

Junkers baut auf Systemtechnik

Die Heizungsbranche ist nach Einschätzung von Andreas Schmidt, Vertriebsleiter von Junkers Deutschland (Bosch Thermotechnik), verhalten optimistisch ins neue Jahr gestartet. Besonders erneuerbare Energien stehen in der Gunst der Verbraucher ganz oben. Davon profitiert auch Junkers. So hat sich der Absatz an Solarkollektoren im vergangenen Jahr mehr als verdoppelt. Das Programm an Sole/Wasser-Wärmepumpen wurde im Oktober um Luft/Wasser-Wärmepumpen erweitert. Wichtig für den Markterfolg seien eine abgestimmte Systemtechnik sowie ein gut geschultes Handwerk.

Heizungsjournal:

Herr Schmidt, 2007 war für den Heizungsmarkt in Deutschland ein Desaster. Mit nur noch 550.000 neu installierten Wärmepumpen wurde der niedrigste Stand seit der Wiedervereinigung erzielt. War damit die Talsohle erreicht?

Schmidt:

Wir hoffen dies sehr. Die Nachfrage 2008 war ja verhalten angelaufen. Doch im zweiten Halbjahr zog der Markt dann immens an. Nach den ersten Abschätzungen haben die klassischen Wärmepumpen um rund 10% zulegen können. Dazu haben Brennwertkessel überproportional mit etwa 18% beigetragen. Niedertemperaturkessel waren weiter auf dem Rückzug. Bei Wärmepumpen stieg die Nachfrage nach einem sehr schwachen Beginn im Endeffekt doch noch um circa 15%. Der Markt für Solarkollektoren hat sich gegenüber dem schwachen Vorjahr verdoppelt. Auch die Biomasse hat sich mit einem Plus von rund 10% wieder erholt. In Summe betrachtet war 2008 ein erfolgreiches Jahr, auch wenn das Niveau von 2006 bei weitem noch nicht erreicht wurde.

Heizungsjournal:

Wie hat sich Junkers in diesem Umfeld bewegt?

Schmidt:

In unserem Hauptgeschäftsfeld, den Wand-Brennwertkesseln, haben wir uns gut behauptet. Das spiegelt auch die Markt-

teilsentwicklung wider. Auch insgesamt haben wir am Marktwachstum partizipiert. Unsere Wärmepumpenaktivitäten sind sehr gut angenommen worden. Im Bereich Solar konnten wir stärker wachsen als der Markt. Unser Systemgeschäft, besonders die Integration von regenerativen Energien, war überaus erfolgreich.

Heizungsjournal:

Als Deutschlandvertrieb haben Sie ja besonders unter dem Einbruch in 2007 leiden müssen.

Schmidt:

In der Tat. Da wir nicht mit Auslandsgeschäften kompensieren konnten, hat der Negativtrend in Deutschland auch unser Geschäft voll getroffen. Doch konnten wir uns gegenüber dem gesamten Markttrückgang von 28% noch sehr gut behaupten, besonders durch unser gutes Brennwertgeschäft.

Heizungsjournal:

Das Jahr 2008 zeigte sich dann zweigeteilt?

Schmidt:

Die Kaufzurückhaltung aus 2007 hat die Branche ins Jahr 2008 begleitet. Die hohen Energiepreise haben sich zunächst hemmend ausgewirkt, bevor sie schließlich doch die Investitionen in effiziente und erneuerbare Energien beflügelten, unterstützt durch flankierende Förderprogramme. Auch die Finanzkrise hat letztendlich die Verlässlichkeit und Renditestärke einer Investition in die Heizungsmodernisierung unterstrichen.



Andreas Schmidt, Vertriebsleiter von Junkers Deutschland (Bosch Thermotechnik). (Fotos: Robert Donnerbauer)

Heizungsjournal:

D.h., Sie gehen optimistisch die 25. ISH an?

Schmidt:

Es gibt für mich aus heutiger Sicht keinen Grund, pessimistisch zu sein. Das Handwerk meldet eine gute Auslastung für das erste Halbjahr. Ich wünsche mir positive Impulse durch die bevorstehende ISH, vor allem erhoffe ich aber eine positive Grundstimmung auf der Messe. Denn die ISH ist mit ausschlaggebend für das Branchenklima.

Heizungsjournal:

Im Moment ist also alles wieder in Ordnung?

