

BAUMÄRKTE: GLEICHBLEIBENDER BESTAND BEI FLÄCHENWACHSTUM

Nachdem die Baumarkt-Branche 1998 erstmals Rückgänge der Bestandszahlen hatte hinnehmen müssen, ist dieser Prozeß 1999 zunächst einmal gestoppt worden. Die diesjährige Baumarkt-Strukturuntersuchung der **gemaba** ermittelte zum Stand 1.1.2000 mit 2.605 Einheiten exakt die Bestandszahl des Vorjahres.

Auch 1999 setzte sich der Konzentrationsprozeß weiter fort. Die AVA übernahm im Juli die Hauser-Märkte der Lidl & Schwarz Gruppe und gab gleichzeitig eine Mehrheitsbeteiligung bei Selbstbaumarkt zum 1.1.2000 bekannt. Die Betreiber der Profi-Fachmarktgruppe gründeten im September eine eigenständige Gesellschaft, die sich dann kurzfristig der EMV-Gruppe anschloß. Mit Hobbyland mußte eine Kleingruppe aus dem Bereich der Franchisesysteme aufgeben. Ebenfalls nur noch Erinnerung im Markt ist der Name Stinnes dank einer sehr zügigen Umstellungsstrategie der Rewe auf Toom. Weitere Veränderungen müssen an dieser Stelle ebensowenig kommentiert werden, wie Gerüchte, die auch in diesem Jahr weitere Übernahmen erwarten lassen.

Die "statistischen" Neueröffnungen des Jahres 1999 waren insgesamt nicht unbedeutend, doch handelte es sich in vielen Fällen um den Ersatz kleinerer Märkte durch Neuobjekte, was keinen Einfluß auf die Bestandszahlen hatte. Teilweise wurden Standorte neu verwertet, die aus den ehemaligen Kathreiner- oder Götzen-Beständen noch vermarktungsfähig waren. Immerhin konnten rd 75 "echte" Neueröffnungen registriert werden.

Im Rahmen der diesjährigen - insgesamt 19. Baumarkt-Strukturuntersuchung - der **gemaba**-Unternehmensberatung in Lev.-Hitdorf, wurden zum 1.1.2000 im Bundesgebiet insgesamt 2.605 Baumärkte ermittelt, deren Verkaufsfläche sich auf rd 10,6 Mio qm beläuft. Diese Zahlen erfassen nur Objekte, die die Anforderungen der **gemaba**-Baumarkt-Definition erfüllen, die einzelhandelsorientiert eine überdachte Mindestverkaufsfläche von 1.000 qm und ein breites Sortiment ohne ausgeprägten Schwerpunkt voraussetzt, weshalb Fachmärkte ausgeklammert bleiben, während integrierte Baumarkt-Abteilungen in SB-Warenhäusern erfaßt werden, sofern sie die Sortiments- und Flächenanforderungen erfüllen. In den Flächen enthalten sind auch die Innenbereiche von integrierten Gartencentern, während Freiflächen nicht mitberücksichtigt werden, so daß es sich hier nicht um gewichtete Verkaufsflächen im Sinne der Definition des BHB handelt, worauf zur besseren Interpretation ausdrücklich hingewiesen wird.

Hinsichtlich der definitorischen Abgrenzung ist nach wie vor bedauerlicherweise anzumerken, daß der Begriff "Baumarkt" nicht einheitlich verwendet wird, was den Vergleich von Branchenzahlen unterschiedlicher Herkunft entsprechend erschwert. Nicht alles, was sich Baumarkt nennt, erfüllt nach Einschätzung der **gemaba** auch tatsächlich Baumarktfunktion als Vollversorger. Ebenso wendet sich mancher Baustoffhandel zwar durchaus mit einem umfassenden Angebot an den Verbraucher, ohne aber im eigentlichen Sinne einzelhandelsorientiert zu sein. In wie weit derartige Feinheiten publizistisch beachtet werden sollten, muß an dieser Stelle nicht geprüft werden. Seitens der **gemaba** werden die definitorischen Abgrenzungen jedoch genau beachtet, um im Rahmen einer neutralen Strukturuntersuchung objektive Bestandszahlen vorzulegen.

