



Rund 300 der 4000 Verbandsmitglieder waren nach Koblenz zu den Fliesentagen 2008 angereist.



H.-J. Aretz, Vorsitzender des Fachverbands Fliesen und Naturstein



Die Ausstellung »Fugen – Farben – Formate« zeigt keramische Fliesen aus den letzten 60 Jahren.

Fliesentage 2008 in Koblenz:

Chancen ergreifen

Im Rahmen der Fliesentage 2008 vom 19. bis 21. September feierte der »Fachverband Fliesen und Naturstein« sein 60-jähriges Bestehen – Anlass, sich mit der Vergangenheit, v. a. aber mit der Zukunft des Fliesenhandwerks zu beschäftigen. Welche der angesprochenen Aspekte auch für Steinmetze und ihren Verband richtungsweisend sind, hat **Naturstein** für Sie zusammengefasst.

Veranstaltungsort war Koblenz. Dafür sprachen das 25-jährige Bestehen der Innung Koblenz und die Ausstellung »Fugen-Farben-Formate: 60 Jahre Faszination Fliesen« im Landesmuseum, so Hans-Josef Aretz, Vorsitzender des Fachverbands Fliesen und Naturstein, in seiner Begrüßungsrede. Seiner Einladung folgend hatten sich an den Veranstaltungstagen ca. 300 der

4000 Verbandsmitglieder sowie zahlreiche Firmen mit Ausstellungsständen in der Rhein-Mosel-Halle eingefunden. Der Fachverband bot seinen Mitgliedern ein breites Vortragsprogramm: Sonja Zinser von Palette CAD gab anschauliche Tipps zu qualifizierter Kundenberatung und zum Verkauf von Fliesen, Dipl.-Finanzwirt Gerd Regnery aus Koblenz zu Steuergestaltungsmöglichkeiten. Fifa-Schiedsrichter

Dr. Markus Merk brachte seinem Publikum das »Kleine Entscheider-Einmal-Elf« näher und bewies, dass er auch Entertainer-Qualitäten besitzt. Über »Badplanung heute« referierte Innenarchitektin Andrea Stark von »Starkberaten« aus Köln. Trendscout Ingeborg Burggaller von der Agentur IBK in Bingen zeigte auf, welche Chancen das Material Naturstein für Fliesenleger eröffnet (siehe auch **Naturstein** 11 / 2008, ab S. 12). Etwas theoretischer wurde es bei Fliesenlegermeister Hans-Willibert Ramrath, der Neues aus Normung und Regelwerken vorstellte. Zu guter Letzt gingen Fliesenlegermeister Erich Zanocco, Prof. Manfred Schell von der Hochschule Augsburg und Hans-Willibert Ramrath der Frage auf den Grund, ob Großformate einer Entkoppelung bedürfen.

Neue Probleme, neue Herausforderungen

Auch in der Fliesenbranche hat sich seit den 50er und 60er-Jahren – und damit zu Zeiten des Wiederaufbaus

Koblenz war Veranstaltungsort der Fliesentage 2008.

– einiges verändert. Hans-Josef Aretz nannte in diesem Zusammenhang u. a. das Dünnbettverfahren, das die Verlegetechnik revolutionierte, und den Wegfall der Meisterprüfung als Voraussetzung für die Selbstständigkeit im Jahr 2004. Seitdem stieg die Anzahl der Fliesenfachbetriebe von 11 384 auf heute 54 378. Der Umsatz blieb im letzten Jahr jedoch relativ konstant (bei etwa 5 Mia. €), ähnlich wie die Zahl der Beschäftigten, diese jedoch mit leicht sinkender Tendenz.

»Immer mehr Fliesenfachbetriebe müssen sich einen immer kleineren Kuchen zu immer geringeren Preisen teilen, das ist das Dilemma der Branche«, so Aretz. Zudem würden Maler, Stuckateure, Trockenbauer und Fuger aus dem handwerksrechtlichen Graubereich in den Markt der Fliesenleger vordringen, was den Wettbewerb verschärfe und gleichzeitig die Qualität der Arbeit verwässere.

