

! Marktuntersuchung

Die vorliegende Marktuntersuchung wurde durchgeführt von der Arnold & Partner Unternehmensberatung, die sich ausschließlich auf den industriellen Mittelstand spezialisiert hat. Die Fortsetzung des Artikel in der GLASWELT 2/06 behandelt dann die wirtschaftliche Situation der Betriebe hinsichtlich Eigenkapital und Investitionsbereitschaft, die Wettbewerbs- und die Preissituation.

Zur Situation der Fensterbaubranche

Die Preisentwicklung im deutschen Fenstermarkt

DIE BILANZ DES DEUTSCHEN Marktes in Fenster und Türen von 1995 bis dato ist erschütternd. Die Chancen, dass die Renovierung den Rückgang des Neubaus kompensiert, ist in der augenblicklichen wirtschaftlichen Situation und der zunehmenden Kaufzurückhaltung der Kunden nicht zu erwarten.

Trotz des Preisrückganges für ein einflügeliges Holz-Dreh-Kipp-Fensters IV 68 von umgerechnet 250,53 € WAP (Werkabgabepreis) im Jahre 1994 auf 245,40 € WAP im Jahre 2004, bei wesentlicher qualitativer Verbesserung der Ausführung in Oberfläche, Schallschutz, Wärmedämmung etc. und Rohmaterialpreissteigerungen sowie einer deutlichen Erhöhung der Rabatte ist mit einer entscheidenden Belebung am Markt nicht zu rechnen.

Der Markt in der Bundesrepublik Deutschland ist stark segmentiert. D.h., dass Kunden und Wettbewerber sowohl vom Kaufverhalten als auch vom Angebot, bedingt durch variierende wirtschaftliche, soziale und politische Randbedingungen, kein einheitliches Profil besitzen. Bei den Wettbewerbern reicht die Skala vom 1-Mann-Handwerksbetrieb bis zum industriell ausgerichteten Vollsortimenter. Beim Kunden haben wir es mit dem Häuslebauer bis zum GU oder einer Handelskette zu tun.

Demzufolge wird der Marketingansatz aus einem Mosaik verschiedener Strategien aus unterschiedlichsten Datenrecherchen und Erfahrungen beste-

hen. Die Kundenstruktur reicht vom Baumarktkunden, der ein Standardfenster für eine Reparatur benötigt, bis zum Generalunternehmen, das Großanlagen erstellt. Die Zielgruppe wird über die Vertriebsart (Direkt/Wiederverkäufer/Handel etc.) erreicht. Echte Alleinstellungsmerkmale der Anbieter sind die Ausnahme und nicht die Regel.

Die Analyse umfasst auf der Basis von statistischen Daten nachweisbare Fakten bis auf die Kreisebene, so dass gezielt der Kunde angesprochen und der Wettbewerb ausgehebelt werden kann. Der deutsche Fenster- und Türenmarkt ist überwiegend regional orientiert, nur wenige große Vollsortimenter sind bundesweit tätig. Der Export ist mit ca. 2 % bedeutungslos, was sich auch dadurch erklärt, dass „Fenster“ nicht gleich „Fenster“ ist und Konstruktion, physikalische Anforderungen, Design etc. in den anderen Ländern mit dem „Deutschen Fenster“ nicht vergleichbar sind. Expansion, gleich welcher Art, ist mit Zeit und Geld verbunden, beides haben die meisten Betriebe der Branche nicht mehr.

Die allgemeine politische Lage ist instabil und leidet unter zunehmendem Vertrauensschwund

Anzeige

und vor allem mangelndem Vertrauen in die Kontinuität.

Sozialer Wohnungsbau und Eigenheimzulage

Die von den Bundesregierungen vorgenommenen Reduzierungen der öffentlichen Fördermittel im sozialen Wohnungsbau in den Jahren 1995 bis 2002 und die darüber hinausgehenden weiteren Kürzungen geben zur Besorgnis Anlass. Der Trend der durchgeführten Kürzungen lässt die Prognose für das Jahr 2005 und darüber hinaus mit hoher Wahrscheinlichkeit zu. Leider sind in letzter Zeit keine verbindlichen Angaben von Regierungsseite zu erhalten. Bis einschließlich 2004 betragen die Kürzungen der Bundesmittel für den sozialen Wohnungsbau gegenüber 1994 rund 69 %. Kurz- und mittelfristig sind damit negative Folgen für die Bauwirtschaft verbunden. Seit geraumer Zeit steht die Eigenheimzulage als nicht mehr gerechtfertigt in der Diskussion.

