

# Auswirkungen von Corona im Bereich Bau, Haustechnik, Elektro - Ergebnisse der Studentenforschung 2021

**BWL-Branchenhandel Bau, Haustechnik, Elektro**

Prof. Dr. Alexander Neumann

23. September 2021, Mosbach

# Inhalt

Ausgangslage Corona-Situation und deren Auswirkungen für die Bauwirtschaft

Durchgeführte Befragung – Befragungsteilnehmer

Ergebnisse der Befragung – allgemeine Ergebnisse

Ergebnisse der Befragung für Handwerk

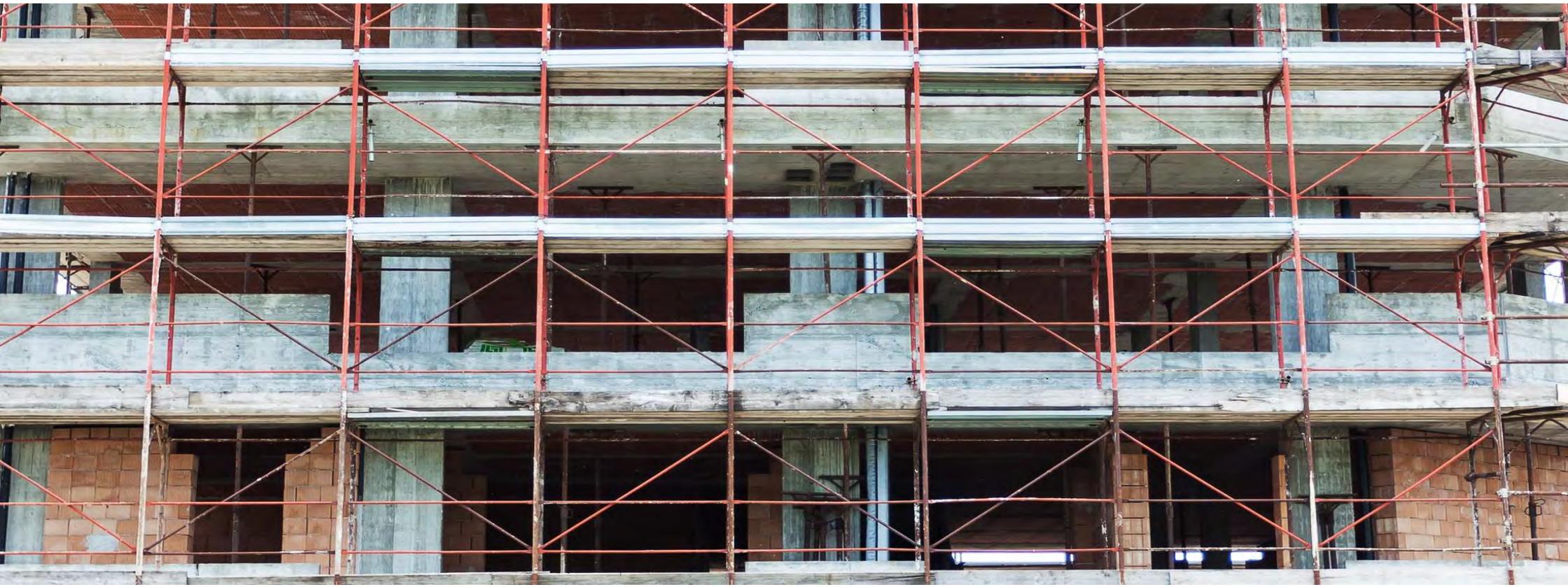
Ergebnisse der Befragung für Handel

Ergebnisse der Befragung für Industrie

Zusammenfassende Analyse

Quellen





## Corona-Situation und deren Auswirkungen für die Bauwirtschaft



## Corona-Situation und deren Auswirkungen für Bauwirtschaft:

- Corona-Situation hat nicht zu einem Lockdown im Baubereich geführt (in 2020 und 2021)
- Keine nennenswerte Verknappung in der Lieferkette im Jahr 2020
- Aktuell in 2021 stark steigende Rohstoffpreise (z.B. Metall-Bereich), aber auch Knappheit im Bereich Holz vorhanden durch hohe Nachfrage aus dem Ausland (USA, China)
- Weiter hohe Neubau-Tätigkeit im Eigenheim-Bereich, mehr Investitionen in das private Eigenheim durch geringere Reise- / Urlaubsausgaben
  - hoher Zuwachs im Bereich Bau- und Gartenmärkte vorhanden (soweit nicht geschlossen)
  - Bautätigkeit eher begrenzt durch Handwerkermangel, der demographisch fortschreiten wird
  - Fertighausbauunternehmen haben inzwischen lange Lieferzeiten





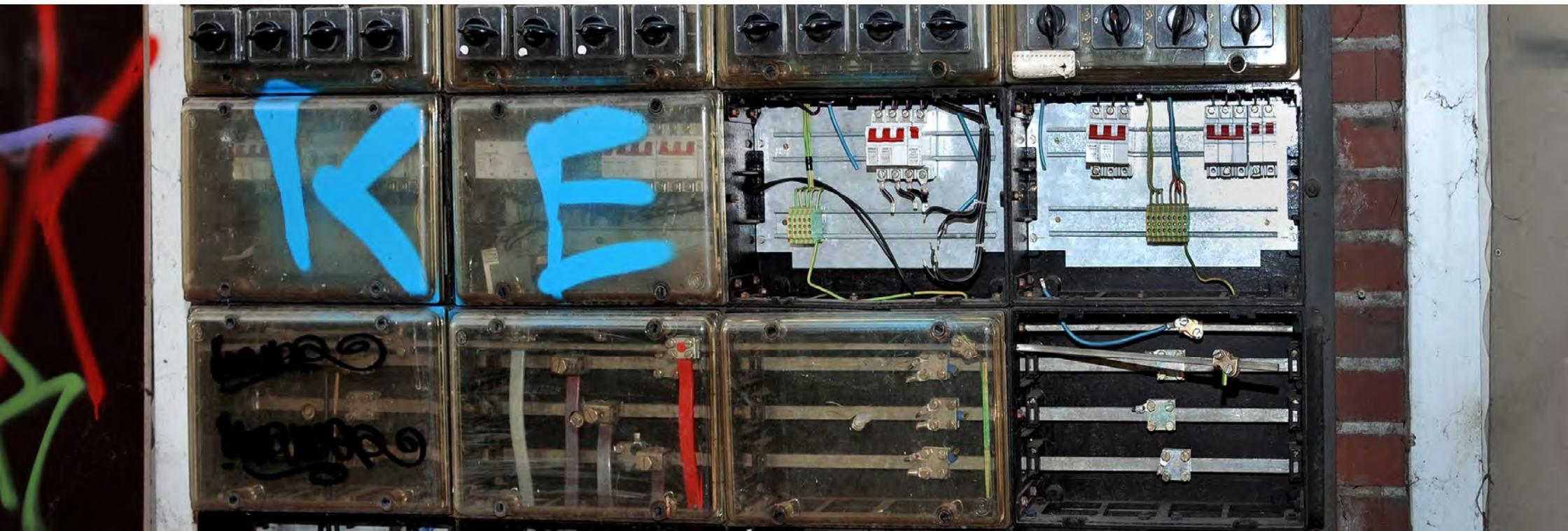
## Durchgeführte Befragung – Befragungsteilnehmer



## Befragung über Studierende; Verteilung durch Studierende, Studiengangsleitung und weitere Multiplikatoren wie z.B. DG Haustechnik, VEG

- 466 Teilnehmende, welche den Fragebogen komplett ausgefüllt haben und für die Auswertung berücksichtigt wurden
  - 99 aus dem Handwerk
  - 220 aus dem Handel
  - 61 aus der Industrie





