13. Expertengespräch:

Prost Zukunft!

Naturstein lädt in Zusammenarbeit mit Rock and Mineral Consulting Experten zum Gespräch. Zum Jahresende diskutierten Vertreter des Steinmetzhandwerks und der Naturwerksteinindustrie über die Zukunft der Naturwerksteinwirtschaft und Qualitätssicherung im globalen Markt.

Wo stehen wir, und was bringt die Zukunft? Diesen Fragen stellten sich auf Einladung von **Naturstein** Branchenkenner aus Handwerk und Industrie. Die Agenda hatte es in sich; dank der hervorragenden Mitarbeit aller Beteiligten ergab sich eine fruchtbare Diskussion. Tagungsort war die Geschäftsstelle des Bundesinnungsverbands des Deutschen Steinmetz-, Stein- und Holzbildhauerhandwerks in Frankfurt; herzlichen Dank!
Finden Sie im Folgenden Anmerkungen zur Branchenlage, Rückblicke und Ausblicke. Chancen gibt es reichlich, sowohl für das Steinmetzhandwerk als auch für die Naturwerksteinindustrie. Aber einfacher wird es nicht. Die Konkurrenz ist groß. Umso sinnvoller wäre mehr Schulterschluss in den eigenen Reihen. Die erforderliche Imagewerbung kann nur verwirklicht werden, wenn sich die Branche zusammentut.

Florian Billen, GF Naturstein Billen:
»Handwerk und Industrie sowie die Betriebe untereinander sollten sich besser verstehen und kooperieren.«

Globalisierung: Problem und Chance

Der globale Markt stellt für größere wie kleine Firmen eine Herausforderung dar. Jeder Betriebsleiter muss entscheiden, wo er einkaufen will, die entsprechenden Kontakte knüpfen und eigene wie importierte Produkte entsprechend vermarkten. Im globalen Markt sind neue kommunikative und betriebswirtschaftliche Kenntnisse gefragt, über die nicht jeder verfügt. Der Wettbewerbsdruck hat sich in den letzten beiden Jahrzehnten laufend erhöht. Die deutsche Naturwerksteinindustrie, aber zunehmend auch Steinmetzbetriebe müssen hart kämpfen, um weiterhin am deutlich wachsenden Natursteinmarkt teilzuhaben. Mitmischen ist eines, Geld verdienen etwas anderes. Der Preiskampf ist härter geworden. Der deutsche Grabmalmarkt schwächelt. Im Baugeschäft führt die Naturwerksteinindustrie erbitterte Preiskämpfe, auch mit Kollegenbetrieben. Das Steinmetzhandwerk spürt den Rückgang der Investitionen im privaten Wohnungsbau. Gute Chancen haben kundige Fachbetriebe in der Restaurierung. In diesem Bereich sind noch traditionelle Steinmetz- und Steinbildhauerarbeiten gefragt. Allerdings werden Neuanfertigungen seltener verlangt als Maßnahmen zur Erhaltung der Originalsubstanz. Oft steht die amtliche Denkmalpflege Antragungen positiver gegenüber als Vierungen bzw. Neuanfertigungen.

Weniger Grabmale

Der Grabmalmarkt ist rückläufig. Steinmetzen und vor allem Grabmalproduzenten spüren den Wandel der Bestattungskultur weg von traditionellen Lösungen. Neue Tendenzen wie Urnenbeisetzungen in anonymen Feldern und unter Bäumen – dies meist außerhalb herkömmlicher Friedhöfe – haben sich in den letzten Jahren verstärkt. Was für solche Beisetzungen ausgegeben wird, geht dem Steinmetzhandwerk und der Naturwerksteinindustrie verloren.

Preise sinken weiter

Hinzu kommen sinkende Preise. Ein Teil der Grabmale (verlässliche Zahlen fehlen) wird nach den Entwürfen deutscher Steinmetzen und auch Produktionsbetriebe in Indien (▷ S. 26) und zunehmend auch in China produziert. Die günstigere Produktion ermöglicht bei mittlerweile sehr guter Fertigungsqualität verhältnismäßig niedrige Preise. Entsprechend teilt sich der Grabmalmarkt in zwei Segmente auf: hier die preisgünstige Importware, dort oft als »exklusiv gestaltet« beschriebene Grabzeichen aus deutscher Produktion. Die deutsche Grabmalfertigung lässt sich wiederum unterteilen in die Gruppe der industriellen Grabmalproduzenten (die großenteils auch Handelsware vorhalten) und die kleine Gruppe der Steinmetzen, die noch selbst fertigen, meist in enger Abstimmung mit den Hinterbliebenen.

Ohne Wertschätzung keine Wertschöpfung

Die industriellen Grabmalproduzenten verkaufen an Steinmetze, nicht an Hinterbliebene. Sie sind darauf angewiesen, dass der Steinmetz die angebotenen Modelle wertschätzt und entsprechend verkauft. Die in der Runde vertretenen Grabmalproduzenten vermissen bei vielen Kunden die selbstkri-

EXPERTENGESPRÄCHE:

