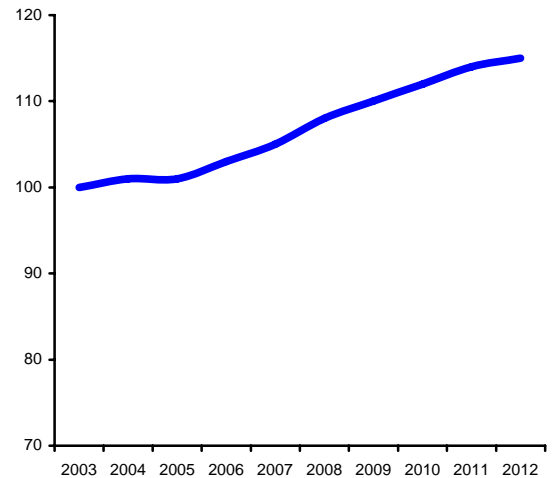


# Der Markt für persönliche Schutzausrüstung in Deutschland



Einheit: Wert, Basis Index 100 im Jahr 2003

Identifikation der aktuellen und zukünftigen Trends folgender Märkte in Deutschland:

- Körperschutz
- Fußschutz
- Handschutz
- Atemschutz
- Hautschutz
- Fallschutz
- Augenschutz
- Gehörschutz
- Kopfschutz

Analyse der Entwicklung in den verschiedenen Bereichen seit dem Jahr 2003 sowie Prognosen bis zum Jahr 2012

Faktoren, die die Nachfrage beeinflussen

Aufzeichnung der Industriestruktur mit 34 Unternehmensprofilen der führenden Hersteller im Bereich persönliche Schutzausrüstung in Deutschland

**Das Kernstück dieses Berichtes wurde durch Primärforschung gewonnen. Hierfür wurden Interviews mit Herstellern, technischen Einzel- und Großhändlern, Fachhändlern für PSA, Importeuren sowie Exporteuren, Berufsgenossenschaften, Unfallversicherungen sowie relevanten Fachmagazinen und Verbänden des Marktes für persönliche Schutzausrüstung geführt.**

**Dieser Bericht beinhaltet detaillierte Informationen und aktuelle Entwicklungen. Weitere Informationen finden Sie im Folgenden...**

