

regioS 03/10:**Das Potenzial der natürlichen Ressourcen****Die Schweiz ist steinreich**

Steine bergen ein in der Schweiz längst nicht ausgeschöpftes Potenzial. Allerdings kommt es bei Abbauvorhaben schnell zu Nutzungskonflikten. Zudem spüren die Schweizer Steinunternehmen den globalen Wettbewerb und müssen sich billiger Importprodukte erwehren. Trotzdem: Mit Ideenreichtum, Qualität und einer geschickten Nischenpolitik können Steine aus der Schweiz erfolgreich weltweit vermarktet werden. Innovative Firmen greifen brachliegende Chancen auf, denen auch die NRP auf die Sprünge helfen könnte.

Pirmin Schilliger – Luzern

Gneis aus dem Calancatal wird bis nach Japan exportiert. Die Alfredo Polti SA sprengt ihn in Arvegno aus dem Fels und bearbeitet das Rohmaterial im eigenen Werk in Grono. Der Stein ist mit seinen Farb- und Körnungsunterschieden eine Augenweide. Dem harten Material wohnt, wenn es geschliffen ist, eine geradezu verführerische Kraft inne. Dank seiner technischen und physikalischen Eigenschaften lässt sich dieser Gneis auch vielseitig verwenden: vom Strassen- bis zum Hochbau, im Aussen- und Innenbereich, in Küchen, Bädern und Duschen.

Ebenfalls ein Exportschlager ist der grüne Granit aus Andeer. Zwei Firmen, die Toscano AG und die A. Conrad AG, bauen ihn ab. Er findet sich im Regierungsgebäude von Niederösterreich in St. Pölten, in der österreichischen Botschaft und in der U-Bahn-Station «Brandenburger Tor» in Berlin, im Kunstmuseum Bonn, im Bahnhof Luzern usw.

Ein Wahrzeichen als neuer Türöffner

Hinter der Gewinnung des Valser Quarzits steckt die Truffer AG, ein Familienunternehmen mit rund 30 Beschäftigten. Seit Architekt Peter Zumthor in Vals aus 60 000 Steinplatten die zum architektonischen Wahrzeichen gewordene Therme errichtet hat, stehen der Firma die Tore zur Welt offen. In der Werkhalle mit der automatisierten Produktionsstrasse schneiden Diamantsägeblätter auf den Zehntelmillimeter genau, was dann ein Bauen mit minimalen Fugen erlaubt. Valser Quarzit ist in der von Norman Foster gebauten Capital City Academy in London anzutreffen, in der Nobeluniversität Swartmore in Philadelphia oder – etwas näher – in Bern. Dort ist der Bundesplatz mit Steinplatten aus dem Bündner Bergtal gestaltet worden.

Lässt sich aus diesen Beispielen eine einzige Erfolgsgeschichte des Natursteins stricken? Titus Toscano, Chef des gleichnamigen Unternehmens in Andeer und Präsident des Naturstein-Verbands Schweiz (NVS), verweist auf sein persönliches Rezept: «Wir setzen auf Exklusivitäten, also den Andeerer Granit, den San Bernardino Silber und den Poschiavo

Serpentinit, die wir in schwierigem Gelände aus dem Fels brechen.» Neben den Steinbrüchen betreibt die Firma ein modernes Verarbeitungswerk, was die Wertschöpfung verbessert und individuelle Kundenlösungen erlaubt. Jedenfalls verzeichnete das Unternehmen in den letzten Jahren ein stabiles Wachstum. Toscano beliefert halb Europa, gelegentlich sogar Japan und die USA. Keinesfalls als Nachteil empfindet der Chef den inneralpinen Standort. «Wir liegen doch im Zentrum von Westeuropa und damit transportgünstig zu unseren wichtigsten Märkten», argumentiert er.

Gegenwind auf dem Markt

Zurückhaltender beurteilt die Situation in der Branche Abraham Conrad, der sich in vierter Generation ebenfalls ganz dem Abbau des grünen Gesteins im Hinterrhein verschrieben hat. «Der starke Franken erschwert den Export und drückt auf unseren Absatz», klagt er. Schweizer Natursteine hätten auf dem Markt nur dann eine Chance, wenn sie bezüglich Farbe, Struktur und technischer Werte exklusiv seien, gibt er weiter zu bedenken. Fänden sich in China oder Südamerika gleiche oder ähnliche Vorkommen, seien Schweizer Betriebe schnell weg vom Fenster. «Transportwege fallen dabei kaum mehr ins Gewicht, denn der Frachtpreis von China nach Basel ist ungefähr gleich wie von Andeer ans Rheinknie.»

Die Konkurrenz aus billigeren Ländern drängt also die hiesige Steinindustrie in stets engere Nischen. Das haben vor allem die Steinunternehmen im Tessin gespürt, deren Zahl sich seit Mitte der 1990er-Jahre von 80 auf 40 Betriebe halbiert hat. Mauro Bettazza, Präsident der Tessiner Granit-, Marmor- und Natursteinvereinigung, geht allerdings davon aus, dass die schlimmste Phase überstanden ist. Wer sich bis heute in dem schwierigen Marktumfeld habe behaupten können, der müsse sich vor der Zukunft nicht fürchten, glaubt er.

