

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

GfK Living.de

A close-up photograph of a power drill's chuck and bit. The drill is black with a red top section. The chuck has white markings for torque settings: '1', '3', '5', and '7'. A gold-colored drill bit is inserted into the chuck and is positioned over a piece of dark, textured wood. The background is blurred, showing more of the wood surface.

Entwicklung Renovierungsmarkt
Auszug aus dem GfK Renovierungsbarometer

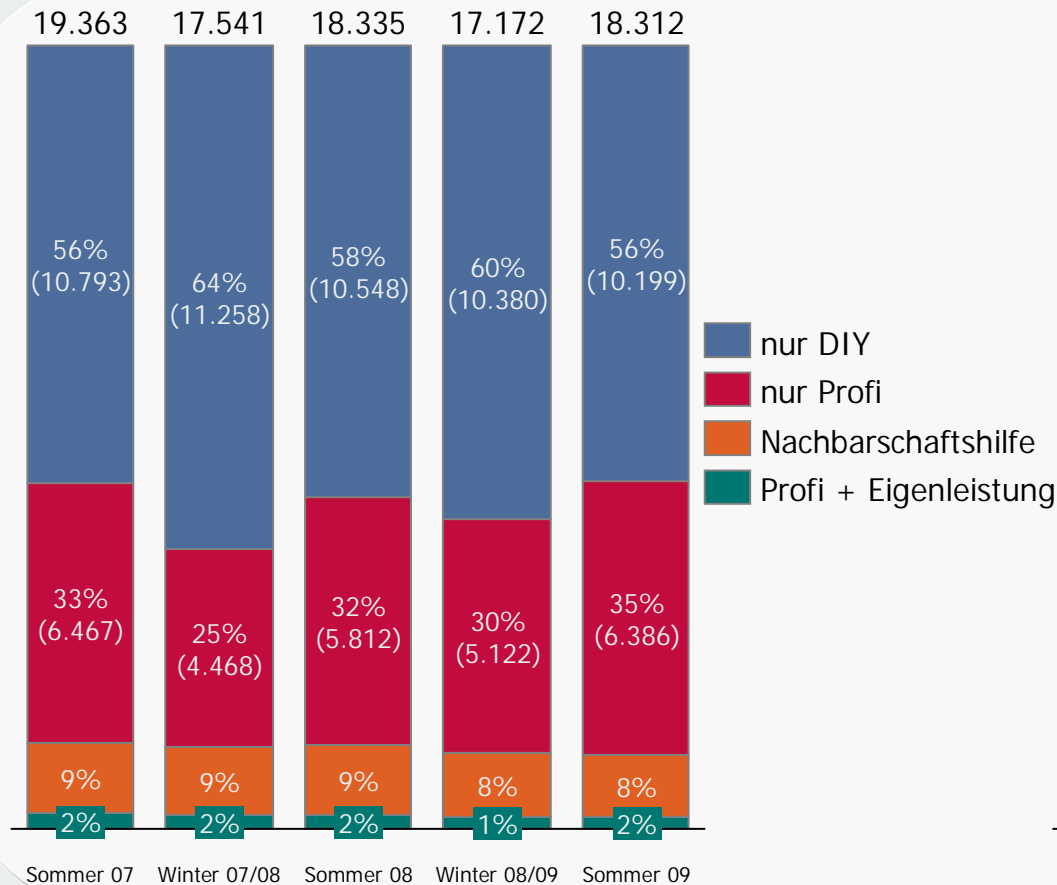
Auch im Sommer 2009 wurde weniger Geld für do-it-yourself durchgeführte Renovierungsprojekte ausgegeben.

