

# Branchenreport 2017

## Herstellung von Keramik und Porzellan

WZ-Code 23.3, 23.4

 Finanzgruppe  
Branchendienst



# Inhalt

	<b>Branchenreport</b>	
1	Branche in Kürze	3
2	Branchenbeschreibung	4
3	Branche in Zahlen	5
3.1	Volkswirtschaftliche Kennzahlen	5
3.2	Branchenspezifische Kennzahlen der Sparkassen-Finanzgruppe	12
4	Branchenwettbewerb	19
4.1	Wettbewerbssituation	19
4.2	Bedeutende Unternehmen	22
5	Rahmenbedingungen	24
6	Trends und Perspektiven	27
	Glossar	31



# 1 Branche in Kürze

Die Herstellung von Keramik und Porzellan verzeichnete im Jahr 2016 stagnierende Umsätze, in einigen Bereichen sanken sie sogar. Dies ist vor allem auf den Inlandsumsatz zurückzuführen – das Auslandsgeschäft konnte hingegen mit einem Plus abschließen. Sowohl die Zahl der Betriebe als auch die Zahl der Beschäftigten waren rückläufig.

Nach aktuellen Prognosen sowohl der Bauverbände und des Handelsverbandes als auch der Sparkassen-Finanzgruppe dürfte die Branche 2017 wieder zulegen.

### Umsatzrendite nicht befriedigend

Die heterogen strukturierte Branche setzt sich aus handwerklich und kleinbetrieblich geprägten Unternehmen zusammen, denen wenige größere Produzenten gegenüberstehen, die die Teilmärkte dominieren.

Die Herstellung keramischer Baumaterialien – Fliesen, Ziegel, Rohre etc. – ist stark von der Baukonjunktur, dem Wohnungsbau sowie der Sanierung und Modernisierung im Baubestand abhängig. Die Produktion sonstiger Porzellan- und keramischer Erzeugnisse – Haushaltswaren und Ziergegenstände – ist eng mit der Wirtschaftslage der privaten Haushalte sowie der Gastronomie, Hotellerie und der Großkunden verknüpft. Die Herstellung technischer Keramik entwickelt sich maßgeblich parallel zu den diversen Branchen im Verarbeitenden Gewerbe; dazu gehören unter anderem die Automobilindustrie, Elektrotechnik, Chemie und Maschinenbau.

Sowohl bei den keramischen Baumaterialien als auch bei den sonstigen Porzellan- und keramischen

Erzeugnissen hat sich die Umsatzrentabilität nicht zufriedenstellend entwickelt und bleibt volatil; die Kostenbelastung ist weiterhin zu hoch. Die erzielte Gesamtkapitalverzinsung stellt zumindest für die Herstellung keramischer Baumaterialien selbst unter Berücksichtigung des sehr geringen Ausfallrisikos kein befriedigendes Investment dar.

### Chancen durch Innovationen und im Ausland

Der mit Übernahmen und Fusionen einhergehende Konzentrationsprozess hält an. Gleichwohl eröffnen sich gute Chancen für Haushaltskeramik/-porzellan unter anderem durch neue Designs, eine hohe Fertigungsqualität, Produktinnovationen, Servicekonzepte und Markenpflege im Gastgewerbe sowie in ausländischen Wachstumsmärkten. Für die baunahe Keramik bieten vor allem die (energetische) Modernisierung und Renovierung sowie Innovationen wie neuartige Oberflächenveredelungen gute Perspektiven. Bei technischer Keramik hängen die Aussichten davon ab, wie sich keramische Materialeigenschaften und Abnehmersegmente zukünftig entwickeln werden.

Sorgen bereiten der energie- und lohnintensiven Keramik- und Porzellanindustrie am Standort Deutschland vor allem Überkapazitäten sowie Billigimporte und Plagiate aus dem Ausland. Auch die rasch wechselnden Designtrends stellen vor allem den Bereich Haushaltswaren vor große Herausforderungen. Probleme bereiten der Branche zudem der starke Preis- und Wettbewerbsdruck sowie gestiegene Rohstoff- und vergleichsweise hohe Energiekosten.

**Abbildung 1:**  
Auszug aus Kap. 6: Chancen und Risiken im Überblick

<b>Chancen</b>
„Made in Germany“: hohe Qualität, Liefertreue
Horizontale Kooperationen
<b>Risiken</b>
Marktsättigung, Überkapazitäten, ruinöser Preiswettbewerb
Konkurrenzdruck durch Billigprodukte und Plagiate

Quelle: eigene Recherchen

## 2 Branchenbeschreibung

Die beiden Teilbranchen Herstellung von keramischen Baumaterialien und Herstellung von sonstigen Porzellan- und keramischen Erzeugnissen setzen sich aus unterschiedlichsten Unterbranchen zusammen (→ [Abbildung 2, S. 4](#)).

Die Herstellung keramischer Baumaterialien beinhaltet die Herstellung keramischer Wand- und Bodenfliesen und -platten, von Tonziegeln und sonstiger Baukeramik. Man kann sie auch als Grobkeramische Industrie bezeichnen.

Zur Feinkeramischen Industrie bzw. der Herstellung von sonstigen Porzellan- und keramischen Erzeugnissen zählen zum einen die Herstellung von keramischen Haushaltswaren und Ziergegenständen (Haushalts- und Zierporzellan, Steingut, gewerbliches Porzellan), die Herstellung von Sanitärkeramik sowie die Herstellung technischer Keramik (elektrische Isolatoren und Isolierteile, Ferritmagnete, keramische Erzeugnisse für Laboratorien, chemische und industrielle Zwecke) sowie sonstiger keramischer Erzeugnisse (keramische Krüge, Tröge, Wannen und ähnliche Behältnisse für Transport- und Verpackungszwecke, sonstige keramische Erzeugnisse, unter anderem Ofenkacheln). Hersteller

technischer Keramik sind Zulieferer zum Maschinenbau, der Automobilindustrie, der Elektroindustrie, der Chemischen Industrie und weiterer Branchen. Die Branche ist ebenfalls Zulieferer der Hersteller von Biokeramik und von Produkten für die Medizintechnik.

In regionaler Hinsicht haben sich in Deutschland fünf Zentren der deutschen Keramik- und Porzellanindustrie herausgebildet: der Untere Westerwald (das sogenannte „Kannenbäckerland“ im südlichen Westerwald), Nordostbayern (Oberfranken und Oberpfalz; „Porzellanstädte“ Selb und Weiden) und das Saarland, Thüringen und Ostsachsen (Meißen/Oberlausitz). Über die Hälfte der Beschäftigten und der bedeutenden Unternehmen haben dabei ihren Sitz in Bayern. Geografische Schwerpunkte sind hier Teile Oberfrankens und die nördliche Oberpfalz. In diesem Cluster sind Leitbetriebe aus den Bereichen Haushaltsporzellan, Hotel- und Systemporzellan und technische Keramik wie Rosenthal, Seltmann, BHS tabletop, CeramTec und Stelco sowie entsprechende Zulieferer sowohl von Rohstoffen als auch von Maschinen und Anlagen angesiedelt.

**Abbildung 2:**  
Wirtschaftszweig Herstellung von Porzellan und Keramik

WZ-Code	Branchen und Unterbranchen
<b>23.3</b>	<b>Herstellung von keramischen Baumaterialien</b>
23.31	Herstellung von keramischen Wand- und Bodenfliesen und -platten
23.32	Herstellung von Ziegeln und sonstiger Baukeramik
<b>23.4</b>	<b>Herstellung von sonstigen Porzellan- und keramischen Erzeugnissen</b>
23.41	Herstellung von keramischen Haushaltswaren und Ziergegenständen
23.42	Herstellung von Sanitärkeramik
23.43	Herstellung von Isolatoren und Isolierteilen aus Keramik
23.44	Herstellung von sonstigen keramischen Erzeugnissen für sonstige technische Zwecke
23.49	Herstellung von sonstigen keramischen Erzeugnissen

Quelle: Statistisches Bundesamt, Klassifikation der Wirtschaftszweige (2008)

### 3 Branche in Zahlen

- Mehr als 1,7 Mrd. € erwirtschafteten die Hersteller keramischer Baumaterialien 2016, bei den Porzellan- und Keramikerzeugern waren es über 2,1 Mrd. €.
- Die 76 Hersteller keramischer Baumaterialien beschäftigten knapp 10.400 Personen, die 77 Hersteller sonstiger Porzellan- und keramischer Erzeugnisse verzeichneten knapp 15.700 Mitarbeiter
- Der Umsatz insgesamt ging 2016 leicht um 0,4% zurück, was auf ein Minus im Inland von 4% zurückzuführen war, während der Auslandsumsatz um 6% wuchs.

verteilen sich fast 50:50 auf die Eurozone und das sonstige Ausland.

Das leichte Umsatzminus der Branche wurde ausschließlich im Inland verursacht: Hier war der Umsatz 2016 um 4% gegenüber dem Vorjahr rückläufig, während im Ausland ein Plus von 6% erwirtschaftet werden konnte, wobei der Umsatz mit der Eurozone um etwas über 4%, der mit dem sonstigen Ausland um fast 8% anstieg.

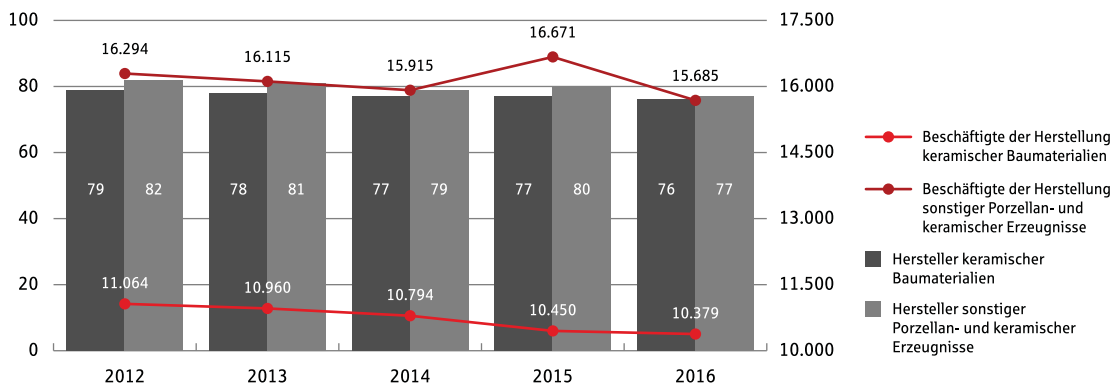
#### 3.1 Volkswirtschaftliche Kennzahlen

2016 bestand die **Herstellung von keramischen Baumaterialien und sonstigen Porzellan- und keramischen Erzeugnissen**, im Folgenden kurz „Herstellung von Keramik und Porzellan“ genannt, aus insgesamt etwas über 150 Betrieben (mit 50 und mehr Beschäftigten) und knapp 26.100 Beschäftigten (→ *Abbildung 3, S. 5*), auf die ein Umsatz von über 3,8 Mrd. € entfiel. Gegenüber dem Vorjahr war der Umsatz leicht um 0,4% rückläufig, was ausschließlich auf die Teilbranche der Herstellung von sonstigen Porzellan- und keramischen Erzeugnissen zurückzuführen war, deren Umsatz um über 1% abnahm, während der Umsatz der Teilbranche Herstellung von keramischen Baumaterialien leicht um 0,6% stieg. Im Inland wurden insgesamt etwas über 60% des Umsatzes generiert. Die Auslandsumsätze

Die Umsatzentwicklung beider Teilbranchen blieb im Betrachtungszeitraum von 2012 bis 2016 in ihrer Dynamik – mit Ausnahme des Jahres 2014 bei der Herstellung sonstiger Porzellan- und keramischer Erzeugnisse – zumeist deutlich hinter dem Wirtschaftswachstum, gemessen am BIP, zurück (→ *Abbildung 4, S. 6*). Gleichwohl zeigt der Blick auf die vergangenen Jahre, dass die Umsatzentwicklung von Jahr zu Jahr teilweise sehr sprunghaft verlief. Der Umsatzanteil der Branche am Bruttoinlandsprodukt lag 2016 bei lediglich 0,1%.

In Deutschland zählt die Herstellung von Keramik und Porzellan insofern zu den kleineren Wirtschaftsbranchen. Beide Unterbranchen sind in ihrer Struktur überwiegend kleinbetrieblich und mittelständisch geprägt. Zugleich aber ist in der Keramik- und Porzellanindustrie der Prozess einer Konzentration und Internationalisierung durch Übernahmen und Fusionen weiter fortgeschritten.

**Abbildung 3:**  
Anzahl der Unternehmen und Beschäftigten<sup>1)</sup>

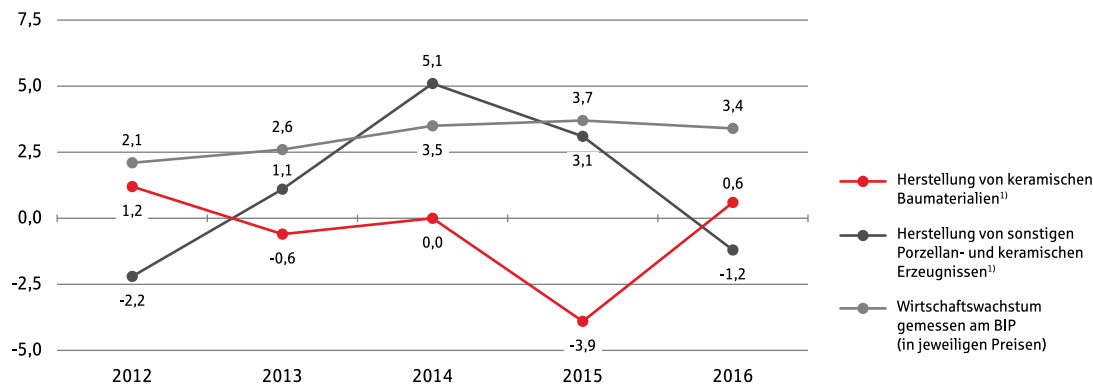


Quelle: Statistisches Bundesamt

<sup>1)</sup> Unternehmen mit 50 und mehr tätigen Personen

**Abbildung 4:**  
**BIP- und Umsatzentwicklung in der Keramikbranche**

- in % gegenüber dem Vorjahr -



Quelle: Statistisches Bundesamt (Produzierendes Gewerbe, Fachserie 4, Reihe 4.1.1)

<sup>1)</sup> Unternehmen mit 50 und mehrtätigen Personen

Die Branche ist im **Bereich der Grobkeramik** von der Bauwirtschaft, insbesondere dem Wohnungsbau, abhängig. Gleiches gilt im **Bereich der Feinkeramik** bei der Sanitärkeramik. Darüber hinaus sind feinkeramische Porzellan- und Haushaltswaren vom privaten Konsum und der Konjunktur des Gastgewerbes getrieben. Die technische Keramik ist unter anderem eng mit dem Maschinenbau, der Automobilindustrie, der Elektroindustrie und der Chemischen Industrie verzahnt.

Was die **Baukonjunktur** betrifft, so gehen die Bauverbände für das abgelaufene Jahr 2016 von einem Umsatzplus von 3,0% aus (Wohnungsbau +5,0%, Wirtschaftsbau +3,0%, öffentlicher Bau +4,0%). Im Wohnungsbau wurden 2016 fast 290.000 Wohnungen fertiggestellt. Trotzdem ist preiswerter Wohnraum gerade in Ballungsräumen angesichts der anhaltenden Binnenwanderung und der unterschätzten Entwicklung der Zuwanderung knapp.

Im Wirtschaftsbau wurden die Erwartungen für 2016, wie schon im Vorjahr, wieder nicht erfüllt. Die Umsatzsteigerung im öffentlichen Bau resultiert aus der Anhebung der Investitionsbudgets des Bundes für Straßen, Schienen und Wasserwege.<sup>1</sup> Insofern konnten die Hersteller keramischer Baumaterialien und Sanitärkeramik von der Baukonjunktur im Inland entsprechend profitieren.

Der **private Konsum bzw. die Binnennachfrage** blieb nach den Ergebnissen des Marktforschungs-

instituts GfK auch 2016 eine wichtige Stütze für die Konjunktur. Die Verbraucher haben sich ihren Konsumoptimismus vor dem Hintergrund der stabilen Verfassung des Arbeitsmarktes, niedriger Zinsen und der guten Lohn- und Einkommensentwicklung erhalten. Die Konjunkturstimmung der Verbraucher zeigte sich recht widerstandsfähig gegenüber einer Reihe von Risikofaktoren, wie der anhaltenden Terrorgefahr, der Flüchtlingskrise, der BREXIT-Entscheidung, dem Ausgang der US-Wahlen und dem Wiederaufflammen der Finanzkrise in Italien.<sup>2</sup>

Das **Gastgewerbe** – wichtiger Abnehmer von Feinkeramik – weist laut Deutschem Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA) 2016 eine Umsatzsteigerung von (nominal) 2,9% aus. Dabei erzielte die Hotellerie ein Plus von 4,1%, die Gastronomie von 2,4% und Caterer und sonstige Verpflegungsdienstleister von 2,8%.<sup>3</sup> Damit profitiert das Gastgewerbe von der positiven gesamtwirtschaftlichen Lage in Deutschland.

