

Presseinformation

Heinze Baukonjunktur-Meeting 2021 live und digital – Die Baubranche im Wandel. Worauf es jetzt ankommt.

Celle, Oktober 2021 – Das 23. Baukonjunktur-Meeting fand in diesem Jahr erstmals als Hybrid-Veranstaltung statt. Am 22. September gaben die Heinze Marktforscher live in Düsseldorf Einblicke in die derzeitigen Marktentwicklungen der Bauwirtschaft, referierten über die künftigen Herausforderungen – auch hinsichtlich des Themas Klimawandel – und beantworteten Fragen der ca. 30 Teilnehmer vor Ort bzw. ca. 120 Teilnehmer im Netz.

Heinze GmbH
Bremer Weg 184
29223 Celle
Telefon 05141 50-0
Fax 05141 50-104
kundenservice@heinze.de
heinze.medien.de

Managing Director
Ulf Thiele

Handelsregister
Amtsgericht Lüneburg
HRB 201314

an Infopro Digital company



Abb. 1: Professor Mantau beim hybriden Baukonjunktur-Meeting 2021.
Foto: Heinze GmbH / Christian Stallknecht

Von der Heinze GmbH referierten Thomas Wagner, Leiter der Heinze Marktforschung und Christian Blanke, sowie Prof. Dr. Udo Mantau von INFRO, der das Baukonjunktur-Meeting mit Blick auf die aktuellen volkswirtschaftlichen Rahmenbedingungen begann, die die Baubranche betreffen: Klimawandel, Rohstoffknappheit, Nachhaltigkeit, Corona-Pandemie und Naturkatastrophen. „Zur Prognose des Marktberichtes gehört heute die Viruskonjunktur ebenso sehr dazu wie die Klimakonjunktur, denn die Baukonjunktur wird

- 2 -

von den kleinsten Teilchen, den Viren, bis hin zu den größten Faktoren, dem Klima, in die Zange genommen“, so Professor Mantau.

Weltwirtschaft im Umbau

„Die bisher gewöhnte Struktur der globalen Weltwirtschaft ist erschüttert“. Durch Vorgänge wie den Brexit, Protektionismus der USA, Handelskonflikte mit China und Grenzschießungen, gäbe es kein Vertrauen mehr zwischen den Handelspartnern. Die strategischen Herausforderungen liegen jetzt in der Regionalisierung, in den Wirtschaftsräumen und der logistischen Neuorientierung. Die Verfügbarkeit muss schon bei der Produktion mitgedacht werden, um die Lieferketten resilienter zu machen. Die Recyclingquoten müssen aufgrund der Klimagerechtigkeit ohnehin erhöht werden, was den Vorteil mit sich bringt, unabhängiger zu werden von knapper werdenden Rohstoffen. Weitere ganz aktuelle Prognosen zur weltwirtschaftlichen Entwicklung werden im **Marktbericht** sowie in der kurzfristig erscheinenden **Mittelfristprognose** von Heinze integriert sein.

Wohnungsbau: Der Wohnungsmarkt entspannt sich, Wachstum der Genehmigungen von Eigenheimen

Den Marktbericht 2021 begann Professor Mantau mit den monetären Rahmenbedingungen der Bauherren. Derzeit steigen die Baukosten zwar stärker als die Mietpreise, die Modellrechnung für die monatliche Belastung zur Finanzierung von 250.000 Euro im Basisjahr zeigt aber, dass die sinkenden Zinsen die steigenden Baupreise mehr als kompensieren.

