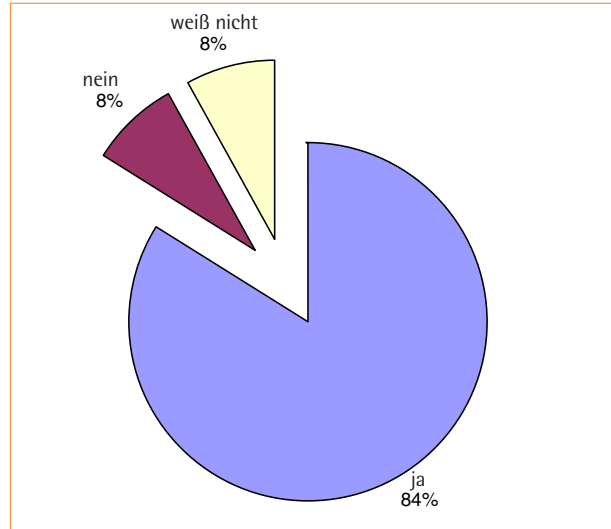


Grafik 1 Wie bedeutend ist die Innendämmung für Ihr Unternehmen?



Grafik 2 Wollen Sie in Zukunft diese Leistung stärker anbieten?

Gutes Image und große Bedeutung

Die Innendämmung wurde oft abgetan als Lösung »zweiter Wahl«. Aber das war einmal. Die energetische Ertüchtigung von innen gewinnt Akzeptanz. Das ist das wichtigste Ergebnis der Leserumfrage von ausbau + fassade.

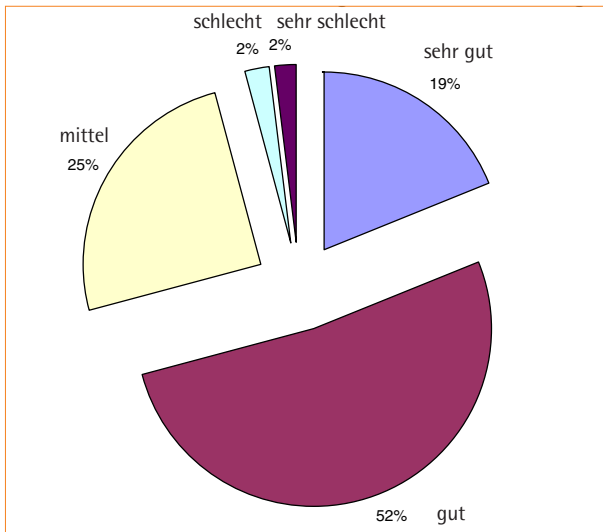
Die Innendämmung sorgte bis vor wenigen Jahren für kritisches Stirnrüzeln bei den Bauexperten. Das innenseitige Dämmen von Außenwänden ist immer mit Risiken verbunden. Aber nicht immer und überall kann eine Fassade von außen gedämmt werden. Grenzbebauung, Denkmalschutz oder wirtschaftliche Gründe können dagegen sprechen. Die Innendämmung bietet in diesen Fällen eine sinnvolle Alternative. Eine Dämmung von innen ist in der Regel anspruchsvoller als eine Dämmung von außen, aber in den vergangenen Jahren hat die Sicherheit zugenommen – dank intensiver Forschungen und Neuentwicklungen. Damit ist die Innendämmung aus dem Schattendasein herausgetreten und auch als Marktfaktor interessant geworden. Das belegen die Systeme, die neu auf den Markt gekommen sind, die Aktivitäten von Verbänden, aber auch die vielen Referate zu diesem Thema bei Fachveranstaltungen. Die Entwicklung im Markt ist auch das Thema der aktuellen Leserumfrage von ausbau + fassade. Vor allem Fachunternehmer waren bereit, Auskunft über ihre Erfahrungen und Meinungen zu geben. Hier die Ergebnisse der Umfrage:

An der Innendämmung kommt man als Ausbauunternehmer kaum noch vorbei. Zu diesem Schluss kommt man, wenn man nach der Bedeutung der Innendämmung fragt (Grafik 1). Zwei Drittel schätzen das Thema als wichtig oder sehr wichtig ein. Im Gegensatz dazu schätzen nur 18 Prozent diese Art der Dämmung als unwichtig oder eher unwichtig ein. 18 Prozent stehen diesem Thema neutral gegenüber.

