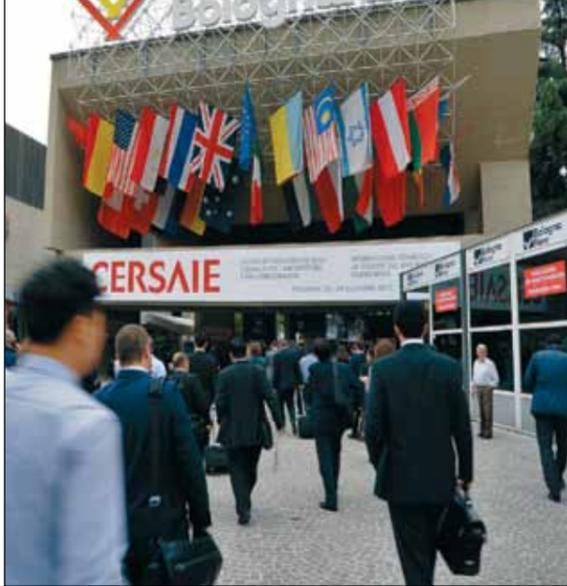


Cersaie 2012: Fliesenmesse zollt der Krise Tribut



Die italienische „Cersaie“ für keramische Fliesen und Badausstattung in Bologna zählt ohne Zweifel zu den wichtigsten Messe-Veranstaltungen zumindest der Fliesen-Branche. Daran ändert auch die Tatsache nichts, dass die europaweite Schuldenkrise und die damit verbundenen konjunkturellen Probleme den von früheren Jahren gewohnten Glanz der 30. Veranstaltung dieser Art erkennbar beeinträchtigt hat.

Für die Erfolg gewohnten Veranstalter dürfte es nicht leicht gewesen sein, den unverkennbaren Besucherrückgang zur Erfolgsgeschichte umzumünzen. Da half selbst die Einführung einer neuen Besucher-Zählweise nicht. Sie unterscheidet jetzt zwischen „Ersteintritten“ und so genannten „Anwesenheiten“, also Messebesuchern, die an den Folgetagen das Messegelände erneut besuchten. Das erschwert den Vergleich zu früheren Veranstaltungen. Fakt aber ist, dass lediglich 75 563 „Ersteintritte“ gezählt wurden, die sich in den folgenden Messetagen zu 106 846 Wiederholungsbesuchern summierten. Die Statistik des vergangenen Jahres notierte etwas über 113 000 Besucher, nach welcher Zählweise auch immer.

Kaum überraschen dürfte die Tatsache, dass der Anteil der ausländischen Messebesucher auch in diesem Jahr wieder ein wichtiges Potenzial der Messe darstellte. Angesichts der bauwirtschaftlichen Probleme Italiens dürften viele italienische Fachleute auf die Reise nach Bologna verzichtet haben. Aber nicht nur die Messe, auch die italienischen Fliesenhersteller setzen inzwischen ganz auf Export, und das verstärkt in außereuropäische Länder. So verhandelten Exportländer wie Spanien, Portugal,

Niederlande, Schweden oder Ungarn den Italienern die Export-Bilanz. Das konnten auch die Erfolge in Deutschland oder Österreich nicht wettmachen. So berichtete der italienische Herstellerverband Confindustria Ceramica anlässlich ihrer Jahrespressekonferenz am Rande der Cersaie von einem Umsatzplus von 9 Prozent auf dem deutschen Markt im ersten Halbjahr 2012. Auch auf dem österreichischen Markt konnte man in diesem Zeitraum mit +13,6 Prozent punkten. Erfolgreicher waren die italienischen Produzenten außerhalb Europas mit einem Umsatzplus von fast 13 Prozent, so dass es immerhin zu einem gesamten Exportzuwachs im ersten Halbjahr 2012 von 4,7 Prozent reichte.

Immerhin blieb so dem Präsidenten des Her-

Mit gemischten Gefühlen auf der internationalen Pressekonferenz in Bologna: Verbandspräsident Manfredini (Mitte) konnte nur über Erfolge im Export berichten



Seit Jahren sind auch die deutschen Hersteller erfolgreich auf der italienischen Fliesen-Nabelschau, oft auch mit erfrischenden Ideen. So posiert hier Steuler-Chief Michael Steuler mit den Neuheiten des Unternehmens, auf unserem Foto live und plakativ

stellerverbandes, Franco Manfredini, die Genugtuung, das Italien nach wie vor der führende Anbieter keramischer Fliesen und Platten in Europa ist. Schmerzen dürfte es ihn allerdings, dass seine italienische Heimat dies in keiner Weise honoriert. Denn seit 2008 ist der Inlandsverkauf kontinuierlich rückläufig.

