

Presseninformation
Celle, 14.01.2016

Heinze GmbH
Bremer Weg 184
29223 Celle
Telefon 05141 50-0
Fax 05141 50-240
kundenservice@heinze.de
heinze.de

Geschäftsführer
Dirk Schöning

Handelsregister
Amtsgericht Lüneburg
HRB 201314

A **DOCU**group Company

Heinze Baukonjunktur-Klima: Regelmäßige Befragung erfolgreich angelaufen

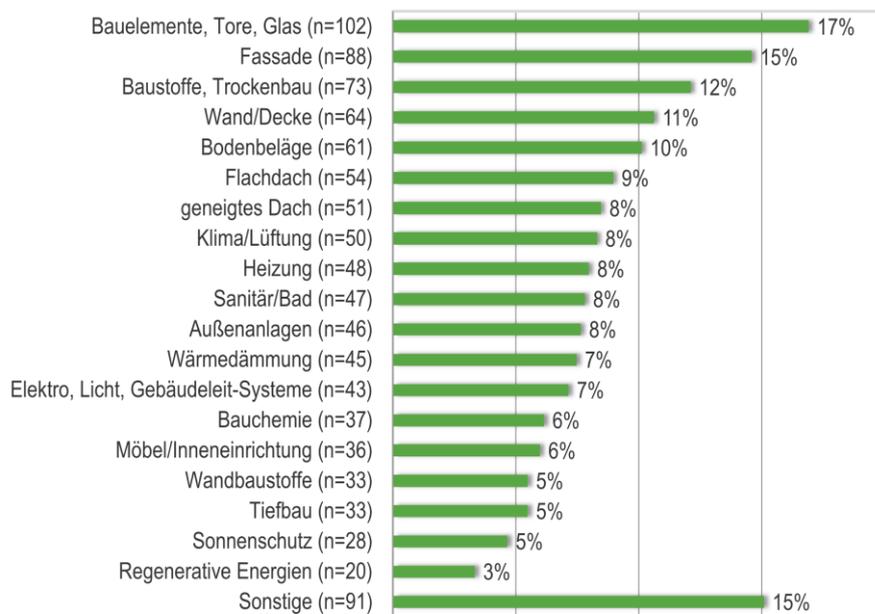
Die Heinze Marktforschung befragt neuerdings regelmäßig rund 600 Geschäftsführer, Vertriebs- und Marketingleiter aus den Bereichen Bau, Einrichtung und Ausstattung zur Geschäftslage und liefert so aufschlussreiche Konjunkturdaten für die deutsche Baubranche.

Erstmals im August 2015 wurde eine Reihe von Entscheidern in der deutschen Bauwirtschaft zu ihrer Einschätzung der Geschäftslage befragt. Das Teilnehmerfeld deckt zahlreiche Teilbranchen der Bauwirtschaft ab, so dass repräsentative Aussagen sowohl für die Gesamtheit der Branche als auch für Teile davon bereits heute möglich sind. Ziel ist es, das Teilnehmerfeld weiter zu vergrößern, so dass die Ergebnisse von Mal zu Mal differenzierter werden.

In welchem Bereich ist Ihr Unternehmen schwerpunktmäßig tätig? (Mehrfachangaben möglich)

