



Erfolgreiches Treffen an der Donau

Deutsche Fliesentage 2011 ■ Mit rund 300 Besuchern, einer Fachschau auf 700 Quadratmetern und der Premiere des verbandseigenen Innovationswettbewerbs verbucht der Fachverband Fliesen und Naturstein (FFN) die Deutschen Fliesentage in Ulm als großen Erfolg. **Burkhard Beintken**



■ Direkt an der Donau gelegen, bot das Ulmer Congress-Centrum einen schönen Rahmen für die Deutschen Fliesentage 2011. Im lichtdurchfluteten Foyer präsentierten auf gut 700 Quadratmetern zahlreiche Aussteller ihre Produkte. Gezählt haben der Fachverband Fliesen und Naturstein (FFN) im Zentralverband des Deutschen Baugewerbes als Veranstalter sowie der Landesinnungsverband Fliesen Baden-Württemberg als Ausrichter rund 300 Besucher.

Denen wurden neben der Ausstellung und zahlreichen Fachgesprächen an zwei Tagen einige Vorträge vor allem rund um Marketing und Technik geboten. Zudem feierte die Fliesenbranche einen stilvollen Festabend im Einsteinsaal des Ulmer Congress-Centrums.

Optimismus trotz Finanzkrise

Trotz Euro- und Finanzkrise schaute der Vorsitzende des Fachverbands Fliesen und Naturstein, Hans Josef Aretz, optimistisch in die Zukunft. „Ich glaube fest daran, dass wir große Chancen, Möglichkeiten und Potenziale haben“, betonte er in seiner Begrüßungsansprache. Durch die Weiterentwicklung der

Produkte in der Keramik oder im Naturstein, in der Bauchemie und der Zuliefer-Industrie täteten sich ständig neue Betätigungsfelder für Fliesenleger auf, so Aretz: „Nutzen muss diese Chancen jeder selbst.“ Der Fachverband werde die Betriebe dabei aber weiterhin tatkräftig unterstützen, versprach er.

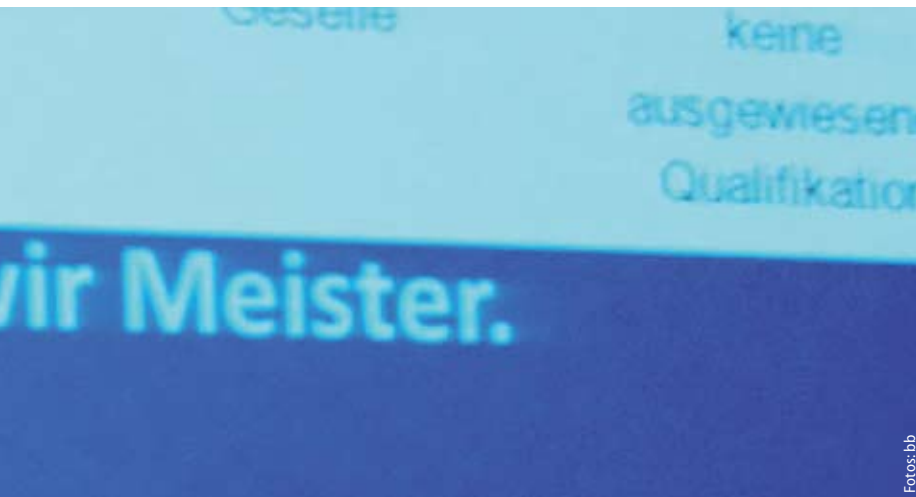
Als Chance und Herausforderung gleichermaßen bezeichnete Aretz den demografischen Wandel: Der biete als Motor für Sanierungs- und Modernisierungsmaßnahmen einen boomenden Markt im altersgerechten und barrierefreien Umbau. Gleichzeitig werde aber auch der Berufsnachwuchs immer knapper. Seit Jahresbeginn wirbt der Verband darum mit einer neuen Kampagne um angehende Fliesenleger, berichtete Aretz: „Denn nur ein qualifizierter Berufsnachwuchs sichert Ihren Betriebserfolg und die Zukunft unseres Handwerks.“

In diesem Zusammenhang unterstrich der Vorsitzende des Fachverbandes erneut die Forderung nach einer Qualifikation als Marktzugang für das Fliesenlegerhandwerk. Unqualifizierte Verleger und Betriebe verursachten hohe Schäden, während die Qualität

der Meisterbetriebe mit ihren Gesellen gleich und unverändert hoch geblieben sei, betonte Aretz und verwies auf eine entsprechende Umfrage des Fachverbandes unter Sachverständigen des Fliesen-, Platten- und Mosaiklegerhandwerks (FLIESEN & PLATTEN



Karl-Hans Körner, Landesinnungsmeister des Landesinnungsverbandes Fliesen Baden-Württemberg, hieß die Besucher in Ulm willkommen.



