

Elektroinstallation mit Mehrwert: Heizkosten sparen mit einer Wärmepumpe

„Machen Sie uns doch mal ein Angebot über eine Wärmepumpe! Was kann dadurch an Energie bei der Warmwasserversorgung gespart werden?“ Auf eine solche Anfrage sollte auch das Elektrohandwerk vorbereitet sein, denn die Installation einer Wärmepumpenanlage ist keineswegs allein den „Heizungsbauern“ vorbehalten. Vielmehr bieten sich hier gute Chancen für den Elektrofachbetrieb, mit kompetenter Kundenberatung ein Geschäftsfeld mit Zukunftspotenzial zu erschließen.

Noch immer dominieren die fossilen Energieträger Kohle, Erdöl und Erdgas den nationalen und internationalen Energiemarkt. In Deutschland decken sie fast 84 % des Primärenergiebedarfs (Bild 1). Bei ihrer Verbrennung in Kraftwerken werden große Mengen an Schadstoffen freigesetzt, die die Umwelt belasten. Außerdem entsteht das Treibhausgas Kohlendioxid (CO₂), das zu den Verursachern von Klimaveränderungen zählt. Nur mit aufwändigen und kostspieligen Abgasreinigungsmaßnahmen ist es möglich, drohende Umweltschäden zu verringern.



Auch Privathaushalte verursachen große Mengen an Schadstoff- und CO₂-Emissionen mit ihren Heizungsanlagen und Anlagen zur Warmwassererwärmung beim Verbrennen von fossilen Energieträgern. Es ist aber kaum möglich, im Haushalt Schadstoffemissionen zu reduzieren. Die dazu erforderlichen Verfahren wären viel zu teuer. Umso wichtiger ist es, gerade in diesem Sektor nach Alternativen zu suchen und verstärkt regenerative Energiequellen zu nutzen.

Zudem ist ein Umdenken in Richtung erneuerbarer Energien schon deshalb zwingend erforderlich, da die Kohle-, Erdgas- und Ölvorräte in absehbarer Zeit zur Neige gehen. Im gleichen Zuge werden die Preise dieser Ressourcen weiter ansteigen und kaum noch bezahlbar sein. Ausgehend von sicher gewinnbaren Vorkommen und Förderquoten ist mit einer Erschöpfung der Vorräte schon in einigen Jahrzehnten zu rechnen.

Die Wärmepumpe hat Zukunft

Nach Angaben des Bundesverbandes WärmePumpe (BWP) verzeichnete die Branche allein im Jahr 2004 einen Zuwachs von fast 30 % und setzte damit den positiven Trend der letzten zehn Jahre fort. Vor dem Hintergrund steigender Erdgas- und Erdölpreise wird die Nachfrage auch in Zukunft weiter zunehmen.

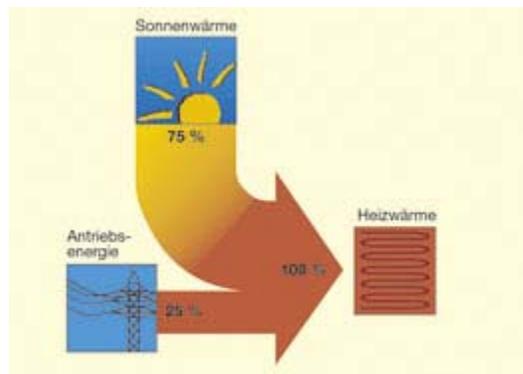
Diesen Trend sollten auch Betriebsinhaber von Elektrofachbetrieben als Chance sehen, neue Wege zu gehen, die hoffnungsvolle und lukrative Perspektiven eröffnen. Die Vermarktung elektrisch betriebener Wärmepumpen ist ein solcher Weg, als Unternehmen seine Kompetenz unter Beweis zu stellen und sich frühzeitig in einem expandierenden Markt zu etablieren.

Die Zahl der Wärmepumpenanbieter ist noch überschaubar - die der Interessenten hingegen jedoch groß, wenn auch bei vielen noch gewisse Bedenken bestehen. Völlig zu unrecht: Die Wärmepumpentechnik ist ausgereift und die Installation für den qualifizierten Fachbetrieb sowieso kein Problem. Zudem werden bei Wärmepumpen hohe Qualitäts- und Sicherheitsanforderungen zugrunde gelegt.

Wie jedoch Umfrageergebnisse zeigen, fühlt sich nur etwas mehr als ein Fünftel aller Befragten über die Möglichkeiten des Energiesparens gut informiert (Quelle: BWP). Außerdem wird die Effizienz und Wirtschaftlichkeit von Energiesparmaßnahmen häufig falsch eingeschätzt. Viele Verbraucher kennen darüber hinaus nicht genau die Höhe ihrer Heizkosten, die inzwischen einen nicht unbeträchtlichen Teil der Betriebskosten ausmachen - bedingt durch die drastischen Preisanstiege bei Öl und Gas in den Vorjahren. Hier besteht häufig noch großer Beratungsbedarf.

