

Marmomacc 2008:

Daten, Design und Diskussionen

Die Messe wird immer internationaler. Die Warenströme verändern sich weiter. Aussteller präsentierten zusammen mit Architekten neues Design mit Stein. Nervosität prägte die Diskussion der Branchenperspektiven in der Finanzkrise. Man rechnet mit einer Beeinträchtigung der Geschäfte für mindestens zwei Jahre.

Mehr Aussteller, aber weniger Besucher meldete Veronafiere, Veranstalterin der Naturwerkstein-Weltmesse Marmomacc vom 2. bis 5. Oktober in Verona. Dort präsentierten sich 1536 Unternehmen, davon 45% (690) aus 54 Ländern außerhalb Italiens. Zum Vergleich: 2007 waren 1510 Aussteller in Verona vertreten. Die Fläche wurde um rund 1000 m² auf 77 000 m² erweitert. Was die Besucher angeht, wurde ein Rückgang von 65 000 (2007) auf 63 000 verzeichnet. »Trotz der derzeitigen Situation der Weltwirtschaft hat die Marmomacc unsere Erwartungen bei weitem übertroffen«, so das Resümee des Veronafiere-Präsidenten Luigi Castelletti.

Deutschland, Österreich, Schweiz

Die Marmomacc ist heute die bedeutendste Branchenplattform weltweit. Deutsche, österreichische und Schweizer Aussteller suchen und pflegen dort v. a. internationale Kontakte. Leider war die deutsche Naturwerksteinwirtschaft spärlicher vertreten als auf der letzten Marmomacc. 2007 hatte der Deutsche Naturwerkstein-Verband einen gemeinschaftlichen Auftritt deutscher Firmen organisiert – eine gute Sache, aber der Stand war in Halle 9 ungünstig platziert. »Im Vorfeld der Marmomacc 2008 ließen sich nicht genug Firmen zur Beteiligung an einem deutschen Gemeinschaftsstand bewegen«, bedauert DNV-Geschäftsführer Reiner Krug, der sich für

2010 wieder gebündelte deutsche Präsenz auf dieser Messe wünscht; allerdings müsse man die entsprechende Standfläche frühzeitig buchen. Auf Einzelständen präsentierten sich u. a. die Firmen Jura Marble Suppliers, JUMA, Sonat Strobl, SSG, Stiegler und Vereinigte Marmorwerke Kaldorf.

Zum zweiten Mal mit einem großen Stand vertreten war auch die Kunstgießerei Strassacker. Geschäftsführerin Edith Strassacker freute sich über das große Interesse an ihren qualitätvollen Bronzen; man habe viele neue Kontakte zu Besuchern v. a. aus europäischen Ländern geknüpft.

Die übrigen deutschen Aussteller rekrutierten sich aus den Reihen der Anbieter von Maschinen, Werkzeugen und Zubehör (Messenachlese Technik ab ▷ S. 64) sowie der Bauchemie. Die Akemi-Geschäftsführer Torsten und Dr. Dirk C. Hamann sowie Lithofin-Geschäftsführer Garvin Stingel sind mit der Zahl und Qualität der Messekontakte sehr zufrieden (Produkte ▷ S. 80). Ruhiger als 2007 fand die Messe Jürgen Möller, Geschäftsführer der Firma Möller-Chemie (Neuheit siehe Bild).

Heimspiel feierte die italienische Firma Mapei mit ihren Niederlassungen; stets waren auch Vertreter der Mapei Deutschland GmbH am Stand. Die Auswahl des richtigen Verlegemörtels hängt entscheidend von der Verformungsbeständigkeit und Sensibilität des jeweiligen Natursteins gegenüber Feuchtigkeit und Temperaturschwän-



Lithofin MN Protektor (Schutz für Quarzkomposit) kommt gut an; im Bild Garvin und Benita Stingel (r.) mit Bob Sewell (l.) und Peter Waldron von Lithofin UK



Ihren Farbtonvertiefer W präsentierten Torsten und Dr. Alexander Hamann; am Montag nach der Messe kam sein Sohn Clemens zur Welt – wir gratulieren!



Neu im Sortiment: »HMK S 44 Fleck-Schutz -farbvertiefend-« von Möller-Chemie

kungen ab. Deshalb hat Mapei ein System zur Klassifizierung der Sensibilität von Natursteinen entwickelt. Zu jedem Stein lassen sich damit die passenden Verlegewerkstoffe bestimmen. Auf der Messe setzte das Unternehmen außerdem sein Umweltmanagement in Szene.

Die Firma J. König vertritt deutschlandexklusiv die kanadische Firma Integra Adhesives, Produzent von Klebesystemen für Quarzwerkstoff und Naturwerkstein, die fast unsichtbare Verklebungen von Naturwerkstein und Quarzwerkstoff ermöglichen. Die Haftung der verwendeten Acrylkleber ist laut J. König-GF Franziska Petri achtmal so hoch wie die von Polyesterklebern. Über 200 Farben sind möglich. »Das Interesse ist seit der Erstpräsentation von Integra bei Rossittis enorm groß«, so Petri.

