

Baubranche aktuell

Wie das deutsche Baugewerbe in die Zukunft blickt – im Fokus: Auswirkungen des Klimawandels auf die Branche

*Kurzstudie zur aktuellen
Branchensituation und
Marktentwicklung im
deutschen Baugewerbe.*



Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	4
A Konjunkturerwartungen	5
B Wachstumserwartungen nach Marktsegmenten 2016 bis 2019	8
1 Wohnungsbau, gewerblicher Bau und öffentlicher Bau.....	8
2 Neubau und Renovierung/Sanierung.....	10
C Erwartete Marktentwicklung 2016 bis 2019	11
1 Einzelsektorbetrachtung	11
2 Wachstumsfaktoren.....	13
D Im Fokus: Wachstumspotenziale durch den Klimawandel	14
1 Klimawandel in Deutschland.....	14
2 Einfluss des Klimawandels auf die deutsche Baubranche.....	15
3 Historie der Unwetterereignisse in Deutschland.....	16
4 Entwicklung von Schadensfällen und -aufwand	16
5 Implikationen für die Baubranche	18
6 Strategische Ausrichtung von Unternehmen der Baubranche auf den Klimawandel	19
7 Geschäftsmodelle der Zukunft	20
8 Interview mit Tobias Götz, Geschäftsführer der PREFA GmbH, Deutschland.....	22
E Fazit	24
Ihre Ansprechpartner.....	26

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1	Wachstumserwartungen der befragten Unternehmen, 2016–2019	6
Abb. 2	Verteilungsstruktur der Wachstumserwartungen, 2016–2019.....	7
Abb. 3	Durchschnittliche Wachstumserwartungen Wohnungsbau, gewerblicher Bau und öffentlicher Bau, 2016–2019	9
Abb. 4	Verteilungsstruktur der Wachstumserwartungen Wohnungsbau, gewerblicher Bau und öffentlicher Bau, 2016–2019	9
Abb. 5	Durchschnittliche Wachstumserwartungen Neubau, Renovierung/Sanierung, 2016–2019	10
Abb. 6	Verteilungsstruktur der Wachstumserwartungen Neubau, Renovierung/Sanierung, 2016–2019	10
Abb. 7	Erwartete Entwicklung nach Sektoren, 2016–2019	12
Abb. 8	Erwartungshaltung für ausgewählte Wachstumstreiber der Marktentwicklung, 2016–2019	13
Abb. 9	Einfluss ausgewählter Wettererscheinungen auf die Baubranche bis 2025.....	15
Abb. 10	Die 10 teuersten Unwetter für die Versicherungswirtschaft in Deutschland zwischen 1980 und 2015.....	16
Abb. 11	Schadensfälle und Schadensaufwand durch Sturm und Hagel, 2012–2015	17
Abb. 12	Durch den Klimawandel bedingtes durchschnittlich erwartetes Zusatzwachstum bis 2020 nach Wachstumsfaktoren	18
Abb. 13	Verteilungsstruktur der Wachstumserwartungen bis 2020, aggregiert	18
Abb. 14	Anteil der auf den Klimawandel ausgerichteten Unternehmen in der Baubranche.....	19
Abb. 15	Dimensionen eines auf den Klimawandel ausgerichteten Geschäftsmodells.....	20

A Konjunkturerwartungen



Die befragten Unternehmen erwarten ein deutliches Wachstum für die nächsten Jahre und zeigen ein hohes Maß an Optimismus.

Umfang und Methodik der Kurzstudie

PwC hat von April bis Mai 2016 Geschäftsführer sowie Experten von 106 führenden Unternehmen der deutschen Bauwirtschaft und Baustoffindustrie befragt.

Rückblick auf die Wachstumserwartungen für 2015 aus unserer letztjährigen Studie

Ende 2014 gingen die Marktteilnehmer von einem moderaten Wachstum von 1,6% für das Jahr 2015 aus. Dieser Wert konnte, basierend auf unserer diesjährigen Befragung, deutlich übertroffen, im zweiten Halbjahr sogar verdoppelt werden.

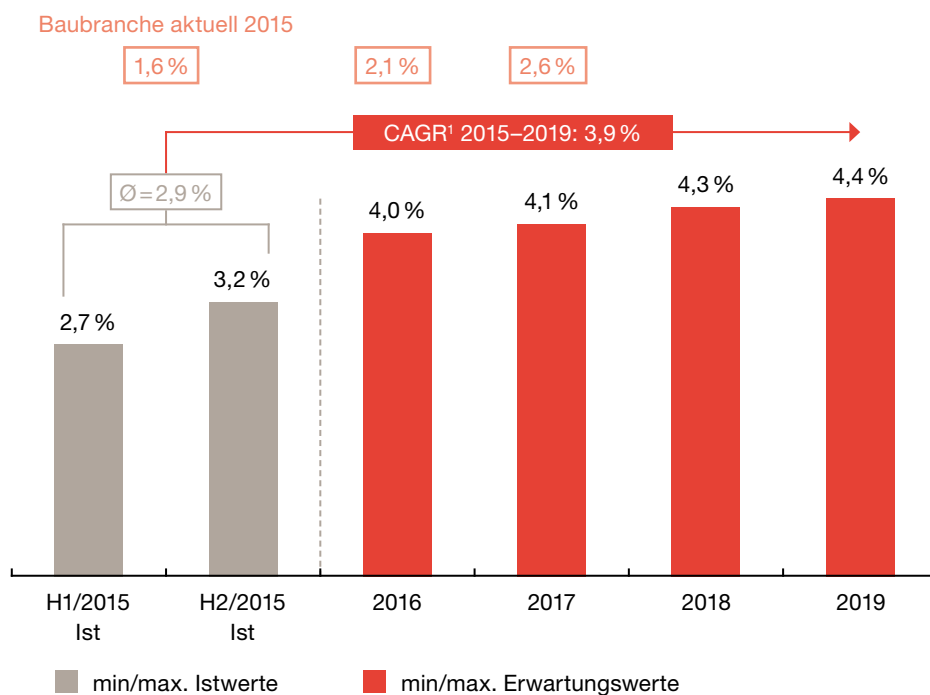
Positive Zukunftserwartungen

Die Erwartungen für die Geschäftsjahre 2015–2019 liegen mit einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate (CAGR) von 3,9% über dem 2015 erzielten Wachstum von 2,9%. Dies liegt unter anderem an der im März dieses Jahres beschlossenen Wohnungsbau-Offensive der Bundesregierung mit einem 10-Punkte-Plan zur Förderung des Wohnungsbaus in Deutschland sowie am Bundesverkehrswegeplan 2030, der im aktuellen Entwurf vom März 2016 eine Erhöhung des Investitionsvolumens in den Infrastrukturbereich um fast 100 Milliarden Euro im Vergleich zum Vorgängerplan vorsieht.

Grundsätzlich herrschen bei den Marktteilnehmern demnach eine optimistische Grundstimmung sowie Vertrauen in den Markt, was sich in den konstanten längerfristigen Wachstumserwartungen widerspiegelt.

Abb. 1 Wachstumserwartungen der befragten Unternehmen, 2016–2019

pro Jahr/Halbjahr



¹ CAGR = engl. Compound Annual Growth Rate – durchschnittliches jährliches Wachstum.

Die Verteilungsstruktur der Wachstumserwartungen für die Jahre 2015 bis 2019 unterstreicht das Vertrauen der Marktteilnehmer in die Zukunft.