Die Herstellung von Keramik und Porzellan musste in den letzten Jahren gestiegene **Rohstoff- und** – zumindest bis 2014 – steigende **Energiepreise** verkraften (→ **Abbildung 5, S. 9**). So nahmen Ton und Kaolin von 2012 bis 2016 um 5% zu, elektrischer Strom (bei Abgabe an gewerbliche Anlagen) legte um gut 12% zu. Der Erzeugerpreis von Erdgas (bei Abgabe an die Industrie) nahm im genannten Zeitraum dagegen um 25% ab, der Preis für leichtes Heizöl war um gut 45% rückläufig. Der Verband der

<sup>1</sup> „Bauproggnose 2016“, in: ZDB, Berlin, 10.1.2017.

<sup>2</sup> „Konsumklima startet gut ins neue Jahr“, in: GfK, Nürnberg, Pressemitteilung vom 23.12.2016.

<sup>3</sup> DEHOGA (Hrsg.): Zahlenspiegel IV/2016, Berlin, Februar 2017.

Keramischen Industrie (VKI) kritisiert in diesem Zusammenhang, dass die Bundesregierung noch immer kein nachhaltiges Konzept zur Finanzierung der Energiewende vorgelegt habe und mit einem weiteren Anstieg der EEG-Umlage zu rechnen sei. Zudem würden die im europäischen Vergleich hohen Stromkosten den Industriestandort Deutschland gefährden.<sup>4</sup>

### **Herstellung von keramischen Baumaterialien (WZ 23.3)**

Die **Herstellung von keramischen Baumaterialien** bestand 2016 laut Angaben des Statistischen Bundesamtes aus 76 Herstellern und knapp 10.400 Beschäftigten (Unternehmen  $\geq 50$  Beschäftigte). Der Umsatz nahm leicht um 0,6% gegenüber dem Vorjahr auf über 1,7 Mrd. € zu. Die Exportquote betrug etwas über 20% und ist damit gegenüber dem Vorjahr (19,7%) gestiegen. Letzteres ist auf den um 3% gestiegenen Auslandsumsatz zurückzuführen, wobei zu diesem Ergebnis insbesondere der Umsatz in der Eurozone mit einem Plus von 4% beitrug.

Nach wie vor dominiert in der Herstellung keramischer Baumaterialien klar der im heimischen Markt generierte Umsatz mit einem Anteil von knapp 80%. Das ist auf die Produktstruktur und -wertigkeit zurückzuführen: Keramische Wand- und Bodenfliesen sind für den Export besser geeignet als vom Gewicht her transportkostenintensivere, eher niedrigpreisige und teilweise ubiquitär verfügbare sonstige Baukeramik wie Ziegel, Hourdis sowie Rohre und Rohrleitungen. So wurden denn auch vom im Ausland erwirtschafteten Umsatz mit keramischen Baumaterialien mehr als 76% in Ländern der Eurozone und nur knapp 24% in sonstigen Ländern erwirtschaftet.

Die durchschnittliche Beschäftigtenzahl pro Betrieb lag 2016 auf Basis der Daten von größeren Betrieben mit 50 und mehr Beschäftigten bei 137 und blieb damit annähernd gleich. Bezieht man Betriebe ab 20 Beschäftigte in die Betrachtung mit ein, für die allerdings derzeit nur Daten für 2015 vorliegen, so hatte die Teilbranche 139 Betriebe mit knapp 12.600 Beschäftigten und einen Umsatz von fast 2,1 Mrd. €. Die Struktur ist insofern von kleinen und mittelständischen Betrieben geprägt.

Die Unterbranchen „Herstellung von keramischen Wand- und Bodenfliesen und -platten (WZ 23.31)“ und „Herstellung von Ziegeln und sonstiger Baukeramik (WZ 23.32)“ haben sich wie folgt entwickelt:

### **Herstellung von keramischen Wand- und Bodenfliesen (WZ 23.31)**

In der **Herstellung von keramischen Wand- und Bodenfliesen und -platten** existierten 2016 22 Betriebe mit knapp 4.200 Beschäftigten (Unternehmen  $\geq 50$  Beschäftigte). Der Umsatz nahm 2016 leicht um 1% auf knapp 640 Mio. € zu, was ausschließlich auf das Auslandsgeschäft zurückzuführen war, dessen Umsatz um 8% zulegte. Der Inlandsumsatz, der für gut 75% des insgesamt erwirtschafteten Umsatzes stand, nahm dagegen um gut 1% ab. Die Exportquote lag 2016 bei gut 24%, was zeigt, dass der Fokus deutscher Hersteller unverändert stark auf den Inlandsmarkt ausgerichtet ist. Mehr als 63% des Auslandsumsatzes werden in Ländern der Eurozone erwirtschaftet. Während in der Eurozone ein Umsatzplus von über 14% erzielt werden konnte, sank der Umsatz mit sonstigen Ländern um 1,3%.

Fliesen aus deutscher Produktion haben wegen ihrer hohen Qualität und aufgrund der Zuverlässigkeit ihrer Hersteller einen guten Ruf. Die Angebotsvielfalt ist aber im Vergleich zu spanischen und italienischen Mitbewerbern wesentlich geringer. Den größten Anteil am deutschen Sortiment bilden einfarbige Fliesen mit glatten Oberflächen. Insgesamt war die Marktentwicklung der Herstellung keramischer Wand- und Bodenfliesen und -platten vor allem im Inland 2016, wie schon im Vorjahr, trotz positiver Entwicklung der Baukonjunktur und eines stabilen guten Konsumklimas nicht recht zufriedenstellend. Die Gründe dafür liegen unter anderem in der anhaltend starken Konkurrenz ausländischer Hersteller. Die positive Entwicklung des in der Eurozone erwirtschafteten Umsatzes ist auf die steigende Nachfrage der sich dort von der Eurokrise erholenden Bauwirtschaft zurückzuführen. Der starke Importdruck aus den vom Produktionsvolumen her führenden Ländern Spanien und Italien hält aber unverändert an. Das gilt ebenso für die auf sehr niedrigem Preisniveau liegenden Importe aus der Türkei, Polen und Tschechien.

<sup>4</sup> „Stromkosten gefährden den Industriestandort Deutschland“, in: VKI, Selb, Presseinformation vom 11.5.2016.

Die deutsche Fliesenindustrie befindet sich einigen Jahren in der Umstrukturierung. Allein in den beiden Jahren 2014 und 2015 wurden über 10% der Produktionskapazitäten aus dem Markt genommen und schrittweise durch Investitionen in bestehende oder neue Anlagen ersetzt.<sup>5</sup> Der deutsche Fliesenmarkt ist sehr preisaggressiv. Neben inländischen Herstellern sind auch ausländische, insbesondere süd- und osteuropäische Hersteller tätig, die von der guten Entwicklung des Baumarktes in den letzten Jahren profitieren. Zu berücksichtigen ist hier allerdings, dass der Zugewinn ausländischer Hersteller laut Bundesverband Keramische Fliesen (BKF) auf nicht unerhebliche Zukäufe deutscher Hersteller zurückzuführen ist; diese lagen beispielsweise 2014 mengenmäßig bei knapp einem Viertel der importierten Fliesen.<sup>6</sup> 2016 wuchs der deutsche Fliesenmarkt gegenüber dem Vorjahr um gut 2% auf ein Absatzvolumen von 130,5 Mio. qm, von denen rund 60% auf Bodenfliesen entfielen. Die Absatzentwicklung ist seit 2009 (105 Mio. qm) positiv.<sup>7</sup>

Die Herstellung keramischer Wand- und Bodenfliesen und -platten ist von der Entwicklung des Baumarktes, insbesondere der Neubautätigkeit im Wohnungsbau und speziell dem Ausbaugewerbe abhängig. Insofern profitiert der Fliesenmarkt von der Sanierung und Renovierung vor allem von Küche und Bad. Innerhalb der Fliesenbranche hält der Trend zu höherwertigen Produktsegmenten an. Es besteht eine anhaltende Nachfrage nach großformatigen Fliesen.

Die deutschen Fliesenhersteller mussten in den letzten Jahren neben der teilweise nicht befriedigenden Inlandsnachfrage gestiegene Rohstoff- und bei Verwendung von elektrischem Strom auch steigende Energiepreise verkraften. Die schwankenden Erzeugerpreise für keramische Wand-, Bodenfliesen und -platten sind zuletzt wieder um 2% angestiegen (→ [Abbildung 5, S. 9](#)). Eine Weitergabe der Kosten ist in dem unverändert schwierigen Marktumfeld für die meisten Unternehmen nicht durchsetzbar. Fliesen unterliegen insofern weiterhin einem starken Preisdruck.

### Herstellung von Ziegeln und sonstiger Baukeramik (WZ 23.32)

In der **Herstellung von Ziegeln und sonstiger Baukeramik** existierten 2016 54 Betriebe mit knapp 6.200 Beschäftigten (Unternehmen ≥50 Beschäftigte). Die Teilbranche ist insbesondere vom Hochbau abhängig. 2016 nahm ihr Umsatz nur geringfügig um 0,4% gegenüber dem Vorjahr auf etwas über 1 Mrd. € zu. Der Umsatz wurde zu über 82% im Inland generiert; die Exportquote mit rund 17% war leicht rückläufig. Der Export beschränkt sich fast komplett auf die Eurozone mit knapp 87%. Der Umsatz mit Ländern der Eurozone war um etwas über 1% rückläufig, während der mit sonstigen Ländern um fast 3% zunahm. Der Grund für die relativ niedrige Exportquote und den Auslandsschwerpunkt in der Euro-Zone sind unter anderem die vergleichsweise hohen Transportkosten und die in den meisten europäischen Regionen zu findenden Tonmaterialien als Basis für eine regionale Produktion.

Die Branche hängt, wie schon oben angeführt, maßgeblich von der Entwicklung der Bauwirtschaft ab, deren Potenzial für Ziegel und sonstige Baukeramik nur mäßig war: Der Wohnungsbau entwickelte sich 2016 (+5,0%) stärker als im Vorjahr (+2,0%). Getragen wurde diese Entwicklung vor allem vom Geschosswohnungsbau, der vom anhaltenden Zuzug in die Großstädte profitiert. Der Bedachungsmarkt entwickelte sich jedoch nur recht verhalten. Für 2016 wird von einem weiteren Rückgang des Steildachvolumens um 2% ausgegangen, wobei das Sanierungssegment etwas stärker rückläufig war als das Neubausegment.<sup>8</sup> Tondachziegel stellen zwar weiterhin im Steildach das stärkste Segment dar, aber das Marktwachstum erfolgt überwiegend im Neubau, in dem die Flachdachbauweise zunehmend Anteile gewinnt. In den für Tondachziegel wichtigen Bereichen Renovierung/Sanierung und Ein- und Zweifamilienhausbau fehlen auch weiterhin starke Umsatzimpulse.<sup>9</sup> Das sinkende Volumen für Tondachziegel führte dazu, dass die Erzeugerpreise für Ziegel und sonstige Baukeramik (Inlandsabsatz) im Zeitraum von 2012 bis 2016 stetig um insgesamt über 9% zunahm, 2016 gegenüber dem Vorjahr um gut 1% (→ [Abbildung 5, S. 9](#)).

<sup>5</sup> „Keramische Fliesen sind die Gewinner. Industrieverband Keramische Fliesen + Platten“, in: Baustoff Partner, Das Fachmagazin für Handel und Handwerk, 13.6.2015.

<sup>6</sup> „Industrieverband Keramische Fliesen + Platten: Ausblick für 2015“, in: www.caro-magazin.de, 2015.

<sup>7</sup> „VDF: Gemeinsam für den Markt“, in: www.fliesenundplatten.de, 2017.

<sup>8</sup> CREATON. Geschäftsbericht 2015, Wertingen, April 2016.

<sup>9</sup> CREATON. Geschäftsbericht 2015, Wertingen, April 2016.



### Herstellung von sonstigen Porzellan- und keramischen Erzeugnissen (WZ 23.4)

In der **Herstellung von sonstigen Porzellan- und keramischen Erzeugnissen** existierten 2016 insgesamt 77 Hersteller mit knapp 15.700 Beschäftigten (Unternehmen  $\geq 50$  Beschäftigte). Die durchschnittliche Zahl der Beschäftigten pro Betrieb lag bei 204. Der Umsatz der Teilbranche, der unter anderem wesentlich vom privaten Konsum abhängt, nahm 2016 um 1,2% gegenüber dem Vorjahr auf über 2,1 Mrd. € ab. Der Rückgang war ausschließlich auf den im Inland erwirtschafteten Umsatz zurückzuführen, der deutlich um fast 10% rückläufig war. Letzterer stand für 44% des gesamten Umsatzes. Dagegen konnte der starke Auslandsumsatz um 7% zulegen. Die hohe Exportquote macht die Teilbranche natürlich stärker von der weltwirtschaftlichen Entwicklung abhängig. Hier spielen die Länder außerhalb der Eurozone mit einem Anteil von über 57% am Auslandsumsatz die führende Rolle. Gleichzeitig stieg dieser Anteil gegenüber dem Vorjahr nochmals um fast 9%.

Die Struktur der Teilbranche ist ebenfalls von kleinen und mittelständischen Betrieben geprägt. Bezieht man Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten in die Betrachtung ein, so zählte das Statistische Bundesamt 2015 insgesamt 117 Unternehmen mit

knapp 17.200 Beschäftigten und einem Umsatz von fast 2,3 Mrd. €.

Die Erzeugerpreise für Keramik (ohne Ziegel und Baukeramik) nahmen im Zeitraum von 2012 bis 2016 moderat um knapp 6% zu, 2016 gegenüber dem Vorjahr dabei um gut 1% (→ [Abbildung 5, S. 9](#)). Die Branche teilt sich in fünf Unterbranchen, die sich wie folgt entwickelten:

#### Herstellung keramischer Haushaltswaren und Ziergegenstände (WZ 23.41)

In der **Herstellung von keramischen Haushaltswaren** gab es 2016 25 Betriebe mit rund 5.200 Beschäftigten (Unternehmen  $\geq 50$  Beschäftigte). Der Umsatz entwickelte sich gegenüber dem Vorjahr seitwärts mit 501 Mio. €. Das Inlandsgeschäft stand für etwas über 57% des Umsatzes insgesamt, der aufgrund der anhaltend stabilen Binnenkonjunktur bzw. der weiterhin guten Konsumstimmung der Verbraucher um über 3% gegenüber dem Vorjahr zunahm. Der Auslandsumsatz war dagegen um gut 4% rückläufig. Der größere Anteil mit gut 56% entfiel dabei auf die Länder außerhalb der Eurozone, wobei dieser Umsatz um fast 11% zurückging. Der Umsatz mit Ländern der Eurozone stieg stattdessen um 5% an.

**Abbildung 5:**  
Index der Erzeugerpreise für Keramik und Porzellan, Ton und Kaolin, Energie (Inlandsabsatz)  
- 2010 = 100 -

WZ-Code	Gewerbliche Produkte	2012	2013	2014	2015	2016
<b>23.3</b>	<b>Keramische Baumaterialien</b>	<b>104,9</b>	<b>109,8</b>	<b>111,8</b>	<b>111,7</b>	<b>113,4</b>
23.31	Keramische Wand-, Bodenfliesen und -platten	99,3	107,7	107,9	102,6	104,7
23.32	Ziegel und sonstige Baukeramik	107,4	110,7	113,4	115,7	117,3
<b>23.4</b>	<b>Keramik (ohne Ziegel und Baukeramik)</b>	<b>100,4</b>	<b>102,4</b>	<b>104,0</b>	<b>104,8</b>	<b>106,3</b>
23.41	Haushaltswaren aus Keramik	102,9	106,3	108,9	110,9	113,9
23.42	Sanitärkeramik	103,1	106,8	108,5	109,9	112,2
23.43	Elektrische Isolatoren und Isolierteile aus keramischen Stoffen	101,5	100,6	98,8	99,1	97,8
23.44	Keramische Waren für sonstige technische Zwecke	94,8	95,2	97,2	96,3	96,3
<b>08.12.2</b>	<b>Ton und Kaolin</b>	<b>103,8</b>	<b>105,6</b>	<b>106,3</b>	<b>107,5</b>	<b>109,0</b>
<b>35.11.13</b>	<b>Elektrischer Strom, bei Abgabe an gewerbliche Anlagen</b>	<b>111,6</b>	<b>124,7</b>	<b>125,9</b>	<b>124,8</b>	<b>125,6</b>
<b>62.9</b>	<b>Erdgas, bei Abgabe an die Industrie</b>	<b>130,5</b>	<b>130,3</b>	<b>124,7</b>	<b>115,4</b>	<b>97,9</b>
<b>17.9</b>	<b>Leichtes Heizöl, bei Abgabe an Verbraucher</b>	<b>137,5</b>	<b>128,7</b>	<b>117,8</b>	<b>89,3</b>	<b>75,1</b>

Quelle: Statistisches Bundesamt, Preise, Erzeugerpreise gewerblicher Produkte (Inlandsabsatz), Fachserie 17, Reihe 2 (Januar 2000 bis Februar 2017)

Hauptprobleme der Porzellanherstellung sind vor allem eine seit Jahren ausgeprägte Marktsättigung im Inland, hohe Importe, insbesondere aus China, und Überkapazitäten. Dabei hat deutsches Porzellan im Ausland einen höheren Stellenwert als im Inland.

