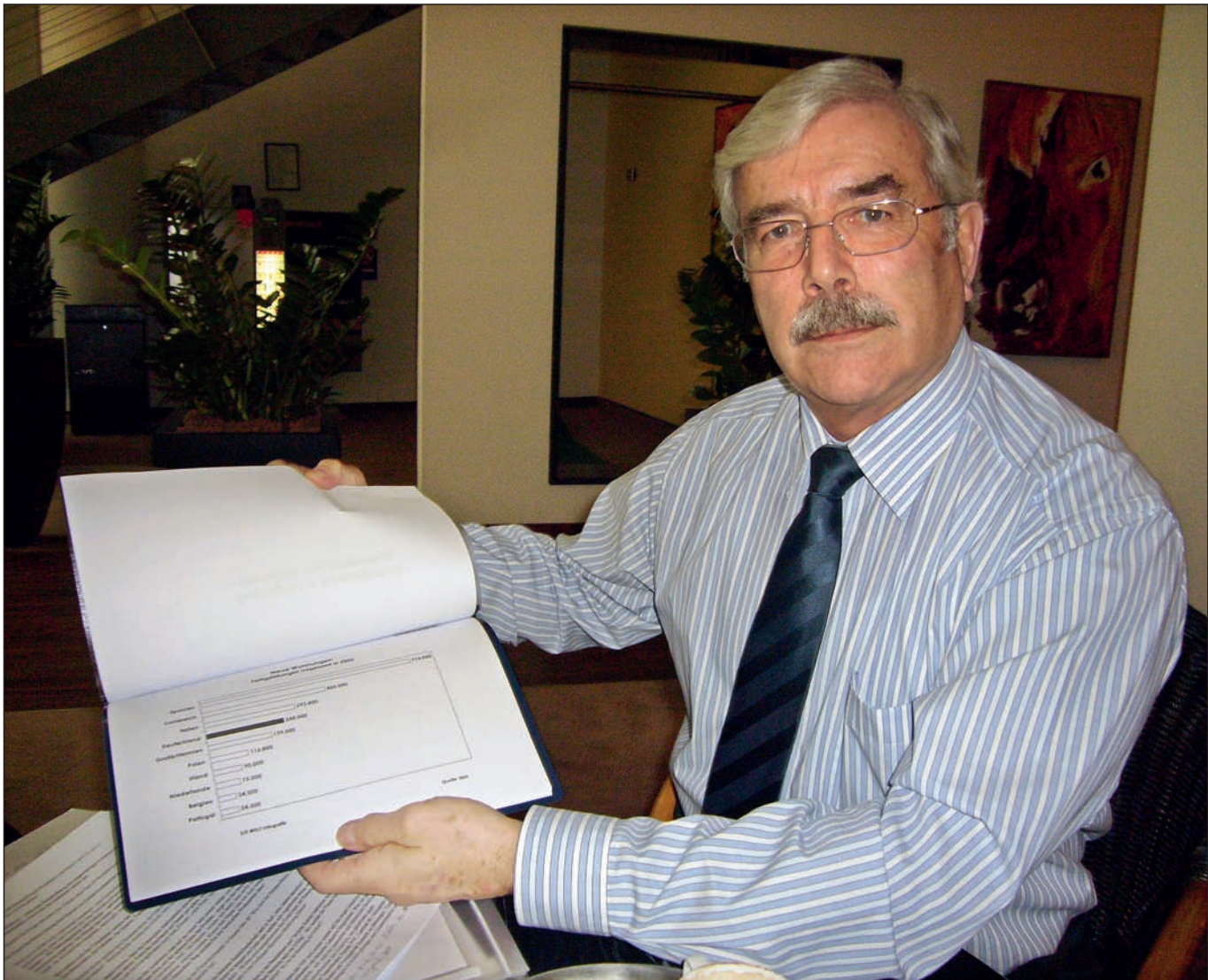


Keramikmarkt



Branche in prekärer Lage

Der deutsche Fliesenmarkt ist weiter rückläufig - und auch 2008 wird nicht besser

gr.- Das Jahr geht zu Ende. Die Große Koalition spricht vollmundig von Aufschwung, doch die Realität an der Basis sieht anders aus. Das Konsumklima lässt zu wünschen übrig, die Bauwilligkeit ebenfalls. Drastische Rückgänge bei den Genehmigungszahlen im Ein- und Zweifamilienhausbau sprechen eine deutliche Sprache. Wie wirkt sich dieses Szenario auf den deutschen Fliesenmarkt aus, wie konnten sich die Marktteilnehmer auf Industrie- und Handelsseite in 2007 behaupten und was wird 2008 bringen? Antworten von Carlo Cit in einem Gespräch mit der Redaktion.

