



Der Südtiroler Gemeinschaftsstand mit den beiden Naturstein-Produzenten Lasa Marmo GmbH (l.) und Grünig Natursteine AG. Fotos: Robert Stadler

Swissbau zeigte wenig Stein

Die Digitalisierung fordert alle Wirtschaftsbereiche heraus. Dies gilt auch für die Natursteinbranche und für das Messewesen, wie sich auf der diesjährigen Swissbau zeigte.

Jedes zweite Jahr trifft sich fast die gesamte Schweizer Bauwirtschaft in Basel zum großen Branchentreffen. Vertreten sind jeweils sämtliche Akteure entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Bei der 26. Ausgabe der bedeutendsten Schweizer Baufachmesse (16. bis 19. Januar) beteiligten sich 902 Aussteller aus 17 Ländern. Gegenüber 2018 sind das satte 14 % weniger. Offensichtlich hatten zahlreiche bisherige Aussteller auf eine erneute Teilnahme verzichtet.

Erstmals ohne ProNaturstein

Weitgehend abwesend war auch die heimische Natursteinbranche. Besonders auffällig war das Fehlen von ProNaturstein, der schweizerischen Arbeitsgemeinschaft für den Naturstein. Diese war seit den 1980er-Jahren stets mit einem attraktiven Informationsstand vertreten gewesen. Geschäftsleiterin Melanie Saner begründet den Rückzug mit einer grundsätzlichen Neuausrichtung: »Unsere Werbeanstrengungen beschränken sich

künftig vor allem auf digitale Medien – mit Blogs, Newsletter, Facebook, Google AdWords, LinkedIn und Instagram«, erklärt sie. »Unsere Hauptzielgruppe sind Architekten und Planer, doch mit Social Media erreichen wir auch Endkunden – und dies sogar besser und günstiger als auf einer allgemeinen Baufachmesse.« Inzwischen hat ProNaturstein seinen Internetauftritt vollständig neu gestaltet und für Google, Siri und Alexa fit gemacht. Zudem erhielt die Website Porträts und Referenzobjekte seiner Vollmitglieder, welche die finanzielle Hauptlast von ProNaturstein tragen. »Als Arbeitstool bietet die Website damit auch für Architekten, Planer und potenzielle Bauherren einen Mehrwert«, betont Saner.

Probleme lösen und Service bieten

Auch andere gaben der Swissbau einen Korb. So suchte man Einzelstände von schweizerischen Steinbruchunternehmen in Basel vergebens, ebenso fehlten solche aus Deutschland; dafür beteiligten sich drei norditalienische Produzenten. Und

immerhin stellten zusätzlich einige Fachunternehmen mit Fertigprodukten für den Innen- und Außenbereich aus. Eine rundum positive Bilanz zog Kurt Ratschiller, Product Manager beim Marmorproduzenten Lasa Marmo GmbH aus Laas/Lasa, Südtirol. »Anders als auf der Marmomac in Verona und der BAU in München erreichen wir in Basel auch viele Endkonsumenten«, hat er beobachtet. Bei dieser Zielgruppe bestehe oft Erklärungsbedarf bezüglich Auswahl und Pflege von Marmor, speziell in den Anwendungen für Bad und Küche. »In Partnerschaft mit dem Schweizer Badausstatter Talsee AG, der seit kurzem von Lasa Marmo gefertigte Waschbecken im Programm führt, konnten wir diesbezüglich viel Aufklärungsarbeit leisten.« Die Zukunft für sein Unternehmen – und auch für die Steinbruch-Industrie insgesamt – sieht Ratschiller in der Weiterverarbeitung, der Spezialisierung und der Digitalisierung: »Nur den Rohstoff zu liefern, ist nicht mehr genug – und vor allem nicht zukunftsfähig.



