

Gasheizungen wieder gefragt

Wärmepumpen-Boom ist vorbei

ZÜRICH Der Markt für Heizungstechnologien wurde in den letzten zehn Jahren umgepflegt. Erdgas verlor seine Dominanz, Erdölheizungen verschwanden beinahe. Dafür setzten Wärmepumpen zum Siegeszug an. Nun stabilisiert sich die Lage, wie das Immo-Monitoring der Beratungsfirma Wüest & Partner belegt. Während der Anteil von Wärmepumpen oder Solarheizungen bei Neubauten im laufenden Jahr leicht sank, konnten Gasheizungen ihren Marktanteil stabilisieren.

Wärmepumpen sind elektrische Geräte, die der Umwelt Wärme entziehen und diese als Heizenergie ans Gebäude abgeben. Sie stossen direkt kein CO₂ aus – in Zeiten des Klimawandels ein Vorteil gegenüber Öl und Gas. «Trotzdem stellen wir fest, dass sich unser Marktanteil auf dem aktuellen Niveau konsolidiert», bestätigt Stephan Peterhans, Geschäftsführer der Fachvereinigung Wärmepumpen Schweiz. Gemäss den Zahlen von Wüest & Partner erreichen Wärmepumpen bei Neubauten einen Anteil von 50 Prozent.

Gasheizungssysteme seien viel effizienter geworden

Ein Grund für die Stagnation ist, dass die Gasindustrie «massiv Gegensteuer gibt», wie Peterhans sagt. Sie werbe auf allen Kanälen für das Heizen mit Gas und propagiere geschickt neue Produkte wie Biogas. Dieses wird CO₂-neutral aus pflanzlichen Abfällen hergestellt. Es macht aber noch immer einen geringen Anteil an der gesamten Gasmenge aus.

Es überrascht nicht, dass die Gasindustrie das Feld nicht kampflos räumt, denn der Betrieb des Gasnetzes ist teuer. Vor zehn Jahren hatten Gasheizungen bei Installationen in Neubauten einen Anteil von fast 40 Prozent. Aktuell sind es noch knapp 15 Prozent. Zudem haben Gasheizungen zunehmend gegen eine breiter werdende Konkurrenz zu kämpfen. Neben der Fernwärme buhlen Solarheizungen (heute 15 Prozent) und Holzheizungen (9 Prozent) um Marktanteile.

Fabio Guerra von Wüest & Partner sieht noch andere Gründe für die Stabilisierung. Viele Grossprojekte entstanden an Zentrumsanlagen, an denen Wärmepumpen aus technischen Gründen nicht eingesetzt werden könnten. Gasheizungssysteme seien in den letzten Jahren effizienter geworden. Ihr Verbrauch habe sich massiv reduziert, weil neue Gebäude immer besser isoliert seien. JÜRGEN MEIER

«Wir verkaufen mehr Turnschuhe als Hörnli»

Mark Ineichen von Otto's über den Sportbereich, die Krise, soziale Projekte und den verstorbenen Vater

VON NICOLE KIRCHER, CORNELIA KRAUSE (TEXT) UND RENÉ RUIS (FOTO)

Mark Ineichen, 41, ist ein Mann der Tat. Nicht nur, dass er als Chef der Kette Otto's amtiert und nach dem Tod seines Vaters den Vorsitz von dessen Stiftung übernommen hat. Als der Fotograf ein Foto Ineichens vor einem Lastwagen schiessen will und einwirft, es stehe aber ein anderer LKW im Weg, sagt Ineichen sofort: «Kein Problem, dann fahre ich den weg.»

Ihr verstorbener Vater hat sich stark für soziale Projekte engagiert. Neu agieren Sie als Präsident seiner Stiftung Speranza. Warum?

Die Anliegen von Speranza entsprechen in wesentlichen Teilen unserer Überzeugung bei Otto's. Mit der Annahme der Wahl zum Stiftungspräsidenten kann ich die sozialen Anliegen meines Vaters weiterführen.

Der ehemalige Geschäftsführer soll in der Stiftung Geld unterschlagen haben.

Wir haben von dieser unschönen Geschichte nach dem Tod von Otto Kenntnis erhalten. Meine Familie hat sich entschlossen, die ausstehenden Forderungen zu begleichen.

Vermissen Sie Ihren Vater als Ratgeber?

