

BAU- UND HEIMWERKERMÄRKTE 2012: ERFOLG MIT ONLINE-SHOPPING IM DIY-MARKT?

Konzept & Markt GmbH
Rheingaustraße 88
D-65203 Wiesbaden

+ 49 (0) 611 6 90 17 31
www.konzept-und-markt.com



Repräsentativbefragung

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

März 2012

KONZEPT & MARKT

Dähne Verlag
Ich weiß.

1209



Vorwort

Zum sechsten Mal in Folge 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 „Online-Shopping von DIY-Produkten“ interviewt.

Im Unterschied zu den Vorjahren haben wir uns dafür entschieden, die Datenerhebung online durchzuführen. Aus diesem Grund haben wir darauf verzichtet, einen Vergleich mit den Vorjahresergebnissen darzustellen.

Der Kampf um die Gunst der Verbraucher hat einhergehend mit den rasanten Fortschritten des Internets neue Dimensionen erreicht. Auf der Suche nach neuen Wegen zum Konsumenten hat sich der Online-Handel in vielen Branchen schon zu einem der führenden Vertriebskanäle entwickelt. „Multichannel-Strategie“ ist ein aktuelles Schlagwort in diesem Zusammenhang – gerade auch in der DIY-Branche. Die Frage lautet aber: **Funktioniert Online-Shopping im DIY-Markt überhaupt?**

Vorwort

- Welche generellen Einstellungen haben die Verbraucher zum Einkauf von DIY-Produkten im Internet?
- Wie werden die Web-Seiten der Online-Anbieter und der Baumarkt-Unternehmen bewertet? Was muss optimiert werden?
- Welche DIY-Warengruppen eignen sich besonders für den Online-Handel? Welche nicht?
- Wie intensiv wird das Internet überhaupt genutzt, um sich um sich über Produkte und Preise im DIY-Markt zu informieren?
- Welche Motivatoren bzw. Barrieren treten beim Kauf von DIY-Produkten im Internet auf?
- Wer sind die Hauptwettbewerber der Baumärkte im Online-Handel?
- Wo liegen die Stärken und Schwächen der Online-Anbieter aus Verbrauchersicht?
- In welchem Maße werden die Baumarktunternehmen den Anforderungen und Bedürfnissen online-affiner Kunden gerecht? (Stichwort: „**E-Commerce Readiness**“)

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 2012: Erfolg mit Online-Shopping im DIY-Markt?“ wird ergänzt durch Struktur- und Entwicklungsdaten.

Inhaltsverzeichnis (1)

TEIL 1: Strukturdaten

1	Bau- und Heimwerkermärkte in Deutschland	7
---	--	---

TEIL 2: Markenstärke und Imagebeurteilung der Bau- und Heimwerkermärkte

2	Markenstärke der Bau- und Heimwerkermärkte	17
3	Monetärer Markenwert	29
4	Bekanntheitsgrad und TV-Werbebekanntheit	35
5	Käuferreichweiten und Haupteinkaufsquelle	43
6	Idealprofil eines Bau- und Heimwerkermarktes	48

Inhaltsverzeichnis (2)

7	Imagebeurteilung der Bau- und Heimwerkermärkte	56
7.1	Auswahl	59
7.2	Preisniveau	67
7.3	Qualität und Service	76
7.4	Mitarbeiter	88
7.5	Einkaufsatmosphäre	97
7.6	Werbung	106
7.7	Lage / Erreichbarkeit	115
7.8	Erfolgsindex über alle Faktoren	119
8	Treiberanalyse	121
8.1	Beitrag der Imagefaktoren zum Gesamt-Image	122
8.2	Image-Portfolios der Bau- und Heimwerkermärkte	124
9	Kannibalisierende Einkaufskanäle	138

Inhaltsverzeichnis (3)

TEIL 3: Funktioniert Online-Shopping im DIY-Markt?

10	Online-Shopping von DIY-Produkten	142
10.1	Allgemeine Einstellungen zum Online-Shopping	144
10.2	Warengruppenrelevanz beim Online-Shopping	156
10.3	Online-Kauf bei Bau- und Heimwerkermärkten	163
10.4	Online-Kauf bei Sonstigen Online-Anbietern	183
10.5	Smartphone-Nutzung	192
11	E-Commerce Readiness (Analyse von ANXO MANAGEMENT CONSULTING)	196
11.1	Einführung	197
11.2	Methodenbeschreibung	198
11.3	Kernergebnisse	200
11.4	Detailanalyse	206
11.5	Portfolio E-Commerce Readiness vs. Markenstärke	233
12	Fazit	234
13	Untersuchungs-Steckbrief	238

13 Untersuchungssteckbrief



13 Untersuchungssteckbrief

Konzeption:	Konzept & Markt GmbH, Rheingaustraße 88, 65203 Wiesbaden Dähne Verlag GmbH, Am Erlengraben 8, 76256 Ettlingen
Realisierung:	Konzept & Markt GmbH, Rheingaustraße 88, 65203 Wiesbaden
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 2012
Erhebungsmethode:	Teil 1: DIY-Statistik Dähne Verlag Teil 2+3: Onlinebefragung anhand eines strukturierten Fragebogens E-Commerce Readiness: ANXO MANAGEMENT CONSULTING GmbH
Ansprechpartner:	Michael Fuchs, 0611/690 1728, fuchs@konzept-und-markt.com Sabrina Grumm, 0611/690 1716, grumm@konzept-und-markt.com