

Jahresanalyse 2018/2019

Das Fundament für Ihre **MARKETINGSTRATEGIE**

Factsheet mit ausgewählten Ergebnissen aus der aktuellen Ausgabe



BauInfoConsult

Essentielle Informationen für Ihren Businessplan



Jahresanalyse
2018/2019



Businessplan



Makroökonomische Umgebung



SWOT-Analyse



Prognosen



Wachstumsstrategie bestimmen



Strategische Kennzahlen



Marktumfeld einbeziehen



Distributionsanalyse



Vertriebswege planen



Kommunikationsverhalten



Kommunikationsstrategie fixieren



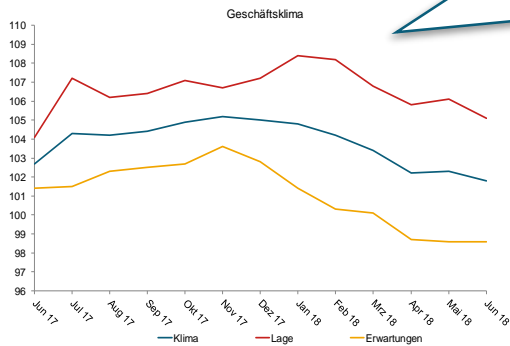
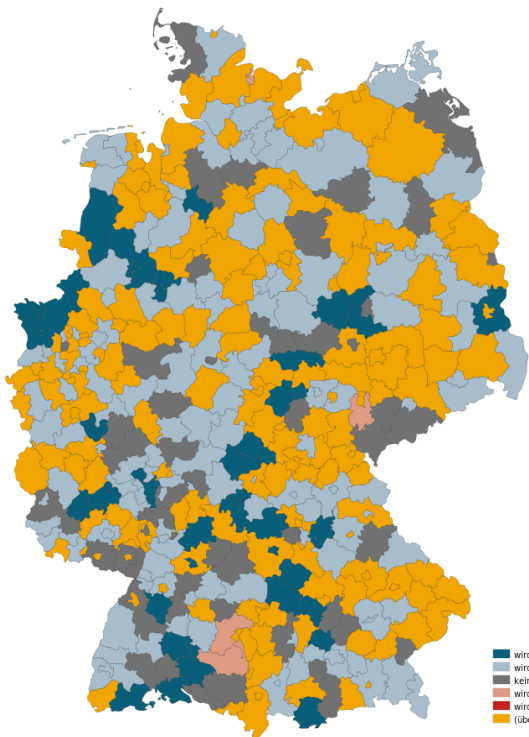
Trends und Entwicklungen



Bautrends erkennen & in die Planung einbeziehen

Bauakteure: Wie wird sich Ihrer Meinung nach die Neubautätigkeit in den nächsten beiden Jahren bei Wohngebäuden entwickeln? Bitte denken Sie dabei an die Region, in der Ihr Unternehmen tätig ist.

(Mittelwerte nach Landkreisen, n=535)



- Im ersten Teil der Jahresanalyse finden Sie Antworten auf alle Fragen, die sich Ihnen für eine aktuelle strategischen Einordnung Ihres Unternehmens auf dem deutschen Markt für Bauen und Installation stellen:
- Wie sind die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für die Bauwirtschaft, wie stellt sich die Situation auf dem Arbeitsmarkt dar und unter welchen demografischen Voraussetzungen muss die Branche in den nächsten Jahren agieren?
- Wie entwickelt sich die Konjunktur auf dem Neubaumarkt, in der Sanierung und Modernisierung, bei Gebrauchtimmobilien und im Tief- und Straßenbau?
- Wie sieht die Prognose für den Neubau von Wohn- und Nichtwohngebäuden sowie der Tiefbaubranche in den verschiedenen Regionen Deutschlands bis 2020 aus?