Große Resonanz fanden die neuen Produkte des österreichischen Unternehmens Invicon, das nach der Tren-



J. König-GF Franziska Petri freut sich über die Partnerschaft mit dem Acrylkleberproduzenten Integra Adhesives.

nung von Heinrich König nun auch den deutschen Markt beliefert. GF Peter Bubendorfer und Michael Reisinger präsentierten StoneLux® XL zur Sanierung von Natur- und Kunststein im Großformat. Die chemisch-technisch geprüften Komponenten



Invicon-GF Peter Bubendorfer und Michael Reisinger, Bereichsleiter StoneLux Technologie, mit dem neuen LED-Flächenlichtgerät »TwinLux Cube«

von StoneLux® wurden mit dem selbstfahrenden LED-Flächenlichtgerät »TwinLux Cube« und StoneLux®-Kartuschen für Großanwendungen ergänzt. Damit lassen sich auch Treppenhäuser und Bodenflächen hochwertig reparieren (▷ S. 79).

KURZINFO:

Naturstein-Verbrauch steigt weiter

Auf der Marmomacc wurde die Statistik »Stone 2008« von Dr. Carlo Montani vorgestellt. Das Handbuch beleuchtet die globale Werksteinwirtschaft.

Die Naturstein-Branche wächst schneller als die Weltwirtschaft. Seit 1990 ist die Produktion jährlich um durchschnittlich 7,5 % gestiegen und hat rund 210 Mio. t erreicht. Das Handelsvolumen hat im gleichen Zeitraum um durchschnittlich 9,3 % zugenommen und betrug im letzten Jahr mehr als 46,2 Mio. t bzw. 705 Mio. m², davon 42,6 % unbearbeiteter und 57,4 % bearbeiteter Naturstein. Produktion und Handel haben um 11,7 bzw. 11,5 % im Vergleich zum Vorjahr zugenommen. Die Produktion ist so stark gestiegen wie seit 18 Jahren nicht mehr.

China bleibt Spitze

71,3 % der weltweit gewonnenen Natursteine stammen aus den sieben Ländern China, Indien, Türkei, Italien, Iran, Spanien und Brasilien. Ihr Anteil an der weltweiten Produktion ist im letzten Jahr noch einmal um ca. 1 % gestiegen. Die größten Zuwächse hinsichtlich Produktion und Export erreichten China, Brasilien, Indien und die Türkei. Ein Viertel aller Exporte kommt aus China, das seine Vormachtstellung weiter konsolidiert hat. Zu den Hauptabsatzmärkten gehören Japan und Süd-Korea. Mit

knapp 1 Mio. t (18 Mio. m²) ist aber auch Deutschland ein wichtiger Abnehmer. In Europa verlief die Entwicklung unterschiedlich: Der Marktanteil italienischer Fertigprodukte fiel beispielsweise auf 9,2 %. In Griechenland wurde mehr importiert als ausgeführt.

Trotz gestiegener Frachtkosten erfolgen die meisten Transporte nach wie vor auf dem Seeweg, obwohl der Anteil von Transporten auf Straße und Schiene im letzten Jahr weiter zugenommen hat. Der Naturstein-Verbrauch erreichte im letzten Jahr 1,130 Mio. m² und betrug im Schnitt 18,4 m² pro 100 Einwohner. 2006 waren es noch 16,5 m² (2005: 15,3 m², 2004: 14,6 m², 2003: 13,5 m²). In den USA wird nach wie vor am meisten Naturstein verbraucht.

Situation in Deutschland

In Deutschland ist die Natursteinproduktion 2007 leicht gestiegen und erreichte 750 000 t (2006: 700 000 t). Der Import von Rohmaterial stieg deutlich und erreichte 422 000 t (2006: 321 000 t). Die Exporte lagen bei 477 000 t – ebenfalls ein starker Anstieg (2006: 376 000 t). Die Einfuhr von Fertigware blieb nahezu unverändert (2,174 Mio. t). Hier betrug die Ausfuhren rund 308 000 t (2006: 266 000 t). Der Natursteinverbrauch stieg leicht auf 2,276 Mio. t (2006: 2,201 Mio t).

Preise gestiegen

Auf den Hauptmärkten sind die Preise gestiegen. Mit 17,50 US-\$ pro m² sind Natursteine aus China nach wie vor am billigsten, auch wenn die Preise im Reich der Mitte seit drei Jahren kontinuierlich angezogen haben. Mit 43,40 € pro m² sind Materialien aus Italien ca. dreimal so teuer. In Spanien kostete der Quadratmeter 30,25 €, in Portugal 23,75 € und in der Türkei 24,85 €. Nach wie vor wurde für Importe am meisten in den USA bezahlt, auch wenn hier im Schnitt 2007 rund 10 % weniger ausgegeben wurden als im Jahr zuvor. Im Maschinen- und Anlagen-Bereich ist Italien nach wie vor führend, auch wenn der Anteil am Weltmarkt um 2 % auf rund 35 % gesunken ist.

Gute Aussichten

Montani prophezeit der Naturwerksteinwirtschaft auch in den kommenden Jahren anhaltendes Wachstum. Er geht davon aus, dass die weltweite Naturstein-Produktion bis 2025 mehr als 490 Mio. t und der Handel ein Volumen von mehr als 3,3 Mrd. m² erreichen werden. Trotzdem müssten große Probleme u. a. in den Bereichen Infrastruktur, Abfallbeseitigung und Finanzierung gelöst werden. Weiteres Wachstumspotenzial könnten verstärkte Marketingaktivitäten bewirken.

Sebastian Hemmer



Über positive Resonanz freut sich die Swiss Stone Group, im Bild Alfredo Polti (links) und Hans-Jakob Bärlocher



Mosaik aus DIAMANT G von De Weijs; der niederländische Steinhändler ist auf Spaltsteine für Böden spezialisiert.



