



JAHRESBERICHT

20



16



ZENTRALVERBAND  
SANITÄR  
HEIZUNG KLIMA

**Impressum:****Herausgeber:**

Zentralverband Sanitär Heizung Klima  
Rathausallee 6 · 53757 St. Augustin  
Tel.: (0 22 41) 92 99-0 · Fax: (0 22 41) 2 13 51  
info@zvshk.de · www.zvshk.de

**Verantwortlich:**

Andreas Müller  
Hauptgeschäftsführer

**Weitere Adressen:**

Hauptstadtrepräsentanz des Zentralverbands  
Sanitär Heizung Klima  
Am Neuen Markt 11 · 14467 Potsdam  
Tel.: (0331) 20 08 30-0 · Fax: (0331) 20 08 30-9  
potsdam@zvshk.de

Geschäftsstelle des Berufsförderungswerks  
des Gebäude- und Energietechnikhandwerks e.V.  
Am Neuen Markt 11 · 14467 Potsdam  
Tel.: (0331) 74 38 16-0 · Fax: (0331) 74 38 16-9  
bfw@zvshk.de

Überwachungsgemeinschaft Technische Anlagen  
der SHK-Handwerke e.V.  
Rathausallee 6 · 53757 Sankt Augustin  
Tel.: (0 22 41) 92 99-500 · Fax: (0 22 41) 92 99-510  
info@uewg-shk.de · www.uewg-shk.de

**Konzeption und Redaktion:**

Frank Ebisch  
Kommunikation & Strategie  
f.ebisch@zvshk.de

Unter Verwendung einiger Textpassagen  
aus unseren Verbandsorganen ikz/sbz  
mit freundlicher Genehmigung des Gentner-  
und des Strobel-Verlages

**Gestaltung/Satz:**

Eins 64 – Grafik-Design für Verbände  
www.eins64.de

**Fotograf/Urheber:**

Nils Kemmerling

**Druck:**

Bayleydruck GmbH

**Stand:**

Juli 2017



# ZEIT ZU STARTEN

JAHRESBERICHT 2016



ZENTRALVERBAND  
SANITÄR  
HEIZUNG KLIMA

# INHALT





06	<b>EDITORIAL</b>
08	<b>ZEIT ZU STARTEN</b>
12	<b>RAHMENBEDINGUNGEN</b>
18	<b>GESCHÄFTSVERLAUF</b>
22	<b>BESCHÄFTIGTE</b>
28	<b>BERUFSBILDUNG</b>
34	<b>POLITISCHE ARBEIT</b>
44	<b>RECHT</b>
52	<b>KOMMUNIKATION</b>
60	<b>VERANSTALTUNGEN</b>
66	<b>MARKETING</b>
74	<b>TECHNIK</b>
82	<b>ÜBERWACHUNGSGEMEINSCHAFT</b>
86	<b>BERUFSFÖRDERUNGSWERK</b>
90	<b>DIE LANDES- UND FACHVERBÄNDE DES ZVSHK</b>

## Sehr geehrte Damen und Herren! Liebe Freunde des SHK-Handwerks!



ZEIT ZU STARTEN – diese eindeutige Aufforderung zum Handeln ist nicht allein die Botschaft unserer neuen bundesweit einheitlichen Nachwuchswerbekampagne.

ZEIT ZU STARTEN – dieser eindringliche Aufruf zum Aufbruch beschreibt zugleich die Folgen des Wechsels in der haupt- und ehrenamtlichen Führung des Zentralverbandes im Herbst 2016. Die neue Leitung hat einen neuen Kurs vorgegeben, der die verschiedenen Entscheidungsebenen unserer Verbandsorganisation enger zusammenführt.

Das ist kein radikaler Strategiewechsel. Aber es ist Ausdruck einer sehr bewussten Hinwendung zu dem wichtigsten Akteur unseres organisierten Handwerks: dem einzelnen Innungsbetrieb. Sein wirtschaftlicher Erfolg ist der alleinige Bezugspunkt unseres Handelns.

Der Betrieb steht im Mittelpunkt der Verbandsarbeit. Und dies gilt für alle Ebenen der Organisation. Hier

müssen Innungen, Landesverbände und der Zentralverband an einem Strang ziehen, um den Größenvorteil unserer organisierten Gewerke in einen entsprechenden Markterfolg umzumünzen.

Jede Organisationseinheit – ungeachtet ihrer Größe – bleibt aufgefordert, die ihr gestellten Aufgaben ernsthaft und professionell zu erfüllen. Das schulden wir unseren Mitgliedern. Sie erwarten nichts weniger von ihrer Verbandsorganisation, als mit ihren Interessen, Wünschen, Sorgen und Nöten erfolgreich vertreten zu werden.

Zugleich müssen wir als Interessenvertreter unserer vier Gewerke vorausschauen und rechtzeitig Aufgaben oder auch Risiken entdecken, die unsere Betriebe vielleicht erst mittelfristig betreffen werden. Diese Aufgaben und Risiken zu identifizieren, sie zu bewerten und entsprechende Antworten zu finden – das ist in der Tat eine der Hauptaufgaben des Zentralverbandes. Hier gilt es, das große Ganze im Blick zu behalten – die Politik, die Gesellschaft, die Öffentlichkeit und die eigene Branche!

Schauen wir dabei gar nicht auf mögliche konjunkturelle Schwankungen, die die aktuell gute wirtschaftliche Lage unserer Betriebe negativ beeinflussen könnten. Der Blick nach vorne offenbart allein schon ein erhebliches Risikopotenzial, das die Zukunft unseres Handwerks nachhaltig beeinflussen kann.

Das Themenspektrum reicht dabei von A bis Z. Von Abfallbeseitigung bis hin zu den zentralen Heizungssystemen. Und wir müssen uns dabei nicht nur der Herausforderung der sich ausbreitenden Fernwärme-

netze stellen. Zu klären ist: Wie stehen wir zum politischen Ziel der Dekarbonisierung im Wärmemarkt? Wie halten wir es mit der Sektorkopplung? Welche Bedeutung hat zukünftig die Energiespeicherung bei volatiler Strom- und Wärmeerzeugung? Welche Folgen haben die digitale Kundenbindung und die Digitalisierung der Geschäftsprozesse für unsere Betriebe?

Dies ist nur eine kurze Auflistung ausgewählter Faktoren, die eine proaktive Verbandsarbeit mit Ausblick auf die nächsten Jahre bestimmen werden. Sie charakterisiert die Agenda unseres Handelns und wird in den nächsten Jahren eher länger denn kürzer werden.

Voraussetzung für eine erfolgreiche Abwehr der aufgezeigten Risiken und Herausforderungen bleibt die Stärke und die Geschlossenheit unserer Verbandsorganisation – sprich: die Leistungsfähigkeit der einzelnen Organisationsstufen.

Wir wissen, dass sich unsere Branchen- und Marktpartner auf Handwerksseite einen durchsetzungsstarken Partner wünschen. Mit Blick auf die Vertretungen von Industrie und Großhandel geht uns dies umgekehrt nicht anders. Denn viele der vor uns liegenden Aufgaben sind nur gemeinsam im Branchenverbund zu lösen.

