



Koje an Koje drängten sich wieder chinesische Anbieter in Halle 9

Chinesische Aussteller auf der Stone+tec:

Billigboom geht zu Ende

Höhere Frachtgebühren, sinkende Staatszuschüsse, strenger gefasste Lieferzeiträume und lautere Forderungen nach besseren Sozialstandards auch in chinesischen Steinbrüchen werden auf absehbare Zeit Granitprodukte aus dem Reich der Mitte spürbar verteuern. Weniger chinesische Aussteller auf der Stone+tec 2007 waren schon ein Indiz dafür.

Vieles deutete auf der diesjährigen Stone+tec darauf hin, dass die China-Welle an Fahrt verliert. Der große Boom mit preiswerter Ware in dennoch ansprechender Qualität scheint verebbt. Immerhin kamen in den letzten Jahren drei Viertel aller in Deutschland verbauten Natursteine aus der Volksrepublik. Eine Trendwen-

de signalisierte diesmal bereits die sinkende Ausstellerzahl aus dem Reich der Mitte. Die Spreu trennt sich offenbar vom Weizen: Es setzen sich zunehmend kapitalstarke Privatfirmen mit eigener Gewinnung und Fertigung durch, während die staatliche Exportförderung für kleine Händlerfamilien abnimmt. V.a. aber dürfte der schier maßlose Preisdruck ein Ende gefunden haben, wenn auch nicht aus Vernunft, sondern aufgrund sich verändernder Rahmenbedingungen.

Export verteuert

Was aus China nach Europa kommt, nimmt in der Regel den Wasserweg. Doch in dem Maße, wie das Land sein Wirtschaftswachstum immer stärker über den Export forciert, entstehen nicht nur generelle Engpässe auf den Containerschiffen – schwergewichtige Güter wie Natursteinprodukte fallen nun bei den Reedereien auch besonders schwer (sprich: teuer) ins Ge-

wicht. Während man »leichte« Ware wie Textilien oder Elektronikprodukte in hohen Frachtcontainern stapeln kann, ohne damit Tonnageprobleme an Bord zu verursachen, sind bei Brunnen oder Grabmalen aus Granit schnell die Gewichtsobergrenzen erreicht. So verlangen die Schiffsbetreiber nun teils satte Aufschläge. Das führt dazu, dass die bisher eher zu vernachlässigenden Transportkosten nun teilweise eine Explosion erleben. Seit Jahresbeginn sind sie fast um die Hälfte gestiegen, wie in den chinesischen Kojen allenthalben zu hören war.

Steigende Warenpreis

Noch scheinen seriöse Voraussagen schwer möglich, dennoch kursierten zur Stone+tec bereits konkrete Zahlen, wie sich steigende Frachtgebühren auf den Warenpreis niederschlagen werden. So verteuert sich voraussichtlich der Quadratmeter 1 cm-Fliesen im Schnitt um etwa 1 €, und bei Blockstufen werden je laufender Meter um die 5 € mehr fällig. Erste deutsche Händler und Verarbeiter verzichten drum auch schon auf die Einfuhr chinesischer Fliesen. Schuld daran sind aber nicht nur die schwerer zu kalkulierenden Preise sondern auch teils erhebliche Schwankungen bei der Liefertreue, da selbst große seriöse Hersteller wegen des beschränkten Platzangebots auf



Skulpturen, Wasserspiele und Bildhauerarbeiten aus China haben weiter Konjunktur. Sie sollen aber stets noch schöner und raffinierter, nicht aber teurer sein

den Containerschiffen damit rechnen müssen, dass ihre opulent schwere Ware von den Reedereien benachteiligt wird und länger im Hafen liegen bleibt. Es sei denn, sie nehmen teure Mehrkosten in Kauf.

