

BHB-Jahrespressekonferenz 2018

Montag, 5. März 2018, 10.00 – 11.30 Uhr
BHB-Messestand (Halle 5.1, Gang D, Stand 105)
Internationale Eisenwarenmesse Köln

Presseunterlagen

1. Pressemitteilungen

- 02/2018: „Deutsche Baumärkte setzen auch 2017 Wachstumskurs fort“
- 03/2018: „Baumarkthandel in Österreich auch 2017 auf Wachstumskurs“
- 04/2018: „Schweizer Baumärkte erzielen 2017 Umsatzplus“
- 05/2018: „Kundenorientierte Handelskonzepte im Blick der Baumarktbranche“

2. Grafiken

- DIY-Markt Deutschland, Österreich und Schweiz: Branchenentwicklungen 2017
- DIY-Markt Deutschland: Umsatzentwicklung 2009 bis 2017
- DIY-Markt Deutschland: Monatliche Umsatzentwicklung 2017
- DIY-Markt Deutschland: Entwicklung Standorte und Verkaufsflächen 2017
- DIY-Markt Deutschland: E-Commerce-Umsätze mit DIY-Sortimenten
- DIY-Markt Deutschland: Sortimentsentwicklung 2017
- DIY-Markt Österreich: Sortimentsentwicklung 2017
- DIY-Markt Schweiz: Sortimentsentwicklung 2017
- DIY-Markt Deutschland, Österreich und Schweiz: Trends und Herausforderungen für die Branche 2018 (Strategische Themen/Produktrends)
- DIY-Markt Deutschland: Bedeutung von Handelsmarken
- POSpulse „Shopper Insights Baumarktkunden“: deutsche Baumarktkunden und ihr Informations- und Kaufverhalten
- DIY-Markt Deutschland, Österreich und Schweiz: Prognosen Branchenentwicklung 2018

Pressemeldungen, Grafiken und Fotomaterial finden Sie auch auf der Website des BHB in der Rubrik „Presse“ (www.bhb.org)

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

Hohenzollernring 14
50672 Köln

Telefon | +49 221 277595 - 0
Fax | +49 221 277595 - 79
Internet | www.bhb.org
E-Mail | info@bhb.org

Pressekontakt

Christoph Schley
Leiter Kommunikation

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

Telefon | +49 221 277595 - 14
Fax | +49 221 277595 - 79
E-Mail | christoph.schley@bhb.org

Beleg erbeten

BHB-Jahrespressekonferenz 2018

Montag, 5. März 2018, 10.00 bis 11.30 Uhr
BHB-Messestand (Halle 5.1, Gang D, Stand 105)
Internationale Eisenwarenmesse Köln

Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Medienvertreter,

am 5. März 2018 informiert Sie der Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V. (BHB) umfassend über die wesentlichen Entwicklungen im Baumarkthandel in Deutschland, Österreich und der Schweiz (D-A-CH-Region). Ab 10.00 Uhr erwarten Sie

- **Kai Kächelein** (Geschäftsführer hagebau Handelsgesellschaft für Baustoffe GmbH & Co. KG), stellv. Sprecher des BHB-Vorstands und
- **Dr. Peter Wüst**, BHB-Hauptgeschäftsführer,

die Ihnen die **folgenden Themen** präsentieren werden:

- Rückblick auf das Geschäftsjahr 2017 – Umsatzentwicklung der Baumarktbranche in der D-A-CH-Region,
- Marktentwicklung: Standorte und Verkaufsflächen in Deutschland,
- Marktentwicklung: Warengruppen und Sortimente in den Märkten der D-A-CH-Region,
- Entwicklungen im E-Commerce im Baumarkthandel,
- aktuelle Trends im DIY-Markt und
- Perspektiven der Baumarktbranche der D-A-CH-Region und Prognosen für das Jahr 2018.

Anschließend stellt **Karin Schwettmann**, Sales Managerin des Marktforschungsinstituts POSpulse, mit ihrem Kurzvortrag

- „**Neue Shopper Insights zu Baumärkten - das Informations- und Kaufverhalten der Shopper offline und online**“ die Ergebnisse einer aktuellen Kundenbefragung im Auftrag des BHB vor.

Ab 11.30 Uhr stehen Ihnen nochmals die Repräsentanten des BHB,

- **Kai Kächelein** (Geschäftsführer hagebau Handelsgesellschaft für Baustoffe GmbH & Co. KG), stellvertretender Sprecher des BHB-Vorstands,
- **Susanne Jäger** (Mitglied des Vorstands Hornbach Baumarkt AG), Mitglied des BHB-Vorstands,
- **Franz-Peter Tepas** (Geschäftsführer Obi GmbH & Co. Deutschland KG), Mitglied des BHB-Vorstands
- und **Dr. Peter Wüst**, Hauptgeschäftsführer BHB,

für persönliche Gespräche und Interviews zur Verfügung.

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

Hohenzollernring 14
50672 Köln

Telefon | +49 221 277595 - 0
Fax | +49 221 277595 - 79
Internet | www.bhb.org
E-Mail | info@bhb.org

5. März 2018

Pressekontakt

Christoph Schley
Leiter Kommunikation

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

Telefon | +49 221 277595 - 14
Fax | +49 221 277595 - 79
E-Mail | christoph.schley@bhb.org

Pressemitteilung

Nr. 02/2018 – Köln, 5. März 2018

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

Hohenzollernring 14
50672 Köln

Telefon | +49 221 277595 - 0
Fax | +49 221 277595 - 79
Internet | www.bhb.org
E-Mail | info@bhb.org

Deutsche Baumärkte setzen auch 2017 Wachstumskurs fort

- **Baumarkthandel in Deutschland erzielt im Geschäftsjahr 2017 Gesamtbruttoumsatz von 18,45 Milliarden Euro und Umsatzwachstum von 1,1 Prozent**
- **Branche auch für das Gesamtjahr 2018 optimistisch, BHB erwartet für deutschen Baumarkthandel Umsatzwachstum von 1,3 Prozent, flächenbereinigt von 1,0 Prozent**

Die Unternehmen des deutschen Baumarkthandels sind auch im Geschäftsjahr 2017 weiter auf Erfolgskurs: Mit einem Gesamtbruttoumsatz von 18,45 Milliarden Euro konnte die Branche im vergangenen Jahr ein Umsatzplus von 1,1 Prozent erzielen. Auch auf bereinigter Verkaufsfläche verzeichnete die Branche mit 0,7 Prozent ein leichtes Wachstum. Die Marktzahlen gab der Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V. (BHB) im Rahmen seiner Jahrespressekongress am 5. März 2018 in Köln basierend auf aktuellen Marktzahlen der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) bekannt.

„Das zurückliegende Geschäftsjahr 2017 war ein schwieriges, letztendlich aber akzeptables Jahr für die deutsche Baumarktbranche, das wie schon im Vorjahr ganz im Zeichen der digitalen Transformation des Handels stand“, betonte BHB-Hauptgeschäftsführer Dr. Peter Wüst. „Wir können mit dem Branchenergebnis zufrieden sein: Der erzielte Gesamtbruttoumsatz von 18,45 Milliarden Euro und der Umsatzzuwachs von 1,1 Prozent liegen im Bereich der zu Jahresbeginn erwarteten Branchenentwicklung. In einem Jahr, das erneut geprägt war von der Digitalisierung der Geschäftsmodelle und der nachhaltigen Verzahnung von Stationär- und Onlinegeschäft haben die Unternehmen des deutschen Baumarkthandels bewiesen, dass sie für die Zukunftsaufgaben einer sich im Wandel befindlichen Branche gewappnet sind.“

BHB sieht Branche auch 2018 auf Wachstumskurs

Auch für das laufende Geschäftsjahr 2018 zeigt sich der BHB verhalten optimistisch, der Branchenverband geht dabei von einem Umsatzwachstum von 1,3 Prozent aus. Bei flächenbereinigter Betrachtung erwartet der BHB einen Umsatzzuwachs von 1,0 Prozent. Führende deutsche Wirtschaftsinstitute und Institutionen sehen für 2018 die Wachstumsraten des Bruttoinlandsprodukts in einer Spanne von 1,6 bis 2,3 Prozent. Risiken für einen Aufschwung liegen den Experten zufolge allenfalls in

Pressekontakt

**Christoph Schley
Leiter Kommunikation**

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

Telefon | +49 221 277595 - 14
Fax | +49 221 277595 - 79
E-Mail | christoph.schley@bhb.org

Beleg erbeten

internationalen Unwägbarkeiten, wie dem britischen Ausstieg aus der Europäischen Union. Für den erweiterten DIY-Kernmarkt (Bau- und Heimwerkermärkte, Fachhandel, Kleinbetriebsformate und Distanzhandelsumsatz mit DIY-Kernsortimenten) sehen die Marktforscher von Teipel Research & Consulting, Köln, ein Marktvolumen von 49,9 Milliarden Euro Gesamtbruttoumsatz und ein Umsatzwachstum von 1,5 Prozent für das Jahr 2018 als realistisch an. Potenzial für Umsatzzuwächse 2018 in der Baumarktbranche sieht der BHB insbesondere auf dem Gebiet des privaten Renovierungs- und Wohnungsbaus, der nach wie vor starken Bauwirtschaft, die Handwerk und Baumarkthandel zugutekomme, sowie dem starken Privatkonsum, bedingt durch eine gute Arbeitsmarktsituation mit sicheren Jobs und Löhnen.

