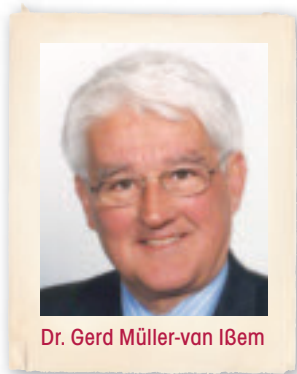


Die Dekade vor der deutschen Einheit

Die 1980er Jahre waren geprägt von Expansion, aber auch von einem beginnenden Verdrängungswettbewerb. Einige damals bekannte Namen sind heute längst Geschichte.

In den 70er Jahren schufen die Pioniere die Fundamente für die Erfolgsstory der Bau- und Heimwerkermärkte in Deutschland. In den 80er Jahren wurden die Konturen der Marktentwicklung bereits deutlicher. Ich möchte hier diese zehn Jahre Revue passieren



Dr. Gerd Müller-van Ißem

lassen. Ich stütze mich dabei unter anderem auf die Statistiken des Dähne Verlages. Das Jubiläumsheft „40 Jahre Dähne Verlag“ ist Anlass für diesen Rückblick und damit ein weiterer Beleg für die große Rolle, die der Verlag für die Wahrnehmbarkeit der Branche und auch die Nachvollziehbarkeit für wichtige Trends in und aus der Branche spielt.

Doch nun zu den Zahlen als Einstieg für die 80er Jahre – die Dekade vor der Deutschen Einheit. Die Anzahl der Baumärkte der je-

weils 30 größten Unternehmen stieg von 358 im Jahr 1980 auf 1.534 im Jahr 1990. Das ist ein unglaublicher Anstieg um 428 Prozent. Im selben Zeitraum stieg der Umsatz der DIY-Branche der jeweils 30 größten Unternehmen von rund einer Mrd. € auf sieben Mrd. €. Allein dies verdeutlicht wie nichts anderes, welche Dynamik die Branche in diesem goldenen Jahrzehnt entfalten konnte. Denn in Prozent ausgedrückt wurde hier ein Wachstum von nicht weniger als 700 Prozent erzielt.

Was sind nun die wichtigsten Aussagen dieser Zahlen für die Analyse „meiner Dekade“? Die mir am wichtigsten erscheinende Aussage ist hier, dass in dieser Zeit ein Marktsegment definiert und entwickelt wurde, das ungeahnte Chancen für den Verbraucher entwickelte. Dazu zählt nicht nur das Marktsegment DIY, sondern auch der Garten als Hobbygarten. Heimwerken wurde damit erkannt und erkennbar. Aber die wichtigsten treibenden Kräfte für die beschleunigte Entwicklung war die gewachsene Kaufkraft und die nun zur Verfügung stehende Freizeit. Der Markt der Produkte, Lösungen und Konzepte für ein schöneres Zuhause oder einen individuelleren

Garten wuchsen und trieben wiederum Handel und Industrie an, immer neue Angebote zu schaffen. Immer öfter wurde Heimwerken so zu einer echten Alternative zur klassischen Handwerker-Dienstleistung oder als deren Ergänzung.

Moderne Präsentation in breiten Gängen und in Themeninseln entstanden und begannen in den Köpfen und Herzen der Verbraucher neue Kauf- und Käuferwünsche zu wecken. Augenfällig war die Entwicklung der Baumarkt- und auch der Gartencenter in und über die Verbandslandschaften zwischen und bei Handel und Handwerk. So entwickelt sich der Verband der Deutschen Gartencenter im und aus dem Verbund der Saatguthändler, und aus dem Gartenbauverband entwickelte sich der Verband der Einzelhandels-Gärtner, zuvor gärtnerischer Endverkauf. Die Musik spielte jedoch zunehmend bei den Verbundstandorten der Baumärkte mit Gartencentern.