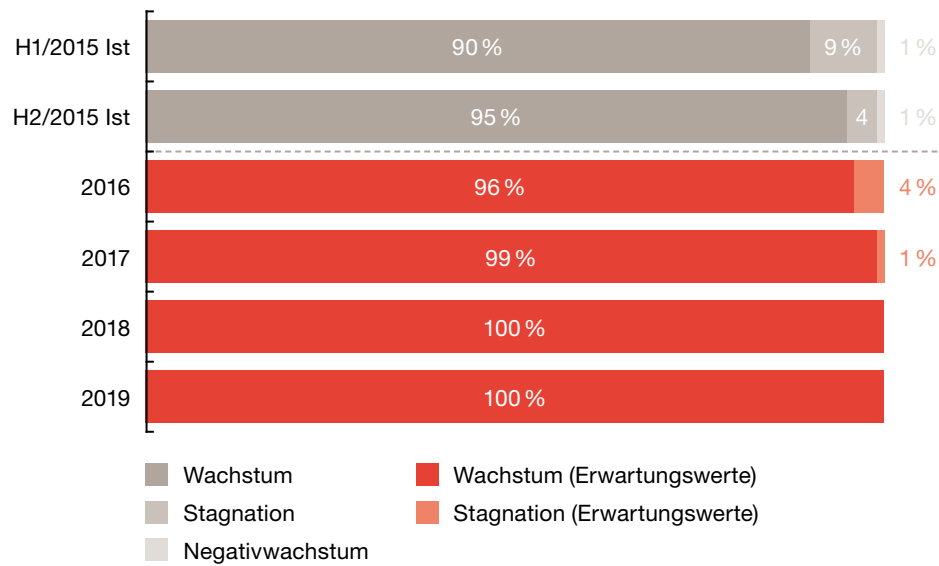
Die Konjunkturerwartungen signalisieren deutliches Wachstum

Die Wachstumserwartungen der befragten Marktteilnehmer sind durchweg positiv. Vor dem Hintergrund des 2015 realisierten Wachstums fällt der Ausblick in die nahe Zukunft sehr optimistisch aus; alle Studienteilnehmer erwarten für die Jahre 2018 und 2019 ein weiteres Wachstum des Marktes auf hohem Niveau. Für die Jahre 2016 und 2017 sind es nur wenige der Befragten, die kein Wachstum erwarten.

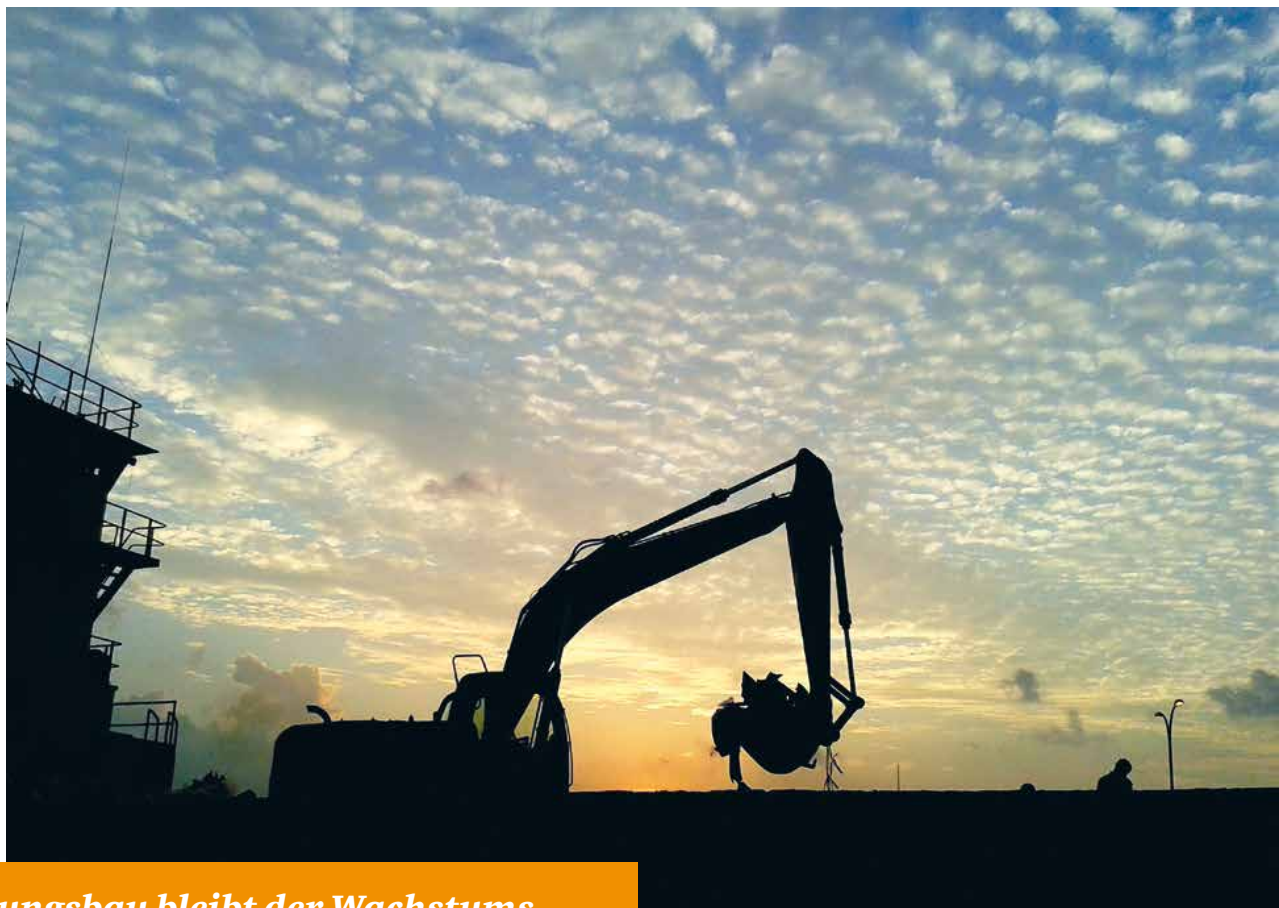
Zurückzuführen sind die positiven Konjunkturerwartungen vor allem darauf, dass künftig auch in Sektoren wie dem öffentlichen Bau, der in der Vergangenheit oftmals von Stagnation geprägt war, nun ebenfalls mit steigenden Wachstumsraten gerechnet wird – nicht zuletzt dank der bereits erwähnten zusätzlichen Investitionen in den öffentlichen Wohnungsbau und die Verkehrsinfrastruktur.

Abb. 2 Verteilungsstruktur der Wachstumserwartungen, 2016–2019

Nennungen



B Wachstumserwartungen nach Marktsegmenten 2016 bis 2019



Der Wohnungsbau bleibt der Wachstumstreiber in der Baubranche, der gewerbliche Bau zeigt zunehmendes Wachstum, und im öffentlichen Bau gibt es nach langjähriger Stagnation wieder erste Wachstumsimpulse.

1 Wohnungsbau, gewerblicher Bau und öffentlicher Bau

Weiter starkes Wachstum im Wohnungsbau

Wie schon in unseren letzten Umfragen wird der Wohnungsbau weiterhin als das zukünftige Wachstumssegment in Deutschland gesehen; mit einem überdurchschnittlichen Wachstum von 3,6% p. a. in den Jahren 2016–2019. Die nach wie vor positive gesamtwirtschaftliche Entwicklung in Verbindung mit günstigen Finanzierungsbedingungen sowie einem beträchtlichen Bedarf an Wohnraum, insbesondere in urbanen Gebieten, sind die wesentlichen Gründe dafür – trotz der möglicherweise bevorstehenden Zinswende. Die eigene Immobilie wird von vielen Privathaushalten weiterhin als gute Altersvorsorge gesehen.