GfK

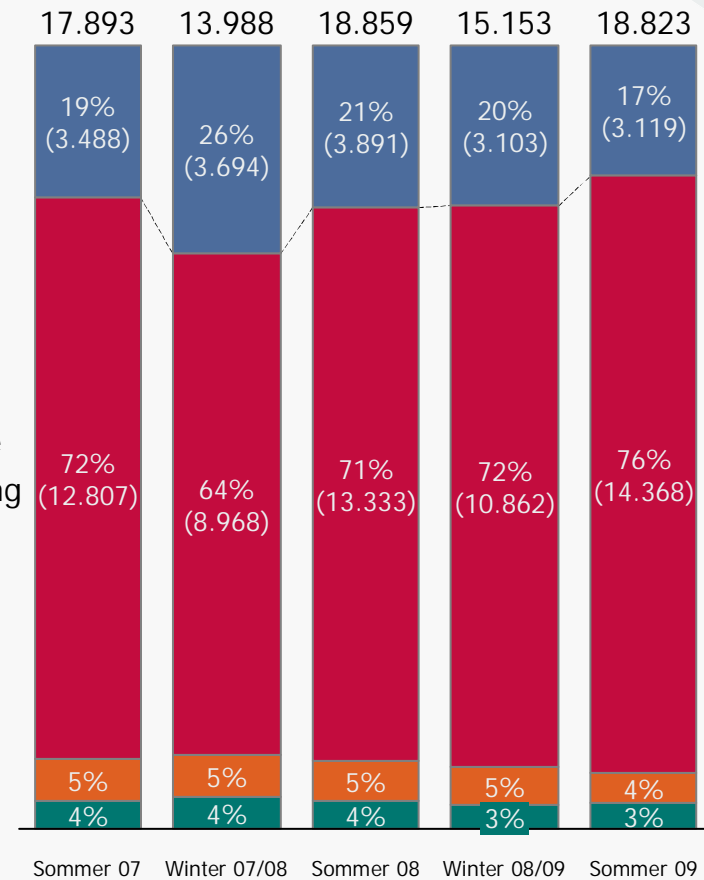
2

Gesamt-Renovierungsmarkt nach Ausführenden

Renovierungsakte in Deutschland
(prozentuale/in Tausend-Verteilung)



Renovierungsausgaben in Deutschland
