



Labels, Zertifikate, Normen: Stellenwert in der Bauwirtschaft

Alec von Graffenried
Swissbau Basel

Losinger Marazzi AG
16. Januar 2016

- Unser Kerngeschäft: Immobilienentwicklung
Total- und Generalunternehmung ganze Schweiz
- ca. 800 Mitarbeitende, ca. CHF 700 Mio Umsatz
- Nachhaltiges Bauen ist seit 10 Jahren das
Schlüsselement unserer Innovation
- Weg von einer *einseitigen Betrachtung des Energieverbrauchs*
Hin zu einer *umfassenden Nachhaltigkeitbeurteilung*
- Von der Projektentwicklung zur Nachhaltigen Quartierentwicklung

→ **Nachhaltigkeit ganzheitlich und umfassend**



Wir glauben an die Ueberzeugungskraft von Labels und Zertifikaten für

- Kunden
- Partner
- Behörden
- die Baupraxis

Ziel: 100% der Projekte zertifizieren

LOSINGER
MARAZZI



breeam



MINERGIE®

Mehr Lebensqualität, tiefer Energieverbrauch
Meilleure qualité de vie, faible consommation d'énergie

Ziel: alle Systeme beherrschen



2 Trends der Technischen Innovation

1. Industrialisierung:
mehr und präzisere industrielle Fertigung
2. Digitalisierung (BIM):
digitale Planung in Projektierung, Ausführung, Betrieb

= Trend weg von der „Einzelstückanfertigung“
(„jedes Haus ein Unikat“)

- **Vergleichbarkeit wird wichtiger**
 - **Benchmarking wird möglich**
-

Innovation durch Vergleichbarkeit

- Labels & Standards definieren und vereinheitlichen Produkteigenschaften
- Labels & Standards schaffen Transparenz

→ **Labels & Standards beschleunigen die Innovation**

Labelsalat ?

Die richtigen Labels setzen sich durch





z.B. TCO: Erweiterung einer Zertifizierung

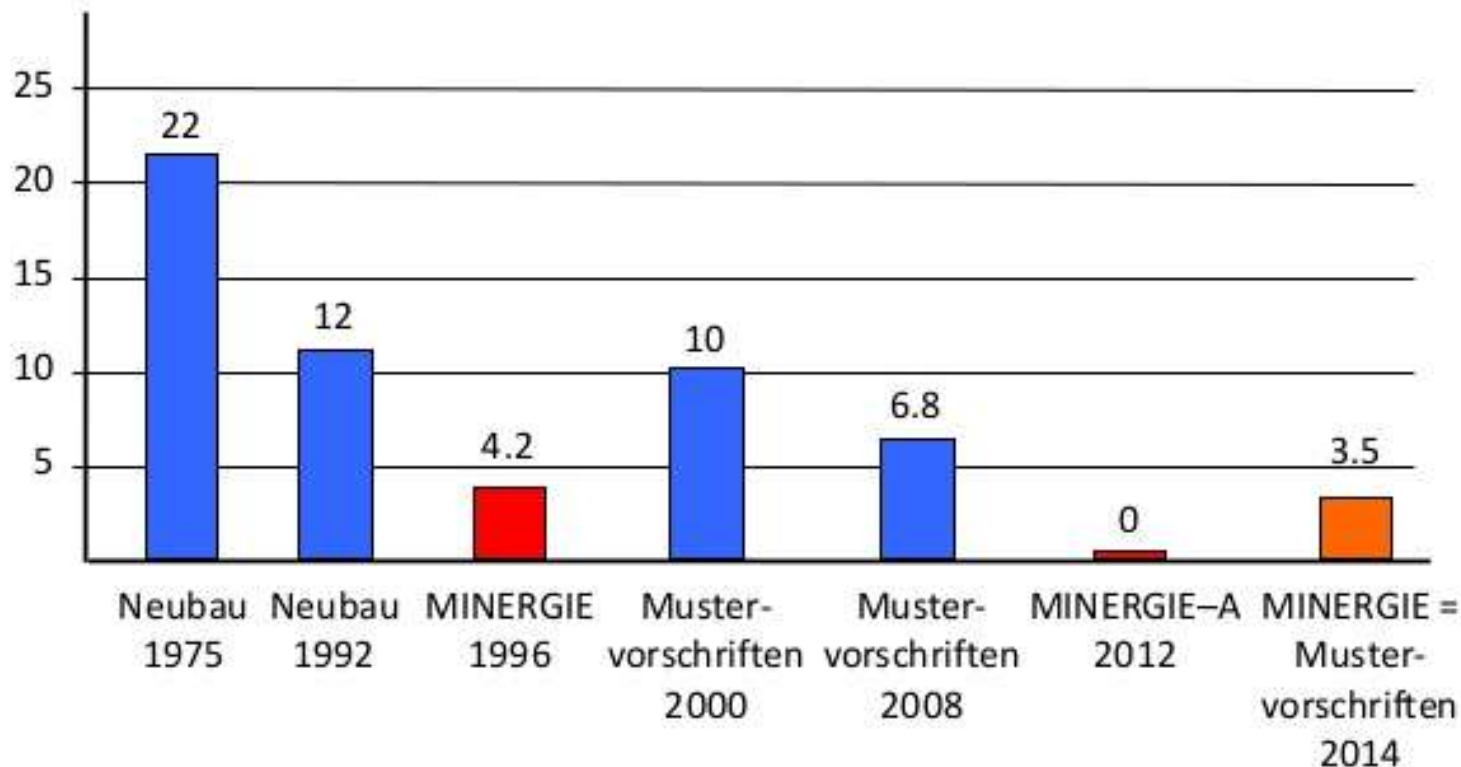
- 1992 TCO-Gütesiegel niedriger Strahlung Bildschirme
- 1995 Verbot gewisser Materialien Bildschirmproduktion
- 1999 höhere Anforderungen an die Bildqualität
- 2000 Umweltauflagen schrittweise verschärft.
- 2009 Anforderung der sozialen Verantwortung in der Produktion
- 2012 TCO Certified als Nachhaltigkeitszertifizierung für IT
- 2014 UsersAwards

- Labels verändern Standards
- beschleunigen die Innovation
- werden überflüssig / müssen sich entwickeln

Minergie reduziert den Heizenergieverbrauch in der Schweiz

MINERGIE®

Liter Heizöl-Äquivalent pro m²



MINERGIE®

Der Erfolg von Minergie:

- das richtige Thema zur richtigen Zeit
- ein einfaches und verständliches System
- ein hervorragendes Marketing
- eine maximale Marktpenetration

Die Herausforderungen von Minergie:

- Energiethema ausgereizt
 - Wie weiter...?
-

Labels sind positiv!

- Sie schaffen Transparenz im Markt
- Sie vereinfachen die Kommunikation
- Sie wirken innovationstreibend
- Sie sind daher wirksames und positives Marketing

Must have: Label-Marketing

- ohne Marketing kein erfolgreiches Label

Must have: Entwicklung / Erneuerung

- Label wirken normbildend
 - Label wird Standard wird Norm
 - Ohne Weiterentwicklung stirbt das Label
-



Danke für Ihre Aufmerksamkeit

www.losinger-marazzi.ch



Shaping a **Better Life**