Abb. 160: Regionen und Bundesländer: Prognose der Fertigstellungen von neuen Handels- und Lagergebäuden sowie Hotels und Gaststätten 2018-2019 und Tendenz 2020

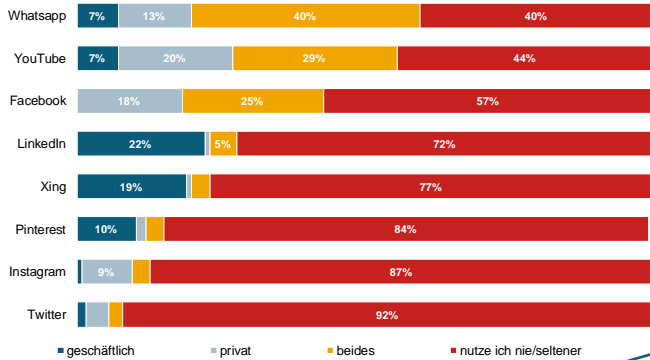
	2017		2018		2019		2020 Tendenz
	Handel**	Hotels*	Handel**	Hotels**	Handel**	Hotels**	
Region Nord	1.207	81	1.140	70	1.320	90	↓
Bremen	30		30	<5	30	<5	↓
Hamburg	25	5	20	<5	20	<5	→
Niedersachsen	870	52	840	40	980	30	↓
Schleswig-Holstein	282	24	250	30	290	60	↓
Region Ost	845	262	880	130	850	80	→
Berlin	48	15	40	10	50	30	→
Brandenburg	170	195	190	60	170	20	→
Mecklenburg-Vorpommern	82	12	90	10	160	10	→
Sachsen	287	22	290	30	280	10	→
Sachsen-Anhalt	114	10	110	10	80	<5	→
Thüringen	144	8	160	10	110	10	↓
Region Süd	2.996	172	2.670	250	2.760	270	↓
Baden-Württemberg	949	74	930	90	930	90	↓
Bayern	2047	98	1740	160	1830	180	↓
Region West	1.821	93	1.830	100	1.660	160	↓
Hessen	452	29	430	30	370	30	↓
Nordrhein-Westfalen	900	33	900	30	910	40	↓
Rheinland-Pfalz	386	23	430	30	290	50	↓
Saarland	83	8	70	10	90	30	→

* Quelle: Statistisches Bundesamt, Juni 2018

** Prognose (Stand: Juli 2018)

© BauInfoConsult, Juli 2018

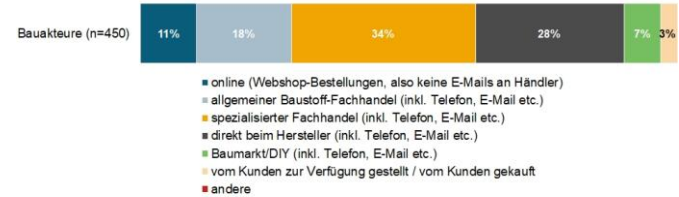
Maler/Trockenbauer: Verwenden Sie die von Ihnen genannten Online-Medien/sozialen Netzwerke geschäftlich, privat oder für beides? (in %; n=126)



© BauInfoConsult, Kommunikationsmonitor 2018

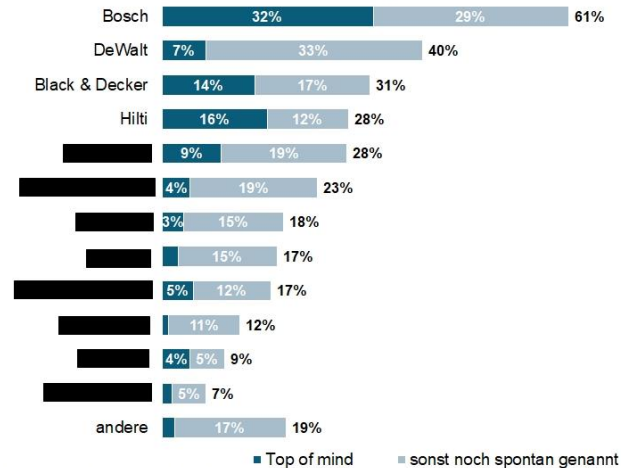
- **Der zweite Teil unserer Studie gibt Ihnen Informationen an die Hand, die Sie für eine marktgerechte Marketing-, Kommunikations- und Marken-Positionierungsstrategie benötigen:**
- Wie hat sich das Budget für Marketing bei Ihren Wettbewerbern entwickelt – und wofür wird es vornehmlich verwendet?
- Was sind aktuelle Trends im Marketing am Bau?
- Welche Marken für verschiedene Bau- und Installationsprodukte kommen den Zielgruppen am Bau spontan in den Sinn?
- Wie verlaufen Marken-Entscheidungsprozesse bei den Akteuren der Bauwirtschaft generell und welche Unterschiede gibt es je nach Produktgruppe?
- Wie entwickeln sich die Vertriebswege und Einkaufskanäle am Bau und welches Potenzial steckt in der Digitalisierung des Handels?
- Über welche Kommunikations- und Informationswege erreichen Sie Ihre Zielgruppe am besten und welche Rolle spielen die sozialen Netzwerke?

