

The GfK logo consists of the letters 'GfK' in a white, sans-serif font, positioned inside a solid orange square.

GfK-Living.com

A close-up photograph of a person's hand painting a Christmas stocking. The hand is holding a paintbrush with white paint, applying it to a green and white patterned stocking. The background is blurred, showing a white surface and a wooden handle. A semi-transparent orange banner is overlaid across the middle of the image, containing the title text.

Das GfK Renovierungsbarometer



Kurzzusammenfassung

2

- Im Winterhalbjahr 09/10 (Oktober 2009 bis März 2010) haben die deutschen Haushalte rund 14,9 Mrd. Euro für Renovierungen und Instandhaltungen ausgegeben.
- Verglichen zum Vorjahreszeitraum Winter 08/09 hat sich der gesamte Renovierungsmarkt damit ausgabenseitig insgesamt (nur) leicht rückläufig entwickelt (-1,3%), die Anzahl der durchgeführten Renovierungen erlebte dagegen einen geringen Anstieg um +0,6%.
- Zu den Wachstumsmärkten innerhalb des Renovierungsmarktes gehören im Winter 09/10 insbesondere die Bereiche „Badrenovierung“ sowie „Um- und Ausbauarbeiten“.
- Der Baumarkt konnte seine Vormachtsstellung als Top-Vertriebsweg bei Renovierungen im Winterhalbjahr 09/10 zwar halten, jedoch nicht weiter ausbauen.

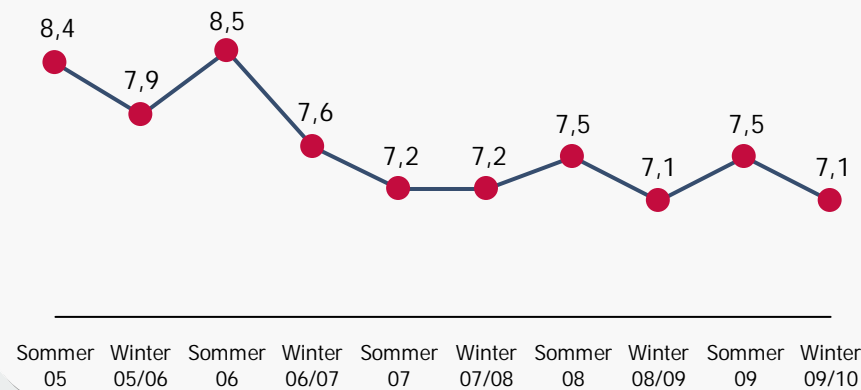
Im Winterhalbjahr (Oktober 2009 bis März 2010) wurden im Vergleich zur Vorperiode Winter 08/09 etwas mehr Renovierungen durchgeführt (+0,6%) bei einem gleichzeitigen Ausgabenrückgang um -1,3%.



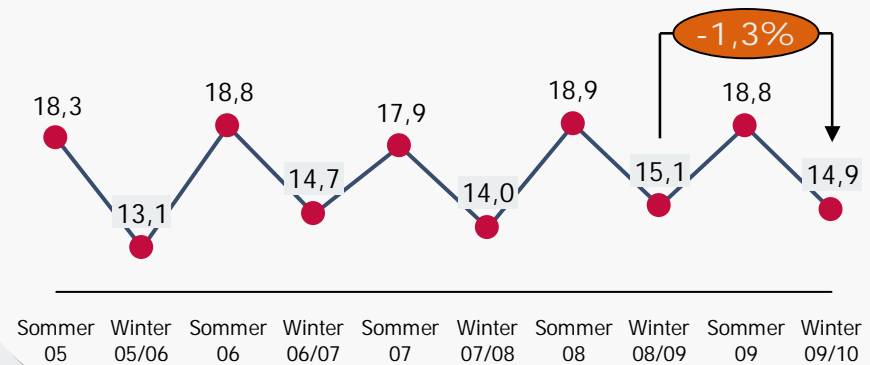
3

Entwicklung des gesamten Renovierungsmarktes

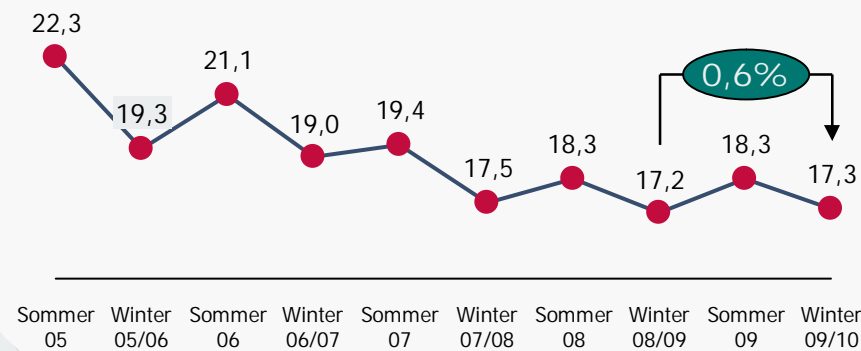
Anzahl renovierender Haushalte in Mio.



