

Pro Naturstein:

Werben für Naturstein

»Es geht nicht um Einzelinteressen, sondern um Gemeinschaftswerbung«, sagt Jürg Depierraz. Das klingt so einfach und ist doch so schwierig. Wie dies gelingen kann, verrät der Geschäftsführer von Pro Naturstein.

Ein denkmalgeschütztes Fabrikgebäude einer ehemaligen Spinnerei an der Sandrainstraße in Bern beherbergt seit dem 1. April 2007 die neue Geschäftsstelle der Schweizerischen Arbeitsgemeinschaft Pro Naturstein. Es ist das Büro der Agentur von Jürg Depierraz. Der Betriebswirtschaftler managte bereits als Werkstudent Verbände und ist seit 2001 selbständiger PR- und Kommunikationsberater. Als Geschäftsführer von Pro Naturstein haben er und sein Team mit Sabrina Colombi und Stef Kormann die schwierige Aufgabe, die finanziell angeschlagene Arbeitsgemeinschaft wieder auf soliden Boden zu führen und gleichzeitig effektive Werbestrategien für den Naturstein zu entwickeln.

Naturstein: Herr Depierraz, Sie waren schon einmal für Pro Naturstein tätig. Was hat Sie dazu bewogen, als Geschäftsführer zurückzukehren?



Jürg Depierraz, Geschäftsführer von Pro Naturstein, hat die schwierige Aufgabe, mit wenig Geld effektiv für Naturstein zu werben.

Depierraz: Im Jahr 2001 hatte ich mich mit einer eigenen Agentur selbständig gemacht. Sie ist auf Kommunikation und auf die Gesamtadministration für Verbände spezialisiert. Als ich hörte, dass Pro Naturstein einen Geschäftsführer sucht, habe ich mich beworben.

Naturstein: Sie waren nicht der einzige Bewerber um das Amt des Geschäftsführers. Was hat den Ausschlag für Ihre Wahl gegeben?

Depierraz: Einerseits war es sicherlich von Vorteil, dass die Natursteinbranche für mich kein unbekanntes Pflaster war. Andererseits bietet meine Agentur die Infrastruktur, die es braucht, um die Arbeitsgemeinschaft zu betreuen. Zudem arbeite ich auf Mandatsbasis für Pro Naturstein und bin nicht als hauptamtlicher Geschäftsführer angestellt. Das gewährt beiden Seiten mehr Flexibilität und Sicherheit.

Naturstein: Pro Naturstein war unter Ihrem Vorgänger Dr. Alex Mojon finanziell ins Trudeln geraten. Schaut man Ihnen nun genau auf die Finger?

Depierraz: (lacht) Das ist so. Die Sensibilität bei den Mitgliedern ist groß und das ist auch in unserem Interesse. Die Finanzen müssen restriktiv und transparent gehalten werden. Das ist eine Grundvoraussetzung. Wir sind professionell und haben unsere operative Finanzbuchhaltung an eine freie Mitarbeiterin ausgelagert. Die Gesamtverantwortung liegt bei mir.

Naturstein: Wie finanziert sich Pro Naturstein?

Depierraz: Einmal durch die Mitgliederbeiträge, die sich nach der Größe der Firma richten. Dann durch den Lieferantenbatzen, der aber nur einen kleineren Teil ausmacht. Hier verpflichten sich die Mitglieder und ihre Materiallieferanten vertraglich, einen kleinen Prozentsatz vom Rechnungsbetrag – in der Regel 0,25 % – an die Arbeitsgemeinschaft zu überweisen. Und schließlich gibt es auch Einnahmen aus dem Verkauf von Publikationen und dem Musterordner. Für Projekte wie den Messeauftritt auf der Swisssbau müssen jedoch extra Summen aufgebracht werden.

Naturstein: Und wie steht es derzeit um die Finanzen bei Pro Naturstein?

Depierraz: Unser finanzieller Rahmen ist immer noch sehr eng. Für das Geschäftsjahr 2006 / 2007 konnten wir zwar einen bescheidenen Gewinn verbuchen. Auch für dieses Geschäftsjahr

KURZINFO:

Zur Person

Jürg Depierraz (39) ist seit dem 1. April 2007 Geschäftsführer der Werbegemeinschaft Pro Naturstein und des Verbands der schweizerischen Natursteinbranche, NVS. Er studierte in Bern Betriebswirtschaft und war bereits 1989 als Werkstudent bei Markus Kamber & Partner im Verbandsmanagement tätig. Seit dem 1. Januar 2001 arbeitet er als selbständiger PR- und Kommunikationsberater mit einer eigenen Agentur für Verbände und Interessengemeinschaften in Bern.

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



ist ein Gewinn von 25000 Schweizer Franken budgetiert. Aber die Eigenkapitalbasis ist immer noch nicht gegeben. Wir sind in der Konsolidierungsphase und haben noch viel zu tun. Gleichzeitig stecken wir in einem Dilemma: Wir können nicht so aktiv werden, wie wir eigentlich sollten. Die Vorfinanzierung von Projekten ist nur schwer möglich. Über die lange Vorbereitungsphase für die Swissbau 2010 sind wir deshalb nicht unglücklich. Die Swissbau ist für uns eine Leitmesse. Die Natursteinbranche muss dort vertreten sein und sich so gut wie möglich präsentieren. Pro Naturstein möchte deshalb mit einer Naturstein-Welt ein besonderes Forum schaffen, auf dem sich Natursteinfirmen konzentriert dem Publikum vorstellen können, mit uns als Mitte.