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

Hohenzollernring 14
50672 Köln

Telefon | +49 221 277595 - 0
Fax | +49 221 277595 - 79
Internet | www.bhb.org
E-Mail | info@bhb.org

Zahl der Baumärkte und bundesweite Gesamtverkaufsfläche konstant

Das Geschäftsjahr 2017 stand wie das Vorjahr erneut ganz im Zeichen der digitalen Transformation des Handels und der Modernisierung der Geschäftsprozesse und Vertriebskonzepte. Dabei zeigte sich im Vorjahresvergleich Konstanz beim Blick auf die bundesweite Entwicklung der **Zahl der Baumärkte und der Gesamtverkaufsfläche**. Zum 1. Januar 2018 zählte die Gesellschaft für Markt- und Betriebsanalyse (Gemaba) bundesweit 2132 Baumärkte mit einer Gesamtverkaufsfläche von 13,36 Millionen Quadratmetern, 14 Märkte und rund 108.000 Quadratmeter Verkaufsfläche mehr als noch zum Jahresanfang 2017 (2118 Märkte/Gesamtverkaufsfläche 13,25 Millionen Quadratmeter). Trotz der zahlenmäßig geringen absoluten Veränderungen wuchsen beim Blick auf die Marktgrößen neben den Großflächen (über 10.000 Quadratmeter) auch Kleinflächenformate mit weniger als 1500 Quadratmetern überproportional stark. Investitionen der Baumarktunternehmen gingen 2017 vermehrt in den Aus- und Umbau vorhandener Märkte und in den Auf- und Ausbau differenzierter Online-Angebote. „Für die Branche gilt es, die Vernetzung von stationärer und digitaler Einkaufswelt weiterhin erfolgreich voranzutreiben“, betont BHB-Hauptgeschäftsführer Dr. Wüst. „Wir müssen heute und in Zukunft unsere Kunden mit ihren Wünschen und Erwartungen in den Mittelpunkt rücken, sie mit zeitgemäßen Cross-channel-Angeboten und einem qualitativ hochwertigen Sortimentsportfolio überzeugen und ihnen auf allen Kanälen Information und Inspiration zugleich bieten.“

1. und 4. Quartal entscheidend für Branchenwachstum 2017

Betrachtet man das Geschäftsjahr 2017, so waren insbesondere die Quartale 1 und 4 für das gute Branchenergebnis entscheidend. Im 1. Quartal konnten die deutschen Bau- und Heimwerkermärkte mit einem Gesamtbruttoumsatz von 4,04 Milliarden Euro ein Umsatzwachstum von 5,4 Prozent im Vorjahresvergleich erzielen. Entscheidenden Anteil am guten Jahresstart hatte die Geschäftsentwicklung im März: Hier erwirtschaftete der Baumarkthandel mit einem Gesamtbruttoumsatz von 1,81 Milliarden Euro einen Zuwachs von 15,4 Prozent im Vorjahresvergleich. Dabei zeigte sich der März dem Deutschen Wetterdienst zufolge als der wärmste März seit Beginn der Wetteraufzeichnungen 1881 mit durchschnittlichen Regenmengen, aber vielen Sonnenstunden. Im 2. und 3. Quartal musste der Baumarkthandel hingegen jeweils eine leicht rückläufige Branchenentwicklung verzeichnen: Von April bis Juni erwirtschafteten die Bau- und Heimwerkermärkte einen Gesamtbruttoumsatz von 5,55 Milliarden Euro und blieben damit um 1,1 Prozent hinter dem Ergebnis des Vorjahresvergleichszeitraums zurück. Ausschlaggebend war insbesondere die Umsatzentwicklung im Monat April, der Spätfrost und Schneefall bis ins Flachland brachte und in einem Umsatzrückgang von 7,1 Prozent im Vorjahresvergleich resultierte. Im 3. Quartal erzielten die Bau- und Heimwerkermärkte mit einem Gesamtbruttoumsatz von

4,61 Milliarden Euro einen Umsatzrückgang von 0,8 Prozent. Dabei boten die Monate Juli und August sehr hohe Temperaturen, aber auch hohe Niederschlagswerte und überdurchschnittlich viele Regentage. Der September war insgesamt eher kühl bei ebenfalls leicht überdurchschnittlichem Niederschlag. Dies wirkte sich auf die Nachfrage bei den Baumarktkunden aus, so dass der Baumarkthandel im Juli (1,63 Milliarden Euro/-0,8 Prozent) und August (1,54 Milliarden Euro/-2,7 Prozent) Umsatzrückgänge verzeichnen musste. Zum Jahresabschluss konnte der Baumarkthandel dann nochmals Umsatzsteigerungen erwirtschaften: Im 4. Quartal erzielte die Branche 4,25 Milliarden Euro und damit ein Wachstum von 2,3 Prozent, wobei insbesondere der Monat Dezember mit einem Umsatzzuwachs von 5,0 Prozent zum guten Gesamtergebnis beitrug. Die umsatzstärksten Monate des Gesamtjahres 2017 waren die Monate Mai (1,98 Milliarden Euro/+0,3 Prozent), April (1,84 Milliarden Euro/-7,1 Prozent) und März (1,81 Milliarden Euro/+15,4 Prozent).

Sortimente: Bauchemie/-material, Werkzeuge/Maschinen, Pflanzen und Gartenausstattung sind Wachstumstreiber 2017

Beim Blick auf die Sortimentsentwicklungen im Gesamtjahr erzielten die deutschen Bau- und Heimwerkermärkte 2017 laut GfK-Total-Store-Report die höchsten Umsätze mit den Sortimenten Bauchemie/Baumaterial (1,83 Milliarden Euro), Sanitär/Heizung (1,78 Milliarden Euro), Werkzeuge/Maschinen/Werkstattausstattung (1,27 Milliarden Euro), Elektro (1,26 Milliarden Euro), Anstrichmittel/Malerzubehör (1,25 Milliarden Euro) und Gartenausstattung (1,24 Milliarden Euro). Die Gesamtheit aller Gartensortimente, bestehend aus den Warengruppen Gartenausstattung (1,24 Milliarden Euro), Gartenmöbel (317,5 Mio. Euro), Gartengeräte/Be- und Entwässerung (999,6 Mio. Euro), Lebend Grün (1,01 Milliarden Euro) und Gartenchemie/Erden/Saatgut (588,1 Mio. Euro), erzielte einen Umsatz von 4,16 Milliarden Euro und damit 22,5 Prozent des gesamten Jahresumsatzes. Betrachtet man die Sortimentsentwicklung im Vorjahresvergleich, zeigten sich 2017 die Sortimente Bauchemie/Baumaterial (+4,5 Prozent), Lebend Grün (+4,0 Prozent), Gartenausstattung (+3,9 Prozent), Werkzeuge/Maschinen und Werkstattausstattung (+3,6 Prozent) als Wachstumstreiber. Zum Teil zu deutlichen Umsatzrückgängen kam es hingegen in den Warengruppen Gartenmöbel (-9,6 Prozent), Wohnen/Dekoration (-6,6 Prozent) und Möbel (-3,8 Prozent).

E-Commerce-Umsätze mit DIY-Sortimenten auf anhaltendem Wachstumskurs

Wie in den vergangenen Jahren zeigt sich auch 2017 eine zunehmende Kundennachfrage nach DIY-Produkten im Vertriebskanal Online – der Wunsch zum E-Commerce ist auch bei den Heimwerkern und Hobbygärtnern ungebrochen: So setzten der stationäre Handel, der Versandhandel und die Pure-Player in Deutschland nach Angaben der Marktforscher von Teipel Research & Consulting im E-Commerce 3,23 Milliarden Euro mit DIY-Kernsortimenten im Geschäftsjahr 2017 um. Das bedeutet eine Steigerung gegenüber 2016 (2,81 Milliarden Euro) um 14,9 Prozent. Dabei lagen die Produkte des Heimwerkersortiments in der Gunst der Kunden mit einem Gesamtjahresumsatz von 2,17 Milliarden Euro deutlich vor den Artikeln des Gartensortiments (880,0 Mio. Euro) und Baustoffen/Baumaterialien (177,0 Mio. Euro). Der Marktanteil der Bau- und Heimwerkermärkte an den E-Commerce-Umsätzen mit DIY-Kernsortimenten lag 2017 laut Teipel bei 18,7 Prozent, den deutlich größten Marktanteil haben die E-Commerce-Pure-Player mit insgesamt 50,6 Prozent. Beim Blick auf das gesamte Marktvolumen des erweiterten DIY-Kernmarkts (49,1 Milliarden Euro), d.h. aller Umsätze der Bau- und Heimwerkermärkte, des Fachhandels, der

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

Hohenzollernring 14
50672 Köln

Telefon | +49 221 277595 - 0
Fax | +49 221 277595 - 79
Internet | www.bhb.org
E-Mail | info@bhb.org

Pressekontakt

Christoph Schley Leiter Kommunikation

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

Telefon | +49 221 277595 - 14
Fax | +49 221 277595 - 79
E-Mail | christoph.schley@bhb.org

Beleg erbeten

Kleinbetriebsformate und des Distanzhandels, ist der Anteil der E-Commerce-Umsätze (3,23 Mrd. Euro) mit 6,6 Prozent aber im Vergleich zu anderen Branchen noch weiterhin gering.

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

Hohenzollernring 14
50672 Köln

Telefon | +49 221 277595 - 0
Fax | +49 221 277595 - 79
Internet | www.bhb.org
E-Mail | info@bhb.org

Umsatz der Bau- und Heimwerkermärkte in Deutschland (Gesamtbruttoumsatz 2017) – GfK-Total-Store-Reporting 2017		
	Gesamtjahr 2017	4. Quartal 2017
Umsatz (in Mrd. Euro)	18,45	4,25
Veränderung zu 2016 (gesamt in Prozent)	+1,1	+2,3
Veränderung zu 2016 (lächenbereinigt in Prozent)	+0,7	+1,5

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 25 Vertriebslinien und rund 200 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 2017 einen Wert von rund 18,45 Milliarden Euro.

