,2 Prozent). Rückläufig waren Farben/ Anstrichmittel (-4,9 Prozent) und Haushaltswaren (-1,0 Prozent).

In der **Schweiz** zeigte sich das Jahr 2021 umsatztechnisch bislang durchweg positiv. Zwar konnten die atypisch hohen Zuwächse aus dem ersten Quartal (+46,2 Prozent) im Q2 nicht mehr aufrechterhalten werden, dennoch legen die Bau- und Gartenfachmärkte insgesamt im ersten Halbjahr um 17,9 Prozent auf 2,15 Mrd. Schweizer Franken zu, ebenfalls im Vergleich mit einem Vorjahreszeitraum unter weitgehenden Lockdown-Bedingungen. Zu den Spitzensortimenten dort zählen Lebendgrün (+31,3 Prozent) und Holz (+26,8 Prozent).

Umsatz der Bau- und Heimwerkermärkte in Deutschland (Bruttoumsatz*)			
	Jan. – Juni 2021	1. Quartal 2021	2. Quartal 2021
Umsatz (in Mrd. Euro)	10,03	3,45	6,58
Veränderung zum Vorjahr (in Prozent)	-15,2	-21,3	-11,6
Veränderung zum Vorjahr (flächenbereinigt in Prozent)	-15,9	-22,3	-12,1

Umsatz der Bau- und Heimwerkermärkte in Österreich (Bruttoumsatz*)			
	Jan. – Juni 2021	1. Quartal 2021	2. Quartal 2021
Umsatz (in Mrd. Euro)	1,61	0,63	0,98
Veränderung zum Vorjahr (in Prozent)	+8,3	+35,9	-4,2
Veränderung zum Vorjahr** (flächenbereinigt in Prozent)	na	na	na

Umsatz der Bau- und Heimwerkermärkte in der Schweiz (Bruttoumsatz*)			
	Jan. – Juni 2021	1. Quartal 2021	2. Quartal 2021
Umsatz (in Mrd. CHF)	2,15	0,90	1,25
Veränderung zum Vorjahr (in Prozent)	+17,9	+46,1	+3,6
Veränderung zum Vorjahr (flächenbereinigt in Prozent)	+16,7	+44,5	+2,6

*Quelle: GfK-Total-Store-Report, D/ A/ CH für Juni 2021 (Stand August 2021)

** Aufgrund technischer Umstellungen entfällt aktuell die L4L-Analyse



Pressekontakt

Jörn Brüningholt

Leitung Kommunikation

BHB – Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V.

Telefon | +49 221 277595 - 14

E-Mail | joern.brueningholt@bhb.org

Über den Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V. (BHB)

Der Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V. (BHB) vertritt als Wirtschaftsverband die Interessen der Handelsbetriebe für Heimwerken, Bauen und Gärtnern aus Deutschland, Österreich und der Schweiz (D-A-CH-Region) sowie weiterer Unternehmen der DIY-Branche aus der Industrie und dem Dienstleistungssektor. Als Verband mit internationaler Ausrichtung ist der BHB in Deutschland, im deutschsprachigen Ausland und über seine Mitgliedschaft in der European-DIY-Retail-Association (EDRA) in ganz Europa aktiv. Dabei vertritt er die wirtschafts- und medienpolitischen Interessen der Branche und tritt in den Dialog mit Politik, Medien, Verwaltung sowie Lieferanten und Dienstleistern. Im Verband sind 19 Handelsorganisationen mit 24 Vertriebslinien und rund 210 Fördermitglieder aus der Industrie und dem Dienstleistungssektor organisiert. Die Branche im weiteren Sinne zählt in Deutschland rund 480.000 Beschäftigte. Der Gesamtbruttoumsatz der Bau- und Heimwerkermärkte in Deutschland erreichte 2021 einen Wert von rund 22,14 Milliarden Euro.