

## Natursteinmarkt 2009:

# Chancen nutzen!

Einfacher wird's nicht, aber wer die Herausforderungen kennt, kann sich ihnen stellen und Chancen nutzen. Folgende Fragen haben wir gestellt: Wie wird sich unser Markt im nächsten Jahr verändern? Was kann die Branche tun, um die Entwicklung positiv zu beeinflussen? Und: Wo sehen Sie Wachstumschancen? Positionieren Sie sich, und dann: Auf ein gutes Neues!



**Komm. Rat Dr. Helbich-Poschacher, neuer Präsident der EUROROC**

## Mehr Marketing!

Die Finanzkrise schlägt natürlich auch auf unsere Branche durch. In den einzelnen Detailmärkten sind unterschiedliche Reaktionen zu erwarten. Im Grabsteinmarkt wird es seitens der Angehörigen Verstorbener zeitliche Verschiebungen von Aufträgen nach hinten geben. Im privaten Baubereich ist eine Verschiebung von teureren zu billigeren Materialien zu erwarten. Bei notwendigen Investitionen wird sich die Menge nicht wesentlich verringern. Die öffentliche Hand

wird sich zu konjunkturstützenden Maßnahmen im Baubereich durchringen müssen; man darf hier mit zusätzlichen Aufträgen rechnen.

Um die Entwicklung des Natursteinmarkts positiv zu beeinflussen, müssen wir Marketing, Marketing und noch einmal Marketing machen. Wir müssen verstärkt unsere wichtige Zielgruppe »Architekten« für unsere Produkte zu gewinnen versuchen, womöglich mit einem europaweiten Fachmagazin.

Wachstumschancen für die europäische Naturwerksteinwirtschaft sehe ich im Segment Qualität, aber auch bei der Massenware, weil in vielen Bereichen der Naturwerkstein schon billiger ist als keramische Fliesen und ähnliche Bodenbeläge. Das kreative, qualitative Marktsegment wird sicherlich eine schöne Zukunft haben.



**Lucia Torge, Steinbildhauerin**

## Qualität statt Quantität

Der Gegenwind fürs Handwerk wird schärfer werden, sowohl aufgrund politischer als auch wegen brancheninterner, selbstverschuldeter Faktoren. Öffentliche Auftraggeber (Städte und Gemeinden) reduzieren ihre Bau-Budgets. Für wenig Geld möchten sie viel Leistung. Bei Ausschreibungen werden oftmals Billigmaterialien und zum Teil auch schon Fertigarbeiten aus Indien oder China vorgeschrieben bzw. empfohlen. Der Markt ist überschwemmt von ausländischen Produkten – alles läuft auf den »Billigen Jakob« raus, sowohl in der Materialbeschaffung als auch in der Herstellung. Dem Kunden ist es nicht zu verübeln, dass er sich – sei es aus Unwissenheit oder auf Grund der allgemeinen Geizmentalität – für das Billigprodukt statt für Qualität entscheidet.

Aber warum verkaufen sich Kollegen unter Wert? Die Herausforderung für unsere Branche sehe ich darin, dass wir dem Verlauf der

### APPELL AN ALLE:

## Bilden Sie aus!

In diesem Jahr sind die Lehrlingszahlen erneut gesunken: Ein dringendes Warnzeichen für das Steinmetz- und Steinbildhauerhandwerk. Zuerst gehen die Ausbildungszahlen zurück, dann finden die Betriebe keine qualifizierten Mitarbeiter mehr, können weniger Aufträge annehmen und weniger Umsatz machen. Sie sind den Kunden nicht mehr präsent, was die Nachfrage reduziert. Der Gewerbebereich und seine Organisation insgesamt werden geschwächt, wenn immer weniger Betriebe mit Fachkräften das Steinmetzhandwerk verkörpern. Eine Spirale nach unten, die sich schnell beschleunigt und sich auch für den einzelnen Betrieb negativ auswirkt.

### Den Trend umkehren

Deshalb müssen alle Anstrengungen unternommen werden, um den gefährlichen Trend jetzt umzukehren. Ausbildung muss wieder ein Anliegen aller werden. Der Bundesinnungsverband hat an die Obermeister und Innungen dringend appelliert, sich des Themas anzunehmen. Auch der Vorstand des Berufsbildungswerks unterstützt alle Maßnahmen, die eine

Verbesserung der Ausbildungssituation versprechen. Eine wirtschaftlich gute Lage im Betrieb ist zwar sicher eine Voraussetzung für die Einstellung von Lehrlingen, Ausbildung ist jedoch nicht das »Verlustgeschäft«, als das sie oft bezeichnet wird.

