

Frischer Schwung fürs Solargeschäft

Das Jahr 2002 brachte eine Sonnenfinsternis für den seit 1990 mit steilen Steigerungsraten verwöhnten Solarthermiemarkt. Nach einem Spitzenzuwachs bei der installierten Kollektorfläche von jeweils 46 % in den Jahren 2000 und 2001, sackte der Markt im letzten Jahr um 40 % ab. Die Gründe dafür werden im Beitrag ab Seite 22 ausführlich erläutert. Dieser Absturz hinterließ nicht nur deutliche Spuren bei den Umsatzzahlen von Industrie, Handel und Handwerk, sondern sorgte auch für eine gehörige Portion Verunsicherung. Seit dem 1. Februar 2003 kann die Branche nun wieder vorsichtig optimistisch in die Zukunft blicken. Denn zu diesem Stichtag wurde der Fördersatz um 35 % auf 125 Euro pro m² Kollektorfläche erhöht.

Doch die Förderung allein dürfte den Solarthermiemarkt nicht zum Selbstläufer werden lassen. Viele potentielle Käufer verhalten sich aufgrund der schwierigen allgemeinwirtschaftlichen Lage nach wie vor zurückhaltend. Um die Nachfrage zu stimulieren sind deshalb Marketing- und Verkaufsförderungsmaßnahmen notwendig. Eine neue, erfolgversprechende Marketingkampagne hat die Initiative „Solarwärme Plus“ gestartet, an der alle solarinteressierten SHK-Handwerksunternehmen teilnehmen sollten. Zusätzlich sind eigene Marketingaktivitäten der Betriebe sowie der Erwerb von weiterem solarspezifischem Verkaufs-Know-how notwendig. Worauf es beim Solaranlagenverkauf ankommt und

welche Nutzenargumente den Endkunden ansprechen, erfahren Sie in dieser SBZ-Ausgabe.

Deutliche Absatzsteigerungen werden in diesem Jahr im Segment der solarthermischen Anlagen zur Heizungsunterstützung erwartet. Aktivierend dürfte dabei auch Heft 4/2003 der Stiftung Warentest wirken, das einen Testbericht zu Kombi-Solaranlagen enthält. Denn erfahrungsgemäß zeigen sich viele Endkunden nach einer Veröffentlichung in „Test“ offener für das Thema. Damit sich SHK-Betriebe auf die Gespräche mit Interessenten besser vorbereiten können, liegt dieser SBZ exklusiv die CD-ROM „Solares Heizen“ bei. Die multimediale Scheibe des DKI läßt sich nicht nur einsetzen, um den eigenen Technikwissenstand zu erweitern, sondern kann auch zur Endkundenberatung genutzt werden.

Themenwechsel: „Fauler Zauber oder neue Perspektive?“ lautet die Überschrift für unser SBZ-Profi-Experiment. Mittlerweile finden diverse Geräte zur „Wasservitalisierung“ bei Endverbrauchern zunehmend Anklang. Je nach Hersteller sollen diese Produkte dem Wasser neue Kraft verleihen, es erfrischender und wohlschmeckender machen. Als Nebeneffekte werden u. a. verminderter Kalkansatz und besserer Pflanzenwuchs genannt. Gab es hinsichtlich der physikalischen Wasserbehandlungsgeräte schon so manchen Disput, so ist dieser für die neuen Energetisierungsverfahren mit esoterischem Einschlag programmiert. Um



uns einen ersten Eindruck zu verschaffen, vergeben wir 33 Geräte der Firma PENERGETIC an interessierte Handwerksunternehmer. Die ungeschminkten Ergebnisse dieses Experimentes veröffentlichen wir anschließend in der SBZ. Mehr dazu erfahren Sie auf Seite 56.

Ein gutes Solargeschäft und zufriedene Kunden wünscht Ihnen

Jürgen Wendnagel
wendnagel@gentnerverlag.de