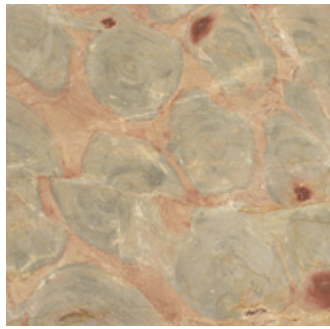
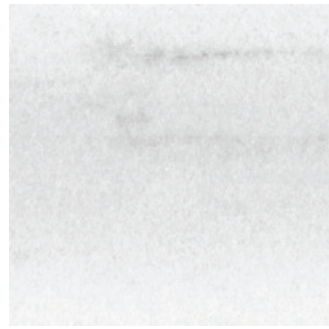


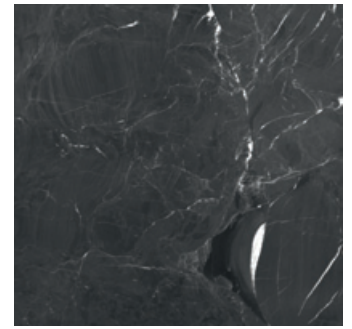
**MAJESTIC BROWN**, Quarzit,  
Granos ([www.granos.com.br](http://www.granos.com.br))



**CAPPADOCIA**, Marmor mit  
Stromatolithen, Michelangelo  
([www.michelangelobr.com](http://www.michelangelobr.com))



**BRANCO CLASSICO VEIADO**,  
Marmor, Marbrasa  
([www.marbrasa.com.br](http://www.marbrasa.com.br))



**NERO MICHELANGELO**,  
Marmor, Michelangelo  
([www.michelangelobr.com](http://www.michelangelobr.com))

Messe Vitória 2008:

# Licht und Schatten

Auf der Steinmesse in Vitória zeigten sich Licht und Schatten der brasilianischen Natursteinbranche. Viele Firmen stecken im Moment in einer Krise.

**R**eden wir in diesem Bericht über die Steinmesse im brasilianischen Vitória zunächst über die unübersehbaren Stärken der Steinindustrie dort, auch wenn die Anzeichen für die aktuelle Schwäche nicht zu übersehen waren. Denn bei der Schau im Februar stach wie üblich die so genannte Geodiversität heraus, also die Vielfalt der Gesteinsorten, und wieder wurden etliche glanzvolle Neuheiten präsentiert, so als würden Produzenten und Verarbeiter ganz ohne Sorgen in die Zukunft blicken. Es waren vor allem Marmore, die als Neuheiten diesmal ins Auge fielen (siehe Fotos), und damit kehrte die Zunft quasi zu ihren Anfängen zurück. Denn mit Marmoren hatte Brasiliens Steinindustrie in

den 1920ern ihren Anfang genommen. Deren Aufschwung war v. a. allem von den Bundesstaaten Rio de Janeiro und Minas Gerais ausgegangen, hatte in den 1960ern mit dem Bau der neuen Hauptstadt Brasília und einem Hotelboom im Zuge des beginnenden Tourismus zu einer ersten Blüte gefunden und war in den 90ern dann nach Espirito Santo mit den Graniten dort gewechselt.

## Ja, wir haben Marmor!

So übersehbar war für die Kenner der Branche diese, um es biblisch auszudrücken, Wiederauferstehung der Marmore aus dem Süden, dass ein Beobachter des nationalen Branchenverbands Abirochas voller Begeisterung gegenüber Natur-

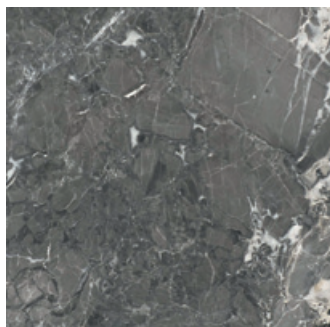
stein ankündigte, er werde seinen Messebericht mit dem Satz »Ja, wir haben Marmor« überschreiben. Darin steckt, sind wir doch in Brasilien, natürlich ein Scherz – der Titel verballhornt nämlich einen Schlager aus den 30ern, als das ganze Land trällerte »Ja, wir haben Bananen, zum Verschenken und Verkaufen«. Neben Marmor gab es etwa 25 neue unter den ausgestellten Quarziten, die sich zu einer weiteren Spezialität Brasiliens entwickeln. Spektakuläre Stücke waren wie üblich die Exóticos. Das sind Granite mit heftigen Strukturen und kräftigen Farben, mit denen die Brasilianer im vergangenen Jahrzehnt den US-Markt aufgerollt haben: Hier sind die Strukturen im Stein so bewegt, dass keine Unmaßplatte der anderen gleicht, was genau den Wunsch der US-Bürger nach Individualität etwa jeder Küchenarbeitsplatte traf.