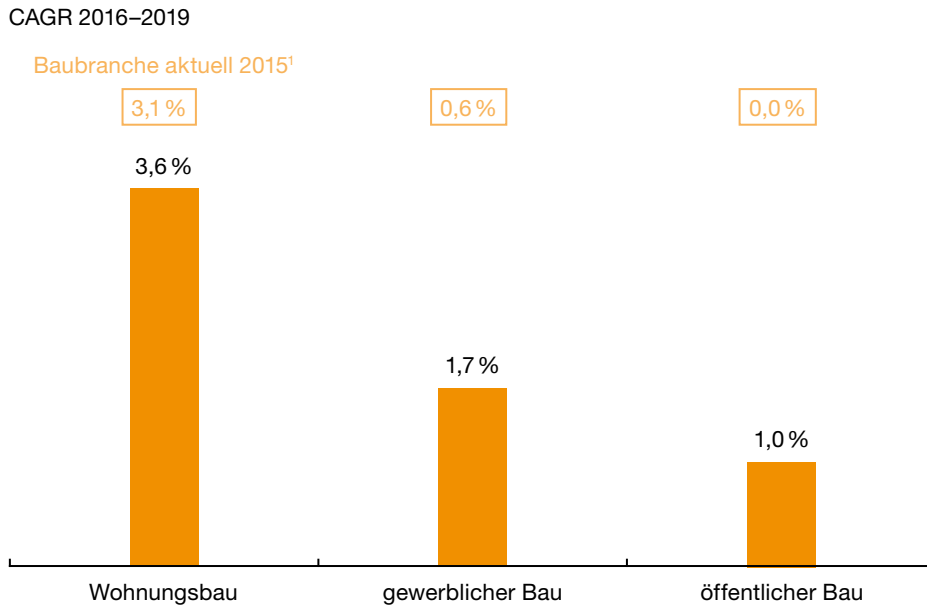
Wachstumserwartungen für den gewerblichen Bau steigen

Beim gewerblichen Bau fällt die Wachstumserwartung mit 1,7% moderater als beim Wohnungsbau aus, dennoch hat sie sich im Vergleich zum Vorjahreswert von 0,6% fast verdreifacht. Zurückzuführen ist dies auf die zu erwartende Investitionstätigkeit der Unternehmen in Verbindung mit den positiven Geschäftsaussichten.

Endlich Impulse auch im öffentlichen Bau

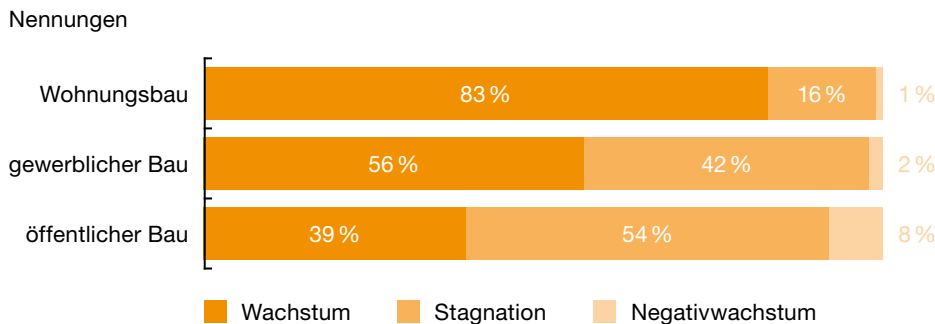
Eine ebenfalls deutlich positivere Entwicklung erwarten die Marktteilnehmer im öffentlichen Bau. Im Gegensatz zu der in den Vorjahren erwarteten Stagnation wird nunmehr mit 1% Wachstum gerechnet. Rechnete im Vorjahr noch fast jeder dritte Marktteilnehmer mit einem Negativwachstum, sind es heute nur noch 8%.

Abb. 3 Durchschnittliche Wachstumserwartungen Wohnungsbau, gewerblicher Bau und öffentlicher Bau, 2016–2019



¹ CAGR 2014–2017.

Abb. 4 Verteilungsstruktur der Wachstumserwartungen Wohnungsbau, gewerblicher Bau und öffentlicher Bau, 2016–2019



Hinweis: Rundungsdifferenzen bei einigen Kategorien möglich.

2 Neubau und Renovierung/Sanierung

Auch in diesem Jahr gehen die befragten Unternehmen davon aus, dass das zukünftige Wachstum im Bereich Renovierung und Sanierung deutlich stärker ausfallen wird als im Neubau-Segment.

Beide Segmente mit deutlichem Wachstum

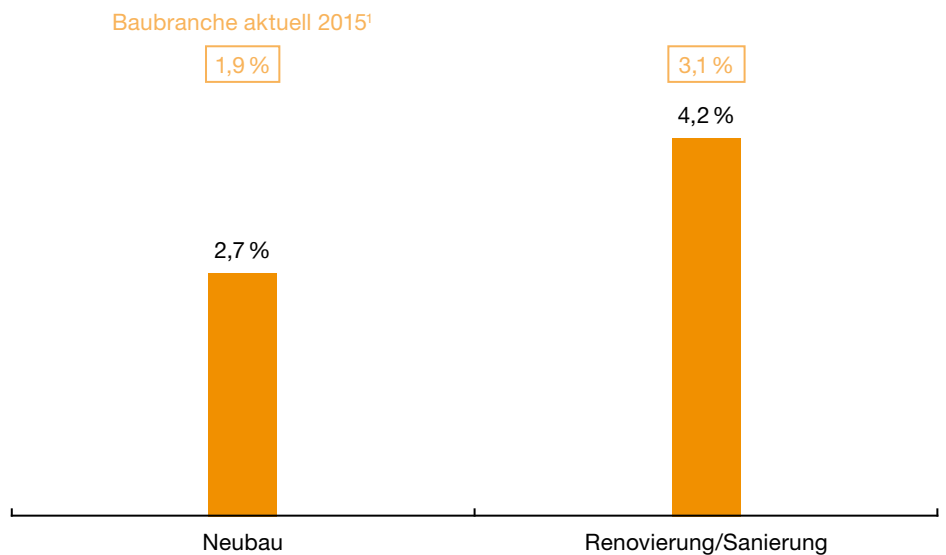
Die Marktteilnehmer erwarten künftig ein stärkeres Wachstum im Bereich Renovierung und Sanierung als im Bereich Neubau. Dies deckt sich auch mit den Ergebnissen unserer letztjährigen Umfrage und ist besonders relevant für den Wohnungsbau. Der stetig steigende Zuzug in die Großstädte bei gleichzeitig begrenztem Platzangebot für Neubauten ist hier ausschlaggebend. Dazu kommt ein weiterhin hoher Bestand an renovierungsbedürftigen Gebäuden sowie eine nur moderate Renovierungs- und Sanierungsquote.

Einheitliche Erwartungen der Befragten für Renovierung und Sanierung

Das im Vergleich zum Vorjahr um 1,1 % gestiegene, erwartete Wachstum für den Bereich Renovierung und Sanierung spiegelt sich auch in der Verteilungsstruktur der Wachstumserwartungen wider. So blicken hier aktuell fast alle Marktteilnehmer positiv in die Zukunft, während in unserer vergangenen Studie noch jeder Fünfte ein Stagnieren oder gar Negativwachstum erwartete.

Abb. 5 Durchschnittliche Wachstumserwartungen Neubau, Renovierung/Sanierung, 2016–2019

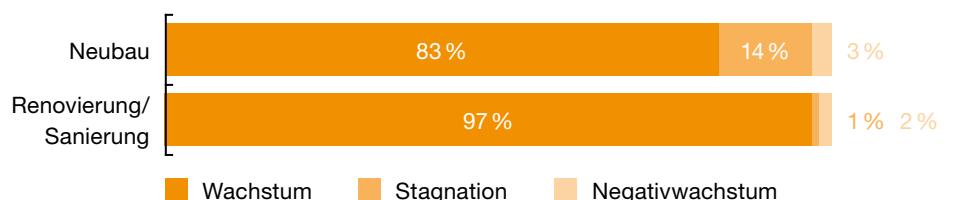
CAGR 2016–2019



¹ CAGR 2014–2017.

Abb. 6 Verteilungsstruktur der Wachstumserwartungen Neubau, Renovierung/Sanierung, 2016–2019

Nennungen



C Erwartete Marktentwicklung 2016 bis 2019



Der Sektor Baustoffe wird von den Befragten als stärkster Wachstumstreiber gesehen.