Fotos:bb

Der Vorsitzende des Fachverbandes Fliesen und Naturstein, Hans-Josef Aretz, eröffnete die Deutschen Fliesentage 2011 in Ulm.

berichtete in der Juli- und in der August-Ausgabe sowie im Internet).

Alternativen zu den Qualitätsstufen

Im technischen Teil des Vortragsprogramms ging Fliesenlegermeister Hans-Willibert Ramrath auf Alternativen zu Qualitätsstufen ein. Ramrath ist auch Vorsitzender des technischen Ausschusses sowie öffentlich bestellter und vereidigter Sachverständiger. Aus der Praxis wusste er zu berichten, dass die Schere zwischen Anspruchsdenken des Kunden und der „Regelausführung in üblicher Art und Güte“ immer weiter auseinanderklafft: Der Kunde, so Ramrath, will häufig ein Designerbad zum Preis eines einfachen Kleinbads. Oder, um ein Bild aus der Automobilindustrie zu nutzen: Er will eine Luxuslimousine fahren, aber nur einen Kleinwagen bezahlen.

Anders als bei Autos ist dem Kunden das jedoch nicht immer klar: Die Grenzen zwischen normaler und Luxusausführung sind fließend und er kann sich sein fertiges Bad gar nicht vorstellen. „Wir müssen dem Kunden vorher sagen, was er bekommt und was es kostet“, betonte Ramrath.

Qualitätsstufen, wie Professor Rainer Oswald vom Institut für Bauschadensforschung und angewandte Bauphysik der Technischen Universität Aachen sie vorschlägt, sieht er dazu nicht als die richtige Lösung an: Auch dabei gebe es das Problem, wie einzelne Stufen definiert und abgerechnet werden können. Stattdessen bringt Ramrath eine Liste mit Extras ins Spiel: Ähnlich wie im Autohandel könnte ein einfaches Bad nach Stückzahl und Quadratmetern abgerechnet werden, während die künstlerischen Extras über eine

Zusatzliste verkauft werden. Eine solche Liste könnte vom Verband entwickelt werden, als Beispiele für mögliche Extras nannte Ramrath etwa minimierte Toleranzen, runde oder geschwungene Kanten, die Verlegung mit möglichst schmalen Fugen oder eine Designerausführung.

Vom neuen Produkt bis zum Handbuch Technik

Technische Regelwerke standen im Mittelpunkt des Vortrags von Dipl.-Ing. (FH) Bernd Stahl, öffentlich bestellter und vereidigter Sachverständiger sowie Vorsitzender des Technischen Ausschusses im Landesinnungsverband Fliesen Baden-Württemberg.

Die vom Fachverband erarbeiteten Merkblätter geben die Regeln der Technik wieder und werden vor Gericht auch häufig als solche



Vier im stetigen Einsatz für die Branche (v. l.): Wilm Kittelmann, Geschäftsführer des Bundesverbandes des Deutschen Fliesenfachhandels (VDF), Werner Altmayer, EUF-Geschäftsführer, Hans Günter Marx, Architekt und Sachverständiger, sowie Ralf Mary, Vertriebsleiter Architektur bei Villeroy & Boch.



Fliesenlegermeister und Autor Erich Zanocco (rechts) im Gespräch mit den beiden Geschäftsführern Jens-Uwe Fellhauer (Industrieverband keramische Fliesen + Platten) und links Rudolf Voss (Fachverband Fliesen und Naturstein).



Viele Besucher und ein gut gelaunter Oberbürgermeister am Rednerpult: Ulms Stadtoberhaupt Ivo Gönner richtete ein launiges Grußwort an die Gäste.

akzeptiert, betonte er. Sie sollten dem Profi-Verleger ein schadenfreies Arbeiten ermöglichen, aber keine „Kochrezepte für Nichtfachbetriebe“ sein: Um mit ihnen arbeiten zu können, seien die Fachkenntnisse einer fundierten Ausbildung unerlässlich.

