

10/2024

SHK TACHELES
WISSEN, WAS LOS IST

eMagazin

Mystery-Besuch in Dortmund

**Viel
Inspiration,
viel
Eigenmarke**

**Prallvolle Lager,
Preisdruck und
immer mehr Pleiten**

**Umfrage
Branche in schlechter
Verfassung**



Liebe SHK-Branche,

Teile der Heizungsindustrie haben es satt, von unzureichend qualifizierten Installateuren vertreten zu werden. Fehlende Kenntnisse über Gesetze, Förderungen und Gesamtkosten – die Liste der Kritik an der dritten Vertriebsstufe ist lang und schmerzhaft, berichtet ein Vertriebsleiter eines namhaften Herstellers. Ein Kunde, der sein Heizungssystem modernisieren möchte, schaltet sofort ab, wenn er im Beratungsgespräch nicht spürt, dass der Berater ihm jede Last abnimmt. Einer von vielen potenziellen Umsätzen, die in Minuten verloren gehen. Besonders die kleineren, oft aus der Not geborenen Handwerksbetriebe bereiten der Industrie Kopfschmerzen.

Der Gedanke, diesen Missstand zu beheben, ist sicher nicht neu. Mit dem Ziel, 500.000 Wärmepumpen pro Jahr zu verkaufen, hatte die Branche jedoch noch vor wenigen Monaten mit Kapazitätsproblemen zu kämpfen – neue Konzepte schienen da zweitrangig. Außer bei

Krise, Kosten, Wärmepumpen

Viessmann: Die Allendorfer haben bereits gehandelt und mit der Waldhauser GmbH & Co. Wärmetechnik KG einen SHK-Betrieb übernommen, um ihr Servicenetz in Süddeutschland zu stärken.

Wie der Branchenverband BDH mitteilt, wurden bis Mitte dieses Jahres nur 15.000 Wärmepumpen pro Monat verkauft. Angesichts dieser Zahl denken viele Anbieter jetzt ernsthaft darüber nach, entweder enger mit Installateuren zu kooperieren oder sie gleich zu akquirieren. Neben Badprodukten wie Armaturen, die leicht zu installieren sind, gerät nun ein weiteres

großes Feld in der dritten Vertriebsstufe unter Druck: die Heiztechnik.

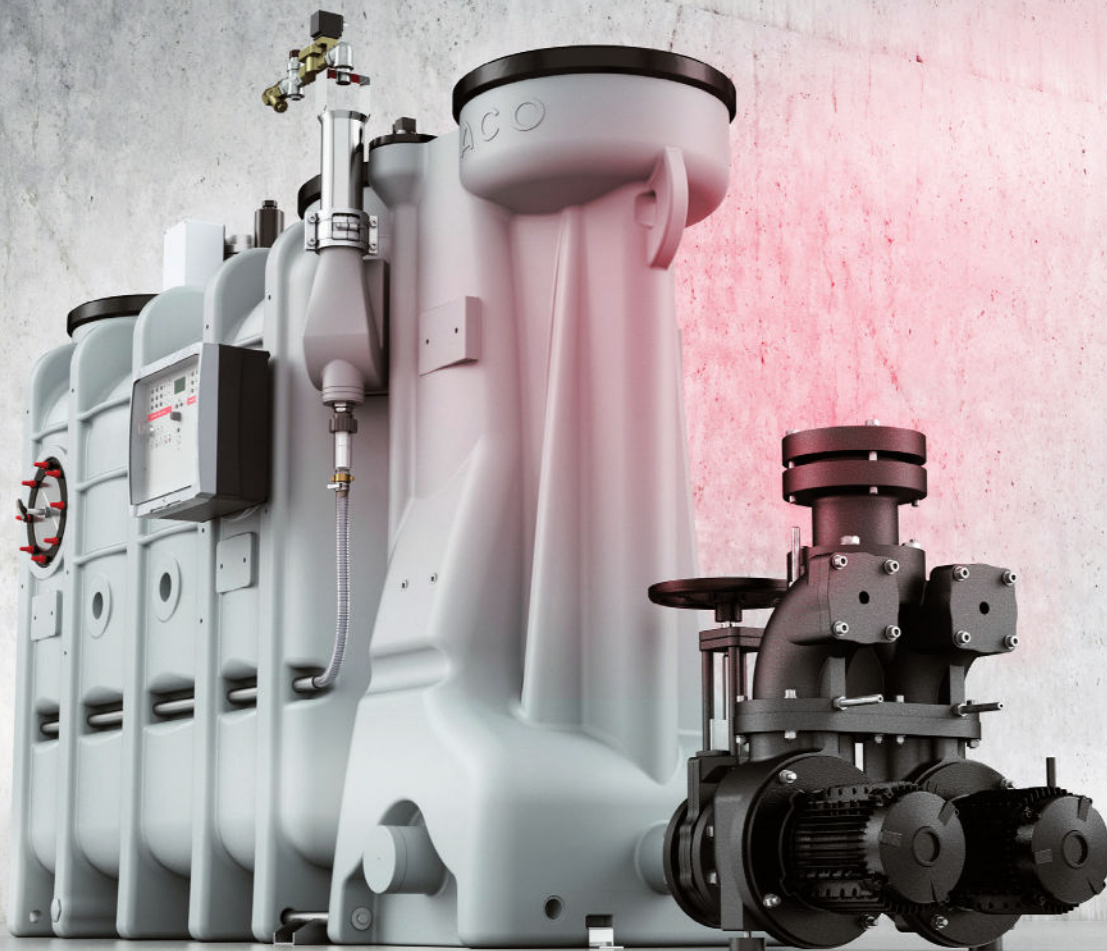
In Zeiten des Überflusses fallen verpasste Umsätze nicht ins Gewicht. Doch in der aktuellen Krise ist die Lage anders. Knapp 50 % der Teilnehmer unserer aktuellen Umfrage (siehe Beitrag in dieser Ausgabe) sehen die Haustechnik in einem schlechten Zustand. Industrieverkäufer berichten von vollen Lagern, Preisdruck und steigenden Insolvenzen. Aus Sicht einiger Marktteilnehmer könnten die Schuldigen klar sein: die Regierung und die Installateure. Auf die Regierung hat die Branche nur bedingt Einfluss, auf das Handwerk schon eher. Es scheint, als sei die Geduld mit beiden erschöpft. Man hat es buchstäblich satt.

Meint Ihr

Knut Maria Siebrasse

Herausgeber/Chefredakteur

SHKTacheles



ACO LipuSmart - Fettabscheider mit integriertem Rückstauschutz

Schnelle und sichere Installation

Ein Produkt so zu konzipieren, dass es sicher in der Planung und Auslegung ist, ist eine Herausforderung. Die einzelnen Komponenten so aufeinander abzustimmen, dass es ebenso sicher und einfach zu installieren ist, eine weitere.