Keine Panik

Dennoch machte sich an den chinesischen Messeständen nicht Panik breit. Navy Huang, Generalmanager von Xiamen Guanshi Stone Co., Ltd., räumt zwar ein, dass es unter den europäischen Kunden »im Moment viel Aufregung gibt. Trotzdem gibt er sich betont gelassen: »Ich denke, das stabilisiert sich schon bald wieder«. Allerdings schlagen sich für die chinesische Steinwirtschaft zunehmend auch politische Rahmenbedingungen erschwerend nieder. Der chinesische Staat fördert den Export von Natursteinprodukten nicht mehr so großzügig wie in den letzten Jahren, als man noch auf der Suche nach Weltmarktanteilen war. Mit dem Wegfall der Zuschüsse kommen



General Manager Zeng Wen Zong und Sales-Mitarbeiterin Ivy Lan von der Fujian Huian Zongxing Stone Products Co. Ltd. aus Xiamen, die u. a. Küchenarbeitsplatten sowie Grabsteine anbietet und nach ISO-Standard fertigt

einige Firmen ins Schleudern, andere müssen ihre Preise den realen Kosten anpassen.

Mehr Sensibilität in Europa

Auch in Europa wird man politisch sensibler. Tagelang warb Dr. Heinecke Werner, Geschäftsführer von Win = Win, Agentur für globale Ver-

KURZINFO:

»Kein Chinese verkauft unter den Kosten«

Im Gespräch mit Haifeng Sun, Inhaber der Firma Sun Natursteine GmbH, Leipzig

Naturstein: Herr Sun, die Zahl der chinesischen Anbieter ist diesmal leicht rückläufig. Wie werten Sie das?

Haifeng Sun: Die Zahl sagt wenig über das Angebot und die Größe der Betriebe. Für uns speziell hat diese Entwicklung wenig Bedeutung. Wir sind seit 1998 in Deutschland aktiv und etabliert, wie die wachsende Zahl unserer Kunden zeigt. Für unsere Hauptprodukte wie Rohplatten, Küchenplatten, Treppenstufen und Bodenmaterial aus Granit gibt es nach wie vor einen guten Markt. Das belegt auch die Stone+tec.

Naturstein: Wie betrachten Sie die Aussteller, die direkt aus China kommen und oft noch preiswerter in ihren Offerten sind: Als Konkurrenz oder – durch die nationale Brille gesehen – als Partner?

Eher als Partner! Wirkliche Konkurrenten sind sie auch deshalb nicht, weil wir neue Steine haben, die man in Deutschland noch nicht kennt. Das ist unser Plus.

Naturstein: Trotzdem könnte man Sie vielleicht mit chinesischen Preisen unterbieten, oder?



Haifeng Sun

Natürlich ist der eine teurer und der andere preiswerter. Aber es gibt unter uns eine unausgesprochene Regel: Keiner verkauft seine Produkte unter den tatsächlichen Kosten.

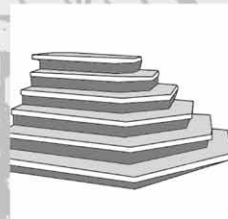
Naturstein: Verarbeiten Sie Ihre Steine generell in China?

Nein, auch in Italien oder hier in Deutschland.

Naturstein: Mit einem entsprechenden Preisaufschlag?

Natürlich. PADANG, der in Italien verarbeitet wird, ist teurer als chinesische Produkte. Hat der Kunde Zeit und will seine Kosten niedrig halten, versuchen wir, in China zu fertigen. Das dauert dann etwa vier Wochen. Lassen wir in Italien fertigen, sind es zwei Wochen und in Deutschland eine – stets mit dem entsprechenden Preisaufschlag. (www.sunnatursteine.de)

