



Brasilien:

Wachstumsraten wie in China

Gute Gespräche und Geschäfte sorgten für eine gute Stimmung auf der Messe in Vitória: Auch für 2007 geht die brasilianische Natursteinindustrie von einer satten Produktions- und Exportsteigerung aus.

Wir haben an den zwei Messetagen so viel Umsatz gemacht wie im vergangenen halben Jahr«, war das Fazit vieler Aussteller auf der Messe in Vitória/Brasilien vom 6. bis 9. Februar. Um zu verstehen, welche Aussichten für 2007 sich hinter dieser Aussage verbergen, muss man die Bilanz der brasilianischen Steinindustrie in den letzten zwölf Monaten kennen: Im Export verzeichnete man in diesem Zeitraum eine wertmäßige Steigerung um gut 32% auf 1,045 Mrd.

US-Dollar und eine mengenmäßige Steigerung um 20% auf 2,589 Mrd. t. Das Wachstum, das schon in den Jahren ähnliche Margen erreicht hatte, dürfte 2007 im Wesentlichen anhalten, so die Erwartungen der Aussteller nach der Messe.

Es war die 23. Steinschau in der Hauptstadt des Bundesstaates Espírito Santo, der zwar zu den kleineren Ländern der brasilianischen Föderation zählt, in Sachen Naturstein-Produktion und -verarbeitung aber mit großem Vorsprung an erster Stelle

liegt. Bezüglich der Zahl der Aussteller ging die vorläufige Messestatistik, wie sie bis Redaktionsschluss vorlag, von einer Steigerung um ca. 10% (Gesamtzahl: 420) aus. Im Bezug auf Aussteller aus fremden Ländern wurden Vertreter aus 60 Staaten erwartet (2006: 58). Die meisten Aussteller waren wieder brasilianische Firmen, gefolgt von US-Amerikanern, Italienern und Spaniern.

Auch bei den Besuchern gingen die Organisatoren der Messefirma Milanez & Milaneze von Steigerungen aus. Im Vorjahr hatten 31 202 Gäste die klimatisierten Hallen unweit des Flughafens besucht. Für dieses Jahr wurden mehr als 32 000 erwartet.

Neuheiten an Naturstein gab es in Vitória wie üblich in großer Zahl zu sehen. Im Vordergrund standen hier die so genannten Exotics – Steine mit auffallenden Farben und markanten Strukturen, die zu einem Markenzeichen der brasilianischen Steinindustrie geworden sind. Einer der Spezialisten hier ist MP Granitos do Brasil aus dem Ort Serra in Espírito Santo. Die Firma mit italienischem Ursprung und international erfahrenem Personal stellte als eine ihrer Neuheiten TORRONE BROWN vor. Der Stein gehört zu jenen exklusiven Sorten im Angebot, die

nur in geringen Mengen verfügbar sind und dies auch bleiben werden, so Adriane Massmann, General Manager des Unternehmens.

Missfallen gab es auf der Messe bezüglich der Präsentation der Firma Antolini do Brasil, eines Ablegers der italienischen Muttergesellschaft. Die Firma hatte einen Laufsteg aufgebaut, wo junge Mädchen – wie sonst auf der Marmomacc in Verona – hochhackig und mit knappen Bikinis defilierten. Steinerne Imitationen von Handtäschchen bildeten den einzigen Bezug zu Naturstein als Thema der Messe.

Die Besucher und gleichfalls die Aussteller, mit denen **Naturstein** sprach, mokierten sich darüber, dass die rappeldürren Models erstens nichts mit dem brasilianischen Frauentyp gemein hätten und dass zweitens die Musik unpassend, weil unendlich weit von den landesüblichen Rhythmen entfernt gewesen sei. Schließlich wurde – drittens – die Nacktheit der Models als deplatziert empfunden. Offenen Protest aber gab

es nicht. »In den USA wäre diese Schau wohl mit Tomatenwürfen quittiert worden«, bemerkte trocken Charles Muehlbauer vom Marble Institute of America (MIA).

Harmonisch verlief die offizielle Eröffnung am Abend des ersten Messtages. Die anwesenden Honoratioren der Steinbranche und der per Helikopter eingeflogene Gouverneur des

Bundesstaates lobten sich gegenseitig, auch wenn, Klartext gesprochen, die Infrastruktur des Bundesstaates dem Boom der Steinbranche einige Hindernisse in den Weg legt. »Ein weiteres Wachstum ohne die Lösung dieses Problems ist nicht möglich«, sagte der Chef des lokalen Verbands, Áureo Vianna Mameri, in seiner Eröffnungsrede.

