

STONE+TEC 2009:

# China bleibt zu Hause

*Weniger chinesische Aussteller präsentierten sich auf der diesjährigen Stone + tec. Das Reich der Mitte konzentriert sich in der Krise verstärkt auf den weiterhin boomenden Binnenmarkt.*

**E**in Chinese weint nicht. Er wirkt nicht verstimmt oder gar krisenbetroffen. Fragt man ihn nach der wirtschaftlichen Lage, wird er lachen und versichern: »Ich bin zufrieden.« Trotzdem war auf der diesjährigen Stone + tec von den Ausstellern aus dem Land des Lächelns nicht nur Positives zu hören. Im Vergleich zu früheren Messen waren deutlich weniger chinesische Firmen vertreten. Neulinge gab es kaum, die meisten präsentierten sich bereits zum wiederholten Mal. Ein Grund hierfür dürfte sein, dass viele der rund 15000 chinesischen Natursteinfirmen und 5000 Exporteure ihre Zukunft mittlerweile verstärkt auf dem heimischen Markt sehen. Längst ist China nicht nur der größte Exporteur, sondern auch der weltgrößte Natursteinverbraucher. Die Einfuhrquoten – speziell bei hellen Kalksteinen sowie gelben und roten Graniten – steigen laut of-



»Von einer Krise ist nichts zu spüren«:  
Lin Chen von der Far East Trading Agency GmbH

fi ziellen Statistiken jährlich, ebenso wie das Bauvolumen. Die Regierung hat ein milliardenschweres Konjunkturpaket geschnürt, das v. a. öffentliche Bauinvestitionen anschieben soll. Allein in den ersten vier Monaten 2009 sind die Inlandsinvestitionen um gut 30 % gestiegen.

## Offensiver denn je

In Nürnberg fiel auf, dass die chinesischen Aussteller offensiver waren als in der Vergangenheit. Sie warben energisch, sprachen Besucher schon in den Gängen an und versuchten sie an ihre Stände zu locken. Das deutet auf wachsenden Konkurrenzdruck hin, zeigt aber auch, dass die chinesischen Aussteller mittlerweile erfahrener und wohl auch besser geschult sind. Offerten werden immer raffinierter und ausgefeilter: Statt großformatigen Fassadenelementen begegnete man verstärkt Kleinteiligkeit, Verspieltheit, lebhaften Strukturen und auch hoher technischer Qualität, etwa für anspruchsvolle Bäder. Das lässt auf eine deutliche Nachrüstung im Maschinenbereich schließen, sogar bei mehrachsigen Fräsen.

## Geteilte Meinung

Was die Resonanz betrifft, gingen die Meinungen auseinander. Über gute Kontakte berichtete Li Chanjun von United Stone Beijing Co., Ltd. Dadurch, dass weniger konkurrierende chinesische Aussteller auf der Messe waren, habe man viele Kunden erreicht. Bereits am ersten Tag habe man die Hälfte aller Muster verkauft und zwar oft kleine, dafür aber viele Aufträge geschrieben ([www.stone-china.cn](http://www.stone-china.cn)). »Das Geschäft läuft, von einer Krise ist

nichts zu spüren«, sagte Lin Chen, Chefin der Far East Trading Agency GmbH aus dem niederbayrischen Abensberg. »Ob es längerfristig so weitergeht, weiß aber keiner.« Auf der Stone + tec sei man vielen alten Kunden begegnet, und habe auch einige neue gewinnen können. Li Chens Firma wird von Partnern im Mutterland beliefert und hat ein eigenes Lager in Deutschland. »Anders als bei Direktimporten können wir Garantien geben und Ware notfalls zurücktauschen«, so die Chefin. Das sei dem deutschen Fachhandel mindestens so wichtig wie gute Preise. Etwas zerknirscht war Agaba-GF Siqi Cheng. Der Großhändler aus Bornheim stellte neue raffinierte Wasserspiele mit Edelstahl und Schieferumrandungen vor. Für den Innenbereich zeigte Agaba auch polierten Schiefer. Laut Cheng sind die Neuheiten gut angekommen. Insgesamt war er aber mit der Messe weniger glücklich. Obwohl weniger chinesische Direktimporteure in Nürnberg waren als 2007, habe man den Konkurrenzdruck deutlich gespürt ([www.agaba.de](http://www.agaba.de)).

INTERVIEW



## Export nach Europa ist rückläufig



Kurzinterview mit Jiang Huineng, Generalmanager der Lianqun Building Materials Co., Ltd., Quanzhou/China

### Naturstein: Herr Jiang gab es besondere Nachfragetrends?

Nein, die konnte ich nicht erkennen. Die Leute fragen fast immer zuerst nach dem Preis. Aber die Preise können nicht immer weiter sinken, da die chinesische Arbeitskraft teurer wird. Wir haben neue Gesetze, die Mindestlöhne und Krankenversicherungen für die Beschäftigten vorschreiben.

### Spüren Sie die Krise?

Natürlich. Das Exportvolumen sinkt. Einiges können wir ausgleichen, weil die Nachfrage im Inland steigt. Unterm Strich wird es aber weniger.