LipuSmart vereint beides:

- durch integrierte Rückstausicherung
- durch Zeitersparnis aufgrund einfacher Montage – es muss nur eine Lüftungsleitung verzogen werden
- durch Plug&Play-Anschluss der integrierten Gesamtanlagensteuerung

www.aco-haustechnik.de



Prallvolle Lager, Preisdruck und immer mehr Pleiten

SHK-Branche vor dem Kollaps

Die SHK-Branche steht unter massivem Druck: Während der Handel mit übervollen Lagern und Preiskämpfen ringt, melden immer mehr Unternehmen Kurzarbeit und Insolvenzen. Besonders die Wärmepumpen-Hersteller kämpfen mit schleppendem Absatz und erhöhen den Druck auf die Händler. Wie wird sich die Branche bis 2025 entwickeln?

Wenn man derzeit durch die Lagerhallen des SHK-Großhandels schlendert, spürt man die Schwere der Krise fast körperlich. Die Regale sind voll gestopft mit unverkauften Wärmepumpen, während die Auftragsbücher der Handwerksbetriebe zunehmend leer bleiben. Was einst das Rückgrat der deutschen Energiewende werden sollte, droht jetzt zur großen Last zu werden. Statt Aufbruchstimmung herrscht in der Haustechnik eine spürbare Ernüchterung. Die Krise am Bau, verunsicherte Verbraucher und sinkende Umsätze setzen den Akteuren zu. Doch ein Blick auf die Zahlen verrät: Die Herausforderungen sind komplexer und weitreichender.

Der Großhandel unter Druck

Der Haustechnik-Großhandel hat bereits in den ersten sechs Monaten des Jahres 2024 einen deutlichen Umsatzrückgang verzeichnet. Laut

den zuletzt gemeldeten Zahlen des Deutschen Großhandelsverbandes Haustechnik (DGH) sank der Umsatz der Branche im ersten Halbjahr 2024 um 14,9 % im Vergleich zum Vorjahr. Besonders dramatisch ist der Rückgang im Bereich Heizung, der ein Minus von 21,6 % verzeichnet. Diese Entwicklung verdeutlicht die massiven Absatzprobleme, insbesondere bei Wärmepumpen, die als Hoffnungsträger der Energiewende gelten. Auch der Sanitärbereich vor der Wand musste einen deutlichen Umsatzverlust von 9,7 % hinnehmen, während der Bereich Installation mit einem Minus von 6,2 % vergleichsweise glimpflich davonkommt.

Die Ursachen für diesen Rückgang sind vielfältig. Zum einen herrscht große Unsicherheit bei den Endkunden, was die künftigen Anforderungen an Heizsysteme betrifft. Die politischen Rahmenbedingungen, wie die Diskussionen um das

Gebäudeenergiegesetz (GEG), haben viele potenzielle Käufer verunsichert oder abgeschreckt. Zum anderen spielt die schwächelnde Bauwirtschaft eine zentrale Rolle: Zahlreiche Bauprojekte wurden wegen der steigenden Baukosten und Zinsen gestoppt oder verschoben, was die Nachfrage nach Heizungs- und Sanitärinstallationen drastisch reduziert hat.

Ein schrumpfender Heizungsmarkt

Die Zahlen des BDH für das laufende Jahr 2024 sprechen ebenso eine unmissverständliche Sprache: Deutlich weniger Heizsysteme wurden verkauft als erwartet. Besonders der Verkauf von Wärmepumpen bleibt weit hinter den Erwartungen zurück. Verbraucher sind verunsichert, da sich die politischen Rahmenbedingungen ständig zu ändern

scheinen, und warten ab, bevor sie sich für ein neues Heizsystem entscheiden. Diese Verunsicherung spiegelt sich auch in den Stornierungsraten wider: Laut dem Verband der Deutschen Sanitärwirtschaft (VDS) stiegen die Stornierungen privater Auftraggeber in den vergangenen zwei Jahren um 45 % im Vergleich zu den Vorjahren. Rund 84,3 % der befragten Industrieunternehmen und Großhändler berichten von verschobenen oder stornierten Projekten. Dies belastet nicht nur die Hersteller, sondern auch den Großhandel und die Installateure.

Kurzarbeit und Insolvenzen:

Die Folgen der Krise

Die Krise zeigt sich nicht nur in den schwachen Verkaufszahlen, sondern auch am Arbeitsmarkt.



Die intelligente Pumpe für den schnellen hydraulischen Abgleich

Entwickelt, um Ihre Arbeit zu erleichtern. Smarte Funktionen und intuitive Bedienung sowie der beste Wirkungsgrad in ihrer Produktkategorie machen die ALPHA2 zur ersten Wahl bei Pumpentausch und Neuinstallation.

Nach Angaben des ifo Instituts hat die Zahl der Betriebe, die auf Kurzarbeit setzen, in der Industrie zugenommen. Besonders die Unternehmen im Bereich Heizung und Sanitär sind betroffen, da die Auftragseingänge ausbleiben und die Lagerbestände wachsen. Zahlreiche Wärmepumpenhersteller mussten bereits Arbeitsplätze abbauen oder Kurzarbeit anmelden. Diese Entwicklung könnte sich in den kommenden Monaten noch verschärfen, wenn sich die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen nicht verbessern.

Doch nicht nur die Kurzarbeit stellt eine Herausforderung dar. Insolvenzen häufen sich, sowohl im Baugewerbe als auch im Großhandel. Wie SHK-Tacheles berichtet, sind in den letzten Monaten mehrere bekannte Unternehmen aus der Baubranche und dem SHK-Handel in die Insolvenz gegangen. Die Pleitewelle in der Bauwirtschaft trifft die Haustechnik besonders hart, da viele Projekte auf Eis gelegt werden. Zudem stehen einige Großhändler selbst vor dem wirtschaftlichen Aus, da ihre Lager voll sind, die Nachfrage jedoch fehlt. Der Druck auf den Markt ist enorm, und viele Akteure bangen um ihre Existenz.

Wärmepumpen: Vom Hoffnungsträger zum Sorgenkind

Während der Heizungsmarkt insgesamt leidet, stehen die Wärmepumpen besonders im Fokus. Sie gelten als Schlüsseltechnologie für eine klimafreundliche Zukunft, doch die Absätze schwächeln erheblich. Laut Insidern aus dem Großhandel ist das Problem klar: Die Lager sind überfüllt, und eine Wärmepumpe ist nicht leicht zu verkaufen – schon gar nicht in der derzeitigen wirtschaftlichen Lage. „Eine Wärmepumpe zu lagern ist etwas anderes als ein Abwasserrohr,

das man jahrelang im Lager halten kann“, so ein Großhändler. Viele Betriebe setzen nun auf radikale Preissenkungen, um ihre Bestände abzubauen.

Doch der Last kommt nicht nur von den Lagerkapazitäten: Die Industrie übt ebenfalls



derzeit enormen Druck auf den Handel aus, weil sie ihre eigenen Wärmepumpen absetzen möchte. Die Hersteller drängen die Großhändler, die Bestände aufzunehmen und weiter zu vertreiben, was zu einer zusätzlichen Spannung in den Handelsstrukturen führt.

Andererseits berichten spezialisierte Unternehmen weiterhin von stabilen Aufträgen, insbesondere bei Premium-Wärmepumpen. "Wir haben kumuliert 112 Aufträge allein in diesem Jahr", berichtet ein Branchenexperte. „Die Kunden wollen Qualität, keine Billiglösungen.“ Das zeigt, dass es in Nischenmärkten durchaus noch Potenzial gibt – für jene, die auf Qualität setzen.