(prozentuale/in Mio. €-Verteilung)



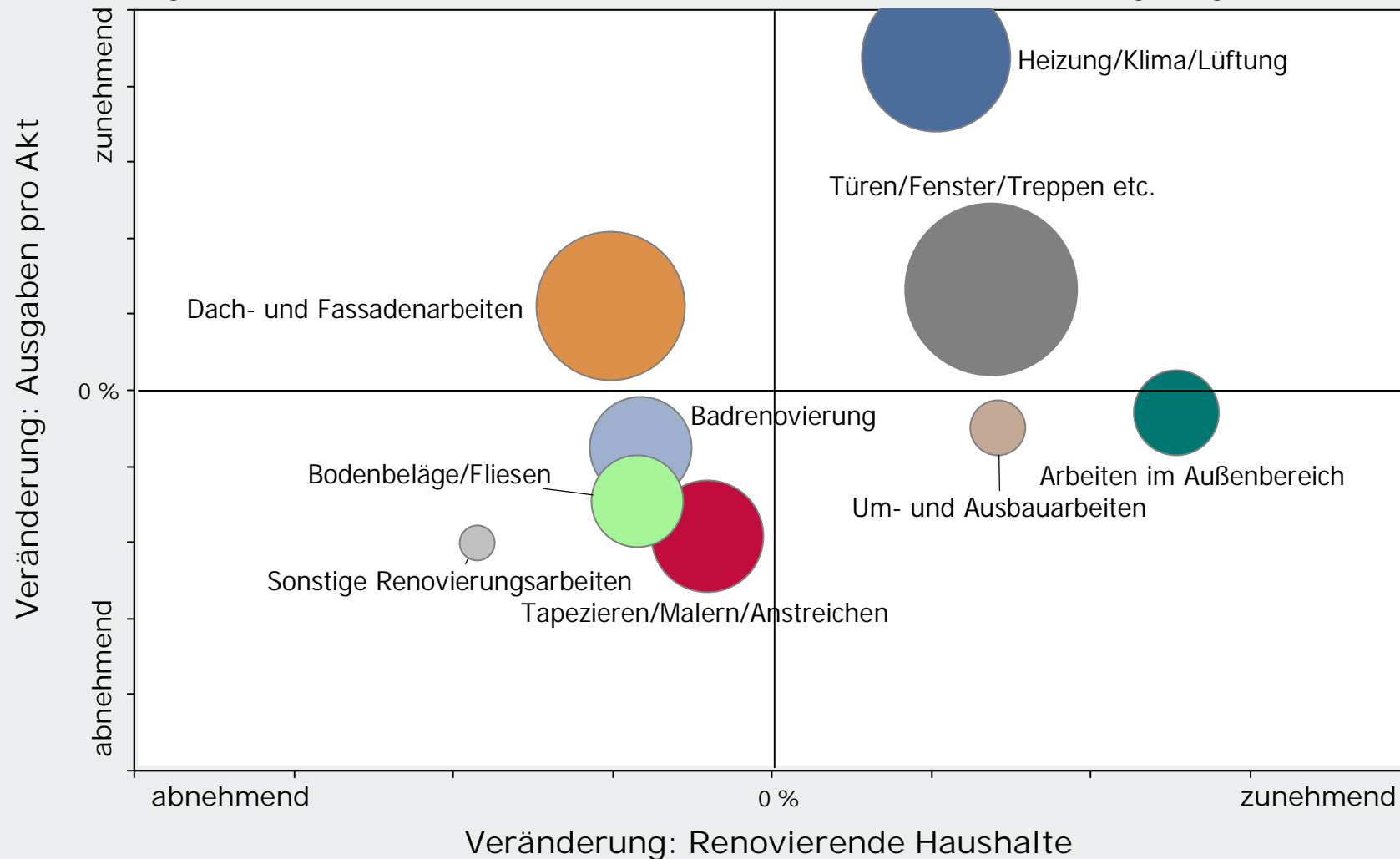
Winter: Oktober bis März des Folgejahres Sommer: April bis September des jew. Jahres



