

ZIELGRUPPEN-SONDERSTUDIE

BAU- UND HEIMWERKERMÄRKTE 2015

# HANDWERKERS LIEBLINGE

Konzept & Markt GmbH  
Bischof-Blum-Platz 2  
D-65366 Geisenheim

+ 49 (0) 6722 750 34 12  
[www.konzept-und-markt.com](http://www.konzept-und-markt.com)



## Aktuelle, nationale Handwerker-Befragung

Eine Gemeinschaftsstudie von:  
Konzept & Markt GmbH  
in Kooperation mit der  
Dähne Verlags GmbH

April 2015

KONZEPT & MARKT

Dähne Verlag  
*Ich weiß.*



## Vorwort

Das Handwerk ist ein sehr wichtiger und bedeutender Motor für Wachstum und Wohlstand in Deutschland. Vor allem durch die Nähe zum Endverbraucher ist die Zielgruppe „Handwerker“ seit einiger Zeit **verstärkt** in den Blickpunkt von Handel und Industrie gerückt - Tendenz steigend!

Nachdem in der Handwerkerstudie 2013 der Kauf von **DIY-Produkten** im Umfeld der Bau- und Heimwerkermärkte im Mittelpunkt stand, beschäftigen wir uns **aktuell** mit **dem Einkauf für den gewerblichen Bedarf**.

Bestandteil der Studie sind diesmal zusätzlich auch der **Fachgroß- und Einzelhandel** sowie die **Direktvertreiber** auf Seiten des Handels sowie **ausgewählte „Profi-Marken“** auf Seiten der Hersteller.

Der **Vorteil** dieses Ansatzes ist, dass die Studie damit **breiter angelegt** wird, nicht so sehr auf das Thema DIY und Bau- und Heimwerkermärkte fokussiert. Der **Nachteil** besteht darin, dass die Ergebnisse der aktuellen Studie **nicht** mit der Studie aus 2013 **vergleichbar** sind.

Bei der Auswahl der in die Studie aufgenommenen Herstellermarken sind wir in gewisser Weise willkürlich vorgegangen. Konzept & Markt wurde von der Überlegung geleitet, vor allem solche Unternehmen in die Studie aufzunehmen, die aus unserer Sicht am ehesten an Handwerkerdaten aus dem deutschen Markt interessiert sind.

## Vorwort

In der aktuellen „Handwerkerstudie“ werden folgende Fragen geklärt:

### **Was macht Einkaufsstätten bei Handwerkern erfolgreich und welche Produkt-Marken überzeugen die Handwerker am ehesten?**

- Was sind die wichtigsten Kriterien der Handwerker für **die Wahl der Einkaufsstätte**?
- Wo **informieren** sich Handwerker über die benötigten Produkte für den gewerblichen Bedarf?
- **Wer sind die Top-Einkaufsstätten** für den **gewerblichen Bedarf** aus Sicht der Handwerker?
- Welche Bedeutung hat **das Internet** bei der Informationsbeschaffung und beim Einkauf der Handwerker?
- Wie ist der **Markenstatus** ausgewählter Industrie-Marken im Hinblick auf
  - Bekanntheit
  - Sympathie
  - Verwendung / Besitz
  - Loyalität / Weiterempfehlung?

Antworten auf diese und weitere Fragen gibt die vorliegende Studie „Handwerkers Lieblinge“, die Konzept & Markt in Zusammenarbeit mit dem Dähne-Verlag erstellt hat.

# Inhaltsverzeichnis (1)

## TEIL 1: Strukturdaten

<b>1</b>	<b>Berufsgruppe „Handwerker“ in Deutschland</b>	<b>9</b>
<b>2</b>	<b>Allgemeines Einkaufsverhalten der Handwerker</b>	<b>16</b>
2.1	Bezugsquellen für Handwerksbedarf	20
2.2	Kundenstruktur der Handwerker	25
2.3	Handwerker und ihr Verhältnis zu Bau- und Heimwerkermärkten	26
2.4	Informationsquellen	30

## TEIL 2: Handwerkers Lieblinge bei den Bezugsquellen

<b>3</b>	<b>Kennziffern zum Kauftrichter</b>	<b>33</b>
<b>4</b>	<b>Markenstärke der Bezugsquellen für gewerblichen Bedarf</b>	<b>41</b>
<b>5</b>	<b>Die Anforderungen der Handwerker: Idealprofil einer Bezugsquelle</b>	<b>50</b>

## Inhaltsverzeichnis (2)

<b>6</b>	<b>Imagebeurteilung der Bezugsquellen</b>	<b>55</b>
6.1	Auswahl	58
6.2	Preisniveau	64
6.3	Service	70
6.4	Mitarbeiter	79
6.5	Einkaufsatmosphäre	86
6.6	Werbung	92
6.7	Lage / Erreichbarkeit	98
6.8	Erfolgsindex über alle Faktoren	104
<b>7</b>	<b>Treiberanalyse</b>	<b>107</b>
7.1	Beitrag der Imagefaktoren zum Gesamt-Image	108
7.2	Image-Portfolios der Bezugsquellen	110

## Inhaltsverzeichnis (3)

### TEIL 3: Einkauf von Handwerkerprodukten

<b>8</b>	<b>Online-Shopping von Handwerkerprodukten</b>	<b>131</b>
8.1	Allgemeine Einstellungen zum Online-Kauf	132
8.2	Online-Anbieter von Handwerkerprodukten	138
<b>9</b>	<b>Beliebtheit von Treuegeschenken</b>	<b>141</b>

### TEIL 4: Handwerkers Lieblinge unter den Herstellern

<b>10</b>	<b>Markenstatus: Bekanntheit, Sympathie, Verwendung / Besitz, Loyalität</b>	<b>145</b>
<b>11</b>	<b>Warenbereiche und Markenprofile</b>	<b>164</b>
11.1	Bauchemie	166
11.2	Bauelemente	177
11.3	Baustoffe	188
11.4	Bodenbeläge / Dekoration	225

## Inhaltsverzeichnis (4)

11.5	Eisenwaren / Schlösser / Beschläge	236
11.6	Elektrowerkzeug & Zubehör	252
11.7	Farben	277
11.8	Handwerkzeuge	288
11.9	Kleineisenwaren	302
11.10	Sanitär / Heizung	315
11.11	Tapeten / Raufaser	338
<b>12</b>	<b>Fazit</b>	<b>347</b>
<b>13</b>	<b>Untersuchungs-Steckbrief</b>	<b>351</b>

## Untersuchungssteckbrief



# Untersuchungssteckbrief

Konzeption:	Konzept & Markt GmbH, Bischof-Blum-Platz 2, 65366 Geisenheim / Wiesbaden Dähne Verlag GmbH, Am Erlengraben 8, 76256 Ettlingen
Realisierung:	Konzept & Markt GmbH, Bischof-Blum-Platz 2, 65366 Geisenheim
Grundgesamtheit:	Alle Handwerker in der Bundesrepublik Deutschland
Art der Stichprobe:	Repräsentative Handwerkerbefragung (Zufallsauswahl)
Umfang der Stichprobe:	n=1.000 Befragte
Zeitpunkt der Feldarbeit:	Januar - Februar 2015
Erhebungsmethode:	Onlinebefragung anhand eines strukturierten Fragebogens
Ansprechpartner:	Michael Fuchs, 06722 / 750 34 12, fuchs@konzept-und-markt.com Sabrina Grumm, 06722 / 750 34 16, grumm@konzept-und-markt.com