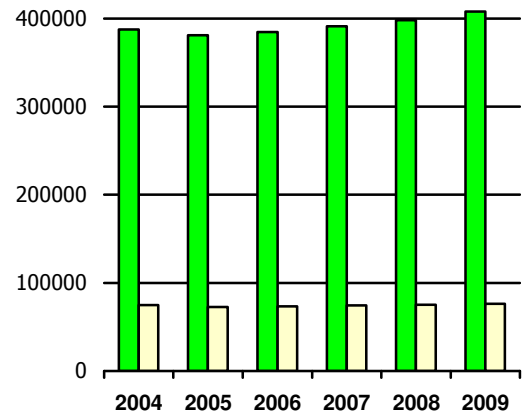


Tore und Zäune Deutschland, 2004-2009

NUTZEN SIE DIESE MARKTSTUDIE ZUR :

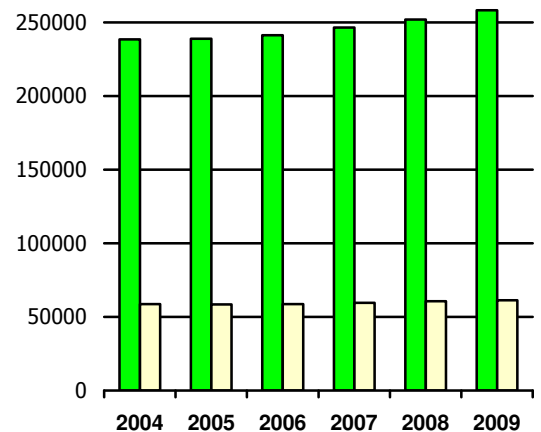
- Identifikation der aktuellen und zukünftigen Trends im Markt für Tore und Zäune in Deutschland
- Analyse der Entwicklung des Marktes für Tore nach **Art des Tores, nach Art des Materials, nach Endabnehmer**
- Analyse der Entwicklung des Marktes für Zäune nach **Art des Zauns und nach Endabnehmer**
- plus Prognosen für alle Segmente bis zum Jahr 2009
- Analyse des Vertriebs und der Industriestruktur mit Profilen der führenden Hersteller

Markt für Tore (Anzahl)



■ Wohngebäude □ Nicht-Wohngebäude

Markt für Zäune (Tausend €)



Kernstück dieses Berichts ist qualifizierte Primärforschung mit Herstellern, Distributoren, Installateuren, Handelsverbänden und Handelszeitschriften der Industrie.

Weitere Informationen finden Sie im Folgenden...

Mit diesem Bericht haben Sie die wichtigsten Daten für Ihre strategische Marktbearbeitung in der Hand. In der Veröffentlichung finden Sie eine detaillierte Analyse der folgenden Bereiche:

Analyse des Gesamtmarktes für Tore in Deutschland nach Endabnehmer:

- Wohngebäude:
 - Einfamilienhäuser:
 - Nach Art des Tores (Drehflügeltor, Fußgängertor, Schiebetor)
 - Nach Art des Materials (Stahl, Holz, Aluminium, PVC, gemischte Materialien)
 - Mehrfamilienhäuser:
 - Nach Art des Tores (Drehflügeltor, Fußgängertor, Schiebetor)
 - Nach Art des Materials (Stahl, Aluminium)
- Nicht-Wohngebäude:
 - Nach Art des Tores (Drehflügeltor, Schiebetor)
 - Nach Art des Materials (Stahl, Aluminium, PVC)
 - Nach Art des Antriebs

Analyse des Gesamtmarktes für Zäune in Deutschland nach Endabnehmer:

- Wohngebäude:
 - Nach Art des Zauns (Maschendrahtzäune, Gittermatten, Holzzäune, andere Zäune)
 - Nach Art des Gebäudes (Einfamilienhäuser, Mehrfamilienhäuser)
- Nicht-Wohngebäude:
 - Nach Art des Zauns (Maschendrahtzäune, Gittermatten, andere Zäune)

Faktoren, die die Nachfrage beeinflussen

Analyse der Entwicklung der Distributionsstruktur

Untersuchung der Industriestruktur mit Darstellung der führenden Hersteller von Toren und Zäunen in Deutschland

