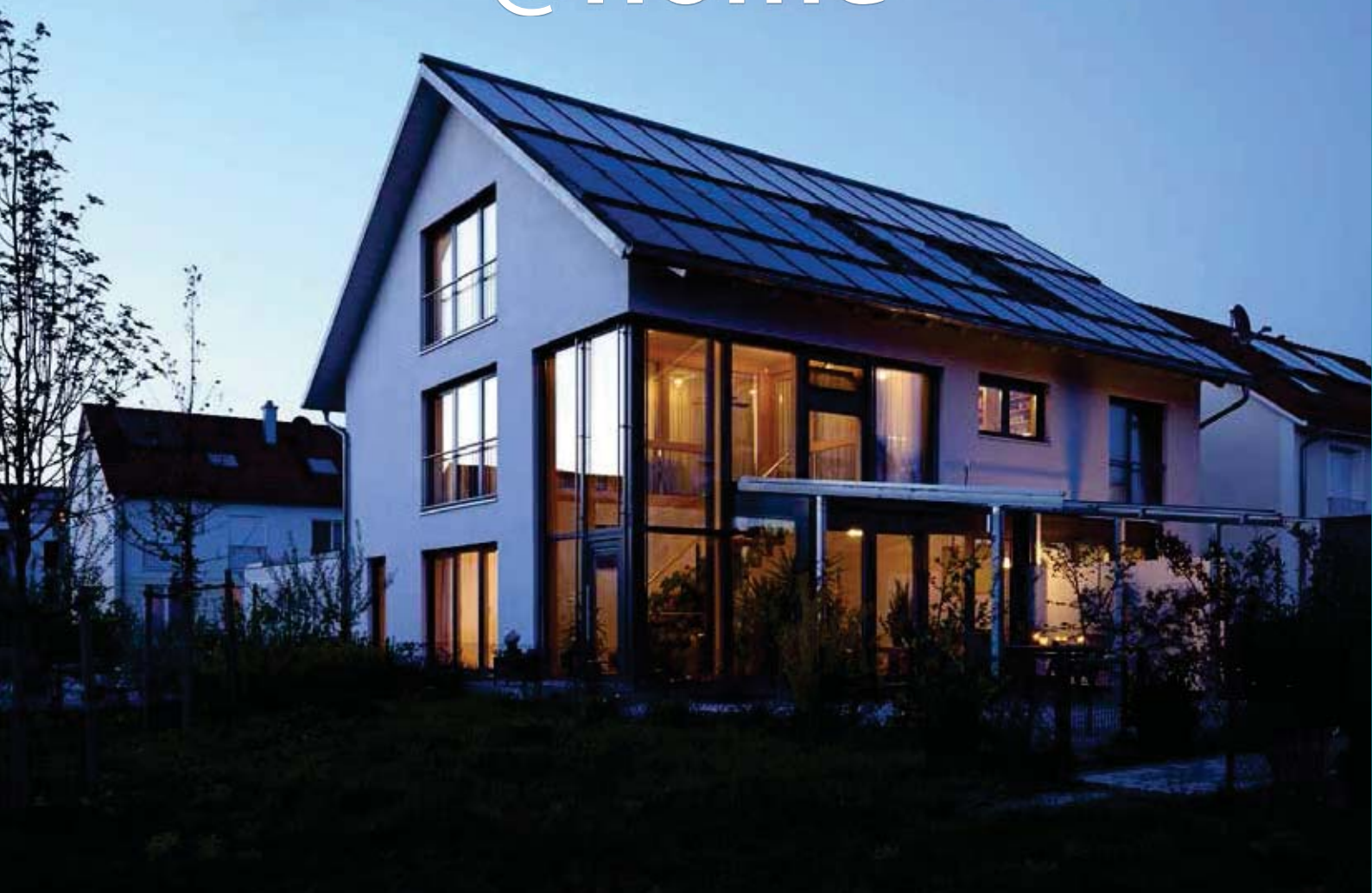




03/2017
SMART HOME

Sektorenkopplung @home



Erfolgreich bestehen im neuen PV-Markt



Gottfried Grundler (im blauen T-Shirt) auf einer »WattWanderung« durch Frickingen. Im Sommer lädt er monatlich zu dem Rundgang zu Anlagen ein, die er gebaut hat.

FOTO: GRUNDLER ENERGIETECHNIK

Installationsbetriebe, die den Einbruch des PV-Marktes überlebt haben, profitieren von langjähriger Erfahrung, einem guten Ruf und Empfehlungen. Die klassischen Werbeinstrumente wie Vorträge, aber auch alte Tugenden sind nach wie vor wichtig.

