

Pressemitteilung

Jeder fünfte Baumarkt vor dem Aus?

Online-Shopping ersetzt zunehmend den stationären Handel, so eine aktuelle Studie der Münchner Unternehmensberatung Suberg Strategy Consultants

München, den 9. Mai 2012 Baumarkt-Artikel im Internet brummen. Nach einer Studie der Münchner Unternehmensberatung Suberg Strategy Consultants steigt der Anteil der Online-Umsätze bei Baumarkt-Artikeln von aktuell 5 auf voraussichtlich 20 Prozent in 2020. Dies werde zu einer massiven Bereinigung unrentabler Baumarkt-Flächen führen: „Die Entwicklung trifft die Branche zur Unzeit. Die Fläche der deutschen Baumärkte wächst seit Jahren, obwohl der Umsatz stagniert. Der Handel ist dadurch bereits unter erheblichem Ertragsdruck. Zusammen mit der Abwanderung von Umsätzen in das Internet entsteht eine explosive Mischung, die zur Schließung zahlreicher Baumärkte führen wird“, so Sven Suberg, Geschäftsführer von Suberg Strategy Consultants.

Das wachsende Online-Geschäft läuft dabei zum Teil an den etablierten Anbietern vorbei: „Die Baumärkte haben den Internet-Vertrieb verschlafen“, so der Branchenexperte. Branchen Größen wie Hornbach, Praktiker oder Bauhaus hätten erst 2011 Internet-Shops eröffnet. Online-Händler wie Amazon oder spezialisierte Versender wie Westfalia sind jedoch schon seit Jahren auch mit Baumarkt-Artikeln erfolgreich.

Betroffen sind nicht nur die Händler, sondern auch die Hersteller von Baumarkt-Produkten: „Für B- und C-Marken wird die Luft dünner. Wenn der Handel seine Profitabilität steigern muss, fokussiert er auf wenige TOP-Marken und baut gleichzeitig den Eigenmarkenanteil aus“, so Markus Wittmann, zuständig für den Home & Living-Bereich beim Nürnberger Marktforschungsunternehmen GfK.

Gleichzeitig verliert das traditionelle Marketing an Bedeutung: „Der online-Shopper informiert sich zunehmend in Verbraucher-Foren und wählt Produkte aufgrund von Nutzer-Bewertungen aus“, so Suberg. Dies führt zu einem deutlich geringeren Wirkungsgrad bewährter Werbemaßnahmen wie Print oder TV. Für die Hersteller gilt es daher, die Marketingausgaben neu auszurichten und in einen direkten, authentischen Dialog mit dem Konsumenten zu treten. Eine weitere Aufgabe liegt im Aufbau neuer Vertriebskanäle: Wenn der bedeutendste Vertriebskanal Marktanteile verliert, wird ein alternativer Marktzugang für die Hersteller überlebenswichtig, so der Berater.

Auf die bevorstehenden Veränderungen seien die Hersteller jedoch nur unzureichend vorbereitet: „Die Branche geht immer noch davon aus, dass Baumarkt-Artikel kaum internetfähig sind. Allerdings haben wir in vielen anderen Segmenten, beispielsweise bei Spielwaren oder Unterhaltungselektronik gesehen, dass diese Rechnung nicht aufgeht“, so Suberg.

Suberg Strategy Consultants ist eine unabhängige, auf die Bereiche Strategie, Marketing und Vertrieb spezialisierte Unternehmensberatung. Wir unterstützen führende mittelständische Unternehmen bei der Steigerung ihres Marktanteils – national wie international. Dabei legen wir größten Wert auf eine erfolgreiche Umsetzung der gemeinsam entwickelten Konzepte. An den erzielten Erfolgen lassen wir uns messen.

Sie erreichen uns unter: Suberg Strategy Consultants GmbH, Frau Lydia Carfora, Uhlandstr. 5, 80336 München, info@suberg-strategy.de, Tel: +49 89 809 120-84, Fax: +49 89 809 120-87