Service- und Installationsmodelle

Neben den offensichtlichen Marktproblemen gibt es jedoch auch interessante Entwicklungen

hinter den Kulissen der Heizungsindustrie. Nach Recherchen von SHK-Tacheles arbeitet die Branche aktuell an zwei vielversprechenden Baustellen: Datengestützter Service und Installateur-Übernahmen. Ein Insider aus der Branche erklärt, dass viele der großen Heizungshersteller derzeit an einem neuen Service-Modell arbeiten, bei dem die Daten einzelner Heizungsanlagen über einen längeren Zeitraum erfasst und ausgewertet werden sollen. Ziel ist es, diese Anlagen optimal einzustellen und so den Energieverbrauch und die Betriebskosten für die Kunden zu senken. Diese datenbasierte Optimierung könnte ein wertvoller Baustein für die Zukunft der Branche werden – nicht nur um den Absatz zu steigern, sondern auch um Kunden langfristig zu binden.

Ein weiteres Modell, das die Branche in den letzten Monaten stark beschäftigt, ist der Kauf oder die Kooperation mit Installationsbetrieben. Nach Insider-Informationen sind die großen Player der Heizungsindustrie zunehmend frustriert darüber, dass potenzielle Kunden wegen mangelnder Beratung und schlechter Servicequalität durch Installateure verloren gehen. Besonders im Bereich der Wärmepumpen seien viele Handwerker nicht in der Lage, Kunden umfassend zu beraten, vor allem was Förderprogramme und technische Aspekte betrifft. „Die Industrie hat es satt, dass

Kunden abspringen, weil der Installateur es nicht hinbekommt, die richtige Beratung zu liefern“, heißt es aus gut informierten Kreisen. Durch strategische Übernahmen oder enge Kooperationen wollen die Hersteller diesen Schwachpunkt ausmerzen und mehr Kontrolle über den Verkaufsprozess und die Kundenbetreuung gewinnen.

Unsichere Zukunftsaussichten

Die Prognosen für das kommende Jahr bleiben durchwachsen. Einerseits könnten neue staatliche Förderungen und Anreize den Markt stabilisieren. Andererseits bleibt die allgemeine wirtschaftliche Lage angespannt. Die Unsicherheit in der Bauwirtschaft wird sich voraussichtlich fortsetzen, was auch die SHK-Branche weiter belasten dürfte. Viele Marktteilnehmer hoffen auf ein besseres Jahr 2025, doch es wird klar: Nur die widerstandsfähigsten Akteure werden sich dauerhaft behaupten können.

Während die Politik noch versucht, neue Richtlinien zu etablieren, und die Branche auf die Wärmewende setzt, müssen viele SHK-Unternehmen bereits jetzt einen Gang herunterschalten – denn die Zeit der schnellen Gewinne scheint vorerst vorbei zu sein.

**KLUDI** 

Kludi im Wandel „Kurzarbeit? Nicht bei uns!“

Knut Maria Siebrasse (r) im TV-Interview mit dem Kludi-Geschäftsführer Harald Hotop

Investitionen statt Sparmaßnahmen: Kludi hat sich heimlich still und leise neu erfunden - und das mitten in einer dicken Krise.

Vom Armaturenhersteller zum Komplettanbieter: Kludi trotz der Konjunkturkrise und setzt auf Expansion. Während Europa schwächelt, boomt das Geschäft im Ausland. Mit neuen Produkten und großen Plänen geht Kludi in die Offensive. Geschäftsführer Harald Hotop spricht über die ambitionierten Ziele, Investitionen und warum die ISH 2025 aus seiner Sicht einen gefährlichen Kurs fährt. Trotz aller Herausforderungen will Kludi im Markt weiter vorpreschen - und das mit einer völlig neuen Ausrichtung. Ein spannender Einblick in den Wandel eines Traditionsunternehmens, das jetzt

mehr will als nur Armaturen!

Im exklusiven TV-Interview gibt Kludi-Geschäftsführer Harald Hotop Einblicke in die Zukunftspläne des Unternehmens. Er verrät, welche Märkte jetzt im Fokus stehen und warum Kludi die Krise als Chance sieht. Und: Was hat es mit seiner scharfen Kritik an der ISH 2025 auf sich? Unbedingt einschalten und erfahren, wie Kludi sich neu erfindet!

[Hier geht es zum TV-Interview](#)

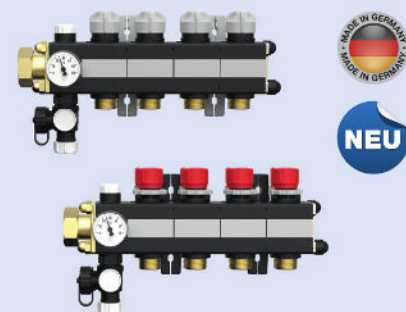
**Es gibt immer noch Leute, die behaupten,
wir bauen nur Ölfilter...**

... überzeugen Sie sich vom Gegenteil:

Z. B. vom bewährten Kunststoff-Heizkreisverteiler für 2-12 Heizkreise zum Heizen und Kühlen. Robust, kompakt & äußert flexibel im Einbau.



ProCalida® MC 1



NEU

 AFRISO



Mystery-Besuch in Dortmund

Viel Inspiration, viel Eigenmarke

Ein edler Showroom, Hausmarken-Dominanz und eine lustige Begrüßung. Von Gessi bis Toto und vom Schwiegervater inspiriert. Beim ersten Mystery-Besuch in ELEMENTS Dortmund stieß SHKTacheles auf eine besondere Badausstellung.

Ein luxuriöses Bad zu gestalten, sollte ein inspirierendes Erlebnis sein – zumindest in der Theorie. Doch wie verhält es sich, wenn man als Besucher in einer Ausstellung auf eine ausgewogene Mischung von Marken und Produkten hofft, aber stattdessen überwiegend auf Hausmarken stößt? Zwei Redakteure von SHKTacheles begaben sich am 23. September 2024 auf einen „Undercover“-Besuch. Ihr Ziel:

Das Angebot unter die Lupe zu nehmen – natürlich, ganz im Sinne des „Schwiegervaters“, der bald sein Bad renovieren möchte. Der Mystery-Besuch galt der ELEMENTS-Badausstellung in Dortmund, eine Ausstellung der zur GC-Gruppe gehörenden Herbert Heldt KG. Gleich beim ersten Anlauf trafen die Redakteure auf ein wahres „Edelstück“ – eine Ausstellung, die einen Vergleich mit einem Vorreiter nicht scheuen muss. Was sie

erlebten, war nicht nur eine ästhetische Offenbarung, sondern auch ein humorvoller Streifzug durch eine inszenierte Welt aus Bädern, Armaturen und Dusch-WCs.