Pressemitteilung

Nr. 03/2018 – Köln, 5. März 2018

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

Hohenzollernring 14
50672 Köln

Telefon | +49 221 277595 - 0
Fax | +49 221 277595 - 79
Internet | www.bhb.org
E-Mail | info@bhb.org

Baumarkthandel in Österreich auch 2017 auf Wachstumskurs

- **Baumarkthandel in Österreich erzielt im Geschäftsjahr 2017 einen Gesamtbruttoumsatz von 2,53 Milliarden Euro und ein Umsatzwachstum von 2,6 Prozent**
- **Branche zeigt sich für das Jahr 2018 optimistisch, BHB erwartet für österreichischen Baumarkthandel Umsatzwachstum von 2,0 Prozent, flächenbereinigt ebenfalls einen Zuwachs von 2,0 Prozent**

Der Baumarkthandel in Österreich kann im Geschäftsjahr 2017 an die erfolgreiche Branchenentwicklung des Vorjahres anschließen. Mit einem Gesamtbruttoumsatz von 2,53 Milliarden Euro erwirtschaftete die Branche im vergangenen Jahr ein Umsatzwachstum von 2,6 Prozent, auf bereinigter Verkaufsfläche ein Umsatzplus von 0,7 Prozent. Die Marktzahlen gab der Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V. (BHB) im Rahmen seiner Jahrespressekonferenz am 5. März 2018 in Köln basierend auf aktuellen Marktzahlen der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) bekannt.

„Das Geschäftsjahr 2017 war ein erfolgreiches Jahr für den Baumarkthandel in Österreich“, betonte BHB-Hauptgeschäftsführer Dr. Peter Wüst. „Wir können mit dem Branchenergebnis sehr zufrieden sein: Mit dem erzielten Gesamtbruttoumsatz von 2,53 Milliarden Euro und einem Wachstum von 2,6 Prozent im Vorjahresvergleich hat die Branche sogar die zu Jahresbeginn formulierten Erwartungen übertroffen. In einem Jahr, das erneut geprägt war von der digitalen Transformation des Handels, der Digitalisierung vorhandener Geschäftsmodelle und der nachhaltigen Verzahnung von Stationär- und Onlinegeschäft haben die Baumarkthändler in Österreich bewiesen, dass sie für die Herausforderungen der kommenden Jahre gewappnet sind.“

Mit einem Gesamtbruttoumsatz von 2,53 Milliarden Euro erwirtschaftete die Branche 2017 ein Umsatzwachstum von 2,6 Prozent, auf bereinigter Verkaufsfläche ein Umsatzplus von 0,7 Prozent. Die höchsten Gesamtjahresumsätze erzielten die Bau- und Heimwerkermärkte mit den Sortimenten Bauchemie/Baumaterial (360,5 Mio. Euro), Sanitär/Heizung (221,0 Mio. Euro), Gartenausstattung (168,9 Mio. Euro), Haushaltswaren (164,4 Mio. Euro) und Werkzeuge/Maschinen (159,1 Mio. Euro). Betrachtet man die Sortimentsentwicklung im Vorjahresvergleich, zeigt sich insgesamt ein solides und über eine Vielzahl von Sortimenten verteiltes Wachstum: Umsatzzuwächse waren in rund drei Viertel der 22 Sortimentsbereiche zu verzeichnen. Wachstumstreiber waren dabei insbesondere die Warengruppen Automotive (+ 8,7

Pressekontakt

**Christoph Schley
Leiter Kommunikation**

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

Telefon | +49 221 277595 - 14
Fax | +49 221 277595 - 79
E-Mail | christoph.schley@bhb.org

Beleg erbeten

Prozent), Gartenausstattung (+5,5 Prozent), Holz (+5,4 Prozent) und Bauche-
mie/Baumaterial (+4,7 Prozent). Zu deutlichen Umsatzrückgängen kam es hingegen
in der Warengruppe Wohnen/Dekoration (-7,0 Prozent) und bei Möbeln (-4,8 Pro-
zent).

Mit Blick auf die aktuell von Forschungsinstituten prognostizierte Wirtschaftsent-
wicklung erwartet der BHB für die Baumarktbranche Österreichs 2018 ein Umsatz-
wachstum von 2,0 Prozent, flächenbereinigt ebenfalls von 2,0 Prozent. Das Österrei-
chische Institut für Wirtschaftsforschung (Wifo) erwartet für das laufende Geschäfts-
jahr 2018 insgesamt ein Wirtschaftswachstum von 3,0 Prozent, für 2019 von 2,2 Pro-
zent. Derzeit wachse die österreichische Wirtschaft kräftig, die internationale Kon-
junktur sei lebhaft und begünstige den Außenhandel, wovon besonders die österrei-
chische Sachgüterindustrie profitiere. Laut Wifo-Konjunkturklima bewerten die ös-
terreichischen Unternehmen zum Jahresstart ihre aktuelle Wirtschaftslage als sehr
gut und blicken weiter zuversichtlich auf die kommenden Monate. Zudem unter-
stütze der Konsum der privaten Haushalte das Wachstum der österreichischen Wirt-
schaft, betont das Wifo. Die lebhaftige Konjunktur werde auch in den ersten Monaten
des Jahres 2018 anhalten, die Stimmung der Unternehmen und der privaten Haus-
halte sei äußerst positiv, wozu auch die kontinuierliche Verbesserung auf dem Ar-
beitsmarkt beitrage. Mit einem erwarteten Abflauen der internationalen Konjunktur
werde sich im Jahresverlauf dann aber auch das Wachstum der österreichischen
Wirtschaft verlangsamen, sagen die Wirtschaftsexperten voraus.

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

Hohenzollernring 14
50672 Köln

Telefon	+49 221 277595 - 0
Fax	+49 221 277595 - 79
Internet	www.bhb.org
E-Mail	info@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 21 Handelsorganisationen mit 25 Vertriebslinien und rund 200 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 2017 einen Wert von rund 18,45 Milliarden Euro.

Pressemitteilung

Nr. 04/2018 – Köln, 5. März 2018

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

Hohenzollernring 14
50672 Köln

Telefon | +49 221 277595 - 0
Fax | +49 221 277595 - 79
Internet | www.bhb.org
E-Mail | info@bhb.org

Schweizer Baumärkte erzielen 2017 Umsatzplus

- **Baumarkthandel in der Schweiz erzielt im Geschäftsjahr 2017 mit einem Gesamtbruttoumsatz von 2,33 Milliarden Franken Umsatzplus von 0,5 Prozent**
- **Für das Gesamtjahr 2018 erwartet der BHB im Schweizer Baumarkthandel ein Umsatzwachstum von 1,0 Prozent, flächenbereinigt ebenso ein Umsatzplus von 1,0 Prozent**

Die Unternehmen des Baumarkthandels in der Schweiz haben im Geschäftsjahr 2017 ein Umsatzwachstum erwirtschaftet. Mit einem Gesamtbruttoumsatz von 2,33 Milliarden Franken konnte die Branche bei einem Umsatzzuwachs von 0,5 Prozent das Jahresergebnis 2016 übertreffen. Die Marktzahlen gab der Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V. (BHB) im Rahmen seiner Jahrespressekonferenz am 5. März 2018 in Köln basierend auf aktuellen Marktzahlen der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) bekannt.

„Für den Baumarkthandel in der Schweiz war 2017 ein solides Geschäftsjahr“, betonte BHB-Hauptgeschäftsführer Dr. Peter Wüst. „Wir können mit dem Branchenergebnis zufrieden sein: Mit dem erzielten Gesamtbruttoumsatz von 2,33 Milliarden Franken und einem Wachstum von 0,5 Prozent im Vorjahresvergleich hat der Baumarkthandel in einem Jahr im Zeichen der digitalen Transformation bewiesen, dass er auch in Zeiten des Wandels für die Herausforderungen der kommenden Jahre gewappnet ist.“

Die höchsten Gesamtjahresumsätze erzielten die Bau- und Heimwerkermärkte mit den Gartensortimenten (535,7 Mio. Franken), mit Werkzeugen/Maschinen (190,7 Mio. Franken), Wand/Boden-Sortimenten (Anstrichmittel, Bodenbeläge, Malerzubehör, Wandverkleidung: 189,0 Mio. Franken) sowie mit Bauelementen/Bauchemie/Baumaterial (172,6 Mio. Franken) und Sanitärwaren (134,2 Mio. Franken). Betrachtet man die Sortimentsentwicklung im Vorjahresvergleich, zeigten sich 2017 die deutlichsten Umsatzzuwächse bei Haushaltswaren (+6,9 Prozent), Möbeln (+3,7 Prozent), Bauelementen/Bauchemie/Baumaterial (+ 2,8 Prozent) und bei den Gartensortimenten (+2,5 Prozent). Signifikante Umsatzrückgänge musste die Branche in den Sortimenten Saisonartikel/Merchandising (-4,8 Prozent), Beleuchtung (-4,3 Prozent) und Elektro (-2,6 Prozent) hinnehmen.

Pressekontakt

**Christoph Schley
Leiter Kommunikation**

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

Telefon | +49 221 277595 - 14
Fax | +49 221 277595 - 79
E-Mail | christoph.schley@bhb.org

Beleg erbeten

Der Schweizer Detailhandel insgesamt konnte 2017 mit stagnierenden Umsätzen den Abwärtstrend der letzten Jahre stoppen, wie die GfK Schweiz in ihrem aktuellen Markt-Monitor Schweiz 2017 mitteilt. Das Wetter war dem Detailhandel 2017 gut gesinnt. Im Frühjahr profitierten der GfK zufolge die Do-it- und Gartengeschäfte, zudem habe der frühe Wintereinbruch ebenfalls positive Spuren im Einkaufsverhalten hinterlassen. Im Gegensatz zum stationären Handel konnte der Distanzhandel (Online- und Versandhandel) in 2017 weiter zulegen.

