

DIE GRÖSSTEN HÄNDLER FÜR BAUBEDARF IN DEUTSCHLAND

Diese Marktstudie, veröffentlicht im Mai 2006, beinhaltet eine unabhängige Übersicht über die grössten Händler für Baubedarf in Deutschland und bietet Ihnen detaillierte Marktinformationen.

Kernstück dieses Berichts ist qualifizierte Primärforschung Baustoffhändlern, Fachhändlern, Baumarktbetreibern, Herstellern von Bauprodukten, Handelsverbänden und Handelszeitschriften der Industrie.

Dieser Bericht beinhaltet detaillierte Informationen und aktuelle Entwicklungen über die grössten Händler für Baubedarf in Deutschland. Weitere Informationen finden Sie im Folgenden...

Aufzeichnung der Industriestruktur mit **51 Unternehmensprofilen** der führenden Unternehmen aus folgenden Bereichen:

Baustoffhandel: 12 Profile

Baufachhandel:

- Elektrowarenhandel: 4 Profile
- Hartwaren: 4 Profile
- Haustechnik: 3 Profile
- Holz und Holzprodukte: 8 Profile

Bau- und Heimwerkermärkte: 20 Profile

Mit diesem Bericht haben Sie die wichtigsten Daten für Ihre strategische Marktbearbeitung in der Hand. In der Veröffentlichung finden Sie folgendes:

Segmentierung

Analyse der Händler von Baubedarf in Deutschland:

- **Baustoffhandel**

- **Baufachhandel**
 - Elektrowarenhandel
 - Hartwaren
 - Haustechnik
 - Holz und Holzprodukte