Stimmiges Design – mit Hausmarken-Dominanz

Bereits beim Betreten der ELEMENTS-Ausstellung in der Kohlensiepenstraße in Dortmund fielen die sorgfältig inszenierten Kojen ins Auge. Jedes Badezimmer wurde wie ein Kunstwerk präsentiert. Doch ein Detail dominierte die Ausstellung: Vigour, die Hausmarke der GC-Gruppe, beanspruchte die prominenten Flächen. Schon in den ersten Kojen stieß man auf die Produkte der Eigenmarke, was schnell den Eindruck erweckte, dass die Ausstellung vor allem darauf abzielt, diese zu bewerben. Namhafte Marken wie Grohe, Geberit, Villeroy & Boch, Bette, Burgbad, Inda, Jacob Delafon oder Kaldewei rückten zwar in den Hintergrund, waren aber dennoch vertreten.

Interessant ist, dass dies kein neues Phänomen ist: Die Fachausstellungen der GC-Gruppe stehen immer wieder in der Kritik, ihre Eigenmarken zu bevorzugen. Brancheninsider berichten, dass diese Platzierung den großen Herstellern oft sauer aufstößt, da die Industrie auf Sichtbarkeit angewiesen ist. Dies war auch schon in der einstigen Vorzeigerausstellung der Firma Birk, die seinerzeit als Pionier der modernen Badinszenierung galt, anders. Damals dominierten unabhängige Marken das Bild. ELEMENTS scheint hier eine andere Strategie zu verfolgen – doch die Parallelen zur

Birk-Ausstellung sind unverkennbar. Wer die Ausstellung betritt, wird sofort an den damaligen Vorreiter erinnert, der mit Design, Lichtkonzepten und edlen Materialien Akzente setzte.

Gessi – Das überproportionale Highlight

Während die Eigenmarke Vigour den Ton angibt, gibt es doch eine Marke, die besonders hervorsticht: Gessi. Die luxuriösen Produkte des italienischen Herstellers werden überpropor-



tional präsentiert. Gleich eine eigene Kojen ist der Firma gewidmet, mit ihrem Slogan „The Private Wellness Company“, der auf eine riesige, mit Pflanzen umgebenen Wand prangt. Die edlen Armaturen und Designs heben sich von den restlichen Präsentationen ab – so sehr, dass man meinen könnte, Gessi sei ein Schlüsselpartner der GC-Gruppe. Auch die Gestaltung der Kojen mit metallischen Tönen, dunklem Holz und einer kunstvollen Beleuchtung macht Eindruck – hier ist Badgestaltung auf höchstem Niveau zu erleben.

Ein Rundgang mit amüsanten Begegnungen

Die Ausstellung selbst wirkt durchdacht und atmosphärisch. Die sanfte Hintergrundmusik und die geschickt platzierten Sitzmöglichkeiten, wie die kleinen stoffbezogenen Hocker, schaffen eine entspannte Atmosphäre. Ein amüsantes Detail: Beim Vorbeigehen an einem Toto-Dusch-WC öffnete sich der Deckel zur Begrüßung wie von Geisterhand – fast so, als würde einen die Toilette persönlich willkommen



heißen. Solche Details unterstreichen den Hightech-Charakter der Ausstellung, in der nicht nur Armaturen und Fliesen gezeigt werden, sondern auch die neueste Technik der Sanitärwelt.

Ein Katalog, der nie veraltet

Eine weitere Besonderheit: Die Ausstellung bietet einen modernen digitalen Katalog, der über QR-Codes abrufbar ist. Dieses „Virtuelle Prospektregal“ ist an verschiedenen Stellen in der Ausstellung platziert. Hier können Besucher mit ihrem Smartphone Informationen über die gezeigten Marken und Produkte abrufen. Eine

innovative Lösung, die nicht nur umweltschonend ist, sondern auch dafür sorgt, dass die Kunden immer die neuesten Informationen zur Hand haben. „Eine spannende Idee, die das altmodische Prospekt in Papierform ablöst.

Wo sind die Besucher?

Eine Frage bleibt jedoch offen: Wo sind die anderen Kunden? Während dem gesamten Aufenthalt der SHKTacheles-Redakteure waren sie die einzigen Gäste in der Ausstellung. Der

großzügige Parkplatz war leer, und auch die Besprechungsräume blieben ungenutzt. Eine Mitarbeiterin versicherte, dass es an manchen Tagen durchaus mehr Zulauf gibt, doch es bleibt der Eindruck, dass die Zeiten gut frequentierter Badausstellungen vorbei sind. Schon seit Monaten berichten Vertriebsexperten der Industrie, dass der Kundenstrom in vielen Badausstellungen nachgelassen habe. Früher konnten die Verkäufer kaum Termine wahrnehmen, so voll waren die Ausstellungen.

Heute jedoch suchen viele Kunden lieber online nach Inspiration.

Eindrucksvoll, aber ohne Preisschilder

Der Gang durch die Kojen beeindruckte, doch eines fiel auf: Nirgendwo waren Preisschilder zu finden. „Wir verkaufen hier nicht direkt“, erklärte eine freundliche Mitarbeiterin. Der Preis werde vom Installateur vermittelt, der auch die technische Planung übernimmt. Diese Verkaufsstrategie, bei der der Kunde erst später erfährt, was die Produkte kosten, lässt Zweifel an der Transparenz aufkommen. Trotz der

hochwertigen Produkte und der umfassenden Beratung ist es für viele Besucher vermutlich befremdlich, nicht sofort zu wissen, mit welchen Kosten sie rechnen müssen. Der Servicegedanke steht jedoch im Vordergrund: Der Installateur prüft vor Ort, welche Lösungen technisch umsetzbar sind, und erstellt auf dieser Basis ein Angebot.

Ein Vergleich mit dem Pionier Birk

Wenn man die Ausstellung mit der legendären Ausstellung der Firma Birk vergleicht, die früher als Vorreiter im Bereich Design und Lichtkonzept galt, wird deutlich, wie stark sich die Prioritäten verschoben haben. Damals stand das Gesamtbild im Vordergrund, bei ELEMENTS scheint der Fokus auf Eigenmarken und klar definierten Partnerschaften zu liegen. Dennoch lässt sich nicht leugnen, dass die Gestaltung der Ausstellung Lust auf mehr macht. Die Beleuchtung, die Böden und die Fliesen sind geschmackvoll gewählt und erzeugen eine Atmosphäre, die in einem Katalog niemals so gut überkommen könnte.

Fazit: Inspiration und Hausmarken im Luxusrahmen

Unser erster Mystery-Besuch bei ELEMENTS Dortmund war ein voller Erfolg – zumindest, was die Eindrücke angeht. Die Ausstellung überzeugt durch ihr modernes Design, die Vielfalt an Kojen und die hochwertige Inszenierung. Doch die Dominanz der Hausmarke Vigour sowie das Fehlen von Preisinformationen trüben das Gesamtbild etwas. Gessi ist ein echter Hingucker, doch bleibt die Frage, ob die starke Präsenz der Eigenmarken die Industrie zufriedenstellt.

Auch die leeren Ausstellungsräume werfen Fragen auf: Ist das Konzept der großen Badausstellungen noch zeitgemäß?