Die Erzeugerpreise für Haushaltswaren aus Keramik nahmen im Zeitraum von 2012 bis 2016 um fast 11% zu, 2016 gegenüber dem Vorjahr dabei um knapp 3% (→ [Abbildung 5, S. 9](#)).

### Herstellung von Sanitärkeramik (WZ 23.42)

In der **Herstellung von Sanitärkeramik** gab es 2016 noch sechs Betriebe mit rund 2.700 Beschäftigten (Unternehmen  $\geq 50$  Beschäftigte). Der Umsatz bewegte sich ebenfalls nahezu seitwärts auf gut 462 Mio. €. Die Branche wurde zwar auf der einen Seite im Ausland durch erhebliche weltpolitische und wirtschaftliche Risiken und Unwägbarkeiten belastet, auf der anderen Seite aber profitierte sie im Inlandsmarkt von der anhaltend guten Konsum- und Investitionslaune der Verbraucher und den verbesserten positiven Wohnungsbauperspektiven.

Angaben zur Aufteilung des Umsatzes für das In- und Ausland werden seit 2015 nicht mehr veröffentlicht. In Deutschland gefertigte Sanitärkeramik ist eher im Hochpreissegment angesiedelt und damit nicht mehr so stark vom Massengeschäft abhängig. Massenware wird inzwischen vor allem im Ausland gefertigt – unter anderem aus eigenen dortigen Produktionsstätten – und von dort importiert.

Die Erzeugerpreise für Sanitärkeramik nahmen im Zeitraum von 2012 bis 2016 stetig um knapp 9% zu, 2016 gegenüber dem Vorjahr um etwas über 2%.

Die Sanitärkeramik-Branche wird maßgeblich von der Entwicklung des Baugewerbes, insbesondere vom Wohnungsbau, beeinflusst. Produkte der Sanitärkeramik konnten in den letzten Jahren vor allem von Erhaltungs- und Modernisierungsmaßnahmen des Wohnungsbaubestandes profitieren, auf die mittlerweile laut eines Berichts des Bundesinstituts für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) rund 70% aller dortigen Investitionen fließen. Hinzu kommt der im Neubau getätigte Umsatz. Für die Schaffung barrierefreier Zugänge für Duschen und Bäder gibt es im Rahmen der Modernisierung staatliche Investitionszuschüsse von der bundeseigenen Förderbank KfW (Programm „Altersgerecht Umbauen – Investitionszuschuss“). Das gilt auch für Einzelmaßnahmen wie die Veränderung des Raumzuschnitts oder die Installation einer bodenebenen Duschfläche.

Trotz steuerlicher Anreize für die Renovierung einer selbstgenutzten Wohnung und der zunehmenden Nachfrage nach seniorengerechtem Wohnen verkürzte sich bislang aber der Renovierungszyklus

nicht. Nach einer Erhebung der Marktforschungsgesellschaft GfK sind noch nicht renovierte Bäder in Privathaushalten in Deutschland fast 20 Jahre alt. Nach Untersuchungen des Marktforschungsinstituts forsa im Auftrag der VDS besteht eine große Bereitschaft zu Investitionen in die eigenen vier Wände. 2016 führten 25% der Befragten eine Badrenovierung durch. Bis 2018 wollen 38% der Renovierer in Deutschland eine Bad- bzw. Sanitärinstallation durchführen. Entscheidendes Renovierungsmotiv war dabei mit 45% eine veraltete Badausstattung.<sup>10</sup>

### Herstellung von technischer Keramik (WZ 23.43, 23.44)

In der **Herstellung von technischer Keramik – Isolatoren und Isolierteilen aus Keramik und sonstigen keramischen Erzeugnissen für sonstige technische Zwecke** – bestanden 2016 insgesamt 32 Betriebe mit knapp 5.550 Beschäftigten (Unternehmen  $\geq 50$  Beschäftigte). Die jeweiligen statistischen Daten (WZ-Codes 23.43 und 23.44) spiegeln aber nicht die komplette Entwicklung der Branche wider. Zum einen werden durch die Industriestatistik (Betriebe mit 50 und mehr Beschäftigten) nur rund 70% der Gesamtbeschäftigtenzahl dargestellt. Zum anderen sind eine Reihe weiterer wichtiger (Branchen-)Unternehmen, wie z.B. Siemens, Bosch und der Zündtechnikhersteller Beru, mit ihrer Produktion und den Beschäftigten aufgrund ihres Umsatzschwerpunktes statistisch anderen Industriezweigen zugeteilt.

Der Umsatz der Herstellung von technischer Keramik nahm 2016 um knapp 2% gegenüber dem Vorjahr auf 892 Mio. € ab. Während der Inlandsumsatz dabei um knapp 3% auf 401,7 Mio. € zulegte, war der im Ausland erwirtschaftete Umsatz um über 5% auf 491 Mio. € rückläufig. Inlands- und Auslandsumsatz verteilen sich ungefähr gleich, ebenso die Verteilung auf die Eurozone und sonstige Länder. Aus der Teilbranche „Herstellung von keramischen Erzeugnissen für sonstige technische Zwecke“, die auch für Hochleistungskeramik steht, kommen zahlreiche Innovationen für Hightech-Anwendungen.

Die Erzeugerpreise für technische Keramik waren im Falle von elektrischen Isolatoren und Isolierteilen im Zeitraum von 2012 bis 2016 um gut 3% rück-

<sup>10</sup> „Markt und Branche: Badgeschäft floriert“, in: VDS, Bonn, Pressemitteilung vom 14.3.2017.

läufig, wobei sie 2016 gegenüber dem Vorjahr um über 1% sanken. Im Falle von keramischen Waren für sonstige technische Zwecke nahmen die Erzeugerpreise im gleichen Zeitraum dagegen um gut 1% zu, wobei sie 2016 stabil auf Vorjahresniveau blieben (→ [Abbildung 5, S. 9](#)).

**Herstellung von sonstigen keramischen Erzeugnissen (WZ 23.49)**

In der **Herstellung von sonstigen keramischen Erzeugnissen** waren 2016 14 Betriebe mit über 2.200 Beschäftigten tätig (Unternehmen ≥50 Beschäftigte). Der Umsatz war 2016 gegenüber dem Vorjahr um gut 3% auf knapp 256 Mio. € rückläufig. Weitere Daten über die Verteilung des Umsatzes liegen nicht vor. Die Branche ist von diversen Wirtschaftszweigen bzw. Branchen abhängig, unter anderem vom Wohnungsbau (bei der Herstellung von Ofenkacheln) und von Brauereien und Geschenkartikelherstellern (keramische Krüge).

**Fragmentierung**

Die **Herstellung von Keramik und Porzellan** ist **stark fragmentiert**. Dabei stehen einer Vielzahl

handwerklich und kleinbetrieblich geprägter (steuerpflichtiger) Unternehmen relativ wenige Großunternehmen gegenüber, die hohe Marktanteile halten (→ [Abbildung 6, S. 11](#)).

88% der Betriebe zur **Herstellung von sonstigen Porzellan- und keramischen Erzeugnissen** erwirtschafteten einen Umsatz von bis zu 2 Mio. €. Damit beträgt ihr Umsatzanteil lediglich 6%. Der Anteil von mittelständischen Unternehmen und Großunternehmen mit einem Umsatz von 25 Mio. € und mehr lag dagegen bei nur rund 2%, ihr Umsatzanteil jedoch bei etwas über 71%.

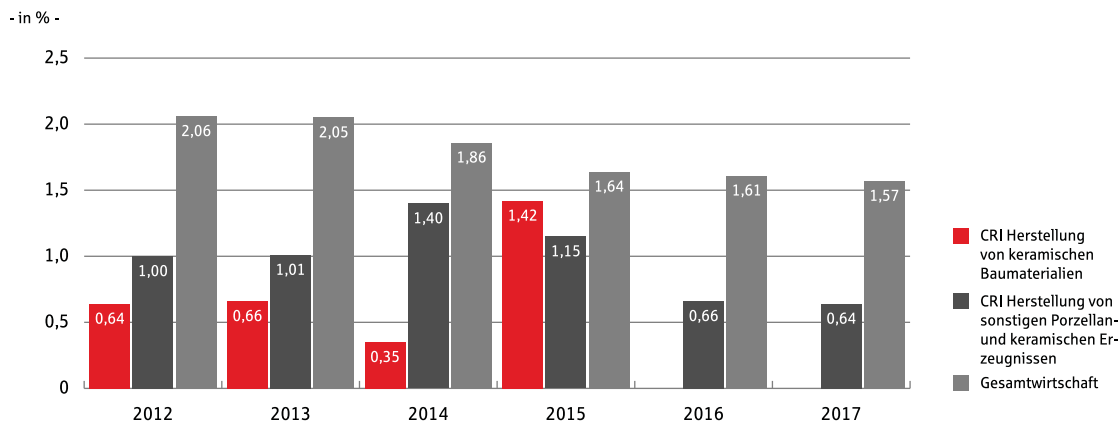
Ähnlich sieht es bei der **Herstellung von keramischen Baumaterialien** aus: Unternehmen mit einem Jahresumsatz bis 2 Mio. € hatten einen Betriebsanteil von etwas über 74%, während ihr Umsatzanteil nur bei gut 3% lag. Im Gegenzug vereinten 27 große Unternehmen mit Umsätzen ab 25 Mio. €, auf die ein Anteil von gut 6% entfiel, knapp 76% des Gesamtumsatzes auf sich.

**Abbildung 6:**  
**Steuerpflichtige und Umsätze der Herstellung von Keramik und Porzellan**  
- nach Umsatzgrößenklassen 2015 -

Umsatzgrößenklassen von ... bis ... EUR	Herstellung von keramischen Baumaterialien (WZ 23.3)				Herstellung von sonstigen Porzellan- und keramischen Erzeugnissen (WZ 23.4)			
	Steuerpflichtige		Umsatz		Steuerpflichtige		Umsatz	
	abs.	%	1.000	%	abs.	%	1.000 €	%
über 17.500–50.000	55	13,3	1.825	0,1	333	31,1	10.677	0,3
50.000–100.000	54	13,0	3.958	0,1	202	18,9	14.428	0,4
100.000–250.000	77	18,6	12.756	0,4	191	17,9	30.315	0,9
250.000–500.000	42	10,1	15.253	0,5	101	9,4	34.460	1,0
500.000–1 Mio.	46	11,1	30.553	0,9	69	6,4	50.368	1,5
1–2 Mio.	33	8,0	46.733	1,4	46	4,3	65.122	1,9
2–5 Mio.	29	7,0	92.698	2,9	47	4,4	149.230	4,4
5–10 Mio.	22	5,3	149.476	4,6	30	2,8	197.599	5,9
10–25 Mio.	29	7,0	429.842	13,3	26	2,4	426.093	12,6
25–50 Mio.	13	3,1	428.373	13,2	10	0,9	343.180	10,2
50 Mio. und mehr	14	3,4	2.023.408	62,5	15	1,4	2.055.752	60,9
<b>Insgesamt</b>	<b>414</b>	<b>100,0</b>	<b>3.234.874</b>	<b>100,0</b>	<b>1.070</b>	<b>100,0</b>	<b>3.377.225</b>	<b>100,0</b>

Quelle: Statistisches Bundesamt (Umsatzsteuerstatistik), eigene Berechnungen

**Abbildung 7:**  
CRI<sup>11</sup> der Herstellung von Porzellan und Keramik



Quelle: Creditreform Rating, 2017

<sup>11</sup> Creditreform-Risiko-Indikator = Ausfälle o.g. Branchen im Verhältnis zur Gesamtanzahl der Branchenunternehmen

### Insolvenzen

Das Ausfallrisiko der **Herstellung keramischer Baumaterialien** sank **2016** gegenüber dem Vorjahr auf einen CRI<sup>11</sup> von 0,0%; damit bestand ein sehr geringes Ausfallrisiko (→ [Abbildung 7, S. 12](#)). Die Insolvenzquote lag somit sowohl unter der des übergeordneten Wirtschaftszweiges Herstellung von Glas, Glaswaren, Keramik, Verarbeitung von Steinen und Erden (1,2%, sehr geringes Ausfallrisiko) als auch unter der der Gesamtwirtschaft (1,6%, geringes Ausfallrisiko). Nach Unterbranchen war das Ausfallrisiko sowohl bei den Herstellern von Ziegeln und sonstiger Baukeramik als auch bei den Herstellern von keramischen Wand- und Bodenfliesen und -platten jeweils sehr gering (0,0%).

Das Ausfallrisiko der **Hersteller von sonstigen Porzellan- und keramischen Erzeugnissen** war **2016** mit einem CRI von 0,7% ebenfalls sehr gering und sank gegenüber dem Vorjahr auf ein noch niedrigeres Niveau. Nach Unterbranchen war dabei das höchste Ausfallrisiko mit Abstand bei den Herstellern von Sanitärkeramik mit 5,4% (sehr hohes Ausfallrisiko) feststellbar. Die Hersteller von sonstigen keramischen Erzeugnissen (0,8%), keramischer Haushaltswaren und Ziergegenstände (0,4%), von Isolatoren und Isolierteilen aus Keramik (0,0%) sowie von keramischen Erzeugnissen für sonstige technische Zwecke (0,0) weisen alle ein sehr geringes Ausfallrisiko auf.

Für das laufende Jahr **2017** werden angesichts der weiterhin stabilen Konjunktur sowohl die Herstellung keramischer Baumaterialien als auch die Her-

stellung sonstiger Porzellan- und keramischer Erzeugnisse mit einem sehr geringeren Ausfallrisiko von 0,0 bzw. 0,6% eingestuft.

### 3.2 Branchenspezifische Kennzahlen der Sparkassen-Finanzgruppe

#### Umsatzrentabilität

Die Umsatzrentabilität in der **Herstellung von keramischen Baumaterialien**, die im Betrachtungszeitraum (2011 bis 2015) 2012 mit 2,5% einen vorläufigen Tiefpunkt erreichte, konnte bis 2015 trotz gesteigener Personalaufwendungen auf einen vorläufigen Höhepunkt von 4,6% steigen. Ihre mittlere Streubreite bewegte sich dabei zwischen -2,1 und 7,3% (→ [Abbildung 8, S. 13](#)). Beide Unterbranchen – die Hersteller von Ziegeln und sonstiger Baukeramik als auch die Hersteller von keramischen Wand- und Bodenfliesen – erreichen diesen Wert.

In der Herstellung von **sonstigen Porzellan- und keramischen Erzeugnissen** nahm die Umsatzrentabilität 2015 gegenüber dem Vorjahr um 0,4 Prozentpunkte auf 7% zu (→ [Abbildung 9, S. 14](#)). Die mittlere Streubreite bewegte sich dabei zwischen 0,5 und 14,6%. Nach Unterbranchen liegen für die Herstellung von Sanitärkeramik bisher noch keine validen Kennzahlen vor. Was die übrigen beiden Unterbranchen betrifft, so entfiel 2015 die höchste Umsatzrentabilität auf die Herstellung von keramischen Haushaltswaren und Ziergegenständen bzw. sonstigen keramischen Erzeugnissen mit jeweils 9,2%, gefolgt von der Herstellung kerami-

<sup>11</sup> Creditreform-Risiko-Indikator (CRI) = Anzahl Ausfälle einer Branche pro Jahr / Gesamtzahl der Branchenunternehmen x 100.

scher Erzeugnisse für sonstige technische Zwecke mit 3,6%. Eine Verbesserung der Rentabilität haben nur die Hersteller von Haushaltswaren/Ziergegenständen erreicht, die anderen beiden Unterbranchen haben sich verschlechtert.

**Personal-, Material- und sonstige Aufwendungen**

Die **Personalaufwendungen** der **Herstellung keramischer Baumaterialien** sind in den vergangenen Jahren wieder deutlich angestiegen auf nun fast 28% (→ **Abbildung 8, S. 13**). Ein Grund sind die Tariferhöhungen 2014/2015, die hier ihren Niederschlag finden.

Auch 2016 werden die Personalaufwendungen voraussichtlich weiter steigen, da noch Tariferhöhungen aus dem 2. Halbjahr 2016 ausstehen. In der Unterbranche lagen die Personalkosten der Herstellung von Ziegeln und sonstiger Baukeramik 2015 bei 26,7%, in der aufwendigeren Herstellung von keramischen Wand- und Bodenfliesen und -platten fielen sie mit 29,8% höher aus.

