

Brandschutz Insights 2016

Markt | Strukturen | Trends

Vorbeugender Brandschutz –
Die Branche verstehen

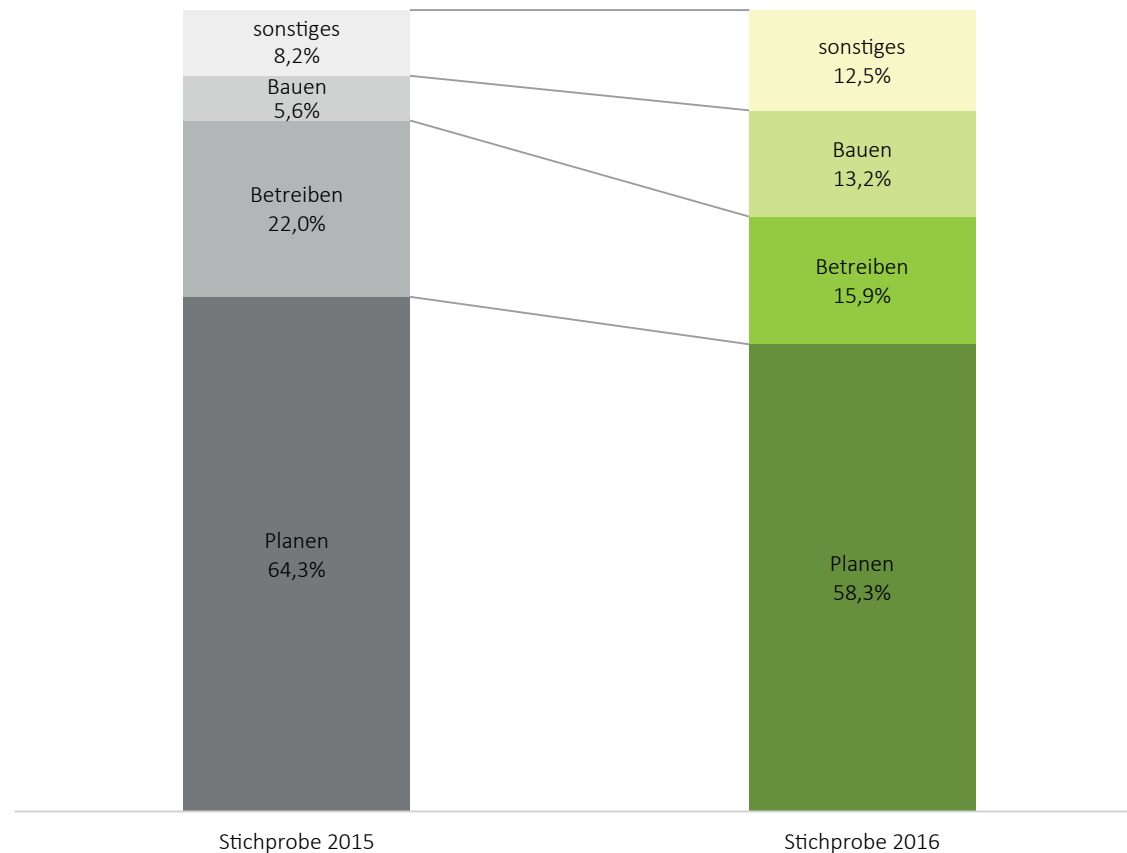


1 Die Struktur von Anwendern im vorbeugenden Brandschutz

1.1 Betriebs- und Tätigkeitsschwerpunkte der Anwender

Abb. 2: Unternehmensschwerpunkte 2015/2016

In welchem Bereich sehen Sie den Schwerpunkt Ihres Unternehmens? [% der Befragten]