Daniela und Maurizio Gini, Graniti Conrad s.r.l., Piuro, Sondrio, Italien



Ideen für Wand- und Bodenbeläge bei der Fontarocca AG



Kurt Ratschiller, Product Manager und Kommunikationsverantwortlicher bei der Lasa Marmo GmbH



Verschiedene Sorten von LAASER MARMOR, übersichtlich präsentiert.



Silvia Bircher teilt sich die Geschäftsleitung der Marmobisa AG, Ebersecken, mit ihren Söhnen René (l.), Daniel (r.) und Patrik (nicht auf dem Bild).



Stephan Moser (l.) und Matthias Sauter sind Eigentümer der Fontarocca AG mit Hauptsitz in Liestal, Kanton Basel-Landschaft, und Niederlassungen in Reigoldswil und Mönchaldorf.

Wir müssen für Architekten und Bauherren vermehrt Probleme lösen und Service bieten.«

Neue Kontakte, gute Gespräche

Lasa Marmo nahm im Rahmen eines Südtiroler Gemeinschaftsstands an der Messe teil, ebenso wie die Grünig Natursteine GmbH aus Sterzing mit ihrem eigenen Naturstein SILBERQUARZIT. Der Stand war in Zusammenarbeit mit Studenten und Professoren der TU Darmstadt geplant und gebaut worden. »Wir sind dankbar für viele neue Bekanntschaften und tolle Gespräche«, schreibt Grünig auf seiner Website im Rückblick. Zufrieden zeigte sich auch Maurizio Gini vom italienischen Natursteinproduzenten

Graniti Conrad s.r.l. aus Piuro, Provinz Sondrio, der u.a. Produkte aus VERDE SPLUGA und SOGLIO-QUARZIT präsentierte. Ähnlich auch das Fazit von Matthias Sauter vom schweizerischen Naturstein-Allrounder Fontarocca AG, Liestal. Das Unternehmen präsentierte ein breites Muster- und Anwendungssortiment in vielen Natursteinsorten für den Innen- und Außenbereich. »Wir konnten viele neue Kontakte knüpfen. Ich habe daher ein gutes Gefühl, dass daraus erfolgreiche Geschäftsbeziehungen entstehen können«, sagte Sauter. Und auch die Marmobisa AG, Ebersecken/Luzern, ein Familienunternehmen, das auf Produkte für Bad und Küche spezialisiert ist, sah ihre Erwartungen erfüllt. Geschäfts-

KURZINFO

Swissbau 2022 wird gekürzt

Der Besucherandrang auf der Swissbau ist seit längerem rückläufig. Dieses Jahr wurden noch 92.269 Besucher gezählt, 6% weniger als 2018. Das Messewesen spürt den digitalen Wandel immer stärker. Vor allem jüngere Fachleute und viele Endverbraucher orientieren sich oft nur noch im Internet und über soziale Netzwerke. Die Messen müssen sich deshalb quasi neu erfinden. Die Swissbau versucht es, indem die eigentliche Messe – also die Aussteller mit ihren Produkten und Dienstleistungen – nur noch einen von insgesamt drei Teilbereichen repräsentiert. Laufend ausgebaut werden dagegen die Veranstaltungs- und Netzwerkplattform »Swissbau Focus« und »Swissbau Innovation Lab«, eine Plattform für digitale Transformation. Die Messe dauerte bisher fünf Tage. In zwei Jahren (18. bis 21. Januar 2022) werden es nur noch vier Tage sein. Der Schlussbericht über die Swissbau 2020 findet sich unter www.swissbau.ch. (sta)

leiterin Silvia Bircher lobte die »hervorragend arbeitenden« Swissbau-Organisatoren sowie die Fachkompetenz der Besucher: »Es kamen zwar weniger Leute als in früheren Jahren, dafür aber die richtigen.«

Robert Stadler



Robert Stadler

ist Journalist und Fotograf für Bau- und Naturstein-Zeitschriften, u.a. »Kunst+Stein« (2010 bis 2017). Freier Mitarbeiter von Naturstein ist er seit 1990.