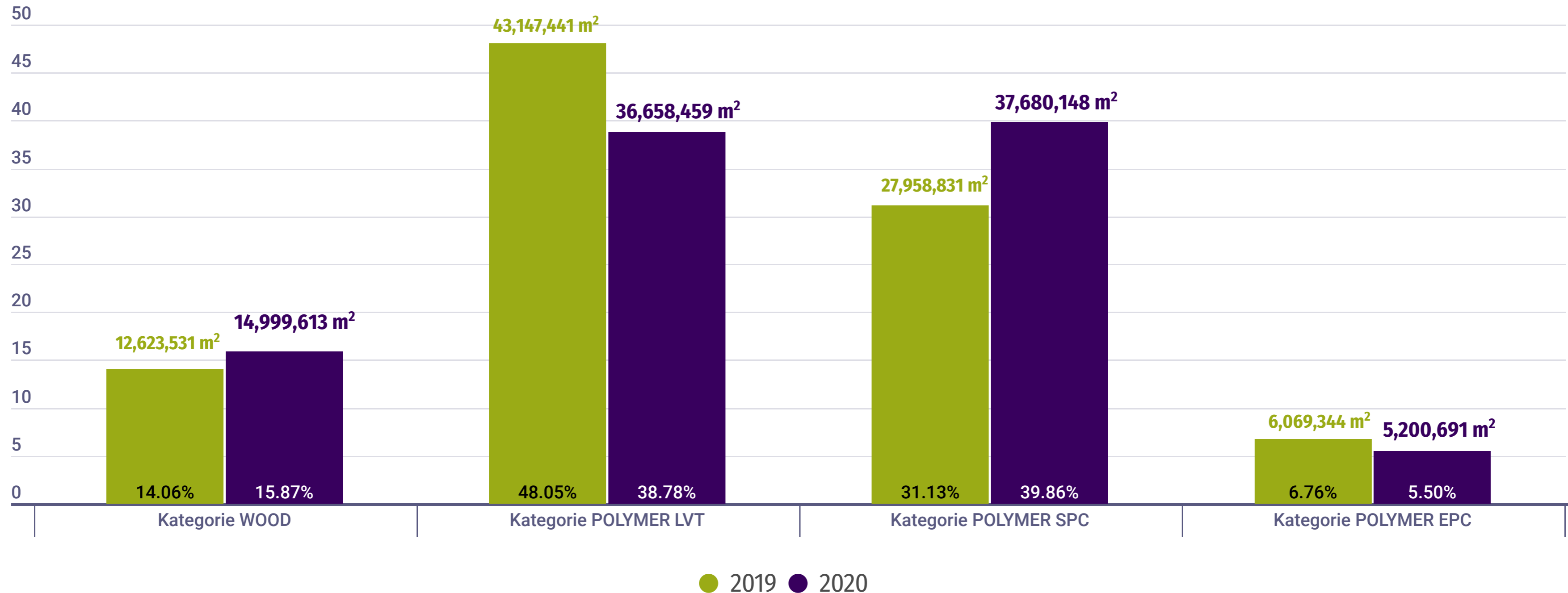


MMFA Gesamtabsatz 2019-2020

Anteile der Produktkategorien am Gesamtabsatz in %

m
m
f
a

Die globalen Verkaufszahlen der MMFA-Mitglieder für das Jahr 2020 zeigen, dass die Produkt-Kategorie „Wood“ mit einer globalen Umsatzsteigerung von + 18,82 % weiter wächst. Rigid-SPC-Produkte können ihre Marktdurchdringung in allen wichtigen Regionen mit einem stetigen Wachstum von + 34,8 % beibehalten, während das Wachstum der Produktkategorie "Polymer" durch COVID-19 beeinträchtigt wurde, da die Verkäufe am Ende des Jahres nur mäßig um + 3,1 % zunahmen. Der Gesamtumsatz stieg im 3. Quartal sprunghaft an, um den Rückschlag im 1. Quartal aufgrund der Anfänge der Pandemie und der Steuerprobleme mit den USA wieder aufzuholen.