- **Bau- und Heimwerkermärkte**

Verzeichnis der Tabellen

- | | |
|---|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Merkmale für die regionale Ausbreitung von Händlern, nach Anzahl abgedeckter Bundesländer und PLZ Bereiche 2. Konjunkturindikatoren der deutschen Wirtschaft, nach Indikator, 2003-2007 3. Volumenindex für den Auftragseingang im Bauhauptgewerbe, 1994-2004 4. Bruttoinlandsprodukt und Bauinvestitionen in Deutschland, 2001-2005 5. Anzahl der Baugenehmigungen zur Errichtung neuer Gebäude, nach Art des Gebäudes, 2000-2004 6. Wohnfläche genehmigter Wohngebäude, nach Art des Gebäudes, 2000-2004 7. Nutzfläche genehmigter Nicht Wohngebäude, nach Art des Gebäudes, 2000-2004 8. Anzahl fertiggestellter Gebäude, nach Art des Gebäudes, 2000-2004 9. Wohnfläche fertiggestellter Wohngebäude, nach Art des Gebäudes, 2000-2004 10. Nutzfläche fertiggestellter Nicht Wohngebäude, nach Art des Gebäudes, 2000-2004 11. Wohnungsbestand in Deutschland, nach Anzahl der Räume, 2002-2004 12. Strukturdaten zum Wohnungsbestand in Deutschland, 2002-2004 13. Wohnungsbestand in Deutschland, nach Bundesland, 2004 14. Mitgliederentwicklung des BDB, 2000-2004 15. Entwicklung der Betriebsstätten der BDB Mitglieder, 2000-2004 16. Entwicklung der Beschäftigtenzahl in den Mitgliedsunternehmen des BDB, 2001-2004 17. Umsatzentwicklung der Mitglieder des BDB, nach Kundengruppe, 2001-2004 18. Überblick über die größten Baustoffhändler in Deutschland, 2005 19. Anzahl der Märkte der Mitglieder des Baustoffverbands Süd in Deutschland, nach PLZ Bereich, 2006 20. Mitarbeiterentwicklung von BayWa, 2001-2005 21. Finanzieller Überblick von BayWa, 2001-2005 22. Umsatzentwicklung von BayWa, nach Geschäftsbereich, 2001-2005 23. Kennzahlen der Mitglieder von Celo, 2005 24. Anzahl der Märkte der Coba Händler in Deutschland, nach PLZ Bereich, 2006 25. Anzahl der Märkte von Raab Karcher in Deutschland, nach Bundesland, 2006 26. Kennzahlen von Raab Karcher, nach Land, 2005 27. Anzahl der Märkte von raiffeisen in Deutschland, nach Bundesland und Regierungsbezirk, 2006 | <ol style="list-style-type: none"> 28. Verteilung des Umsatzes der Mitglieder des VEG, nach Sortimentsbereich, 2005 29. Verteilung des Umsatzes der Mitglieder des VEG, nach Kundenkreis, 2005 30. Überblick über die größten Elektrowaren Händler in Deutschland, 2005 31. Anzahl der Märkte von Hagemeyer Deutschland, nach Bundesland, 2006 32. Mitarbeiterentwicklung von Hagemeyer Deutschland, 2000-2004 33. Finanzieller Überblick der Hagemeyer Gruppe, 2001-2005 34. Umsatzverteilung bei Rexel, nach Kundengruppe, 2004 35. Anzahl der Märkte von Rexel Deutschland, nach PLZ Bereich, 2006 36. Geographische Verteilung der Mitarbeiter von Rexel, nach Region, 2005 37. Finanzieller Überblick von Rexel, 2001-2005 38. Entwicklung der Anzahl der Mitarbeiter und Niederlassungen von Sonepar Deutschland, 2000-2004 39. Umsatzentwicklung Von Sonepar Deutschland, 2000-2004 40. Anzahl der Märkte von FEGA, nach Bundesland, 2006 41. Anzahl der Märkte der Lichtzentrale in Deutschland, nach Bundesland, 2006 42. Anzahl der Märkte von Schmitt Elektro-Großhandel, nach Bundesland, 2006 43. Finanzieller Überblick von Würth, 2001-2005 44. Überblick über die größten Hartwarenhändler in Deutschland, 2005 45. Anzahl der Märkte und Mitglieder des E/D/E, nach Land, 2005 46. Umsatzentwicklung des E/D/E, 2001-2005 47. Umsatzverteilung des E/D/E, nach Warengruppen, 2005 48. Anzahl der Niederlassungen von GB Meesenburg, nach Land / Bundesland, 2005 49. Anzahl der Firmen von NORDWEST Handel, 2001 2005 50. Mitarbeiterentwicklung von NORDWEST Handel, 2001-2005 51. Finanzieller Überblick von NORDWEST Handel, 2001-2005 52. Umsatzentwicklung von NORDWEST Handel, nach Geschäftsbereich, 2001-2005 53. Anzahl der Märkte von VBH in Deutschland, nach Bundesland, 2006 54. Finanzieller Überblick der VBH, 2001-2004 55. Überblick über die größten Haustechnik Händler in Deutschland, 2005 56. Anzahl der Fachausstellungen der GC Gruppe in Deutschland, nach Bundesland, 2006 57. Anzahl der Märkte von Richter+Frenzel in Deutschland, nach PLZ Bereich, 2006 58. Kennzahlen der größten Holzhändler in Deutschland, 2005 59. Anzahl der Standorte von hagebau Holzhandel in Deutschland, nach PLZ Bereich, 2005 60. Anzahl der Märkte von hagebau Holzhandel, nach Betriebstyp, 2005 61. Anzahl der Märkte von Becher in Deutschland, nach Bundesland, 2006 62. Anzahl der Holzland Gesellschafter in Deutschland, nach Bundesland, 2005 63. Anzahl der Holzring Gesellschafter und -märkte in Deutschland, nach PLZ Bereich, 2006 64. Anzahl der Holzring Gesellschafter und -märkte außerhalb Deutschlands, nach Land, 2006 65. Anzahl der Märkte von Klöpferholz in Deutschland, nach Bundesland, 2006 |
|---|---|