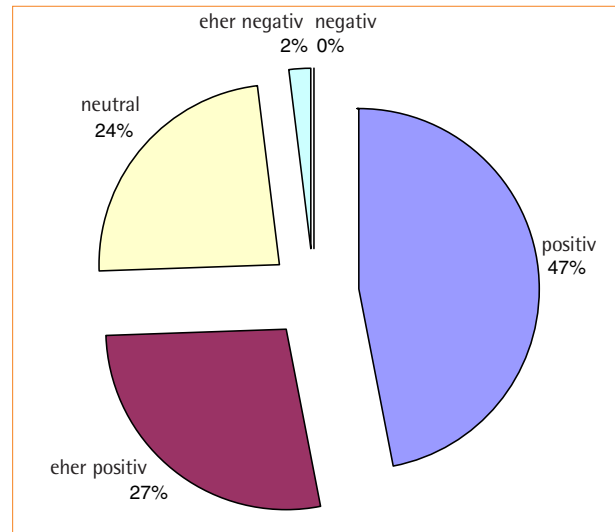
Viele wollen verstärkt in den Markt gehen

Diese positive Einschätzung wirkt sich auch auf das Leistungsangebot der Unternehmen aus. 84 Prozent der Teilnehmer wollen diese Leistungen verstärkt anbieten (Grafik 2). Nur wenige sind unentschlossen oder bieten entweder bereits genug Leistungen an, oder haben kein Interesse (jeweils 8 Prozent). Innendämmung erfordert Sachkenntnis bei allen Beteiligten. Deshalb interessiert uns auch, wie hoch der Informationsstand eingeschätzt wird. Hier gaben fast 80 Prozent an, überdurchschnittlich informiert zu sein: 34 Prozent gaben »sehr gut« und 44 Prozent »gut« an. 21 Prozent taxieren ihr Wissen als

durchschnittlich ein und abgesehen von 2 Prozent mit mangelhaften Kenntnissen, bezeichnet sich niemand als ungenügend informiert. Für die Informiertheit spricht, dass viele Umfrageteilnehmer mehrere Systeme nennen, die sie bevorzugen. Ohne die Hersteller zu nennen, werden die unterschiedlichsten Systeme genannt: auf Basis von Holzfasern oder Mineralschaum, mit Aerogelen oder mit Lehmoberfläche. Natürlich fehlt auch die klassische Variante mit Calciumsilikatplatten nicht. Das Image der Innendämmung stellt sich überwiegend positiv dar. So haben knapp über 50 Prozent gute Erfahrungen mit Innendämmungen gemacht (Grafik 3). Zusammen mit den 19 Prozent, die ihre Erfahrungen sogar als »sehr gut« bezeichnen, sind dies in der Summe mehr als zwei Drittel der Teilnehmer. Jeweils 2 Prozent haben schon schlechte und sehr schlechte Erfahrungen gesammelt. Eine neutrale Position nehmen dagegen 27 Prozent ein. Diese insgesamt guten Erfahrungen spiegeln sich auch in der Einstellung gegenüber Innendämmungen wider. Knapp 47 Prozent sind »positiv« und



Grafik 3 Wie sind Ihre Erfahrungen mit der Innendämmung?



Grafik 4 Wie stehen Sie dem Thema »Innendämmung« gegenüber?

immerhin 27 Prozent sehen ihre Einstellung als »eher« positiv (Grafik 4). Nur 2 Prozent sind eher schlecht auf Innendämmungen zu sprechen – dies hängt vermutlich mit den gemachten Erfah-

rungen zusammen. Bleiben noch die 24 Prozent, deren Einstellung neutral ist und die von der Innendämmung noch überzeugt werden können.

Zur Umfrage: Die Leserumfrage von ausbau + fassade ist nicht repräsentativ. Sie gibt aber Orientierung für die Stimmung und Entwicklungen der Branche. pd