# Dieser Bericht liefert Ihnen die wichtigsten Daten für Ihre strategische Marktbearbeitung

## INHALTSVERZEICHNIS

1.	<b>SCHLÜSSELPUNKTE</b>	5.5.4	Prognose, nach Produkttyp und Menge, 2008-2012	9.2	Preis
2.	<b>EINFÜHRUNG</b>			9.3	Kommunikation
2.1.	Über MSI	5.5.5	Nach Produkttyp und Wert, 2003-2007	9.4	Distribution
2.2.	Methodik	5.5.6	Prognose, nach Produkttyp und Wert, 2008-2012	10.	<b>VERTRIEBSSTRUKTUR</b>
2.3.	Definitionen			10.1	Einkaufsgenossenschaften
2.4.	Abkürzungen	5.5.7	Nach Endabnehmer und Wert, 2007	10.2	Vertriebswege für Endverbraucher im Bauwesen
3.	<b>PESTL ANALYSE</b>	5.6	<b>Atemschutz</b>	10.3	Vertriebswege für Endverbraucher in der Industrie
3.1	Politik	5.6.1	Überblick, 2003-2007	10.4	Vertriebswege für Endverbraucher im Dienstleistungsbereich
3.2	Wirtschaftslage	5.6.2	Prognose, Überblick, 2008-2012	11.	<b>FUSIONEN &amp; AKQUISITIONEN</b>
3.2.1	Konjunkturindikatoren der deutschen Wirtschaft	5.6.3	Nach Produkttyp und Wert, 2003-2007	12.	<b>UNTERNEHMENSPROFILE</b>
3.2.2	Baufertigstellungen im Nichtwohnbereich	5.6.4	Prognose, nach Produkttyp und Wert, 2008-2012	12.1	3M Deutschland
3.2.2.1	Baufertigstellungen in Deutschland im Nichtwohnbereich, nach Baumaßnahme, 2002-2006	5.6.5	Nach Endabnehmer und Wert, 2007	12.2	ABEBA
3.2.2.2	Baufertigstellungen im Nichtwohnbereich in Deutschland, nach Bauherr, 2006	5.7	<b>Hautschutz</b>	12.3	Aearo
3.3	Soziales	5.7.1	Überblick, 2003-2007	12.4	Ansell
3.3.1	Entwicklung der Erwerbstätigen, nach Sektoren, 2002-2006	5.7.2	Prognose, Überblick, 2008-2012	12.5	ATLAS
3.3.2	Anzahl der Arbeitsunfälle, nach Kennzahl, 2002-2006	5.7.3	Nach Produkttyp und Wert, 2003-2007	12.6	Baak
3.3.3	Anzahl der meldepflichtigen Arbeitsunfälle, nach Kennzahl, 2000 und 2006	5.7.4	Prognose, nach Produkttyp und Wert, 2008-2012	12.7	Bartels Rieger Atemschutz
3.3.4	Anzahl der tödlichen Arbeitsunfälle, nach Kennzahl, 2000 und 2006	5.7.5	Nach Endabnehmer und Wert, 2007	12.8	BP
3.4	Technologie	5.8	<b>Fallschutz</b>	12.9	BORNACK
3.5	Umwelt	5.8.1	Überblick, 2003-2007	12.10	Cofra
3.6	Legislative	5.8.2	Prognose, Überblick, 2008-2012	12.11	Dräger Safety
3.6.1	DIN-Normen im Bereich Fußschutz	5.8.3	Nach Endabnehmer und Wert, 2007	12.12	ELTEN
3.6.2	DIN-Normen im Bereich Körperschutz	5.9	<b>Augenschutz</b>	12.13	HASE Lederfabrik
3.6.3	DIN-Normen im Bereich Handschutz	5.9.1	Überblick, 2003-2007	12.14	JAL
3.6.4	DIN-Normen im Bereich Atemschutz	5.9.2	Prognose, Überblick, 2008-2012	12.15	KCL Deutschland
3.6.5	DIN-Normen im Bereich Haut-, Augen- und Gehörschutz	5.9.3	Nach Produkttyp und Menge, 2003-2007	12.16	Kimberly-Clark Professional
4.	<b>FAKTOREN, DIE DEN MARKT FÜR PERSÖNLICHES CHUTZAUSRÜSTUNG BEEINFLUSSEN</b>	5.9.4	Prognose, nach Produkttyp und Menge, 2008-2012	12.17	KÜBLER
4.1	Positive Markteinflüsse	5.9.5	Nach Endabnehmer und Wert, 2007	12.18	Kwintet Deutschland
4.2	Negative Markteinflüsse	5.10	<b>Gehörschutz</b>	12.19	MAPA
5.	<b>MARKTGRÖßE</b>	5.10.1	Überblick, 2003-2007	12.20	Mascot
5.1	Marktgröße und Trends	5.10.2	Prognose, Überblick, 2008-2012	12.21	Moldex-Metric
5.1.1	Überblick, 2003-2007	5.10.3	Nach Produkttyp und Menge, 2003-2007	12.22	MSA AUER
5.1.2	Prognose, Überblick, 2008-2012	5.10.4	Prognose, nach Produkttyp und Menge, 2008-2012	12.23	North Safety Products
5.2	<b>Marktsegmentierung</b>	5.10.5	Nach Produkttyp und Wert, 2003-2007	12.24	Peter Greven
5.2.1	Nach Produktkategorie und Wert, 2003-2007	5.10.6	Prognose, nach Produkttyp und Wert, 2008-2012	12.25	PLANAM
5.2.2	Prognose, nach Produktkategorie und Wert, 2008-2012	5.10.7	Nach Endabnehmer und Wert, 2007	12.26	rofa
5.3	<b>Körperschutz</b>	5.11	<b>Kopfschutz</b>	12.27	Schuberth
5.3.1	Überblick, 2003-2007	5.11.1	Überblick, 2003-2007	12.28	Sperian Protection
5.3.2	Prognose, Überblick, 2008-2012	5.11.2	Prognose, Überblick, 2008-2012	12.29	Scott Health & Safety
5.3.3	Nach Produkttyp und Menge, 2003-2007	5.11.3	Nach Endabnehmer und Wert, 2007	12.30	STEITZ SECURA®
5.3.4	Prognose, nach Produkttyp und Menge, 2008-2012	5.12	<b>Endabnehmeranalyse</b>	12.31	Stockhausen
5.3.5	Nach Produkttyp und Wert, 2003-2007	5.12.1	Metallindustrie, 2007	12.32	UVEX ARBEITSSCHUTZ
5.3.6	Prognose, nach Produkttyp und Wert, 2008-2012	5.12.2	Chemieindustrie, 2007	12.33	Voss-Helme
5.3.7	Nach Endabnehmer und Wert, 2007	5.12.3	Bauwesen, 2007	12.34	Woellner Group
5.4	<b>Fußschutz</b>	5.12.4	Öffentliche Einrichtungen, 2007	13.	<b>SWOT ANALYSE</b>
5.4.1	Überblick, 2003-2007	5.12.5	Rohstoffindustrie, 2007	13.1	Stärken
5.4.2	Prognose, Überblick, 2008-2012	5.12.6	Transportindustrie, 2007	13.2	Schwächen
5.4.3	Nach Produkttyp und Menge, 2003-2007	5.12.7	Elektroindustrie, 2007	13.3	Möglichkeiten
5.4.4	Prognose, nach Produkttyp und Menge, 2008-2012	5.12.8	Land- und Forstwirtschaft, 2007	13.4	Gefahren
5.4.5	Nach Endabnehmer und Wert, 2007	5.12.9	Handwerk, 2007	14.	<b>VERBÄNDE</b>
5.5	<b>Handschutz</b>	5.12.10	Dienstleistungsbereich, 2007	15.	<b>ZEITSCHRIFTEN</b>
5.5.1	Überblick, 2003-2007	5.12.11	Gesundheitswesen, 2007	16.	<b>MESSEN &amp; AUSSTELLUNGEN</b>
5.5.2	Prognose, Überblick, 2008-2012	5.12.12	Sonstige Endabnehmerbereiche, 2007	17.	<b>VERWANDTE MARKTSTUDIEN</b>
5.5.3	Nach Produkttyp und Menge, 2003-2007	6.	<b>INDUSTRIESTRUKTUR</b>		
		6.1	Körperschutz		
		6.2	Fußschutz		
		6.3	Handschutz		
		6.4	Atemschutz		
		6.5	Hautschutz		
		6.6	Fallschutz		
		6.7	Augenschutz		
		6.8	Gehörschutz		
		6.9	Kopfschutz		
		7.	<b>MARKTANTEILE</b>		
		7.1	Körperschutz		
		7.2	Fußschutz		
		7.3	Handschutz		
		7.4	Kopfschutz		
		8.	<b>PREISSTRATEGIEN</b>		
		9.	<b>MARKETING MIX</b>		
		9.1	Produkt		

