

## 1. Öl-Symposium in Baden-Baden

# Chancen für die Ölheizung

Etwa 80 Fachleute aus Ölwirtschaft, Industrie und Fachhandwerk informierten sich am 16. Mai 2003 im Kongress-Zentrum Baden-Baden über das Neueste zum Thema Heizen mit Öl. Dabei mangelte es nicht an Perspektiven.

Erstmals gaben das Institut für wirtschaftliche Ölheizung (IWO) und der ZVSHK dem Themenkomplex Ölheizung gemeinsam eine bundesweite Plattform. Etwa 3500 SHK-Fachbetriebe nutzen derzeit diesen leitungsgebundenen Energieträger vorrangig als Geschäftsfeld – flankiert von ca. 210 aktiven Ölgemeinschaften. Die Teilnehmer diskutierten unter dem Motto „Innovative Gebäude- und Energietechnik mit Öl“ ausgewählte Themen der technischen Anwendung und wichtige Marktfragen zur Absatzförderung. Technologisch standen dabei die Öl-Brennwerttechnik und die moderne Öl-Lagertechnik sowie der Einsatz schwefelarmen Heizöls im Mittelpunkt.

### Vermarktung von drei Heizöl-Qualitäten nicht förderlich

ZVSHK-Präsident Bruno Schliecke formulierte zu Beginn ein dringliches Anliegen der Basis: „Für uns ist wichtig, daß unsere Handwerksbetriebe mit den neuesten Entwicklungen vertraut sind und die Anwendung exzellent beherrschen.“ Mehr-



Unter der Regie von IWO-Geschäftsführer Dr. Jürgen Schmid informierten Experten aus Industrie, Verbänden und Fachhandwerk über aktuelle Entwicklungen rund ums Heizöl

fach wurde auf der Tagung positiv angemerkt, daß nun endlich ein Forum geschaffen worden sei, um unter Marktpartnern in Sachen Heizöl einen offenen und vertrauensvollen Meinungs-austausch pflegen zu können. Von Seiten des Fachhandwerks vertrat man erneut die Auffassung, daß die bundesweite Vermarktung von drei verschiedenen Heizöl-Qualitäten nicht förderlich sei. Mittelfristig solle man zu einer Heizöl-Qualität zurückkehren. In den Diskussionsbeiträgen wurde Kritik deutlich: Irrtümer – durch wen auch immer verursacht – seien durch die drei Lieferqualitäten

- \* Heizöl EL Standard
- \* Heizöl EL Standard additiviert
- \* Heizöl EL schwefelarm additiviert



vorprogrammiert und könnten bei sensiblen Brennern bzw. komplexen Systemen Störungen auslösen. Dann werde in aller Regel der Heizungsfachmann als erster Ansprechpartner gerufen.

### 10 % Restmenge unschädlich

In puncto Mischbarkeit konnten die IWO-Fachleute Befürchtungen zerstreuen: Es kann als unbedenklich angesehen werden, wenn sich vor der Neubefüllung mit schwefelarmem Heizöl noch eine zehnpromtente Restmenge in Standard-Qualität im Tank befindet. Alte Ablagerungen könnten allerdings zu Problemen führen. Unzufriedenheit in der Kundschaft droht dagegen aus ungeahnter Richtung, wie

die Praxis gezeigt hat: Kostengünstigen Heizöl-Sammelbestellungen unter Nachbarn muß neuerdings dann eine Absage erteilt werden, wenn der eine Betreiber weiterhin die Standard-Qualität, der andere durch ein neu eingebautes Brennwert-System jetzt aber die schwefelarme 50-ppm-Ware haben

möchte, die noch nicht überall verfügbar ist. Außerdem wird das schwefelarme Heizöl EL derzeit etwa 5 Cent pro Liter teurer vermarktet, was nicht gerade förderlich ist für eine Marktentwicklung hin zu modernen, emissionsreduzierten Heizungsanlagen. Dazu die Position des ZVSHK: Die schwefelarme Qualität als Marktanzreiz eher noch günstiger anbieten!

