



Europäischer Fenstermarkt 2004:

Durststrecke beendet?

Im Jahr 2004 wird erstmals nach einer Durststrecke von drei Jahren mit einem positiven Wachstum am europäischen Fenstermarkt gerechnet. Bei einem mengenmäßigen Wachstum von 1,2 % wird der Fenstermarkt bis 2004 auf rund 71,8 Mio. FE wachsen – nach einem etwas niedrigerem wertmäßigen Wachstum von 0,9 % beläuft sich der Gesamtmarkt auf 16,3 Mio. €, zu diesem Ergebnis kommt die neueste Marktstudie der Interconnection Consulting Group.

In den Jahren 2000 bis 2003 musste der westeuropäische Fenstermarkt einen stetigen wert- und mengenmäßigen Marktrückgang feststellen. Nach Rückgängen von bis zu 4,6 % sprach die Fensterbranche von einer Krise. Im Jahr 2003 ebnete eine verbesserte Wirtschaftslage den Weg für eine positive Entwicklung der Folgejahre und so können 2004 erstmals wieder positive Wachstumsraten prognostiziert werden. Dieser positive Trend wird sich voraussichtlich bis 2006 fortsetzen.

Neben den gesamtwirtschaftlichen Einflussfaktoren ist eine sehr gute Entwicklung der PVC-Fenster sowie von Materialkombinationen ausschlaggebend für diese Entwicklung. Mit einem wertmäßigen Materialanteil von knapp mehr als 37 % ist die Gruppe der PVC-Fenster die führende Materialgruppe in Westeuropa und wird ihren Anteil in den nächsten Jahren weiter ausweiten. Leicht rückläufig dagegen zeigen sich die Metallfenster und vor allem Holzfenster, deren Anteil von 26,2 % im Jahr 2003 einen größeren Schrumpfungsprozess erleben wird. Mit einem Anteil von 7,2 %

ist das Segment der Fenster-Kombinationen noch ein kleines Segment, jedoch mit guten zukünftigen Potenzialen.

Im westeuropäischen Ländervergleich zeigen sich im Bereich der Rahmenmaterialien teilweise große Unterschiede. Die führenden PVC-Regionen sind Großbritannien und Irland, Frankreich und die DACH-Region (Deutschland, Österreich, Schweiz) mit Marktanteilen von mehr als 50 %.

Betrachtet man die wertmäßige Verteilung der Gesamtmärkte der westeuropäischen Länder, kann ein klarer Rückgang der DACH-Region festgestellt werden. Getrieben vom deutschen Schrumpfungsprozess ging der Marktanteil am westeuropäischen Gesamtmarkt dieser Region im Jahr 2003 auf 26,7 % zurück – ein weiterer Rückgang auf knapp 25 % wird bis 2006 erwartet. Die Region Großbritannien und Irland konnte hingegen ihren Anteil 2003 auf 23,6 % ausweiten – bis 2006 wird sich der Marktanteil auf über 24,4 % steigern. Spanien und Portugal zeigen einen ähnlichen Trend mit einem derzeitigen Marktanteil von knapp 9 %.

Fenster in Europa:

Die Studie ist ab sofort bei der InterConnection Consulting Group erhältlich. Der IC-Market Tracking „Fenster in Europa“ ist eine detaillierte Markt- und Branchenanalyse über den europäischen Markt. Er enthält Marktzahlen in Menge und Wert für die Jahre 1997–2003 und Entwicklungsprognosen bis 2006, detaillierte Umsatz- und Absatzzahlen sowie Marktanteile der „Top 150“ Anbieter in Europa. Untersucht werden die Märkte in Großbritannien, Irland, Norwegen, Schweden, Dänemark, Finnland, Frankreich, Belgien, Niederlande, Luxemburg, Deutschland, Österreich, Schweiz, Italien, Spanien und Portugal.

Das Marktsegment Renovation ist gesamt-europäisch gesehen weiter im Aufschwung. Aber auch der Neubau darf nicht vergessen werden – der wirtschaftliche Trend zeigt gerade im Bereich der Baugenehmigungen bessere Entwicklung und es liegt an den Strategien der Fensterbauer, dieses Segment mit entsprechenden Innovationen, Service und vor allem den richtigen Werbekampagnen zu empfangen.

Wintergärten – Wachstum für Deutschland

Nach dem Einbruch im Jahr 2003 ist wieder ein moderates Wachstum in Sicht. Der deutsche Markt für Wintergärten wird 2004 mengenmäßig um +1,2 % steigen, für 2005 wird ein Wachstum von +0,9 % erwartet. Nach dem Umsatzeinbruch von -1,7 % im Jahr 2003 können Wintergartenbauer also wieder optimistisch in die Zukunft blicken. Die positive Entwicklung ist vor allem auf das Segment der Wohnwintergärten zurückzuführen (2004: +3,3 %). Mit knapp 85 % aller Wintergärten dominieren die Wohnwintergärten eindeutig den Markt, während der Anteil der Glasanbauten weiter fällt.

Die Materialverteilung zeigt eine Verschiebung zugunsten von PVC, dessen Anteil in diesem Jahr mengenmäßig um 6,1 % gestiegen ist. Von den Kunden immer häufiger geschätzt wird auch die Kombination einer Holztragekonstruktion und einer Aluminiumverkleidung. Die gewonnenen Marktanteile der Holz-Alu-Wintergärten gehen zu Lasten der Rahmenmaterialien Holz und Stahl.

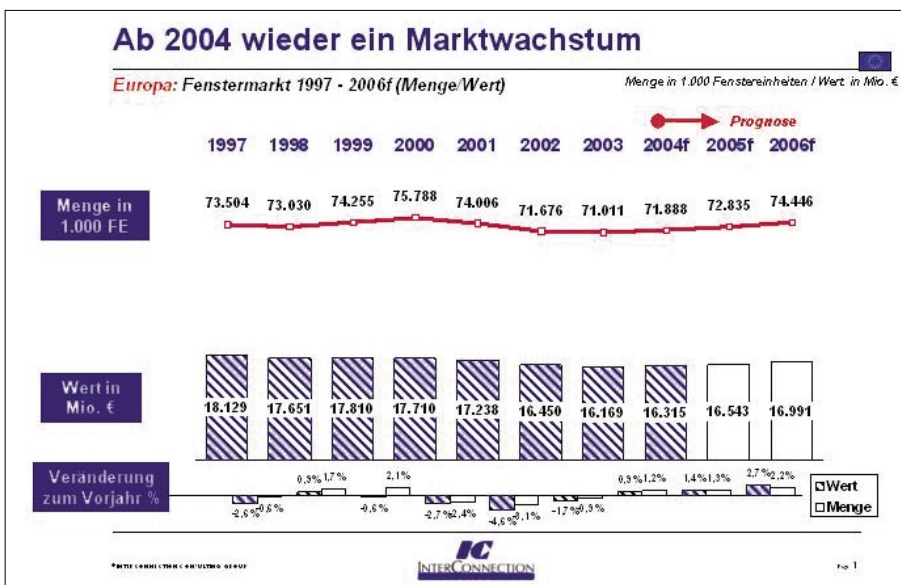


Bild: InterConnection



InterConnection
80805 München
Tel. (0 89) 36 81 43-33
info@interconnectionconsulting.com
www.interconnectionconsulting.com