Cevisama 2013:

Krisenbewältigung mit mehr Internationalität

Der Eingangsbereich des Messegeländes in Valencia

Seitdem der spanische Inlandsmarkt immer stärker in die Rezession rutscht, kennen die Manager der spanischen Industrie nur noch eine Hauptblickrichtung: den Export. Das gilt in besonderem Maße für die spanischen Hersteller keramischer Fliesen, die auch zuvor schon sehr exportorientiert agierten.

Das Apavisa „Archconcept“ experimentiert mit LED-Lichteffekten und verformten Keramikfliesen

Die dielenförmigen Bodenfliesen von Aparici repräsentieren Vintage-Feeling pur: wie ein Holzboden mit Resten einer farbigen Beschichtung

Diese besonders aufreizende Bodengestaltung ist genau das Gegenteil von Vintage, ebenfalls gesehen bei Aparici

Eine eher dezente Reliefstruktur hat Azteca mit dieser Serie „Pulpis R90 Bubbles“ realisiert

Das hat dazu geführt, dass manche Unternehmen inzwischen Exportquoten von bis zu 80 Prozent bilanzieren. Und obwohl seit Beginn der Krise im Zentrum der keramischen Industrie in der Region Castellon in großem Umfang Kapazitäten (und Personal) abgebaut wurden, haben die Export-Anstrengungen dazu geführt, dass die spanischen Fliesen-Hersteller aktuell zum weltweit zweitgrößten Fliesen-Exporteur avancierten. Möglich machte dies eine aggressive Preis-Politik. Denn nach Angaben des spanischen Hersteller-Verbandes ASCER konnte der Umsatz nur geringfügig um 2 Prozent gegenüber 2011 gesteigert werden, dem ein Produktionszuwachs von 10 Prozent gegenübersteht.

Diese Situation spiegelt in gewisser Weise auch die Besucherzahlen der jährlichen spanischen Fliesen-Messe Cevisama wider, die Anfang Februar in Valencia stattfand. Denn trotz eines leichten Rückgangs um 4 Prozent stellten ausländische Gäste 20 Prozent der insgesamt 61 527 Messebesucher. Ein Jahr zuvor betrug die Quote noch 18 Prozent. Obwohl laut Messestatistik mit über 50 Prozent der überwiegende Teil der ausländischen Besucher aus Europa kam, vornehmlich aus Italien, Frankreich, Großbritannien, Portugal und Deutschland, offenbarte ein Messe-Rundgang die eigentliche Zielrichtung der aktuellen Exportbemühungen. Zwar wäre es wohl übertrieben, Russisch als Messe-Amtssprache zu bezeichnen, aber russisch sprechende Besucher waren überproportional häufig anzutreffen. Und auch die Stände der spanischen Aussteller bestätigten die Bedeutung der osteuropäischen Exportländer. Viele Hinweisschilder waren diesmal dreisprachig: Spanisch, Englisch und Russisch. Und wem das noch nicht reichte, erkannte an den für den osteuropäischen Geschmack angepassten pompösen Produktlinien die Bedeutung dieser Exportregion.

Bei aller Freude der Veranstalter über den Zuwachs internationaler Messe-Besucher war nicht zu übersehen, dass die Messe einen recht erfolglosen Kampf gegen den Besucher- und Aussteller-Rückgang führen muss. Denn mit gut 61 500 Besuchern hat die 31. Veranstaltung dieser Art einen absoluten Tiefstand erreicht. Insofern hat die Cevisama, die in ihren besten Zeiten über 100 000 Besucher anzog und damit als echte Konkurrenz zum Branchen-Primus Cersaie im italienischen Bologna galt, ebenso wie ihre Klientel massiv unter der spanischen Wirtschaftskrise zu leiden. Aus dem Tal heraus führen sollen künftig Synergien. So wird die Cevisama 2014 (11. bis 14. Februar 2014) mit anderen Veranstaltungen wie der Einrichtungsmesse Hábitat Valencia sowie Fimma und Maderalia gemeinsam veranstaltet werden.

Auch wenn die Messe selbst bescheidener ausfiel, war sie doch keineswegs uninteressant und zeigte, dass die spanische Keramikindustrie nicht starr auf die (Krisen-)Schlange starrt. Vielmehr haben einige Hersteller antizyklisch in die Modernisierung und Kreativität investiert. Schließlich gilt es, in den heiß umworbenen Exportländern wettbewerbsfähig zu bleiben. Zwar hat man die keramische Fliese nicht neu erfunden, vielmehr will man mit modernster Produktionstechnik aktuelle Dekor-Trends wie Holz- und Naturstein-Imitate noch perfekter machen. Und auch in Sachen Format-Vielfalt gehören die spanischen Hersteller inzwischen durchaus zu den führenden Anbietern.

Über die spanische Fliesenmesse in Valencia:
http://cevisama.feriavalencia.com/ (englisch)
Die Hersteller der gezeigten Produkt-Beispiele:
http://www.apavisa.com/de/
http://www.aparici.com/de/
http://www.azteca.es/