„Herr Cit, 2007 ist so gut wie vorbei. Die Genehmigungszahlen im Ein- und Zweifamilienhausbau sind im Keller, die Menschen hier zu Lande werden geschöpft wie nie zuvor, das Konsumklima ist sehr schwach, gleichzeitig steigen die Lebenshaltungs- und Energiekosten in einem bislang nicht gekannten Maße. Entgegen der Jubelchöre der Politik hat der Normalbürger in den meisten Fällen eine völlig andere Wahrnehmung von der bundesdeutschen Realität: der so genannte Auf-

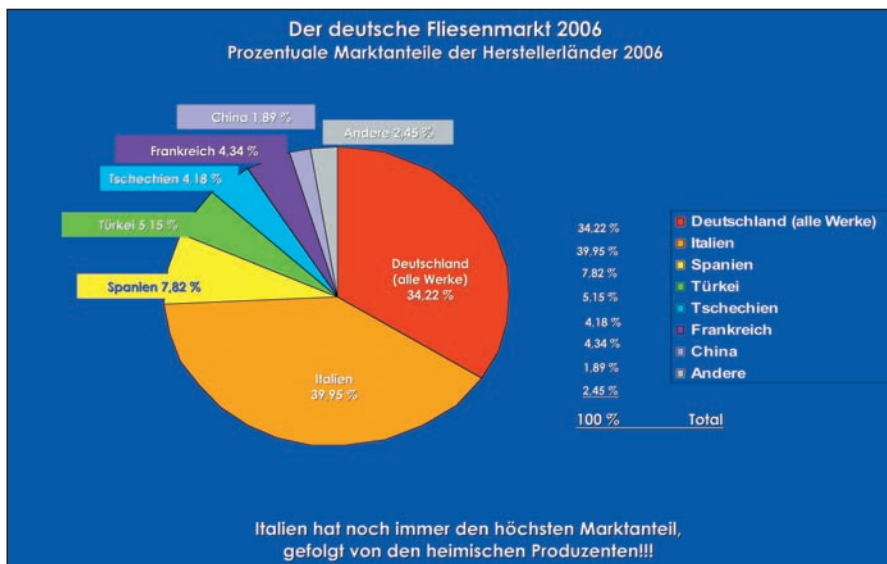
Kein Grund zur Freude: Branchenexperte Carlo Cit präsentiert in einem Exklusivgespräch mit der Redaktion aktuelle Zahlen des deutschen Fliesenmarktes. FOTO: REDAKTION/GR

schwung reicht vielleicht für eine satte Diätenerhöhung für die Parlamentarier, kommt aber letztendlich an der Basis nicht an. Hat sich diese landesweit festzustellende, sehr negative Grundstimmung auch auf den Fliesenverbrauch ausgewirkt?

Carlo Cit: Ja, eindeutig. Der deutsche Fliesenmarkt verzeichnete zum Ende des dritten Quartals 2007 ein Minus um etwa 3% im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Und ich gehe davon aus, dass wir am Ende des Jahres bei einem Minus von etwa 4 – 5 % landen werden, denn der Oktober war für den Handel als auch die Produzenten sehr schwierig. Das bedeutet, dass in diesem Jahr in Deutschland lediglich 120 bis 122 Mio. m² Fliesen abgesetzt wurden, während es in 2006 noch 128 Mio. m² waren. Das bedeutet aber auch: wir sind wieder auf einem Niveau, auf dem wir uns Anfang der 80er-Jahre befanden. Nur mit dem Unterschied, dass die Bundesrepublik zu jener Zeit etwa 20 Mio. weniger Einwohner hatte. Dies macht einem erst so richtig bewusst, in welcher prekärer Lage sich unsere Branche befindet.

Was ist denn nun mit dem Aufschwung? Wird es in 2008 besser?