Zehn, 20 oder sogar 40 Jahre: Von den Solarfachbetrieben, die noch am Markt sind, können viele mittlerweile Jubiläen feiern. Dazu zählt auch Gerold Weber Solartechnik, ein mittelständischer Handwerksbetrieb in Baden. Wie bei so vielen, hatte sich auch bei Gerold Weber die Photovoltaik zum umsatzstärksten Geschäftsfeld entwickelt. Entsprechend hart traf ihn der Markteinbruch nach der EEG-Novelle 2012. Doch sein Betrieb mit 20 Mitarbeitern hält sich erfolgreich am Markt. Im vergangenen Jahr konnte Weber sein 20-jähriges Firmenjubiläum feiern.

SONNE WIND & WÄRME hat den badischen Unternehmer und andere Firmeninhaber nach ihren Erfolgsrezepten befragt.

»Die Hochphase ist vorbei. Den Traum wird es nicht mehr geben«, sagt Weber mit Rückblick auf die PV-Boomjahre. Dass der steile Abschwung wehtun würde, sei klar. »Aber wenn man sich dann berappelt hat und darauf einrichtet, ist es gut.« Um die Zeit des rapiden Marktrückgangs zu überstehen, konnte er ein »Fettpolster aus den guten Jahren« abschöpfen. »Wenn wir das nicht gehabt hätten, wäre unser Betrieb heute auch kaputt«, steht für ihn fest.

Rücklagen zu bilden, ist deshalb eine seiner Empfehlungen für langfristig erfolgreiches Unternehmertum.

Breite Produktpalette

Mindestens ebenso sehr profitiert Weber von der Bekanntheit, die er sich in der Zeit aufgebaut hat. Wer lange dabei ist, ist jetzt im Vorteil. Dabei hilft ihm das Wort »solar« im Firmennamen. »Die Leute kommen und sagen: Ihr seid doch die Spezialisten im Solarbereich«, erklärt Weber. Eine breite Produktpalette hält

er gleichwohl für notwendig, um Schwankungen in den Geschäftsfeldern ausgleichen zu können. »Nur Photovoltaik: Ich weiß gar nicht, wie das heute noch gehen soll.« Neben Solarstromanlagen bietet er deshalb auch noch Solarwärme- und Holzheizungen sowie Blockheizkraftwerke an.

Gottfried Grundler, Geschäftsführer von Grundler Energietechnik in Frickingen am Bodensee, antwortet auf die Frage nach seinem Geschäftserfolg ebenfalls spontan: »Ich bin lange dabei.« Auch bei ihm sind es über 20 Jahre, auch er bietet neben PV-Anlagen regenerative Heizungen an.

Matthias Gemeinhardt, Vorstand der Gemeinhardt AG im fränkischen Oberkotzau, hat seine Firma vor 44 Jahren gegründet. Er wollte von Anfang an Vorreiter sein. »1975 waren wir einer der ersten deutschen Handwerksbetriebe, die eine Wärmepumpe in ein Wohnhaus einbauten«, erzählt Gemeinhardt. Wenig später folgten die ersten Solaranlagen, die Geschäftsfelder wurden nach und nach ausgebaut. Zurzeit sind die Heizungstechnik und die Badsanierung die stärksten Segmente. Bei den Wärmepumpen ist die Bandbreite groß: Wärmepumpen, Pellets und Hackschnitzel, Öl- und Gas-Brennwertgeräte und BHKW. Gemeinhardt will alle Präferenzen bedienen können, aber vor allen Dingen will er seinen Kunden maßgeschneiderte Lösungen anbieten. »Wir schauen genau hin, was am besten passt.« Auf der Basis geben sie eine klare Empfehlung. »Und dazu stehen wir dann auch.«

Ein guter Ruf

Wer so lange dabei ist, hatte viel Zeit, sich einen guten Ruf aufzubauen. Es sind auch die guten alten Tugenden, die dazu beitragen. Gottfried Grundler nennt einige Beispiele: Zuverlässigkeit, Pünktlichkeit und Sauberkeit auf der Baustelle. »Wir legen großen Wert darauf, die Baustellen pünktlich und sauber abzuwickeln«, sagt er. Schon oft hätten seine Mitarbeiter und er deshalb anerkennende Worte erhalten. »Dann ist die Chance groß, dass ein Auftrag aus der Nachbarschaft kommt.« 90 bis 95 % der Aufträge erhalte er über Empfehlungen. »Das ist überhaupt das größte Erfolgsrezept!« Die anderen Befragten stimmen ihm hierin zu.

Matthias Gemeinhardt betont die Glaubwürdigkeit. »Wir haben nie versucht, uns zusätzlich zu bereichern und sind uns immer



Gerold Weber konnte 2016 sein 20-jähriges Firmenjubiläum feiern. FOTO: GEROLD WEBER SOLARTECHNIK

treu geblieben.« Dies untermauert er mit Markenprodukten und hoher Qualität, die sein Unternehmen immer angeboten habe, anstatt mit billigen Produkten schnellen Profit zu machen.

