

Klein-Klimageräte bilden einen der wenigen Wachstumsmärkte der Branche. Denn immer mehr Menschen wollen den aus ihrem PKW gewohnten Komfort auch in den eigenen vier Wänden genießen. Und das SHK-Fachhandwerk kann an diesem Trend partizipieren. Warum jetzt der günstigste Einstiegszeitpunkt ist, was dabei beachtet werden sollte, welche Erfahrungen Fachhandwerker gemacht haben und vieles mehr erfahren Sie in dieser dreiteiligen Artikelserie.



Die Installation, Inbetriebnahme und Wartung von Klein-Klimageräten ist bislang eine Domäne, die von SHK-Fachhandwerkern nur wenig beachtet wird. Ein Grund ist sicher der oft fehlende, notwendige Nachweis zum fachlichen und sachgerechten Umgang mit Kältemitteln. Ein anderer ist aber auch die Tatsache, dass schlichtweg Erfahrungen in der „Kälte-Branche“ fehlen. Warum sollten Fachhandwerker aber gerade jetzt die Chancen nutzen und in den Markt der Klein-Klimageräte einsteigen?

Wachstumsmarkt Klima fürs SHK-Handwerk - Teil 1

Jetzt einsteigen!

Wachstumsmarkt Klein-Klimageräte

Die Ausgangslage stellt sich eindeutig dar: Alleine im letzten Jahr stieg der Absatz von Raumklimageräten um über 20 %. Mobile Kleingeräte, Fan-Coils, Split-Klima, sowie Deckeneinbau- und Truhengeräte finden reißenden Absatz. Auch in diesem Jahr berichten die Hersteller bereits von erheblichen Zuwachsraten. Beeinflusst wird der Absatz vor allen Dingen vom Wetter. Heiße Sommertage treiben den Absatz sprunghaft in die Höhe. Die Prognosen aller Wetter- und Klimaforschungsinstitute prognostizieren eindeutig, dass der Trend zu immer heißeren Sommern wächst. Es stehen neue Jahrhundert-Sommer bevor. Während in Nordeuropa vorwiegend Heizungs- und in Südeuropa primär Kühlungsbedarf besteht, bietet Deutschland von seiner geografischen und klimatischen Lage her sowohl einen Markt für Heizung als auch Kühlung – eine ideale Voraussetzung für deutsche Fachhandwerker.

Noch vor zehn Jahren waren Klimaanlage in Pkws ein Luxus, der den Mittel- und Oberklassefahrzeugen vorbehalten war. Heute sind Klimaanlage in Autos zu Stan-

dardprodukten avanciert, ohne die ein PKW kaum noch verkauft werden kann. Dadurch haben viele Menschen erstmals Kontakt mit dem hohen Komfort bekommen, den ihnen eine Klimaanlage an heißen Tagen bieten kann. Der gleiche Trend zeigt sich in der Wohnraumklimatisierung. Der Markt tritt aus dem Nischen-Dasein heraus und ist zu einem der wenigen Wachstumsmärkte in der SHK-Branche geworden. Die Argumente für Ihre Kunden, die den Klimakomfort im Auto schätzen gelernt haben, sind überzeugend: 90 % unserer Tageszeit verbringen wir in Gebäuden, nur 3 % in Autos. Ein hoher Wohnkomfort auch im Sommer – besonders in den Wohn- und Schlafräumen steigert die Lebensqualität erheblich.

Technisch ausgereifte Produkte

Im Gegensatz zu den klassischen Markennamen der Heizungshersteller haben sich die Markennamen der Produzenten von Klein-Klimageräten bei ihren Kunden noch nicht platzieren können. Die Gründe dafür sind vielschichtig und sollen nicht diskutiert werden. Unbestritten ist jedoch die Tatsache, dass die Verbraucher gerade in einem so relevanten Bereich wie dem Wohnkom-

Bis zu 400 000 Klimageräte

Bereits 2001, also ohne jeden Einfluss des letztjährigen „Jahrhundertssommers“, hat eine von Daikin initiierte repräsentative Untersuchung ergeben, dass der deutsche Klima-Privatmarkt ein Potenzial von 150 000 bis 400 000 Geräten aufweist. Nach der Untersuchung gaben 0,9 % an, dass sie konkret über die Investition in ein Klimagerät nachdenken. Basierend auf ca. 19 Millionen Privathaushalten wurde daraus das Mindestpotenzial abgeschätzt. Nach der Information über die konkrete technische Lösung einer Raumklimatisierung mit Splitklimageräten, setzten sich bereits 2,6 % mit der Anschaffung auseinander. Daraus ergibt sich die Anzahl von 400 000 Geräten.

(Quelle: TGA Fachplaner, 6/2004, S. 25)



Einsatzbereiche von Klimageräten: vom mobilen Gerät über Split-Klima mit wandhängendem oder in der Decke eingebauten Innenteil bis hin zum Multi-Splitgerät

fort auf bekannte Marken setzen, die sie aus dem eigenen Heizungskeller kennen und deren Zuverlässigkeit bei Produkten bereits hinlänglich bekannt ist. Dementsprechend stellt der Einstieg eines ehemals klassischen Heizungsherstellers wie Vaillant in den Markt für Klein-Klimageräte einen nicht zu unterschätzenden Imagefaktor dar, der bei der Kaufentscheidung eine wesentliche Rolle spielen wird. Durch diesen Markteintritt sind zudem erstmals in der Branche Anbieter vertreten, die genau die Belange und Notwendigkeiten des SHK-Fachhandwerks kennen und darauf reagieren können.

