

HAGLEITNER: „FÜR 2026 ZEICHNET SICH EINE ERHOLUNG AB“

INTERVIEW Im Gespräch mit SHK-AKTUELL analysiert Martin Hagleitner, CEO der Austria Email AG und Konzerngeschäftsführer Groupe Atlantic D/A/CH, die turbulenten Ereignisse der letzten Monate und liefert auch gleich konkrete Lösungsvorschläge auf die drängendsten Herausforderungen in unserer Branche.



Martin Hagleitner: „Entscheidend ist, dass Österreich und die EU endlich einen Befreiungsschlag gegen Regulierungswut, ausufernde Abgaben, Steuern sowie zu hohe Produktionskosten setzen“.

Herr Hagleitner, starten wir mit der *Breaking News* zu Jahresbeginn – dem Verkauf Ihrer Konzernmutter Group Atlantic an die japanische Paloma Rheem Holding. Warum wurde dies notwendig und was bedeutet dies nun für Austria Email konkret? Was ändert sich dadurch im heimischen Markt?

Martin Hagleitner: Im Lichte der globalen Konsolidierung und des intensivierten Wettbewerbes richtet Groupe Atlantic seine Aktionärsstruktur neu aus. Mit der Vereinbarung zur Übernahme der Mehrheit durch das eigentümergeführte Unternehmen Paloma Rheem wird eine langfristig ausgerichtete, strategische Partnerschaft vorbereitet, die auf den jeweiligen Stärken beruht – in technologischer, geografischer und industrieller Hinsicht. Paloma Rheem ist primär in

Asien und in den USA tätig, somit ergänzen sich die Marktaktivitäten ohne große Überlappung in Europa. Groupe Atlantic wird innerhalb von Paloma Rheem als eigenständiges Unternehmen agieren. Entsprechend der dezentralen Struktur bleibt das Headquarter in Frankreich und die Führung beim bestehenden Management. Paloma Rheem ist in mehr als 90 Ländern präsent. Vorbehaltlich der ausstehenden behördlichen und kartellrechtlichen Genehmigungen werden sich aufgrund der guten gegenseitigen Ergänzung und der Tatsache, dass wir damit Teil eines Verbundes werden, der zu den ‚Top 10‘ der Branche weltweit zählt, Synergien und neue Wachstumsfelder öffnen.

Baukrise, Fachkräftemangel, Preisdruck, Margenschwund –

die Zeiten für Manager im SHK-Bereich waren schon besser. Folgt nun generell ein Jahr der Marktbereinigung?

Apropos „bessere Zeiten“ – dazu fällt mir ein gutes Zitat von Jean-Paul Sartre ein: „... es mag schönere Zeiten geben, aber diese ist die unsere“. Konzentrieren wir uns in diesem Sinne – gerade wegen der von Ihnen genannten Herausforderungen – also besonders auf die Möglichkeiten und Potenziale: Die Zinssituation hat sich stabilisiert, Wohnbaukredit-Genehmigungen sind gestiegen, es gibt einen Rückstau an Sanierungen und der Bedarf nach leistbarem Wohnraum und Einsparungen bei den Betriebskosten ist weiter wachsend. Zudem sind die Ersparnisse der Haushalte so hoch wie nie und auch Förderungen auf Bundes- und Landesebene sind verfügbar.

Wie Übernahmen und diverse Kooperationen, aber auch Restrukturierungen belegen, befindet sich die Branche schon länger in einer Konsolidierung. Für 2026 zeichnet sich eine Erholung ab.

Der Wettbewerb aus Fernost verschärft sich jedenfalls und steigert den Preisdruck. Wie lässt sich dem begegnen? Punktet „Made in Austria/Europe“ noch, oder müssen die Produktionsstätten in Billiglohnländer ausgelagert werden, um konkurrenzfähig zu bleiben?

