

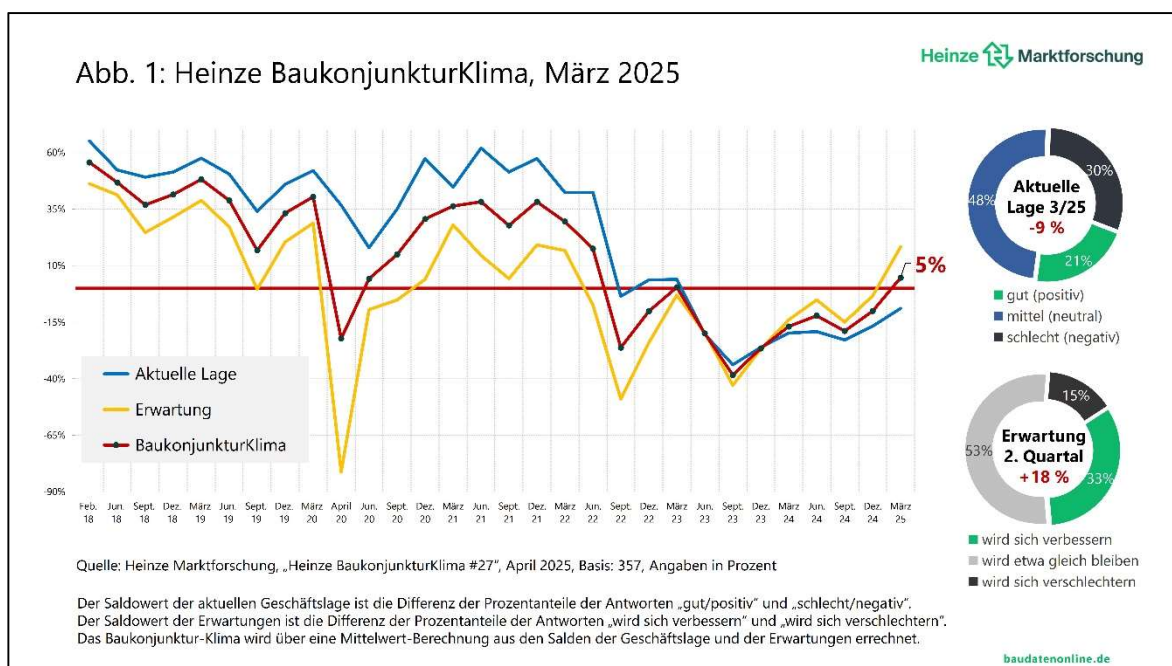
Ansprechpartnerin Presse
Nadine Choudiakis (Marketing)
Tel.: +49 (5141) 50269
E-Mail: nadine.choudiakis@heinze.de

16. April 2025

Presseinformation

Heinze BaukonjunkturKlima 2025: Zaghafte Aufhellung in ungewissen Zeiten

Von Thomas Wagner, Leiter der Heinze Marktforschung, Celle



Die wirtschaftliche Stimmung in der Bauindustrie beginnt sich zu drehen – wenn auch noch sehr vorsichtig. Nach Monaten der Unsicherheit und ernüchternder Datenlage zeigt das neue **Heinze BaukonjunkturKlima** erstmals seit längerer Zeit wieder ein positives Signal. Im März 2025 liegt der Gesamtwert der Branchenstimmung bei **+5 Punkten** – ein leichter, aber bedeutungsvoller Schritt über die „psychologisch wichtige Null-Linie“. Damit wird klar: Die Unternehmen der Bauwirtschaft blicken wieder zuversichtlicher nach vorn. Auch die Salden im Bereich der Investitionen in Büroflächen, Produktionskapazität und Personalbestand haben sich verbessert.

Die Verbesserung resultiert dabei fast ausschließlich aus einem starken Anstieg der Erwartungen. Während die aktuelle Lage weiterhin kritisch bewertet wird – der entsprechende Saldo liegt bei **-9 %** –, zeigen sich die Entscheider deutlich hoffnungsvoller, was die kommenden Monate betrifft. 43 % der Befragten erwarten im zweiten Quartal eine steigende Anzahl von Projektanfragen. Das ist ein starkes Signal – nicht nur für die Branche selbst, sondern auch für alle, die mit ihr planen, finanzieren oder politisch arbeiten.