Es gibt eine Reihe von Möglichkeiten, an gute Lehrlinge zu gelangen. Man muss etwas dafür tun, gerade weil nicht mehr so viele Bewerber da sind. In spätestens zwei Jahren sind weniger Schulabgänger zu erwarten. Dann wird sich der Konkurrenzkampf um Nachwuchs zwischen den Gewerken sowie zwischen Industrie und Handwerk verschärfen ...

Deshalb:

- Nutzen Sie Schulinformationstage
- Bieten Sie Praktika/Schnupperwoche an
- Betreiben Sie Nachwuchswerbung auf Handwerksmessen/Tagen der offenen Tür
- Spannen Sie Arbeitsamt und Handwerkskammer ein, nutzen Sie Ausbildungsbörsen
- Bilden Sie aus, auch wenn der Lehrling nicht im Betrieb übernommen werden kann (von Anfang an mit offenen Karten spielen)



**bbw-GF  
Nina Pörtner**

- Nutzen Sie Firmenfahrzeuge, Ausstellungsräume, Baustellenschilder als Werbeflächen für die Lehrlingswerbung
- Viele junge Leute lassen sich für den Beruf des Steinmetzen begeistern, verspricht er doch Vielseitigkeit und individuelle Entwicklungsmöglichkeiten. Jeder Leistungswettbewerb beweist dies anschaulich.

Wenn Sie Fragen rund um die Ausbildung haben oder Unterstützung benötigen, wenden Sie sich gerne an das Berufsbildungswerk des Steinmetz- und Bildhauerhandwerks e.V. (bbw) in Wiesbaden, Tel.: 06 11 / 9 77 12 - 24.

*Nina Pörtner*



## 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 Höchstadt/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

Dinge bewusst eine neue Richtung geben, denn sonst geht unser Handwerk unter. Steinmetze und Steinbildhauer müssen sich bewusst machen, dass sie mit dem ältesten Werkstoff arbeiten und eine Tradition wie kein anderes Handwerk haben. Ob Bau, Restaurierung, Garten und Brunnen oder Grabmäler – überall gilt: Quantität ist nicht Qualität! Ich denke, dass die Betriebe Marktnischen suchen und finden müssen. Wichtig sind gute Gestaltung und Beratung. Ein Kunde, für den man sich Zeit genommen und den man gut beraten hat, kommt sicher gern ein zweites Mal bzw. empfiehlt den Steinmetz weiter.



**Michael Risse, GF der Firma Naturstein Risse**

### Naturstein ist nicht unbezahlbar

Ich denke, dass alle Branchen das neue Geschäftsjahr mit einer Investitionsrückhaltung beginnen werden, um abzuwarten, wie sich die Binnenmarktnachfrage verhält. Für unsere Branche wird das bedeuten, dass ge-

werbliche Neubauten und Renovierungen stagnieren werden; hier kann hoffentlich durch eine Steigerung von privaten und kommunalen Investitionen ausgeglichen werden. Wir selbst erwarten aufgrund der getätigten Investitionen in Lager und Transportlogistik keinen Rückgang gegenüber dem erfolgreichen Geschäftsjahr 2008.

Für die Natursteinbranche liegen riesige Potenziale brach. Unsere Branche muß alles dafür tun, um dem Naturstein das Image von Luxus und »unbezahlbar« zu nehmen, damit wir auch die Käuferschichten ansprechen können, die glauben, sich Naturstein nicht leisten zu können. Die Aufgabe der gesamten Branche wird es sein, den Naturstein als normales Baumaterial für die tägliche Nutzung in allen Bereichen herauszustellen und den Preisvorteil gegenüber der Designkeramik für sich zu nutzen.

Der Natursteinmarkt kann zur Zeit nur in den Bereichen Sanierung und Renovierung wachsen. Hierzu ist es allerdings notwendig, dass sich die Natursteinbetriebe auch wieder komplexeren Anforderungen stellen. Viele haben sich auf den Bereich Küchenarbeitsplatten, Fensterbänke und Treppenanlagen eingestellt und sich aus dem Geschäft für Wohn- und Badgestaltung zurückgezogen. Auch hier gilt es die Vielseitigkeit unserer Produkte hervorzuheben.



