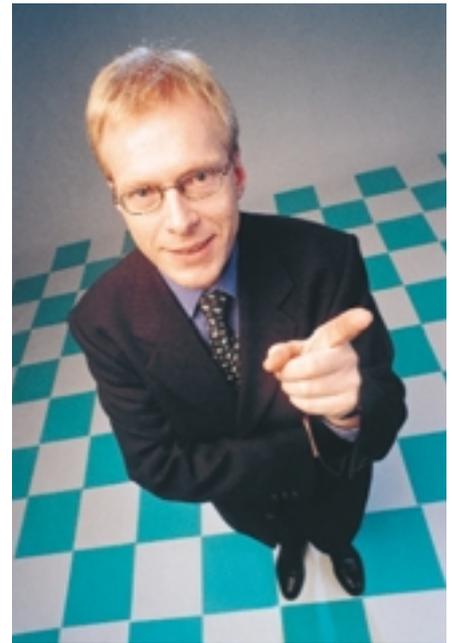


Mit Herstelleraussagen wie „Wir sind erst wieder im Herbst 2004 lieferfähig“ oder „Vor Januar 2005 können wir nur noch kleine Anlagen ausliefern“ sah sich in den letzten Wochen manch ein SHK-Betrieb konfrontiert. Nein, es hat keinen Ansturm von begeisterten Heizkessel-Modernisierern gegeben. Der Kapazitätsengpass ist im Photovoltaikbereich eingetreten. Nachdem zu Jahresbeginn das PV-Vorschaltgesetz zum EEG in Kraft getreten war, hat ein Heer von investitionswilligen Betreibern den PV-Modulmarkt quasi leergekauft. Auslöser für diesen Run ist eine attraktive Solarstromvergütung, die dem Betreiber eine fette Rendite beschert.

Die Möglichkeit im Solarstrombereich, Ökologie und Ökonomie bzw. Geldanlage zu verbinden, hat dazu geführt, dass es um die Nutzung von Solarwärme etwas ruhi-



Handfeste Verkaufsargumente

ger geworden ist. Der Wettbewerb der beiden Segmente spielt sich allerdings selten auf der Motivationsebene der Kaufinteressenten ab. „Thermie macht man, um die Sonne zu spüren“, meint BSi-Geschäftsführer Gerhard Stryi-Hipp. Er räumt allerdings ein, „dass es Hausbesitzer gibt, die nicht Platz für beides haben“. Hier gilt es für den Fachhandwerker, den Kunden so zu beraten, dass es dieser nicht irgendwann einmal bereut, auf Kollektoren verzichtet zu haben.

Doch die PV-Nachfrage ist nicht die einzige Möglichkeit, das Solarthermie-Geschäft zu aktivieren. So weist der BSi darauf hin, dass im Jahr 2003 zwar insgesamt rund 150 000 Anträge für Kollektoranlagen im Rahmen des Marktanreizprogramms von der BAFA bewilligt wurden, aber nur etwa die Hälfte davon bislang realisiert worden sei. Das heißt, dass es ein schlummerndes Potenzial von 75 000 Anlagen gibt. Und die Zeit läuft gegen die Antragsteller. Denn die Förderbedingungen besagen, dass die Anlage innerhalb von neun Monaten ab Zuwendungsbescheiderteilung in Betrieb genommen werden muss. Bei vielen Anträgen

dürfte deshalb diese Frist in Kürze ablaufen. Solaraktive Handwerker sollten diese Tatsache als Chance nutzen, um ihre (potenziellen) Kunden darüber zu informieren und sie so zu einer schnellen Auftragserteilung motivieren.

Dem Heizungsfachhandwerk bietet sich aber noch eine weitere Marketing- und Auftragsmöglichkeit: Am 1. November endet die letzte Übergangsfrist der BImSchV für alte Heizkessel, die die Grenzwerte beim Abgasverlust nicht einhalten. Die SBZ hat dieses Thema schon mehrfach aufgegriffen, zuletzt in den Heften 8 und 9 („Argumente zur Kesselmodernisierung“). In dieser Ausgabe stellen wir Ihnen unter der Überschrift „Heizkesselprobefahrt mit Wellness-Event“ die erfolgreiche Marketing-Aktion eines bayerischen Heizungsfachbetriebes vor (ab Seite 50). Nutzen Sie die Argumente und Anregungen aus den SBZ-Artikeln für ihre eigenen Aktionen und Mailings. Stellen Sie heraus, dass es für Ihre Kunden finanziell lukrativer ist, die Heizkesselmodernisierung jetzt durchzuführen. An den Kesselaustausch lassen sich noch weitere Umsatzchancen anknüpfen: Oft

sind nicht nur die Kessel, sondern auch die Heizkörper jenseits von gut und böse. Namhafte Hersteller wie Kermi, Purmo/Dianorm und Zehnder halten neben speziellen Modernisierungsheizkörpern auch hochwertige Broschüren für Ihre Endkundenberatung bereit. Sprechen Sie Ihre Lieferanten auf solche verkaufsunterstützenden Materialien hin an. Und wenn Sie schon am Heizkörper dran sind: Ein (Thermostat)Ventil-Wechsel bietet sich manchmal auch noch an.

Viele Solar- und Heizungsanlagen-Verkäufe wünscht Ihnen

Jürgen Wendnagel

P.S.: Vom 24.6.–26.6.2004 findet die Solarfachmesse Intersolar in Freiburg statt. In SBZ-Heft 12/2004 finden Sie einen Gutschein zum kostenfreien Eintritt!