Lösungen für Heizung, Warmwasser und zunehmend Kühlung sind langlebige Begleiter der Haushalte und vor allem bei einer kompletten Erneuerung mit einer deutlichen Investition verbunden. Deshalb spielen Kriterien wie Qualität, Effizienz und Nachhaltigkeit, Bedienkomfort, Beratung, Service und Erreich-

barkeit bei der Kaufentscheidung eine große Rolle. In einer geopolitisch zerrissenen, protektionistischen und zunehmend digitalisierten Welt kommt den Menschen hinter den Produkten und der Regionalität eine nicht zu unterschätzende Rolle zu.

Die Austria Email besteht seit 170 Jahren und wird mit hohen Qualitätsansprüchen Vertrautheit und Professionalität verbunden; sie steht auch für ein klares Bekenntnis zur heimischen Produktion.

Wertschöpfung im Land ist ja auch den Handwerkern wichtig. Wenn die Installateure den Patriotismus auch in der Praxis leben, dann führt an Geräten der Austria Email kein Weg vorbei. Die Entscheidung für ‚Made in Austria‘ bei der Produktwahl trägt zur Sicherung von Arbeitsplätzen bei und ermöglicht Investitionen und Innovationen.

Entscheidend ist aber auch, dass Österreich und die EU endlich einen Befreiungsschlag gegen Regulierungswut, ausufernde Abgaben, Steuern sowie zu hohe Produktionskosten setzen.

Welche Strategie muss ein Industrieanbieter heute fahren, um erfolgreich zu bleiben?

Bei Austria Email sorgen die Systemkompetenz, die internationale Aufstellung sowie die Abdeckung von vielfältigen Energie- und Gebäudeformen für Resilienz und Zukunftsfähigkeit. Gleichzeitig konzentrieren wir uns intensiv auf unsere eigenen Gestaltungsmöglichkeiten mit Fokus auf Effizienzsteigerungen, Marktdurchdringung, Digitalisierung und Innovationen – beispielsweise bei der Konnektivität und smarten Funktionen bei Wärmepumpen und Speichern. Einen speziellen Schwerpunkt setzen wir aktuell beim Sortiment mit einfacher PV-Integration in Heizungs- und Warmwassersysteme. Denn für die Energiewende braucht es die Kombination von Wärmepumpen, smarter Speicher-technik und die Einbindung in das Energie- und Gebäudemanagement. Für jene Kunden, die derzeit kein größeres Investment tätigen können/wollen,

bieten wir mit Brauchwasserpumpen und smarten Elektrospeichern sparsame ‚Green Products‘ und Übergangslösungen vor einer kompletten Erneuerung.

Stichwort Marke: Die Differenzierung fällt immer schwerer, wenn alle Wettbewerber auf ähnliche Systeme setzen. Woran kann sich aus Ihrer Sicht der Konsument heute orientieren, wenn er sich beispielsweise für eine neue Heizung interessiert?

Austria Email bietet bei Neubau und Sanierung sowie für den mehrgeschossigen Wohnbau nachhaltige Lösungen, die für Kosteneinsparungen und Unabhängigkeit in der Energieversorgung sorgen. Unsere Marke wird gemäß dem Anspruch „Qualität für Lebensräume“ mit höchsten Standards, Produkt-Know-how sowie starker Serviceorientierung verbunden.

Besonders Konsumenten schätzen an der Austria Email unter anderem die Qualität, die Zuverlässigkeit – auch in Verbindung mit der großen Tradition des Unternehmens –, die Produktion in Österreich (bei Speichern), die Langlebigkeit der Produkte, die gute Erreichbarkeit und den werkseigenen Kundendienst.

Welche Segmente laufen bei Ihnen derzeit am besten?

