

## 25. BAUMARKT-STRUKTURUNTERSUCHUNG DER GEMABA:

### BESTANDSZAHLEN WEITER RÜCKLÄUFIG -

### FLÄCHENWACHSTUM SCHWÄCHT SICH AB

Zum insgesamt 25. Mal legt die gemaba-Standortberatung in Lev-Hitdorf im Rahmen ihrer Baumarkt-Strukturuntersuchung 2007 eine umfassende Bestandsaufnahme der deutschen Baumärkte vor.

In den 25 Jahren seit der ersten Strukturuntersuchung vom August 1982 hat sich das Bild der Branche naturgemäß beträchtlich gewandelt. Während sich die Zahl der im Markt tätigen Unternehmen spürbar verringert hat, wurden die Sortimente insbesondere in der Tiefe erheblich verbessert. Integrierte Gartenmärkte, die 1982 eher eine Ausnahme darstellten, gehören seit Jahren zum typischen Erscheinungsbild großflächiger Märkte. Auch die strikte Trennung von Groß- und Einzelhandesgeschäft ist längst Vergangenheit; insbesondere in den ausgesprochenen Großflächen werden seit einigen Jahren im Zuge von Drive in-Bereichen verstärkt auch Bauhandwerker und generell gewerblichen Kunden angesprochen.

Trotz einiger spektakulärer Neueröffnungen hat sich 2006 der Abschmelzungsprozess der Branche im Vergleich zu den Vorjahren wieder etwas verstärkt: Insgesamt 2.460 Betriebe erfüllten am 1.1.2007 die größenmäßigen Anforderung der von der **gemaba** verwendeten Baumarkt-Definition, die für originären Bau- und Heimwerkerbedarf eine überdachte Mindestverkaufsfläche von 1.000 qm und ein breites Sortiment ohne ausgeprägten Schwerpunkt voraussetzt. Zum 1.1.2007 wurden insgesamt noch 2.460 Betriebe dieser Kategorie ermittelt, was im Vergleich zum Vorjahr immerhin einem saldierten Rückgang von 35 Objekten entspricht.

Trotzdem stieg die Innen-VF um saldiert gut 120.000 qm an, doch lag diese Zunahme erheblich unter den Verkaufsflächenzuwächsen der beiden Vorjahre. Die aggregierte Innen-VF aller Baumärkte beläuft sich auf rd 12,158 Mio qm. Basierend auf der Gewichtung des BHB - Bundesverbands Deutscher Heimwerker-, Bau- und Gartenfachmärkte, Köln, ergibt sich eine gewichtete Verkaufsfläche von rd 13,315 Mio qm.

Der durchschnittliche deutsche Baumarkt weist damit jetzt eine Innen-VF von rd 4.940 qm auf; gewichtet liegt die durchschnittliche Betriebsgröße bei rd 5.410 qm.

Bedauerlicherweise muss auch für 2007 wieder darauf hingewiesen werden, dass der Begriff "Baumarkt" nach wie vor nicht einheitlich verwendet und insbesondere hinsichtlich der zugrundegelegten Größenkriterien teilweise sehr großzügig ausgelegt wird. Dies erschwert den Vergleich von Branchenzahlen unterschiedlicher Herkunft teilweise beträchtlich und sorgt für eigentlich vermeidbare Verwirrungen, die niemandem nutzen. Nach Einschätzung der gemaba ergibt es jedenfalls keinen Sinn, Objekte mit 250 qm VF nur deshalb als Baumärkte zu klassifizieren, weil sie zufällig von Bahr betrieben werden. Aus diesem Grund arbeitet die gemaba - von derartigen Trends unbeeinflusst - nach wie vor mit wissenschaftlicher Genauigkeit, um im Rahmen einer neutralen Strukturuntersuchung objektive Bestandszahlen vorlegen zu können, die sich ausschließlich an einer sinnvollen definitorischen Abgrenzung orientieren, die dem Begriff "Baumarkt" inhaltlich auch tatsächlich gerecht wird.