INHALTSVERZEICHNIS

1	SCHLÜSSELPUNKTE
2	EINFÜHRUNG
3	TORE
3.1	Überblick und Trends, 2000-2004
3.2	Marktsegmentierung, nach Endabnehmer
3.2.1	Überblick
3.2.2	Einfamilienhäuser
3.2.2.1	Überblick
3.2.2.2	Nach Art des Tores
3.2.2.3	Nach Art des Materials
3.2.2.4	Nach Art des Antriebs
3.2.3	Mehrfamilienhäuser
3.2.3.1	Überblick
3.2.3.2	Nach Art des Tores
3.2.3.3	Nach Art des Materials
3.2.4	Nicht-Wohngebäude
3.2.4.1	Überblick
3.2.4.2	Nach Art des Tores
3.2.4.3	Nach Art des Materials
3.2.4.4	Nach Art des Antriebs
3.3	Prognose der Marktentwicklung, 2005-2009
3.4	Prognose nach Endabnehmer
3.4.1	Einfamilienhäuser
3.4.1.1	Überblick
3.4.1.2	Nach Art des Tores
3.4.1.3	Nach Art des Materials
3.4.1.4	Nach Art des Antriebs
3.4.2	Mehrfamilienhäuser
3.4.2.1	Überblick
3.4.2.2	Nach Art der Tores
3.4.2.3	Nach Art der Materials
3.4.3	Nicht-Wohngebäude
3.4.3.1	Überblick
3.4.3.2	Nach Art des Tores
3.4.3.3	Nach Art des Materials
3.4.3.4	Nach Art des Antriebs

4	ZÄUNE
4.1	Überblick und Trends, 2000-2004
4.2	Marktsegmentierung, nach Endabnehmer
4.2.1	Überblick
4.2.2	Wohngebäude
4.2.2.1	Überblick
4.2.2.2	Nach Art des Zauns
4.2.2.3	Nach Art des Gebäudes
4.2.3	Nicht-Wohngebäude
4.2.3.1	Überblick
4.2.3.2	Nach Art des Zauns
4.3	Prognose der Marktentwicklung, 2005-2009
4.4	Prognose nach Endabnehmer
4.4.1	Überblick
4.4.2	Wohngebäude
4.4.2.1	Überblick
4.4.2.2	Nach Art des Zauns
4.4.2.3	Nach Art des Gebäudes
4.4.3	Nicht-Wohngebäude
4.4.3.1	Überblick
4.4.3.2	Nach Art des Zauns
5	NACHFRAGEBEEINFLUSSENDE FAKTOREN
6	VERTRIEB
6.1	Vertrieb von Toren
6.2	Vertrieb von Zäunen
7	INDUSTRIESTRUKTUR
7.1	Überblick
7.2	Unternehmensprofile
7.2.1	Betafence
7.2.2	Berlemann Torbau
7.2.3	CRH
7.2.3.1	Überblick
7.2.3.2	Adronit
7.2.3.3	Heras_sks
7.2.4	Gebrüder Herberg
7.2.5	Gunnebo Perimeter Protection
7.2.5.1	WERRA Tor & Zaun
7.2.6	LEGI
7.2.7	MEKON Metallkonstruktionen
7.2.8	Wilhelm Bläser

VERZEICHNIS DER TABELLEN (AUSZUG)

