



AFBEELDING 1. | Basaltgroeve van Tibet Olivian Black met basaltzuilen.

Hedendaagse trends in natuursteen

ANNEMIEKE VAN ROEKEL
REDACTIE.VANROEKEL@
GEA-GEOLOGIE.NL

De huidige natuursteenhandel is duidelijk anders dan die in het verleden. De globalisering, die al vanaf zo'n dertig jaar geleden een stempel op de handel drukte, heeft een grote impact gehad. Een van de meest opvallende hedendaagse trends in de natuursteenhandel is de opkomst van keramische materialen. Dat zegt Marcel Verdickt, commercieel directeur van Michel Oprey & Beisterveld, marktleider in de natuursteenhandel in de Benelux. Met twee grote showrooms in Vianen en Echt (Limburg) bedient MO&B de markt van retailers in natuursteen.

Mede door de globalisering is natuursteen steeds goedkoper geworden, een ontwikkeling die enkele decennia geleden al in gang is gezet. Verdickt: *"De keramische industrie zag een deel van zijn omzet wegvloeien naar de natuursteenmarkt. Er zijn toen veel technische innovaties in gang gezet om natuursteen na te bootsen. Vrijwel ieder natuursteenproduct heeft tegenwoordig een keramische*

tegenhanger, zoals de Belgische hardsteen, Crema Marfil uit Spanje en de Italiaanse Carrara marmer. Binnen Europa zijn Italië en Spanje belangrijke keramische producenten, buiten Europa is dat van oudsher China”.

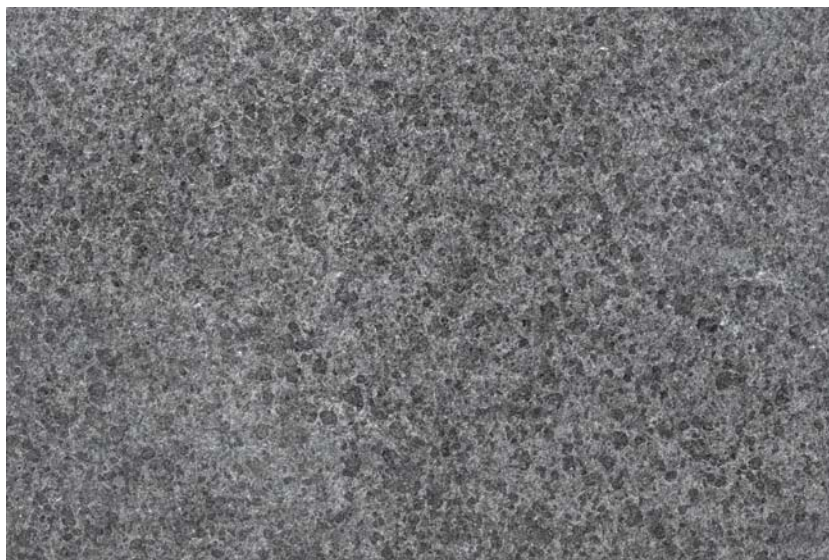
“Zelfs professionals zien vaak het verschil niet”, aldus Verdickt. In de showroom van het filiaal in Echt toont hij een zwarte keramische tegel die onder de naam Basaltina Olivia Black ceramic over de toonbank gaat (Afb. 1, 2 en 3). “Dit is een zeer bekende en populaire basalt die je nauwelijks van echt kunt onderscheiden. Dankzij geavanceerde digitale printing technologie in combinatie met specifieke productiemethoden, is de industrie in staat de structuren en patronen in natuursteen, waaronder zelfs fossielen, te kopiëren.”

Hart en ziel

“Als natuursteenindustrie moeten wij deze trend met lede ogen vaststellen,” zegt Verdickt, “want wij zijn met hart en ziel natuursteenliefhebber en -specialist. Dat consumenten niet altijd voor natuursteen, maar vaak voor de keramische kopie kiest, heeft alles te maken met zijn perceptie van natuursteen. De gemiddelde consument is

niet noodzakelijk liefhebber van natuursteen. Bovendien worden er vaak eisen gesteld die de natuur niet kan waarmaken. Hij wil de ‘look and feel’ van echte natuursteen, maar niet de ongemakken. Denk bijvoorbeeld aan de kleine witte krasjes in gezoete hardsteen als gevolg van de inloop van zandkorrels of de microscheurtjes die van nature in graniet voorkomen. Ten onrechte denken mensen dat dit laatste de kwaliteit van de steen ondermijnt. Die specifieke eigenschappen van de steen moet je als consument wel kunnen verdragen. Sterker nog, de juiste klant voor natuursteen waardeert die natuurlijke onvolkomenheden. Het is vaak zelfs de reden waarom er voor natuursteen wordt gekozen.”