## Ergebnisse der Befragung – allgemeine Ergebnisse



## Covid-19 hat die meisten Unternehmen erreicht .....

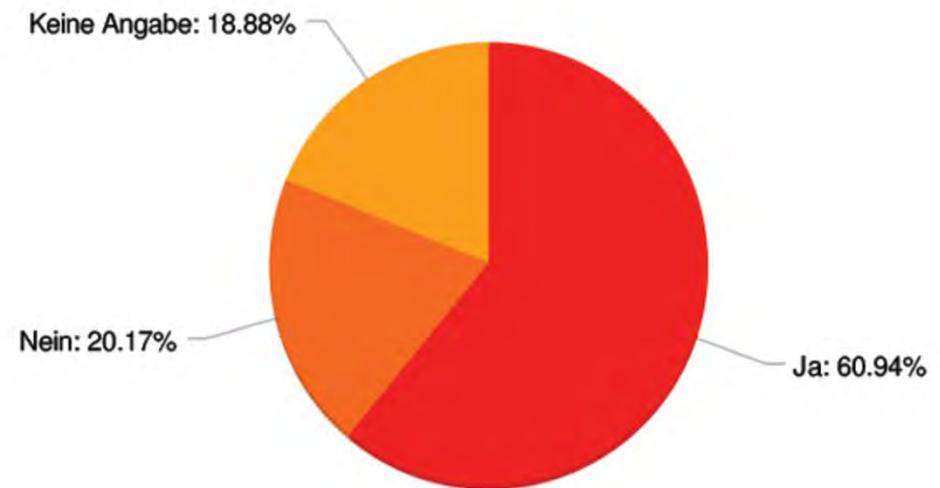
### 9. Gab es in Ihrem Unternehmen Covid-19 Fälle? \*

Anzahl Teilnehmer: 466

284 (60.9%): **Ja**

94 (20.2%): **Nein**

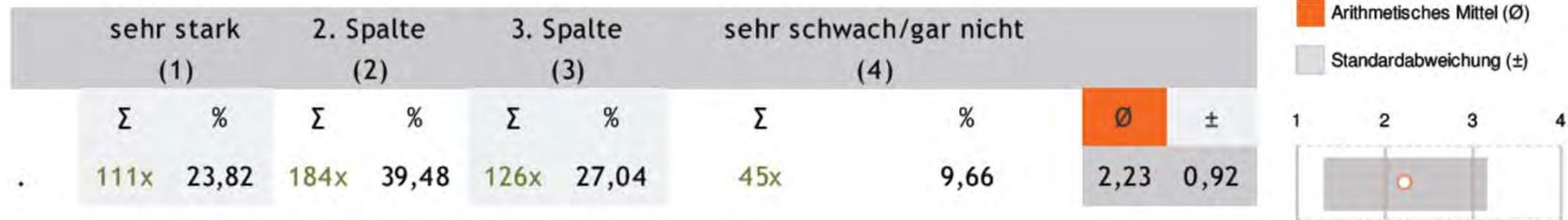
88 (18.9%): **Keine Angabe**



.... und die Arbeitsorganisation stark verändert, insbesondere die Digitalisierung beschleunigt.

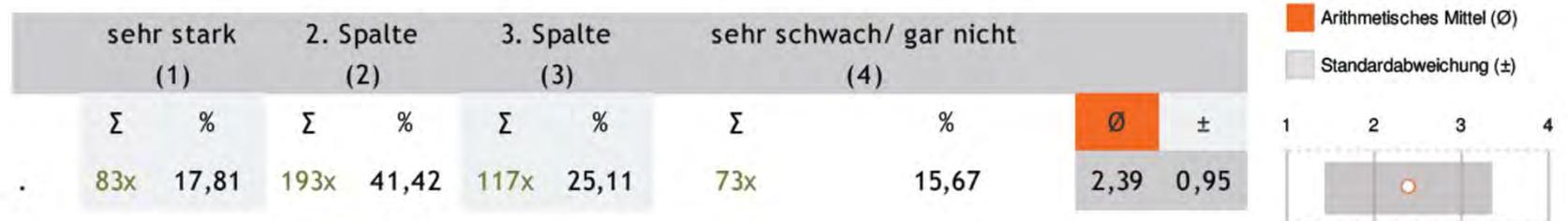
8. Wie stark waren die Veränderungen der Arbeitsorganisation in Ihrem Unternehmen durch Covid-19? \*

Anzahl Teilnehmer: 466



7. Wie hat Covid-19 die Digitalisierung in Ihrem Unternehmen beschleunigt? \*

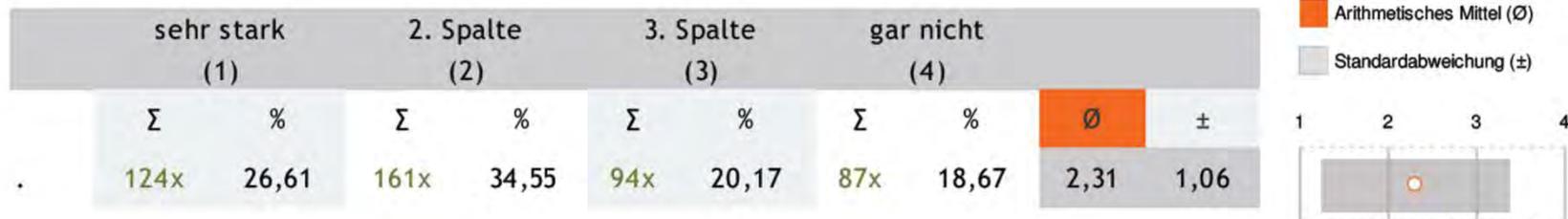
Anzahl Teilnehmer: 466



Die Bedeutung der digitalen Planung hat stärker zugenommen wie die Bedeutung von ausreichenden physischen Lagerbeständen.

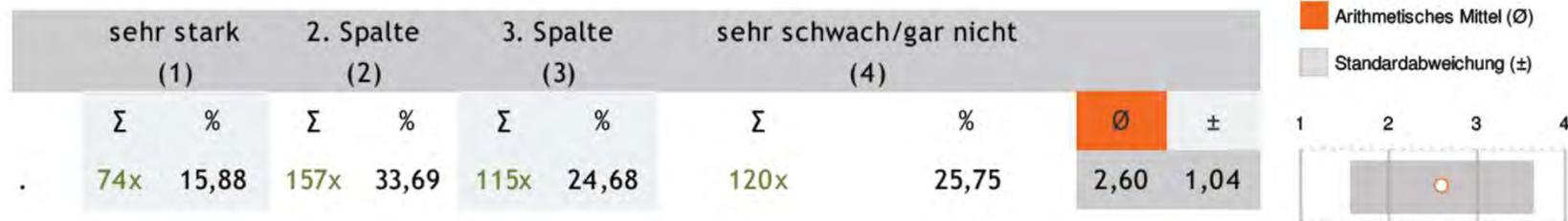
11. Die Bedeutung der digitalen Planung hat durch Covid-19 zugenommen. \*

Anzahl Teilnehmer: 466



10. Wie stark hat die Bedeutung von ausreichenden Lagerbeständen im Hinblick auf die Verfügbarkeit für Ihre Kunden durch Covid-19 zugenommen? \*

Anzahl Teilnehmer: 466



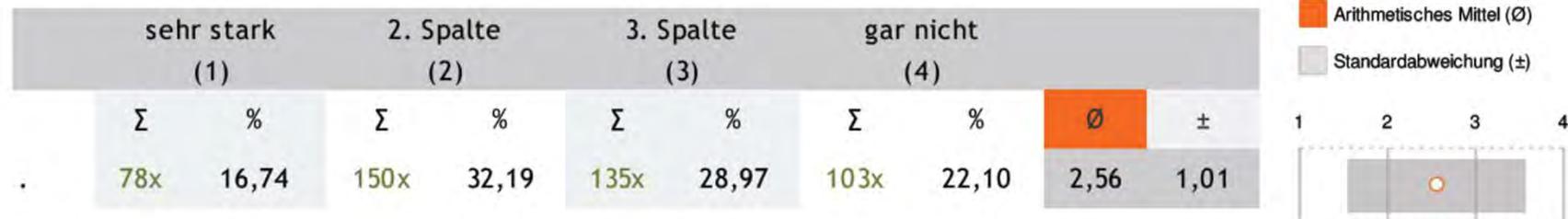
Die hohen Lagerbestände in der Kette Bau haben sich beim ersten Lockdown bewährt.



Vielfach hat man die Bedeutung des Personals erkannt, auch wenn sich die Personalbeschaffung nicht wirklich stark erschwert hat.

