

Presseinformation

Geschäftsjahr 2015/16: baumarkt direkt steigert Umsatz signifikant

- **6,1 Prozent Umsatzzuwachs zum Vorjahr**
- **Mobile macht bereits ein Drittel des E-Commerce-Umsatzes aus**

Hamburg, 29. März 2016 – Die baumarkt direkt GmbH & Co KG baut ihre Position als erfolgreichster Multichannel-Anbieter im Do-It-Yourself-Markt (DIY) weiter aus. Im zurückliegenden Geschäftsjahr 2015/16 (29.02.2016) konnte das Joint Venture der Otto Group und der hagebau seinen Umsatz nach IFRS signifikant steigern: Mit einem Anstieg auf 239 Millionen Euro (Vorjahr: 225 Millionen Euro) wuchs der Umsatz um 6,1 Prozent. Besonders erfreulich wirkte sich der umfassende Relaunch von hagebau.de im Frühjahr 2015 aus. Die positive Entwicklung bestätigt die Multiplattform-Strategie von baumarkt direkt, in der besonders die mobile Optimierung und damit auch die mobilen Umsätze einen immer größeren Platz einnehmen.

Insgesamt bleibt der deutsche Baumarkthandel in seinem Wachstum hinter baumarkt direkt zurück. 2015 konnte der DIY-Markt ein durchschnittliches Umsatzplus von rund 2,4 Prozent erreichen.

„Der Erfolg zeigt, dass wir mit unserer Multiplattform-Strategie auf dem richtigen Weg sind“, sagt Stefan Ebert, Geschäftsführer von baumarkt direkt. „Wir setzen mit unserer E-Commerce-Kompetenz Maßstäbe im DIY-Markt, indem wir die Chancen der neuen Technologien ergreifen und unseren Kunden auf allen Kanälen passgenaue Angebote machen.“ baumarkt direkt nutzt erfolgreich die unterschiedlichen Vertriebskanäle seiner Gesellschafter: stationär in den hagebaumärkten, über die Online-Plattform hagebau.de sowie über die Online-Shops und Kataloge der großen Versender innerhalb der Otto Group.

Cross-Channel-Ansatz aus einem Guss

Mit seiner Multiplattform-Strategie setzt der DIY-Distanzhändler auf die konsequente und schnelle Multiplikation seiner Online-Shop-Konzepte. Nach dem erfolgreichen Relaunch von hagebau.de im März 2015 konnte bereits ein halbes Jahr später WERKERSWELT.de mit der gleichen E-Commerce-Plattform an den Start gehen. Der technische Aufbau der beiden Online-Shops bietet nicht nur eine deutlich verbesserte Mobile-Performance, sondern ermöglicht auch den gezielten Ausbau einer immer engeren Vernetzung der Online-, Stationär- und Katalog-Angebote. Darüber hinaus bietet die optimierte E-Commerce-Plattform baumarkt direkt die Chance, sich schnell und flexibel dem geänderten Nutzungsverhalten der Kunden anzupassen und diese noch zielgerichteter anzusprechen.

Wachstumstreiber Mobile

Mit dem Relaunch seiner Online-Shops stellte baumarkt direkt im vergangenen Geschäftsjahr den Vertriebskanal Mobile in den Mittelpunkt. Dank der innovativen E-Commerce-Lösung

sind die Shops touch-optimiert und liefern eine deutlich verbesserte Leistung in Sachen User Experience, Geschwindigkeit beim Laden, in der Klarheit der Artikelpräsentation sowie im Bedienkomfort. Die Folge: Die Zugriffszahlen über mobile Devices steigen kontinuierlich an. Mittlerweile machen die mobilen Umsätze bei baumarkt direkt bereits ein Drittel des Umsatzes im E-Commerce aus.

Erfolgreicher Start ins neue Jahr

Auch die ersten Zahlen des neuen Geschäftsjahres 2016/17 fallen erfreulich aus. „Mit hagebau.de verzeichnen wir weiterhin steigende Umsätze und erwarten für das erste Halbjahr 2016 zweistellige Zuwachsraten“, so Ebert.

Für das gerade angelaufene Geschäftsjahr 2016/17 plant baumarkt direkt, sich im E-Commerce noch stärker auf die Themen Mobile und Personalisierung zu fokussieren.

Über baumarkt direkt

Die baumarkt direkt GmbH & Co KG ist ein 2007 gegründetes Joint Venture der Otto Group und hagebau. Grundidee des Do-it-Yourself-Distanzhändler ist es, die hohe Kompetenz von hagebau im Stationärhandel mit den Erfahrungen der Otto Group im Distanzhandel zu bündeln. Als Multichannel-Anbieter verknüpft die Marke die vertrieblichen Möglichkeiten von Internet- und Katalogbestellung mit dem Stationärgeschäft. So bietet das Unternehmen seinen Kunden zu der Einkaufsmöglichkeit im hagebaumarkt eigene Kataloge sowie einen Online-Shop. Der Hauptkatalog erscheint zweimal im Jahr und bildet einen Ausschnitt des Internet-Sortimentes ab, zusätzliche Spezialkataloge greifen über das ganze Jahr interessante Einzelthemen auf. Das Angebot im Internet erweitert zudem das in den hagebaumärkten verfügbare Sortiment und ermöglicht eine Sendungszusammenfügung sowie die Sendungsverfolgung (track & trace).

Pressekontakt baumarkt direkt

CORELATIONS

Agentur für Public Relations

Gabi Westerteiger, Tel.: (040) 6461-5372

Kathrin-Luise Fiesel, Tel.: (040) 6461-5305

Werner-Otto-Straße 1-7, 22179 Hamburg

Mail: gabi.westerteiger@corelations.de

Mail: kathrin-luise.fiesel@corelations.de