66. Umsatzverteilung der ZEG, nach Niederlassung, 2004
67. Umsatzentwicklung der Bau- und Heimwerkermärkte in Deutschland, 2001-2005
68. Überblick über die größten Bau- und Heimwerkermärkte in Deutschland, 2005
69. Umsatzverteilung der Bau- und Heimwerkermärkte in Deutschland, nach Warengruppe, 2005
70. Anzahl der Filialen von Bauhaus in Deutschland, nach Bundesland, 2006
71. Anzahl der bauSpezi Märkte in Deutschland, nach PLZ Bereich, 2006
72. Umsatzentwicklung von BayWa im Bereich Bau- und Gartenmarkt, 2001-2005
73. Anzahl der EMV Profi Mitglieder in Deutschland, nach PLZ Bereich, 2006
74. Anzahl der Globus Baumärkte in Deutschland, nach Bundesland, 2005
75. Anzahl der Märkte von hela Baupark in Deutschland, nach Bundesland, 2006
76. Anzahl der Filialen von Hellweg Die Profi-Baumärkte in Deutschland, nach Bundesland, 2006
77. Entwicklung der Anzahl der Hornbach Märkte, nach Standort, 2001-2005
78. Anzahl der Hornbach Märkte in Deutschland, nach Bundesland, 2005
79. Anzahl der Hornbach Märkte im Ausland, nach Land, 2005
80. Mitarbeiterentwicklung von Hornbach, 2001-2005
81. Finanzieller Überblick von Hornbach, 2002-2006
82. Mitarbeiter und Verkaufsfläche von Leitermann, nach Filiale, 2006
83. Anzahl der Marktkauf Bau-, Hobby- und Gartencenter in Deutschland, nach PLZ bereich, 2005
84. Finanzieller Überblick von AVA, 2000-2004
85. Umsatzentwicklung von AVA, nach Sparte, 2000-2004
86. Anzahl der Märkte von Max Bahr Holzhandlung in Deutschland, nach Bundesland, 2006
87. Anzahl der Märkte von OBI, nach Land, 2001-2006
88. Anzahl der OBI Märkte in Deutschland, nach Bundesland, 2006
89. Umsatzentwicklung von OBI, nach Land, 2001-2005
90. Anzahl der Praktiker Märkte in Deutschland, nach PLZ Bereich, 2006
91. Finanzieller Überblick von Praktiker, 2002-2005
92. Anzahl der Filialen von Toom Baumarkt in Deutschland, nach PLZ Bereich, 2006
93. Umsatzentwicklung der REWE Group, Bereich Fachmärkte, 2000-2004

Inhaltsverzeichnis

1 EINFÜHRUNG

2 BAUSTOFFHANDEL

- 2.1 Überblick
- 2.2 Unternehmensprofile
 - 2.2.1 Baustoffring
 - 2.2.2 Baustoffverbund Süd
 - 2.2.3 BayWa
 - 2.2.4 Celo
 - 2.2.4.1 Überblick
 - 2.2.4.2 FDF Dienstleistungsgesellschaft
 - 2.2.4.3 MB Kauf
 - 2.2.4.4 Nowebau
 - 2.2.5 Coba
 - 2.2.6 hagebau
 - 2.2.7 i&M INTERBAUSTOFF
 - 2.2.8 Raab Karcher
 - 2.2.9 raiffeisen

3 BAUFACHHANDEL

3.1 Elektrowarenhandel

- 3.1.1 Überblick
- 3.1.2 Unternehmensprofile
 - 3.1.2.1 Hagemeyer Deutschland
 - 3.1.2.2 Rexel Deutschland
 - 3.1.2.3 Sonepar Deutschland
 - 3.1.2.4 Würth

3.2 Hartwaren

- 3.2.1 Überblick
- 3.2.2 Unternehmensprofile
 - 3.2.2.1 E/D/E
 - 3.2.2.1.1 Überblick
 - 3.2.2.1.2 GB Meesenburg
 - 3.2.2.2 NORDWEST Handel
 - 3.2.2.3 VBH

3.3 Haustechnik

- 3.3.1 Überblick
- 3.3.2 Unternehmensprofile
 - 3.3.2.1 GC Gruppe
 - 3.3.2.2 Richter+Frenzel
 - 3.3.2.3 Schulte Gruppe

