

Market 1st!

Dach und Fassade/Mauerwerk und Beton: Wege zur korrekten Marktpotenzial-Ermittlung

Dach und Fassade profitieren stärker von Sanierung, Renovierung und Modernisierung (SanReMo) als Mauerwerk und Beton – das ist kein Geheimnis. Aber wie kommt man überhaupt zu verlässlichen und detaillierten Analysen über die Nachfragepotenziale bei SanReMo? Wie entwickelt sich dagegen der Neubau? Was sind die unterschiedlichen Treiber in beiden Bereichen?

Klar ist: Die Informationslage im Hochbau ist beim Thema Neubau noch am besten. Dennoch lohnt sich die Beschäftigung mit der Neubauentwicklung nach Gebäudeart und ihrer Prognose über den Rahmen der amtlichen Statistiken hinaus. Zum einen weil die amtlichen Statistiken sehr auf den Bereich >Wohnung< und >Wohnen< ausgerichtet sind und damit der >Nichtwohnbau< etwas zu kurz kommt. Zum anderen offenbart nur eine saubere Ableitung aus den drei Schlüsselgrößen Baugenehmigungen, Baufertigstellungen und Bauüberhänge das Neu-

baupotenzial für Mauerwerk und Beton, aber auch für Dach und Fassade.

Für Dach und Fassade beispielsweise sind die Prognosedaten aus dem Neubau aber nicht einmal die >halbe Wahrheit<. Denn ihr Einsatz findet vor allem im SanReMo Markt statt. Über die tatsächliche Größe und die Entwicklung dieses speziellen Marktes liegen allerdings nach wie vor kaum greifbare verbindliche und quantifizierbare Informationen vor. Der Mangel an SanReMo Zahlen einerseits und die im Gegensatz hierzu gute Informations- und Datenlage im Neubau

andererseits führen zu einer einseitig darauf ausgerichteten Marktanalyse und Prognose. In der Praxis führt das häufig dazu, dass die Zahlen aus dem Neubau für eine Quantifizierung (Prognose) des SanReMo-Marktes >zu-

(bessere Ökobilanz / Preis-Leistungsverhältnis)

- Putzfassaden werden durch WDVS Systeme (bessere Dämmung) oder (auch diese wiederum) durch VHF Systeme mit anderen Bekleidungswerkstoffen er-

recht< gebogen werden. Fakt ist: Der relativ >junge Gebäudebestand< in Deutschland ist in die Jahre gekommen und verlangt nach spezifischen Nach- bzw. Aufrüstungsmaßnahmen. Technischer, aber auch ästhetischer Verschleiß sind die treibenden Kräfte. Die Treiber sind im SanReMo Markt andere als beim Neubau. Nicht nur für Dach und Fassade:

- Gebäudebestand nach Gebäudeart und Gebäudealtersklasse
 - Renovierungszyklus – der Zeitabstand nach dem Bauteile (hier z. B. das Dach oder einzelne Komponenten) nach Neubau oder Erneuerung wieder erneuert werden
 - Innovationen
 - Substitutionsbewegungen – d.h. in welcher Größenordnung wird ein Produkt / System durch ein anderes (besseres) ersetzt
- Dazu zwei konkrete Beispiele aus Dach und Fassade:
- gebrannte Tondachziegel werden durch Dachsteine ersetzt

setzt (zusätzlich optische Aufwertung). Ausgangspunkt für das SanReMo Potenzial ist der Gebäudebestand nach Gebäudeart und Baualtersklasse in Deutschland und in der Region. Schon dies macht deutlich: SanReMo >befeuert< die (Branchen-)konjunktur für Hersteller, Absatzmittler und Verarbeiter in den Sparten Dach und Fassade stärker als in den Bereichen Mauerwerk und Beton. Denn je kürzer der Zeitabstand zwischen Neubau und SanReMo, der sogenannte >Renozyklus<, ausfällt, desto höher die gesamte Nachfrage. Demnach gilt die einfache Formel:

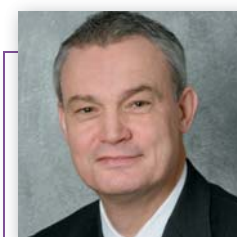
$$\frac{\text{Produktbestand}}{\text{durchschnittlicher Renozyklus}} = \text{SanReMo Nachfrage}$$

Der über die Jahre gestiegene Anteil des deutlich >stabileren< SanReMo Geschäfts führt bei Produkten wie Dach und Fassade zu einer >Branchenkonjunktur<.

