



Nüchterne Messebilanz: Mehr Besucher, wenig Überraschungen

Die Bilanz der ohne Zweifel größten internationalen Messe-Veranstaltung für die Welt der Architekturkeramik, die Cersaie 2018 im italienischen Bologna, ist ziemlich ernüchternd. Abgesehen davon, dass das Messegelände dank neuer und voluminöser, architektonisch ziemlich einfallsloser Messehallen noch unübersichtlicher geworden ist, fehlte auch in diesem Jahr der besondere Kick bei den von den immerhin 840 Ausstellern präsentierten Produkten.

Brancheninsider dürften davon kaum überrascht worden sein, folgte doch die in diesem Jahr zum 35. Mal veranstaltete Messe dem schon in den vergangenen Jahren beobachteten Muster: Im Süden wenig Neues, Gleichförmigkeit dank perfektionierter Produktionstechnik, die auch wirklich jedem Hersteller zur Verfügung steht und entsprechend ausgiebig genutzt wird. Das betrifft vor allem jene 452 ausstellenden Unternehmen aus der Szene der keramischen Fliesen. Aber auch die 181 Badezimmerausstatter, die den

zweiten, wenngleich kleineren Teil des Messeangebotes ausmachen, üben sich fleißig im sogenannten „déjà vue“, soll heißen: alles schon einmal da gewesen. Um die Verwirrung perfekt zu machen, soll nicht unerwähnt bleiben, dass die Messeveranstalter, also die Messe Bologna gemeinsam mit dem Verband der italienischen Fliesenhersteller Confindustria Ceramica, respektive dessen operativer Ableger Edi.Cer. spa, inzwischen auch massiv um Aussteller alternativer Hersteller von Boden- und Wandbelägen (z. B. Holz, Parkett oder Naturstein)

Politik- und Wirtschaftsprominenz sorgten im tiefen italienischen Konjunktur-Tal für ein wenig Glanz am Rande dieser Messe. Entsprechend groß war das Gedränge der Pressevertreter.

Die zahlreichen Grau-Nuancen auf den Fliesenoberflächen wurden in diesem Jahr wieder recht häufig durch vielfältige Muster und Farben unterbrochen.

Dauerthema waren wie auch schon in den letzten Jahren die Formate. Dabei dominierten eindeutig extreme Maxi-Formate, mit denen sich das Handwerk immer noch schwer tut.



Alle Fotos: Messe Bologna/Cersaie

Kein Heimvorteil: Weniger italienische Messebesucher buhlen. Die Tatsache, dass die Mehrheit der Aussteller keramischer Fliesen dank vergleichbarer Produkte zu einer spürbaren Langeweile und Unaufgeregtheit beitragen, hat 112 104 Besucher (laut Messe-Statistik) nicht daran gehindert, auf das Bologneser Messegelände zu pilgern, das sind (ebenfalls laut Veranstalter-Bilanz) exakt 500 Besucher mehr, als nach der Vorjahres-Veranstaltung gemeldet wurden. Da fällt es ziemlich schwer, von Messe-Konjunktur zu sprechen. Typisch für diese Messe bleibt indes der hohe Anteil ausländischer Besucher, die mit etwas mehr als 54 000 in diesem Jahr fast die Hälfte der Messe-Besucher ausmachen. Übrigens ein wesentlicher Grund unter anderem für die deutschen Fliesen-Hersteller, sich in Bologna statt auf der BAU in München zu präsentieren. Demgegenüber bleibt den Messeveranstaltern die Unlust der einheimischen Bevölkerung weiterhin erhalten. Nachdem im vergangenen Jahr das Vertrauen in die heimische Baukonjunktur zu deutlich mehr Inlandsbesuchern geführt hatte, scheint das Interesse angesichts der aktuellen Lage der Wirtschaft in Italien wieder zu schwinden.