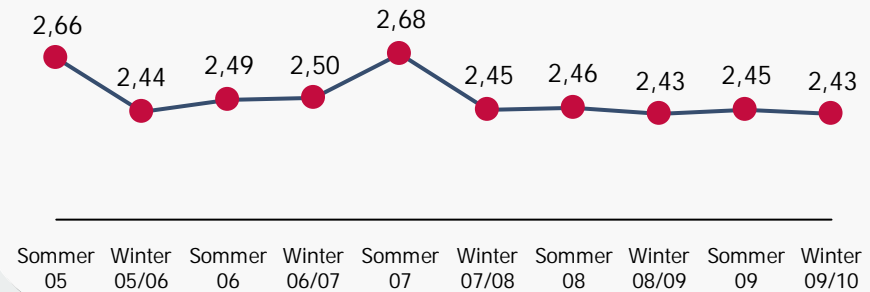
Ausgaben für Renovierungen in Mrd. EURO



Anzahl durchgeführter Renovierungen in Mio.



Anzahl Renovierungen pro renovierender Haushalt



Winter: Oktober bis März des Folgejahres Sommer: April bis September des jew. Jahres

Zu den Wachstumsmärkten innerhalb des Renovierungsmarktes gehören im Winter 09/10 insbesondere die Bereiche „Badrenovierung“ sowie „Um- und Ausbauarbeiten“.

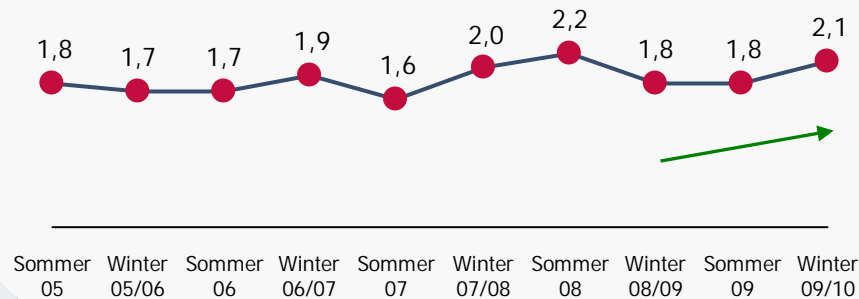


4

Entwicklung der Renovierungskategorien „Badrenovierung“ und „Um- und Ausbauarbeiten“

