



Pressemitteilung

Nr. 04/2024 – Köln, 04. März 2024

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

Baumarktbranche blickt auf herausforderndes Jahr zurück: Polykrise bietet auch Chancen für Bau- und Gartenfachmärkte

- Preisniveau und Verunsicherung durch Politik drücken die Stimmung
- DIY-Handel wichtigster Ansprechpartner rund um alle Fragen des Home Improvement

Nach dem Ende der Corona-Krise mit teils heftigen Einschränkungen für das tägliche Leben und auch das Konsumverhalten hatten die Bau- und Gartenfachmärkte in Deutschland, Österreich und der Schweiz eigentlich auf ein Stück mehr Normalität im Jahr 2023 gesetzt. Dass sich dies angesichts der Polykrise mit drastischen Verteuerungen in nahezu allen Lebensbereichen nicht erfüllte, wurde im Jahresverlauf immer deutlicher und so ist auch die DIY-Branche in Deutschland erstmals seit etlichen Jahren nominal mit einem aufgelaufenen Minus von -3,1 (flächenbereinigt -3,4) Prozent konfrontiert. Doch die Händler, Lieferanten und Dienstleister haben in den vergangenen Jahren immer wieder Krisenfestigkeit bewiesen – und die Unternehmen sehen zudem echte Chancen auf Besserung.

Doch zunächst bleiben für 2023 ‚rote Zahlen‘ festzuhalten. Zu stark waren die negativen Effekte aus internationalen Kriegen und Krisen, aber auch dem politischen Wirrwarr besonders in Deutschland und der daraus resultierenden tiefen Verunsicherung der Kundinnen und Kunden, die sich z.B. bei investiven Gütern zurückhielten und insbesondere dem Baustoffsektor teils zweistellige Umsatzrückgänge hinterließen.

Zwar ging die Inflation im Jahr 2023 kontinuierlich zurück, aber unterschiedliche preistreibende Effekte und auch die sogenannte „Gierflation“ in vielen Wirtschaftsbereichen hielten fast alle Preise auf hohem Niveau. Aber die Händler der DIY-Branche konnten hier sogar bremsend wirken. Ihre Läger waren nach den logistischen Verwerfungen der Corona-Phase vorausschauend gut gefüllt und die Produkte konnten somit oft noch zu „alten“ Einkaufspreisen an die Verbraucher abgegeben werden.

Politik beeinflusst die Verbraucherstimmung

Weitere Negativ-Effekte, die in dieser Ausprägung nicht zu erwarten waren, gingen bezeichnenderweise von der Politik aus. Richtungsstreitigkeiten – beispielhaft sei hier das Heizungsgesetz genannt – hinterließen bei den Verbrauchern tiefgreifende Verunsicherung mit direkter Auswirkung auf die DIY- Sortimente. So brachen z.B. nach der späten Verabschiedung des Gesetzes die Umsätze im Bad-/Sanitärsektor zusätzlich ein.

Zu allem Unglück – sagt der Volksmund – kommt oft noch Pech dazu. Und dieses Pech hieß für die Branche im Jahr 2023 „Wetter“. Winterwetter bis fast zum Mai verdarb das verbraucherstimmungsrelevante Frühlingsgeschäft, und der immer wieder verregnete Sommer ließ das Gartenjahr – über viele Jahre sichere Bank für die Branche – ebenfalls deutlich negativ dastehen.

Das Jahr in Zahlen:

Die Bau- und Gartenfachmärkte in Deutschland haben das Jahr 2023 mit einem Minus von **3,1 Prozent (auf bereinigter Fläche -3,4 Prozent)** abgeschlossen und dabei einen **Gesamtbruttoumsatz von 21,24 Mrd. Euro** erzielt. Dabei zeigte sich der Jahresverlauf sehr uneinheitlich und die Stimmungslage der Verbraucher in Deutschland lässt sich deutlich in den Ausschlägen ablesen. Besonders der März mit anhaltend schlechtem Wetter und den fortgesetzten Hiobsbotschaften rund um Energiepreise, Baukrise und politischen Streitereien beeinflussten die Konsumlaune und ließen die Umsätze im Vergleich zum Vorjahresmonat gleich zweistellig sinken. Der Juni wirkte dagegen mit einem Plus von 8,3 Prozent quasi als Stimmungsaufheller. Insgesamt schafften es allerdings nur drei Monate 2023 flächenbereinigt ins Plus.