Entwicklung der marktbedingten Kosten (Index 2010=100)

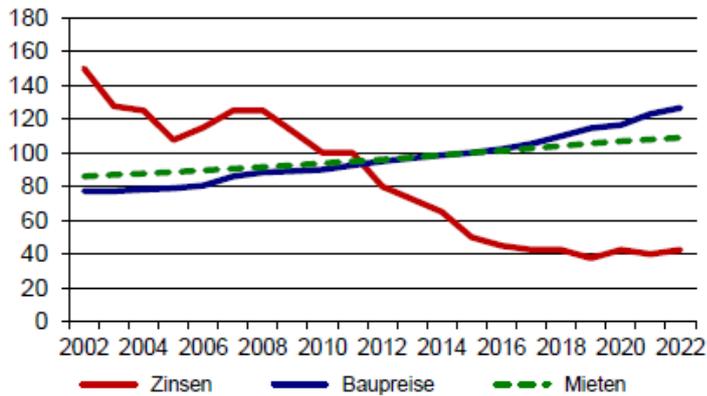


Abb. 2: Entwicklung der marktbedingten Kosten

In Zukunft werden sich beide Indikatoren in die gleiche Richtung bewegen und verstärken, während sich der Aufschwung am Arbeitsmarkt fortsetzen und das Beschäftigungsbarometer kräftig ansteigen wird. Die langfristige Nachfrage wird sich laut der Haushaltsvorausberechnung 2020 und der Fortschreibung des Wohnungsbestandes wie folgt entwickeln: Bei gleichbleibenden demographischen Zahlen, wird sich der Wohnungsmarkt bis 2030 entspannen. In der Tendenz sinken die Zahlen der Bedarfe an Wohnungen unter die Zahl des verfügbaren Wohnbestandes. Die Nachfrage wird also geringer sein als das Angebot. Wenn die Zinsen steigen, wird der Effekt noch verstärkt, dass Investoren ihr Geld lieber auf der Bank sehen als in der Immobilie, also Häuser verkaufen.

Die diesjährigen Auftragseingänge im Wohnungsbau steigerten sich in einem starken zweiten Quartal um 24,2 % im Vergleich zum Vorjahr, das unter der Krise im Lockdown zu leiden hatte. Die Dynamik der zweiten Jahreshälfte wird aufgrund hoher Vorjahreswerte etwas geringer ausfallen. Die Erwartung von Zuwächsen in Höhe von 5-10 % sind ebenso wie im letzten Jahr auch für 2021 gültig.

Die genehmigten Wohneinheiten in Eigenheimen sind bis Juli 2021 um 13,2 % gewachsen. Die Zuwachsraten sind ein besonderer Effekt, der aus dem im März auslaufenden Baukindergeld resultiert. Danach blieb das Niveau überraschenderweise

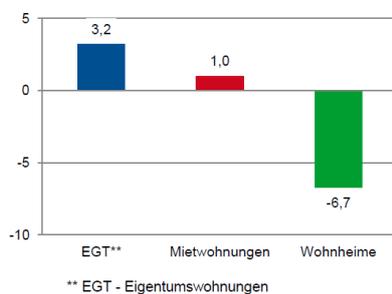
gleich wie im Vorjahr, was auf eine Stabilisierung im Eigenheim-Markt hindeutet. Die Genehmigungs- und Fertigstellungsprognose sieht eine Stabilität des Eigenheimbaus bei rund 120.000 Genehmigungen und gut 110.000 Fertigstellungen und einem Wachstum in 2021 von 5 % im Vergleich zum Vorjahr.

Im Mehrfamilienhausbau hat das Förderkonzept der Sonderabschreibungen für fünf Jahre, nicht dazu geführt, dass mehr gebaut wurde. Die Werte liegen gerade mal 2,5 % über den niedrigen Vorjahres-Werten. Vermutlich liegt dies am zu knapp kalkulierten Fördervorteil, der durch die gestiegenen Baukosten verschwindet oder zum Verlust wird. Auch die Lieferengpässe zeichnen hier wohl verantwortlich.

Ähnlich sieht es beim sozialen Wohnungsbau aus, der mit einer Milliarde Zuschuss des Bundes an die Länder plus deren eigener Mittel, keinen Einbruch erlitten hat, aber auch keinen nennenswerten Aufschwung erkennen lässt. Der Bau von Eigentumswohnungen wächst um 3,2 % gegenüber dem Bau von Mietwohnungen, der nur bei einem Prozent liegt. Die Förderung im Mietwohnungsbau greift also so gut wie nicht. Im Vergleich zum Vorjahr sehen wir eine Steigerung der Baugenehmigungen um 4,3 %.

