



Donnerstag, 20. September 2007

Schulthess Group Konzernchef Artur Rodecker steht weiterhin zu beiden Geschäftsbereichen

Wärmepumpen geben den Takt an

Der Wachstumstreiber der Schulthess Group in Wolfhausen heisst Wärme-/Kältetechnik. Doch der Chef der Oberländer Industriegruppe, Artur Rodecker, sieht auch für die Wäschetechnik viel Potenzial.

Interview Thomas Schär

Wie hat es die Schulthess Group als «Quereinsteiger» so schnell geschafft, sich als Schweizer Marktführer im Bereich Wärmepumpen zu etablieren?

Die Schulthess Group hat zwar erst im Jahr 2000 die Alpha-Innotec in Deutschland mehrheitlich übernommen, aber die Leute der Alpha-Innotec hatten sich schon vorher auf dem Gebiet der Wärmepumpen betätigt. Die Alpha-Innotec hat in ihren ersten drei Jahren fast ausschliesslich für die und in der Schweiz gearbeitet und die Schweizer Kundschaft mit in die Schulthess Group eingebracht. Der eigentliche strategische Schachzug war aber das Einbringen der Marke Siemens in den Lizenzbesitz der Firma Schulthess für die Schweiz, womit wir Geräte auch unter dem Markennamen Siemens herstellen durften. Mit diesem Schritt schoss unser Volumen schlagartig in die Höhe. Schulthess hatte nach einem Lieferanten für ihre Lizenzmarke Siemens gesucht. Umgekehrt hielt Alpha-Innotec nach neuen Kunden Ausschau. So war die Schulthess Group nach dem Schulterschluss mit Alpha-Innotec mit zwei Marken unterwegs und konnte den Markt relativ schnell penetrieren.

Die Aktie von Schulthess hat sich in den letzten beiden Jahren extrem verteuert, verbunden mit einem gesteigerten Erwartungsdruck bezüglich Wachstumsraten der Anleger und der Finanzgemeinde. Belastet Sie das nicht?

Nein. Wir wissen, dass wir gut, aber zugleich fair bewertet sind. Wir wissen allerdings auch, dass sich die jüngsten Kursavancen nicht vornehmlich auf den Wäschetechnikbereich beziehen, sondern eher auf den Wärme-/Kältetechnik-Bereich. Wir sind uns ferner auch bewusst, dass wir dem Wachstum verpflichtet sind, und zwar sowohl dem organischen als auch dem akquisitorischen Wachstum. Und ich bin überzeugt, dass wir weitere gute bis sehr gute Jahre vor uns haben, dieses geforderte Wachstum auch zu erbringen. Natürlich gibt es immer wieder ein Jahr der Konsolidierung, wie etwa dieses Jahr in Deutschland, oder eine schwächere Marktentwicklung. Aber es steht ausser Frage, dass die Wärmepumpentechnik als Teil der regenerativen Energien in den vergangenen zehn Jahren ein Wachstumstreiber war und diese Rolle auch weiterhin spielen wird.

Das heisst, viel falsch kann die Schulthess Group in diesem Entwicklungsprozess gar nicht machen. ...

Man kann vieles falsch machen. Wir haben aber die richtige Strategie; wir haben das richtige Produktefeld. Nun liegt es an uns, mit diesen Zutaten den Betrieb aufzubauen. Unsere Aufgabe für die Zukunft heisst Vertrieb, Vertrieb, Vertrieb und Marketing. Wir sind ja international gesehen immer noch ein sehr kleiner Anbieter. Ich selbst bin gerade auf dem Weg nach Frankreich, wo ich versuche, etwas anzuschieben. Danach geht's weiter nach Dublin. Wir verfügen über das notwendige Know-how, und auch die Kapazitäten sowie das Produkteprogramm sind vorhanden. Wir sind gut aufgestellt und besitzen in den für uns wesentlichen Märkten wie Österreich, Deutschland, Schweiz und Benelux eine sehr gute Marktstellung.



Donnerstag, 20. September 2007

Das eigentliche Kerngeschäft von Schulthess, die Waschtechnik, wird von der Wärme-/Kältetechnik immer mehr an den Rand gedrängt. Wann ist es Zeit, sich Gedanken über einen Verkauf dieses Geschäftsbereichs zu machen?

Zum heutigen Zeitpunkt bestehen ganz klar keinerlei solche Pläne. Zum heutigen Zeitpunkt verfügt Schulthess über zwei Geschäftsbereiche, zu denen wir auch stehen. Keine dieser beiden Bereiche steht zur Disposition. Wir wären doch dumm, wenn wir in der jetzigen Phase ein Geschäftsfeld, auch wenn es kleinere Wachstumsquoten aufweist, aber doch in sich selbst sehr profitabel ist und ein Schweizer Imagerträger ist, einfach abstossen. Natürlich müssen wir uns in der Aussenwirkung etwas verteidigen, weil die Wachstumsgradienten etwas unterschiedlich sind und die Börse natürlich gerne sehen würde, dass beide Bereiche steil nach oben gehen. Aber wir haben ein Geschäft, das seit Jahren stabil läuft. Auf Sicht gesehen haben wir gute Chancen, über unsere Exportaktivitäten, die dieses Jahr gut zum Laufen gekommen sind, mit einem ausgewählten Teil des Programms im Ausland allmählich Fuss zu fassen.

In China hat sich Schulthess vor wenigen Jahren aus einem Joint Venture im Waschtechnikbereich zurückgezogen. Seither hat man nur noch wenig dazu gehört. Wie sehen Ihre Pläne für diesen Markt aus?

Wir haben eine schmerzliche, aber wichtige Erfahrung gemacht, dass man in China mit einem chinesischen Partner und einer Minderheitsbeteiligung von 25 Prozent enormste Schwierigkeiten hat. Wenn ich in China Erfolg haben will, muss ich das Geschäft mehrheitlich oder zu 100 Prozent betreiben. Wenn wir nochmals in China aktiv werden sollten, dann sicher nicht im Waschtechnik-Markt. Aber im Wärme- und Kältetechnik-Bereich wird Asien für uns in den nächsten Jahren sicher ein Diskussionspunkt sein. Aber zuerst bauen wir unseren Markt in Europa auf.

Erschienen am Donnerstag, 20. September 2007
© «Der Zürcher Oberländer» / «Anzeiger von Uster»