Möglicherweise kann sich diese auch gegenläufig zur (Neubau) – Baukonjunktur insgesamt entwickeln. In regional unterschiedlichen Dimensionen.

Die regional auseinanderdriftenden Potenziale transparent zu machen, nutzt deshalb allen Produktparten. Auch den deutlich neubaualastigen Produktparten Mauerwerk und Beton. So lassen sich vor allem für Handel und Handwerk Ansätze für bessere operative Konzepte finden.

Deshalb – das sei bei aller wieder aufhellenden Baukonjunktur gesagt – nur auf den nächsten Neubauboom zu warten und den SanReMo Bereich nicht quantitativ und qualitativ zu beleuchten, hilft nicht weiter. Denn ein neuer Boom ist weder im Wohnbau, noch im Nichtwohnbau in Sicht.

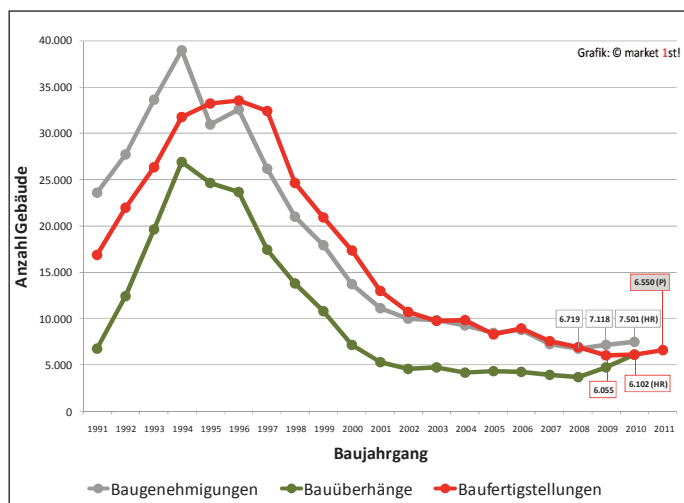


Ökonometrie, Marketing und Vertriebsexpertise, tiefes Branchenwissen im Bau- und Ausbaubereich: Auf Basis dieser Kombination als Alleinstellung hat Berthold Hellmann (Foto) zusammen mit Dipl. Volkswirt Thomas Ackermann die Beratungsgesellschaft market 1st! gegründet.

market 1st! mit Büros in Bonn und München ist spezialisiert auf die Themen >Marktanalysen< und >Marktquantifizierung< in den Bau- und Ausbaumärkten, Wohnbau und Objekt. Auf dieser Grundlage bietet market 1st! Beratungsleistungen an – Strategieberatung, Fach- und Prozessberatung im Bereich Marketing und Vertrieb. Zahlreiche Projekte in Industrie, Handel und Verbänden im In- und Ausland bilden einen breiten Erfahrungshintergrund.

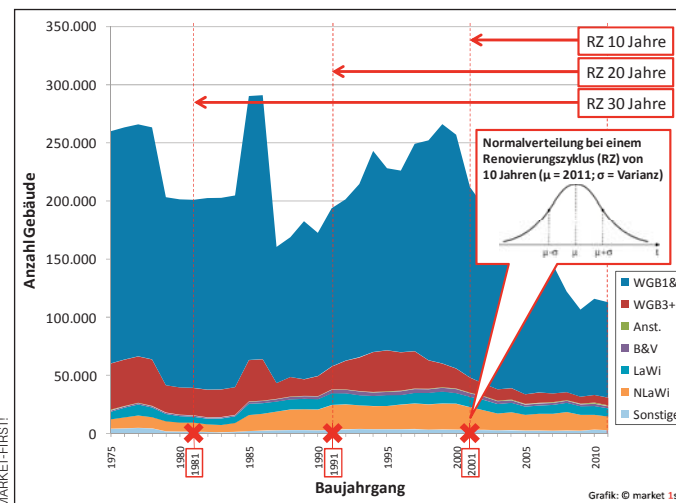
b.hellmann@market-first.de

Neubau



Beispiel Neubau Wohngebäude 3+ / Hochrechnung und Prognose 2011.

SanReMo



Gebäudebestand nach Gebäudeart, Baualtersklasse und Renozyklus (RZ).