Der Blick auf die Sortimente spiegelt diese Entwicklung dann auch folgerichtig wider. Freizeit/Saisonwaren (-11,2%), Gartenausstattung (-11,1%) und Fliesen (-11,0%) litten besonders unter der Zurückhaltung der Kundinnen und Kunden. Zugelegt haben die Produktgruppen Gartenchemie/Erden/Saatgut (+8,8%), Haushaltswaren (+5,5%) und Automotive (3,9%). Dies ist mit dem Wunsch auf Werterhalt bei Heim und auch dem Kfz zu erklären.

➔ *Näheres dazu in der BHB-Präsentation ab Seite 4*

Ähnliche Entwicklung auch in Österreich und der Schweiz

Auch die Nachbarländer können sich von der Gesamtsituation nicht entkoppeln und weisen für 2023 ein aufgelaufenes Umsatzminus aus.

In **Österreich** sank der Gesamtumsatz auf 3,07 Mrd. Euro (-3,2%). Hier lag die Inflation über das Gesamtjahr sogar höher als in Deutschland (7,8%). Mit der Produktgruppe Bauelemente (-14,8%) und Fliesen (-11,7%) litten besonders bau- und renovierungsnahen Sortimente, in den Garten haben die Österreicher aber deutlich investiert. Bei Gartenmöbeln gab es ein Plus von 7,6%, Gartenchemie/Erden/Saatgut legten sogar um 12,3% zu.

In der **Schweiz** sank bei einer anhaltend niedrigen Inflationsquote (durchschn. 2,1%) der Gesamtumsatz am stärksten (-4,9%) auf 3,53 Mrd. CHF. Hier zeigten sich bei den Sortimenten deutliche Diskrepanzen: Während die Gartenmöbel und die Gartenausstattung mit einem Rückgang von -14,9% bzw. -14,0% als schwächste Produktgruppen 2023 in den Büchern standen, ging es für Gartenchemie/Erden mit 1,7% ins leichte Plus. Auch hier geht offenbar Werterhalt vor Aufwertung.

➔ *Mehr dazu in der BHB-Präsentation ab Seite 12*

Trotz dieser eindeutig negativen Bilanz sieht der **BHB** aber auch weiterhin gute Chancen auf Besserung für das laufende Geschäftsjahr 2024, auch wenn sich die Rahmenbedingungen aktuell noch nicht ins Positive drehen. „Die DIY-Branche hat in der Corona-Phase gezeigt, dass sie sich immer wieder auf wechselnde Situationen und Rahmenbedingungen einstellen kann“, betont **BHB-Hauptgeschäftsführer Dr. Peter Wüst**. „Aber wir müssen gegenüber den politisch Verantwortlichen sehr deutlich machen, dass weder die Menschen noch wir durch ideologisch oder durch wenig Sachverstand geprägte Entscheidungen weiter belastet werden dürfen. Wir werden deshalb den Dialog auf vielen politischen Ebenen suchen und unsere Standpunkte klar machen. Das gilt besonders für den baustoffnahen Bereich.“

BHB-Vorstandssprecher Franz-Peter Tapaß verweist darauf, dass sich die Branche in der Polykrise sehr stabil gehalten hat. Dies lässt sich u.a. an der durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate (CAGR) ablesen, die seit 2019 unverändert für alle drei Länder positiv bleibt (s. Folie 3). „Mit den Kardinaltugenden der Branche wie der starken Produktauswahl und -verfügbarkeit, Beratung und Preiswürdigkeit schaffen es die Bau- und Gartenfachmärkte immer wieder zu den Menschen vorzudringen. Wir sind mit unseren Sortimenten und Dienstleistungen immer der Ansprechpartner Nr. 1 für die Menschen für ihr Zuhause – das gilt auch und erst recht in Krisenzeiten. Zudem haben wir durchaus Hoffnung, dass sich das Wetter diesmal saisonal positiv entwickelt und rund um die Fußball-Europameisterschaft im eigenen Land ein lang vermisstes Wir-Gefühl einstellt. Beides kann sich auch für die Konsumstimmung der Menschen positiv auswirken.“

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 24 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 480.000 Beschäftigte. Der Gesamtbruttoumsatz der Bau- und Heimwerkermärkte in Deutschland erreichte 2023 einen Wert von rund 21,24 Milliarden Euro.