Die Eigenheimzulage ist seit Jahren die höchste steuerliche Einzelsubvention im Bundeshaushalt. Auch unter einer neuen Bundesregierung stand dieser Titel zur Disposition, denn in Deutschland gibt es ein ausreichendes Wohnraumangebot. Für die Branche allerdings ist das eine weitere Einschränkung des Volumens, deren Wirkung im Vorzieheffekt sichtbar wurde. Pro Jahr fehlen der Bauwirtschaft damit ca. eine Milliarde Euro.

Maut-Steuer und EnEV

Die Einführung der LKW-Maut führte zu einer Verteuerung des Produkts (1 FE) von ca. 0,62 €. Da diese Kosten in der gegebenen Situation nicht 1:1 an den Kunden weitergegeben werden können, führt das bei einem Umsatz (WAP) von 13 Mio. € zu einer Mehrbelastung von 50 000 €/Jahr für das Unternehmen.

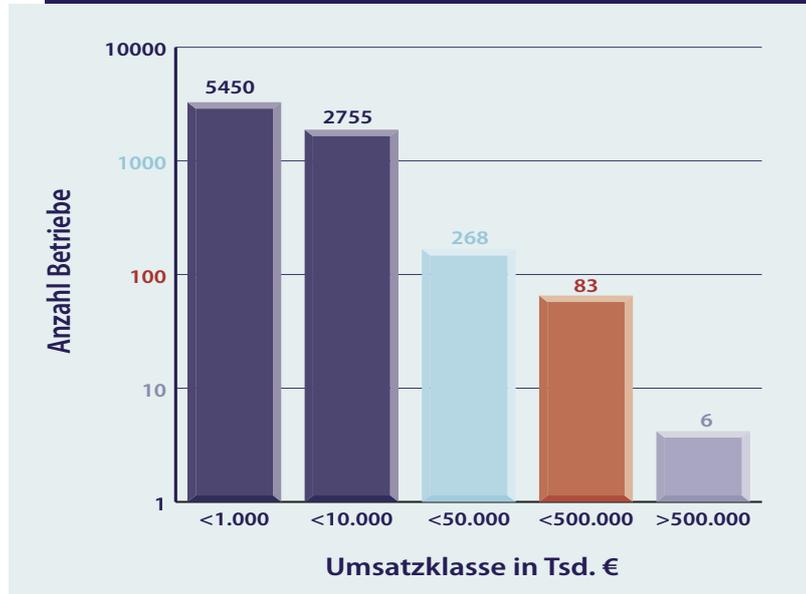
Die an und für sich begrüßenswerte Initiative zur Reduzierung des CO₂-Anteils im Rahmen der Energie-Einsparverordnung (EnEV) hat einen gewaltigen Haken. Die Rechnung von 380 Mio. renovierungsbedürftiger Fenster in Deutschland, wie in vielen Medien lanciert, stimmt nicht. Bei 37 Mio. Wohneinheiten (DESTATIS) in der Bundesrepublik Deutschland würde das bedeu-

! Budgetreduzierungen



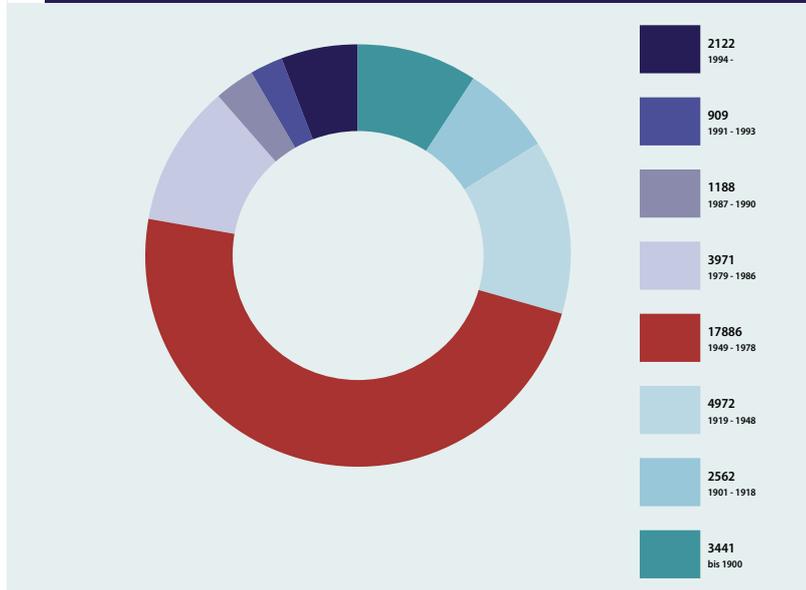
Budgetreduzierungen der öffentlichen Mittel im sozialen Wohnungsbau in den Jahren 1995 bis 2002

