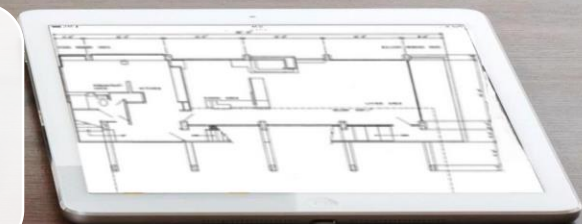


## Zukunftsmarkt: Online-Handel am Bau – Inhaltsübersicht

zur Monitor-Studie über das Online-Kaufverhalten von Bauunternehmern, SHK-Installateuren, Malern & Trockenbauern sowie dem Dachhandwerk



1



Management Summary

- Zusammenfassung der Ergebnisse
- Unterschiede zwischen den Zielgruppen
- Empfehlungen

2



Stichprobenstruktur

- Mitarbeiterzahl
- Altersstruktur
- privates Online-Einkaufsverhalten

3



Bestellweisen und Online-Einkaufsorte

- Bauunternehmer: Bestellweisen Dämmstoffe & Webshopnutzung
- Bauunternehmer: Bestellweisen Wandbausteine & Webshopnutzung
- Bauunternehmer: Bestellweisen Beton/Bauchemie & Webshopnutzung
- Bauunternehmer: sonstige Webshop-Einkäufe

4



Bestellweisen und Online-  
Einkaufsorte

- Maler: Bestellweisen Farbe/Lacke & Webshopnutzung
- Maler: Bestellweisen Verbrauchsmaterialien & Webshopnutzung
- Maler: sonstige Webshop-Einkäufe

5



Bestellweisen und Online-  
Einkaufsorte

- Trockenbauer: Bestellweisen Trockenbaumaterial & Webshopnutzung
- Trockenbauer: Bestellweisen Verbrauchsmaterialien & Webshopnutzung
- Trockenbauer: sonstige Webshop-Einkäufe

6



Bestellweisen und Online-  
Einkaufsorte

- SHK-Installateure: Bestellweisen Heizung/Lüftung & Webshopnutzung
- SHK-Installateure: Bestellweisen Sanitär/Bad & Webshopnutzung
- SHK-Installateure: sonstige Webshop-Einkäufe



7



Bestellweisen und Online-  
Einkaufsorte

- Dachhandwerk: Bestellweisen Dachprodukte & Webshopnutzung
- Dachhandwerk: Bestellweisen Dachfenster & Webshopnutzung
- Dachhandwerk: sonstige Webshop-Einkäufe

8



Einkaufsvorlieben

- Bevorzugte Bestellwege
- Gründe, warum Webshops bevorzugt werden
- Gründe, warum E-Mail-Bestellungen bevorzugt werden
- Gründe, warum Telefonbestellungen bevorzugt werden
- Gründe, warum vor Ort-Bestellungen bevorzugt werden

9



reine Webshops für  
Bauprodukte

- Vorteile eines Einkaufs in reinen Webshops für Bauprodukte
- Nachteile eines Einkaufs in reinen Webshops für Bauprodukte
- logistische Gesichtspunkte für die Einkäufe in reinen Webshops
- gekaufte Produkte
- kundenfreundlichste Anbieter

10



Webshops des Fachhandels

- Vorteile eines Einkaufs in Webshops des Fachhandels
- Nachteile eines Einkaufs in Webshops des Fachhandels
- logistische Gesichtspunkte für die Einkäufe in Fachhandels-Webshops
- gekaufte Produkte
- kundenfreundlichste Anbieter

11



Webshops von Herstellern

- Vorteile eines Einkaufs in reinen Webshops von Herstellern
- Nachteile eines Einkaufs in reinen Webshops von Herstellern
- logistische Gesichtspunkte für die Einkäufe in Hersteller-Webshops
- gekaufte Produkte
- kundenfreundlichste Anbieter

12



DIY-Webshops

- Vorteile eines Einkaufs in DIY-Webshops
- Nachteile eines Einkaufs in DIY-Webshops
- logistische Gesichtspunkte für die Einkäufe in DIY-Webshops
- gekaufte Produkte
- kundenfreundlichste Anbieter



