

Baumarkt-Segment
bleibt stabil

Obi



weiter Platzhirsch

- 79 Märkte am Netz
- Diskont Schienen expandieren
- Kika/Leiner-Märkte sind keine große Expansionschance

TEXT: HERBERT SCHNEEWEISS

Obi bleibt weiter vorne. Mit 79 Märkten und einer Verkaufsfläche von rund 558.000 m² führt die Kette das Baumarkt-Ranking weiter an. Auf Platz zwei rangiert Bauhaus mit 20 Standorten und 199.000 m². Um Platz drei ritt Hornbach mit 14 Geschäften (172.000 m²) und Hagebau mit 43 Outlets (163.000 m²). „Es ist nicht viel passiert“, so Dr. Roman Schwarzenacker, Gesellschafter und Prokurist bei Standort+Markt gegenüber REGAL.



DR. ROMAN SCHWARZENACKER, Standort+Markt

Diskont. Die größte Bewegung gibt es bei den neuen Marktteilnehmern. „Der Baumarktsektor entdeckt den Diskont“, so Schwarzenacker. So expandiert aktuell Gifi. „Das Format hält bei zwei Standorten in Hartberg und im Fachmarktzentrumsteil des G3 Shopping Resort.“ Auch bei Thomas Philipps werden laufend neue Märkte ans Netz genommen. 2023 hält die Kette bei sechs Geschäften mit mittlerweile mehr als 10.000 m². „Da erwarten wir auch weitere Neueröffnungen dieser beiden Vertriebslinien. Hier sehen wir am ehesten Expansionspotenzial.“

Keine großen Umbrüche erwartet Schwarzenacker durch die neu auf den Markt gekommenen kika/Leiner-Filialen. „Mir ist noch nichts zu Ohren gekommen, dass derartige Filialen zu Baumärkten umfunktioniert werden. Von der Standortlogik würde es passen. Darüber hinaus liegen meist Widmungen vor, die sowohl Möbel- als auch Baumarktsortiment ermöglicht. Doch: Es wird die Gebäudestruktur manchmal einfach ungeeignet sein.“ Schwarzenacker: „Möbelhäuser sind oft mehrgeschoßig und eignen sich daher weniger als Baumarkt, da müsste eine Lösung für die oberen Geschoße gefunden werden. Außerdem sind die alten Möbelhäuser meist in Bezirkshauptorten angesiedelt, die bereits im Baumarktbereich gut ausgestattet sind.“

City-Baumärkte. Eine interessante Idee sind weiters die City-Baumärkte. „Sie konnte sich bislang aber nicht wirklich etablieren.“ Expansionspotenzial gäbe es aber für kleinere Spezialisten. „Das gilt für Werkzeug- oder Poolfachmärkte sowie eigene Brand-Stores.“



HAGEBAU bringt es mit 43 Outlets auf 163.000 m² Verkaufsfläche



Baumärkte in Österreich

Baumärkte**	Anzahl	Vkfl in m ²
Bauhaus	20	198.750
BayWa Vorarlberg	4	13.500
Hagebau	43	162.778
Hellweg Baufreund	7	33.700
Hornbach	14	172.712
Let's do it	16	24.178
Lieb Markt	6	37.300
Obi	79	558.331
Quester	16	31.250
Thomas Philipps (in Expansion)	3	10.000
Würth-Hochenburger	13	41.900
Gesamt	224	1.284.399

Quelle: Standort+Markt, 2022

Rösle: 135-Jahr-Jubiläum

Das Familienunternehmen Rösle, bekannt für hochwertige Küchenwerkzeuge aus Edelstahl sowie Grillgeräte in Spitzenqualität, feiert sein 135-jähriges Jubiläum. Gegründet 1888, hat sich der Betrieb über die Jahre hinweg stets an seinen hohen Qualitätsstandards orientiert und bekennt sich bis heute zum Standort Marktoberdorf. „Wir sind stolz auf unsere Wurzeln und die lange Tradition, die uns zu dem gemacht hat, was wir heute sind“, so Geschäftsführer Henning Klempp. „Unser Bekenntnis zum Standort Marktoberdorf und unsere Investitionen in Lager und Logistik zeigen, dass wir auch in Zu-

kunft hier ansässig bleiben werden. Gleichzeitig ist es genauso wichtig, die aktuellen Trends der Gesellschaft im Auge zu behalten.“ Doch nicht nur in Lager und Logistik hat Rösle investiert. Mehrere Outlet-Stores sorgen in Deutschland und Österreich für ein ganz besonderes Einkaufserlebnis.

Mit seinen Produkten bleibt Rösle immer am Puls der Zeit. Und hoch innovativ. 2022 kam ein neuartiger Deckel der Topf-Serie Silence Pro, mit Dampfauslass, Schüttrand und cleverer Einsteckmöglichkeit im Topfgriff in die Regale. „Produkte aus recycelten Materialien gehören ebenfalls zum Sortiment und zum Nachhaltig-



HENNING KLEMP, Rösle-Geschäftsführer

keitsanspruch unseres Unternehmens.“ Ablesbar an der Topf- und Pfannen-Serie Cadini. Heute ist die Gruppe in über 40 Ländern der Welt vertreten und hat in den USA eine eigene Vertriebsgesellschaft.