Die im Rahmen der Datenerfassung zugrundegelegte gemaba-Baumarkt-Definition verlangt neben der genannten Flächenvorgabe von 1.000 qm im Innenbereich darüber hinaus ein umfassendes Sortiment ohne ausgeprägten Schwerpunkt, weshalb Fachmärkte ausgeklammert bleiben. Integrierte Baumarkt-Abteilungen in SB-Warenhäusern werden zwar aus Gründen der Datenkontinuität miterfasst, sofern sie die obigen Kriterien erfüllen, sind aber seit Jahren in ihrer Bedeutung rückläufig und im wesentlichen auf die Unternehmen Ratio / Novo und V-Markt Kaes beschränkt.

Während die gemaba-Baumarktstrukturuntersuchungen der Vergangenheit ausschließlich die vorhandenen Innenbereiche erfassten, können 2007 aufgrund einer weiteren Verbesserung des erhobenen Datenmaterials erstmals auch Detailzahlen zu den Gesamtverkaufsflächen und den gewichteten Verkaufsflächen im Sinne der Definition des BHB ausgewiesen werden. Diese berücksichtigt Innenflächen zu 100 %, überdachte Freiflächen zu 50 % und offene Außenbereiche zu 25 %.

Die folgende Tabelle fasst die Entwicklung der letzten 25 Jahre noch einmal zusammen. Sie verdeutlicht komprimiert die Dynamik der Branchenentwicklung seit der ersten Strukturuntersuchung des Jahres 1982:

## Entwicklung der Baumärkte in der Bundesrepublik 1982 - 2007

Stichtag	Anzahl	Verkaufsfläche	VF je Baumarkt
01.08.1982	720	1.260.000 qm	1.750 qm
01.08.1983	822	1.477.000 qm	1.800 qm
01.08.1984	930	1.710.000 qm	1.840 qm
01.08.1985	1.032	1.990.000 qm	1.930 qm
01.01.1986	1.075	2.075.000 qm	1.930 qm
01.01.1987	1.155	2.300.000 qm	1.990 qm
01.01.1988	1.202	2.470.000 qm	2.050 qm
01.01.1989	1.289	2.756.000 qm	2.140 qm
01.01.1990	1.386	3.100.000 qm	2.240 qm
01.01.1991 *	1.617	3.725.000 qm	2.300 qm
01.01.1992	1.830	4.460.000 qm	2.440 qm
01.01.1993	1.960	5.130.000 qm	2.620 qm
01.01.1994	2.160	5.930.000 qm	2.750 qm
01.01.1995 **	2.297	7.095.000 qm	3.090 qm
01.01.1996	2.450	8.224.000 qm	3.360 qm
01.01.1998	2.640	9.794.000 qm	3.710 qm
01.01.1999	2.605	10.102.000 qm	3.880 qm
01.01.2000	2.605	10.606.000 qm	4.070 qm
01.01.2001	2.609	11.038.000 qm	4.230 qm
01.01.2002	2.590	11.273.000 qm	4.350 qm
01.01.2003	2.570	11.524.000 qm	4.480 qm
01.01.2004	2.552	11.699.000 qm	4.580 qm
01.01.2005	2.505	11.822.000 qm	4.720 qm
01.01.2006	2.495	12.035.000 qm	4.820 qm
01.01.2007 ***	2.460	innen 12.158.000 qm gewichtet 13.315.000 qm	4.940 qm 5.410 qm

\* Ab 1991 sind in den Bestandszahlen auch integrierte Baumarktabteilungen von SB-Warenhäusern enthalten, die vorher jeweils separat erfaßt wurden.

\*\* Von 1995 an wurden in den Flächenangaben auch die Innenbereiche angeschlossener Gartencenter mitberücksichtigt.

\*\*\* bis 2006 nur die Innen-VF; ab 2007 zusätzlich auch die gewichtete VF (Gewichtung: Innen-VF 100 %, überdachte Freifläche 50 %; offene Freifläche 25 %)

Quelle: gemaba Lev.-Hitdorf 2007

Weiterverwendung nur mit Quellenangabe gestattet !

Die im August 1982 durchgeführte erste gemaba-Baumarkt-Strukturuntersuchung wies für den durchschnittlichen deutschen Baumarkt eine Innen-VF von rd 1.750 qm auf; an eine Gewichtung von Außenflächen dachte zu diesem Zeitpunkt noch niemand. Die durchschnittliche Betriebsgröße 2007 liegt mit rd 4.940 qm im Innenbereich fast dreimal so hoch.