 Heinze
Your Networking Company

heinzemedien.de

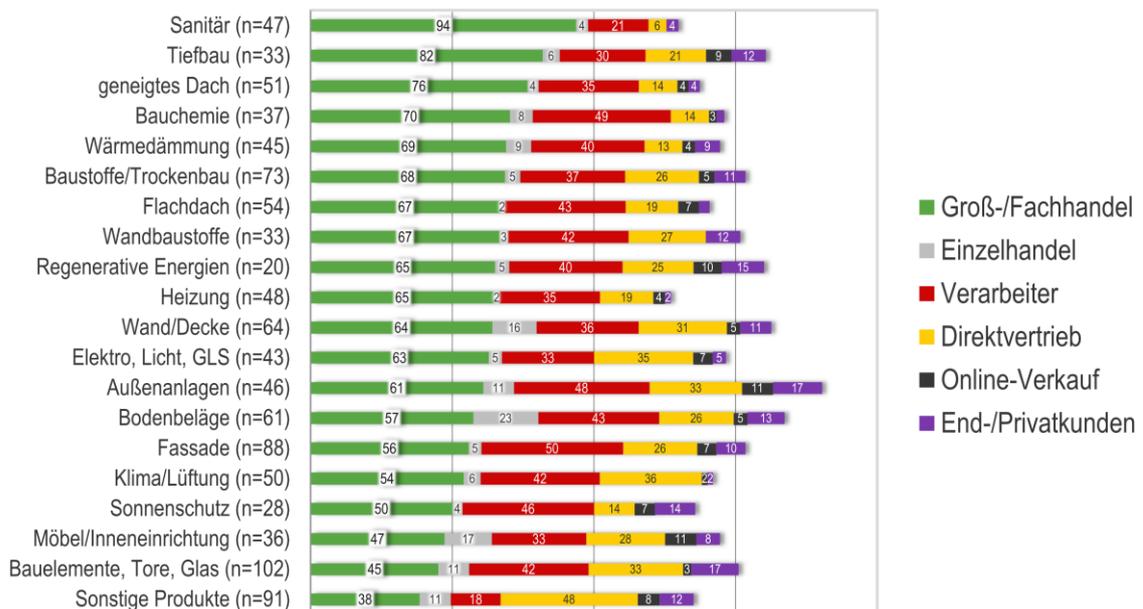


Die Verteilung der teilnehmenden Unternehmen in der Baubranche. Angaben in Prozent, n=604. Quelle: Heinze Marktforschung

Die Befragung erfolgt ab 2016 quartalsweise und bietet sowohl kurz- als auch mittel- und langfristige Ergebnisse. Neben einmalig einzugebenden Basisdaten wie Unternehmensgröße, Marktsegment usw. haben die Teilnehmer die Gelegenheit, sich in regelmäßigen Abständen zum Geschäftsklima äußern. Zu den Basisdaten gehören auch Angaben über die Vertriebskanäle, aus denen sich interessante Erkenntnisse ziehen lassen: welche Teilbranche verlässt sich stärker auf traditionelle Vertriebswege, wo wendet man sich bereits stärker beispielsweise dem Onlinehandel zu? Wie Abbildung 2 zeigt, sind die Unterschiede hier teils beträchtlich: Der Bereich Sanitär etwa setzt eindeutig auf den Fachhandel, wie dieser Vertriebszweig überhaupt bei den meisten Herstellern noch immer der bedeutendste zu sein scheint, gefolgt von verarbeitenden Unternehmen.

Welcher Absatzkanal ist für Sie der wichtigste?

(Mehrfachangaben möglich)



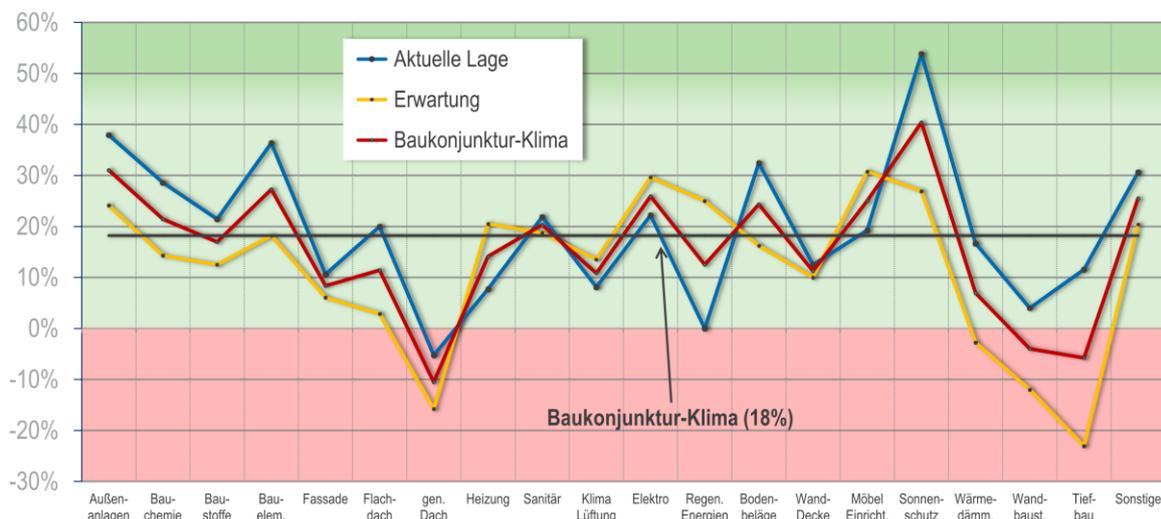
Ein wesentlicher Teil des Vertriebs läuft nach wie vor über den Fachhandel. Angaben in Prozent, n=604. Quelle: Heinze Marktforschung

