

PRESSEMITTEILUNG

DIY-Markt Deutschland 2020/21

Baumärkte befeuern die Marktentwicklung

Köln, Februar 2021. **In seiner aktuellen Studie über den DIY-Markt in Deutschland im durch die Corona-Pandemie geprägten Jahr 2020 gibt Branchenexperte Klaus-Peter Teipel eine umfassende Bestandsaufnahme, die zeigt, dass sich die DIY-Branche im Vergleich zu anderen Branchen sehr gut behaupten konnte. Nach seiner Prognose wird sich auch das DIY-Jahr 2021 in der Summe als stabil erweisen, jedoch mit Verschiebungen im Detail. Die hier vorgestellte Studie kann über den Online-Shop des Herstellerverbandes Haus & Garten e.V. erworben werden**

Das Jahr 2020 wird als ein besonderes Jahr in die Geschichte eingehen. Die Corona-Pandemie hat in Deutschland zu einer der schwersten Rezessionen der Nachkriegszeit geführt. Die zur Eindämmung der Infektionszahlen ergriffenen Maßnahmen haben zu Produktionsrückgängen, sinkenden Einkommen und reduzierten Konsummöglichkeiten geführt. Lieferverzögerungen aus besonders betroffenen Ländern beeinträchtigten internationale Lieferketten. Gleichzeitig hat die erhöhte Infektionsgefahr zu Verhaltensänderungen bei den Haushalten geführt, private Konsumausgaben wurden reduziert oder, soweit möglich, durch Güter und Dienstleistungen ersetzt, die mit einer geringeren Infektionswahrscheinlichkeit verbunden sind.

Die DIY-Branche hat sich vor diesem Hintergrund stark behauptet und von einem deutlichen Nachfragezuwachs profitieren können. Dabei haben sich einige Warengruppen, Vertriebswege und Unternehmen besonders hervorgetan, andere bleiben hingegen spürbar hinter der Entwicklung zurück.

Mehr Zeit im eigenen Zuhause, mehr Home-Office-Zeiten als jemals zuvor sowie reduzierte alternative Konsummöglichkeiten (Reisen, Gastronomie) etc. haben zu einer nochmals verstärkten Fokussierung der privaten Haushalte auf das eigene Heim und Garten und zu einem sprunghaften Anstieg der DIY-Projektzahlen geführt.

Das durch die Maßnahmen zur Eindämmung der Pandemie mehr oder weniger „aufgezwungene“ Re-Cocooning wird sicher nicht nur das Jahr 2020 nachhaltig geprägt haben, sondern es wird seinen Einfluss auch deutlich über das Jahr 2021 hinaus auf Konsum- und Einkaufsgewohnheiten ausüben.

Nahezu ausnahmslos positive Entwicklungen auf allen Marktebenen

Der DIY-Markt im Jahr 2020 zeichnet sich durch eine Reihe unterschiedlich dynamisch verlaufender Entwicklungen ab, die sich im Gegensatz zu vielen anderen Branchen aus dem Konsumgüterbereich zu einem insgesamt außergewöhnlichen Wachstum verdichten.

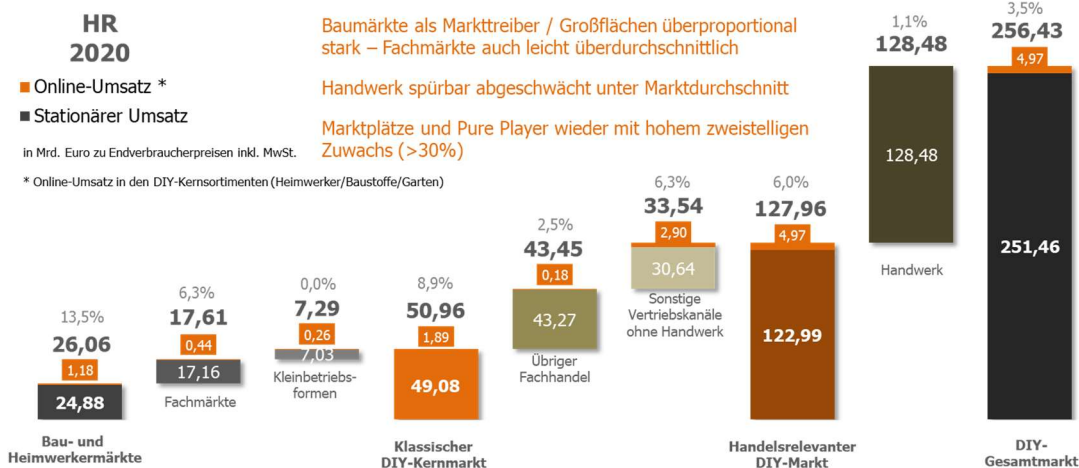
Dieser Schub zeigt sich nicht nur auf der Gesamtmarktebene, sondern auch in der Dynamik fast aller mit der Distribution von DIY-Sortimenten beteiligten Vertriebswege. Auch auf der Warenebene zeigen sich nahezu ausnahmslos positive Tendenzen ab.

Im Jahresverlauf sind auf Ebene des Handels insbesondere die Monate ab April/Mai bis einschließlich November für die insgesamt sehr positiven Ergebnisse verantwortlich.

