Presse-Information

hagebau report 2018: Marktpotenziale im Holzhandel

* Absatz von Holzprodukten im Neubausegment nimmt ab – Verschiebung der Neubautätigkeiten auf Mehrfamilienhäuser
* Aufschwung für den Holzhandel durch Abebben des Sanierungsstaus ab 2019
* Veränderte Verarbeiter-Nachfrage hat Einfluss auf Sortimente
* Verarbeiter setzen trotz E-Commerce auf stationäre Beratung

Berlin/Soltau, 6. Juni 2018. Mit dem hagebau report 2018 legt der hagebau Fachhandel eine Studie vor, mit der erstmals Marktentwicklungen und   
-potenziale **des Holzhandels in Deutschland bis 2025 untersucht werden. Dabei wird die Struktur des Holzhandels in Deutschland analysiert, zukünftige Sortimentsentwicklungen unter die Lupe genommen und die Erwartungshaltung von Verarbeitern an den Handel insgesamt untersucht.**

„Mit dem hagebau report 2018 legt der hagebau Fachhandel erneut eine Benchmark-Studie für die Branche vor“, so Hartmut Goldboom, Geschäftsführer hagebau Fachhandel. Nachdem mit dem hagebau report 2015 der „mobile Generalist“ erstmals als Zielgruppe untersucht wurde, habe man mit dem hagebau report 2018 einen Wachstumssektor der Bauwirtschaft analysiert. „Holz hat als nachwachsender und positiv auf die Wohngesundheit einzahlender, nachhaltiger Werkstoff in den vergangenen Jahren zunehmend an Bedeutung gewonnen. Umso wichtiger ist es, zu wissen, wie sich die Märkte durch Nachfrage verändern werden.“ Schließlich gehe es darum, Wachstum für die Zukunft zu sichern und auszubauen.

Für den erfolgreichen Vertrieb von Holzprodukten – konstruktiv wie dekorativ – komme es maßgeblich darauf an, Kenntnis über die Nachfrageströme zu haben. „Händler müssen ihr Angebot aus Kundensicht überprüfen. Dabei ist sowohl der Verarbeiter als Kunde des Holzgroßhändlers zu berücksichtigen wie auch die Bedürfnisse der Endkunden“, so Johannes Lensges, Bereichsleiter Vertrieb hagebau Fachhandel. Die Zeiten, in denen man in der Bauwirtschaft Vertriebsansätze aus Gewerken und deren Abläufen in der konkreten Umsetzung eines Bauvorhabens entwickeln könne, gehörten der Vergangenheit an. „Der Endkunde will weniger selbst machen. Der Trend zum Do-it-for-me ist ungebrochen groß. Damit ändert sich aber auch die Rolle des Verarbeiters, der seinem Kunden gemeinsam mit dem Handel Lösungen anbieten muss. In der Folge muss der Holzhandel Services für den Handwerkerkunden als dessen Kernzielgruppe bieten.“ Dies fange bei Ausstellungen an und höre bei Produkten und deren punktgenauer Lieferung an die Projektbaustelle auf. Ein weiterer Aspekt, den der hagebau report 2018 liefert, ist, dass die Verarbeiter trotz E-Commerce weiter auf stationäre Beratung setzen: „Unsere Analyse hat ergeben, dass trotz der zunehmenden Bedeutung von Holzhandelsgruppen und der Diskussion über Onlinevertriebswege die Ansprache vor Ort für den Verarbeiter weiterhin eine wichtige Rolle spielt. Der persönliche Austausch mit dem Ansprechpartner im Handel wird von knapp 90 % der Befragten regelmäßig genutzt“, so Hartmut Goldboom.