Jeder Kunde erhält eine Excel Version der quantitativen Daten des Berichtes. Die Excel Datei ermöglicht es Ihnen:

- Daten unter Einbeziehung eigener Szenarien zu bearbeiten
- Das Errechnen der eigenen Marktposition
- Das Einfügen der Daten in Ihre Reports und Präsentationen

Das komplette Tabellenverzeichnis und Beispielseiten finden Sie unter: [www.msi-reports.de](http://www.msi-reports.de)

Dort finden Sie auch Informationen zu weiteren Studien über den Markt für persönliche Schutzausrüstung in den Ländern:

- Spanien, Frankreich und UK

# Diese Studie beinhaltet 286 Seiten und 85 Tabellen, die Ihnen einen umfassenden Überblick liefern

## SEGMENTIERUNG

- Der deutsche Markt für persönliche Schutzausrüstung, nach Produktkategorie und Wert, 2003-2012:
  - Körperschutz
  - Fußschutz
  - Handschutz
  - Atemschutz
  - Hautschutz
  - Fallschutz
  - Augenschutz
  - Gehörschutz
  - Kopfschutz
- Der deutsche Markt für Körperschutz, nach Produkttyp, Menge und Wert, 2003-2012:
  - Einwegschutzbekleidung
  - Wetterschutzbekleidung
  - Chemikalienschutz
  - Warnschutz
  - Maschinenschutz
  - Hitzeschutz
  - Kälteschutz
  - Schweißerschutz
  - Sonstige Körperschutzausrüstung
- Der deutsche Markt für Fußschutz, nach Menge und Wert, 2003-2012
- Der deutsche Markt für Fußschutz, nach Produkttyp und Menge, 2003-2012:
  - Schutzschuhe
  - Berufsschuhe
  - Sicherheitsschuhe
- Der deutsche Markt für Handschutz, nach Produkttyp, Menge und Wert, 2003-2012:
  - Synthetikhandschuhe
  - Textilhandschuhe
  - Lederhandschuhe
- Der deutsche Markt für Atemschutz, nach Produkttyp und Wert, 2003-2012:
  - Isoliergeräte
  - Filtergeräte
  - Einwegmasken
- Der deutsche Markt für Hautschutz, nach Produkttyp und Wert, 2003-2012:
  - Hautreinigung
  - Hautpflege
  - Hautschutz
- Der deutsche Markt für Fallschutz, nach Wert, 2003-2012
- Der deutsche Markt für Augenschutz, nach Menge und Wert, 2003-2012
- Der deutsche Markt für Augenschutz, nach Produkttyp und Menge, 2003-2012:
  - Gestellbrille
  - Korbbrille
  - Visier
- Der deutsche Markt für Gehörschutz, nach Produkttyp, Menge und Wert, 2003-2012:
  - Gehörschutzstöpsel
  - Gehörschutzkapseln
- Der deutsche Markt für Kopfschutz, nach Menge und Wert, 2003-2012
- Der deutsche Markt für Körperschutz, Fußschutz, Handschutz, Atemschutz, Hautschutz, Fallschutz, Augenschutz, Gehörschutz und Kopfschutz, nach Endabnehmer und Wert, 2007:
  - Metallindustrie
  - Bauwesen
  - Öffentliche Einrichtungen
  - Rohstoffindustrie
  - Chemieindustrie
  - Land- und Forstwirtschaft
  - Handwerk
  - Gesundheitswesen
  - Elektroindustrie
  - Dienstleistung
  - Transportindustrie
  - Sonstige Abnehmer

## Diese Studie enthält des Weiteren:

- **PESTL Analyse**
- **Faktoren, die den Markt für persönliche Schutzausrüstung beeinflussen**
- **Endabnehmeranalyse**
- **Industriestruktur**
- **Marktanteile**
  - Körperschutz
  - Fußschutz
  - Handschutz
  - Kopfschutz
- **Preisstrategien**
- **Marketing Mix**
- **Vertriebsstruktur**
  - Bauwesen
  - Industrie
  - Dienstleistungsbereich
- **Fusionen & Akquisitionen**
- **34 Unternehmensprofile**
- **SWOT Analyse**