Aber das gilt längst nicht für alle. Wir wollen nicht darüber hinwegsehen, dass Partikularinteressen der einzelnen Vertriebsstufen den Anspruch auf Geschlossenheit unterlaufen und der Branche insgesamt Probleme schaffen, die sich mit gutem Recht als rein hausgemacht bezeichnen lassen.

Das gilt ausdrücklich nicht für das Problem der Nachwuchsgewinnung. Der Leidensdruck der Branche ist hier inzwischen so groß, dass unsere Maxime „Nachwuchswerbung ist Branchenaufgabe“ unsere Partner bei Industrie und Großhandel darin überzeugt hat, an einem Strang zu ziehen. Für unsere 2016 gestartete Nachwuchswerbekampagne ZEIT ZU STARTEN haben wir aus beiden Vertriebsstufen Sponsoren gewinnen können, die unsere Arbeit zur Nachwuchsgewinnung erheblich befördern.

Den vorliegenden Jahresbericht über unsere Leistungen aus dem Jahr 2016 haben wir in Aufmachung und Gestaltung ganz bewusst auf unsere Kampagne ausgerichtet. Sie zeigt zum einen den schönsten, besten und zukunftsweisendsten Handwerksberuf in Deutschland. Zum anderen umreißt sie das größte Risiko, das unserer Branche in den nächsten Jahren droht: den Fachkräftemangel.

Setzen wir unsere ganze Kraft dafür ein, dass unser Handwerk Zukunft hat.

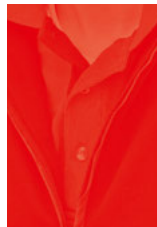
Friedrich Budde  
Präsident

Andreas Müller  
Hauptgeschäftsführer





# ZEIT ZU STARTEN



Das Jahr 2016 war das wärmste je gemessene. Politisch betrachtet war es aber kein besonderes Jahr; es war kein Epochenjahr, kein Wendejahr. Dennoch erscheint es im Rückblick als ein Jahr der Brüche. In seiner politischen Analyse dominieren Unordnung, Unsicherheit und Unruhe. Kriege, Konflikte und Krisen machten das Jahr 2016 weltweit zu einem Jahr der Destabilisierung. Vertraute Sicherheiten gingen verloren. Die Zukunft erscheint nach 2016 weniger berechenbar.

Dies sind zumindest die Eindrücke und Ängste, die in Deutschland vorherrschen. Nicht nur im Blick nach außen, wo sich den Deutschen die Vorstellung aufdrängt, der Fortbestand der Europäischen Union stehe nach dem Brexit in Frage und die transatlantische Partnerschaft habe mit der Wahl von Donald Trump zum US-Präsidenten eine kaum tragbare Belastung erfahren. Auch im Blick nach innen haben bewährte Denk- und Verhaltensmuster Risse erhalten. Der internationale Terror, der Deutschland lange Zeit verschont hatte, ist angekommen im eigenen Land. Das Thema Sicherheit ist damit weit nach oben auf der politischen Agenda der Deutschen gerückt.

Psychologisch nachvollziehbar hat diese Reaktion eine Entwicklung verstärkt, die sich erstmals vor acht Jahren als Folge der internationalen Finanzkrise mit Nachdruck offenbart hat: den Rückzug der Deutschen ins Private verbunden mit einer hohen Investitionsbereitschaft in Haus und Wohnung. Die eigenen vier Wände bieten den Menschen Sicherheit in unsicheren Zeiten. Dies gilt angesichts der Irrungen und Wirrungen auf den Finanzmärkten ebenso wie bei aufkommenden Bedrohungsängsten im Alltag.

Deutschlands Installateure und Heizungsbauer haben davon nolens volens wirtschaftlich profitiert. Das gilt ebenso für die Klempner, Ofen- und Luftheizungsbauer sowie Behälter- und Apparatebauer – allesamt Gewerke, die von der Verbandsorganisation des SHK-Handwerks vertreten werden.

Seit dem Jahr 2008 zeigt die Umsatzkurve des SHK-Handwerks stetig nach oben. Für 2016 konnte der Zentralverband Sanitär Heizung Klima mit 41,7 Milliarden Euro einen Rekordumsatz vermelden. Zehn Jahre zuvor lag der Umsatz noch bei 30,6 Milliarden Euro. Und wie konnte es anders sein? Umsatztreiber war wie schon in den Jahren zuvor das Modernisierungsgeschäft bei Bädern und Heizungen.

Das SHK-Handwerk schwimmt so gesehen auf einer Erfolgswelle, die aller Voraussicht nach auch im Jahr 2017 nicht brechen wird. Es geht stetig weiter bergauf. Die Werte für den Auftragsvorlauf erreichen in ihrer Durchschnittszeit für das SHK-Handwerk in ganz Deutschland bisher unbekannte Regionen. Die Prognosen für die Welt- und die Binnenkonjunktur verheißen einen stabilen Aufschwung.

Veränderungen im Markt und bei den Vertriebswegen hat das organisierte Handwerk im Blick. Das große Thema Digitalisierung wird als Herausforderung angenommen und in seiner Ausgestaltung an die Bedürfnisse des mittelständisch geprägten Handwerks angepasst. Aktuell zeigt sich den mehr als 51.000 Betrieben eigentlich kein nennenswertes Problem, was nicht zu beherrschen wäre.

Eigentlich! Denn über allen Erfolgsmeldungen schwebt das Damoklesschwert der einen großen und bedrohlichen Herausforderung: die des Fachkräftemangels. Das Handwerk, das in seinem Selbstverständnis die Zukunft Deutschlands in wesentlichen Teilen entscheidend mitprägen wird, muss um die eigene Zukunft fürchten. Das Sanitär-, Heizungs- und Klimahandwerk ist ein Mangelberuf. Es fehlen Fachkräfte und Auszubildende.

Bei der aktuellen Bestandsaufnahme der Chancen und Risiken des SHK-Handwerks in Deutschland und in deutschsprachigen Nachbarregionen lässt sich mit Fug und Recht feststellen, dass das Sanitär-, Heizungs- und Klimahandwerk nur ein nennenswertes Problem hat: die eigene Nachwuchssicherung.

Es war daher schon 2016 höchste ZEIT ZU STARTEN. Mit der gleichnamigen bundesweit angelegten Nachwuchswerbung hat die SHK-Verbandsorganisation unter Führung des Zentralverbandes damit begonnen, junge und ausbildungswillige Schülerinnen und Schüler für eine Ausbildung in den vier Gewerken des SHK-Handwerks zu gewinnen.

## BEHÄLTER- UND APPARATE- BAUER/-IN



Der Behälter- und Apparatebauer ist Profi für leistungsfähige Anlagen. Er stellt Kessel und Behälter für die Nahrungsmittel- und Getränkeindustrie her, die vieles aushalten müssen.