Die nachfolgende Tabelle verdeutlicht die Situation in den verschiedenen Größenklassen, wobei hier aus methodischen Gründen ausschließlich die Innen-VF ausgewiesen wird. Wie in den Vorjahren, so verloren auch 2006 die Objekte unter 5.000 qm VF an Bedeutung. Großbetriebe mit mehr als 7.500 qm Innen-VF stellen 20 % aller Märkte bei einer anteiligen Gesamt-VF von 37 %. Ihr Bestand vergrößerte sich 2006 um saldiert 25 Märkte; der entsprechende Verkaufsflächenzuwachs lag bei rd 233.000 qm.

## **Baumärkte nach VF-Größenklassen 2007 - Innen-VF (Bezugsgröße: Innen-VF!)**

Größenklasse	Zahl		Innen-Verkaufsfläche		
	absolut	anteilig	absolut	anteilig	je Baumarkt
1.000 - 1.499 qm	227	9 %	265.700	2 %	1.170 qm
1.500 - 2.999 qm	478	19 %	1.029.100	8 %	2.150 qm
3.000 - 4.999 qm	650	26 %	2.536.600	21 %	3.900 qm
5.000 - 7.499 qm	635	26 %	3.841.800	32 %	6.050 qm
7.500 - 9.999 qm	309	13 %	2.628.200	22 %	8.510 qm
ab 10.000 qm	161	7 %	1.856.200	15 %	11.530 qm
<b>gesamt</b>	<b>2.460</b>	<b>100 %</b>	<b>12.157.600</b>	<b>100 %</b>	<b>4.940 qm</b>

Quelle: gemaba Lev.-Hitdorf 2007  
Weiterverwendung nur mit Quellenangabe gestattet !

## REGIONAL ERHEBLICHE UNTERSCHIEDE BEI DER BETRIEBSGRÖSSE

Wie bereits erwähnt, verfügt der durchschnittliche deutsche Baumarkt gegenwärtig über eine Innen-VF von rd 4.940 qm; die gewichtete VF pro Markt liegt bei rd 5.410 qm. Regional bestehen erhebliche Unterschiede: so liegt die Durchschnittsgröße des typischen Berliner Baumarkts mit gewichtet rd 8.320 qm um 78 % höher als in Schleswig-Holstein, wo sich die Vergleichs-VF nur auf rd 4.670 qm beläuft.

### Baumärkte und Verkaufsflächen 2007

Bundesland	Zahl der Baumärkte		Verkaufsfläche aller Baumärkte	Verkaufsfläche je Baumarkt
Schleswig-Holstein	120	innen	506.400 qm	4.220 qm
		gewichtet	560.000 qm	4.670 qm
Hamburg	31	innen	165.200 qm	5.330 qm
		gewichtet	178.000 qm	5.740 qm
Niedersachsen	279	innen	1.290.900 qm	4.630 qm
		gewichtet	1.435.000 qm	5.140 qm
Bremen	17	innen	98.400 qm	5.590 qm
		gewichtet	107.000 qm	6.290 qm
Nordrhein-Westfalen	466	innen	2.400.500 qm	5.150 qm
		gewichtet	2.612.000 qm	5.610 qm
Hessen	166	innen	806.600 qm	4.860 qm
		gewichtet	880.000 qm	5.300 qm
Rheinland-Pfalz	112	innen	602.100 qm	5.380 qm
		gewichtet	666.000 qm	5.950 qm
Baden-Württemberg	249	innen	1.305.700 qm	5.240 qm
		gewichtet	1.398.000 qm	5.610 qm

## Baumärkte und Verkaufsflächen 2007 (Fortsetzung)

Bundesland	Zahl der Baumärkte	Verkaufsfläche aller Baumärkte	Verkaufsfläche je Baumarkt
Bayern	364	innen	1.660.900 qm
		gewichtet	1.826.000 qm
Saarland	24	innen	169.800 qm
		gewichtet	186.000 qm
Berlin	50	innen	381.400 qm
		gewichtet	416.000 qm
Brandenburg	110	innen	571.600 qm
		gewichtet	631.000 qm
Mecklenburg-Vorpommern	83	innen	363.600 qm
		gewichtet	399.000 qm
Sachsen	168	innen	793.800 qm
		gewichtet	870.000 qm
Sachsen-Anhalt	116	innen	569.400 qm
		gewichtet	630.000 qm
Thüringen	105	innen	471.300 qm
		gewichtet	521.000 qm
gesamt	2.460	innen	12.157.600 qm
		gewichtet	13.315.000 qm

Quelle: gemaba Lev.-Hitdorf 2007

Weiterverwendung nur mit Quellenangabe gestattet !