Im Gegenteil. Ich glaube, die gegenwärtige Situation wird sich noch weiter verschärfen. Bei den Genehmigungen für Ein- und Zweifamilienhäuser verzeichnen

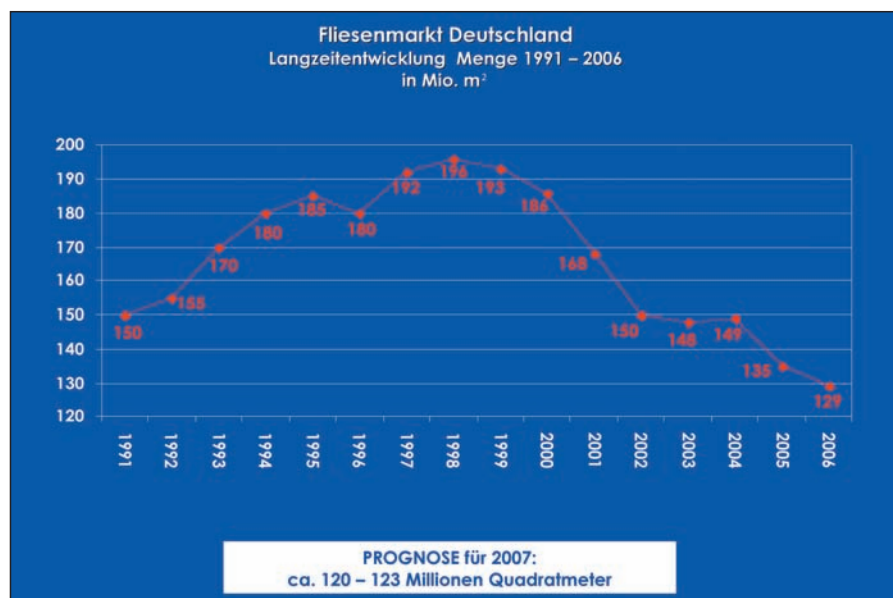


wir einen Rückgang um mehr als 40 %, im Mehrfamilienhausbau um 16 %. Dazu wird im kommenden Jahr auch ein Rückgang in der Renovierung um –5 bis 10 % erwartet. Hier gibt es also keine Anzeichen, die eine positive Wende im Fliesenverbrauch vermuten lassen. Der September 2007 war einer der größten Sparmonate, die dieses Land je hatte. Die Leute sitzen auf ihrem Geld, junge Familien verschieben das Thema Bauen aus Angst vor dem Verlust des Arbeitsplatzes, die gefühlte Unsicherheit in der Bevölkerung ist beispiellos, das Vertrauen in die Zukunft geht gegen Null. Hier wäre es meiner Meinung nach seitens der Politik dringend geboten, ein deutliches Signal zu setzen. Nach dem ersatzlosen Streichen der Eigenheimzulage fordere ich hier eine Initiative des Staates, um Anreize für den Bau der eigenen vier Wän-

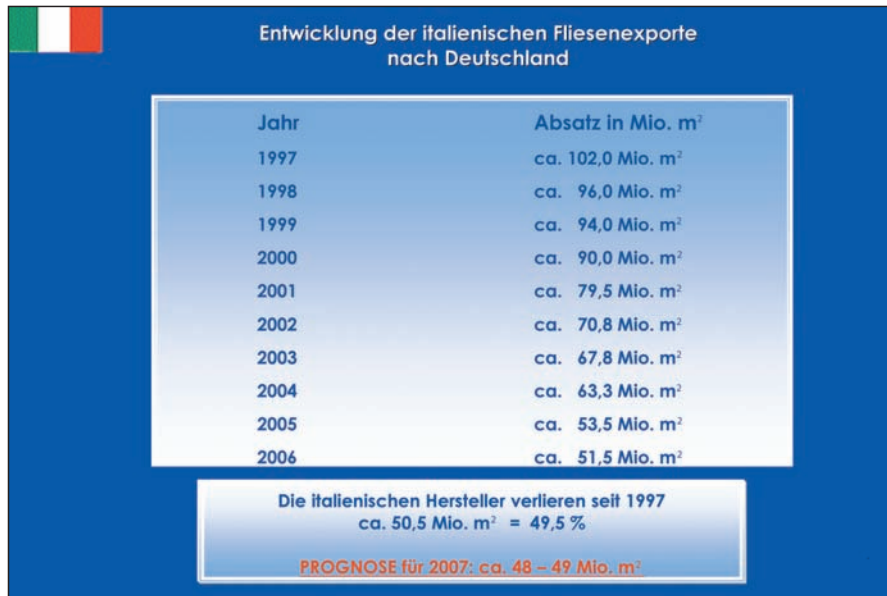
de zu schaffen. In 2007 kommen wir auf höchstens 190.000 neue Wohneinheiten und in 2008 wird es noch schlimmer.