Diese umfassen mit 2.605 Baumärkten einen exakt gleichen Bestand wie zum Jahresanfang 1999. Demgegenüber nahm die Verkaufsfläche im gleichen Zeitraum um rd 504.000 qm auf 10.606.000 qm zu, womit der Trend zu immer größeren Betriebseinheiten ungebrochen blieb. Verglichen mit der Flächenzunahme von 5 % stieg die einzelhandelsrelevante Nachfrage nach Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf nur unterproportional, so daß die qm-Umsätze auch 1999 insgesamt rückläufig waren.

Noch einmal wiederholt sei an dieser Stelle, daß die genannten Verkaufsflächen im Sinne einer traditionellen Abgrenzung ausschließlich die vorhandenen Innenbereiche umfassen. Überdachte und offene Freiflächen werden zwar im Rahmen der **gemaba**-Baumarkt-Datei für die jeweiligen Einheiten miterfaßt, jedoch nicht ausgewertet, weil entsprechende Veränderungen in den Außenbereichen nicht bundesweit mit einer für allgemeine statistische Zwecke hinreichenden Genauigkeit erfaßt werden können. Es kann derzeit davon ausgegangen werden, daß die branchenübliche Freifläche zusätzlich 25 bis 30 % der eigentlichen Verkaufsfläche umfaßt.

Entwicklung der Baumärkte in der Bundesrepublik 1982 - 2000

Stichtag	Zahl der Baumärkte	VF aller Baumärkte	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	2.730 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
01.01.1997	2.560	8.977.000 qm	3.510 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

Die Zahlen ab 1991 gelten für die alten und neuen Bundesländer. Außerdem sind von diesem Stichtag an in den Bestandszahlen auch integrierte Baumarktabteilungen von SB-Warenhäusern enthalten, die in den vorherigen Untersuchungen jeweils separat erfaßt wurden. Ab 1995 wurden in den Flächenangaben auch die Innenbereiche angeschlossener Gartencenter mitberücksichtigt.

Quelle: **gemaba** Lev.-Hitdorf 2000
 Weiterverwendung nur mit Quellenangabe gestattet !

Der durchschnittliche bundesdeutsche Baumarkt verfügt gegenwärtig über eine Innen-VF von rd 4.070 qm (zuzüglich ca 1.150 qm teilüberdachter Freifläche). Innerhalb der einzelnen Bundesländer hat eine Angleichung der Größenunterschiede stattgefunden, wobei die Objekte in den alten Bundesländern aufgeholt haben. Trotzdem ist das Größenspektrum immer noch beträchtlich und schwankt zwischen rd 3.260 qm in Schleswig-Holstein und rd 4.970 qm im Saarland.

Baumärkte und Verkaufsflächen 2000

Bundesland	Zahl der Baumärkte	Verkaufsfläche aller Baumärkte	Verkaufsfläche je Baumarkt
Schleswig-Holstein	120	390.700 qm	3.260 qm
Hamburg	37	149.800 qm	4.050 qm
Niedersachsen	303	1.106.000 qm	3.650 qm
Bremen	19	77.800 qm	4.100 qm
Nordrhein-Westfalen	531	2.280.400 qm	4.300 qm
Hessen	165	630.400 qm	3.820 qm
Rheinland-Pfalz	122	519.800 qm	4.260 qm
Baden-Württemberg	262	1.086.000 qm	4.150 qm
Bayern	377	1.418.500 qm	3.760 qm
Saarland	23	114.400 qm	4.970 qm
Berlin	46	203.800 qm	4.430 qm
Brandenburg	115	537.000 qm	4.670 qm
Mecklenburg-Vorpommern	84	345.500 qm	4.110 qm
Sachsen	171	746.100 qm	4.360 qm
Sachsen-Anhalt	117	550.100 qm	4.700 qm
Thüringen	113	449.700 qm	3.980 qm
gesamt	2.605	10.606.000 qm	4.070 qm

Quelle: **gemaba** Lev.-Hitdorf 2000
Weiterverwendung nur mit Quellenangabe gestattet !

Auch 1999 gabe es einige spektakuläre Neueröffnungen von Großbetrieben, die in der Branche für Aufsehen gesorgt haben. Die Zahl der Betriebe mit mehr als 10.000 qm Innen-VF stieg im Vergleich zum Vorjahr um 34 % an; die Bestandszunahme bei den Objekten von 7.500 bis unter 10.000 qm VF lag bei 18 %. In den Größenklassen unter 5.000 qm VF nahm die Zahl der Einheiten durchgängig ab.