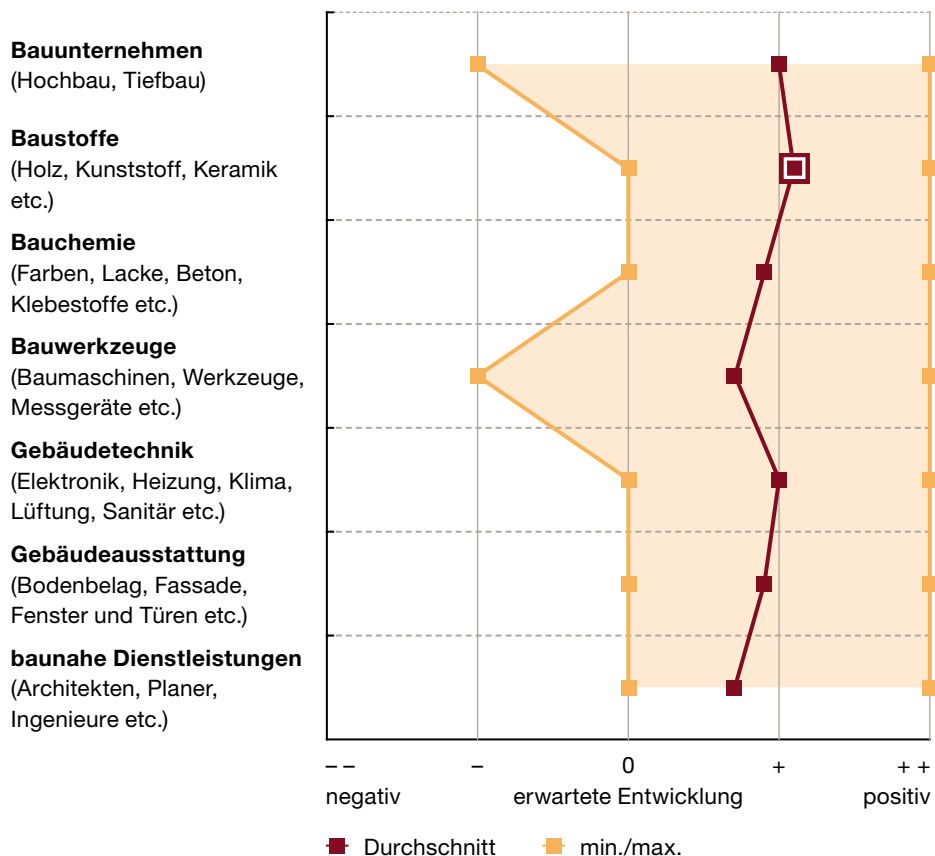
1 Einzelsektorbetrachtung

Wachstum über alle Sektoren hinweg

Als führenden Treiber sehen die befragten Marktteilnehmer den Sektor „Baustoffe“. Der Sektor „Gebäudetechnik“ belegt zusammen mit dem Sektor „Bauunternehmen“ den zweiten Platz unter den Hauptwachstumstreibern der Baubranche. Schlusslichter unserer Sektoranalyse bilden die Bereiche „Bauwerkzeuge“ und „baunahe Dienstleistungen“.

Das starke erwartete Wachstum im Bereich der Baustoffe lässt sich auf deren universelle Einsetzbarkeit in allen drei Marktsegmenten Wohnungsbau, gewerblicher Bau und öffentlicher Bau zurückführen. Angefangen beim Straßenbau bis hin zum privaten Wohnungsbau wird der Sektor „Baustoffe“ überproportional vom prognostizierten Wachstum profitieren. Auch die Themen Innovation und Klimawandel werden hier ihren Einfluss geltend machen.

Abb. 7 Erwartete Entwicklung nach Sektoren, 2016–2019



2 Wachstumsfaktoren

Als wichtigster Wachstumstreiber wird die gesamtwirtschaftliche Entwicklung gesehen, gefolgt von den Finanzierungsbedingungen und der Energieeffizienz. In diesem Zusammenhang zeigt auch der Klimawandel eine positive Wirkung, wenngleich ihm – noch – eine moderate Wichtigkeit als Markttreiber zugeschrieben wird.

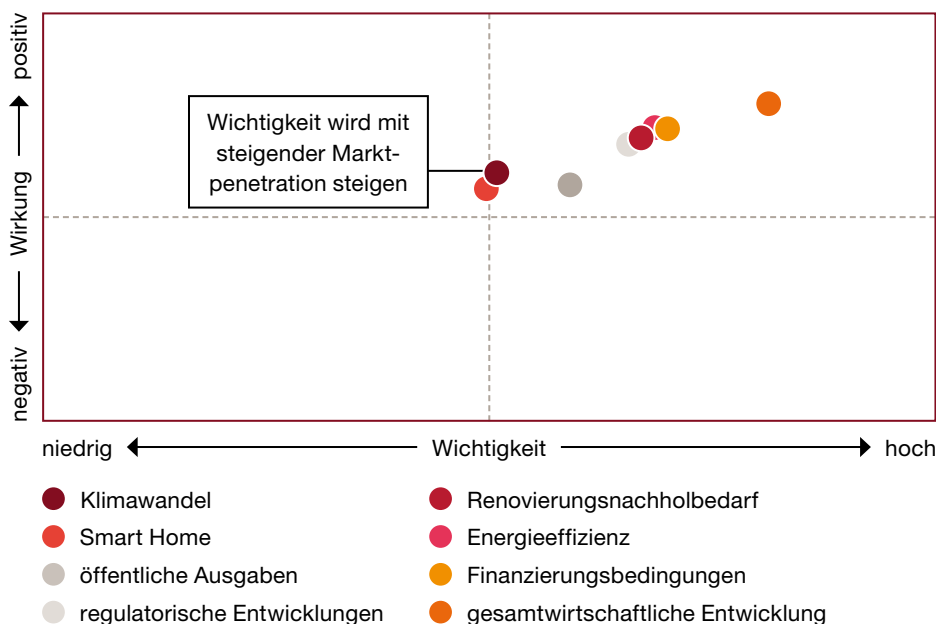
Allen abgefragten Markttreibern wird positive Wirkung zugeschrieben

Die Studienteilnehmer bewerten die Wirkung aller abgefragten Wachstumstreiber auf die Entwicklung der Baubranche als positiv. Der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung, gefolgt von den aktuellen Finanzierungsbedingungen und dem Thema „Energieeffizienz“, messen sie den größten Effekt bei. Auch im weiterhin signifikanten Renovierungsnachholbedarf sehen sie einen Wachstumsfaktor für die zukünftige Marktentwicklung.

Klimawandel mit positiver Wirkung auf den Markt, aber noch als moderat wichtig wahrgenommen

Zwar wird der Klimawandel als Markttreiber angesehen, doch es wird ihm bislang nur eine moderate Wichtigkeit zugeschrieben. Dies lässt sich darauf zurückführen, dass es in Deutschland erst wenige Unternehmen gibt, die auf die Auswirkungen des Klimawandels spezialisiert sind.

Abb. 8 Erwartungshaltung für ausgewählte Wachstumstreiber der Marktentwicklung, 2016–2019



D Im Fokus: Wachstumspotenziale durch den Klimawandel



Der Klimawandel brachte in den letzten Jahren nicht nur vermehrt Hitzerekorde, sondern auch zunehmend Unwetter, die durch Hagel, Sturm, Gewitter oder Starkregen größere Schäden anrichteten.

1 Klimawandel in Deutschland

Zunehmende Anzahl sowohl von Hitzeperioden als auch von Unwettern in Deutschland seit 2013

Das Jahr 2013 war gezeichnet von noch nie zuvor gemessenen Wasserständen der Elbe und der Donau, die für Millionenschäden sorgten, sowie einem heftigen Sommerunwetter, bei dem es zu schweren Gewittern und Starkregen in weiten Teilen Deutschlands kam.