Programme für Treppenkonstruktionen

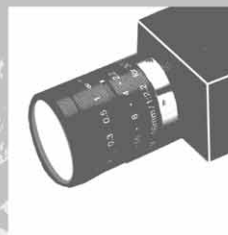


Außentreppe

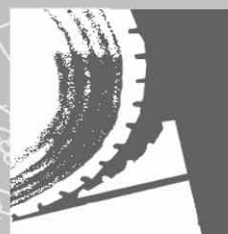


Innentreppe

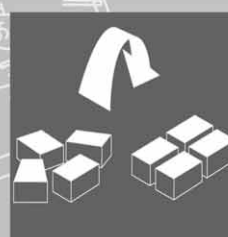
Programme für Sägesteuerungen



Video



Sägeblatt



Optimierung

Besuchen Sie uns auf der Marmomacc 2007 in Verona, Halle 6, Stand C-9

Dienstleistungen

Stücklisten

CAD-Bearbeitung

Verlegeplan

(Fußböden etc.)

Schablone

Lange Straße 8
73663 Berglen-Rettersburg
Telefon 07195/9750-0
Telefax 07195/9750-99
Internet: www.heglmeier.de
eMail: info@heglmeier.de

KURZINFO:

»Deutsche Kunden sind zuverlässiger als Amerikaner«

Interview mit Navy Huang, General Manager von Xiamen Guanshi Stone Co., Ltd.

Naturstein: Herr Huang, was fragt Sie ein deutscher Kunde als erstes?

Navy Huang: Er fragt fast immer zuerst nach der Preisliste. Die zweite Frage gilt dann der Liefermenge, ob wir also nur containerweise liefern können. Denn das ist für viele Handwerker nach wie vor nicht rentabel. Das verstehe ich schon.

Naturstein: Sie verkaufen eigene Natursteine?

Navy Huang: Ja, wir haben bei Xiamen zwei Granitbrüche und verarbeiten auch das Material im eigenen Werk, beispielsweise zu Grabsteinen oder Küchenarbeitsplatten. Letztlich fertigen wir alles, was der Markt verlangt. Unsere Produktionsfläche umfasst mehr als 10 000 m². Durch diese Fertigung sind wir preiswerter als andere, v. a. können wir verbindliche Absprachen treffen und Zusagen machen.

Naturstein: Sie waren das erste Mal in Nürnberg dabei. Wohin haben sie bisher geliefert?

Navy Huang: V. a. in die USA und nach Japan. Es ist also auch unsere Premiere in Europa. Und ich bin damit nicht unzufrieden, auch wenn es vorher hieß, der europäische Markt sei sehr groß. Gemessen daran, hätten es noch mehr Kontakte



Navy Huang

sein können. Die Hälfte der Interessenten an unserem Stand waren Deutsche, die andere Hälfte verteilte sich zumeist auf Italiener Franzosen, Iren, Holländer. Aber auch Inder und Japaner waren dabei.

Naturstein: Gibt es etwas, das Sie an deutschen Kunden besonders schätzen?

Navy Huang: Ja, ihre Zuverlässigkeit. Wenn sie sich entschieden haben, kann man ihnen vertrauen – mehr als etwa den Amerikanern. Das weiß man in China, und das ist sehr wichtig für uns.

Naturstein: Inwiefern sehen Sie die über hundert weiteren chinesischen Firmen auf der Messe als Konkurrenz? Machen Sie sich nicht auch gegenseitig das Leben schwer?

Navy Huang: Nein, das ist kein Nachteil. Nicht für uns, denn wenn wir als chinesische Anbieter stark vertreten sind, erhöht das auch unser Gewicht in Europa. Und für die Europäer wird es preislich attraktiver. Somit entseht auch für sie kein Nachteil. (www.herestone.com)

antwortung aus Kirchheim unter Teck, mit seinen Branchenpartnern Seltra und Magna für bessere Sozialstandards in China (▷ S. 30). Er verwies auf unzureichende Arbeits- und Gesundheitsbedingungen sowie Niedriglöhne trotz Akkordarbeit für chinesische Steinarbeiter. Diese Produktionsbedingungen ermöglichten die bislang un-

natürlich niedrigen Preise für chinesische Natursteinprodukte, die auf Dauer nicht haltbar seien. Die Verbesserung der Arbeitsbedingungen werde sich mit der Zeit in steigenden Preisen niederschlagen.