Schmidt:

Der Trend geht bisher nach oben, das ist sicher erfreulich. Doch das Niveau von 2006 ist immer noch nicht erreicht. Es besteht also weiterer Nachholbedarf. Ungemein wichtig ist es jetzt, die Energieträger Öl und Gas nicht schlecht zu reden. Mit der Brennwerttechnik werden beide auf effiziente Art und Weise genutzt. Wenn das Ziel der Europäischen Kommission, bis zum Jahr 2020 den Anteil

erneuerbarer Energien am Endverbrauch auf 20% zu erhöhen, auch im Heizungsbereich umgesetzt wird, so bedeutet dies im Umkehrschluss, dass die fossilen Energieträger weiterhin 80% abdecken müssen.

Heizungsjournal:

Aus Effizienzgründen ist Brennwert ja seit langem ein Trendthema. Junkers hat aber weiterhin Gas-Heizwertgeräte im Programm.

Schmidt:

Ja, wir bieten diese weiterhin an. Doch dies ist ein reiner Austauschmarkt. Wir bewerben diese Produkte auch nicht aktiv. Aber im Markt besteht noch ein großer Bedarf für diese Geräte. In 2008 wurden immer noch rund 100.000 Gas-Heizwertgeräte verkauft. Es gibt insbesondere in der Wohnungswirtschaft nach wie vor Einsatzfälle, bei denen Geräte eins zu eins getauscht werden. Häufig kommt dort eine Mischbelegung von Brennwert- und Heizwertgeräten nicht in Frage. Weiterhin greift die Wohnungswirtschaft gerne auf diese bewährte Lösung zurück.



Schmidt:
„... Ich wünsche mir positive Impulse durch die bevorstehende ISH, vor allem erhoffe ich aber eine positive Grundstimmung auf der Messe.“

Heizungsjournal:

Eigentlich sollten reine Heizwertgeräte aber doch nicht mehr im Angebot sein.

Schmidt:

Der Trend geht ja auch im Ersatzbedarf, d.h. bei der Modernisierung, eindeutig in Richtung Brennwert. So sinkt der Marktbedarf für Gas-Heizwertgeräte ja bereits seit Jahren stetig. Wir gehen davon aus, dass die Nachfrage bis 2015 um jährlich 23% weiter zurückgeht. Ihr Anteil wird damit kontinuierlich bis auf einen kleinen Grundbedarf abnehmen.

Heizungsjournal:

Wie könnte man dies noch beschleunigen, durch mehr Informationen?

Schmidt:

Die ist sicher ein guter Ansatz. Dabei zeigen sich die Endkunden bereits sehr gut informiert – speziell die Selbstnutzer von Eigentumswohnungen oder Ein- und Zweifamilienhäusern. Besonders das Internet wird als Informationsplattform zunehmend genutzt. So sind die Endkunden z.B. über innovative Technologien – also Brennwerttechnik und erneuerbare Energien – gut informiert, hingegen weniger über die vielfältigen Fördermöglichkeiten.

Heizungsjournal:

Sie vertreiben weiter dreistufig. Wie binden Sie das Handwerk ein?

Schmidt:

Auch wenn wir rein über den Großhandel vertreiben, so pflegen wir doch einen sehr inten-

siven Kontakt zum Heizungsfachhandwerker. Er ist die Schnittstelle zum Endkunden. Über ihn haben wir unser Ohr am aktuellen Marktgeschehen. Unsere rund 150 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Außendienst stellen den Installateuren und Heizungsbauern unsere Produkte vor, betreuen, beraten und unterstützen ihn.

Heizungsjournal:

Auch im Service?

Schmidt:

Ja, aber nur auf Anfrage, nicht im Wettbewerb zum Handwerker.

Heizungsjournal:

Und Sie schulen auch?

Schmidt:

Junkers verfügt über 23 Schulungs-Standorte in Deutschland. Hier kann praktisch am Gerät gearbeitet werden. Pro Jahr schulen wir weit über 20.000 Installateure. Wir hätten im letzten Jahr gerne noch mehr Teilnehmer gehabt, gerade mit Blick auf die erneuerbaren Energien und deren Einbindung in das Gesamtsystem Heizung, aber durch den hohen Marktbedarf im zweiten Halbjahr 2008 waren die Handwerksunternehmen teilweise so stark ausgelastet, dass sie kaum Zeit für Schulungen hatten.

Heizungsjournal:

Kooperieren Sie bei der Schulung mit Ihrer Bosch-Konzernmarke Buderus?

Schmidt:

Wir stehen in einem sauberen Wettbewerb zu unseren „blau-



Blick in die Produktion von Solarkollektoren im Junkers-Werk in Wettringen. (Fotos: Bosch Thermotechnik / Junkers)



en“ Mitstreitern. Dies ist auch bei den Schulungen so. Hier handelt es sich um reine Junkers-Standorte.

