

Marken und Marktanteile

Der Holzfachhandel umfasst unter dem Dach des Gesamtverbandes Deutscher Holzhandel e.V. (GD Holz) den Handel mit Holz, Holzwerkstoffen und Bauelementen aus Holz sowie die Betriebstypen Rohholzhandel, Brennholzhandel, Import- und Exporthandel sowie den Furnierhandel.

Der Handel mit Holz erfolgt in Deutschland im Wesentlichen über die Branchen Holzhandel, Baustoffhandel und Bau- und Heimwerkermärkte. Die Hersteller von Holzprodukten treten ebenfalls als Handelsunternehmen auf; hier sind der Sägewerkshandel, der Importhandel der Hobelwerke oder andere nur in separate Unternehmen ausgelagerte Handelsaktivitäten als Beispiel zu nennen. Ebenso treten Holzmakler und -agenten vermehrt als Handelsunternehmen auf.

Zur Abgrenzung verwenden die Verbände auch die Begriffe Holzfachhandel und Baustoff-Fachhandel sowie Bedachungsfachhandel und Fliesenfachhandel.

Diese Begriffe werden aber von den Unternehmen im Internet und für Pressemitteilungen nur selten verwendet. So ergab eine Google Recherche im Mai 2009 immerhin 3,2 Mio. Treffer für den Begriff Baumarkt, 395.000 Treffer für den Begriff Holzhandel, 63.700 Treffer für den Begriff Holzfachmarkt und nur 36.800 Treffer für den Begriff Holzfachhandel. Die Begriffe „Holzhandel“ und der Ort wie „Hannover“ werden in Kombination von den Nutzern am häufigsten für die Suche verwendet. Ähnliche Trefferquoten erzielen die Begriffe Baustoffhandel, Bau-

stoff-Fachhandel und Baufachmarkt.

Der Holzfachhandel umfasst unter dem Dach des Gesamtverbandes Deutscher Holzhandel e.V. (GD Holz) den Handel mit Holz, Holzwerkstoffen und Bauelementen aus Holz sowie die Betriebstypen Rohholzhandel, Brennholzhandel, Import- und Exporthandel sowie den Furnierhandel. Etwa 80 Prozent aller Holzhändler sowie viele Hersteller und Holzmakler gehören dem zentralen Verband an, der für 2008 das vorläufige Gesamtmarktolumen des Holzhandels ohne Umsatzsteuer mit etwas über neun Mrd. € angibt.

Der Baustoff-Fachhandel umfasst nach Auffassung des Bundesverband Deutscher Baustoff-Fachhandel e.V. (BDB) den Handel mit Massenbaustoffen, Rohbaustoffen, Innenausbau-Produkten, und Produkten für Dach und Fassade sowie Garten- und Landschaftsbau. Holz und Holzwerkstoffe insbesondere Bauholz und Bauplatten gehören zum Standardsortiment. Etwa 80 Prozent der Baustoffhändler sind in diesem nunmehr ebenfalls zentralen Verband zusammengefasst, der das Marktolumen für seine angeschlossenen Mitglieder mit 13,5 Mrd. € angibt. Daneben gehören

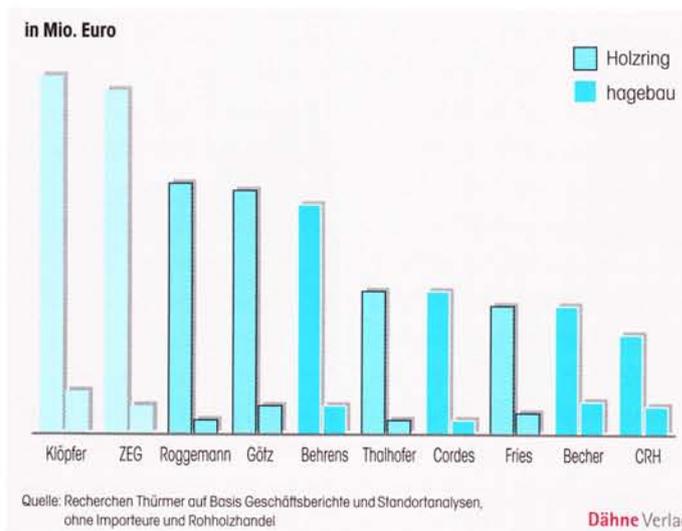
die Spezialisten für Dach- und Fassadenbaustoffe dem Zentralverband des Deutschen Bedachungsfachhandels e.V. (ZDBF) sowie die Fliesenfachmärkte und der Fliesengroßhandel dem Bundesverband des Deutschen Fliesenfachhandels e.V. (VDF) an. Für diese beiden Spezialisten des Baustoffhandels fehlen bisher Angaben zum Marktvolumen.

