

# **Marktstudie**

**Kunststoff – Rohrleitungskomponenten  
in Deutschland  
Armaturen, Fittings, Rohre, M+R, u.a.m.  
mit Vermarktungskonzept und Hauptabnehmern  
Modulversion**

**Greifensee Januar 2006**



**Hillinger+Partner – Unternehmensberatung  
Greifensee - Pforzheim  
Saarlandstrasse 16, D-75181 Pforzheim  
Telefon: 07231 - 70457**

## **Copyright**

Diese Analyse / Marktuntersuchung wurde von Firma Hillinger+Partner, CH-8606 Greifensee, zum Verkauf an den Kunden und zur ausschliesslichen Nutzung im Unternehmen dieses Kunden erstellt. Eine Weitergabe, auch in Auszügen oder Teilen, an Dritte oder ein Verkauf ist dem Erwerber nicht gestattet.

Die in der Untersuchung enthaltenen Beurteilungen, Daten, Informationen, Trends und Werte wurden gewissenhaft und mit größtmöglicher Genauigkeit erarbeitet und ermittelt. Für deren Vollständigkeit und Richtigkeit kann jedoch keine Garantie übernommen werden. Hillinger+Partner – Unternehmensberatung haftet in keinem Fall für allfällige direkte oder indirekte Schäden und Folgeschäden, die aufgrund des Gebrauchs der Marktuntersuchung und deren gesamten Inhalts entstehen.

Hillinger+Partner hat versucht in dieser Unterlage alle Urheberrechte Dritter zu beachten. Allein aufgrund der Nennung von Marken- und Warenzeichen ist nicht der Schluß zu ziehen, dass diese nicht durch Rechte Dritter geschützt sind.

Alle Urheberrechte zu dieser Untersuchung u.a. Bilder, Grafiken, Dateien, Inhalte und Texte sowie deren Anordnung liegen bei Hillinger+Partner.

Nachahmungen jeder Art, Weiterübertragungen oder sonstiger Gebrauch, u.a. wie Nachdruck, Vervielfältigung, Veröffentlichung oder Weiterverarbeitung in elektronischen oder in Printmedien sind nicht gestattet.

Ausnahmen hiervon bedürfen sowohl zur privaten als auch zur kommerziellen Nutzung der zuvorigen ausdrücklichen schriftlichen Genehmigung durch uns.

**Copyright 2006**

**Hillinger+Partner – Unternehmensberatung, CH-8606 Greifensee**

# **Marktstudie: „Kunststoff – Rohrleitungskomponenten in Deutschland – Armaturen, Fittings, Rohre, M+R, u.a.m. mit Vermarktungskonzept und Hauptabnehmern - Modulversion“**

<b>Inhalt</b>	<b>Seite</b>
<b>1. Aufgabenstellung und Auftrag</b>	<b>5</b>
<b>2. Einleitung, Definitionen und Abgrenzungen</b>	<b>6</b>
<b>3. Markt in Deutschland – Einbettung im Weltmarkt</b>	<b>15</b>
<b>3.1 Wirtschaftlicher Hintergrund - Vergleiche mit anderen Ländern Hinweise zu Regionen und Entwicklungen in Deutschland</b>	<b>15</b>
<b>3.2 Industriemarkt – Marktsegmente, Anwendungen, Einsatzbereiche, Kunststoffe im Werkstoffkreislauf Beschreibung von über 30 Branchen</b>	<b>31</b>
<b>3.3 Abnehmer-, Markt- und Zielgruppenbedürfnisse Leistungen, Mehrwerte, Preisbeurteilung, Preisbeispiele</b>	<b>74</b>
<b>3.4 Profile Hauptwettbewerber ( 24 Profile 2-seitig)</b>	<b>87</b>
<b>3.5 Wettbewerber und Vermarktungswege</b>	<b>136</b>
<b>3.5.1 Beurteilung der Wettbewerber , Vergleiche</b>	<b>138</b>
<b>3.5.2 Händler mit Darstellung der Marktanteile, Direktverkauf</b>	<b>143</b>
<b>3.5.3 Ranking Handelsfirmen</b>	<b>144</b>
<b>3.5.4 Handel / Direkt – Werksnutzen, Veränderungen, Leistungen, Beurteilung, Vorteile / Nachteile</b>	<b>145</b>
<b>3.6 Marktvolumen - Kunststoff-Werkstoffe-Gruppen, Marktsegmente und Regionen in 2004</b>	<b>159</b>
<b>3.7 Marktvolumen – Kunststoff-Werkstoffe-Gruppen, Marktsegmente und Regionen Entwicklung bis 2010</b>	<b>163</b>
<b>4. Vermarktungskonzept - Chancen und Wege Regional-global, Vertriebsformen, -kanäle, Baumärkte, Marktplätze, Katalog</b>	<b>168</b>
<b>4.1 Mögliche Ziele – Entwicklung Umsatz / Ertrag, Marktanteile, Fähigkeiten Vertrieb, Konterrevolution, Vertriebskennzahlen, Strategische Positionierung, Reengineering,</b>	<b>179</b>

<b>4.2</b>	<b>Weitere Entwicklung Sortiments- und Leistungsangebot Produktwert, Global Sourcing, Mehrwerte individuell, Erfolgreiche Produkte,</b>	<b>189</b>
<b>4.3</b>	<b>Beratung, Logistik, Lieferservice, Schulung, Organisation Produktionsplanung, Customizing, Handelskonzeption, Handel /Direkt Zielgruppen, Kundenbindungsprogramm, Zufriedenheitsanalyse, Kano-Modell, Call-Center, Schlüssel- kundenbearbeitung, Kundenertragswert, Dynamische Potenzial- erfassung, Vertrieb-Zuschlagskosten, -Aufgaben, -Funktionen</b>	<b>194</b>
<b>4.4</b>	<b>Erfolgreiche Mitarbeiterentwicklung – Führung Anzahl, Funktionen, Qualifikationen, Profile Mitarbeiter, Identität, Gleichgewicht, Kennzahlen, Controlling, Reporting, Effizienzsteigerung, Neukundengewinnung, ABC Klassifizierung, Analyse Ist-Situation, Reengineering,</b>	<b>228</b>
<b>4.5</b>	<b>Erfolgreiche Marketing – Mix Maßnahmen in Deutschland Anzeigen, Direktmailing, PR, Dokumentation, Internetauftritt, Messebeschickungen, Veranstaltungen, Kundenincentives, Preispositionierung, Commoditisierung, Markenpolitik, Werte, Kommunikation, Wettbewerbsdifferenzierung</b>	<b>251</b>
<b>4.6</b>	<b>Prüfliste Aktionen, Aufgaben</b>	<b>304</b>
	<b>Anhang – Stichwortverzeichnis alphabetisch ( 370 Stichworte )</b>	<b>309</b>

**Optionen:**

<b>5.</b>	<b>Auswahl Hauptabnehmer in Deutschland (Optionen - 1 000, oder 2 000, oder &gt; 3 000 Firmen ) Name, PLZ, Ort, Straße, Marktsegment, Werkstoffe-Bedarf, Einkaufspotenzial Kunststoff- Druckrohrsysteme in T€,</b>	<b>A1ff</b>
<b>6.</b>	<b>Ist – Analyse beim Auftraggeber (Option)</b>	<b>B1ff</b>