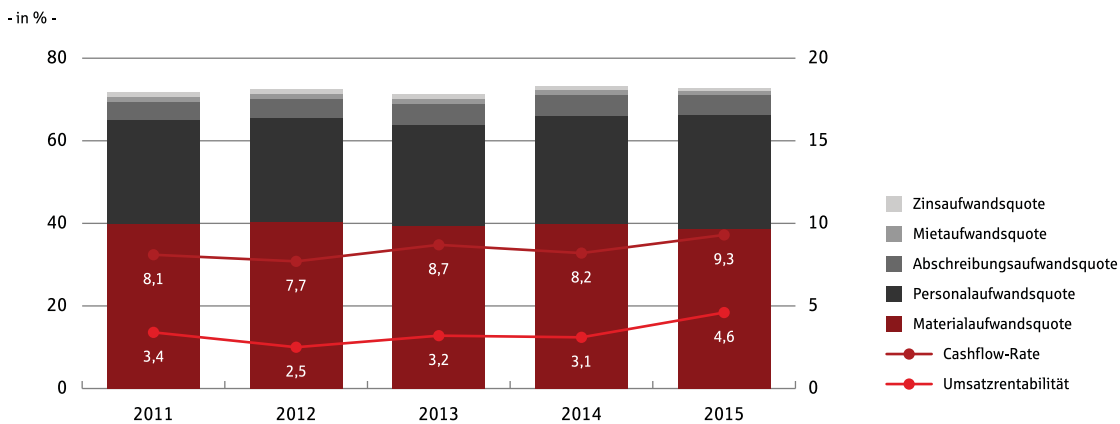
Die **Materialaufwendungen** waren 2015 gegenüber dem Vorjahr etwas rückläufig auf 38,6%. Die Materialkosten der Herstellung von Ziegeln und sonstiger Baukeramik lagen dabei mit 37,4% unter dem Branchendurchschnitt, die der Herstellung von keramischen Wand- und Bodenfliesen und -platten mit 41% über dem Durchschnitt der Teilbranche. Die **Mietaufwendungen** bewegten sich im Betrachtungszeitraum um 1%, 2015 nahmen sie gegen-

über dem Vorjahr leicht um 0,1 Prozentpunkte auf 0,9% ab. Der **Zinsaufwand** nahm im Betrachtungszeitraum in der Tendenz bis 2015 von 1,2 auf 0,7% ab. Die **Abschreibungsaufwandsquote**, die anzeigt, welcher Anteil der Gesamtleistung durch planmäßige Abschreibungen auf Sachanlagen verbraucht wird, nahm 2015 gegenüber dem Vorjahr um 0,6 Prozentpunkte auf 4,7% ab. Damit ist die erfolgswirtschaftliche Flexibilität 2015 gegenüber dem Vorjahr gestiegen.

Die Belastung in der Herstellung von keramischen Baumaterialien durch die hier aufgeführten **Kostenfaktoren insgesamt** nahm im Zeitraum von 2011 bis 2015 aufgrund gestiegener Personalkosten auf 72,8% zu, 2015 gegenüber dem Vorjahr allerdings aufgrund gesunkener Material-, Abschreibungs- und Zinsaufwandskosten um 0,5 Prozentpunkte ab.

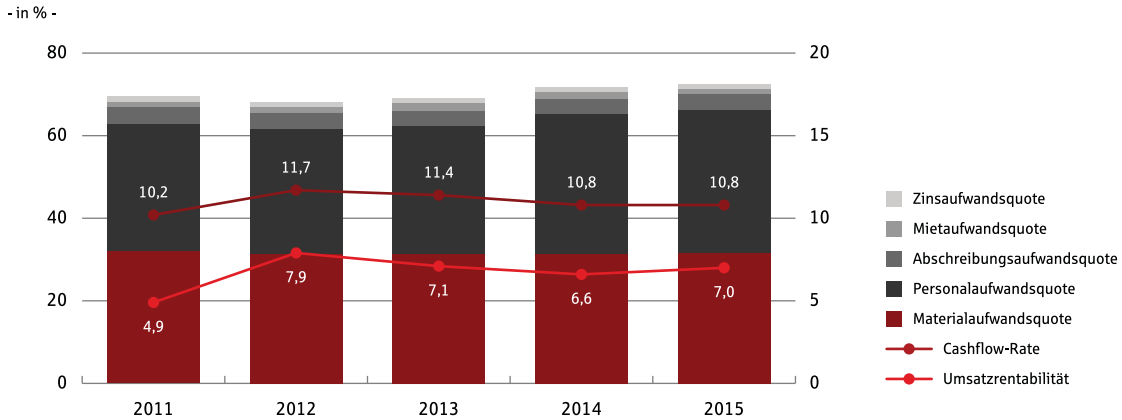
In der personalintensiven Herstellung von **sonstigen Porzellan- und keramischen Erzeugnissen** nahmen die **Personalaufwendungen** im Betrachtungszeitraum von 2011 bis 2015 um 4 Prozentpunkte auf 34,7% zu, 2015 gegenüber dem Vorjahr um 0,8 Prozentpunkte (→ **Abbildung 9, S. 14**). Mit Blick auf die Tarifabschlüsse in der Branche sind auch in der Feinkeramischen Industrie 2014 und 2015 die Personalkosten gestiegen. Auch 2016 werden die Personalkosten voraussichtlich weiter steigen, wenn die vereinbarten Tariferhöhungen um die 2,3% umgesetzt werden.

**Abbildung 8:** Aufwandsanteile, Rentabilität und Cashflow der Herstellung von keramischen Baumaterialien (WZ 23.3)



Quelle: Branchendienst der Sparkassen-Finanzgruppe, Stand: 04/2017

**Abbildung 9:**  
Aufwandsanteile, Rentabilität und Cashflow der Herstellung von sonstigen Porzellan- und keramischen Erzeugnissen (WZ 23.4)



Quelle: Branchendienst der Sparkassen-Finanzgruppe, Stand: 04/2017

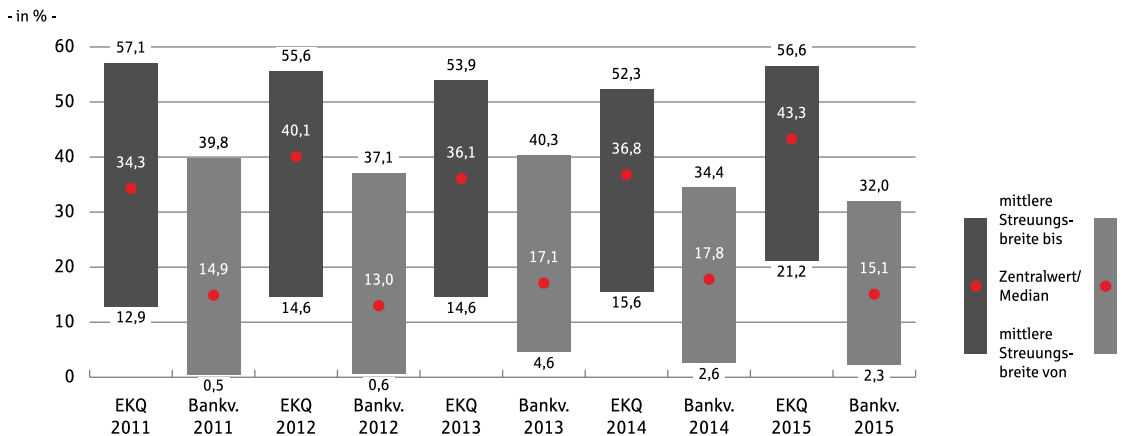
Die **Materialaufwendungen** bewegten sich in den letzten Jahren seitwärts und liegen nun bei 31,6%. Die **Mietaufwandsquote** sank 2015 gegenüber dem Vorjahr um 0,7 Prozentpunkte auf 1,1%. Die **Zinsaufwendungen** blieben 2015 mit 1,1% auf Vorjahresniveau. Die **Abschreibungsaufwandsquote** stieg 2015 gegenüber dem Vorjahr um 0,3 Prozentpunkte – damit ist die erfolgswirtschaftliche Flexibilität leicht gesunken. Insgesamt hat die Belastung durch die hier aufgeführten **Kostenfaktoren** im Betrachtungszeitraum bis 2015 um 2,8 Prozentpunkte auf 72,4% zugenommen, was vor allem auf die gestiegene Personalaufwandsquote zurückzuführen ist.

In beiden Segmenten sind angesichts von Überkapazitäten, steigenden Rohstoffkosten, auf ver-

gleichsweise hohem Niveau befindlichen Energiekosten, des noch härter werdenden Preis- und Wettbewerbsdrucks und der zunehmenden Konkurrenz aus dem Ausland weitere Maßnahmen zur Kostensenkung und Produktivitätssteigerung erforderlich (s. auch Kap. 4.1). Auch Standortverlagerungen dürften dabei nicht ausgeschlossen sein.

Was die Energiekosten betrifft, so ist der Energieverbrauch in der Keramischen Industrie aufgrund der Trocknungs- und Brennvorgänge relativ hoch. Die Branche zählt mit zu den energieintensiven Wirtschaftszweigen in Deutschland, dementsprechend können sich einzelne Betriebe anteilig von der EEG-Umlage befreien lassen und zahlen für die Eigenstromerzeugung einen verringerten EEG-Umlagesatz.

**Abbildung 10:**  
Eigenkapitalquote und Bankverbindlichkeiten der Herstellung von keramischen Baumaterialien (WZ 23.3)



Quelle: Branchendienst der Sparkassen-Finanzgruppe, Stand: 04/2017

**Cashflow**

Ein wichtiges Maß für die Innenfinanzierung ist der Cashflow, dessen Rate in der **Herstellung von keramischen Baumaterialien** 2015 gegenüber dem Vorjahr um 1,1 Prozentpunkte auf 9,3% stieg (→ [Abbildung 8, S. 13](#)). In der **Herstellung von sonstigen Porzellan- und keramischen Erzeugnissen** verharnte die Cashflow-Rate 2015 bei 10,8% (→ [Abbildung 9, S. 14](#)). Zumindest die Cashflow-Rate der Herstellung keramischer Baumaterialien ist somit in ihrer Höhe von unter 10% nicht als sonderlich befriedigend zu bewerten.

**Eigenkapitalquote**

Die Eigenkapitalquote der **Herstellung keramischer Baumaterialien** nahm im Betrachtungszeitraum bis 2015 um 9,0 Prozentpunkte auf 43,3% zu, 2015 gegenüber dem Vorjahr um deutliche 6,5 Prozentpunkte (→ [Abbildung 10, S. 14](#)). Die mittlere Streubreite bewegte sich dabei zwischen 21,2 und 56,6%. Die Unterbranche Herstellung von Ziegeln und sonstiger Baukeramik wies 2015 mit 43,6% eine etwas höhere Eigenkapitalquote aus, während die der Herstellung von keramischen Wand- und Bodenfliesen und -platten mit 29,8% nur unterdurchschnittlich ausfiel.

Die Eigenkapitalquote der **Herstellung von sonstigen Porzellan- und keramischen Erzeugnissen** entwickelte sich gegenüber den Vorjahren nicht weiter positiv, sondern liegt nun nahe dem 2011er-Stand mit 33,3% (→ [Abbildung 11, S. 15](#)). Die mittlere Streubreite bewegte sich 2015 zwischen 18,2

und 52,2%. Die Unterbranchen Herstellung von keramischen Erzeugnissen für sonstige technische Zwecke sowie Herstellung von keramischen Haushaltswaren und Ziergegenständen weisen mit 33,3 bzw. 33,2% durchschnittliche Quoten aus.

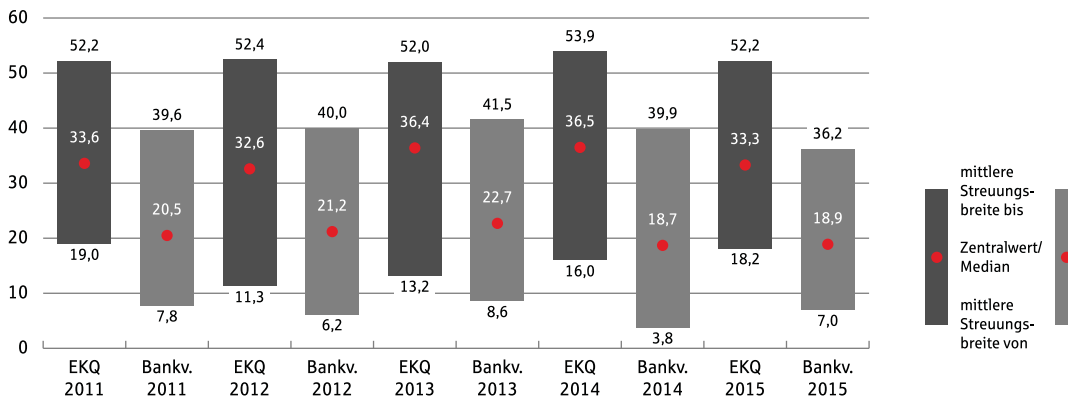
**Bankverbindlichkeiten**

Die Bankverbindlichkeiten der **Herstellung keramischer Baumaterialien** stiegen im Betrachtungszeitraum bis 2015 um 0,2 Prozentpunkte auf 15,1%, 2015 nahmen sie jedoch gegenüber dem Vorjahr um 2,7 Prozentpunkte ab (→ [Abbildung 10, S. 14](#)). Die Bankverbindlichkeiten der Unterbranche Herstellung von Ziegeln und sonstiger Baukeramik lagen 2015 mit 10,1% unter dem Durchschnitt der Branche, während sich die der Herstellung von keramischen Wand- und Bodenbelägen und -platten mit 25,8% weit über dem Branchendurchschnitt bewegten.

Die Bankverbindlichkeiten der **Herstellung von sonstigen Porzellan- und keramischen Erzeugnissen** verringerten sich im Betrachtungszeitraum bis 2015 um 2,6 Prozentpunkte auf 18,9%, mit einem leichten Anstieg gegenüber dem Vorjahr um 0,2 Prozentpunkte (→ [Abbildung 11, S. 15](#)). Nach Unterbranchen fielen die Bankverbindlichkeiten der Herstellung von keramischen Haushaltswaren und Ziergegenständen 2015 mit 19% höher aus als in der Herstellung von sonstigen keramischen Erzeugnissen für sonstige technische Zwecke mit 13,9%.

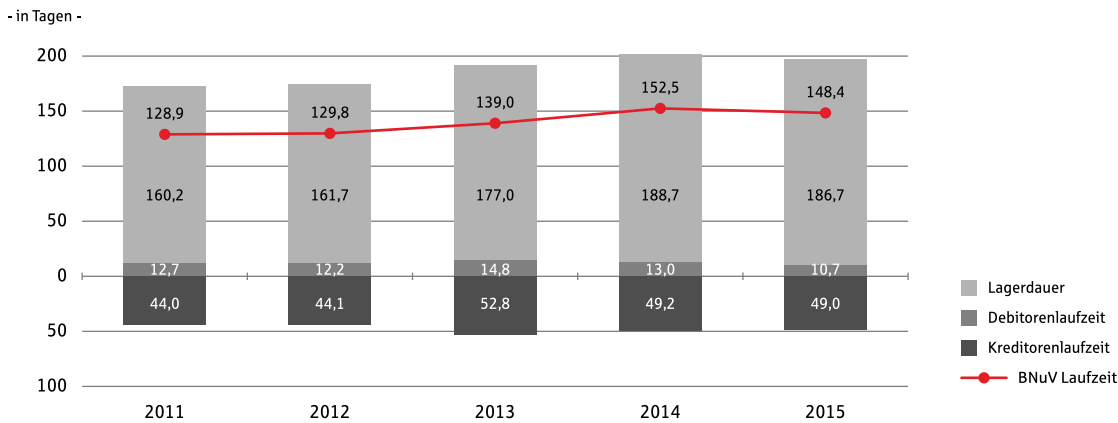
**Abbildung 11:** Eigenkapitalquote und Bankverbindlichkeiten der Herstellung von sonstigen Porzellan- und keramischen Erzeugnissen (WZ 23.4)

- in % -



Quelle: Branchendienst der Sparkassen-Finanzgruppe, Stand: 04/2017

**Abbildung 12:**  
**Laufzeit Bereinigtes Nettoumlaufvermögen der Herstellung von keramischen Baumaterialien (WZ 23.3)**



Quelle: Branchendienst der Sparkassen-Finanzgruppe, Stand: 04/2017

**Bereinigtes Nettoumlaufvermögen (BNUV)**

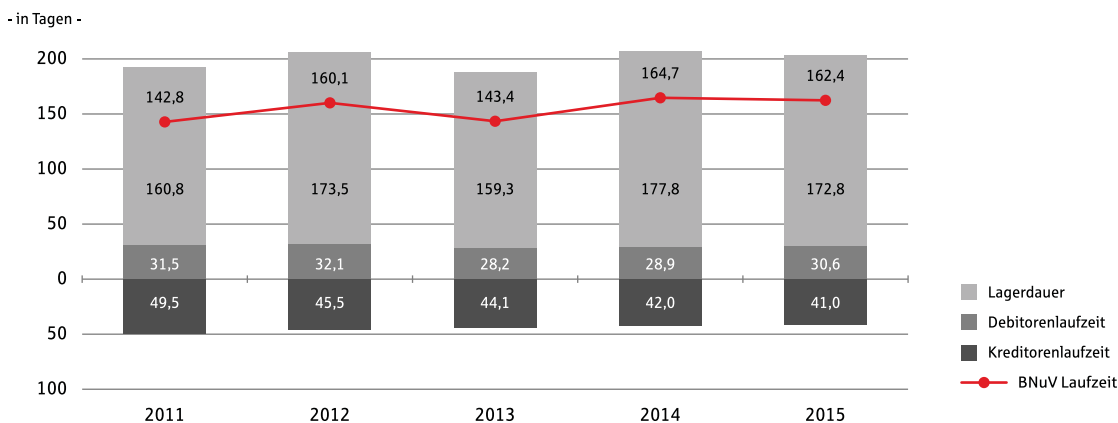
Die **Kreditorenlaufzeit** der **Herstellung von keramischen Baumaterialien** bzw. das Zahlungsziel, das durchschnittlich in Anspruch genommen wurde, blieb 2015 mit 49 Tagen stabil auf Vorjahresniveau (→ **Abbildung 12, S. 16**). Unternehmen, die lange Kreditorenlaufzeiten – insbesondere in Verbindung mit nur wenigen Lieferanten – aufweisen, haben hohe Liquiditätsrisiken, wenn die Lieferanten bei bislang tolerierten Überschreitungen auf die Einhaltung der Zahlungsziele drängen.