Naturstein: Gibt es 2008 ein Highlight auf das Sie hinarbeiten?

Depierraz: Einige unserer Publikationen erhalten eine Neuauflage, darunter auch der Musterordner. 2008 sind hier wichtige Vorbereitungen zu leisten.

Naturstein: Wie gestaltet sich die Zusammenarbeit mit dem neunköpfigen Vorstand?

Depierraz: Im operativen Geschäft konzentriert sie sich im Wesentlichen auf den Präsidenten Martin Hess. Große Projekte werden natürlich vom Vorstand abgeseget.

Naturstein: Pro Naturstein hat bereits kurz nach Ihrem Amtsantritt einen neuen Internetauftritt erhalten. Worauf haben Sie besonderen Wert gelegt?

Depierraz: Wir wollten den Informationscharakter erhöhen. Die Homepage war bisher sehr auf die Mitglieder ausgerichtet. Jetzt haben wir den Nutzen für das Zielpublikum erhöht, informieren mehr über Naturstein, bringen News und Aktuelles.

KURZINFO:

Pro Naturstein

Pro Naturstein wurde 1984 von Schweizer Verbänden aus der Natursteinbranche gegründet, um Naturstein als Baustoff einer breiten Öffentlichkeit vorzustellen und seine Verwendung zu fördern. Die Arbeitsgemeinschaft veröffentlichte hierzu zahlreiche Publikationen, darunter ein Naturstein-Musterordner mit farbechten Abbildungen einer Auswahl von 230 Natursteinen aus aller Welt. »Swissrock-compact« zeigt darüber hinaus eine Auswahl von 30 kleineren Mustern aus Schweizer Steinbrüchen. Die Beteiligung an Fortbildungsveranstaltungen, Ausstellungen und Messen wie der Swissbau in Basel und der Stone+tec in Nürnberg, sind weitere wichtige Aktionsfelder der Arbeitsgemeinschaft. Ihr gehören derzeit 138 Mitglieder aus acht Trägerverbänden an, die das Steinmetzhandwerk, die Naturstein produ-



Die drei von der Geschäftsstelle: Sabrina Colombi, Stef Kormann (stehend) und Geschäftsführer Jürg Depierraz.

zierende und verarbeitende Industrie, die Plattenleger und Pflasterer, die Garten- und Landschaftsbauer sowie Betriebe aus der französisch- und italienischsprachigen Schweiz vertreten. Präsident von Pro Naturstein ist seit dem 1. Dezember 2004 Martin Hess, Geschäftsführer seit dem 1. April 2007 Jürg Depierraz. Kontakt: www.pronaturstein.ch

Naturstein: Wo sehen Sie derzeit die Chancen und wo die Risiken für die Schweizer Natursteinbranche?

Depierraz: Die Chancen von Naturstein liegen nach wie vor in seinem ästhetisch anspruchsvollen Charakter. Am Bau hat sich die Preisentwicklung allerdings weiter verschärft. Die Margen sind schmal. Das ist aber ein Problem der gesamten Schweizer Baubranche.

Naturstein: Unter dem Dach von Pro Naturstein befinden sich acht Trägerverbände, darunter Pflasterer und Landschaftsbauer. Sie alle wollen ihre Interessen vertreten sehen. Wie gehen Sie damit um?

Depierraz: Gut zuhören, in eine Richtung marschieren und Schwerpunkte setzen. Das Anwendungsgebiet von Naturstein ist doch unendlich breit. Man kann gar nicht alles zeigen. Hier geht es auch nicht um Einzelinteressen. Es geht um das Begreifen der Gemeinschaftswerbung: Der Naturstein steht im Fokus, nicht der Grabstein, die Fassade oder der Pflasterstein. Pro Naturstein heißt: »Werben für Na-

turstein« – dieses Bewusstsein muss in die Köpfe.

Naturstein: Hat die Krise zu einem Mitgliederrückgang geführt?

Depierraz: Es gab sicherlich einige Austritte, aber ich spüre auch einen relativ großen Goodwill. Unsere bisherige Arbeit wird honoriert und akzeptiert. Das zeigte auch die Generalversammlung im Oktober. Uns kommt es jetzt darauf an, wieder Vertrauen zu gewinnen. Das braucht Zeit. Die Mitglieder sehen, dass ein Neustart erfolgt ist. Sie spüren, dass sie wieder ernst genommen und dass ihre Anfragen beantwortet werden.

Naturstein: Was wäre, wenn es Pro Naturstein nicht gäbe?

Depierraz: Das wäre fatal gegenüber den Konkurrenzprodukten. Die Natursteinbranche würde das Feld der Holz-, Stahl- oder Glasindustrie überlassen. Einzelbetriebe müssten sich noch mehr um ihr Image bemühen. Das wäre für die meisten aber viel zu teuer.

Interview: Christiane Weishaupt



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



Manche Designs halten allem stand, selbst Ihrem Alltag



Säurebeständig
Kratz- und Abriebfest
Schlagfest
Öl- und Fettbeständig

EINFACH ZU REINIGEN

Fragen Sie nach QUARTZ COMPAC


QUARTZ COMPAC

COMPAC LOGISTICS S.L.U.
Zweigniederlassung Deutschland
Elisabethenstrasse 1-3, D- 65830 - Kriftel
Tel.: +49 (0) 6192 92857-74
Fax.: +49 (0) 6192 92857-76
deutschland@compacmq.com

www.compacmq.com