Subjektives Urteil der Redaktion

Standort und Erreichbarkeit: ★★★★★

Die Ausstellung ist gut erreichbar und barrierefrei. Parkmöglichkeiten sind ausreichend vorhanden.

Beratungsqualität und

Abschlussorientierung: ★★★★★

Die Mitarbeiterin war freundlich, kompetent und aufmerksam. Besonders der Hinweis auf altersgerechte Lösungen überzeugte.

Produktauswahl: ★★★☆☆

Die Auswahl an Marken war solide, jedoch dominierten Eigenmarken. Die starke Präsenz von Gessi war beeindruckend.

Präsentationstools ★★★★★

Die digitale Prospektlösung per QR-Code ist innovativ und praktisch. Die Ausstellung selbst ist gut inszeniert und bietet vielfältige Inspirationen.

Preis-Leistungs-Verhältnis:

Keine Bewertung möglich

Ohne Preisschilder lässt sich das Preis-Leistungs-Verhältnis nicht abschätzen.

Service und Ausführungsplanung: ★★★★★

Der Servicegedanke war gut durchdacht, und die Hinweise zur technischen Planung über den Installateur waren hilfreich.

Gesamtwertung: ★★★★★

Umfrage

Alarm in der SHK-Branche:

Knapp 50 % sehen die Haustechnik in schlechter Verfassung

Der SHK-Branche geht es schlecht: Hohe Zinsen, steigende Materialkosten und politische Unsicherheiten bringen die Unternehmen an ihre Grenzen. Fast die Hälfte sieht die Zukunft düster – was die Branche jetzt fordert.

An einem typischen Herbsttag, an dem der Nebel die Straßen verhüllt, zeichnen sich nicht nur in der Natur, sondern auch in der Wirtschaft trübe Aussichten ab. Besonders betroffen scheint die Heizungs-, Sanitär- und Klimabranche (SHK) zu sein, die in den letzten Jahren vor immensen Herausforderungen stand. Eine jüngste Umfrage, durchgeführt vom Branchendienst SHKTacheles, verdeutlicht, dass das Vertrauen in die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen bröckelt. Themen wie politische Unsicherheiten, steigende Energiepreise und eine restriktive Zinspolitik bestimmen die Sorgen der Branche.

Mehr als 350 Entscheidungsträger, darunter Geschäftsführer, Vertriebsleiter und Produktmanager aus der Haustechnikbranche, beteiligten sich an der Umfrage, die von Mitte

September bis Mitte Oktober 2024 stattfand. Über 50 % der Befragten erwarten einen starken Einfluss der aktuellen Konjunkturschwäche auf die Nachfrage nach Heizungs- und Sanitärprodukten in den kommenden Monaten. Die meisten äußern den dringenden Wunsch nach mehr Planungssicherheit und einer klaren, verlässlichen Förderpolitik, um die Zukunft des Sektors zu stabilisieren.

Klare Forderungen aus der Branche

Was für viele Unternehmen jedoch am schwersten wiegt, ist die politische Unsicherheit. Hierzu zählen nicht nur die ständig wechselnden gesetzlichen Rahmenbedingungen, wie das viel diskutierte Heizungsgesetz, sondern auch das Fehlen langfristiger Perspektiven. Fast 60 % der Befragten nannten dies als den größten Bremsfaktor für die Branche. „Wir brauchen

stabile Rahmenbedingungen, um Investitionen zu planen“, erklärt ein Teilnehmer der Umfrage. Zudem wird der Wunsch laut, dass die Zinspolitik wieder Investitionen ermöglicht – eine deutliche Senkung der Bauzinsen wird von vielen als Schlüsselmaßnahme genannt.

Neben der Unsicherheit durch die Politik und die hohen Energiekosten drücken auch die gestiegenen Materialpreise auf die Margen der Unternehmen. Dies zeigt sich deutlich in der Bewertung der wirtschaftlichen Verfassung der Branche: Fast die Hälfte der

ecoWP Xe

Luft/Wasser-Monoblock-Wärmepumpe

MHG
MEISTERlinie

Neues Design

Für Neubau und Sanierung

BAFA förderfähig

www.mhg.de



Befragten (46,80 %) bezeichnet die aktuelle Lage der SHK-Branche in Deutschland als schlecht. Diese Zahl macht klar, wie tief die Verunsicherung sitzt. Viele Unternehmen kämpfen mit massiven Kostensteigerungen, während gleichzeitig die Nachfrage aufgrund zurückhaltender Investitionsbereitschaft schrumpft. Darüber hinaus fordern Branchenvertreter eine Reduzierung der Bürokratie sowie schnellere und einfachere Förderverfahren. Der Abbau von Regulierungshürden könnte nicht nur die Bauwirtschaft ankurbeln, sondern auch die Investitionsbereitschaft von Unternehmen und Endkunden wiederbeleben.

Energiepreise und Zinspolitik als größte Hindernisse

Ein weiterer zentraler Faktor, der den Erfolg der Branche beeinflusst, sind die steigenden Energiepreise. Diese setzen sowohl die

Produktionskosten als auch die Kaufkraft der Endverbraucher unter Druck. Die Forderung nach einer Entlastung durch niedrigere Strom- und Gaspreise zieht sich durch zahlreiche Antworten der Umfrageteilnehmer. Besonders bei der Umstellung auf neue Technologien wie Wärmepumpen spielt der Energiepreis eine entscheidende Rolle, denn hohe Stromkosten machen diese Innovationen für viele unattraktiv.

Doch nicht nur Energiepreise stellen ein Hindernis dar. Auch die Zinspolitik der Europäischen Zentralbank (EZB) steht stark in der Kritik. Mehrere Umfrageteilnehmer fordern eine deutliche Zinssenkung, um den Wohnungsbau und die Modernisierung von Heizungs- und Sanitärsystemen wieder zu fördern. Ohne entsprechende Anreize bleiben viele Bau- und Sanierungsprojekte auf der Strecke.

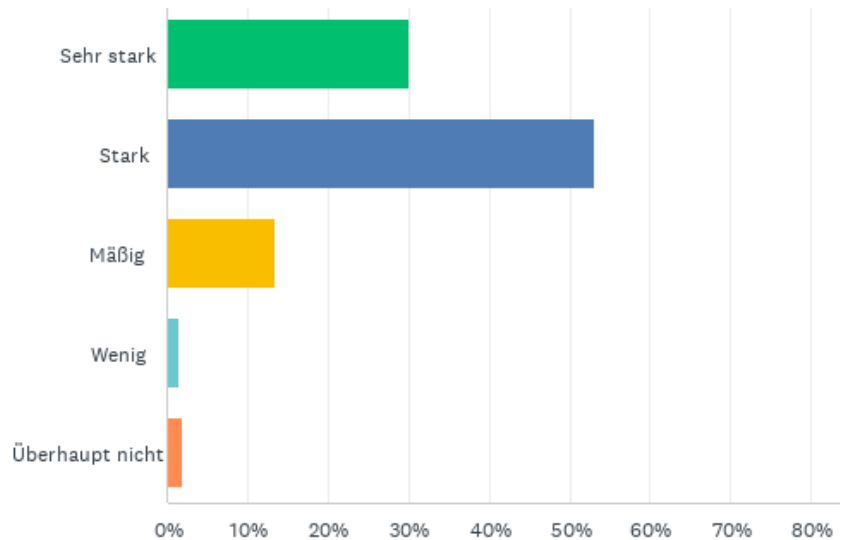


Energiekosten belasten die Branche

Nachfrage nach Heizungs- und Sanitärprodukten in Deutschland

Wie stark glauben Sie, dass die derzeitige konjunkturelle Schwäche in Deutschland die Nachfrage nach Heizungs- und Sanitärprodukten in den nächsten 12 Monaten beeinflussen wird?