Zurück zum Fliesenmarkt. Wie haben sich die wichtigsten im deutschen Markt agierenden Herstellernationen behauptet?

Die deutschen Produzenten keramischer Fliesen haben sich ganz eindeutig besser behauptet als die Italiener, die bis Mitte des Jahres bereits ein Minus im Volumen von 7,3 % verzeichneten. Die deutschen Werke haben bis Oktober 3,3 % an Volumen eingebüßt, während die Spanier dazu gewinnen konnten und sich mit einem Marktanteil von 7,8 % in Deutschland seit Jahren auf einem relativ niedrigen Niveau befinden. Auffällig ist hier aber die Tatsache, dass sowohl die Italiener als auch die Spanier ihre Durchschnittspreise erheblich erhöhen konnten. Die Durchschnittserlöse, die die deutschen Werke im Inland erzielen, sind überwiegend Franko-Preise. Wenn man diesen Durchschnittserlösen die der Spanier und Italiener incl. Frachtanteile entgegenstellt, erzielen sie um ca. 40 % höhere Preise als die deutsche Industrie. Dies ist aber auch ein untrügliches Zeichen dafür, dass der deutsche Markt dies hergibt. Die italienischen Produzenten verkauften in Deutschland in 2006 etwa 51,5 Mio. m² Fliesen. Noch vor zehn Jahren setzten sie zwischen Flensburg und Garmisch exakt die doppelte Menge ab. Und in diesem Jahr werden sie wohl unter die 50 Mio. m²-Marke fallen. Zwar konnten die deutschen Werke ihren Marktanteil in den vergangenen Jahren von 22% auf heute 34 % ausbauen. Leider konnten sie aber – was die Preisentwick-



Keramikmarkt



lung angeht –, gegenüber ihren schärfsten Wettbewerbern nicht mithalten. Im Inland ist der Absatz der deutschen Hersteller von Januar bis Oktober zwar um 3,3 % zurückgegangen, aber im Export haben sie fast zweistellig gewinnen können. Sie werden zum Ende des Jahres in etwa die Produktionsmenge vom Vorjahr von ca. 65 bis 70 Mio. m² erreichen. Hierbei ist anzumerken, dass sie etwa 10 Mio. m² aus dem Ausland dazugekauft haben. Was die Bedeutung der deutschen Fliesenwerke im internationalen Vergleich angeht, möchte ich hier nur einige Zahlen nennen: In diesem Jahr werden weltweit ca. 7,5 Mrd. m² Fliesen hergestellt, davon entfallen 2,7 Mrd. auf die Chinesen, gefolgt von den Spaniern mit 660 Mio. m² und den Italienern mit 570 Mio. m². Die deutschen Werke produzieren in 2007 ca. 65–70 Mio. m². Das macht einen Marktanteil von unter einem Prozent weltweit.

?Was ist mit der viel beschworenen Invasion aus dem Reich der Mitte?

In China wurden in 2007 etwa 2,7 Mrd. m² Fliesen produziert. Das waren 35 % der weltweiten Produktion. Glücklicherweise ist die Nachfrage auf dem Heimmarkt nach wie vor sehr, sehr hoch. Das bedeutet, dass der Druck aus China derzeit nicht so stark ist wie vielleicht noch vor einigen Jahren erwartet wurde. In 2006 haben die Chinesen etwa 2,45 Mio. m² nach Deutschland geliefert und halten somit einen Marktanteil von 1,89 %. Hinzu kommt, dass die Chinesen im Segment des preiswerten Feinsteinzeugs in Europa nahezu keine Chancen mehr haben, da diese Produkte hier von

den heimischen Produzenten unglaublich günstig angeboten werden. Außerdem haben sich die Frachtkosten um 30–40 % verteuert und die Exportsubventionen wurden von 13 auf 5 % gekürzt. Dennoch sollten wir diese Nation weiter im Auge behalten, denn ihr neues Betätigungsfeld ist jetzt das obere Preissegment und sie können hier ganz erheblich unter dem europäischen Preisgefüge verkaufen. Anzumerken ist zu diesem Thema noch, dass vor allem viele Italiener einen nicht unbeträchtlichen Teil ihrer Ware aus China beziehen und unter eigenem Label verkaufen.