Ende 2013 bzw. Anfang 2014 wüteten die Orkane „Xaver“ und „Anne“ mit ausgeprägten Gewitterfronten über das Land. Im Sommer 2014 folgten eine schwere Gewitterfront über Nordrhein-Westfalen und ein Extremregen in Münster; in der Stadt fielen innerhalb weniger Stunden mehr als 100 Liter Regen pro Quadratmeter. Insgesamt gab es im Sommer 2014 so viele Unwetterwarnungen vom Deutschen Wetterdienst wie noch nie: an 43 von 92 Tagen.

Im vergangenen Jahr sorgte die Sturmtiefserie „Daniel“, „Elon“ und „Felix“, die an der deutschen Nordseeküste insgesamt fünf Sturmfluten auslöste, für weiteren erheblichen Schaden.

Frisch sind noch die Eindrücke von der Überschwemmung dieses Jahres im bayerischen Simbach am Inn sowie aus Stromberg, das von Gewittern und Starkregen heimgesucht wurde. Im Mai wurden aufgrund der anhaltenden Hitze Tornadowarnungen ausgegeben.

All diese klimawandelbedingten Ereignisse wirken sich auch auf die Baubranche aus. Unternehmen der Bauindustrie müssen auf die Herausforderungen, vor welche sie der Klimawandel stellt, reagieren.

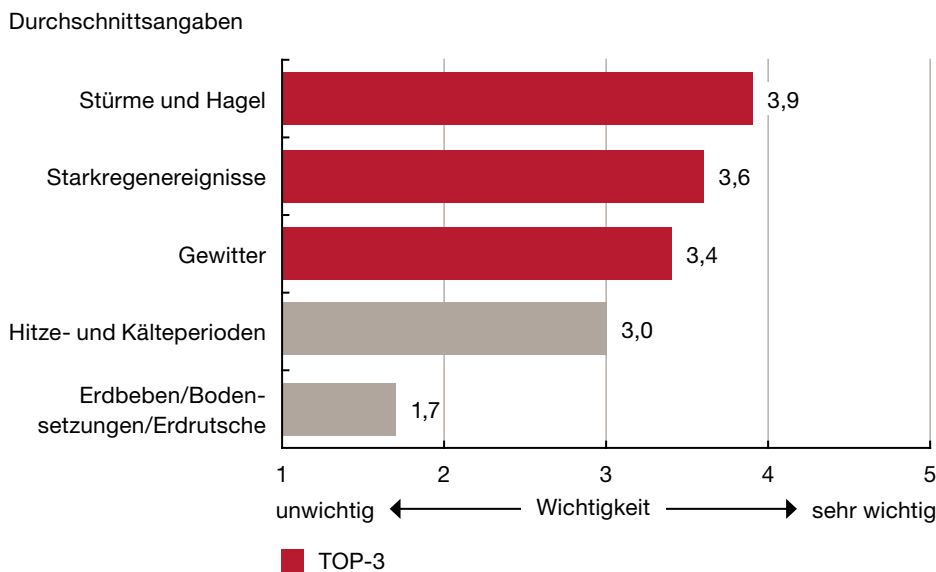
2 Einfluss des Klimawandels auf die deutsche Baubranche

Der größte klimawandelbedingte Einfluss auf die Baubranche wird von Unwettern, insbesondere von Stürmen und Hagel, Starkregenereignissen sowie Gewittern erwartet.

Unwetter als wichtigster Einflussfaktor

Stürme und Hagel, Starkregenereignisse sowie Gewitter werden die Baubranche bis 2025 nachhaltig beeinflussen, so die Prognose der Studienteilnehmer. Gestützt wird diese Annahme auch durch aktuelle Statistiken zur Anzahl von Schadensfällen in Deutschland, die durch Sturm und Hagel verursacht wurden, sowie zur Entwicklung des damit verbundenen Schadensaufwands.

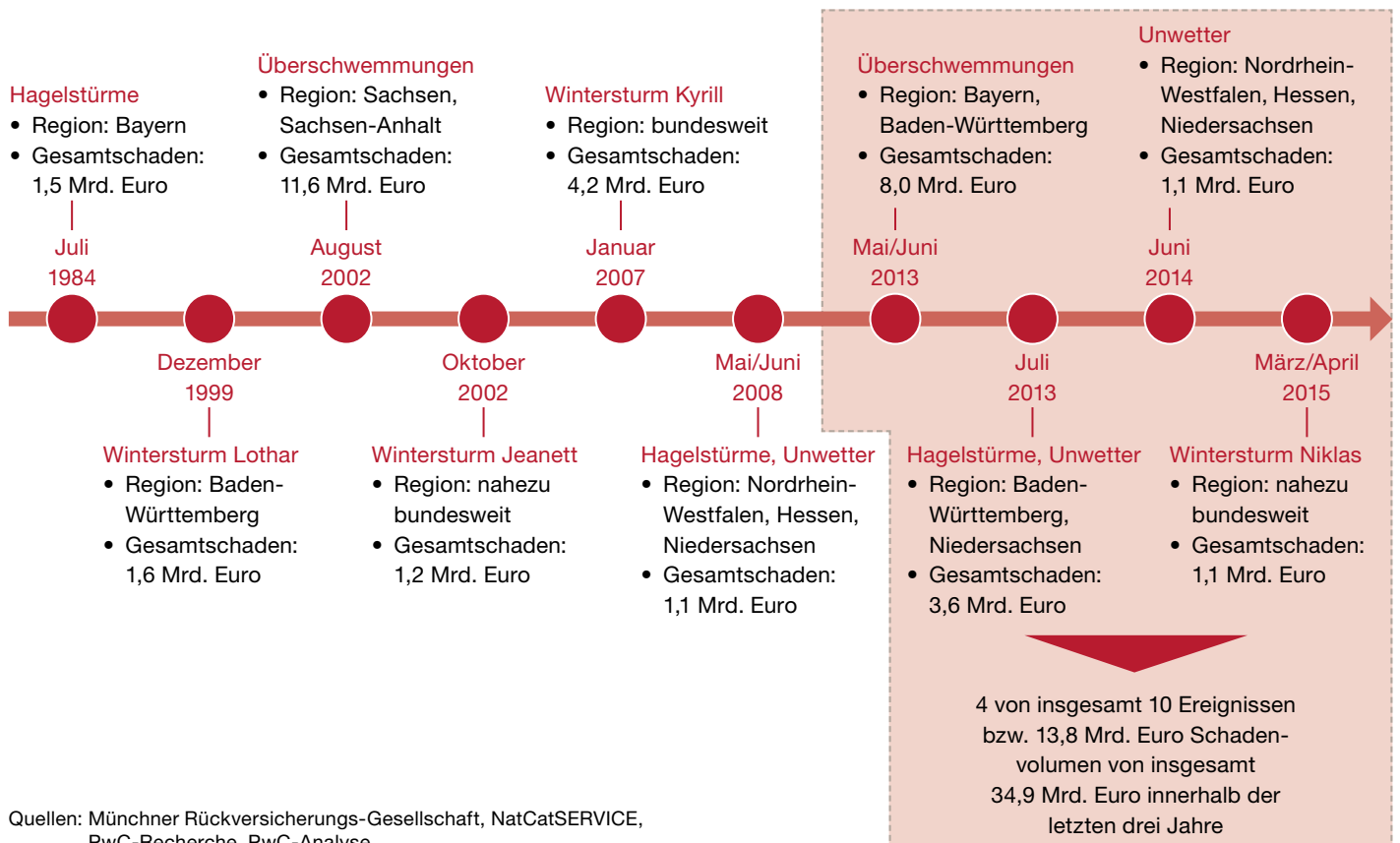
Abb. 9 Einfluss ausgewählter Wettererscheinungen auf die Baubranche bis 2025



3 Historie der Unwetterereignisse in Deutschland

Vier der zehn teuersten Unwetter¹ der letzten 35 Jahre ereigneten sich zwischen 2013 und 2015 und verursachten in Deutschland substanzielle Schäden.