Inzwischen weisen 32 % aller Baumärkte eine Innen-VF ab 5.000 qm auf; sie vereinen 54 % der Gesamtverkaufsfläche auf sich und dürften ihre Position auch zukünftig weiter ausdehnen, auch wenn nicht übersehen werden darf, daß beträchtliche Einwohnerpotentiale notwendig sind, um Betriebe dieser Größenordnung dauerhaft wirtschaftlich betreiben zu können.

Baumärkte nach VF-Größenklassen 2000

Größenklasse	Zahl		Verkaufsfläche	
	absolut	anteilig	absolut in qm	anteilig
1.000 - 1.499 qm	317	12 %	0.371.400	04 %
1.500 - 2.999 qm	673	26 %	1.448.600	14 %
3.000 - 4.999 qm	784	30 %	3.005.600	28 %
5.000 - 7.499 qm	575	22 %	3.426.300	32 %
7.500 - 9.999 qm	189	07 %	1.587.400	15 %
ab 10.000 qm	067	03 %	0.766.700	07 %
gesamt	2.605	100 %	10.606.000	100 %

Quelle: **gemaba** Lev.-Hitdorf 2000

Weiterverwendung nur mit Quellenangabe gestattet !

Zur groben Beurteilung von Versorgungsgraden können die bislang genannten Zahlen als reine Bestandswerte noch weiter verfeinert werden, wenn es darum, geht, die Baumarktausstattung konkreter Regionen zu beurteilen. Als hierfür geeignete Relation hat sich der **gemaba**-Dichte-Index in den vergangenen Jahren bewährt: Er quantifiziert die Abweichungen der jeweils vorhandenen Verkaufsfläche je 10.000 Einwohner im Vergleich zum Bundesdurchschnitt und wird nachfolgend für die einzelnen Bundesländer ausgewiesen.

Insgesamt entfällt gegenwärtig im Bundesgebiet auf je 31.500 Einwohner ein Baumarkt; für je 10.000 Einwohner steht dabei eine Innen-Verkaufsfläche von 1.290 qm - zuzüglich 350 qm Außenbereich - zur Verfügung. Die regionale Bandbreite innerhalb der Bundesländer schwankt extrem und liegt zwischen 2.070 qm VF je 10.000 Einwohner in Brandenburg und rd 600 qm VF in Berlin, wo diese Vergleichsrelation allerdings im letzten Jahr um 22 % gesteigert wurde. Wie bei den Kommentierungen der Vergangenheit üblich, so ist auch in diesem Jahr darauf hinzuweisen, daß derartige Regionaldaten zwangsläufig statisch sein müssen, da landesübergreifende Interdependenzen nicht mitberücksichtigt werden. Dies gilt insbesondere für die Stadtstaaten, wo im allgemeinen Großflächen an den unmittelbaren Peripherien entsprechenden zusätzlichen Wettbewerbsdruck ausüben.

Regionale Kennziffern zur Baumarkt-Dichte 2000

Bundesland	Einwohner in 1.000	Einwohner je Baumarkt	Verkaufsfläche je 10.000 EW	Dichte- Index
Schleswig-Holstein	2.766	23.100	1.410 qm	109
Hamburg	1.700	45.900	880 qm	68
Niedersachsen	7.866	26.000	1.410 qm	109
Bremen	668	35.200	1.160 qm	90
Nordrhein-Westfalen	17.976	33.900	1.270 qm	98
Hessen	6.035	36.600	1.040 qm	81
Rheinland-Pfalz	4.025	33.000	1.290 qm	100
Baden-Württemberg	10.426	39.800	1.040 qm	81
Bayern	12.087	32.100	1.170 qm	91
Saarland	1.074	46.700	1.070 qm	83
Berlin	3.399	73.700	600 qm	47
Brandenburg	2.590	22.500	2.070 qm	160
Mecklenbg-Vorpommern	1.799	21.400	1.920 qm	149
Sachsen	4.489	26.300	1.660 qm	129
Sachsen-Anhalt	2.674	22.900	2.060 qm	160
Thüringen	2.463	21.800	1.830 qm	142
gesamt	82.037	31.500	1.290 qm	100

Quelle: **gemaba** Lev.-Hitdorf 2000

Weiterverwendung nur mit Quellenangabe gestattet !

