



Pressemitteilung

Nr. 05/2022 – Köln, 6. Mai 2022

BHB-Baumarkthandel 1. Quartal 2022

Baumarktbranche zum Jahresstart: Immer noch keine „echte“ Vergleichbarkeit

- Deutliche Umsatzsteigerungen bzw. -verluste relativiert durch Lockdown-Effekte
- Hohe Verlässlichkeit und Verfügbarkeit in den Bau- und Gartenmärkten
- Kompetenz in allen benötigten Sortimenten lässt - noch - Optimismus zu

Auch wenn die Umsatzkurven derzeit deutlich atypische Ausschläge zeigen: Der Start der Baumarktbranche ins herausfordernde Jahr 2022 war dennoch fast ein „normaler“. Dass die Zahlen in Deutschland hoch zweistellig zulegen, wohingegen Schweiz und Österreich scheinbar verlieren, ist 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 aber deutlich relativieren: Die deutschen Standorte unterlagen bekanntlich im Startquartal 2021 einer weitgehenden Schließung im Lockdown, der BHB vermeldete Umsatzverluste i.H.v. -21,3 Prozent. Die Märkte in Österreich und der Schweiz konnten durch die dort zeitlich früher erfolgten Lockdownmaßnahmen dann im Q1/2021 atypisch stark zulegen, was sich nun aktuell wiederum mit Minuszahlen relativiert.

„Wirkliche Trends kann man aus diesen Zahlen derzeit sicherlich nicht herauslesen“, betont deshalb auch 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.

Starke Ausschläge auch in den Sortimenten

Der Blick auf die Sortimente im Vergleich zum Vorjahreszeitraum: In **Deutschland** waren im 1. Quartal 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 übrigens 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).

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

Vorsichtiger Optimismus für weiteren Jahresverlauf

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 natürlich 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.“

Umsatz der Bau- und Heimwerkermärkte in Deutschland (Bruttoumsatz*), 1. Quartal 2022	
Umsatz (in Mrd. Euro)	4,91
Veränderung zum Vorjahr (gesamt in Prozent)	+42,4
Veränderung zum Vorjahr (flächenbereinigt in Prozent)	+41,0

Umsatz der Bau- und Heimwerkermärkte in Österreich (Bruttoumsatz*), 1. Quartal 2022	
Umsatz (in Mio. Euro)	625,2
Veränderung zum Vorjahr (gesamt in Prozent)	-0,9
Veränderung zum Vorjahr (flächenbereinigt in Prozent)	n.a.*

*GfK Österreich hat die Veröffentlichung bis auf weiteres ausgesetzt.



Umsatz der Bau- und Heimwerkermärkte in der Schweiz (Bruttoumsatz*), 1. Quartal 2022	
Umsatz (in Mio. CHF)	799,2
Veränderung zum Vorjahr (gesamt in Prozent)	-10,8
Veränderung zum Vorjahr (flächenbereinigt in Prozent)	-12,2

*Quelle: GfK-Total-Store-Reports, D-A-CH, März 2022

Pressekontakt

Jörn Brüningholt
Leitung Kommunikation
BHB – Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V.
Telefon | +49 221 277595 - 14
E-Mail | joern.brueningholt@bhb.org

- Beleg erbeten -

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 21 Handelsorganisationen mit über 30 Vertriebslinien und rund 210 Fördermitglieder aus der Industrie und dem Dienstleistungssektor organisiert. Die Branche im weiteren Sinne zählt in Deutschland rund 490.000 Beschäftigte. Der Gesamtbruttoumsatz der Bau- und Heimwerkermärkte in Deutschland erreichte 2021 einen Wert von rund 20,33 Milliarden Euro.