

BAU- UND HEIMWERKERMÄRKTE 2014:

POTENZIALE HEBEN DURCH GEZIELTE KUNDENANSPRACHE!

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

+ 49 (0) 6722 75034 12
www.konzept-und-markt.com



Repräsentativbefragung

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

März 2014

KONZEPT & MARKT

Dähne Verlag
Ich weiß.



Vorwort

Zum siebten Mal haben der Dähne Verlag und Konzept & Markt eine große Baumarkt-Kundenbefragung durchgeführt.

Die Studie ermittelt dabei vor allem:

- die Zufriedenheit der Baumarktkunden mit den Leistungen der Handelsunternehmen,
- die Markenstärke und den Markenwert der Baumärkte und
- beschäftigt sich darüber hinaus mit einem jährlich wechselnden, aktuellen Thema.

In diesem Jahr wurden 2.000 repräsentativ ausgewählte Baumarkt-Kunden zum Thema „Potenziale heben durch gezielte Kundenansprache“ interviewt.

Vor dem Hintergrund eines schwierigen ersten Halbjahres 2013 für die gesamte DIY-Branche, müssen Marken mit ihren ganz spezifischen Vorteilen zukünftig (wieder) stärker in den Fokus gerückt werden. Zentral für den Erfolg der Unternehmen wird es sein, durch eine **differenzierte Kundenansprache** neue Umsatzpotenziale zu heben.

Die Frage lautet: **Welche Informationen werden dabei benötigt?**

Vorwort

- Was ist der **Status meiner Marke** in Bezug auf Bekanntheit, Sympathie, Besitz / Verwendung?
- Schafft meine Marke eine **klare Abgrenzung zu den Wettbewerbern**?
- Wie **konsistent** und **erfolgreich** werden bestimmte **Zielgruppen** der Marke **angesprochen**?
- Welche **Potenziale** hat meine Marke?
- Welche **Kundentypen** kaufen wo bevorzugt ein?
- Was **wünschen** sich die Kunden wirklich von einem Bau- und Heimwerkermarkt?
- Wo sehen die Kunden die **Stärken** der Baumarktketten, wo ihre **Schwächen**?

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

Die Studie „Bau- und Heimwerkermärkte 2014: Potenziale heben durch gezielte Kundenansprache!“ wird ergänzt durch Struktur- und Entwicklungsdaten.

Inhaltsverzeichnis (1)

TEIL 1: Strukturdaten

1	Bau- und Heimwerkermärkte	8
---	---------------------------	---

TEIL 2: Einstellungsdimensionen und Kundentypologie

2	Einstellungsdimensionen zum Thema „Heimwerken“	18
3	Kundentypologie	25

TEIL 3: Markenstärke und Imagebeurteilung der Bau- und Heimwerkermärkte

4	Markenstärke der Bau- und Heimwerkermärkte	34
5	Monetärer Markenwert	43
6	Bekanntheitsgrad und Käuferreichweiten	51
7	Idealprofil: Die Anforderungen der Baumarkt-Kunden	58

Inhaltsverzeichnis (2)

8	Imagebeurteilung der Bau- und Heimwerkermärkte	65
8.1	Auswahl	68
8.2	Preisniveau	77
8.3	Qualität und Service	87
8.4	Mitarbeiter	100
8.5	Einkaufsatmosphäre	110
8.6	Werbung	120
8.7	Lage / Erreichbarkeit	130
8.8	Erfolgsindex über alle Faktoren	135
9	Treiberanalyse	138
9.1	Beitrag der Imagefaktoren zum Gesamt-Image	139
9.2	Image-Portfolios der Bau- und Heimwerkermärkte	141
10	Kannibalisierende Einkaufskanäle	158

Inhaltsverzeichnis (3)

TEIL 4: Online-Shopping im DIY-Markt

11	Allgemeine Einstellungen zum Online-Shopping	162
12	Online-Kauf von DIY-Produkten	170
13	Smartphone-Nutzung	176

TEIL 5: Potenziale heben durch gezielte Kundenansprache

14	Markendreiklang: Bekanntheit, Sympathie, Besitz	180
15	Warengruppen- und Markenprofile	189
15.1	Farben / Lacke / Lasuren	195
15.2	Grillgeräte	212
15.3	Gartenmöbel	223
15.4	Gartenschirme	230
15.5	Pflanzgefäße	237
15.6	Dünger / Erden	246
15.7	Rasenmäher	257

Inhaltsverzeichnis (4)

15.8	Kettensägen	268
15.9	Gartenscheren	279
15.10	Wassergarten	288
15.11	Bohrmaschinen	295
15.12	Dübel	304
15.13	Handwerkzeuge	311
15.14	Aluminium-Profile	320
15.15	Sonnenschutz	327
15.16	Tapeten / Rohfaser	334
15.17	Leitern	343
15.18	Bauchemie	350
16	Fazit	361
17	Untersuchungs-Steckbrief	365

17 Untersuchungssteckbrief



17 Untersuchungssteckbrief

Konzeption:	Konzept & Markt GmbH, Bischof-Blum-Platz 2, 65366 Geisenheim Dähne Verlag GmbH, Am Erlengraben 8, 76256 Ettlingen
Realisierung:	Konzept & Markt GmbH, Bischof-Blum-Platz 2, 65366 Geisenheim
Grundgesamtheit:	Alle Haushalte in der Bundesrepublik Deutschland
Art der Stichprobe:	Repräsentative Haushaltsbefragung (Zufallsauswahl)
Umfang der Stichprobe:	n=2.000 Befragte
Interviewpartner:	Die Person im Haushalt, die überwiegend die Einkäufe, die im Zusammenhang mit Renovierungsarbeiten, Reparaturen, Heimwerken, Basteln, Gartenarbeit usw. anfallen, erledigt.
Zeitpunkt der Feldarbeit:	Januar / Februar 2014
Erhebungsmethode:	Teil 1: DIY-Statistik Dähne Verlag Teil 2-5: 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