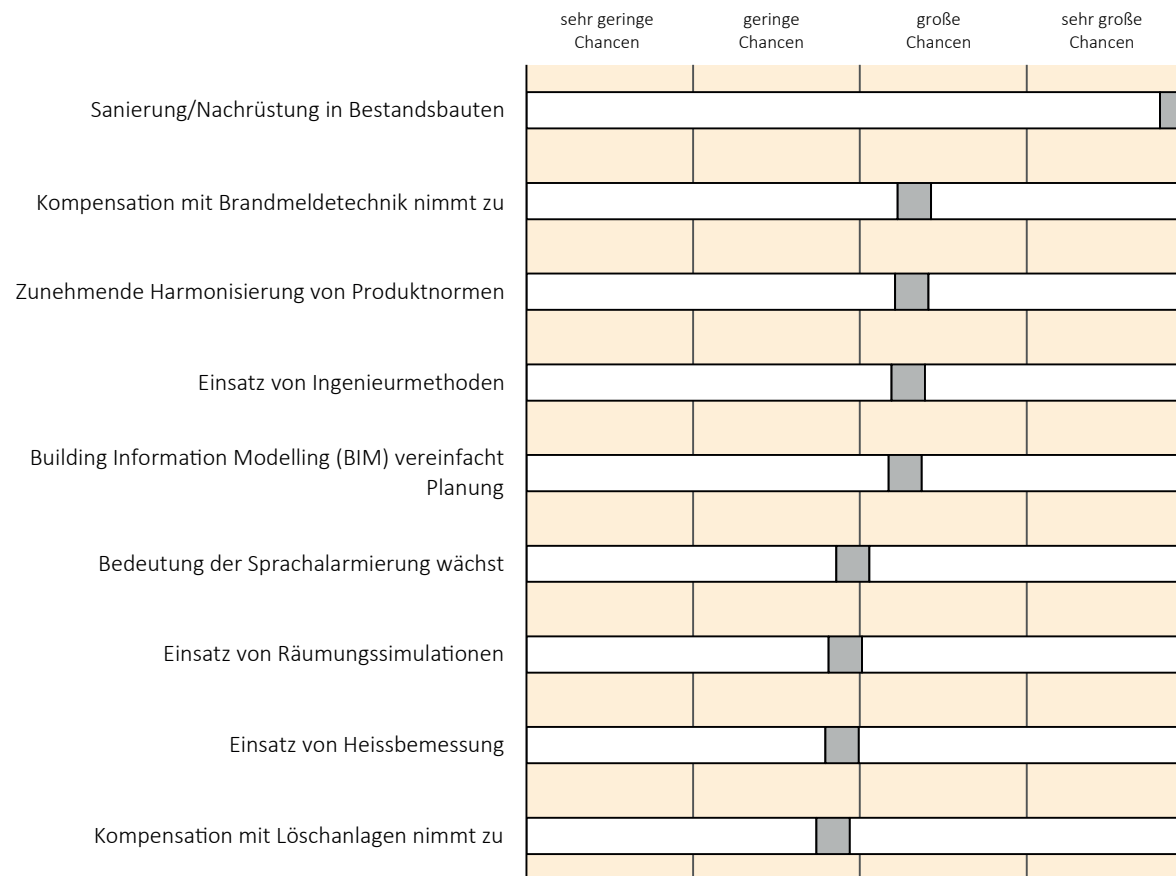


- Den Kern der Befragung zum Alltag und zur Zukunft der Brandschutzbranche bilden Planer. Als Bindeglied zwischen Industrie, Verarbeitern, Betreibern und Nutzern von Maßnahmen zum vorbeugenden Brandschutz stehen Planer im Zentrum der Arbeiten. Daher sind sie eine besonders aussagekräftige Zielgruppe.
- Im Vergleich zur letzten Studie wurde auf Anregung der Kunden der Anteil der Errichter und Verarbeiter an der Gesamtstichprobe deutlich gesteigert.

Quelle: B+L / FeuerTRUTZ Anwenderbefragung 01/2016

Abb. 12: Chancen der Branche

Welche Chancen bieten sich aus Ihrer Sicht der Brandschutzbranche? [Punktwert; Scoring-Modell]

