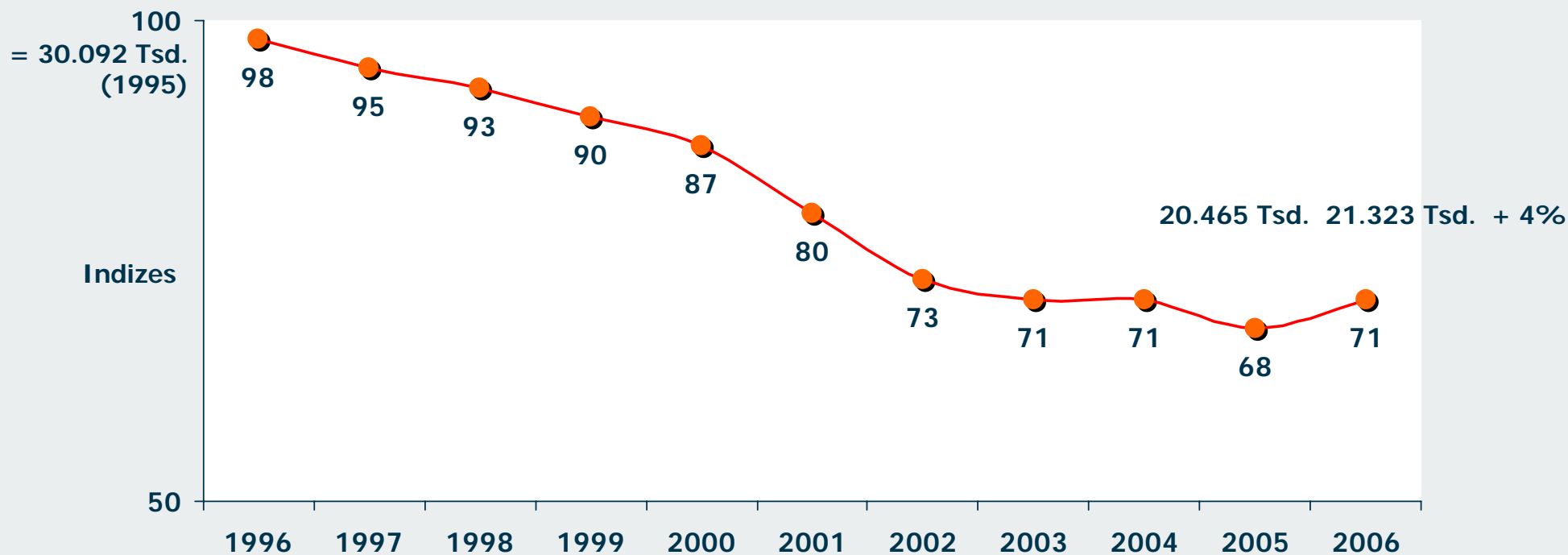


Marktentwicklung Sanitärmarkt Gesamt*

1

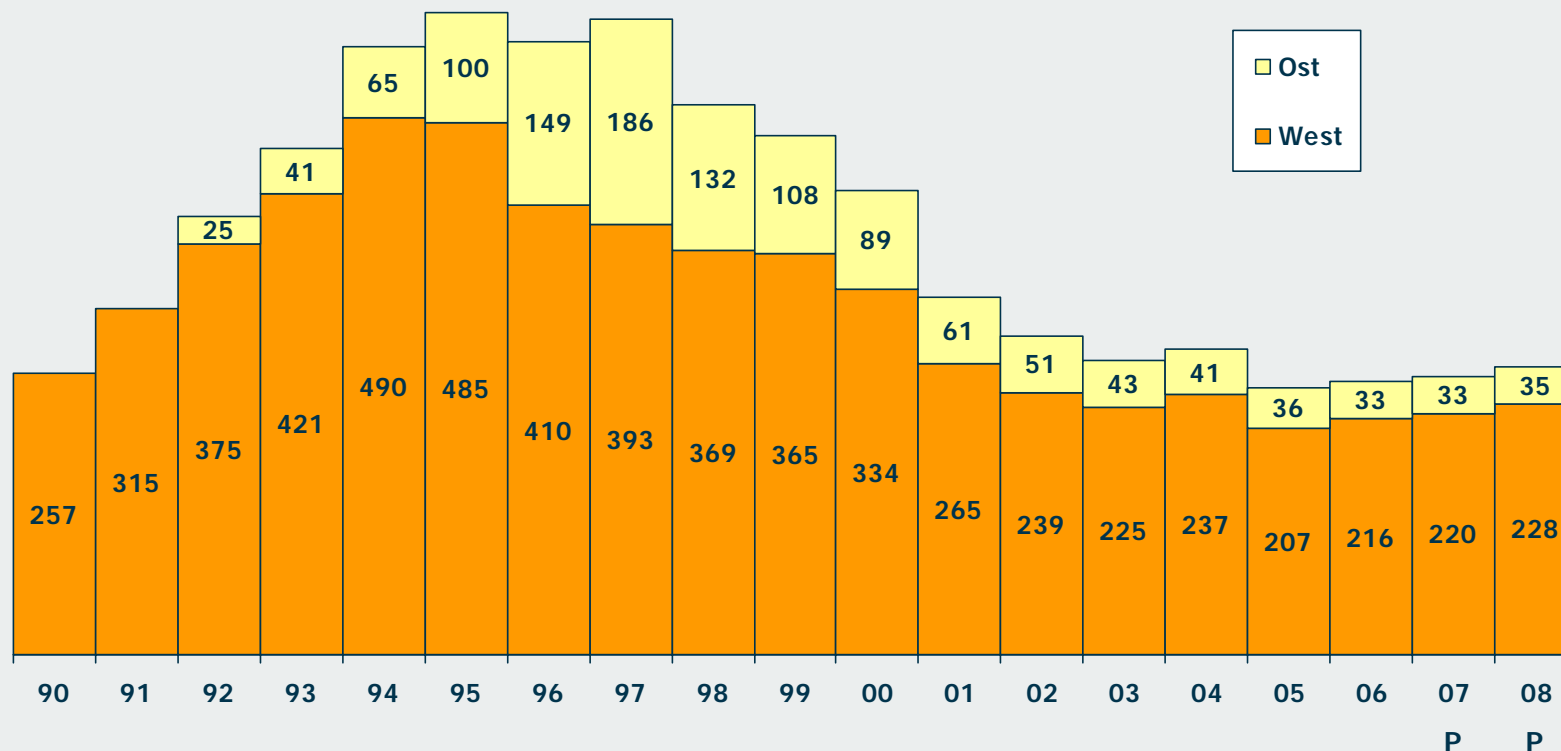


* Armaturen, Brausen, Toilettenspülungen, Waschbecken, WC-Keramik, Badewannen, Duschwannen, Duschtrennungen, Badmöbel

Basis: Menge indiziert

Fertigstellungen im Wohnungsbau

2



Quelle: DIW, Statistisches Bundesamt, Stand: 03/2006
Ifo-Institut, Stand: 01/2007

P = Prognose

Basis: Wohnungen in Deutschland in Tsd. Einheiten

Sanitärprodukte 2006: Helles Licht am Ende des Tunnels

3

Im Vergleich zum Vorjahr nimmt 2006 das Mengenvolumen bei Sanitärprodukten um ca. 4 % zu.

Die Nachfrageentwicklung bei „Sanitärprodukten vor der Wand“ im privaten Wohnungsbau war innerhalb der letzten 10 Jahre (von 1995 bis 2005) um mehr als 30 % zurückgegangen. Diese Entwicklung hatte im Wesentlichen zwei Gründe:

1. Signifikanter Rückgang der Neubautätigkeit im privaten Wohnungsbau in Deutschland: Im Jahr 1995 gab es noch knapp 600.000 Neubaufertigstellungen. Im Jahr 2005 lag der Vergleichswert mit ca. 246.000 Einheiten um mehr als 50 % niedriger.
2. Deutliche Zurückhaltung bei Renovierungsvorhaben in den Bädern der privaten Konsumenten.