50 Jahre Marmi Bruno Zanet: Firmengründer Bruno Zanet (2. v. r.) feierte u. a. mit Familienangehörigen und Geschäftspartnern.

Die Firma Heinrich König vertreibt das Produkt Repairlux jetzt auch mit Glimmer-Füllstoffen für Reparaturen von Materialien mit Glitzereffekt. Neu im Koffer sind die Farben Braun, Bernstein und Sand (www.repairlux.de).

Die holländische Firma De Weijs Veendam hat den Quarzit DIAMANT G aus Zambia im Angebot. Laut Hanneke de Weijs-Börger wird der Stein nach europäischen Kriterien abgebaut und verarbeitet. Der Steinhändler ist auf Spaltsteine für Böden spezialisiert. Hauptmarkt ist Deutschland (www.weijs-natuursteen.nl).

Marmomacc meets Design

Einige Aussteller, insbesondere aus Italien, beeindruckten die Messebesucher mit überwältigend gut gestalteten Ständen. Unter dem Motto »Marmomacc meets Design« hatten 15 Aussteller Entwürfe von bekannten Architekten verwirklicht. Die Gestalter hatten sich diesmal mit dem Thema »Skin«, also mit der

»Haut« von Naturwerkstein auseinandergesetzt. Nach ihren Entwürfen entstanden steinerne Landschaften und Oberflächen, die es den Betrachtern ermöglichten, ihren Werkstoff aus neuen Blickwinkeln zu sehen und in seinen vielfältigen Anwendungsmöglichkeiten neu zu begreifen.

Im Wettbewerb um den »Best Communicator Award« für die beste Präsentation von Naturwerkstein unter dem Titel »Haut« auf der Marmomacc 2008 gewann die Firma Il Casone in Kooperation mit dem Architekten Claudio Silvestrin den 1. Preis.

Naturstein aus Italien

Im Eingangsbereich beeindruckten Antolini, Granitex und die Firma Bruno Zanet, die ihr 50-jähriges Bestehen feierte. Firmengründer Bruno Zanet hatte bereits Ende der 1970er-Jahre begonnen, mit brasilianischen Natursteinen zu handeln. Sein Unternehmen hat mittlerweile mehr

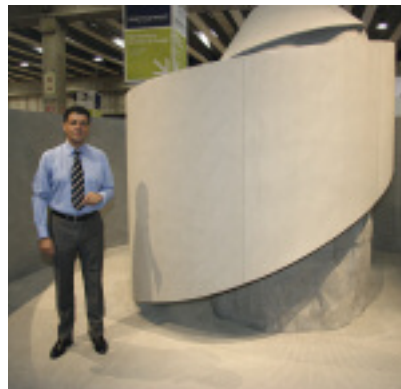
als 100 Materialien im Sortiment. Auf der Marmomacc wurden elf neue Handelssorten vorgestellt, darunter der brasilianische Granit DESIREE und der türkische Marmor LEMON ICE. Das Jubiläum wurde während der Messe mit einem großen Festakt im Zentrum von Verona gefeiert.

Anlaufstelle für deutsche Kunden waren aber auch, neben vielen anderen, die italienischen Firmen Cereser (▷ S. 79), Grein Italia, Marmi Alberti, Marmi Graniti Verona und viele mehr. G.B. Basaltite imponierte mit nur 8 und 10 mm dünnen kalibrierten Platten aus dem Werkstein Basaltite®, die auch in großen Formaten geliefert werden können.

Natürlich gab es auch wieder eine Messe neben der Messe, d. h. viele der um Verona beheimateten Firmen präsentierten sich auch oder ausschließlich an ihrem Firmensitz, so die in Deutschland mit Filialen präsente Fir-



Alberto Bartolomei von Il Casone nimmt von Messechef Luigi Castelletti den »Best Communicator Award« entgegen (www.ilcasone.it).



Marmomacc meets Design: Messestand von Il Casone, gestaltet in Zusammenarbeit mit Claudio Silvestrin



Die »Haut« von Naturstein wurde auch in Ausstellungen thematisiert. Designer und Hochschulstudenten experimentierten mit dem Werkstoff und vermittelten neue Möglichkeiten der Gestaltung.



Grein-Chef Heinz Petrasch und Weha-Exchef Kurt Aigner am Stand von Grein Italia



Auf der Grein-Party wurde der neue Grein-Kalender präsentiert. Anregende Bilder, zweifellos ...



Die Grein Italia-GF Ivo Siviero und Michael Cramer verliehen den Grein-Award an Loretta, Mauro, Paola und Alberto Prantil.

ma Marmi Corradini, die wieder – mit guter Resonanz – Einblicke in Lager und Produktion ermöglichte. Grein Italia lud wieder zum Hallenfest ein. Rund 400 Gäste erlebten die Verleihung des Grein-Awards, diesmal an die Firma Prantil Camillo aus Taio, Trient, für die kontinuierliche Entwicklung innovativer Lösungen im Bereich Küchenarbeitsplatten aus Naturwerkstein, sowie die Präsentation des Grein-Kalenders 2009. Grein setzte u. a. die neue Exklusivlinie »Capolavoro« mit den Materialien SILVER MOON, JAVA QUARZITE und BLACK ZULU in Szene. Unter dem Motto »The Funky Seventies« wurde gefeiert und getanzt.