Indes ist es müßig, sich allzu tief in das statistische Zahlenwerk der Veranstalter zu vertiefen, zumal im Vergleich zu den Vorjahreszahlen, weil sich dann einige nicht erklärbare Ungereimtheiten offenbaren. Eine Zahl vergisst die Messe-Statistik in all den Jahren nicht: die Zahl der Presse-Vertreter. 889 seien es in diesem Jahr gewesen (510 aus Italien und 310 aus dem Ausland), ein Großteil angelockt durch großzügiges Sponsoring, wofür sich die Medienvertreter durch eifriges Ausschwärmen in den Messehallen auf der Suche nach Produkt-Highlights bedankten. Ob und wie umfangreich sie fründig wurden, ist eher eine Frage der persönlichen Erwartungen.

Zu Unrecht im Schatten der keramischen und sanitären Materialschlacht auf dem Messegelände standen die Veranstaltungen des Rahmenprogramms, wie der Vortrag von Mario Botta im Rahmen des Kulturprogramms „Bauen Wohnen Denken“



Unsere Erwartungen bewegten sich angesichts der Erfahrungen der letzten Jahre auf einem eher niedrigen Level und wurden dementsprechend auch nicht enttäuscht. Zur Sicherheit haben wir unsere Kolumnistin Uta Kurz gebeten, ihre Eindrücke zusammenzufassen. Sie hat dies auf den Seiten 22 getan. Unser Fazit: Wer sucht, der findet, was allerdings auf diesem unübersichtlichen Messegelände nicht ganz einfach war. Und auch die branchentypische Standard-Frage unter Fachleuten „Was muss ich gesehen haben?“, führte meist ins Leere. Dennoch: So ganz ohne Ausbeute blieb man dann doch nicht. Aber es waren nicht die großen italienischen Platzhirsche. Sie ergaben sich vornehmlich dem extrem perfektionierten Mainstream. Eine aus unserer Sicht scheinbare Profilierungssucht waren die bis zu 3 Quadratmeter großen Fliesen-Formate, die zuhauf zu finden waren. Wer es nicht selbst konnte, hat bei einem Hersteller eingekauft, der sie produzieren konnte. Bei aller Begeisterung: Noch fehlt die logistische und handwerkliche Infrastruktur, die diese je nach Anwendungsfall durchaus sinnvolle Produktränge zur Normalität auf dem Markt werden lässt.

Sehr viel interessanter und attraktiver waren Produktnischen. Einmal abgesehen von Glasmosaik-Spezialisten wie zum Beispiel Bisazza oder Sici, die schon immer außerhalb des Mainstreams operierten, ➤

Bei der Suche nach Besonderheiten wurde man meist bei kleineren Herstellern fründig

Deutsche Fliesenbranche zeigte Präsenz

Die deutschen Fliesenproduzenten waren in Bologna auf der Cersaie 2018 sowohl in der gegenseitigen Wahrnehmung als auch in dem, was die Wahrnehmung von außen angeht, erfolgreich im starken Wettbewerb der internationalen Fliesenindustrie aufgestellt. So fiel das Feedback der Besucher aus dem In- und Ausland durchaus positiv aus: Die deutschen Markenhersteller sind mit den aktuellen Sortimenten technologisch und ebenfalls unter dem Aspekt des Designs absolut konkurrenzfähig und decken das gesamte Spektrum der Anwendungsmöglichkeiten keramischer Wand- und Bodenbeläge ab.

Das Feinsteinzeug-

Sortiment umfasst alle Formate vom Mosaik bis zum XXL-Format. Bei den Wandfliesen setzen die deutschen Produzenten weiterhin auf die Stärken der Steingutfliese. Und so ist eine der interessantesten Beobachtungen in den Messehallen die Rückkehr zur „Farbe“ sowie zu kleineren Formaten, gewissermaßen die „Wiederentdeckung“



Die deutschen Fliesenhersteller sind mit den aktuellen Sortimenten technologisch und unter dem Aspekt des Designs absolut konkurrenzfähig.
PETER WILSON, VORSITZENDER DES BUNDESVERBANDS KERAMISCHE FLIESEN E. V.

der dekorativen Wandgestaltung. Hier hat die Fliese aus Deutschland den Vorteil, in diesem Sektor seit jeher zuhause gewesen und bei der Produktion von Steingut international führend zu sein. Auch wenn die Absatz-Statistik der deutschen Fliese im Heimmarkt keine Höhenflüge bescheinigt, ist für die Branchen-Vertreter der Blick in die Zukunft durchaus positiv: Die Baukonjunktur ist generell gut, der Fliesenabsatz hat seit mehreren Jahren ein stabiles Volumen, auf das die Branche bauen kann. Gleichzeitig gibt es momentan große Veränderungen in Politik und Wirtschaft. Auf der einen Seite stellen diese natürlich große Herausforderungen dar, auf der anderen Seite bieten sie der deutschen Keramikindustrie auch große Chancen, sagte Peter Wilson, Vorsitzender des Bundesverbands Keramische Fliesen e. V. und Geschäftsführer der Steuler Fliesen GmbH.