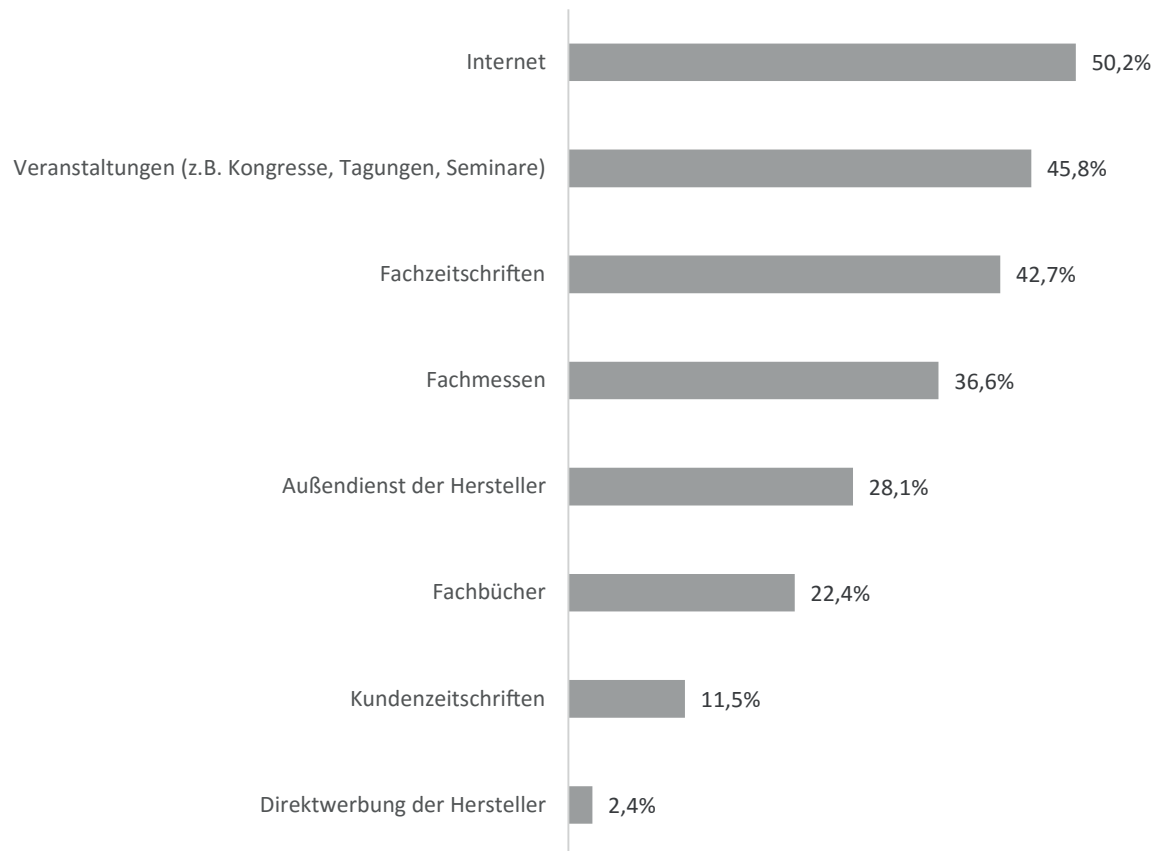


- Die größten Chancen für die Branche bieten sich in der Sanierung beziehungsweise in der Nachrüstung von Bestandsbauten.
- Gerade die Nachrüstungsprojekte, die den Markt aktuell antreiben, sind allerdings häufig komplex und erfordern immer häufiger 1:1 Lösungen.
- Es besteht also eine Verbindung zwischen den Chancen und Herausforderungen der Branche.
- Auch die zunehmende Harmonisierung von Produktnormen wird sowohl als große Chance als auch als Herausforderung begriffen.

Quelle: B+L / FeuerTRUTZ Anwenderbefragung 01/2016

Abb. 16: Impulse für Produktentscheidungen

Wo erhalten Sie die meisten Impulse für Produktentscheidungen? [% der Befragten]