In einer Positivliste sollen in Kürze auf der Internetseite [www.schwefelarmes-heizoel.de](http://www.schwefelarmes-heizoel.de) diejenigen Anlagen genannt werden, die von den Herstellern für das neue „Heizöl EL schwefelarm“ freigegeben worden sind. Ob dies für die Fachbetriebe in ihrer Beratungsfunktion tatsächlich praxisgerecht sein wird, bleibt abzuwarten. Neben den wenigen Kritikpunkten war

auch eine Reihe von Fortschritten zu loben. Ob die kompakte, wandhängende Bauart in Brennwerttechnik, ob neueste geruchshemmende Behälter bis hin zum „Tank im Schrank“ mit SmartHouse-Technologie: die Branche hat innovative Perspektiven zu bieten, die dem Betreiber alter Anlagen schmackhaft gemacht werden kann. Auch für die Neubauplanung weisen moderne Öl-Brennwertgeräte Anlagenkennzahlen auf, die den Anforderungen der EnEV gerecht werden – erst recht, wenn sie mit einer solaren Brauchwasser-Erwärmung kombiniert werden. Mittlerweile greifen die Hersteller auch hier den Systemgedanken verstärkt auf und bieten

komplette, auf einander abgestimmte Komfort-Anlagen.

### Kundenbindung hat Priorität

Seit Frühjahr 2003 läuft die Marketing-Kampagne „Deutschland macht den Heizungs-Check“ mit Anzeigen und einem Hinweis auf einen Call-Center, der auf Wunsch einen Beratungstermin mit einem Heizungsfachbetrieb vermittelt. In 70 % der Fälle stimmte der Betreiber diesem Angebot zu, so die Auswertung des Call-Centers. 350 000 Ölheizungskunden mit veralteten Anlagen habe man bisher in einer Datenbank gelistet, weitere 250 000 sollen in diesem Jahr gezielt an-



Heizölqualitäten, EnEV, Praxiserfahrungen, SmartHouse-Technologie und Preisgestaltung gehörten zu den Themen

gesprochen werden. Um die Modernisierung durch eine neue Ölheizung voranzutrei-

ben, setzt das IWO fünf Millionen Euro für Marketingmaßnahmen ein. TD

### › Fachverband + Gienger ‹ Kooperation bei der Nachwuchswerbung

„Mächtig Eindruck“ hinterläßt der Skater, der seit Donnerstag, 15. Mai, auf der Ladebordwand der Transportfahrzeuge des Fachgroßhändlers für Haustechnik, der Kornwestheimer Gienger GmbH prangt. Die Kornwestheimer Firma unterstützt mit dieser Aktion den Fachverband bei der Suche nach qualifiziertem Nachwuchs. „Dynamik, Spaß und Freude an kniffligen Sprüngen – die Grundvoraussetzung eines guten Skaters – könnten durchaus auch als Beschreibung der SHK-Ausbildungsberufe dienen“, erläuterte Referatsleiter Günter Hanninger das Konzept beim offiziellen Starttermin der Kampagne auf dem Firmengelände in Kornwestheim. Dreißig Lkws von Gienger werben in den

kommenden Monaten für einen Ausbildungsberuf im SHK-Handwerk. Mit Motiven aus der Lebenswelt der Jugendlichen sollen die zukünftigen Lehrlinge dort „abgeholt werden“, wo sie zu Hause sind. „Neuen Schwung“ versprechen sich die Beteiligten von dieser Aktion. „Allein in Baden-Württemberg stehen 1000 freie Ausbildungsplätze in unserem Gewerk zur Verfügung“, so Hanninger. Die Handwerksbetriebe im Land bräuchten wahrhaftig nicht mit irgendwelchen Strafabgaben belegt zu werden. Seit Jahren seien sie sich ihrer Verantwortung auf diesem Sektor bewußt! Es fehle schlichtweg an geeigneten Bewerbern. Wer es drauf habe – wie der Slogan der Kampagne betont – der könne sofort mit einem festem Ausbildungsvertrag rechnen! Über die Hälfte aller Innungsbetriebe bilden aus – damit erfüllen die Firmen nicht nur ihre

## Baden-Württemberg



Nachhinswert: Dr. Walter Gienger (l.) und Günter Hanninger (r.) gaben unter der Headline „Ich hab's drauf“ den Startschuß für die Nachwuchswerbung via Großhandels-Lkw

gesellschaftliche Pflicht in einem überdurchschnittlichem Maße, sondern sie sorgen auch für die eigene Zukunft. „Facharbeiter werden in fünf Jahren rar sein“, kommentierte der Referatsleiter. „Engagierten Jugendlichen bieten sich in diesem Bereich sehr gute Karriere- und Verdienstmög-

lichkeiten.“ „Eine runde Sache“, charakterisiert auch Dr. Walter Gienger, Geschäftsführer der Kornwestheimer Firma, die Kampagne. Der Großhandel habe ein evidentestes Interesse an dem Erfolg der neuen Aktion – schließlich bauten die Lehrlinge von heute morgen ihre Produkte ein.