Win = Win setzt auf ein Umdenken bei deutschen Abnehmern – und das kann dauern: Erst wenn der politisch aufgeklärte Endverbraucher kritischer in Sachen Ökobilanz und Kostenfairness nachfragt, wird sich hier etwas tun.

Probleme mit Lieferfristen

Noch hörte man aber an den chinesischen Ständen die altbekannten Argumente, weshalb sich deutsche Steinmetzen zuerst in die Halle 9 – das traditionelle »Little China« der Messe – begeben: Sie suchen weiter nach Billigstanbiestern. Allerdings sind Dum-

pingpreise immer weniger mit bestimmten Lieferfristen in Einklang zu bringen. So unterbreiten auch chinesische Firmen – v. a. Großhändler und Agenturen, die bereits von Deutschland aus agieren – zunehmend differenziertere Angebote. Je nachdem wie zahlungskräftig der deutsche Kunde und wie eilig sein Auftrag ist, bieten sie ihm ihre heimischen Granite in deutscher (eine Woche Wartezeit), italienischer (zwei Wochen) oder chinesischer Fertigung (zehn Wochen) an. Alles natürlich zum entsprechenden Preis. Mithin sind die Asiaten – v. a. jene Großhändler, die bereits vor Ort agieren – in der Lage, auch schnelle Aufträge in hoher Qualität zu erfüllen.

Dass die Europäer dennoch zuerst auf Geld schauen, erkennt man daran, dass China nicht nur Rohstofflieferant sondern mittlerweile auch der weltweit größte Importeur und damit Veredler von Rohblöcken ist. Steine aus aller Welt werden hier mittlerweile in teils modernen Werken verarbeitet. Das Einfuhrvolumen macht bereits das Doppelte der von Italiens Natursteinindustrie getätigten Einfuhren aus. Neben Indien ist China damit der weltweit größte Massenproduzent von Naturwerksteinprodukten.

Raffinessen gefragt

Weiterhin gut im Trend liegen derzeit in Deutschland Bildhauerarbeiten wie Brunnen bzw. Wasserspiele, Laternen oder Steinmöbel. »Dieses Segment wächst derzeit eindeutig«, freut sich Lin Cheng, Geschäftsführerin der Far East Trading Agency GmbH in Abensberg. Allerdings sollten diese Produkte für Haus, Hof und Garten von Messe zu Messe »noch schöner, noch besser, noch origineller, nicht aber teurer sein«. Überraschenderweise seien aber auch klassische Sachen wie Engel immer wieder gefragt.

Insgesamt, so zeigt die Messe, teilt sich für chinesische Produzenten im Moment der Markt: Gala- und Steinmetzprodukte gehen verstärkt nach Europa, Küchenarbeitsplatten in Richtung USA. Bei manchen chinesischen Firmen entfallen bei dem, was sie nach Europa liefern, bereits 30 bis 40% auf Galaerzeugnisse und 10% auf bildhauerische Arbeiten.

