



Pressemitteilung

Nr. 04/2023 – Köln, 11. Mai 2023

BHB-Baumarkthandel 1. Quartal 2023

Baumarktbranche zum Jahresstart: Inflation und „Schlechtwetter“ drücken auf Entwicklung

- Nässe und Kälte bremsen im Vergleich zum Dauerhoch im Q1/2022
- Entwicklung lässt vorsichtigen Optimismus zu
- Hohe Verlässlichkeit und Verfügbarkeit in den Bau- und Gartenmärkten

Den Start ins Jahr 2023 hätte sich die Baumarkt- und Gartencenterbranche ganz sicher anders gewünscht: Doch die Konsumvorsicht der inflations- und politikverunsicherten Kunden in Kombination mit langen, fast durchgehenden Nässe- und Kältephasen ließ die Kauflust besonders bei den gartenrelevanten Sortimenten doch spürbar zurückgehen. Im Vergleich mit dem wochenlangen Dauerhochdruckgebiet, was im letzten Jahr den Neustart aus längerer Corona-Ungewissheit begleitete, ergibt sich deshalb ein Minus in Deutschland und der Schweiz. In Österreich ist der Jahresstart dank entspannterer Wetterbedingungen besser gelungen: Hier blieb mit +0,4% (627,9 Mio. Euro) sogar ein minimaler Zuwachs zu verzeichnen. In Deutschland gingen die Umsätze dagegen um -8,6 Prozent zurück (4,49 Mrd. Euro), die Schweiz verzeichnete einen Rückgang von -7,6 Prozent (739,1 Mio. CHF).

„**Wettereffekte** betreffen unsere Branche regelmäßig, und das besonders im ersten Quartal, wo sich die Menschen auf ihre Gärten freuen und mit den ersten Sonnenstrahlen die neuen Pflanzen und oft auch schon Ausrüstung für die Gartenarbeit und auch Mobiliar für die neue Saison kaufen“, so **BHB-Hauptgeschäftsführer Dr. Peter Wüst**. „Wenn dann das triste Wetter mit schwindender Kaufkraft durch Inflation bei den Kunden zusammentrifft, bleiben die entsprechenden Effekte leider nicht aus“.

Peter Tepas, **Vorstandssprecher des BHB**, sieht die Entwicklung allerdings auch mit einem Stück Optimismus: „Derzeit entwickelt sich das Wetter spürbar zum Positiven hin, so dass sich die Umsätze in vielen Gartensortimenten sicherlich ebenfalls in Teilen erholen dürften.“ Auch die vielfach bereits sinkende Inflation trage wieder zu mehr Zuversicht bei den Menschen bei. Zwar würden die Preise noch auf höherem Niveau verharren, weitere dramatische Anstiege sieht er aber nicht. In den traditionellen Heimwerker- und Renovierungssortimenten habe man sich ohnehin weiter sehr gut positioniert. **René Haßfeld, stv. Sprecher des BHB-Vorstands**: „Wir sind die Partner mit allen Produkten und Dienstleistungen, die die Menschen zum Energiesparen und Sanieren in Ihrem Zuhause benötigen. Unsere Läger sind zudem gut gefüllt und wir können die Versorgung jederzeit gewährleisten.“

Gartensortimente spiegeln die Situation am deutlichsten

Der Blick in die Umsatzentwicklung in den einzelnen Sortimentsteilen verdeutlicht die Gesamtsicht. In **Deutschland** ist der Rückgang bei den Umsätzen für Gartenmöbel (-32,1%) am deutlichsten, dicht gefolgt von Gartenausstattung (-29,0%) und Gartengeräte/ Be- und Entwässerung (-24,7%). Zulegen konnten in diesem besonderen ersten Quartal lediglich die Produkte der Bereiche Automotive (+5,8%) sowie Haushaltwaren (+4,1%). Bei den klassischen Sortimenten erreichten lediglich die Produkte aus Bauchemie/-material eine ‚schwarze Null‘. In **Österreich** waren es die „sonstigen“ Sortimente, die mit +28,5% für den größten Anstieg sorgten, gefolgt von Haushaltwaren (+10,4%) und Automotive (+9,1%). Die größten Verluste fuhren die Produkte aus dem Bereich (Bau-)Holz mit -10,6% ein.

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

Die Bau- und Gartenfachmärkte in der **Schweiz** mussten die größten Rückgänge ebenfalls bei den Gartenmöbeln verzeichnen (-29,8%). Elektro- und Handwerkzeuge verkauften sich allerdings im gleichen Zeitraum recht gut und verzeichneten ein Plus von +0,8%.

Auch in diesem Jahr lässt dieser Blick auf die Zahlen noch keinen wirklichen Trend erkennen. Zu volatil bleibt die Gesamtlage, die nach wie vor durch nicht wirklich kalkulierbare Inflationsentwicklung, Energiepreispoker, die Zinsentwicklung und die Effekte auf die Konsumlaune der Menschen ebenso wie auf die allgemeine Bautätigkeit beeinflusst werden. „Aber unsere Branche hat die zahlreichen Krisen der vergangenen Jahre mit dem ihr eigenen Pragmatismus angenommen und mit vielen neuen Ideen und Strategien gut bewältigt. Dies und das Engagement der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter direkt vor Ort sind genau das, was wir auch in Zukunft brauchen, um weiter der Partner Nr.1 für die Menschen und ihr Zuhause zu bleiben“, betont Peter Tapaß.

Umsatz der Bau- und Heimwerkermärkte in Deutschland (Bruttoumsatz*), 1. Quartal 2023	
Umsatz (in Mrd. Euro)	4,49
Veränderung zum Vorjahr (gesamt in Prozent)	-8,6
Veränderung zum Vorjahr (flächenbereinigt in Prozent)	-7,1

Umsatz der Bau- und Heimwerkermärkte in Österreich (Bruttoumsatz*), 1. Quartal 2023	
Umsatz (in Mio. Euro)	627,9
Veränderung zum Vorjahr (gesamt in Prozent)	+0,4
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 2023	
Umsatz (in Mio. CHF)	739,1
Veränderung zum Vorjahr (gesamt in Prozent)	-7,5
Veränderung zum Vorjahr (flächenbereinigt in Prozent)	-6,0

*Quelle: GfK-Total-Store-Reports, D-A-CH, März 2023



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 2022 einen Wert von rund 21,92 Milliarden Euro.