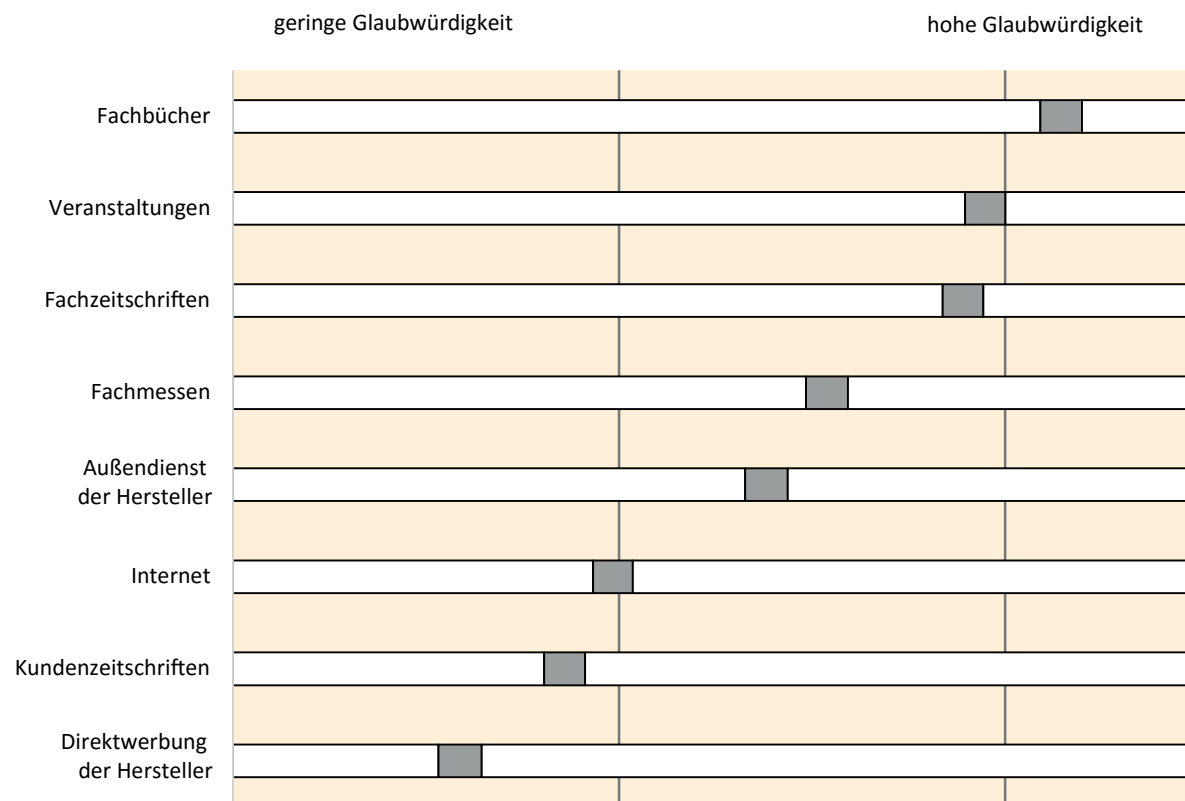
- Impulse für Produktentscheidungen erhalten die Hauptzielgruppen im Brandschutz vor allem über das Internet sowie über Veranstaltungen.
- Vor allem bei dieser Frage ist allerdings die segmentspezifische Auswertung von großer Bedeutung.

Quelle: B+L / FeuerTRUTZ Anwenderbefragung 01/2016

Abb. 21: Glaubwürdigkeit von Informationsquellen

Wie beurteilen Sie die Glaubwürdigkeit der folgenden Informationsquellen? [Punktwert; Scoring-Modell]