?Wie stellt sich der Fliesenfachhandel hier zu Lande dar?

Die zehn größten Fliesenfachhändler haben heute in Deutschland einen Anteil von

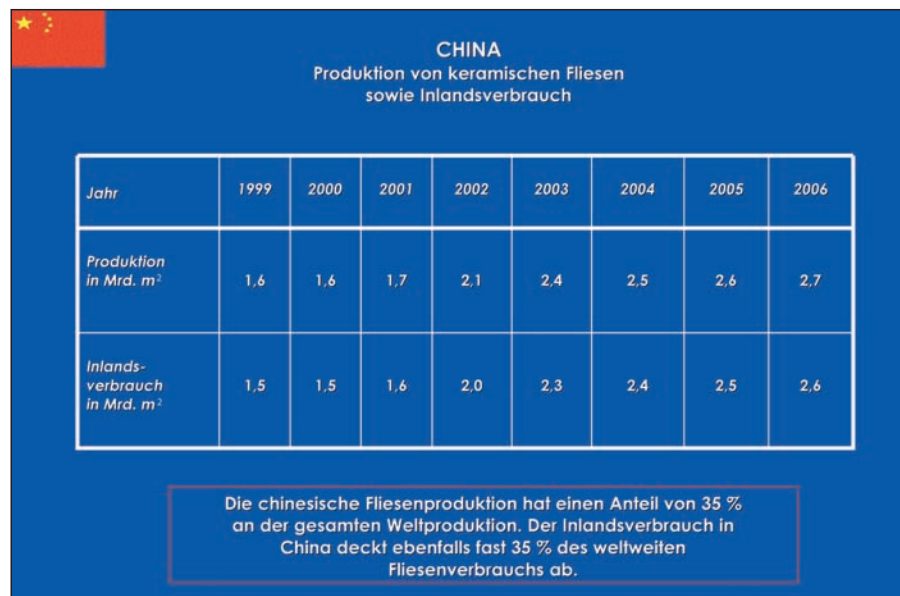
60 % am Geschäft, was den fachhandelsrelevanten Umsatz betrifft. Auf die fünf Großen (Raab Karcher, Fliesen-Zentrum Deutschland, Linnenbecker, Taxis und Kemmler; Anm. der Redaktion) – entfällt nahezu die Hälfte des fachhandelsrelevanten Marktes. Das heißt, die Konzentration nimmt ihren Lauf.

?Wie sehen Sie die Baumärkte?

Wurden im Jahre 1998 noch ca. 60 Mio. m² Fliesen über diese Vertriebschiene verkauft, haben die Baumärkte im Segment Fliese bis heute stark an Bedeutung verloren. In diesem Jahr werden sie gerade einmal 32 Mio. m² absetzen. Bis zur Hälfte des Jahres belief sich das Minus im Vergleich zum Vorjahr bereits auf 3,3 %. Heute haben sie bei Fliesen einen Marktanteil von 26–27 %, was das Volumen betrifft. Der Umsatzanteil wegen der preisaggressiven Verhaltens liegt aber höchstens bei 22 %. Sollten sie sich nicht auf die Marktveränderungen einstellen und das geänderte Konsumentenverhalten teilweise ignorieren, werden sie weiter verlieren. Unter rein wirtschaftlichen Gesichtspunkten müsste heute schon eine große Zahl an Baumärkten die Produktgruppe Fliesen aus ihren Sortimenten entfernen, denn sie verdienen kein Geld mehr damit. Die Ergebnissituation ist angespannt, in den deutschen Baumärkten werden beispielsweise 20 x 25er-Formate für 5,95 EUR verramscht.

?Gibt es denn hier überhaupt keine positiven Beispiele?

Doch, die gibt es. Ich war in den letzten Monaten in etwa 60 Baumärkten unter-



wegs. Was ich dort immer wieder erlebt habe, möchte ich hier im Detail lieber nicht wiedergeben. Dennoch sei vermerkt, dass – um zwei Unternehmen positiv hervorzuheben –, Bauhaus und Hornbach hier sehr kompetent agieren. Hier imponierte mir der hohe Grad der Beratung, diese beiden sind im Segment Fliesen eindeutig die Spitzenreiter. Der Kunde will mehr Beratung, auch erwartet er Milieudarstellungen. Er will Anregungen haben, sich etwas vorstellen zu können. Was die Präsentation betrifft, wurde ich bei den beiden genannten Unternehmen positiv überrascht. Dennoch hat in Punkto Ausstellung der Fachhandel nach wie vor ganz klar die Nase vorn.