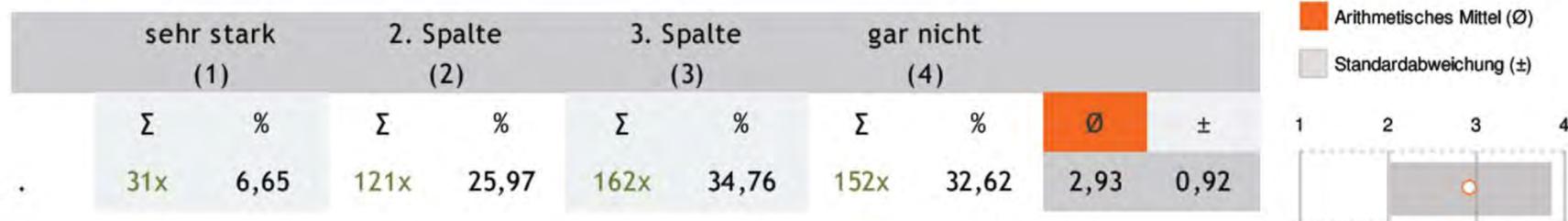
13. Durch Covid-19 hat sich die Bedeutung des Faktors Personal verstärkt. \*

Anzahl Teilnehmer: 466



14. Durch Covid-19 hat sich die Personalbeschaffung erschwert. \*

Anzahl Teilnehmer: 466



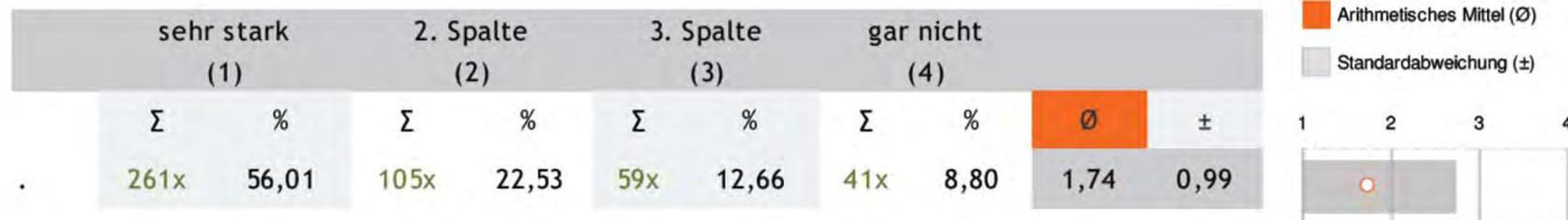
Wechselneigung eher gering bisher, durch Kurzarbeit wenig Arbeitslose



Online-Messen haben lokale Messen ersetzt, aber man will wieder lokale Messen nach Ende der Pandemie-Situation, gerade im Handwerk.

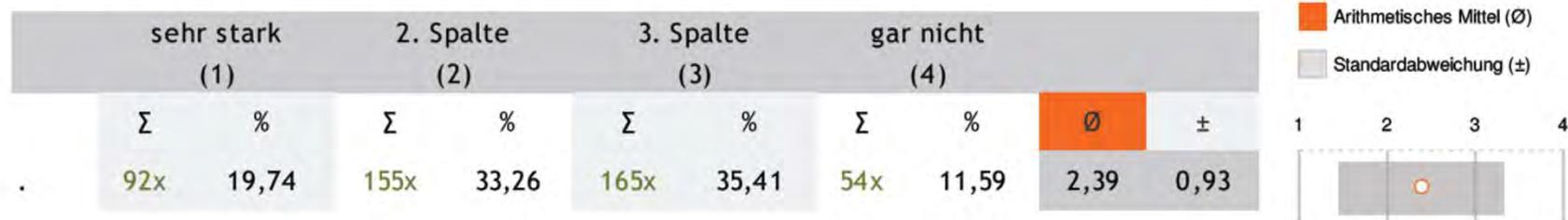
15. Durch Covid-19 hat die Bedeutung von lokalen Messen abgenommen. \*

Anzahl Teilnehmer: 466



16. Nach Covid-19 wird die Bedeutung von Online-Messen abnehmen. \*

Anzahl Teilnehmer: 466



Online-Veranstaltungen werden vielfach Ihren Platz aber behalten.





## Ergebnisse der Befragung für Handwerk



## Beim Handwerk gibt es die wenigsten Veränderungen durch die Pandemie

### 22. Die interne digitale Kommunikation hat durch Covid-19 an Bedeutung zugenommen. \*

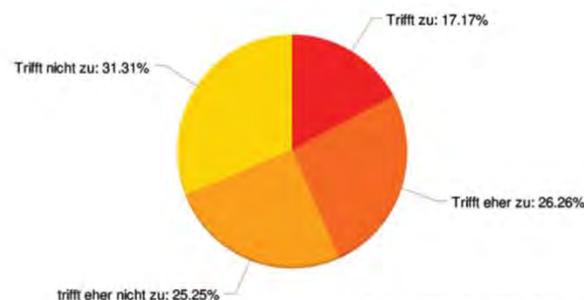
Anzahl Teilnehmer: 99

17 (17.2%): Trifft zu

26 (26.3%): Trifft eher zu

25 (25.3%): trifft eher nicht zu

31 (31.3%): Trifft nicht zu



Auch wenn die digitale Kommunikation etwas zunimmt ....

nimmt die Bedeutung des persönlichen Kundenkontakts kaum ab.

### 23. Durch Covid-19 hat die Bedeutung des persönlichen Kundenkontakts abgenommen. \*

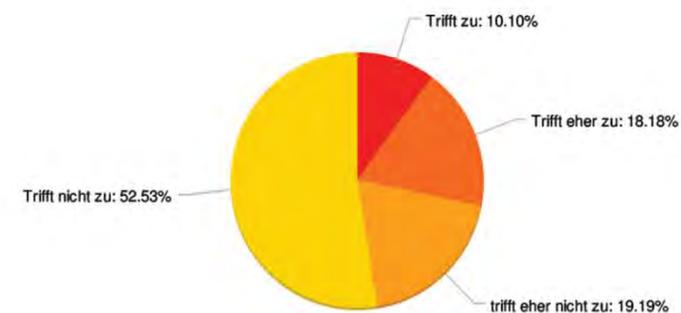
Anzahl Teilnehmer: 99

10 (10.1%): Trifft zu

18 (18.2%): Trifft eher zu

19 (19.2%): trifft eher nicht zu

52 (52.5%): Trifft nicht zu



## Aufträge werden ....

31. Über welchen Kanal gewinnen Sie die meisten Kundenaufträge? \*

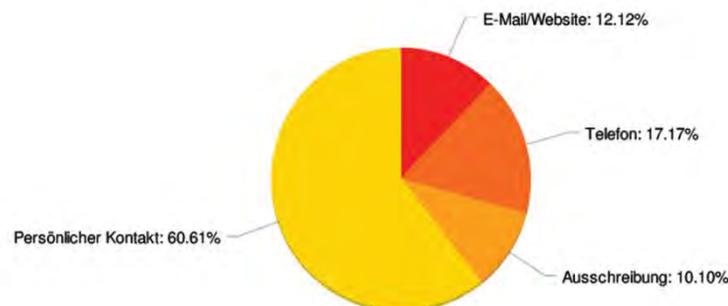
Anzahl Teilnehmer: 99

12 (12.1%): E-Mail/Website

17 (17.2%): Telefon

10 (10.1%): Ausschreibung

60 (60.6%): Persönlicher Kontakt



weiter sehr stark über persönlichen Kontakt gewonnen (61%) ...

... und entsprechend der persönliche Kundenkontakt auch bevorzugt. Dies ist aber auch eine zukünftige Gefahr mit Fortschritt der Digitalisierung.

37. Welchen Weg der Kundenkommunikation bevorzugen Sie? \*

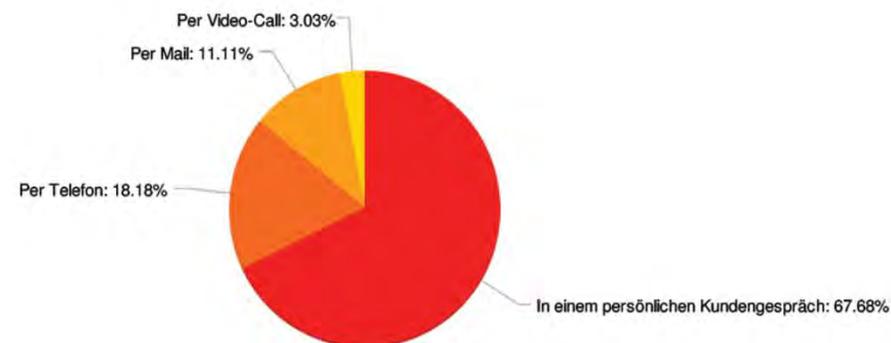
Anzahl Teilnehmer: 99

67 (67.7%): In einem persönlichen Kundengespräch

18 (18.2%): Per Telefon

11 (11.1%): Per Mail

3 (3.0%): Per Video-Call



# Hygienemaßnahmen sind ...

24. Die Einhaltung der Hygienemaßnahmen vor Ort wird vom Kunden positiv wahrgenommen. \*

Anzahl Teilnehmer: 99

21 (21.2%): **Trifft zu**

57 (57.6%): **Trifft eher zu**

14 (14.1%): **trifft eher nicht zu**

7 (7.1%): **Trifft nicht zu**



aktuell notwendig und auch aus Sicht des Kunden gefordert, aber

....