Acht Firmen umfasst die italienische Testi-Group (www.testigroup.com), die eigene Brüche für die Materialien LONDON WHITE® und DUKE WHITE® besitzt. Auf der Messe stellte sie neue brasilianische Granite aus, u. a. GREEN MATRIX, IMPERIAL BROWN und GREEN SODALITE.

Mit dem Architekturbüro Pongratz-Perbellini entwickelt die Testigroup Wandbekleidungen aus Naturstein mit 3D-Motiven, z. B. die Hyperwave-Serie.

Erstmals auf der Marmomacc vertreten waren Dr.-Ing. Burkhard Pohl und sein Verkaufsleiter Dr. Christoph Koch von der Firma Göflaner Marmor (Marmo di Covellano). Auf 2200m Höhe gewinnen sie GÖFLANER MARMOR in verschiedenen Varietäten. Der Bruch, den es seit 1856 gibt, wird seit August 2007 von der Familie Pohl betrieben (ausführlicher Bericht in **Naturstein** 12 / 2008).

www.goeflanermarmor.it
www.covellanomarmi.it

Spanien

Bei relativ stabilen Produktionsraten hat Spanien seine Naturstein-Exporte im letzten Jahr um 9% steigern können. Am Stand der Levantina Group freute man sich über zahlreichen Besuch u. a. aus Deutschland. Der laut



Klaus-Peter Mühlbrecht (l.) bislang bei Inbra, arbeitet ab Januar 2009 für den Blockhändler Ralf Witzigmann (r.); Grein Italia (Mitte: GF Michael Cramer) ist Gesellschafter der Firma Witzigmann.



Testi-Group: Hyperwave-Motiv »Tide« aus BIANCO LASA



Gabriele Schmidt mit 8 mm dünnen, kalibrierten Platten aus Basaltite®



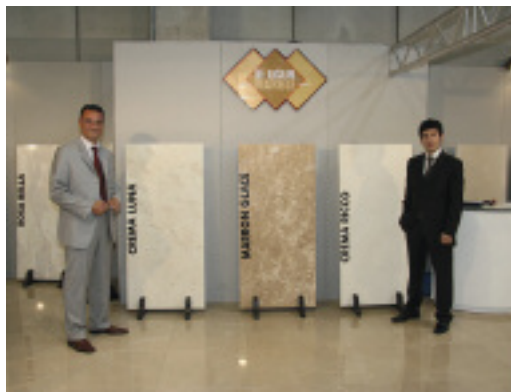
Begeistert von GÖFLANER MARMOR: Dr.-Ing. B. Pohl und Dr. C. Koch



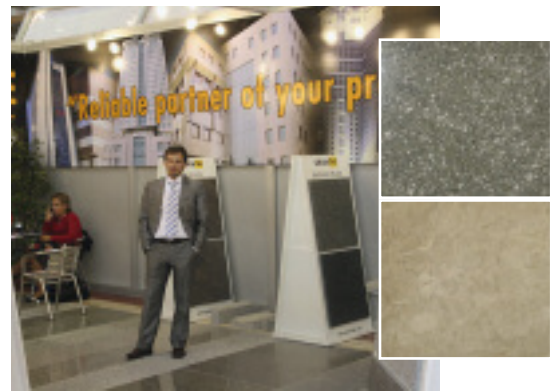
Varietäten von GÖFLANER MARMOR, Firma Göflaner Marmor, Schlanders



Materialien aus eigenen Brüchen stellte Metamar-GF Hasan Tigli aus.



Stand von Ugur Marble: Marketing Manager Levent Küllü (l.) und Export Sales Specialist Bahadır Senol mit neuen Materialien



Alper Sarisoy vom türkischen Unternehmen Granitas, das u. a. VERDE KIWI (o.) und HISAR BEIGE präsentierte (u.)

eigenen Angaben größte Natursteinkonzern der Welt besitzt 69 Brüche, 16 Fabriken und eine Produktpalette mit mehr als 250 Materialien. Durch die internationale Ausrichtung und die Tiefe des Angebots könne man Krisen auf einzelnen Märkten wie derzeit in den USA durch wachsende Präsenz in anderen Ländern relativ gut kompensieren, so Exportmanager Daniel Morenza, der u. a. für den deutschen Markt zuständig ist. In Verona wurde als Neuheit u. a. CREMA BALTICO und DORADO vorgestellt. In Deutschland wird das Unternehmen durch die Levantina Deutschland GmbH in Rastatt vertreten (www.levantina.com).

Naturstein vom Bosphorus

Laut der Statistik »Stone 2008« (siehe Kasten S. 55) hat die Natursteinproduktion in der Türkei im letzten Jahr wieder kräftig zugelegt, ebenso wie der Export von bearbeitetem Material. Mit einem Marktanteil von 7,7% hat die Türkei Italien überholt und ist mittlerweile der drittgrößte Naturstein-Produzent der Welt. Auf der Marmomacc präsentierten sich fast 100 türkische Unternehmen, viele davon gemeinsam.

Auf die Fertigung für Bauvorhaben spezialisiert ist die Firma Metamar mit

Sitz in Isparta. Sie verfügt über eine Reihe eigener Brüche. Produziert wird laut Geschäftsführer Hasan Tigli mit den modernsten CNC- und Sondermaschinen, z. B. für die Herstellung von Säulen. Metamar verfügt über sehr erfahrene Mitarbeiter (rund 700) in der Bearbeitung von Werkstein und fertigt zu 90% für den Export: www.metamarmarble.com.