Kosten- und Nutzensvorteile erklären

Da die Wärmepumpe etwa 75 % der Heizenergie kostenlos aus der Umwelt bezieht und damit nur rund 25 % der Heizenergie bezahlt werden müssen, wirken sich Preisänderungen auch nur zu einem Viertel aus (Bild 2). Im Beispiel nach Bild 3 werden die verbrauchsgebundenen Kosten für den Betrieb von vier verschiedenen Heizungsanlagen mit gleichem Heizkomfort verglichen. Beheizt werden soll dabei ein neues Einfamilienhaus mit einer Wohnfläche von 140 m² und einem guten Wärmedämmstandard. Aus diesem Vergleich gehen die Wärmepumpen als die preisgünstigere Alternative hervor. Und: Die Warmwasserbereitung ist in den Kosten noch gar nicht enthalten.



Der Entschluss, die Wärmepumpentechnik als zusätzliches Geschäftsfeld einzurichten, beschert dem Betrieb zunächst natürlich Mehrarbeit. Mit dem Entschluss ist es nicht getan. Jetzt muss sich der Unternehmer "kümmern". Dabei sollte er sich eines vor Augen halten: In guten Zeiten haben viele Handwerker eine Chance, in schlechten Zeiten aber nur die aktiven.

Der Verkauf von Wärmepumpenanlagen verlangt einen relativ hohen Beratungsaufwand. Im Gegensatz zu konventionellen Heizungsanlagen sind sie weniger bekannt und häufig wird ihr Potenzial falsch dargestellt. Erforderlich ist hier zunächst eine qualifizierte Aufklärung. Der Kunde möchte wissen, welche Vorteile ihn beim Erwerb einer Wärmepumpenanlage im Vergleich zu einer "normalen" Heizung erwarten. Der Unternehmer sollte sich deshalb mit der energiewirtschaftlichen Situation insgesamt auseinandersetzen und darlegen können, warum sich beim Energieverbrauch etwas ändern muss.

Ganz ohne Marketing-Know-how kommt auch der Inhaber eines Elektrofachbetriebs nicht aus. Er sollte wissen, wie und warum Produkte gekauft werden, wie sich der Markt darstellt und welche Zielgruppen anzusprechen sind, um die Wärmepumpen zu verkaufen.

Es kann sehr viel Zeit vergehen, bis ein Kunde sich für den Erwerb einer Wärmepumpe entscheidet. Die Zeitspanne beträgt im Normalfall 12 bis 30 Monate. Sie beginnt mit der Wahrnehmung des Produkts und - oft Wochen später - mit dem Einholen von Informationsmaterial. Erst nach intensiver Bewertung kommt es möglicherweise zur Kaufentscheidung. Danach folgen die Installation und die endgültige Inbetriebnahme. Der Elektrounternehmer sollte daher frühzeitig den Kundenkontakt herstellen und die Entscheidungsphase durch kontinuierliche Information und Beratung aktiv begleiten.



Neben dem Energieeinsparpotenzial kann auch ein nichtmaterieller Nutzen eine große Rolle bei der Kaufentscheidung des Kunden spielen. Das lässt sich sehr gut beim Autokauf beobachten. Im Vordergrund steht dabei häufig der Wunsch, nach außen zu wirken, um Dynamik und Fortschrittlichkeit oder auch Finanzkraft und Seriosität zu vermitteln. Der Elektrounternehmer sollte deshalb beim Verkaufsgespräch herausfinden, welchen ideellen Nutzen der Kunde mit einer Wärmepumpenanlage verbindet. Oft ist es das positive Image der alternativen Energien oder auch die Begeisterung für innovative Technik, die den Käufer motiviert.

Potentielle Kunden sind neben Bauherrn von Ein- und Mehrfamilienhäusern, Bauträger, Fertighaushersteller sowie Wohn- und Siedlungsgenossenschaften.

Auch Gewerbebetriebe sollten auf jeden Fall angesprochen werden. Gerade bei ihnen ist ein hohes Maß an Kostenbewusstsein vorhanden. Das erhöht die Bereitschaft, zur Kosteneinsparung neue Wege zu gehen.