Kraft und Köpfchen sind gefragt! Der Behälter- und Apparatebauer plant nicht nur und fertigt technische Zeichnungen an, sondern setzt seine Ideen für Behälter und Apparate anschließend um. Löten und Schweißen gehören zu den täglichen Arbeiten. Zudem ist er zuständig für die Wartung und Reparatur.









# RAHMENBEDINGUNGEN IN POLITIK, WIRTSCHAFT UND GESELLSCHAFT

Der zunehmende Fachkräftemangel ist nicht allein ein Problem des Handwerks; aber er trifft das Handwerk in besonderem Maße. Nach dem aktuellen Berufsbildungsbericht des Bundesministeriums für Bildung und Forschung zählten 2016 etliche Gewerke zu den „unbeliebten Ausbildungsberufen“. Neben dem Fleischer und Bäcker, dem Beton- und Gerüstbauer findet sich darunter auch der Beruf des Klempners. Fast 26 Prozent der angebotenen Ausbildungsplätze konnten im Jahr 2016 bei den Klempnern nicht besetzt werden.

Endgültig vorbei scheinen die Zeiten, in denen jährlich hunderttausende Jugendliche vergeblich nach einem Ausbildungsplatz suchten. Die gute Wirtschaftslage und der steigende Bedarf an Fachkräftenachwuchs hat dazu geführt, dass sich das Angebot an betrieblichen Ausbildungsplätzen 2016 weiter erhöht hat. Dieses Angebot traf jedoch auf einen demografisch bedingten Rückgang von Schulabgängern. Gleichzeitig haben sich immer mehr Abiturienten entschlossen, lieber gleich ein Studium zu beginnen, „als sich in einem Betrieb die Finger schmutzig zu machen“, wie die FAZ kommentierte.


Die Zahl der neu abgeschlossenen Ausbildungsverträge lag im Berichtsjahr bei rund 530.000. Das sind

annähernd so viele wie im Jahr 2015; allerdings deutlich weniger als noch vor fünf Jahren, als fast 570.000 Lehrverträge abgeschlossen wurden. Blieben damals 30.000 Ausbildungsplätze unbesetzt, sind es jetzt bereits 43.000. Dagegen haben 2016 weit über 500.000 Menschen ein Studium an Deutschlands Universitäten aufgenommen – fast doppelt so viele, wie zwanzig Jahre zuvor!

Diese nackten Zahlen verdeutlichen das Grundproblem im deutschen Lehrstellenmarkt und damit auch ein Grundproblem der dualen Ausbildung. Deutschlands Jugendliche drängen an die Hochschulen. Die akademische Ausbildung verspricht ein Leben „auf der Sonnenseite des Arbeitsmarktes“, wie es Joachim Möller, der Direktor des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung formuliert hat. Das schließt die besseren Verdienstmöglichkeiten ein.

Das Thema Digitalisierung wird diesen Trend weiter verschärfen. Hierauf angemessen zu reagieren, fällt der dualen ungleich schwerer als der akademischen Ausbildung. Dies zeigt schon ein kurzer Blick auf Strukturen oder Ausbildungsverordnungen.

Und selbst wenn die von vielen Branchen umworbenen Abiturienten sich für eine berufliche Ausbildung



entschließen – das haben 2016 immerhin 28 Prozent von ihnen getan – hat das nicht uneingeschränkt positive Auswirkungen auf den Lehrstellenmarkt. Denn dadurch verbauen sie oftmals den weniger qualifizierten Schulabgängern – vor allem den Hauptschülern – den Weg in das duale System.

Das bekam insbesondere das Handwerk zu spüren. „Allein im Handwerk konnten im vergangenen Jahr rund 14.000 Ausbildungsstellen nicht besetzt werden. Gerade kleinere Betriebe haben zunehmend Probleme, Nachwuchs zu finden“, erklärte Hans Peter Wollseifer, Präsident des Zentralverbandes des Deutschen Handwerks (ZDH) bei Vorstellung des Berufsbildungsberichtes. Der Anteil der unbesetzten Ausbildungsstellen am gesamten betrieblichen Angebot im Handwerk lag damit mit 9,4 Prozent deutlich über jenem für die Gesamtwirtschaft (8,0 Prozent).

Inwieweit auf längere Sicht die Integration von jungen Migranten in den Ausbildungsmarkt den Fachkräftemangel in Deutschland abschwächen oder gar beseitigen wird, ist aktuell nur schwer zu prognostizieren. Bisher haben „Bewerberinnen und Bewerber mit Fluchthintergrund, soweit statistisch erfassbar, [...] noch keinen maßgeblichen quantitativen Einfluss auf die Aus-

bildungsbilanz 2016“, vermeldete der Berufsbildungsbericht. Der ZDH-Präsident sieht das Handwerk jedenfalls beim Thema Integration gut aufgestellt: „2016 befanden sich bereits knapp 4.600 junge Menschen aus den acht häufigsten Asylzugangsländern (Afghanistan, Eritrea, Irak, Iran, Nigeria, Pakistan, Somalia und Syrien) in Ausbildung. Etliche weitere Tausend junge Menschen mit Bleibeperspektive befinden sich in Praktika, Berufsorientierungsmaßnahmen oder in Ausbildungsvorbereitungskursen.“

In den Jahren 2015 und 2016 sind nach Angaben der Bundesregierung 1,2 Millionen Migranten nach Deutschland gekommen. Die überwiegende Anzahl der Neuankömmlinge absolviert Deutsch- und Integrationskurse; sie sind demnach auf dem Arbeitsmarkt noch gar nicht angekommen. Zu Beginn des Jahres 2017 hat die Bundesagentur für Arbeit nur 146.000 Menschen aus den acht wichtigsten nichteuropäischen Asylherkunftsländern als erwerbssuchend gemeldet.

Die Integration der Flüchtlinge in den Arbeitsmarkt wird folglich eine der großen Herausforderungen der im Herbst 2017 neu gewählten Bundesregierung werden. Im Jahr 2016 war die Politik in der Flüchtlingskrise eher gefordert, die unmittelbaren Voraussetzungen für



eine Aufnahme und Verteilung der Migranten zu schaffen. Beim Bau oder Umbau von Flüchtlingsunterkünften gingen die Betriebe des SHK-Handwerks – ohnehin in einer Hochkonjunkturphase – oftmals an ihre Leistungsgrenze, um die entsprechenden Gebäude möglichst schnell bezugsfertig zu machen.

Schon zum Jahresende 2015 hatte die Große Koalition aus CDU/CSU/SPD 80 Prozent des zwei Jahre zuvor unterzeichneten Koalitionsvertrages nach eigener Einschätzung abgearbeitet. Diese positive Eigendarstellung der Regierungsleistung erntete naturgemäß nicht nur Zustimmung. Vor allem die Wirtschafts- und Sozialpolitik der Regierung Merkel weckte immer wieder Kritik.