- Naturstein im Außenbereich (5/05)
- Imprägnierung von Naturwerkstein (8/05)
- Bauabschlussreinigung (1/06)
- Reinigung von Natursteinfassaden (3/06)
- Reinigung und Pflege von Natursteinböden (5/06)
- Prüfung des Verlegeuntergrunds (10/06)
- Naturwerkstein in Nassbereichen (11/06)
- Treppen aus Naturwerkstein (4/07)
- Hohlböden mit Naturwerkstein (6/07)
- Außenwandbekleidungen mit Naturwerkstein (8/07)
- Zukunft der Naturwerksteinwirtschaft (12/07)
- Naturwerkstein im Eingangsbereich / Sauberlaufzonen (1/08)
- Monokorn-Dränmörtel (3/08)
- Küchenarbeitsplatten (4/08)
- Innenwandbekleidungen mit Naturwerkstein (5/08)
- Bodenbeläge aus Naturwerkstein mit rutschhemmenden Eigenschaften (8/08)

tische Auseinandersetzung mit dem Wandel der Bestattungskultur und dem eigenen Tun. »Hinterbliebene sind für gute Argumente offen, wenn sie sich verstanden und gut aufgehoben fühlen«, ist Tringenstein-Geschäftsführer Jörg Knell überzeugt. »Der Verkauf unserer hochwertigen Produkte setzt kompetente Beratung voraus. Dieses Potenzial wird von vielen Steinmetzen nicht ausgereizt«, sind sich Jörg Knell und Büttner-Verkaufsleiter Martin Junker einig. Zu oft werde über Preis verkauft; billigere Importsteine würden

Anton Gerstner, GF Zeidler + Wimmel:
»Notwendig sind eine neue Wertschätzung der Baukultur und die Ausschreibung entsprechend hochwertiger Objekte.«

dann automatisch den in Deutschland gefertigten Grabmalen vorgezogen. Umgekehrt erwarte der Steinmetz von seinen Lieferanten optimalen Service, auch was lange Zahlungsziele betrifft. Knell zufolge geht es mittlerweile auch Steinmetzbetrieben an die Substanz. Mit der Liquidität sei es vielfach nicht gut bestellt. »Wenn die Substanz verbraucht ist, setzt das große Sterben ein«, befürchtet er.

Notwendig: Kompetenz vor Ort

Auch der Bundesinnungsverband ist laut BIV-Geschäftsführer Wolfgang Simon zur Überzeugung gekommen, dass der Steinmetz besser argumentieren und verkaufen lernen muss. Argumentieren müsse er nicht nur gegenüber Hinterbliebenen, sondern auch gegenüber Friedhofsträgern und der Kommunalpolitik. Zusammen mit der Firma Strassacker, dem Deutschen Naturwerkstein-Verband (DNV) und der Arbeitsgemeinschaft Friedhof und Denkmal (AFD) bietet er deshalb eine Argumentationsmappe für Steinmetzen und entsprechende Seminare an (▷ S. 46). »Die Steinmetzen bringen sich bislang nicht genug in die Gemeindearbeit und Friedhofsplanung ein«, so Simon. Teilweise liege das auch an mangelnder Kooperationsbereitschaft der Betriebe vor Ort. Die Obermeister hätten hier die Aufgabe, die Betriebe auf gemeinsame Ziele einzuschwören und Initiativen anzuschieben, von denen alle profitieren, nicht zuletzt auch die Trauernden.

Weniger Blöcke

Die sinkende Grabmaleigenproduktion wirkt sich auch auf den Rohblockhandel aus, der zudem mit der Konkurrenz durch indische Blockeinkäufer, steigenden Frachtkosten und Transportengpässen zu kämpfen hat. Die indische Verarbeitungsindustrie wächst. Wer Brüche UND Werke besitzt, gibt die besten Blöcke nicht ab. »Gute Blöcke kann man sich oft nur sichern, indem man sie sofort bezahlt«, berichtet Klaus-Peter Mühlbrecht, Geschäftsführer der Blockhandelsfirma Inbra. Weil insgesamt weniger Blöcke nach Europa verschifft werden, die Transportkapazitäten begrenzt sind und der Transport anderer Güter den Reedereien mehr bringt, liegen die Blöcke oft monatelang im indischen Hafen. »Um dennoch im Vorfeld von z. B. Allerheiligen lieferfähig zu sein, arbeiten wir mit Wettbewerbern zusammen. Vor allem aber unterhalten wir entsprechend große Lager in Antwerpen und Stettin«, so Mühlbrecht.

KURZINFO:

Agenda

Zur Situation der Branche Handwerk / Industrie
- Veränderungen im Zeitraum der letzten 30 Jahren
- Grabmal, Restaurierung, Bau – Status quo und Perspektiven
- Entspricht die Ausbildung / Meisterausbildung den Erfordernissen?
- Bilden sich Betriebsleiter / Fachlehrer ausreichend fort?
- Verbands- und Lobbyarbeit, Zusammenarbeit Handwerk und Industrie

Qualitätssicherung im globalen Markt
- Vergabe an den billigsten Bieter
- Vergabe an Generalunternehmer
- Neue Vergabebedingungen der Städte und Gemeinden
- Ökobilanz und soziale Kriterien

Perspektiven
- Welche Chancen hat die Branche?
- Handlungsbedarf nach innen
- Handlungsbedarf nach außen

Joachim Grüter, Präsident DNV:
»Wir haben in Deutschland die beste Ausbildung und die besten Verlege- und Versetzvorschriften der Welt. Unsere Nachbarländer beneiden uns darum.«

Marktbereinigung?

Zu schaffen macht ihm außerdem die Zahlungsmoral der Kunden. »Die finanzielle Situation der Steinmetzen und damit auch ihrer Lieferanten ist in den letzten Jahren immer angespannter geworden. Unsere Kundschaft verdient nicht mehr genug«, hat Martin Junker festgestellt, der eine »Marktbereinigung« kommen sieht. »Nach den Ausfällen in den Reihen der Grabmalindustrie wird sich in den nächsten zwei bis drei Jahren auch die Zahl der Steinmetzbetriebe verringern«, ist er überzeugt.