Der Messe-Rahmen:

Zu Unrecht im Schatten des Produkt-Trubels in den Messehallen steht das Rahmen-Programm, dem die Veranstalter auch 2018 viel Aufmerksamkeit widmeten. So erhielt unter anderem der Keynote-Vortrag des Pritzker Preisträgers Richard Rogers viel Beifall. Sein Vortrag zählte zu den Highlights des Kulturprogramms „Bauen Wohnen Denken“, das in der Architekturgalerie mit zahlreichen Events aufwartete, darunter der Austausch zweier Koryphäen der Architekturwelt wie Mario Botta und Guido Canali.

„Cersaie for Students“ verzeichnete auch dieses Jahr wieder die Beteiligung von 3 100 Gymnasialschülern und Studenten, die an Veranstaltungen zum Thema Keramikdesign teilnahmen.

Die Partnerschaft mit der Bologna Design Week hat zum vierten Mal ein reichhaltiges Programm geboten. Ausgehend vom Hauptquartier im Palazzo Isolani standen zahlreiche Termine für Besuche nach der Messe bereit, die von den Besuchern der Cersaie geschätzt wurden und die künftig noch ausgebaut werden sollen.

► fanden wir Hersteller, die sich plötzlich wieder mit Farben und Dekoren aus dem Fenster lehnten und den diversen weit verbreiteten Grautönen Paroli boten. Auch ein Fenster in die Zukunft tat sich hin und wieder auf: Der Versuch, die zwar geniale, aber egalisierende Dekorationstechnik des Digitaldrucks zu überwinden und „intelligente“ Glasuren zu entwickeln, war nicht zu übersehen. Die „Reaktion-Glasur“, die nicht nur die Dekoration, sondern auch die Struktur der Oberfläche gestaltet, könnte ein Ausweg aus dem vergleichbaren Einerlei des aktuellen Angebots sein. Hilfreich aber könnte es auch sein, wenn sich die Messeveranstalter entschlossen, die Cersaie nur alle zwei Jahre stattfinden zu lassen, ein bereits seit vielen Jahren auch von namhaften Herstellern geäußelter Wunsch. So bliebe mehr Zeit, sich mehr kreative Gedanken zu machen. Die Argumente der Branche: Bis die Neuheiten der Messe 2018 beim Handel, Handwerk oder auf der Baustelle angekommen sind, steht schon wieder die Neuheiten-Messe 2019 auf dem Programm. ◀◀

► Die auf der Messe entdeckten neuen Produkte finden Sie in unserer Rubrik „Aktuell und Neu“.

Blickpunkt deutsche Keramik:**Von „einfach nur Fliesen“ zum individuellen Wandbelag**

Nachdem klar war, unter den 452 in Bologna ausstellenden Fliesenhersteller keinen besonderen Trend ausmachen zu können, blieb für uns nur noch die Suche nach Besonderheiten. Und diesbezüglich gab es durchaus Fundstücke. Unter anderem bei der deutschen Steuler-Gruppe, und hier speziell im deren Segment Steuler Fliesen.

Hier erregte eine Demonstrationswand Aufsehen, die so gar nichts gemein haben wollte mit traditionellen Musterflächen. Es war eine scheinbar willkürliche Anordnung unterschiedlich teils polygonartig geschnittener, keramische Flächen, mit der man den herkömmliche Begriff der Fliese aufheben wollte, um zu einem individuellen keramischen Wandbelag zu kommen, wie es Marketingleiter Stefan Grimmeisen formulierte. Denn an dieser Wand gleicht kein Stück dem anderen. Zu sehen waren zu verschiedensten geometrischen Formen zu-geschnittene Fliesen, die in unregelmäßigen Abständen zueinander angebracht waren.