Marcel Fratzscher, Präsident des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung (DIW) in Berlin, Professor für Makroökonomie und Finanzen an der Berliner Humboldt-Universität und Mitglied im Beirat des Bundesministeriums für Wirtschaft, fasste die Ablehnung in einem SPIEGEL-Interview im Frühjahr 2016 wie folgt zusammen: „Die gesamte Bundesregierung hat sich in den vergangenen drei Jahren eigentlich um nichts anderes gekümmert als um Verteilungsfragen. Es wurden

unablässig Wahlgeschenke verteilt. Ob Rente mit 63, Mütterrente, Mindestlohn oder Mietpreisbremse – es ging immer darum, einer bestimmten Klientelgruppe etwas zu geben.“

Stattdessen mangelt es in Deutschland an staatlichen Investitionen. 2016 konnte Bundesfinanzminister Wolfgang Schäuble 316,9 Milliarden Euro ausgeben. Davon entfielen 161,5 Milliarden Euro auf Sozialausgaben. Und während fast ein Drittel des Bundeshaushaltes zur Unterstützung der Rentenkassen gebraucht wurde, fehlte es an Investitionen in die Zukunft.

Weltweit niedrige Zinsen und Ölpreise, ein schwacher Euro und moderate Lohnsteigerungen haben der deutschen Wirtschaft einen konstanten Aufschwung ermöglicht und den öffentlichen Haushalten stetig steigende Steuereinnahmen verschafft. Gleichzeitig hat sich Deutschland unter der Kanzlerschaft Angela Merkels zum „Weltmeister im Schröpfen“ entwickelt. Von 2005 bis 2015 stiegen die Löhne in Deutschland pro Jahr um etwa 2 Prozent; das Aufkommen der Lohn- und Einkommenssteuer erhöhte sich dagegen pro Jahr um 6 Prozent. Statt von den stetig steigenden Steuerein-



nahmen den Bürgerinnen und Bürgern endlich ihr hart verdientes Geld zurückzugeben, dominiert im aufkommenden Bundestagswahlkampf das Schlagwort von der „sozialen Ungerechtigkeit“ – mit allen seinen zu erwartenden Implikationen weiter anschwellender Umverteilungen und Transferleistungen. Und die immer wieder einmal von der Politik beschworenen „Investitionsoffensiven“ verlaufen im Sande.

Über kurz oder lang verschafft sich eine solche von vielen Wirtschaftsexperten als „kurzsichtig“ gezei belte Politik gewaltige Probleme. Dann nämlich, wenn die Konjunktur kippt und die Zinsen wieder steigen. Wie schwer und politisch selbstmörderisch es ist, einmal gewährte soziale Ansprüche wieder zu beschneiden, hat die Durchsetzung der Agenda 2010 gezeigt.

Dieses strategisch risikoreiche Handeln steht im Widerspruch zum Regierungsanspruch, die Lebensqualität der Bürgerinnen und Bürger in den Fokus der eigenen Arbeit zu stellen. „Gut leben in Deutschland – was uns wichtig ist“ heißt der Regierungsbericht aus dem Jahr 2016, der dazu dient, „Stand und Entwicklung der Lebensqualität in Deutschland zu beschrei-

ben und messbar zu machen“. Im Ergebnis zeigt der Bericht, dass die Menschen in Deutschland vor allem ihre persönliche Unversehrtheit und soziale Absicherung wertschätzen. Staatliche Eingriffe sind da gewünscht, wo sie der Zufriedenheit der Bürgerinnen und Bürger dienen; als signifikantes Beispiel hierfür kann die Forderung nach mehr bezahlbarem Wohnraum im Bericht gelten. Denn: „Wohnen gehört zu den Grundbedürfnissen der Menschen und ist damit zentral für ihre Lebensqualität.“

Auch das Thema Umwelt ist ein wichtiger Faktor für den Grad der Zufriedenheit in Deutschland. Der Bericht dokumentiert „zahlreiche Bezüge zwischen Umweltbelastungen und persönlichem Wohlbefinden (...). Zu den gesunden Lebensbedingungen gehören demnach insbesondere saubere Luft und Wasser, gesunde Lebensmittel und eine geringere Lärmbelastung.

Den hohen Stellenwert des Umweltschutzes bei den Deutschen belegt auch eine Studie, die das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMBU) 2016 beauftragt hat. Demnach rangiert der Umweltschutz bei den als wichtig erkann-



ten gesellschaftlichen und politischen Problemen auf dem dritten Platz – hinter Zuwanderung und Kriminalität. Allerdings attestiert die Mehrheit der Bundesbürger beim Klimaschutz nur wenig Fortschritte; sie sieht dabei vor allem die Bundesregierung in einer Bringschuld.

Dem Hause Hendricks indes fiel es leicht, diese Forderung an die Bevölkerung zurückzugeben. Denn die Studie offenbarte in erschreckender Weise eine „Bewusstseinsstörung“ (Süddeutsche Zeitung) im vermeintlich umweltbewussten Handeln der Bevölkerung. Nur eine Minderheit, so zeigte sich, ist wirklich bereit, im Sinne eines aktiven Klima- und Umweltschutzes das persönliche Verhalten zu ändern und – etwa bei Nutzung eines Autos – einzuschränken.

Kontinuierliche Zuwanderung, innere Sicherheit, hohe Lebensqualität, bezahlbarer Wohnraum, inkonsequentes Umweltbewusstsein: Die gesellschaftliche Befindlichkeit war 2016 von zahlreichen Einflussfaktoren geprägt. Was bei dieser Aufzählung sicherlich noch fehlt, ist der Passus der demografischen Entwicklung.

Seit dem Jahr 2012 veranstaltet die Bundesregierung jährlich einen sogenannten Demografie Gipfel. Die Politik diskutiert hier mit Sozialpartnern, Verbänden, der Wissenschaft und gesellschaftlichen Gruppen demografiepolitische Entwicklungen und Maßnahmen. Und das Problem der Überalterung der Gesellschaft wird immer dringlicher – trotz steigender Frauenerwerbsquote, trotz Zuwanderung und trotz eines angehobenen Renteneintrittsalters. Bekannt ist dieses Problem schon lange. Mittlerweile wächst es sich aber zu einer ernsthaften Bedrohung von Produktivität und Wirtschaftswachstum aus.

Nach validen Schätzungen wird die Zahl der Erwerbstätigen in Deutschland von 53,4 Millionen im Jahr 2014 bis 2030 um rund fünf Millionen zurückgehen. Bis 2060 folgt ein weiterer Verlust von 10 Millionen. Damit einhergehen wird das Absinken der Wachstumsraten, falls es der deutschen Wirtschaft unter diesen Rahmenbedingungen überhaupt noch gelingt zu wachsen. Denn es fehlen nicht nur Arbeitskräfte; es fehlen auch ausgabefreudige Konsumenten. Ein Beispiel: Aktuell mag dieses Szenario gerade mit Blick auf den hohen Bedarf an altersgerechten Wohnungen unwahr-

scheinlich erscheinen. Aber alles in allem braucht eine alternde Gesellschaft weniger Wohnraum. Und diese Aussicht wird zwangsläufig die Investitionstätigkeit im Wohnungsbau beeinträchtigen.