Hindernisse bei der Bergung des Schatzes

Die Branchenkenner sind sich denn auch einig: Aus geologischer Sicht sind die Möglichkeiten des Steinabbaus längst nicht ausgeschöpft. Die Schweizer Alpen beherbergen einen vielfältigen Schatz dekorativer und qualitativ hochwertiger Granite, Gneise, Quarzite und Kalksteine. Lorenzo Zanetti, Leiter Regionalentwicklung beim Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden, betont: «Die meisten Regionen verfügen über ungenutzte oder unternutzte Abbaupotenziale für verschiedenste Steinsorten – die Schweiz ist steinreich.»

Diesen Reichtum zu bergen, erweist sich aber unter umweltpolitischem Blickwinkel als schwierig. Viele Verordnungen und Gesetze legten der Steinindustrie grosse Steine in den Weg, erinnert Tobias Eckardt, Vizepräsident des Naturstein-Verbands Schweiz (NVS). Der Kampf um Abbaulizenzen kostete Zeit, Geld und Energie und lähme letztlich die Innovationskraft. Urs Giezendanner, Leiter Regionalentwicklung der Region Surselva, sieht Anzeichen, dass das Beispiel der Truffer AG, die mit neuen Ideen und einem professionellen Marketing die tatsächlichen Möglichkeiten aufzeigt, allmählich Schule macht. Er beobachtet jedenfalls weitere aufstrebende Firmen, die ebenfalls mit führenden Architekten zusammenarbeiten. Andererseits aber versuchten es zu viele Firmen weiterhin auf traditionelle Art. «Es genügt nicht, sich bloss über den Stein zu positionieren und den Markt mit Platten zu beliefern.»

Weniger und mehr öffentliche Hilfe

Was könnten nun staatliche Förderinstrumente – zum Beispiel im Rahmen der Neuen Regionalpolitik (NRP) – zur Belebung der Steinindustrie leisten? Die Frage ist delikat, sind es doch gerade die staatlichen Rahmenbedingungen, welche viele Unternehmer als grösstes Hindernis empfinden. Abraham Conrad sagt unverblümt: «Den Naturstein-Unternehmen ist mit weniger Staat am besten gedient.» Er wünscht sich Erleichterungen bei den Transportkosten und vernünftigeren Umweltvorschriften. Titus Toscano erachtet beschleunigte Verfahren als dringlich. «Die Konzessionierung eines neuen oder zu erweiternden Steinbruchs dauert zehn Jahre und mehr. Für KMU ist das zu lang und zu kostspielig.»

Andererseits hat der NVS-Präsident konkrete Vorstellungen, mit welcher öffentlichen Schützenhilfe der Steinindustrie zusätzliches Leben eingehaucht werden könnte. «Mit Programmen, wie sie zur Förderung von Holz verwirklicht wurden, könnte auch der Baustoff Naturstein gefördert werden», sagt er und zählt Themenbereiche auf: Forschung und Entwicklung, Werbung und Marketing, Aus- und Weiterbildung, Engineering an (Fach-)Hochschulen, stärkere Gewichtung von Steinen in den Ausbildungsplänen von Architekturschulen, Unterstützung exportorientierter Unternehmen an internationalen Messen usw.

Wie mit forcierter Forschung und Entwicklung neue Türen aufgestossen werden könnten, zeigt sich an einem Projekt der A. Conrad AG. Sie hat zusammen mit einem deutschen Ingenieur ein Material entwickelt, bei dem dünne Gneisplatten mit Karbonfasern so ummantelt werden, dass sie eine grosse Biegezugfähigkeit erreichen. Die Firma Zai in Disentis fertigt daraus seit zwei Jahren exklusive Skier. Weitere Einsatzmöglichkeiten wären im Flugzeugbau denkbar, denn Gneis hat die gleiche Dichte wie Aluminium.

Was schlummert, muss geweckt werden

Im Stein schlummern also noch viele Möglichkeiten, doch für die Inwertsetzung fehlen oft die Mittel. «Die Serienherstellung erweist sich häufig als sehr teuer, besonders wenn CNC-gesteuerte Maschinen angeschafft werden müssen», gibt Giezendanner zu bedenken. Um die Kosten zu brechen, könnten Unternehmen ihre teure Infrastruktur in einem Maschinen-Pooling gegenseitig zugänglich machen.

Auch Lorenzo Zanetti sieht durchaus Möglichkeiten, mit Hilfe von NRP-Projekten die Ressource Stein wieder vermehrt in Wert zu setzen. «Innovative Ideen entlang der ganzen Wertschöpfungskette sind gefragt», sagt er. Es brauche rationellere Abbau- und Verarbeitungsmethoden mit dem Ziel, den Stein zu kleinem, aber umso feineren Produkten zu veredeln. Paradebeispiele seien etwa die «Tissot Rockwatch» oder Parfüm-Flacons aus dem Bergell. Auch die Initiative des Bündner Baumeisterverbandes, der mit der Broschüre «Natürlich bauen. Mit der Kraft der Bündner Berge» den Naturstein als Baumaterial propagiert, zielt für ihn in die richtige Richtung. Nicht zuletzt sei grundsätzlich das Verhältnis zwischen der Nutzung und der raumplanerischen Priorisierung des Schutzes neu zu überdenken.

www.nvs.ch