**Martin Funck, GF der Firma Roskopf & Partner**

### Stärke zeigen!

Die weltweite Finanzkrise wird sich sicher bemerkbar machen. Anstehende Projekte von Architekten, die schon relativ nahe an der Vergabe sind, werden verschoben oder abgesagt. Wir können uns glücklich schätzen, dass wir sehr stark im Export sind und in viele unterschiedliche Länder liefern. Von daher können wir die Auswirkungen noch etwas abfangen. Derzeit bekommt in Deutschland einzig der Bereich Küchen- und Badehandel die Folgen bewusst zu spüren.

Um erfolgreich zu sein, ist vor allem gezieltes Marketing wichtig, das die Stärken der Steinmetzen deutlich macht. Möglichst viele Steinmetzen sollten an einem Strang ziehen und durch die Bündelung ihrer Kräfte für mehr Aufmerksamkeit sorgen.

Wachstumspotenzial sehen wir im Bereich Quarzstein für den Küchen- und Objektbereich. Hier ist auch für den Steinmetzen noch einiges zu erwarten, wenn er seine Kunden von der Hochwertigkeit dieses Materials überzeugen kann.



**Günther Gallenberger,**  
GF der Kelheimer Natur-  
stein GmbH, Essing

## Nicht nur auf billig setzen!

Der Markt wird im nächsten Jahr sicher etwas zurückhaltender. Bei Planern und Architekten sind bereits die ersten Anzeichen zu spüren. Bei Natursteinunternehmen dürften sich die Auswirkungen ab Mitte des Jahres bemerkbar machen. Um eine positive Entwicklung zu erreichen, sollte die Branche die Vorzüge deutscher Natursteine zeigen, diese bewerben und nicht nur auf billig setzen. Die deutschen Steine sind einzigartig auf dieser Welt!



**Hans Bäumler,**  
GF der Firma  
Bäumler Natursteine

## Für Naturstein sensibilisieren

Ich bin sehr zuversichtlich, dass sich unser Markt trotz der Finanzmarktkrise und der sich abzeichnenden neuerlichen Baukrise weiter positiv entwickeln wird. Wir werden weiter darauf setzen, uns mit exklusiven Naturstein-Nischenprodukten zu positionieren, aber auch alle üblichen Massen-Produkte in

bestem Preis-Leistungsverhältnis nicht nur im Programm, sondern auch im Lager zu führen. Naturstein sollte besser vermarktet werden. Ich meine damit, dass man den Verbrauchern besser klarmachen sollte, dass Naturstein nicht »zu teuer für mich« ist, sondern im Gegenteil für jeden Geldbeutel erschwinglich. Mauersteine aus Naturstein beispielsweise sind meist preisgünstiger als »Imitate aus Beton oder Betonwerkstein«. Doch kaum ein Endverbraucher weiß das!

Wachstumspotenzial sehe ich u. a. im gehobeneren und natürlich im exklusiven Innenausbau. Große Chancen bieten auch die Besitzer von Ein- und Zweifamilienhäusern aus den 1970er und 80er Jahren, speziell im Gartenbereich. Diese Kundenklientel hat die letzte Bankrate meist schon abbezahlt und den einen oder anderen neuen Bausparvertrag angespart. Sie wird in den nächsten Jahren in die Neugestaltung ihres Gartens investieren. Für uns gilt es, diese Kunden für Naturstein zu sensibilisieren.



**Michael Cramer,**  
GF der Firma Grein Italia

## Schlechte Stimmung aufhellen

Der deutsche Markt ist meines Erachtens um vieles besser als das aktuelle Meinungsbild glauben macht. Es muss gelingen, die schlechte Stimmung aufzuhellen. Das geht nur, wenn die politischen Parameter so ein-

gestellt werden, dass die Leute wieder Vertrauen in die real existierende Wirtschaftskraft des Landes bekommen. Im Hochbau, im gehobenen Innenausbau und auch auf dem Küchenarbeitsplattenmarkt gibt es immer noch viel Geld zu verdienen. Ich sehe also speziell für Mitteleuropa derzeit keine große Krise; es wird aber fraglos schwieriger, entsprechende Umsätze und Deckungsbeiträge zu erwirtschaften.

