

Aktuelle Studie zur Fensterbranche belegt:

# Gegenwind am europäischen Fenstermarkt

Der europäische Fenstermarkt erreichte im Jahr 2001 ein Volumen von 76,9 Mio. Fenstereinheiten (FE) und damit einen exworks Verkaufserlös von 17 945 Mio. Euro. Verglichen mit dem Vorjahr ist der Markt um -1,7 % mengenmäßig und um -1,5 % wertmäßig gesunken, wie die neueste Marktstudie der Berater von InterConnection ergibt.

Bei den Rahmenmaterialien mußten Holzfenster als einziges Produkt einen deutlichen Absatzrückgang verzeichnen: 19,908 Mio. Einheiten wurden im Jahr 2001 verkauft, daß entspricht einem Rückgang von -4,6 % verglichen mit dem Vorjahr. Holzfenster erreichten damit einen mengenmäßigen Marktanteil von 25,9 % am europäischen Markt. Holz-Aluminium Kombinationen erreichten einen Marktanteil von 5,1 %, rund 3,9 Mio. Einheiten sind im Jahr 2001 verkauft worden, 1,9 % mehr als im Jahr davor. Metallfenster (hauptsächlich Aluminium) erreichten einen Marktanteil von 28,6 % in Europa (21,982 Mio. Einheiten), somit konnte der Absatz in diesem Segment um 0,5 % im Vergleich zum Jahr 2000 gesteigert werden. PVC-Fenster sind der Marktführer in Europa mit einem Marktanteil von 40,5 % mengenmäßig und einem Absatzrückgang von -1,6 % verglichen zur Vorperiode.

## Licht und Schatten

Der Hauptgrund für den leichten Rückgang des europäischen Fenstermarktes ist nach wie vor die anhaltend schwache Baukonjunktur in Deutschland. 2001 war das schlechteste Jahr in der Geschichte des deutschen Fenstermarktes, nach dem absoluten Höhepunkt 1995 mit über 26 Mio. verkauften FE ist der deutsche Markt kontinuierlich zurückgegangen, im Jahr 2001 um -12,8 % auf ein Niveau von 18,5 Mio. FE.

Als Folge mußte die gesamte Region „DACH“ (Deutschland, Österreich und Schweiz) einen Rückgang von insgesamt -10,6 % hinnehmen. 30,3 % aller im Jahr 2001 in Europa verkauften Fenster wurden in dieser Region abgesetzt; im Jahr 1997 lag dieser Wert noch bei 39,5 %.

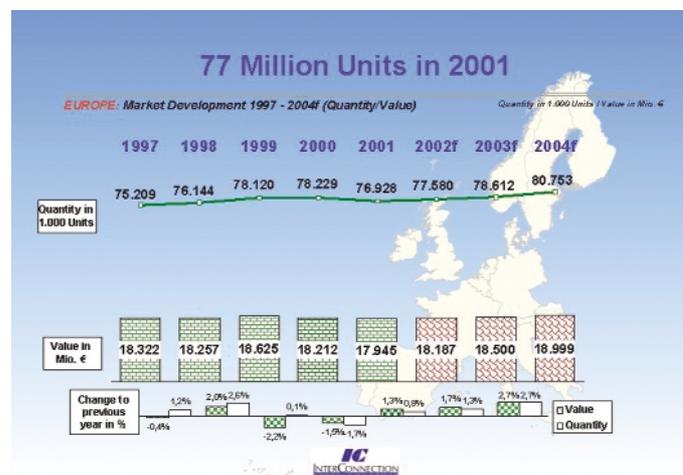
Die zweitgrößte Region am europäischen Fenstermarkt ist die Region Großbritannien und Irland mit einem mengenmäßigen Marktanteil von 18,2 %. Der Fenstermarkt in dieser Region ist 2001 um +3,9 % gewachsen, maßgeblichen Anteil hatte hierbei die gute Marktentwicklung in Großbritannien. In Irland mußte nach Jahren des rasanten Marktwachstums, ausgelöst durch den Bauboom der späten 90er

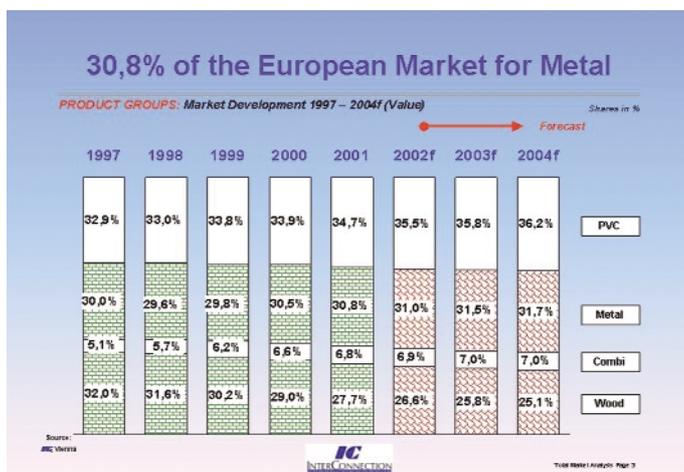
Jahr 2001 ein Volumen von 13,5 Mio. FE und ein Wachstum von 1,2 % verglichen mit dem Vorjahr, gefolgt von Italien mit einem Marktanteil von 7,8 % und einem Mengenwachstum 2001 von 3,4 %. In den Benelux-Ländern wurden 2001 7,1 % aller europäischen Fenster abgesetzt, insgesamt wurde in dieser Region ein leichter Rückgang des Marktes um -0,3 % verzeichnet. Die Region Nordeuropa mit Schweden, Dänemark, Finnland und Norwegen erreichte 5,1 % des europäischen Gesamtmarktes und mußte ebenfalls einen Marktrückgang von -1,5 % hinnehmen.