! Anzahl Betriebe



Betriebe der Branche in Umsatzklasse

! Wohneinheiten



Wohneinheiten in Perioden zur Definition des Renovierungsbedarfs (Quelle: DeSTATIS)

! Tabelle: Auswertung der Klassifikation der Wirtschaftszweige 2003 (WZ 2003 – Quelle: DESTATIS)

Datenherkunft			Umsatz in Tsd.					
WZ 2003...	Bez.	Wichtung %	< 10.00	< 10.000	< 50.000	<500.000	> 500.000	Summe
DO 20301	Holz	100	732	655	78	16	0	1481
DH25230	KST	100	368	428	55	18	1	870
DJ28120	Metall	100	286	292	41	8	0	627
FA45420	Bautischler	50	3006	616	12	1	0	3635
GA51533	Handel I	50	422	406	58	28	3	917
GA51154	Handel II	10	636	358	42	12	2	1050
Summen			5450	2755	286	83	6	8580

ten, dass je Wohneinheit 10,2 Fenster vorhanden wären. Nur Wohnbauten vor 1978 sind als akut renovierungsbedürftig anzusehen und somit ist der Renovierungsanteil maximal 28,861 Mio. Wohneinheiten.

Die durchschnittliche Wohneinheit lt. Statistik hat 86,7 m², hat aber keine 13 Fenster, sondern nur durchschnittlich 5, so dass max. 144 Mio. Fenster in die Kategorie „renovierungsbedürftig“ einzuordnen sind. Die Verstärkung der Bemühungen im Umweltschutz wird über die notwendigen Richtlinien und Verordnungen (u.a. EnEV) diesen „Renovierungsbestand in den nächsten 20 Jahren ins Auge fassen, d.h., ca. 7 Mio. Fenster/Jahr werden aus diesem Bestand resultieren.

Unter oben angeführten Rahmenbedingungen muss der Verbraucher überzeugt werden, dass er davon profitiert. Die Energiepreise sind in Zukunft als nicht kalkulierbar einzustufen, so dass Ersparnisrechnungen nicht die aus-

schlaggebende Motivation sind. Die Erfahrung aus den Börsengeschäften sitzt zu tief, als dass man diesbezüglich Vertrauen erwarten kann. Der Wurm muss dem Fisch schmecken und nicht dem Angler!

Unternehmensgrößen nach Umsatz

Die Branche, als typischer Teil der Struktur Produzierendes Gewerbe des Mittelstands, ist zu fast 90 % handwerklich strukturiert. Die Anzahl der Betriebe in der Branche, gegliedert nach Umsätzen, unterstreicht diese Aussage. Bis zu einer Umsatzgröße von 10 Mio. € ist überwiegend eine handwerkliche Struktur anzutreffen, was sich in der organisatorischen und IT-Ausrichtung niederschlägt. Die Beschäftigtenzahl kann als Orientierungsgröße nicht verwendet werden, da hierzu die Wertschöpfungstiefe bekannt sein müsste.

Aus den vorliegenden Auswertungen der Unternehmensberichte wurde der sog. „wichtigste WZ 2003 Code“ für die Branchenbetriebe herausgezogen und die darin verzeichneten Betriebe der Branche nach Anzahl dargestellt (Legende in Tsd. €).

Die wirtschaftliche Situation

Die wirtschaftliche Situation der Unternehmen der Branche ist ein Spiegelbild der Bauwirtschaft im Neubaugeschäft, der Kaufzurückhaltung und der allgemeinen politischen und wirtschaftlichen Verunsicherung im Renovierungsgeschäft, der Verzerrung des Wettbewerbs durch die bestehende Insolvenzordnung und den gewaltigen Überkapazitäten sowie der mangelhaften Auslastung.