13



Endkunden-Webshops

- Vorteile eines Einkaufs in Endkunden-Webshops
- Nachteile eines Einkaufs in Endkunden-Webshops
- logistische Gesichtspunkte für die Einkäufe in Endkunden-Webshops
- gekaufte Produkte
- kundenfreundlichste Anbieter

14



Gründe gegen Webshops

- warum Webshop-Verweigerer dort nicht einkaufen
- Vorteile der traditionellen Bestellweisen
- was Webshop-Verweigerer vielleicht doch überzeugen könnte

15



Brand Funnel

- Bekanntheit, (private und berufliche) Nutzung und Vorzug bei:
  - Amazon
  - Ebay
  - Benz24
  - Reuter
  - Hagebau
  - Obi

16



Trends und  
Zukunftsaussichten

- Bewertung von Webshops, Gestaltung und Service
- Zukunftserwartungen zur Webshop-Nutzung
- Trends, Entwicklungen und Einschätzungen
- Desktop-PCs vs. mobile Endgeräte

## Fokus der Studie

Die Monitorstudie „Zukunftsmarkt: Online-Handel am Bau“ zeigt das Potenzial der Distribution über Online-Webshops für verschiedene Bauproduktsegmente auf. Dabei erhebt die Studie im Detail, welche Anteile die verschiedenen Webshop-Typen haben (z.B. reine Online-Verkaufsplattformen für das Bauhandwerk, Fachhandels-/ Hersteller-Webshops, DIY- und allgemeine Webshops). Darüber hinaus wird das Verhältnis des Online-Handels zu den klassischen Distributionswegen dargestellt und die zukünftigen Trends & Entwicklungen mit einbezogen.

### Planung und Ablauf



### Methode



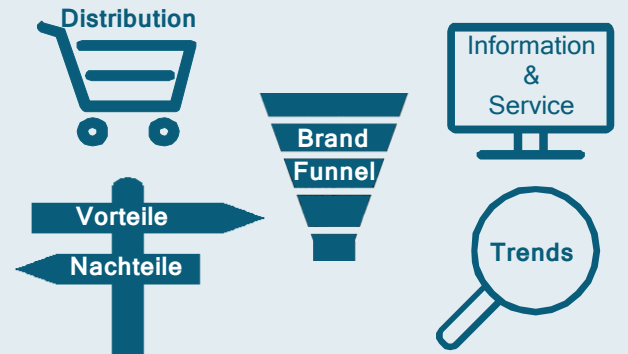
501 standardisierte quantitative telefonische Interviews (CATI)

### Zielgruppen



Bauunternehmer (n=126)  
 SHK-Installateure (n=125)  
 Maler (n=63)  
 Trockenbauer (n=62)  
 Dachhandwerk (n=125)

### Themen der Studie



### Produktsegmente

#### Preise



Preis:  
 1.799 € zzgl. MwSt.

#### Analyse, Bericht & Empfehlungen



Datenanalyse in SPSS/  
 qualitative Datenanalyse



Bericht in PowerPoint inkl.  
 Empfehlungen



Multi-Client-Studie

#### Webshop-Typen



Webshops des Fachhandels



Webshops der Hersteller



Webshops der DIY-Märkte



allgemeine Webshops



reine Webshops nur für  
 Bauprodukte



Beton & Bauchemie



Dämmstoffe



Dachbedeckung  
 & Dachfenster



Farbe & Lacke



Heizung & Lüftung



Sanitär & Bad



Trockenbau-  
 materialien



Verbrauchsmate-  
 rialien für Maler



Verbrauchsmate-  
 rialien im  
 Trockenbau



Wandbausteine





**Stevan Dukanac**

Projektleiter  
BauInfoConsult

dukanac@bauinfoconsult.de  
+49 211 301 559-16

- Neben der Studie „Online-Handel am Bau“ 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.



**Alexander Faust**

Redakteur  
BauInfoConsult

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



**Christian Packwitz**

Redakteur  
BauInfoConsult

packwitz@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