



1. Merkmale VDF

Wir verstehen uns als Organisation der Deutschen Fliesenfachhändler. Wir agieren als Drehscheibe zwischen Herstellern, Fachverlegern, Endverbrauchern und Architekten. Somit sind wir aktiver Teil der Wertschöpfungskette der Fliesenbranche, indem wir das Halbfertigprodukt Fliese als Komplettprodukt beraten und verkaufen. Wir sehen uns nicht als politischen Verband, der übergeordnete wirtschaftliche und rechtliche Belange vertritt – dies ist Aufgabe der Spitzenverbände der deutschen Wirtschaft. Unsere Aufgabe sehen wir im „Marketing“ für die Fliese, für die Steigerung der Akzeptanz beim Endverbraucher und damit einer stetigen Absatzsteigerung gegenüber den anderen Wand- und Boden-Belagsstoffen

Unsere Kernkompetenzen betreffen die Produktpräsentation und Beratung, die Lager- und Transportlogistik und natürlich das Product-Scouting, das Antizipieren von Trends und die Umsetzung im Markt. Diese beschriebenen Aufgaben versuchen wir sowohl als lokale Unternehmer sowie durch unsere Verbandsarbeit umzusetzen.

So arbeiten wir natürlich mit unseren deutschen und europäischen Fliesenlegerverbänden sowie den deutschen und europäischen Fliesenhersteller-Organisationen eng zusammen. Die Zusammenarbeit mit der CONFINDUSTRIA- Ceramica möchte ich hiermit als beispielhaft hervorheben. Ihre Unterstützung bei unseren PR-Aktivitäten oder ihre Einladungen und Gastfreundschaft anlässlich der CERSAIE sind exemplarisch.

2. Der heutige Fliesenmarkt

folgt den Veränderungen des Zeitgeistes. In der Zeit der totalen Information wird auch der Fliesenmarkt direkt beeinflusst - Internet, Websites, soziale Medien, B-to-B-Business - wir müssen unsere Kommunikation mit dem Kunden aber auch unter uns Absatzmittlern hierauf abstimmen.

Wir beim VDF haben zum Beispiel mit dem Verband 'Europäische Union der Fliesenfachverbände EUF' ein Pilotprojekt initiiert, in dem wir den Einfluss der Kommunikations- und Informationsmöglichkeiten auf den Kaufprozess als Projektstudie entwickelt haben.

Das Projekt trägt den Namen "Ausstellung 2020". Anbei ein ausführlicher Presstext zu diesem Thema.

Die Dynamik des Fliesenmarktes wird ebenfalls stark beeinflusst durch das geänderte Konsumbewusstsein. Der sogenannte 'Mehrwertkonsum' ist wesentlich anspruchsvoller als der 'Produktkonsum'. Der Kunde möchte Zusatznutzen neben dem originären Produktnutzen haben - also: Der Kühlschrank muss kühlen, aber mit geringem Energieverbrauch, das Lebensmittel muss schmecken, aber nicht mit Schadstoffen belastet und gesund sein

3. Wir beim VDF

haben diesen Trend sehr früh erkannt und die Initiative 'Gesundes Wohnen mit Keramik' nach Kräften unterstützt, in Sachen PR-Aktivitäten auch mit der Hilfe der CONFINDUSTRIA.

Wenn Sie heute 'googeln' und nur die beiden Worte "gesundes Wohnen" eingeben, erscheint sogleich schon die entsprechende Website. Hier schließt sich wieder der Kreis zu den geänderten Informationsgewohnheiten der Kunden. Wir sind sehr sicher, dass wir dem "Mehrwertkonsumenten" die richtigen Antworten geben und den Mehrwert der Fliese im Vergleich zu anderen Belägen auch belegen können. Die Potentiale der Wettbewerbsprodukte sind unsere Reserve, unser 'Potential'.

4. Natürlich haben wir auch Risiken.

Diese sind vor allem in dem Mangel an gut ausgebildeten Fachverlegern zu sehen. Fliesen als Halbfertigprodukt und die immer interessanteren Produktinnovationen der "Fliesentechnik Hersteller" bedürfen eines sehr guten und permanent weitergebildeten Handwerkers.

Hier wird unsere Branche gemeinsam aktiv sein müssen, da dies der Engpassfaktor für weiteres qualitatives Wachstum sein wird. Auch hierzu haben wir die Initiative ergriffen und die "VDF-Akademie" gegründet. Sie ist ein Informationsportal aller relevanten Weiterbildungsmaßnahmen für den Fliesenhandel und den Fliesenverarbeiter.

Dies ist aber nur ein erster Schritt, gemeinsam müssen wir weitere Maßnahmen treffen. Hierzu benötigen wir auch die Unterstützung der CONFINDUSTRIA.

5. Dass die Italienischen Hersteller in vielen Ländern, darunter auch in Deutschland, Marktführer sind, ist zumindest auf zwei ihrer wichtigen Fähigkeiten und Kompetenzen zurückzuführen: Ihre Kreativität und Designkompetenz, aber auch die Freundlichkeit im Umgang mit ihren Kunden.

Speziell eine konsequente Vertriebspolitik, die mit einem selektiven Vertrieb auch regionale Besonderheiten berücksichtigt, gestalten eine Zusammenarbeit vielfach sehr angenehm.

Wenn sie diese Stärken weiter entwickeln, dann haben wir eine gute gemeinsame Zukunft.

6. Natürlich sind wir nicht perfekt,

wir können und müssen immer aktiv bleiben und den Markt sowie den Kundentrend stets im Fokus haben.

Dies ist unsere permanente und - so hoffe ich - auch gemeinsame Aufgabe.

Bundesverbandes des Deutschen Fliesenfachhandels e.V.

Hohenzollerndamm 18, 10717 Berlin

Tel.: 030/ 843 15 880, Fax: 030 / 843 15 881

e-mail: vdf@fliesentraeume.de

www.fliesenfachhandel.de