



Dietrich W. Thielenhaus

Für die SHK-Report-Leser nimmt der Autor, im Hauptberuf geschäftsführender Gesellschafter der seit 1986 in der SHK-Branche erfolgreichen Marketing-Agentur Thielenhaus & Partner (Wuppertal), in seiner regelmäßigen Kolumne „KLARTEXT“ aktuelle Themen, Probleme und Herausforderungen auf's Korn.

Branche im Boom

Mit Volldampf ist die SHK-Branche in das neue Jahr durchgestartet. Für starken Rückenwind sorgt nach wie vor der vom Run auf Sachwerte gespeiste Immobilien-Boom. Im Jahr 2015 dürften 265.000 neue Wohnungen fertiggestellt worden sein, also etwa 20.000 mehr als im Vorjahr. Die auf 300.000 Einheiten geschätzte Zahl der im Gesamtjahr 2015 erteilten Wohnungsbaugenehmigungen lässt weiteres Wachstum in 2016 erkennen. Alle (positiven) Prognosen könnten sich allerdings als überholt erweisen, weil der schlagartig einsetzende Zusatzbedarf an Wohnraum durch die enorme Zuwanderung noch nicht angemessen berücksichtigt worden ist. Der Zentralverband des Deutschen Baugewerbes hält den Neubau von 400.000 Wohnungen jährlich für erforderlich. Die Kommunen, die im November noch von 870.000 Flüchtlingen in 2015 ausgingen, meldeten – für diese Größenordnung – ein Defizit von 370.000 Wohnplätzen. Noch lebt das Gros der Migranten in provisorischen Unterkünften wie ehemaligen Schulen, Kasernen, Wohncontainern und ähnlichen Gebäuden. Jede dritte Kommune plant den Neubau von Wohnungen für Zuwanderer. Fest steht, dass die gesamte Haustechnik-Branche ganz erheblich von dieser unverhofften Sonderkonjunktur profitieren wird. Offen ist jedoch, inwieweit sich die Kapazitätsprobleme auf der Ebene des SHK-Fachhandwerks als Bremsfaktor bei der Bedarfsdeckung erweisen werden.

SHK-Prognosen 2016

Interessante Ergebnisse und Prognosen wurden beim Querschiesser-Trendkongress 2015 präsentiert. Für 2015 meldete Arno Kloep folgende Hochrechnungen: Sanitär vor der Wand plus 5 %, Wärmerezeuger „plus minus Null“ und Wärmeverteilung minus 12 %. Seine Erwartungen an das Jahr 2016 fallen auf der Basis der Befragung von 2.000 Handwerkern eher zurückhaltend aus: Während das Heizungsjahr nicht besser ausfallen werde als 2015, werde Sanitär erneut um 3 bis 5 % zulegen. Fraglich ist allerdings, inwieweit der durch die Migrationswelle zu erwartende Zusatzbedarf zum Zeitpunkt der Befragung schon die Geschäftserwartungen der Handwerker beeinflusst hat. Kloep sieht die Gefahr, dass die Handwerks-Kapazitäten durch die Zuwanderung blockiert würden und „dem üblichen Markt nicht mehr zur Verfügung“ stünden. Außerdem vertritt er die Meinung, dass sich der Point of Sale zumindest im Sanitärbereich „mit Zustimmung, Erlaubnis und Gewährung durch das SHK-Fachhandwerk“ immer mehr in Richtung Großhandel verschieben werde. In spätestens zwei Jahren werde der Großhandel in seinen Ausstellungen im Namen und Auftrag des Handwerks beraten und verkaufen. Davon profitierten letztlich alle Beteiligten.

