

Zeitschrift: Wohnen
Herausgeber: Wohnbaugenossenschaften Schweiz; Verband der gemeinnützigen Wohnbauträger
Band: 80 (2005)
Heft: 5

Artikel: "Bei den Kosten sehe ich wenig Spielraum" : Interview mit Peter Rysler, Marketingdirektor der HG Commerciale
Autor: Rysler, Peter / Stadler, Robert
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-107368>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 11.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Interview mit Peter Rysler, Marketingdirektor der HG Commerciale

«Bei den Kosten sehe ich wenig Spielraum»

Im Baumaterialhandel kommt man kaum an ihr vorbei: Die HG Commerciale beliefert fast jede Baustelle im Land. Allerdings ist sie mit zunehmenden Direktimporten vor allem grosser Baufirmen konfrontiert. Sind die hiesigen Baumaterialhändler demnach zu teuer? *Wohnen* hat sich mit Peter Rysler* unterhalten, dem Marketingdirektor des Unternehmens, für das die Rechtsform der Genossenschaft nach wie vor «ein überzeugendes Geschäftsmodell» darstellt.

Wohnen: Herr Rysler, immer öfter kommen die in der Schweiz eingesetzten Baumaterialien aus dem Ausland. Ist das für den schweizerischen Baumaterialhandel ein Problem?

Peter Rysler: Die Einfuhr grosser Mengen an Baumaterialien ist keineswegs ein neues Phänomen. Gewisse Materialien wurden schon immer importiert, einige sogar ausschliesslich. Neu ist einzig, dass vor allem grosse Bauunternehmungen – unter Umgehung des schweizerischen Baumaterialhandels – vermehrt direkt im Ausland einkaufen, insbesondere im osteuropäischen oder gar im asiatischen Raum.

Weil das für sie viel günstiger ist...?

Auf den ersten Blick ja. Auf den zweiten Blick muss man aber sagen: Direktimporte haben für die Käufer auch klare Nachteile. Ausländische Direktlieferanten können niemals den gleichen Service bieten wie schweizerische Baumaterialhändler. Zum einen sind die Produkte qualitativ oft nicht gleichwertig; zum andern stehen Direktimporteure bei Beauftragungen viel schlechter da, denn ein ost-europäischer oder asiatischer Lieferant wird kaum in die Schweiz reisen, um sich allfällige Schäden auf der Baustelle selbst anzusehen. Auch in rechtlicher Hinsicht kann es Probleme geben. Insgesamt darf man sicher festhalten, dass inländische Materiallieferanten – auch wenn sie möglicherweise selbst Produkte aus solchen Ländern im Sortiment führen – eindeutig den besseren Service bieten.

Welche Materialien werden direkt importiert?

Im Bauhauptgewerbe sind es vor allem Bausteine, Dachziegel, Betonwaren und Isolationsmaterialien, aber auch Zement, Sand und Kies; im Ausbaugewerbe Baukeramik, Fenster und Türen. Letztere tangieren den traditionellen Baumaterialhandel aber nicht. In

Grenzregionen, insbesondere zu Deutschland und Frankreich, werden auch Frischbeton und Beläge eingeführt. In Genf sieht man an den Grenzübergängen fast täglich Betonmischer, die mit Frischbeton für Genfer Baustellen unterwegs sind.

Warum können ausländische Werke solche Materialien billiger produzieren? In Deutschland etwa sind die Arbeitskosten – trotz tieferer Löhne – ähnlich hoch, wenn nicht gar höher als in der Schweiz.

Hauptgrund ist die schwache Konjunktur in den benachbarten Ländern. Immer wenn sich die Baukonjunktur in Deutschland verschlechtert, nimmt bei uns der Import von Baumaterialien spürbar zu. Das ist bei der jetzigen Krise in Deutschland wieder sehr ausgeprägt der Fall. Vor allem grenznahe Betriebe versuchen, den eingebrochenen Heimmarkt mit Lieferungen in die Schweiz zu kompensieren. Im Vergleich mit den äusserst schlechten Preisen in ihrem eigenen Land sind die in der Schweiz möglichen Preise für sie zudem noch relativ attraktiv. Bei Vergleichen dürfen im Übrigen nicht nur die Arbeits- und Lohnkosten betrachtet werden. In der Schweiz verteuren auch die vielen behördlichen Auflagen und Bewilligungsverfahren die Produktion ganz erheblich.

Sie haben Materialien erwähnt, die ausschliesslich importiert werden. Welche sind das?