## TABELLENVERZEICHNIS

- 1) Konjunkturindikatoren der deutschen Wirtschaft, 2001-2006
- 2) Durchschnittszinsen in Deutschland, 2002-2007
- 3) Baufertigstellungen in Deutschland im Nichtwohnbereich, nach Baumaßnahme, 2002-2006
- 4) Baufertigstellungen im Nichtwohnbereich in Deutschland, nach Bauherr, 2006
- 5) Entwicklung der Erwerbstätigen in Deutschland, nach Sektoren, 2002-2006
- 6) Anzahl der Arbeitsunfälle in Deutschland, nach Kennzahl, 2002-2006
- 7) Anzahl der meldepflichtigen Arbeitsunfälle, 2000 und 2006
- 8) Anzahl der meldepflichtigen Arbeitsunfälle, 2000 und 2006
- 9) Anzahl der tödlichen Arbeitsunfälle, 2000 und 2006
- 10) Anzahl der tödlichen Arbeitsunfälle, 2000 und 2006
- 11) Der deutsche Markt für persönliche Schutzausrüstung, Überblick, 2003-2007
- 12) Prognose des deutschen Marktes für persönliche Schutzausrüstung, Überblick, 2008-2012
- 13) Der deutsche Markt für persönliche Schutzausrüstung, nach Produktkategorie, 2003-2007
- 14) Prognose des deutschen Marktes für persönliche Schutzausrüstung nach Produktkategorie und Wert, 2008-2012
- 15) Der deutsche Markt für Körperschutz, Überblick, 2003-2007
- 16) Prognose des deutschen Marktes für Körperschutz, Überblick, 2008-2012
- 17) Der deutsche Markt für Körperschutz, nach Produkttyp und Menge, 2003-2007
- 18) Prognose des deutschen Marktes für Körperschutz, nach Produkttyp und Menge, 2008-2012
- 19) Der deutsche Markt für Körperschutz, nach Produkttyp und Wert, 2003-2007
- 20) Prognose des deutschen Marktes für Körperschutz, nach Produkttyp und Wert, 2008-2012
- 21) Der deutsche Markt für Körperschutz, nach Endabnehmer, 2007
- 22) Der deutsche Markt für Fußschutz, Überblick, 2003-2007
- 23) Prognose des deutschen Marktes für Fußschutz, Überblick, 2008-2012
- 24) Der deutsche Markt für Fußschutz, nach Produkttyp und Menge, 2003-2007
- 25) Prognose des deutschen Marktes für Fußschutz, nach Produkttyp und Menge, 2008-2012
- 26) Der deutsche Markt für Fußschutz, nach Endabnehmer, 2007
- 27) Der deutsche Markt für Handschutz, Überblick, 2003-2007
- 28) Prognose des deutschen Marktes für Handschutz, Überblick, 2008-2012
- 29) Der deutsche Markt für Handschutz, nach Produkttyp und Menge, 2003-2007
- 30) Prognose des deutschen Marktes für Handschutz, nach Produkttyp und Menge, 2008-2012
- 31) Der deutsche Markt für Handschutz, nach Produkttyp und Wert, 2003-2007
- 32) Prognose des deutschen Marktes für Handschutz, nach Produkttyp und Wert, 2008-2012
- 33) Der deutsche Markt für Handschutz, nach Endabnehmer, 2007
- 34) Der deutsche Markt für Atemschutz, Überblick, 2003-2007
- 35) Prognose des deutschen Marktes für Atemschutz, Überblick, 2008-2012
- 36) Der deutsche Markt für Atemschutz, nach Produkttyp und Wert, 2003-2007
- 37) Prognose des deutschen Marktes für Atemschutz, nach Produkttyp und Wert, 2008-2012

