



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.

Hochbau: Konjunktur weiter auf Kurs

Trotz der Konjunkturdelle Anfang 2018 und zunehmender internationaler Risiken bleibt die deutsche Wirtschaft auf solidem Wachstumskurs. Das ifo-Institut hat seine BIP-Prognose für die Jahre 2018 und 2019 leicht auf jeweils 1,9 % angehoben. Für 2020 rechnen die Münchner Konjunkturforscher mit einem realen Zuwachs von 1,7 %. Der Baubereich scheint seine Zugpferdfunktion beizubehalten. So hat der Umsatz des Bauhauptgewerbes im ersten Halbjahr um 6 % zulegen können, obwohl die Zahl der Beschäftigten nur um 2,5 % gestiegen ist. Interessanterweise wuchs der Tiefbau (mit 8,4 % in den ersten sechs Monaten) doppelt so schnell wie der Hochbau mit 3,8 %, was mit forcierten Investitionen in die Infrastruktur zu erklären ist. Gleichwohl bleibt auch der Hochbau in der Wachstumsspur, wie die für Juni gemeldete Umsatzsteigerung um 5,6 % zeigt. Diese Schlagzahl dürfte die Branche beibehalten: Der Zentralverband des Deutschen Baugewerbes (ZDH) hat seine Jahresprognose im September auf ein Umsatzwachstum von 5,5 % angehoben. Über zwei Drittel dieses Wachstums, also etwa 4 %, seien jedoch auf Preiserhöhungen infolge gestiegener Material- und Lohnkosten zurückzuführen. Der Verband rechnet für das laufende Jahr mit der Fertigstellung von 300.000 Wohnungen und für 2019 mit 315.000 Einheiten. Angesichts des von der Bundesregierung vorgegebenen Jahreszieles von jährlich 375.000 neuen Wohnungen fordert der ZDH, die steuerliche Abschreibung für Wohngebäude dauerhaft von 2 auf 3 % zu erhöhen.

Wachstumsbremse Nr. 1: der Fachkräftemangel

In den letzten zehn Jahren hat sich die Schere zwischen Baugenehmigungen und Fertigstellungen im Wohnungsbau immer weiter geöffnet. Derzeit warten 653.000 erteilte Baugenehmigungen auf ihre Realisierung. Zu diesem erstaunlichen Fazit kommt eine neue Untersuchung der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW). Die Auftragsbücher der Bauunternehmen seien prall gefüllt, doch wegen des Fachkräftemangels könnten die Aufträge oft nicht mehr zeitnah abgearbeitet werden. Während das Bauhauptgewerbe die Lücken mit ausländischen Arbeitskräften füllen könne, fehle es im Bauhandwerk zunehmend an qualifizierten Mitarbeitern. Besonders groß sei der Mangel im SHK-Handwerk, wie die Zahl und lange Dauer der bei der Bundesarbeitsagentur gemeldeten offenen Stellen zeige. Das KfW-Fazit: „Der Fachkräftemangel wird allmählich zum größten Risiko für eine Ausweitung der Bautätigkeit in Deutschland.“

Badsanierung: der Einstieg des Kaffeerösters

Heimlich, still und leise ist mit Tchibo ein fachfremder Konzern dabei, den offenbar lukrativ erscheinenden Markt der Badsanierung zu erschließen. Der Hamburger Kaffeeröster nutzt seine Marktmacht und Kundennähe, um privaten Bauherren und Sanierern – über den Münchner Online-Shop Banovo – „Ihr Traumbad aus einer Hand“ zum Festpreis anzubieten. Die Geschäftsanbahnung und die Festlegung von Art und Umfang der Sanierung erfolgen per Videokonferenz, zur Visualisierung des neuen Bades dient eine 3D-Software. Die Planung ist angeblich kostenfrei. Für die Umsetzung vor Ort stellt Banovo einen Bauleiter, der die Arbeit der Handwerker koordinieren und überwachen soll. Woher im Einzelfall die eingesetzten Handwerker stammen, ist aus dem Angebot selbst