Die Ergebnisse der Befragung basieren auf **357** fundierten Einschätzungen aus der Bauindustrie. Erhoben wurden sie im Monat März – zu einem Zeitpunkt, als der Wahlausgang (CDU/SPD-Koalition) bereits feststand, das konkrete Koalitionspapier aber noch nicht veröffentlicht war. Die Erwartungen spiegeln also einen Übergangszustand wider: politischer Wechsel ja, aber noch keine greifbaren Maßnahmen.

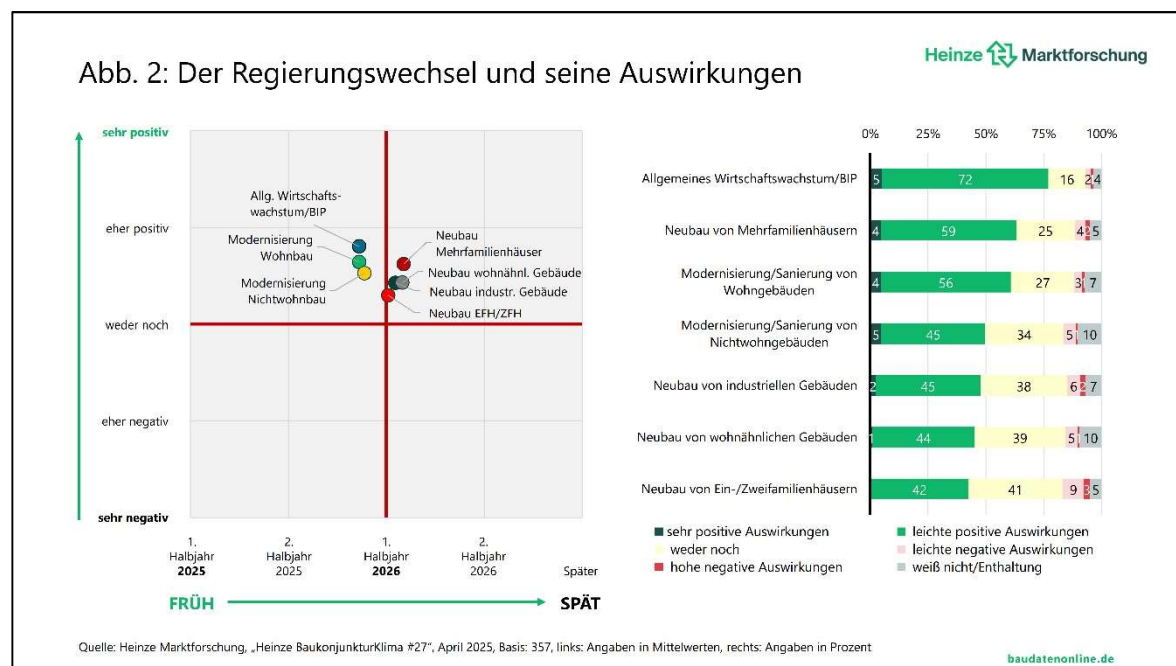
Auch in der Einschätzung zur **Absatzentwicklung** für das laufende Jahr zeigt sich ein vorsichtig optimistisches Bild. Im Durchschnitt ergibt sich ein **Plus von 0,3 %**. Zwar klingt das auf den ersten Blick marginal, doch in Relation zu den Voruntersuchungen (-6 % und -13 %) ist diese Zahl durchaus richtungsweisend. Während 27 % der Unternehmen von einer Absatzsteigerung ausgehen – im Mittel um 10,6 % –, erwarten ebenso viele einen Rückgang um durchschnittlich 10,1 %. Die Mehrheit der Befragten rechnet allerdings mit einem stabilen Ergebnis auf Vorjahresniveau. Die Heinze Marktforschung ist in der Lage, alle Ergebnisse nach 34 Produktbereichen zu unterscheiden. Über dem Branchendurchschnitt finden sich Unternehmen aus den Bereichen Regenerative Energien und Klima/Lüftung.

Mit Blick auf das Jahr **2026** zeigt sich in der Bauwirtschaft eine vorsichtig positive Grundhaltung. Insgesamt 76,2 % der befragten Entscheider gehen davon aus, dass ihre **Absätze** im nächsten Jahr leicht oder stark steigen werden. Davon erwartet die überwältigende Mehrheit – nämlich 71 % – lediglich eine moderate Zunahme. Nur eine Minderheit rechnet mit Rückgängen.

