

Ansprechpartnerin Presse
 Nadine Choudiakis (Marketing)
 Tel.: +49 (5141) 50269
 E-Mail: nadine.choudiakis@heinze.de

04.04.2025

Presseinformation

Neue Modernisierungsstudie macht den Wohn-/Nichtwohnbau transparent und messbar



Heinze Marktforschung legt neue Studie vor
 Der Neubau hat in den letzten Jahren an Volumen verloren und es wird noch einige Zeit brauchen, um Marktanteile zurückzugewinnen. Der Modernisierungsmarkt hingegen ist nach wie vor der größte und wichtigste Markt in der Baubranche: Zwei Drittel des Hochbauvolumens (Wohn- und Nichtwohnbau) entfallen auf ihn. Wer als Hersteller von Bauprodukten zukunftsfähig bleiben will, muss die richtigen Weichen stellen und sich unter Umständen mit neuen Produkten/Dienstleistungen am Markt behaupten. Doch wo liegen die Potenziale? Und welche Zielgruppen investieren in welche Lösungen? Die neue Heinze Modernisierungsstudie segmentiert den Modernisierungsmarkt und macht ihn für 20 Produktbereiche transparent.

Beispiel Wärmedämmung: Ein Milliardenmarkt mit Potenzial
 Die Studie zeigt: Wärmedämmung bleibt einer der zentralen Wachstumstreiber im Modernisierungsmarkt. 2023 wurden rund 11 Milliarden Euro in Dämmmaßnahmen investiert – 67 Prozent davon allein im Wohnungsbau.

Besonders gefragt sind Maßnahmen am Dach und an der Außenwand. Entscheidend ist aber nicht nur das Volumen, sondern die differenzierte Betrachtung: Welche Gebäudearten werden wie saniert? Welche Materialien dominieren und wie hoch sind die Investitionen pro Maßnahme? Welche anderen Maßnahmen (elektrische Leitungen, Wandbekleidungen etc.) gehen häufig mit Wärmedämmmaßnahmen einher?

Klare Wettbewerbsvorteile durch präzise Marktdaten
Für Hersteller und Fachhändler von Bauprodukten liefert die Heinze Modernisierungsstudie unersetzliche Einblicke. Sie zeigt nicht nur Marktvolumina, sondern auch Investitionsklassen, Gebäudetypen und regionale Unterschiede. So können Unternehmen passgenaue Strategien entwickeln – sei es für Produktinnovationen, Marketing oder Vertrieb.

Mehr als Wärmedämmung: 20 Produktbereiche im Fokus
Neben der Wärmedämmung untersucht die Studie 19 weitere Produktbereiche – von Fenstern und Türen über Photovoltaik bis hin zu Heizungssystemen. Hersteller erhalten so ein vollständiges Bild des Modernisierungsmarktes und können gezielt dort investieren, wo sich die größten Chancen bieten.

Vieles geht an der „Statistik“ vorbei

Der weitaus größte Teil der Modernisierungsmaßnahmen ist nicht **genehmigungspflichtig und wird daher „statistisch nicht erfasst“**. Die Heinze Modernisierungsstudie schließt diese große Informationslücke durch umfangreiche Zielgruppenbefragungen. Die wirklich großen Herausforderungen liegen dabei im Detail. So werden **beispielsweise im Bereich „Fassade“ bis zu 15** verschiedene Fassadenarten abgefragt. Dazu gehören Außenwandbekleidungen aus Holz, Naturstein oder Metall ebenso wie Außenanstriche, Putzfassaden oder Wärmedämmverbundsysteme. In anderen Bereichen wie z.B. dem Gewerk Heizung wurden fast 30 Varianten abgefragt.

Vom Bauchgefühl zur Marktstrategie

Viele Entscheider wissen, dass der Modernisierungsmarkt wichtig ist und wächst. Doch wo sie konkret ansetzen sollen, ist vielen unklar. Hier setzt die neue Studie an. Zu jedem der 20 Produktbereiche der Heinze-Studie gibt es neben einer **fundierte Marktanalyse einen umfangreichen „Allgemeinen Teil“**. Auf über 100 Seiten erhalten Hersteller valide Daten zu Zielgruppen, Investitionsverhalten und Potenzialen – ideal für die Strategieentwicklung im Modernisierungsmarkt.

Warum Heinze Marktforschung?

Seit über 50 Jahren steht Heinze Marktforschung für umfassende Analysen und praxisorientierte Handlungsempfehlungen. Unsere Studien kombinieren fundierte Primär- und Sekundärmarktforschung, um präzise Daten für strategische Entscheidungen zu liefern.

Nutzen Sie die Chance, Ihr Geschäft optimal auf den Modernisierungsboom auszurichten. Kontaktieren Sie uns unter marktforschung@heinze.de und erfahren Sie, wie die neue Modernisierungsstudie Ihr Unternehmen voranbringen kann.

Zum Unternehmen

Die Heinze GmbH ist seit mehr als 60 Jahren der Spezialist für Fachinformationen in der Baubranche. Digital wie persönlich vernetzen wir die Bauexperten und Wissensträger der Branche mit den verschiedensten Zielgruppen. Wir geben Inspirationen für die Planung von Bauprojekten und Impulse für die individuelle Geschäftsentwicklung. Hierzu stellen wir aktuelles Bauwissen sowie fundierte Detailinformationen zu Produkten und Herstellern von Bau-, Ausstattungs- sowie Einrichtungslösungen bereit. Damit bieten wir wertvolle Entscheidungshilfen für anstehende Bauvorhaben jeglicher Art. Für eine nachhaltig agierende Bauwirtschaft geben wir dem Erhalt unseres Lebensraumes in der Branche eine Bühne, ein Expertenforum und eine starke Stimme. Auf diese Weise unterstützen wir die Bauzielgruppen und stellen die erforderlichen Informationen für nachhaltiges Handeln zur Verfügung. Als Komplett Dienstleister für Marktforschung im Baubereich sorgen wir auf der Basis unserer Erfahrung, unserer Daten, Kontakte oder mittels Befragungen dafür, dass Bauakteure – wie z.B. Hersteller – ihre Entscheidungen bestmöglich fällen können.

Abdruck frei. Beleg erbeten.

Weitere Presseinformationen finden Sie unter www.heinzemedien.de