»Die Ausstrahlung nach außen ist wichtig. Das, was man verkauft, muss man auch leben«, sagt Gottfried Grundler. Um die eigene Überzeugung zu demonstrieren, gibt es viele Möglichkeiten. Grundler betreibt beispielsweise eigene Solarstromanlagen und hat neben einer PV-Anlage auch eine Solarwärmanlage auf seinem Wohnhaus. Im Büro und zuhause hat er einen Holzkessel. Für Gerold Weber ist es ebenfalls eine Selbstverständlichkeit, Solaranlagen selber zu nutzen. Außerdem hat er seinen Betrieb konsequent ökologisch ausgerichtet – angefangen bei Hybridautos im Fuhrpark bis hin zu den Büromaterialien und den Produkten aus der Region und dem Fair Trade-Handel für die morgendliche Vesper. 2006 erhielt er dafür den Umweltpreis des Landes Baden-Württemberg.

Kompetent beraten

Einen guten Ruf erwirbt man sich natürlich auch durch eine kompetente Beratung. »Die Beratung ist das A & O«, ist Brigitte Rudolph überzeugt. Die ehemalige Verkaufstrainerin gründete vor elf Jahren zusammen mit ihrem Sohn den Fachbetrieb Sonnenkönig in Nieder-Olm bei Mainz. Die beiden haben damals die Spezialisierung auf erneuerbare Energien und Energiesparteknik beschlossen und fahren damit gut. Rudolph

hält es für wichtig, »sach- und fachgerecht auch über Unangenehmes« zu informieren. Als Beispiel nennt sie die 70%-Abregelung von PV-Anlagen, die aber durch den Einbau eines Rundsteuerempfängers umgangen werden könne. »Die Investition haben die Kunden nach ein paar Jahren wieder raus.«

Auch zur EEG-Umlage hat sie einen klaren Standpunkt. Zwar fallen Anlagen bis 10 kW Leistung noch unter die Bagatellgrenze, so dass auf den Solarstrom keine EEG-Umlage entfällt. Trotzdem rät Rudolph ihren Kunden nicht grundsätzlich, darunter zu bleiben. Wenn die Anlage größer ist, reicht es später auch noch für ein Elektroauto, argumentiert sie. Außerdem könne der Kunde bei einer größeren Anlage mehr Strom verkaufen, wodurch sie sich auch eher amortisieren würde. Eine Rendite gebe es doch allemal noch, rechnet Rudolph vor. »Wenn der Solarstrom für 9 ct/kWh erzeugt werden kann und bei der Netzeinspeisung für 12 ct/kWh vergütet wird, dann ist das immer noch ein Plus von 3 ct/kWh – also 30 Prozent Rendite«, so Rudolph. Für 2017 ist sie auch zuversichtlich, weil erstmals seit langer Zeit die Einspeisevergütung wieder erhöht wurde.

Sie hat noch viele andere Argumente, mit denen sie Interessenten überzeugt. So rät sie ihren Kunden beispielsweise dazu, heute schon ihre Ausgaben im Alter zu deckeln, in dem Fall die Stromkosten, und mit dem PV-Strom einen Zuschuss zur Rente zu erwirtschaften. »Man muss die Perspektiven aufzeigen«, lautet ihr Rat. Die Batteriespeicher würden auch dabei helfen. »Viele der Kunden wollen die Autarkie.«



Das Firmengebäude der Gemeinhardt AG: Die PV-Anlage ist der erste Hinweis, dass hier ein Solarfachbetrieb ansässig ist.

FOTO: GEMEINHARDT AG

Ein guter Kundenservice betrifft nicht nur die eigenen Kunden, sondern immer häufiger auch Fremdkunden. Viele Installationsbetriebe, die in den PV-Boomjahren Anlagen verkauft und montiert haben, gibt es nicht mehr oder sie sind nicht kooperativ. Wenn es nun Probleme mit den Altanlagen gibt, wenden sich die Betreiber gern an Firmen wie die hier befragten. »Wir sind für unsere Kunden da und für Fremdkunden, die von anderen Handwerkern im Stich gelassen wurden«, betont Gerold Weber. Brigitte Rudolph reagiert auch souverän, wenn Interessenten sich für günstigere Angebote entscheiden. »Man sieht sich immer zwei Mal«, sage sie dann gern und lädt ein, sich bei Problemen wieder bei ihr zu melden. »Wer billig kauft, kauft zweimal.«

Werbung nicht vergessen

Eine gute Beratung, hochwertige Komponenten und eine ebensolche Montage zusammen mit einem gutem Kundenservice auch nach der Installation führen zu neuen Aufträgen durch Mund-zu-Mund-Propaganda. Darauf allein kann sich jedoch kein Betrieb verlassen. Marketing und Öffentlichkeitsarbeit sind nach wie vor gefragt. »Die Mehrheit des Volkes glaubt, dass PV sich nicht mehr lohnt. Da hilft nur eins: Information«, sagt Brigitte Rudolph. Ihr Unternehmen lädt zum Beispiel zu Infoabenden ein. Zwischen 18 und 20 Uhr sind Interessenten dann eingeladen, sich in der Firmenausstellung ein Bild zu machen.