Mehr Dienstleistungsorientierung

»Um in der Zukunft weiter erfolgreich zu sein, muss ein Fliesenfachbetrieb kundenorientierter Komplettanbieter sein – radikal dienstleistungsorientiert, kooperationsfähig und aktiv im Marketing«, prognostiziert Hans-Josef Aretz. Da die Betriebe immer kleiner würden, konzentrierten sich alle Aufgaben immer mehr auf den Chef oder die Chefin. Diese müssten dann Verkäufer, Kundenbetreuer, Buchhalter, Jurist, Marketingspezialist usw. in einer Person sein. Der Verband biete deshalb seinen Mitgliedern Unterstützung und Beratung bei diesen Aufgaben. »Der

Weg vom Hersteller funktionaler Bekleidung und Beläge hin zum Dienstleister, der Wohl- und Wohngefühl vermittelt und schafft, ist beschritten, aber lange noch nicht abgeschlossen«, so der Vorsitzende des Fachverbands. Große Chancen für die Fliesenbranche sieht Aretz beim barrierefreien, seniorengerechten Bauen.

Diese Gelegenheit dürfe allerdings nicht verschlafen werden, sonst würden andere sie stattdessen wahrnehmen. »Durch Dienstleistungsorientierung, Marketing und den Einsatz multimedialer Techniken kann und muss man sich von anderen abheben«. Der Verband habe die Voraussetzungen dafür bereits geschaffen: Das neue technische Handbuch sei branchenübergreifend beispielgebend und der Internetauftritt unter www.fachverband-fliesen.de, die elektronische Branchenplattform für Mitglieder, Industrie, Planer und Bauherren (siehe ständig steigende Zugriffszahlen und Google-Listung). Hans-Josef Aretz: »Ohne Internet geht es heute nicht mehr!«

Professionelles Marketing

Dass man nicht nur lamentieren darf, sondern auch aktiv werden muss, zeigt die Marketingkampagne »Für alle, die mehr erwarten«, für die man sich an Profis gewendet hat. Die Werbeagentur Ahoi aus Wiesbaden hatte es sich zusammen mit dem Industrieverband Keramische Fliesen und Platten zur Aufgabe gemacht, das »verstaubte« Image der Fliese als hässliche Badverkleidung zu bekämpfen. Statt dessen hat man sie zum Symbol eines intensiven, eher luxuriösen Wohngefühls gemacht. Hochwertige Materialien

ZAHLEN UND FAKTEN:

Aus der Umsatzsteuer-Statistik der Fliesenbranche 2006 geht hervor, dass lediglich 17 383 Betriebe einen Umsatz von mehr als 17 000 € erwirtschafteten. Das bedeutet, dass rund 37 000 der bei der HWK registrierten Unternehmen einen Umsatz von lediglich 0 bis 17 000 € aufwiesen. Der Fliesenverbrauch, der zwischen 1999 bis 2000 noch kontinuierlich bis auf 186 Mio. m² gestiegen war, fällt weiter. 2007 lag er nur noch bei 115 Mio. m². In diesen Zahlen offenbare sich das Dilemma der Branche, so Aretz. Die schlechte Zahlungsmoral der Auftraggeber und die handwerksfeindliche Politik täten das Übrige.

und hochwertige Verarbeitung gehen hier Hand in Hand, frei nach dem Motto: sinnvoll und sinnlich. Neue Werbemaßnahmen wird man im Frühjahr auf der BAU präsentieren.

Beim »Wettbewerb Fliesenleger: Schöne Fliesen – am Schönsten verlegt« arbeitet der Verband zusammen mit dem Fachhandel und der Industrie. Bis 31. Januar 2009 können Arbeiten eingereicht werden, die nach Design, Ausführung und Details beurteilt werden. Hier ist Originalität gefragt. Neben den Sachpreisen erhalten die Gewinner werbliche Unterstützung vom Industrieverband Keramische Fliesen und Platten, dem Bundesverband des Deutschen Fliesenfachhandels und dem Fachverband Fliesen und Naturstein.

Dass die junge Generation neue Wege geht und Internet, Videoportale, Blogs usw. zu ihrem Alltag gehören, ist inzwischen allen klar. So wurde zur Nachwuchsförderung in Frankreich das Musik-Video »De mes mains« gedreht, das eine moderne Liebesgeschichte erzählt.

Aus 3 mach 1 !
Neu verpackt mit bewährtem Inhalt.



Der Geist bewegt die Materie

Wir bewegen uns weiter im Geist der Zeit und konzentrieren unsere Tätigkeiten in einem Unternehmen.