»Das Geschäft in Europa und speziell auch in Deutschland läuft gut«, freute sich Levent Küllü, Marketing Manager bei Ugur Marble. Große Projekte stünden beispielsweise in England an, wo man u. a. Material für »das teuerste Privathaus der Welt« liefern werde. Auch in Osteuropa ist das Unternehmen tätig. In Verona wurden u. a. die vier neuen Materialien CREMA RICCO, MARRON GLACE, CREMA LUNA und LIMESTONE CREAM vorgestellt.

(www.ugurmarmo.com)

Auch für das türkische Unternehmen Granitas ist Osteuropa neben Asien ein wichtiger und wachsender Markt. Laut Vorstandsmitglied Alper Sarisoy ist man viel in der Ukraine und in Russland tätig. Auch in Kasachstan habe man sich bereits an Projekten beteiligt (www.granitas.com).

Einen Showroom in Hamburg unterhält das türkische Unternehmen Bayyurt, das eine Fülle von türkischen Materialien für innen und außen vertreibt, u. a. DENIZLI VEIN CUT TRAVERTINE, GOLDEN NOCHE TRAVERTINE, HAMAM und TAURUS BLACK. U. a. produziert man Mosaiken aus vorgegebenen Bildern (Fotos o. ä.). Verkaufsmann Deutschland ist Gökcin Güven:

www.bayyurt.com

Naturstein aus dem Norden

Blöcke für die Produktion von Grabmalen und Galabau-Produkten liefert die norwegische Firma Larvik Granite, die mit sechs Brüchen, 60 Mitarbeitern und 15 Mio. € Jahresumsatz an der Spitze der norwegischen Naturwerksteinproduzenten steht. Die Firma vertreibt die Syenite BLUE PEARL, SILVER PEARL®, EMERALD PEARL, den Anorthosit BLUE ANTIQUE® und MASI QUARTZITE.

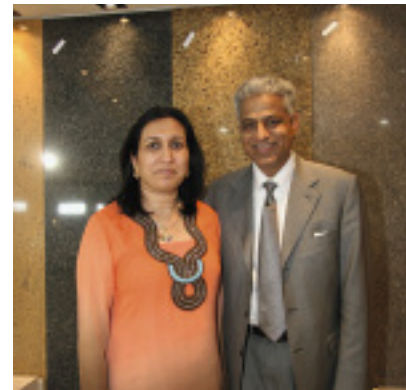
Die norwegische Firma Minera präsentierte ALTA, OPPDAL und OFFERDAL QUARZIT sowie OTTA PHYLLIT. Hingucker war eine Natursteininstallation mit Spiegel, gestaltet von Architekt Mario Bellini (Marmomacc meets Design).



Pixel-Mosaik Monica Bellucci aus Dolomit-Marmor und Marmor TOROS BLACK von Bayyurt



Ansprechpartner bei Minera: Marketingmanager Arnt Kristian Barsten (r.) und André Köhring



Berieten Kunden aus aller Welt: Aro-GF Sunil K. Arora und seine Ehefrau (siehe ▷ S. 76)

Naturstein aus Indien

Der südindische Steinverarbeiter Aro Granite Industries zeigte eine Reihe von Graniten in Braun- und Goldtönen (▷ S. 76). Auch das Unternehmen TAB India war wieder mit ihrem Sortiment an indischen Graniten präsent (www.tabindia.com). Unter dem Motto »Granite with spice« präsentierte die indische Firma Pokarna neue Steine, z. B. CORAL GOLD, www.pokarna.com.

Materialien und Grabmalformen zeigte die Firma Enterprising Enterprises aus Chennai. Als neues Material für Anwendungen als Grabmal und am Bau präsentierte sie BROS BLUE:

www.enterprising-enterprises.com

Als Neuheit stellte die GEM-Gruppe das Material LAVA JUWEL vor (www.gemgranites.com). Präsident R. Veeramani informierte über die neue Zertifizierungsmöglichkeit durch die Stiftung Indo German Export Promotion (IGEP) unter Leitung von Dr. Dietrich Kebschull. Sanja und Herbert Ott präsentierten ein Zertifikat, demzufolge die indischen Exportunternehmen 0,25 % des Ausfuhrwertes für Kontrollarbeiten zur Verfügung stellen. Die Im-

porteur geben 0,75 % für Sozialmaßnahmen. Alle Ausgaben und Einnahmen unterliegen der strikten Kontrolle durch Finanzbehörden und Wirtschaftsprüfer, so Dr. Kebschull im Gespräch mit unserer Redaktion (Interview: **Naturstein** 12 / 2008).

Kunden aus den USA vermisste die Firma Madhav Marbles & Granites (www.madhavmarbles.com), die ihr Natursteinsortiment (für Bau) ausstellte. Mitaussteller waren Frank Wilson für Wilson Naturstein aus Anröchte und Badrul Hasnain für Diamond Spectrum Enterprises aus Leerdam, Niederlande.