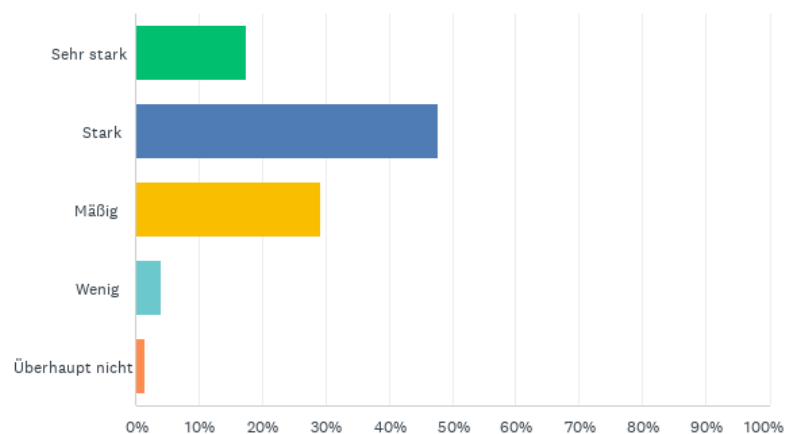
Mit 52,74 % erwarten die Befragten, dass die Konjunkturschwäche einen starken Einfluss auf die Nachfrage haben wird. Dies reflektiert die allgemeine Verunsicherung, die durch steigende Zinsen, eine wachsende Inflation und sinkende Kaufkraft verstärkt wird. Unternehmen kämpfen darum, ihren Absatz aufrechtzuerhalten, während Endkunden angesichts der unsicheren wirtschaftlichen Lage ihre Ausgaben zurückfahren.



Nachfrage in Europa

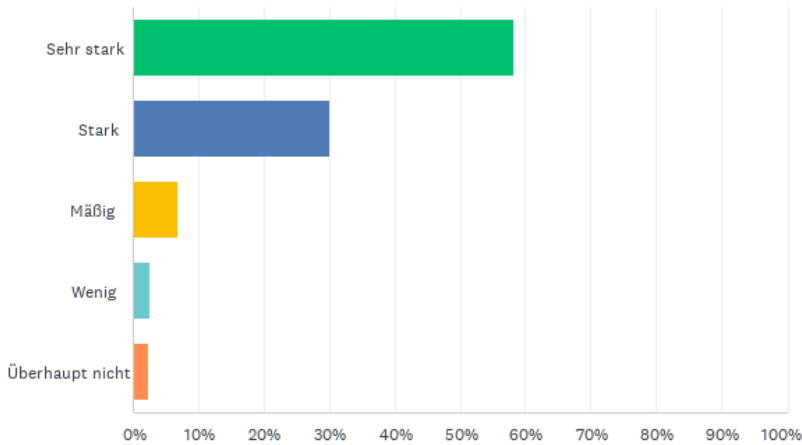
Wie stark glauben Sie, dass die derzeitige konjunkturelle Schwäche in Europa die Nachfrage nach Heizungs- und Sanitärprodukten in den nächsten 12 Monaten beeinflussen wird?

Im europäischen Vergleich zeigt sich ein ähnliches Bild. 47,81 % der Umfrageteilnehmer erwarten eine deutliche Beeinträchtigung durch die wirtschaftliche Schwäche auf dem Kontinent. Dies verdeutlicht, dass die Heizungs- und Sanitärbranche stark vom gesamteuropäischen Markt abhängig ist. Viele Unternehmen sind auf Exporte angewiesen, und Unsicherheiten in großen Märkten wie Frankreich oder Italien schlagen direkt auf deutsche Unternehmen durch.



Politische Unsicherheiten in Deutschland

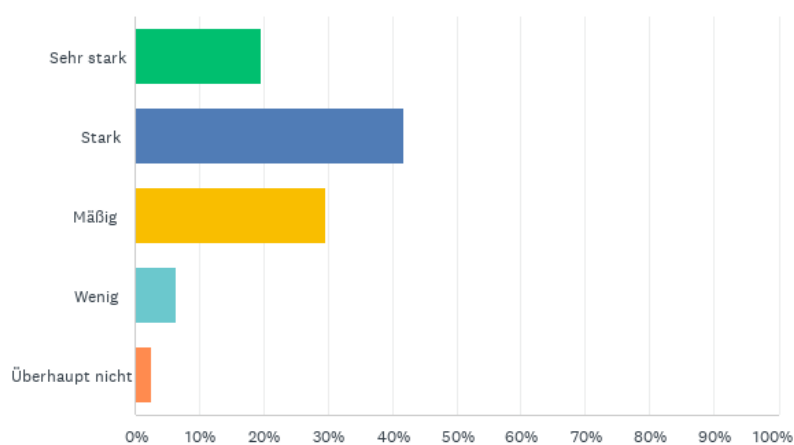
Wie stark beeinflusst die politische Unsicherheit in Deutschland, z.B. das Heizungsgesetz und die Ampelregierung, den Absatz von Heizungs- und Sanitärprodukten?



Die politische Unsicherheit ist für viele Teilnehmer der entscheidende Bremsfaktor. 58,26 % der Befragten sehen das Heizungsgesetz und die Ampelregierung als Ursache für die aktuelle Stagnation in der Branche. Diese Unsicherheit führt dazu, dass Investitionen verschoben werden und potenzielle Kunden zögern, größere Renovierungen oder Neubauten in Angriff zu nehmen. Besonders die ständigen Gesetzesänderungen machen eine verlässliche Planung nahezu unmöglich.

Politische Unsicherheiten in Europa

Wie stark beeinflussen politische Unsicherheiten in Europa den Absatz von Heizungs- und Sanitärprodukten?



Auch auf europäischer Ebene spüren die Unternehmen den Einfluss politischer Instabilität. 41,45 % der Befragten glauben, dass dies den Absatz von Heizungs- und Sanitärprodukten stark beeinträchtigt. In einer Zeit, in der viele EU-Länder vor energiepolitischen und wirtschaftlichen Herausforderungen stehen, ist die Nachfrage nach stabilen politischen Rahmenbedingungen dringender denn je.

Wirtschaftliche Erfolgsfaktoren

Welche wirtschaftlichen Faktoren halten Sie für den zukünftigen Erfolg der Heizungs- und Sanitärbranche für besonders wichtig?