Ab 01.01.2009 erhalten Sie unsere Dienstleistungen aus Produktion, Konstruktion und Vertrieb von elektrischen Steuerungen für Sondermaschinen, in gewohnter Weise, mit den gleichen Mitarbeitern, aus einer Hand.



64625 Bensheim - Lindberghstraße 8
Tel. 06251-66562 - Fax 06251-66563
info@srbrell.de - www.srbrell.de



Von der Agentur Ahoi aus Wiesbaden kreierte Werbekampagne pro Fliese: »Für alle, die mehr erwarten.«



Innenarchitektin A. Stark sprach über Badplanung.



Dipl.-Ing. Detlef Börner, Dipl.-Wirtsch.-Ing. Rudolf Voos und Steinmetzmeister Willibald Grahs aus Boppard

Dabei besteht die Welt, in der sich die beiden Hauptfiguren bewegen, aus farbigen Fliesen unterschiedlicher Formate, die sich ständig verändern und zu neuen Szenarien zusammenfügen bzw. diese wieder auflösen.

Außerdem wurde von Markus Kohl, GF der Platten-Kohl GmbH aus Grünstadt, ein Video-Wettbewerb entwickelt, der Schulen und video-schaffende Hochschulen ansprechen soll (www.fliesenfilm.de). Eben genau diejenigen, die in Zukunft die Leistungen der Fliesenleger planen oder in Auftrag geben werden. Man erhofft sich aus der Aktion Impulse für die Positionierung der eigenen Betriebe und die Verbandsarbeit.

Besonders vorbildlich, was den Medieneinsatz betrifft, ist die HWK Koblenz. Mit einem eigenen Fernsehstudio in ihrem »Kompetenzzentrum« macht sie sogar Werbung im Regionalfernsehen. So entstand u.a. ein Werbefilm für die Ausstellung »Fugen-Farben-Formate«.

Hans-Josef Aretz fasste am Ende seiner Rede zusammen: »Ich glaube fest daran, dass wir im Markt große Chancen haben. Nutzen muss diese Chancen jeder selbst!«

Die Vorträge: Tipps für die Praxis

Sonja Zinser betonte in ihrem Vortrag ebenfalls, wie wichtig es für den erfolgreichen Fliesenleger ist, sich mehr mit Marketing zu beschäftigen. Und zwar in dem Sinne, dass er sich in den Kopf des Kunden hineinversetzen müsse, um dessen Bedürfnisse zu verstehen. Längere bzw. flexiblere Ladenöffnungszeiten, Assecoires ergänzend zum eigentlichen Produktsortiment anbieten, Gespräche in einer angenehmen Atmosphäre führen, z. B. einer extra Beratungsecke, – diese Tipps gab die Referentin ihren Zuhörern. »Das Kerngeschäft des Fliesenlegers der Zukunft« – und auch das der Steinmetzen – ist die Dienstleistung. Der Kunde sucht nach einem Ideengeber als auch einem Rund-um-sorglos-Paket, d. h. es macht

Sinn, sich mit anderen Gewerken zusammen zu tun, um als alleiniger Ansprechpartner und Koordinator für den Kunden eine Komplettlösung liefern zu können.« Eine fachgerechte Ausführung sei für den Kunden selbstverständlich, deshalb müsse man versuchen, aus der Preisvergleichbarkeit herauszukommen. »Dazu gehört u. a., sich die Zeit für eine Bedarfsanalyse (ca. 30 Min.) zu nehmen und dem Kunden anschließend zwei bis drei Entwürfe zu präsentieren«, so Zinser. »Wer eine Ausstellungsfläche besitzt: Bitte hell und luftig gestalten, evtl. mit Beleuchtung Akzente setzen.«

Auch die Innenarchitektin Andrea Stark betonte in ihren Ausführungen über »Badplanung heute«, wie wichtig ein angenehmes Ambiente für das Beratungsgespräch mit dem Kunden sei. Um ein »Bad aus einer Hand« zu planen, sei es in vielen Fällen gut, einen Innenarchitekten als Planer zwischenzuschalten, rät Stark.

