

## Presse-Information

**Datum:** 31. Juli 2011

Roto analysiert Außentüren-Märkte / Wichtige Basis für neue Schlossgeneration / Mit „DoorSafe 600“ global punkten / Per saldo „leichtes internationales Wachstum“ / Unterschiede überwiegen / Exemplarischer Europa-Check

### Nützliche Recherchen

**Leinfelden-Echterdingen - (rp)** Wer sich intensiv mit Trends, Materialien, Techniken und Volumina internationaler Außentüren-Märkte befasst, stößt trotz einiger Gemeinsamkeiten letztlich auf mehr oder minder große Unterschiede. Dieses Resümee zieht Roto aus umfangreichen eigenen Analysen. Aktueller Anlass dafür war, wie das Unternehmen meldet, die Entwicklung einer komplett neuen Schlossgeneration. Das ab August 2011 eingeführte Programm „DoorSafe 600“ Sorge dafür, dass der Hersteller nun über das „kompletteste türtechnische Sortiment aus einer Hand“ verfüge.

Ebenso wie das Fenster- sei auch das Türgeschäft des Beschlagspezialisten in starkem Maße weltweit geprägt. Klammere man die USA mit ihren völlig anderen Markt- und Produktbedingungen aus, sehe sich Roto mit dem „Door“-Portfolio bereits jetzt unter den drei größten industriellen Anbietern. Trotzdem gebe es „noch viel Luft nach oben“. Gerade die neue Offensive auf dem Feld der Mehrfachverriegelungen unterstreiche die hohe strategische Bedeutung der Türtechnologie.

Dabei laute die Devise: International agieren heißt anforderungsgerecht agieren. So müsse die Sortimentspolitik z. B. die von Land zu Land meist unterschiedlichen, zwischen 70 und 94 mm betragenden Abstände zwischen Profilzylinder und Griff

berücksichtigen. Ferner komme es darauf an, Lösungen für Dornmaße schon ab 25 mm zu offerieren, die einen Einsatz in extrem schmalen Profilkonstruktionen ermöglichen. Aus der generell stetig steigenden Nachfrage nach individuellen Ausstattungen resultiere ein weiterer wichtiger Kompetenzfaktor.

### **Europa transparent(er) gemacht**

Die Untersuchung relevanter Märkte bezeichnet der Produzent als „ebenso unverzichtbare wie schwierige Basisarbeit“. Da praktisch keine verlässlichen amtlichen oder sonstigen Statistiken und Erhebungen vorlägen, sei man überwiegend auf eigene Recherchen angewiesen. Roto scheue den damit verbundenen erheblichen finanziellen und zeitlichen Aufwand nicht, denn nur dann seien fundierte Entscheidungen u.a. über große Investitionsprojekte wie das „DoorSafe 600“-Programm zu treffen.

Den Berechnungen zufolge repräsentieren allein die europäischen Kernmärkte bei Außentür-Beschlägen (inkl. Aluminium) ein Gesamtvolumen von gut 600 Mio. Euro. Die für einzelne Regionen ermittelten Werte beruhen, wie es heißt, auf der Annahme, dass pro Tür die drei Komponenten Schlösser, Bänder und Schwellen eingesetzt werden. Das entspreche in Europa einer jährlichen Menge von 10 bis 14 Mio. Türen. Damit verfüge man zumindest über „brauchbare Anhaltspunkte“ für die gegenwärtige und künftige Nachfrageentwicklung.

Für die internationalen Eingangs- und Haustürenmärkte erwartet Roto unter dem Strich tendenziell ein „leichtes Wachstum“. Hinter dieser Gesamtprognose verberge sich indes eine starke Spreizung. Während man es einerseits mit „Problemländern“ wie Spanien, Portugal, Griechenland und Großbritannien zu tun habe, schlage andererseits der Erholungs- bzw. Aufwärtstrend in Osteuropa bzw. in Russland und China positiv zu Buche.

## Vier im Vergleich

Neben der reinen Volumenbetrachtung gehe es aber auch in besonderem Maße um Erkenntnisse über länderspezifische Materialien und Techniken, Kundenanforderungen und Markttendenzen. Die häufig „sehr unterschiedlichen Gegebenheiten“ machen die Beschlagexperten an vier europäischen Beispielen fest. Die Kurzporträts im Überblick:

Deutschland: Relativ konstant bleiben die Anteile der Rahmenmaterialien (derzeit jeweils ein Drittel Alu und PVC, 25 % Holz und 10 % „Sonstige“ wie Holz/Alu-Kombinationen). Die Profilqualität etwa durch thermische Trennung bei Alu-Profilen und tiefere Profile mit mehr Kammern steigt. Das bisher meist auf Fenster beschränkte U-Wert-Thema erhält künftig auch bei Türen eine größere Bedeutung. Erkennbare Trends: schwerere, höhere und „elegantere“ (verdeckte Beschläge) Türen mit hoher Einbruchschutzfunktion; wachsende Beliebtheit von „Komfortschlössern“ (automatische Verriegelungen, elektromechanische Varianten). In Deutschland dominieren zylinderbetätigte Schlösser.