Mit Blick auf die aktuell von Forschungsinstituten prognostizierte Wirtschaftsentwicklung erwartet der BHB unter Abwägung aller Faktoren für 2018 insgesamt sowie flächenbereinigt jeweils ein Umsatzwachstum von 1,0 Prozent im Schweizer Bau- markthandel. Das Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco) erwartet für 2018 ein Wachstum des Bruttoinlandsprodukts von 2,3 Prozent, für 2019 von 1,9 Prozent. Dazu tragen sowohl der Außenhandel als auch die Binnenwirtschaft bei. Für Rückenwind sorgt der Expertengruppe zufolge der gefestigte weltwirtschaftliche Aufschwung. Im Zuge dieser schwungvollen Konjunkturerholung werde sich auch die Aufhellung am Arbeitsmarkt fortsetzen. Für die Beschäftigung prognostiziert das Seco einen weiteren Zuwachs um 1,2 Prozent 2018 und um 1,0 Prozent 2019. Insgesamt hat sich auch die Stimmung der Schweizer Konsumenten zu Jahresbeginn 2018 von einem hohen Niveau kommend nochmals verbessert. Der Anstieg ist dabei der Expertengruppe zufolge auf eine signifikant optimistischere Einschätzung der zukünftigen Wirtschafts- und Arbeitsmarktlage zurückzuführen. Die Einschätzung der zukünftigen persönlichen finanziellen Situation bleibt hingegen durchschnittlich. Der private Konsum dürfte – trotz Erholung des Arbeitsmarktes und wachsender Bevölkerungszahl - laut Seco nur moderat wachsen, denn die Reallöhne entwickelten sich eher verhalten. Bei den Bauinvestitionen dürfte sich die Konsolidierung auf hohem Niveau fortsetzen, wobei die Expertengruppe erwartet, dass die Bautätigkeit in der zweiten Hälfte des Prognosehorizonts etwas an Tempo verlieren werde.

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

Hohenzollernring 14
50672 Köln

Telefon	+49 221 277595 - 0
Fax	+49 221 277595 - 79
Internet	www.bhb.org
E-Mail	info@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 21 Handelsorganisationen mit 25 Vertriebslinien und rund 200 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 Heimwerkmärkte in Deutschland erreichte 2017 einen Wert von rund 18,45 Milliarden Euro.

Pressemitteilung

Nr. 05/2018 – Köln, 5. März 2018

Kundenorientierte Handelskonzepte im Blick der Baumarktbranche

- **Baumarkthandel treibt in Zeiten des digitalen Wandels Entwicklung von Omnichannel-Geschäftsmodellen voran**
- **Sortiments- und Produkttrends 2017/18: Wohnwelten im Lebensgefühl „Hygge“, Smart-Home, gesundes Wohnen, nachhaltige Sortimente und Do-it-for-me-Services zunehmend im Zentrum des Kundeninteresses**

Integrierte Omnichannel-Geschäftsmodelle zu entwickeln, die das Stationärgeschäft mit neuen Flächenkonzepten stärken und gleichzeitig online die eigene Marktpformance verbessern, um Baumarktkunden mit qualifizierter Beratung, ausgereiften Shop-Lösungen und ergänzenden Services bei ihren DIY-Projekten zu begleiten – das ist die zentrale Herausforderung für den Baumarkthandel, aktuell und in den kommenden Jahren. Dies betonte der Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V. (BHB) auf seiner Jahrespressekonferenz am 5. März 2018 in Köln. Bei den Sortimenten, Produkten und Services bestimmen Digitalisierung, demografischer Wandel, Nachhaltigkeitsdenken und Individualisierung die aktuellen Wohntrends in Haus und Garten: Das Lebensgefühl „Hygge“, Smart-Home, gesundes Wohnen, nachhaltige Sortimente aber auch ergänzende Do-it-for-me-Services stehen vermehrt im Zentrum des Kundeninteresses.

„In Zeiten des digitalen Wandels müssen wir als Baumarktbranche unsere Kunden mit zeitgemäßen Omnichannel-Angeboten überzeugen“, betonte der stellvertretende BHB-Vorstandssprecher Kai Kächelein in Köln. „Die Baumarktkunden sind anspruchsvoll, gut informiert und erwarten auch wegen ihrer Einkaufserlebnisse in anderen Branchen neben einem wertigen Warensortiment ein qualitativ hochwertiges Informations-, Beratungs- und Service-Angebot. Für den Baumarkthandel heißt das, auf diese Kundenbedürfnisse einzugehen und ein integriertes Omnichannel-Angebot zu entwickeln, das sie bei der Umsetzung ihrer Home-Improvement-Projekte bestmöglich begleitet“.

Baumarkthandel treibt Omnichannel-Geschäftsmodelle voran

Dabei liegt ein besonderes Augenmerk auf der Stärkung des Stationärgeschäfts. „Kunden wollten nach wie vor Produkte vor Ort erleben, fühlen und ausprobieren, dies haben auch zahlreiche Online-Pure-Player erkannt und eröffnen eigene Läden oder Showrooms“, so Kächelein. Es gelte insbesondere, sowohl Beratungsleistungen auf einem hohen Niveau durch qualifiziertes Personal zu bieten als auch mit neuen

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

Hohenzollernring 14
50672 Köln

Telefon | +49 221 277595 - 0
Fax | +49 221 277595 - 79
Internet | www.bhb.org
E-Mail | info@bhb.org

Pressekontakt

**Christoph Schley
Leiter Kommunikation**

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

Telefon | +49 221 277595 - 14
Fax | +49 221 277595 - 79
E-Mail | christoph.schley@bhb.org

Beleg erbeten

Flächenkonzepten eine Verbesserung des stationären Einkaufserlebnisses zu erreichen. Erfolgsfaktoren seien ein gut strukturiertes Ladenbaukonzept, eine verbesserte Produktpräsentation im Markt, auch mithilfe digitaler Services, und eine stärkere personalisierte Kundenansprache. Gleichzeitig werde der Handel auch online die eigene Marktpformance ausbauen und die Kunden mit ausgereiften Shop-Lösungen, DIY-Tutorials und Projektplanungsservices im Bereich Home-Improvement ansprechen.

Ein weiterer wichtiger Erfolgsbaustein sind optimierte Logistikleistungen. „Im digitalen Zeitalter erwartet der Kunde auch vom Baumarkt die Möglichkeit, rund um die Uhr einzukaufen und seine Waren zu erhalten“, so Kächelein. Dies gelte es umzusetzen, etwa durch das Anbieten von Möglichkeiten der Onlinereservierung mit anschließender Abholung im Markt, mithilfe lokaler Abholstationen oder durch Angebote, im Markt erworbene Waren zeitnah zu den Kunden nach Hause zu liefern.

Der Baumarkthandel setzt zudem erfolgreich auf Eigenmarkenstrategien: Der Anteil des mit Handelsmarken erwirtschafteten Umsatzes wuchs 2017 langsam, aber stetig. Mit einem durchschnittlichen Umsatzanteil von rund 28 Prozent vom Gesamtumsatz konnte der Baumarkthandel eine Steigerung um 0,1 Prozent erzielen. Dabei betrugen in einigen Warengruppen die Umsatzanteile mit Handelsmarken zwischen einem Drittel und rund 50 Prozent, etwa bei den Anstrichmitteln (51,0 Prozent), bei Duschzubehör (45,2 Prozent) oder bei elektrischen Heizungen (41,4 Prozent). „Handelsmarken unterstützen die Unternehmen bei der Differenzierung im Wettbewerb, können effektive Kundenbindungsinstrumente sein und ermöglichen individuelle Schwerpunktsetzungen“, so Kächelein. „Dennoch sind für den Handel starke Industriemarken weiterhin unverzichtbar!“

Wohntrends: Wohnwelten im Lebensgefühl „Hygge“ im Trend

Bei den Sortimenten, Produkten und Services bestimmen Digitalisierung, demografischer Wandel, Nachhaltigkeit und Individualisierung die aktuellen Wohntrends in Haus und Garten: Das Lebensgefühl „Hygge“, Smart-Home-Anwendungen, gesundes Wohnen, nachhaltige Sortimente aber auch ergänzende Do-it-for-me-Services stehen zunehmend im Zentrum des Kundeninteresses. Blick man auf die **aktuellen Wohntrends**, folgt die Gestaltung des eigenen Zuhauses der dänischen Zufriedenheitsphilosophie „**Hygge**“, die gutes Leben mit Freunden und Familie in einer herzlichen heimeligen Atmosphäre vereint. „Die Aufwertung des eigenen Zuhauses zum gemütlichen Rückzugsort, aber auch zum Mittelpunkt des Soziallebens schreitet voran. In Zeiten der Globalisierung und instabiler politischer Lagen soll das eigene Zuhause Gemütlichkeit, Geborgenheit und Sicherheit ausstrahlen“, hob BHB-Vorstand Kächelein hervor. Dies bestimme auch die Sortimentspolitik der Branche: Ansprechende Produkte in Form und Design, authentische Materialien, moderne Bodenbeläge, oftmals Holz oder Holzoptik, und warme Farbwelten bei Wandfarben und Tapeten stünden hoch im Kurs. Zudem führe das digitale Zeitalter dazu, dass sich Kunden im Privaten zunehmend auf Bewährtes konzentrierten, der Vintage-Look und das Retro-Design seien auf dem Vormarsch. Aber auch bunte Kombinationen aus Möbeln, Wandfarbe, Tapete, Dekorationen würden als Ausdruck der eignen Individualität von Kunden nachgefragt.

Außerdem bestimmt die zunehmende Urbanisierung die aktuellen Wohntrends: Wohnraum in Großstädten wird teurer, gefragt sind günstige Wohnraumlösungen auf kleiner Fläche. Sichtbar wird dies am aktuellen aus den Vereinigten Staaten stammenden Trend zum Wohnen in „Tiny Houses“, kleinen und oftmals mobilen Eigenheimen zum Selberbauen, die ein Leben auf wenigen Quadratmetern bieten. Der Trend zu flexiblen Wohn- und Einrichtungskonzepten auf kleinem Raum in

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

Hohenzollernring 14
50672 Köln

Telefon	+49 221 277595 - 0
Fax	+49 221 277595 - 79
Internet	www.bhb.org
E-Mail	info@bhb.org

Verbindung mit der Idee, diese durch Heimwerkleistungen und DIY kostengünstig umzusetzen, könne sich zukünftig zu einem wichtigen Trend für die DIY-Branche entwickeln, betonte der BHB in Köln.