Auch auf der Industrieseite reagierte man: Aus der Herstellervereinigung Bau- und Heimwerkerbedarf HBH wurde 1983 die Herstellervereinigung Bau- und DIY. Und der Industrieverband Garten IVG (damals noch die IVG, die Industrievereinigung) holte 1984



den damals 38-jährigen Autor als Geschäftsführer zum Verband mit der Aufgabe, diesen weiter zu entwickeln und auf die Anforderungen der damals „modernen Vertriebsformen“ auszurichten bzw. anzupassen.

Geprägt waren die 1980er Jahre aber auch von einigen Namen, die heute längst Geschichte sind. An den ein oder anderen sei hier erinnert. So führte Stinnes zu Beginn der 80er Jahre das Straßensystem in der Flächenaufplanung ein. Stinnes steht ja auch gemeinsam mit Schenker, der damaligen Logistikschwester, für Versuche, die Anliefermenge je Woche auf zwei zu beschränken. Ende der 70er Jahre in Moers am Niederrhein gegründet, wies Götzen 1988 bereits elf Baumärkte auf, bevor in den 90er Jahren

Baumarkt in Zweibrücken gestartet war, der dann in der nächsten Dekade 1991 Deutschlands größter Baumarkt mit mehr als 16.000 m² gewichteter Verkaufsfläche wurde. Auch Praktiker spielte in der Dekade eine besondere Rolle, also noch in der Metro-Zeit. Dort versuchte man sich durch die Einführung von Haushaltswaren, Unterhaltungselektronik und Weißer Ware ein eigenes Profil zu geben und sich von Wettbewerbern abzugrenzen. 1990 erreichte Praktiker einen Umsatz von über einer Mrd. €. Auch Bauhaus war zu dieser Zeit Vorreiter und Individualist. Bereits 1982 wurde das 60. Bauhaus in Düsseldorf eröffnet. Dann folgte eine stark europäisch ausgerichtete Internationalisierung. Hornbach setzte von Beginn an

mehr als 450 Betriebsstätten. Und Obi machte sich auf den Weg zum Marktführer. Mr. Obi, Manfred Maus, nutzte die Initiativen des Mittelstandes über das Franchise-System und steigerte die Zahl der Märkte bis 1990 deutlich.

Viele Namen gehören also zur Geschichte der 1980er Jahre, auch solche, die heute kaum noch jemand erinnert. Aus einem Aufbauwettbewerb, das war auch bereits in den 1980er Jahren zu spüren, zeigten sich erste Anzeichen eines Verdrängungswettbewerbs.

Und auf ein anderes Phänomen sei noch hinwiesen. Damals wie heute wurde die Handelslandschaft in Deutschland geprägt von deutschen Unternehmen. Bei den Produkten und Sortimenten jedoch stiegen die Importe in den 1980er Jahren deutlich an, ob direkt oder über Handelsanteile der Lieferanten. Auf Lieferantenseite wiederum wurde damit begonnen, die Ausfuhren zu steigern, zumeist im damals noch EG-Binnenmarkt, um Abhängigkeiten zu begrenzen. Zu Ende der 80er Jahre ist der DIY- und damit auch der Gartenmarkt in Deutschland entwickelt, definiert und gestärkt und wird auch so



Die Globus Baumärkte wurden 1987 gegründet. Heute zählt die Kette 94 Standorte. Im Bild der Markt in Halle, eröffnet Anfang der 90er Jahre.

die Expansion in die „Neuen Länder“ startete.

Andere betraten erst die Bühne wie Globus Baumärkte, die 1987 gegründet wurden, nachdem 1986 der erste eigenständige Globus

auf die angegliederten Gartencenter und bei der Hagebau trieb Klaus Safier die Expansion voran. 1980 gab es sechs Hagebaumärkte; 1990 waren es über 100 Märkte und 177 Gesellschafter mit

vom Verbraucher wahrgenommen. Konzentration zeichnet sich ab, der Wettbewerb nimmt zu. Und in Deutschland gibt es plötzlich die Einheit, eine Situation, für die kein Drehbuch vorhanden war. ■