Beispielsweise Gipskartonplatten. Oder auch Keramik, dies nachdem in Laufen das letzte schweizerische Werk geschlossen hat. Heute stammen Keramikplatten hauptsächlich aus Deutschland, Italien und Spanien.

Nicht auch aus China?

China ist momentan überall ein Thema – auch im Baumaterialhandel. Aus logistischen



Gründen müssen von dort aber relativ grosse Mengen eines einzelnen Produkts importiert werden können, damit sich die Sache lohnt. Dem stehen die meist kleinen Bedarfgrössen auf unseren Baustellen entgegen. Das ist im Übrigen überhaupt eine Besonderheit im schweizerischen Baumaterialhandel. Bei uns werden – einmal abgesehen von Zement oder Beton – vergleichsweise kleine Mengen eines einzelnen Produkts benötigt.

Wie hat sich der Umsatz im schweizerischen Baumaterialhandel in jüngster Zeit entwickelt?

Weil Baumaterial in seiner Gesamtheit kein austauschbares Produkt ist, entwickelt sich der Umsatz letztlich immer parallel zur Baukonjunktur. Im vergangenen Jahr nahm der Wohnungsbau stark zu, und weil dieser im Vergleich zum Tiefbau oder zum Gewerbebau besonders materialintensiv ist, konnte der ►

Baumaterialhandel seinen Umsatz deutlich steigern. Genaue Umsatzzahlen gibt es aus unserer Branche aber nicht.

Kam es in letzter Zeit zu Verschiebungen von einem Material zu einem anderen?

Grundsätzlich ist der Baumarkt nach wie vor recht konservativ. Veränderungen geschehen nicht über Nacht, wie etwa in der Mode. Zwei Entwicklungen sind aber unverkennbar. Die erste: Im Bereich Kamine ist der Absatz von isolierten Kaminsteinen in den letzten Jahren stark zurückgegangen. Hier zeigt der Trend zu Niedertemperaturheizungen sichtbare Auswirkungen. Die zweite Entwicklung: Im Hochbau werden immer häufiger Zwischenwände in Leichtbauweise statt wie früher in Form massiver Backsteinmauern ausgeführt. Das hat selbstverständlich Auswirkungen auf den Backsteinabsatz.

Das Bauen in der Schweiz sei viel zu teuer, heisst es oft. Was kann der Baumaterialhandel zu einem effizienteren, kostengünstigeren Bauen beitragen?

Da sehe ich leider wenig Spielraum. Ganz sicher darf nicht behauptet werden, in der Produktion und im Handel von Baumaterial seien noch grosse Reserven vorhanden. Ich erinnere daran, dass vor hundert Jahren das Baumaterial den grössten Teil an der Bausumme ausmachte, vor den Lohnkosten und dem Landpreis. Heute ist es gerade umgekehrt. Inzwischen macht der Anteil des Baumaterials – je nach Arbeitsgattung – nur noch zwischen zehn und zwanzig Prozent der Bausumme aus. Selbst wenn dank Rationalisierungen noch weitere Preissenkungen möglich sein sollten, würde das bezogen auf die Gesamtsumme also wenig bringen.

Warum bauen wir denn bei uns so viel teurer als im Ausland?

Zunächst muss man Gleicher mit Gleichen vergleichen. Wir bauen viel währschafter und komfortabler als im Ausland. Die Ansprüche an die Bausubstanz sind wesentlich höher. Vor allem aber fressen die vielen behördlichen Auflagen und Vorschriften sowie die langwierigen Bewilligungsverfahren bei uns einen beachtlichen Teil der Baukosten weg, noch ehe mit dem tatsächlichen Bauen begonnen werden kann. Da sehe ich noch viel Sparpotenzial. Aber das sind Fragen, die politisch beantwortet werden müssen.

Nimmt Ihr Unternehmen auf politischer Ebene Einfluss?

Nein, da gibt es seit unserer Gründung eine klare Aufgabentrennung: Für die Politik ist allein der Schweizerische Baumeisterverband zuständig.

Zur HG Commerciale: Aufgrund ihrer Unternehmensform und ihrer Nähe zum Schweize-

rischen Baumeisterverband (SBV) ist sie ein Sonderfall...

Ja, das ist richtig. Ich möchte aber klar festhalten, dass die HG Commerciale nicht etwa dem Baumeisterverband gehört, sondern ihren rund 3000 Mitgliedern, die als Einzelunternehmen allerdings grösstenteils dem SBV angeschlossen sind. Richtig ist auch, dass wir sehr viele Aktivitäten des SBV, insbesondere im Bereich Ausbildung, finanziell und ideell unterstützen. Wir sind beispielsweise Sponsor der Ausbildungszentren in Sursee und Gordola sowie von sämtlichen 18 Mauerlehrhallen.

