



Pressemitteilung

Effizienz, die sich rechnet – Wärmepumpen von Midea für die breite Mitte des Marktes

Eschborn, Februar 2026

Midea treibt den Ausbau seines Heizungs- und Klimatechnikgeschäfts in Deutschland weiter voran und positioniert sich im Wärmepumpenmarkt bewusst als Anbieter mit starkem Preis-Leistungs-Verhältnis. Im Zentrum steht dabei die Verbindung globaler HVAC-Kompetenz mit lokaler Entwicklung in Stuttgart und einem klaren Bekenntnis zur sozial verträglichen Wärmewende.

Die Ausgangslage ist vielversprechend: 2025 wurden in Deutschland laut dem Bundesverband der Deutschen Heizungsindustrie (BDH) rund 299.000 Wärmepumpen verkauft. Das ist ein Plus von 55 Prozent gegenüber dem Vorjahr, nahezu die Hälfte aller neu installierten Wärmeerzeuger. Parallel stiegen die Förderzusagen auf über 288.000. Dieser Zuwachs von 91 Prozent zeigt, dass Investitionen in Bestandsgebäude erfolgen, wenn Förderprogramme und bezahlbare Technologien Hand in Hand gehen.

Im Interview erklärt Benjamin Zieker, Head of HVAC Solutions bei Midea Europe GmbH, wie sie sich der Aufgabe widmen, Wärmepumpen zu liefern, die nicht nur normgerecht sind, sondern sich im Alltag bewähren.

Viele Haushalte empfinden Wärmepumpen als zu teuer. Wie reagieren Sie darauf?

Benjamin Zieker: Die Investitionshöhe ist für viele Haushalte tatsächlich ein zentrales Hemmnis, gerade im Bestand mit begrenzten Budgets. Deshalb fokussieren wir uns bei Midea auf Lösungen mit einer sehr guten Balance aus Effizienz, Ausstattung und Kosten. Unsere Systeme sind so ausgelegt, dass sie die Anforderungen des Gebäudeenergiegesetzes (GEG) erfüllen und gleichzeitig für möglichst viele Haushalte finanzierbar bleiben. Konkret heißt das: Wir priorisieren Funktionen, die im Alltag echte Mehrwerte bringen, etwa smarte Regelungstechnik, Schalloptimierung für dicht bebaute Quartiere und eine möglichst einfache Hydraulikintegration. Selten genutzte Extras werden dagegen nicht künstlich eingepreist. So entsteht ein Preis-Leistungs-Verhältnis, das Fachbetrieben in der Beratung hilft und Endkunden finanziell entgegenkommt. Förderprogramme spielen zusätzlich eine wichtige Rolle: Je nach Ausgangssituation sind im Rahmen der Bundesförderung für effiziente Gebäude bis zu 70 Prozent Zuschuss für Wärmepumpen in Bestandsgebäuden möglich, was die



Investition deutlich abfedert. Gleichzeitig amortisieren sich moderne Wärmepumpen über 15 bis 20 Jahre gegenüber fossilen Systemen, dank geringerer Betriebskosten und mehr Unabhängigkeit von Gas- und Ölpreisen.

Was unterscheidet Midea von anderen Wärmepumpenanbietern?

Zieker: Vor allem unsere globale Erfahrung im HVAC-Bereich. Midea ist weltweit einer der größten Hersteller von Klima- und Wärmepumpensystemen und verfügt über jahrzehntelange Expertise in diesem Segment. Aber auch unsere konsequente Ausrichtung auf den europäischen Markt mit einem eigenen Forschungs- und Entwicklungszentrum in Stuttgart. Hier können wir spezifische Anforderungen, vom typischen Bestandsgebäude über lokale Schallschutzauflagen bis hin zu nationalen Förderkriterien, frühzeitig berücksichtigen und in die Produktentwicklung einfließen lassen. Wir kombinieren deutsche Ingenieurskunst mit globaler HVAC-Kompetenz und schaffen so Produkte, die unter realen europäischen Bedingungen bestehen und nicht nur im Labor. Wichtig ist uns außerdem die Qualifizierung der Fachpartner. Mit der Midea HVAC Akademie in Eschborn investieren wir gezielt in Schulung. Unser Ziel ist nicht das teuerste Premium-Label, sondern robuste, effiziente Systeme mit starkem Preis-Leistungs-Verhältnis.

Was bedeutet „Thought Leadership“ für Midea im Wärmepumpenmarkt?

Zieker: Thought Leadership heißt für uns, Verantwortung für eine Technologie zu übernehmen, die im Zentrum der Wärmewende steht. Wir wollen bei Effizienz, Zuverlässigkeit und Erschwinglichkeit Standards setzen und gleichzeitig klar benennen, was technisch machbar ist und wo alle Beteiligte gemeinsam nachjustieren müssen. Wir entwickeln Produkte, die unter realen, oft suboptimalen Bedingungen bestehen: in Bestandsgebäuden mit teils unzureichender Dämmung, bei schwankenden Vorlauftemperaturen und heterogenen Rahmenbedingungen vor Ort. Wir stellen uns diesen Herausforderungen mit robusten Lösungen, die im Alltag funktionieren. Thought Leadership bedeutet für uns auch, die Wärmewende wirtschaftlich mitzugestalten. Die Technologie muss für breite Bevölkerungsschichten bezahlbar sein, sonst werden die Klimaziele im Gebäudesektor nicht erreicht.

