Sprachrohr und Plattform

Die AG Fliese nimmt weiter an Fahrt auf

Mit den ersten „Fliesen-Tagen 2022", die Mitte Mai in Berlin stattfanden, hat die AG Fliese im Gesprächskreis Baustoffindustrie/BDB den nächsten wichtigen Schritt getan, um die Fliese weiter ins Rampenlicht zu rücken und den gemeinsamen Austausch in der Branche voranzutreiben. Wie es dazu von Seiten des Bundesverbandes Deutscher Baustoff-Fachhandel (BDB) in Berlin hieß, sollen die Fliesen-Tage der Treffpunkt für die Fliesenbranche in Deutschland werden. Dazu soll die Veranstaltung künftig einmal pro Jahr stattfinden, flankiert durch Arbeitstagungen (zweimal jährlich) sowie die monatlichen Treffen des Lenkungskreises. Weiterhin sollen bestimmte Programmpunkte auch Nichtmitgliedern offenstehen, um gemeinsam in einem Netzwerk mit den internationalen Verbänden die Fliese voranzubringen und einen gemeinsamen Austausch in der Branche zu etablieren. „Dies ist eine Veranstaltung für einen Aufbruch", formulierte der BDB-Hauptgeschäftsführer Michael Hölker während der Veranstaltung. Anwesend waren in Summe rund 70 TeilnehmerInnen, die sich aus den Bereichen Handel, Industrie und den entsprechenden Verbänden rekrutierten.

Wachsende Mitgliederzahlen

Bereits im Frühjahr dieses Jahres hatte die AG Fliese eine erste Pressekonferenz veranstaltet, auf der sich die Vertreter des Arbeitskreises, darunter auch Klaus Kühn als Bereichsleiter Fliesen, nicht nur den Fragen der Fachjournalisten stellten, sondern ebenso über die Arbeit der Arbeitsgruppe informierten. Im Austausch mit den PressevertreterInnen konnte die 2018 vom BDB ins Leben gerufene AG Fliese von einer stetig wachsenden Mitgliederzahl berichten, betonte aber zugleich, weiterhin offen für Neuzugänge zu sein. Inzwischen gehören fast 50 Unternehmen aus Handel und Industrie sowie Verbände dem Zusammenschluss an. Als jüngstes Mitglied konnte der italienische Fliesenhersteller Marazzi in den Reihen der AG Fliese begrüßt werden. Auch mit dem Handwerker-Verband FFN laufen positive Gespräche, hieß es auf der Pressekonferenz.

Die AG Fliese sieht sich vor diesem Hintergrund als Branchen-Plattform und Sprachrohr der Fliesen- und Zubehörbranche. Zumal es der Arbeitsgruppe gelungen ist, mit Reinhard Fenski, Branchen-Experte AG Fliese im BDB, und Marketing-Experte Werner Altmayer zwei externe Berater gewonnen zu haben, die die Branchen bestens kennen und über entsprechende Netzwerke verfügen.

Fliesen-Boom erwartet

Hinzu kommt, dass der BDB einen Boom für die Fliese erwartet und deshalb mit der AG Fliese zugleich eine Produkt-Offensive an den Start gebracht hat. In ihr analysieren Branchenprofis neueste Zahlen, Daten und Fakten von Wissenschaft und Marktforschung. Sie untersuchen wirtschaftliche Entwicklungen, geben Prognosen und ermitteln Trends zum bundesweiten und europaweiten Marktgeschehen rund um die Fliese. Im Fokus der AG Fliese stehen dabei die

Im Gespräch mit ...

... Klaus Kühn, Bereichsleiter Fliesen und zugleich für die EUROBAUSTOFF in der AG Fliese aktiv.

Herr Kühn, die Gründung der AG Fliese vor vier Jahren war ein entscheidender Schritt, um die Fliese wieder mehr ins Rampenlicht zu rücken. Wie würden Sie die Entwicklung der AG Fliese seitdem beschreiben?