KURZINFO:

Steine aus Peru

Als einziger Aussteller von der südamerikanischen Westküste präsentierte das peruanische Unternehmen Marmoleria Gallos (Porträt siehe ▷ S. 57) eine für diese Messe ungewöhnliche Auswahl an traditionell sowie exotisch anmutenden Travertinen und Kalksteinen in warmen Farbtönen – in der von Granit und Quarzit geprägten Ausstellung ein Hingucker. Die Nachfrage war größer als bei der Messeeerbeteiligung 2006. Man ist sehr zufrieden.



Torrone Brown
Honey Flower
Cosmic Anacato

The materials you need at a unique place

M.P. Granitos do Brasil

Rod. Norte Sul, 270 - Carapina - Sorocaba/ES - Brasil - CEP 20160-970
Telefax: +55 27 3338 2180 - Fax: +55 27 3228 5896 - email: info@mpgranitos.com.br
www.mpgranitos.com.br



TORRONE BROWN von MP Granitos mit Hostess



TIGERISH von Mameri Rochas



Natursteinmode von Antolini do Brasil

Zwar ist inzwischen, wie Mameri ausführte, das Projekt einer Eisenbahnlinie vom Branchenzentrum in Cachoeiro de Itapemirim zum Hafen in Vila Velha mit Anschluss an einen zweiten Hafen auf halbem Weg auf den Weg gebracht. Von Beobachtern aber wird die geplante Fertigstellung bis 2010 angezweifelt.

Immer mehr werden angesichts des anhaltenden Wachstums Transportwege und Logistik zum Flaschenhals der Entwicklung. So hatte es im vergangenen Jahr von einem auf den anderen Monat plötzlich einen extremen Rückgang in der Zahl der zu

Schiff gebrachten Container mit Natursteinen gegeben, weil der Monopolist im Sektor, der Multikonzern Vale do Rio Doce, auch gleichzeitig einer der Global Player in Sachen Eisenerz ist. Wie aus Unterlagen von Abirochas hervorgeht, hatte der Konzern den Export der Stein-Container zeitweise hintangestellt, weil der Erzexport nach China höhere Erträge brachte.

USA: Granit Trendmaterial in den Küchen

In einem Vortrag auf der Messe wurde eine aktuelle Studie der US-Zeit-

schrift Home & Design vorgestellt. Danach ist Granit in den USA im Moment als Material für Küchen der Renner, dies unter anderem aus finanziellen Erwägungen: Da 80% der Eigenheimbesitzer einen Verkauf ihrer Immobilie nach wenigen Jahren in Betracht zögen, wollten sie den Raum mit Naturstein ausstatten, um den Wiederverkaufswert des Hauses zu erhöhen, so die Untersuchung.

Stärker noch werde die Nachfrage nach Naturstein dadurch, dass die Küche nicht mehr nur ein Funktionsraum sei, sondern sich vielmehr als Ort für Gemeinsamkeit zu einer



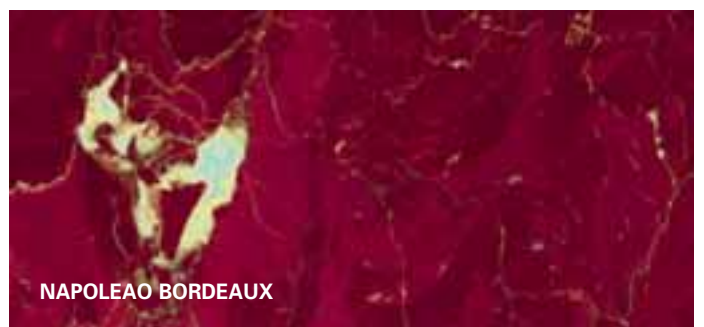
OCEAN GREEN



SEAFOAM GREEN



VERDE ESMERALDA



NAPOLEAO BORDEAUX

Natursteinneuheiten aus dem Sortiment der Firma Michelangelo



BLUES DEL FUEGO von Gramil.

Art von neuem Wohnzimmer entwickelt habe. Folglich wollten die Eigenheimbesitzer den Raum hochwertig ausstatten, und dies nicht nur mit Arbeitsplatten oder Böden aus Granit, sondern auch mit Fliesen aus Naturstein an den Wänden. »Die Kunden wollen mehrere Sorten in der Küche haben«, so eine der Erkenntnisse aus der Studie.