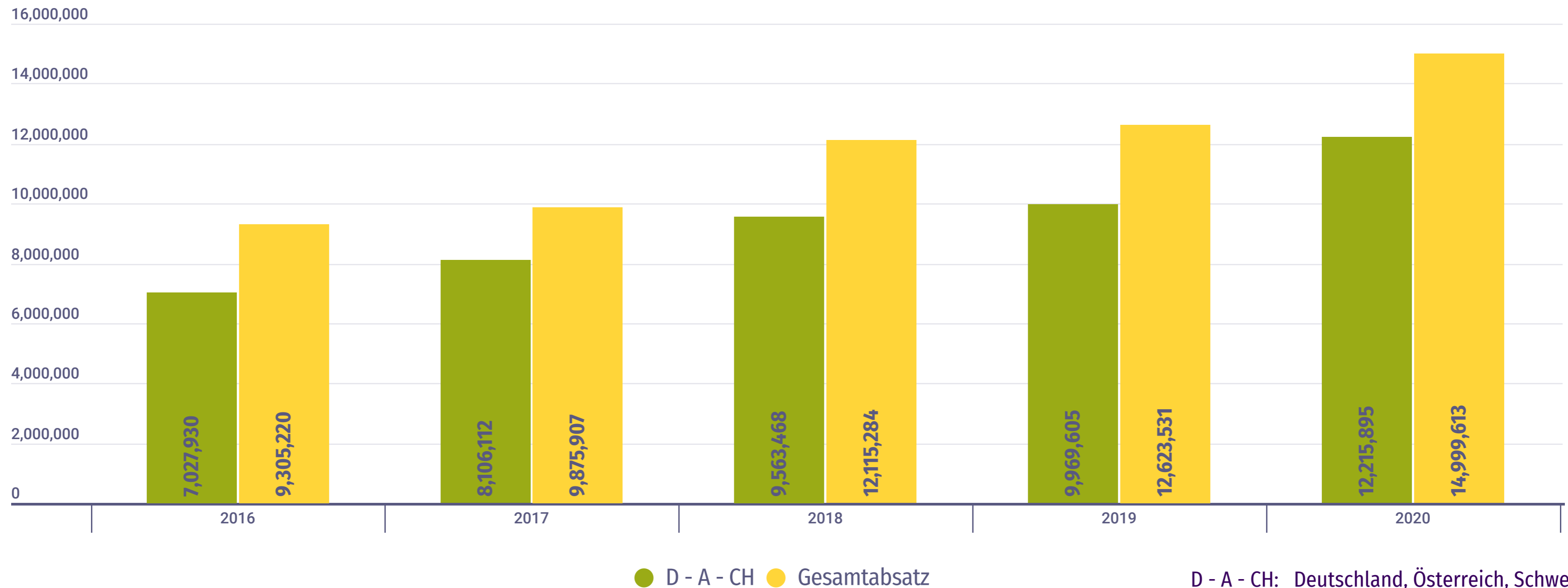


MMFA Kategorie WOOD

Gesamtabsatz 2016-2020

m
m
f
a

- Der Gesamtabsatz von Produkten der Kategorie „Wood“ erreichte im Jahr 2020 15,0 Mio. m², ein Anstieg von + 18,82 % gegenüber dem Jahr 2019
- Die Region, die mit Abstand den größten Umsatzanstieg verzeichnete, ist Nordamerika. Mit 0,1 Mio. m² hat sich der Umsatz im Jahr 2020 mehr als verdoppelt (+ 171,1 % gegenüber 2019)
- Mit einer Wachstumsrate von + 21,8 % überholte Osteuropa (0,8 Mio. m² verkauft) das Wachstum von Westeuropa (14,0 Mio. m², + 18,3 % vs. 2019)
- Die Auswirkungen von COVID-19 führten zu einem Umsatzrückgang in der Kategorie „Wood“ in Lateinamerika (- 35,8 % vs 2019), Afrika (- 630,9 % vs 2019) und Australien / Ozeanien (- 69,8 % vs 2019)