Zum Start waren direkt bedeutende Anschlusshäuser unserer Kooperation, aber auch bekannte Marktbegleiter an Bord. Also bestand und besteht auch weiterhin ein hohes Interesse an einer Branchenplattform für die Arbeit rund um die Fliese. Allerdings hat auch uns Corona den Start recht schwergemacht. Doch es geht voran, wie wir mit Blick auf die aktuelle Mitgliederentwicklung sehen. Wir freuen uns, weitere Hersteller und Händler für die Sache zu begeistern. Deshalb möchte ich an dieser Stelle an alle BDB-Mitglieder mit Fliesenspezialisierung appellieren: Schließen Sie sich der AG Fliese an! Unterstützen Sie uns in der AG Fliese. Informationen gibt es unter www.ag-fliese.de. Oder noch einfacher: Rufen Sie mich an.

Zuletzt fanden die Fliesen-Tage 2022 statt. Wie lautet hier Ihre erste Bilanz?

Die eigene Erwartung ist natürlich immer hoch. Noch gewichtiger ist aber das, was uns von den Teilnehmenden an Eindrücken erreicht hat. Und da können wir ohne Einschränkung sagen: Es war eine richtig gute Veranstaltung mit vielen Themen rund um den Markt, unter anderem mit Beteiligung der Fliesen-Industrie, vertreten durch BKF (Deutschland), Assiopiastrelle (Italien) und Ascer (Spanien). Wir haben mit weiteren externen Referenten einen Ausblick auf den Markt der Zukunft geben können. Daraus entstanden ist unter anderem das Projekt zum Thema Social-Media, wo wir als EUROBAUSTOFF für unsere Gesellschafter ein nützliches Instrument zur zeitgemäßen Kommunikation ableiten werden. Alles in allem: Das war als Auftaktveranstaltung richtig gut. Die nächste Veranstaltung im Mai 2023 ist auch schon in der Vorbereitung. Also, die Reise geht weiter!

Wie betrachten Sie die Entwicklung der Fliese in der EUROBAUSTOFF?

Die aktuelle Entwicklung ist geprägt vom Thema Energiepreise. Daraus folgend haben wir es mit einer hohen Verunsicherung bei allen Marktteilnehmenden in allen Marktteilen zu tun. Preiserhöhungen, die uns im laufenden Jahr mehrfach beschäftigt haben, stellen unsere Anschlusshäuser sowie deren Kundschaft vor absolut schwierige Herausforderungen. Es ist so viel in Bewegung wie noch nie. Erste Hersteller-Kapazitäten sind bereits aus dem Markt genommen worden – teils gewollt, teils ungewollt. Darüber hinaus wurden im Handel in den letzten Monaten hohe Lagerbestände aufgebaut, die es nun gilt, in den Markt zu bringen. Lieferfähigkeit ist somit eines der wesentlichen Themen. Aber in jeder Herausforderung stecken bekanntlich auch Chancen. Wir alle sind gefordert, Energie zu sparen und den Energieeinsatz zu optimieren. Das eröffnet für die Fliese unter der Überschrift „Energie sparen mit Keramik" in der Sanierung und im Neubau große Chancen: Denn der Einsatz von Fliesen in Verbindung mit einer Fußbodenheizung stellt eine optimale Lösung dar. Oder auf den Punkt gebracht: Es gibt nichts Effizienteres!