So ergab sich ein spannender 3-D-Effekt im Belag, der die vielfältigen Gestaltungsmöglichkeiten der Keramik aufzeigen und einen Blick in ganz neue keramische Welten gewähren sollte. Konkret setzte sich die Anwendung aus sieben unterschiedlichen Artikeln zusammen, Steingut wie Feinsteinzeug, jeweils mit einer Stärke von 6 mm. Das Original-Format wurde nur bedingt abgebildet, da alle Fliesen in irgendeiner Form bearbeitet waren.

Zu sehen waren zum Teil Originalprodukte zusammen mit

Prototypen, die in Handarbeit hergestellt wurden, um, so Grimmeisen, die keramische Kompetenz des Herstellers widerzuspiegeln. Fürs heimische Wohnzimmer eignet sich dieser Messe-Hingucker allerdings wohl eher nicht. Doch in weitläufigen urbanen, puristischen oder auch abstrakten Räumen, in denen individuelle Gestaltung gefragt ist, kann



Eine scheinbar willkürlich zusammengestellte Musterwand mit unterschiedlich geschnittenen Fliesen demonstrierte, dass es auch andere Möglichkeiten für dieses Material gibt als den rechten Winkel.

die Anwendung das gewisse Etwas sein, beispielsweise in einer Hotellobby, einer Kaffeebar oder einem hochwertigen Shop. Dieses auch deshalb, weil derartige keramische Wandbeläge individuell objektbezogen hergestellt werden können. Und so zu einer Spielwiese mit unendlichen Möglichkeiten werden, sagt Stefan Grimmeisen. ◀◀

The Sound Of Design

„Musik und Design, The Sound of Design - Italian Style Contract“ lautete der Titel einer Gemeinschaftsausstellung auf der Cersaie. Die Ausstellung wurde dieses Jahr zum fünften Mal ausgerichtet und sie blieb ihrem transversalen Ansatz treu mit einem Fokus auf Bauträger und Spitzenprodukte des Italian Style. Das war auch der Ausgangspunkt der beiden Kuratoren Angelo Dall’Aglia und Davide Vercelli, die mit „The Sound of Music“ zeigen wollten, dass „Musik und Design unsterblich sind, sich an Mode und aktuelle Trends anpassen und der Antreiber für neue Ideen sind“, so die Veranstalter.

Begleitet wurden die Besucher von einer Klangkulissee mit Songs, die zwischen 1976 und 1983 erschienen und heute Klassiker der Musik sind. Die Musikszene dieser Jahre bestand aus einem bis dahin nie da gewesenen Mix verschiedener Musikrichtungen: Rock, Disco Musik, Pop, Metal, Electro und Punk, Reggae, Ska und Hip Hop mit einer Kreativität, die sich nicht nur auf die Musikwelt beschränkte, sondern auch die Projekt- und Bauwelt eroberte. Beispielhaft dafür ist die Entstehung von Musikinstrumenten aus dieser Zeit. Musik wurde auch ein Modell für Designer der Avantgarde, in dem Konzepte und Volumen ihrer Ideen entstanden.

Alle Informationen über italienische Fliesenmesse Cersaie 2018 in Bologna: <https://www.cersaie.it/en/>.

Über den Verband der deutschen Fliesenhersteller Bundesverband Keramische Fliesen e. V., Berlin: <https://www.fliesenverband.de/>. Hier gibt es auch ausführlichere Informationen über die Messebeteiligung der deutschen Hersteller an der italienischen Fliesenmesse („Messefazit“).

Die Idee mit den polygon geschnittenen Wandfliesen hatte die Steuler-Fliesen GmbH (Industriestraße 78, 75417 Mühlacker, Tel.: 07041-801-110, <https://www.steuler-fliesen.de/>) Auf der Internetseite gibt es mehr Informationen über die besondere Gestaltung des Messestandes in Bologna: <https://www.steuler-fliesen.de/newsevent/cersaie-2018-blick-in-die-zukunft>.



Zum PDF der vollständigen Ausgabe 6/2018