- 38) Der deutsche Markt für Atemschutz, nach Endabnehmer, 2007
- 39) Der deutsche Markt für Hautschutz, Überblick, 2003-2007
- 40) Prognose des deutschen Marktes für Hautschutz, Überblick 2008-2012
- 41) Der deutsche Markt für Hautschutz, nach Produkttyp und Wert, 2003-2007
- 42) Prognosen des deutschen Marktes für Hautschutz, nach Produkttyp und Wert, 2008-2012
- 43) Der deutsche Markt für Hautschutz, nach Endabnehmer, 2007
- 44) Der deutsche Markt für Fallschutz, Überblick, 2003-2007
- 45) Prognose des deutschen Marktes für Fallschutz, Überblick, 2008-2012
- 46) Der deutsche Markt für Fallschutz, nach Endabnehmer, 2007
- 47) Der deutsche Markt für Augenschutz, Überblick, 2003-2007
- 48) Prognose des deutschen Marktes für Augenschutz, Überblick 2008-2012
- 49) Der deutsche Markt für Augenschutz, nach Produkttyp und Menge, 2003-2007
- 50) Prognose des deutschen Marktes für Augenschutz, nach Produkttyp und Menge, 2008-2012
- 51) Der deutsche Markt für Augenschutz, nach Endabnehmer, 2007
- 52) Der deutsche Markt für Gehörschutz, Überblick, 2003-2007
- 53) Prognose des deutschen Marktes für Gehörschutz, Überblick 2008-2012
- 54) Der deutsche Markt für Gehörschutz, nach Produkttyp und Menge, 2003-2007
- 55) Prognose des deutschen Marktes für Gehörschutz, nach Produkttyp und Menge, 2008-2012
- 56) Der deutsche Markt für Gehörschutz, nach Produkttyp und Wert, 2003-2007
- 57) Prognose des deutschen Marktes für Gehörschutz nach Produkttyp und Wert, 2008-2012
- 58) Der deutsche Markt für Gehörschutz, nach Endabnehmer, 2007
- 59) Der deutsche Markt für Kopfschutz, Überblick, 2003-2007
- 60) Prognose des deutschen Marktes für Kopfschutz, Überblick, 2008-2012
- 61) Der deutsche Markt für Kopfschutz, nach Endabnehmer, 2007
- 62) Der deutsche Markt für persönliche Schutzausrüstung in der Metallindustrie, nach Produktkategorie und Wert, 2007
- 63) Der deutsche Markt für Persönliche Schutzausrüstung in der Chemieindustrie, nach Produktkategorie und Wert, 2007
- 64) Der deutsche Markt für Persönliche Schutzausrüstung im Bauwesen, nach Produktkategorie und Wert, 2007
- 65) Der deutsche Markt für Persönliche Schutzausrüstung in Öffentlichen Einrichtungen, nach Produktkategorie und Wert, 2007
- 66) Der deutsche Markt für Persönliche Schutzausrüstung in der Rohstoffindustrie, nach Produktkategorie und Wert, 2007
- 67) Der deutsche Markt für Persönliche Schutzausrüstung in der Transportindustrie, nach Produktkategorie und Wert, 2007
- 68) Der deutsche Markt für Persönliche Schutzausrüstung in der Elektroindustrie, nach Produktkategorie und Wert, 2007
- 69) Der deutsche Markt für Persönliche Schutzausrüstung in der Land- und Forstwirtschaft, nach Produktkategorie und Wert, 2007
- 70) Der deutsche Markt für Persönliche Schutzausrüstung im Handwerk, nach Produktkategorie und Wert, 2007
- 71) Der deutsche Markt für Persönliche Schutzausrüstung im Dienstleistungsbereich, nach Produktkategorie und Wert, 2007
- 72) Der deutsche Markt für Persönliche Schutzausrüstung im Gesundheitswesen, nach Produktkategorie und Wert, 2007
- 73) Der deutsche Markt für Persönliche Schutzausrüstung in sonstigen Endabnehmerbereichen, nach Produktkategorie und Wert, 2007
- 74) Marktanteile im deutschen Markt für Körperschutz, 2007
- 75) Marktanteile im deutschen Markt für Fußschutz, 2007
- 76) Marktanteile im deutschen Markt für Handschutz, 2007
- 77) Marktanteile im deutschen Markt für Kopfschutz, 2007
- 78) Vertriebswege für Endverbraucher im Bauwesen, 2007
- 79) Vertriebswege für Endverbraucher in der Industrie, 2007
- 80) Vertriebswege für Endverbraucher im Dienstleistungsbereich, 2007
- 81) Finanzieller Überblick von 3M weltweit, 2002-2006
- 82) Finanzieller Überblick des Aearo Konzerns, 2001-2005
- 83) Finanzieller Überblick von Dräger Safety, 2002-2006
- 84) Finanzieller Überblick von Kwinet Deutschland, 2002-2006
- 85) Finanzieller Überblick der Sperian Protection Group, 2004-2006

## Bestellformular:

### MSI Marktstudie: Der Markt für Persönliche Schutzausrüstung in Deutschland (März 2008)

#### Adresse

Name:	_____
Position:	_____
Firma:	_____
Adresse:	_____
<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	_____
E-Mail:	_____
Telefon:	_____
UST-Ident-NR.: DE	_ _ _ _ _
Unterschrift:	_____ Datum: _____

Faxen Sie Ihre Bestellung an:  
**00 44 12 44 681 457**

Mailen Sie Ihre Bestellung an:  
**info@msi-reports.de**

Senden Sie Ihre Bestellung an:  
**MSI Reports**  
**Viscount House**  
**River Lane, Saltney**  
**Chester**  
**CH4 8RH**  
**England**

Weitere Informationen erhalten Sie unter:  
**Tel: 00 44 12 44 670 725**  
**URL: www.msi-reports.de**

#### Bestellinformationen

**Ich möchte die MSI Marktstudie: Der Markt für Persönliche Schutzausrüstung in Deutschland im folgenden Format erwerben:**

- Druckversion des Berichts zum Preis von 1.745 € (beinhaltet die Excel Version der Studie)
- per E-Mail\* zum Preis von 1.745 €\*\* (beinhaltet die Excel Version der Studie)
- auf CD-Rom zum Preis von 1.745 €\*\* (beinhaltet die Excel Version der Studie)
- per E-Mail und als Druckversion zum Preis von 2.325 €\*\* (beinhaltet die Excel Version der Studie)

\* Um Ihnen keine neuesten Marktinformationen vorzuenthalten, werden wir Sie bei Veröffentlichung neuer Marktstudien per Email informieren. Falls Sie dies nicht wünschen, kreuzen Sie bitte Folgendes an:  Nein, das möchte ich nicht.  Ja, aber bitte nur für die Themenbereiche:

\*\* Alle Preise ohne gesetzliche Mehrwertsteuer. Für EU-Kunden außerhalb Großbritanniens: Wenn Sie uns Ihre UST-Ident-NR mitteilen, wird Ihnen keine Mehrwertsteuer berechnet. Andernfalls müssen wir Ihnen 17,5% Mehrwertsteuer auf Studien im Format E-Mail und CD-Rom belasten. Studien in Druckversion sind mehrwertsteuerfrei. Für Fragen stehen wir Ihnen gerne telefonisch zur Verfügung. Sie erhalten für alle Bestellungen eine Rechnung mit ausgewiesener Mehrwertsteuer.