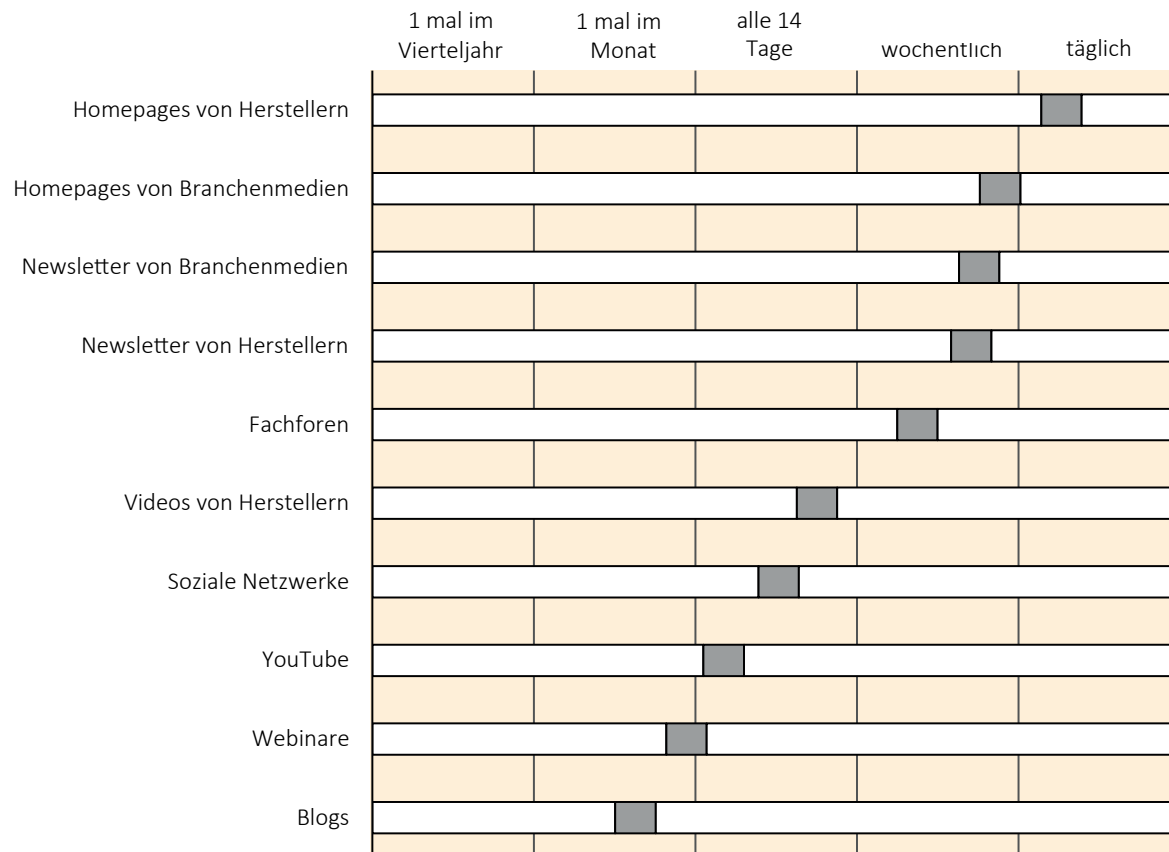
- Fachbücher genießen bei den Zielgruppen im Brandschutz die größte Glaubwürdigkeit, vor Veranstaltungen und Fachzeitschriften.



Quelle: B+L / FeuerTRUTZ Anwenderbefragung 01/2016

Abb. 26: Nutzungsfrequenz von Internetquellen

Wie häufig nutzen Sie die folgenden Seiten beruflich? [Punktwert; Scoring-Modell]

