

## „Wir sollten souverän zu unseren Stärken stehen“

**Dieter Schäfer, Vorstand der Deutsche Steinzeug Cremer & Breuer AG, über die Zukunftsperspektiven der deutschen Hersteller keramischer Fliesen, ihre Standortvorteile und den Wettbewerb mit südeuropäischen Fliesenherstellern.**

Einer der traditionellsten deutschen Produzenten der Fliesenindustrie, die V&B Fliesen GmbH, verlässt Deutschland in Richtung Türkei (siehe unseren separaten Beitrag dazu). Die Szene deutschen Keramikfliesen-Hersteller schrumpft damit nicht nur materiell, nachdem sie sich in der Vergangenheit stets gegen die Übermacht der

südeuropäischen Produzenten stemmen musste. Wir sprachen mit Dieter Schäfer (74), seit seinem 37. Lebensjahr Vorstand der Deutsche Steinzeug Cremer & Breuer AG mit der Marke Agrob Buchtal und Kenner nicht nur der deutschen Szene, über die Zukunftschancen der deutschen Industrie.

**Herr Schäfer, in den letzten zehn Jahren musste man bereits den Rückgang der deutschen Fliesenproduktion verkraften. Nun hat es auch die Fliesenproduktion der bekannten Marke Villeroy & Boch getroffen. Was ist aus Ihrer Sicht dran an der Behauptung von Dr. Jörg Schwall, Geschäftsführer der V&B Fliesen GmbH, die Produktion von Fliesen in Deutschland sei wirtschaftlich unattraktiv?**

Es ist wirklich schade, dass eine renommierte Marke wie V & B ihre Fliesen nicht mehr in Deutschland oder in Frankreich produzieren wird. Sicher, wir haben es als energieintensive Industrie durch die Ukraine-Krise und die politische Auseinandersetzung mit Putin gerade nicht leicht. Ich kann nur hoffen, dass die Politik beim Thema Energie die notwendige Unterstützung leistet. Bei den massiven aktuellen Marktverwerfungen brauchen wir einen fairen Wettbewerb mit den EU-Ländern. Aber einen Abgang auf den deutschen Produktionsstandort der Fliese sehe ich deshalb keineswegs.

**Ist die Fliese überhaupt noch ein zukunftsfähiges Produkt?**

Aufgrund der natürlichen Rohstoffe und der extremen Langlebigkeit ist die keramische Fliese meiner Meinung nach ein ideales, zukunftsfähiges Produkt. Es ist uns aber in der Tat nicht gelungen, dies in das Bewusstsein des Endverbrauchers zu übertragen. Unabhängig von dem Aufwand der Verarbeitung entscheidet sich der Verbraucher für Vinyl und freut sich, dass er damit ein Produkt mit der „Blaue Engel“-Zertifizierung einkauft. Wer weiß denn schon, dass der „Blaue Engel“ für Produkte vergeben wird, die nachweislich ihre Schadstoffe zwar reduziert, aber nicht ganz vermieden haben. Die keramische Fliese hat keine Chance einen „Blauen Engel“ zu bekommen, weil wir nicht in der Lage sind Schadstoffe zu reduzieren, da die Fliese zu keinem Zeitpunkt überhaupt Schadstoffe enthielt.

**Wofür steht die Fliese „Made in Germany“?**

Die Fliese „Made in Germany“ zeichnet sich aus durch Qualität, faire mit Gewerkschaften verhandelte Löhne, transparente Preise und ganz wichtig für regionale Rohstoffe. Auf uns können sich der Handel und Baustellen weltweit verlassen, auch in Zeiten, in denen



**„Den Abgang von V&B auf den deutschen Produktionsstandort der Fliese sehe ich gar nicht.“**

**DIETER SCHÄFER, VORSTAND DSCB AG**

die Lieferketten in Süd- und Osteuropa zusammengebrochen sind. Auch im ungewöhnlichen Falle einer Reklamation sind wir vor Ort ansprechbar. Was man auch nicht vergessen sollte ist unsere Konzentration auf Umweltschutz und Nachhaltigkeit. Die deutschen Werke haben schon Fluor-Emissionsanlagen gebaut, als dies im übrigen Europa noch überhaupt kein Thema war. Unsere Umweltauflagen in Bezug auf Emission werden ebenfalls konsequent umgesetzt. Die Tatsache, dass wir unsere Produkte einsetzen durften für eine Renovierung im Sinne von „Green Building“ ist auch darauf zurückzuführen, dass wir unsere Rohstoffe nicht aus ganz Europa beschaffen, sondern uns im Wesentlichen bis zu 90 Prozent aus dem heimischen Markt.