## Die Krise und ihre Ursachen

Aber: Unübersehbar waren daneben auch die Anzeichen der Krise. So gab es bei den Besucherzahlen einen Rückgang, nämlich um gut 6%, der ausschließlich durch das Ausbleiben ein-



**GRIS VALENCIA**, Marmor,  
Michelangelo  
([www.michelangelobr.com](http://www.michelangelobr.com))



**GRIGIO MICHELANGELO**,  
Marmor, Michelangelo  
([www.michelangelobr.com](http://www.michelangelobr.com))



**ARABESCO CAPPADOCIA**,  
Marmor, Michelangelo  
([www.michelangelobr.com](http://www.michelangelobr.com))



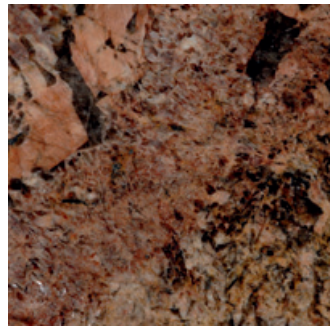
**MOLOKAI**, vermutlich  
vulkanische Brekzie, Próton  
([www.proton.com.br](http://www.proton.com.br))



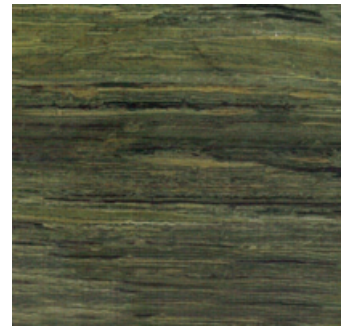
**EMERALD QUARTZ, Quarzit,**  
Granasa ([www.granasa.com.br](http://www.granasa.com.br))



**SAUIPÉ, Quarzit, Marbrasa**  
([www.marbrasa.com.br](http://www.marbrasa.com.br))



**BORDOUX, Granit Exótico,**  
Granasa ([www.granasa.com.br](http://www.granasa.com.br))



**AMAZÔNIA, Granit Exótico, Zucchi**  
([www.granitozucchi.com.br](http://www.granitozucchi.com.br))

heimischer Gäste verursacht wurde. Aus dem Ausland hingegen kamen laut Veranstalter etwas mehr Besucher als im Vorjahr und auch mehr Aussteller. Dabei ist die aktuelle Krise zumindest zum Teil hausgemacht. Denn zum einen haben viele Firmen in den Jahren des Exportbooms blindlings der Nachfrage aus Nordamerika vertraut. Zu dieser Monopolstruktur, vor der die Experten schon lange gewarnt hatten, kamen ungelöste strukturelle Probleme bei vielen Firmen dazu, etwa eine

unzureichende Kapitaldecke. Gravierend erschwert wurden die Absatzprobleme in den USA nun noch durch den für Brasiliens Ausfuhren Verfall des Dollarkurses.

Insofern dürften die in den Messehallen kursierenden Spekulationen über 20 bis 50% Personalabbau und Schließungen bei Steinbrüchen und Verarbeitern nicht aus der Luft gegriffen sein. Nüchtern fiel deshalb die Analyse von Áureo Mameri, Verbandschef in Espírito Santo, aus: »Nicht überleben

werden die Firmen mit schlechter Struktur«, sagte er. Cid Chiodi, Berater beim nationalen Verband Abirochas, formulierte ähnlich: »Die Branche nach der Krise wird nicht mehr die von zuvor sein.« Gemeint sind dabei beide Aussagen positiv, nämlich im Sinne einer notwendigen Konsolidierung der Zunft nach Jahren des Wildwuchses, als es jährliche Exportsteigerungen von um die 30% gegeben hatte. In den beiden letzten Jahren hatten die Exporteure jeweils 1,1 Mrd. US-\$ erwirtschaften können.