Die **Lagerdauer** nahm 2015 gegenüber dem Vorjahr um 3 Tage auf gut 187 Tage ab. Die **Debitorenlaufzeit** als Kennzahl, wie lange sich die Kunden Zeit lassen, ihre Rechnungen zu begleichen, verringerte sich gegenüber dem Vorjahr um gut 2 Tage auf rund 11 Tage. Dieser Wert erscheint auf den

ersten Blick akzeptabel, es sollte aber beachtet werden, dass sich das Ausfallrisiko im Falle von nur wenigen Kunden erheblich verstärken kann (sogenanntes Klumpenrisiko). Die **BNUV Gesamtlaufzeit** nahm damit 2015 gegenüber dem Vorjahr um 4 Tage auf gut 148 Tage ab.

Die **Kreditorenlaufzeit** der **Herstellung von sonstigen Porzellan- und keramischen Erzeugnissen** nahm 2015 gegenüber dem Vorjahr leicht um einen Tag auf 41 Tage ab (→ **Abbildung 13, S. 16**). Die **Debitorenlaufzeit**, die 2015 gegenüber dem Vorjahr um fast 2 Tage auf knapp 31 Tage stieg, ist im Vergleich zur Herstellung von keramischen Baumaterialien deutlich höher. Dies ist unmittelbar auf die unterschiedliche Struktur der Tätigkeiten der beiden Branchen zurückzuführen.

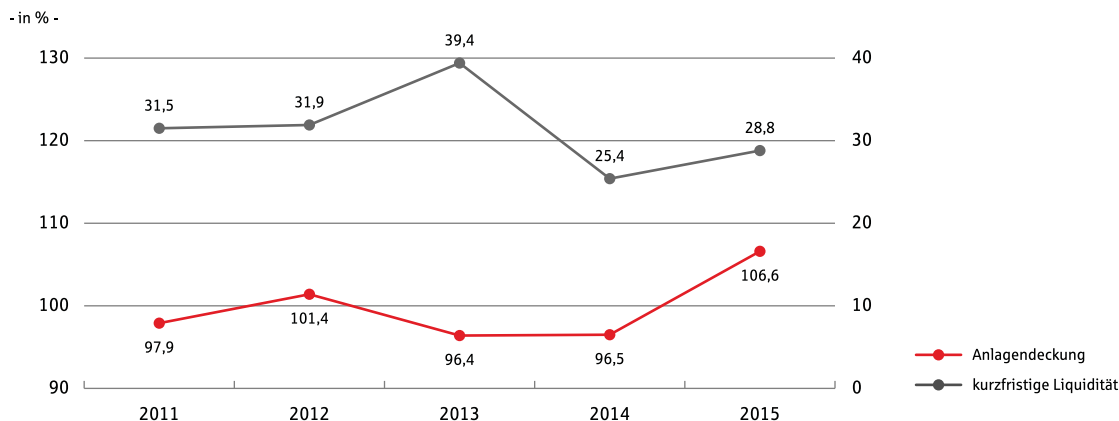
**Abbildung 13:**  
**Laufzeit Bereinigtes Nettoumlaufvermögen der Herstellung von sonstigen Porzellan- und keramischen Erzeugnissen (WZ 23.4)**



Quelle: Branchendienst der Sparkassen-Finanzgruppe, Stand: 04/2017



**Abbildung 14:**  
Anlagendeckung und kurzfristige Liquidität der Herstellung von keramischen Baumaterialien (WZ 23.3)



Quelle: Branchendienst der Sparkassen-Finanzgruppe, Stand: 04/2017

Die Lagerdauer sank gegenüber dem Vorjahr um 5 Tage auf etwa 173 Tage. Die BNuV Gesamtlaufzeit nahm damit 2015 gegenüber dem Vorjahr um gut 2 Tage auf 162 Tage ab.

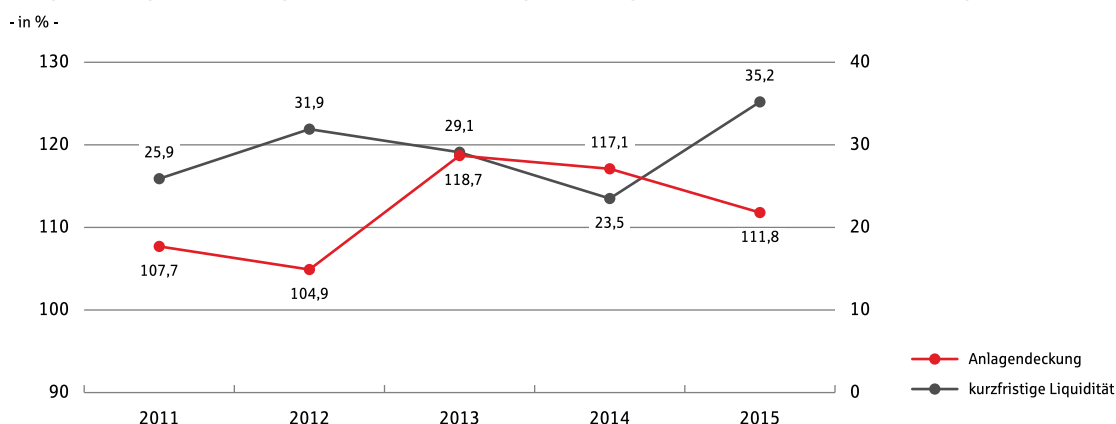
In beiden Teilbranchen bestehen insofern im Einzelfall – insbesondere bei der Mode unterworfenen Produkten – ein nicht unbeträchtliches Verwertungsrisiko der Lagerbestände und eine hohe Kapitalbindung. Insgesamt bergen die relativ hohen Gesamtlaufzeiten unter Umständen Finanzierungslücken und Liquiditätsrisiken. Zum einen bei Abhängigkeit von wenigen Lieferanten, wenn Letztere auf die Einhaltung bisher tolerierter Überschreitungen der eingeräumten Zahlungsziele drängen. Zum anderen können diese je nach Einzelfall auf ein er-

höhtes Risikopotenzial durch mangelnde Debitorenqualität hindeuten.

**Anlagendeckung, kurzfristige Liquidität**

Die Anlagendeckung zeigt, dass das Anlagevermögen 2015 sowohl in der Herstellung keramischer Baumaterialien als auch in der Herstellung von sonstigen Porzellan- und keramischen Erzeugnissen zu über 100% durch Eigenkapital und/oder langfristiges Fremdkapital gedeckt war (→ Abbildung 14, S. 17) und (→ Abbildung 15, S. 17). Nach Unterbranchen ergab sich 2015 sowohl bei der Herstellung von keramischen Wand- und Bodenfliesen und -platten (66,9%) als auch bei der Herstellung von sonstigen keramischen Erzeugnissen für sonstige technische Zwecke (94,4%) eine Unterdeckung.

**Abbildung 15:**  
Anlagendeckung und kurzfristige Liquidität der Herstellung von sonstigen Porzellan- und keramischen Erzeugnissen (WZ 23.4)



Quelle: Branchendienst der Sparkassen-Finanzgruppe, Stand 04/2017

Die **kurzfristige Verschuldung der Herstellung keramischer Baumaterialien** verringerte sich 2015 gegenüber dem Vorjahr um 3,9 Prozentpunkte auf 30,1%. Im Falle der **Herstellung von sonstigen Porzellan- und keramischen Erzeugnissen** nahm sie 2015 gegenüber dem Vorjahr um 1,2 Prozentpunkte auf 30,8% zu. Die **kurzfristige Liquidität der Herstellung keramischer Baumaterialien** stieg 2015 gegenüber dem Vorjahr um 3,4 Prozentpunkte auf 28,8%. Im Falle der **Herstellung von sonstigen Porzellan- und keramischen Erzeugnissen** nahm sie 2015 stärker um 11,7 Prozentpunkte auf 35,2% zu.

Unter Berücksichtigung der Höhe der kurzfristigen Verschuldungsquote dürfte es damit keine Liquiditätsengpässe geben, wenn kurzfristige Schulden nicht rechtzeitig bedient werden können. Insgesamt ergab sich damit zumindest in beiden Teilbranchen für 2015 eine befriedigende Finanzierungsstruktur. Das gilt jedoch nicht für die beiden Unterbranchen Herstellung von keramischen Wand- und Bodenfliesen und -platten und Herstellung von sonstigen keramischen Erzeugnissen.

#### **Gesamtkapitalverzinsung**

Die Gesamtkapitalverzinsung von 7,1% im Median bei den **Herstellern von keramischen Baumaterialien** für 2015 stellt auch unter Berücksichtigung des sehr geringen Ausfallrisikos (1,4%) kein recht befriedigendes Investment dar. Deshalb sollten dringend Maßnahmen zur Verbesserung der Erlössituation eingeleitet werden. In der Unterbranche Herstellung von Ziegeln und sonstiger Baukeramik war die Gesamtkapitalverzinsung mit 7% durchschnittlich, in der Herstellung von keramischen Wand- und Bodenfliesen und -platten mit 8,1% im Vergleich dazu überdurchschnittlich.

Besser fiel die Gesamtkapitalverzinsung der **Herstellung von sonstigen Porzellan- und keramischen Erzeugnissen** mit 10,8% in 2015 aus und hätte unter Berücksichtigung des sehr geringen Ausfallrisikos (1,2%) ein befriedigendes Investment dargestellt. Über dem Durchschnitt lag dabei nach Unterbranchen die Gesamtkapitalverzinsung der Herstellung von keramischen Haushaltswaren und Ziergegenständen (12,2%). Nur unterdurchschnittlich war sie im Falle der Herstellung von sonstigen keramischen Erzeugnissen für sonstige technische Zwecke (7,2%).

#### **Gesamtkapitalumschlag**

Der Gesamtkapitalumschlag war 2015 sowohl in **der Herstellung von keramischen Baumaterialien** als auch in der **Herstellung von sonstigen Porzellan- und keramischen Erzeugnissen** mit nur 1,2 bzw. 1,3 relativ niedrig. Ein schnellerer Umschlag des gebundenen Kapitals würde aufgrund der kürzeren Finanzierungszeit den Kapitaleinsatz senken.

## 4 Branchenwettbewerb

- Überkapazitäten, Billigimporte und Plagiate prägen den harten Wettbewerb. Der Konzentrationsprozess setzt sich durch Fusionen, Übernahmen und Insolvenzen fort.
- Wettbewerbsnachteile gegenüber dem Ausland durch im internationalen Vergleich hohe Energie- und Lohnkosten. Billigimporte verschärfen den Wettbewerb.
- Handwerkliche, kleine Betriebe in Konkurrenz zu wenigen großen Konzernen.
- Hohe Markteintrittsbarrieren durch beträchtliche Kapital-, Lohn- und Energieintensität.

### 4.1 Wettbewerbssituation

#### Polarisierung zwischen hochpreisigen und Billigprodukten nimmt stetig zu

Die **Wettbewerbsintensität** in der Herstellung von Keramik und Porzellan ist in den letzten Jahren weiter gestiegen und kann als **sehr hoch** eingestuft werden. Der Grund liegt in Einfuhren von Keramik- und Porzellanprodukten aus Mittel- und Osteuropa und zugleich in der Zunahme von **Billigimporten** aus Fernost, insbesondere aus China. Hinzu kommen nach wie vor **Überkapazitäten** in der Produktion auf vielen Teilmärkten. Gestiegene, im europa- und weltweiten Vergleich auf hohem Niveau befindliche **Energiekosten** sowie weiter gewachsene **Rohstoff- und Transportkosten** (→ [Abbildung 4, S. 6](#)) und (→ [Abbildung 16, S. 20](#)) belasten die Umsatzmargen. Zudem fallen im europa- und weltweiten Wettbewerb die Lohn- und Lohnnebenkosten in Deutschland zunehmend mehr ins Gewicht.

Insofern ist die **deutsche Keramik- und Porzellanindustrie** im internationalen Vergleich vor allem bei traditionellen Erzeugnissen wie keramischen Haushaltswaren/Ziergegenständen, Sanitärkeramik, Fliesen und Ziegeln trotz hoher Qualität der in Deutschland gefertigten Produkte nur noch **eingeschränkt wettbewerbsfähig**. Wie hart der Wettbewerb ist, zeigt sich unter anderem dadurch, dass ein beträchtlicher Anteil feinkeramischer Produkte aus dem Ausland bezogen und in Deutschland lediglich veredelt wird. Vor dem Hintergrund der ausländischen Billigkonkurrenz und stetig wechselnden, der Mode unterliegenden Designtrends war die Branche durch Übernahmen und Fusionen einem starken Konzentrationsprozess unterworfen. Allein

in der Porzellanherstellung ist nach über 40 Insolvenzen bis 2015 nur noch rund ein Drittel der Unternehmen übriggeblieben. In der Porzellanbranche gehörten in den vergangenen Jahren vor allem Hersteller, die im Niedrigpreis- bzw. im Discountsegment oder im Mengengeschäft tätig sind bzw. waren, zu den Verlierern des Strukturwandels. Teilweise gab es Preiseinbrüche von über 30%. **Porzellan-Plagiate** gelangen insbesondere per Internet zunehmend direkt auf dem schwer kontrollierbaren Postweg an die Kunden, wobei über drei Viertel der Waren aus China kommen. Um dem Wettbewerb entgegenzutreten, griff die Branche offensichtlich auch zu illegalen Methoden: Das Bundeskartellamt ermittelte in der Vergangenheit wegen illegaler Preisabsprachen und Marktaufteilungen und verhängte Bußgelder.

Nachdem in den letzten Jahren Marktanteile an Hersteller aus Polen, Tschechien und dem asiatischen Raum verloren gingen, haben viele deutsche Hersteller durch **Investitionen in neue Technologien** aufgerüstet: Durch Modernisierung und Automatisierung konnten unter anderem die Produktionsdurchlaufzeiten von Porzellan wesentlich verkürzt werden. Dadurch kann man nun flexibel auch auf kleinere Losgrößen reagieren. Die früher eingesetzten Rundöfen wurden durch moderne Tunnelöfen ersetzt, mit denen sich nun eine fast einheitliche Brennfarbe ergibt. Arbeitsintensive Veredelungen wie beispielsweise das Auftragen von Dekoren oder Artikel, deren Herstellung ein spezielles Know-how erfordert, werden an Partnerfirmen im Ausland gegeben. Neben den Markenanbietern, die sich im Wettbewerb tendenziell besser behaupten können, versuchten viele Hersteller, dem Wettbewerb in **Marktnischen** wie beispielsweise Hotelporzellan für den US-Markt, Gastronomiegeschirr, dem Bedienen des Hochpreissegmentes, in **Produkt-Innovationen** wie Geschirr für Behinderte oder Teller mit Induktionserwärmung auszuweichen. Dabei hat die **Polarisierung zwischen hochpreisigen und Billigprodukten** zugenommen. Im Marketing wird von Industrie und Handel seit einigen Jahren gemeinsam versucht, Porzellan in Verbindung mit Emotionen und Stimmungen zu verkaufen.<sup>12</sup>

Auch im deutschen **Fliesenmarkt** haben sich die Anteile mengenmäßig in den letzten zehn Jahren laut BKF zugunsten ausländischer Hersteller verschoben: 2015 ist das mengenmäßige Absatzvolumen des Fliesenmarktes gegenüber dem Vorjahr um 1,3% auf 127,4 Mio. qm gestiegen. Davon wurden in Deutschland etwa 57 Mio. qm bzw. knapp 45% produziert. Gegenüber 2009 mit 105 Mio. qm ergab sich ein Absatzplus in Deutschland von 21,3%. Größter Fliesenimporteur war 2015 Italien mit 51,4 Mio. qm bzw. einem Marktanteil von über 40%.<sup>13</sup> Es folgen Polen, die Türkei, Spanien, Tschechien und China.<sup>14</sup>