So positiv einzelne Erwartungswerte auch anmuten: Von einer nachhaltigen Erholung kann noch keine Rede sein. Die aktuelle Einschätzung der Baukonjunktur fällt weiterhin überwiegend negativ aus. 73 % der Befragten stufen die Lage als schlecht oder sehr schlecht ein. Auch die Erwartungen bis zum Sommer bleiben verhalten: Die Mehrheit rechnet mit gleichbleibenden oder nur leicht verbesserten Bedingungen. „**Die Bauwirtschaft befindet sich weiterhin in einem angespannten Umfeld – mit ersten Anzeichen einer Stabilisierung und leichtem Aufwärtstrend**“ so Thomas Wagner, Leiter der Heinze Marktforschung. Vieles hängt nun davon ab, ob politische Maßnahmen und wirtschaftliche Rahmenbedingungen im Jahr 2025 die nötige Grundlage schaffen. Auch zu diesen Themen wurden viele Fragen gestellt, die Teil des ausführlichen Berichts sind.

Erfreulich ist, dass viele Unternehmen ihre **Marketingaktivitäten** wieder als „wirksam“ erleben: Rund ein Viertel der Entscheider (27 %) bewertet die Marktwirkung ihrer

Maßnahmen als gut oder sehr gut. Das ist bemerkenswert, denn gerade in unsicheren Märkten fällt es oft schwer, mit klassischen Mitteln Aufmerksamkeit zu erzeugen. Der Effekt: Wer präsent ist, wird wahrgenommen – und profitiert in der Folge auch von einer steigenden Zahl von Anfragen. Genau diesen Zusammenhang bestätigen auch die gestiegenen Erwartungen für das zweite Quartal 2025. „Aber Anfragen allein machen noch keinen Umsatz“, weiß Thomas Wagner. Die Konversion bleibt für viele Betriebe eine echte Herausforderung – insbesondere bei langen Entscheidungswegen oder unsicheren Förderbedingungen.



Ein besonders spannender Teil der Untersuchung widmet sich den erwarteten **Impulsen aus dem Regierungswechsel**. Dabei zeigt sich ein differenziertes Bild. Klar ist: Die Branche setzt auf politische Bewegung – aber sie tut das differenziert und mit realistischem Zeithorizont. Als „**frühe Früchte**“ werden die Bereiche **Modernisierung*** im Wohn- und Nichtwohnbau gesehen. Hier rechnet ein Großteil der Befragten bereits für das laufende Jahr mit ersten positiven Effekten. Diese Einschätzung korrespondiert auch mit den Erfahrungen der letzten Jahre: Modernisierung gilt als relativ krisenresistent – und wird nun zusätzlich durch Förderimpulse, Klimaziele und energetische Anforderungen gestützt.

Ganz anders sieht es im klassischen Neubau aus: Ob Einfamilienhaus, Mehrfamilienhaus oder gewerblicher Objektbau – hier liegen die Erwartungen zeitlich deutlich weiter hinten. Frühestens 2026 rechnen die Entscheider mit einem spürbaren Aufschwung – sofern die Rahmenbedingungen wie Zinslage, Genehmigungsverfahren und Investitionsklima es zulassen.

Das neue Heinze BaukonjunkturKlima zeigt, dass sich erste positive Rückmeldungen auf Vertriebs- und Marketingaktivitäten abzeichnen und vor allem in der Modernisierung wieder Fahrt aufgenommen wird. „Das alles ist nicht die Trendwende – aber vielleicht ihr Anfang“, resümiert Wagner.

Ein 10-minütiger **Kurzfilm** mit einer Zusammenfassung des Heinze BaukonjunkturKlimas #27 ist auf der Website der Heinze Marktforschung abrufbar:

www.baudatenonline.de/baukonjunkturklima

Über die Heinze Marktforschung

Die Heinze Marktforschung ist Spezialist für fundierte Analysen und maßgeschneiderte Studien im Baubereich. Mit einem klaren Fokus auf Primär- und Sekundärmarktforschung liefert sie Entscheidern der Bauwirtschaft belastbare Daten, differenzierte Bauprognosen und zielgerichtete Handlungsempfehlungen. Seit rund 50 Jahren steht die Heinze Marktforschung für Branchenkenntnis und methodische Tiefe.

Weitere Informationen: www.baudatenonline.de

Kontakt: marktforschung@heinze.de

* Wer sich im Wachstumsmarkt Modernisierung positionieren will, findet bei Heinze fundierte Marktanalysen: etwa in der Modernisierungsstudie Wohnbau/Nichtwohnbau, die 20 Produktbereiche im Detail analysiert.

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 Lebensraums 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 Komplettdienstleister 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.baudatenonline.de/aktuelles oder unter www.heinzemedien.de