



Wird die Luft im Reinraum dünner?



Noch in der ersten Marktstudie aus dem Jahr 2024 mit Bezugsjahr 2023 präsentierte sich der deutsche Reinraummarkt in beeindruckender Form. Über Jahre hinweg legte er mit Wachstumsraten von nahezu zehn Prozent jährlich zu und gehörte damit zu den dynamischsten Industriesektoren der deutschen Wirtschaft. Im Laufe des Jahres 2024 kühlte sich diese Dynamik zwar spürbar ab, doch bereits 2025 zieht der Markt wieder an.

Mit einem Wachstum der Reinraumbestandsflächen von über sechs Prozent entwickelt sich der Sektor weiterhin deutlich stärker als das gesamtwirtschaftliche Umfeld in Deutschland. Für viele Produktions- und Planungsunternehmen bedeutet das vor allem eines: volle Auftragsbücher und eine weiterhin stabile Nachfrage in einem Markt, der sich erstaunlich robust gegenüber konjunkturellen Schwankungen zeigt.

Auch im gesamten D-A-CH-Raum wächst der Reinraumbestand weiter. Zwar etwas verhaltener als im deutschen Lead-Market, aber dennoch klar aufwärtsgerichtet. Insgesamt erreicht die Reinraumbestandsfläche inzwischen rund 3,6 Millionen Quadratmeter. Zu diesem Ergebnis kommt die gerade fertiggestellte Update-Studie „**Der deutsche Reinraummarkt 2026 (mit Exkurs D-A-CH)**“. Doch die Untersuchung zeigt mehr als nur steigende Zahlen – sie offenbart auch, dass sich der Markt gerade neu sortiert, uzw. auf unterschiedlichen Ebenen.

Denn hinter dem Wachstum verbirgt sich ein spürbarer Strukturwandel. Einige der großen Prestigeprojekte, die noch vor wenigen Jahren das erwartete Auftragsvolumen bestimmten, wurden verschoben oder teilweise gestrichen. Gleichzeitig entsteht ein wachsender Teil der neuen Reinraumkapazitäten in kleineren und mittleren Anlagen. Parallel dazu nimmt die Zahl der Einzelbetreiber zu, während Mehrfachstandorte weniger stark wachsen als früher. Der Grund liegt vor allem in den Veränderungen entlang industrieller Lieferketten. Immer mehr Unternehmen sehen sich gezwungen, Reinraumtechnologie einzusetzen, um Anforderungen an technische Sauberkeit oder präzise Produktionsbedingungen zu erfüllen. Für viele dieser neuen Betreiber steht mit niedrigeren Reinraumklassen jedoch nicht High-End-Spezialisierung im Vordergrund, sondern eine möglichst wirtschaftliche Umsetzung.

Genau hier beginnt eine Entwicklung, die den Markt nachhaltig verändern könnte. Während der Reinraummarkt lange Zeit von hochspezialisierten Lösungen geprägt war, ist nun teilweise eine Art „Trading-down“ zu beobachten. Besonders in den stark wachsenden ISO-Klassen entstehen neue Kapazitäten zunehmend mit stärker standardisierten Lösungen. Neue Betreiber greifen aus Kostengründen häufiger nicht auf spezialisierte Reinraumbauer, Textilanbieter oder Dienstleister zurück. Ein Teil des Marktwachstums verlagert sich damit zunehmend außerhalb der etablierten Anbieterstrukturen wie beispielsweise in die Eigenreinigung, allgemeine Wand- und Deckenpaneele oder Standard-Workwear.

Parallel dazu gewinnen ISO-klassifizierte Reinraumflächen immer stärker an Gewicht. Der Markt wird breiter und vielfältiger, weil immer mehr Branchen Reinraumtechnologie einsetzen – von der Halbleiterindustrie über die Medizintechnik bis hin zu neuen Anwendungen in der industriellen Fertigung. Auffällig ist dabei ein weiterer Trend: Die Reinraumflächen wachsen deutlich schneller als die Zahl der Beschäftigten. Der Grund liegt, auch wegen des Fachkräftemangels, in der zunehmenden Automatisierung. Robotik oder automatisierte Produktionslinien übernehmen immer mehr Aufgaben, während Unternehmen gleichzeitig versuchen, den Menschen als potenziellen Kontaminationsfaktor im Reinraum zu reduzieren.