Der Bundesverband Deutscher Heimwerker-, Bau- und Gartenfachmärkte e.V. (BHB) definiert den Begriff Baumarkt für Betriebe ab 1.000 m² überdachter und beheizter Verkaufsfläche mit den Kernsortimenten Baustoffe, Holz und Eisenwaren. Das Marktvolumen 2008 beträgt ohne Umsatzsteuer 14,3 Mrd. €.

Die Datenbasis für dieses Referat sowie das vom 8. Juni 2009 bildet eine Datenbank mit 1.436 aktiven Holzhändlern mit 1.868 Standorten, die insgesamt ein Marktvolumen von zusammen ca. 9,3 Mrd. € erreichen. Hierin enthalten sind anteilig 102 Standorte des Betriebstyps Holz- und Baustoffhandel wie zum Beispiel die Firmen Große Beilage in Vechta oder Goldman Lindenberger in Pforzheim. Dieser Betriebstyp vertreibt zusätzlich zu Baustoffen auch Kernsortimente für die Zielgruppe Tischler oder versteht sich als Vollsortimenter für den Zimmermann.

Die Abgrenzung zum Baustoffhandel erfolgt über Baustoffhändler oder Bedachungsfachhändler, die lediglich Bauholz und Bauplatten vertreiben, sowie den Betriebstyp Bauelementehandel,

117 Standorte Holzfachhandel mit ca. 1,5 Mrd. Euro Umsatz



Treffer Google Recherche Mai 2009 Verwendung der Begriffe im Internet



der Fenster, Türen und Tore aus Holz und anderen Materialien vertreibt. Diese Betriebstypen sind dem Baustoffhandel zugeordnet.

Marken im Holzhandel

Für die folgende Analyse der Marken im Holzhandel wurden im Oktober 2009 nunmehr 627 Holzhändler mit insgesamt 1.031 Standorten berücksichtigt, die zusammen ein Marktvolumen von 8,3 Mrd. € und damit fast 90 Prozent des gesamten erfassten Volumens abdecken. Hierin enthalten sind die Top 500 Unternehmen im Holzhandel, alle Mitglieder und Gesellschafter von Verbundgruppen, alle Holzcentren sowie 45 Unternehmen, die u. a. auch einen oder mehrere Standorte des Betriebstyps Holz- und Baustoffhandel betreiben.

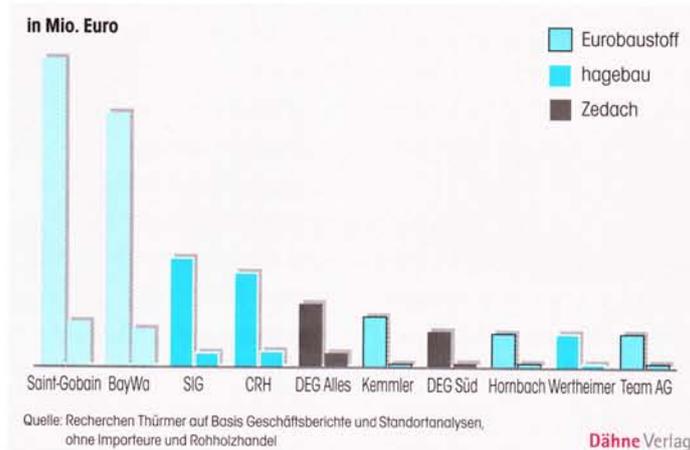
69 Prozent dieser Holzhändler nutzen ausschließlich ihren eigenen Namen als Marke für ihren Internetauftritt. Zwölf Prozent der Holzhändler nutzen „Holzland“ als Erst- oder Zweitmarke neben ihrem Namen für ihren Internetauftritt.