Italien: Bei den Materialien liegen Holz (45 %) und Alu (40 %) fast gleichauf; dahinter folgt PVC mit ca. 15 %. Zu registrieren ist eine Konzentration auf das „Billigsegment“ (eher Alu) und den hochwertigen Sektor (eher Holz). Generell tendiert der Markt zu hochwertigen Lösungen bei Tür und Beschlag, zu höheren und schwereren Türen sowie zur Designorientierung durch verdeckte Beschläge. Doppelflügeltüren bleiben eine italienische Besonderheit. Ebenfalls im Aufwind: Komfort und Sicherheit. Die Schlösser werden zu 100 % zylinderbetätigt.

Großbritannien: Bei den Materialien überwiegen mit jeweils 35 % PVC und „Composite“-Türen (PVC-Rahmen und Flügel aus einer Mischung von Fiberglas, Holz und Stahl). Alu und Holz bringen es auf jeweils rund 15 %. Die wichtigsten Trends: ständig wachsende „Composite“-

Quote, auch normenbedingt steigende Nachfrage nach energieeffizienten, schwereren Türen mit Dreifach-Verglasung, bis zu drei Meter hohe, damit schwerere und über die gesamte Höhe dichtzuhaltende Holztüren. Drückerbetätigte Schlösser sind die Regel.

Ungarn: Bei den Rahmenmaterialien ist PVC mit 55 % die Nummer 1 vor Holz (35 %) und Alu (10 %). Den Markt beherrschen das „Billigsegment“ bei Nebeneingangs-Türen (PVC-Profile, E-Zapfenschlösser) und der zunehmende „Mittelsektor“ mit guter Qualität und z. B. Zwei-Bolzen-Schlössern. Das Sicherheitsdenken der Endkunden bestimmt den Kauf von Haustüren mit Mehrfachverriegelungen und den Einbau von Schlössern mit Zusatzsperrern. In Ungarn gibt es zu etwa 90 % einen „drückerbetätigten“ Markt.

### **Gut zu wissen**

Und auch das gehört laut Roto zu einer qualifizierten Marktanalyse: Informationen darüber, welche Profi-Gruppe in der Praxis die Schlossentscheidung trifft. Wieder bestätigte sich die oft differenzierte Situation. Während in einigen Ländern die Türenbauer „das Sagen haben“, beeinflusst in anderen Regionen der Handel die Verarbeiter mehr oder minder stark. Dieses Wissen sei für eine gezielte Marktoffensive zweifellos nützlich. Das gelte nicht zuletzt für die neue Schlossgeneration „DoorSafe 600“, deren Premiere nach einer 18-monatigen Entwicklungszeit und intensiven Feldtests erfolge.

### **Bildunterschriften**

Die europäischen Kernmärkte repräsentieren bei Außentür-Beschlägen Roto-Erhebungen zufolge ein Gesamtvolumen von über 600 Mio. Euro. Das entspricht etwa einer jährlichen Stückzahl von 10 bis 14 Mio. Türen. Generell erwartet der Hersteller für die

internationalen Eingangs- und Haustürenmärkte künftig unter dem Strich tendenziell ein „leichtes Wachstum“.

**Grafik:** Roto

**Europa\_Marktvolumen.jpg**

Doppelflügeltüren gehören zu den Besonderheiten südlicher Länder wie Italien und Spanien. Ein generelles Resultat der internationalen Roto-Analysen von Materialien und Techniken, Kundenanforderungen und Markttendenzen: mehr Unterschiede als Gemeinsamkeiten.

**Foto:** Roto

**Doppelfluegeltuer.jpg**

Die Nachfrage nach bis zu drei Meter hohen, damit schwereren und über die gesamte Höhe dichtzuhaltenden Holztüren zieht z. B. in Großbritannien an. Auch dafür bietet die neue Schlossgeneration „DoorSafe 600“ dank modular koppelbarer Zusatzverriegelungen zuverlässige Praxislösungen, erklärt Roto.

**Foto:** Roto

**Hohe\_Tueren.jpg**

Deutschland und Italien zählen zu den Ländern, in denen zylinderbetätigte Schlösser dominieren bzw. ausschließlich anzutreffen sind. Auch die verstärkte Orientierung an Designkriterien und damit u. a. an verdeckten Beschlägen prägt beide Märkte, ermittelte Roto. Ein Fazit der türtechnischen Unternehmens-Recherchen: „International agieren heißt anforderungsgerecht agieren.“

**Foto:** Roto

**Zylinderbetaetigt.tif**

Drückerbetätigte Schlösser sind u. a. in Großbritannien und Ungarn an der Tagesordnung. In diesen beiden Ländern führt PVC die Liste der am häufigsten verwendeten Rahmenmaterialien an, stellten die Beschlagspezialisten von Roto bei ihren Untersuchungen fest.

**Foto:** Roto

**Drueckerbetaetigt.tif**

Abdruck frei - Beleg erbeten

**Herausgeber:** Roto Frank AG • Wilhelm-Frank-Platz 1 • 70771 Leinfelden-Echterdingen •  
Tel.: +49 711 7598-0 • Fax: +49 711 7598-253 • info@roto-frank.com

**Redaktion:** Linnigpublic Agentur für Öffentlichkeitsarbeit GmbH • Büro Koblenz • Fritz-von-  
Unruh-Straße 1 • 56077 Koblenz • Tel.: +49 261 303839-0 • Fax: +49 261 303839-1 •  
koblenz@linnigpublic.de; Büro Hamburg • Flottbeker Drift 4 • 22607 Hamburg • Tel.: +49  
40 82278216 • Fax: +49 40 82278217 • hamburg@linnigpublic.de