



Cersaie 2014, Bologna: **Wenig Inhalt, viel Wirbel, stagnierende Besucherzahlen**

DAS DIE SJÄHRIGE GROSSE NORDITALIENISCHE JUBELFEST DER KERAMISCHEN FLIESE UND DER BADAUSSTATTUNG IST GESCHICHTE UND ES IST ZEIT, BILANZ ZU ZIEHEN, WIE TRADITIONELL SEIT VIELEN JAHREN UM DIESE ZEIT. EGAL WER DIE BILANZ WIE ERRECHNET, ALS BERICHTERSTATTER KOMMT MAN AN BOLOGNA UND DER CERSAIE, EBEN DIESEM JUBELFEST, NICHT VORBEI. UND WAS DIE STATISTISCHE BILANZ DIESER

VERANSTALTUNG BETRIFFT, IST MAN BESSER BERATEN, SICH NICHT SO SEHR AN DEN BESUCHERZAHLEN, SONDERN BESSER AN DEN INHALTEN ZU ORIENTIEREN. UND SELBST DAS WAR IN DIESEM JAHR SCHWIERIG GENUG.

Denn den italienischen Veranstaltern, die Messgesellschaft Bologna und der italienische Herstellerverband Confindustria Ceramica, gelingt immer wieder auf geradezu geniale Weise, Besucherzahlen so verklausuliert zu formulieren, dass stets der Eindruck überschäumenden Besucherandrangs entsteht. Glaubt man dem offiziellen Abschluss-Bericht, wird deutlich, dass der Messebesuch mit 100 985 Besuchern (2013: 100 769, 2012: 106 846) stagniert und wie bereits im vergangenen Jahr einzig das ungebrochene Interesse ausländischer Besucher die Cersaie vor einem Desaster bewahrt. So kamen (laut Veranstalter) in der Zeit vom 22. bis 26. September gut 46 Prozent der Besucher aus dem Ausland.

Dafür ist man aber sehr stolz auf eine „bedeutsame“ Steigerung der „Ersteintritte“ um 3,36 Prozent auf 66 096. Da sich aber niemand so recht etwas darunter vorstellen kann, sollte man diese Angabe besser ignorieren. Dafür scheint es nach wie vor ein gesteigertes Interesse in der Szene der Berichterstatter zu geben. So melden die Veranstalter 578 akkreditierte Journalisten (3,39 Prozent mehr als im Vorjahr), von denen im Übrigen auch fast die Hälfte aus dem Ausland kam. Allerdings sollte man auch diese Zahl nicht überbewerten. Denn

Natürlich bot die Fliesen-Szene mehr als Imitate. Die italienischen Mosaik-Hersteller wie Bisazza oder Sics zelebrierten ihre Kunst-Projekte und bunte Fliesen gab es auch

schließlich geben die Messe-Veranstalter für diese Anwesenheits-Bilanz sehr viel Geld aus in Form von Reisekosten- und Übernachtungs-Sponsoring.

Der aufmerksame Leser des Abschlussberichts registriert bei alledem fast nur noch am Rande, dass diesmal mit keinem Wort der Anteil der Besucher aus dem Inland erwähnt wurde, schließlich ist es ja auch kein Ruhmesblatt für diese Veranstaltung. Denn schon rein rechnerisch aus gleichbleibender Anzahl aller Besucher abzüglich der Zunahme der Auslandsgäste ergibt sich ein zunehmendes Defizit einheimischer Besucher, ganz sicherlich der weiterhin stagnierend bis rückläufigen Inlandskonjunktur geschuldet.

Das spiegelt sich auch in den offiziellen Zahlen des Verbandes wider: So wurden im ersten Halbjahr 2014 in Italien erneut 8,13 Prozent weniger keramische Fliesen verkauft als in der ersten Hälfte 2013, das entspricht einem wertmäßigen Rückgang von 7,20 Prozent. Der Schmerz dürfte sich in Grenzen halten, denn in der gleichen Zeit exportierten die Mitgliedsfirmen des Confindustria Ceramica Produkte im Wert von über 2 125 Mio. Euro, 7,25 Prozent mehr als im Vergleichszeitraum des Vorjahres, woran übrigens Ausfuhren nach Deutschland wieder einen zunehmenden Anteil haben.