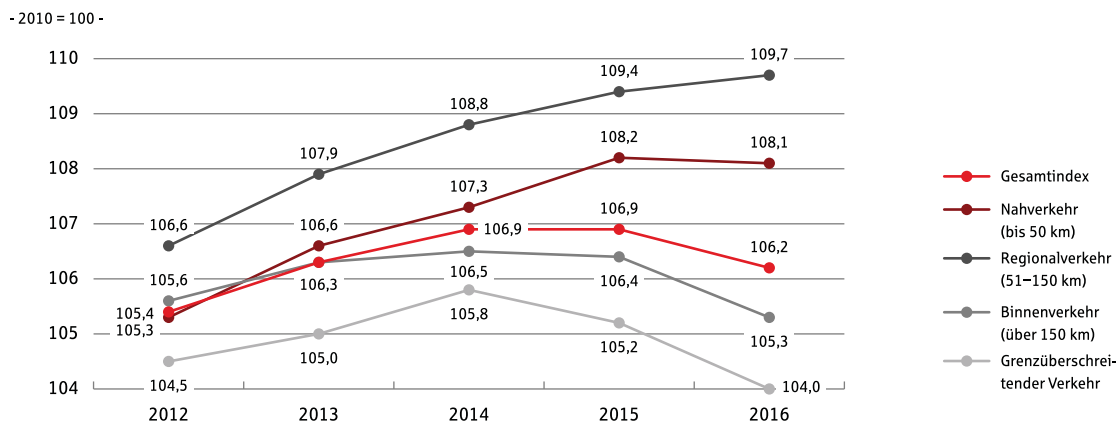
Die großenteils **handwerklich und kleinbetrieblich geprägten Unternehmen** des Keramik- und Porzellansektors stehen in Deutschland zunehmend mit **international tätigen Großkonzernen im Wettbewerb**. Dabei ist in den regionalen Inlandsmärkten auch der Wettbewerb zwischen den kleinen, mehr handwerklich orientierten Unternehmen immer härter geworden. Ihre Möglichkeiten, ins Ausland in expandierende Märkte Osteuropas oder Asiens auszuweichen, sind zudem häufig begrenzt. Eine Ausnahme bildet die **technische Keramik**, in der die **Wettbewerbsfähigkeit deutscher**

**Hersteller** aufgrund innovativer Produkte, die weltweit stark nachgefragt werden, stetig **zugenommen** hat.

**Markteintrittsbarrieren**

Die **Markteintrittsbarrieren** in die Herstellung von Keramik und Porzellan sind im Vergleich zu anderen Branchen **hoch**. Die Gründe liegen unter anderem darin, dass die Herstellung von keramischen Erzeugnissen eine **hohe Kapitalintensität** erfordert. Dabei ist ein Großteil der getätigten **Investitionen nicht reversibel**. So können Anlagen/Maschinen bei einem Marktaustritt meist nicht ohne relativ hohe Verluste veräußert werden, da der Markt durch ein Überangebot geprägt ist und in den nächsten Jahren wohl noch weitere Unternehmen aus dem Markt ausscheiden werden. Insbesondere im Bereich der technischen Keramik erfordert die Produktion ein **hohes Know-how**. Ein weiterer Grund ist die **hohe Lohn- und Energieintensität**, die eine stetige Modernisierung und damit eine Erhöhung des Automatisierungsgrades und der Energieeffizienz erfordert. Neue Mitbewerber müssen angesichts der betrieblichen **Überkapazitäten** und der **hohen Marktsättigung** über eine hohe Wettbewerbsfähigkeit verfügen.

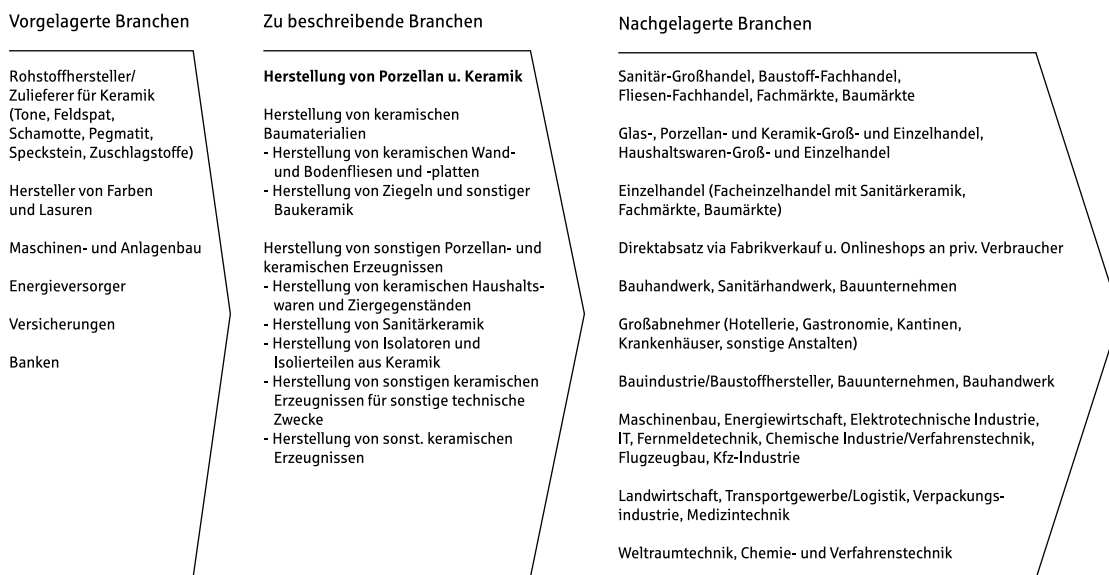
**Abbildung 16:**  
Erzeugerpreisindex für Straßengüterverkehr



Quelle: Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Preise und Preisindices für Verkehr, März 2017, Fachserie 17, Reihe 9.2, Wiesbaden, 31.3.2017

<sup>12</sup> „Cluster Porzellan- und Keramikindustrie“, in: www.coris.eu.  
<sup>13</sup> „VDF: Fliesenmarkt mit positiver Prognose“, in: www.caro-magazin.de vom 6.5.2016.  
<sup>14</sup> „CAB: Dominanz ausländischer Lieferanten“, in: www.caro-magazin.de vom 29.8.2016.

**Abbildung 17:**  
**Wertschöpfungskette der Herstellung von Porzellan und Keramik**



Quelle: eigene Recherchen

Eine weitere Markteintrittsbarriere ist der **Zugang zu den benötigten Rohstoffen**: Gewinnung, Aufbereitung und Verarbeitung von Bodenschätzen erfordern in der Regel eine behördliche Genehmigung, die je nach Sachlage unter anderem den Gesetzen und Vorschriften des Berg-, Abgrabungs-, Wasser-, Immissionsschutz-, Forst-, Naturschutz- und Bodenschutzrechts sowie sonstigen Rechtsvorschriften (z.B. Denkmalschutzrecht, Flurbereinigungsrecht, Straßenrecht) unterliegt. Als kritisch wird seit Jahren beispielsweise die Versorgung von in der Keramikindustrie benötigten seltenen metallischen Rohstoffen wie Baryt, Lithium oder Zirkon bewertet.<sup>15</sup> Zu beachten ist auch im Rahmen einer nachhaltigen Rohstoffsicherheit der Faktor Planungssicherheit, den Unternehmen aufgrund der hohen Vorlaufkosten für die Lagerstättenuche und -erschließung und für Investitionen in Gewinnung, Aufbereitung und Weiterverarbeitung (lange Amortisationszeiten von teilweise bis zu 30 Jahren) benötigen.

**Wertschöpfungskette**

Am Beginn der Wertschöpfungskette der Herstellung von Keramik und Porzellan steht die Rohstoffgewinnung, im Weiteren gefolgt von der Produktion, wobei sich hier in der Anwendung diverse, recht unterschiedliche Bereiche ergeben (→ **Abbildung 17**,

**S. 21**). Die Abhängigkeit der Hersteller von Keramik und Porzellan sowohl von Zulieferern als auch von Abnehmern im In- und Ausland ist eher als gering einzustufen – wenn man die Energiethematik einmal ausklammert. Im Bereich der technischen Keramik können aber aufgrund der hohen Spezialisierung einzelner Unternehmen große Abhängigkeiten entstehen.

Produkte des Bereichs Keramik und Porzellan werden von einer Vielzahl nachgelagerter Branchen bezogen, zum einen von diversen Industriebranchen, dem Handwerk und der Landwirtschaft, zum anderen vom Gastgewerbe, dem Groß- und Einzelhandel sowie dem Dienstleistungsgewerbe.

**Substitutionskonkurrenz**

Die **Substitutionskonkurrenz durch diverse Materialien** wie Holz, Glas, Naturstein, Beton (Betondachsteine), sogenannte Engineered Stones, Metall, textile Gewebe, Linoleum, Kork, Gummi und Kunststoff sowohl bei Bau- und technischen als auch bei Haushaltsprodukten führt zu einem weiter verschärften Wettbewerb. Dabei stehen viele keramische Erzeugnisse in unmittelbarer Konkurrenz zu gleichwertigen Produkten aus den angeführten Materialien. Eine relativ niedrige Substitutionskonkurrenz besteht bei technischer Keramik aufgrund

<sup>15</sup> DERA Deutsche Rohstoffagentur, Bundesanstalt für Geowissenschaften und Rohstoffe: DERA Rohstoffinformationen 24, DERA-Rohstoffliste 2014, Angebotskonzentration bei Metallen und Industriemineralien – Potenzielle Preis- und Lieferrisiken, Berlin, August 2014.

ihrer Materialeigenschaften, eine hohe dagegen beispielsweise bei keramischen Baumaterialien und Haushaltswaren.

Ein weiteres Thema sind **Plagiate** bzw. Produktfälschungen als (vermeintliche) Ersatzprodukte, die den Markenherstellern insbesondere aus dem Bereich Haushaltswaren/Ziergegenstände und Fliesen seit Jahren große Probleme bereiten. Im weiteren Sinne konkurrieren keramische Produkte in

der Priorität bei den Konsumausgaben der privaten Haushalte mit anderen Haushaltsanschaffungen wie Kleidung, Möbel oder Unterhaltungselektronik.

#### 4.2 Bedeutende Unternehmen

Bedeutende Unternehmen der Branche Herstellung von Keramik und Porzellan sind in Abbildung 18 aufgeführt.

**Abbildung 18:****Wichtige Player Herstellung von Keramik und Porzellan (in alphabetischer Reihenfolge)**

<b>BHS tabletop AG, Sitz: Selb</b>	
Umsatz	114,2 Mio. € (2015)*, 99,3 Mio. € (2014)*
Mitarbeiter	1.150 (2016)*, 1.147 (2015)*
Produkte/Dienstleistungen	Herstellung und Vertrieb von Gastronomieporzellan
<b>Braas GmbH, Sitz: Oberursel</b>	
Umsatz	272,8 Mio. € (2014), 267,1 Mio. € (2013)
Mitarbeiter	1.060 (2015), 1.069 (2014)
Produkte/Dienstleistungen	Herstellung und Vertrieb von Dachsteinen, Dachziegeln und Dach-Systemteilen
<b>CREATON AG, Sitz: Wertingen</b>	
Umsatz	210,8 (2013)*, 214,5 (2012)*
Mitarbeiter	1.000 (2015)*, 1.000 (2014)*
Produkte/Dienstleistungen	Herstellung und Vertrieb von Tondachziegeln, Estrichziegeln und keramischen Fassadensystemen
<b>Deutsche Steinzeug Cremer &amp; Breuer AG, Sitz: Alfter</b>	
Umsatz	174,5 Mio. € (2014)*, 167,7 Mio. € (2013)*
Mitarbeiter	1.218 (2015)*, 1.213 (2014)*
Produkte/Dienstleistungen	Produktion keramischer Belagsmaterialien, Herstellung von Fliesen
<b>Duravit AG, Sitz: Hornberg</b>	
Umsatz	432,3 Mio. € (2015)*, 390,5 Mio. € (2014)*
Mitarbeiter	5.804 (2016)*, 5.804 (2015)*
Produkte/Dienstleistungen	Herstellung und Vertrieb von Sanitärkeramik, Badmöbeln, Dusch- und Badewannen sowie Badzubehör
<b>KERAMAG Keramische Werke GmbH, Sitz: Ratingen</b>	
Umsatz	141,0 Mio. € (2014), 138,2 Mio. € (2013)
Mitarbeiter	770 (2015), 767 (2014)
Produkte/Dienstleistungen	Herstellung von Sanitärkeramik "Keravit" aus Feuerton und Karolith sowie von Baukeramik u.a. Erzeugnissen für das Sanitär- und Bauwesen und der Handel mit diesen Artikeln
<b>Röben Kinkerwerke GmbH &amp; Co. KG, Sitz: Zetel</b>	
Umsatz	112,7 Mio. € (2015)*, 112,7 Mio. € (2014)*
Mitarbeiter	473 (2016)*, 473 (2015)*
Produkte/Dienstleistungen	Herstellung und Vertrieb von Mauerziegeln und -steinen
<b>Rosenthal GmbH, Sitz: Selb</b>	
Umsatz	70,0 Mio. € (2015), 81,0 Mio. € (2014)
Mitarbeiter	780 (2016, weltweit), 800 (2015, weltweit)
Produkte/Dienstleistungen	Herstellung und Vertrieb von Gegenständen für Tisch- und Wohnkultur, insbesondere aus Porzellan und anderen keramischen Massen, aus Glas, Metall und Holz sowie von technischer Keramik etc.; Onlineshop und Outlet-Center
<b>Villeroy &amp; Boch AG, Sitz: Mettlach</b>	
Umsatz	803,8 Mio. € (2015)*, 766,3 Mio. € (2014)*
Mitarbeiter	7.673 (2016)*, 7.673 (2015)*
Produkte/Dienstleistungen	Tischkultur: Herstellung von Geschirr, Gläsern, Besteck, Wohnaccessoires; Bad und Wellness (Komplettbad): Sanitärkeramik, -armaturen, Badmöbel etc.; Fliesen: Fliesenkonzepte für Wand und Boden
<b>Wienerberger GmbH, Sitz: Hannover</b>	
Umsatz	257,3 Mio. € (2014), 270,6 Mio. € (2013)
Mitarbeiter	1.400 (2015), 1.438 (2014)
Produkte/Dienstleistungen	Produktion und Vertrieb von Bauprodukten, insbesondere Ziegelprodukten; Erbringung von Dienstleistungen im Bereich von Bau- und Ziegelprodukten

\* Konzern

Quelle: Hoppenstedt: Großunternehmen, 2/2016

## 5 Rahmenbedingungen

- Eine gesicherte Rohstoffversorgung, die Beachtung des Umweltschutzes (Emissionen) und die Steigerung der Energieeffizienz sind für die Branche von zentraler Bedeutung.
- Keramische Baumaterialien und Sanitärkeramik sind von der Baukonjunktur, keramische Haushaltswaren vom Konsumklima und Lifestyle abhängig.
- Treiber technischer Keramik sind insbesondere die Elektrotechnik, die Energietechnik und die Mobilität.

### Politische Rahmenbedingungen

Eine wichtige Rahmenbedingung in **politischer und rechtlicher Hinsicht** ist zunächst einmal eine gesicherte und sich unter ökonomischen Gesichtspunkten rechnende **Rohstoffversorgung**: Der Abbau mineralischer Rohstoffe unterliegt auf Bundesebene 17 verschiedenen Planungsrechten. Der Gesetzgeber hat zwar die volkswirtschaftliche Bedeutung der Versorgung der Wirtschaft mit mineralischen Rohstoffen erkannt und im Raumordnungsgesetz (§ 2 Abs. 2 Ziff. 4) in Verbindung mit den Landesentwicklungsplänen eine gesicherte Rohstoffversorgung für 25 Jahre festgeschrieben, die **Genehmigungsverfahren für die Mineralgewinnung** sind aber sehr aufwendig.

Bei den im Herstellungsprozess keramischer Erzeugnisse entstehenden Emissionen sind **Umweltschutzgesetze** und das **Emissionshandelsgesetz** (Kosten/Erträge für CO<sub>2</sub>-Zertifikate) zu beachten.

Laut § 51 **EnergieStG** (Steuerentlastung für bestimmte Prozesse und Verfahren) wird auf Antrag eine Steuerentlastung für Energieerzeugnisse gewährt, die für die Herstellung keramischer Erzeugnisse, keramischer Wand- und Bodenfliesen und -platten sowie von Ziegeln und sonstiger Baukeramik verwendet worden sind. In der in die **EEG-Novelle** aufgenommenen Verschärfung der Härtefallregelung, die bestimmten stromintensiven Unternehmen eine Entlastung von der **EEG-Umlage** gewährt, und in der Befristung des Bestandsschutzes bei Eigenstrom bis 2016 sahen die energieintensi-

ven Industrien, zu denen auch Teile der Keramischen Industrie zählen, die Wettbewerbsfähigkeit gefährdet.<sup>16</sup> Bei der **Eigenstromerzeugung** konnte zwischenzeitlich mehr Planungssicherheit erzielt werden: Der Bestandsschutz für Anlagen zur Eigenstromerzeugung bleibt bestehen und es wird keine EEG-Umlage erhoben, wie es schon bei neuen Anlagen zur Eigenstromerzeugung erfolgt, solange eine bestehende Anlage nicht wesentlich modernisiert wird.

Seit dem 16.5.2013 erhebt die EU dauerhaft bis zu 36,1% **Antidumpingzölle** auf Importe von Porzellan und anderen Keramikwaren zum Tisch- und Küchengebrauch aus China. Zuvor wurde seit dem 16.11.2012 ein Antidumpingzoll von 58,8% erhoben. Ausgenommen sind unter anderem Messer, Gewürzmühlen, Mahlwerke und Messerschärfer aus Keramik.