Bauakteure: Wenn Sie an die letzten zwölf Monate denken: An wie viel Prozent des Materials sind Sie über die folgenden Kanäle gelangt? (in %)



© BauInfoConsult, Jahresanalyse 2018/2019

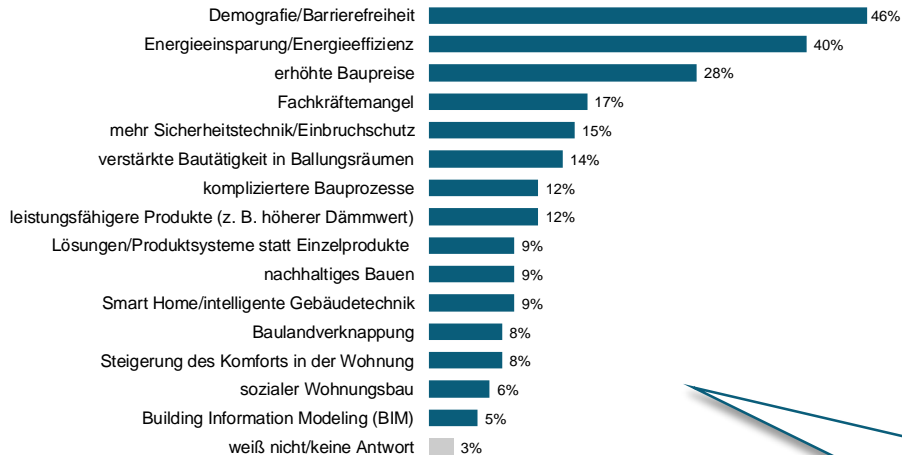
Bauakteure: An welche Marke denken Sie spontan als erste, wenn es um Elektrowerkzeuge geht? Und an welche Marken denken Sie sonst noch? (Darstellung der TOP 4; spontan, Mehrfachnennungen in %, n=214)



© BauInfoConsult, Jahresanalyse 2018/2019

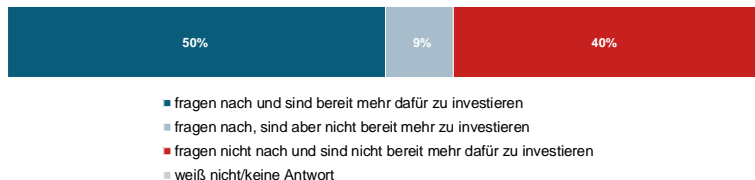
SHK-Installateure: Welche 3 Entwicklungen werden Ihrer Meinung nach den Neubausektor in Deutschland in 2018 am stärksten bestimmen?
(spontan, top 15 meistgenannte Antworten, Mehrfachantworten in %, n=78)

Basis: Befragte, in deren Portfolio Neubaumaßnahmen mindestens 30 Prozent ausmachen



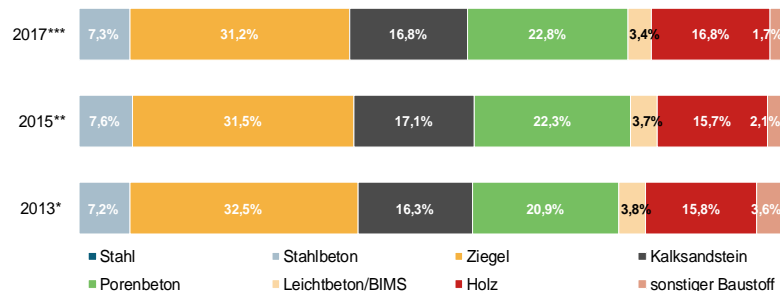
© BauInfoConsult, Jahresanalyse 2018/2019

Architekten: Fragen Ihre Auftraggeber in ihren Projekten nach nachhaltigen Materialien/Gebäuden?
(in %, n=200)