1. Konjunkturindikatoren der deutschen Wirtschaft, 2001-2005
2. Der Markt für Tore, nach Menge, 2000-2004
3. Der Markt für Tore, nach Endabnehmer und Menge, 2000-2004
4. Der Markt für Tore bei Einfamilienhäusern, nach Menge, 2000-2004
5. Der Markt für Tore bei Einfamilienhäusern, nach Art des Tores und Menge, 2000-2004
6. Der Markt für Drehflügeltore bei Einfamilienhäusern, nach Art, 2004
7. Der Markt für Tore bei Einfamilienhäusern nach Art des Materials und Menge, 2000-2004
8. Der Markt für Tore aus Stahl bei Einfamilienhäusern, nach Menge, 2000-2004
9. Der Markt für Tore aus Holz bei Einfamilienhäusern, nach Menge, 2000-2004
10. Der Markt für Tore aus Aluminium bei Einfamilienhäusern, nach Menge, 2000-2004
11. Der Markt für Tore aus gemischten Materialien bei Einfamilienhäusern, nach Menge, 2000-2004
12. Der Markt für Tore aus PVC bei Einfamilienhäusern, nach Menge, 2000-2004
13. Der Markt für Tore bei Einfamilienhäusern, nach Art des Antriebs und Menge, 2000-2004
14. Der Markt für Tore bei Mehrfamilienhäusern, nach Menge, 2000-2004
15. Der Markt für Tore bei Mehrfamilienhäusern, nach Art des Tores und Menge, 2000-2004
16. Der Markt für Tore bei Mehrfamilienhäusern, nach Art des Materials und Menge, 2000-2004
17. Der Markt für Tore aus Stahl bei Mehrfamilienhäusern, nach Menge, 2000-2004
18. Der Markt für Tore aus Aluminium bei Mehrfamilienhäusern, nach Menge, 2000-2004
19. Der Markt für Tore bei Nicht-Wohngebäuden, nach Menge, 2000-2004
20. Der Markt für Tore bei Nicht-Wohngebäuden, nach Art des Tores und Menge, 2000-2004
21. Der Markt für Tore bei Nicht-Wohngebäuden, nach Art des Materials und Menge, 2000-2004
22. Der Markt für Tore aus Stahl bei Nicht-Wohngebäuden, nach Menge, 2000-2004
23. Der Markt für Tore aus Aluminium bei Nicht-Wohngebäuden, nach Menge, 2000-2004
24. Der Markt für Tore aus PVC bei Nicht-Wohngebäuden, nach Menge, 2000-2004
25. Der Markt für Tore bei Nicht-Wohngebäuden, nach Art des Antriebs und Menge, 2000-2004
26. Prognose des Marktes für Tore, nach Menge, 2005-2009
27. Prognose des Marktes für Tore, nach Endabnehmer und Menge, 2005-2009
28. Prognose des Marktes für Tore bei Einfamilienhäusern, nach Menge, 2005-2009
29. Prognose des Marktes für Tore bei Einfamilienhäusern, nach Art des Tores und Menge, 2005-2009
30. Prognose des Marktes für Tore bei Einfamilienhäusern, nach Art des Materials und Menge, 2005-2009
31. Prognose des Marktes für Tore bei Einfamilienhäusern, nach Art des Antriebs und Menge, 2005-2009
32. Prognose des Marktes für Tore bei Mehrfamilienhäusern, nach Menge, 2005-2009
33. Prognose des Marktes für Tore bei Mehrfamilienhäusern, nach Art des Tores und Menge, 2005-2009
34. Prognose des Marktes für Tore bei Mehrfamilienhäusern, nach Art des Materials und Menge
35. Prognose des Marktes für Tore bei Nicht-Wohngebäuden, nach Menge, 2005-2009
36. Prognose des Marktes für Tore bei Nicht-Wohngebäuden, nach Art des Tores und Menge, 2005-2009
37. Prognose des Marktes für Tore bei Nicht-Wohngebäuden, nach Art des Materials und Menge, 2005-2009
38. Prognose des Marktes für Tore bei Nicht-Wohngebäuden, nach Art des Antriebs und Menge, 2005-2009
39. Der Markt für Zäune, nach Wert, 2000-2004
40. Der Markt für Zäune, nach Endabnehmer und Wert, 2000-2004
41. Der Markt für Zäune bei Wohngebäuden, nach Wert, 2000-2004
42. Der Markt für Zäune bei Wohngebäuden, nach Art des Zauns und Wert, 2000-2004
43. Der Markt für Maschendrahtzäune bei Wohngebäuden, nach Wert, 2000-2004
44. Der Markt für Gittermatten bei Wohngebäuden, nach Wert, 2000-2004
45. Der Markt für Holzzäune bei Wohngebäuden, nach Wert, 2000-2004
46. Der Markt für andere Zäune bei Wohngebäuden, nach Wert, 2000-2004
47. Der Markt für Zäune bei Wohngebäuden, nach Art des Gebäudes und Wert, 2000-2004
48. Der Markt für Zäune bei Nicht-Wohngebäuden, nach Wert, 2000-2004
49. Der Markt für Zäune bei Nicht-Wohngebäuden, nach Art des Zauns und nach Wert, 2000-2004
50. Der Markt für Gittermatten bei Nicht-Wohngebäuden, nach Wert, 2000-2004
51. Der Markt für Maschendrahtzäune bei Nicht-Wohngebäuden, nach Wert, 2000-2004
52. Der Markt für andere Zäune bei Nicht-Wohngebäuden, nach Wert, 2000-2004
53. Prognose des Marktes für Zäune, nach Wert, 2005-2009
54. Prognose des Marktes für Zäune, nach Endabnehmer und Wert, 2005-2009
55. Prognose des Marktes für Zäune bei Wohngebäuden, nach Wert, 2005-2009
56. Prognose des Marktes für Zäune bei Wohngebäuden, nach Art des Zauns und Wert, 2005-2009
57. Prognose des Marktes für Maschendrahtzäune bei Wohngebäuden, nach Wert, 2005-2009
58. Prognose des Marktes für Gittermatten bei Wohngebäuden, nach Wert, 2005-2009
59. Prognose des Marktes für Holzzäune bei Wohngebäuden, nach Wert, 2005-2009
60. Prognose des Marktes für andere Zäune bei Wohngebäuden, nach Wert, 2005-2009
61. Prognose des Marktes für Zäune bei Wohngebäuden, nach Art des Gebäudes und Wert, 2005-2009
62. Prognose des Marktes für Zäune bei Nicht-Wohngebäuden, nach Wert, 2005-2009
63. Prognose des Marktes für Zäune bei Nicht-Wohngebäuden, nach Art des Zaunes und Wert, 2005-2009
64. Prognose des Marktes für Gittermatten bei Nicht-Wohngebäuden, nach Wert, 2005-2009
65. Prognose des Marktes Maschendrahtzäune bei Nicht-Wohngebäuden, nach Wert, 2005-2009
66. Prognose des Marktes für andere Zäune bei Nicht-Wohngebäuden, nach Wert, 2005-2009
67. Finanzieller Überblick von CRH, 2000-2004
68. Menge der von der CRH Fencing & Security produzierten Zäune, 2000-2004
69. Finanzieller Überblick von Gunnebo Perimeter Security, 2000-2004