Die Branche kann zur Verbesserung des Marktes nicht viel beitragen. Notwendig wäre eine große Marketingoffensive für Naturwerkstein. Hier sind die Branchenverbände gefordert.

Was unser Unternehmen betrifft, setzen wir weiterhin auf die Zusammenarbeit mit Steinmetzen in Deutschland, Österreich und der Schweiz, also den Markt, von dem wir erwarten, dass er sich weiter positiv verhält. Absatzmöglichkeiten sehen wir im hochwertigen Bereich, auch in innovativen Anwendungen, z. B. von Granit und Glas, und wir sehen zu, dass wir die richtigen Farben auf Lager halten. Für die italienischen Betriebe ist es an der Zeit, sich darauf zu besinnen, dass ihr Kernmarkt vor ihrer Haustür liegt.

Die Wachstumschancen sind eher bescheiden; in dieser Zeit Wachstum zu erwarten, wäre vermessen. Es geht vielmehr darum, die eigene Position zu halten. Wenn einem das gelingt, hat man schon viel erreicht.

### Interviews:

**Bärbel Holländer, Sebastian Hemmer**

Weitere Statements in **Naturstein 1/2009**

### KURZINFO:

## Einbruch in China

Oktober: In den Bezirken in Nan An und Jin Jiang, den größten Steinindustriebezirken der Welt, ist es so ruhig wie nie zuvor, viele Werke stehen still, und die Rohblocklager sind überfüllt. Die Wirtschaftskrise trifft auch China sehr hart.

Im Jahr 2005 hat die chinesische Regierung der amerikanischen Regierung versprochen, dass der chinesische Renminbi, kurz gesagt CNY, gegenüber dem US-\$ eine konstante Bindung aufgeben wird und es wurde eine Aufwertung von mindestens 15 % in den nächsten drei Jahren versprochen, damit die Handelsspannungen entladen werden können. In den letzten drei Jahren, hat der US-\$ gegenüber dem CNY ca. 20 % an Wert verloren. Im gleichen Zeitraum hat der Euro gegenüber dem US-\$ stark an Wert gewonnen, dadurch sind die Preise in Europa noch konstant geblieben. In den letzten drei Monaten hat eine rapide Abwertung des Euros gegenüber dem Dollar stattgefunden, wodurch die Importpreise aus China für Europäer stark angezogen werden mussten. Die Ex-

perten erwarten im nächsten Jahr einen weiteren Anstieg des US-\$ gegenüber dem Euro, weil ein starker Zinsrückgang durch den Euro-Leitzinssatz in der jetzigen Wirtschaftssituation unvermeidbar ist. Der CNY darf gegenüber dem US-\$ aber nicht abgewertet werden, denn bei »1 € zu 1 \$« Kurs würde dies bedeuten, dass chinesische Natursteinprodukte im Kostenlevel noch um ca. 25 % teurer würden. Ein Grund dafür ist auch, dass die chinesische Regierung nur wenig Interesse an der Natursteinindustrie hat, da sie, aus Sicht des Staates, China Naturressourcen nimmt; daher ist mit einer Unterstützung nicht zu rechnen. Viele chinesische Natursteinfabriken mussten bereits ihr Geschäft aufgeben.

Unsere Prognose für die nächsten fünf Jahre: Derzeit preiswerte Sorten wie z. B. G603, G636 und G654 werden auf Dauer teurer werden. Bei derzeit teuren Sorten wie z. B. G684 oder SHANXI BLACK könnte es hingegen zu Preisenkungen in CNY kommen.



**Die Arbeitskosten steigen weiter.**

Bei Endprodukten aus den nachgenannten Steinen schlagen die Rohblockkosten erheblich zu Buche. Es ist zu erwarten, dass die internationale Konkurrenz aus Indien und Afrika die Steinbruchbetreiber zwingen wird, ihren Profit zu reduzieren. Bei Produkten aus G603 und G636 schlagen die Rohblockpreise der Produkte kaum zu Buche; hier bezahlt man mehr für die Bearbeitung, die aufgrund steigender Löhne und aufgrund des steigenden Lebensstandards in China teurer wird. Wir raten deshalb, zu den momentan geltenden Konditionen die Lager mit vorgefertigten Fensterbänken zu füllen.

Like Ge, GF der Firma ATT Germany