Heizungsjournal:

Welchen Anteil haben erneuerbare Energien mittlerweile an Ihrem Geschäft?

Schmidt:

Der Anteil erneuerbarer Energien ist deutlich gestiegen und liegt bereits bei rund einem Fünftel unseres Umsatzes. Z. B. hat sich der Absatz an Solarkollektoren im vergangenen Jahr mehr als verdoppelt – er ist also noch stärker gewachsen als der Markt allgemein. Wenn Biomasse und Wärmepumpen im ersten Halbjahr nicht bremsend gewirkt hätten, wären wir sogar noch weiter gekommen.

Heizungsjournal:

Hat sich in Bezug auf die Wärmepumpe die Gründung der WQ Management GmbH (Wärmequellenmanagement) als Tochter von Bosch Thermotechnik bewährt?

Schmidt:

Dies hat sich bewährt, insbesondere bei qualitätskritischen Projekten. Denn die WQ Management ist neben der Akquisition und Abwicklung von Bohrleistungen, vor allem für die Qualitätssicherung, zuständig. Dafür auditiert sie u. a. auch die Bohrfirmen. Wenn die Sole/Wasser-Wärmepumpe in den vergangenen Monaten ins Gerede gekommen ist, dann in der Regel aufgrund mangelnder Qualität der Bohrung und nicht der Wärmepumpe.



Schmidt: „... In Summe betrachtet war 2008 ein erfolgreiches Jahr, auch wenn das Niveau von 2006 bei weitem noch nicht erreicht wurde.“

Heizungsjournal:

Welche Wärmepumpensysteme bieten Sie jetzt an?

Schmidt:

Basis unserer Aktivitäten sind Sole/Wasser-Wärmepumpen. Luft/Wasser-Wärmepumpen haben wir im Oktober 2008 im Markt eingeführt. Hier befindet sich das Geschäft in der Entwicklungsphase. Luft/Luft-Wärmepumpen haben wir derzeit nicht im Programm.

Heizungsjournal:

Wieso auch leistungsschwächere Luft/Wasser-Wärmepumpen, wegen des geringeren Investitionsbedarfs?

Schmidt:

Natürlich ist die Sole/Wasser-Wärmepumpe aufgrund der notwendigen Bohrung teurer in der Anschaffung. Aber es gibt





Schmidt: „... Das Thema Stirling ist in greifbare Nähe gerückt.“

auch technische Grenzen, z. B. Anwendungsfälle, bei denen entweder gar nicht gebohrt werden darf, oder sich eine Bohrung als zu schwierig erweist. Hier bieten sich dann Luft/Wasser-Wärmepumpen an. Im Neubaubereich mit geringem Wärmeleistungsbedarf haben sie absolut ihre Berechtigung. Ihr Marktanteil von rund einem Drittel reflektiert ganz deutlich, dass es dafür Nachfrage gibt. Die Technik ist auch hier ausgereift, die Geräuschentwicklung gering.

Heizungsjournal:
Aber die Planung muss stimmen.

Schmidt:
Generell ist mit den regenerativen Energien ein hoher Beratungsanspruch gegenüber dem Endkunden entstanden – nicht



Schmidt: „... Der Wettbewerb im eigenen Haus ist mindestens genauso hart wie der externe.“

nur, was die Abstimmung und effiziente Einbindung in das Heizungssystem betrifft, sondern dies beginnt schon bei der Wahl und Auslegung des Energieträgers. Dies sind deshalb wichtige Aspekte für uns bei der Schulung und Beratung des Handwerks.

Heizungsjournal:
Wie beurteilen Sie das Thema Pellets?

Schmidt:
Seit drei Jahren haben wir Pelletsheizkessel im Programm. Hier haben wir mit der Branche zusammen alle Höhen und Tiefen durchlebt. Doch mit den stabilen Pelletspreisen des vergangenen Jahres erholt sich der Markt wieder. Langfristig gesehen verbucht das Thema Biomasse positive Prognosen. Wir gehen hier von einem Wachstum von jährlich etwa 10 % aus. Der Einsatz wird vornehmlich in der Modernisierung zur Substitution von Heizöl erfolgen.

Heizungsjournal:
Brennwertkessel stoßen mittlerweile an ihre physikalischen Grenzen. Wo finden hier noch Innovationen statt?