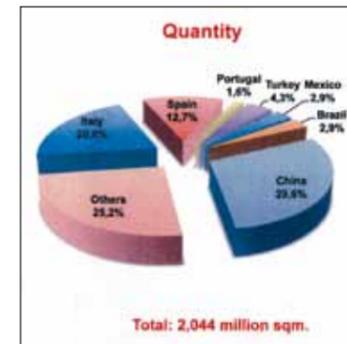
Von den 151 Mio. m² verkauften Fliesen blieben 2011 nur noch knapp 117 Mio. m². Und rechnet man die für das erste Halbjahr 2012 gemeldete verkaufte Fliesenmenge auf das Gesamtjahr hoch, bleiben nur knapp 100 Mio. m² im eigenen Lande.

Ablesbar an der Branchen-Misere war dies durchaus auch am Auftritt der Aussteller, die sich abgesehen von den international erfolgreichen Platzhirschen deutlich zurückhaltender präsentierten. Prompt kam denn auch wieder der jährlich Messe-Zyklus ins Gespräch. So wünschen sich nicht wenige Hersteller die zweijährige Wiederkehr dieser Veranstaltung, zumal immer deutlicher wird, dass ein Neuheiten-Zyklus von 12 Monaten dem Markt seit Langem keine kreativen Impulse mehr zu geben vermag. Und angesichts des allgemeinen Kostendrucks spricht schon lange niemand mehr von einem gesunden Kosten-Nutzen-Verhältnis. Nur leider stehen diese Wünsche im krassen Widerspruch zu den Gewinn-Vorstellungen der Veranstalter, der Messegesellschaft Bologna und dem italienischen Herstellerverband als Mitveranstalter, die Jahr für Jahr mehr als reichlich an der stets ausgebuchten Messe verdienen. Für sie ist diese Messe immerhin so etwas wie ein goldenes Kalb, das man wohl kaum zu schlachten gedenkt, zumindest so lange nicht, wie es eine lange Warteliste für ausstellungswillige Hersteller gibt.

Unter den über 730 Aussteller aus der ganzen Welt, die auf der Cersaie Produktneuheiten aus den Bereichen keramische Fliese, Sanitärkeramik sowie Badezimmerausstattung präsentierten, waren auch die deutschen Hersteller bis auf wenige Ausnahmen vertreten und haben eine durchaus positive Bilanz gezogen.

So seien aus Sicht des Industrieverbandes Keramische Fliesen und Platten, der Interessenvertretung der deutschen Produzenten, die Stände sowohl von den deutschen Kunden als vom internationalen Fachpublikum trotz einer rückläufigen Besucherzahl bestens besucht gewesen. Für den Verbands-Vorsitzenden Dr. Eckard Kern ist und bleibt die Messe auch für die deutschen Hersteller die bedeutendste Messe der Fliesenbranche. Nach einhelliger Meinung seien die Gespräche rundum zufriedenstellend gewesen, auch wenn sich nach Einschätzung einiger deutscher Aussteller die früher so gern betonte Tendenz zu internationalen Neukontakten weitgehend relativiert hat. Immerhin aber scheint zumindest aus der Sicht des Verbands-Vorsitzenden die Veranstaltung erneut die Bestätigung dafür erbracht zu haben, dass „insbesondere Kunden aus den USA, aus Asien und aus der arabischen Welt die deutschen Tugenden Qualität, Verlässlichkeit und Vertriebskompetenz zu schätzen wissen“. Interessant aber ist die Feststellung, dass sich keiner der von uns befragten Aussteller über die Bilanz der Kosten-Nutzen äußern mochte. Hier scheint zu gelten: Dabei sein ist alles, koste es was es wolle.

Die nächste Cersaie findet vom 24. bis 29. September 2013 wie immer in Bologna statt.



Über 2 Milliarden Quadratmeter keramische Fliesen wurden weltweit produziert, 750 Millionen Quadratmeter mehr als 2000. Größter Produzent ist inzwischen China, gefolgt von Italien und Spanien. Deutsche Fliesen verstecken sich in dieser Grafik des italienischen Herstellerverbandes in der großen Gruppe der „anderen Produzenten“

Über die Messe und die Aussteller:
www.cersaie.it (englisch)

Auch wenn Holz und Naturstein die beliebtesten Dekorationen der Fliesenhersteller sind, es gab durchaus auch dekorative Alternativen