Allerdings verwenden fast ein Drittel der Unternehmen noch das alte Holzland Logo.

Elf Prozent der Holzhändler bilden das Logo des Gesamtverbandes Deutscher Holzhandel neben ihrem eigenen Namen auf ihrer Startseite im Internet ab. Fast die Hälfte verwendet dabei die ältere Version des Logos (Fachhändler BD Holz) oder sogar eine abgewandelte Version der Holzhandelstanne. Weitere drei Prozent der Startseiten der Internetauftritte

tragen diverse andere Logos als Zweitmarke. Immerhin fünf Prozent der Holzhändler hatten zum Zeitpunkt der Recherche keinen Internetauftritt. Insgesamt 18 Prozent aller aufrufbaren Internetauftritte wurden mit systematisierten Modulen von Holzland oder der Hagebau gestaltet. 68 Gesellschafter oder Anschlusspartner von Holzland verwendeten die Lösung der Internetagentur pw-Internet Solutions bzw. 36 Gesellschafter und

752 Standorte Baustoffhandel mit ca. 5,6 Mrd. Euro Umsatz



Mitglieder von Hagebau / EDE / EK die Lösung der Firma Strait.

„HolzProfi“

Dem Vertriebssystem „HolzProfi“ der Hagebau mit eigenem Internetauftritt gehören 43 Standorte von 38 Unternehmen an. 20 davon sind Gesellschafter der Hagebau, 13 Mitglieder des EDE sowie fünf Genossen der EK-Servicegroup. Nur ein Unternehmen führt das „HolzProfi“-Logo als Zweitmarke neben dem eigenen Namen. 21 Unternehmen der „HolzProfi“-Fachmärkte verwenden nur ihren eigenen Namen ohne jeden Hinweis auf das Vertriebssystem. Drei Gesellschafter der Hagebau führen das Hagebau-Logo als Erst- oder Zweitmarke, zwei davon sind Holz- und Baustoffhändler.

Zwölf Unternehmen verwenden das „HolzProfi“-Logo in der rechten Logoleiste unterhalb einiger Blätterkataloge und weiterer Aktions-, Service- und Info-Felder. Nochmals vier Unternehmen führen das „HolzProfi“-Logo am Seitenende im Textbereich des Internetauftrittes auf. Da diese beiden vorgenannten Platzierungen der Logos nicht mit den Auftritten der Holzland-Standorte vergleichbar sind, wurde das „HolzProfi“-Logo auch nicht als Erst- oder Zweitmarke berücksichtigt.

Holzcentren

Insgesamt wurden 161 Standorte als Betriebstyp Holzzentrum identifiziert, die zusammen ein Marktvolumen von etwa 1,8 Mrd. € erzielen und damit ihren Marktanteil in den letzten Jahren auf nunmehr 20 Prozent steigern konnten. Holzcentren bieten die typischen Kernsortimente eines Holzfachmarktes an und verfügen

– angelehnt an die Definition des BHB für Baumärkte – über mindestens 1.000 m² Verkaufsfläche für Endverbraucher. Zusätzlich verkaufen Holzzentren am selben Standort als Holzgroßhändler auch die typischen Kernsortimente an die Zielgruppen Tischler bzw. Zimmerer.

Holzzentren entstanden vor etwa 20 Jahren durch die Angliederung eines Holzfachmarktes an den Holzgroßhandel, später auch an den Sägewerkshandel. In den letzten Jahren wurden an vielen Standorten die bis dahin ähnlich einem Baumarkt aufgebauten DIY-Bereiche in einen Ausstellungsverkauf umgewandelt. Einige Holzgroßhändler haben sich dem Betriebstyp Holzzentrum in den letzten Jahren auch durch Erstellung von Ausstellungsflächen angenähert. Ebenfalls in den letzten Jahren haben Holzeinzelhändler oder Holzfachmärkte aufgrund des Wettbewerbsdrucks der Baumärkte mit dem Holzgroßhandel begonnen und sich damit ebenfalls dem Betriebstyp Holzzentrum angenähert.