Sein Tod war eine Zäsur. Aber aufs Geschäft hat er keinen Einfluss. Wir hatten unsere Welten schon vorher getrennt. Er hat sich auf soziale Projekte und die Politik konzentriert, ich mich aufs Geschäft.

Wie zufrieden sind Sie mit dem aktuellen Geschäftsjahr?

Unser Geschäftsjahr endet jeweils im August. Wir haben den Umsatz bei gleich viel Filialen in etwa gehalten, setzen also rund 600 Millionen um. Und das, obwohl der Kuchen durch den Einkaufstourismus kleiner wird.

Macht die Politik angesichts des Einkaufstourismus genug für die Schweizer Händler?

Ich höre das Gerede über die Krise nicht so gerne. Auch wenn eine Situation schwierig ist, kann man es besser oder schlechter machen. Nur jene, die nichts wagen, spüren die Krise. Wir profitieren auch vom schwachen Euro, indem wir günstiger einkaufen können.

Eigentlich wollten Sie mit Otto's in die Innenstädte expandieren.



Mark Ineichen: «Unsere Einkäufer brauchen regelrecht eine schussichere Weste»

Wo stehen Sie damit?

Momentan bauen wir eher bestehende Filialen aus. Es wäre dumm, jetzt bei diesen hohen Immobilienpreisen neue Standorte zu eröffnen. In zwei bis drei Jahren werden die Preise tiefer sein.

Wie viele Läden streben Sie an?

Mit dem momentanen Konzept sind etwa 100 Filialen möglich. 91 haben wir zurzeit. Wir wollen nachhaltig wachsen und warten, bis sich eine Möglichkeit ergibt. Dafür bauen wir den Sportbereich aus. Im Frühjahr, beim ersten Testlauf, hatten wir inners eines Monats alle Sportschuhe verkauft, die wir in einem halben Jahr absetzen wollten. Und im

September haben wir 30 000 Paar Schuhe an die Kunden gebracht. Der Sportbereich macht sinkende Umsätze in anderen Bereichen, etwa bei Möbeln, wett.

Sie importieren die Sportartikel parallel. Wie kommen Sie an die Ware?

Das kann ich nicht sagen. Aber unsere Einkäufer brauchen manchmal regelrecht eine schussichere Weste. Einzelne Hersteller versuchen immer wieder, unsere Aktionen zu torpedieren. Wir erwägen gerade, ob wir gegen zwei Hersteller bei der Wettbewerbskommission klagen.

Warum?

Ein Hersteller hat an seine Ab-

nehmer geschrieben und erklärt, dass er weitere Aktionen von uns vereiteln wolle. Er nannte unsere Einkäufer namentlich und bezeichnete ihn als Verräter des Schweizer Sporthandels. Zudem wurde versucht, uns mit dem Richtpreis reinzulegen. Nachdem wir die Schuhe in die Filialen gestellt hatten, hat der Hersteller die Richtpreise runtergesetzt und uns dann vorgeworfen, mit dem falschen Richtpreis zu werben.

Dabei hiess es doch, mit dem neuen Kartellgesetz sei es einfacher, parallel zu importieren.

Das stimmt nicht. Auch beim Autoimport haben wir Probleme, zum Beispiel mit Kia. Dort will

man uns die 7-Jahr-Garantie verwehren. Nur, weil der Verkauf eines via Parallelimport besorgten Autos etwas länger dauert als die 14 Monate, innerhalb derer das Auto einen Service bei einem Schweizer Händler machen muss. Es ist absurd. Solche Behinderungen gibt es nach wie vor viele.

Planen Sie neue Konzepte?

Sie wollten beispielsweise Medikamente verkaufen.

Das würde ich noch immer gerne. Aber dieses Geschäft ist extrem kompliziert. Für den Verkauf von Medikamenten gibt es in jedem Kanton andere Gesetze.

Welche Sortimente bei Otto's wollen Sie weiter ausbauen?

Der Autobereich soll weiterwachsen. Im Vergleich zum Gesamtumsatz ist er mit etwa 15 Millionen Franken noch recht klein. Und wir setzen ganz klar auf den Sportbereich. Schon heute verkaufen wir mehr Turnschuhe als Hörnli. Nun prüfen wir, komplette Skiausrüstungen zu verkaufen. Das ist ein interessantes Segment für uns.

Ihnen gehört auch Outdoor-Spezialistin Sherpa. Was haben Sie mit der Neuerung vor?