»Rohblockhändler und Produzenten fungieren in dieser Situation quasi als Bank, und das ist riskant«, so Mühlbrecht. »Die Blockhändler mussten in den letzten drei Jahren in Deutschland insgesamt 800 000 bis 1 Mio. € an Ausfällen verkraften. Vor diesem Hintergrund werden wir in den nächsten Jahren unsere Klientel wohlweislich genau angucken. Aus rund 6 000 Steinmetzen wird die Lieferindustrie diejenigen herausfischen müssen, die zahlen.«

Matthias Hofmeister, GF Hofmeister:
»Leistungen, die früher selbst erbracht wurden, werden heute fremdvergeben. Die Wertschöpfung findet nicht mehr in den eigenen Betrieben statt.«

Alleinstellungsmerkmal »Eigenfertigung«

Die meisten Steinmetzbetriebe fertigen nicht selbst, sondern kaufen Fertiggrabmale ein. Nur die Schrift wird in der Regel noch eingearbeitet. Auch in der Grabmalindustrie ist die Eigenfertigung zurückgegangen. Nur wenige Unternehmer setzen noch ausschließlich auf die Fertigung im eigenen Werk, d. h. sie verzichten auf den Handel mit Importware. Jörg Knell und Klaus-Peter Mühlbrecht sehen die Eigenfertigung als Chance in einem von Importware geprägten Markt. »Man kann für Nischen produzieren und die Eigenfertigung als Alleinstellungsmerkmal vermarkten«, so Knell. Klaus-Peter Mühlbrecht hofft darauf, dass immer mehr Steinmetzen begreifen, dass sie nicht nur auf den Handel setzen dürfen, sondern auch produzieren müssen.

Naturstein am Bau: Chancen im Premiumsegment

»Die Bauwirtschaft hat in den letzten Jahren die Beschäftigtenzahl halbiert; da ist es schwer, qualifiziertes Personal zu finden«, so Anton Gerstner, Geschäftsführer der Firma Zeidler & Wimmel. Notwendig seien eine neue Wertschätzung der Baukultur und die Ausschreibung und Ausführung entsprechend hochwertiger Objekte, zu deren Verwirklichung dann auch das Steinmetzhandwerk und die Natursteinindustrie beitragen könnte. Ulrich Klösser zufolge muss sich aber auch die Naturwerksteinbranche selbst mit Ästhetik und Design auseinandersetzen. »Wir haben den Steinmarkt zum Jahrmarkt gemacht«, kritisierte der Geschäftsführer der Firma TRACO. Dabei könne man Naturstein in so vielen Kombinationen anbieten und innovativ verwenden. Perspektiven sieht Klösser »im hochwertigen individuellen Segment«. Im Bau und Ausbau von hochwertigen Einfamilienhäusern hätten sowohl Industrie- als auch Handwerksbetriebe gute Chancen. Voraussetzung für den Erfolg sei allerdings eine andere Selbstdarstellung und Leistung, sprich: gutes Marketing, Innovation und Design sowie perfekte Produktion. Den Siegeszug von Quarzwerkstoffen findet Klösser ein Signal: »Wir haben den schöneren, natürlichsten und wertvolleren Werkstoff und verkaufen ihn zu schlechten Preisen!«.

Martin Junker, Rudolf Büttner GmbH:
»Unsere Kundschaft verdient nicht mehr genug.«

Premium oder billig?

Auch, was Produkte für den Bau betrifft, teilt sich der Markt in ein Billig- und ein Premiumsegment, so Dr. Heinecke Werner, Geschäftsführer von Win=Win, Unternehmensberatung mit dem Zusatz »Agentur für globale Verantwortung«. Die Branche müsse ihr exzellentes Wissen besser vermarkten, auch was ihre Selbstdarstellung zum Endverbraucher hin betrifft. Laut Dr. Ralf Kownatzki, Geschäftsführer der Beratungsfirma Rock and Mineral Consulting, hängt die Zukunftsfähigkeit der Naturwerksteinbetriebe wesentlich von ihrer Kompetenz, gerade auch in der Beratung, ab. BIV-Berater Hans-Jürgen Aberle rät dem Steinmetzhandwerk, sich von seiner schicksalsergebenen Haltung zu verabschieden und neue Dinge anzupacken, z. B. die Fertigung von Küchenarbeitsplatten. Matthias Hofmeister erinnerte dar-

KURZINFO:

Statistik Stone 2007

Einblicke in die globale Naturwerksteinwirtschaft gewährt die Statistik »Stone 2007«. Laut Autor Dr. Carlo Montani wächst die Naturwerksteinwirtschaft schneller als die Weltwirtschaft. Die weltweite Produktion belief sich 2006 auf 190 Mio. t (ohne Abfälle im Zuge der Gewinnung und Verarbeitung), der Verbrauch auf mehr als 1 Mrd. m². Der Pro-Kopf-Verbrauch erreichte 16,5 m² pro 100 Menschen (2005: 15,3 m², 2004: 14,6 m², 2003: 13,5 m²). In Deutschland ist die Produktion von 850 000 t (2005) auf 700 000 t gesunken.

Der Inlandsverbrauch stieg auf 2 201 t (2005: 1 556 t). Entscheidend für die Entwicklung in der Steinindustrie war der Handel, der ein Volumen von 41,3 Mio. t erreichte (630 Mio. m²). Der Großteil der Produktion wird nicht in den Ländern eingesetzt, in denen er gefördert wird. Montani prophezeit der Naturstein-Industrie auch in den nächsten Jahren anhaltendes Wachstum. Er schätzt die jährliche Natursteinproduktion bis 2025 auf rund 440 Mio.t. Das Handelsvolumen könnte 3 Mrd. m² erreichen.