Außerdem enthält jede Befragung ein aktuelles „Brennpunktthema“. Anfangs war dies die Griechenlandkrise mit ihren Auswirkungen auf die Branche, anschließend wurde die Flüchtlingswelle thematisiert. In der jüngsten Befragung ging es um „BIM – Building Information Modelling“. Dabei handelt es sich um eine Planungsmethode die hilft,

Bauvorhaben noch effizienter unter Einbeziehung aller Beteiligten – Architekten, Planer, Verarbeiter – zum Erfolg zu führen, denn mit ihr können Objektdaten verlustfrei ausgetauscht werden. Aktuell kam dabei heraus, dass bislang erst 4 Prozent der Branchenunternehmen sich aktiv mit dieser Methode auseinandergesetzt haben und entsprechende Objektdaten zum Download anbieten. Hierbei handelt es sich vornehmlich um größere Unternehmen mit mehr als 250 Mitarbeitern bzw. mehr als 100 Mio. Euro Umsatz.

Das Baukonjunktur-Klima in der Branche ist nach den aktuellen Aussagen besonders im Vergleich zum Vorjahr positiv. Je nach Teilbranche differenziert sich das Bild. Die Branchen Sonnenschutz und Bauelemente liegen in der Stimmung über dem Konjunkturindex für Deutschland, ebenso wie Elektroinstallationen/Licht und Gebäudeleitsysteme. Die Bereiche Tiefbau und geneigtes Dach hingegen schätzen die derzeitige Lage pessimistischer ein.

Baukonjunktur-Klima nach Branchen im November 2015



Der Saldowert der gegenwärtigen Geschäftslage ist die Differenz der Prozentanteile der Antworten „gut/positiv“ und „schlecht/negativ“. Der Saldowert der Erwartungen ist die Differenz der Prozentanteile der Antworten „wird sich verbessern“ und „wird sich verschlechtern“. Das Baukonjunktur-Klima wird über eine Mittelwert-Berechnung aus den Salden der Geschäftslage und der Erwartungen errechnet.

Quelle: Heinze Marktforschung

Die Teilnehmer erhalten exklusiv und kostenlos eine ausführliche, anschaulich aufbereitete Auswertung der Ergebnisse auf sogenannten „Branchen-Dashboards“. Auf etwa 140 Seiten lassen sich für jedes der 20 Segmente die Geschäftsklima-Daten ablesen, außerdem enthält die Auswertung das monatliche Brennpunktthema mit allen Auswertungen. Interessierte Unternehmen aus der deutschen Baubranche können sich jederzeit zu einer Teilnahme am Panel entschließen. Für die nächste Befragung im Januar 2016 ist eine zeitnahe Anmeldung erforderlich.

Ansprechpartner zu diesem Thema ist Thomas Wagner (Heinze GmbH)

Kontaktdaten:

Thomas Wagner

Dipl.-Kfm. / Marktforscher BVM

Heinze GmbH

Bremer Weg 184

29223 Celle

thomas.wagner@heinze.de

www.heinzemedien.de

Über Heinze

Heinze begleitet Architekten und Planer in Deutschland seit 1961 bei der Detailplanung. Angefangen mit Produktdatenblättern und einem Herstellerkatalog, hat sich Heinze heute zu einem multimedialen Informationspartner für Bau- und Ausstattungsprodukte entwickelt. Mittels unterschiedlichster Medien und Veranstaltungsformate sowie einer eigenen Marktforschung und individueller Zielgruppenansprache zählt Heinze zu den führenden Branchendienstleistern in Deutschland.