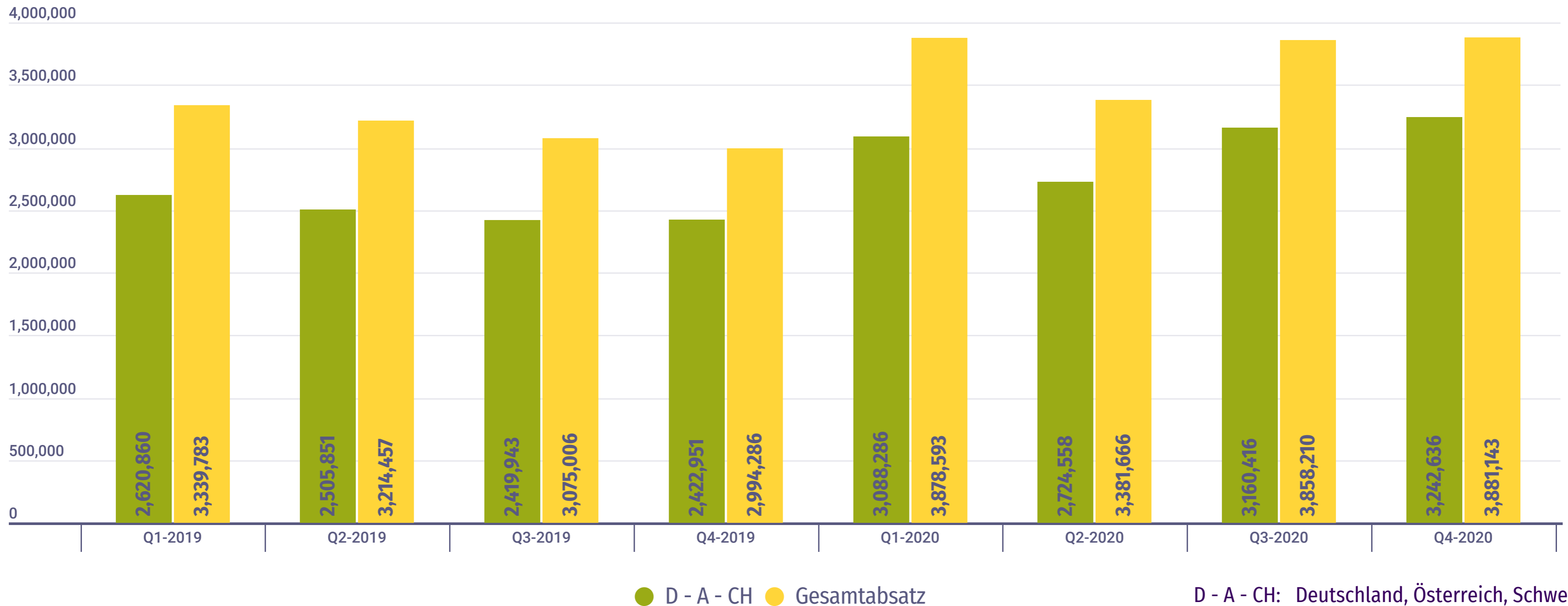


MMFA Kategorie WOOD

Quartalsumsatz in m² 2019-2020

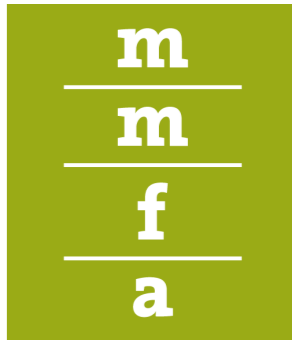


- Deutschland und Österreich hielten ihre Position als umsatzstärkste Länder in Westeuropa.
- In Deutschland wurden 10,3 Mio. m² verkauft (+ 25,2 % vs. 2019).
- Österreich verzeichnete Verkäufe von 1,4 Mio. m² (+ 9,2 % vs. 2019).
- Gleiches gilt für die Tschechische Republik. Sie war wie im Vorjahr das umsatzstärkste Land in Osteuropa (0,4 Mio. m², + 10 % vs 2019).