**Was ist das Erfolgsgeheimnis der Südeuropäer?**

Die deutsche Industrie widmet sich bereits seit mehr als 100 Jahren der Fliesenproduktion und konnte die europäische Wiederaufbauphase Anfang der 1950er Jahre aktiv unterstützen. Dadurch haben wir natürlich eine andere Fertigungsstruktur. Außerdem wurden die Werke damals dort errichtet, wo Rohstoffe und Mitarbeiter zur Verfügung standen.

Der erfolgreiche Aufbau der Italiener in den 1960er Jahren mit großzügig strukturierten Werken auf freien Flächen hat natürlich eine effizientere Werkstruktur ermöglicht. Hinzu kommt, dass die Italiener aufgrund der räumlichen Nähe sehr arbeitsteilig aufgestellt sind und sich mit dem jetzt fast vollständig in Italien vereinten keramischen Maschinenbau exzellent entwickelt konnten. Zusammen mit der Konzentration auf Feinsteinzeug und entsprechend hohen Losgrößen ist dies zweifelsohne von Vorteil.

**Können deutsche Werke denn überhaupt konkurrenzfähig produzieren? V&B spricht von einem strukturellen Kosten- und Wettbewerbsvorteil, den die Fliesenindustrie in Italien und Spanien besitzt.**

Es muss kein Werk in Deutschland schließen, weil das Lohnniveau bzw. die Kosten für Energie, Transport oder Rohstoffe zu hoch sind. Die italienische Fliesenindustrie zahlt Löhne, höher als in der Automobilindustrie (z. B. Ferrari oder Fiat) und damit auch deutlich höher als in Deutschland. Ein Großteil der Rohstoffe müsste zudem in Südeuropa teurer sein, da deutlich weitere Transportwege zu kalkulieren sind. Einen

**„Der erfolgreiche Aufbau der Italiener in den 60er Jahren mit großzügig strukturierten Werken auf freien Flächen hat natürlich eine effizientere Werkstruktur ermöglicht.“**

direkten Kostenvorteil gibt es insoweit bei den variablen Kosten inklusive Lohn- und Gehalt also nicht. Die extreme Arbeitsteiligkeit und die regionale Konzentration ist sicherlich ein Pluspunkt.

**„Wir müssen endlich lernen, gegen den starken Wettbewerb aus Süd- und Osteuropa zusammenzuhalten.“**

**Beobachter des keramischen Marktes könnten den Eindruck haben, die deutsche Fliese wäre nun, da V&B sich aus dem Markt zurückziehen, dem Untergang geweiht. Ärgert Sie das?**

Ja, zeugt das doch einerseits von Unwissenheit, mindestens aber Einseitigkeit, wie die Aufgabe des Produktionsstandortes Deutschland durch V&B interpretiert wird und dokumentiert damit die Unkenntnis der in Fachkreisen weltweiten Geltung der unserer Architekturmarke Agrob Buchtal.

**Was ist Ihr Rat an die deutschen Fliesenhersteller?**

Wir müssen endlich lernen, gegen den starken Wettbewerb aus Süd- und Osteuropa zusammenzuhalten. Wir sollten souverän zu unseren Stärken stehen. Dies bedeutet meiner Meinung nach, dass wir vernünftig aufgestellt und strukturiert mehr als eine Daseinsberechtigung haben. Wir müssen dem Markt nur selbstbewusst zeigen und artikulieren was wir können, aber auch was wirtschaftlich nicht verantwortbar ist. Was wir uns vom Handel wünschen: Einen fairen Umgang und das Verständnis unserer Partner im Markt für die aktuelle Kostenentwicklung und Preisakzeptanz. Dann können unsere Kunden auch in den nächsten Jahrzehnten weiterhin mit uns rechnen und die Qualität unserer Produkte und unserer Services wertschätzen.

(Das Gespräch führte Ralf Schanze, Chefredakteur des Branchen dienstes „1200grad“)