Tore und Zäune: Deutschland (August 2005)

Bestellformular

Adresse

Name: _____
Position: _____
Firma: _____
Adresse: _____
<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> _____
Telefon: _____
Umsatzsteueridentnummer: _____ DE _____
Unterschrift: _____ Datum: _____

Bitte faxen Sie Ihre Bestellung an:

Fax: 00 44 12 44 681 457

Sie können Ihre Bestellung auch per Post senden:

**MSI Reports
Viscount House
River Lane, Saltney
Chester
CH4 8RH
United Kingdom**

Weitere Informationen erhalten Sie unter:

Tel: 00 44 12 44 670 725

URL: www.msi-reports.de

Bestellinformationen

Ich möchte die Marktstudie im folgenden Format erwerben:

- Document Word 97 per E-Mail auf Diskette/CD-Rom* zum Preis von 1 195 €
- PDF Format per E-Mail auf Diskette/CD-Rom* zum Preis von 1 195 €
- Druckversion* des Berichts zum Preis von 1 195 €
- per E-Mail (bitte Format angeben) und als Druckversion zum Preis von 1 595 €

E-Mail:

* Versandkosten von 10 €

MSI hat außerdem die folgenden Informationen zu diesem Themenbereich veröffentlicht:

- Der Markt für Garagentore und -türen in Deutschland, 01/2005 zum Preis von €895
- Le Marché des Clôtures et des Portails en France, 08/2006 (in Französisch) zum Preis von €1195
- Le Marché des Portes Industrielles et Commerciales en France, 07/2007 (in Französisch) zum Preis von €1395

Bitte machen Sie auch von unserem besonderen Angebot beim Mehrkauf Gebrauch:

