

Grüne Baunachfrage: Nachhaltigkeit schlägt bekannte Marke

Düsseldorf, 23.09.2022: Nachhaltigkeit war bei Bauprodukten lange eine Art Zusatz Eigenschaft für eine bestimmte als nachhaltig beworbene Sortimentsparte der Anbieter, während die Hauptmarke in der Regel ein konventionelles Produkt blieb. Doch neue Marktumfragen von BauInfoConsult zeigen, dass es sich mittlerweile beinahe umgekehrt verhält: So bevorzugt über die Hälfte der befragten 601 Bauprofis Bauprodukte, die Nachhaltigkeit versprechen – im Zweifelsfall auch gegenüber namhaften Bauprodukt-Klassikern, die sie schon lange kennen und nutzen. Eine neue Studie von BauInfoConsult zeigt, wo nachhaltige und zirkuläre Ansätze für das Bauen schon in naher Zukunft alternativlos werden und welche neuen Ansätze sich auf materieller, technischer und baugologischer Seite Bahn brechen.

Bei der telefonischen Befragung im Auftrag des Düsseldorfer Marktforschungsunternehmens BauInfoConsult stimmten zusammen 60 Prozent der befragten Personen aus Architekturbüros, Bauunternehmen und verschiedener Baugewerke der Aussage voll und ganz oder überwiegend zu, dass Nachhaltigkeit für sie vor bloßer Bekanntheit zählt. Dafür sind gleich mehrere Aspekte verantwortlich:

Ohne das „Qualitätssiegel Nachhaltiges Gebäude“ ist derzeit praktisch keine Neubauförderung mehr möglich. Es ist daher klar, dass sowohl Bauherren als auch ihre Dienstleister aus der Bauwirtschaft auch bei der Produktwahl bestrebt sind, möglichst alles „richtig“ zu machen. Dabei dürfte klar sein, dass Bauprofis wie Endkunden Nachhaltigkeit neben Haltbarkeit, Stabilität usw. als einen weiteren selbstverständlichen Bestandteil von Qualitätsprodukten erwarten.

Denn man kann fast sicher voraussetzen, dass die interviewten Bauprofis bei unserer Frage größtenteils von einer gleichwertigen Qualität bei nachhaltigen versus konventionellen Bauprodukten ausgegangen sein dürften. Aus vielen anderen Untersuchungen ist bereits eindeutig hervorgegangen, dass die Produktqualität (neben dem Preis) den zentralen Faktor bei der Produktauswahl am Bau schlechthin darstellt und wird daher nicht einfach durch den Aspekt der Nachhaltigkeit außer Kraft gesetzt.

Bauakteure: „Ein als nachhaltig beworbenes Bauprodukt bevorzuge ich im Zweifelsfall gegenüber einem mir bereits bekannten konventionellen Bauprodukt.“ (n=601, in %)



Quelle: BauInfoConsult, 2022

Gleichzeitig sollten die Hersteller von Bau- und Installationsprodukten der Versuchung widerstehen, ihren eigenen Produkten durch bloßes „Greenwashing“ einen nachhaltigen Touch verpassen zu wollen – auch, wenn es aufgrund dieser Ergebnisse verlockend erscheinen mag. Da Bauakteure genau wie Endkunden heutzutage in der Kommunikation immer stärker vernetzt sind, dürften sich gescheiterte „Greenwashing-Versuche“ sehr schnell in der Branche herumsprechen und der dadurch entstandene Imageschaden weit länger anhalten, als es den erpaptten Herstellern lieb sein dürfte.

Dabei kann Nachhaltigkeit nicht länger als bloßes Sahnehäubchen im hochpreisigen Produktsegment gehandelt werden – eher wird aus dem alten nachhaltigen Nischenprodukt der neue Standard. „Mit der Nachhaltigkeit verhält es sich mittlerweile wie mit der Produktqualität“, erläutert Branchen-Consultant Henri Busker von USP Marketing Consultancy, einer der 28 für die Studie „Die grüne Bauindustrie“ von BauInfoConsult hinzugezogenen Experten.