In welche Richtung die Reise nun geht, lässt sich an den Strategien derjenigen Unternehmen ablesen, die nur wenig von der Krise betroffen sind. Erstens haben sie sich nicht dem Abnehmermonopol ausgesetzt, sondern beliefern eine breite Palette von Ländern. Indem sie – zweitens – Sorten anbieten, die andere Länder nicht haben, haben sie Alleinstellung erreicht und sind damit dem Preiskampf etwa mit der Konkurrenz aus Asien ausgewichen – »Made in Brazil« ist hier der Slogan. Solche Sorten sind unter anderem die Exóticos, die jungen Wilden, sozusagen, die nun stärker als bisher auch nach Europa kommen sollen. Manche dieser Firmen berichteten auf der Messe von »Umsatzsteigerungen«, und im Blick auf das Problemland USA war zu hören, man werde dort die Vertriebsbemühungen »weiter verstärken«. Genau dazu hatte Sérgio Azevedo, Chef des nationalen Verbands Abirochas, auf der Pressekonferenz aufgerufen: »Wir dürfen nicht wieder verlieren, was wir schon gewonnen haben.« Eine Strategie ist hier das Anbieten der so genannten Super-Exóticos sein, also extrem teurer Sorten mit Preisen von über 200 \$ pro m<sup>2</sup>. Gespannt sein darf man auch, wie es – drittens – mit dem Inlandsmarkt wei-

**INTERVIEW:**

**Import von Noblesse**

Brasilien führt zunehmend Naturstein aus dem Ausland ein, obwohl es selbst weltweit einer der größten Produzenten von Naturstein ist. Peter Becker befragte dazu Michael Cramer, Geschäftsführer von Grein Italia.

**Naturstein: Grein liefert zunehmend italienische Steine nach Brasilien. Haben Sie Zahlen dazu?**

**Michael Cramer:** Wir haben 2007 für ca. 2,8 Mio. € Steine nach Brasilien geliefert und rechnen in diesem Jahr mit einer Verdoppelung. Ein Markstein bei unseren Bemühungen war, dass wir einen Showroom und ein Lager eingerichtet haben.

**Naturstein: Was liefern Sie?**

**Michael Cramer:** An Farben gehen Creme-, Braun- und Beigetöne, an Materialien Marmore aus Carrara und Travertine. Auffällig ist die Nachfrage nach hochwertigen Steinen – die erste Wahl ist Standard auf dem brasilianischen Binnenmarkt.

**Naturstein: Wie erklären Sie die Nachfrage nach ausländischen Steinen dort?**

**Michael Cramer:** Es sind zwei Phänomene. Einmal gibt es bei der wohlhabenden



**Michael Cramer**

Mittelschicht einen Wunsch nach Noblesse – man will Einfachheit, nicht die einheimischen bunten und sozusagen wilden Sorten. Diese Schlichtheit spielt sich aber auf hohem, also teurem Niveau ab. Zum anderen will, wer Geld hat, sich vom Gewöhnlichen abheben.

**Naturstein: Ist Ihr Ableger Grein Brasil Indústria von der Krise dort betroffen?**

**Michael Cramer:** Kaum, wir haben drei Standbeine dort: ein Drittel unseres Umsatzes von 7 Mio. € 2007 haben wir mit Exporten nach Nordamerika gemacht, ein Drittel mit Importen nach Brasilien und ein Drittel mit Lieferungen zum Beispiel von Speckstein für Öfen nach Deutschland. So können wir Turbulenzen in einem einzelnen Bereich recht gut verkraften.

## INTERVIEW:

## Chancen für den Steinmetz

Über die Chancen der exotischen Steinarten mit heftigen Strukturen auf dem deutschen Markt sprach Peter Becker mit Thomas Rossittis, GF von ROSSITTIS Naturstein-Import.

**Naturstein: Sie haben eine ganze Reihe von exotischen Materialien eingekauft. Warum gerade jetzt?**

**Thomas Rossittis:** Während die Brasilianer bei den ruhigen, sanften Farben oft zweiter Sieger hinter den indischen Anbietern sind, dominieren sie mit Ihrer Farbvielfalt absolut im exklusiven Marktsegment. Die Hauptproblematik besteht hier in der richtigen Präsentation. Sie können diese Materialien weder mit Mustern noch ausschließlich mit Fotos verkaufen. Um Architekten und Verbraucher persönlich vom Material zu begeistern, brauchen Sie Platz. Unser Filialkonzept in Kombination mit unserer neuen Rohplattenhalle in Holzwickede ermöglicht jetzt systematische Beratung.