Neuer Name, Möglichkeiten der Kooperation

In seinem Vorwort zu Ingeborg Burgallers Vortrag »Naturstein – Chance für Fliesenlager« sprach Dipl.-Ing. Detlef Börner, Landesfachgruppenleiter des Baugewerbeverbands Rheinland-Pfalz e. V., die Namensänderung des »Fachverband Deutsches Fliesengewerbe« in »Fachverband Fliesen und Naturstein« Ende Oktober 2006 an. Sie habe dem Fliesenhandwerk gut getan, weil dadurch das positive Image eines umweltfreundlichen, natürlichen und hochwertigen Materials in die Verbandsbezeichnung mit aufgenommen wurde. Dipl.-Wirtsch.-Ing. Rudolf Voos, GF des Fachverbands Fliesen und

NACHGEFRAGT:



Mando Kramer, stellv. BIM und LIM Bayern

Laut Mando Kramer, dem stellvertretenden BIM, hat es im Frühjahr zwei Treffen mit Dipl.-Wirtsch.-Ing. Rudolf Voos gegeben. Um die alten Zöpfe abzuschneiden, so Kramer, habe man damals ein »Kenntnis-seminar« für Steinmetzen und Fliesenleger für das Wochenende

22./23. November geplant. Beide Branchen betreffende Themen wie Verlegetechnik und Rutschhemmung seien auf dem Programm gestanden. Das Seminar wurde wegen zu geringer Teilnehmerzahl abgesagt, so Kramer. Die bereits angemeldeten Steinmetze hatten dies sehr bedauert.

Der LIM Bayern merkte an, dass es immer noch viele Steinmetzen gebe, die einer Zusammenarbeit mit den Fliesenlegern kritisch gegenüberstehen. Die müsse er noch weiter bearbeiten. Er bitte die Fliesenleger deshalb um etwas Geduld.

Naturstein, bestätigte diese Aussage und äußerte seine Verwunderung darüber, dass von den Steinmetzen bzw. vom BIV des Deutschen Steinmetz-, Stein- und Holzbildhauerhandwerks kaum Reaktionen auf die Umbenennung gekommen seien. »Unser Fachverband ist an einer engeren Zusammenarbeit mit der Natursteinbranche interessiert«, so Voos. Allerdings sei man etwas verunsichert, was deren Kooperationsbereitschaft anbelangt: Denn Mando Kramer, stellvertretender BIM des Deutschen Steinmetz-, Stein- und Holzbildhauerhandwerks, habe ein in der Vergangenheit beanrautes Treffen kurzfristig abgesagt und bis dato keinen Ersatztermin vorgeschlagen (siehe Kasten ▷ S. 28).

Voos sieht die Stärke der Fliesenleger v. a. in der relativ großen Internetaffinität und der guten Verbandsarbeit. Hans-Josef Aretz riet dem BIV gegenüber **Naturstein**, sich dem Zentralverband des Deutschen Baugewerbes anzuschließen und mehr mit den Fliesenlegern zusammenzuarbeiten. Dass Steinmetze vom Know-how der Fliesenleger profitieren könnten, bestätigte Ingeborg Burggaller in ihrem Vortrag. Sie stellte u. a. fest, dass Fliesenleger gegenüber Steinmetzen bisher wesentlich versierter bei der Anwendung der Kleberchemie seien und mehr Lernbereitschaft zeigten.

Neben den Veranstaltungen in der Rhein-Mosel-Halle konnten die Teilnehmer der Fliesentage u. a. die Festung Ehrenbreitstein besichtigen. Die Führung war mit dem Besuch der Ausstellung »Fugen-Farben-Formate« im Landesmuseum verbunden. Die Schau zeigt die Entwicklung der keramischen Fliese im Umfeld der Zeit- und Kulturgeschichte der letzten 60 Jahre und wird in den nächsten Monaten u. a. in die Städte Mainz und Trier auf Reise gehen.

Susanne Storath

KONTAKT:

Fachverband Fliesen und Naturstein
im Zentralverband Deutsches Baugewerbe e. V.
Kronenstr. 55-58
10117 Berlin-Mitte
Tel.: 030/2 03 14 - 0
Fax: 030/2 03 14 - 4 19
info@fachverband-fliesen.de
www.fachverband-fliesen.de



»Es gibt immer wieder Steine, die in Mode sind – die im Trend liegen. Für eine bestimmte Zeit. Bis man sie nicht mehr sehen kann. Mit Aurora ist das ganz anders. Aurora ist zeitlos. Und Aurora ist wertbeständig.«

Uwe Weiler, Steinmetzmeister, Düren



Witzigmann Der Blocklieferant

Telefon 06 21/12 63 00, Telefax 06 21/1 26 30 50