„Ein schlechtes Produkt kauft in der Baubranche niemand mehr – und so ähnlich wird es auch bei Nachhaltigkeit aussehen: Ein nicht wirklich nachhaltiges Produkt kauft auch bald keiner mehr.“ Von Greenwashing sei daher schon im Zuge vorausschauender Imagepflege tunlichst abzuraten, mahnt Busker, der seit 20 Jahren als Marketing Consultant für die Baustoffindustrie tätig ist.

Über die Studie

Die Thematik zu Zukunftspotenzial und Nachfrage für nachhaltige Produkte wird ausführlich in der Studie „Die grüne Bauindustrie – Nachhaltigkeit, Energieeffizienz und Klimaneutralität am Bau“ von BauInfoConsult behandelt, die in einigen Wochen verfügbar sein wird. Auf Basis unserer repräsentativen Erhebungen unter bis zu ca. 600 Interviewpartnerinnen und -partnern aus Berufen und Gewerken wie Architektur, Bauunternehmen, Dachdecker-, Zimmerer-, Maler-, Trockenbau- und SHK-Handwerk und auf Grundlage von 28 Experteninterviews mit Vertreterinnen und Vertretern aus Architektur, Fachplanung, Energieberatung, Bauwirtschaft, Hochschule/Forschung und Entwicklung, Wirtschafts- und Trendforschung, Consulting, Verbänden und Behörden wurde in der Studie detailliert untersucht ...

- welche energieeffiziente, nachhaltige und CO₂-neutrale Ansätze den Beitrag des Bauens zur Klimawende darstellen werden: Nachhaltigkeit & graue Energie vs. bloßer Effizienzfokus, Baubestands-Recycling vs. Neubaudominanz
- wie die Bauprozesse sich durch das grüne Bauen verändern werden: nachhaltiges Potenzial der Digitalisierung, Fertigteilibau vs. Massivbau, Serialität in der Sanierung, Anforderungen an die Baustoffindustrie
- welche politischen und legislativen Weichenstellungen in den nächsten 10 bis 15 Jahren zu erwarten sind: künftiger Förderfokus & wo Regulierung und Normierung langfristig unvermeidbar sind
- welche Änderungen bei der Nachfrage für Materialien, Bauteile und Systeme zu erwarten sind: Außenwand und -dämmung, Böden/Decken, Fenster/Türen/Sonnenschutz, Bauchemie und Befestigung, Dach, Heizung, Lüftung, Elektrizität und erneuerbare Energien, Smart Home
- welche Bausektoren vor allem vom „grünen“ Wandel betroffen sein werden und welche Sektoren davon am stärksten profitieren: Potenzial und Folgen für den Eigenheimbau, Mietwohnbau, Nichtwohnungsbau
- Die Folgen für das Marketing in der Bauwirtschaft: den Wandel kommunizieren statt Greenwashing

Die Studie ist bei BauInfoConsult bei Erscheinen (ca. Ende Oktober) zum Preis von 1.350 € erhältlich.

Über BauInfoConsult

BauInfoConsult ist ein auf die Bau-, Installations- und Immobilienbranche spezialisiertes Unternehmen. Wir analysieren laufend Marktdaten und Informationen zur deutschen Baubranche und erstellen auf Grundlage eigener Markterhebungen Analysen und Prognosen zu aktuellen Bautrends und Entwicklungen, die als Grundlage für Ihre marktrelevanten Entscheidungen herangezogen werden können. Um immer einen Überblick über aktuelle Marktentwicklungen zu haben, können Sie sich auf www.bauinfoconsult.de für unseren kostenlosen Newsletter einschreiben.

Pressekontakt: Haben Sie Fragen oder benötigen Sie weitere Informationen?

Nehmen Sie Kontakt mit Christian Packwitz oder Alexander Faust auf (Telefon 0211 301 559-10 oder [E-Mail](mailto:info@bauinfoconsult.de)).

Falls Sie diese Pressemitteilung ganz oder in Teilen verwenden, empfangen wir gerne ein Referenzexemplar.

Weitere Pressemitteilungen zu unseren Marktforschungsuntersuchungen finden Sie außerdem im Pressebereich unserer Homepage (www.bauinfoconsult.de).