Nach wie vor im Trend liegt **Outdoor-Living**. „Unsere Baumarktkunden lieben das eigene grüne Wohnzimmer, dies belegen nicht zuletzt die Umsatzzahlen der Branche im Bereich der Gartensortimente“, so Kächelein. Dem BHB zufolge hat der Grüne Markt 2017 mit 22,5 Prozent Gesamtumsatzanteil wieder eine zentrale Bedeutung für das Branchenergebnis 2017. Kunden investierten dabei insbesondere in Pflanzen und Gartengeräte, in batterie- oder akkugetriebene Rasenmäher, kabellose Handgeräte sowie smarte Bewässerungsanlagen. Und auch im Segment Elektrowerkzeuge und Powertools geht der Trend zu kabellosen Hilfsmitteln: Zur Umsetzung ihrer Projekte in Haus und Garten fragten Baumarktkunden aktuell häufig akku- oder batteriebetriebene Bohrmaschinen, Bohrhämmer, Kompressoren oder Winkelschleifer nach, so der Branchenverband.

Smart-Home-Lösungen bei Baumarktkunden gefragt

Auch das Trendthema **Smart-Home** setzt sich fort: Viele Hauseigentümer aber auch Mieter investieren in intelligente Haustechnik: Ob moderne Steuerungssysteme für Beleuchtung, Heizung und Belüftung oder smarte Sicherheitstechnik an Fenstern und Türen – gefragt sind Produkte, die Komfort, Bequemlichkeit und Sicherheit im Alltag in den eigenen vier Wänden bieten. „Wir geben unseren Kunden attraktive und kostengünstige Möglichkeiten, das eigene Haus mit modernen Steuerungssystemen aufzuwerten“, betonte Kächelein in Köln. „Der Baumarkt führt alle notwendigen Produkte und Sortimente und ist prädestiniert für den Smart-Home-Trend.“ Auch mit Blick auf den demografischen Wandel würden intelligente Häuser in Zukunft stark an Bedeutung gewinnen. Denn smarte Haustechnik vereinfache das Leben im Alltag und ermögliche es vielen Eigenheimbesitzern, auch im Alter lange eigenständig zu leben.

Außerdem wird auch den Baumarktkunden **„gesundes Wohnen“** wichtiger. Das zunehmende gesellschaftliche Nachhaltigkeitsbewusstsein spielt für die Unternehmen der Baumarktbranche eine wichtige Rolle, bei der Sortimentsgestaltung wie auch im Zuge der operativen Unternehmensführung. Verbraucher achten heute stärker auf den Umweltschutz, einen effizienten Einsatz von Ressourcen und die Vermeidung von Abfällen. „Zunehmend mehr Kunden wollen ökologische und nachhaltige Produkte für ihre Heimwerkerprojekte in Haus und Garten“, hob Kächelein hervor. „Nachhaltige Sortimente mit Produkten aus natürlichen und authentischen Materialien werden stärker nachgefragt, die Produktqualität mit Blick auf den Rohstoff, dessen Beschaffung und Verarbeitung spielt eine immer größere Rolle.“ Diese Entwicklung bestimmt dem BHB zufolge vermehrt die Sortimentspolitik der Branche, die beispielsweise in den Warengruppen Farbe, Anstrichmittel, Bodenbeläge, Holz, Baustoffe oder Pflanzenschutz eine breite Palette ökologischer und nachhaltiger Produkte für ihre Heimwerkerprojekte anbiete. Und auch das gestalterische Wiederverwerten oder Umgestalten von alten oder alltäglichen Gegenständen, das Upcycling, bringt die Heimwerker nach wie vor in die Baumärkte, die das nötige Handwerkszeug zur Umsetzung der Kreativprozesse bieten.

Das Leben der Baumarktkunden vereinfachen können **Do-it-for-me-Services** und **kuratierte Einkaufsangebote**. Die Unterstützung wird zunehmend auch von Baumarktkunden bei ihren DIY-Projekten nachgefragt. „Unsere Kunden erwarten ein hochwertiges Informations-, Beratungs- und Service-Angebot. Der demografische Wandel und ein zunehmender Convenience-Trend fördern auch in unserer Branche das Kundeninteresse an professioneller Hilfe und Beratung, etwa an unterstützenden

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

Hohenzollernring 14
50672 Köln

Telefon | +49 221 277595 - 0
Fax | +49 221 277595 - 79
Internet | www.bhb.org
E-Mail | info@bhb.org

Pressekontakt

Christoph Schley Leiter Kommunikation

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

Telefon | +49 221 277595 - 14
Fax | +49 221 277595 - 79
E-Mail | christoph.schley@bhb.org

Beleg erbeten

Handwerkerservices, Auf- und Einbaudienstleistungen, an Montagehilfen oder umfangreichen Planungsservices für Wohnraum und Garten“, so Kächelein. Und auch kuratierte Einkaufsangebote im Baemarkthandel, die fertig zusammengestellte Projektlösungen bieten, stoßen dem Branchenverband zufolge auf Kundeninteresse, wo diese ein Gesamtpaket von sich ergänzenden Produkten und Services benötigen, etwa bei umfangreichen Renovierungs- und Sanierungsarbeiten.

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 25 Vertriebslinien und rund 200 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 Heimwerkmärkte in Deutschland erreichte 2017 einen Wert von rund 18,45 Milliarden Euro.

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

Hohenzollernring 14
50672 Köln

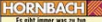
Telefon	+49 221 277595 - 0
Fax	+49 221 277595 - 79
Internet	www.bhb.org
E-Mail	info@bhb.org

Jahrespressekonferenz 2018

Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V.

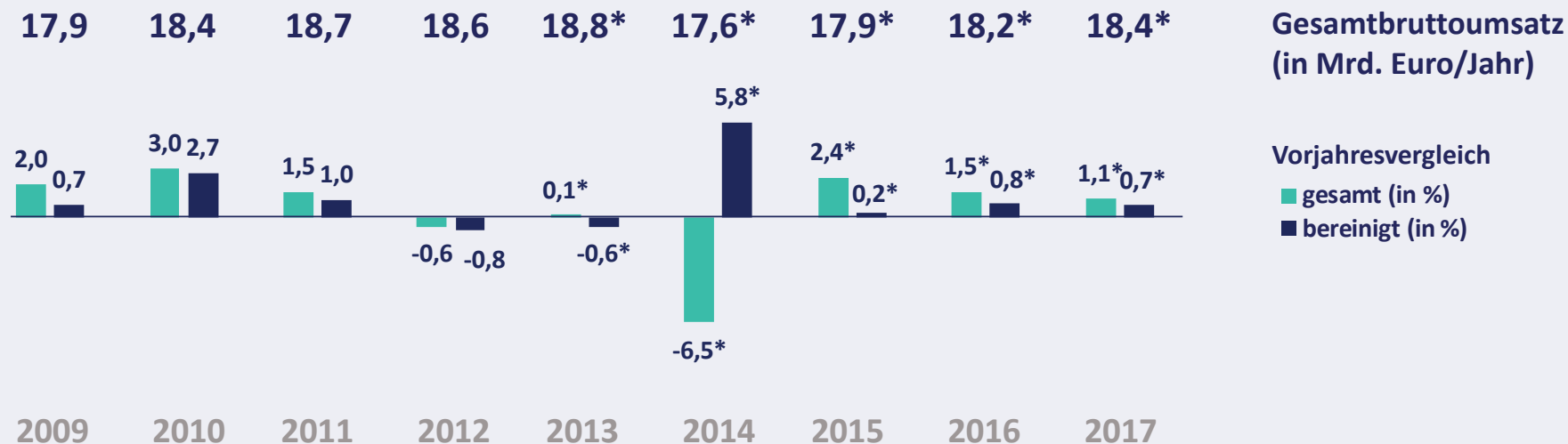
Montag, 5. März 2018 - 10.00 bis 11.30 Uhr - Internationale Eisenwarenmesse in Köln