Durch eine weitere Verbesserung des erfassten Datenmaterials ist es für 2007 erstmals möglich, detaillierte regionale Daten über die Flächenaufteilung der Baumärkte zu veröffentlichen, die es in dieser Form bislang nicht gegeben hat, weil überdachte und offene Außenflächen nicht mit ausreichende Genauigkeit erfasst werden konnten, um auch mit dem Anspruch einer wissenschaftlichen Genauigkeit bundesweit aussagefähige Daten zu publizieren.

Die folgende Übersicht enthält getrennt nach Innen- und Außenflächen die vorhandenen Gesamtverkaufsflächen in den einzelnen Bundesländern. Sie lässt insgesamt erkennen, dass die gewichtete VF um knapp 10 % über der Innen-VF liegt. Dies ist eine Quote, von der in den einzelnen Ländern im allgemeinen nur in Maßen abgewichen wird.

## Baumärkte nach Bundesländern 2007 - Gesamt-VF

Größenklasse	Zahl	Verkaufsfläche in qm			gewichtet
		innen	außen	gesamt	
Schleswig-Holstein	120	506.400	153.100	659.500	560.000
Hamburg	31	165.200	36.600	201.800	178.000
Niedersachsen	279	1.290.900	411.700	1.702.600	1.435.000
Bremen	17	98.400	24.600	123.000	107.000
Nordrhein-Westfalen	466	2.400.500	604.300	3.004.800	2.612.000
Hessen	166	806.600	209.700	1.016.300	880.000
Rheinland-Pfalz	112	602.100	182.600	784.700	666.000
Baden-Württemberg	249	1.305.700	263.700	1.569.400	1.398.000
Bayern	364	1.660.900	471.700	2.132.600	1.826.000
Saarland	24	169.800	46.300	216.100	186.000
Berlin	50	381.400	98.800	480.200	416.000
Brandenburg	110	571.600	169.700	741.300	631.000
Mecklenbg-Vorpomm	83	363.600	101.100	464.700	399.000
Sachsen	168	793.800	217.700	1.011.500	870.000
Sachsen-Anhalt	116	569.400	173.100	742.500	630.000
Thüringen	105	471.300	142.000	613.300	521.000
<b>gesamt</b>	<b>2.460</b>	<b>12.157.600</b>	<b>3.306.700</b>	<b>15.464.300</b>	<b>13.315.000</b>

Quelle: gemaba Lev.-Hitdorf 2007

Weiterverwendung nur mit Quellenangabe gestattet !

Die nachfolgende Einzeldarstellung lässt erkennen, dass die (ungewichtete) Gesamt-VF je Baumarkt im Bundesgebiet bei rd 6.280 qm liegt. Dieser Durchschnittswert wird in Schleswig-Holstein um 12 % unterschritten und in Berlin um 53 % übertroffen. Hier sollte in Anbetracht weiterer konkret laufender Planungen relativ kurzfristig die Marke von 10.000 qm Gesamt-VF je Baumarkt überschritten werden.

## Baumärkte nach Bundesländern 2007 - VF je Baumarkt

Größenklasse	Verkaufsfläche je Baumarkt			gewichtet
	innen	außen	gesamt	
Schleswig-Holstein	4.220 qm	1.280 qm	5.500 qm	4.670 qm
Hamburg	5.330 qm	1.180 qm	6.510 qm	5.740 qm
Niedersachsen	4.630 qm	1.480 qm	6.110 qm	5.140 qm
Bremen	5.790 qm	1.450 qm	7.240 qm	6.290 qm
Nordrhein-Westfalen	5.150 qm	1.300 qm	6.450 qm	5.610 qm
Hessen	4.860 qm	1.260 qm	6.120 qm	5.300 qm
Rheinland-Pfalz	5.380 qm	1.630 qm	7.010 qm	5.950 qm
Baden-Württemberg	5.240 qm	1.060 qm	6.300 qm	5.610 qm
Bayern	4.560 qm	1.300 qm	5.860 qm	5.020 qm
Saarland	7.080 qm	1.930 qm	9.010 qm	7.750 qm
Berlin	7.630 qm	1.980 qm	9.610 qm	8.320 qm
Brandenburg	5.200 qm	1.540 qm	6.740 qm	5.740 qm
Mecklenburg-Vorpommern	4.380 qm	1.220 qm	5.600 qm	4.810 qm
Sachsen	4.730 qm	1.300 qm	6.030 qm	5.180 qm
Sachsen-Anhalt	4.910 qm	1.490 qm	6.400 qm	5.430 qm
Thüringen	4.490 qm	1.350 qm	5.840 qm	4.960 qm
<b>gesamt</b>	<b>4.940 qm</b>	<b>1.340 qm</b>	<b>6.280 qm</b>	<b>5.410 qm</b>