Ohnehin lässt offensichtlich dieser Ausblick in die Zukunft Unternehmen in Deutschland schon heute weniger investieren; immer mehr Geld wird stattdessen nach Einschätzung etwa der Bank of America zurückgelegt, um die höheren Lasten durch Betriebsrenten auszugleichen.

Gesellschaft und Wirtschaft stehen also in Deutschland „am demografischen Scheideweg“ (DIE WELT). Auf die Veränderung der Lebensweisen infolge des demografischen Wandels müssen sich die Unternehmen einstellen, wenn sie zukunftsfähig bleiben wollen. Das gilt auch für die Betriebe des SHK-Handwerks. Das Geschäftsfeld altersgerechtes Bad oder Pflegebad wird in den nächsten Jahren deutlich an Bedeutung zunehmen.

Das gesamtwirtschaftliche Wachstum wird in absehbarer Zukunft durch die Alterung und den Bevölkerungsrückgang sinken; gleichzeitig baut die Politik den Sozialstaat aus und beansprucht immer mehr von dem, was der einzelne Bundesbürger erwirtschaftet. Keine guten Aussichten für eine anhaltend positive Konjunktur.

Aktuell jedoch ist die wirtschaftliche Lage glänzend. Den Deutschen geht es so gut, wie selten zuvor. Löhne und Renten steigen. Die Zahl der Erwerbstätigen erreicht Rekordhöhen. 43,7 Millionen Menschen standen zum Jahresende 2016 in einem Arbeitsverhältnis. Und aller internationaler Krisen zum Trotz ist die deutsche Wirtschaft 2016 überraschend kräftig gewachsen. Das Bruttoinlandsprodukt stieg um 1,9 Prozent und damit so stark wie seit 2011 nicht mehr. Ein Hauptgrund lag laut Statistischem Bundesamt in der ungebrochenen Kaufkraft der Verbraucher.

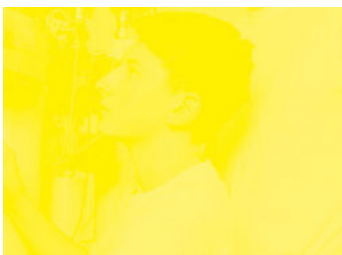
Für das laufende Jahr 2017 erwarten die führenden Wirtschaftsforschungsinstitute gemäß Frühlingsgutachten ein Wachstum von 1,5 Prozent. Schon macht das Wort von der „Goldlöckchen-Ökonomie“ die Runde – einem ungebrochenen Aufschwung im richtigen Tempo, der das Auf und Ab der gängigen Konjunktur-



zyklen abgeschafft zu haben scheint. Ob dieser „Sorglos-Aufschwung“ tatsächlich Bestand haben wird, wird allerdings stark davon abhängen, wie sich die Stimmung der beteiligten Akteure entwickelt.

Die Stimmung innerhalb der SHK-Branche ist jedenfalls bestens. In allen Segmenten, von der Sanitärtechnik über Heizung, Lüftung und Klima, zeigen sich stabile Wachstumsraten. Im Vergleich mit anderen Branchen des deutschen Mittelstandes liegt die SHK-Branche jedoch bei der Umsatzentwicklung oder der Ertragsquote deutlich hinten. Die Unternehmensbe-

ratung Munich Strategy Group (MSG) spricht in einer aktuellen Untersuchung von der SHK-Branche als „Underperformer“. Das meint zuvörderst die Hersteller, schließt das verarbeitende Gewerbe aber letztlich mit ein. Der Hauptgrund: die Digitalisierung. „Während andere Industrien in den letzten Jahren bereits tiefgreifende Veränderungen vollzogen haben und die Ernte in Form von besseren Prozessen und Produktinnovationen eingefahren haben, verhielt sich die SHK-Branche den neuen Technologien gegenüber eher zurückhaltend“, konstatiert die MSG.



# GESCHÄFTSVERLAUF

Das Sanitär-, Heizungs- und Klimahandwerk hat im Berichtsjahr 2016 mit 41,7 Milliarden Euro einen Rekordumsatz erwirtschaftet. Zehn Jahre zuvor lag der Umsatz noch bei 30,6 Milliarden Euro. Wachstumstreiber war das Modernisierungsgeschäft bei Bädern und Heizungen im Altbau. Hier lag der Umsatzanteil bei 72 Prozent. Hauptkundengruppe waren mit einem Anteil von 61,4 Prozent die privaten Auftraggeber – gefolgt von gewerblichen Kunden (16,5 Prozent), Wohnungsbau-Gesellschaften (13,1 Prozent) und der öffentlichen Hand (9 Prozent).

Die durchgehend gute Stimmung im SHK-Handwerk war allerdings getrübt durch den immer spürbarer werdenden Fachkräftemangel. Denn dem Umsatzwachstum stand nur ein geringes Beschäftigungswachstum gegenüber. Die Zahl der Beschäftigten wuchs trotz der äußerst stabilen Auftragslage 2016 nur um ein Prozent auf 368.397 Mitarbeiter. Dabei suchte fast die Hälfte aller Betriebe im Jahr 2016 personelle Verstärkung.

Die über die 17 Landesverbände im Zentralverband organisierten 24.000 Innungsbetriebe haben mit ihren rund 215.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern rund zwei Drittel zum Gesamtumsatz beigetragen. Sie sind im Vergleich zu den nicht organisierten Betrieben deutlich


größer und umsatzstärker. Der durchschnittliche Umsatz je Innungsbetrieb ist mit rund einer Million Euro doppelt so hoch wie der eines Nichtinnungsmitgliedes.

Die Installationsleistung war entsprechend groß. Jeder Innungsbetrieb hat im Jahresdurchschnitt 21,3 Heizungsanierungen im Bestand und 10,3 Heizungsinstallationen im Neubau durchgeführt. Im Geschäftsfeld Sanitär füllten 17,2 Badsanierungen im Bestand und 21,3 Badinstallationen im Neubau die Auftragsbücher pro organisiertem Betrieb.

Wie durchweg positiv sich diese Auftragslage auf die Stimmung innerhalb der organisierten Betriebe auswirkte, zeigte sich in den vier quartalsweise erhobenen repräsentativen Konjunkturumfragen des Zentralverbandes aus dem Berichtsjahr 2016. Die Indikatorwerte zur aktuellen Geschäftslage wurden gegenüber dem schon rekordverdächtigen Vorjahr nochmals übertroffen und erreichten neue Spitzenwerte.

