

boden wand decke **bwd**

Das Fußbodenmagazin für Handwerk und Handel

Parkett

Decklamellenlösungen
beschäftigen noch immer

Quo vadis Bodenlegerhandwerk?

Wie Veränderungen in Handel und
Industrie den Verarbeiter fordern

Forum Handwerk

Das sind die Themen 2018

Domotex und Casa

Erste Trends zu den Januarermessen

objectflor[®]
Your Flooring Partner

EXPONA DOMESTIC

Neue Böden · Neues Partner-Konzept



Ihr Plus
für Erfolg mit System



Werden Sie EXPONA DOMESTIC Partner!

Besuchen Sie uns >>> DOMOTEX · Halle 9 · Stand E15 | www.objectflor.de



Quo Vadis Bodenlegerhandwerk?

Mit wenigen viel verdienen

In welchem Zustand befindet sich das bodenlegende Handwerk an der Schwelle zum Jahr 2018? Ist seine hohe fachliche Kompetenz noch gefordert? Hat es in Großhandel und Industrie noch verlässliche Partner? Oder muss es sich neu aufstellen?

Wenn in wenigen Wochen wieder die Hannover Domotex ihre Pforten öffnet, lohnt es sich, vor allem das Angebot an Bodenbelägen, Verlegewerkstoffen und Werkzeugen genauer unter die Lupe zu nehmen und auf seine „Profitauglichkeit“ hin zu untersuchen. Zu erwarten ist nämlich, dass sich die Simplifizierungstendenzen auf Angebotsseite weiter fortsetzen werden. Modulare Beläge, die Vater und Sohn mal eben am Wochenende zusammen verlegen können und Verlegewerkstoffe, die anwendungstechnische Fehler großzügig verzeihen, sind bereits heute feste Sortimentsbestandteile.

Unter dem Slogan „leicht, sicher und risikolos zu verarbeiten“ lassen Sie mitunter Zweifel an der vielzitierten Profitreue der Hersteller aufkommen. „Die Industrie gibt sich ja ganz gern handwerkernah und behauptet überwiegend, ihre Produkte aus-

schließlich an den professionellen Handwerker zu vertreiben. Wenn man dann über die Messe geht stellt man fest: „Die entwickeln am Handwerk vorbei“, sagt der Berufssachverständige und Inhaber des Koblenzer Institutes für Fußbodentechnik, Nor-

bert Strehle. „Wir haben das so manches Mal provoziert“, meint Richard Kille vom Kölner Institut für Fußboden und

„Die Last der Ausbildung tragen die Meisterbetriebe.“

Norbert Strehle

bert Strehle. Viele Verlegewerkstoffe seien so konzipiert, dass ihre Anwendung nicht zwingend den Profi voraussetzt. Eine Entwicklung, die freilich nicht neu ist. „Das Handwerk hätte seinerzeit nie ein Klicksystem gebraucht, profitiert hat davon die DIY-Branche“, sagt Strehle. Umgekehrt sollte allerdings nicht verschwiegen werden,

Raumausstattung. „Haben wir nicht seinerzeit die Zwei-Meter-Bahnenware beim Teppichboden unter Verweis auf zu viele Nähte abgelehnt“, fragt Kille?

Eine zweischneidige Sache ist das. Aktuell beschieren modulare Beläge, selbst wenn diese als Teppich- und PVC-Designplanken auf HDF-Träger oder als lose verlegbare Al-

Links: Machen sich Gedanken, wie es mit dem bodenlegenden Handwerk weiter geht. V.l.: Udo Herrmann, Norbert Strehle, Richard Kille, Stefan Heinze und Bernhard Lysser. Archivbild: bwd

ternativen daher kommen, dem professionellen Bodenleger gute Umsätze. Die Renditen kommen allerdings häufig aus der Untergrundvorbereitung. Doch wie lange noch? Die Verlegewerkstoff-Industrie benötigt den Handwerker als Absatzmittler aktuell mehr als die Bodenbelagindustrie und sei deshalb noch näher am Profi dran, sagt Kille.

HANDWERKERTREUE WAR MAL

Seiner Meinung nach geht der Trend bei Bodenbelägen zu DIY-Produkten mithin zu Quantität statt Qualität. Dabei ist keineswegs ausgemacht, dass im Baumarkt automatisch die schlechtere Qualität landet. Bernhard Lysser, Experte der Interessensgemeinschaft der Schweizer Parkettindustrie (ISP) und Mitglied von Swiss Experts, der

werde dann lediglich zum Erfüllungsgehilfen des Großhändlers nach dem Motto: Machen Sie mal die Untergrundvorbereitung – das Material haben wir schon.

Auf der anderen Seite gehen Baumärkte mit einem wachsenden Serviceangebot immer weiter auf Handwerkskunden zu. Branchenriesen wie beispielsweise Obi stellen sich längst wie Baustoffhändler auf und machen sich die „Heimatlosigkeit“ vieler Garagenbetriebe zum Nutzen. Wenn morgens um sieben der Hausmeisterservice vorfährt, wird dieser von der Großfläche prompt bedient und kommt dazu noch in den Genuss eines Handwerkerbonus.