Akteure der kompletten Prozesskette – Hersteller, Fachhändler, Handwerker und Verantwortliche. Ebenso Industrieverbände und vor allem auch ausländische Kooperationspartner. Die AG Fliese will Updates für die Branche bieten, von der Marktbeobachtung bis hin zu Produktinfos, Marketingtipps und Know-how für AusstellungsberaterInnen. Diese formulierten Ziele konkretisierten sich im Nachgang auf den ersten Fliesen-Tagen mit der Veröffentlichung erster Studien und der Vorstellung aktueller Marktentwicklungen. Auf den Fliesen-Tagen präsentierten dazu der italienische Fliesenverband Confindustria Ceramica sowie der spanische Fliesenverband Pendant Ascer ihre Zahlen und Trendthemen, die durch die Einschätzung des Bundesverband Keramische Fliese (BKF) flankiert wurden. Daneben erhielten die Teilnehmenden der Fliesen-Tage Einblicke in den demographischen Wandel in unserer Gesellschaft, sowie erste Einblicke in aktuelle Studienergebnisse zum Thema „Architekt und Fliese" sowie eine Kurzpräsentation durch den FFN. Einen weiteren Schwerpunkt der Fliesen-Tage bildete das Thema Social-Media. In diesem Zusammenhang berichtete Professor Dr. Bernecker vom Deutschen Institut für Marketing unter der Überschrift „Fliesen ganzheitlich vermarkten". Im Anschluss wurde über die Möglichkeiten einer gemeinsamen Social-Media-Kampagne diskutiert.

Weiterhin haben der BDB, der BKF sowie der Fachverband Fliesen und Naturstein im ZDB (FFN) für ihre Mitglieder und alle Branchenbeteiligten eine Gemein-

schafts-Broschüre zur Nachhaltigkeit von Fliesen entwickelt, die als Argumentations-Leitfaden zur Endkundenberatung zur Verfügung steht. Ziel ist es, mit der zwölfseitigen Broschüre „Nachhaltig Bauen. Gesund Wohnen mit Fliesen aus Deutschland " übersichtlich und ansprechend alle wichtigen Antworten auf die Frage, wie nachhaltig Fliesen sind, zu beantworten. „Wir freuen uns, dass mit dem BDB, dem BKF sowie dem FFN alle Branchenverbände als Mitherausgeber der Broschüre fungieren. Durch diese Kooperation können wir die Fliese in der Wahrnehmung der Endkunden mit vereinter Kraft als nachhaltiges und klimafreundliches Belagsmaterial etablieren", hieß es von Michael Hölker (BDB), Jens Fellhauer (BKF) und Carsten Zocher (FFN) auf den Fliesen-Tagen dazu.

> *Bei der Endkundschaft ist die Fliese gefragt wie noch nie.*
>
> *Peter Wilson*