Unter dem Strich bedeutet das einen Umsatzzuwachs von 4,63 Prozent. Dabei scheint den italienischen Exporteuren etwas gelungen zu sein, worum andere Hersteller sie beneiden: Sie haben ihre Produkte im Ausland wertiger verkaufen können. Denn der Umsatzsteigerung von 7,25 Prozent steht eine Steigerung der Menge von 5,18 Prozent

Wieder mehr italienische Fliesen für Deutschland

gegenüber. Dieses Verhältnis konnte gegenüber den Jahren 2012/2013 (bezogen auf das ganze Jahr) noch einmal deutlich verbessert werden. Wermutstropfen dabei: im Inland ist das Verhältnis genau umgekehrt. Um die Bilanz-Betrachtung korrekt zu vervollständigen, noch dieses: Im Jahr 2013 haben die Verbandsmitglieder nach eigenen Angaben insgesamt 389,28 Mio. Quadratmeter Fliesen verkauft, exakt 25,88 Mio. Quadratmeter mehr, als sie laut Verbandsstatistik produziert haben.

Nicht unerwähnt bleiben sollte in unserer Messebilanz, dass in dieser 32. Ausgabe der Cersaie das Ausstellerpotenzial durch zusätzliche

Die Cersaie bewährt sich für uns immer stärker als Basis für internationale Kontakte

ULRICH NAGEL, RAKO-VERTRIEBSLEITER WESTEUROPA

auch den Zuwachs an Ausstellern um 45 auf insgesamt 945 erklärt. Ob sich dies auch auf die Besucherzahlen ausgewirkt hat, wurde nicht bekannt.

Aus deutscher Sicht spielt diese norditalienische Veranstaltung wie in den vergangenen Jahren eine besondere Rolle. Denn nahezu für alle im deutschen Industrieverband Keramische Fliesen + Platten e.V. organisierten Hersteller ist die Cersaie derzeit die einzige Plattform, auf der man sich einer breiten Öffentlichkeit präsentiert. In der Heimat beschränkt man sich auf Hausmessen einschlägiger Großhändler, zumal erklärtermaßen Kerngeschäft und Hauptaugen-

merk der deutschen Produzenten der Inlandsmarkt ist. Insofern richtet sich der Blick der Unternehmen in Bologna auf internationale Kontaktpflege und die Hoffnung, ihr Exportgeschäft weiter ausbauen zu können. Davon abgesehen pflegt man aber auch hier heimische Kontakte, vornehmlich mit dem Großhandel, für den Bologna nach wie vor als attraktives Reiseziel gilt. Allerdings spürt man hier ebenfalls den Wandel: Heute steht bei dieser Klientel die Effizienz einer solchen Messereise sehr viel stärker im Vordergrund. Wie es heißt, freut man sich auch in Italien über den Besuch heimischer Klientel, aber Dr. Eckard Kern, Vorsitzender des Industrieverbands Keramische Fliesen + Platten e.V. betont die große Bedeutung der Gespräche mit dem Fachpublikum aus aller Welt, und die seien sehr zufriedenstellend verlaufen.

KLARTEXT:

Das Déjà-vu gleich vis-à-vis

von Ingrid Bork

Muss neu sein, was Messetrend ist? Eindeutig nein! Es muss noch nicht mal anders sein. Entscheidend ist nur, dass die einen (die Aussteller) es haben und die anderen (die Besucher) es haben wollen. Und wenn man es so betrachtet, dann war die diesjährige Fliesen-Messe Cersaie 2014 in Bologna eine einzige, ausgesprochen einige Trendgemeinde. Alle hatten ihn, den Trend (von ein paar Majolika- und Terracotta-Produzenten mal abgesehen), und alle wollten ihn (so schien es jedenfalls). „Steinholzbeton“ wurde er genannt und „graubeigeweiß“ sah er aus. Und ja, es war noch derselbe wie im letzten Jahr ... und in dem davor ... und in dem davor und und ...

Und so kam es auf dieser weltweit bedeutendsten Fliesenschau, wie es kommen musste: Wohin man auch kam, „Steinholzbeton“ war schon da. Das „Déjà-vu“-Gefühl setzte immer schon gleich vis-à-vis ein. Ein zugegebenermaßen angenehmes „Déjà-vu“-Gefühl. Denn fairerweise muss man auch sagen, dass „Steinholzbeton“ sich alle Mühe gegeben hatte: Noch nie war er so täuschend steinig, so exakt holzig und so ungehobelt betonig aufgetreten. So wirklich wirklichkeitsnah und so keramisch qualitätsbewusst. Aber leider auch so einfach eintönig.