Der Point of Sale

Der ZVSHK betrachtet die mit dem Schlagwort „Digitalisierung von Verkaufsprozessen“ überschriebenen Entwicklungen in einer Erklärung mit gemischten Gefühlen. Einerseits sei anzuerkennen, dass Handwerksunternehmen auf die Unterstützung der Marktpartner aus Handel und Industrie angewiesen sein könnten, um sich in einem starken Wettbewerbsumfeld behaupten zu können. Auf der anderen Seite sei zu befürchten, dass einmal übertragene Kompetenzen dauerhaft verloren sind, weil Kunden nicht mehr erkennen, dass Beratungs-, Planungs- und Verkaufskompetenz und damit der „Point of Sale“ beim

Handwerk und nicht beim Großhandel liegen. Jedes Handwerksunternehmen entscheide in eigener Verantwortung, ob und in welchem Maße eigene Leistungsbestandteile durch Marktpartner erbracht werden sollen. Die Aufgabe eigener Handlungskompetenzen solle jedoch in jedem Fall erst nach eingehender Folgenabschätzung erfolgen. Zur Wahrung der eigenen unternehmerischen Freiheiten gehörten insbesondere die Datenhoheit, die freie Produktauswahl und die freie Vertragsgestaltung. Bei der Beurteilung dieser Fragen solle auf das tatsächliche Verhalten des Großhandels abgestellt werden und nicht auf Willensbekundungen. Wenn dies gewährleistet sei, könnten die Partner des dreistufigen Vertriebsweges in Deutschland auch alle digitalen Herausforderungen gemeinsam meistern, ohne dass das SHK-Handwerk unnötig wesentliche Kompetenzen abgeben müsse. Bemerkenswert an dieser Erklärung sind die nüchterne Betrachtungsweise und die sachliche Ausgewogenheit, die sich wohltuend abheben von früheren, im Stil von Glaubenskriegen betriebenen Polarisierungen.

Über 79.000 neue Hotelbäder

Der Neubau, die Modernisierung und Sanierung von Hotels bleiben für die SHK-Branche ein interessanter und stabiler Markt. Im Dehoga-Branchenstatus Herbst 2015 berichten 92,4 % der befragten Hoteliers von einer guten bzw. befriedigenden Geschäftslage. Die durchschnittliche Zimmerauslastung hat sich im ersten Halbjahr 2015 um 2,4 % auf 67,7 % verbessert. Auch bei den Investitionen stehen die Ampeln auf Grün: Derzeit sind in Deutschland 564 Neubauten mit über 79.000 Hotel- und Badezimmern in der Planung bzw. Entstehung. Das absehbare Investitionsvolumen eröffnet dem lokalen SHK-Fachhandwerk außerordentlich interessante Chancen. Den Herstellern ist zu empfehlen, den Handwerksbetrieben die Akquisition und Kundenbindung gegenüber Hotels mit überzeugenden Koop-Marketing-Konzepten zu erleichtern. Bei größeren Bauvorhaben hat sich die Einbindung des technischen Außendienstes der Produzenten schon in der Planungsphase als hilfreich bewährt. Dieses Gesamtpaket sorgt vor allem bei komplexeren Projekten für zusätzliches Vertrauen bei den Investoren. Und: Die Verbindung bekannter Markenqualität mit der Planungs- und Installations-Kompetenz des Fachhandwerks erweist sich immer wieder als ausschlaggebend bei der Auftragsvergabe. Das gilt insbesondere für den Badsektor, wo attraktives und repräsentatives Design die Preisbewilligungsbereitschaft der Hoteliers oft erhöht.

„Negativer Kaufpreis“

Wer schon immer mal einen eigenen Airport haben wollte, sollte sich am Flughafen Hahn umschauen. Der Landeplatz ist über viele Jahre von Billig-Carriern wie Ryan Air als eine Art Zweigstelle von Fraport vermarktet worden. Auf den ersten Blick interessant für potenzielle Erwerber ist der „negative Kaufpreis“ des Objekts. Chinesische Investoren sollen als „Gegenleistung“ für die Übernahme von der rheinland-pfälzischen Landesregierung bereits 60 Mio. Euro verlangt haben. Der Hintergrund: Der hoch defizitäre Flughafen Hahn hat 2014 – bei einem Umsatz von 32 Mio. Euro – mit einem erstaunlichen Verlust von 45 Mio. Euro abgeschlossen. Spannend wird sein, welche weiteren volkswirtschaftlichen Absurditäten nach „Negativ-Zinsen“ und „negativen Kaufpreisen“ in der Zukunft noch kreierte werden.