



Energieeinsparung als Modernisierungsschub

Köln, den 13. September 2013

Eine Befragung der Heinze Marktforschung bei 284 privaten Modernisierer hat bestätigt: Die Energieeinsparung ist nach wie vor Hauptantrieb für den privaten Modernisierer. Wird nach den Anlässen gefragt, die die Modernisierungsmaßnahme ausgelöst haben, wird mit deutlichem Abstand die Energieeinsparung genannt. Mit 68% Nennungen lag die Energieeinsparung klar vor der Komforterhöhung (34%), die am zweithäufigsten als Motiv für die Modernisierung genannt wurde.

Die Bedeutung der Energieeinsparung für den privaten Modernisierer wird auch deutlich, wenn man sich die Produktbereiche ansieht, in denen am häufigsten Modernisierungsmaßnahmen durchgeführt werden. Auch hier dominieren die energierelevanten Produktbereiche. Spitzenreiter bei den privaten Modernisierungsmaßnahmen ist die Dämmung. 63% der privaten Modernisierer haben eine Dämmmaßnahme in ihrem Haus durchgeführt. Dicht darauf folgt der Produktbereich Bauelemente. 62% der Modernisierer haben entweder Fenster, Türen oder Treppen modernisiert. Ganz knapp dahinter folgen mit einem Anteil von jeweils 61% die Bereiche Innenausbau und Dach.

Bei den befragten privaten Modernisierern handelt es sich laut Heinze Marktforschung um „TOP-Modernisierer“, da diese in einem Jahr durchschnittlich in 5 bis 6 Produktbereichen Maßnahmen durchge-

führt haben und dabei auf eine Gesamtsumme von rund 66.000 € kommen. Eine genauere Analyse des bevorzugten Modernisierungsbereichs Dämmung zeigt, dass das geneigte Dach und die Außenwand am häufigsten gedämmt werden. Immerhin 39% der Modernisierer haben das geneigte Dach modernisiert. Die Dämmung erfolgte dabei in über 60% der Fälle zwischen den Sparren.

Im Rahmen der Studie wurden die Modernisierer auch gefragt, wo sie die Produkte für ihre Modernisierungs- und Umbaumaßnahme eingekauft gekauft haben. Hier zeigt es sich, dass das Internet bei den größeren Modernisierungsmaßnahmen noch keine größere Rolle spielt.

Allerdings lassen sich zwischen den einzelnen Modernisierungsbereichen durchaus Unterschiede im Hinblick auf die Internetpräferenz erkennen. So wurden z.B. bei den Modernisierungsbereichen Dach, Fassade und Dämmung jeweils nur höchstens jeder hundertste Einkauf über das Internet getätigt. Immerhin bei 5% der Fälle wurde im Internet eingekauft, wenn in den Bereichen Sonnenschutz oder Elektro modernisiert wurde. Mit einem Anteil von 6% hat das Internet im Bereich Bad/Sanitär die größte Bedeutung.