Baumarktbranche der D-A-CH-Region setzt 2017 Wachstumskurs fort

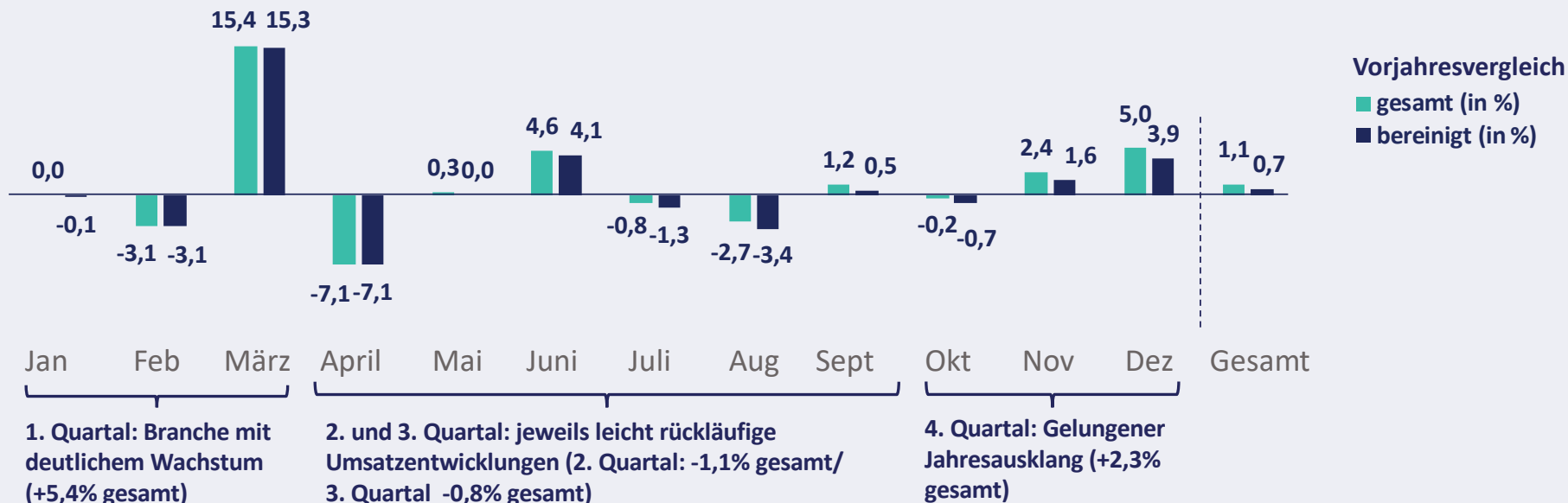


Baumarktbranche setzt auch 2017 Wachstumskurs fort



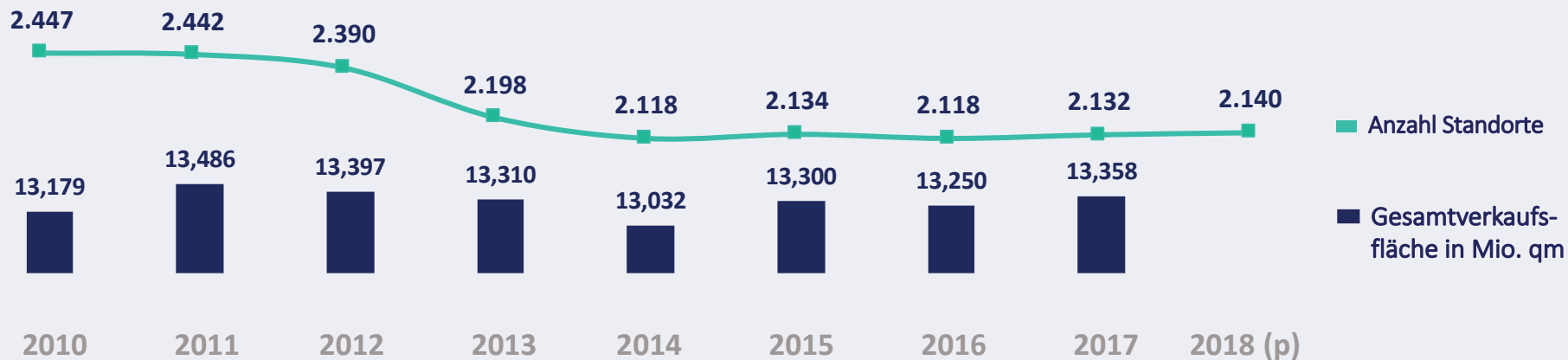
Quellen: BHB-GfK-Panel Deutschland, * GfK-Total-Store-Report Deutschland

Gutes 1. und 4. Quartal entscheidend für Umsatzwachstum 2017



Quelle: GfK-Total-Store-Report Deutschland 12/2017

Baumärkte optimieren vorhandenes Filialnetz und investieren zugleich in Omnichannel-Geschäftsmodelle



Quellen: 2010 – 2012: * GfK-Grundgesamtheit, 2013-2015: gemaba, seit 2016 baumarktmanager/gemaba

E-Commerce-Umsätze 2017: Nachfrage nach DIY-Kernsortimenten wächst weiter

— E-Commerce-Umsätze in Mio. Euro zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.
(Umsätze E-Commerce Stationärer Handel, Pure Player und Versandhandel)

■ Veränderungen zum Vorjahr in %



Marktanteile der Vertriebswege 2017

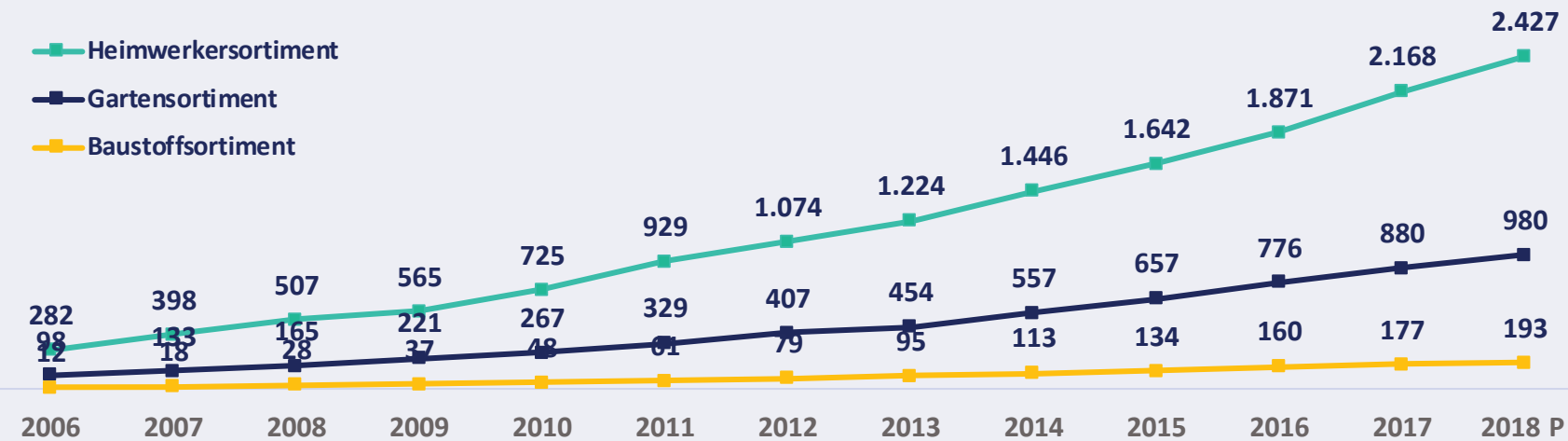
Bau- und Heimwerkermärkte
18,7 Prozent

E-Commerce-Pure-Player
50,6 Prozent

Quelle: IFH Retail Consultants/Klaus Peter Teipel – Research & Consulting

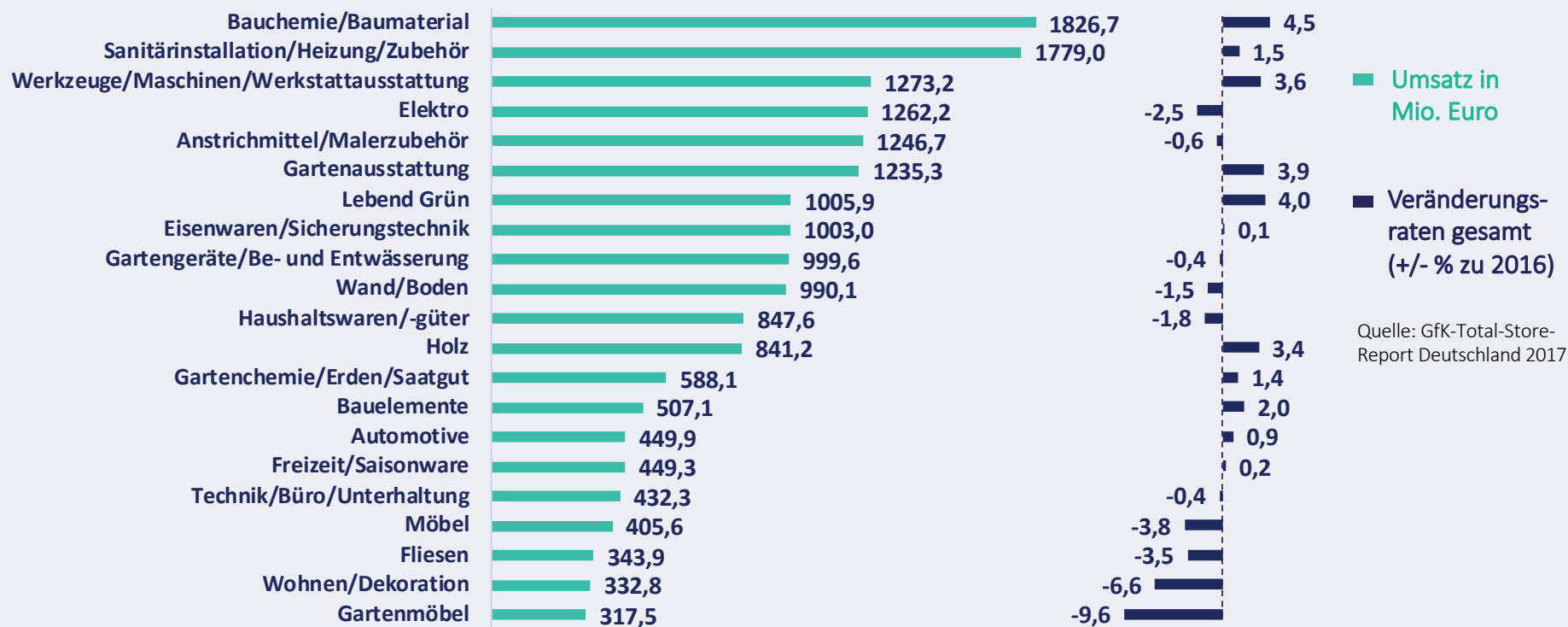
E-Commerce-Wachstum kommt aus dem Bereich Heimwerken

E-Commerce-Umsätze in Mio. Euro zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.
(Umsätze E-Commerce Stationärer Handel, Pure Player und Versandhandel)

