

Produkt- und Markenwahl am Bau: Einfluss von Fachplanern und Bauunternehmen wächst

Rotterdam, 26 Juni 2014 – Die Auswahlprozesse bei Bauprojekten verändern sich. Europas Architekten haben dennoch nach wie vor bei der Entscheidung für Baumaterial viel mitzureden: Ihre Stimme hat Gewicht, wenn die Produkte, die in einem Bauprojekt verwendet werden sollen, ausgewählt werden müssen. Der Einfluss anderer Akteure im Bauprozess wächst jedoch und genau das sollten die Hersteller von Bauprodukten nicht vergessen. Diese Schlussfolgerung kann man aus dem Q1 2014-Bericht des europäischen Architektenbarometers ziehen, eine vierteljährliche Studie unter 1.600 Architekten in acht europäischen Ländern.

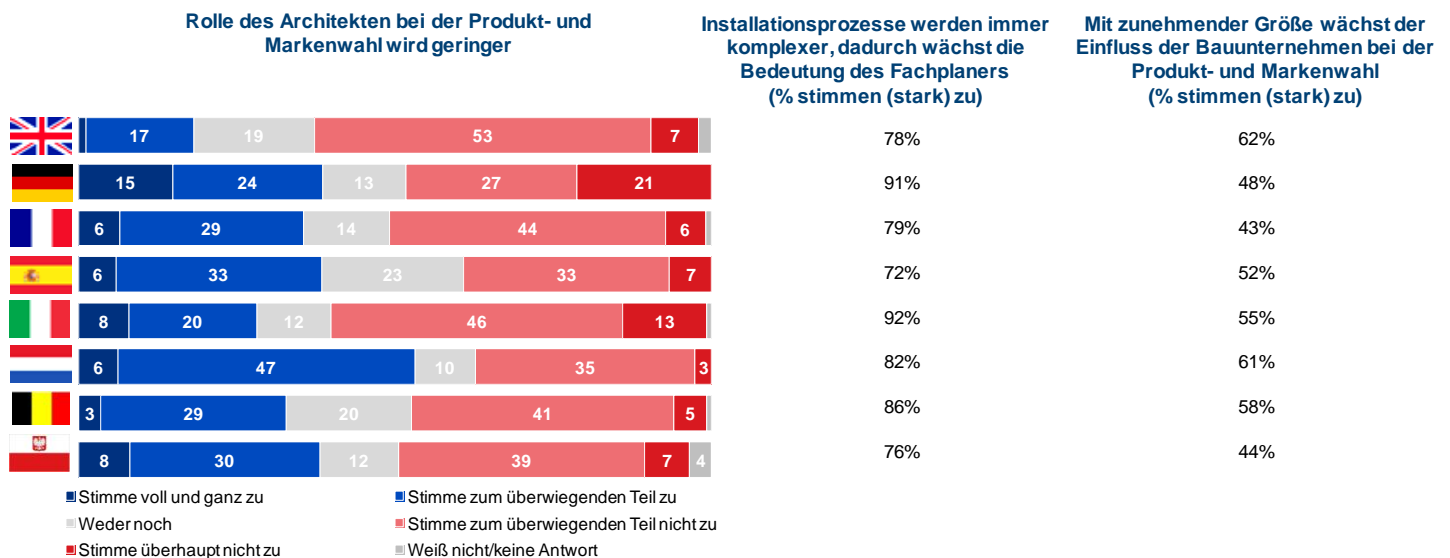
Natürlich würde jeder Hersteller gerne ganz genau wissen, wer bei der Entscheidung für seine Produkte und Marken den Ausschlag gibt. Bei vielen Bauprodukten wie Fassadenmaterial, Dämmstoffen, Innenwandprodukten usw. ist häufig der Architekt derjenige, der die endgültige Entscheidung trifft, welche Arten von Produkten und Materialien verwendet werden. Wenn eine konkrete Marke ausgewählt wird, ist seine Rolle aber sehr viel bescheidener und die Entscheidungsgewalt anderer Marktakteure wächst.

Ganz allgemein sehen die Architekten dies zunächst nicht. Auf die Frage, ob ihre Rolle im Prozess der Entscheidungsfindung für Produkte und Marken kleiner wird, verneinte ein Großteil der europäischen Architekten eine solche Entwicklung zu beobachten. Nur in den Niederlanden sehen die Architekten ihren Einfluss in einem größeren Ausmaß schwinden als die Architekten in anderen Ländern wie z. B. Deutschland.

Es gibt jedoch andere Akteure, die in den Projekten der Architekten an Bedeutung gewinnen. So wird zum Beispiel im Installationsbereich die Rolle des Fachplaners zunehmend größer - nicht zuletzt, weil auch die Produkte immer komplizierter werden (mehr als 70 Prozent der Architekten in allen acht Ländern bestätigen diese Entwicklung). Das betrifft nicht nur die Auswahl der Produkte, sondern auch die Marken.

Auch die Bauunternehmen gewinnen bei der Produkt- und Markenauswahl an Boden, ein Trend, den zwischen 40 und 70 Prozent der Architekturbüros in den verschiedenen Ländern beobachten können. Je größer das Bauunternehmen, desto größer ist auch sein Einfluss bei der Entscheidung über Produkte und Marken.

Obwohl sich die Rolle der Architekten nicht sehr zu verändern scheint, wird der Entscheidungsprozess in Bauprojekten also deutlich komplexer, da auch anderen Akteuren zunehmend Bedeutung zukommt. Die Zeiten, in der eine einzige Marktpartei im Wesentlichen allein über Produkte und Marken bestimmte, sind damit endgültig obsolet. Da mittlerweile immer mehr Akteure bereits in den frühen Phasen des Entscheidungsprozesses mit im Boot sitzen, wird von einer kleinen Gruppe statt von nur einem Akteur entschieden. Das wirkt sich auch auf die Hersteller von Bauprodukten aus: Sie müssen sich nun mehr Gedanken darüber machen, welche Informationen für welche der verschiedenen Akteure bereitstehen müssen und über welche Informationskanäle man sie am besten erreicht.



Diese und viele weitere Ergebnisse und Trends zu den europäischen Baumärkten findet man im europäischen Architektenbarometer, einer internationalen Untersuchung, die unter 1.600 Architekten in Europa erhoben wird. Die Studie wird in Deutschland, Frankreich, Italien, Spanien, Großbritannien, den Niederlanden, Belgien und Polen viermal im Jahr von Arch-Vision durchgeführt. Neben Indikatoren für die Vorhersage des europäischen Bauvolumens wird jedes Quartal ein Thema in den Mittelpunkt gestellt. Das Thema in Q1 2014 ist "Decision-Making-Unit & Mediennutzung". Architekten können nicht nur als verlässliche Quelle für Informationen zur künftigen Baukonjunktur fungieren, sondern ihre Rolle ist überhaupt zentral, da sie großen Einfluss darauf haben, wie Projekte gebaut und welche Materialien verwendet werden.

Für weitere Informationen über Arch-Vision kontaktieren Sie bitte Ralitsa Ruseva unter ruseva@arch-vision.eu oder unter +31102066900.