Innerhalb der besonderen Rahmenbedingungen haben sich die reinen Online-Händler, die Bau- und Heimwertermärkte (stationär & online), der Raumausstattungshandel, Fachgartencenter sowie der Holzfachhandel mit hohen, deutlich über Marktniveau befindlichen Umsatzzuwächsen auszeichnen können. Insgesamt (über alle Vertriebswege) sind dabei die online generierten Umsätze stärker gewachsen als die stationären Umsätze.

Auf Ebene der Warenkategorien zeigt sich eine besondere Wachstumsdynamik in den Gartensortimenten, wobei aber auch Heimwerker- und Baustoffsortimente hohe Zuwachsraten verbuchen konnten. Lediglich in den Erweiterungssortimenten lagen die Zuwächse unter dem Durchschnitt des Gesamtmarktes.

Markttreppe DIY-Gesamtmarkt 2020: Baumärkte befeuern die Marktentwicklung



Quelle: klaus peter teipel | research & consulting

Prognose 2021: In der Summe stabil – im Detail jedoch mit Verschiebungen

Die ermittelten Zahlen für 2020 zeigen, dass sich die DIY-Branche in der Pandemie im Gegensatz zu anderen Branchen sehr gut behaupten konnte. Anzeichen für einen größeren Einbruch des Marktes sind derzeit nicht auszumachen.

Die konkurrierenden Ausgabenbereiche Tourismus, Automobil und Gastronomie werden zwar wieder zulegen – das Niveau von 2019 jedoch bei weitem nicht erreichen können.

Angesichts des erreichten Umfangs ist aber auch für die DIY-Branche in 2021 nicht von weiteren Zuwächsen auszugehen. Bei Vertriebswegen mit derzeit hohen Zuwächsen ist in 2021 tendenziell eher mit Umsatzrückgängen zu rechnen (Ausnahme: E-Commerce).

Auch auf der Sortimentsebene zeichnen sich Verschiebungen ab. Während 2020 maßgeblich konventionelle Verschönerungsarbeiten im Vordergrund stehen, gibt es 2021 Tendenzen zugunsten größerer Projekte rund um die Themen Bad/WC, Küche, Keller, Dach und Fassade.

Die Sehnsucht nach Reisen, Gastronomie und Kultur auf Seiten der Bevölkerung ist ungebrochen! Sobald es die Rahmenbedingungen zulassen, werden diese Ausgabenbereiche wieder in starker Konkurrenz zum DIY-Bereich stehen und die

finanziellen Spielräume für diy-nahe Verwendungsbereiche wieder einengen (DIY-Pro-Kopf-Ausgaben werden dann zurückgehen!).

Dennoch wird die Pandemie in den kommenden Jahren in vielfacher Hinsicht deutliche Spuren hinterlassen. In diesem Zusammenhang wird das „Jahrzehnt des Zuhauses“ (so der Titel einer aktuellen Studie von Accenture) besondere Chancen und Herausforderungen für das stationäre wie auch das Online-Geschäft nicht nur in der DIY-Branche bieten.

In allen in der Studie betrachteten Szenarien wird deutlich, dass sich der Gesamtmarkt auch vor dem Hintergrund der Lockdown-Phase einschließlich Februar 2021 nicht gravierend ändern wird. Dies ist vor allem durch den hohen Umsatzanteil des Ausbauhandwerks am DIY-Gesamtmarkt zu begründen und dessen Auftragsbücher weiterhin gut gefüllt sind und für den für das Jahr 2021 im mittleren Szenario ein Plus von annähernd 1% veranschlagt wird. In diesem Szenario bewegt sich der DIY-Gesamtmarkt mit einem Minus von 0,4% nur unwesentlich unter dem Wert von 2020. Im pessimistischen Ansatz ist ein Minus von rund 1,5% zu erwarten.

Deutlich dynamischer als im doch stabilen Handwerkermarkt fallen hingegen die Prognosen für die Handelsseite aus. Im klassischen DIY-Kernmarkt ist für jedes Szenario von einem Umsatzminus auszugehen, welches vermutlich in einem Korridor zwischen -3,3% bis -5,8% ausfallen dürfte. Entsprechend ist auch für die Bau- und Heimwerkermärkte mit einem Minus zu rechnen, welches im mittleren Szenario einen Wert von -5,5% und im worst case ca. -7,9% einnehmen dürfte.

Mehr Details zur Entwicklung des Marktes im vergangenen Jahr sowie zu den Prognosen für 2021 finden Sie in der aktuellen Studie „Der DIY-Markt Deutschland 2020/21“. Diese kann zum Preis von € 950,-- zzgl. MwSt. über den Online-Shop des Herstellerverbandes Haus & Garten e.V. erworben werden.

Der direkte Link zur Studie: www.diy-markt-deutschland.de

Kontakt für die Presse:
Herstellerverband Haus & Garten e.V.
Deutz-Mülheimer-Str. 30
50679 Köln

Ralf Rahmede, Geschäftsführer
Telefon: +49 221 279801-12
rahmede@herstellerverband.de
www.herstellerverband.de