Abb. 10 Die 10 teuersten Unwetter für die Versicherungswirtschaft in Deutschland zwischen 1980 und 2015



4 Entwicklung von Schadensfällen und -aufwand

Sowohl die Anzahl der durch Sturm und Hagel verursachten Schadensfälle als auch der damit verbundene Schadensaufwand ist in den vergangenen Jahren signifikant gestiegen.

Zunehmende Anzahl von Schadensfällen aufgrund von Sturm und Hagel

Den Angaben des Gesamtverbands der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) zufolge ist die Anzahl der in Deutschland durch Sturm und Hagel verursachten Schadensfälle von 2012 bis 2015 um mehr als 22% gestiegen.

¹ Nach Versicherungsschaden.

Zunehmender Schadensaufwand

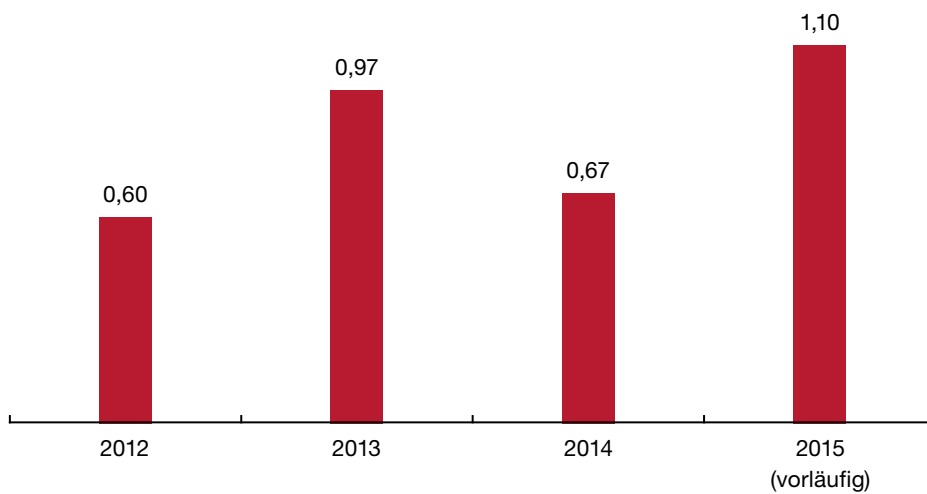
Der Schadensaufwand, der durch Sturm und Hagel in Deutschland verursacht wurde, stieg im selben Zeitraum sogar um 26%.

Unvergessen ist das Jahr 2013, in dem heftige Unwetter vor allem in Süd- und Ostdeutschland wüteten und Rekordschäden hinterließen. Im Sommer 2016 führten Starkregen und Blitzeinschläge zu Überschwemmungen und Unwetterschäden in großen Teilen von Rheinland-Pfalz, Baden-Württemberg und Bayern.

Abb. 11 Schadensfälle und Schadensaufwand durch Sturm und Hagel, 2012–2015

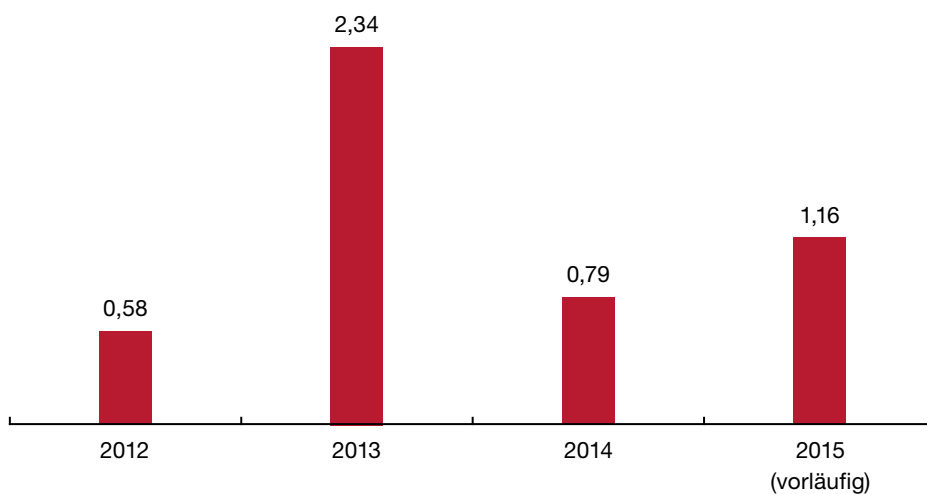
Anzahl der Schadensfälle in Deutschland, 2012–2015

Anzahl in Millionen



Entwicklung des Schadensaufwands in Deutschland, 2012–2015

Schadensaufwand in Milliarden Euro



Quellen: Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft, PwC-Analyse.

5 Implikationen für die Baubranche

Beseitigung und Prävention von Schäden durch Extremereignisse als zentrale Wachstumsfaktoren

Mit erwarteten Beiträgen von 2,8% bzw. 2,2% stellen die Faktoren „Schadensbeseitigung“ und „Prävention“ die beiden Haupttreiber des klimawandelbedingten Wachstums der Baubranche dar. Jeweils etwa vier von fünf Befragten erwarten ein Zusatzwachstum in der Branche aufgrund dieser beiden Faktoren.

Als weitere signifikante Wachstumsfaktoren nehmen die Studienteilnehmer die mit dem Klimawandel verbundenen veränderten Anforderungen an neue Baustoffe sowie die Erfordernis baulicher Innovationen wahr.

Nur wenige der befragten Marktteilnehmer gehen von negativen Wachstumseffekten für die Baubranche durch den Klimawandel aus.

Abb. 12 Durch den Klimawandel bedingtes durchschnittlich erwartetes Zusatzwachstum bis 2020 nach Wachstumsfaktoren

zusätzliches Wachstum

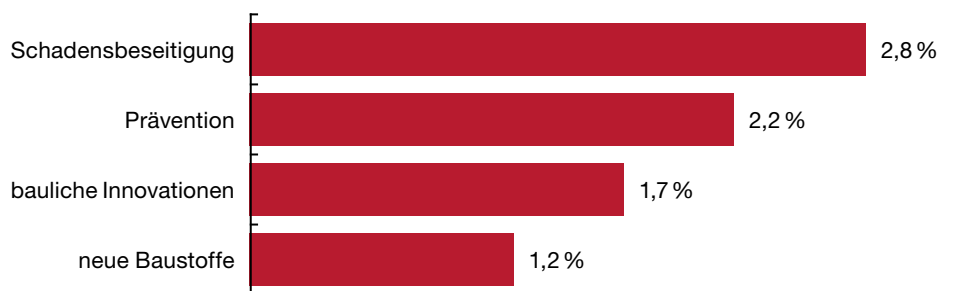
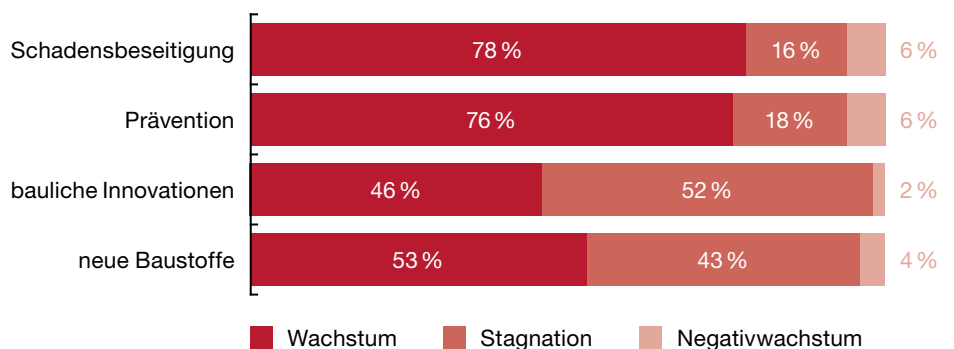


Abb. 13 Verteilungsstruktur der Wachstumserwartungen bis 2020, aggregiert

Nennungen



6 Strategische Ausrichtung von Unternehmen der Baubranche auf den Klimawandel

Die mit dem Klimawandel einhergehenden veränderten Anforderungen an Unternehmen und Geschäftsmodelle der Bau- und Bauzulieferindustrie haben bereits zu Spezialisierungen geführt.