Die Klein-Klimageräte namhafter Hersteller bieten heute einen hohen Standard und sind technisch ausgereift. Unterschiede bestehen insbesondere in ihren Funktionen, der Bedienerfreundlichkeit und ihrer Ausstattung. Hier lässt sich individuell im Gespräch mit dem Kunden klären, welche Wünsche bestehen und welche Ziele erreicht werden sollen. Das Resultat daraus ist aber in jedem Fall die Erhöhung des Wohnkomforts Ihres Kunden. Das betrifft nicht nur die reine Kühlung eines Objektes, sondern bei entsprechender Ausrüstung auch die zusätzliche, schnelle Beheizung. Darüber hinaus sorgen feinporige Filter für

die Reinhaltung der Atemluft in Innenräumen. Auch Allergiker spüren diesen positiven Effekt, weil viel Pollen in den Filtern abgeschieden werden.

„Verdienststücke“ ausfüllen

Stagnierende oder leicht wachsende Märkte prägen bestenfalls das Bild in den althergebrachten Aufgabengebieten des SHK-Handwerks. Innovative Technik, regenerative Energien und die Erfüllung höherer Komfortansprüche durch den Einsatz von System-Intelligenz sind dagegen im Aufwind. Der Markt für Klein-Klimageräte ist ein Wachstumsmarkt mit der Möglichkeit zu einem einfachen Einstieg für das Fachhandwerk. Die unternehmerische Flexibilität wird durch ein weiteres Standbein automatisch vergrößert. Darüber hinaus liegt die Hauptabsatzzeit für Klein-Klimageräte in den Sommermonaten. Gerade an heißen Tagen wird der Wunsch groß, den aus dem Auto gewohnten Komfort auch Zuhause

se zu genießen. Die Sommermonate sind für klassische Heizungsbauer jedoch eine traditionell umsatzschwache Jahreszeit. Klein-Klimageräte füllen genau diese jahreszeitlich bedingte „Verdienststücke“ aus, ohne weiteres Personal zu binden.

Der Markt wird auch in der SHK-Branche mitunter von Trendprodukten beherrscht, die kurzfristig einen Umsatzboom bringen, der aber genauso schnell wieder abebbt und versiegt. Was in anderen Branchen zum Alltagsgeschäft gehört, kann keine Lösung für SHK-Unternehmen sein. Vielmehr sollten Produktkonzepte und -techniken langfristige Perspektiven für einen sicheren Umsatz bieten. Der Markt für Klein-Klimageräte entspricht dieser Maxime. Er verfügt seit Jahren stetig über entsprechende Zuwachsraten. Durch die bereits angeführten, darüber hinaus reichenden Basisfakten ist auch für die Zukunft mit hoher Sicherheit ein weiterer Zuwachs zu erwarten. Die geringe Sättigung im Neubau und Privatbereich spricht genauso dafür wie der Marktbeschleuniger der Pkw-Klimatisierung und der heißer werdenden Sommer.

Der Fachhandwerker ist gefragt

Auch wenn Split-Klimageräte im Baumarkt verkauft werden: Zur Installation sowie Inbetriebnahme – und für die Erzielung des gewünschten höheren Wohnkomforts auch in der Planung und Geräteauswahl – sind zwingend Profis erforderlich. Bislang werden ca. 80 % der Split-Klimageräte durch



Split-Klimageräte namhafter Hersteller bieten einen hohen Standard und sind technisch ausgereift

Lüftung & Klima

Durch Klimageräte in Pkws ist der Wunsch nach angenehmen Temperaturen in den eigenen Wohn- oder Schlafbereichen drastisch gestiegen



Kälteanlagenbauer installiert, ca. 10 % durch reine Anlagenbauer und nur rund 5 % durch Fachhandwerker aus der SHK- oder Elektrobranche. 5 % entfallen auf die Montage durch den Hersteller. Von den rund 2000 Kälteanlagenbauern ist jedoch nur die Hälfte aktiv im Markt der Klein-Klimageräte tätig. 50 % arbeiten ausschließlich an der Erstellung und Wartung von Großkälteanlagen etc. Durch den wachsenden Markt

wird zwangsläufig ein zunehmender Trend zur Installation durch SHK-Unternehmen stattfinden müssen, um die Nachfrage befriedigen zu können. Der Unternehmer, der jetzt einsteigt und die entsprechende Erfahrung sammelt, wird am meisten am wachsenden Markt teilhaben können. Wie in anderen Märkten auch besteht derzeit in der SHK-Branche die große Gefahr, dass eine weitreichende qualitative Ausle-

se stattfindet, die das Fachhandwerk in zwei Gruppen teilt. Auf der einen Seite werden die Unternehmen stehen, die sich durch Servicevorsprung einen Namen machen. Dieser Servicevorsprung bedeutet, dem Kunden optimale Konzepte für seine Komfortbedürfnisse und seine individuellen Vorstellungen von Wirtschaftlichkeit liefern zu können – und das sowohl in der Beratung und der Planung als auch in der Einbringung und Installation. Auf der anderen Seite wird es eine Gruppe von Fachhandwerkern geben, die sich weder an neue Geschäftsfelder heranwagt, noch ihren Kunden an den Möglichkeiten der intelligenten Systemtechnik teilhaben lassen wird. Nicht nur die Unternehmen, sondern auch die Kunden, die das noch akzeptieren, werden mittelfristig aussterben.

Im 2. Teil der Serie stellt die SBZ dar, was zu beachten ist, wenn man am wachsenden Markt für Klein-Klimageräte partizipieren möchte und welche Unterstützung die Hersteller aktuell bieten.



Unser Autor **Mike Jagenburg** ist Vermarktungsmanager Klima/Lüftung bei Vaillant Deutschland, Telefon (0 21 91) 18-22 93, Telefax (0 21 91) 18-7 22 93, E-Mail: mike.jagenburg@vaillant.de