

## Von Washington bis München: Weltoffenheit ist kein Makel



Versprochen: In diesem meinem Editorial wird der Name „Trump“ nicht vorkommen. Schließlich ist der neue Magier jenseits des Atlantiks, der sich anschickt, die US-amerikanische Politik zu entzaubern, sozusagen omnipräsent. Nicht nur in den tagesaktuellen Medien, keine Satire-Sendung in Funk oder Fernsehen kommt ohne ihn aus. Und selbst jetzt, wo in meiner Heimatregion im Rheinland just die 5. Jahreszeit mit dem Straßenkarneval zu Ende gegangen ist, gehören dem Jecken aus Washington die obersten Schlagzeile. So checkt man in Düsseldorf einigermaßen besorgt die Kurznachrichten-Dienste Twitter & Co., ob es denn bereits ärgerliche Kommentare aus dem Weißen Haus gibt, nachdem der Düsseldorfer provokative Chef-Karnevals-Mottowagenbauer Jacques Tilly am Rosenmontag seiner Satire-Wollust freien Lauf gelassen hatte. Denn noch ist ja der Paragraph der Majestäts-Beleidigung nicht abgeschafft. Wobei, nebenbei bemerkt, in diesem Jahr auch hierzulande heftig und kontrovers über Tillys Mottowagen diskutiert wird.

Was das alles mit den hier vertretenen Fachthemen zu tun hat? Jüngst, genau genommen anlässlich der spanischen Fliesenmesse Cevisama Ende Februar, meldete der Verband der spanischen Fliesenhersteller ASCER eine Steigerung des Exportvolumen spanischer keramische Fliesen in die USA im Jahr 2016 um immerhin knapp 28 Prozent gegenüber 2015. Damit lösten die Amerikaner Großbritannien als zweit größtes Exportland hinter Frankreich ab und sind damit eine wichtige Stütze der sowieso sehr Export aktiven spanischen Keramiker, die sich in den vergangenen Jahren nicht gerade in allzu strahlenden konjunkturellen Glanz sonnen konnten.

Und jetzt wird in den USA über die Einführung von Strafzöllen, einen protektionistischen Wirtschaftskurs, den Ausstieg aus dem TPP-Abkommen und darüber, Industriejobs in die USA zurückholen, diskutiert. Das hat dann mit Satire auch gar nichts mehr zu tun. Auch andere Länder haben sich in den vergangenen Jahren sehr stark auf Export-Erfolge jenseits des Atlantiks gestützt. Da dürften sich nicht nur bei spanischen Exporteuren Sorgenfalten breit machen. So sind zum Beispiel die USA mit einem Exportanteil von über

15 Prozent auch für italienische Fliesenproduzenten ein starkes Standbein geworden. Mit dem Unterschied, dass einige italienische Konzerne eigene Produktionsstätten in den USA unterhalten. Bleibt die Hoffnung auf das traditionelle Gastronomien-Sprichwort, alles würde womöglich nicht so heiß gegessen wird wie gekocht.

Doch nun noch zu etwas Erfreulicherem: Die erste Runde der Branchenrelevanten Frühjahrmessen ist abgehandelt: Die IMM 2017 in Köln, Domotex in Hannover, die Heimtextil in Frankfurt, die BAU 2017 in München. Mal abgesehen von der Hannoveraner Messe waren allesamt Publikums-Magneten, was durchaus auch für letzte noch zu erwähnende Messe, die Fliesenmesse Cevisama im spanischen Valencia, gilt. Sie hat sich noch längerer Durststrecke wieder zu neuer Blüte entwickelt, auch wenn der Abstand zu ihrem italienischen Pendant, die Cersaie in Bologna, immer noch ziemlich groß ist.

Was die genannten deutschen Messen betrifft, so wurde eines deutlich: Internationalität ist ein Erfolgsrezept, was besonders die Veranstalter der Baumesse in München sichtlich genossen haben. Zwar hatten sie im Vorfeld insgesamt „Rekord-Zahlen“ angestrebt, übertroffen gegenüber der Veranstaltung vor zwei Jahren wurde aber nur die Zahl der ausländischen Besucher (siehe Seite 26). Und das in Bayern, wo ständig von Obergrenzen die Rede ist. Die Messe-Strategie der Internationalisierung zu mehr Weltläufigkeit ist ganz offensichtlich aufgegangen. Mit anderen Worten: In der Tat also eine „Weltleitmesse“. Aber auch eine „Deutschland-Leitmesse“? Wenn die Gesamtzahl der Messebesucher nahezu gleich geblieben ist, dafür aber etwa 8 000 ausländische Besucher mehr nach München kamen, besuchten entsprechend weniger Deutsche die Messe. Vermutlich jene aus den entfernteren Bundesländern. Genauere Zahlen darüber gibt es leider nicht. So gesehen haben eigentlich die norddeutschen Bauschaffenden auch eine eigene „BAU“ verdient, findet

gkoehler@stein-keramik-sanitaer.de