Rudolf Büttner GmbH, Schelde-Lahn-Straße, 35713 Eschenburg, Tel. 0 27 70 / 9 12 10, Fax 0 27 70 / 14 19, www.rudolf-buettner.de b··

an, dass das Steinmetzhandwerk zu 85 % aus Kleinstbetrieben besteht, darunter etliche reine Grabmalbetriebe. »Viele Betriebe sind nicht bereit, sich den geänderten Marktbedingungen anzupassen. Es fehlt das Interesse, sich weiterzubilden und die gestiegenen Anforderungen in die Praxis umzusetzen. Handwerkliche Qualität geht oft zugunsten des Preises verloren. Leistungen, die früher selbst erbracht wurden, werden heute fremdvergeben. Die Wertschöpfung findet nicht mehr in den eigenen Betrieben statt.«

Kleine Preise, große Schäden

Die Lage der Naturwerksteinindustrie ist im Baubereich von einem Trend zum Preisverfall gekennzeichnet, der im Liefergeschäft durch einen enormen Angebotsdruck hervorgerufen wird. Laufend treten neue Anbieter von Naturwerksteinarbeiten in den Markt ein. Anbieter aus süd- und osteuropäischen Ländern beteiligen sich zunehmend direkt am Wettbewerb. Hohem Wettbewerb auf der Anbieterseite steht im Objektbereich eine konzentrierte Nachfrage gegenüber, mit entsprechender Preissenkungstendenz. Die Ertragslage der in diesem Marktsegment tätigen Betriebe bleibt daher bei niedrigem Preisniveau weiter angespannt. Der Wettbewerb ist so hart, dass es oft schwierig ist, die eigenen Kosten zu decken, geschweige denn Geld zu verdienen. Den Zuschlag bekommt in der Regel der Anbieter, der am billigsten ist; ob zu den genannten Preisen eine qualitätvolle Bewältigung der notwendigen Arbeiten überhaupt möglich ist, wird nicht hinterfragt. Oft genug kommt es während der Ausführung zu Problemen, die kostspielige Nacharbeiten nach sich ziehen. Insgesamt zahlt der Auftraggeber oft viel mehr, als wenn er sich bei der Vergabe nicht für den billigsten Anbieter entschieden hätte. Schäden und Reklamationen schaden allen Beteiligten.

Problematisch: Vergabe an Generalunternehmer

Ein Problem für die Werksteinbranche stellt die heute weitgehend übliche Komplettvergabe von Bauvorhaben an Generalunternehmer (GU) dar. Die Naturwerksteinarbeiten werden dabei zu Subaufträgen. Der direkte Bezug zum Bauherrn bzw. planenden Architekten – auch die Architekturleistung wird oft von Generalunternehmern mit übernommen – geht dadurch verloren. Die angenommene Senkung der Gesamtbaukosten wird jedoch häufig nicht erreicht. Oft wird im Ausbaubereich und damit auch an den optisch sichtbaren Teilen des Gebäudes wie Fassade und Foyer gespart, um höher als geplant entstandene Rohbaukosten auszugleichen. Darunter leidet die Qualität des Bauens mit Naturwerkstein. Da das Know-how in Bezug auf

Ulrich Klösser, GF TRACO:
»Wir können viel mehr als verlegen. Handwerk und Industrie verkaufen sich unter Wert.«

Naturwerkstein seitens der GU nicht vorhanden ist (nur ein Gewerk unter vielen) kann und wird nicht auf die spezifischen Eigenschaften und Bearbeitungsmöglichkeiten dieses Baustoffs eingegangen. Was dieses Naturprodukt auszeichnet und wie vielseitig damit gestaltet werden kann, wird dem Bauherrn oft nicht richtig vermittelt, mit der Folge, dass dieser, statt die Einzigartigkeit des Naturproduktes wert zu schätzen, eine total homogene Ausführung wie bei einem industriell hergestellten Produkt erwartet.

Rückblick:
»Übergriff« der Fliesenleger

Ein großer Teil der in Deutschland hergestellten Bodenbeläge wird mittlerweile von Fliesenlegern ausgeführt. Begonnen hat ihr »Übergriff« mit dem Produkt Naturwerksteinfliese. Die Steinmetzen befanden diese 1 cm dünnen »Plättchen« als unter ihrem Niveau; Natursteinplatten fingen für sie erst bei 3 cm Dicke an. Problemlos übernahmen die Fliesenleger daher die Verlegung von Natursteinfliesen in ihr

Jörg Knell, GF Steinwerk Tringenstein:
»Hinterbliebene sind für gute Argumente offen, wenn sie sich verstanden und gut aufgehoben fühlen.«

Metier und arbeiteten sich über die Jahre immer besser in die Eigenarten dieses Werkstoffs ein. Heute verlegen sie längst auch großformatige Natursteinfliesen sowie Natursteinplatten, dies aufgrund der langjährigen Erfahrung in der Regel schneller als viele Steinmetze. Hinzu kommt, dass Fliesenleger von jeher mit bauchemischen Produkten umgehen, sehr fortbildungswillig sind und last but not least

Dr. Ralf Kownatzki, GF RMC:
»Wer schadensfrei arbeiten und kompetent beraten will, muss sich fortbilden – insbesondere auch in Sachen Bauchemie!«

davon profitieren, dass sie wesentlich günstigere Tarife ansetzen können als die Steinmetze. Dass der Verband der Fliesenleger jüngst in »Fachverband Fliesen und Naturstein« umbenannt wurde, ist insofern keine Anmaßung, als der Baustoff Naturstein für dieses Gewerk tatsächlich große Bedeutung hat. Auch der Verband der Betonwerksteinfachbetriebe hat jüngst Naturstein in seinen Namen aufgenommen (jetzt »Bundesfachgruppe Betonwerkstein, Fertigteile, Terrazzo und Naturstein im Zentralverband des Deutschen Baugewerbes (BFTN)« und damit der Tätigkeit seiner Mitglieder auch in diesem Bereich Rechnung getragen. Viele Fliesenleger- und auch einige Betonwerksteinbetriebe machen heute den größeren Teil ihres Umsatzes mit der Verlegung von Naturwerkstein.