Naturstein aus Brasilien

Für den brasilianischen Aussteller Marbrasa lief die Messe laut Sales Manager Rodrigo Cola Pim »besser als erwartet, obwohl etwas weniger los war als im letzten Jahr«. Natürlich spüre auch sein Unternehmen die Krise in den USA. Dadurch, dass man den Großteil der Produktion in andere Länder exportiere, sei die Lage jedoch nicht aussichtslos. »Bis vor vier Jahren haben wir noch rund 80 % in die USA exportiert«, so Pim. Seitdem habe man neue Märkte beispielsweise Europa und hier auch Deutschland erschlossen. Als Neuheit



BROS BLUE heißt dieses blaue Material von Enterprising Enterprises, im Bild v. l. Aishwarya Balaji, Supraja Dwarakanath und Visalakshi Selvakumar.



R. Veeramani, Präsident der Firmengruppe GEM, mit dem Material LAVA JUWEL



Sanja und Herbert Ott vom Natursteinvertrieb Herbert Ott mit ihrem IGEP-Zertifikat



Rodrigo Cola Pim, Sales Manager beim brasilianischen Aussteller Marbrasa, mit dem neuen Material VIA LACTA



Michelangelo-Verkaufsleiter Giovanni Araldi (Mitte) und Gabrielle Adler, die in München brasilianische Firmen vertritt



Stand des brasilianischen Unternehmens Granipex mit den neuen Materialien PLATINUM (oben) und SAVANAH (unten)

präsentierte Marbrasa in Verona u. a. SONORA GOLD und VIA LACTA (www.marbrasa.com.br).

Zufrieden mit der Messe war auch Alessandra McMullan, Sales Representative bei Granipex. Dadurch, dass Europa der größte Markt für ihr Unternehmen sei, könne man die Auswirkungen der Krise in den USA einigermaßen gut kompensieren. Granipex wird im nächsten Jahr auf der Stone+tec in Nürnberg ausstellen. Als Neuheiten wurden u.a. die Quarzite PLATINUM und SAVANAH präsentiert (www.granipex.com.br).

Naturstein vom Nil

Wie bereits im letzten Jahr stellten auch diesmal zahlreiche der fast 30 ägyptischen Aussteller gemeinsam in Verona aus. »Das Geschäft mit Europa nimmt zu«, sagte Wolf Hertwig, Exportmanager bei der Haddad Group, am Nil einer der großen Anbieter von Marmor und Granit. Gerade in Osteuropa seien ägyptische Materialien

gefragt. »Auch Deutschland wird für uns wichtiger«. Für ägyptische Produzenten sei es jetzt wichtig, Vertrauen zu den europäischen Kunden aufzubauen. Das könne nur durch Zuverlässigkeit und Qualität erreicht werden. Die Haddad Group hat vor kurzem u. a. den Marmor SUNNY DARK für den Ratskeller in Ulm geliefert (www.haddad-group.net).

Über gute Kontakte auf der Marmomacc freute man sich bei der Alex Tiles S.A.E. Wichtige Märkte für das ägyptische Unternehmen sind u. a. die USA, Süd-Korea und Europa. In Person von Giorgio D'Este hat man mittlerweile einen italienischen Geschäftsführer (www.alex-tiles.com).

Europa wird auch für das in Kairo ansässige Unternehmen Sinai immer wichtiger. Neben dem osteuropäischen Markt beliefert man laut Sales Executive AbdulRahim Salah u.a. Deutschland, Italien, Frankreich und England, wo man einen neuen Partner

besitzt. Neu im Sortiment des Unternehmens mit fünf Brüchen und drei Werken sind ROSA SINAI und CLEOPATRA SINAI: www.sinaimarble.com

Mit GOLDEN SINAI stellte auch Marmonil, der nach eigenen Angaben größte ägyptische Naturstein-Anbieter, eine Neuheit vor. Wichtige Märkte in Europa sind Italien und Spanien (www.marmonil.com).

Aus dem Iran und Saudi Arabien

Auch viele Unternehmen aus dem Iran, dem weltweit fünftgrößten Natursteinproduzenten, präsentierten sich auf der diesjährigen Marmomacc gemeinsam. Die Iraner dürfen zwar kein Material in die USA exportieren, trotzdem spüre man auch im Europageschäft die Auswirkungen der Finanzkrise, so Mohtadi Zare, Design Manager bei Hadi Stone. Auch auf der Messe selbst sei die Resonanz nicht so gut wie im Jahr zuvor gewesen (www.hadistone.com).



Präsident Mahfouz Jean Haddad (r.), Präsident der ägyptischen Haddad Group, mit seinem Partner Dib Nabil



Alex Tiles S.A.E.: Export Manager Tarek Ibrahim (l.) und Chairman Yasser Rashed (2.v.r.) mit GF Giorgio D'Este (r.)



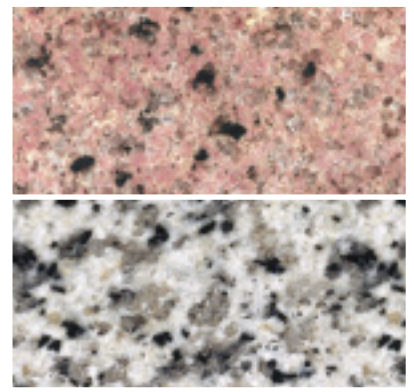
AbdulRahim Salah, Sales Executive bei Sinai, mit den neuen Materialien ROSA SINAI (l.) und CLEOPATRA SINAI



Fady Kheir, Exportmanager bei Marmonil, u. a. mit dem neuen Material GOLDEN SINAI



Eng. Michel El-Khoury, Exportmanager beim saudi-arabischen Unternehmen SMG, das u. a. die Granite SAUDI SALMON (o.) und SAUDI BIANCO (u.) anbietet.