- 5% beim Kauf von 2 MSI-Studien
- 10% beim Kauf von 3 MSI-Studien

(weitere Studien von MSI Marketing Research for Industry finden Sie unter www.msi-marketingresearch.co.uk)

Zahlungsdetails

Zahlung per Kreditkarte:

Visa Mastercard AMEX

Gültig bis:

Kartennummer:

Bitte stellen Sie den Betrag meiner Firma in Rechnung (Verwaltungskosten von 10 €)

Ein Scheck für den Rechnungsbetrag liegt der Bestellung bei

INT

Den größten Anteil der verkauften Tore im Untersuchungszeitraum hatten die Drehflügeltore, deren Anteil von 2000 bis 2004 von % auf gut % zurückging. Zweitgrößtes Segment waren die Fußgängertore, deren Anteil mit % über den gesamten Untersuchungszeitraum weitestgehend konstant blieb. Kleinstes Segment im Bereich der Tore bei Einfamilienhäusern sind die Schiebetore, deren Anteil jedoch mit einem Anstieg von % auf % eine deutlich positive Tendenz hatte.

Die nachfolgende Tabelle zeigt die Entwicklung der verschiedenen Torarten im Einfamilienhausbereich von 2000 bis 2004.

TABELLE 1: DER DEUTSCHE MARKT FÜR TORE BEI EINFAMILIENHÄUSERN, NACH ART DES TORES UND MENGE, 2000-2004

Art des Tores	2000	2001	2002	2003	2004
Drehflügeltore					
Fußgängertore					
Schiebetore					
Gesamt					

Einheit: Anzahl

Quelle: Handels- und MSI-Schätzungen

Die Verteilung der Anteile der drei verschiedenen Torarten lässt sich vor allem damit erklären, dass es sich bei dem Drehflügeltor um die traditionelle Torart im Einfamilienhausbereich handelt. Schiebetore erfreuten sich vor allem aus optischen Gründen keiner großen Beliebtheit. Außerdem spielte der Platzbedarf eine Rolle. Auf Privatgrundstücken ist häufig nicht soviel seitlicher Raum vorhanden, der die Installation eines Schiebetores ermöglichen würde. Der Zuwachs des Anteils von 2000 bis 2004 war damit zu begründen, dass sich elektrische Antriebe, auch im Privatbereich, zunehmender Beliebtheit erfreuten. Bei einem Schiebetor ist es besonders unproblematisch, den Antrieb zu installieren. Außerdem wurde an optisch ansprechenderen Lösungen gearbeitet.

Bei den Fußgängertoren ergibt sich der hohe Anteil daraus, dass ein Fußgängertor nicht nur im Zusammenhang mit einer Einfahrtstoranlage installiert wird, sondern ebenfalls an anderen Stellen des Grundstücks. Das bedeutet, dass für viele Grundstücke zwei oder mehr Fußgängertore verkauft wurden.

Der starke Rückgang der Verkaufszahlen trotz des hohen Anteils ist damit zu erklären, dass zwar viele Einfamilienhäuser mit einem Drehflügeltor versehen sind, bei den Neuerrichtungen und Anschaffungen im Rahmen von Renovierungsarbeiten jedoch zunehmend ein Schiebetor dem Drehflügeltor vorgezogen wird. Auch wenn ein

Drehflügelator im Privatbereich immer noch die optisch ansprechendere Lösung ist, kann ein Schiebetor bereits bei der Installation mit einem Antrieb versehen werden.

Drehflügelatöre können zwar ebenfalls mit einem Antrieb versehen werden, das geschieht jedoch in der Regel nachträglich. Hohe Sicherheitsanforderungen machen die Installation eines Antriebs bei einem Drehflügelator vor der Veräußerung für die Hersteller uninteressant. Der Anteil der motorisiert verkauften Drehflügelatöre beläuft sich deshalb auf einen kaum beachtenswerten Anteil von %.

Bei den Drehflügelatören unterscheidet man in der Regel zwischen zwei Arten:

- einflügelige Drehflügelatöre
- zweiflügelige Drehflügelatöre

Die nachfolgende Tabelle zeigt den Anteil der einflügeligen und zweiflügeligen Tore gegenüber der Gesamtanzahl der verkauften Drehflügelatöre im Einfamilienhausbereich im Jahr 2004.