Wir haben durch die Sherpa-Übernahme 70 Arbeitsplätze gerettet. Nun sind wir am Aufräumen. Das geht nicht so schnell, wie wir das gerne hätten. Textilien haben um die 12 Monate Vorlaufzeit. Das führt dazu, dass erst die Hälfte des aktuellen Sortiments in den Filialen unsere Handschrift trägt.

Otto's testet immer wieder neue Produkte. Und wenn diese nicht funktionieren...

...dann ziehen wir den Stecker. Wir sind mit dem Verkauf von Fertighäusern auf die Nase gefallen, dazu stehe ich. Es ist doch nichts Schlimmes dabei. Wenn man nichts versucht, entsteht auch nichts Neues.

Otto's ist beim FC Luzern Hauptsponsor. Zahlt sich dieses Engagement aus?

Imagegemäss sicher. Ich war bis vor einem Jahr noch nie an einem Fussballspiel. Mittlerweile finde ich es grossartig. Und intern ist das Sponsoring eine Riesensache. Zu jedem Spiel laden wir 40 Mitarbeiter und Kunden ein. Einerseits auf die Tribüne, andererseits in die Loge. Vor allem in der Loge ist es immer lustig. Unsere Leute fallen neben allen Krawattenträgern gehörig auf – und das ist gut so.

Wenn Personen – ob in Wirtschaft, Politik oder sonst wo – ihre Macht dazu missbrauchen, Normen so zu ändern, dass ihre eigenen Verstösse nicht nur vertuscht, sondern gar unstrafbar werden, dann reden wir vom Berlusconi-Prinzip. Dabei ändert sich regelmässig auch die Wahrnehmung solcher Akteure dessen, was rechtens ist. So bezeichnet Silvio Berlusconi das Urteil, das er am 26. Oktober 2012 von einem Gericht in Mailand erhalten hat, als «Barbarei»: vier Jahre Haft für fingierte Verkäufe in den 1990er-Jahren zum systematischen Steuerbetrug, drei davon bereits wieder aufgrund der Amnestieregelung von 2006 zur Entlastung der überfüllten Gefängnisse gestrichen. Und wahrscheinlich muss der Cavaliere wegen Verjährungen auch keine Haftstrafe antreten. Aber immerhin, das Berlusconi-Prinzip hat den Mahnfinger von einem Gericht bekommen.

Dabei darf eines nicht ausser Acht gelassen werden: Es geht hier nicht nur um den Politiker Berlusconi, sondern auch um einen der mächtigsten Wirtschaftsmänner und laut Forbes mit

SITA MAZUMDER

Ein Dämpfer für das Berlusconi-Prinzip



einem Milliardenvermögen auch um einen der reichsten Männer Italiens. In einer Wirtschaft, in der die Indikatoren nach unten zeigen, in welcher der Kampf gegen Korruption ein täglicher und unendlicher ist und in der sich so manche Gerichte nicht zu einem solchen Urteil trauen, muss der Schritt in Mailand – so klein dieser einem erscheinen mag – gewürdigt werden. Umso mehr mutet es befremdend unreal an, wenn Berlusconi dazu meint, Italien sei keine Demokratie mehr, sondern eine Diktatur der Staatsanwälte.

Wie viel das Urteil effektiv zu bewegen vermag, steht in den Sternen. Dass eine Veränderung dringend notwendig ist, zeigt auch das Ranking im Corruption Perceptions Index 2011 von Transparency International: Italien liegt auf Platz 69, zusammen mit Mazedonien und Ghana (zum Vergleich: Die Schweiz belegt zusammen mit Australien Platz 8, Platz 1 hält Neuseeland). Solange aber Menschen, die sich ungeniert und unbestraft des Berlusconi-Prinzips bedienen, die Entscheidungsträger in Wirtschaft und Politik sind, nur zu oft gar in Personalunion, ist eine Verbesserung in weiter Ferne. Oder mit des Cavaliere Worten von 2003: «Es ist richtig, dass alle vor dem Gesetz gleich sind, aber ich bin gleicher, weil mich die Mehrheit des Volks gewählt hat.» Man kann dabei dem Prinzip nach durchaus die Mehrheit des Volkes beispielsweise mit der Mehrheit der Aktionäre ersetzen – so was kann sich keine Wirtschaft mehr leisten, auch Italien nicht. Basta!

Sita Mazumder ist Professorin an der Hochschule Luzern