Neue Kunden sind ausgeblieben: Liu Weifeng (l.) von Sun Natursteine



Freute sich über gute Kontakte: Li Chanjun (l.) von United Stone Beijing Co., Ltd.

Im Großen und Ganzen zufrieden war Liu Weifeng von Sun Natursteine in Leipzig. Neue Kunden, auf die man nach einem winterbedingt »sehr schweren Jahresstart« gehofft hatte, seien jedoch ausgeblieben. Wegen gesunkener Frachtkosten habe man immerhin noch einiges über den Preis regeln können (www.sunnatursteine.de).

Laut Ottmar Vogel, GF der Import/Export-Firma GMF in Herrieden, sind derzeit v. a. Gala-Produkte wie Borden oder Palisaden gefragt. Um sich gegenseitig zu entlasten, haben Sun und GMF kürzlich ihre Lager vereint. Auch in Nürnberg präsentierten sie sich an einem Stand. Auch Vogel betonte, dass bei Chinaware nach wie vor der Preis ausschlaggebend sei (www.gmf-natursteine.de).

### Steigende Preise erwartet

Das könnte sich bald ändern. Auch wenn auf der Stone + tec kaum jemand offen darüber sprach, ist auf absehbare Zeit mit spürbaren Preiserhöhungen für chinesische Materialien zu rechnen, die sich kaum wieder umkehren werden. Quadratmeterpreise von 15 €, wie sie zuletzt kursierten, werden in Zukunft wahrscheinlich nicht haltbar sein. Die Gründe

sind vielfältig. China hat seine Währung aufgewertet, Steuervergünstigungen für Produktionsinvestitionen laufen aus, Boden und Ressourcen werden knapper und die Frachtkosten auch irgendwann wieder anziehen. V. a. werden Arbeitskräfte teurer. Das liegt u. a. an neuen Gesetzen für Lohnstarife und Krankenversicherungen. Außerdem will das Land sein Image als Werkbank der Welt loswerden. Die Politik sieht die Krise im Handel mit den USA, Japan und Europa auch als Chance zur Bereinigung struktureller Schief lagen. Verstärkt sollen neue Arbeitsplätze in kapitalintensiven, produktiven und umweltschonender produzierenden Firmen entstehen, die ihre Mitarbeiter fairer entlohnen und damit helfen, das Riesenreich in die Moderne zu führen.

Die Karawane zieht derweil weiter: Die Forschungsabteilung der Deutschen Bank in Hongkong erwartet, dass bis Mitte 2010 bis zu einem Fünftel der Hersteller arbeitsintensiver Billigwaren China in Richtung Südostasien verlässt. Anbieter mit dann noch niedrigeren Lohnkosten werden etwa Vietnam, Laos, Indonesien und Burma sein.

Harald Lachmann

INTERVIEW

### »Qualität meist wichtiger als Preis«

Fragen an Generalmanagerin Tse Sharon, Xiamen Lanlei Import Export Co., Ltd, Xiamen/China.

#### Naturstein: Sie sind nicht neu in Nürnberg. Was war anders im Vergleich zur letzten Stone+tec?

Tse Sharon: Wir sind zwar zum sechsten Mal auf der Stone+tec, grundlegende Veränderungen auf dem europäischen Markt habe ich aber nicht bemerkt. Bei unseren Kunden läuft das Geschäft relativ konstant. Große Unternehmen, so

mein Eindruck, haben keine Probleme. In den USA ist das anders. Hier läuft viel über große Generalauftragnehmer, und wenn einer Probleme hat, sind viele betroffen.

#### Haben Sie neue Kunden gewonnen?

Wir hatten viele Anfragen, konnten auch neue Kontakte knüpfen. Da wir in China zwei große Fertigungswerke haben, können wir nicht von Laufkundschaft leben. Wir brauchen feste Partner, die uns auch einen oder mehrere Container abnehmen. Die haben wir auch diesmal in Nürnberg getroffen. Ich bin zufrieden mit dem Messerverlauf.

#### Spüren Sie keinen Preisdruck?

Die Kunden vergleichen schon. Reine Preiskäufe habe ich nicht erlebt, obwohl wir die Preise etwas anpassen mussten. Zu 50 bis 60 % hängt die Kaufentscheidung von der Qualität ab. Der Rest verteilt sich etwa zu gleichen Teilen auf Preis und Service. Unsere Kunden wollen gleichbleibende Qualität und - ganz wichtig - eine hohe Liefertreue. Hier scheinen die Inder Probleme zu haben, so dass wir Chinesen im Moment sogar besser im Rennen sind.

#### Welche Rolle spielt Europa in Ihrem Exportgeschäft?

Eine wachsende. Momentan liefern wir allerdings zu 50 % nach Japan und zu 30 % in den chinesischen Binnenmarkt, der zulegt. Ein spezieller Nachfragetrend ist in Europa allerdings nicht erkennbar. Bau und Grabmal halten sich etwa die Waage. Allerdings werden zunehmend höherwertige Denkmale nachgefragt.