Schon die Frühjahrsbefragung im Befragungszeitraum März und April 2016 offenbarte eine bemerkenswert positive Stimmungslage im SHK-Handwerk. Im Vergleich zum Frühjahr 2015 war der entsprechende Indikatorwert um mehr als vier Prozent auf jetzt +68 Prozent





angewachsen. Auch schätzten die befragten Innungsbetriebe ihre Geschäftslage für die nächsten sechs Monate mit +19,3 Prozent noch positiver ein als im Vorjahr (15,6 Prozent). Ein Umstand, der vor allem auf einen neuen Spitzenwert im Auftragsbestand zurückzuführen war: 9,7 Wochen durchschnittlichen Auftragsvorlauf vermeldeten die Betriebe in der bundesweiten Befragung. Dabei gaben rund 28 Prozent der Betriebe gestiegene Umsätze für die letzten drei Monate an. Für 61,9 Prozent war die Umsatzentwicklung – auf einem hohen Level – stagnierend. Die Betriebe in den alten Bundesländern schätzten ihren Umsatzverlauf etwas besser ein als die Unternehmen aus den neuen Ländern. Bei der Frage nach der aktuellen Situation in den einzelnen Geschäftsfeldern lag wie erwartet das Kundendienstgeschäft mit einem Indikatorwert von +73,4 Prozent vor Sanitär mit +66,2 Prozent und Heizung mit +58,8 Prozent. Im Vergleich zum Vorjahr waren auch diese Werte noch einmal deutlich angestiegen; und so offenbarte bereits die Konjunkturumfrage im 1. Quartal 2016 beste Aussichten auf den zukünftigen Geschäftsverlauf.

Die Konjunkturumfrage im 2. Quartal bestätigte diesen Positivtrend. Bei der Einschätzung ihrer aktuellen Geschäftslage zeigten die befragten Betriebe einen wei-

ter angestiegenen Optimismus. Auf +68,8 Prozent war der entsprechende Indikatorwert angewachsen – eine leichte Verbesserung gegenüber dem Frühjahr; aber eine deutliche Steigerung um acht Prozent gegenüber dem Vergleichszeitraum im Sommer 2015. Auch die aktuelle Geschäftslage für die nächsten drei Monate zeigte bei der Befragung mit +18,8 Prozent einen weiter ansteigenden Stimmungstrend. Im Sommer 2015 lag der Indikatorwert noch bei +15,8 Prozent. Der Auftragsbestand war gegenüber dem Frühjahr noch einmal leicht angewachsen; und rund 28 Prozent der Innungsbetriebe gaben gestiegene Umsätze für die letzten drei Monate an. Im Ranking der Geschäftsfelder verteidigte der Kundendienst (+76,1 Prozent) im Sommer 2016 seinen Vorrang vor Sanitär (+71,2) und Heizung (+56,4 Prozent).

Die Herbstumfrage aus dem September 2016 untermauerte die positiven Prognosen des ZVSHK zu Jahresbeginn. Die Betriebe bewerteten ihre aktuelle Stimmungslage mit einem weiterhin ausgesprochen hohen Indikatorwert von +73,8 Prozent. Im Jahr zuvor lag er im Herbst bei +68,2 Prozent. Bei der Frage nach der zukünftigen Geschäftslage ergab sich mit +16,3 Prozent ein vergleichbarer Wert wie im Herbst 2015. Die Auftragsreichweite betrug jetzt 9,6 Wochen. Mit rund

35 Prozent berichteten zudem weit mehr Betriebe über gestiegene Umsätze als noch im Frühjahr und Sommer des Jahres. Bei der aktuellen Situation in den Geschäftsfeldern lag Sanitär im 3. Quartal mit +75 Prozent weiter deutlich vor der Heizung mit +63,8 Prozent

aber hinter dem Kundendienst mit +77,1 Prozent. Der Konjunkturbericht aus dem Herbst 2016 schloss mit dem Fazit: „Für den Rest des Jahres 2016 werden die öffentlichen und privaten Bauinvestitionen weiter anhaltend stark nachgefragt sein. Die verstärkte Geldan-



lage in die eigenen vier Wände wird das Sanierungsgeschäft stabil halten. Für die nächsten drei Monate ist folglich weiterhin mit einer stabilen Auftragslage zu rechnen.“

Und diese Prognose war keineswegs gewagt. Sie erwies sich als solide Einschätzung des Konjunkturverlaufs im 4. Quartal 2016. Der Indikatorwert für die aktuelle Geschäftslage stieg in der Winterumfrage sogar auf bisher unerreichte +78,3 Prozent. Im Jahr zuvor lag er bei +74 Prozent. Die zukünftige Lage bewerteten die befragten Betriebe weiterhin optimistisch mit +16,5 Prozent. Der Auftragsbestand lag insgesamt bei 9,3 Wochen; und rund 41 Prozent der Betriebe berichteten über gestiegene Umsätze im letzten Quartal. Im Spiegel der Geschäftsfeldentwicklung dokumentierte sich dieser stetig anwachsende Aufschwung mit Werten von +84 Prozent für den Kundendienst, +76,8 Prozent für Sanitär und +71,2 Prozent für die Heizung.

In Summe verdichteten sich die Umfrageergebnisse aus den vier Quartalen des Jahres 2016 zu dem bereits eingangs genannten Rekordergebnis von 41,7 Milliarden Euro. Bei aller Freude und Zufriedenheit über diesen wirtschaftlichen Erfolg des SHK-Handwerks steht aber auch die Frage im Raum: wie lange kann dieser konjunkturelle Höhenflug noch andauern? Der nächste Abschwung kommt bestimmt. Unklar ist nur wann!

Insgesamt erlebt die Weltwirtschaft zehn Jahre nach Ausbruch der Finanz- und Wirtschaftskrise einen Aufschwung. Gleichzeitig wachsen weltweit die Risiken für die politische Stabilität – mit allen Gefahren für den Welthandel. Deutschland, das im Mai 2017 einen neuen Außenhandelsrekord vermelden konnte, wäre hier von als Exportnation besonders betroffen.

Der Optimismus deutscher Unternehmen über den zukünftigen Konjunkturverlauf bleibt davon aber noch unberührt. Dies gilt auch für die Bauwirtschaft, die für 2017 mit einem Umsatzwachstum von fünf Prozent rechnet. Damit würden nach Angaben des Hauptver-

bandes der Deutschen Bauindustrie und des Zentralverbandes des Deutschen Baugewerbes die baugewerblichen Umsätze mit 112,2 Milliarden Euro den höchsten Wert der vergangenen zwanzig Jahre erreichen.

Wenn es denn so kommt, wäre das SHK-Handwerk an diesem Boom nennenswert beteiligt. Dessen Konjunkturverlauf zeigt sich zudem im Vergleich zur Gesamtwirtschaft in den letzten Jahren ohnehin stabiler. Um einen entsprechenden Vergleich zu ermöglichen, hat der Zentralverband einen eigenen Geschäftsklimaindex (dieser gilt nur für die Innungsbetriebe) analog dem ifo-Geschäftsklimaindex ermittelt. Es zeigt sich dabei ein insgesamt ähnlicher Verlauf, wobei einzelne Phasen unterschieden werden müssen. Die Wirtschaftskrise Anfang der Nullerjahre, die stark mit der Entwicklung im Baugewerbe zusammenhing, war in der Gesamtwirtschaft nicht so deutlich zu merken wie in den SHK-Handwerken. Dafür spürte das SHK-Handwerk die Wirtschafts- und Finanzkrise 2008 sehr viel weniger. Ein ähnlich starker Einbruch wie beim ifo-Geschäftsklimaindex ist für den Index der ZVSHK-Konjunkturumfragen in jenem Jahr nicht zu erkennen. In den letzten Jahren – und damit auch 2016 – fällt das Ergebnis für den ZVSHK besser aus. Hier liegt der ifo-Geschäftsklimaindex trotz eines positiven Wertes (über dem Mittelwert 100) deutlich hinter dem Ergebnis für die SHK-Innungsbetriebe.