... man ist meist froh, wenn diese nicht mehr notwendig sein werden.

25. Einige der derzeit vorgeschriebene Hygienemaßnahmen werden auch noch nach der Pandemie fortgeführt.

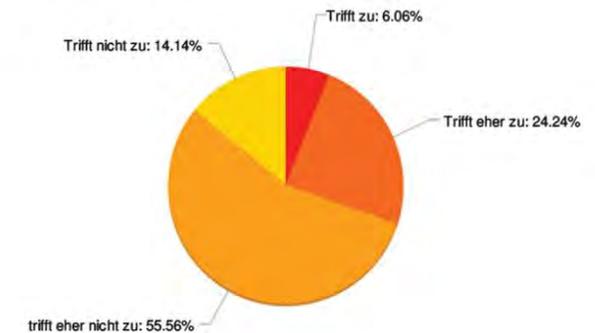
Anzahl Teilnehmer: 99

6 (6.1%): **Trifft zu**

24 (24.2%): **Trifft eher zu**

55 (55.6%): **trifft eher nicht zu**

14 (14.1%): **Trifft nicht zu**



# Das Materialmanagement und die Bestände .....

## 27. Der Aufwand für das Materialmanagement ist gestiegen. \*

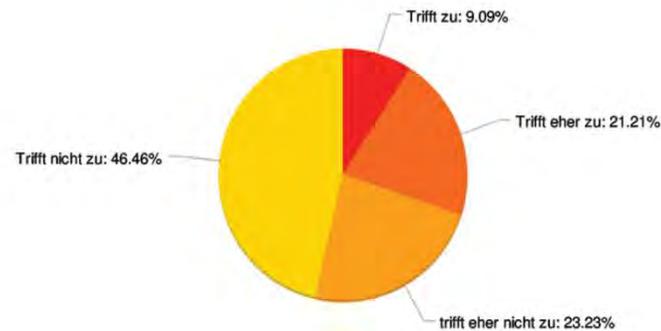
Anzahl Teilnehmer: 99

9 (9.1%): Trifft zu

21 (21.2%): Trifft eher zu

23 (23.2%): trifft eher nicht zu

46 (46.5%): Trifft nicht zu



haben sich nach dem Ende des Schocks in ersten Corona-Phase 2020

... in 2021 eher wieder normalisiert.

## 28. Ihre Lagerbestände haben sich covid-19-bedingt erhöht. \*

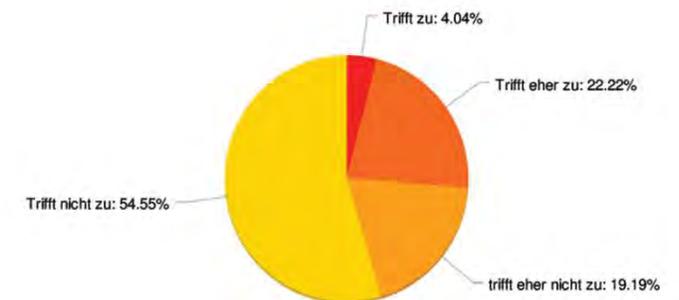
Anzahl Teilnehmer: 99

4 (4.0%): Trifft zu

22 (22.2%): Trifft eher zu

19 (19.2%): trifft eher nicht zu

54 (54.5%): Trifft nicht zu



## Die persönliche Beziehung zum Großhandel geht zurück und wird digitaler, ...

26. Die persönliche Betreuung durch den Großhandel erfolgt überwiegend über digitale Kanäle (telefonisch, E-Mail, Videotelefonie). \*

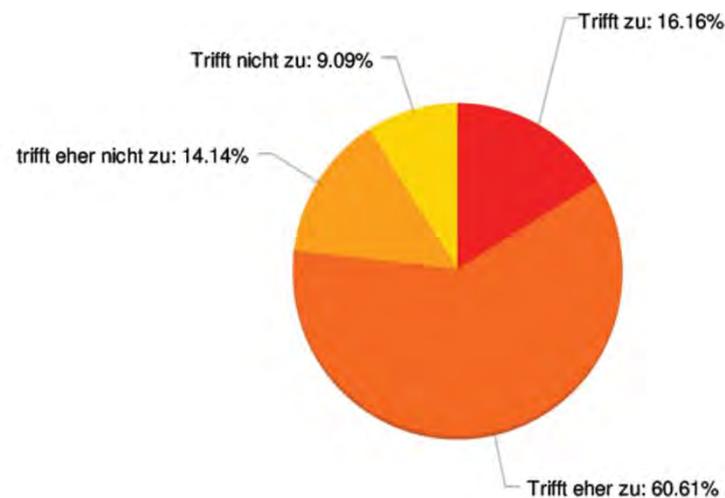
Anzahl Teilnehmer: 99

16 (16.2%): **Trifft zu**

60 (60.6%): **Trifft eher zu**

14 (14.1%): **trifft eher nicht zu**

9 (9.1%): **Trifft nicht zu**



... da man sich zur Vermeidung nicht notwendiger Kontakte hier eher abgekapselt hat.



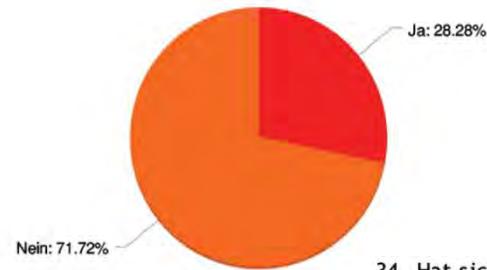
# Die Digitalisierung in Richtung Beschaffung beim Großhandel .....

35. Kaufen Sie covid-19-bedingt vermehrt über den Onlineshop ihres Großhändlers ein? \*

Anzahl Teilnehmer: 99

28 (28.3%): Ja

71 (71.7%): Nein



... schreitet schneller voran (28%) als ...

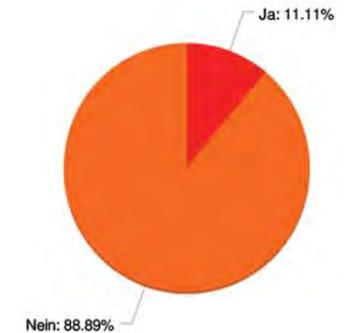
... die Digitalisierung der eigenen Projekte (BIM) und internen Dokumente (11%). Dies ist eine Gefahr für digital schwach aufgestellte Händler.

34. Hat sich die Nutzung von BIM oder digitale Akten durch Covid-19 vermehrt? \*

Anzahl Teilnehmer: 99

11 (11.1%): Ja

88 (88.9%): Nein



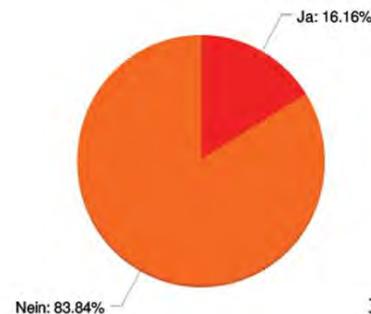
# In beiden Bereichen gibt es beim Handwerk noch viel Luft zur Digitalisierung

## 33. Nutzen Sie für ihre Baustellenplanung BIM oder digitale Akten? \*

Anzahl Teilnehmer: 99

16 (16.2%): Ja

83 (83.8%): Nein



Nur 16% BIM / digitale Akten zur Baustellenplanung und ...

... kaum Nutzung des Online-Portals zur Kommunikation (nur 5%).