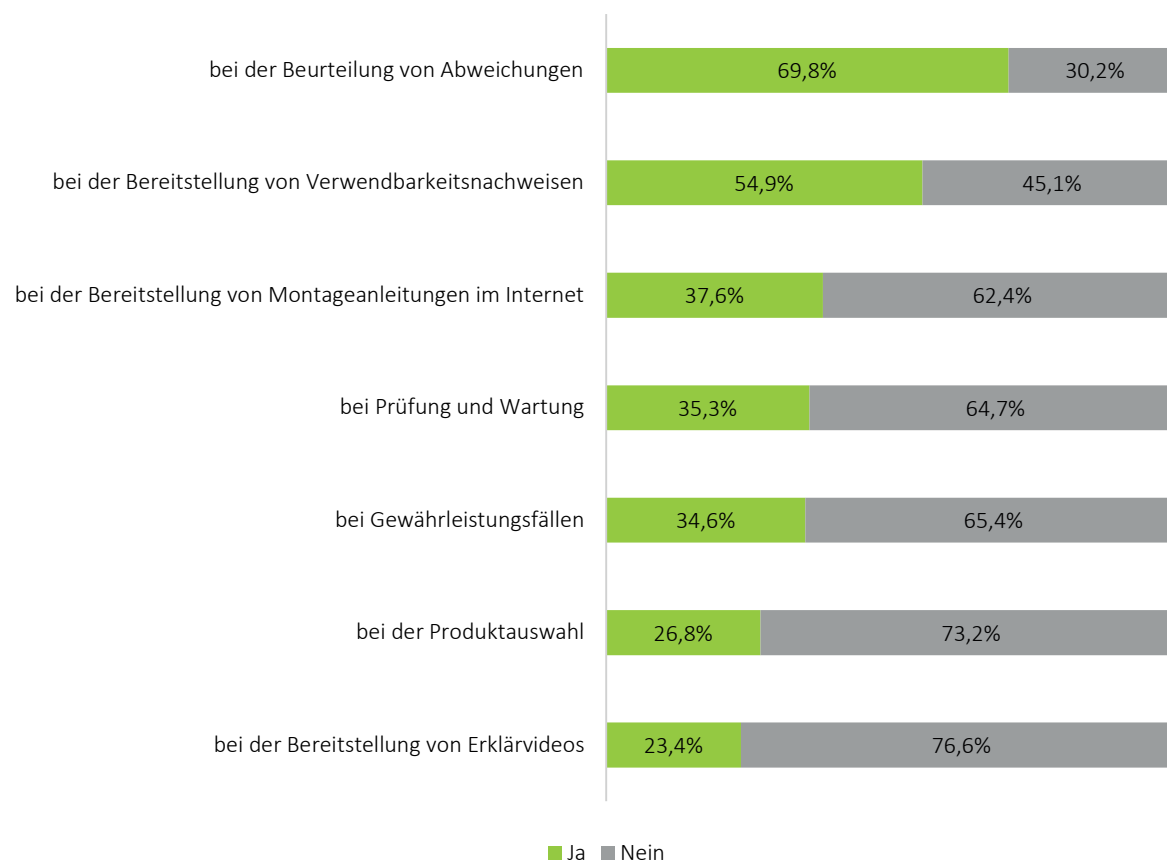


- Die Nutzungsintensität unterstreicht die Relevanz der Internetauftritte der Hersteller. Tatsächlich hat die Industrie täglich die Chance, Neuheiten zu kommunizieren und ihre Themen zur Zielgruppe zu transportieren.
- Auch inhaltlich qualifizierte und gut strukturierte Newsletter können als Informationsgrundlage für Unternehmen dienen. Sie werden in der Regel wöchentlich genutzt.
- Soziale Netzwerke sollten eher „nebenbei“ mit Inhalten gefüttert werden, sie stehen im Berufsalltag eher im Hintergrund.

Quelle: B+L / FeuerTRUTZ Anwenderbefragung 01/2016

Abb. 37: Gewünschte Unterstützungsleistungen

In welchen Punkten würden Sie sich von den Herstellern mehr Unterstützung wünschen? [% der Befragten]