Quelle: gemaba Lev.-Hitdorf 2007

Weiterverwendung nur mit Quellenangabe gestattet !

## BETRÄCHTLICHE REGIONALE UNTERSCHIEDE BEI DER FLÄCHEN- AUSSTATTUNG

Insgesamt entfällt gegenwärtig im Bundesgebiet auf jeweils rd 33.500 Einwohner ein Baumarkt. Für je 10.000 Einwohner steht dabei eine Innen-VF von rd 1.470 qm und eine gewichtete VF von rd 1.620 qm zur Verfügung.

Gemessen an der Zahl der Objekte hat Mecklenburg-Vorpommern mit nur rd 20.600 Einwohnern pro Baumarkt den diesbezüglich dichtesten Besatz; demgegenüber entfallen in Berlin rd 67.900 Einwohner auf einen Baumarkt. Grundsätzlich ist der Besatz in den neuen Bundesländern deutlich höher als in den alten Ländern.

### Regionaldaten zur Baumarkt-Dichte 2007

Bundesland	Einwohner in 1.000	Einwohner je Baumarkt	VF je 10.000 EW	
			Innen VF	gewichtete VF
Schleswig-Holstein	2.833	23.600	1.790 qm	1.980 qm
Hamburg	1.744	56.300	950 qm	1.020 qm
Niedersachsen	7.994	28.700	1.610 qm	1.800 qm
Bremen	663	39.000	1.480 qm	1.610 qm
Nordrhein-Westfalen	18.058	38.800	1.330 qm	1.450 qm
Hessen	6.092	36.700	1.320 qm	1.440 qm
Rheinland-Pfalz	4.059	36.200	1.480 qm	1.640 qm
Baden-Württemberg	10.736	43.100	1.220 qm	1.300 qm
Bayern	12.469	34.300	1.330 qm	1.460 qm
Saarland	1.050	43.800	1.620 qm	1.770 qm
Berlin	3.395	67.900	1.120 qm	1.230 qm
Brandenburg	2.560	23.300	2.230 qm	2.460 qm
Mecklenbg-Vorpommern	1.707	20.600	2.130 qm	2.340 qm
Sachsen	4.274	25.400	1.860 qm	2.040 qm
Sachsen-Anhalt	2.470	21.300	2.310 qm	2.550 qm
Thüringen	2.335	22.200	2.020 qm	2.230 qm
<b>gesamt</b>	<b>82.439</b>	<b>33.500</b>	<b>1.470 qm</b>	<b>1.620 qm</b>

Quelle: gemaba Lev.-Hitdorf 2007

Weiterverwendung nur mit Quellenangabe gestattet !

Mehr als durch den einwohnerbezogenen Besitz der Baumärkte wird das jeweilige regionale Versorgungsniveau allerdings durch die vorhandene Verkaufsfläche je 10.000 Einwohner bestimmt, die nachfolgend für die einzelnen Bundesländer sowohl in absoluten Zahlen, als auch relativ im Vergleich zum Bundesdurchschnitt als Indexwert ausgewiesen wird. Bezugsgröße ist dabei sowohl die Innen-VF, als auch die gewichtete VF, wobei sich aber diesbezüglich im Rahmen der Indexbildung keine wesentlichen Unterschiede ergeben.