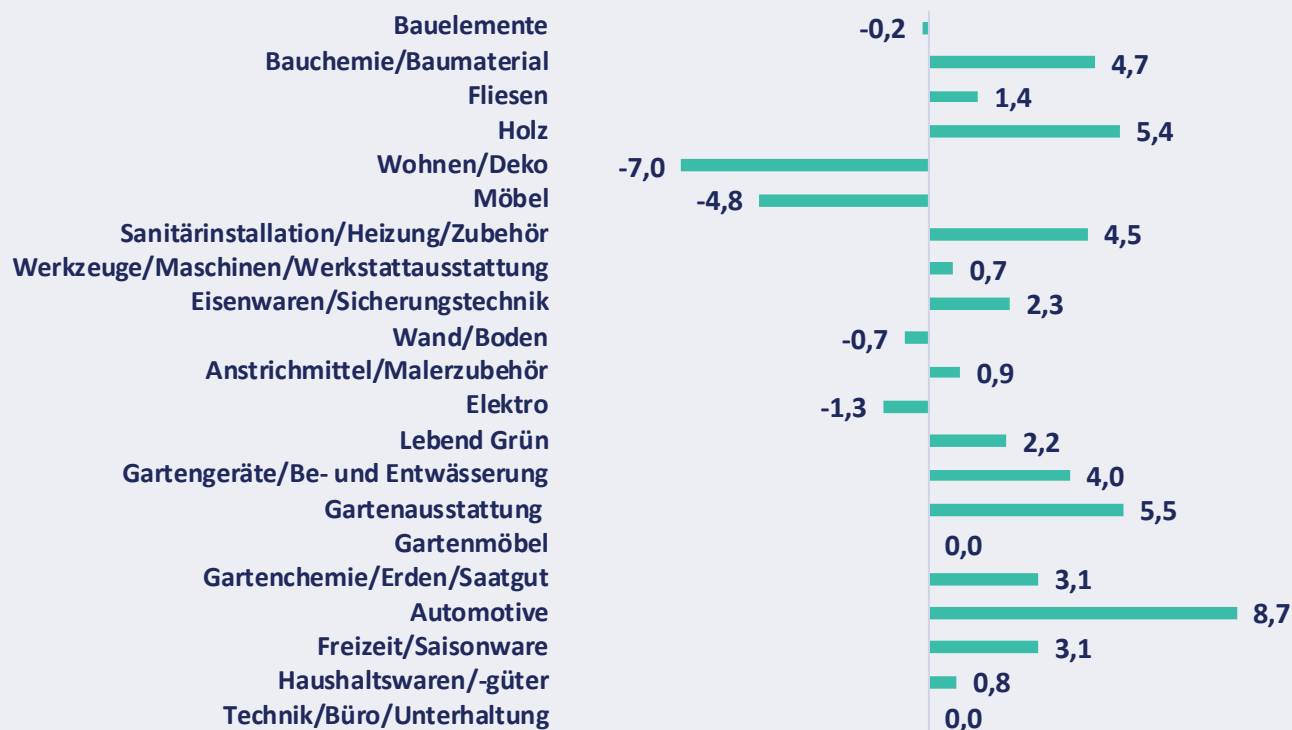


Quelle: IFH Retail Consultants/Klaus Peter Teipel – Research & Consulting

Höchste Umsätze mit Baumaterial/-chemie, Sanitär und Werkzeuge/Maschinen



Solides Wachstum über Vielzahl der Sortimente



■ Veränderungsraten
gesamt in % im
Vergleich zum
Vorjahr

Quelle: GfK-Total-Store-
Report , Austria DIY
Superstores 2017

Wachstumstreiber 2017 insb. Haushaltswaren, Möbel, Bauen und Garten



Trends und Herausforderungen für die Branche 2018

Strategische Themen

Sortiments- und Produkttrends



Ausbau differenzierter Omnichannel-Angebote

Aufwertung des stationären Handels (POS)

- ▶ **Beratungsleistungen auf hohem Niveau** (qualifiziertes Personal + Beratung mit technologischer Unterstützung (digitale Terminals/Mobile Devices, Augmented- und Virtual-Reality-Anwendungen (3D))
- ▶ **neue Flächenkonzepte zur Verbesserung des Einkaufserlebnisses** (gutstrukturierte Ladenbaukonzepte, multimediale Produktpräsentation, digitale Kundennavigation (Smartphone- oder Robotiklösungen), Aufenthaltsqualität (Ruhezonen, Catering, Event- und Vorführzonen, etc.))

Auf- und Ausbau der Onlineangebote

- ▶ ausgereifte **Shop-Lösungen, DIY-Tutorials, Projektplanungsservices** (z.B. bei Gartenplanung und Sanitärlösungen)

Ausbau differenzierter Omnichannel-Angebote

Ausbau der Logistikleistungen

Baumarkthandel muss Erwartungshaltung seiner Kunden nach „Shopping 24/7“ erfüllen und seine Logistikleistungen auszubauen:

- ⌚ **Home-Delivery:** Lieferung von stationär erworbenen Waren zum Kunden (Logistikkoperationen)
- ⌚ **Click & Collect-Services:** Onlinereservierung mit anschließender Abholung vor Ort (auch außerhalb der Ladenöffnungszeiten)

Stärkere Personalisierung/kundenorientierte Angebote

- ⌚ **Personalisierte Beratungs- und Werbeangebote** (Basis: Kenntnis und Auswertung von Kundendaten)

Sortiments-/Produkt- und Servicetrends

- ▶ **Smart Home (inklusive Smart Security)**
- ▶ **Nachhaltige Sortimente/Gesundes Wohnen**
- ▶ **Do-it-for-me-Services und kuratiertes Einkaufen**
- ▶ **Zunehmendes Qualitätsbewusstsein der Kunden**
- ▶ **Aktuelle Wohntrends: Trendprodukte Homing, Garten & Lifestyle**
- ▶ **Powertools & Gartentools**
- ▶ **etc.**

Smart Home/Smart Garden

digitale Steuerungssysteme und intelligente Hausautomation für Heizung, Beleuchtung, Lüftung, Sauberkeit, z.B.:

- ▶ Sensortechnik zur Steuerung elektrischer Fenster & Sonnenschutzprodukte inkl. App-Steuerung
- ▶ Smarte Heizungssteuerungen/Funk-Thermostate
- ▶ Smarte app-gesteuerte Saugroboter
- ▶ Garten: batterie-/akkugetriebene Rasenmäher und Handgeräte (Mähroboter auch in kleinen Varianten für Gärtnern in der Stadt), automatische Bewässerungsanlagen und Rasenpflege

Smart Security

- ▶ Bewegungsmelder, Funkalarme, IP-/WLAN-Überwachungskameras, Außen- und Innensirenen sowie elektronische Türschließsysteme mit Funkverbindungen, Öffnungsmeldern für Türen und Fenster

Nachhaltigkeit: Nachhaltige Sortimente/Gesundes Wohnen

Gesellschaftliches Nachhaltigkeitsbewusstsein nimmt weiter zu!

- ▶ **Nachhaltige Sortimente/Gesundes Wohnen:** Farben, Lacke, Naturhölzer
- ▶ **Transparenz und Nachhaltigkeit in der Lieferkette**
(Produktionsbedingungen/Beschaffung)
- ▶ **Natürliches Gärtnern:** Pflanzen, natürliche Erden, torffreie Erden, natürliche Schneckenbekämpfungsmittel
- ▶ **Upcycling:** Gestalterisches Wiederverwerten/Umgestalten von alten alltäglichen Gegenständen; Nachfrage betrifft nahezu alle Sortimente (insb. Deko-Sortimente, Haustextilien, Wand/Farben/Lacke/Tapeten, Anstrichmittel, Malen/Zubehör)



Do-it-for-me-Services/Kuratiertes Einkaufen

Bedeutung zusätzlicher Services/Dienstleistungsangebote steigt, auch durch demografischen Wandel und einen zunehmenden Convenience-Trend

- ⌚ **Auf- und Einbaudienstleistungen** (Montageleistungen)
- ⌚ **Integrierte Planungsservices** (Gartenplanung, Sanitärlösungen etc.)
- ⌚ **Kuratiertes Einkaufen: zusammengestellte Projektlösungen im Sinne eines Gesamtpakets sich ergänzender Produkte und Services** (ganze Projektplanungen oder themen- und projektbezogene Werkzeug- und Sortimentsboxen (Elektrobefestigungen, Sanitärbefestigungen etc.))

Aktuelle Wohntrends

Aufwertung des Zuhauses zum gemütlichen **Rückzugsort** (“Hygge”) der zugleich **Mittelpunkt des Soziallebens sein kann** (in Zeiten der Globalisierung, instabiler politischer Lagen)

- ⌚ Trend zu **ansprechenden Produkten in Form/Design** statt Einheitsware
- ⌚ **individuelle Wohnwelten** (Trend Individualisierung)
- ⌚ **Retro- und Vintage-Trend** (als Gegenmodell zu Digitalisierung)

Sortimente/Produkte

- ⌚ **Bodenbeläge/Teppiche:** Holz/Naturhölzer und Holzoptik
- ⌚ **Tapeten/Wandfarben:** warme Farbtöne (dunkelgelb, organe, mango, hellbraun), Kalkputze, Kalkfarben, aber auch individuelle Farbmischungen
- ⌚ **Haustextilien:** warme Stoffe/Farben (Pastelltöne lachs, mint)
- ⌚ **Garten (Balkon/Terrasse):** Gartenmöbel, -ausstattung, Bewässerungsanlagen, Pflanzen, Grillen/Barbecue

Aktuelle Wohntrends

Urbanisierung: Trend zum Leben auf kleinem Raum/ „Tiny Homes“

Wohnraum in Großstädten wird teurer, Wohnungen zunehmend kleiner – gefragt sind **Wohnraumlösungen auf kleiner Fläche:**

- ▶ Aktueller **Trend „Tiny Homes“**
- ▶ Neue **kompakte flexible und individuelle Wohn- und Einrichtungskonzepte** als Chance auch für die Home-Improvement-Branche



Altersgerechtes Wohnen („Zuhause im Alter“)

Nachfrage nach **Produkten für sichere Mobilität** zur Modernisierung des eigenen Zuhauses steigt (demografischer Wandel):

- ④ Hochwertige Hilfsmittel für Dusche, Bad/WC, Treppen und Flure (Ein- und Ausstiegsvereinfachungen in Bäder und Duschen, Badhocker, Klappsitze, Griffe, Haltegriffe und Geländer)
- ④ Moderne Alltagshilfen (Produkte aus den Bereichen Haushalt, Mobilität, Anziehen und Wohnen) u.a. Greifhilfen, Antirutsch-Teppiche, Spazier- und Gehstöcke, Stuhl- und Bett-Erhöhrungen

Powertools & Gartentools

Smarte Problemlöser auf dem Vormarsch!