Bezüglich der bisherigen Vorliebe der US-Amerikaner für polierten Stein gebe es eine gegenläufige Tendenz zu matten Oberflächen. Dies hänge unter anderem mit dem Reinigungsaufwand zusammen: »Die Leute wollen

nicht jeden Fingerabdruck abwischen müssen«, hieß es in dem Vortrag.

Naturstein steuerte ein Referat über Steinfurnier und Carbonfaser-Stein als aktuelle Neuigkeiten in Sachen Technologie bei. In einem anderen Referat ging es um die Verwendung der Abfälle aus der Steinbearbeitung, etwa als Zuschlagstoffe für Asphalt oder Betonwerkstein.

Das zunehmende Umweltbewusstsein der brasilianischen Steinindustrie zeigte sich auch an anderer Stelle auf der Messe. So präsentierte sich ein Projekt zur nachhaltigen Steingewinnung (»Mineração Sustentável«) in der Ortschaft Castelo in Espírito Santo. Gefördert von den örtlichen Behörden geht es darum, schon während des Betriebs eines Steinbruchs etwa die Abfälle so zu verwenden, dass Löcher im Gelände wieder aufgefüllt werden. Die Beteiligung von Biologen soll gewährleisten, dass nach der Stilllegung wieder die ortsüblichen Baumarten angepflanzt werden. Stolz präsentierten die Initiatoren des Projekts, das im Sommer zur Verlängerung ansteht, Fotos von Fußspuren seltener Tierarten, die das Gelände wenige Jahre nach der Renaturierung wieder in Besitz genommen haben.

Peter Becker

KURZINFO:

Heute wird vor allem Fertigware exportiert

Auffallend an den Statistiken der brasilianischen Steinindustrie ist nicht nur das enorme Wachstum während der vergangenen Jahre, sondern auch die Entwicklung hin zu einem Exporteur von Endprodukten. Das zeigen die aktuellen Zahlen für das vergangene Jahr, die der nationale Branchenverband Abirochas in seinem jüngsten Internet-Magazin »Informe« (1/2007) veröffentlicht hat. War nach Dollarwert das Verhältnis zwischen exportierten Rohblöcken und Endprodukten 1997 noch – vereinfacht gesagt – zwei Drittel zu einem Drittel, hat sich das Verhältnis im Jahr 2006 auf 80 % an weiterverarbeiteten Produkten zu rund 20 % an Rohblöcken mehr als umgekehrt.

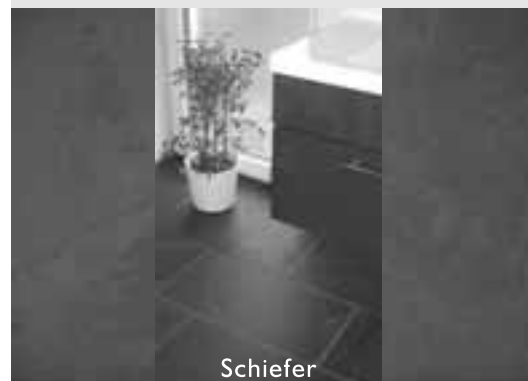
Eine Besonderheit der brasilianischen Steinindustrie ist die Absatz-Monokultur, vor der Abirochas seit Jahren warnt:

Im vergangenen Jahr bezogen die USA gut 60 % der Steinexporte (knapp 632 Mio. US-Dollar) und nach Tonnage gut 58 % (824 174 Mio. t). Anzumerken ist hier, dass diese Exporte sowohl nach Wert als auch nach Menge nahezu gänzlich weiterverarbeitete Produkte waren – was wert und teuer ist, geht also in die USA. Von den Rohblöcken gehen die meisten nach China oder Italien.

Noch extremer ist die Monokultur im Fall von Espírito Santo: Nicht nur, dass laut »Informe« im vergangenen Jahr nach Dollarwert rund 65 % und nach Tonnage knapp 57 % der Exporte in die USA gingen. Das Bundesland war fast nur mit einem einzigen Produkt am Export beteiligt, nämlich mit polierten Granitplatten, die 83 % seiner Steinexporte ausmachten.

Ihr Spezialist für Schiefer und Speckstein aus Brasilien

Rohplatten, Fertigarbeiten, Fliesen



Schiefer



Speckstein

Besuchen Sie uns !

1947 - 2007
Jubiläumstage am
5./6. Mai 2007



Faust GmbH

Oberste Straße 16 · 36151 Burghaun
Tel. 0 66 52 - 17 54 · Fax 723 73
info@faust-natursteine.de
www.faust-natursteine.de