## 36. Welche Form der Kommunikation nutzen Sie am häufigsten mit ihrem Großhändler? \*

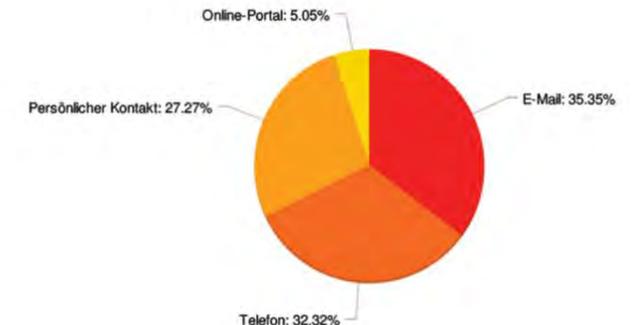
Anzahl Teilnehmer: 99

35 (35.4%): E-Mail

32 (32.3%): Telefon

27 (27.3%): Persönlicher Kontakt

5 (5.1%): Online-Portal





## Ergebnisse der Befragung für Handel



# Der Veränderung vom Handwerk kommen beim Großhandel voll an

38. Durch Covid-19 gab es im Großhandel einen deutlichen Anstieg von Online-Anfragen/Bestellungen über Ihren Webshop.

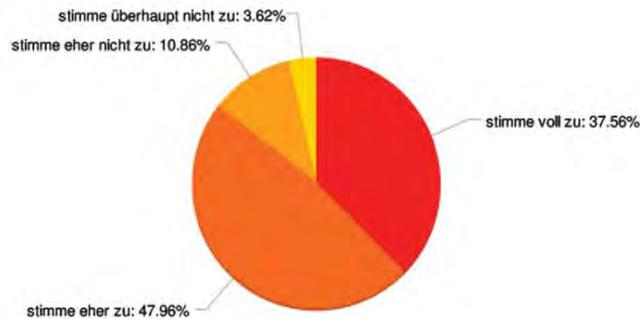
Anzahl Teilnehmer: 221

83 (37.6%): **stimme voll zu**

106 (48.0%): **stimme eher zu**

24 (10.9%): **stimme eher nicht zu**

8 (3.6%): **stimme überhaupt nicht zu**



Es gibt einen sichtbaren Anstieg der Online-Anfragen und Webshop-Bestellungen und ...

... viel weniger persönliche Kontakte, was als dauerhaft bewertet wird und den Handel verändert.

39. Durch die Situation von Covid-19 gab es eine enorme Zunahme an digitalen / telefonischen Kontakten.

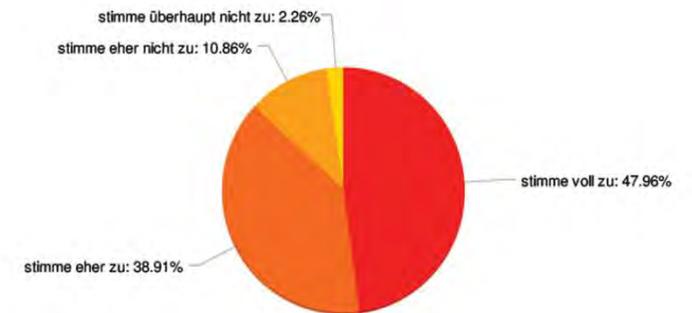
Anzahl Teilnehmer: 221

106 (48.0%): **stimme voll zu**

86 (38.9%): **stimme eher zu**

24 (10.9%): **stimme eher nicht zu**

5 (2.3%): **stimme überhaupt nicht zu**



# Persönliches Coaching und Beratung der Handwerksunternehmen wird wichtiger

41. Die persönliche Beziehung zwischen Außendienstmitarbeiter und Handwerker wird durch Covid-19 stark an Bedeutung gewinnen. \*

Anzahl Teilnehmer: 221

30 (13.6%): stimme voll zu

93 (42.1%): stimme eher zu

89 (40.3%): stimme eher nicht zu

9 (4.1%): stimme überhaupt nicht zu



Persönliche Beziehung bleibt wichtig und ...

... Anforderungen an Innen- und Außendienst nehmen zu. Reines Aufschreiben von Aufträgen gibt es immer weniger.

63. Die Anforderungen an den Innendienst und Außendienst als Berater und Coach des Handwerkers nehmen deutlich zu. \*

Anzahl Teilnehmer: 220

26 (11.8%): stimme voll zu

122 (55.5%): stimme eher zu

65 (29.5%): stimme eher nicht zu

7 (3.2%): stimme überhaupt nicht zu



# Digitales Marketing und digitale Planungswerkzeuge binden Handwerker zukünftig

53. Durch Covid-19 hat die Bedeutung von digitalem Marketing für den Großhandel zugenommen. \*

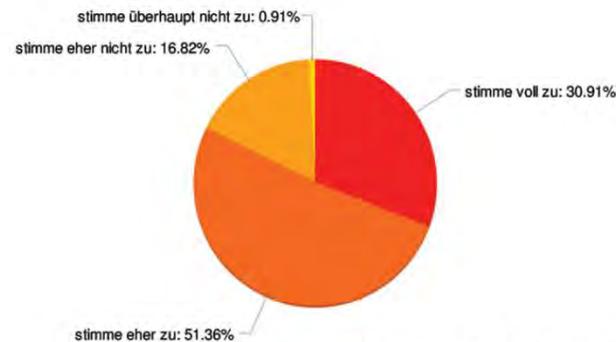
Anzahl Teilnehmer: 220

68 (30.9%): stimme voll zu

113 (51.4%): stimme eher zu

37 (16.8%): stimme eher nicht zu

2 (0.9%): stimme überhaupt nicht zu



Digitales Marketing hat zugenommen und wird weiter zunehmen und

....

... über die Nutzung digitaler Planungswerkzeuge des Handels wird das Handwerk zukünftig gebunden, weil darüber ein Wechsel aufwendig wird.

52. Die Anbindung der Handwerker an den Handel über digitale Planungswerkzeuge ist ein gutes Kundenbindungsinstrument (Badplanung, Kalkulationssoftware, Lagerauswertungen, Scan-Software zur Nachbestellung, komfortable Shop-Konzepte, etc.) \*

Anzahl Teilnehmer: 220

43 (19.5%): stimme voll zu

112 (50.9%): stimme eher zu

55 (25.0%): stimme eher nicht zu

10 (4.5%): stimme überhaupt nicht zu



## Umfang Lagerhaltung stieg allgemein ....

42. Der Großhandel neigt seit Beginn der Covid-19-Krise zur Einlagerung größerer Sicherheitsmengen der Eigenmarken/Handelsmarken. \*

Anzahl Teilnehmer: 221

28 (12.7%): stimme voll zu

95 (43.0%): stimme eher zu

91 (41.2%): stimme eher nicht zu

7 (3.2%): stimme überhaupt nicht zu



und besonders bei den marginstarken Eigenmarken eher an und ....

... bei Eigenmarken wird verstärkt über mehrere Alternativlieferanten nachgedacht zur Absicherung.

43. Langfristig werden mehrere Alternativlieferanten zur Beschaffung der Eigenmarken/Handelsmarken notwendig werden. \*

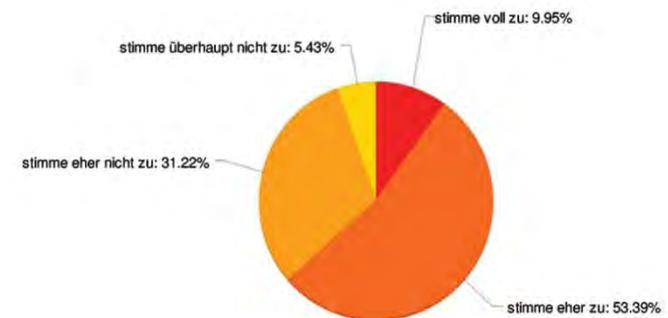
Anzahl Teilnehmer: 221

22 (10.0%): stimme voll zu

118 (53.4%): stimme eher zu

69 (31.2%): stimme eher nicht zu

12 (5.4%): stimme überhaupt nicht zu



# Lieferung (zum Kunden und auf Baustelle) und Click und Collect ...

44. Durch Covid-19 hat die Anzahl der Warenauslieferungen an Kunden deutlich zugenommen \*

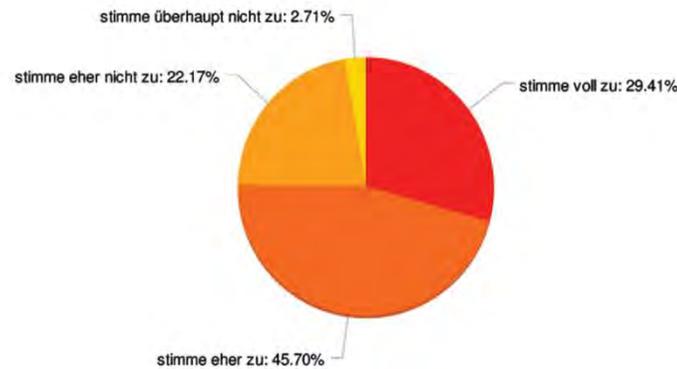
Anzahl Teilnehmer: 221

65 (29.4%): *stimme voll zu*

101 (45.7%): *stimme eher zu*

49 (22.2%): *stimme eher nicht zu*

6 (2.7%): *stimme überhaupt nicht zu*



sind durch Pandemie stark angestiegen und

....

