

Interview mit Francisco Martínez-Cosentino:

Mit den Steinmetzen wachsen

Naturstein sprach mit Francisco Martínez-Cosentino, Präsident der Cosentino Group, über Ziele, Zukunftsmärkte und Strategien. Die Entwicklung von Silestone® hätte ihn fast ruiniert, verriet er unserer Redaktion.

Naturstein: Cosentino hat sich seit seiner Gründung 1979 von einem kleinen Unternehmen zu einem weltweit agierenden Konzern entwickelt. Seit 2001 ist der Umsatz jährlich um durchschnittlich 56,1 % gestiegen. Woher kommt dieses Wachstum?

Francisco Martínez-Cosentino: Ein Grund dafür ist, dass wir mit Silestone® ein Produkt anbieten, das sehr gut ankommt und ständig weiterentwickelt wird. Beispielsweise haben wir 2005 den antibakteriellen Schutz Microban® auf den Markt gebracht. Wir orientieren uns an den Bedürfnissen der Kunden, passen uns an die Märkte an, für die wir spezielle Produkte entwickeln. Kunden in Nordeuropa wollen beispielsweise eher dunkle Farben, im Süden sind helle, mediterrane Töne gefragt. Kunden in den USA bevorzugen die Farben von Naturstein, beispielsweise Granit. Außerdem sind wir ständig auf der Suche nach guten Leuten, um guten Service bieten zu können. Unsere Mentalität ist global. Wir sind ein gutes Beispiel für das neue, grenzenlose Europa.

Naturstein: Wie viel Ihrer Produktion verkaufen Sie außerhalb Spaniens?

Martínez-Cosentino: Rund 64%. In den USA haben wir rund 8 % Marktanteil bei Küchenarbeitsplatten. In Spanien selbst sind es sogar 30 bis 35 %.

Naturstein: Verkaufen Sie mehr Naturstein oder Silestone®?



(Foto: Cosentino)

Francisco Martínez-Cosentino,
Präsident der Cosentino Group

Martínez-Cosentino: : 82 % unseres Umsatzes machen wir mit Silestone®.

Naturstein: Wie kam es zur Entwicklung von Silestone®?

Martínez-Cosentino: Wir wollten ein Produkt anbieten, mit dem sich die Kunden identifizieren, auf das sie gewissermaßen stolz sind. Bis zur Markteinführung 1990 haben wir sieben bis acht Jahre an der Entwicklung von Silestone® gearbeitet und viel investiert. Das hätte mich fast ruiniert. Zuerst haben wir versucht, ein Kompositmaterial mit Marmorbestandteilen herzustellen – ohne Erfolg. Schließlich hat es mit Quarz geklappt.

Naturstein: Stellt Silestone® eine Konkurrenz für Naturstein dar?

Martínez-Cosentino: Nein, Silestone® bietet gerade Steinmetzen eine Chance für das 21. Jahrhundert. Es handelt sich um ein industrielles Pro-

dukt, das es dem Steinmetzen ermöglicht, anderen Materialien wie Holz oder Stahl etwas entgegenzusetzen. Silestone® stellt eine Evolution im Natursteinbereich dar.

Naturstein: Die USA und Spanien sind die wichtigsten Märkte für Cosentino. Wird es für Sie auf dem US-Markt aufgrund des schwachen Dollar-Kurses und der Krise auf dem Immobilienmarkt schwieriger?

Martínez-Cosentino: Der schwache Dollar ist auf jeden Fall nicht unproblematisch. Trotzdem sehen wir auf dem US-Markt nach wie vor großes Wachstumspotential für Silestone®, nicht zuletzt auf Kosten anderer Materialien wie Holz und Stahl, die im Bereich Küchenarbeitsplatten zurückgehen.

Naturstein: Gegenüber den USA und Spanien ist Ihr Umsatz im restlichen Europa mit ca. 7 % noch eher gering. Auch hier möchten Sie wachsen. Wo besonders?