Negativ auf die Nachfrage von keramischen Baumaterialien und Sanitärkeramik wirkten sich im europäischen Ausland unter anderem **rückläufige Wohnungsbaufertigstellungen** aus: 2016 waren gegenüber dem Vorjahr Rückgänge bei den fertiggestellten Wohnungseinheiten in Belgien (-16,3%), Italien (-7,5%) und Portugal (-4,1%) zu verzeichnen. Positiv dagegen wirkte sich das Wachstum der Wohnungsbaufertigstellungen 2016 gegenüber dem Vorjahr in Dänemark (+7,6%), Großbritannien (+8,9%), Irland (+45,0%), den Niederlanden (+20,0), Schweden (+22,3%) und Spanien (+16,3%) aus.<sup>17</sup>

Zu den Rahmenbedingungen zählen auch **technische Handelsbarrieren** beispielsweise in Form von technischen Normen, die von bereits bestehenden ISO-Standards abweichen und so die Exportanstrengungen deutscher und anderer EU-Produzenten beispielsweise bei Fliesen unterlaufen.

In rechtlicher Hinsicht ist unter anderem die europäische Chemikalien-Verordnung **REACH** (Registrierung, Evaluierung und Autorisierung von Chemikalien) zu beachten. Bei keramischen Haushaltswa-

<sup>16</sup> „EID: Das neue EEG löst die Probleme der Energiewende nicht, Verschärfungen in letzter Minute belasten Industrie“, in: EID, Presseinformation vom 27.6.2014.

<sup>17</sup> „Europäische Bauwirtschaft: Stärkeres Wachstum in den Jahren 2016 und 2017“, in: ifo Schnelldienst 2/2016, 69. Jg. vom 28.1.2016.



ren, die mit Lebensmitteln in Kontakt kommen, sind die Bedarfsgegenständeverordnung und die Konformitätserklärung (Unbedenklichkeitsbescheinigung) zu berücksichtigen.

### Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

In **ökonomischer Sicht** hat die Konjunktur, zum einen die **Baukonjunktur** und zum anderen die **Verbraucherkonjunktur** bzw. das Konsumklima, einen starken Einfluss auf die Herstellung von Keramik und Porzellan. Negative Auswirkungen haben steigende **Rohstoff-, Energie-, Personal- und Transportkosten**. **Wechselkursrisiken** betreffen insbesondere Teilbranchen mit hoher Exportintensität wie beispielsweise die Hersteller technischer Keramik im Falle von Lieferungen in Drittländer. Die starke **Abwertung des Rubel** gegenüber dem Euro von 2014 bis 2016, die für eine nachhaltige Senkung der Kaufkraft in Russland sorgte, wirkte sich entsprechend negativ bei den deutschen Ausfuhren aus. Zu erwähnen ist auch das Problem der **Verknappung der Rohstoffversorgung mit seltenen Metallen**, die in der Keramikindustrie eingesetzt werden.

### Technische Rahmenbedingungen

In **technischer Hinsicht** stärken die Wettbewerbsfähigkeit der Branche sowohl eine **Steigerung des Automatisierungsgrades** mit der Folge niedrigerer Personalkosten als auch der **Einsatz moderner Produktionsverfahren und wirtschaftlicher Rohstoffe**. Beispiele sind hier unter anderem der Einsatz hochreiner Materialien wie Aluminiumoxid, Zirkonoxid, Aluminiumnitrid sowie Siliziumnitrid bei technischer Keramik, von Spezialtonen und Zusatzmitteln statt örtlicher Lehme und Tone bei der Dachziegelherstellung oder die Nutzung von Quarzmehl, Additiven, Fertigmassen und Fritten statt Kaolin, Ton, Feldspat und Quarzsand bei der Sanitärkeramik. Ein weiteres Beispiel ist, wie schon oben erwähnt, beim Brennen von Keramik die Optimierung der Durchlaufzeiten durch den Einsatz von Rollenöfen statt von Tunnelöfen sowie von Material- und Produktinnovationen. Dadurch lassen sich unter Umständen auch neue Märkte erschließen.

Wesentliche **Treiber technischer Keramik** sind die Elektrotechnik, insbesondere mit den Themen Elektromobilität, Giga-Hertz-Bereich, drahtlose Übertragung, und die Automobilindustrie, unter

anderem in Bezug auf Ladesysteme, Aktorik bzw. Antriebstechnik und Sensorik. Wichtig sind ebenfalls **Entwicklungen in der Energietechnik** wie beispielsweise Brennstoffzellen, Fotovoltaik, Thermoenergie und die Nanotechnologie, hier z.B. Ersatz für Zement als nanooptimierte mineralische Bindemittel für säureresistente, porenfreie Betone, Korrosionsschutz mit nanokeramischen Beschichtungen, Trinkwasseraufbereitung mit superfeinen Keramikfiltern, Einsatz in Lithiumionenbatterien sowie in der Medizintechnik (Gelenke aus Spezialkeramik; Ersatz, Reparatur und Regenerierung von geschädigtem Gewebe mittels Keramikwerkstoffen).

Bei preisgünstigen Massenprodukten im Bereich der Haushaltskeramik zählt im Wettbewerb **modernes Produktdesign** und **ergonomische Gestaltung** von Produkten. Das gilt im Bereich der Sanitärkeramik und bei Wandfliesen beispielsweise für **schmutzabweisende Oberflächen**.

### Soziale Rahmenbedingungen

Die **demografische Entwicklung** beeinflusst die Keramik- und Porzellanherstellung, insbesondere über den Wohnungsbau und die allgemeine Ausstattung mit den Branchenprodukten im Haushalt. Hinzu kommen **Änderungen im Konsumentenverhalten** bzw. des **Lifestyles**. So ist beispielsweise bei Porzellan in vielen Haushalten eine Sättigung zu beobachten und insbesondere junge Menschen legen weniger Wert auf komplette, hochwertige Tafelgeschirre.

Die **Zunahme von Single-Haushalten** und der **Wohnfläche pro Kopf** (Einsatz von Keramik im Bau), die **zunehmende Mobilität** (Einsatz technischer Keramik in der Automobilindustrie und bei erneuerbaren Energien) sowie die **Überalterung der Bevölkerung** (Einsatz technischer Keramik in der Medizintechnik) dürften sich positiv auf die Nachfrage der Keramik- und Porzellanherstellung auswirken.

### Konjunkturabhängigkeit

Die Herstellung von Keramik und Porzellan ist generell **konjunkturrempfindlicher** als viele andere Branchen. Dies ist bedingt durch die **traditionell starke Inlandsorientierung** vor allem der kleinen und mittelständischen Unternehmen allgemein und speziell von Bauprodukten. Ausweichmöglichkeiten auf eventuell sich günstiger entwickelnde

Auslandsmärkte sind meist nur den größeren Unternehmen des Wirtschaftszweiges vorbehalten.

**Technische Keramik** ist abhängig von der jeweiligen Konjunktur der Anwenderbranche, wie der Automobil- und ihrer Zulieferindustrie, dem Maschinenbau, der Elektrotechnik, der Medizintechnik oder der Chemie- und Verfahrenstechnik.

Hinsichtlich der **Zyklizität** sorgt in der Regel das Weihnachtsgeschäft für ein zusätzliches Absatzplus bei keramischen Haushaltswaren und Ziergegenständen. Baurelevante keramische Produkte wie Sanitärkeramik sowie Wand- und Bodenfliesen und -platten sind vom Zyklus der Bauindustrie abhängig, deren Aktivitäten im Winter eingeschränkt sind.

## 6 Trends und Perspektiven

- Chancen durch hohen Automatisierungsgrad und Steigerung der Energieeffizienz.
- Chancen bei Haushaltskeramik in Design, Funktionalität, Service, Markenpflege, Innovationen und Fokussierung auf gewerbliche Kundensegmente.
- Chancen bei keramischen Baumaterialien in Sanierung und Renovierung, energetischer Modernisierung, innovativen Produkten (Oberflächenveredelung) und Wärmedämmung.
- Hauptrisiken in hoher Marktsättigung, Überkapazitäten und ruinösem Preiswettbewerb.

### Chancen und Risiken

Die Chancen der energie- und zudem kapitalintensiven Herstellung von Keramik und Porzellan liegen zunächst einmal in einer möglichst **hohen Automatisierung** des Produktionsprozesses und einer **Steigerung der Energieeffizienz** unter Einsparung von CO<sub>2</sub>-Emissionen (→ [Abbildung 19, S. 28](#)).

Die Erwartungen von Kunden an keramische Produkte der deutschen Porzellan- und Keramikherstellung „**Made in Germany**“ sind eine hohe Fertigungsqualität und Lieferzuverlässigkeit. **Produktionsstandorte im Ausland**, insbesondere in Asien, Osteuropa und im Nahen Osten, bieten sich vor allem größeren Unternehmen der Branche. Kleinere Unternehmen haben dagegen eher die Möglichkeit, in **Kooperationen auf horizontaler Ebene** in Märkte vorzudringen oder Zugang zu neuen Technologien zu gewinnen.

Die Chancen von **Haushaltskeramik** hängen insbesondere von **Design und Funktionalität, Produktqualität, kundenorientierten Servicekonzepten** sowie **Markenpflege** und optimalen Vertriebswegen ab. In verschiedenen Abnehmersegmenten wie beispielsweise in der Gastronomie, Hotellerie und beim Catering oder bei Großabnehmern gilt es, die differenzierten Ansprüche der Kunden zu berücksichtigen. Das Servicekonzept für Porzellan sollte vor allem eine **lange Nachkaufgarantie** enthalten. Die Entwicklung von neuen, **innovativen Produkten** ist im harten Wettbewerb überlebenswichtig. Beispiele aus dem Haushaltsbereich sind Teller und Töpfe, die sowohl zum Kochen als auch zum Servieren geeignet sind: Porzellanteller mit eingearbei-

teten Transpondern, die über Funktechnologie automatisch abrechnen können, oder Geschirr, das durch eine Beschichtung rutsch- und kratzfest sowie geräuscharm ist oder über eine gute Wärmeisolierung verfügt.

Bei Absatz insbesondere von **keramischen Haushaltswaren** ist eine **Vermarktung über Emotionen und Gefühle** wichtig. Keramische Haushaltswaren werden hauptsächlich über den GPK-Fachhandel und seine eigenen Internetshops und im Direktvertrieb über den Fabrikverkauf und das Internet angeboten. Beim Fabrikverkauf und im Onlineshop spielt allerdings insbesondere der Preis eine wichtige Rolle.

Chancen bei **technischer Keramik** ergeben sich insbesondere durch die jeweiligen Materialeigenschaften. So bieten keramische Werkstoffe häufig besseren Korrosions- und Verschleißschutz als Metalle oder Kunststoff. Gleiches gilt für Härte, Hitzebeständigkeit und geringeres Gewicht gegenüber Metallteilen. Aufgrund der guten Körperverträglichkeit spielt die Biokeramik eine wichtige Rolle innerhalb der Medizintechnik, beispielsweise als Gelenkersatz oder bei Dentalimplantaten.

Chancen bestehen weiterhin im Bereich der **Hochleistungskeramiken** in folgenden Bereichen:

- Energietechnik: faserverstärkte Keramik bei der Energieerzeugung und -wandlung; stationäre Stromspeicher, die zu über 50% aus Keramik bestehen; Substitution von Seltenerd magneten durch Keramiken
- Chemie, Maschinen- und Anlagenbau: Einsatz bei hoher mechanischer, chemischer und thermischer Beanspruchung, z.B. in Pumpen; als keramische Membranen zur Stofftrennung; als hochfeste Ventile für die Anlagentechnik
- Mobilität: in Verbrennungsmotoren; im Antriebs- und Abgasstrang; bei der Abgasreinigung von Dieselmotoren; in der mobilen Leistungselektronik; in der Batterietechnik
- Elektrotechnik und Optik: Einsatz bei passiven elektrischen Bauelementen und in der Lichttechnik.<sup>18</sup>

Bei **keramischen Baumaterialien** bestehen zunächst einmal Chancen zum einen durch **neue Produktformate, höhere Qualitäten**, ein überzeugendes **Design** oder **Innovationen** bzw. durch neuartige **Oberflächenveredelungen** wie beispielsweise schmutzabweisende, korrosionsbeständige und UV-reflektierende Oberflächenstrukturen, Rutschsicherheit und Pflegefreundlichkeit. Die Chancen keramischer Baumaterialien wie Sanitärkeramik, Fliesen und Ziegel liegen zum anderen insbesondere in der Konzentration auf **Altbaumodernisierung, Sanierung und Renovierung** (insbesondere Badsanierung). Der Modernisierungs- und Instandsetzungsbedarf im Gebäudebestand ist enorm und bietet den in diesem Segment tätigen Unternehmen gute Geschäftsaussichten.

Bei der **energetischen Modernisierung von Gebäuden** werden hochwertige und innovative Keramikprodukte, wie beispielsweise Wärmedämmverbundsysteme, benötigt. So werden laut 2. Nationalen Energieeffizienz-Aktionsplan (EEAP) der Bundesrepublik Deutschland Vergünstigungen für den Einsatz nachhaltiger und energieeffizienter Baumaterialien wie keramische Fliesen gewährt. Zinsgünstige Kredite für die Wohnraumsanierung und -modernisierung bieten überdies die KfW Sanie-

rungs- und Modernisierungsprogramme. Potenzial zeigt sich auch in der novellierten Energieeinsparverordnung (EnEV), in der die Anforderungen an Neubauten und an die Modernisierung von Altbauten angehoben wurden.

Die **Hauptrisiken** für einen Großteil der Unternehmen der beiden Teilbranchen liegen zunächst einmal in der **hohen Marktsättigung** und in den im Markt vorhandenen **Überkapazitäten**, die seit Jahren zu einem ruinösen Preiswettbewerb führen. Hinzu kommen **Billigprodukte** und **Plagiate** aus dem Ausland, vor allem aus Osteuropa und China (→ **Abbildung 19, S. 28**).

Ein nicht zu unterschätzendes Risiko besteht in der **volatilen Entwicklung der Energie- und Rohstoffpreise**, die die Produktion keramischer Erzeugnisse wesentlich verteuern kann. Aufgrund der relativ hohen **Lohnintensität** spürt inzwischen auch die technische Keramik den Konkurrenzdruck der Billiglohnländer bei Standardprodukten.

Die **Substitutionsgefahr** durch Kunststoff, Glas, Holz etc. ist immer gegeben und hängt im Einzelfall von der Eignung des Materials, dem Design, der Farbgebung und dem Preis ab.

**Abbildung 19:**  
Chancen und Risiken der Herstellung von Keramik und Porzellan

Chancen
„Made in Germany“: hohe Qualität, Liefertreue
Horizontale Kooperationen im Falle von Kleinbetrieben
Erschließung ausländischer Märkte (Asien, Osteuropa, Naher Osten) im Fall von mittelständischen und größeren Unternehmen
Haushaltskeramik: Design, Funktionalität, Qualität, Service, Markenpflege, Vertriebswege, Innovationen, Fokussierung auf gewerbliche Kunden (Gastronomie, Hotellerie, Seniorenheime, Krankenhäuser/Kliniken etc.)
Keramische Baumaterialien: Sanierung, Renovierung, (energetische) Modernisierung, neue Produktformate, höhere Qualitäten, Innovationen wie neuartige Oberflächenveredelungen, verbesserte Wärmedämmung, Digitaldruck bei Fliesen
Technische Keramik: Innovationen, Materialeigenschaften (Korrosions- und Verschleißschutz, Härte, Leichtigkeit, Hitzebeständigkeit, Körpervertaglichkeit)
Innerbetrieblich durch Automatisierung und Energieeffizienz
Risiken
Hohe Marktsättigung, Überkapazitäten, ruinöser Preiswettbewerb
Hoher Konkurrenzdruck durch Billigprodukte und Plagiate aus dem Ausland
Steigende Rohstoff-, Transport- und Lohnkosten, hohe Energiekosten
Hohe Energie- und Kapitalintensität
Rasch wechselnde Modetrends, Bedeutungsverlust von Marken
Substitutionsgefahr durch eine Vielzahl anderer Materialien
Keramische Fliesen: Starker Zuwachs von kaum oder gering qualifizierten Verlegebetrieben im Handwerk mit Qualitätsverlusten bei den ausgeführten Arbeiten

Quelle: eigene Recherchen

18 DKG, VKI, DGM (Hrsg.): Zukunftspotenziale für Hochleistungskeramiken, Expertenstudie, Köln, Mai 2014.

Ein nicht unbeträchtliches Risiko bei keramischen Haushaltswaren und zunehmend auch bei keramischen Baumaterialien wie beispielsweise Fliesen oder Tondachziegeln liegt in den **rasch wechselnden Modeströmungen**. Allerdings gibt es in diesem Segment auch stabile Produktlinien im klassischen Design, die schon seit vielen Jahren praktisch unverändert erfolgreich auf dem Markt sind. Negativ wirkt sich auch der **Bedeutungsverlust von Marken** aus. Parallel dazu geht das „Sterben“ im GPK-Fachhandel weiter – die Zielgruppe speziell für traditionelles Manufakturporzellan für private Haushalte wird zunehmend kleiner und älter. Gerade in letzterem Segment wird es immer schwieriger, ein flächendeckendes stationäres Angebot im Handel sicherzustellen und zu finanzieren. Die Hersteller selbst sind aufgrund ihrer Unternehmensgröße nicht in der Lage, Vertriebslücken mit eigenen Geschäften zu schließen. Hinzu kommt, dass modernes Design in der Regel schlichter ist als konventionelles. Wegen des anhaltenden Strukturwandels insbesondere bei Feinkeramik bestehen **Nachwuchsorgen** hinsichtlich qualifizierter Arbeitskräfte.