Reiner Krug, Geschäftsführer des Deutschen Naturwerkstein-Verbandes, wies darauf hin, dass die Entwicklung des Fliesenlegerhandwerks hin zum Naturstein bereits nach dem 2. Weltkrieg begonnen hat. Damals hätten die Fliesenleger mangels keramischer Fliesen nach vergleichbaren Materialien gesucht und die SOLNHOFENER PLATTE gefunden, die bis heute nicht in der Natursteinnorm 18332, sondern in der Fliesenlegernorm 18352 geregelt sei. Die Entwicklung hin zur Fliese ging einher mit Fortschritten im Bereich der Steinverarbeitungstechnik. Mit den Tagliablocchi genannten Blockschneidern können auch kleinere Blöcke zu Schnittlingen (Vorstufe der eigentlichen Fliesenproduktion) verarbeitet werden.

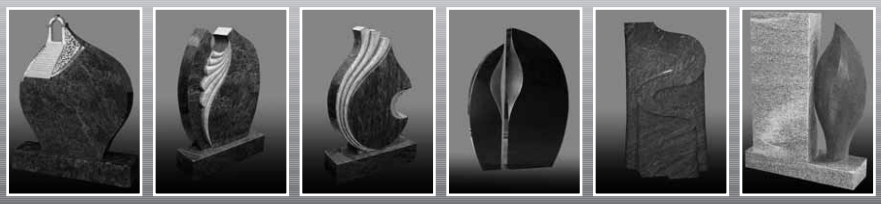
Standard oder exklusiv?

Die Fliese ist ein Standardprodukt, und mit Standardprodukten können deutsche Naturwerksteinfirmen kaum noch etwas verdienen. Der Markt ist übervoll mit Billigfliesen-Angeboten aus aller Welt. Die Chancen für die Branche liegen ganz klar nicht im Handel mit und im Verbau von Standardware (das können andere schneller und billiger), sondern in der Ausführung von Maßarbeit, so im exklusiven Innenausbau und in der Ausführung anspruchsvoll gestalteter Naturwerksteinfassaden. »Wir können viel mehr als verlegen«, so Ulrich Klösser in der Expertenrunde. »Handwerk und Indus-

Dipl.-Ing. (FH) Reiner Krug, GF DNV:
»Von großem Wert wäre der Nachweis, dass mit Naturwerkstein bekleidete Bauten viel wirtschaftlicher betrieben werden können als Gebäude aus Glas und Stahl:«

trie verkaufen sich unter Wert. Wir hätten weitaus mehr Chancen, wenn wir uns öffentlich besser darstellen würden. Der Natursteinmarkt wächst laufend. Insbesondere Küchenarbeitsplatten werden stärker nachgefragt denn je, aber das Geschäft macht nicht der Steinmetz, sondern spezialisierte Anbieter und die Küchenindustrie. Unser Branchenmarketing ist hundsmiserabel.« Auch aus Sicht von DNV-Präsident Joachim Grüter sind die deutschen Naturwerksteinfachbetriebe kompetenter als öffentlich bekannt. Wenig Ahnung von Naturwerkstein hätten dagegen viele Architekten, schon weil sie sich im Zuge ihrer Ausbildung so gut wie nicht mit diesem Baustoff auseinandersetzen müssten. »Wir haben in Deutschland die beste Ausbildung und die besten Verlege- und Versetzvorschriften der Welt. Un-

Seit mehr als 15 Jahren sind wir mit dem Import indischer Fertigware vertraut. Innerhalb kürzester Lieferzeiten bieten wir Ihnen die aktuell beste Qualtiät von kundenspezifischen und ausgefallenen Grabmalen!



sere Nachbarländer beneiden uns darum«, sagte Grüter. Auch er ist davon überzeugt, dass mehr Marketing die Marktchancen der Naturwerksteinindustrie und des Steinmetzhandwerks erheblich steigen lassen würde.

Ahnungslos oder kompetent?

Dr. Ralf Kownatzki warf ein, dass große Natursteinmengen, wie sie im Zuge von Innenstadtsanierungen Einsatz finden, mittlerweile nur noch aus Asien importiert werden. Zwar verfügt Deutschland über ausreichende Gesteinsvorkommen, eine kurzfristige Produktion großer Mengen sei aber kaum mehr möglich. Steinmetzbetriebe oder die Natursteinindustrie sind in der Regel ohnehin nicht beteiligt, da Pflastersteine und Platten mittlerweile als Handelsware von allen möglichen Unternehmen importiert und vertrieben werden – egal ob man etwas von Natursteinen versteht oder nicht. »Steine hätten wir genug, aber wir können nicht zu Billigstpreisen liefern«, kritisierte Ulrich Klösser die Vergabepolitik der Städte und Kommunen. Er räumte allerdings ein, dass viele deutsche Gesteinssorten nicht ad hoc in großen Mengen zur Verfügung stehen.

Gute Chancen: heimische Steine

Die deutsche Naturwerksteinindustrie verfügt über eine mit 160 Sorten große Palette eigener Gesteinsvorkommen und ist laut Reiner Krug weltweit führend, was ihr bautechnisches Know-how betrifft. Derzeit hat sie insofern gute Chancen, als einige Architekten gezielt »Steine vom Ort« nachfragen, die ohne (weltweite) Transporte zu haben sind, sowie Wert auf landschaftsgebundenes Bauen und die Pflege des historischen Baubestands legen. Oft passt der Stein, der im Umfeld abgebaut wird, am besten, gerade wenn es um die Bekleidung von Gebäuden in gewachsenen Ensembles mit alten Werksteinfassaden geht.