Dass der Weg vom neuen Produkt zur Publikation häufig lang ist, erklärte Stahl mit dem Anspruch der Merkblätter: Der Verleger muss sich auf deren Aussagen verlassen können, darum seien oft mehrjährige Erfahrungen nötig, bevor der Technische Ausschuss verlässliche Regeln aufstellen kann. Im Spannungsfeld zwischen Baustoffhersteller und Fliesenleger heiße das aber auch: Die Hersteller bringen neue Produkte auf den Markt, um Geld zu verdienen, die Erprobung erfolgt erst auf dem Markt und der Handwerker trägt dabei das Risiko. So habe es etwa bei der Einführung großformatiger Fliesen Probleme wie großflächige Ablösungen durch Feuchtigkeit unter den Platten oder deutliche Überzähne bei geringen Fugenbreiten gegeben, die erst erkannt wurden, als es die großen Platten in großen Mengen auf dem Markt gab. Dennoch seien Innovationen notwendig, betonte Stahl: „Nur neue Produkte erschließen neue Märkte.“

Während seines Vortrags kündigte Stahl eine wichtige Neuerscheinung an: Das „Handbuch Technik“ soll demnächst in der achten

Auflage erscheinen. Zudem wehrte er sich dagegen, dass andere Institutionen als der Fachverband Fliesen und Naturstein und sein Technischer Ausschuss Verarbeitungsregeln für Fliesenleger aufstellen: „Wir sind die Vertretung des deutschen Fliesenlegerhandwerks“, betonte er. „Es kann nicht sein, dass andere Verbände uns vorschreiben, wie wir unsere Fliesen zu verlegen haben.“

Ein neues Image für die Fliese

Über gemeinsame Werbestrategien für die Fliese berichtete der Geschäftsführer des Industrieverbands Keramische Fliesen + Platten e. V., Jens-Uwe Fellhauer. Unter dem Motto „0-8-15 ... Nicht mit Keramik“ blickte er auf bisher drei Jahre erfolgreicher Kampagnen des Verbandes für die Fliese zurück und warb für gemeinsame Anstrengungen von Fliesenlegern und Herstellern: „Fliese und Verlegung gehen Hand in Hand“, betonte er. „Sie sind zwei Seiten einer Medaille.“

Dass gemeinsame Anstrengungen nötig sind, verdeutlichte er mit der Ausgangslage der Kampagnen: Seit Anfang der 90er-Jahre hatte sich der Absatz keramischer Fliesen halbiert, weniger als 15 Prozent der verkauften Bodenbeläge waren keramisch. Die Fliese, so Fellhauer, hatte ein Imageproblem: Sie wurde von Endverbrauchern und Publikumsmedien

kaum wahrgenommen, galt wenn überhaupt als altbacken und eigentlich nur für Bäder und Küchen geeignet. „Quadratisch, praktisch langweilig“, fasste er das gängige Vorurteil zusammen.

Dass Fliesen keineswegs altbacken sind, sich nicht nur für Küche und Bad eignen, das wollte und will der Industrieverband in die Köpfe der Kunden bekommen. Der Weg dorthin führt über die Medien, vor allem über Bau- und Wohnmagazine, berichtete Fellhauer. Es gelte, die Endverbraucher zu erreichen, bevor die Entscheidung für ein Belagmaterial gefallen ist. Und dazu reicht ein gutes Produkt allein nicht aus: Die Vorteile müssten überzeugend und nachhaltig kommuniziert werden. Andere Branchen hätten das frühzeitig erkannt und entsprechend gehandelt. So investiere die Holzbranche jährlich mehr als 2,5 Millionen Euro in gemeinschaftliche Werbemaßnahmen.

Auch der Industrieverband Keramische Fliesen + Platten lanciert nun zahlreiche PR-Artikel, schaltet Anzeigen und stellt Zusatzinformationen ins Internet. Die Kommunikationsstrategie ist zweistufig: Auf der emotionalen Schiene soll Interesse für die Keramik geweckt werden, um dann auf der rationalen Schiene deren Produktvorteile darstellen zu können. Dieses Konzept habe sich in den ver-

gangenen drei Jahren schon gut entwickelt und bestens bewährt und solle nun ausgebaut werden, betonte Fellhauer und rief die Fliesenleger dazu auf, die Kampagnen vor Ort zu unterstützen. Info- und Werbematerial dafür gebe es beim Industrieverband.