Anzahl der Wohnungen

Mehrfamilienhausbau insgesamt (+1,5%) - Januar bis Juli 2021 in % ggü. Vorjahr



Segmente des Mehrfamilienhausbaus
Anzahl Wohnungen in 1.000 (geglättet)

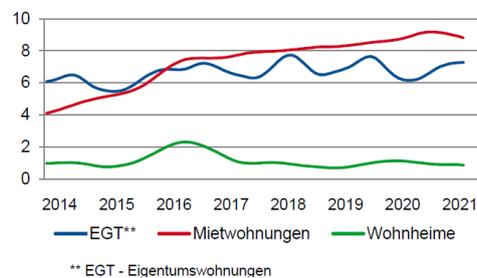


Abb. 3: Genehmigungen von Mehrfamilienhäusern nach Segmenten

Die Fertigstellungen wachsen konstant um 5,6 %. Insgesamt ist ein moderates Wachstum im Wohnungsbau zu verzeichnen: Die Genehmigungen steigerten sich im Wohnungsbau 2021 um 4,7 % im Vergleich zum Vorjahr und die Fertigstellungen um 4,3 %. Insgesamt nähern sich die Genehmigungen der Marke von 400.000 WE, während die Fertigstellungen auch 2020 deutlich unter dem Ziel von 350.000 WE pro Jahr bleiben.

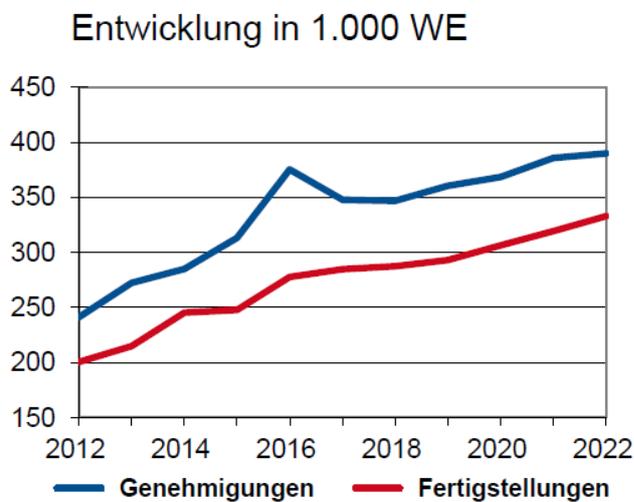


Abb. 4: Genehmigte und fertiggestellte Wohnungen im Wohnungsbau

Der **Nichtwohnbau** durchläuft derzeit in einigen Segmenten eine Schwächephase, die geringer ausfällt als in früheren Zyklen. Es spricht einiges dafür, dass er sich auf hohem Niveau längerfristig halten kann, da auch nicht alle künftigen Anforderungen mit dem vorhandenen Gebäudebestand erfüllt werden können. Im Wirtschaftsbau gab es einen überraschenden Zuwachs um 10,9 %, was ein Nachholeffekt nach einem schwachen Vorjahr sein könnte und nicht als positive Entwicklung gesichert ist. Die Auftragseingänge liegen wohl auch im zweiten Halbjahr deutlich und zweistellig über dem Vorjahr. Der öffentliche Bau löst sich kaum von seinem Niveau, könnte aber durch die Bewältigung der Flutkatastrophe die schwächelnden Nicht-Wohngebäude auf Wachstumskurs bringen.