Zunehmende Spezialisierung der Marktteilnehmer erwartet

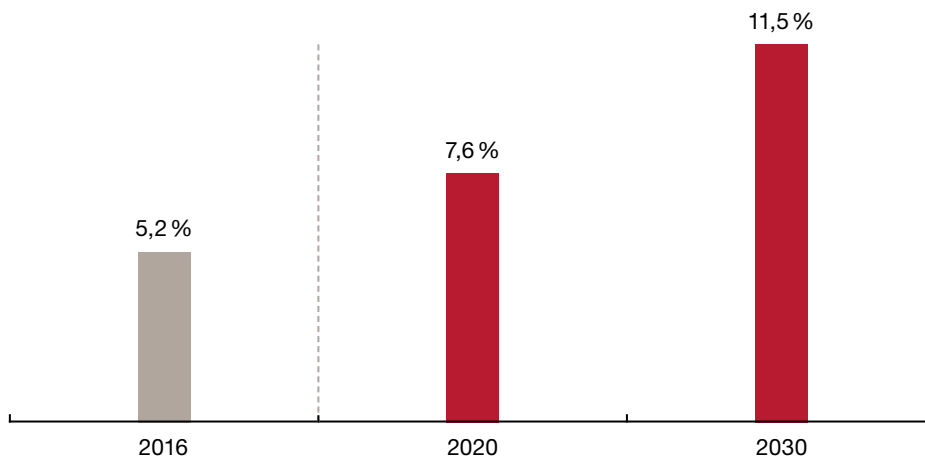
Während heute nur etwa 5 % der Unternehmen der Bau- und Bauzulieferbranche auf die Implikationen des Klimawandels ausgerichtet sind, erwarten die Studienteilnehmer eine Zunahme dieses Anteils bis 2030 auf über 10%, was mehr als eine Verdopplung bedeuten würde.

Unternehmen wie PREFEA nehmen hier eine Vorreiterrolle ein. PREFEA ist nicht zuletzt aufgrund spezieller Anforderungen seitens seiner Kunden, die Materialien mit höchster Leistungsfähigkeit und Robustheit unter extremen Bedingungen benötigten, in diese Rolle hineingewachsen.

In Zukunft wird es immer mehr Firmen geben, die sich in ihrer strategischen Positionierung auf das Thema Klimawandel ausrichten. Im Durchschnitt erwarten die befragten Marktteilnehmer für 7 % der Unternehmen eine wesentliche Änderung des Geschäftsmodells aufgrund des Klimawandels.

Abb. 14 Anteil der auf den Klimawandel ausgerichteten Unternehmen in der Baubranche

Anteil am Gesamtmarkt



7 Geschäftsmodelle der Zukunft

Für viele Unternehmen der Bau- und Bauzulieferindustrie stellt sich die Frage, wie das Geschäftsmodell der Zukunft aussehen soll.

Die zukünftigen Geschäftsmodelle von Unternehmen der Baubranche werden sich in verschiedenen Dimensionen auf den Klimawandel einstellen müssen

Ein auf den Klimawandel ausgerichtetes Geschäftsmodell muss gleichzeitig mehrere Dimensionen berücksichtigen, unter anderem jene, die in der folgenden Abbildung angeführt sind.

Abb. 15 Dimensionen eines auf den Klimawandel ausgerichteten Geschäftsmodells



Die zunehmend schwierigeren klimatischen Bedingungen erfordern Produkte und Anwendungen mit deutlich verbesserten Leistungsprofilen. Die Anforderungen, die künftig an Materialien und Lösungen gestellt werden, verlangen von vielen Bauunternehmen veränderte Forschungs- und Entwicklungsprozesse. Ziel ist es, das Produktportfolio entsprechend der neuen klimatischen Herausforderungen zu erweitern bzw. anzupassen. Jenseits von Massenprodukten strebt ein solches Geschäftsmodell eine Premium-Positionierung an – mit dem Kundenversprechen, angesichts der künftigen klimatischen Herausforderungen mehr Leistung und Sicherheit zu bieten. Für eine solche Neupositionierung kann es hilfreich sein, auch die Vertriebsstrategie und die Kundenkommunikation zu überdenken und sich stärker auf den Endkunden zu fokussieren. Zudem sollte die Preispositionierung auf der Basis der neuen Produkte und ihrer etwaig veränderten Kostenbasis vorgenommen werden. Gewährleistungsumfang sowie -zeiträume werden bei diesem Geschäftsmodell typischerweise erweitert, ebenso wie das Serviceangebot.

PwC im Gespräch mit Herrn Tobias Götz, Geschäftsführer der PREFA GmbH, Deutschland

Die österreichische PREFA-Gruppe hat sich in den letzten 70 Jahren mit der Entwicklung, Produktion und Vermarktung von Dach- und Fassadensystemen aus Aluminium in ganz Europa einen starken Namen gemacht. Mit 450 Mitarbeitern ist PREFA in 21 europäischen Ländern erfolgreich am Markt vertreten.



Wie kam die Firma PREFA zu ihrer Ausrichtung auf überlegene Dach- und Fassadenlösungen bzw. Lösungen, die auch dem sich beschleunigenden Klimawandel gerecht werden?

Tobias Götz: PREFA hat seinen Ursprung in Österreich. In einem einfachen Spenglerbetrieb wurde im Jahr 1946 die erste Aluminiumdachplatte durch Spenglermeister Alfred Gödl aus Salzburg entwickelt und produziert. Leicht, gleichzeitig stabil und lange haltbar sollte das Dach sein. Aufgrund des Einsatzes im Mittel- und Hochgebirgsraum mussten die Dachplatten leicht zu transportieren und dennoch äußerst robust gegenüber den gewaltigen Witterungseinflüssen sein. Heute ist PREFA gewiss eine der sturmsichersten und robustesten Dacheindeckungen überhaupt und beginnend in Mittelgebirgsregionen weitestgehend alternativlos.

Wie stark ist das Thema Klimawandel schon bei den Endkunden angekommen, auch in Bezug auf die Außenhülle des Eigenheims?

Tobias Götz: Die Bedeutung des Daches genießt im Gesamtprojekt Hausbau häufig noch zu geringe Priorität. Zumeist ist die Investitionsbereitschaft in Innenbereiche wie Küche oder Bäder größer. Hier müssen wir gemeinsam mit unseren Handwerkspartnern Präventions- und Aufklärungsarbeit direkt beim Endkunden leisten. Die jüngsten Unwetter sorgen sicher dafür, dass ein Umdenken und eine Sensibilisierung beim Endverbraucher stattfinden.

Wie verändert sich das Bewusstsein auf Endkunden- und auch auf Versicherungsseite nach den jüngsten Starkregenereignissen bzw. Überschwemmungen?

Tobias Götz: Nach den jüngsten Unwetter- und Starkregenereignissen kommen sehr viele Kunden aktiv auf uns zu. Was viele nicht wissen, PREFA beschäftigt sich neben der Gebäudehülle aus Aluminium seit Jahren auch mit dem Thema „Hochwasserschutzsysteme für den Objekt- und Landschaftsschutz“.

Für Versicherer und somit auch für den Endverbraucher spielt neben Sturm- und Starkregenereignissen auch Starkhagel eine immer wichtigere Rolle. Eine PREFA-Dacheindeckung reduziert das Risiko von Folgeschäden durch Wassereintritt nach Beschädigung durch Hagel massiv.