Zudem hob Fellhauer den Erfolg der Kampagne „Deutschlands hässlichstes Bad“ hervor, an der sich auch der Fachverband Fliesen und Naturstein beteiligt. Mit dem Gewinnspiel wollen sie auf den Sanierungstau in deutschen Bädern hinweisen und so zugunsten der ganzen Branche die Themen Badsanierung und „schönes Wohnen bzw. Baden mit Fliesen“ in den Fokus der Öffentlichkeit rücken.

Auf europäischer Ebene macht Werner Altmayer Marketing für die Fliese. Während der Deutschen Fliesentage stellte der Geschäftsführer der Europäischen Union der Fliesenfachverbände (EUF) seine bekannten Kampagnen „Gesundes Wohnen mit Keramik“ und „Energie sparen mit Keramik“ vor. Auch er warb dabei für gemeinsame Anstrengungen und einen Zusammenhalt innerhalb der Keramik-Branche: „Unser Gegner ist nicht der andere Fliesenhersteller“, sagte er, „sondern der andere Bodenbelag.“ Gemeint war vor allem der Teppich, der in Deutschland, Österreich und der Schweiz derzeit mehr als die Hälfte aller verkauften Bodenbeläge ausmacht, während Fliesen gerade mal auf etwas mehr als 15 Prozent kommen. Ein weiteres Problem: Der Branche kommen die Meister abhanden, die Verlegequalität sinkt und mit ihr der Ruf eines ganzen Berufszweigs. Da gelte es gegenzusteuern – über Qualifizierungsmaßnahmen ebenso wie mit Imagekampagnen: „Vom Fliesenleger zum Raumgestalter“, skizzierte Altmayer eine Idee.

Den Kernthemen der Zeit folgend hat er seine Kampagnen für die Keramik aufgebaut: Die Gesellschaft altert, Gesundheit, Bio, Fairtrade und Nachhaltigkeit sind in aller Munde. Mit den Initiativen der Fliesenfachverbände greifen europäische Hersteller, Händler, Fliesenleger und deren Verbände diese Wünsche der Endkunden auf und präsentieren entsprechende Lösungen mit Keramik. Ob als schadstofffreie, hygienische und leicht zu reinigende Oberfläche oder als idealer Bodenbelag für eine Fußbodenheizung: Über entsprechende Internetseiten, PR-Artikel und Broschüren tragen die beiden Kampagnen die Vorteile der Keramik in die Öffentlichkeit. Über Flächenheizungen in der Wand könne man zudem

Premiere für den Innovationspreis



Bei der Preisverleihung (v. l.): Herbert Reithmeir (Juror), Martin J. Lottmann (Wedi GmbH), Dr. Uwe Gruber (Mapei GmbH), Walter Gutjahr und Ralph Johann (Gutjahr Systemtechnik GmbH), Volker Bastian (Juror), Karl-Hans Körner (Juror und FFN-Vorstandsmitglied) sowie Hans-Josef Aretz (FFN-Vorsitzender).

Erstmals hat der Fachverband Fliesen und Naturstein (FFN) im Zentralverband des Deutschen Baugewerbes einen Innovationswettbewerb angeboten. Insgesamt waren 17 Firmen mit 19 Produkten dem Aufruf des Verbandes gefolgt, ihre Produkt- oder Dienstleistungsinnovationen vor dem Fachpublikum auf den Deutschen Fliesentagen 2011 in Ulm vorzustellen. „Die Resonanz freut uns und macht uns Mut, weiterzumachen“, sagte FFN-Geschäftsführer Rudolf Voss.

Mit dem Innovationspreis wurden schließlich ausgezeichnet:

- der Spezial-Fugenmörtel „Ultracolor Plus“ von Mapei
- das „CeraVent“-Fassadensystem von Gutjahr Systemtechnik
- die „Bauplatte Premium“ von Wedi

In der Jury saßen Herbert Reithmeir von der auf das Handwerk spezialisierten DSL Unternehmensberatung, Karl-Hans Körner als Vorstandsmitglied des Fachverbandes Fliesen und Naturstein und Vorsitzender des Landesinnungsverbandes Fliesen Baden-Württemberg sowie der Architekt Volker Bastian von gmp Architekten von Gerkan, Marg und Partner aus Hamburg.