Der Einsatz von bislang unbekannten, also neu in den Markt eingeführten Natursteinsorten ist riskant. Die Steine tragen Phantasienamen, die keine Rückschlüsse auf ihre Herkunft und ihre Eigenschaften erlauben. Oft sind

Hans-Joachim Mehmcke, Beratungsbüro:
»Das Berufsbild und die Ausbildung Steinmetz und Steinbildhauer sollte schnellstens der Berufspraxis angepasst werden.«

sie noch nicht ordentlich auf ihre technischen Werte hin geprüft. Was als Granit angeboten wird, ist nicht unbedingt ein Granit. Qualitätssicherung muss hier sehr ernsthaft betrieben werden, zumal es häufig Mischlieferungen von Steinen aus verschiedenen Vorkommen mit unterschiedlichen Eigenschaften gibt. Oft ist der billigst angebotene Stein nicht der preiswerteste.
Der Ausbau von Gebäuden und damit alles Naturwerksteinarbeiten, ob innen oder an der Fassade, bleibt im bauorganisatorischen Ablauf auch zukünftig eine risiko- und problemreiche kurze Terminphase vor der Baufertigstellung. Für das enge Hand-in-Hand-Gehen von Montage und Zulieferung der Werkstücke ist die räumliche Nähe ein Pluspunkt. Gerade, was die Verwendung massiver, profilierter Details und zusammengesetzter massiver Details betrifft, macht aufgrund der Gewichte und der erforderlichen Präzision beim Zusammenfügen eine Fertigung in Deutschland Sinn.

Berücksichtigung sozialer Kriterien

Zu berücksichtigen ist aus Sicht der Natursteinbranche auch, wie die Steine in Ländern wie China und Indien produziert werden. Die Einführung sozialer Standards wird ganz klar befürwortet.

Dr. Heinecke Werner informierte in diesem Zusammenhang über die geplante Reform des deutschen Vergaberechts. Das Bundeswirtschaftsministerium müsse bis Ende der Legislaturperiode eine Reform des Vergabegesetzes über die Bühne bringen. Das Recht soll vereinfacht, die Praxis der Vergabe weniger anfechtbar werden. Die jüngste Stellungnahme des wissenschaftlichen Beirats des BMWI, der an der Vergabe nach ausschließlich wirtschaftlichen Aspekten festhalte, sei nicht korrekt. Der höhere Aufwand der deutschen Bieter in Sachen Arbeitssicherheit und Umweltschutz sei zu berücksichtigen; natürlich könne man in Entwicklungsländern ohne Auflagen günstiger produzieren. Die sich daraus ergebende Wettbewerbsverzerrung der deutschen Wirtschaft sei krass. In der Vergabe werden bereits häufig soziale und ökologische Kriterien berücksichtigt. So fordere die Stadt München für Importware einen Nachweis darüber, dass diese ohne ausbeuterische Kinderarbeit hergestellt worden ist. Ein Beispiel für die Berücksichtigung ökologischer Kriterien sei das Standardsiegel über nachhaltige Waldbewirtschaftung für die Beschaffung von Tropenholz. »Derartige Ausschreibungen sind

Klaus-Peter Mühlbrecht, GF Inbra:
»Aus rund 6 000 Steinmetzen wird die Lieferindustrie diejenigen herausfischen müssen, die zahlen.«

rechtens, so lange es keine erfolgreiche Gegenklage gibt«, erklärte Dr. Werner. Besonders einfach seien solche qualifizierten Ausschreibungen unterhalb der EU-Schwellen zu tätigen (5 Mio. € für Bau, 211 000 € für Lieferungen und Leistungen); dann müsse nämlich nur

ENV ENA Natursteine
ENV-ENA GmbH & Co. KG
Natursteine und Dienstleistungen
Dechant-Deckers-Str. 11 · 52249 Eschweiler
Tel. 00 49 24 03 / 8 76 80 · Fax 00 49 24 03 / 87 68 44

das Haushaltsrecht der jeweiligen Kommunen, Landratsämter, Land oder Bund berücksichtigt werden. Grober Rahmen für solche Ausschreibungen sei die VOB. Werner schilderte das mit den Firmen Seltra und Magna begonnene Win=Win-Projekt Fair Stone zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen in chinesischen Fertigungsbetrieben (**Naturstein** 9 / 2007, ▷ S. 30) und Pläne für eine Zertifizierung indischer Steinbrüche, bei der man sich an den Kernarbeitsnormen der Weltarbeitsorganisation (ILO) orientieren will (▷ S. 24).

BIM Martin Schwieren:
»Wir müssen die Kräfte weiter bündeln und noch besser kommunizieren!«

Ökopass für Naturwerkstein?

Immer öfter werden bei der Gebäudeplanung auch die zu erwartenden Unterhaltskosten berücksichtigt. Laut Reiner Krug hat die Bundesregierung beschlossen, für Bauprodukte einen Ökopass zu entwickeln. Die Angabe ökologisch relevanter Daten soll Bauherren, Planer und die ausführenden Firmen sensibilisieren und nachhaltiges Bauen fördern.

Für die Naturwerksteinbranche von großem Wert wäre der Nachweis, dass mit Naturwerkstein bekleideten Bauten viel wirtschaftlicher betrieben werden können als viele Gebäude aus Glas und Stahl, also bezüglich der sogenannten life cycle costs besser abschneiden. Glasfassaden sind dreimal so energieintensiv wie Natursteinfassaden, ist Ulrich Klösser überzeugt. Hier sind nach Meinung der Experten die Werte für die verschiedenen Gesteinsarten zu berechnen. Das kann aber bis zu 20 000 € pro Material kosten, informierte Krug. Im Leistungsverzeichnis einer Ausschreibung des Vorhabens unter geeigneten Instituten seien erfreulicherweise auch die Gesteinsarten Granit, Marmor, Kalkstein und Sandstein als zu prüfende Baumaterialien vermerkt. In die Bewertung würden dann aber auch betriebsrelevante Einzeldaten wie Entfernung des Steinbruchs vom Werk einfließen.