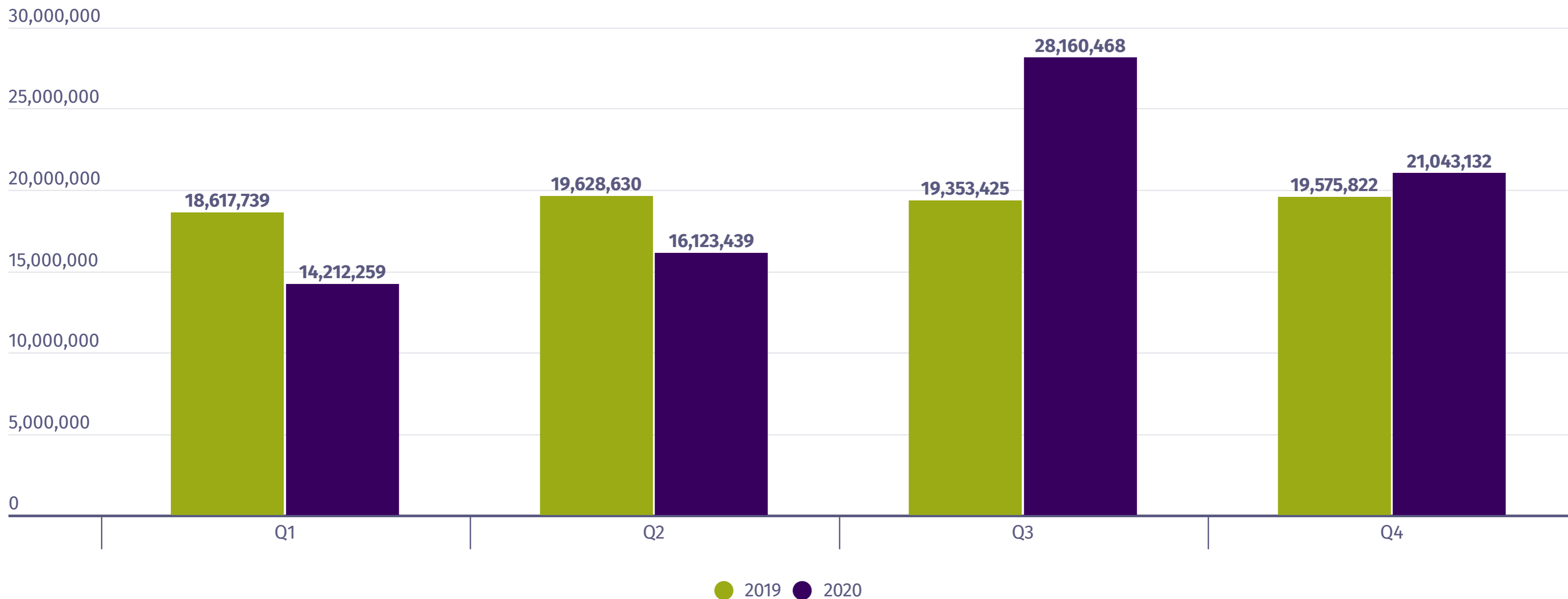


MMFA Kategorie POLYMER (accrued)

Quartalsumsatz in m² 2019-2020



- Im Jahr 2020 stieg der weltweite Absatz von Polymer-Produkten leicht um + 3,1 % im Vergleich zu 2019 auf 79,5 Mio. m².
- Der Haupttreiber für dieses positive Jahresergebnis waren Rigid-SPC-Produkte, die sich auch 2020 mit 37,7 Mio. m² verkaufter Fläche gut entwickelten (+ 34,8 % gegenüber 2019)
- Die anderen Polymer-Kategorien mussten Rückschläge hinnehmen mit 5,2 Mio. m² verkauften Rigid-EPC-Böden (- 14,31 % vs 2019) und 36,7 Mio. m² verkauften LVT-Böden (- 15 % vs 2019)