Schmidt:
Bei den Wirkungsgraden der Brennwertkessel hat die Technik wirklich ihre Grenzen erreicht. Hier macht es wirtschaftlich keinen Sinn, an Verbesserungen in der Verbrennung zu arbeiten. Wo aber noch gleichwohl Innovationen stattfinden, ist die Systemkopplung – besonders über eine intelligente Regelung. So konnten wir bei der Kopplung von Brennwert und Solar durch unsere selbstlernende Regelung „Solar inside – Control Unit“ Effizienzsteigerungen von 15 % in der Brauchwasserwärmung und von 5 % bei der Heizungsunterstützung erzielen. Wir sagen deshalb, dass die derzeit sparsamste Solar-Brennwertheizung von Junkers kommt.

Heizungsjournal:
Kommt das Thema System im Markt an?

Schmidt:
Systemtechnik gewinnt an Bedeutung. Viele unserer Heizkessel werden ja für den direkten

Ersatz gekauft. Doch bereits jeder vierte wird in einem Systempaket mit abgestimmtem Solar Kollektor geordert.

Heizungsjournal:

Wie gestalten sich Ihre Aktivitäten bei Zukunftstechnologien, wie der Brennstoffzelle?

Schmidt:

Beim Thema Brennstoffzelle verfügt Bosch aus dem Automobilbereich über eine hohe Kompetenz. Die Grundlagenforschung wird weiter vorangetrieben. Auch die Übertragung auf den Heizungssektor haben wir im Auge. Systemintegration, Haltbarkeit und Kosten sind hier die bestimmenden Themen. Wir sehen diese Technologie jedoch noch nicht in der Nähe der Serienreife.

Heizungsjournal:

Und wie sieht dies beim Thema Stirling aus?

Schmidt:

Das Thema Stirling ist im Gegensatz dazu in greifbare Nähe gerückt. Bosch Thermotechnik arbeitet hier in einem Konsortium mit Enatec (Niederlande), MTS (Italien) und Rinnai (Japan). Wir hatten Stirling-Heizgeräte der ersten Generation erfolgreich im Feldtest – eine Kombination aus Gas-Brennwertkessel und Stirling-Generator. Bis 2010 wollen wir mit dem Konsortium nun rund 1.000 Vorseriengeräte in den Markt bringen. Die Technologie steht, sie ist belastbar. Bis 2012 rechnen wir damit, die Serienreife zu erlangen.

Heizungsjournal:

Für welchen Anwendungsbereich?

Schmidt:

Zielgruppe ist das Einfamilienhaus. Die Leistung beträgt 1 kW elektrisch und 7 kW thermisch ohne Zusatzbrenner.

Heizungsjournal:

Sie arbeiten jetzt schon viele Jahre an einer gasbetriebenen Diffusions-Absorptions-Wärmepumpe. Wieweit sind Sie hier gediehen?

Schmidt:

Wir schauen uns das Thema gasbetriebene Diffusions-Absorptions-Wärmepumpe ganz

intensiv an. Sie hat bisher noch nicht den Serienstand erreicht, doch sie ist eine realitätsnahe Zukunftsperspektive. Unser Gerät der zweiten Generation hat kürzlich den IGU Gas Efficiency Award gewonnen. Wir gehen davon aus, dass sie bis 2012 eine sinnvolle Ergänzung unseres Brennwertprogramms werden kann.

Heizungsjournal:

Bosch hat 2003 Buderus übernommen. War dies zurückblickend ein guter Schritt?

Schmidt:

Die Akquisition von Buderus war aus meiner Sicht eine richtige Entscheidung. Junkers ist ja die Keimzelle der Heizungstechnik bei Bosch und hat die Basis für den Bereich Thermotechnik gelegt. Durch die Übernahme ist Bosch Thermotechnik zum europäischen Marktführer geworden. Von der Größe und den Synergien haben letztlich alle Marken der Bosch Thermotechnik profitiert.

Heizungsjournal:

Wieweit Synergien?

Schmidt:

Synergien ergeben sich auf der Ebene von Plattformen bei Produkten. Also der Ebene, die noch nicht markenspezifisch ist. Aufgrund der Größe profitieren wir hier von neuen Möglichkeiten bei der Entwicklung, beim Einkauf und durch die hohen Stückzahlen in der Fertigung. Die Markendifferenzierung erfolgt dann z.B. beim industriellen Design und der Gestaltung der Mensch-Maschine-Schnittstellen.

Heizungsjournal:

Gibt es im Wettbewerb dann keine Rücksichten?

Schmidt:

Der Wettbewerb bestand ja immer. Und ich kann Ihnen sagen: Der Wettbewerb im eigenen Haus ist mindestens genauso hart wie der externe. Hier werden keine Rücksichten genommen. Doch wir fühlen uns als Junkers auf dem deutschen Markt sehr wohl im Gefüge von Bosch Thermotechnik. ■

[Robert Donnerbauer]