Mit 53 Holzzentren führen die Gesellschafter der Hagebau die Rangliste an, hiervon gehören aber 16 Betriebe zum Betriebstyp Holz- und Baustoffhandel bzw. Baustoffhändler. Weitere fünf Standorte sind Mitglied des EDE bzw. vier Standorte Genossen der EK-Servicegroup.

Insgesamt 38 Standorte gehören zur Verbundgruppe Holzland. 30 Standorte sind den Gesellschaftern des Holzringes zuzurechnen. 14 Betriebe sind bei der Verbundgruppe Eurobaustoff angesiedelt, hier aber überwiegend dem Betriebstyp Holz- und Baustoffhandel bzw. Baustoffhänd-

lern zuzuordnen. Sieben Betriebe sind Doppelmitgliedschaften beim Holzring und der Eurobaustoff zuzurechnen. Zehn weitere Holzzentren sind anderen oder keiner Verbundgruppe angeschlossen. 21 Holzzentren verwenden die Marke „Holzland“ als Erst- oder Zweitmarke auf der Startseite des Internetauftrittes. Weitere acht Standorte tragen diverse andere Logos.

Marktanteile

Die Verbundgruppe Hagebau sieht sich mit einem Marktanteil von etwa 25 Prozent und einem Außenumsatz von 1,7 Mrd. € als

Holzhandel oder im Baustoffhandel fakturieren oder regulieren die Einkaufsumsätze ihrer Gesellschafter oder Mitglieder in erster Linie zur Generierung von Rahmenkonditionen oder Boni. Einen eigenen vollständigen Einkaufsprozess von der Anfrage über die Preisverhandlungen bis hin zur Auftragserteilung realisieren die Verbundgruppen – wenn überhaupt – nur für ein sehr kleines Einkaufsvolumen, ihre Eigenmarken oder ihre Zentralläger. Auch der Verkaufsprozess an die eigenen Gesellschafter, Mitglieder oder deren Kunden erfolgt – mit Ausnahme der Zentralfakturierung

Abrechnungsumsätze. Ebenso beansprucht der „Marktführer“ unter den Verbundgruppen natürlich bei den Lieferanten auch die höchsten Rahmenkonditionen, Boni, Werbekostenzuschüsse usw. In der Branche Baumarkt stellt sich die Teilnahme der Verbundgruppen am Einkaufs- und Absatzprozess anders dar. Hier werden in der Regel durch die Franchise- oder Systemgeber auch die nationalen Einkaufspreise verhandelt sowie Verkaufspreise gelistet.

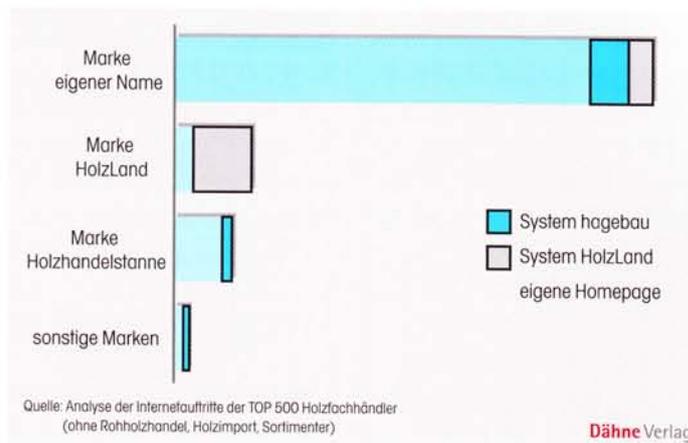
Eine funktionsgerechte und leicht nachvollziehbare Darstellung der Marktanteile könnte wie folgt aussehen:

Die „marktführende“ Interessenvertretung der Holzhändler in Deutschland ist nach wie vor der GD Holz, der Baustoff-Fachhändler der BDB, der Baumärkte der BHB sowie der Spezialisten auch der ZDBF oder der VDF. Diese verweisen jeweils auf einen „Marktanteil“ von etwa 80 Prozent.