3.4 Holz und Holzprodukte

- 3.4.1 Überblick
- 3.4.2 Unternehmensprofile
 - 3.4.2.1 hagebau Holzhandel
 - 3.4.2.1.1 Überblick
 - 3.4.2.1.2 Becher
 - 3.4.2.2 Holzland
 - 3.4.2.3 Holzring
 - 3.4.2.3.1 Überblick
 - 3.4.2.3.2 Enno Roggemann
 - 3.4.2.3.3 Thalhofer
 - 3.4.2.4 Klöpferholz
 - 3.4.2.5 ZEG

4 BAU- UND HEIMWERKERMÄRKTE

- 4.1 Überblick
- 4.2 Unternehmensprofile
 - 4.2.1 Bauhaus
 - 4.2.2 bauSpezi
 - 4.2.3 BayWa Bau & Garten
 - 4.2.4 EMV Profi
 - 4.2.5 Globus Baumarkt
 - 4.2.6 hagebaumarkt
 - 4.2.7 hela Baupark
 - 4.2.8 Hellweg Die Profi-Baumärkte
 - 4.2.9 Herkules
 - 4.2.10 Hornbach
 - 4.2.11 Kaes
 - 4.2.12 Knauber
 - 4.2.13 Krämer
 - 4.2.14 Leitermann
 - 4.2.15 Marktkauf
 - 4.2.16 Max Bahr Holzhandlung
 - 4.2.17 OBI
 - 4.2.18 plaza Bau- und Gartencenter
 - 4.2.19 Praktiker
 - 4.2.20 Toom Baumarkt

**Weitere Informationen über MSI Reports
finden Sie unter: www.msi-reports.de**

Bestellformular: DIE GRÖSSTEN HÄNDLER FÜR BAUBEDARF IN DEUTSCHLAND (Mai 2006)

Adresse

Name: _____
Position: _____
Firma: _____
Adresse: _____
<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> _____
Telefon: _____
UST-Ident-NR.: DE _____
Unterschrift: _____ Datum: _____

Faxen Sie Ihre Bestellung an:
00 44 12 44 681 457

Senden Sie Ihre Bestellung an:
MSI Reports
Viscount House
River Lane, Saltney
Chester
CH4 8RH
England

Weitere Informationen erhalten Sie unter:
Tel: 00 44 12 44 670 725
URL: www.msi-reports.de

Bestellinformationen

MSI Marktstudie: DIE GRÖSSTEN HÄNDLER FÜR BAUBEDARF IN DEUTSCHLAND

Ich möchte die Marktstudie im folgenden Format erwerben:

- | | | |
|---|----------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Druckversion* des Berichts zum Preis von 995 €. | <input type="checkbox"/> Word 97 | <input type="checkbox"/> PDF Format |
| <input type="checkbox"/> per E-Mail zum Preis von 995 €: | <input type="checkbox"/> Word 97 | <input type="checkbox"/> PDF Format |
| <input type="checkbox"/> auf CD-Rom* zum Preis von 995 €: | <input type="checkbox"/> Word 97 | <input type="checkbox"/> PDF Format |
| <input type="checkbox"/> per E-Mail <u>und</u> als Druckversion* zum Preis von 1 325 €: | <input type="checkbox"/> Word 97 | <input type="checkbox"/> PDF Format |

E-Mail:

(* = Versandkosten von 10 €)

MSI hat außerdem die folgenden Studien zu diesem Themenbereich veröffentlicht:

- MSI Marktstudie: Dachdeckungsmaterialien, Oktober 2007, 1295 €
- MSI Marktstudie: Der Markt für Bodenbeläge, August 2005, 1195 €

Machen Sie auch von unserem Angebot Gebrauch:

- 5% beim Kauf von 2 MSI-Studien
- 10% beim Kauf von 3 MSI-Studien
- 15% beim Kauf von 4 oder mehr MSI-Studien

Zahlungsdetails

Zahlung per **Kreditkarte**: Visa Mastercard AMEX

Gültig bis: Karten-Sicherheitscode*:

Kartennummer:

Bitte stellen Sie den Betrag meiner Firma in **Rechnung** (Verwaltungskosten von 10 €)

Ein **Scheck** für den Rechnungsbetrag liegt der Bestellung bei

INT

*Zahlen auf der Rückseite Ihrer Kreditkarte, im Unterschriftenfeld Ihrer Kreditkarte. Der Sicherheitscode besteht aus den **letzten drei Ziffern**.