**hagebau report 2018 liefert zentrale Erkenntnisse**

Lars Lepke, Abteilungsleiter Vertrieb hagebau Holzhandel, wird die vier wesentlichen Erkenntnisse, die der hagebau report 2018 ergeben hat, zur Konzeptionierung entsprechender Vertriebsansätze zugunsten der hagebau Gesellschafter nutzen. „Ich bin zuversichtlich, dass es dem hagebau Fachhandel gelingt, die Informationen aus dem hagebau report 2018 in konkrete Maßnahmen zu übersetzen und diese auszurollen. Damit können unsere Gesellschafter in der Sparte Holz ihre Unternehmen für die Zukunft optimal ausrichten“, ist Lepke überzeugt.

Im Wesentlichen sind folgende Trends zu beobachten:

Zum einen hat der Baustoffhandel in den vergangenen Jahren seine Sortimente sukzessive ausgeweitet und Kompetenzen aufgebaut, die ursprünglich dem Holzhandel vorbehalten waren. Entsprechend haben die Baustoffhändler ihre Absätze im Bereich Holz und Holzprodukte bis 2017 stärker ausweiten können als die entsprechenden Holz-Fachhändler oder die Baumärkte.

Gleichzeitig treten vermehrt Akteure auf, die zu einer steigenden Komplexität in den Vertriebsstrukturen führen. Zwar hat die Filiale vor Ort nach wie vor eine große Bedeutung für den Verarbeiter, aber die TOP-Kunden stehen immer stärker im Fokus von zusätzlichen Wettbewerbern wie Online-Herstellern oder überregionalen Wettbewerbern.

Diese Veränderungen in den Vertriebsstrukturen sind eng verknüpft mit den Verschiebungen bei Gebäudetypen, Produkten und Zielgruppen. Durch den Neubauboom insbesondere im Mehrfamilienhausbau wurden viele der Großprojekte entregionalisiert: Bei Großprojekten von über 50 Wohnungen kommen Verarbeiter und Baustoffe immer weniger aus der Region bzw. vom lokalen Fachhändler, sondern werden überregional geliefert. Gleichzeitig bedeutet der Anstieg im Mehrfamilienhausbau klare Veränderungen bei den eingesetzten (Holz-)Produkten. So wächst in einigen Bereichen der Vorfertigungsgrad. Zu nennen sind hier z. B. Brettsperrholz, abgebundenes KVH im Holzbau oder die Möbelteilevorfertigung.

Eine weitere Herausforderung für den Holzhandel besteht im Übergang vom Neubau zur Renovierung. Mit der erwarteten Verlangsamung der Neubauaktivitäten ab voraussichtlich 2019 wird die Sanierung wieder an Bedeutung gewinnen. Das wird dem regionalen Holzhandel zugutekommen.

## Hintergrundinformation: Studiendesign und Methodik

Die vom hagebau Fachhandel in Auftrag gegebene Holzhandelsstudie wurde von der B+L Marktdaten GmbH, Bonn, erstellt. Um das Thema umfassend zu analysieren und die Ergebnisse gleichzeitig mehrfach zu validieren, wurden im Wesentlichen drei unterschiedliche Perspektiven und Datenquellen genutzt. Zum einen wurden Basisdaten des Statistischen Bundesamtes (Destatis), des Zentralverbands des Deutschen Handwerks (ZDH) und der Berufsverbände ausgewertet sowie der Holzhandel bzw. die Betriebe und Standorte einer Strukturuntersuchung unterzogen. Zum anderen wurden bei einer telefonischen Zielgruppenbefragung (CATI) im Juni und Juli 2017 253 Verarbeiter aus den Bereichen Holzbau, Dachdeckungen, Innenausbau und Einbau von Fenstern/Türen/Toren insbesondere unter den Aspekten der Zielgruppenverschiebung, der eingekauften Sortimente sowie der Zusammenarbeit mit dem Handel befragt. Schließlich wurden Informationen aus B+L Produktstudien und dem B+L Datenportal GlobalBuildingMonitor herangezogen.

Mehr Informationen zum hagebau report 2018 finden Sie im Abstract zur Studie unter <www.hagebau.com/unternehmen/die-hagebau-gruppe/aktuelles/>.