Dementsprechend positiv fällt die Konjunkturprognose für 2017 aus. Der Zentralverband rechnet weiterhin mit einer stabilen Auftragslage der SHK-Innungsbetriebe. Das Modernisierungsgeschäft wird dafür der treibende Motor bleiben. Dazu werden auch die Investitionszuschüsse der KfW-Bank in die energetische sowie altersgerechte Modernisierung von Wohnungen und Häusern beitragen. Die stärksten Wachstumsimpulse dürften von Konsum- und Bauinvestitionen zu erwarten sein. Die Investition in Wohneigentum wird aufgrund niedriger Zinsen, steigender Mieten und hoher Arbeitsplatzsicherheit weiterhin attraktiv bleiben. Alles in allem sollte für das SHK-Handwerk ein Umsatzwachstum von 2,0 Prozent möglich sein.

# BESCHÄFTIGTE

Eine gut verlaufende Konjunktur ist auch immer förderlich für den Arbeitsmarkt. Die führenden Wirtschaftsinstitute in Deutschland sind sich ziemlich einig: Der Aufschwung wird weitergehen, die Wirtschaftsleistung 2017 um mindestens 1,5 Prozent wachsen. Auch wenn Michael Hüther, der Direktor des Instituts der Deutschen Wirtschaft, sagt: „Gemessen an klassischen Mustern läuft der gegenwärtige Aufschwung schon sehr lange und außergewöhnlich stetig. Das ist eigentlich ein Rätsel.“


Das heißt zugleich, die positive Entwicklung auf dem Arbeitsmarkt wird sich fortsetzen. 2017 könnte es deshalb zu einem historischen Rekord kommen – dann, wenn die Zahl der Beschäftigten im Jahresdurchschnitt auf 44 Millionen anwachsen wird. In einzelnen Monaten wurde diese Zahl zwar bereits erreicht – allerdings noch nicht im Jahresmittel.

Gestützt wird diese optimistische Prognose des Instituts der Deutschen Wirtschaft von einer Befragung unter 2.800 deutschen Unternehmen. 40 Prozent davon wollen in diesem Jahr neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einstellen. Dies deckt sich fast genau mit den Erhebungen des Zentralverbandes bei den organisierten SHK-Betrieben. Auf Basis der Konjunkturbe-

fragungen können Aussagen über den Arbeitskräftebedarf in den SHK-Handwerken getroffen werden. Als Indikator hierfür wird die Zahl der offenen Stellen herangezogen. Aus den Erhebungen geht hervor, dass derzeit fast die Hälfte der Betriebe (46,1 Prozent) Arbeitskräfte einstellen will. Dabei hat sich diese Zahl in den letzten Jahren erheblich verändert. Anfang des letzten Jahrzehnts, als die Baugewerke in einer tiefen Krise steckten, waren es teilweise weniger als zehn Prozent der Betriebe, die Mitarbeiter suchten. Nach 2005 erhöhte sich dieser Anteil fast kontinuierlich. Seit etwa drei Jahren ist auf einem sehr hohen Niveau eine Stagnation zu beobachten. Der Grund: Der Arbeitsmarkt gibt keine qualifizierten Fachkräfte mehr her.

Das gilt generell für die meisten Branchen; deshalb werden neu geschaffene Stellen vor allem von Fachkräften besetzt, die neu auf den hiesigen Arbeitsmarkt kommen (DIE WELT). Denn der Beschäftigungszuwachs senkt nicht in gleichem Maße die Arbeitslosigkeit. Hier sind es die Langzeitarbeitslosen und die Geringqualifizierten, die auch in einem boomenden Arbeitsmarkt wenig Chancen auf eine Beschäftigung haben. Flüchtlinge und Migranten mit mangelhaften Sprachkenntnissen und ohne berufliche Ausbildung





werden dieses Problem nach Expertenmeinung zukünftig verstärken.

Das SHK-Handwerk hat trotz der äußerst stabilen Geschäftslage im Berichtsjahr nur leichtes Beschäftigungswachstum von einem Prozent ausweisen können. Die quartalsweise erhobenen Konjunkturumfragen des Zentralverbandes konnten keinen bemerkenswerten Beschäftigungsaufbau registrieren. Knapp Dreiviertel der Innungsbetriebe gaben eine stagnierende Mitarbeiterzahl an; ein Fünftel informierte über eine gestiegene Mitarbeiterzahl. Am meisten werden von den SHK-Betrieben Mitarbeiter für die Montage oder den Kundendienst gesucht.

Das zeitigt Folgen in der Branche. Das Handwerk gerät immer stärker in Gefahr, von seinen Markt- und Branchenpartnern als Flaschenhals für eine breitere Marktdurchdringung angesehen zu werden. Nach einer aktuellen Befragung aus dem Mai 2017 sehen Unternehmer und Beschäftigte es mehrheitlich schon selbst so, dass sich der Fachkräftemangel im Handwerk über kurz oder lang negativ auf die Auftragsabwicklung auswirken wird (BauInfoConsult).

In den vergangenen acht Jahren konnte das SHK-Handwerk immerhin ein personelles Wachstum von 35.898 Beschäftigten verzeichnen – Wachstum, nicht Rückgang. In der gegenwärtigen Hochphase der Konjunktur reicht dieses Wachstum aber bei weitem nicht aus, um die bestehende Arbeitskräftenachfrage und den drohenden Abgang von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern auszugleichen, die die Pensionsgrenze erreichen. Vor diesem Hintergrund ist das SHK-Handwerk stärker denn je darauf angewiesen, den dringend erforderlichen Nachwuchs selbst auszubilden und bei den Betrieben zu halten.

### Zukunft durch Ausbildung

Während die Zahl der Beschäftigten seit 2008 zumindest leicht anstieg, fiel im gleichen Zeitraum die Kurve der Auszubildendenzahl im SHK-Handwerk von 35.697 auf 34.185. Der Blick zurück auf das Jahr 1998 mit einer Ausbildungszahl von 63.308 macht die ganze Dramatik deutlich, die in diesem Zahlenwerk steckt. Das zukunftssichernde Handwerk muss um die eigene Zukunft fürchten. Auch wenn zuletzt der Negativtrend gestoppt werden konnte. Seit 2013 steigen die Lehrverträge im SHK-Handwerk wieder leicht an.

Allerdings beschränkten sich die Zuwächse im Ausbildungsjahr 2016 auf lediglich zwei von vier Ausbildungsberufen im SHK-Handwerk: die Klempner und die Anlagenmechaniker. Während die Zahl der Auszubildenden bei den Klempnern um gerade 20 Lehrlinge auf jetzt 1.143 anwuchs, konnten die Anlagenmechaniker SHK immerhin ein Plus von 448 neuen Auszubildenden verbuchen. Stand heute streben damit 32.578 Auszubildende einen Berufsabschluss als Installateur und Heizungsbauer an.