Eigenkapital

Das Eigenkapital (in % der Bilanzsumme) - Ausnahmen bestätigen die Regel - ist bei fast 50 % der Unternehmen auf einen

! Marketing-Daten bis in die Kreiseben

Verkaufsgebiet: Freistaat Sachsen Postleitzahlgebiete: 01/02/04/08/09

Vertriebsmitarbeiter: Herr Müller		Umsatzziel 2003: 2,0 Mio. € nach ZV		Umsatzziel 2004: 2,3 Mio. €		Umsatz 2002 : 1,8 Mio. €	
-----------------------------------	--	-------------------------------------	--	-----------------------------	--	--------------------------	--

Fenstermarktdaten Sachsen		Info Baubehörde/Stat. Amt für Sachsen	
Verkaufte FE (HK/HA) in Tsd.: 397	Wettbewerbsdichte in FE/km ² : 52	Wohnungsbaubau (Geb. in Tsd.): 11,0	2001 %: 88
Wohn.-Fertigst./Kopf-Index: 2,95	Kaufkraft in Tsd. € pro Kopf: 16,5	Wirtschaftsbaubau: 1,9	12
Umsatz in % für Verkaufsgebiet		Öffentl. Bau: -	-
Privat: 39	Objekt: 79	Handel: 66	
Einwohner/km ² : 238	Kaufkraft (Tsd. €/Einw): 16,5	1/2 Fam. Geb. (in Tsd.): 6,3	94
Neubauten: 49 %	Renovierungen: 51 %	Mehr-Fam. Geb.: 0,4	06
		Wohnfl. (in Tsd. m ²): 7,350	

Fenstermarktdaten Bundesgebiet 2001 (in Tsd. FE)	
Verkaufte FE (HK/HA): 12.900	Kunststoff FE: 8.700
Holz FE: 3.500	Holz-Alu FE: 700

Auftragsstruktur	
Umsatzklassen in Tsd. €	-10 -50 -100 -250 >250
Direkt/Privat	
Objekte	
Händler	

Wettbewerber			
Wettbewerber	Anteil am Markt	Kriterien* (+/-)	Maßnahmen*

Kommentar:

Verkaufsgebiet: Freistaat Sachsen Landkreis Delitzsch

Vertriebsmitarbeiter: Herr Müller		Umsatzziel 2003: 2,0 Mio. € nach ZV		Umsatzziel 2004: 2,3 Mio. €		Umsatz 2002 : 1,8 Mio. €	
-----------------------------------	--	-------------------------------------	--	-----------------------------	--	--------------------------	--

Fenstermarktdaten Sachsen 2001 (in Tsd. FE)		Info Baubehörde/Stat. Amt Landkreis Delitzsch	
Verkaufte FE (HK/HA): 957	Kunststoff FE: 645	Wohnungsbaubau (Geb.): 146	2001 %: 87
Holz FE: 239	Holz-Alu FE: 52	Wirtschaftsbaubau: 21	13
Umsatz in % für Verkaufsgebiet		Öffentl. Bau: -	-
Privat: 49	Objekt: 79	Handel: 66	
Einwohner/km ² : 154	Kaufkraft (Tsd. €/Einw): 16,3	1/2 Fam. Geb.: 140	96
Neubauten: 40 %	Renovierungen: 60 %	Mehr-Fam. Geb.: 6	04
		Wohnfl. (in Tsd. m ²): 27,8	

Fenstermarktdaten Bundesgebiet 2001 (in Tsd. FE)	
Verkaufte FE (HK/HA): 12.900	Kunststoff FE: 8.700
Holz FE: 3.500	Holz-Alu FE: 700

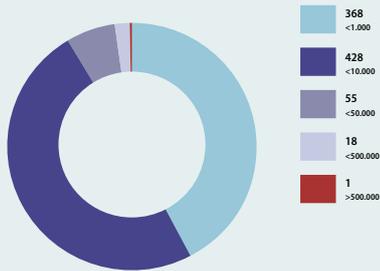
Auftragsstruktur	
Umsatzklassen in Tsd. €	-10 -50 -100 -250 >250
Direkt/Privat	
Objekte	
Händler	

Wettbewerber			
Wettbewerber	Anteil am Markt	Kriterien* (+/-)	Maßnahmen*
Fenster	32 Anbieter		siehe Liste
Türen	8 Anbieter		siehe Liste
Bauelemente	25 Anbieter		siehe Liste u.a. KNIPPING mb. HBV
Baumärkte	6 Anbieter		siehe Liste u.a. CBI, Hagebau Hellweg

