

## **Die Baumarkt-Branche**

Der Wettbewerb in der Baumarktbranche wird härter. Konkurrenz kommt zum einen von den Onlinehändlern - allen voran von dem Generalisten Amazon. Der Online-Riese drängt immer weiter nach vorn und ist heute schon der präsenteste Player. Aber auch von reinen Online-Baumärkten wie baumarkt-direkt oder Garten XXL u.a. kommt Druck. Zu den wichtigen Konkurrenten zählen mittlerweile auch Aldi, Lidl und Co. – ebenso wie Supermärkte und Möbelhäuser, die allesamt Produkte aus dem Baumarkt-Segment anbieten. Die Baumärkte kämpfen an zwei „Fronten“ - mit den reinen Online-Händlern und den stationären Ketten. Gleichzeitig verändern sich die Kundenerwartungen deutlich. „Do it yourself ist out“ (IFH) – viele Kunden verlangen heute mehr Unterstützung. Sie bemängeln die oftmals unzureichende Beratungsqualität. Die Branche ist im Umbruch.

## **Daten und Fakten**

Der Gesamtumsatz der Bau- und Heimwerkermarktbranche (auch: Do-it-yourself-Branche, DIY) betrug im Geschäftsjahr 2016 18,2 Milliarden Euro - gegenüber dem Vorjahr ein Plus von 1,5 Prozent. Die höchsten Umsätze erzielten die Unternehmen dabei mit den Sortimenten Sanitär/Heizung, Bauchemie/Baumaterial, Elektro und Anstrichmittel/Malerzubehör.

Insgesamt werden hier rund 480.000 Menschen beschäftigt. Anfang 2017 gab es bundesweit 2.118 Baumärkte (mit mindestens 1.000 qm Verkaufsfläche). Die gesamte Innen-Verkaufsfläche dieser Märkte belief sich dabei auf 12 Millionen Quadratmeter (EHI).

Die Zahl dieser Baumärkte hat sich zwischen 2010 und 2016 um 330 verringert - gleichzeitig ist die Gesamtverkaufsfläche nahezu gleich groß geblieben (BHB). Die durchschnittliche Verkaufsfläche der deutschen Baumärkte beträgt 6.230 qm (Trendreport). Bei Neueröffnungen gibt es einen Trend hin zu kleineren Märkten in zentralen Lagen – statt der Riesenmärkte auf der grünen Wiese.

## **Wettbewerbssituation**

Die Baumarktbranche ist gekennzeichnet von Flächenüberhang, massiven Werbekampagnen und Preiskämpfen. Der Wettbewerbsdruck nimmt weiter zu. Dafür gibt es mehrere Gründe:

- Zu Einem drängt der Online-Generalist Amazon immer stärker (auch) in den DIY-Bereich. Die Amerikaner haben zuletzt stark in das Segment Baumarkt investiert.
- Reine Online-Baumärkte wie baumarkt-direkt, eine gemeinsame Tochter von Otto und Hagebau oder Garten XXL, aus dem Hause Tengemann knappern am Umsatzkuchen.
- Gleichzeitig kommen möbel-orientierte Discounter, allen voran Poco, immer mehr nach vorne. Poco ist bereits die Nr. 8 im Ranking der größten Baumarktunternehmen.
- Zudem drängen neue ausländische Anbieter auf den Markt, so z.B. die Kingfisher-Tochter Screwfix (mit derzeit 19 Märkten), oder Clas Ohlson, der mit drei Eröffnungen in Hamburg von sich reden macht.
- Gleichzeitig verkaufen auch Aldi, Lidl & Co. Immer mehr typische Baumarktartikel wie Werkzeuge, Bohrmaschinen etc. und erkämpfen sich Marktanteile, ebenso Supermärkte und Möbelhändler.

Der Konzentrationsprozess in der Branche ist noch nicht so weit fortgeschritten wie in anderen Teilmärkten des Einzelhandels. 2015 brachte es der Marktführer Obi auf 19 Prozent, die drei Top-Player zusammen auf 48 Prozent. Das hängt u.a. damit zusammen, dass es (noch) einige regionale Anbieter gibt, die sich bisher im Wettbewerb behaupten konnten.

### Top 5 Baumärkte in Deutschland 2016

Unternehmen	Vertriebsschiene	Umsatz in Mrd. Euro	Filialen
Tengelmann	Obi (Filialist/ Franchise)	7,30	651
Bauhaus	Bauhaus (Filialist)	6,16	269
Hornbach	Hornbach (Filialist)	4,30	154
Zeus	Hagebau, Werkers Welt, div. BHM (Kooperation)	3,05	544
Rewe	Toom/ B1 (Filialist/ Kooperation)	2,70	329

Quelle: baumarktmanager.de; April 2017 (dort findet sich die komplette Liste der Top 30, mit Anzahl der Filialen, Verkaufsfläche, Umsatz und Zahl der geplanten Märkten).

### „Stürmische Zeiten“

DIY zählte lange zu den ganz „kleinen Lichtern des Online-Handels“. 2014 betrug der Online-Anteil gerade einmal 3,7 Prozent. Die Baumärkte waren hier lange Zeit sehr zögerlich. Jetzt gibt es eine rasante Aufholjagd, online boomt. Insbesondere jüngere Kunden stellen immer öfter online. Das Institut für Handelsforschung in Köln (IfH) hat die Bedeutung des Onlinehandels untersucht und sagt der Branche stürmische Zeiten voraus. Die Bereiche „Heimwerken und Garten“ wird danach in den kommenden Jahren „zu den Online-Wachstumsbranchen zählen“ (IFH Köln vom 30.3.2016).