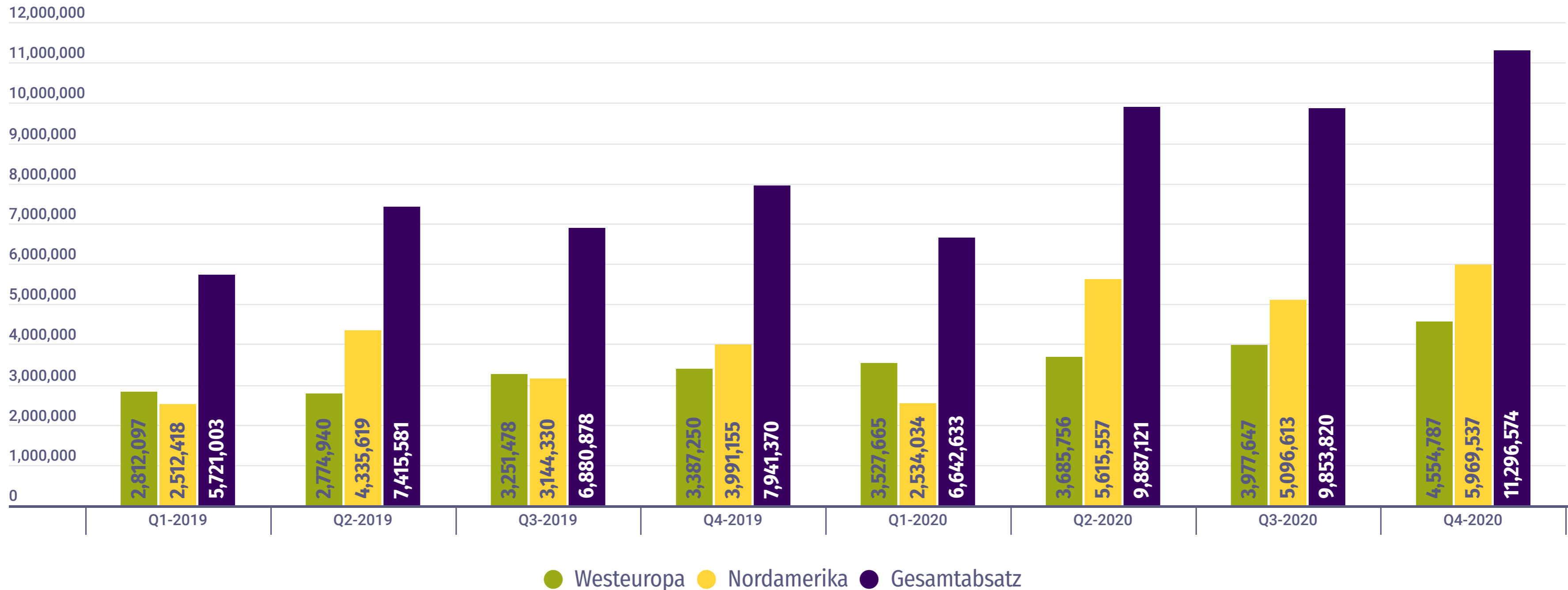


MMFA Kategorie POLYMER Rigid SPC

Quartalsumsatz in m² 2019-2020

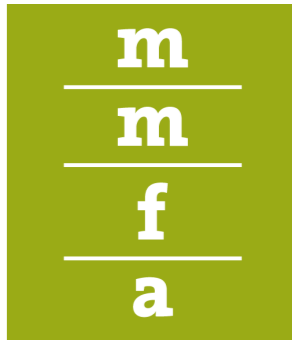
m
m
f
a

- Rigid-SPC-Produkte entwickelten sich auch 2020 mit 37,7 Mio. m² verkauften Böden gut (+ 34,8 % gegenüber 2019)
- Osteuropa: SPC-Produkte verzeichneten in der Region einen starken Umsatzanstieg von + 153,3 % (2,0 Mio. m² verkauft)
- Westeuropa: SPC war die einzige Produktkategorie, die 2020 wuchs (15,7 Mio. m², + 28,8 % vs. 2019)
- Die SPC-Kategorie war die stärkste aller Polymergruppen in Nordamerika mit 19,2 Mio. m² verkauftem Bodenbelag (+ 37,4 % vs 2019)
- Im Gegensatz zu anderen Regionen musste die SPC-Branche in Lateinamerika Rückschläge von - 22,2 % gegenüber 2019 hinnehmen (0,2 Mio. m² verkauft)