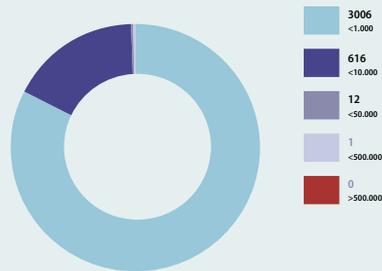
Kommentar:

* Angaben auf Extra-Blatt

Betriebe nach WZ 2003

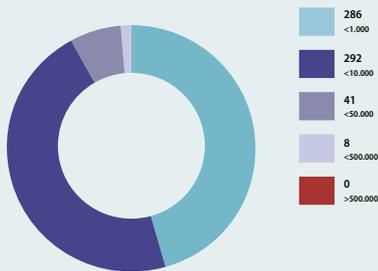


Herstellung von Baubedarfsartikeln aus Kunststoff



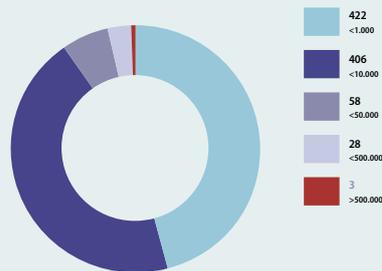
Bautischlerei und -schlosserei

Anzahl der Betriebe im WZ 2003 DJ 28120



Herstellung von Ausbauelementen aus Metall

Anzahl der Betriebe im WZ 2003 GA 51533



Großhandel mit sonstigen Holzhalbwaren sowie Bauelementen aus Holz

einstelligen Prozentsatz geschrumpft. Nicht kostendeckende Erlöse fressen sukzessive das Eigenkapital auf und führen zwangsläufig zur Insolvenzanfälligkeit. Kreditanfragen von Mittelständlern haben derzeit wenig Aussichten auf Erfolg. Die Betroffenen setzen auf Eigenkapital-Erhöhung, aber das Eigenkapital kann nur erhöht werden, wenn Gewinne dazu genutzt werden. Aber diese Gewinne müssen erst einmal gemacht werden. Hier spätestens beißt sich die Katze in den Schwanz.

Investitionsbereitschaft

Verbunden mit den Maßnahmen aus Basel II leidet die Investitionsbereitschaft an Auszehrung. Die Grafik von 1996 bis 2002 hat sich bis 2005 nur unwesentlich abgeschwächt.

Der abgefragte Index bezieht sich auf das Wollen und weniger auf das Können. Im Bau und in den baunahen Bereichen liegt die Absicht bei ca. 27 %, die überwiegend in Reparatur und Ersatz investiert werden. Erweiterungsinvestitionen sind bei der gegebenen Auslastungssituation nicht aktuell.

Ertragslage

Vor allem die Umsatzklasse zwischen 5 und 25 Mio. € Umsatz kann in der Masse bis heute kein zufrieden stellendes Betriebsergebnis vorweisen. Die Pro-

blematik liegt in der Struktur dieser Größenklasse. Sie ist gezwungen zu diversifizieren ohne die industrielle Struktur dazu zu besitzen. Alleinstellungsmerkmale, die einen höheren Preis erlauben, sind selten und das Produkt ist von der Komplexität her mit guten handwerklichen Kenntnissen gebrauchsgerecht herzustellen. Die Preisbildung entspricht in der Regel nicht den technischen und kaufmännischen Voraussetzungen (siehe auch Creditreform „Wirtschaftslage und Finanzierung im Mittelstand“ vom 7.4.05).

Forderungsverluste

Mehr als ein Drittel der Unternehmen mussten Forderungsverluste von mehr als 1 % in Kauf nehmen.

Unternehmensinsolvenzen

Nach Wirtschaftsbereichen aufgeführt ist der Bau mit > 28% an den Insolvenzen beteiligt, obwohl die Anzahl der Unternehmen umgekehrt proportional zur Anzahl der Insolvenzen steht. In der Insolvenzanfälligkeit ist ersichtlich, dass der Bau doppelt so hoch wie der Durchschnitt aller Wirtschaftsbereiche in der Insolvenz je 10 000 Unternehmen abschneidet. Im Prinzip hat die Insolvenz nichts mit dem Thema zu tun, jedoch ist durch das deutsche Insolvenzrecht eine eklatante Wettbewerbsverzerrung damit einhergehend.