Wir haben 2025 in strategisch wichtigen Produktgruppen Marktanteile gesteigert und auch den Anteil an ‚Green Products‘ weiter ausgebaut. Sehr gut nachgefragt sind derzeit unsere smarten Elektro- und Fernwärmespeicher, Kleinspeicher und Pufferspeicher. Vielversprechend entwickelt sich etwa unser neuer ‚AE EPV Comfort‘ speziell für den mehrgeschossigen Wohnbau. Stark zugelegt haben auch unsere Brauchwasserwärmepumpen: Sie sind als Plug and Play-Lösung einfach zu installieren, wartungsarm, punkten mit PV-Einbindung und Smart Control-Funktion. Ein zusätzliches Plus ist die Kühlfunktion, über die z.B. der Vorratskeller gekühlt werden kann. In den letzten Wochen verzeichnen wir zudem wieder verstärkt Anfragen zu Luft-



und Erdwärmepumpen.

Im mehrgeschossigen Wohnbau realisieren wir zukunftsweisende Referenzprojekte mit Paketlösungen wie etwa Heizung über Erdwärmepumpen in Kaskaden, dezentraler Warmwasserbereitung mit unserem smartem E-Speicher Eco Grid und intelligenter PV-Nutzung, ebenso wie mit Luftwärmepumpen in Kombination mit Warmwasserbereitung via Erdwärme Booster und einem Standspeicher mit speziell hoher Übertragungsleistung. Auch hybride Lösungen für die Sanierung, mit

» In einer geopolitisch zerrissenen, protektionistischen und zunehmend digitalisierten Welt kommt den Menschen hinter den Produkten und der Regionalität eine nicht zu unterschätzende Rolle zu.

denen Wärmepumpen als nachhaltige Komponenten in bestehenden Heizungssysteme in Ein- und Mehrfamilienhäuser integriert werden, gewinnen an Bedeutung.

Was ist Ihre Meinung zur Arbeit der politischen Entscheider bzgl. Wirtschaftsbelebung? Konnte die Förderlandschaft nun treff- und planungssicherer nachjustiert werden? Was läuft noch falsch?

Die – verständlicherweise reduzierten – Förderungen beenden zumindest das schädliche ‚Stop-and-go‘ seit 2023. Mit den 360 Millionen Euro jährlich ist bis 2030 Planungs-



sicherheit gegeben. Allerdings: Für die Bürger gilt es, rasch zu handeln, da die Fördermittel für 2026 schnell ausgeschöpft sein können. Österreich muss bei der Heizungssanierung im Interesse des Schutzes von Klima und Lebensraum besonders bei der Sanierung des Gebäudebestands deutlich schneller werden: Nur 1,5 Prozent aller alten Heiz- und Warmwassergeräte werden derzeit getauscht, es bräuchte aber das Doppelte, nicht zuletzt um Strafzahlungen in Milliardenhöhe an die EU zu vermeiden. Um auch die Konjunktur und die Wirtschaft

» Nur 1,5 Prozent aller alten Heiz- und Warmwassergeräte werden derzeit getauscht, es bräuchte aber das Doppelte, nicht zuletzt um Strafzahlungen in Milliardenhöhe an die EU zu vermeiden.

zu beleben braucht es einen Maßnahmen-Mix aus Anreizen, klaren Ausstiegsvorgaben, Änderungen im Miet- und Wohnrecht, und auch eine Entschlackung bei Standards und Normen.

Folgt man der Theorie des Kondratjew-Zyklus, steht die wirtschaftliche Entwicklung wieder vor einem Wandel. Welcher Treiber könnte dies nun sein? Hat aus Ihrer Sicht die künstliche Intelligenz das Potenzial unsere Wirtschaft zu transformieren?

Die technologische und gesellschaftliche Transformation hat bereits in den letzten Jahren an

Dynamik gewonnen. Große Herausforderungen wie die Klima- und Energiekrise, der Mangel an leistbarem Wohnraum und fehlendes wirtschaftliches Wachstum bieten speziell unserer Branche und Europa Möglichkeiten im ‚Green Tech‘-Bereich.