?Welche Rolle spielen die einzelnen Distributionsformen?

Derzeit werden in Deutschland etwa 50 % der Fliesen über den Fliesenfachhandel verkauft, 27 % über die Baumärkte, 12 % über die Fachmärkte und 11 % über sonstige Vertriebsformen.

?In welcher Verfassung befinden sich Ihrer Meinung nach die führenden deutschen Hersteller keramischer Fliesen?

Die Deutsche Steinzeug konnte sich in den letzten Jahren insgesamt konsolidieren. Dieses Unternehmen hat für mich klar die beste Vertriebsstrategie aller deutschen Werke, die sich alleamt in einer äußerst angespannten Situation befinden. Ohne **Dieter Schäfer**, den ich persönlich für den besten deutschen Branchenmanager halte, gäbe es sehr wahrscheinlich heute die Deutsche Steinzeug nicht mehr.

Die Steuler-Gruppe halte ich für ein grundsolides und gut finanziertes Unternehmen. Was hier aber fehlt, ist ein übergreifendes Marketing- und Vertriebskonzept, das die Marken aller Tochtergesellschaften einbindet.

Nach dem Paukenschlag der Übernahme von 51 % der Villeroy & Boch Fliesen GmbH durch den türkischen Eczacibasi-Konzern wurde eine große Erwartungshaltung beim Handel aufgebaut. Doch Monate lang blieb es ruhig. Seit dem 20. November hat sich hier personell etwas getan. Aus meiner Sicht ist die Verpflichtung von **Paul Heldens** mit seinen umfangreichen Marktkenntnissen als verantwortlicher Vertriebsdirektor für Südeuropa und Frankreich ein großer Gewinn für das Unternehmen. Auf den neuen Geschäftsführer **Dr. Eckard Kern** – der ja bekanntermaßen aus dem mittelständischen Handel stammt – warten sehr schwierige Aufgaben, denn er muss in dieser Position den Ansprüchen einer heterogenen Kundenstruktur gerecht werden und gewissermaßen an vielen Knöpfen drehen, um im Heimmarkt und international wieder die Bedeutung der Fliesenmarke Villeroy & Boch zurückzuerlangen. Wichtig ist, dass für den Heimmarkt und für den Export Marketing- und Vertriebskonzepte entwickelt werden, die die Interessen des Mittelstandes wie die der Konzernbetriebe gleichermaßen berücksichtigen.

?Ein kurzer Ausblick auf das kommende Jahr?

Die Preise werden weiter steigen, weil sich die Produktionskosten wie Energie und Rohstoffe erheblich verteuern. Trotz dieser Steigerung der Preise werden sich die Margen nicht verbessern, sondern sich die Situation vieler Unternehmen weiter verschlechtern. Die Gründe dafür sind das Überangebot an Fliesen, der rückläufige Markt und damit zusammenhängend ein sich weiter verschärfender Preiskampf. Nur die gut geführten und finanziell soliden Unternehmen werden hier auf Dauer überleben können. ■

Das ist sicher:

Mit **Schlüter®-DILEX**-Profilen erstellte Bewegungsfugen sind dauerhaft wartungsfrei. Ganz gleich, ob Rand- oder Eckfuge, ob Feldbegrenzungs- oder Bautrennfuge. **Schlüter®-DILEX**-Profile sind eine saubere und schnelle Lösung, denn sie werden unmittelbar mit dem Fliesenbelag im Dünnbett verlegt. Ob Kunststoff, Alu, Messing oder Edelstahl: Bewegungsfugenprofile von Schlüter-Systems erkennen Sie an der Trapezlochung.



Schlüter®-DILEX

Die Bewegungsfugenprofile

- ▲ Dauerhaft wartungsfrei
- ▲ Schnell mit den Fliesen im Dünnbett verlegt
- ▲ Aus Kunststoff, Messing, Alu, Edelstahl
- ▲ Für jede Fuge das passende Profil



*Mehr Spaß
mit Fliesen!*

**Schlüter®
Systems**

INNOVATIONEN MIT PROFIL

Schlüter-Systems KG · Schmölestraße 7 · D-58640 Iserlohn
Telefon +49 (0) 23 71/971-0 · Fax 971-111 · www.schlueter.de