Die „marktführende“ Verbundgruppe im Holzhandel ist der Holzring, deren Gesellschafter in Deutschland zusammen etwa einen Außenumsatz von fast 1,4 Mrd. € realisieren. Auf dem zweiten Platz folgt Holzland. Gesellschafter und Anschlusspartner kommen fast auf 1,0 Mrd. €. Hagebau folgt mit ebenfalls fast 1,0 Mrd. € auf Platz drei, hierbei wurden nur die 38 Holzhandlert sowie 20 Holz- und Baustoffhändler berücksichtigt, die Gesellschafter der Hagebau sind und hier auch ihre Einkaufsumsätze abrechnen. Auf den weiteren Plätzen folgen dann das EDE, die Eurobaustoff, der MDH, die EK-Servicegroup, die Zedach, EMV und noch Nowebau.

Folgt man der von Hagebau gewählten Zuordnung, alle Stand-

Markenanalyse Holzhandel 627 Unternehmen im September 2009



Marktführer im Holzhandel. Aktuell stellt sich auch die Verbundgruppe Eurobaustoff mit 50 Prozent Marktanteil und 8,5 Mrd. € als Marktführer im Baustoff-Fachhandel noch vor den Konzernen Saint-Gobain und Baywa dar.

Diese Darstellung kann leicht missverstanden werden, da diese Verbundgruppen im klassischen Sinne von Umsatz und Absatz oder auch Einkauf gar nicht am Marktgeschehen und dem Wettbewerb teilnehmen. Verbundgruppen im

oder -regulierung sowie etwaiger Werbeunterstützung – in der Regel ohne Beteiligung der Verbundgruppen.

Weiterhin sind weder die Hagebau im Holzhandel noch die Eurobaustoff im Baustoff-Fachhandel mit ihrer vorgenannten Marke mit nennenswerten Anteilen vertreten. Der Wettbewerb der Verbundgruppen wird in erster Linie nicht um die höchsten Absatzanteile geführt, sondern um die Gewinnung neuer Gesellschafter und

orte des Hagebau Holzhandels in ihrem Außenumsatz zu addieren, so ergibt sich auch dann kein anderes Ranking der Top Verbundgruppen im Holzhandel. Dem Holzring müssten dann auch alle Doppelmitglieder der Eurobaustoff bzw. Holzland die MDH-Standorte jeweils komplett zugerechnet werden. In der Folge wären dann allerdings die Marktanteile nach Branchen nicht mehr nachvollziehbar, da dann Umsätze in verschiedenen Branchen mehrfach berücksichtigt würden.

Insgesamt sind im Holzhandel in Deutschland etwa 45 Prozent des Umsatzvolumens sowie 43 Prozent der Standorte von 36 Prozent der Unternehmen Verbundgruppen angeschlossen. Einige Holzhändler haben sich inzwischen auch Allianzen von Baustoffhändlern angeschlossen wie der Consortis, der Contract Company oder der SAH.

Im Baustoffhandel ist die „marktführende“ Verbundgruppe Eurobaustoff gefolgt von Hagebau und Zedach. In diesen und weiteren Verbundgruppen sind fast der gesamte Mittelstand sowie inzwischen auch einige Konzerne, Genossenschaften und Hersteller zusammengeschlossen. Unterhalb der Verbundgruppenebene sind zumindest die Gesellschafter von Eurobaustoff und Hagebau zusätzlich noch in Allianzen gemeinsam in der Verhandlung von regionalen Rahmenbedingungen aktiv. Im Baumarkt ist die „marktführende“ Verbundgruppe die Zeus mit den Gesellschaftern Hagebau, EDE und EK-Servicegroup, gefolgt von der Eurobaustoff und der EMV.

Die zehn größten Unternehmen im Holzhandel erreichen zusammen einen Marktanteil von etwa 16

Prozent. Der Marktführer Klöpferholz erreicht etwa drei Prozent. Nur die beiden Konzerne CRH mit der Beteiligung Bauking sowie Saint-Gobain mit der Marke Raab Karcher und den Beteiligungen Sporckenbach, Gallhöfer usw. erreichen im Holzhandel Marktpositionen unter den Top 10 bzw. Top 30. Einkaufsgenossenschaften wie die ZEG und die DEG Alles für das Dach erreichen Marktpositionen unter den Top 10 bzw. Top 50. Im Holzhandel aktive Hersteller sind unter den Top 10 bzw. Top 30 die Cordes-Gruppe mit den Beteiligungen WHG-Ahmerkamp, Doerk, Blum, Henkel usw. sowie der zuvor erwähnte Saint-Gobain Konzern.

