

# BAU- UND HEIMWERKERMÄRKTE IM NEW NORMAL

WIE WIRKT SICH CORONA AUF DIE  
KUNDENANSPRACHE AUS?

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

+ 49 (0) 6722 75034 11  
www.konzept-und-markt.com

## REPRÄSENTATIVBEFRAGUNG

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

April 2021

KONZEPT & MARKT

Dähne Verlag



# Vorwort

Nach genau einem Jahr in der Corona-Krise haben der Dähne Verlag und Konzept & Markt zum elften Mal in Folge eine große Baumarkt-Kundenbefragung durchgeführt.

Der Erhebungszeitpunkt Ende März / Anfang April macht die Ergebnisse besonders interessant, denn die Baumärkte haben zwar als eine der wenigen Handelsbetriebsformen in den meisten deutschen Bundesländern geöffnet, aber von Dezember 2020 bis zum Erhebungszeitpunkt waren auch sie von coronabedingten Schließungen betroffen. Insofern stellt sich die spannende Frage, ob dies zu Veränderungen im Informations- und Kaufverhalten geführt hat und wie es nach Corona weitergehen wird.

Folgerichtig wird das Verständnis der Kundentouchpoints zum Erfolgsschlüssel für die Bau- und Heimwerkermärkte. Ergänzend werden erneut die langfristigen Trends „Digitalisierung“ und „Nachhaltigkeit“ in der Studie thematisiert. Ferner wird erstmalig ManoMano in die Liste der relevanten Wettbewerber aufgenommen.

Darüber hinaus befasst sich die Studie wie in allen vorherigen Ausgaben mit:

- der Zufriedenheit der Baumarktkunden mit den Leistungen der Handelsunternehmen,
- der Markenstärke sowie den monetären Markenwerten der Baumärkte,
- den relevanten Erfolgsfaktoren und
- dem Markenstatus der wichtigsten Herstellermarken.

Neu ist ferner die altersbezogene Perspektive auf die Generationen „Boomer“, Gen X, GenY und GenZ.

Die Grundlage für die Studie bilden 2.000 repräsentativ ausgewählte Kunden von Baumärkten, die mit Hilfe einer webgestützten Onlinebefragung interviewt wurden.

# Inhaltsverzeichnis (1)

<b>TEIL 1: Der DIY-Markt in Deutschland</b>	<b>6</b>
1 Strukturdaten der Bau- und Heimwerkermärkte in Deutschland	7
2 Strukturdaten der privaten DIY-Kunden	16
<b>TEIL 2: DIY-Einkauf in Zeiten von Corona</b>	<b>19</b>
1 Einkaufsverhalten im New Normal	20
2 Einstellung zu coronabedingten Baumarktschließungen	45
<b>TEIL 3: Kunden-Touchpoints</b>	<b>71</b>
1 Informationsquellen der Verbraucher im New Normal	72
2 Touchpoint-Optimierung der Kundenansprache	94
2.1 Gesamtmarkt	95
2.2 Ausgewählte Warengruppen	103
<b>TEIL 4: Markenstärke und Imagebeurteilung der Bau- und Heimwerkermärkte</b>	<b>118</b>
1 Markenstärke der Bau- und Heimwerkermärkte	119
2 Monetärer Markenwert	130
3 Bekanntheitsgrad und Käuferreichweiten	138



# Inhaltsverzeichnis (2)

<b>4</b>	<b>Idealprofil: Die Anforderungen der Baumarkt-Kunden</b>	<b>143</b>
<b>5</b>	<b>Imagebeurteilung der Bau- und Heimwerkermärkte</b>	<b>150</b>
5.1	Lage / Erreichbarkeit	153
5.2	Einkaufsatmosphäre	158
5.3	Mitarbeiter	168
5.4	Preisniveau	178
5.5	Auswahl	188
5.6	Verantwortung	197
5.7	Qualität und Service	206
5.8	Werbung	220
5.9	Erfolgsindex über alle Faktoren	230
<b>6</b>	<b>Treiberanalysen</b>	<b>233</b>
6.1	Beitrag der Imagefaktoren zum Gesamt-Image	234
6.2	Image-Portfolios der Bau- und Heimwerkermärkte	237
<b>7</b>	<b>Kannibalisierende Einkaufskanäle</b>	<b>265</b>



# Inhaltsverzeichnis (3)

<b>TEIL 5: Digitalisierung im DIY-Markt</b>	<b>272</b>
1 Relevanz des Internets	273
2 Kauf von DIY-Produkten im Internet – der Einfluss von Corona	294
3 Lieferung versus Click & Collect	318
4 Social Media-Aktivitäten	338
<b>TEIL 6: Produktmarken</b>	<b>364</b>
1 Kauf in ausgewählten Warenbereichen	365
2 Bekanntheit ausgewählter Produktmarken	372
3 Käuferreichweiten	390
<b>Fazit</b>	<b>408</b>
<b>Untersuchungs-Steckbrief</b>	<b>412</b>



# Untersuchungssteckbrief

- Konzeption: Konzept & Markt GmbH, Bischof-Blum-Platz 2, 65366 Geisenheim  
Dähne Verlag GmbH, Am Erlengraben, 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: März 2021
- Erhebungsmethode: Teil 1: DIY-Statistik Dähne Verlag  
Teil 2-6: Onlinebefragung anhand eines strukturierten Fragebogens
- Ansprechpartner: Dr. Ottmar Franzen, 06722 / 750 34 11, [franzen@konzept-und-markt.com](mailto:franzen@konzept-und-markt.com)  
Sabrina Grumm, 06722 / 750 34 16, [grumm@konzept-und-markt.com](mailto:grumm@konzept-und-markt.com)