Während in den Jahren 1995 bis 2000 nur eine marginale Entwicklung der Rückgänge zu beobachten war, gab es sowohl 2001 als auch 2002 (Euroumstellung!) einen besonders deutlichen Einbruch. Von 2003 bis 2005 verlief die Kurve dann wieder wesentlich flacher nach unten.

Was sind nun die Gründe für die erfreuliche Entwicklung des Jahres 2006? Ein Anziehen der Renovierungstätigkeit im 2. Halbjahr 2006 sicherlich, aber auch vorgezogene Anschaffungen aufgrund der bevorstehenden Mehrwertsteuererhöhung 2007 haben zu dieser positiven Nachfragetendenz beigetragen, insbesondere in der Gruppe von Haushalten mit „reichlich finanziellem Spielraum“.

Die GfK Panel Services beobachtet regelmäßig die Anschaffungen von Sanitärprodukten privater Konsumenten. Die Sanitärprodukte umfassen folgende Warengruppen: Sanitäre Armaturen, Brausen, Waschbecken, WC-Keramik, WC-Spülungen, Badewannen, Duschwannen, Duschabtrennungen, Badmöbel.

Nähere Informationen bei:

Peter Bittner
Key Account Manager
Tel. 09 11 / 3 95 - 36 65
peter.bittner@gfk.com

The GfK logo consists of the letters 'GfK' in a white, sans-serif font, centered within an orange square.