Von guten Kontakten sprach Eng. Michel El-Khoury, Exportmanager beim saudi-arabischen Unternehmen Saudi Marble & Granite Factory Co. Ltd. (SMG), das 14 Brüche besitzt und mit seinen Werken eigenen Angaben zufolge eine Jahresproduktion von 1,8 Mio. m² erreicht. Angeboten werden u.a. Granite, darunter SAUDI SALMON, SWEET GOLD und SAUDI GREEN. SMG besitzt seit

2007 die Zertifizierung nach ISO 9001:2000/EN ISO 9001/2000 von der deutschen RWTÜV AG und wird – wie bereits 2005 – auf der Stone+tec ausstellen (www.smg.com.sa).

Komposit und Co.

CaesarStone wartete mit beeindruckenden neuen Oberflächen auf. Wie Krokodille der mutete die präsentierte Quarzwerkstoffoberfläche an. Auch

Dekore, die an textile Spitzen erinnern, sind möglich. Anwendungen der Exklusivlinie Concetto waren ebenso zu sehen wie neue Designs in Schwarz-Weiß-Optik. Umweltbewusstsein bezeugt die Firma, die in Deutschland durch Rossittis vertreten wird, mit den Umweltstandards ISO 14001, Greenguard und Leed, www.caesarstone.com.



GRABMALE AUS EIGENER HERSTELLUNG



- Indienimport
- Auslieferung mit eigenem LKW
- großes Blocklager
- Ausstellungslager
- Rohplatten
- Lohnschnitte



Wg. Modernisierung abzugeben:

- 1x Blocksäge
- 1x Schleifstrasse
- 2x Kantensautomat

KBL Natursteine e.K. An der Nibelungenstrasse
64678 Lindenfels

Tel. 06255 9609-0
Fax 06255-9609-11/-12

mail: info@kbl-natursteine.de
www.kbl-natursteine.de



Die neue Oberfläche in CaesarStone® mutet wie Krokodilleder an, aber in Schwarz.



CaesarStone® wird in Deutschland durch Rossittis vertreten: v. l. Cornelia Ulfertz, Thomas Rossittis, Tali Brahms, Tzvika Rimon, Geert-Frank Kuiper, Erez Schweppe, Tali Avital und Caroline van den Bosch



Erstmals auf der Messe, mit 25 Farben: Pepijn Kellermann und Ben Clerix vom Quarzwerkstoffanbieter Diresco, www.diresco.be

Die spanische Cosentino Group präsentierte in Verona u. a. die vier neuen Silestone®-Farben Bianco Rivers (Rivers-Serie), Negro Tao, Kensho (Zen-Serie) und Magenta Energy (Life-Serie) sowie ihre neue Platinum-Kollektion (**Naturstein** 9 / 2008, ▷ S. 118). Als weitere Neuheit wurden Granite aus der in Deutschland ab 2009 erhältlichen Serie SenSa vorgestellt, bei denen laut Hersteller eine spezielle Verarbeitungstechnik für Schutz, Haltbarkeit und Fleckenresistenz sorgt. Ebenfalls neu ist die sog. Semi-Precious Collection® mit Platten aus Halbedelsteinen mit Holz- und Fossileinschlüssen. Darüber hinaus standen auch die unter dem Namen Scalea zusammengefassten Natursteinsorten im Sortiment von Cosentino im Zentrum des Messeauftritts in Verona. Laut Area Manager Thomas Schmal ist man mit der Entwicklung in Deutschland, wo Cosentino mehrere neue Lager eröffnet hat, zufrieden. »Die Investitionen zahlen sich aus«, so Schmal. »Wir werden immer mehr wahrgenommen. Die Steinmetze interessieren sich für uns – nicht

zuletzt wegen der Breite unseres Angebots«: www.cosentino.es, www.silestone.com.

Auch das spanische Unternehmen Compac Marmol&Quartz bietet Neuheiten, darunter eine Kollektion mit acht Farben (Atlantik, Fuschia, Flamingo, Lime etc.), entwickelt mit Designer Karim Rashid. Laut Guillermo Deltoro, Verkaufsleiter für Deutschland, geht der Trend in Richtung »neutrale« Farben. Dementsprechend habe man vor einigen Wochen die drei Farben Cement, Alaska und Nero auf den Markt gebracht, deren Spektrum im beigen, grauen bzw. schwarzen Bereich liegt.

Vor kurzem hat Compac zwei neues Lager in England eröffnet. Auch in den USA gibt es zwei Vertretungen. Die Finanzkrise bereitet Tony Lleó, Area Sales Manager bei Compac UK Ltd., keine schlaflosen Nächte: »So etwas wird es immer wieder geben, das ist normal. Es hilft nichts, man muss jetzt einfach weitermachen und sich gegebenenfalls neu positionieren.« (www.compacmq2.co)

Agglonord produziert zement- und kunstharzgebundene Werksteine (Natursteingrob- und -mikrokörnung) im Vakuum-Blockverfahren. Das Produktsortiment umfasst Blöcke, Unmaßplatten, Bodenplatten und Fertigerware. Der 1996 von Pietro Quarella gegründete Familienbetrieb wird heute von den Geschwistern Quarella geführt und beschäftigt 20 Mitarbeiter. (www.agglonord.com)

Die tschechische Firma Technistone, die in Deutschland durch die Firma OmniStone vertreten wird, präsentierte die Produktlinie »Elegance« (Brown, Dark Grey, Concrete Grey und Prairie) sowie die Linien Translucent (Onyx, Ice und Snow White) und Fresh (Brown, Red, Orange und Green) mit Glaseinschlüssen (Hinterleuchtung möglich). Die Firma liefert Unmaßtafeln, vor allem für die Küchenarbeitsplattenproduktion (vorgesägte Kanten).