Harald Lachmann

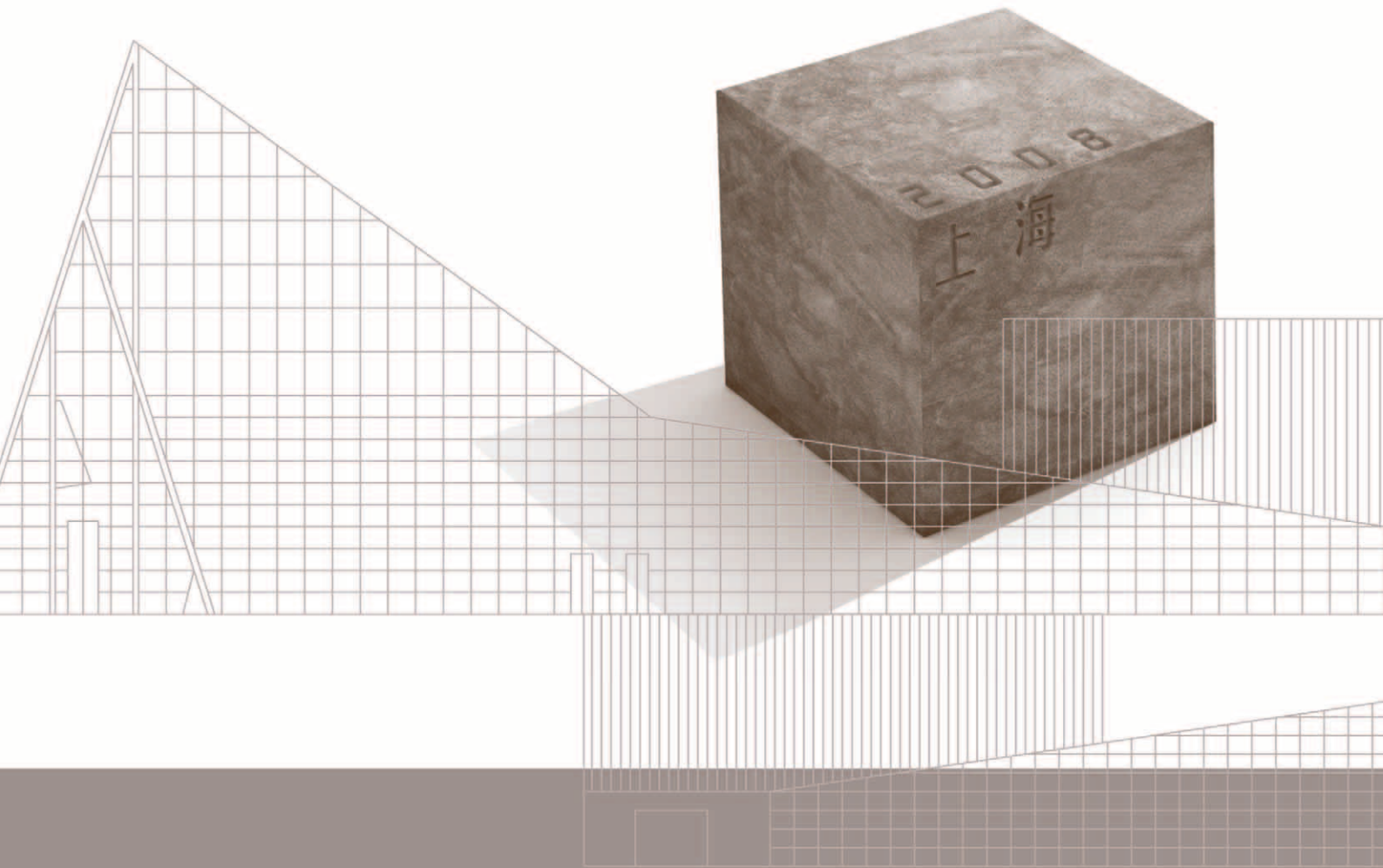


Zufrieden mit der Messe zeigte sich Siqi Cheng, GF der Agaba GmbH aus Bornheim-Roisdorf. Sehr gut seien u. a. neue Wasserspiele aus Findlingsfelsen sowie Leuchtmittel aus Naturstein und Edelstahl angekommen.

STONETECH 2008 SHANGHAI

第十五届中国（上海）国际石材产品及石材技术装备展览会

15th CHINA INTERNATIONAL STONE PROCESSING MACHINERY, EQUIPMENT AND PRODUCTS EXHIBITION



上海新国际博览中心

SHANGHAI NEW INTERNATIONAL EXPO CENTRE

www.stonetechnetfair.com

2008. 4. 8 - 11



Organizers:

CCPIT Building Materials Sub-Council
China Stone Material Industry Association
CIEC Exhibition Company Ltd.

Contact:

Tel: +86 10 6836 2774
Fax: +86 10 8836 0042
E-mail: info@stonetechnetfair.com