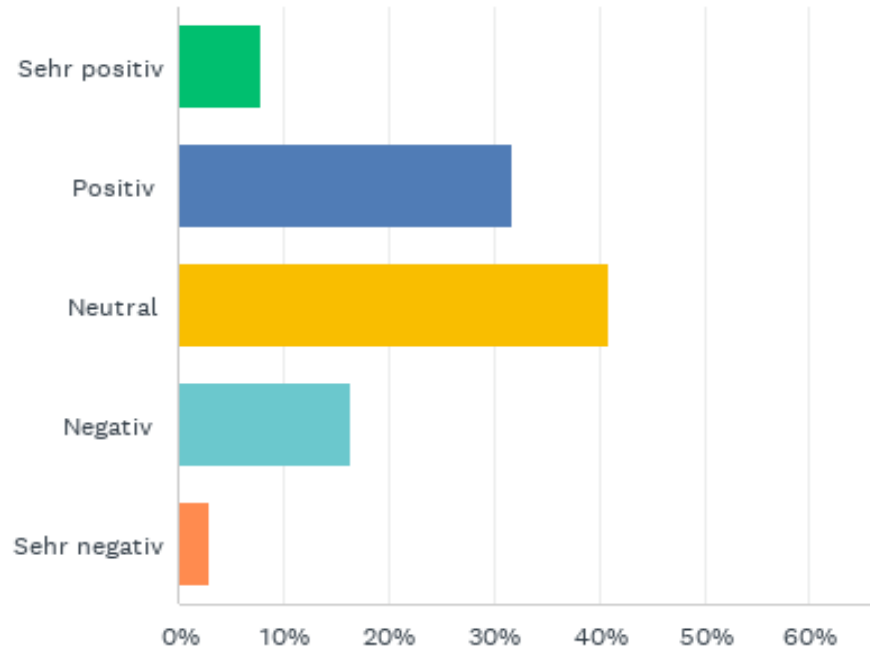
Die Umfrageteilnehmer haben deutlich gemacht, welche Faktoren für den zukünftigen Erfolg der SHK-Branche entscheidend sind. Planungssicherheit, stabile politische Rahmenbedingungen und eine verlässliche Förderpolitik stehen dabei ganz oben auf der Liste. Besonders der Abbau von Bürokratie wird als Schlüssel gesehen, um Prozesse zu vereinfachen und Investitionen zu erleichtern. Hinzu kommt der dringende Wunsch nach einer Senkung der Zinsen und niedrigeren Energiekosten, da steigende Preise sowohl die Produktionskosten in die Höhe treiben als auch die Investitionsbereitschaft der Endkunden dämpfen. Diese Entlastungen wären besonders wichtig, um

Innovationen wie Wärmepumpen und energieeffiziente Technologien zu fördern. Ohne eine Verbesserung dieser Rahmenbedingungen, so die Meinung der Befragten, ist die wirtschaftliche Zukunft der Branche gefährdet. Die Politik steht in der Verantwortung, klare, langfristige Entscheidungen zu treffen und damit wieder Vertrauen zu schaffen.

Digitale Vertriebskanäle

Wie bewerten Sie die Umstellung von traditionellen Vertriebswegen auf digitale Vertriebskanäle in der SHK-Branche?

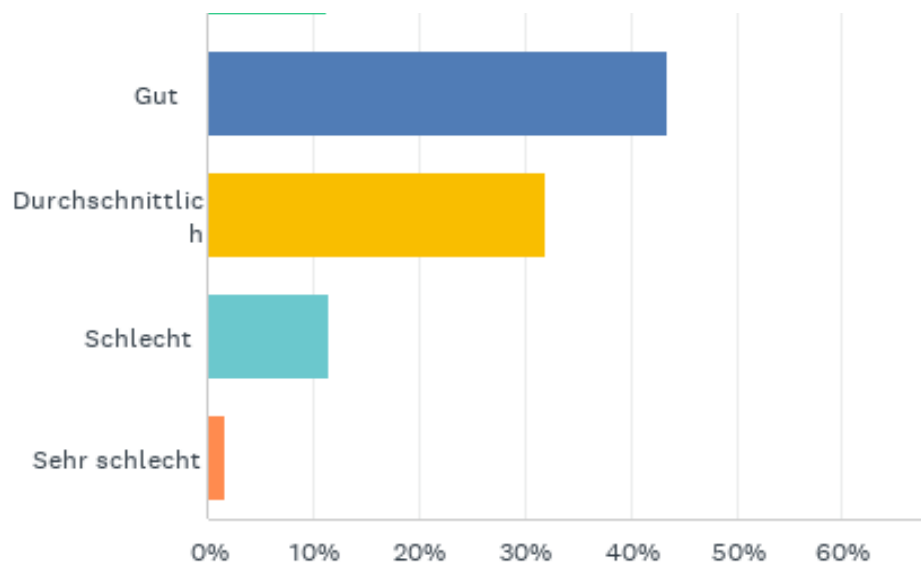
Die digitale Transformation der Vertriebswege wird von 40,70 % der Befragten neutral gesehen, während 31,98 % diese positiv bewerten. Der Umstieg auf digitale Vertriebskanäle könnte eine Lösung für die aktuellen Herausforderungen sein, wird aber noch nicht von allen Unternehmen als zentraler Erfolgsfaktor erkannt.



Wirtschaftliche Verfassung der Unternehmen

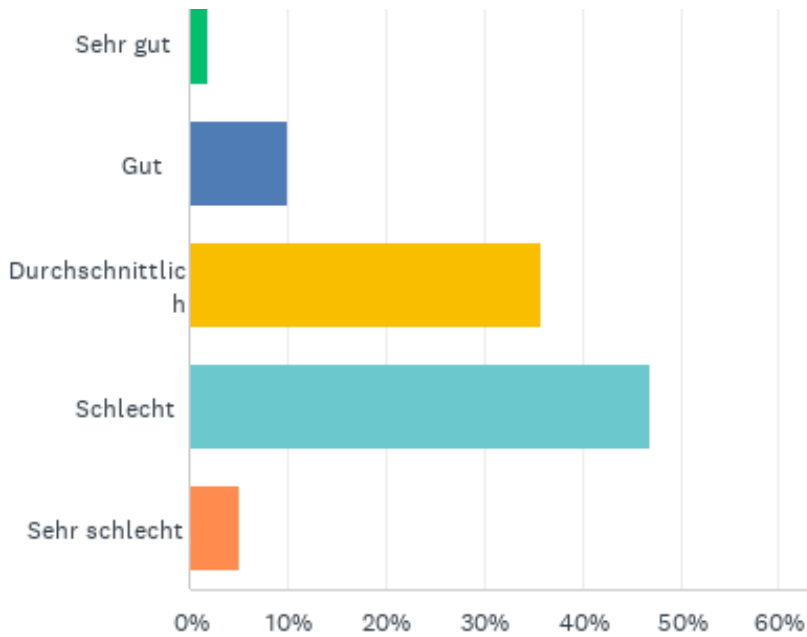
Wie würden Sie die derzeitige wirtschaftliche Verfassung Ihres Unternehmens beschreiben?

Mit 43,77 % bewerten die meisten Teilnehmer die Verfassung ihres Unternehmens als „gut“. Dies zeigt, dass viele Unternehmen trotz der Herausforderungen noch stabil dastehen. Dennoch gibt es auch kritische Stimmen, die angesichts der schlechten Rahmenbedingungen einen Abwärtstrend befürchten.