Hin und wieder gibt es auch einen Tag der offenen Tür. »Die ständige Präsenz und Darstellung der eigenen Kompetenz ist wichtig«, betont sie.

Gottfried Grundler hat sich eine »WattWanderung« einfallen lassen. Bei anderen, wie auch Gerold Weber Solartechnik, heißt dieser Rundgang zu verschiedenen regenerativen Anlagen »Solarspaziergang«. Grundler und Weber laden im Sommerhalbjahr einmal im Monat dazu ein. Bei Weber endet der Solarspaziergang regelmäßig beim 100%-Solarhaus in Kappelrodeck, das eine Mitarbeiterin von ihm mit ihrem Partner vor elf Jahren gebaut hat. Dazu kommen Fachvorträge in der Firma und bei Organisationen und Vereinen in der Umgebung.

Auch in den Medien sind die Unternehmen präsent, wobei hier der Fokus auf regionale Medien liegt. Brigitte Rudolph schaltet Anzeigen in der Tageszeitung, allerdings nach einem besonderen Konzept. »Wenn sie zu klein und zu häufig sind, gehen sie unter«, erklärt sie. Deshalb bucht sie lieber seltener, dafür aber ganzseitige Inserate – und zwar zu einem Sonderpreis, den sie mit den Anzeigenverkäufern ausgehandelt hat.

Mit und ohne Facebook

In den sozialen Netzwerken hingegen ist Sonnenkönig nicht zu finden. »Wir kommen auch ohne Facebook zurecht«, begründet Rudolph dies. Viele Handwerksbetriebe sind zurückhaltend, was die sozialen Netzwerke angeht. Zum einen ist dies eine Zeitfrage,

aber man ist auch von dem konkreten Erfolg, der dadurch bewirkt wird, nicht überzeugt.

Matthias Gemeinhardt nutzt die neuen Möglichkeiten hingegen schon. Auf der Firmen-Website veröffentlicht er Blog-Beiträge und bei Facebook hat er ein Profil. »Das gehört zu einem modernen Unternehmen dazu, wir haben auch die Ressourcen dazu«, begründet er dies. Er könne aber auch jeden verstehen, der die sozialen Netzwerke nicht nutzen will. »Es ist nett, aber ich würde nicht sagen, dass es sich lohnt.« Eine »echte« Geschäftsanbahnung könne er auf den Plattformen nicht feststellen. »Aber vielleicht unterstützen sie es.«

Kontinuierliche Fortbildung

Bleibt noch die laufende Weiterbildung, die eine Basis des Geschäftserfolgs ist. »Man muss jeden Tage daran arbeiten, dass das Kompetenzniveau hoch bleibt«, sagt Brigitte Rudolph. Sowohl bei technischen Fragen, aber auch gesetzlichen will sie auf dem Laufenden bleiben und erwartet das auch von ihren Mitarbeitern. Die Weiterbildung über Batteriespeicher war solch ein Thema. Viele Handwerksbetriebe waren zu Anfang noch zögerlich, ob sie die neue Technologie, die sich noch in den Kinderschuhen befand, anbieten sollten. Doch spätestens als immer mehr Anfragen für Batteriespeicher kamen, haben viele das Sortiment erweitert. Und wenn es nur aus Werbezwecken war.

Ein aktuelles Fortbildungsthema ist das EEG 2017, das deutlich komplexer geworden ist. »Man muss es kennen, um gut beraten zu können«, sagt Brigitte Rudolph, die mit ihren Mitarbeitern Ende 2016 an dieser Weiterbildung teilnahm.

Schaut man sich die Erfolgsrezepte an, so lässt sich feststellen, dass viele alterprobte Marketingmaßnahmen wie Solarspaziergänge und Vorträge darunter sind. Der größte Unterschied ist sicher, dass nun aktiv, mit neuen Argumenten – Stichwort Eigenverbrauch – und neuen Technologien – Stichwort Speicher – verkauft werden muss und dass es ohne andere Geschäftsbereiche nicht mehr geht. Photovoltaik ist nicht mehr das Zugpferd, sondern ein Bereich der Haustechnik wie andere auch.

Ina Röpcke

Weitere Informationen:

Gemeinhardt AG: www.gemeinhardt.ag
Gerold Weber Solartechnik:
www.GeroldWeberSolartechnik.de
Grundler Energietechnik:
www.grundler-energietechnik.de
Sonnenkönig: www.sonnenkoenig.org