Bärbel Holländer und Sebastian Hemmer mit Susanne Storath und Britta Melzer



Isabella Saponaro von Agglonord



Bernd-Rüdiger Fricke von Technistone



Guillermo Deltoro, Firma Compac

STATEMENTS:

Steinmetz-Delegation

Gudrun Aßmus (2.v.l.) mit Heike Schmidt (links) und den anderen Delegierten

»Die italienische Handelskammer hat Vertreter des Deutschen Steinmetzhandwerks auf die Marmomacc eingeladen. Drei Delegierte hatten somit die Gelegenheit, Kontakt mit neuen Geschäftspartnern herzustellen. Der BIV begrüßt diese Förderung der deutsch-italienischen Geschäftsbeziehungen durch die Italienische Handelskammer in Person von Heike Schmidt, die den Delegierten zur Seite stand und so den zielführenden Ablauf der von ihr vereinbarten Gespräche ermöglichte.

Dabei wurden auch die Möglichkeiten eines zentralen Einkaufs über eine Steinmetzgenossenschaft thematisiert. Die Resonanz der Lieferanten war überaus positiv. Inwieweit Zentralregulierungsverträge mit italienischen Steinlieferanten abgeschlossen werden, wird nun in Folgegesprächen erörtert.«

Gudrun Aßmus, Mitarbeiterin des BIV und Delegierte

Anfragen gehen zurück

»Die Krise in den USA wirkt sich mittlerweile auch auf den europäischen Markt aus. Seit einigen Wochen gehen die Anfragen deutlich zurück.«

Anne Chaney, u. a. Deutschland Exportleiterin beim französischen Unternehmen Rocamat, das 40 % der Produktion seiner 35 Steinbrüche exportiert. (www.rocamat.com)

Beratungskompetenz zählt

»Steinbearbeitung ist immer noch schwierig, wenn man sie sehr gut machen will. Unsere Kunden schätzen daher die Fachkompetenz und Beratungsqualität unseres sehr breit aufgestellten Unternehmens.«

Franziska Petri, GF J. König

Alles Palette

Dr.-Ing. Walter und Sonja Zinser, Daniela Keim, Hubert Frick, Martin Stockner und Volker Zeller von Palette CAD

»Wer sich heute als Handwerker am Markt behaupten will, braucht mehr als handwerkliches Können und Erfahrung. Handwerker müssen und können heute im Kundengespräch Register ziehen, die früher nicht zur Verfügung standen. Mit unserer spezialisierten CAD-Software können sich Steinmetzen überzeugend als Gestalter positionieren. Das überzeugt v. a. Kunden, die individuelle Lösungen suchen. Auf der Messe haben wir viele gute Gespräche geführt.«

Dr.-Ing. Walter Zinser, GF Palette CAD

Nach China und wieder zurück**Bob Campo und Carlo Kirsch mit GALACTIC BLUE**

»Der größte Teil der Blockware geht inzwischen nach China, und die Hälfte kommt in verarbeiteter Form nach Europa zurück. Wir liefern aber nach wie vor Blöcke direkt zu Produzenten, auch nach Deutschland. Interessant für den deutschen Markt ist unser Material GALACTIC BLUE.«

Robert Campo, Rock of Ages, USA

Branche leidet unter Kampagne

Michael Reis, Chefredakteur der amerikanischen Fachzeitschrift »Stone World«

»Die Radon-Kampagne gegen Küchenarbeitsplatten aus Granit (▷ **Naturstein** 9/2008) hat der Branche geschadet. Unzählige Anstrengungen wurden unternommen, um die falschen Aussagen überzeugend zu revidieren. Das Marble Institute of America hat eine Marketingkampagne »Die Wahrheit über Granit« ins Leben gerufen und schon viele Sponsoren mobilisiert, u. a. die Messe Carrara. Wer sich über alle Hintergründe informieren und die Kampagne unterstützen will, kann dies unter www.marble-institut.com. Es wird noch dauern, bis die Emotionen und Ängste der amerikanischen Endverbraucher vollends abgeklungen sind. Tragen Sie mit Ihrer Spende dazu bei, das Image von Granit von aller Fehlinformation zu befreien!«

Michael Reis, Stone World, USA

Danke**Naturstein-Team: Bärbel Holländer mit Sebastian Hemmer, Britta Melzer und Susanne Storath (rechts)**

»Wir bedanken uns für gute Gespräche und bitten um Verständnis dafür, dass wir nicht über alle Aussteller berichten können. Unter www.natursteinonline.de finden Sie zusätzliche Infos, Videos und Marmomacc-Fotoreportagen. Haben Sie's gemerkt? Diesmal hat die Redaktion erstmals live von der Messe berichtet, natürlich unter www.natursteinonline.de!«



ts IDEEN, TECHNOLOGIEN UND LEISTUNGEN FÜR DAS SPALTEN VON STEIN

TECHNO SPLIT

38050 OSPEDALETTO - TRENTO - ITALY - Via Barricata 2/B
Tel. 0039 0461 770027 - fax 0039 0461 770026
e-mail: info@technosplit.com