Schade, dass der Trend so ein Sturkopf ist. Er will sich einfach nicht bewegen. Mit „Steinholzbeton“ sei man in diesen wackeligen Zeiten immer auf der sicheren Seite, will er uns suggerieren. Und mit „graubeigeweiß“ könne man auch nichts falsch machen. Alles bewährte Werte. Alles starke Argumente. Aber alles kann das doch trotzdem nicht gewesen sein, oder? Da geht doch noch was! Wenn man will ... und wenn man ihm mit Mut und Fantasie mal etwas einheizt, dem starren Sturkopf. Denn nur dann bewegt er sich doch!

Spanische Fliesenexporte weiter auf Wachstumskurs

In den ersten sieben Monaten dieses Jahres konnte sich der deutsche Markt für spanische Fliesenexporte erneut gut behaupten. Nach Angaben des spanischen Verbandes der Fliesenhersteller ASCER wurden mit Exporten nach Deutschland von Januar bis Juli 2014 knapp 52,1 Mio. Euro umgesetzt. Das entspricht einem Wachstum von 5,9 Prozent im Vergleich zum gleichen Zeitraum 2013. Auch in vielen anderen Ländern waren Fliesen aus Spanien weiterhin erfolgreich. In der ersten sieben Monaten 2014 exportierten spanische Hersteller in 181 Länder und setzten damit insgesamt 1 443,4 Mio. Euro um (+5,2 Prozent). Das dürfte den Produzenten angesichts der weiterhin unter Druck stehenden Inlands-Konjunktur etwas Luft verschafft haben. So konnte die verkaufte Fliesenmenge aus Spanien damit in den ersten sechs Monaten 2014 um 8,1 Prozent auf 177 Mio. m² gesteigert werden. Auch für die zweite Jahreshälfte 2014 rechnet der Verband mit einer positiven Bilanz für spanische Fliesenhersteller.

merk der deutschen Produzenten der Inlandsmarkt ist.

Insofern richtet sich der Blick der Unternehmen in Bologna auf internationale Kontaktpflege und die Hoffnung, ihr Exportgeschäft weiter ausbauen zu können. Davon abgesehen pflegt man aber auch hier heimische Kontakte, vornehmlich mit dem Großhandel, für den Bologna nach wie vor als attraktives Reiseziel gilt. Allerdings spürt man hier ebenfalls den Wandel: Heute steht bei dieser Klientel die Effizienz einer solchen Messereise sehr viel stärker im Vordergrund. Wie es heißt, freut man sich auch in Italien über den Besuch heimischer Klientel, aber Dr. Eckard Kern, Vorsitzender des Industrieverbands Keramische Fliesen + Platten e.V. betont die große Bedeutung der Gespräche mit dem Fachpublikum aus aller Welt, und die seien sehr zufriedenstellend verlaufen.

Was die Inhalte betrifft, hat das Bologneser Fliesen-Mekka die Branche kaum vorangebracht. Unsere meist vergebliche Suche nach neuen Ideen oder Trends lässt sich kaum besser auf den Punkt bringen als mit einem Zitat vom Geschäftsführer der Norddeutsche Steingut/Grohn und NordCeram, Stefan Zeidler. Das Unternehmen hatte nämlich eine 60x60 cm große Fliese in Beton-Optik als Neuheit vorgestellt. „Damit lagen wir genau im Trend. Namhafte italienische Hersteller zeigten ebenfalls viele Fliesen im Estrich bzw. Beton-Stil“, so Stefan Zeidler und vergaß dabei natürlich nicht den Hinweis auf den neuen eleganten Holzboden seines Unternehmens. Etlichen hundert weiteren Ausstellern scheint er damit aus dem Herzen gesprochen zu haben. Das meint zumindest unsere Mitarbeiterin Ingrid Bork, die das Geschehene in ihrem Kommentar von „Das Déjà-vu gleich vis-à-vis“ ins richtige Licht rückt. Und andere erwähnenswerte Neuheiten haben wir für Sie in unserem nachfolgenden Messe-Report zusammengestellt.

Die 33. Cersaie 2015 findet vom 22.09.-26.09.2015 ebenfalls auf dem Messegelände Bologna statt.

Mehr Informationen über die italienische Fliesen Messe in Bologna:
www.cersaie.it/en/index.php