Verfassung der Branche in Deutschland

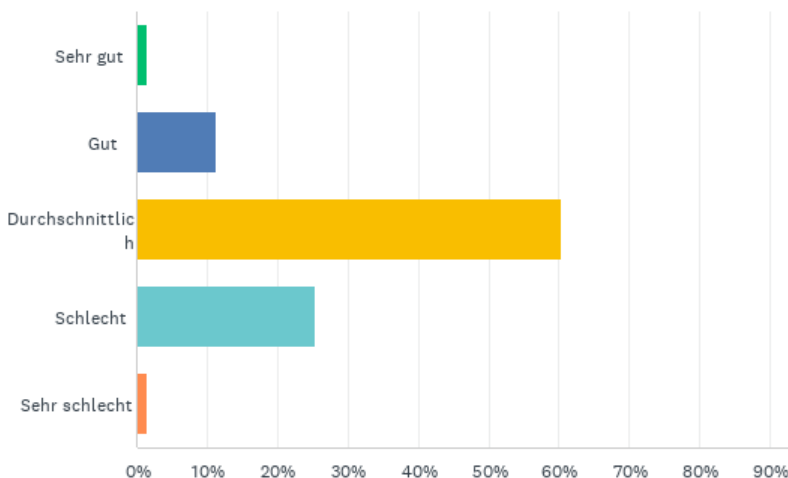
Wie würden Sie die derzeitige wirtschaftliche Verfassung der Heizungs- und Sanitärbranche in Deutschland beschreiben?



46,80 % der Befragten schätzen die wirtschaftliche Verfassung der SHK-Branche in Deutschland als schlecht ein. Dies ist ein alarmierendes Signal für die Branche, das zeigt, wie sehr die aktuellen wirtschaftlichen und politischen Unsicherheiten das Geschäft belasten. Besonders die stark gestiegenen Energie- und Materialkosten drücken die Margen vieler Unternehmen erheblich. Gleichzeitig führen hohe Zinsen und die unklare Förderlandschaft dazu, dass Investitionen zunehmend schwieriger werden. Diese negative Bewertung verdeutlicht, dass viele Unternehmen sich in einer angespannten Lage befinden und ohne schnelle politische und wirtschaftliche Entlastungen weitere Rückgänge befürchten. Die Branche braucht dringend stabile Rahmenbedingungen und gezielte Maßnahmen, um wieder auf Kurs zu kommen und Wachstumspotenziale auszuschöpfen.

Verfassung der Branche in Europa

Wie würden Sie die derzeitige wirtschaftliche Verfassung der Heizungs- und Sanitärbranche in Europa beschreiben?



Im europäischen Kontext schätzen 60,47 % der Teilnehmer die Lage als „durchschnittlich“ ein. Hier zeigt sich ebenfalls, dass die gesamteuropäischen wirtschaftlichen Unsicherheiten die Branche stark belasten.

Fazit:

Es fühlt sich an, als würde die SHK-Branche gerade in einem Badezimmer stehen, in dem die Lüftung nicht funktioniert, der Spiegel beschlagen ist und das Wasser nur noch lauwarm aus dem Hahn kommt. Alles wirkt ein wenig im Nebel – die Energiepreise steigen, die Zinsen drücken, und die politischen Rahmenbedingungen sind unklar. Fast die Hälfte der Unternehmen bewertet ihre wirtschaftliche Lage als schlecht, während der Pegel weiter steigt und die Branche versucht, sich über Wasser zu halten.

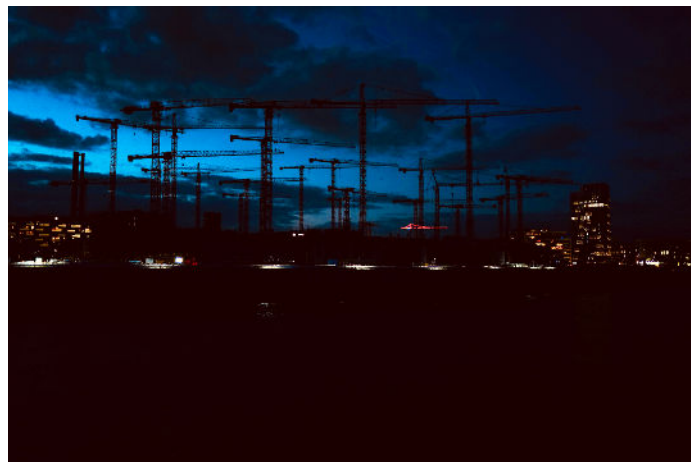
Licht am Ende des Tunnels: Die richtigen Hebel umlegen

Doch es gibt Licht am Ende des Tunnels – man muss nur den richtigen Schalter finden. Planungssicherheit, stabile politische Rahmenbedingungen und verlässliche Förderpolitik sind genau die Maßnahmen, die helfen könnten, die Sicht wieder klarer zu machen. Denn wenn die Energiekosten gesenkt und die Zinsen angepasst werden, könnte die Branche wieder voll durchstarten. Besonders Technologien wie Wärmepumpen, die momentan durch hohe Stromkosten und politische Unsicherheiten ausgebremst werden, hätten dann die Chance, das Bad der Branche wieder auf Wohlfühltemperatur zu fahren.

Der Druck auf den Installateur wächst

Unter Druck gerät dabei auch der Installateur vor Ort. Auch die Heizungsindustrie drängt nun spürbar immer näher an den Endkunden heran,

am liebsten mit eigenen Installateuren, die nicht nur die Technik, sondern auch die Gesetze und Förderbedingungen perfekt beherrschen. Der Plan: Dem Verbraucher das Gefühl zu geben, dass er sich um nichts kümmern muss – alles von der Beratung bis zur Installation wird ihm abgenommen. In Zeiten komplizierter Förderanträge und unübersichtlicher Vorschriften wäre das ein verlockendes Angebot für viele Kunden, doch die klassischen Handwerksbetriebe spüren dadurch den Druck stärker als je zuvor.



Bereit für den Aufschwung?

Die Unternehmen stehen bereit, wie der Installateur mit seinem Werkzeugkoffer am Türrahmen – sie brauchen nur das richtige Signal. Mit weniger Bürokratie und klaren politischen Entscheidungen könnte die SHK-Branche ihre Innovationskraft wieder entfalten und den Markt ankurbeln. Solange aber die Rahmenbedingungen so trüb wie ein beschlagener Spiegel bleiben, wird es schwer, die Zukunft in den Griff zu bekommen. Es ist an der Zeit, die richtigen Hebel umzulegen, damit die Branche wieder auf Erfolgskurs kommt.

SHK TACHELES

WISSEN, WAS LOS IST

Mediadaten herunterladen

Abonnement buchen

SHKTacheles

Knut Maria Siebrasse

(Herausgeber/Chefredakteur)

Karolingerstraße 77

40223 Düsseldorf

Telefon:[0211/788 39 33](tel:02117883933)

E-Mail:siebrasse@shk-tacheles.de

Web:www.shk-tacheles.de