#### Nachrichten und Trends

Die Produktion von **Fliesen in Italien** konnte 2016 gegenüber dem Vorjahr um 5,4% auf ein Volumen von gut 416 Mio. qm gesteigert werden. Zum Vergleich: 2016 lag die Fliesenproduktion in Deutschland bei etwa 57 Mio. qm. Auf dem italienischen Binnenmarkt wurden 84,4 Mio. qm, auf den Auslandsmärkten knapp 331 Mio. qm abgesetzt. Verkaufsschwerpunkte im Ausland waren Westeuropa (+4,9% auf 166,8 Mio. qm), insbesondere das expandierende Geschäft in Deutschland, Großbritannien und Frankreich, sowie die USA (+5,0% auf 47 Mio. qm).<sup>19</sup>

Immer öfter fließen in Entscheidungen **bei der Auswahl von Baumaterialien** auch **Nachhaltigkeitsüberlegungen** ein. So durchliefen die Mitgliedsunternehmen des BKF seit 2011 einen Zertifizierungsprozess, um für ihre keramischen Fliesen die neue, auf europäischer Ebene harmonisierte „ECO-Plattform“-Zertifizierung auf Basis der neuen Normanforderungen EN-15804/ISO 14025 zu bekommen. Diese **Umweltproduktdeklaration** (EPD) berücksichtigt

in einer Lebenszyklusanalyse alle umweltrelevanten Einflussfaktoren von Bauprodukten von der Rohstoffgewinnung über die Produktion bis zum Recycling. Die EPD für die Produktion von Fliesen „Made in Germany“ zeigen, dass diese eine gute Wahl im Rahmen der Erstellung nachhaltiger Gebäude sind. Die Untersuchung und Bewertung der Produktionsprozesse in deutschen Herstellerwerken ergab, dass der Gesundheitsschutz und die Arbeitssicherheit einen hohen Stellenwert haben. Verschiedene Maßnahmen in der Produktion zielen auf eine möglichst hohe Energieeffizienz, schadstoffarme Abluft und eine möglichst produktionsnahe Gewinnung der Rohstoffe. So sind Fliesen aus deutscher Produktion im heimischen Markt die nachhaltigsten Erzeugnisse.<sup>20</sup>

Die Mittelstandsvereinigung der CDU/CSU (MIT) hat sich Anfang Juli 2016 für eine **Wiedereinführung der Meisterpflicht für alle Handwerksberufe** ausgesprochen. Der ZDB tritt für den Erhalt des Meisterbriefs als Zulassungsvoraussetzung im Handwerk ein und fordert die Wiedereinführung des Meisterbriefs im Fliesen-, Estrichleger- sowie im Betonstein- und Terrazzoherstellerhandwerk. In allen betroffenen Bauhandwerken sei eine Schwächung der Ausbildung zu beobachten. Der Meisterbrief würde stattdessen eine qualifizierte Ausbildung des Nachwuchses sichern und den Verbraucher schützen. So nahm die Zahl der Fliesenlegerbetriebe von 12.000 in 2004 auf rund 72.000 in 2016 zu – größtenteils durch Ein-Mann-Betriebe oder allein arbeitende Selbstständige, darunter viele aus Süd- und Osteuropa. Obwohl die Betriebszahlen deutlich anstiegen, wurden im genannten Zeitraum 50% weniger Lehrlinge ausgebildet und die Zahl der Meisterschüler war um rund 80% rückläufig. Ohne Meister könnten insofern auch keine jungen Menschen mehr ausgebildet werden.<sup>21</sup>

#### Perspektiven

Die **BranchenPrognose der Sparkassen-Finanzgruppe** rechnet für das laufende Jahr 2017 sowohl für die Herstellung von keramischen Baumaterialien als auch im Falle der Herstellung von sonstigen Porzellan- und keramischen Erzeugnissen mit einem Umsatzwachstum gegenüber dem Vorjahr. Weitere Informationen bieten dazu die separat er-

<sup>19</sup> „Italienische Fliesenindustrie 2016: Mehr produziert, mehr verkauft“, in: www.caro-magazin.de vom 6.2.2017.

<sup>20</sup> „BKF: Deutsche Fliesen umweltschonend“, in: www.caro-magazin.de vom 12.12.2016.

<sup>21</sup> „Fliesenlegerhandwerk und IG Bau fordern Politik auf, Meisterpflicht wieder einzuführen“, ZDB Pressemeldung vom 25.4.2017.

scheinenden Branchenprognosen (WZ 23.3 – Herstellung von keramischen Baumaterialien; WZ 23.4 – Herstellung von sonstigen Porzellan- und keramischen Erzeugnissen) des Branchendienstes der Sparkassen-Finanzgruppe.

Der Umsatz des **Bauhauptgewerbes** in Deutschland wird nach **Prognose von ZDB und HDB 2017** insgesamt um voraussichtlich 5,0% steigen. Die erwarteten Zuwächse betragen im Wohnungsbau 7,0%, im öffentlichen Bau 5,0% und im Wirtschaftsbau 3,0%.<sup>22</sup>

Der **HDE** geht für das laufende Jahr 2017 für den gesamten **Einzelhandel** von einem Umsatzplus von nominal 2,0% auf einen Umsatz von insgesamt 492,6 Mrd. € aus. Dabei wird der Onlinehandel (d.h. alle Umsätze von Waren, die online eingekauft wurden) um 11% auf 48,8 Mrd. € zulegen, wobei insbesondere Multichannel-Händler, deren Heimat zu meist im stationären Einzelhandel liegt, am Onlineboom partizipieren. Die Verbraucherstimmung ist aufgrund hoher Erwerbstätigkeit, steigender Einkommen und einer niedrigen Sparneigung weiterhin gut.<sup>23</sup>

Nach dem **Jahresbericht 2017 der Bundesregierung** wird die deutsche Volkswirtschaft ihren Wachstumskurs fortsetzen. Das BIP (preisbereinigt) soll 2017 um 1,4% und die Erwerbstätigenquote um 0,7% ansteigen (Vorjahr 1,9 bzw. 1,0%). Die Arbeitslosenquote wird mit 6,0% etwas niedriger ausfallen als im Vorjahr (6,1%). Das Wachstum der Bruttolöhne und -gehälter je Arbeitnehmer wird mit 2,5% stabil auf Vorjahresniveau bleiben. Die Inlandsnachfrage wird 2017 mit 3,4% stärker zulegen als im Vorjahr (3,2%). Insofern sind die Konjunkturaussichten der Konsumenten positiv: Die Konsumausgaben der privaten Haushalte werden im laufenden Jahr mit 3,0% stärker steigen als im Vorjahr (2,6%).<sup>24</sup>

Der private Konsum bleibt auch weiterhin eine wichtige Konjunkturstütze in Deutschland. Laut **Prognose** des Marktforschungsinstituts **GfK** für das

laufende Jahr 2017 werden die Konsumausgaben der privaten Haushalte real um 1,5% steigen. Für die Europäische Union wird dabei ein Wachstum zwischen 1 und 1,5% erwartet. Für den Non-Food-Bereich des Einzelhandels in Deutschland geht die GfK von einem Plus von 0,8% aus.<sup>25</sup>

Die **Hansa Unternehmensberatung** geht davon aus, dass der Fliesenabsatz 2017 in Deutschland um gut 3% auf ein Volumen von rund 135 Mio. qm steigen wird.<sup>26</sup>

Die **VDS** rechnet für das laufende Jahr 2017 damit, dass der seit 2009 anhaltende Wachstumstrend der **Sanitärbranche** weiter stabil bleiben wird. Nach einer **Prognose des ifo Instituts** wird der Umsatz der Branche nominal um 2% auf knapp 24,5 Mrd. € steigen.<sup>27</sup>

Nach Pressemeldungen des **Handelsverbandes Koch- und Tischkultur (GPK)**, Köln, der in Deutschland über 4.000 Fachgeschäfte mit Tisch-, Küchen- und Wohnaccessoires sowie Geschenkartikeln vertritt, ist der Umsatz mit Hausrat und Produkten der Tisch- und Küchenausstattung 2016 um 0,6% auf 6,4 Mrd. € gestiegen. Die Branche blickt mit Optimismus in das laufende Jahr, zumal sich die Themen Grillen, Kochen und Backen anhaltender Beliebtheit erfreuen.<sup>28</sup> Bei Geschirr gab es laut Institut für Handelsforschung (IFH) ein Umsatzplus von 4,6% auf 440 Mio. €.

Laut **ifo Konjunkturtest** (Stand: Februar 2017) erwarten 53% der Hersteller von sonstigen Porzellan- und keramischen Erzeugnissen (WZ 23.4, ohne Ziegelei und Baukeramik) bis zum Oktober 2017 eine Besserung der Geschäftslage und nur 10% eine Verschlechterung. 37% der Befragten gehen von einer weiterhin gleichbleibend stabilen Geschäftslage aus.<sup>29</sup>

<sup>22</sup> Zentralverband des Deutschen Baugewerbes (Hrsg.): Bauprognose 2017, Berlin, 10.1.2017.

<sup>23</sup> HDE (Hrsg.): Frühjahrspressekonferenz, Handelsverband Deutschland (HDE), Düsseldorf, 6.4.2017.

<sup>24</sup> BMWi (Hrsg.): Jahreswirtschaftsbericht 2017, Stand: Januar 2017, Berlin 2017.

<sup>25</sup> „Konsum 2017: verlässliche Stütze in unsicheren Zeiten?“, in: GfK, Nürnberg, Pressemitteilung vom 9.2.2017.

<sup>26</sup> „VDF: Gemeinsam für den Markt“, in: www.fliesenundplatten.de, News 2017.

<sup>27</sup> „Markt und Branche: Badgeschäft floriert“, in: VDS, News vom 14.3.2017.

<sup>28</sup> „GPK: Branchentagung 2017 in Leipzig“, in: www.handelsjournal.de vom 3.1.2017.

<sup>29</sup> ifo Institut für Wirtschaftsforschung: ifo Konjunkturtest in Deutschland gesamt, Herstellung von sonstigen Porzellan- und keramischen Erzeugnissen, Verarbeitendes Gewerbe 2016/2017, München, Stand: 04/2017.

## Glossar

- **BKF:** Bundesverband Keramische Fliesen e.V. (ehem. Industrieverband keramische Fliesen und Platten e.V.), Berlin.
- **DGM:** Deutsche Gesellschaft für Materialkunde e.V., Frankfurt/M.
- **DKG:** Deutsche Keramische Gesellschaft, Köln.
- **EID:** Energieintensive Industrien in Deutschland, zu denen unter anderem auch über den Bundesverband Baustoffe – Steine und Erden e.V. (BBS) die Keramische Industrie gehört.
- **Eigenstromerzeugung:** Laut § 58 EEG sind Bestandsanlagen zur Eigenerzeugung, die vor dem 1.8.2014 errichtet wurden, der Kraftwerkseigenverbrauch, gänzlich autarke Erzeuger und Eigenstrom aus kleinen Anlagen (maximal 10 kW Leistung) von der EEG-Umlagebeteiligung ausgenommen. Bei Neuanlagen ist ein reduzierter EEG-Umlagesatz für Eigenerzeugung fällig (Begrenzung auf 15% für Unternehmen, die unter die Besondere Ausgleichsregel fallen) d.h., bei einem Stromkostenanteil an der Bruttowertschöpfung von unter 20% (Cap) sind maximal 4% und bei einem Stromkostenanteil von über 20% (Super-Cap) an der Bruttowertschöpfung 0,5% fällig. Die Mindestumlage beträgt 0,1 bzw. 0,05 Cent/kWh.
- **Engineered Stones:** Kunststeine aus einem Verbundmaterial, das zu mehr als 90% aus Natursteingranulat, meistens Quarz, Farbpigmenten und Bindemitteln besteht. Als Bindemittel kommt überwiegend Kunstharz-Polyester zum Einsatz, gebräuchlich sind aber auch Harze wie beispielsweise Epoxidharz. Diese Kunststeine sind in Deutschland ein Nischenprodukt, das hauptsächlich für Küchenarbeits- und Waschtischplatten Verwendung findet.
- **Feinkeramische Industrie:** Zur Feinkeramischen Industrie zählen traditionell die Sparten Geschirr und Ziergegenstände, Sanitärkeramik, Fliesen/Platten, Rohre und technische Keramik.
- **Feldspat:** Feldspat ist eine Bezeichnung für eine häufig vorkommende Gruppe von gesteinsbildenden Mineralien. Durch Verwitterung von Feldspat entstehen ton- und kaolinhaltige Böden, die als Rohstoffe in der Keramik- und Tonziegelherstellung verwendet werden.
- **Fliesen:** Quadratische oder rechteckige Elemente für Wand- oder Bodenbeläge, beispielsweise aus Keramik, Glas, Textilien, Kunststoffen, Metallen oder Naturstein. Keramische Fliesen sind auch als runde, drei- oder polygonale Formate auf dem Markt erhältlich. Grobkeramische Produkte, wie z.B. Spaltplatten, Klinkerplatten oder Cottoplatten, werden aufgrund ihrer früheren Herstellungsart meist als Platten bezeichnet. Bei Natursteinen erfolgt die Unterscheidung zwischen Natursteinfliesen und Natursteinplatten nach der Dicke des Werkstoffs: Bis einschließlich 12 mm spricht man von einer Natursteinfliese, liegt die Dicke darüber, so spricht man von einer Natursteinplatte.
- **Fritten:** Fritten sind die Grundlage von Glasuren. Sie bestehen aus einem unvollständigen Glas, d.h., die einzelnen Komponenten – neben Silikat auch Farbpigmente und Metalle – wurden bereits miteinander verschmolzen. Die ausgekühlte und erhärtete Masse muss anschließend wieder pulverisiert werden. Der Vorteil der Fritten ist, dass gesundheitsgefährdende Farbpigmente wie Blei, Bor, Alkalimetalle, Zinn, Cadmium, Fluor und Ähnliches bereits fest mit dem Silikat verbunden sind und der Umgang mit ihnen so gefahrlos erfolgen kann.
- **GPK:** Abkürzung sowohl für Glas, Porzellan und Keramik als auch für den Handelsverband Koch- und Tischkultur e.V., Köln.
- **HDB:** Hauptverband der Deutschen Bauindustrie e.V., Berlin.
- **HDE:** Handelsverband Deutschland e.V. (ehemals Hauptverband des Deutschen Einzelhandels), Berlin.
- **Kaolin:** Mineralisches Sedimentgestein, das durch Verwitterung von Feldspat entsteht. Kaolin ist unter anderem ein Bestandteil des Porzellans. Kaolin wird auch Porzellanerde genannt und ist verantwortlich für die Plastizität (Formbarkeit) der Porzellanmasse und das weiße Erscheinungsbild.
- **Keramische Fliesen und Platten:** Die Norm für keramische Baustoffe ist die europäische DIN EN 14411 (Keramische Fliesen und Platten – Begriffe, Klassifizierung, Gütemerkmale und Kennzeichnung).
- **Porzellan:** Dicht gebrannter, feinkeramischer Werkstoff, dessen Scherben weiß und bei dünnen Wandstärken durchscheinend sind. Porzel-

lan entsteht durch das Verschmelzen von feuerbeständigem Kaolin (Anteil etwa 50%) und geschmolzenem Feldspat (etwa 25%) mit darin teilweise aufgelöstem Quarz (etwa 25%).

- **Quarz:** Ein Bestandteil von Porzellan, der als Flussmittel wirkt und das Porzellan hart, hitzebeständiger und chemisch resistenter macht.
- **Steingut:** Traditioneller Begriff für trockengepresste (Einzel-)Fliesen mit hoher Wasseraufnahme. Erst die Glasur, die in einem zweiten Brand (Zweibrandverfahren) aufgeschmolzen wird, bewirkt an der Oberfläche die Wasserdichtigkeit.
- **Technische Keramik:** Keramische Produkte für technische Anwendungen. Andere Bezeichnungen für die technische Keramik sind Ingenieurkeramik, Hochleistungskeramik oder Industriekeramik.
- **VDS:** Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft e.V., Bonn.
- **VKI:** Verband der Keramischen Industrie e.V., Selb.
- **ZDB:** Hauptverband der Deutschen Bauindustrie, Berlin.



## Impressum

Herausgeber:  
Deutscher Sparkassen- und Giroverband e.V.

Verlag:  
Deutscher Sparkassen Verlag GmbH

Redaktion:  
Branchendienst der Sparkassen-Finanzgruppe

Alle Rechte vorbehalten. Alle Angaben unterliegen sorgfältiger Prüfung. Eine Gewähr kann jedoch nicht übernommen werden.

Nachdruck und Vervielfältigung sind ohne vorherige schriftliche Zustimmung des Verlages nicht gestattet.

Kontakt:  
[bradi@dsv-gruppe.de](mailto:bradi@dsv-gruppe.de)

© Deutscher Sparkassen Verlag GmbH, Stuttgart

**Durchblick ist einfach.  
Wenn man einen  
Finanzpartner hat,  
der die Branche genau  
kennt.**