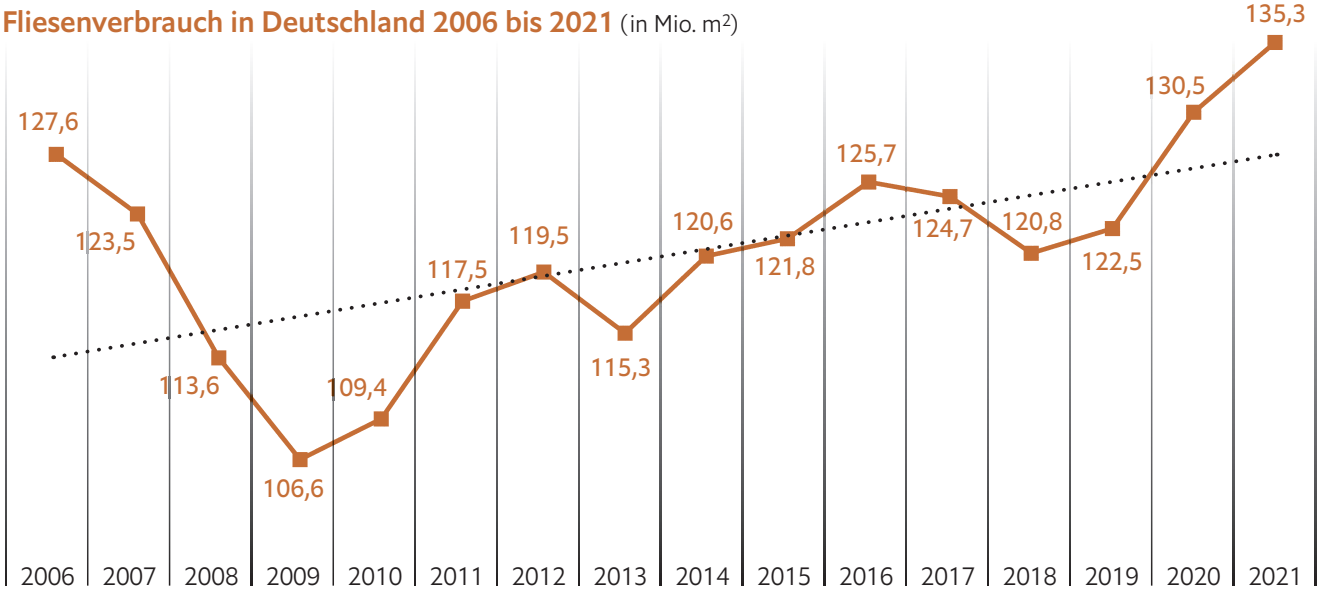
Trend zu Großformaten hält an

Wie der BKF im Umfeld der Fliesen-Tage zum Markt in Deutschland berichtete, wurde dieser noch in 2021 von einer positiven Grundstimmung getragen und blieb weitestgehend von negativen Einflüssen unberührt. Insgesamt war der Fliesenabsatz in Deutschland für die Hersteller zufriedenstellend. Der Verbrauch 2021 beträgt nach vorläufigen Zahlen 135,3 Mio. Quadratmeter. Das entspricht einem Plus von 3,6 Prozent. Die Produktion ist leicht, um 0,8 Prozent, gestiegen, die Importe um 4,9 Prozent und die Exporte um 4,6 Prozent. Die Umsätze lagen dabei um 6,3 Prozent höher. Dieser Zuwachs dürfte jedoch zum Teil auf die Kostensteigerungen zurückzuführen sein. Bei den Sortimentsstrukturen haben Veränderungen hin zu Großformaten und stärkeren Fliesen stattgefunden, heißt es dazu.

Wie sich das Fliesenjahr 2022 entwickeln wird, sei angesichts des derzeitigen Ukraine-Konflikts kaum zu prognostizieren – Energiepreise explodieren, internationale Lieferketten brechen zusammen. Die Aggression mache, wie es heißt, in schmerzlicher Weise die Abhängigkeit Europas, insbesondere der europäischen Industrie einschließlich der Fliesenhersteller, von russischem Gas deutlich. Erschwerend komme die kriegsbedingte Unterbrechung von Lieferketten hinzu. Ca. 80 Prozent der in Europa benötigten Tone kommen aus den umkämpften Gebieten in der Ukraine und würden auf absehbare Zeit nicht mehr zur Verfügung stehen. Alternativen seien in der benötigten Qualität auf die Schnelle nur schwer und auch mittelfristig nicht in den benötigten Mengen zu beschaffen. Nach Angaben des BKF rücke somit die Lieferfähigkeit von Herstellern in den Vordergrund des Geschehens. Entsprechender Ersatz durch Zukauf aus dem entfernteren Ausland werde sich nicht nur wegen der hohen Transportkosten, sondern auch mit Blick auf entsprechende Qualitäten nur bedingt realisieren lassen, so die Einschätzung des BKF.

Als positive Botschaft bleibe, wie Peter Wilson, BKF-Vorsitzender, betonte: „Beim Endkunden ist die Fliese gefragt wie noch nie. Statt dem ehemaligen Zweckbelag hat sie sich unter den Bodenbelägen als ‚bench mark' etabliert." ■

Fliesenverbrauch in Deutschland 2006 bis 2021 (in Mio. m²)



Quelle: BKF/Destatis/Eurostat/Europäische Verbände