Kabellose akku- oder batteriebetriebene Varianten

- ⌚ bei Elektrowerkzeugen (Bohrmaschinen, Bohrhämmer, Kompressoren, Winkelschleifer) und
- ⌚ im Garten (Rasenmäroboter, Bewässerungsanlagen, Motorsägen)

sind nachgefragt.

Handelsmarken in der DIY-Branche

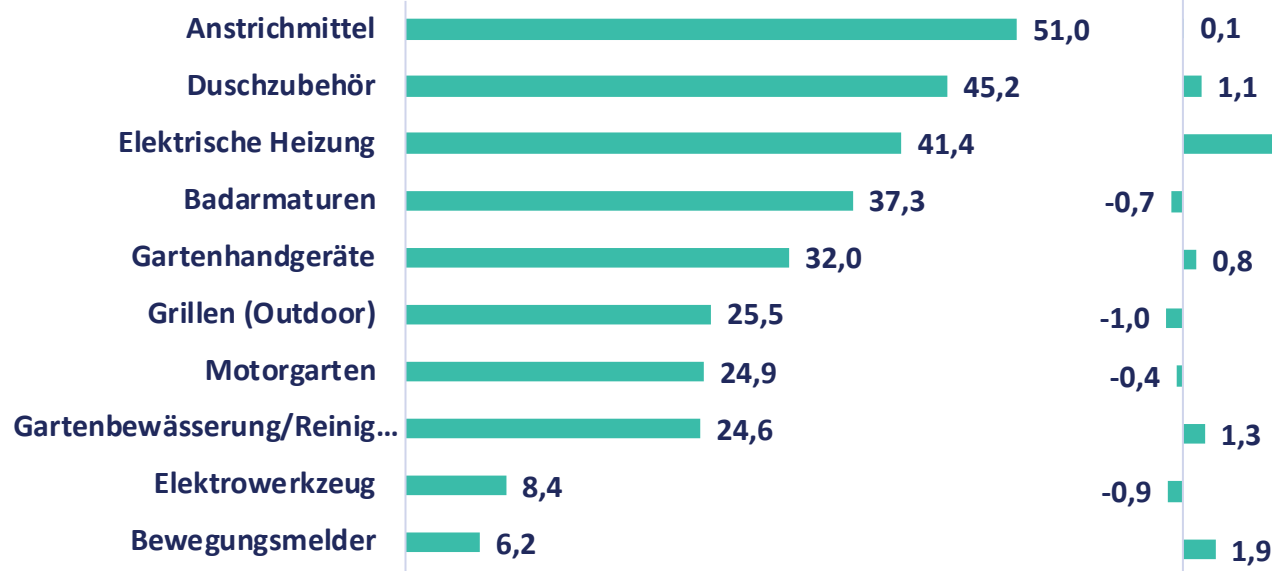
- Ⓜ Handel setzt auf Eigenmarken
- Ⓜ **positiver Einfluss auf Unternehmensimage**
- Ⓜ **Kundenbindungsinstrument**
- Ⓜ Eigenmarken unterstützen die **Differenzierung vom Wettbewerb**
- Ⓜ Eigenmarken ermöglichen **individuelle Schwerpunktsetzungen** (ähnlich dem Lebensmitteleinzelhandel) zur Abrundung der USP
- Ⓜ **Aber: Starke Industriemarken sind unverzichtbar!**

Der Anteil der Handelsmarken wächst langsam aber stetig!

28,4% Umsatzanteil 2017 (in Durchschnitt von 18 Warengruppen): +0,1% zu 2016

Umsatzanteil 2017 Handelsmarke an Warengruppe gesamt in %

+/- in % zu 2016



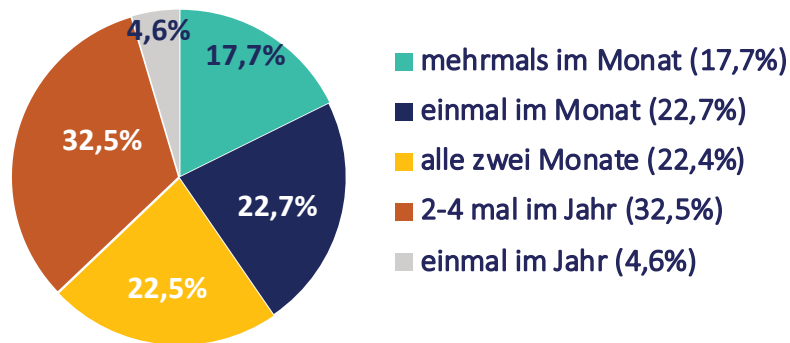
Quelle: GfK 2017
(ausgewählte Warengruppen)

(Fast) jeder Deutsche geht in den Baumarkt!

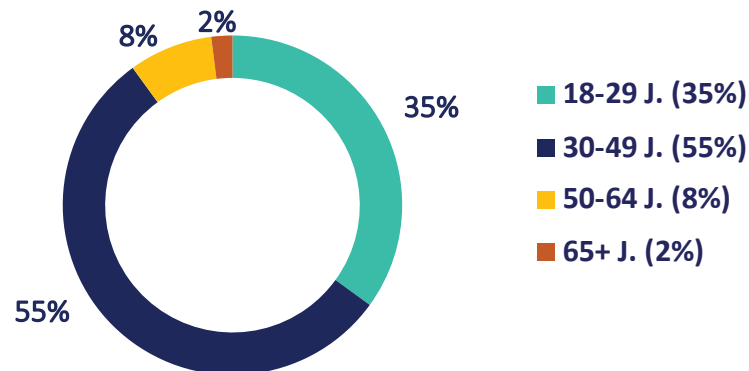
94%

der Befragten waren in den letzten 12 Monaten im Baumarkt

Rund 40 Prozent gehen mindestens einmal im Monat



Über ein Drittel der Kunden ist jünger als 30!



Onlinebefragung (01/2018): N=916 Kunden (Männer 51%, Frauen 49%, Altersspanne 18 bis 65+)

Quelle: POSpulse

Nur ein Viertel der Baumarktkunden kauft tatsächlich online!

63% der Befragten **informieren** sich neben dem Baumarktbesuch auch aus anderen Quellen, davon

80,5% im Internet

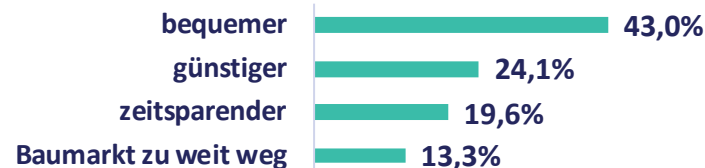


39,4% über Printwerbung/Prospekte

18,4% bei Freunden/Bekannten

aber

24% der Befragten **kauften** in den letzten 12 Monaten Baumarktprodukte online
Gründe:



Wo wurde gekauft: **43,0%** Amazon
36,8% beim Lieblingsbaumarkt
29,1% suchen Shop über Google
17,7% ebay
5,0% woanders

Baumarktbranche in der D-A-CH-Region setzt auch 2018 Wachstumskurs fort





Jahrespressekonferenz 2018

Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V.

Montag, 5. März 2018 - 10.00 bis 11.30 Uhr - Internationale Eisenwarenmesse in Köln



SHOPPER INSIGHTS ZU BAUMÄRKTEN

Eine Studie von POSpulse und dem BHB-Handelsverband zum Einkaufsverhalten deutscher Shopper in Baumärkten.

ZUR UMFRAGE

Mobile Umfrage mit 916 Teilnehmern

DEMOGRAFIE

49 % weiblich
51 % männlich

ALTER

35 % 18 bis 29
55 % 30 bis 49
8 % 50 bis 64
2 % 65 +

FRAGESTELLUNGEN (AUSZUG)

- Besuchen Shopper generell Baumärkte?
- Wie verbreitet ist E-Commerce im DIY-Bereich?
- Was ist den Shoppern im Markt wichtig?
- Wie verbreitet sind "Smart Homes"?

AUSGANGSLAGE - ZUNEHMENDE DIGITALISIERUNG

Der BHB-Handelsverband wollte wissen, ob auch das Segment der Baumärkte von der zunehmenden Digitalisierung und der wachsenden Bedeutung des E-Commerce betroffen ist. Zu diesem Zweck wurde gemeinsam mit POSpulse eine Umfrage durchgeführt.

➤ FAST JEDER BESUCHT BAUMÄRKTE

Nur 6 Prozent der Shopper gaben an, im letzten Jahr keinen Baumarkt besucht zu haben.

➤ VORAB WIRD ONLINE RECHERCHIERT

64 Prozent gaben an, vor dem Einkauf Infos zu Produkten einzuholen. 80 Prozent davon tun das im Internet.

➤ ANGEBOTE AUS HANDZETTEL UND INTERNET

Erfolgt gleichermaßen per Handzettel (53 Prozent) und über das Internet (47 Prozent).

TRENDS

➤ ONLINE-EINKAUF

Nur ein Viertel hat bereits online Baumarktprodukte gekauft.

➤ AMAZON

dominiert auch die DIY-Branche: 41 Prozent haben schon mal Heimwerker-Artikel dort bestellt.

➤ SMART HOME

Nur 30 Prozent setzen bereits Maßnahmen um, die ein Smart Home ermöglichen.

➤ SPASS AN NEUER TECHNIK

ist mit 57 Prozent der meistgenannte Grund für die Einrichtung eines Smart Homes.

NEHMEN SIE JETZT KONTAKT MIT UNS AUF

☎ 49 30 5557 8359

✉ presse@POSpulse.com



POSpulse.com