



© PantherMedia/Faschnadere/Micro

**Baumarkt**

Die heimische und deutsche Heimwerkerbranche erlebt ein starkes Jahr. Fast sämtliche Warengruppen legten leicht bis kräftig zu, am stärksten im zweiten Quartal.

# Umsatzplus für die Baumarktbranche

Die Dreivierteljahres-Bilanz zeigt ein Plus von fast fünf Prozent. Menschen investieren nachhaltig in ihr Zuhause.

•• Von Paul Hafner

KÖLN/WIEN. Erfreuliche Zeiten erlebt die heimische Bau- und Gartenmarktbranche. Wie der BHB, Fachverband und Interessensvertretung für Heimwerken, Bauen und Gärten aus der D-A-CH-Region, jüngst verkündete, erwirtschafteten die Märkte in Österreich nach neun Monaten 2,06 Mrd. €, was einem Plus von 4,9% entspricht.

Auch Deutschland legt kräftig um 4,5% zu (15,05 Mrd. €) zu, die Schweiz hingegen verzeichnet nach einem schwachen zweiten Quartal eine schwarze Null (2,56 Mrd. €).

**Heißer Frühsommer als Grund**  
„Mit dieser mehr als stabilen Entwicklung der Branche in Deutschland und Österreich

sind wir sehr zufrieden, die Schweizer Kollegen konnten leider nicht in gleichem Maße an der positiven Entwicklung teilhaben“, so Ralf Bartsch, Sprecher des BHB-Vorstands, zu den Zahlen.

Sowohl Österreich als auch Deutschland konnten in allen drei Quartalen zulegen, am stärksten jeweils im ersten, wo das Plus gegenüber dem Vorjahr bei 13,3% bzw. 10,5% lag.

„Über den bisherigen Jahresverlauf gesehen, haben die meisten Unternehmen ganz wesentlich von der sehr früh einsetzenden Gartensaison und dem heißen Frühsommer profitieren können. Umsichtige Order und Bevorratung konnten dabei in entsprechende Mehrumsätze umgemünzt werden“, erklärt Bartsch die Zuwächse.

**Auch die Klassiker reüssieren**  
Nicht nur die saisonabhängigen Sortimente entwickelten sich positiv, auch die angestammten Handwerkersortimente liegen heuer hoch im Kurs; BGB-Finanzvorstand Franz-Peter Tapaß: „Neben den Gartensegmenten zeigen besonders unsere Baumarktklassiker sowie alle Produktgruppen rund um das Bauen die beste Entwicklung auf, angeführt von Baustoffen und Holzprodukten.“ Der Aufwärtstrend betrifft beinahe sämtliche Sortimente: 21 der 22 Warengruppen weisen ein Plus auf.

**Werte- und Klimawandel**  
Die Entwicklung spiegle den derzeitigen Wertewandel in der öffentlichen Meinung deutlich wider, heißt es in der Aussen-

ding. In einer anhaltenden Niedrigzinsphase investieren die Menschen nachhaltig in ihr Zuhause. Der faktische Wertverlust bei Sparanlagen sowie die wenig positiven Signale aus der internationalen Politik und Wirtschaft würden die Verbraucher dazu veranlassen, „ihre Häuser und Wohnung relativ aufwendig zu renovieren“.

Einen weiteren und auch künftig relevanten Faktor sieht der Fachverband im Klimawandel, der im Laufe des Jahres besonders stark in das Bewusstsein der Menschen vorgedrungen sei und das Thema Sanierung des Wohnraums argumentativ befeuert. Abgeleitet wird dies aus den überproportionalen Umsatzentwicklungen bei den renovierungsaffinen Warengruppen.

## Warengruppen mit den stärksten Zuwächsen

Sortimente	Plus
Gartenchemie/ Erden/Saatgut	+11,8%
Bauchemie/Baumaterial	+8,1%
Möbel	+7,8%
Holz	+7,5%
Sonstiges	+6,0%

01/2019-09/2019; Quelle: BHB/Angaben für D