**MSI hat weitere Studien zu diesem Themenbereich veröffentlicht. Bitte senden Sie mir zusätzlich folgende Studien:**

- MSI Étude: Le Marché des Équipements de Protection Individuelle en France, in Französisch, November 2007, 1.745€
- Informe MSI: El Mercado de los Equipos de Protección Individual en España, in Spanisch, November 2007, 1.745€
- MSI Data Report: Personal Protective Equipment: France, in Englisch, Januar 2008, 1.745€
- MSI Data Report: Personal Protective Equipment: Spain, in Englisch, Januar 2008, 1.745€
- MSI Data Report: Personal Protective Equipment: UK, in Englisch, Dezember 2007, 1.745€

**Machen Sie von unserem Angebot Gebrauch:**

- 5% Preisnachlass beim Kauf von 2 MSI Marktstudien  15% Preisnachlass beim Kauf von 4 MSI Marktstudien
- 10% Preisnachlass beim Kauf von 3 MSI Marktstudien  20% Preisnachlass beim Kauf von 5 MSI Marktstudien

#### Zahlungsdetails

Zahlung per **Kreditkarte**:  Visa  Mastercard  AMEX

Gültig bis:     Karten-Sicherheitscode\*:

Kartenummer:

Zahlung per Scheck/**Überweisung**: Zahlung innerhalb von 15 Tagen nach Erhalt der Rechnung  
(Verwaltungskosten von 10€)

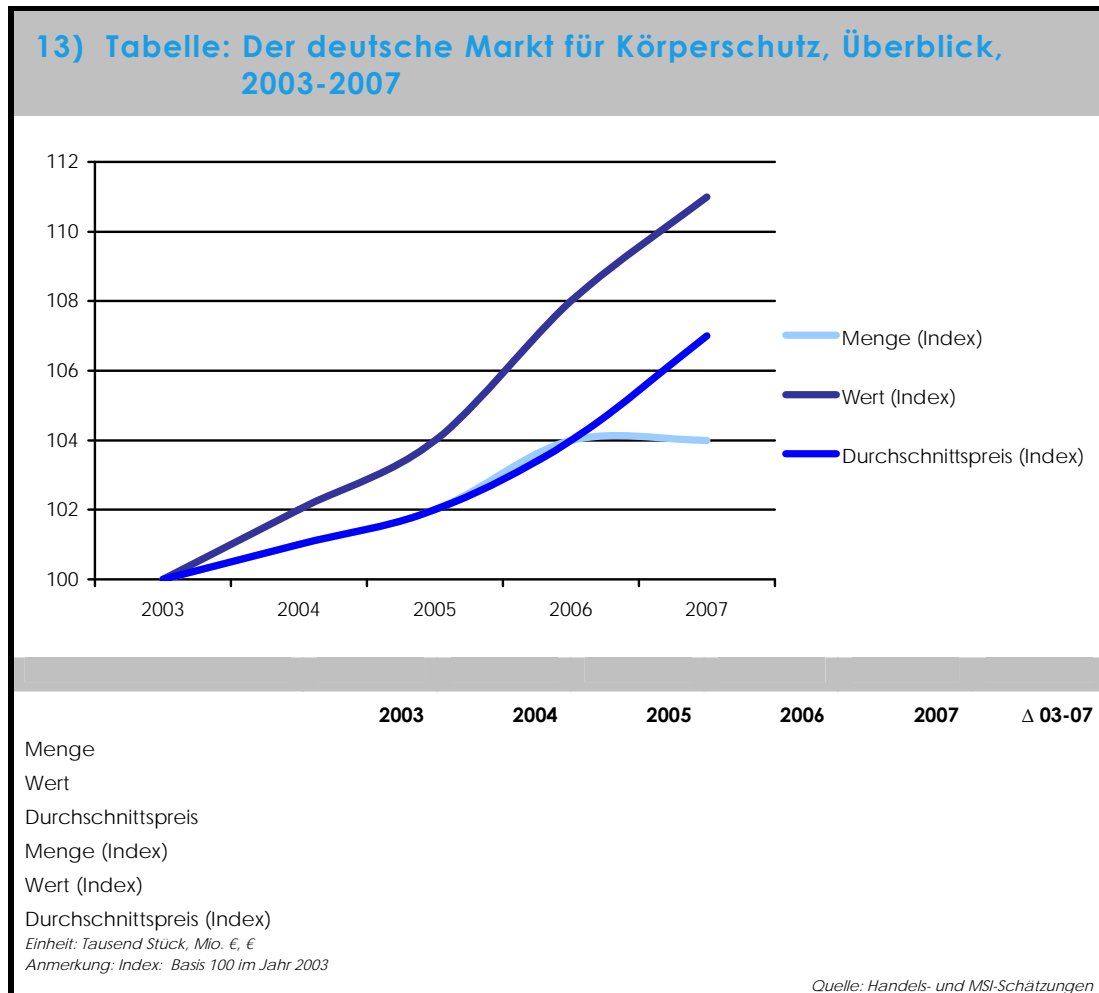
Ein **Scheck** für den Rechnungsbetrag liegt der Bestellung bei

D1

\* Der Sicherheitscode besteht aus 3 Ziffern und befindet sich in der rechten, oberen Ecke des Unterschriftenfelds auf der Rückseite Ihrer Kreditkarte.