Was die absoluten Flächen je 10.000 Einwohner betrifft, so sind allerdings innerhalb der verschiedenen Bundesländer beträchtliche Spannbreiten festzustellen. Spitzenreiter ist mit einem Besitz von rd 2.550 qm gewichteter VF je 10.000 Einwohner Sachsen-Anhalt, wo die Vergleichsrelation von Hamburg um das 2,5-fache übertroffen wird. Interessanterweise wird die bundesdurchschnittliche Flächenausstattung gerade in den bevölkerungsstarken Bundesländern Nordrhein-Westfalen, Baden-Württemberg und Bayern teilweise spürbar unterschritten.

## Flächenbesatz je 10.000 Einwohner 2007

Bundesland	Innen-VF je 10.000 EW		gewichtete VF je 10.000 EW	
	absolut	Dichte-Index	absolut	Dichte-Index
Schleswig-Holstein	1.790 qm	122	1.980 qm	122
Hamburg	950 qm	65	1.020 qm	63
Niedersachsen	1.610 qm	110	1.800 qm	111
Bremen	1.480 qm	101	1.610 qm	99
Nordrhein-Westfalen	1.330 qm	90	1.450 qm	90
Hessen	1.320 qm	90	1.440 qm	89
Rheinland-Pfalz	1.480 qm	101	1.640 qm	101
Baden-Württemberg	1.220 qm	83	1.300 qm	80
Bayern	1.330 qm	90	1.460 qm	90
Saarland	1.620 qm	110	1.770 qm	109
Berlin	1.120 qm	76	1.230 qm	76
Brandenburg	2.230 qm	152	2.460 qm	152
Mecklenbg-Vorpommern	2.130 qm	145	2.340 qm	144
Sachsen	1.860 qm	127	2.040 qm	126
Sachsen-Anhalt	2.310 qm	157	2.550 qm	157
Thüringen	2.020 qm	137	2.230 qm	138
<b>gesamt</b>	<b>1.470 qm</b>	<b>100</b>	<b>1.620 qm</b>	<b>100</b>

Quelle: gemaba Lev.-Hitdorf 2007

Weiterverwendung nur mit Quellenangabe gestattet !

Die genannten Daten lassen bereits entsprechende Rückschlüsse auf den jeweiligen Wettbewerbsgrad zu. Sie sind aber in ihrer rein quantitativen Form nur sehr bedingt als Entscheidungshilfen geeignet, wenn es darum geht, standortpolitische Investitionen abzusichern oder im Rahmen behördlicher Genehmigungsverfahren das tatsächliche Versorgungsniveau konkreter Marktgebiete zu bestimmen. In diesen Fällen müssen nämlich - um zu wirklich aussagefähigen Ergebnissen zu gelangen - auch die Einflußfaktoren der Nachfrage mitberücksichtigt werden. Diese sind vielschichtig und mit der üblicherweise als Indikator sehr beliebten Kaufkraft (Netto-Einkommen je Einwohner im Vergleich zum Bundesdurchschnitt) bei weitem nicht ausreichend berücksichtigt. Tatsächlich sind gerade im DIY- und Gartensegment erhebliche Ausgabenbestandteile weniger personen- als eher haushaltsabhängig, womit der Haushaltszusammensetzung (Personen je Haushalt) eine entsprechende Bedeutung zukommt. Darüber erfordert es keinen aussergewöhnlichen Sachverstand, um zu erkennen, dass die baumarkt-relevante Nachfrage in Eigenheimen ungleich höher ist als in Mietwohnungen, weshalb die Baustruktur (Wohnungen je Wohngebäude) eine zentrale und weitaus höhere Bedeutung für die Bestimmung der Nachfrage hat, als die Kaufkraft.

Die drei genannten Einflußfaktoren lassen sich in ihrer Gesamtbedeutung durch einen von der gemaba erarbeiteten Rechenalgorithmus quantifizieren, der an dieser Stelle nicht im Detail erläutert werden muss. Aus ihnen ergibt sich der im Rahmen von Standortbeurteilungen langjährig bewährte gemaba-DIY-Nachfrage-Index als Indikator für die Höhe der Nachfrage nach Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf, der bis auf Kreis- oder Gemeindeebene berechnet werden kann.

Der Vergleich des gemaba-DIY-Nachfrage-Index mit dem auf die VF je 10.000 Einwohner bezogenen Dichte-Index erlaubt direkte Rückschlüsse auf die Möglichkeiten, die geplante Baumärkte vorfinden. Sie werden in der nachfolgenden Übersicht für die einzelnen Bundesländer durch den gemaba-DIY-Marktchancen-Index quantifiziert, der die Marktchance neuer Projekt im Vergleich zum Bundesdurchschnitt zum Ausdruck bringt, wobei Werte über 100 überdurchschnittliche Möglichkeiten signalisieren.