... es wird zudem erwartet, dass diese Entwicklung weitergeht nach Pandemie-Ende.

46. Es gibt eine stärkere Nutzung von Click & Collect seit Beginn der Covid-19-Krise. \*

Anzahl Teilnehmer: 221

88 (39.8%): *stimme voll zu*

98 (44.3%): *stimme eher zu*

28 (12.7%): *stimme eher nicht zu*

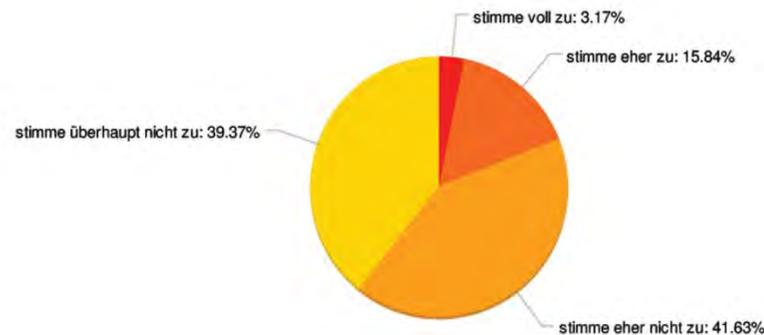
7 (3.2%): *stimme überhaupt nicht zu*



# Logistik im Großhandel wird sich entsprechend verändern, ...

## 48. Durch Covid-19 planen wir personenlose Abhollager einzuführen. \*

- Anzahl Teilnehmer: 221
- 7 (3.2%): stimme voll zu
- 35 (15.8%): stimme eher zu
- 92 (41.6%): stimme eher nicht zu
- 87 (39.4%): stimme überhaupt nicht zu



Abholstandorte kommen auf den Prüfstand und manchmal denkt man bereits über personenlose Abhollager nach.

Die Zentralisierung der Lagerhaltung schreitet voran, gekoppelt mit mehr Automatisierung der Zentrallager.

## 51. Covid-19 hat positive Auswirkungen auf den Fortschritt der Automatisierung von Zentrallagern im Großhandel.

- Anzahl Teilnehmer: 220
- 25 (11.4%): stimme voll zu
- 112 (50.9%): stimme eher zu
- 67 (30.5%): stimme eher nicht zu
- 16 (7.3%): stimme überhaupt nicht zu



# Online-Meetings haben Präsenz-Meetings in der Pandemie ersetzt (80%), aber ...

## 56. Onlinemeetings erhöhen die Produktivität im Vergleich zu Präsenzmeetings. \*

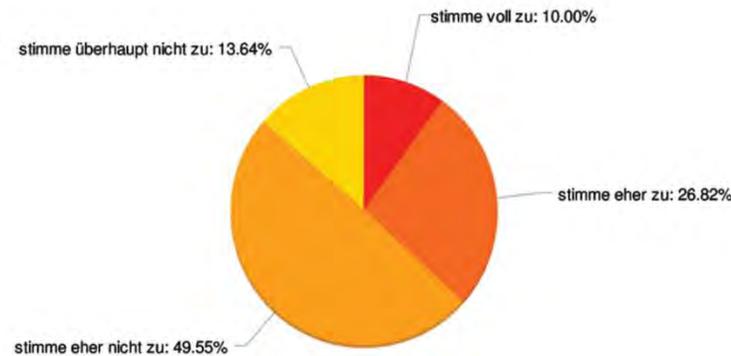
Anzahl Teilnehmer: 220

22 (10.0%): **stimme voll zu**

59 (26.8%): **stimme eher zu**

109 (49.5%): **stimme eher nicht zu**

30 (13.6%): **stimme überhaupt nicht zu**



diese werden überwiegend als weniger produktiv bewertet und man denkt, ...

... dass die Online-Meetings wieder zurückgehen werden. Wahrscheinlich aber weniger als gedacht ?!

## 57. Onlinemeetings werden nach der Pandemie im gleichen Umfang wie während der Pandemie stattfinden. \*

Anzahl Teilnehmer: 220

12 (5.5%): **stimme voll zu**

59 (26.8%): **stimme eher zu**

122 (55.5%): **stimme eher nicht zu**

27 (12.3%): **stimme überhaupt nicht zu**



# Home-Office wird in der Pandemie sehr unterschiedlich gelebt und ...

58. Wieviel Prozent der Mitarbeiter ihres Arbeitgebers arbeiten derzeit im Home-Office? \*

Anzahl Teilnehmer: 220

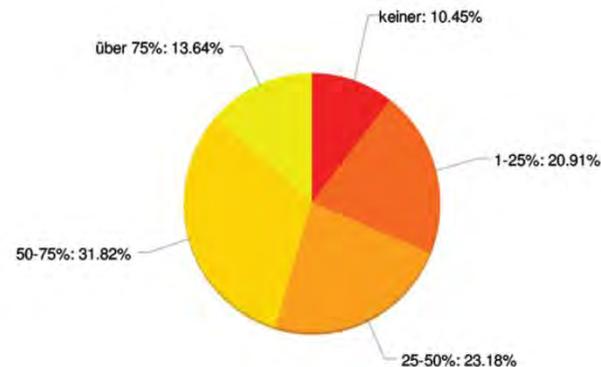
23 (10.5%): **keiner**

46 (20.9%): **1-25%**

51 (23.2%): **25-50%**

70 (31.8%): **50-75%**

30 (13.6%): **über 75%**



auch sehr gespalten bewertet von der Produktivität, aber man denkt, ...

... dass die Home-Office-Möglichkeiten im Vergleich zu vor der Pandemie nach der Pandemie zunehmen werden.

59. Die Produktivität im Home-Office ist höher als im Büro. \*

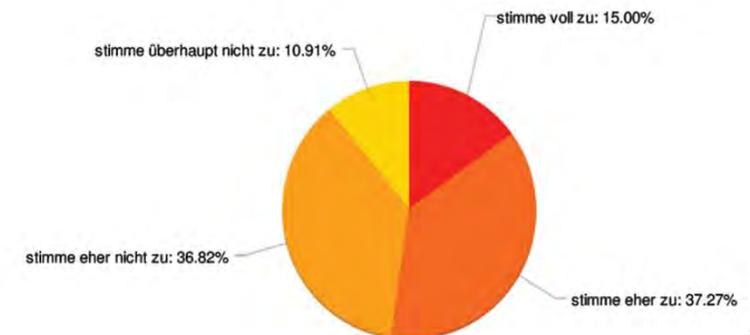
Anzahl Teilnehmer: 220

33 (15.0%): **stimme voll zu**

82 (37.3%): **stimme eher zu**

81 (36.8%): **stimme eher nicht zu**

24 (10.9%): **stimme überhaupt nicht zu**



## Direktvertrieb der Hersteller wird überwiegend nicht als Problem gesehen ...

64. Die Auswirkungen der Covid-19-Pandemie führen zu einem Anstieg des Direktvertriebes von Herstellern an Handwerker.  
(dabei wird der Handel übersprungen) \*

Anzahl Teilnehmer: 220

12 (5.5%): stimme voll zu

79 (35.9%): stimme eher zu

111 (50.5%): stimme eher nicht zu

18 (8.2%): stimme überhaupt nicht zu



... aber der Großhandel sollte sich hier nicht zu sicher sein, dass nicht zukünftig für Großhandwerker und Fertighausbauer eine Direktanbindung von der Industrie stattfindet.





## Ergebnisse der Befragung für Industrie



# Industrie setzt immer mehr auf digitales Endkunden-Marketing ...

65. Die Industrie setzt seit Beginn der Covid-19-Pandemie verstärkt auf digitales Endkunden-Marketing. \*

Anzahl Teilnehmer: 61

13 (21.3%): stimme voll zu

34 (55.7%): stimme eher zu

12 (19.7%): stimme eher nicht zu

2 (3.3%): stimme überhaupt nicht zu



... zur eigenen Absicherung vor der Dominanz des Großhandels, ...

... erreicht aber noch keine stärkere Vorvermarktung der eigenen Produkte.