Nur die Unternehmen ZEG, Fries und Becher sind an allen ihren Standorten mit einheitlicher Marke und Namensgebung aktiv. Die Marke „Holzland“ wird damit deutlich häufiger im Holzhandel verwendet als die Marken der marktführenden Unternehmen. Zusammen erreichen die mittelständischen Holzhändler immer noch einen Marktanteil von über 95 Prozent.

Allein die beiden größten Unternehmen im Baustoffhandel Saint-Gobain und BayWa erreichen je nach Abgrenzung der Branche zusammen fast 20 Prozent Marktanteil. Allein die Hersteller von Baustoffen und auch im Baustoffhandel aktiven Konzerne wie Saint-Gobain, CRH und SIG kommen zusammen unter den Top 10 auf einen Marktanteil von fast 20 Prozent. Weitere Konzerne wie BayWa, Hornbach oder Team sind unter den Top 10 vertreten. Einkaufsgenossenschaften wie die regionalen DEG- und Raiffeisen- bzw. Agravis-Gruppen sind unter den Top 10 bzw. Top 30 ebenfalls vertreten.

Unter den Top 50 Baustoffhändler erreichen die Marken „BayWa“ der Baywa, „Raab Karcher“ des Saint-Gobain Konzern



Der Autor Diplom-Holzwirt Michael Thürmer, Jahrgang 1960, ist Unternehmensberater und Spezialist für den Holzhandel und Bauelementehandel in Deutschland, Österreich und der Schweiz mit Erfahrungen in den Branchen Baustoffhandel, Fliesenhandel und Baumarkt. Diese Ausarbeitung basiert auf einem früheren Referat vom Juni 2009.

sowie „Bauking“ des CRH-Konzern in Bezug auf die so im Internetauftritt aufgeführten Standorte die höchste Marktpräsenz. Die Marke „Hagebau“ folgt vor allem wegen der Verwendung für die Standorte mit Hagebaumarkt auf dem vierten Platz. Zusammen erreichen die mittelständischen Unternehmen noch einen Marktanteil von etwa 50 Prozent, allerdings schaffen es nur noch die Firmen Kemmler und die Wertheimer-Gruppe unter die Top 10.

Noch höhere Marktanteile erreichen die Marktführer im Bau-

marktbereich Tengelmann mit der Marke Obi sowie Metro mit den Marken Praktiker und Max Bahr. Mittelständische Unternehmen sind nur noch über die Konzerne oder Verbundgruppen als Franchise- oder Systemnehmer unter den Top 10 vertreten. Die Zeus bzw. Hagebau mit den Marken „Hagebau“, „Hagebaumarkt“, „Werkmarkt“ und weiteren Marken der angeschlossenen Mitglieder sowie die Eurobaustoff mit der Marke „i+m Bauzentrum“ sind nach dem Ranking der Top 10 des Dähne Verlages 2008 auf den Plätzen 5 bzw. 8 vertreten.

Basis für das Ranking der Unternehmen ist eine Bereinigung der Umsätze auf reine Handelsumsätze sowie deren Zuordnung je nach Zugehörigkeit und Schwerpunkt des Geschäftsbetriebes der Unternehmen und Standorten in die entsprechenden Branchen.

Zusammenfassung

Der eigene Name bildet auch auf Basis der nunmehr 627 untersuchten Internetauftritte für die meisten Holzhändler die alleinige Marke. Nur die Marke „Holzland“ kann einen Marktanteil und damit Nutzen als Dachmarke für die Unternehmen im Holzeinzelhandel und auch im Betriebstyp Holzzentren nachweisen. Im reinen Holzgroßhandel ist auch die Marke „Holzland“ nicht nennenswert vertreten. Ob die Marke „HolzProfi“ einen ähnlichen Nutzen entfalten wird, bleibt ebenso abzuwarten wie die Platzierung der Marke „Hagebau“ für den Fachhandel der Hagebau. Dieser Auftritt ist aber bisher nur den Gesellschaftern der Hagebau vorbehalten.