Insbesondere am Beispiel Berlins lässt sich der Anwendungsbereich der verschiedenen Indices nachhaltig verdeutlichen. Hier liegt die Flächenausstattung je 10.000 Einwohner nur bei 76 % der bundesüblichen Quote, was bei isolierter Betrachtung noch erhebliche Reserven suggeriert. Dem steht jedoch insbesondere aufgrund der sehr ungünstigen baustrukturellen Voraussetzungen mit einer starken Dominanz von Mehrfamilienhäusern ein nur sehr niedriger DIY-Nachfrage-Index von 75 gegenüber. Vergleicht man beide Relationen, so folgt hieraus, dass die Marktchancen für neue Objekte trotz des deutlich unterdurchschnittlichen Flächenbesatzes in Berlin bei einem Indexwert von 99 um 1 % ungünstiger sind als insgesamt im Bundesgebiet.

Damit ist die Berliner Situation bei völlig anderen Rahmenbedingungen im Ergebnis mit derjenigen von Niedersachsen vergleichbar, wo sich ebenfalls ein Marktchancen-Index von 99 ergibt. Hier besteht im Gegensatz zu Berlin ein um 11 % überdurchschnittlicher Flächenbesatz, der durch eine um 10 % überdurchschnittliche Nachfrage weitestgehend kompensiert wird.

Als Ergebnis der nachfolgenden Tabelle kann festgestellt werden, dass Baden-Württemberg bei einem Marktchancen-Index von 131 für neue Baumarktsiedlungen dicht gefolgt von Hamburg die günstigsten Voraussetzungen bietet. Auch in Hessen, Bayern, Rheinland-Pfalz und mit Abstrichen Nordrhein-Westfalen sind die Rahmenbedingungen für neue Baumärkte positiv, während die Marktchancen in den neuen Bundesländern aufgrund erheblicher Flächenüberkapazitäten ausnahmslos sehr gering sind. Diese globalen Feststellungen schließen naturgemäß starke Abweichungen an konkreten Mikrostandorten nicht aus.

## gemaba-DIY-Nachfrage- und -Marktchancen-Index 2007

Bundesland	Wohnungen je Wohngebäude	Kaufkraft*	Personen je Haushalt	gemaba-DIY-Nachfrage-Index	gemaba-DIY-Marktchancen-Index
Schleswig-Holstein	1,9	103	2,2	111	91
Hamburg	3,9	108	1,8	81	129
Niedersachsen	1,8	100	2,3	110	99
Bremen	2,7	95	1,9	97	98
Nordrhein-Westfalen	2,4	103	2,2	100	111
Hessen	2,2	108	2,2	105	118
Rheinland-Pfalz	1,7	100	2,3	117	116
Baden-Württemberg	2,2	107	2,2	105	131
Bayern	2,1	107	2,3	105	117
Saarland	1,7	93	2,3	109	100
Berlin	6,2	94	1,7	75	99
Brandenburg	2,2	85	2,3	92	61
Mecklenbg-Vorpomm	2,5	80	2,3	88	61
Sachsen	3,1	83	2,1	77	61
Sachsen-Anhalt	2,4	80	2,2	88	56
Thüringen	2,3	82	2,2	91	66
<b>gesamt</b>	<b>2,3</b>	<b>100</b>	<b>2,2</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

\* aus GfK-Nürnberg, Basiszahlen zur Berechnung regionaler Absatzkennziffern 2006

\*\* Erklärung: ergibt sich aus einer Gegenüberstellung von gemaba-DIY-Nachfrage-Index und dem jeweiligen Flächenbesatz je 10.000 Einwohner

Quelle: gemaba Lev.-Hitdorf 2007

Weiterverwendung nur mit Quellenangabe gestattet !

## **MARKTANTEIL DER BRANCHE BEI 38 %**

Die zum Zeitpunkt der Strukturuntersuchung im Januar 2007 bereits vorliegenden Umsatzzahlen aus dem Branchenpanel des BHB lassen erwarten, dass in den deutschen Baumärkten im Jahr 2006 in stationärer Einzelhandelsfunktion ein Umsatzvolumen zwischen rd EUR 17,5 und 18,0 Mrd getätigt wurde. Die genauen diesbezüglichen Zahlen des BHB liegen ab März 2007 vor. Aufgrund einer Kooperation zwischen BHB und **gemaba** wurde auf eine eigene Umsatzermittlung verzichtet.