66. Die Covid-19-Pandemie hat dazu beigetragen, dass eine stärkere Vorvermarktung der Produkte durch den Hersteller stattfindet. \*

Anzahl Teilnehmer: 61

6 (9.8%): stimme voll zu

24 (39.3%): stimme eher zu

26 (42.6%): stimme eher nicht zu

5 (8.2%): stimme überhaupt nicht zu



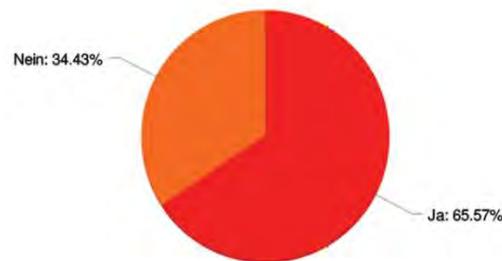
# Eigene Wertschöpfungskette der Industrie ist doch öfter zusammengebrochen ...

72. Kam es in Ihrem Unternehmen vor, dass während der Pandemie Lieferschwierigkeiten eingetreten sind? \*

Anzahl Teilnehmer: 61

40 (65.6%): Ja

21 (34.4%): Nein



... wegen Problemen der Zulieferung oder auch wegen Schließungen eigener Werke (im Ausland) oder bei der Warenverteilung, ...

... weswegen man in Zukunft hier entsprechende Alternativoptionen häufig andenkt.

73. Die Wichtigkeit von Alternativ-Zulieferern und / oder einem Alternativ-Produktionsstandort wird zukünftig zu nehmen. \*

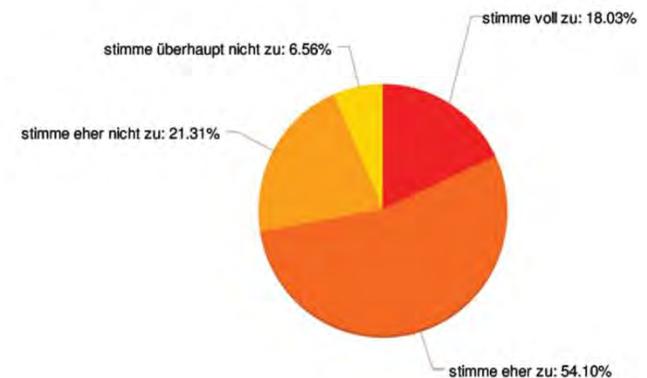
Anzahl Teilnehmer: 61

11 (18.0%): stimme voll zu

33 (54.1%): stimme eher zu

13 (21.3%): stimme eher nicht zu

4 (6.6%): stimme überhaupt nicht zu



## Der Absatz ist 2020 in vielen Ländern eingebrochen, ....

75. Der Absatz der Industrie wird durch den Handwerkerangel in Deutschland stark begrenzt. \*

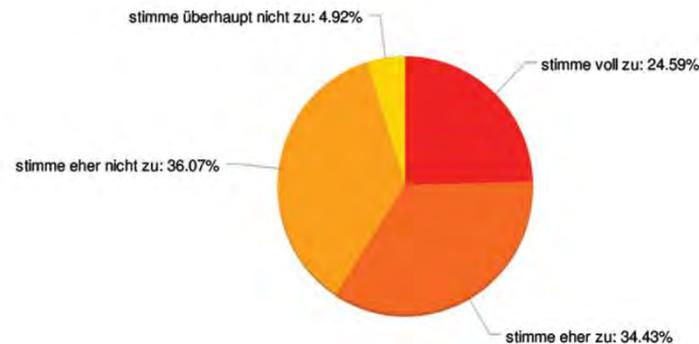
Anzahl Teilnehmer: 61

15 (24.6%): stimme voll zu

21 (34.4%): stimme eher zu

22 (36.1%): stimme eher nicht zu

3 (4.9%): stimme überhaupt nicht zu



... nicht aber in Deutschland, wo der Handwerkerangel den Absatz begrenzt hat.

Die Handwerker sind bei steigender Auslastung an die Kapazitätsgrenzen gelangt, obwohl Sie durch Covid weniger als normal von der Arbeit abgelenkt wurden.

76. Die Auslastung von Handwerkern ist durch die Covid-19-Randbedingungen gestiegen. \*

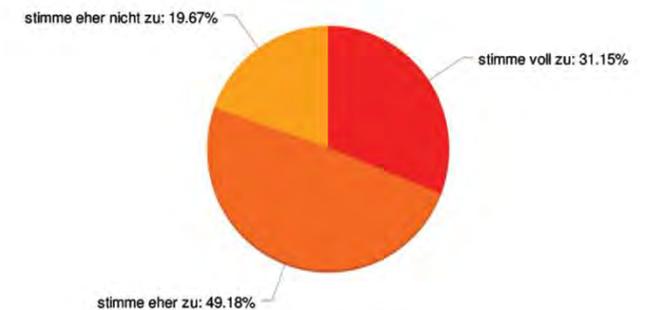
Anzahl Teilnehmer: 61

19 (31.1%): stimme voll zu

30 (49.2%): stimme eher zu

12 (19.7%): stimme eher nicht zu

- (0.0%): stimme überhaupt nicht zu



Die Verarbeitungsdauer für ein Produkt wird durch den Handwerkermangel zu einem entscheidenden Differenzierungskriterium am Markt.

77. Die Verarbeitungsdauer eines Produkts ist ein Auswahlkriterium, um sich vom Wettbewerb abzuheben. \*

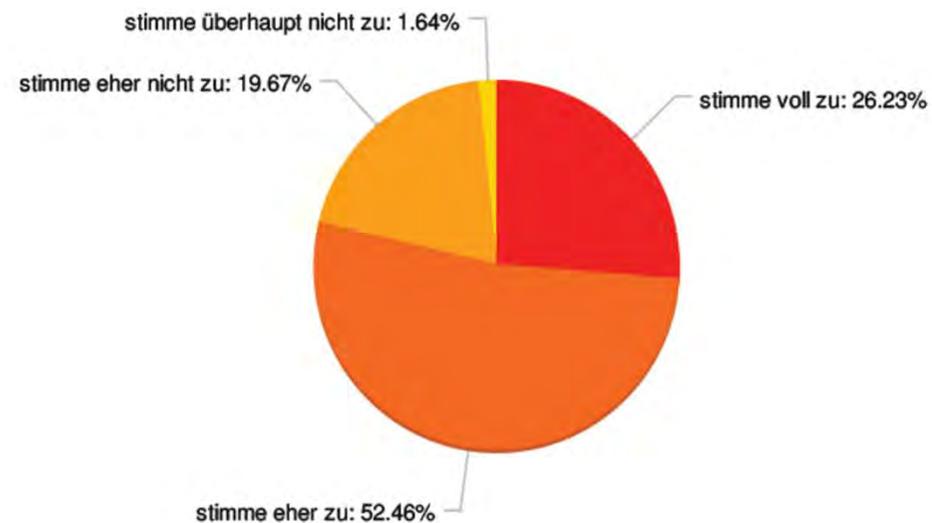
Anzahl Teilnehmer: 61

16 (26.2%): **stimme voll zu**

32 (52.5%): **stimme eher zu**

12 (19.7%): **stimme eher nicht zu**

1 (1.6%): **stimme überhaupt nicht zu**



# Digitalisierung und Virtualisierung wird bei der Industrie positiv gelebt, ...

## 71. Agiles Projektmanagement mit kurzen Online-Videokonferenzen gewinnt an Bedeutung. \*

Anzahl Teilnehmer: 61

27 (44.3%): **stimme voll zu**

28 (45.9%): **stimme eher zu**

6 (9.8%): **stimme eher nicht zu**

- (0.0%): **stimme überhaupt nicht zu**



... agiles Projektmanagement lebt vom kurzen, effizienten Austausch und gewinnt an Bedeutung.

Die Digitalisierung mit Industrie 4.0 ist bei der Industrie in den letzten Jahren gut vorangekommen und hat nochmals an Dynamik gewonnen.

## 67. Im Laufe des letzten Jahres hat sich der Online-Zugriff auf Unternehmensdaten durch Home-Office und Online-Videokonferenzen deutlich erhöht. \*

Anzahl Teilnehmer: 61

38 (62.3%): **stimme voll zu**

17 (27.9%): **stimme eher zu**

3 (4.9%): **stimme eher nicht zu**

3 (4.9%): **stimme überhaupt nicht zu**



## Problem in der Pandemie ist die Produktion ...

68. Ein wesentliches Problem in der Covid-19-Pandemie ist die Umsetzung der Covid-19-Verordnungen in der Produktion.

Anzahl Teilnehmer: 61

12 (19.7%): stimme voll zu

22 (36.1%): stimme eher zu

26 (42.6%): stimme eher nicht zu

1 (1.6%): stimme überhaupt nicht zu



... obwohl man auch hier über die Automatisierung vielfach bereits sehr gute Bedingungen erreicht hat.