Naast de groep van de vloeren, worden er steeds meer keramische producten geïntroduceerd binnen de productgroep van de zogenaamde slabs of de maatvrije



AFBEELDING 2. | Olivian black (gevlamd).



AFBEELDING 3. | Toepassing van Olivian black (gevlamd) buiten in een tuin met zwembad.





AFBEELDING 4. | Keukenblad uit keramische plaat Neolith.

platen (Afb. 5). Met afmetingen van 3,65 x 1,25 meter zijn de keramische slabs nog groter dan de gangbare maten van composieten. De ‘volkeramische’ platen, die in de massa worden gekleurd, zijn dan ook een geduchte concurrent van de composieten, die meestal bestaan uit een mengsel van gemalen kwarts of marmer met hars. Nadeel van marmercomposieten is dat zij hitte niet goed verdragen, wat door uitzetting en krimp blijvende schade kan opleveren. Bij kwartscomposieten is dat al een stuk minder, terwijl keramisch materiaal volstrekt ongevoelig is voor hitte. Met name bij toepassingen in keukens is dit een eigenschap die kan tellen (Afb. 4).

Continuïteit

Niet alleen de consument ziet voordelen in keramische alternatieven. “Ook de steenverwerkers ervaren de voordelen omdat zij minder geconfronteerd worden met vragen van hun klanten over zaken als onderhoud. Heel vaak volgen er dan ook minder klachten”, aldus Verdickt. “Al met al is het een minder risicovol product. In de natuursteenhandel hebben we in belangrijke mate te maken met de interpretatie van de eindgebruiker. Door soms foute verwachtingen en perceptie van natuursteen volgt er minder tevredenheid, wat op zijn beurt weer kan leiden tot minder continuïteit.” Andere voordelen voor de steenverwerkers zijn de behoorlijk grote afmetingen van keramische producten. Verder zijn ze in nagenoeg dezelfde kleur en kwaliteit na te bestellen, iets wat bij natuursteen niet altijd vanzelfsprekend is.

Economische crisis

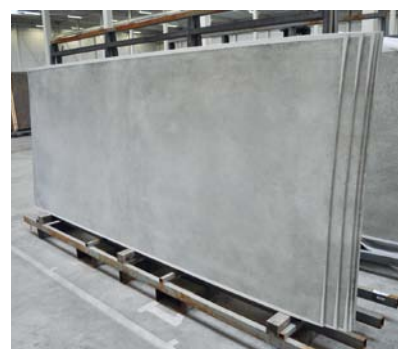
“De prijs is tegenwoordig een belangrijker criterium dan tien jaar geleden”, aldus Geert Legein, voorzitter van de in Brussel gevestigde technische brancheorganisatie voor de natuursteengroothandel, Febenat. “Die fixatie op de prijs heeft vooral met de recente economische crisis te maken. De eerdere prijsdaling door globalisering en het hierdoor beschikbaar komen van producten uit lagelonenlanden, zoals uit China, India, Vietnam en Thailand, is al veel langer aan de gang en is rond dertig jaar terug begonnen toen steeds grotere containerschepen werden gebouwd. Vóór die tijd kwam het nogal eens voor dat bijvoorbeeld Braziliaanse natuursteen gratis, als ballast, vervoerd werd.”

Legein: “Goedkope steensoorten die nu op de markt zijn, zijn bijvoorbeeld Chinese granieten en leisteen. Bij natuursteen is de lage prijs niet gekoppeld aan een mindere kwaliteit, zoals in veel andere sectoren wel het geval is. Het is eerder de selectie in de groeve die de prijs bepaalt. Zo is er bijvoorbeeld door de lage prijs en de grote vraag naar Vietnamees hardsteen nauwelijks een selectie aan de groeve. Dit kan de consument voor verrassingen plaatsen. Een crinoïde steen die als ‘Vietnamese blauwe hardsteen’ over de toonbank gaat, zal zeker niet gelijk zijn aan de Belgische blauwe hardsteen (Afb. 6 en 7), terwijl de klant dat wel verwacht.”

Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen

Dankzij het feit dat zij de groeves bezoeken, is er bij de groothandels veel kennis aanwezig, meer dan bij de retailers, aldus Legein. Bovendien koopt de groothandel in bulk in en kan daarom de kwaliteitseisen bepalen. Intensieve contacten met de steengroeves zijn er echter niet altijd. Zo werkt MO&B in India niet direct met de groeves, maar wel direct met drie grote steenverwerkende fabrieken. “Over de kwaliteits- en kleureisen onderhandelen wij direct met de fabrieken, en dus niet met groeves. Bij deze eisen gaat het tegenwoordig ook om zaken die arbeidsomstandigheden betreffen, inclusief onderwerpen als kinderarbeid. Bij onze verwerkers is kinderarbeid hierdoor absoluut niet aan de orde. Bovendien leveren wij een directe bijdrage aan het verbeteren van de arbeidsomstandigheden bij die verwerkers door een aantal voorwaarden in de onderhandeling mee te nemen. Helaas brengt ons dit vooralsnog niet de garantie dat hierdoor alle problemen zouden verdwijnen. Ook bij het verbeteren van de sociale omstandigheden draait het om geld.”

“De arbeidsomstandigheden in de landen waaruit wij onze natuursteen importeren is voor ons al jaren een aandachtspunt”, vertelt Verdickt. “Wij waren een van de eerste bedrijven in Nederland die met Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) aan de gang zijn gegaan; we deden dit altijd in nauw overleg met non-gouvernementele organisaties, zoals de Landelijke India Werkgroep. Zij zijn speciaal daarvoor gaan kijken bij onze leveranciers. Niet met een verwijtende opgeheven vinger, maar om te kijken of wij in de goede richting bezig waren. Kinderarbeid is vooral een item in India, maar zeker niet in China.” Volgens Verdickt zijn de inspanningen echter “nooit genoeg”. “Wij denken dat het de goede



AFBEELDING 5. | Een bok met keramische platen.

kant op gaat, maar hebben niet het utopische denkbeeld dat wij de Indiase samenleving even kunnen veranderen.”

Ook Legein is van mening dat India goed op weg is met het tegengaan van kinderarbeid. *“In een aantal regio's is kinderarbeid zo goed als verdwenen.”* Om duurzaamheid te bevorderen heeft Febenat het Fonds Eerlijke Natuursteen opgericht; recent heeft een Brits bedrijf in het kader van het Initiatief Duurzame Handel de hele productieketen van natuursteen in kaart gebracht. Ook voert Febenat een eigen keurmerk waarin de arbeidsomstandigheden in de groeves en fabrieken aandacht krijgen.

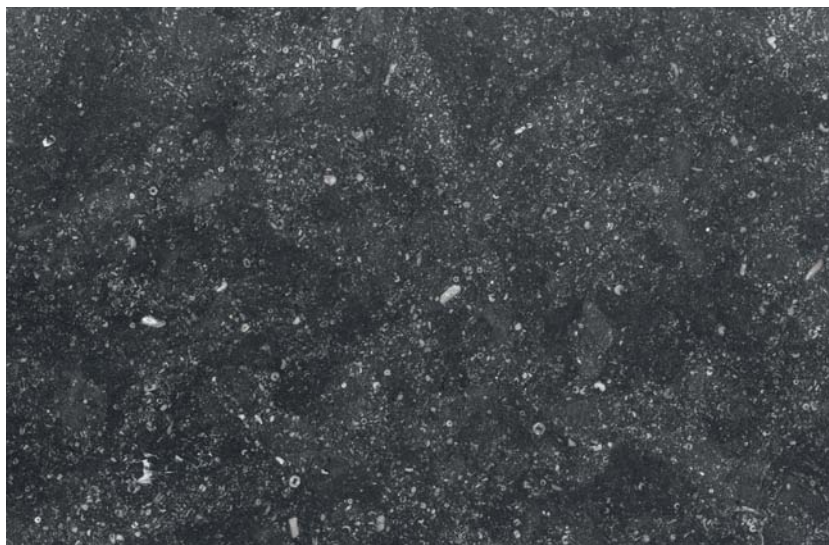
Dat kinderarbeid in China geen rol van betekenis speelt, is volgens Verdickt onder andere te verklaren door de leerplicht in het land. *“In China is de laatste decennia veel veranderd. Onder druk van onder meer Europese klanten en het CE-keurmerk hebben de Chinezen veel verbeteringen doorgevoerd, zowel in groeves als bij verwerkers.”*