Die Kompetenz des Unternehmers ist die wesentliche Voraussetzung dafür, dass Interessenten die vorgetragenen Argumente für den Einbau einer Wärmepumpe überhaupt erst akzeptieren und verinnerlichen. Jede nur denkbare Gelegenheit sollte deshalb dazu genutzt werden, um auf die Vorteile einer solchen energie sparenden Heizungsanlage hinzuweisen. Auf diese Weise wird der Elektromeister nach und nach zum anerkannten

Ansprechpartner. Die bereits genannten Hauptmotive sind beim Beratungs- und Verkaufsgespräch für den Aufbau einer entsprechenden Argumentationskette zu berücksichtigen.

Möglichkeiten der Zielgruppenansprache

Es gibt verschiedene Wege, die zukünftigen Kunden zu erreichen. Eine Möglichkeit der Kundenansprache sind Inserate, die in lokal und regional erscheinenden Tageszeitungen und Anzeigenblättern veröffentlicht werden. Der Erfolg ist mitunter weitaus größer als vorher angenommen. Wichtig ist, dass die jeweilige Anzeige aus der Vielfalt herausragt. Daher sind unbedingt zwei Dinge zu beachten: eine Überschrift, die neugierig macht und eine Aufforderung zum Handeln, denn der Kunde muss erkennen, was er als nächsten Schritt unternehmen soll.

Da mittlerweile in fast jeder Region kleinere private Rundfunkanstalten um die Gunst der Kunden "buhlen", ist auch Radiowerbung relativ preisgünstig geworden. Eine Anfrage lohnt in den meisten Fällen. In der Regel wird die Anstalt ein gutes, bezahlbares Angebot unterbreiten. Bereits ein Rundfunkspot von 15 s - mehrmals wiederholt - reicht aus, um wirksam für die Wärmepumpe zu werben.

Einen anderen Weg verfolgen Werbemaßnahmen, die die Kundschaft über Veranstaltungen ansprechen. Der große Vorteil ist die Gelegenheit, direkt mit Interessenten Kontakt aufnehmen zu können. Die Wirksamkeit von "Events" wie "Wärmepumpen-Wochen", Hausmessen oder Vorführungen vor Ort hängt allerdings in starkem Maße von der sorgfältigen Vorbereitung ab. Sie müssen Neugierde wecken, Sympathie erzeugen und ein positives Image transportieren. Größere Veranstaltungen leben davon, dass möglichst viele Besucher kommen. In diesen Fällen sollte der Unternehmer, zumal wenn er in das politische und gesellschaftliche Gemeindeleben eingebunden ist, neben der Bevölkerung und den Marktpartnern auch den Bürgermeister, den Landrat und die örtlichen Vereine einladen.

Kaum zu übertreffen in ihrer Wirksamkeit ist darüber hinaus die "Mund-zu-Mund-Propaganda". Sie ist zudem äußerst kostengünstig. Jeder zufriedene Kunde wird seine guten Erfahrungen gern weitergeben oder sogar Besichtigungen der neuen Wärmepumpenanlage ermöglichen. Auch der Unternehmer könnte seine eigene konventionelle Heizung gegen eine Wärmepumpenanlage austauschen, um damit Vertrauen in diese umweltfreundliche Technik zu demonstrieren und ein mustergültiges Referenzobjekt vorzuweisen.

In jedem Fall aber benötigt der Unternehmer zunächst einmal gedruckte Informationen, die der Kunde zu Hause in aller Ruhe lesen kann. Die Skala der Möglichkeiten reicht vom einfachen Flugblatt über Faltprospekte und ausführliche Broschüren bis hin zu umfangreichen Kundenzeitschriften.

Im Überblick: Argumente - rational und emotional

Mit der Wärmepumpe lässt sich Geld sparen, denn sie

- hat optimale Leistungszahlen und niedrige Betriebskosten
- nutzt zu 1/4 Strom und zu 3/4 Umweltwärme und
- benötigt weder einen Tankraum und noch einen Kamin.

Mit der Wärmepumpe lässt sich die Umwelt schonen, denn sie

- nutzt saubere Umweltenergie aus Erde, Wasser und Luft
- heizt schadstofffrei
- schont die Energievorräte
- macht unabhängig von fossilen Energieträgern und
- reduziert die klimaschädlichen CO₂-Emissionen.

Die Wärmepumpe steigert die Lebensqualität, denn sie

- bietet optimalen Komfort und
- steht im Einklang mit der Natur.

Die Wärmepumpe verkörpert eine hochwertige moderne Technik

- mit hohen Lebensdauer
- die einfach zu regeln und zu bedienen ist
- die sich durch hohe Betriebssicherheit auszeichnet

- und nur einen geringen Wartungsaufwand benötigt.

Die Wärmepumpe lässt sich für mehrere Zwecke einsetzen z. B.

- für Niedertemperatur-Raumheizungen
- für Brauchwassererwärmung sowie
- für Wärmerückgewinnung und Klimatisierung.