Kein Wunder, dass auch der Großhandel die mobilen Generalisten inzwischen auf dem Radar hat und als Klientel an sich binden möchte. Sehr zum Leidwesen klassischer Fachbetriebe mit zum Teil über Jahrzehnte gewachsener Großhandelspartnerschaft. Da würden, so Herrmann, vom Großhandel schon mal Planungsleistungen, CM-Messungen ja sogar das Forderungsmanagement für Firmen übernommen, die

„Ab 60 Jahren wird wieder investiert.“

Richard Kille

schweizerischen Kammer technischer und wissenschaftlicher Gerichtsexperten, bringt auf den Punkt, was viele schon erlebt haben, wenn sie hinter die Kulissen eines Bodenbelagherstellers geblickt haben: „Das identische Produkt wird einmal für den Fachhandel, ein andermal für die Großfläche gelabelt.“

Doch im Grunde stimmt die starre Einteilung, wonach der Großhandel den Handwerker fokussiert, und der Baumarkt den Laien, schon längst nicht mehr. „Die Partnerschaft zwischen dem Großhandel und dem Handwerk hat sich in den letzten Jahren durchaus gewandelt“, beobachtet Handwerksmeister Udo Herrmann, Inhaber von Parkett.Möbel.Räume. in Bürgstadt. Nach seinem Empfinden macht der Großhandel heute viel mehr Direktgeschäft als noch vor Jahren und dies zudem mit einer aus Handwerkersicht bedenklichen Preisstruktur. „Ich habe schon erlebt, dass der Endverbraucher günstigere Preise bekommt, wie ich als Handwerker.“

In solchen Fällen wird aus dem vermeintlichen Partner im Großhandel schnell ein Wettbewerber vor Ort. Der Handwerker

ihrem gesellschaftlichen Auftrag – Stichwort: Ausbildung – nicht nachkommen. Auch Strehle stellt fest: „Die Last der Ausbildung tragen die Meisterbetriebe“. Und dass diese qualifizierten Betriebe immer weniger werden, sei eine ganz gefährliche Entwicklung.

So hat sich die Anzahl der Parkettbetriebe im Zuge der Handwerksnovelle zwischen 2003 und 2013 vervierfacht, die Ausbildungsleistung parallel dazu jedoch um ein Drittel reduziert. Aus der Schweiz berichtet Lysser, dass sich über Jahre hinweg nur mehr ausländische Mitbürger für eine Lehre im Parkettlegerhandwerk interessieren. Zwischenzeitlich habe sich die Situation zwar ein wenig entspannt, unter dem Strich seien es aber immer noch zu wenige, die sich für das bodenlegende Handwerk begeistern können.

Auch die Raumausstatter mussten hierzulande zur Kenntnis nehmen, dass ihr Beruf zunehmend ein Auslaufmodell ist. „Wir erleben, dass Meisterschulen schließen“, sagt Kille. Während auch bei den Raumausstattern die Meisterbetriebe rückläufig sind, haben sich die Quereinsteigerbetriebe

vervierfacht. Häufig handelt es sich dabei eher um Einrichtungsbetriebe, die für klassische Raumausstattertätigkeiten wie Sonnenschutzmontage oder Polsterarbeiten lediglich angelernte Kräfte vorhalten würden.

REIN IN DIE NISCHE

Dass das „Meisterrad“ noch einmal zurückgedreht wird, ist für Norbert Strehle nicht vorstellbar. Strehle, der auch Mitglied im Vorstand des Zentralverband Parkett und Fußbodentechnik (ZVPF) ist, hat sich mit der Novellierung der Handwerksordnung im europäischen Kontext ein Stück weit abgefunden. Dass man dem Handwerker in Deutschland allerdings noch zusätzliche Hemmnisse auferlegt, wie beispielsweise eine bauaufsichtliche Zulassung, Mindestlohn oder unzählige bürokratische Dokumentationspflichten, macht die Sache aus seiner Sicht nicht leichter.

Allen Widrigkeiten zum Trotz. Für Parkettleger Udo Herrmann hilft es nichts, den Kopf in den Sand zu stecken. Die Frage lautet vielmehr: Wie findet man als Handwerker eine neue Positionierung. Zwei hat Herrmann für sich ausgemacht. Einmal: Ganzheitliche Raumlösungen anbieten und zwar in Kooperation mit professionellen Gewerkeren. Zum anderen: Ein hochwertiges Produkt mit einer hochwertigen Handwerkerleistung verbinden und dafür über ein emotionales Marketing jene Kunden gewinnen, die diese Wertigkeit zu schätzen wissen und entsprechend honorieren.

Dass es für den exklusiven Innenausbau in den kommenden Jahren eine wachsende Nachfrage gibt, steht für Kille fest. Während früher für das Leben gebaut und perspektivisch in die Einrichtung investiert wurde, gelten heute viel kürzere Taktzeiten: „Ab 60 Jahren wird wieder investiert“, sagt Kille. Problematisch könnte da schon eher sein, dass es über kurz oder lang nicht mehr genügend Fachkräfte gibt, um die Bedürfnisse einer anspruchsvollen und solventen Klientel zu bedienen. Umso wichtiger sind Ausbildungsinitiativen, wie sie beispielsweise vom ZVPF unter dem Motto „Das ist Bodenhandwerk“ ins Leben gerufen wurden. Strehle: „Qualifizierte und gute Handwerksbetriebe werden ihre Daseinsberechtigung niemals verlieren und diesen wird es in Zukunft vielleicht sogar besser gehen als heute.“ Das Massengeschäft werde allerdings am guten Handwerker vorbeigehen.

Stefan Heinze
stefan.heinze@holzmann-medien.de