## 5.3 Körperschutz

### 5.3.1 Überblick, 2003-2007



- Der **Markt für Körperschutz** entwickelte sich im Untersuchungszeitraum positiv.

- Das Marktvolumen stieg jährlich an, wobei die stärkste Nachfragesteigerung im Jahr 2006 beobachtet werden konnte.

- Deutlichere Nachfragesteigerungen des Teilmarktes wurden jedoch durch die Arbeitsplatzverlagerung ins osteuropäische Ausland verhindert.

- Kontinuierliche Kontrollen der Berufsgenossenschaften führten zu einer Sensibilisierung in diesem Markt. Aufgrund von Gefahrenbeurteilungen in den Unternehmen wurden Risiken am

Arbeitsplatz verstärkt wahrgenommen. Die betroffenen Arbeitnehmer wurden folglich anstelle mit herkömmlicher Berufsbekleidung mit Arbeitsschutzkleidung ausgestattet, was die Nachfrage steigerte.

- Weiterhin führten **allgemeine Einflussfaktoren** wie die positive Entwicklung der deutschen Baubranche sowie die gute wirtschaftliche Lage zum Ende des Untersuchungszeitraumes, zu Bedarfssteigerungen für Produkte im Bereich des Körperschutzes.

- **Im Bereich der Einwegschutzkleidung** wirkte sich die Medienberichterstattung um die Vogelgrippe positiv auf die Nachfrage aus. Handelsquellen zufolge hatte jedoch der erhöhte Bedarf von Einwegschutzkleidung nur kurzfristig eine positive Entwicklung zur Folge. Dennoch konnte sich der Marktwert durch die kurzfristige Steigerung der Nachfrage im Jahr 2005 positiver entwickeln als das Marktvolumen.

- Des Weiteren wurde der Marktwert durch folgende zwei Faktoren positiv beeinflusst.

- Einerseits stieg zu Beginn des Untersuchungszeitraumes die Nachfrage nach **qualitativ hochwertiger Schutzkleidung**. Die Hersteller investierten verstärkt in die Forschung zur Verbesserung der Materialeigenschaften und boten verstärkt Schutzkleidung in hoher Qualität an. Dies erhöhte den Durchschnittspreis in diesem Markt, was zu einer wertmäßigen Steigerung führte.

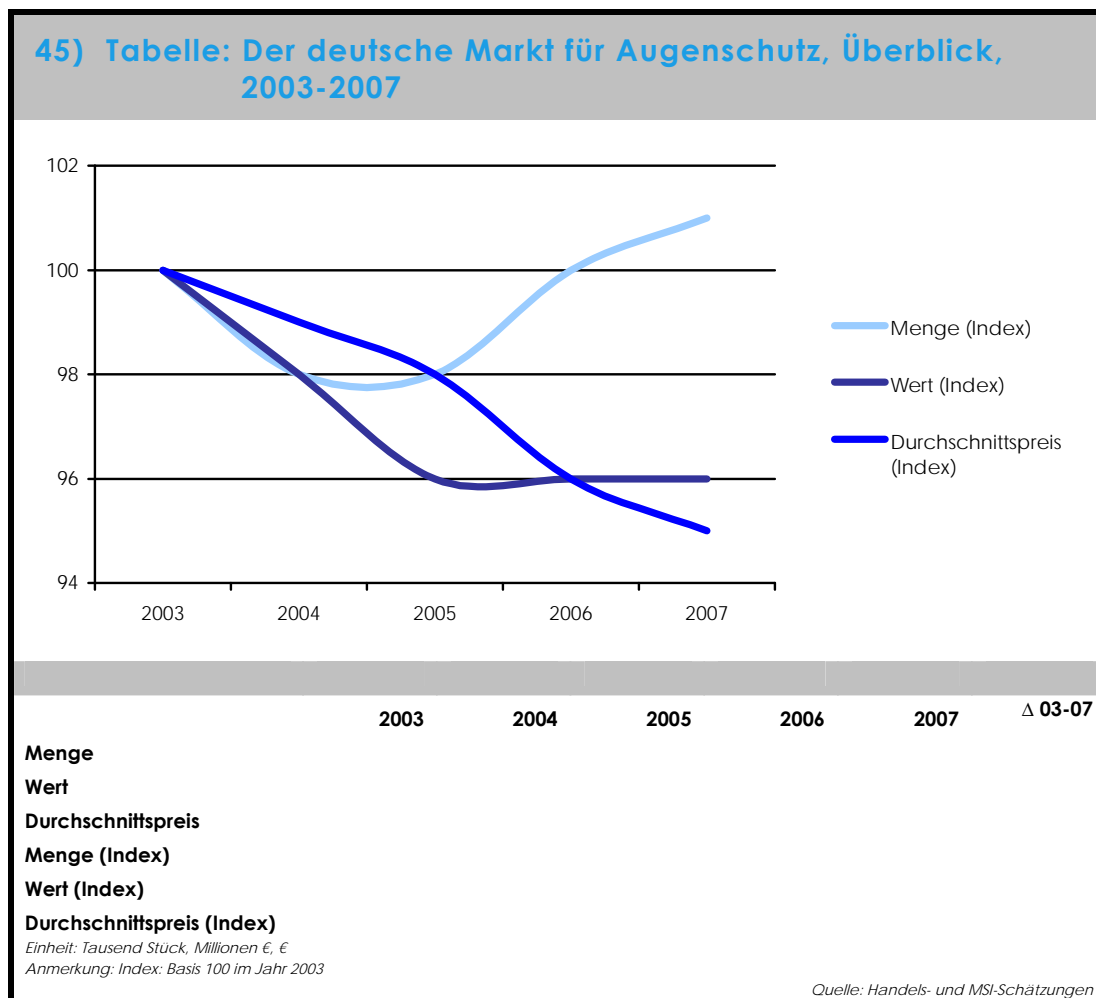
- Andererseits war die positive Entwicklung durch die **steigenden Rohölpreise** verursacht worden. Das Rohöl als Hauptmaterial im Markt für Körperschutz gilt hier als wesentlicher Einflussfaktor und hat bereits zu Beginn des Untersuchungszeitraumes zu geringfügigen Erhöhungen des Durchschnittspreises geführt. Ab dem Jahr 2005 wurden die Erhöhungen der Rohstoffpreise an die Endabnehmer weitergegeben. Dies führte zu einer Erhöhung des Durchschnittspreises und damit einhergehend zu Umsatzsteigerungen in der Branche.