Martínez-Cosentino: Der am stärksten wachsende Markt ist für uns derzeit Großbritannien. Darüber hinaus wollen wir unsere Präsenz u. a. in Italien und v. a. auch in Deutschland ausweiten.

Naturstein: In Deutschland wird Silestone® seit September durch die Roskopf & Partner AG vertrieben. Außerdem erweitern Sie das Netz eigener Auslieferungslager. Welche Strategie verfolgen Sie auf dem deutschen Markt?

Martínez-Cosentino: Deutschland ist einer der wichtigsten Märkte in Europa. Unser Ziel ist es, hier Marktführer zu werden. Mit unseren eigenen Lagern möchten wir Präsenz zeigen und umfangreichen Service bieten. Für uns ist



Kontur

Traditionell und klassisch geformte Denkmale.

Entwickelt nach eigenen oder individuellen Entwürfen.

Hergestellt in Deutschland, in eigener Produktion

Der Tradition verpflichtete Gestaltung.

Gräf Granit GmbH, Reitsteig 8, 95186 Höchstädt/Fichtelgebirge
 Telefon 092 35 / 981 80, Telefax 092 35 / 14 12, info@graef-granit.de, www.graef-granit.de
 Alle Formen unterliegen dem Geschmacksmusterschutz Nr. 406 060 90.8

GRÄF

es wichtig, schnell liefern zu können. Daneben haben wir mit Roskopf & Partner einen Partner, der den deutschen Markt genau kennt und über etablierte Vertriebsstrukturen verfügt.

Naturstein: Welche Rolle spielen Steinmetzen in Cosentinos Marketing-Konzept?

Martínez-Cosentino: Wir versuchen, den Steinmetzen ein ideales Produkt anzubieten. Außerdem unterstützen und beraten wir sie. Wir möchten gemeinsam wachsen.

Naturstein: Auch im Naturstein-Bereich haben Sie stark investiert. Ihre Produkte haben Sie vor drei Jahren unter der Marke SCALEA zusammengefasst, um sie neu zu positionieren. Wie sehen Ihre weiteren Pläne aus?

Martínez-Cosentino: Auch im Natursteinbereich entwickeln wir unsere Produkte ständig weiter. Wir werden

demnächst unsere neue Granitserie SENSE auf den Markt bringen, die u. a. im Bau- und Küchenbereich etabliert werden soll. Die Materialien dieser Linie zeichnen sich durch einen speziellen Oberflächenschutz gegen Flecken aus.

Naturstein: Wo sehen Sie weitere Zukunftsmärkte?

Martínez-Cosentino: Wir haben u. a. eine Fabrik und ein Lager in Brasilien eröffnet sowie im letzten Jahr eine neue Niederlassung in Mexiko. Auch in Japan und Australien sind wir präsent. Weitere Investitionen sind u. a. in China geplant, wo wir unsere Produkte über eigene Vertriebspartner anbieten wollen.

Interview: Sebastian Hemmer

KURZINFO:

Francisco Martínez-Cosentino

Die Familie Cosentino stammt ursprünglich aus Scalea an der süditalienischen Westküste. 1940 haben die Eltern von Francisco Martínez-Cosentino mit dem Abbau von Granit und der Herstellung einfacher Marmorprodukte in Macael in der spanischen Region Almería begonnen. Gemeinsam mit seinen zwei Brüdern gründete Francisco Martínez-Cosentino 1979 die Gesellschaft Mármoles Cosentino S. A. Anfangs produzierte das Unter-

nehmen den Marmor BLANCO MACAEL, der v. a. für Bauprojekte an der Costa del Sol verwendet wurde. In den 1980er Jahren investierte Cosentino in neue Produkte und begann, auch außerhalb Spaniens zu expandieren. Die Markteinführung von Silestone® bedeutete den endgültigen Durchbruch: Cosentino entwickelte sich laut eigenen Angaben zum weltweiten Marktführer im Bereich Quarzwerkstoff.