Welche Rolle spielt der Standort Stuttgart für Midea?

Zieker: Stuttgart ist für uns der zentrale Hub für europäische HVAC-Entwicklung. Dort bündeln wir Kompetenzen in Forschung, Produktentwicklung und Testing mit einem klaren Fokus auf die spezifischen Anforderungen des europäischen Marktes. Unser Team in Stuttgart arbeitet an Lösungen wie eine Schalloptimierung für dicht bebaute Quartiere, Effizienz in Bestandsgebäuden und Integration in bestehende Heizsysteme. Die Nähe zu europäischen



Partnern, Normungsgremien und Testinstituten sorgt dafür, dass wir regulatorische Änderungen frühzeitig erkennen und unsere Produkte entsprechend anpassen. Ein Beispiel ist die innenaufgestellte Wärmepumpe H-Pack, die speziell für urbane Wohnsituationen entwickelt wurde und durch niedrige Schallwerte und kompakte Bauweise überzeugt. Der Midea Standort in Stuttgart steht damit für unser Bekenntnis zum europäischen Markt und für die Verbindung von globaler Erfahrung mit lokaler Expertise.

Welche Herausforderungen sehen Sie für die Wärmewende in den kommenden Jahren?

Zieker: Die größte Herausforderung ist, die Wärmewende sozial gerecht zu gestalten. Wenn effiziente Heizsysteme nur für einige wenige finanzierbar sind, werden wir die Klimaziele im Gebäudesektor nicht erreichen. Deshalb brauchen wir Technologien mit starkem Preis-Leistungs-Verhältnis und genau hier setzen unsere Wärmepumpenlösungen an. Eine weitere Herausforderung ist der Fachkräftemangel im Handwerk. Wir begegnen dem mit standardisierten Systemen, klaren Auslegungstools und technischem Support sowie intensiver Schulung über die Midea HVAC Akademie. Zudem muss die Politik verlässliche Rahmenbedingungen schaffen. Die Strom-Gas-Preisrelation ist ein entscheidender Faktor für die Wirtschaftlichkeit von Wärmepumpen. Und schließlich müssen wir als Branche transparenter über Möglichkeiten und Grenzen der Technologie kommunizieren. Nur so schaffen wir Vertrauen und vermeiden Enttäuschungen.

Ihr persönliches Fazit: Wofür steht Midea in der Wärmewende?

Zieker: Unser Anspruch und unser Versprechen ist es die Wärmewende bezahlbar zu machen. „Effizienz, die sich rechnet“ ist unser Leitsatz für alle Wärmepumpenlösungen. Die Wärmewende entscheidet sich nicht im Labor, sondern in den Gebäuden. Unsere Aufgabe ist es, Wärmepumpen zu liefern, die auch unter schwierigen Rahmenbedingungen zuverlässig, effizient und bezahlbar funktionieren.

Für weitere Fragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung:

kiecom – Agentur für Kommunikation
Rosental 10
80331 München

Michael Schneider
Pressekontakt Midea
schneider@kiecom.de

Andrea Müller
Pressekontakt Midea
mueller@kiecom.de



Midea Europe GmbH
Ludwig-Erhard-Str. 14
65760 Eschborn
hvac.meg@midea.com

Über Midea & Midea Europe

Midea ist eine der 10 Marken im Geschäftsbereich Haushaltswarengeräte der Midea Group, ein weltweit führendes Hightech-Unternehmen, das 2025 Rang 246 der Global Fortune 500 belegt. Die Geschäftsfelder der Midea Group gehen über Haushaltsgeräte hinaus und umfasst auch Bereiche wie Heizungs-, Lüftungs- und Klimaanlage, Robotik und Automatisierung, Smart Home und IoT sowie Smart Logistik und Komponente. Alle Geschäftszweige der Midea Group verfolgen ein Credo: #HumanizingTechnology.

Die Marke Midea hat eines der weltweit umfassendsten Produktsortimente in der Haushaltsgerätebranche mit Spezialisierung im Bereich Klimaanlage (Lösungen für Gewerbe- und Wohnräume), Kühlschränke, Waschmaschinen, große Küchen- und Kochgeräten, kleine Küchengeräte, Wassergeräte und Bodenpflege.

Midea glaubt an überraschend bequeme Lösungen, die mit Hilfe eines verbraucherzentrierten und ergebnisorientierten Ansatzes entwickelt werden. Forschung und Entwicklung sind vor allem auf die Zukunft ausgerichtet, um den sich ständig ändernden Ansprüchen seiner Kunden nachzukommen.

Die Midea Group erwirtschaftete 2024 mit weltweit 40 Produktionszentren und rund 200.000 Mitarbeitern in mehr als einen Jahresumsatz von ca. 55 Milliarden Euro. Die weltweit 38 Forschungs- und Entwicklungszentren sowie die 2 Innovationszentren haben bis heute zu mehr als 100.000 erteilten Patenten geführt.

Weitere Informationen finden Sie unter:

<https://www.midea.com>

<https://www.midea.com/de/Über-Midea>

<https://www.midea.com/de/News>

www.midea.com/de