- „E-Commerce: Die Spätzünder vom Bau“ (internetworld.de).

Die Digitalisierung hat die DIY-Branche erfasst, alle großen Baumärkte betreiben heute Onlineshops. Die großen Anbieter forcieren diesen Bereich und bauen eigene E-Commerce-Teams auf. Viele der internen Systeme und Prozesse werden derzeit umgestellt. Die meisten Baumärkte setzen auf ein Multichannel-System, die Kunden können im Netz kaufen und die Ware im Markt abholen.

Der absolut dominierende Player auf diesem Feld ist allerdings Amazon, 43 Prozent aller Online-Käufe in diesem Segment wurden zuletzt von ihm generiert. Tendenz steigend. Amazon ist (auch) hier mittlerweile die wichtigste Anlaufstelle für Konsumenten. Amazon ist heute Bestandteil jeder vierten Customer Journey, „egal ob dies in einem Online-Shop oder einem stationären Geschäft endet“. Und – noch wichtiger: Bei einem Kaufabschluss im Internet kommt Amazon in rund zwei Drittel aller Fälle mit dem Kunden in Kontakt (IFH).

**Customer Journey:** Frei übersetzt „Reise des Kunden“. Es geht um die einzelnen Zyklen, die ein Kunde durchläuft bis er sich für den Kauf eines Produktes entscheidet. Fünf Phasen werden dabei unterschieden: Bewusstsein für ein Produkt wird geweckt – Interesse an Produkt wird verstärkt – Kunde erwägt Kauf des Produkts – Kaufabsicht wird konkret – Produkt wird gekauft.

Ursprünglich hatte man dabei vor allem den Online-Handel im Blick. Der Begriff wird aber zunehmend für alle Vertriebskanäle verwendet. Fakt ist dass sich die Kunden gerade im Baumarkt-Segment kanalübergreifend (stationär und online) informieren.

In Punkto Sortimentstiefe ist Amazon mit seiner Marktplatzfunktion unschlagbar. „Es übersteigt das des Branchenzweiten teilweise um das Zehnfache“ (it-rebellen.de). Einige Beispiele:

- Unter der Rubrik „Nägel, Schrauben und Befestigungen“ umfasst das Angebot von Amazon sagenhafte 236.735 Artikel.
- Bei Bohrern war Bauhaus mit 912 Artikeln aufgeführt, während es Amazon auf 11.339 brachte.
- Bauhaus und Hagebau führen in ihren Online-Shops über 500 verschiedene Pinsel. Obi 336 und Hornbach 145. Amazon dagegen führt auf seinem Marktplatz zum Vergleichszeitpunkt 12.454 (Angaben: LZ vom 5.8.2016).

### **Baumärkte unter Druck**

Die Baumarktketten geraten zunehmend unter Druck. Hinzu kommt dass die Kunden „vor Ort“ deutlich mehr Unterstützung wollen. Sie bemängeln die unzureichende Beratungsqualität, hier klaffen Kundenanspruch und Wirklichkeit auseinander. Die IFH-Studie zeigt, dass derzeit nur jeder zweite Baumarktkunde wirklich zufrieden ist. Die Forscher prognostizieren ein Ende der „beratungslosen Selbstbedienung“.

- „Nahezu endlose Regale voller Dübel, Schrauben und Dichtungen – bei vielen Baumarktkunden macht sich Ratlosigkeit breit“ (HB vom 26.10.2016).

Der Kundenservice wird eine größere Bedeutung bekommen (müssen). Nach Einschätzung des Branchenverbandes BHB hat im letzten Jahr eine Neuausrichtung begonnen. Dabei ging und geht es insbesondere um die Vernetzung von stationärer und digitaler Einkaufswelt. Baumarkthändler werden mehr und mehr zu Multichannel-Anbietern. Die Kunden können im Netz kaufen und im Markt die Ware abholen. Einige Anbieter bieten sogenannte Click&Collect-Services (Onliner Reservierung mit anschließender Abholung vor Ort). Darüber hinaus gibt es zunehmend Home-Delivery-Angebote (Lieferung von stationär erworbenen Waren zum Kunden). Einige Anbieter forcieren Drive-in-Abteilungen in ihren Märkten.

Feststeht, dass die Baumärkte besser werden müssen. Die Baumarktbranche steht vor großen Veränderungen. Viele Kunden erwarten deutlich mehr Beratung, insbesondere mehr Montageservice. „Do it for me“, statt „Do it yourself“ sei der Trend, so das IFH in seiner Untersuchung. Mehr Service ist ausdrücklich erwünscht – auch gegen Geld. Eine aktuelle Studie belegt, dass viele Heimwerker und Hobbybastler bereit sind sich bei der Umsetzung ihrer DIY-Projekte fachkundig helfen zu lassen – auch wenn es etwas kostet.

#### Wichtige Quellen:

baumarktmanager.de (umfangreiche Informationen über die gesamte Branche und die großen Player).  
 bhb.org (Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten, BHB).  
 Deutsche Immobilienwirtschaftsgesellschaft, DIWG): Trendreport Baumärkte 2016.  
 diyonline.de  
 ehi.de (EHI Handelsdaten).  
 handelsjournal.de  
 ifhkoeln.de (IFH Köln: Zahlreiche Veröffentlichungen zum Thema).  
 it-rebellen.de  
 lz.net (Lebensmittelzeitung)  
 retail-intrapreneur.com

*Dr. Jürgen Glaubitz/Mai 2017*