Nach Einschätzung der **gemaba** hat die Branche - bezogen auf die zugrundegelegte Baumarkt-Definition mit einer Mindest-Innen-VF von 1.000 qm - 1999 in Handelsfunktion ein Umsatzvolumen von rd DM 31,1 Mrd getätigt. Im Vergleich zum Vorjahresumsatz von rd DM 30,1 Mrd entspricht dies einer Umsatzsteigerung von 3,3 %. Es versteht sich im übrigen von selbst, daß es sich hier um den Inlandsumsatz handelt; Vergleiche mit aggregierten Umsätzen der Branchenführer sind deshalb nicht möglich.

Insgesamt setzten die Baumärkte im Bundesgebiet 1999 pro Einwohner rd DM 380 um, wobei die Werte zwischen rd DM 210 je Einwohner in Nielsen V (Berlin) und rd DM 460 in Nielsen VI (Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen-Anhalt) schwanken. Zwischen den alten und neuen Bundesländern sind deutliche Unterschiede erkennbar, die allerdings in den jeweiligen Nielsen-Gebieten der beiden Teilregionen nur eine jeweils geringe Schwankungsbreite aufweisen. Klammert man Berlin aus, dann liegt im früheren Bundesgebiet der Baumarkt-Umsatz je Einwohner bei rd DM 370, während in den neuen Bundesländern von rd DM 450 auszugehen ist.

Regionale Baumarkt-Umsätze 1999

Nielsen-Gebiet	Einwohner in 1.000	Branchen- umsatz in Mio DM	Umsatz je Einwohner in DM
Nielsen I (Schleswig-Holstein, Hamburg, Niedersachsen, Bremen)	13.000	5.090	390
Nielsen II (Nordrhein-Westfalen)	17.976	6.870	380
Nielsen III a (Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland)	11.134	4.020	360
Nielsen III b (Baden-Württemberg)	10.426	3.610	350
Nielsen IV (Bayern)	12.087	4.470	370
Nielsen V (Berlin)	3.399	700	210
Nielsen VI (Brandenburg, Mecklenburg- Vorpommern, Sachsen-Anhalt)	7.063	3.280	460
Nielsen VII (Sachsen, Thüringen)	6.952	3.060	440
gesamt	82.037	31.100	380

Quelle: **gemaba** Lev.-Hitdorf 2000
Weiterverwendung nur mit Quellenangabe gestattet !

Die Nachfrage nach Bau-, Heimwerker und Gartenbedarf nahm 1999 geringfügig zu. Insgesamt bewegte sich das Marktvolumen mit rd DM 77 Mrd um 2,8 % über dem Niveau von 1998. Bei einem getätigten Umsatz von rd DM 31,1 Mrd lag damit die Abschöpfungsquote der Baumärkte bundesweit bei gut 40 %.

Zum Marktvolumen in der Abgrenzung der **gemaba** ist anzumerken, daß bei der Errechnung des Gesamtwerts ein baumarkt-typisches Kernsortiment unter Einbeziehung von Gartenbedarf und lebendem Grün zugrundegelegt wurde. Ausgaben für ergänzende Warengruppen wie Unterhaltungselektronik, Autozubehör oder Elektrogeräte, die in vielen Baumarkt-Unternehmen mitangeboten werden, sind im ausgewiesenen Marktvolumen anteilig mit einer Quote von gut 10 % enthalten, was Abweichungen zu Werten anderer Institute zumindest teilweise erklärt. Generell ist aber das Marktvolumen ohnehin nur als Branchen-Globalwert zu interpretieren; unternehmensindividuell sind je nach Sortiment entsprechende Modifizierungen vorzunehmen.

Die für die Baumarkt-Strukturuntersuchung zugrundegelegten Daten der Baumärkte werden von der **gemaba** überwiegend im Rahmen ihrer Standortanalysetätigkeit vor Ort ermittelt, was gewährleistet, daß vorhandene Verkaufs- und sonstige Flächen im Sinne der zugrundegelegten Baumarkt-Definition berücksichtigt werden können. Unternehmensangaben zu einzelnen Märkten werden zumeist nur bei solchen Objekten berücksichtigt, die im letzten Quartal des Berichtsjahres eröffnet wurden und deshalb von **gemaba**-Mitarbeitern noch nicht besucht werden konnten.