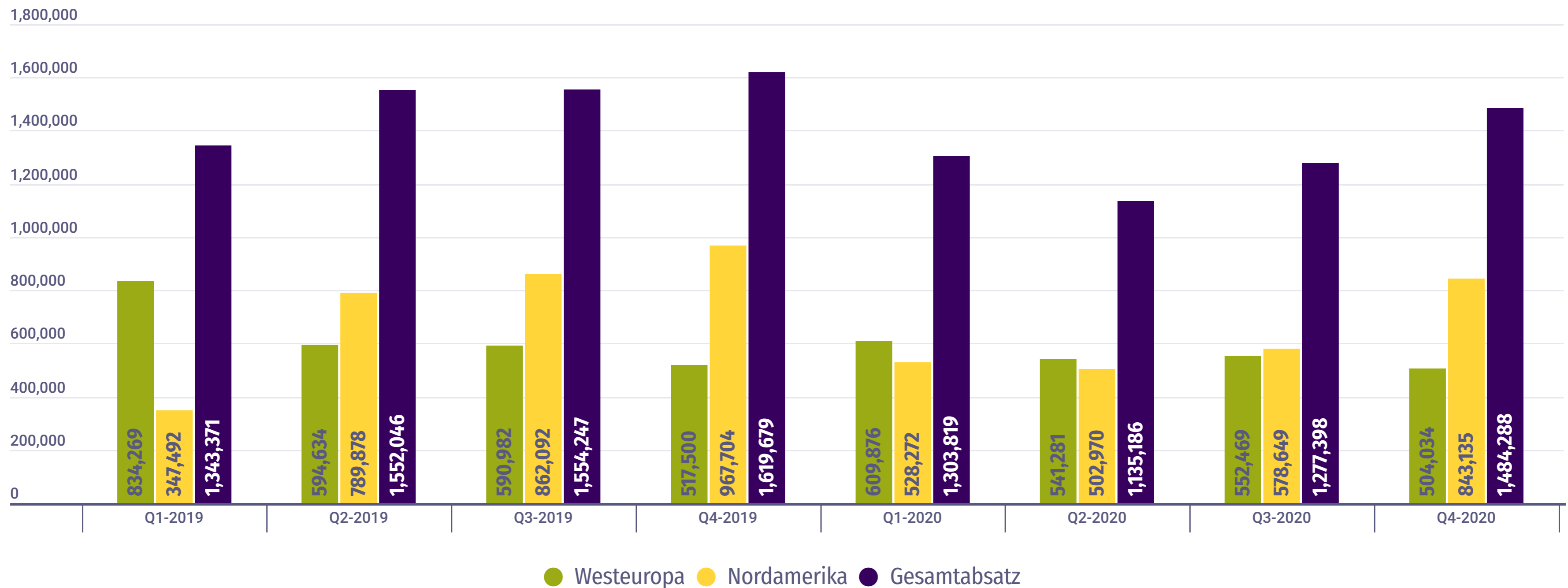


MMFA Kategorie POLYMER Rigid EPC

Quartalsumsatz in m² 2019-2020



- Die Kategorie Rigid EPC musste mit 5,2 Mio. m² Verkauf Rückschläge hinnehmen (- 14,31 % vs 2019)
- Osteuropa: Der Absatz von EPC ging zurück (0,2 Mio. m², - 19,3 % vs. 2019)
- Westeuropa: Der Absatz von EPC-Produkten (2,2 Mio. m²) ging um - 13,0 % zurück
- Nordamerika: Geringere Verkaufszahlen von EPC (2,5 Mio. m², - 17,3 % vs 2019)



MMFA Kategorie POLYMER LVT Click

Quartalsumsatz in m² 2019-2020



- Insgesamt gab es einen Rückgang innerhalb der LVT-Kategorie mit 36,7 Mio. m² verkauften LVT-Böden (- 15 % gegenüber 2019)
- Osteuropa: Rückgang beim Absatz von LVT-Bodenbelägen (2,7 Mio. m², - 0,3 % gegenüber 2019)
- Westeuropa: Größerer Rückgang von - 22,9 % (19,6 Mio. m² verkauft)
- Nordamerika: Die einzige Region mit einem Anstieg von + 4,0 % im Vergleich zu 2019 auf 13,4 Mio. m² verkaufte Produkte