Nutzen als Bewertungskriterium

Als besonders wichtig für die Entscheidung sah die Jury den Nutzen für Architekten und Endverbraucher an. Ebenso wichtig war die Frage, inwieweit der Fliesenleger die Innovation vermarkten kann. Außerdem bewerteten die Juroren die Innovation gegenüber anderen Produkten und Hersteller in Bezug auf Verarbeitung, Sicherheit und Eigenschaften.

„Grundsätzlich zeigten die Bewerbungen, dass die Branche lebt und von Innovationen geprägt ist“, sagte Karl-Hans Körner nach der Jurysitzung. Bastian ergänzte: „Alle Vorschläge bringen auf ihre Art und Weise die Branche nach vorne.“ Danach hätte jeder Teilnehmer einen Preis verdient, so der Juror. „Die Preisträger repräsentieren alle wichtigen Bereiche unseres Handwerks. Im Bereich Keramik, Chemie und Untergrund gibt es Neues“, betonte Karl-Hans Körner. „Das freut mich sehr, gerade bei der Premiere unseres Innovationswettbewerbs!“

Die ausgezeichneten Produkte

Mehr zu den ausgezeichneten Produkten finden Sie auf unseren Internetseiten im Bereich Produkte.

www.fliesenundplatten.de

Landesfachgruppenleiter diskutieren über Meisterpflicht und Qualifizierung



Haupt- und ehrenamtliche Interessenvertreter des Fliesengewerbes auf Bundes- und Landesebene trafen sich zu ihrer Jahrestagung in Ulm.

Im Rahmen der Deutschen Fliesentage 2011 fand in Ulm auch die Landesfachgruppenleiter-Sitzung statt. Hauptthemen waren die nach wie vor kontrovers diskutierte Novelle der Handwerksordnung und Möglichkeiten einer Qualifizierung als Marktzugang.

Auslöser war eine Initiative der Fachgruppe Fliesen und Naturstein Hessen: Die fordert eine Rückführung des Fliesen-, Platten- und Mosaiklegerhandwerks in die Anlage A der Handwerksordnung und damit eine Rückkehr zur Meisterpflicht. Dazu haben die Vertreter der Fachgruppe mit den drei Handwerkskammern in Hessen gesprochen und sich deren Unterstützung zusichern lassen. Das sollten nun alle Landesverbände tun, bat Landesfachgruppenleiter Günter Marksteiner seine Kollegen um Unterstützung.

Im Ziel einer Qualifizierung als Marktzugang und im Wunsch, mit ihrem Gewerk am liebsten in die Anlage A zurückzukehren, waren sich alle Beteiligten einig. Dennoch gab es Diskussionen um die Chancen, Mittel und Wege. Der Fachverband Fliesen und Naturstein (FFN) begrüßt als Bundesverband Initiativen wie die in Hessen und eine ähnliche im Saarland und setzt sich selbst auch nach wie vor auf allen Ebenen für eine Qualifizierung als Zulassungskriterium

ein. „Aber es gehört eine Menge Diplomatie dazu“, mahnte der Vorsitzende Hans-Josef Aretz.

Zudem will man sich mit dem Zentralverband Deutsches Baugewerbe (ZDB) dafür einsetzen, dass der § 5 der Handwerksordnung künftig auf die Anlage B1 ausgedehnt wird und damit auch für Fliesenbetriebe gilt, deren Inhaber die Meisterprüfung erst nach der Novelle der Handwerksordnung abgelegt haben. Damit dürften die dann auch Arbeiten in anderen, zulassungspflichtigen Handwerken ausführen, wenn sie mit dem Leistungsangebot technisch oder fachlich zusammenhängen oder es wirtschaftlich ergänzen. Damit, so die gemeinsame Hoffnung, könne man einen deutlichen Anreiz zur Ablegung der Meisterprüfung setzen und die Qualifizierung insgesamt befördern.

Was es sonst noch gab

■ Sonderkonstruktionen stehen im Mittelpunkt der Kasseler Sachverständigentage, die am 1. und 2. November 2011 in Fulda stattfinden. Die Veranstaltung ist offen für alle. Obschon die Veranstaltung mittlerweile in Fulda stattfindet, hat sich der Name Kasseler Sachverständigentage eingebürgert. Dennoch nimmt der Fachverband

gerne Vorschläge für eine Namensänderung entgegen.

