



Messestand von Ferraz Brasil, die u.a. WILD SEA präsentierten



Bereits seit 40 Jahren auf dem Natursteinmarkt tätig: Firma Marbrasa

Fotos: Gabrielle Adler

Vitória Stone Fair 2009:

Europa als Chance

Weniger Aussteller, weniger Besucher, weniger Exporte.

Auf der Messe in Vitória wurde deutlich, dass die Wirtschaftskrise auch in Brasilien angekommen ist. Neue Chancen bietet der europäische Markt.

Fast 23 000 Besucher zählten die Organisatoren der Messe vom 10. bis 13. Februar: 21 000 kamen aus Brasilien, ca. 2 000 aus anderen Ländern, davon nur noch knapp die Hälfte aus den USA. 2008 waren es insgesamt noch mehr als 33 000 Besucher. Auch die Aussteller sind weniger geworden: 360 statt 400 im Jahr 2008, davon 85 % brasilianische Unternehmen. Die Messe spiegelt die Veränderung des Markts: Die Granitexporte Brasiliens brachen im landesweiten Durchschnitt um 50 % ein. V.a. die Exporte in die USA (hauptsächlich Granit und Schiefer) gingen im letz-

ten Jahr deutlich zurück – auch wenn Brasilien als weltweit viertgrößter Natursteinexporteur im internationalen Vergleich immer noch am meisten Granit in die Staaten exportiert.

Neue Chancen in Europa

Bisher war die brasilianische Natursteinwirtschaft auf den US-amerikanischen Markt fixiert und deshalb stark abhängig von ihm. 2008 betrug der Exportanteil bei Rohplatten 78 %. Als dieser Markt einbrach, erlitten viele Firmen herbe Verluste. Steinbrüche mit neuen Materialien werden kaum noch erschlossen, da nicht einmal vor-

handene Sorten genügend Käufer finden. Der Absatz von Speckstein sei aber nach wie vor recht gut, so Michael Cramer, GF bei Grein Italia. Chancen sieht Cramer in verstärktem Absatz brasilianischer Materialien auf dem südamerikanischen Markt sowie in Europa. Vielversprechende Gesteinsarten für den europäischen Markt sind CAPOLAVORO und QUARZITE JAVA.

Auch andere Exporteure sehen die Krise als neue Chance. Um Ausfälle auszugleichen wenden sie sich dem europäischen Markt zu. So sieht sich Thor Granitos aus Rio de Janeiro laut Tatiana Freitas mit vier neuen Produktionsstätten gut gewappnet für den Export. Die Messe sei eine wichtige Plattform, um sich neuen Märkten zu präsentieren. Darauf setzte auch die Firma Cajugram: »Trotz der negativen Stimmung auf der Messe waren wir zufrieden. Wir sind in den letzten Jahren gut gewachsen und schon länger international tätig«, so Antonio Vilela, Direktor der Firma Cajugram. Mehrere Messe-Aussteller beklagten sich, dass in Europa das Natursteinpo-



Hinterleuchteter Onyx aus den Anden von Itaarte de Sao Paulo



Gabrielle Adler (r.) mit Simone Saint Jean von Zucchi



Rustikal und edel: neue Wandbekleidung aus Granit von Thor Granitos

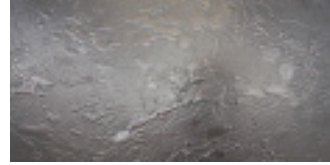


(Foto: Grein)

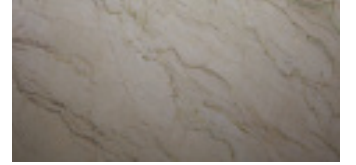
CAPOLAVORO und QUARZITE JAVA empfiehlt Michael Cramer, GF von Grein Italia, für den europäischen Markt.



(Foto: Grein)



BLACK GALAPAGOS von Italveneto



PARANA CALACATTA ORO von Michelangelo

tenzial Brasiliens noch zu wenig bekannt sei. Viele Importeure wüssten nicht, dass man neben Exoten auch Standard-Materialien und ruhige, dezente Farbtöne und Formen zu bieten habe. Auf der Messe wurden natürlich trotzdem auch exotische Materialien für den europäischen Markt präsentiert: z. B. SODALITE BLUE von Itu Marmores, WILD SEA von Ferraz Brasil und BLACK GALAPAGOS von Italveneto.

