

FLIESEN & PLATTEN

JAHRBUCH

Rückblick 2016

Ausblick 2017



Rudolf Müller

EINSCHÄTZUNG ZULIEFERER

Marco Lutz ist
Vertriebsleiter/
Exportleiter von
Lux Elements.



Lebensraum und Lebensqualität werden immer wichtiger

Rückblickend auf das Jahr 2016 kann nur die erste Jahreshälfte als zufriedenstellend bezeichnet werden.

Nach einem guten Start folgte die Ernüchterung mit dem viel zu frühen Sommerloch, welches bis zum Spätherbst andauerte. Unser Resümee als Hersteller deckt sich mit den Aussagen aus der gesamten Branche, dazu zählen der Handel und die Verarbeiter. Erfreulicherweise endete das Jahr für uns in Deutschland doch noch mit einem Plus.

Da unsere Gesellschaft momentan in einem Wandel ist, besteht weiterhin der Bedarf an neuem Wohnraum. Die Familien werden kleiner, es gibt immer mehr Einzelhaushalte, insbesondere in den Großstädten. Gleichzeitig erleben wir Binnenmigration und Zuwanderung von Menschen aus unterschiedlichen Kulturen. Das hat zur Folge, dass bestehender Wohnraum von Grund auf saniert und neuer Wohnraum geschaffen werden muss.

Auch der demografische Wandel stellt Ansprüche an neue Bauweisen und Produkte: Die Bevölkerung wird immer älter und bleibt länger gesund und fit. Die Gruppe der wirtschaftlich starken „50+ Silver Ager“ denkt nicht über Pflege- oder Altersheime nach. Man möchte so lange wie möglich im eigenen Haus wohnen, am liebsten für immer. Um dies zu erreichen, werden aufwendige Renovierungen

und die Schaffung von barrierefreien Wohnräumen geplant – man kann es sich leisten.

Dabei gewinnt das moderne Bad deutlich an Individualität und hat höchste Priorität. Der Trend geht zu immer größeren Bädern, beispielsweise durch den Umbau eines ehemaligen Kinderzimmers. Zusätzlich wird immer häufiger der Wunsch nach einer privaten Wellnessoase für Entspannung und Luxus in den eigenen vier Wänden geäußert. Immer mehr Bauherren investieren daher in ihren eigenen, privaten SPA-Bereich und legen viel Wert auf Qualität und den Einsatz von geprüften Produkten, die „gesundes Wohnen“ gewährleisten.

„Synergien finden und nutzen ist das Geheimrezept, denn der Trend geht immer mehr dahin, das Bad aus ‚einer Hand‘ zu verwirklichen.“

Dialog ist das Instrument für die Zukunft

Für die Zukunft sehen wir eine hohe Bedeutung in Partnerschaften zum Fachhandel, Fachhandwerkern, Innungen, Verbänden, Architekten, Planern und last but not least – zur Industrie. Zum Beispiel kann das ein Softwarehersteller sein, der eine Badplanung vorab visualisiert. Dies hilft dem Endkunden ungemein bei der Entscheidung, sein Bad tatsächlich so zu realisieren.

Synergien finden und nutzen ist das Geheimrezept, denn der Trend geht immer mehr dahin, das Bad aus ‚einer Hand‘ zu verwirklichen. Je besser alle Komponenten aufeinander abgestimmt sind und je sicherer der Handwerker die Verarbeitung beherrscht, umso hochwertiger und langlebiger ist das Endprodukt.

Daher heißt es für uns „schulen, schulen, schulen!“, von Meisterschülern über Fliesenleger und Badgestalter bis hin zu den Ausstellungsmitarbeitern. Auch Seminare zum Qualifizierungsprogramm Zert-Fliese in Zusammenarbeit mit dem Fachverband Fliese und Naturstein werden von uns durchgeführt. Seit dem Wegfall der Meisterpflicht ist dies ein wichtiger Qualitätsnachweis für das Fliesenlegerhandwerk. Ein weiteres Augenmerk liegt in der Investition in Aus- und Weiterbildung, sei es als aktiver Partner bei den Euro- und Worldskills

oder bei Meisterprüfungen der Meisterschulen.

Nicht zu vergessen sind auch Hausmessen als wichtiges Instrument für die direkte Kommunikation. Eine Studie der Querschleifer Unternehmensberatung aus Dezember 2016 kommt zu dem Ergebnis, dass Hausmessen deutlich mehr Zuspruch erhalten als die Branchenmessen.

Neue Medien sinnvoll nutzen

Trotz der direkten Kommunikation, die innerhalb einer Branche notwendig und überlebenswichtig ist, darf man sich nicht gegenüber der digitalen Kommunikation mit ihren neuen Medien verschließen. Das interaktive Web 2.0 macht weder vor Herstellern noch vor Händlern oder Verarbeitern halt. Denn hier hält sich der Endkunde auf, lässt sich beraten und urteilt öffentlich über Dienstleistungen und Produkte.

Trotzdem muss man nicht blindlings überall „mitmischen“ sondern diese Medien gezielt und sinnvoll nutzen. Bei den Verarbeitern ist zum Beispiel unser YouTube-Kanal mit Montagevideos und Produktinformationen sehr beliebt. Händler freuen sich über die Berichterstattungen der Events auf unserer facebook-Firmenseite. Ausführliche technische Informationen für Planer sind auf der konventionellen Webseite zu finden. Einige Firmen nutzen bereits die Möglichkeit, durch Webinare die Kunden an jedem Ort zu erreichen oder betreiben Onlineshops.

Letztendlich muss jedes Unternehmen für sich entscheiden, wie viel Nutzen es aus einzelnen Kanälen ziehen kann und wie viel Kapazitäten dafür zur Verfügung stehen.

Der Blick in die Zukunft

Als mittelständischer deutscher Hersteller mit hohem Exportanteil blicken wir etwas sorgenvoll auf die Auslandsmärkte. Zum Beispiel spiegelten sich im Jahr 2016 der drohende Zerfall der EU und die Russlandkrise im Tagesgeschäft wider. Außerdem sind Export-Unternehmen durch weltweite Kriege und Krisen unmittelbar von Rohstoff-Preisanstiegen bedroht.

Unsere Vision für das Jahr 2020: Für Deutschland wünschen wir uns mehr Offenheit für ein gewerkübergreifendes Arbeiten und Handeln rund um den Bad- und Wellnessbereich. Dann wird das Verständnis füreinander und die Kommunikation miteinander das moderne und qualitativ hochwertige Bauen pflegen und erhalten. ■