30-jährige Entwicklung in Mio. m³

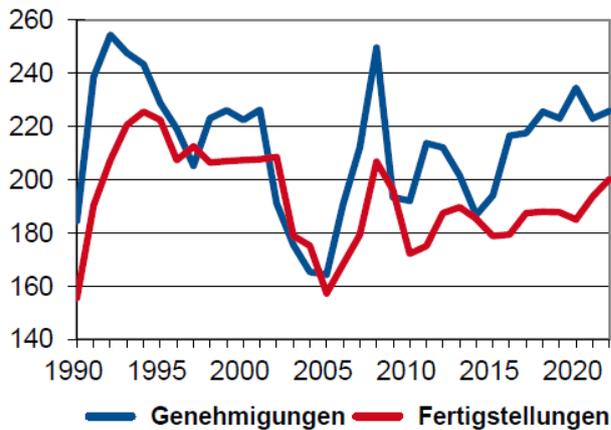


Abb. 5: Entwicklung des Nichtwohnbaus

Die Genehmigungsentwicklung bei industriellen Betriebsgebäuden ist rückläufig. Die hohen Vorjahreswerte verändern die Jahresrate zwar enorm negativ mit einem Minus von 4,3 %, der Einbruch war aber nicht so ausgeprägt wie erwartet. Der Boom der Warenlager bleibt bestehen. Sie sind ebenso wie Handelsgebäude als Gewinner zu betrachten trotz der Einbrüche der Zahlen im Vergleich zu den Vorjahreswerten, die durch Tesla bei den Fabrikgebäuden und den Aufschwung der Warenlager stark überzeichnet wurden.

Die Genehmigungsentwicklung wohnähnlicher Betriebsgebäude bleibt auf einem erstaunlich hohen Niveau mit einem Plus von 5 % im Juli. Dennoch sei die Entwicklung labil, so Professor Mantau, denn sie folgten tendenziell dem Verlauf der industriellen Betriebs-Gebäude mit Zeitverzug. Die Genehmigungen zeigen, dass überraschenderweise keine Krise herrscht bei einem Rückgang von lediglich 2,5 % im Vergleich zum Vorjahr.

Eine weitere Überraschung gibt es bei den Landwirtschaftlichen Betriebsgebäuden: Nach mühsamer Wiederbelebung mit 200 Millionen Euro Förderung, erfahren diese einen fulminanten Anstieg von plus 26,2 % bis Juli 2021. Der Fördersatz beträgt 40 % und erreicht einen doppelt so hohen Effekt. Zwischen April und September mussten die Anträge gestellt werden, von daher wird diese Spitze sich nicht lange halten. Die Prognose sieht ein Wachstum von 16,6 % in diesem Jahr vor.

Baukonjunktur-Klima der Hersteller: Gute Stimmungslage und mehr Produktivität

„Wir sind in einer tollen Branche. Wir sind besser durch die Krise gekommen als andere. Das hat uns aber auch viel abverlangt.“, weiß Thomas Wagner zu berichten. In seinem Vortrag beleuchtet er die Sicht der Hersteller: 50 % der EntscheiderInnen sind zufrieden mit dem aktuellen Geschäftsjahr, die Note lag im April bei 2,6.