Wie hat sich PREFA im Markt positioniert?

Tobias Götz: Unsere Dachlösungen liegen im oberen Preissegment und treten gegen die bekannten Dachbaustoffe an. Im Wesentlichen müssen jedoch die gesamten Dachaufbauten und nicht die einzelnen unterschiedlichen Produkte miteinander verglichen werden. Vor allem im Bereich der Sanierung spielt das geringe Gewicht der PREFA-Dachprodukte eine entscheidende Rolle. Außerdem bietet PREFA zusätzlich 40 Jahre Farb- und Materialgarantie.

Aus diesen Gründen müssen wir deutlich mehr Beratungs- und somit Überzeugungsarbeit direkt beim Bauherren leisten. Wir bei PREFA setzen sehr stark auf das Marketing im Bereich B2C. Wir müssen das Bewusstsein schärfen, beim Endverbraucher präventiv aktiv zu werden und nicht erst im Schadensfall.

Welche Auswirkungen auf die Bauindustrie erwarten Sie in den nächsten Jahren aufgrund des Klimawandels?

Tobias Götz: Aus meiner Sicht wird das Thema Klimawandel und die damit einhergehenden Wetterextreme schon in den nächsten drei bis fünf Jahren stark an Bedeutung gewinnen. Sowohl Bauindustrie wie auch Bauunternehmen werden ihre Produkte anpassen. Aus meiner Sicht ist die richtige Mischung aus Design und Sicherheit der Schlüssel zum Erfolg, um die Herausforderungen des Klimawandels zu meistern.

Haben Sie vielen Dank für das Gespräch.

E Fazit



Die befragten Unternehmen der Bauwirtschaft in Deutschland blicken sehr optimistisch in die Zukunft, nicht zuletzt aufgrund der seit Jahren stabilen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen. Als neue Wachstumstreiber werden der öffentliche Bau und auch der Klimawandel mehrheitlich benannt.

- Die befragten Unternehmen erwarten für die nächsten Jahre ein deutliches und konstantes Wachstum; damit bezeugen sie ein hohes Maß an Optimismus sowie Vertrauen in den Markt. Die Erwartungen für die Geschäftsjahre 2015–2019 liegen mit einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von 3,9% über dem 2015 erzielten Wachstum von 2,9%. Für die Jahre 2018 und 2019 rechnen alle Studienteilnehmer mit einem weiteren Wachstum des Marktes auf hohem Niveau. Im Ausblick gibt es zunehmend weniger kritische Stimmen, die kein Wachstum erwarten. Dies liegt vor allem daran, dass künftig auch im öffentlichen Bau nach Jahren der Stagnation nun ebenfalls mit steigenden Wachstumsraten gerechnet wird, nicht zuletzt dank des Bundesverkehrswegeplans 2030 vom März dieses Jahres und den zusätzlichen Investitionen in den öffentlichen Wohnungsbau.

- Der Wohnungsbau bleibt der Wachstumstreiber innerhalb der Baubranche. Der gewerbliche Bau zeigt zunehmendes Wachstum, und im öffentlichen Bau sind nun erstmals wieder Wachstumsimpulse zu verzeichnen.
- Die Einzelsektorbetrachtung ergibt, dass das Segment der Baustoffe von den Befragten als der stärkste wachsende Einzelsektor gesehen wird.
- Wichtigster Wachstumstreiber für die Baubranche ist die gesamtwirtschaftliche Entwicklung, gefolgt von den Finanzierungsbedingungen sowie der Energieeffizienz. Der Klimawandel wird mit positiver Wirkung gesehen, aber derzeit nur mit moderater Wichtigkeit. Diese wird aber mit steigender Anzahl spezialisierter Unternehmen sowie zunehmendem Bewusstsein auf Endkundenseite kurz- bis mittelfristig deutlich zunehmen.
- Der Klimawandel brachte in den letzten Jahren nicht nur vermehrt Hitzerekorde, sondern auch zunehmend Unwetter, die durch Hagel, Sturm, Gewitter oder Starkregen größere Schäden anrichteten. Vier der zehn teuersten Unwetter nach Versicherungsschaden der letzten 35 Jahre ereigneten sich zwischen 2013 und 2015 und verursachten in Deutschland substanzielle Schäden. Der größte klimawandelbedingte Einfluss auf die Baubranche wird von Unwettern, insbesondere von Stürmen und Hagel, erwartet.
- Sowohl die Anzahl der durch Sturm und Hagel verursachten Schadensfälle als auch der damit verbundene Schadensaufwand ist in den vergangenen Jahren signifikant gestiegen. Schadensbeseitigung und präventive Maßnahmen stellen die Haupttreiber des durch den Klimawandel induzierten Wachstums der Bauindustrie dar.
- Die mit dem Klimawandel einhergehenden veränderten Anforderungen an Unternehmen und Geschäftsmodelle der Bau- und Bauzulieferindustrie haben bereits zu Spezialisierungen geführt. Während heute nur etwa 5 % der Unternehmen auf die Implikationen des Klimawandels ausgerichtet sind, erwarten die Studienteilnehmer eine Zunahme dieses Anteils bis 2030 auf über 10%, was mehr als eine Verdopplung bedeuten würde.

Ihre Ansprechpartner

Dr. Ralph Niederdrenk

Partner
Bernhard-Wicki-Str. 8
80636 München
Tel.: +49 89 5790-5320
ralph.niederdrenk@de.pwc.com

Dr. Ralph Niederdrenk leitet die deutsche Strategy Group und verantwortet das Thema „Commercial Due Diligence“ bei PwC Deutschland. In dieser Funktion beraten er und sein Team Private-Equity-Investoren und Industrieunternehmen aus den Branchen „Industriegüter“, „Automobil“ und „industriennahe Dienstleistungen“ bei der Formulierung ihrer M&A- und Wachstumsstrategien. Einen besonderen Schwerpunkt bildet dabei die Commercial Due Diligence. Die deutsche Strategy Group ist Teil der Transaction Services von PwC. Das weltweite PwC-Strategy-Group-Netzwerk umfasst über 1.000 spezialisierte Berater für die Themen „Strategie“ und „Deals“.

Timo Hofmann

Senior Manager
Friedrich-Ebert-Anlage 35–37
60327 Frankfurt am Main
Tel.: +49 69 9585-3754
timo.hofmann@de.pwc.com

Timo Hofmann ist Senior Manager in der deutschen Strategy Group bei PwC Frankfurt am Main. Er berät seit mehr als zehn Jahren Private-Equity-Investoren und Industrieunternehmen zu den Themen „Commercial Due Diligence“ und „Wachstumsstrategie“. Sein Branchenfokus liegt im Bereich „Industrial Products“ auf der Bau- und Bauzulieferindustrie.

Über uns

Unsere Mandanten stehen tagtäglich vor vielfältigen Aufgaben, möchten neue Ideen umsetzen und suchen Rat. Sie erwarten, dass wir sie ganzheitlich betreuen und praxisorientierte Lösungen mit größtmöglichem Nutzen entwickeln. Deshalb setzen wir für jeden Mandanten, ob Global Player, Familienunternehmen oder kommunaler Träger, unser gesamtes Potenzial ein: Erfahrung, Branchenkenntnis, Fachwissen, Qualitätsanspruch, Innovationskraft und die Ressourcen unseres Expertennetzwerks in 157 Ländern. Besonders wichtig ist uns die vertrauensvolle Zusammenarbeit mit unseren Mandanten, denn je besser wir sie kennen und verstehen, umso gezielter können wir sie unterstützen.

PwC. 9.800 engagierte Menschen an 29 Standorten. 1,65 Mrd. Euro Gesamtleistung. Führende Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft in Deutschland.

Danksagung der Autoren

Wir danken Herrn Dr. Dragan Djuric herzlich für seine wertvolle Unterstützung bei der Erstellung dieser Kurzstudie.