Quellen: Arch-Vision, Oktober 2017; Darstellung: BauInfoConsult

Fertiggestellte Wohngebäude (Neubau) nach überwiegend verwendetem Baustoff (Anteile in %)



* fertiggestellte Gebäude 2013: 103.331 ** fertiggestellte Gebäude 2015: 105.568 *** fertiggestellte Gebäude 2017: 110.051

Quelle: Statistisches Bundesamt, Juni 2018, Darstellung: BauInfoConsult

- Der dritte und letzte Teil zeigt aktuelle Trends und Entwicklungen in der deutschen Baubranche auf und zeigt Ihnen so, welche Marktveränderungen und Chancen Sie bei Ihren zukünftigen Strategien berücksichtigen sollten:
- Welche Bautrends beobachten die Hersteller und Akteure im Neubau, in der Modernisierung und im Tiefbausegment?
- Welche Baustoffe dominieren in den verschiedenen Gebäude-segmenten und welche Rolle spielt der Fertigteilebau?
- Wie stark wird die Branche von Baumängeln und Fehlerkosten beeinträchtigt?
- Wie ist der Stand auf dem aktuellen Markt, wenn es um die Umsetzung von Konzepten wie dem barrierefreien und nachhaltigen Bauen geht?
- Und wie sieht es mit der viel beschworenen Baubranche 4.0 aus (Internet der Dinge und BIM-Praxis am Bau)?

Schwerpunkte der Ausgabe 2018/2019

- Hochbauprognose 2019 und 2020 (regional/bundesweit)
- Baukonjunktur: Kennzahlen/Entwicklungen/Trends und Erwartungen
- spontane Markenbekanntheit nach Produktsegmenten (Fenster & Türen / Fußböden / Dach / Außendämmung / Wandbaustoffe / Farbe / Trockenbau/ /Tief- und Straßenbau/ Werkzeuge & Zubehör)
- Barrierefreies Bauen
- Trends im Neubau & Sanierung
- Nachhaltiges Bauen
- Bedeutungsentwicklung bei Bauweisen und Baustoffe
- DMU
- Fehlerkosten am Bau
- Marketing und Budget in der Baustoffindustrie
- Bauen 4.0 und Internet der Dinge
- und vieles mehr...

Zielgruppen

-  Architekten
-  Bauunternehmer
-  SHK-Installateure
-  Maler/Trockenbauer
-  Hersteller
-  Wohnungswirtschaft/Bauträger

Preise



Verkaufspreis Studie:
595 € zzgl. MwSt.

Bericht



250 Seiten Bericht in PDF und gedruckter Fassung



330 anschauliche Grafiken und Tabellen



Grafiken CD



Alle Abbildungen auch in englischer Sprache verfügbar (optional)

Methode



Über 600 quantitative Telefoninterviews (CATI)



Über 50 quantitative Onlineinterviews



Desk Research



Henri Busker

Managing Consultant
BauInfoConsult

busker@bauinfoconsult.de
+49 211 301 559-11



Alexander Faust

Redakteur
BauInfoConsult

faust@bauinfoconsult.de
+49 211 301 559-10

- Neben der Jahresanalyse 2018/2019 führt BauInfoConsult seit 2007 jährlich mehrere Multiclient-Studien zu zentralen Themenbereichen am deutschen Bau durch. Ein weiterer Schwerpunkt unserer Tätigkeit liegt auf exklusiven Studien für Unternehmen aus der Baustoff- und Installationsbranche.
- BauInfoConsult bietet Ihnen maßgeschneidertes Fact-based Consulting auf Basis zuverlässiger Marktdaten. Mit unseren Schwesterunternehmen in der USP-Gruppe (USP Marketing Consultancy, Arch-Vision und Bouw-Kennis), verfügen wir international über mehr als 25 Jahre Erfahrung bei der Beratung von europäischen Unternehmen aus der Bau- und Installationsbranche.



Christian Packwitz

Redakteur
BauInfoConsult

faust@bauinfoconsult.de
+49 211 301 559-10

BauInfoConsult GmbH

Luegallee 7
40545 Düsseldorf
T: +49 211 301 559-0
E: info@bauinfoconsult.de
www.bauinfoconsult.de