6.022 Zeichen

Bildunterschriften

**hagebau report 2018.jpg**

Der hagebau report 2018 wurde auf dem hagebau Holzhandelstag in Berlin vorgestellt: Philipp Trunkwalter (Abteilungsleiter Einkauf hagebau Holzhandel), Benedikt Hüttemann (Hüttemann Holzfachzentrum GmbH, Düsseldorf), Lars Lepke, Abteilungsleiter Vertrieb hagebau Holzhandel, Thomas Goebel, Geschäftsführer GD Holz, und Hartmut Goldboom, Geschäftsführer hagebau Fachhandel (v.l.n.r.)

**hagebau report 2018 Lars Lepke.jpg**

Lars Lepke, Abteilungsleiter Vertrieb hagebau Holzhandel, stellte die wichtigsten Erkenntnisse aus dem hagebau report 2018 auf dem hagebau Holzhandelstag in Berlin vor.

**hagebau report 2018 Auditorium.jpg**

Die hagebau Gesellschafter aus der Holzhandelsbranche und Lieferanten waren sehr aufmerksame Zuhörer bei der Vorstellung des hagebau reports 2018.

Fotos: hagebau (Abdruck honorarfrei)

Grafiken finden Sie unter <https://www.hagebau.com/unternehmen/die-hagebau-gruppe/aktuelles/>. Eine honorarfreie Verwendung kann unter der Nennung des Urhebers hagebau / B+L erfolgen.

**hagebau Unternehmensgruppe**

1964 gegründet ist die hagebau Handelsgesellschaft für Baustoffe mbH & Co. KG eine heute durch rund 370 rechtlich selbstständige, mittelständische Unternehmen im Fach- und Einzelhandel getragene Kooperation. Der hagebau Gruppe sind mehr als 1.750 Standorte in Europa (Deutschland, Österreich, Schweiz, Luxemburg, Frankreich, Belgien, Spanien und Niederlande) angeschlossen.

Mit einem zentralfakturierten Nettoumsatz (alle über die hagebau Zentrale bezogenen Waren und Dienstleistungen) von 6,51 Milliarden Euro (2017) nimmt die hagebau Gruppe einen Spitzenplatz in der Branche ein.

Der Fachhandel bedient unter der (Kann-)Marke hagebau die Sparten Baustoffe, Fliese und Holz (primär B2B).

Der hagebau Einzelhandel ist für Gesellschafter der hagebau Gruppe Franchisegeber. Mit den Marken hagebaumarkt, FLORALAND und WERKERS WELT ist die hagebau Kooperation im standortgebundenen B2C-Markt aktiv. Die hagebaumärkte in Deutschland und Österreich erzielten im Geschäftsjahr 2017 einen kumulierten Netto-Verkaufsumsatz von 2,21 Milliarden Euro. Mit baumarkt direkt, einem Joint Venture der hagebau mit der Otto Group Hamburg, deckt die Verbundgruppe auch den B2C-Onlinehandel ab.

Mit mehr als 1.350 Mitarbeitern erbringt die hagebau Gruppe an sieben Standorten zahlreiche Dienstleistungen für die angeschlossenen mittelständischen Handelshäuser. Hauptsitz der Kooperation ist Soltau mit rund 900 Mitarbeitern. Zu den Dienstleistungen für die mittelständischen Anteilseigner zählen die Bereiche Einkauf, Vertrieb, Systeme, Logistik, IT, Marketing und Finanzberatung. Damit wird das Tagesgeschäft der selbstständigen mittelständischen Handelshäuser umfassend und kostenoptimiert unterstützt.

Pressekontakt:

Nina Lemmerz-Sickert

Abteilungsleitung Unternehmenskommunikation

stv. Pressesprecherin

hagebau

Handelsgesellschaft für Baustoffe mbH & Co. KG

Celler Str. 47

29614 Soltau

Telefon: +49 5191 802-879

Telefax: +49 5191 98664-879

Mobil: +49 160 2239999

E-Mail: nina.lemmerz-sickert@hagebau.com

Internet: www.hagebau.com