4. BAU- UND HEIMWERKERMÄRKTE

4.1 Überblick

Die Umsätze der Baumärkte in Deutschland stiegen zwischen 2001 und 2005 insgesamt um x% an. Im Jahr 2005 betrug der Umsatz der DIY-Branche in Deutschland fast x Milliarden €. Bedingt durch den erst spät einsetzenden Frühling und die schwache Nachfrage nach Gartenartikeln, erreichten die Baumärkte des BHB im ersten Quartal 2006 lediglich einen Umsatz von knapp x Milliarden €. Die folgende Tabelle gibt einen Überblick über die Entwicklung der Umsätze im Baumarktbereich in den Jahren 2001 bis 2005.

TABELLE 1: UMSATZENTWICKLUNG DER BAU- UND HEIMWERKERMÄRKTE IN DEUTSCHLAND, 2001-2005

Jahr	€	Änderung in %
2001		
2002		
2003		
2004		
2005		

Einheit: Milliarden €

Anmerkung: erfasst werden Baumärkte mit mehr als 1 000 m² Verkaufsfläche und einem Mindestsortiment gemäß BHB-Warenklassifikation

Quelle: MSI-Analyse von Daten des BHB

Handelsquellen berichten, dass die Baumärkte ihre Umsatzanteile am Handel mit Baustoffen auf Kosten der Baustoffhändler und der spezialisierten Baufachhändler steigern konnten und somit trotz der schwachen Baukonjunktur in Deutschland weiter wuchsen. Die positive Entwicklung im Bereich Renovierung und Sanierung trug ebenfalls zur Umsatzsteigerung bei.

Handelsquellen zufolge gab es trotz der steigenden Umsätze im Bereich Baumarkt einen harten Preiswettbewerb unter den Baumärkten. Dies zeigte sich nicht zuletzt daran, dass ein Großteil der von Baumärkten betriebenen Werbung auf den Preis Bezug nahm.

Neben einer Erhöhung der Umsätze kam es jedoch auch zu einer Ausweitung der Flächen im Baumarktbereich. So wurden neu eröffnete Baumärkte immer größer, und bereits bestehende Märkte wurden durch größere ersetzt. Ziel der Vergrößerung der Flächen ist nach Angaben von Handelsquellen, das Einkaufen im Baumarkt für den

Kunden zum Erlebnis zu machen und Platz für ein breiteres und tieferes Angebot zu schaffen. Im Jahr 2005 lag die durchschnittliche Verkaufsfläche der Baumärkte in der Kategorie von über 1 000 m² bei 5 466 m². Für die Kernsortimente Heimwerken und Bauen waren rund X% dieser Fläche reserviert, während die weitere Verkaufsfläche auf Erweiterungssortimente und Gartenabteilungen entfiel.

Durch Neueröffnungen stieg auch die Anzahl der Baumärkte weiter an. Handelsquellen erwarten, dass sich dieser Trend zunächst in abgeschwächter Form fortsetzen wird. Auf Grund der in Deutschland bereits bestehenden hohen Anzahl an Baumärkten werden die Betreiber der Baumärkte daher verstärkt versuchen, Wachstumsmärkte im Ausland zu erschließen. Trotz des anhaltenden Trends zu Neueröffnungen kommt es im Baumarktbereich auch zur Schließung von Märkten. Neu eröffnete Märkte erhalten Handelsquellen zufolge in der Regel einen Zeitrahmen, um Profitabilität zu erreichen. Wird dieses Ziel verfehlt, werden die Märkte wieder geschlossen.

Nach Angaben des BHB gab es im Jahr 2004 rund X Baumärkte in Deutschland. Diese Zahl umfasst auch mittelständische Baumärkte, die nicht in der obigen Umsatztafel enthalten sind. Die folgende Tabelle gibt einen Überblick über die Märkte und Umsätze der größten Baumarktketten in Deutschland im Jahr 2005.