nicht ersichtlich. Zum Festpreis angeboten werden vier Komplettlösungen, nämlich Gäste-WC, zwei Duschbäder und ein Premium-Wannenbad mit „Preiserparnissen für Tchibo-Kunden von bis zu 2.900 Euro.“ Die offerierten Festpreise liegen zwischen 6.999 und 18.999 Euro. Auf der Ausstattungliste finden sich fast ausnahmslos Sanitärprodukte bekannter deutscher Markenhersteller. Licht ins Geschehen bringt ein Interview mit den beiden Banovo-Gründern. Die Frage, ob es „Gegenwind von den traditionellen Anbietern“ gebe, wird etwas blauäugig und betont linientreu so beantwortet: „Eigentlich nicht – wir bringen ja allen Beteiligten einen Mehrwert – sowohl dem Installateur wie auch dem Großhändler und natürlich vor allem den Kunden. Wir kaufen bei Großhändlern, sind einer ihrer wichtigen Abnehmer. Auch die kleinen Installateur-Betriebe profitieren von uns, denn wir verschaffen ihnen zusätzliche Aufträge.“ Ob sich allerdings viele Fachhandwerksbetriebe in dieser Konstellation als Subunternehmer oder „Lohnschrauber“ verdingen möchten, erscheint zweifelhaft. Genau hier dürfte die zentrale Schwachstelle des Konzepts liegen. Am Selbstbewusstsein mangelt es jedenfalls nicht, wie folgende Behauptung manifestiert: „Mit bisher 350 sanierten Bädern gehören wir bereits zu den größten Anbietern in Deutschland.“ Zumindest in der Theorie eindrucksvoll ist die konsequente Digitalisierung aller Prozesse. Man versteht sich als innovatives Startup, das von verschiedenen Investoren finanziert werde. Aus gewöhnlich gut informierten Hamburger Insider-Kreisen verlautet, dass es sich hier um ein Pilotprojekt handle, das bei entsprechendem Markterfolg auf das gesamte Bundesgebiet ausgedehnt werden solle. An fehlender Masse in der Kaffeekasse dürfte ein solcher Roll-out jedenfalls nicht scheitern.

Weltsensation: die Revolutionierung der Luftfahrt

Der Satire-Blog „Postillon“ hat neulich gemeldet, die irische Billig-Fluggesellschaft Ryanair plane, aus Kostengründen auf Landungen zu verzichten und stattdessen die Passagiere über dem Zielgebiet mit Fallschirmen abzusetzen. Beim „Deboarding“ könnten die Fluggäste frei wählen, ob sie ihre Koffer während des Absprungs in der Hand mitnehmen oder diese – gegen Aufpreis – einen separaten Fallschirm anvertrauen wollen. Säuglinge und Kleinkinder springen im Tandem mit einem Elternteil. Die Fallschirme werde Ryanair den Kunden auf Leihbasis kostenfrei bereitstellen, für die Reißleine werde ein Aufschlag von 49,97 Euro berechnet.

Top secret: Der Kolumnist ist derzeit dabei, ein noch revolutionäreres Flugtransport-Konzept zur ultimativen Kostensenkung zu entwickeln. Im Mittelpunkt steht dabei der vollständige Verzicht auf Sitzplätze für Passagiere. Stattdessen wird eine seit Jahrzehnten im öffentlichen Personennahverkehr bewährte Systemlösung transformiert, die dem natürlichen Bedürfnis der Fluggäste nach einer gewissen Sicherheit durch Haltestangen und – schlaufen entgegenkommt. Die Markteinführung der Stehklasse wird unter dem attraktiven Label „Stand alone“ erfolgen. Durch die deutlich optimierte Raumnutzung sollen bis zu 2.500 Passagiere in Jumbo-Jets Platz finden. Vor allem auf Interkontinental-Flügen wird die Economy-of-scale bahnbrechende Kostensenkungspotenziale generieren. Dem von der Gewerkschaft Cockpit vorgetragenen Wunsch, wenigstens den Piloten ihre gewohnten Sessel bereitzustellen, soll zumindest bei Langstreckenflügen entsprochen werden.