Außerdem will man den CO_2-Verbrauch berechnen, der für die Herstellung und den Transport der an und in Bauten verwendeten Naturwerksteine bzw. Naturwerksteinprodukte erforderlich ist. Was die Herstellung betrifft, hat Naturwerkstein den Vergleich mit anderen Baustoffen nicht zu fürchten, im Gegenteil, denn dieses Naturprodukt muss nur abgebaut und nicht erst unter hohem Energieeinsatz produziert werden. Was den Transport von Naturwerkstein betrifft, schneiden heimische Gesteinssorten besser ab als Importware aus China oder Indien. Diese

Wolfgang Simon, GF des BIV:
»Die Steinmetzen bringen sich bislang nicht genug in die Gemeindearbeit und Friedhofsplanung ein.«

oft komplexen Berechnungsverfahren werden als Ökobilanz bezeichnet.

Top of the list: Naturwerksteinmechaniker

Was die Ausbildung betrifft, gab es aus der Runde durchweg Lob für das Berufsbild »Naturwerksteinmechaniker«. »Über dieses neue Ausbildungsangebot bekommen wir genau die Leute, die wir für unsere Produktion brauchen«, erklärte Jörg Knell.

Veraltet oder aktuell?

Hans Joachim Mehmcke, selbst Steinmetzmeister, Steintechniker und Sachverständiger für Naturwerksteinarbeiten, kritisierte das traditionelle Berufsbild Steinmetz und Steinbildhauer als total veraltet; was da gelehrt werde, sei für die heutige Berufspraxis kaum mehr relevant. »Wer heute Automechaniker werden will, muss schließlich auch nicht mehr lernen, Kutschenfedern zu schmieden«, meinte er. Dr. Ralf Kownatzki sieht beim Steinmetzen große Wissenslücken, was das Verhalten der unterschiedlichen Naturwerksteine mit bauchemischen Produkten betrifft. Wer hier schadensfrei arbeiten und kompetent beraten wolle, müsse sich fortbilden. Auch in der Ausbildung sollte der Einsatz von Bauchemie stärker Berücksichtigung finden.

Ulrich Klösser hingegen sprach sich dafür aus, die Vermittlung der traditionellen Fertigkeiten in der Ausbildung beizubehalten. Wer sich entsprechend platziere, habe mit den nach wie vor vermittelten Steinmetzfertigkeiten, z. B. in der Bearbeitung massiver Werkstücke, einen oft entscheidenden Wettbewerbsvorteil vor weniger kompetenten Konkurrenten, argumentierte er. Allerdings sei es insgesamt schwierig, geeignete und motivierte Lehrlinge zu finden.

KURZINFO:

Steinmetzen skeptisch

Die deutschen Steinmetzbetriebe beurteilen die wirtschaftliche Lage negativer als noch vor einem Jahr. Das geht aus der diesjährigen Herbstumfrage des BIV hervor, in deren Rahmen 1 000 Betriebe befragt wurden, von denen sich 21,1 % an der Erhebung beteiligten. Im Herbst 2006 haben noch 81,3 % der Befragten die wirtschaftliche Geschäftslage als gut oder zumindest befriedigend bewertet (Frühjahr 2007: 82 %). In diesem Herbst sank der Anteil auf 70 %. 3,6 % der Befragten meldeten einen Auftragsbestand für vier Monate, 35,3 % für zwei bis drei Monate und 58,4 % gaben einen Auftragsbestand von lediglich bis zu einem Monat an.
Bei 11,8 % der Unternehmen sind die Umsätze im letzten halben Jahr gestiegen, 47 % gaben sinkende Umsätze an. Das sind 17 % mehr als noch im Frühjahr. Bei 38 % der Betriebe blieb der Umsatz unverändert.
Die meisten Betriebe blicken kritisch in die Zukunft. 49 % gehen von einer gleichbleibenden Entwicklung ihrer Geschäftslage aus, 45 % erwarten eine Verschlechterung. Mit Umsatzeinbußen rechnen 52 %, mit gleichbleibenden Umsätzen 39 %. Mit Steigerungen rechnen lediglich 7,2 %.
50 % erwarten einen sinkenden Auftragsbestand, 43 % rechnen mit keiner Veränderung und 4,5 % erhoffen sich einen Anstieg.
20 % der Betriebe planen im nächsten halben Jahr Investitionen, vornehmlich Ersatzinvestitionen.

Galerie der Gesellenstücke

Viele Steinmetz- und Industriebetriebe bilden heute nicht oder kaum mehr aus, zum einen, weil die Lehrlinge aufgrund von Berufsschule und überbetrieblicher Unterweisung zu wenig im Betrieb sind, zum anderen, weil sie sich keine zusätzliche Konkurrenz heranziehen wollen.