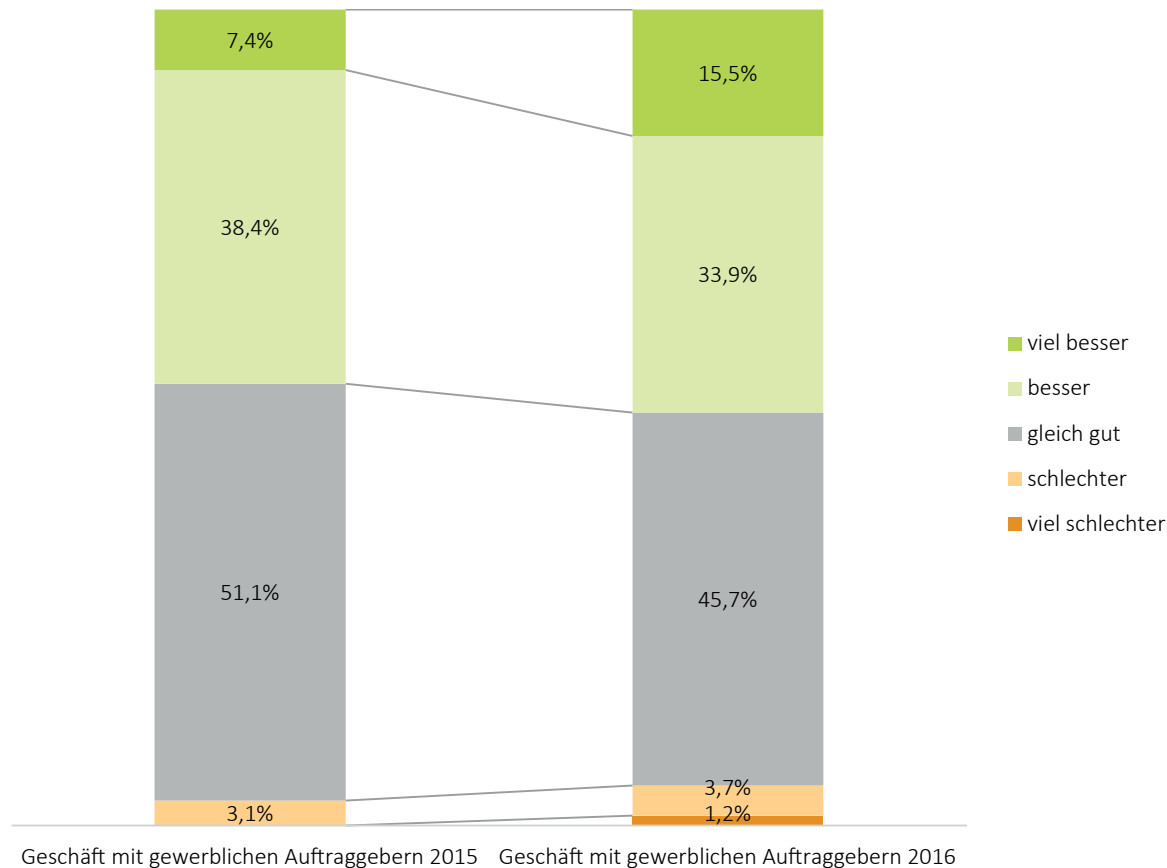


- Abweichungen von Verwendbarkeitsnachweisen und Vorschriften im Brandschutz kommen häufig vor und bedeuten für die Beteiligten immer eine hohe Unsicherheit. Hier wünschen sich die Befragten stärkere und intensivere Unterstützung von den Produktherstellern.
- Im Vergleich zur letztjährigen Studie hat das Problem der Bereitstellung von Verwendbarkeitsnachweisen offenbar noch einmal an Bedeutung gewonnen. Während sich 2015 noch 46,9 Prozent der Befragten hier mehr Unterstützung gewünscht haben, ist dieser Anteil auf 54,9 Prozent angewachsen. Das liegt evtl. auch daran, dass die europäischen Nachweise allein von den Herstellern selbst bereit gestellt werden und Anwender dadurch noch stärker als bei den nationalen Verwendbarkeitsnachweisen auf die Bereitstellung der Dokumente durch die Hersteller angewiesen sind.

Quelle: B+L / FeuerTRUTZ Anwenderbefragung 01/2016

Abb. 71: Konjunkturbarometer gewerbliche Auftraggeber 2015/2016

Wenn Sie eine Vorschau auf 2016 wagen: Wie wird sich Ihr Geschäft mit gewerblichen Auftraggebern entwickeln? (Gesamt)
[% der Befragten]



- Auch dem Geschäft mit gewerblichen Auftraggebern sehen die Zielsegmente im Bauen positiv entgegen.
- 2016 geben 49,4 Prozent der Befragten an, dass sich aus ihrer Sicht das Geschäft mit gewerblichen Auftraggebern besser entwickeln wird als noch in 2015.
- In 2015 lag dieser Anteil noch bei 45,8 Prozent der Befragten. Insgesamt startet man also auch beim Geschäft mit gewerblichen Auftraggebern leicht optimistischer in das Geschäftsjahr 2016 als noch in 2015.
- Die Entwicklung der Geschäfte mit gewerblichen Auftraggebern wird im Vergleich mit privaten und öffentlichen Auftraggebern am positivsten bewertet.

Quelle: B+L / FeuerTRUTZ Anwenderbefragung 01/2016