Auch auf der Marktseite der Anbieter verändert sich das Spielfeld. Lange Zeit galt der deutsche Reinraummarkt als dynamisch, aber stabil – mit festen Kundenbeziehungen und etablierten Lieferantenstrukturen. Diese Phase scheint nun zu enden. Steigende Produktionskosten in Deutschland, eine schwächere Entwicklung wichtiger Industriezweige sowie schwierigere Exportbedingungen erhöhen den wirtschaftlichen Druck auf viele Betreiber. Einkaufsabteilungen reagieren darauf mit mehr Wettbewerb, mehr Ausschreibungen und einer deutlich stärkeren Kostenorientierung. Der Reinraummarkt entwickelt sich damit Schritt für Schritt zu einem stärker kompetitiven Sektor, in dem sich Anbieter neu positionieren müssen und neue Player zunehmend versuchen, Marktanteile zu gewinnen.

Wie stark diese Entwicklung bereits wirkt, zeigt ein Blick auf die einzelnen Teilmärkte des Reinraummarktes, die in der aktuellen Studie nun detailliert analysiert wurden. Im Bereich der Reinraumreinigung sind regelmäßige Neuausschreibungen von Flächen längst Alltag. Doch inzwischen geraten auch andere Lieferanten stärker in den Fokus der Einkaufsabteilungen. Besonders sichtbar wird dies bei Reinraumtextilien und im Textil-Leasing. Während früher der Erstausrüster eines Reinraums häufig über viele Jahre gesetzt war, lassen heute immer mehr Betreiber ihre Lieferverträge regelmäßig neu überprüfen und ausschreiben. Der Markt entwickelt sich damit zunehmend ähnlich wie bei persönlicher Schutzausrüstung oder klassischer Berufsbekleidung.

Auch im Bereich der Wand- und Deckenpaneele verändert sich das Marktgefüge. Gerade bei großen Projekten und öffentlichen Ausschreibungen greifen immer häufiger Mechanismen des allgemeinen Bausektors. Generalunternehmer und nicht spezialisierte Reinraumplaner gewinnen an Bedeutung und stützen sich im Rahmen funktionaler Planung stärker auf Zulieferer und Montageunternehmen der Reinraumhülle. Gleichzeitig differenziert sich das Anbieterfeld stärker aus – zwischen Herstellern hochspezialisierter Reinraumpaneele und Anbietern von Lösungen, die ursprünglich aus anderen Bereichen stammen, etwa aus dem Kühlzellenbau, und jedoch zu einem steigenden Anteil ebenfalls im Reinraumbau eingesetzt werden.

Im Markt für Reinraumbekleidung wiederum teilt sich das Angebot weiterhin in Einweg- und Mehrwegprodukte. In beiden Segmenten ist eine zunehmende Konzentration auf der Anbieterseite zu beobachten, wobei diese bei Mehrwegprodukten besonders ausgeprägt ist. Gleichzeitig wird der Markt internationaler. Internationale Anbieter bauen ihre Präsenz in Deutschland aus, während deutsche Unternehmen verstärkt versuchen, in ausländischen Märkten Fuß zu fassen.

Auch im Bereich der Luftfiltertechnik verschieben sich die Kräfteverhältnisse. Neben klassischen Anbietern aus der Raumlufttechnik treten verstärkt Hersteller auf, die ihre Lösungen speziell für Reinraumumgebungen entwickelt haben. Gleichzeitig versuchen Anbieter von Reinraumhüllen zunehmend, ihre Wertschöpfung zu erweitern, indem sie eigene FFU-Systeme anbieten und damit sowohl die Projektphase als auch das After-Sales-Geschäft stärker an sich binden.

Die neue Studie liefert damit nicht nur ein Update der Ausgabe von 2024, sondern eine deutlich erweiterte Analyse des Reinraummarktes. Neben Reinraumreinigung und

Reinraumwäsche wurden erstmals auch zentrale Teilmärkte wie Wand- und Deckenpaneele, Luftfiltertechnik und textile Reinraumbekleidung detailliert hinsichtlich Marktvolumen, Produktstrukturen und Anbieteranteilen untersucht. Besonders aufschlussreich ist dabei ein Ergebnis: Segmente, in denen Produkte regelmäßig ausgetauscht werden müssen, generieren langfristig deutlich größere Marktvolumina als jene Bereiche, die vor allem die Erstausrüstung von Reinräumen betreffen. Deutlich wird dies etwa beim Vergleich von Filtereinheiten und FFU-Systemen oder bei Einweg- und Mehrweg-Reinraumbekleidung mit ihren unterschiedlichen Austauschzyklen.

Mit dieser erweiterten Perspektive liefert die Studie erstmals ein besonders klares Bild vom größten Reinraummarkt Europas. Sie zeigt, wo der Markt tatsächlich wächst, wo sich Strukturen verändern – und wo neue Chancen entstehen. Gleichzeitig bildet sie die Grundlage für den nächsten Schritt: Die Marktforschung wird derzeit auf europäischer Ebene ausgeweitet, um auch die internationalen Dynamiken dieses hochspezialisierten Zukunftsmarktes noch genauer sichtbar zu machen.