Die für das Sortiment eines "typischen" Baumarkts für 2006 ansetzbaren Pro-Kopf-Ausgaben belaufen sich auf rd EUR 560, wobei es sich hier um einen generellen Branchenwert handelt. Unternehmensspezifisch können sich in Abhängigkeit vom geführten Sortiment hiervon durchaus beträchtliche Abweichungen ergeben, wobei exemplarisch Objekte mit integrierten Baustoff-Drive in-Bereichen oder vollsortierten Zooabteilungen zu nennen sind, die von höheren Ausgabenbeträgen profitieren.

Bei rd 82,44 Mio Einwohnern im Bundesgebiet ergab sich hieraus für das Vorjahr eine baumarktrelevante Gesamtnachfrage von rd EUR 46,2 Mrd. Die deutschen Bau- und Heimwerkermärkte erzielten dementsprechend hiervon im stationären Geschäft eine Abschöpfungsquote von ca 38 %. Dies ist eine Größenordnung, die sich in den letzten Jahren kaum verändert hat und weitgehend als Sättigungsgrenze anzusehen ist.

## **DER TYPISCHE DEUTSCHE BAUMARKT**

Bedauerlicherweise kursieren insbesondere bei Behörden und Trägern öffentlicher Belange über die Baumarkt-Branche teilweise illusionäre Vorstellungen, die Gutachtern und Investoren insbesondere im Rahmen von Genehmigungsverfahren das Leben schwer machen, weil sie den Realitäten der Branche oft in keiner Weise Rechnung tragen. Aus diesem Grund seien nachfolgend die wichtigsten Ergebnisse der diesjährigen Baumarkt-Strukturuntersuchung noch einmal zusammengefaßt:

Der typische deutsche Baumarkt des Jahres 2007 verfügt über eine Innen-VF von rd 4.940 qm und zusätzlich über eine teilüberdachte Freifläche von rd 1.340 qm, was einer Gesamtverkaufsfläche von rd 6.280 qm entspricht. Im Rahmen der üblichen Flächen-gewichtung des BHB-Bundesverbands deutscher Heimwerker- und Baumärkte, Köln, (Innen-VF zu 100 %, überdachte Freifläche zu 50 %, offene Freifläche zu 25 %) ergibt sich pro Baumarkt eine gewichtete Verkaufsfläche von rd 5.410 qm. Hier wird im Durch-schnitt ein jährliches Brutto-Umsatzvolumen von rd EUR 7,2 Mio abgewickelt. Die korre-spondierende Flächenproduktivität liegt bei rd EUR 1.450 je qm Innen-VF bzw. rd EUR 1.330 je qm gewichtete VF.

Die für die Baumarkt-Strukturuntersuchung zugrundegelegten Daten der Baumärkte werden von der gemaba überwiegend im Rahmen ihrer laufenden Standortanalyse-tätigkeit vor Ort ermittelt, was gewährleistet, dass die vorhandenen Verkaufsflächen im Sinne der zugrundegelegten Baumarkt-Definition berücksichtigt werden können. Anga-ben aus der Fachpresse oder anderen Veröffentlichungen finden im allgemeinen nur bei solchen Objekten Berücksichtigung, die im letzten Quartal des Berichtsjahres eröffnet wurden und deshalb von gemaba-Mitarbeitern noch nicht besucht werden konnten.

Dieser Bericht kann im Internet unter [www.gemaba.de](http://www.gemaba.de) abgerufen werden. Detaillierte Ergebnisse der 25. Baumarkt-Strukturuntersuchung der gemaba werden zusätzlich als Spezialstudie veröffentlicht. Nähere Informationen hierzu sind auch direkt bei der gema-ba-Gesellschaft für Markt- und Betriebsanalyse mbH, Postfach 17 01 07, 51343 Lev-Hitdorf, Telefon 02173-41395, Fax 02173-40395, email [gemaba@freenet.de](mailto:gemaba@freenet.de), erhältlich.

Lev-Hitdorf, 29.1.2007  
FM/mm