Ist die Genossenschaft für Ihr Unternehmen heute noch die zeitgemässes Unternehmensform?

Absolut. Ich sehe keinen Grund, weshalb das Unternehmen in eine AG umgewandelt werden sollte. Eine solche würde sich zudem wohl innerhalb kurzer Zeit in ausländischem Besitz befinden ...

Die Genossenschaft als Garantie, dass das Unternehmen schweizerisch bleibt?

Ja, das sicher auch. Unsere Mitglieder schätzen aber an der HG Commerciale vor allem das Mitspracherecht, das sie als Mitbesitzer via Genossenschaftsversammlung ausüben können. Weil die Genossenschafter gleichzeitig Mitbesitzer und Kunden des Unternehmens sind, sind wir auch sehr direkt am Markt und können auf Entwicklungen schnell reagieren.

Wie schätzen Sie die Konkurrenzsituation ein?

In der Schweiz bestehen über 200 Baumaterialhandelsstandorte, und der Kreis der Mitbewerber ist sehr vielfältig, sowohl was die Unternehmensgrösse als auch was das Angebot betrifft. Nebst einigen wenigen grossen Unternehmen mit einer Vielzahl von Standorten bestehen viele kleinere Firmen – vorwiegend Familienunternehmen –, die nur über einen oder zwei Standorte verfügen. Wir selbst gehen davon aus, dass die HG Commerciale etwa einen Viertel des schweizerischen Baumaterialbedarfs abdeckt.

Sind auch die Baumärkte ernsthafte Mitbewerber?

Weil rund siebzig Prozent der Schweizer Mieter sind, selber also kaum Baumaterial benötigen, ist die Situation etwa mit den benachbarten Ländern nicht vergleichbar. Dementsprechend stellen wir fest, dass die bestehenden Baumärkte vom Sortiment her entweder mehr Hobbymärkte oder Innenausbau-orientiert sind – etwa mit Täfer, Farben, Möbel, Haushaltgeräten usw. Produkten also, die weniger den Baumaterialhändler konkurrieren. In anderen Ländern ist auch der Anteil der Eigenleistungen beim Hausbau sehr viel höher als in der Schweiz. Aus

diesen Gründen hat der Baumaterialbedarf von Privaten bei uns niemals den gleich hohen Stellenwert wie in anderen Ländern. Am ehesten ist das noch im Bereich Garten und Werkzeuge der Fall, wobei bei Letzteren in den Baumärkten vorwiegend Hobby- und keine Profiwerkzeuge angeboten werden.

Wie sehen Sie die Zukunft des Baumaterialhandels? Zeichnen sich Veränderungen ab?

Kurzfristig grosse Bewegungen sind nicht zu erwarten. Wir stellen aber auch in unserer Branche eine Entwicklung hin zu grösseren Betrieben fest. Kleinere Familienunternehmen geben auf, sei es, weil sie nicht mehr konkurrenzfähig sind, sei es infolge fehlender Nachfolge. Insgesamt bleibt die Zahl der Standorte aber ziemlich stabil; es ändern sich einfach die Besitzer. Gesamthaft haben wir einen übersättigten Markt, was sich in der Preissituation und den Margen deutlich zeigt.

Akquiriert Ihr Unternehmen selber auch?

Ja, dort wo uns ein Standort besonders attraktiv erscheint. In den letzten Jahren konnten wir unser Verkaufsstellennetz auf diese Weise weiter verdichten. Wir haben nun 38 Standorte und sind der einzige Baumaterialhändler, der gesamtschweizerisch in allen Landes- und Sprachregionen tätig ist.

INTERVIEW: ROBERT STADLER

*Peter Rysler (58) ist dipl. Bauingenieur ETH/SIA. Seit 1988 betreut er bei der HG Commerciale die Marketingdirektion. Die HG Commerciale handelt mit Baumaterialien, bietet ihren Kunden im Bauhauptgewerbe und im Ausbau aber auch verschiedene Dienstleistungen. 1899 von einigen Baumeistern im Geist der Selbsthilfe gegründet, beschäftigt das genossenschaftlich organisierte Unternehmen heute über 700 Mitarbeitende und besitzt in allen Landesteilen der Schweiz eine starke Position. Trotz ihrer Nähe zum Schweizerischen Baumeisterverband (SBV) gehört die HG Commerciale bis heute den mehr als 3000 Genossenschaftern.