Heinze Baukonjunkturklima | Ergebnis für die gesamte Baubranche

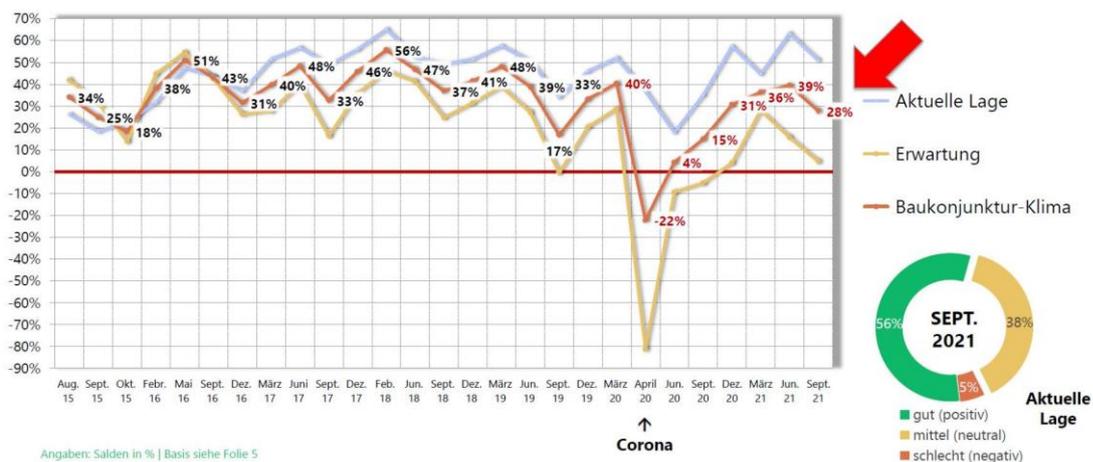


Abb. 6: Entwicklung des Baukonjunktur-Klimas

56 % der Managerinnen stufen im ersten Quartal ihre Situation fast so gut wie vor der Pandemie ein. 40 % der Bauprodukt-Hersteller erwarten in diesem Jahr einen höheren Umsatz als im Vorjahr. Mehr als ein Viertel der EntscheiderInnen ist in der Pandemie produktiver geworden. Der Termindruck habe nachgelassen. Trotz gesteigerter Arbeitszeit und „Isolation“ im Homeoffice fühlen sich mehr als zwei Drittel der ManagerInnen in der Bauindustrie im „grünen Bereich“. Zudem wollen 29 % der EntscheiderInnen die Produktionskapazität und ein Viertel möchte den Personalbestand erhöhen. Gelitten hat hingegen der persönliche Austausch und das Networking, was bei 37 % der Befragten zu Unzufriedenheit führt. 60 % der ManagerInnen gaben außerdem an, seit der Pandemie weniger Sport zu machen und weniger Zeit für Erholung zu haben. Bedrohlich wirke zudem die Preisentwicklung: 72 % der EntscheiderInnen in der Bauindustrie beurteilten die Preisentwicklung auf dem Beschaffungsmarkt als schlecht ein. Insgesamt erwarten

über 50 % der Hersteller, dass die Geschäftslage unverändert bleibt im vierten Quartal. Ein Viertel rechnet mit einer Verschlechterung der Geschäftslage und ein Viertel mit einer Verbesserung.

Neben den gewohnten Prognosen des Bauvolumens sowie der Genehmigungen und Fertigstellungen für alle Gebäudearten widmete sich Christian Blanke der **Analyse Europäischer Marktdaten** sowie von aktuellen **Bauzeit-Verläufen**. Diese stellen wichtige Indikatoren für die Berechnung produktspezifischer, regionaler Absatzprognosen dar.

Außerdem berichteten Thomas Wagner sowie zwei online zugeschaltete Industriepartner plus zwei anwesende Referenten aus Hersteller-, Bauherren- sowie auch aus Architekten-Sicht sehr anschaulich und authentisch **über den „gelebten“ Umgang mit dem Thema „Nachhaltigkeit“**. Bauherren wollen gesund leben und Werte sichern, Architekten brauchen Transparenz und Hersteller hüten sich vor dem Vorwurf marketingmäßigen „greenwashings“!



Abb. 7: Prioritäten der Hersteller (8 von 12 Kriterien)

Nachhaltige konkrete Ziele und das Formulieren von Nachhaltigkeitsberichten sind eine lohnende Investition für HerstellerInnen. Die Frage, ob ArchitektInnen überhaupt die sehr umfangreichen Berichte der Hersteller und deren Websites lesen, beantwortet Thomas Wagner mit einem eindeutigen „Ja, sie lesen alles.“ Das hat sich aus der ArchitektInnen-