Auf der Vitória Stone Fair waren u. a. die größten brasilianischen Granit-Unternehmen vertreten. Viele verfügen über langjährige Erfahrung in der Steinbranche, einige feiern 2009 ein Jubiläum. Die Firma Marbrasa bedient den Granit-Markt z. B. schon seit 40 Jahren und zeigte das Material VIA LACTEA. Die Firma Zucchi, Vitória, zog mit ihrem Quarzit-Portfolio die Aufmerksamkeit der Messebesucher auf sich. Unter den italienischen Ausstellern waren auch Zanet und Antolini do Brasil, die wie Grein Tochtergesellschaften in Brasilien betreiben.

Auch Marmor

Die Unternehmen Santa Clara und Michelangelo präsentierten brasilianischen Marmor in hoher Qualität mit einem breitem Farbspektrum. Giovanni Araldi von Michelangelo meint: »Brasilien ist ebenso reich an Marmorsorten in Top-Qualität wie Europa. Darüber hinaus bieten die Sorten eine Farbvielfalt, die durchaus den Geschmack des Übersee-Marktes decken.« Der Natursteinmarkt im Inland sei noch weitgehend verschont von der Krise. Hier steige die Nachfrage nach europäischem Marmor als Alternative zu den stark gemusterten,

vielfarbigem Graniten, so Araldi. Brasilianische Unternehmen arbeiten u. a. auch mit Gesteinsorten aus anderen Regionen, wie z. B. Onyxen aus den Anden. Die Unternehmen Itaarte de Sao Paulo und Ferraz Brasil haben Onyx bereits für sehr exklusive Projekte verwendet.

Rohplatten-Export läuft am besten

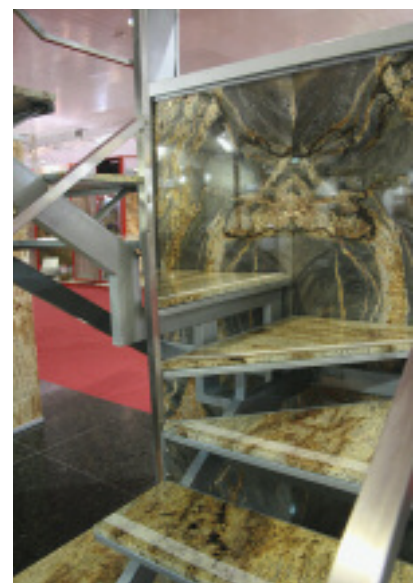
Im Jahr 2008 lag der Exportumsatz der brasilianischen Natursteinwirtschaft insgesamt bei 735 Mio. €. Dabei betrug der Anteil an Rohplatten 476 Mio. €, an Rohblöcken 135 Mio. € und an Schiefer 78 Mio. €. Die Importe der einzelnen Länder entwickelten sich unterschiedlich: China verzeichnete mit 43% bei der Rohblockeinfuhr 11% Zuwachs. Dagegen kaufte Italien 17% weniger Blöcke, Spanien gar 46% weniger. Fasst man den Import aller Materialien und Produkte zusammen, erreichte Deutschland den siebten Platz. Der Anteil des Materials Schiefer dominierte; für Rohblöcke gab man 275000€ und für Rohplatten 1 Mio. € aus.

Konjunkturrückgang befürchtet

Die globale Krise wird sich auch in Brasilien noch weiter negativ auswirken. Banken bewilligen Kredite nicht mehr so leicht wie früher. Brasilien befürchtet deshalb für 2009 einen Konjunkturrückgang im eigenen Land. Laut Thomas Rossittis, GF bei der Rossittis GmbH, herrscht auf dem brasilianischen Natursteinmarkt bereits großer Konkurrenz- und Preisdruck. Gerade bei großen Firmen sei der Personalabbau gravierend. Noch sind die Finanzen des südamerikanischen Landes einigermaßen sta-

bil, da brasilianische Banken nicht zu stark von internationalen Investitionen abhängen.

Um die Krise zu meistern, sollten brasilianische Unternehmen beim Export nach Europa auf jeden Fall bedenken, dass auf diesem Markt sehr hohe Ansprüche an die Materialqualität gestellt werden, meint Gabrielle Adler, GF der Firma Herck Stone International. Das Unternehmen mit Sitz in München unterstützt eine Reihe von Firmen, die nach Deutschland liefern (siehe **Naturstein** 1/2009, ab ▷ S. 27). »Was an Qualität für den US-amerikanischen Markt ausreicht, ist an europäischen Maßstäben gemessen oft relativ schlecht«, ergänzt Adler. Außerdem empfiehlt sie brasilianischen Unternehmen, schneller und besser zu werden, neue Technologien voranzutreiben, Kosten zu reduzieren sowie mehr und professioneller zu exportieren.



(Fotos: Gabrielle Adler)

Treppe aus KILIMANJARO von Cajugram