Matthias Hofmeister sprach sich für die Beibehaltung des dualen Systems aus, das eine breite Ausbildung gewährleiste. Problematisch findet er, dass die erworbenen Kenntnisse und Fertigkeiten nach Abschluss der Ausbildung kaum angewendet werden können. »In vielen Firmen steht eine Galerie von Gesellenstücken, die mit der Praxis nichts zu tun haben. Wenn die erworbenen Fertigkeiten nicht umgesetzt werden können, ist das für den Nachwuchs nicht motivierend.«

Als sehr positiv gewertet wurde das Engagement des Steinmetzhandwerks für den Wiederaufbau der Frauenkirche. »Viele Lehrlinge und Meisterschüler haben mit Begeisterung Werkstücke für dieses Bauvorhaben gefertigt und dabei ihr Handwerk als eines erlebt, mit dem man sich identifizieren und auf das man stolz sein kann«, so Wolfgang Simon, Geschäftsführer des Bundesinnungsverbands. »Leider sind solche Arbeiten und Kooperationen selten«, so Hofmeister. »Fertigkeiten, die nicht praktisch angewendet werden, gehen mit der Zeit verloren«, gab er zu bedenken.

Mehr Marketing!

Eine große Marketingkampagne setzt voraus, dass sich Handwerk und Industrie sowie auch die Betriebe untereinander besser verstehen und kooperieren, stellte Florian Billen, Geschäftsführer der Firma Naturstein Billen, fest. »Wir verästeln uns so sehr, dass wir von außen nicht als Einheit wahrgenommen werden«, bedauert Joachim Grüter. »Wir bremsen uns selbst ein, indem wir uns untereinander bekämpfen«, pflichtete ihm Ulrich Klösser bei. »Kooperation ist die Ausnahme.« Viele Firmen lägen seit Jahren in einem erbitterten Wettstreit. »Solche Verkantungen bekommt man nicht mehr gerade gerückt«, befürchtet Klösser – »außer vielleicht durch Generationswechsel.« Eindrucksvoll habe die durch die Nachwuchsgeneration angeschobene gemeinsame Marketinginitiative der »anroechter stone group« gezeigt, dass es sich für konkurrierende Betriebe lohnen kann, in Sachen Marketing einen gemeinsamen Weg zu gehen. »Die Anroechter erzielen heute um 20 bis 25 % höhere Preise«, so Klösser.

Dr. Heinecke Werner, GF Win=Win:
»Der höhere Aufwand deutscher Bieter in Sachen Arbeitssicherheit und Umweltschutz muss berücksichtigt werden.«

Perspektiven? Na klar!

Reiner Krug sieht zuversichtlich in die Zukunft. Die Nachfrage nach Naturwerkstein steige weltweit, und Deutschland sei nach wie vor ein großer Markt. Außerdem werde Naturwerkstein als natürlicher, schadstofffreier Baustoff mehr denn je positiv wahrgenommen. Die deutsche Naturwerksteinindustrie sei technisch gut ausgestattet und hoch leistungsfähig. Allerdings müsse sie sich um eine bessere Imagewerbung für ihren Werkstoff bemühen, auch in Kooperation mit dem BIV über den Zentralverband der Deutschen Naturwerksteinwirtschaft (ZDNW).

Wie Ulrich Klösser betonte, hat die deutsche Naturwerksteinwirtschaft mit 160 deutschen Steinen, langjähriger Erfahrung in Sachen Bau und Restaurierung und hervorragendem Know-how sehr gute Chancen auf dem heimischen Markt und im Export. Anton Gerstner wünscht sich eine Kooperation der Verbände in Sachen Marketing und von der Politik mehr Einsatz für Deutschlands Baukultur.

Die Kräfte weiter bündeln wollen auch Martin Schwieren, Wolfgang Simon und Hans-Jürgen Aberle. Verbandsintern setzen sie auf Strukturreformen, noch mehr Kommunikation und die Motivation der Steinmetzen durch die mit der Firma Strassacker vorbereiteten Grabmalseminare, in denen den Teilnehmern auch die Argumentationsmappe nahegebracht werden soll. Außerdem will man intensiv in die Werbung neuer Mitglieder investieren. Die Werbung neuer Mitglieder liegt auch Joachim Grüter sehr am Herzen. »Die Branche hat einen wunderbaren Werkstoff, ein tolles Know-how und gute Chancen im wachsenden Markt«, sagte Grüter, aber sie werde öffentlich noch viel zu wenig wahrgenommen. »Wir brauchen mehr Marketing«, stellte er fest, und: »Wir sind reich an Ideen, aber um sie umzusetzen, brauchen wir Geld. Deshalb rufe ich alle Kollegen auf: Unterstützen Sie unsere Aktivitäten durch eine Mitgliedschaft im Verband!«

Bärbel Holländer

KURZINFO:

Teilnehmer

- Florian Billen, GF Naturstein Billen GmbH, Wolfsburg
- Anton Gerstner, GF Zeidler + Wimmel GmbH & Co. KG, Kirchheim
- Joachim Grüter, Präsident Deutscher Naturwerkstein-Verband e.V., Würzburg
- Matthias Hofmeister, SV und GF Hofmeister GmbH, Frankfurt
- Ulrich Klösser, GF TRACO, Bad Langensalza
- Jörg Knell, GF Steinwerk Tringenstein GmbH, Tringenstein
- Dr. Ralf Kownatzki, GF Rock and Mineral Consulting, Herzogenrath
- Dipl.-Ing. (FH) Reiner Krug, GF Deutschen Naturwerkstein-Verband e.V. (DNV), Würzburg
- Hans-Joachim Mehmcke, Beratungsbüro für Naturwerkstein, Erkrath
- Klaus-Peter Mühlbrecht, GF Inbra AG, Bad Harzburg
- Martin Schwieren, Bundesinnungsmeister des BIV, Frankfurt
- Wolfgang Simon, GF des BIV, Frankfurt
- Martin Junker, Rudolf Büttner GmbH, Eschenburg
- Dr. Heinecke Werner, Win=Win Agentur für globale Verantwortung, Kirchheim u. Teck
- Hans-Jürgen Aberle, BIV
- Sebastian Hemmer, Redaktion