Befragung eindeutig ergeben. Der Architekt Michael Reiß der bema Development GmbH bestätigt dies in seinem Vortrag: „Architekten brauchen Vertrauen in ein Produkt, weil sie für das gesamte Projekt verantwortlich sind.“ Wenn es also ins Detail geht, recherchieren Architekten Best Practices und suchen im Internet. Aber viel wertvoller als Google-Ergebnisse, sind konstruktive Dialoge mit Herstellern, deren eigene Informationen über ihr Produkt, deren haptische Muster, deren Einstellung zur Nachhaltigkeit. Hier empfiehlt Michael Reiß maximale Transparenz zu den Fragen des Umgangs mit dem eigenen Produkt, mit den Ressourcen, mit dem Energieaufwand sowie die Bereitschaft zur Vergleichbarkeit von Wettbewerbern durch ein einheitliches Zertifizierungssystem. „Man sollte nicht nur etwas verkaufen wollen, sondern sich selber in die Pflicht nehmen und ernsthaft daran arbeiten wollen, die Dinge auf den richtigen Weg zu bringen: Qualitativ hochwertige und nachhaltige Produktentwicklungen auf den Markt bringen, die marktkompatibel, reversibel und ressourcenschonend sind.“

Bei der Bauherrenbefragung zeigt sich, dass auch Bauherren sehr gut informiert sind heutzutage: 96 % achten auf gesundheitliche Themen. 70 % informieren sich über die gesundheitliche Unbedenklichkeit der Baustoffe. Und 89 % sind bereit, mehr Geld für nachhaltige Produkte zu zahlen und zwar vor allem bei Dämmstoffen (74 %), Bodenbelägen (68 %), Heizung (66 %), Wandgestaltung, Lüftungsanlagen und Trockenbau (jeweils über 50 % der befragten Bauherren). Sie informieren sich beim Verarbeiter (62 %) und im Internet (62 %). Die Mehrheit geht direkt auf die Hersteller-Website. Es ist also wichtig, diese zielgruppengerecht aufzubereiten und zu beachten: Die Bauherren wollen gesund leben, sparen und Werte sichern.

Wofür wären Sie bereit, **mehr Geld** auszugeben?*



baudatenonline.de

*Summe in Prozent von „auf jeden Fall“ und „eher ja“

Abb. 8: Auszug aus der Bauherrenbefragung

Ernste Nachhaltigkeit wird sich langfristig lohnen, denn es gibt einen kräftigen Imageschub für Green Buildings. Die ArchitektInnen-Befragung hat ergeben, dass die Green-Building-Zertifizierungssysteme in Zukunft als sehr wichtig angesehen und für ein positives Image der Baubranche sorgen werden. Sie werden außerdem als langfristige Wertsicherung bewertet und ihre Signalwirkung auf andere Investoren wird als enorm eingestuft.

Weitere Informationen zum gesamten Baukonjunktur-Meeting erhalten Sie vom Team der Heinze Marktforschung unter der Telefonnummer **05141 50-101** bzw. E-Mail **marktforschung@heinze.de**. Alle Inhalte des Baukonjunktur-Meetings stehen noch zur Verfügung und sind für Interessenten erhältlich.

Zum Unternehmen

Die Heinze GmbH in Celle ist seit mehr als 60 Jahren Spezialist für zielgruppengerechte Marketing- und Informationsdienstleistungen im Baubereich. Heinze unterstützt die Kommunikation zwischen Produkt-Herstellern und Produkt-Entscheidern. Wichtige, objektive Entscheidungsgrundlagen für Investitionen, Vertrieb und Marketing liefert dabei die Heinze Marktforschung. Sie verfügt über jahrzehntelange Erfahrung in der Aufbereitung und Interpretation externer wie auch selbst generierter Daten. Informationen zum Baukonjunktur-Meeting sowie zu den weiteren Dienstleistungen der Heinze Marktforschung erhalten Sie unter 05141 50-101 bzw. marktforschung@heinze.de, auf heinzemedien.de/leistungen/marktforschung sowie auf baudatenonline.de – dem Portal der Heinze Marktforschung.

Abdruck frei.
Beleg erbeten.

Ansprechpartnerin Presse:
Heinze GmbH
Melanie Gatzka
Bremer Weg 184
29223 Celle
Telefon: 05141 50-172
melanie.gatzka@heinze.de

Weitere
Presseinformationen
finden Sie unter
www.heinzemedien.de