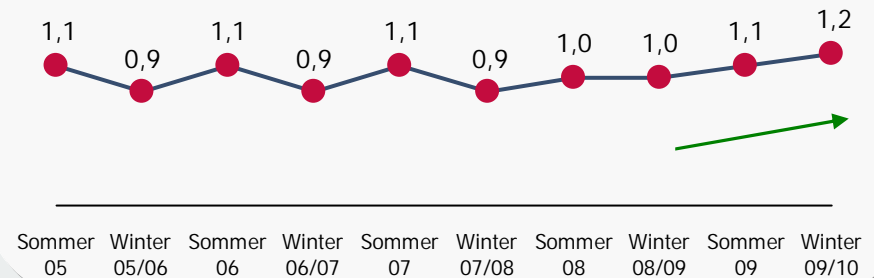
Badrenovierung

Ausgaben für Renovierungen in Mrd. EURO



Um- und Ausbauarbeiten

Ausgaben für Renovierungen in Mrd. EURO

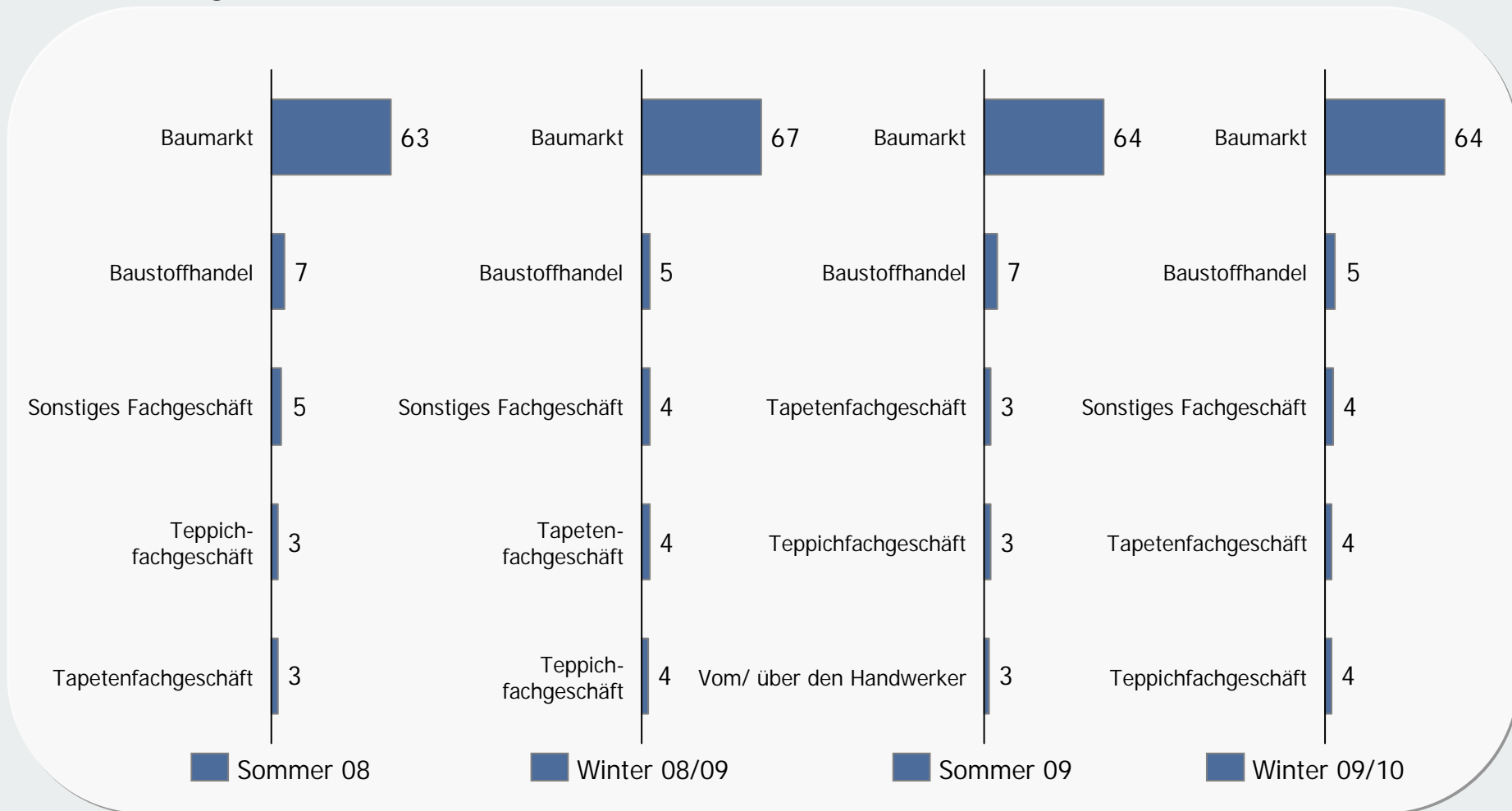




Der Baumarkt konnte seine Vormachtsstellung als Top-Vertriebsweg bei Renovierungen im Winterhalbjahr 09/10 zwar halten, jedoch nicht weiter ausbauen.

5

Prozentuale Verteilung der Vertriebswege dargestellt für den Gesamt-Renovierungsmarkt (in %)



Winter: Oktober bis März des Folgejahres Sommer: April bis September des jew. Jahres

Information zum GfK Renovierungsbarometer

The GfK logo consists of the letters 'GfK' in white, set against a solid orange square background.

6

- Ziel:** Kontinuierliche Beobachtung des privaten Renovierungsmarktes in Deutschland auf Basis von über 100 Renovierungsaktivitäten.
- Stichprobe:** 20.000 repräsentativ ausgewählte deutsche Haushalte
- Erhebungen:** jährlich im April und Oktober (seit 2003)
- Methode:** Schriftliche Befragung im GfK Haushaltspanel

Von GfK Living kontinuierlich analysierte Märkte


7

GfK Living

“Consumer knowledge around home & garden“

Bau & Renovierung	DIY & Garten	Wohnen & Einrichten	Elektro & Technik
<ul style="list-style-type: none"> • Bautätigkeit / Bauwesen • Renovierungen • Bauelemente (Fenster, Türen, Beschläge etc.) • Baustoffe / Bauchemie • Bodenbeläge • Heizungs-/Klimageräte • Energie (Öl, Gas, Strom, Photovoltaik, Solar etc.) • Handwerk • etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Baumarktsortimente (Werkzeuge, Power Tools) • Gartensortimente (Garten-hartwaren, Gartengeräte etc.) • Bewässerung • Rasenmäher • Motorsägen • Gartenmöbel • Gartenteiche • Lebend Grün • etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Möbel (Wohn-, Schlafzimmer-, Polster-, Badmöbel, etc.) • Küchen • Küchenspülen • Hausrat (Herd- u. Kochgeschirr, Bestecke, Backformen, etc.) • Haus- und Heimtextilien • Dekoration & Wohnaccessoires • Matratzen & Unterfederungen • etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Elektrogroßgeräte • Elektrokleingeräte • Sanitärarmaturen • Sanitärkeramik • Haus- & Sicherheitstechnik • Lampen & Leuchten • Sportgeräte • etc.

Individuelle, maßgeschneiderte Marktanalysen auf nationaler und internationaler Basis



GfK SE
GfK Living & Retail
Oliver Schmitz
International Category Manager Living

Nordwestring 101
90419 Nürnberg
Tel.: +49 (0) 911 / 395 – 4469
Fax.: +49 (0) 911 / 395 – 4092
Email: oliver.schmitz@gfk.com
www.gfk-living.de

GfK SE
GfK Living & Retail
Christian Koch
Marketing Consultant

Nordwestring 101
90419 Nürnberg
Tel.: +49 (0) 911 / 395 – 4617
Fax.: +49 (0) 911 / 395 – 4092
Email: christian.koch@gfk.com
www.gfk-living.de

GfK