TABELLE 2: DER DEUTSCHE MARKT FÜR DREHFLÜGELTÖRE BEI EINFAMILIENHÄUSERN, NACH ART, 2004

Art	Anzahl	Anteil in %
Einflügelige Drehflügelatöre		
Zweiflügelige Drehflügelatöre		
Gesamt		

Einheit: Anzahl und Anteil in %

Quelle: Handels- und MSI-Schätzungen

Während der Anteil der einflügeligen Drehflügelatöre im Jahr 2004 % betrug, bestand der überwiegende Teil von % aus zweiflügeligen Drehflügelatören.

Im Einfahrtstorbereich wird vor allem die zweiflügelige Variante gewählt, weil die Flügel so leichter beweglich sind. Das spielt vor allem bei Einfahrtstören mit einer Größe von etwa 3,5 m² eine entscheidende Rolle. Zweiflügelige Drehflügelatöre gibt es in verschiedenen Arten. So können die Flügel zum Beispiel symmetrisch oder asymmetrisch angeordnet sein. Ein asymmetrisches zweiflügeliges Drehflügelator entspricht in der Funktion einem Tor, das zusammen mit einem Fußgängertor installiert wird. Es handelt sich bei dieser Form jedoch nur um ein Tor.

Das einflügelige Drehflügelator steht in direkter Konkurrenz zum Schiebetor. Wer sich für ein Element entscheidet, wählt eher ein Schiebetor, da dieses leichter zu handhaben und leichter beweglich ist.

Schiebetore werden im Prognosezeitraum verstärkt verkauft, weil sich ihre Akzeptanz im Privatbereich verbessern wird. Handelsquellen berichten, dass sich bereits gegen Ende des Untersuchungszeitraums mehr Eigenheimbewohner mit der Optik eines Schiebetores anfreundeten und diese nicht mehr so stark mit Industriegebäuden verknüpften. Außerdem werden sich im Einfamilienhausbereich die in der Regel für ein Schiebetor entscheiden, die einen elektrischen Antrieb wünschen. Drehflügeltore lassen sich zwar auch mit einem Antrieb ausrüsten, das erfolgt aber in der Regel nachträglich und ist mit einem größeren Aufwand verbunden, als die ursprüngliche Installation bei einem Schiebetor.

1.1.1.1 Nach Art des Materials

Stahl wird auch im Untersuchungszeitraum den größten Anteil an den insgesamt verkauften Toren behalten, der von gut % auf knapp % weiter ansteigen wird. Holz, das in den Jahren 2006 und 2007 noch das zweitstärkste Material bei den Verkäufen sein wird, wird an Anteil verlieren und in den Jahren 2007 bis 2009 wird Aluminium schließlich den größeren Anteil haben. Im Jahr 2009 schließlich wird der Anteil von Aluminium bei knapp % liegen und der Anteil von Holz bei knapp %. Sowohl der Anteil von PVC, als auch der Anteil der gemischten Materialien wird auch im Prognosezeitraum bei etwa % konstant bleiben.

Die nachfolgende Tabelle zeigt, wie sich die Anzahl der verkauften Tore bei Einfamilienhäusern in den einzelnen Materialien von 2005 bis 2009 entwickeln wird.

TABELLE 3: PROGNOSE DES DEUTSCHEN MARKTES FÜR TORE BEI EINFAMILIENHÄUSERN, NACH ART DES MATERIALS UND MENGE, 2005-2009

Art des Materials	2005	2006	2007	2008	2009
Stahl					
Holz					
Aluminium					
PVC					
Gemischte Materialien					
Gesamt					

Einheit: Anzahl

Quelle: Handels- und MSI-Prognosen

Stahl wird seinen hohen Anteil im Wesentlichen aufgrund seiner Produktvorteile behalten können. Stahl wird sich weiterhin durch seine klassische Optik auszeichnen. Außerdem wird weiterhin eine große Formenvielfalt angeboten werden, weil Stahl besonders einfach zu verarbeiten ist. Durch die verschiedenen Formen ist es möglich,