In manchen Bereichen ist die Einhaltung der Abstandsregeln aber dennoch schwierig.

69. Besonders schwierig ist die Einhaltung der Abstandsregeln in der Produktion. \*

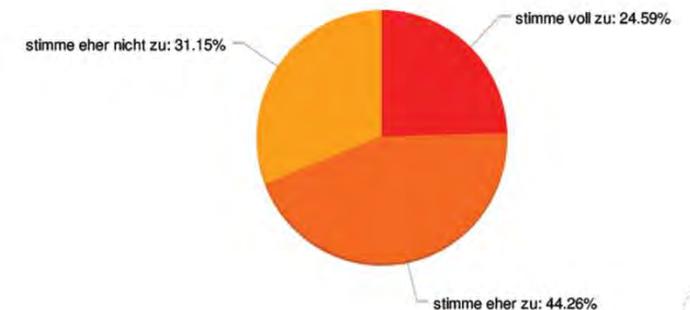
Anzahl Teilnehmer: 61

15 (24.6%): stimme voll zu

27 (44.3%): stimme eher zu

19 (31.1%): stimme eher nicht zu

- (0.0%): stimme überhaupt nicht zu





# Zusammenfassung



# Wesentliche Ergebnisse

- 1. Der Wertschöpfungskette Bau-Haustechnik-Elektro ist es in Deutschland in der Pandemie doch recht gut ergangen.** Es gab keinen harten Lockdown für diesen Bereich wie in anderen Ländern.
  - Das Handwerk hat entsprechende Vorsichtsmaßnahmen ergriffen und ist trotz einzelner Covid-19-Fälle voll arbeitend durchgekommen. Dadurch ist der Rückgang der Wirtschaftsleistung in Deutschland geringer ausgefallen als in anderen europäischen Ländern bei mäßigen Todeszahlen.
- 2. Die Logistik der Wertschöpfungskette Bau-Haustechnik-Elektro hat auch gut funktioniert durch die hohen Bestände im Großhandel, wodurch dessen Existenzberechtigung wieder einmal demonstriert wurde.**
  - Das Handwerk nutzt immer stärker den flexiblen Lieferservice des Großhandels und entsprechende Bereitstellung zur Abholung und hat darüber Kontaktvermeidung betrieben und die eigene Effizienz erhöht.
  - Der Großhandel sichert die Kette durch Bestände, wobei Eigenmarken doch weiter stärker forciert werden. Zentralisierung von Lagerhaltung und Automatisierung der Zentrallager schreitet weiter voran, Abholstandorte stehen stärker auf dem Prüfstand und man versucht diese über andere Konzepte (z.B. personallose Abholläger, Lieferung an PKW's, ...) zu optimieren.
  - Die Industrie war betroffen durch den Lockdown in verschiedenen Ländern und ist dabei für die Zukunft noch stärker Vorsorge zu betreiben.

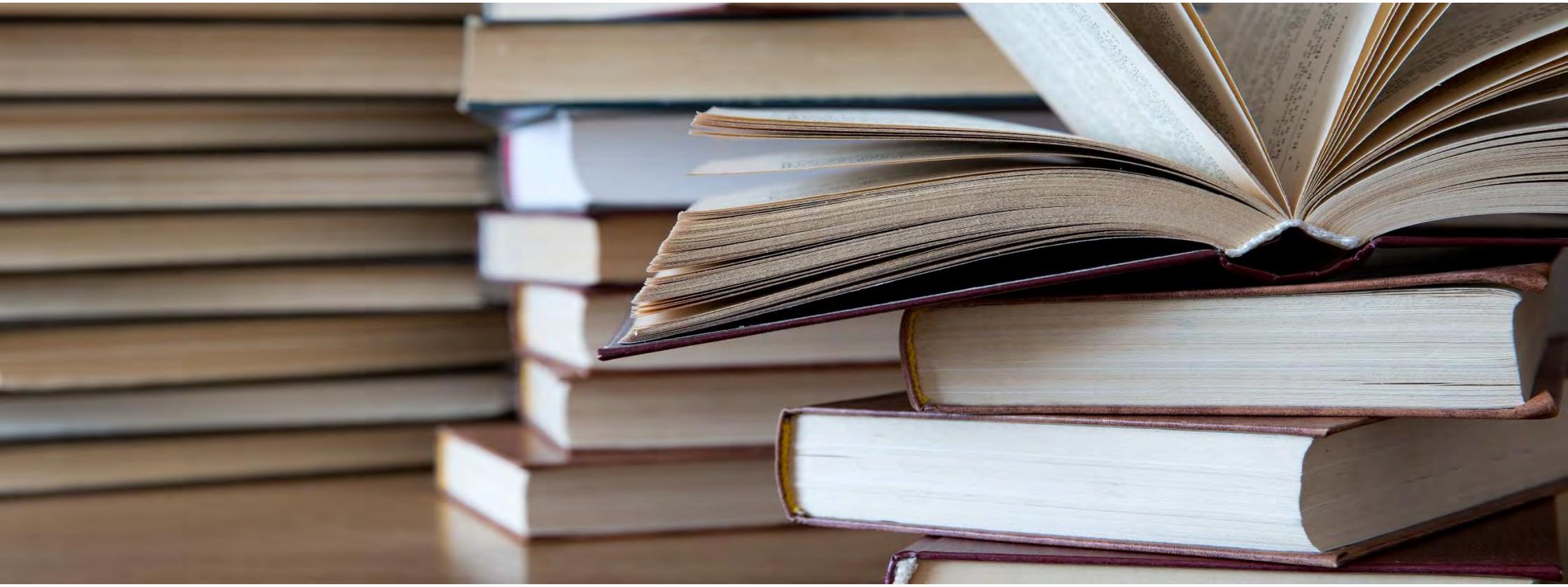


# Wesentliche Ergebnisse

## 3. Die Digitalisierung hat deutlich an Fahrt aufgenommen, auch für die Wertschöpfungskette Bau-Haustechnik-Elektro, wie in fast allen Lebensbereichen.

- Das Handwerk als aktueller Engpass in der Kette klammert sich weiter an den persönlichen Beziehungen zu den Kunden und einem häufig wenig digitalen Ansatz. Hier besteht aktuell noch kein bzw. nur ein Pandemie-bedingter Handlungsdruck.
- Aber auch im Handwerk schreitet die Digitalisierung voran, digitale Bestellungen beim Großhandel nehmen zu, die komplett digitale Abwicklung der Projekte (BIM-zentriert) wird kommen und zukünftig auch vom Kunden gefordert werden.
  
- Aktuell scheint besonders der Großhandel betroffen zu sein, weil das Handwerk sich abgeschottet hat in Richtung des Großhandels für dessen Außendienst und sich die Dynamik hin zur digitalen Bestellung mit Lieferung, weg von der Beschaffung im Abholmarkt beschleunigt hat.
- Nur mit einem guten Omni-Channel-Ansatz mit einer optimalen digitalen An- und Einbindung des Handwerks (mit entsprechenden digitalen Werkzeugen) gehört einem Großhändler die Zukunft.
- Der Innendienst- und der Außendienstmitarbeiter müssen sich wandeln zum Coach und Berater des Handwerks, weg vom Aufschreiber von Bestellungen.
  
- Die Industrie war bereits vorher sehr digital unterwegs in Richtung der eigenen Wertschöpfungsprozesse und nutzt die Digitalwerkzeuge am stärksten und am optimalsten. Neu ist ein stärkerer digitaler Marketing- und Vertriebsansatz, der auf der starken eigenen Marke basierend die Vor- oder Direktvermarktung und darüber die Unabhängigkeit vom Großhandel sichern muss.





# Quellen



# Quellen

Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVi)

Statistisches Bundesamt [www.statista.de](http://www.statista.de)

Hauptverband der Deutschen Bauindustrie

## **Studien:**

DHBW Mosbach: Auswertung der Marktforschungsdaten des 4. Semesters 2020/21 (HD19D)



Vielen Dank.

Duale Hochschule Baden-Württemberg Mosbach  
Lohrtalweg 10

Prof. Dr. Alexander Neumann

74821 Mosbach  
06261 939-113  
alexander.neumann@mosbach.dhbw.de