Natuurreservaat

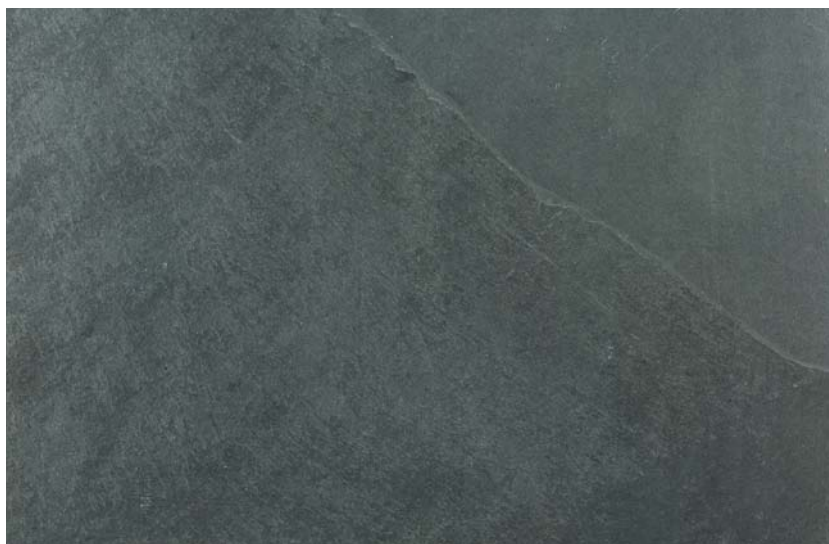
Febenat werkt voor het Responsible Stone Program samen met TFT, een internationale variant op MVO die behalve voor zaken als kinderarbeid ook de ecologische impact tegen het licht houdt. Voor Legein speelt de ecologische impact van de natuursteenexploitatie een geringe rol. De milieubelasting van de sector is beperkt, vindt hij. De steenindustrie gebruikt vooral veel water, dat tot op zekere hoogte wordt hergebruikt. De zogeheten ‘landschapsverminking’ noemt hij liever ‘het creëren van een natuurreservaat’.



AFBEELDING 6. | *Tafelblad van Belgische blauwe hardsteen met Michelinia koraal. Foto van de auteur, gemaakt in de showroom van Michel Oprey & Beisterveld in Echt.*



AFBEELDING 7. | *Belgische blauwe hardsteen (gezoet).*



AFBEELDING 8. | *Mustang, een Braziliaanse leistein.*

Zowel Legein als Verdickt omringen zich in hun privéleven ook met natuursteen. Legein heeft vijf steensoorten in zijn huis liggen, waaronder Ierse blauwe hardsteen en Jasberg, een zwarte graniet uit Zuid-Afrika. Verdickts huis ligt vol met donkergrijze Braziliaanse leistein (Afb. 8), van de vloer tot en met de trappen. Verdickt: *“Braziliaanse lei is bijzonder horizontaal gevormd en de lagen zijn dan ook zeer vlak. Bij Noorse en Portugese leistein is de structuur veel grover.”*

Traditionele smaak

Verdickt, zelf geboren en getogen in België, vertelt: *“Belgen zijn wat natuursteen betreft wat traditioneler ingesteld dan de Nederlanders. Dat komt misschien wel door onze traditie van Belgische blauwe hardsteen en verschillende grès en leistein natuursteensoorten, die wij al ons hele leven overal om ons heen zien. Daarom zul je nog steeds zien dat in België het overgrote deel van bijvoorbeeld de buitenvensterbanken van blauwe hardsteen is gemaakt, terwijl dat in Nederland keramische producten zijn, bakstenen of zelfs kunststof.”*

Tegelijkertijd relateert Verdickt het hebben van een zeer persoonlijke smaak: *“Smaak en voorkeur is voor een groot deel een kwestie van aanbod. Voor een deel is het de handel die de smaak bepaalt.”*

Alle afbeeldingen in dit artikel zijn van Michel Oprey & Beisterveld, tenzij anders vermeld.