Wie aktuelle Studien und Praxis-Erfahrungen belegen, ist bezüglich KI weder Hysterie noch Panik angebracht. KI ist kein Selbstzweck, sondern ein wirksames Werkzeug – wenn klar definiert wird, in welchen Arbeitsbereichen sie zum Einsatz kommt. Fachliches Können und menschliche Kreativität unserer Branche, aber auch gute Organisation und Prozesse sowie individuelle Beratung sind dadurch nicht ersetzbar. KI kann es jedoch Betrieben und Professionisten ermöglichen, wichtige Zeit und Ressource zu gewinnen, wo sie bislang durch administrative oder bürokratische Tätigkeiten gebunden war.

Was die Wahl des Heizungssystems betrifft, gilt der Installateur als klarer Gatekeeper. Kaum ein Konsument setzt sich über die Empfehlung des SHK-Profis hinweg. Ist für die Industrie die Mission „Endkundenwerbung“ daher sinnlos, oder erkennen Sie da eine Veränderung?

Der Installateur bleibt im privaten Geschäft sicher der Gatekeeper. Aber es gibt eine Zunahme an Konsumenten, die sich vorinformieren. Je nach Produkt und Vertriebsweg ist es auch für die Industrie nötig, Endkunden zu adressieren. Es gilt, sie über die ganze Bandbreite an energieeffizienten Lösungen zu informieren und ihnen den konkreten Nutzen von Wärmepumpen und smarterer Speichertechnik zu erklären – von Betriebskostensparnis über Energieunabhängigkeit und Steigerung des Immobilienwerts bis Klimaschutz. Denn das ist maßgeblich für die Entscheidung zum Heizungs- und Speichertausch und wirkt sich unmittelbar auf die Bereitschaft zur Investition in nachhaltige ‚Green Tech‘-Produkte aus. Im Projektgeschäft sind in die Entscheidungen neben dem Installateur auch Planer, Generalunternehmer,

Entwickler und andere involviert.

Seit langem wird darüber spekuliert, dass die jahrzehntelang gewohnten Vertriebsstrukturen aus der Zeit gefallen seien. Ist es nun also an der Zeit, die heilige Kuh der Dreistufigkeit nicht nur schleichend, sondern signifikant zu reformieren?

In einem Umfeld, das von hoher Wettbewerbsintensität, globaler Konsolidierung, sowie Überkapazitäten verbunden mit schwacher Nachfrage geprägt ist, sind alle Unternehmen gefordert, ihre Gestaltungsmöglichkeiten auszuschöpfen und sich weiterzuentwickeln. Das betrifft auch die Vertriebswege; arbeitsteilige Prozesse und Allianzen wie die Dreistufigkeit ermöglichen es den beteiligten Unternehmen, sich auf ihre Kernkompetenzen zu konzentrieren und Geschäft zu skalieren. Erfolgsentscheidend ist das aus Kundensicht passende Preis-Leistungsverhältnis. Die Dreistufigkeit hat hier sehr wohl eine Perspektive und ihre Berechtigung, wie auch eine Bewährungsprobe. Auf gut österreichisch gesagt „Wos is Dei Leistung?“.

Zum Abschluss noch ein Thema, das in den letzten Wochen für Schlagzeilen gesorgt hat. Konkret geht es um die Explosionsgefahr von mit dem Kältemittel Propan betriebenen Wärmepumpen. Ist dies nur eine Panikmache der Yellow Press, oder ist da etwas dran?

Ein Blick auf die technischen Fakten zeigt: Propan-Wärmepumpen unterliegen strengen Sicherheitsanforderungen und Normen, um jegliche Gefahr bei fachgerechter Installation auszuschließen. Fachverbände wie etwa der Deutsche Bundesverband Wärmepumpe bestätigen, dass eine Explosion bei fachgerechter Installation nahezu ausgeschlossen ist. Das Szenario ist in etwa so unwahrscheinlich wie beim Lotto den Jackpot zu knacken. Unabhängig davon plädiere ich dafür, dass die EU im Zuge der Verschärfung der F-Gase-Verordnung nicht nur auf Propan fokussiert, denn auch andere Kältemittel sind für Wärmepumpen sehr gut geeignet. ■