- **Der Bereich des Warnschutzes** konnte wie auch der **Bereich des Hitze- und Kälteschutzes** aufgrund der Anwenderkreiserweiterung leichte Marktanteile hinzu gewinnen.

- Ein besonderer Fokus der Hersteller galt im Untersuchungszeitraum der **Verbesserung des Tragekomforts** der Kleidung. Materialkombinationen und die häufigere Verwendung von Gore-Tex erhöhten die Akzeptanz der Schutzkleidung. Weiterhin wurde persönliche Schutzkleidung durch die Angleichung an die Alltagsmode mittels moderner Schnitte, frischer Farben und erweiterter Größenpaletten bei den Endabnehmern bevorzugt, wodurch der Bedarf nach diesen Produkten anstieg.

## 5.9 Augenschutz

### 5.9.1. Überblick, 2003-2007



- Der **Markt für Augenschutz** war im Beobachtungszeitraum vom **Wegfall von Arbeitsplätzen** betroffen. So entwickelte sich die abgesetzte Menge konstant und der Marktwert negativ.

- Dies lag an dem **Preisdruck**, den **asiatische Hersteller** bewirkten. Die ausländischen, preisgünstigen Produkte, die sowohl in technisch einfachen als auch in speziellen Bereichen am Markt angeboten wurden, hielten den **Marktwert gering**.

- Infolge der **Vogelgrippe** im Jahr 2005 stieg die Nachfrage nach Augenschutz zunächst leicht an. Ab dem **Jahr 2006** entwickelte sich die verkaufte Menge von Augenschutz deutlich positiver. Handelsquellen gaben an, dass die meisten **Nachfrager zum Schutz vor der Vogelgrippe preisgünstige Produkte** im Bereich des Augenschutzes nachfragten. Dies führte nur zu einer leichten Umsatzsteigerung zum Ende des Untersuchungszeitraumes.

- So stieg die **Nachfrage nach Korbrillen** Anfang 2006 durch die Notwendigkeit **öffentlicher Einrichtungen**, tote Vögel entsorgen zu müssen, sehr stark an.

- Erst zum Ende des Untersuchungszeitraumes wurden laut Handelsquellen Preissteigerungen an die Endabnehmer weitergegeben. Ein wesentlicher Grund lag in der erneuten **Erhöhung des Rohölpreises**, welcher die Herstellungskosten ansteigen ließ. Dies führte dazu, dass sich die Durchschnittspreise leicht steigerten.

- Der Markt für Augenschutz war durch die **Verbesserung der Produkteigenschaften**, zum Beispiel durch Oberflächenbeschichtung gekennzeichnet. Dadurch wird das Beschlagen der Gläser verhindert, welche die Reinigung erleichtert und dem Anwender deutlich mehr Tragekomfort verschafft. Handelsquellen gaben in diesem Zusammenhang an, dass die verbesserten Produkteigenschaften nur zu einer **leichten Nachfragesteigerung** führten.

- Da die Sensibilisierung im Bereich Augenschutz als fortgeschritten gilt, versuchen Hersteller mittels der **Verbesserung der Anwenderfreundlichkeit** die Nachfrage zu erhöhen und möglichst viele Menschen zum Tragen ihrer Schutzausrüstung zu überzeugen.

- So wurde zum Beispiel die Biegsamkeit und die Möglichkeit der Anpassung auf verschiedene Gesichtsformen verbessert.

- Eine **neue Tendenz** war auch die Konstruktion von Bügeln, die sich besser falten lassen und die hinter dem Kopf zusammenlaufen und dadurch einen besseren Tragekomfort ermöglichen.