- Über die Vorbereitungen auf die Berufswettbewerbe „WorldSkills“ in London, die mit Drucklegung dieser Ausgabe bereits beendet sind, sowie auf die nächsten „EuroSkills“ im Oktober 2012 im belgischen Spa-Francorchamps berichtete Karl-Heinz Beyer. Vor dem 60. Bundesleistungswettbewerb, der vom 12. bis zum 14. November in Feuchtwangen ausgetragen wird, sollen für die Jung-Gesellen auch Schnitttechnik-Übungen angeboten werden. Zudem warb der FFN-Vorsitzende Hans-Josef Aretz um Unterstützung für die Berufsweltmeisterschaften „WorldSkills“, die im Jahr 2013 in Leipzig stattfinden.
- Das nächste Gipfeltreffen findet am 18. und 19. Mai 2012 in Binz auf Rügen statt und nicht wie ursprünglich geplant auf Sylt. Dort seien keine Hotels zu akzeptablen Konditionen zu buchen gewesen, berichtete der FFN-Vorsitzende Hans-Josef Aretz.
- Der Internetauftritt des Verbandes (www.fachverband-fliesen.de) wird derzeit überarbeitet.
- Die achte Auflage des Handbuchs Technik soll zum Jahresende erscheinen. ■



Fachleute unter sich (v. l.): Ralph Johann (Gutjahr), Andreas Wilbrand (Sopro); Michael Heim (Mapei) und der Vorsitzende des Technischen Ausschusses, Hans-Willibert Ramrath, im Gespräch.



Erich „Plättle“ Zanocco signierte sein Buch „Aus dem Leben eines Handwerksmeisters: Anekdoten und Geschichten zum Schmunzeln“.



In der Fachschau zeigten zahlreiche Hersteller ihre Produkte.



Als Gastredner konnten die Veranstalter um Karl-Hans Körner (l.) und Hans-Josef Aretz (r.) den ehemaligen Ministerpräsidenten Lothar Späth begrüßen.

möglicherweise verlorene Flächen für die Keramik zurückgewinnen, so Altmayer.

Qualität gewinnt

Wie man mit innovativer Keramik und Service Erfolg haben kann, wollte Guy Geuskens vom niederländischen Hersteller „Royal Mosa“ den Besuchern vermitteln. Sein Motto: „Qualität gewinnt immer.“ Er berichtete, wie das Maastrichter Unternehmen seine Fliesen wieder salonfähig und sich selbst damit überlebensfähig gemacht hat. In den 90er-Jahre habe „Royal Mosa“ viele „0-8-15-Produkte“ im Programm gehabt und sei damit nicht gut gefahren. Nach einer radikalen Neuaufstellung setzte das Traditionsunternehmen heute erfolgreich auf hochwertige Produkte, eine entsprechende Hightech-Produktion, ein breites Sortiment mit aufeinander abgestimmten Kollektionen sowie auf Gestaltung

und Design. Zudem versuche man sich nicht nur mit dem Produkt, sondern auch in der Präsentation von den Mitbewerbern abzuheben: „Wir machen die Fliese zum Star“, so Geuskens.

Politik, Wirtschaft und der Mittelstand

Als prominenter Gast hielt der ehemalige Ministerpräsident des Landes Baden-Württemberg und spätere Vorstandsvorsitzende der Jenoptik GmbH in Jena, Dr. Lothar Späth, eine motivierende Rede über Politik, Wirtschaft und den Mittelstand. Trotz einer schwierigen wirtschaftlichen Situation plädierte er für gemeinsame Lösungen in Europa und zog Parallelen zur deutschen Wiedervereinigung: Die habe ähnlich große Dimensionen gehabt und für Ängste gesorgt: „Aber es hat trotz Verdreifachung der Kosten gehal-

ten. Also nicht gleich die Katastrophe herbeireden“, betonte Späth. „Ich bin für Europa. Europa muss beieinander bleiben!“, sagte er. Insgesamt sei die deutsche Wirtschaft samt Mittelstand und Handwerk gut aufgestellt, so der Gastredner. „Bis andere aufgewacht sind, hat der Mittelständler schon längst Geschäfte gemacht!“

Fotos von den Fliesentagen

Eine Bildergalerie von den Deutschen Fliesentagen in Ulm finden Sie auf unserer Homepage unter der Rubrik „Markt“ im Bereich „Videos+Fotos“.

www.fliesenundplatten.de