Wachstumschancen liegen vor allem in den Bereichen „Heizung/Klima/Lüftung“ und „Türen/Fenster/Treppen“.

Renovierungsmärkte im Chancen-Portfolio,
Veränderung W 08/09 + So 09 vs. W 08/09 + So 09, Bubble-Größe = Renovierungsausgaben Gesamt

3



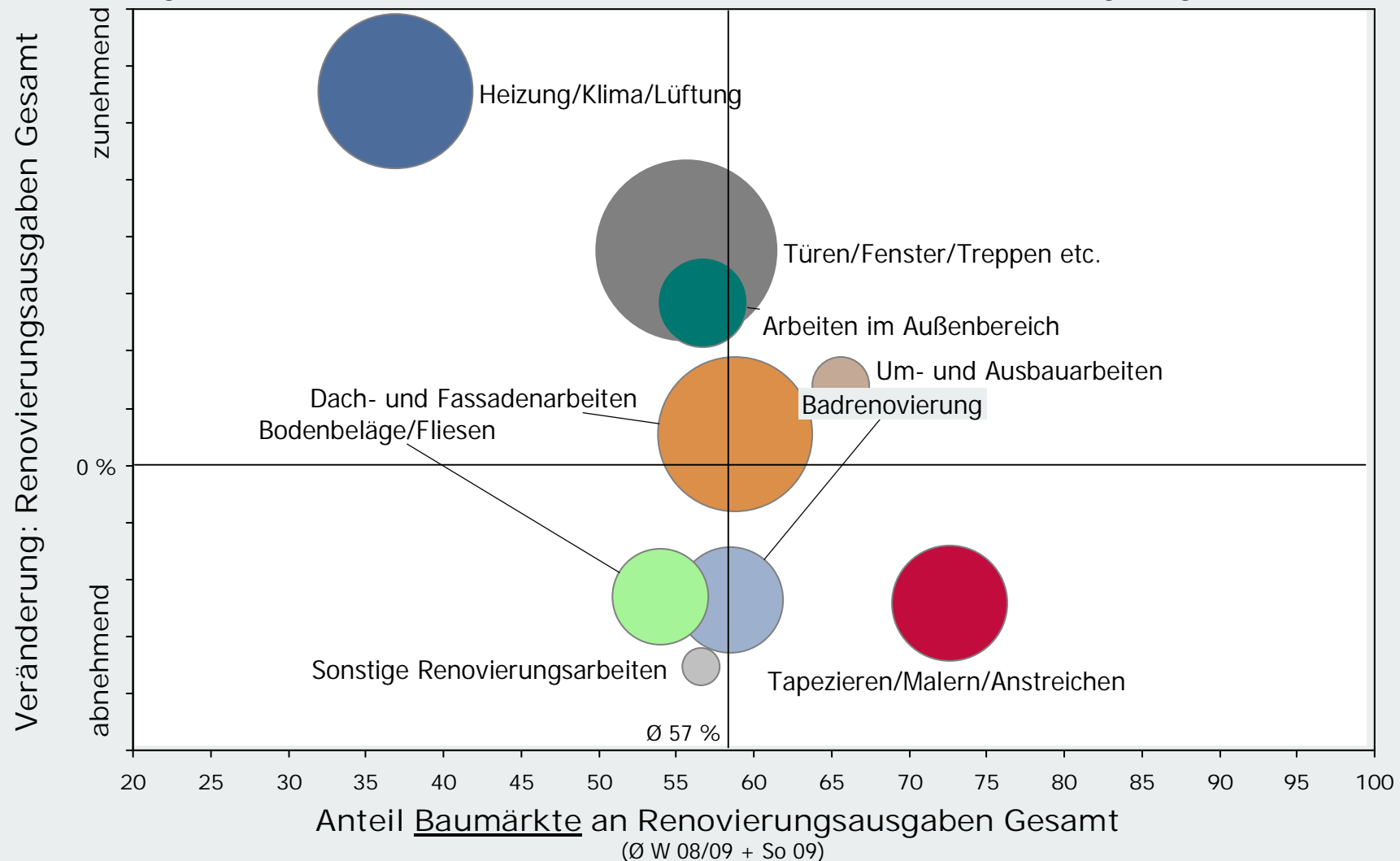
Von dem Wachstum in den beiden Feldern „Heizung/Klima/Lüftung“ und Türen/Fenster wird noch zu wenig durch die Baumärkte bedient.

GfK

4

Renovierungsmärkte im Chancen-Portfolio,

Veränderung W 08/09 + So 09 vs. W 08/09 + So 09, Bubble-Größe = Renovierungsausgaben Gesamt





Kurzzusammenfassung

5

- Im Sommer 2009 haben die deutschen Haushalte rund 18,8 Mrd. Euro für Renovierungen und Instandhaltungen ausgegeben.
- Verglichen zum Vorjahreszeitraum hat sich der gesamte Renovierungsmarkt damit insgesamt (nur) leicht rückläufig entwickelt (-0,2%).
- Während die deutschen Haushalte für eigenständig durchgeführte Renovierungsarbeiten (Do-it-yourself Projekte) im Sommer 2009 weniger Geld ausgegeben haben, wurde mehr Geld in Arbeiten, die vom Handwerker durchgeführt wurden, investiert.
- Zu den Wachstumsmärkten innerhalb des Renovierungsmarktes gehören insbesondere die Bereiche „Heizung / Klima / Lüftung“ und „Fenster / Türen / Treppen“.
- Von eben diesen Wachstumsmärkten profitieren die deutschen Baumärkte aktuell nur wenig, da hier nur ein vergleichsweise geringer Anteil der Investitionen der Verbraucher landet.

Information zum GfK Renovierungsbarometer

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

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.
<p>Individuelle, maßgeschneiderte Marktanalysen auf nationaler und internationaler Basis</p>			

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

GfK Living.de

Für weitere Fragen wenden Sie sich bitte an:

GfK SE
Panel Services
Kompetenzbereich GfK Living
Oliver Schmitz
Division Manager

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