Am europäischen Fenstermarkt dominiert das Segment Renovierung; im Jahr 2001 wurden 57,9 % aller verkauften Fenster zur Renovierung von bestehenden Gebäuden eingesetzt und 42,1 % im Neubau. Eine Fortsetzung dieses Trends wird in der Berichtsperiode bis 2004 erwartet, bis dahin sollte der Anteil des Renovierungssegments am europäischen Fenstermarkt auf 59,3 % anwachsen. Die zwei

Jahre, ein kleiner Marktrückgang von -2,0 % hingenommen werden. In Spanien und Portugal wurden im Jahr 2001 13,872 Mio. FE verkauft, daß entspricht einen mengenmäßigen Marktanteil von 18,0 %. Im Gegensatz zu den übrigen, renovations-dominierten Regionen in Europa überwiegt in Spanien und Portugal nach wie vor das Neubausegment am Fenstermarkt. Der französische Markt erreichte im

Hauptgründe für diese Entwicklung sind die steigenden Energiekosten einerseits und die herstellergetriebene laufende Verkürzung der Innovationszyklen andererseits anzusehen. Nichtsdestotrotz ist die Höhe der Renovierungsausgaben in den einzelnen europäischen Märkten auch stark von lokalen kulturellen und fiskalpolitischen Aspekten abhängig. Im deutschsprachigen Raum Europas ist das Hauptmotiv für den Austausch eines Fensters der Wärmeschutz; während z. B. in Italien der Hauptgrund für die Fensterrenovierung das





Design ist, wie aus einer europaweiten Umfrage, die von der InterConnection Consulting Group für die EPPA (European PVC window and related profiles association) erstellt wurde, hervorgeht. In einigen Ländern existieren auch steuerliche Begünstigungen durch niedrigere Mehrwertsteuersätze und/oder höhere Absatzbeträge, von denen z. B. die Fensterindustrie in Frankreich (Mehrwertsteuersatz für Renovierungsarbeiten seit September 1999 auf 5,5 % gesenkt) und Italien (Absatzbeträge) stark profitiert.

#### Konzentration fortgesetzt

Der Fenstermarkt ist ein regionaler Markt und dominierende Marktpositionen werden meist durch konzentrisches Wachstum oder durch Übernahmen erreicht. Nur eine geringe Anzahl von Fensterbauern erreichen einen beachtlichen Marktanteil außerhalb ihrer Heimatregion. Im Jahr 2001 hat sich die Tendenz zur Marktkonzentration am europäischen Markt weiter fortgesetzt. Die französische Lapeyre-

Gruppe, Tochter von Saint-Gobain, hat ihre Beteiligungen an Fensterbauern in Deutschland an den elsässischen Hersteller Tryba verkauft, der dadurch zu einem der „Big Player“ am europäischen Fenstermarkt geworden ist. Einige österreichische und deutsche Fensterbauer haben ihre Pro-

duktionsanlagen nach Osteuropa transferiert und treten nun in ihren Heimmärkten als Handelsunternehmen auf. Ob diese Strategie von Erfolg gekrönt sein wird, muß sich erst zeigen, da der Großteil der ohnehin nicht sehr rosigen Erträge der Fensterbauer aus dem Renovierungssegment mit Produkten gehobener Qualität im Ein- und Zweifamilienhaus Bereich stammt, ein Bereich wo der Kunde typischerweise sehr sensibel auf Markenimage und Qualität der Produkte reagiert. Im Objektbereich (Mehrgeschossiger Wohnungsbau und Nichtwohnungsbau), wo große Mengen von Produkten auch mittlerer Qualität über Ausschreibungen verkauft werden, lassen sich aufgrund der Überkapazitäten in den meisten europäischen Märkten und dem damit verbunden Preiskampf der Hersteller heute nur mehr sehr schwer nachhaltige Deckungsbeiträge erzielen.

InterConnection erwartet ein Wachstum des europäischen Fenstermarktes von 5,0 % mengenmäßig und 5,9 % wertmäßig bis inklusive 2004. Der Absatz von Holzfenstern sollte noch einmal um -2,8 % zurückgehen, für alle anderen Rahmenmaterialien werden Wachstumsraten zwischen 7,3 % (PVC) bis 8,3 % (Holz-Alu) erwartet. In den Regionen wird das höchste Wachstum bis 2004 in Spanien und Portugal erwartet (+24,7 %). UK und Irland (+8,7 %), die Benelux-Staaten (+6,2 %) und Nordeuropa (+6,0 %) können auch deutlich zulegen. Kleinere Wachstumsraten werden in Frankreich (+4,4 %) und Italien (+2,1 %) erwartet, für die Region „DACH“ rechnet man mit einem Rückgang des Marktes um weitere -10,6 % bis inklusive 2004. □

Der „IC-Market Monitor Panel – Fenster In Europa“ ist eine detaillierte Markt- und Branchenanalyse über den europäischen Markt. Er enthält Marktzahlen in Menge und Wert für die Jahre 1996–2001 und Entwicklungsprognosen bis 2004 ff, detaillierte Umsatz- und Absatzzahlen sowie Marktanteile der Top-130-Anbieter in Europa. Untersucht werden die Märkte in Großbritannien, Irland, Norwegen, Schweden, Dänemark, Finnland, Frankreich, Belgien, Niederlande, Deutschland, Österreich, Schweiz, Italien, Spanien und Portugal. Die Studie ist kostenpflichtig ab sofort erhältlich bei:  
InterConnection Consulting Group  
A-1040 Wien  
Tel. (00 43) 15 85 46 23 15  
bergant@interconnectionconsulting.com  
www.interconnectionresearch.com