**Naturstein: Wie kann man mit diesen sozusagen heftigen Steinen z. B. Innenräume gestalten?**

**Thomas Rossittis:** Die Materialien eignen sich in erster Linie dafür, individuelle Akzente zu setzen. Wenige Rohplatten reichen aus, um einen Raum gut zu gestalten – zuviel des Guten kann das



**Thomas Rossittis**

Gegenteil bewirken. Genau hier liegt die Problematik mit exotischen Materialien. Einen kompletten LKW oder Container zu ordern, ist schon kompliziert genug, einzelne Rohplatten im Ausland zu bestellen, ist nahezu unmöglich, zumal diese Materialien in der Regel vom Umtausch ausgeschlossen sind.

**Naturstein: Welche Chancen sehen Sie für den deutschen Markt?**

**Thomas Rossittis:** Diese Materialien bieten dem Steinmetz eine gute Chance, sich von den Standard- und Billigprodukten der Baumärkte bzw. der Arbeitsplattenindustrie abzusetzen. Zudem kann er mit der Exklusivität der Steine Werbung für seine ebenfalls exklusive Dienstleistung machen. Dafür aber muss er sich aktiv mit diesen Sorten auseinandersetzen und sich für neue Präsentations- und Beratungsmethoden öffnen.

ter geht. An dem zeigt sich nämlich, dass die Branche trotz vieler Sonntagsgesprächen bislang nicht wirklich schlagkräftig agiert: Die Einfuhren von ausländischem Naturstein nach Brasilien steigen seit Jahren kontinuierlich (siehe Interview Cramer), und verzeichneten im Januar 2008 gar einen Zuwachs von 95%! Zwar war der Ausgangspunkt hier niedrig und lag der erreichte Wert bei lediglich 5,6 Mio. US-\$ (was im Vergleich zu Ausfuhren in Höhe von knapp 65 Mio. US-\$ im selben Zeitraum nicht weltbewegend ist) – jedoch geschah es just in einem Monat, wo die Ausfuhren wertmäßig um 10% einknickten.

Beteiligt waren hier vor allem chinesische Lieferanten. Auch Quarzwerkstoffe als Newcomer auf dem Bauprodukt Brasiliens konnten sich erheblich ausdehnen.

Fazit also: »Der Januar wird als erster Monat eines insgesamt schwierigen Jahres für die Steinbranche in Erinne-

rung bleiben.« Das schreibt der Branchenverband Abirochas in seinem Blatt Informe 1/2008, aus dem auch die vorgenannten Januar-Zahlen stammen.

Übrigens: der lange abtrünnige Landesverband von Espírito Santo ist kürzlich wieder in den Bundesverband Abirochas zurückgekehrt. Man darf gespannt sein, ob und wie die nun fast komplett vereinte Steinbranche aus Sambalândia nun auf dem globalen Parkett die Muskeln spielen lässt.

Zuhause jedenfalls scheint man den Markt intensiver als bisher bearbeiten zu wollen: Im Flughafenfernsehen von Vitória lief zurzeit der Messe ein Video von Granasa, wo die Firma, die in diesem Jahr ihr 30-jähriges feiert, sich und ihre Materialien vorstellte.

**Peter Becker**

# Thumm

TREPPENSYSTEME UND MEHR



**Verlassen** Sie sich auf unsere freitragenden Treppen. Alle **sicherheitsrelevanten Bauteile** werden bei uns geprüft und besitzen die notwendigen **bauaufsichtlichen Zulassungen**. Unser umfangreiches Zubehörprogramm sichert Ihnen Flexibilität. Um schnell auf die Wünsche Ihrer Kunden reagieren zu können, halten wir ein **großes Auslieferungslager** für Sie bereit. So sind die meisten Produkte bereits am nächsten Tag bei Ihnen.

Profitieren Sie von unserer über **45-jährigen Erfahrung im Treppenbau**.

In der Au 14  
72622 Nürtingen  
Telefon (07022) 9276-0  
Telefax (07022) 9276-50  
www.thumm-treppen.de

## Thumm & Co.