Bemerkenswert daran ist: Der Zuwachs an Auszubildenden ging zurück auf einen Anstieg von Jugendlichen mit Migrationshintergrund. Ohne diesen Zulauf von 466 Auszubildenden hätte sich der Lehrlingsbestand im SHK-Handwerk rückläufig entwickelt. Der Anteil von Auszubildenden mit Migrationshintergrund ist mit 3.528 Personen so hoch wie noch nie.

Sorgen bereitet trotz des leichten Zuwachses von Lehrlingen im Jahr 2016 das Klempnerhandwerk. Hier besteht seit Jahren ein erhebliches Besetzungsproblem bei den angebotenen Lehrstellen. Im Berichtsjahr blieb mehr als ein Viertel der angebotenen 588 Ausbildungsplätze bei den Klempnerbetrieben unbesetzt. Die Folge: Seit nunmehr drei Jahren steht dieser Ausbildungsberuf unter den unrühmlichen Top Vier der Berufe mit überdurchschnittlich großen Besetzungsproblemen.

Die Medien betiteln diese Kategorie bei der Vorstellung des Berufsbildungsberichtes regelmäßig als „die unbeliebtesten Berufe Deutschlands“. Schlagzeilen wie „Keiner will Fleischer oder Klempner werden“ sind dabei nicht selten. Sie belasten zwangsläufig die Nachwuchswerbung und erschweren die Nachwuchsförderung.

Der Berufsbildungsbericht 2017 gibt den Berufen mit Besetzungsproblemen die Schulnote „mangelhaft“. Er appelliert an die zuständigen Stellen, für höhere Qualität zu sorgen: „Gerade in diesen Berufen zeigen sich aber auch massive Qualitätsprobleme. So liegen die Vertragslösungsquote sowie die Misserfolgsquote bei diesen Ausbildungsberufen seit Jahren weit über dem Durchschnitt. Zudem schneiden gerade diese Ausbildungsberufe bei Befragungen von Auszubildenden seit Jahren in Sachen Ausbildungsqualität besonders schlecht ab.“

Der Faktencheck liefert für die Aussage der „überdurchschnittlichen Vertragslösungsquoten“ für den Ausbildungsberuf Klempner tatsächlich eine signifikante Abweichung von der Durchschnittsquote. Diese beträgt 24,9 Prozent. Die Vertragslösungsquote im Klempnerhandwerk liegt mit 39,1 Prozent deutlich höher. Hier sind die Verbandsorganisation und die Betriebe selbst gefordert, den Ausbildungsberuf des Klempners zukünftig deutlich attraktiver zu gestalten.

### **Zeit zu starten – die Nachwuchskampagne**

Ein wirkungsmächtiges Instrument hierfür ist sicherlich die im Berichtsjahr 2016 bundesweit gestartete Nachwuchskampagne der SHK-Verbandsorganisation. Neben dem Anlagenmechaniker, dem Ofen- und Luftheizungsbauer und dem Behälter- und Apparatebauer wird hier auch der Beruf des Klempners für eine junge Zielgruppe ins rechte Licht gerückt.

Die Nachwuchskampagne ZEIT ZU STARTEN ist darauf ausgelegt, den organisierten Betrieben im SHK-Handwerk Hilfestellung bei der Nachwuchsgewinnung zu geben. Sie versteht sich als Hilfe zur Selbsthilfe. Die Betriebe erhalten bei ihrem Landesverband oder ihrer Innung einen fertig ausgearbeiteten Vortrag, um Schülerinnen und Schüler der Klassen 8 bis 10 für ein Praktikum im SHK-Handwerk zu begeistern. Zahlreiche Betriebe und Innungen pflegen seit langer Zeit guten Kontakt zu Schulen in ihrem lokalen oder regionalen Umfeld.

Da diese weiterführenden Schulen im Rahmen der Berufsorientierung Jugendlichen die verschiedensten Berufe nahe zu bringen versuchen, bestehen hier beste Voraussetzungen für einen intensiveren Kontakt und Austausch. So kann der Innungsbetrieb vor Ort den Beruf und sein Unternehmen direkt im Unterricht vorstellen. Mit sehr guten Erfolgsaussichten. Denn aus Untersuchungen ist bekannt, dass jeder dritte Praktikant anschließend eine Ausbildung in dem Beruf beginnt, den er als Schüler kennengelernt hat.

Die für die Nachwuchskampagne gedrehten Ausbildungsfilme geben erste Einblicke in den Alltag echter Azubis, um Neugierde auf den Beruf zu wecken. Dazu hat der Zentralverband in Kooperation mit sei-

nen Landesverbänden Informationsflyer erstellt, die von den Betrieben eingesetzt werden können. Die Absicht dahinter: Interessierte Schülerinnen und Schüler werden diese im Idealfall zu Hause ihren Eltern zeigen. Denn nach wie vor spielen Vater und Mutter eine zentrale Rolle bei der Berufswahl ihrer Kinder. 2016 hat die SHK-Organisation über 300.000 dieser Informationsflyer verteilt. Die Ausbildungsfilme wurden im vergangenen Jahr über den ZVSHK-Kanal auf YouTube 14.000 Mal angeschaut.

Weiterführende Informationen zu den vier Ausbildungsberufen bietet die Webseite [www.zeitstarten.de](http://www.zeitstarten.de). Hier und im gleichnamigen Facebook-Auftritt finden Jugendliche auch Tipps für die Bewerbung. Und besonders wichtig: Sie können sich online mögliche Ausbildungsbetriebe in ihrer Nähe auswählen.

Die Nachwuchskampagne folgt der bewährten Regel aller erfolgreichen Kommunikation, die umworbene Zielgruppe dort abzuholen, wo sie vorzugsweise anzutreffen ist. In diesem Fall ist das die digitale Welt der sozialen Medien. Die SHK-Verbandsorganisation startet daher 2017 mit gezieltem Suchmaschinen-Marketing und einer integrierten Strategie für den Kommunikationseinsatz in den sozialen Medien.

Aus der Marktforschung im Vorfeld der Nachwuchskampagne ist bekannt: Schülerinnen und Schüler haben kaum Vorstellungen von Berufen. Sie schieben ihre Entscheidung für eine Praktikumswahl auf die lange Bank; sie informieren sich erst im letzten Moment. Dabei möchten Jugendliche unbedingt ernstgenommen werden, wenn es um das wichtige Thema Berufswahl geht. Sie wünschen sich echte Einblicke in die Berufswelt. Sie sind in der Regel unsicher und haben Ängste und Befürchtungen hinsichtlich der Anforderungen. Alle diese Erkenntnisse versucht die Kommunikation zu berücksichtigen. So gibt die Kampagne sachliche und authentische Einblicke in die Berufsbilder und versucht Ängste abzubauen. Durch eine Kommunikation auf Augenhöhe und durch die

Ansprache von echten Azubis soll Vertrauen aufgebaut werden. Die Kampagne will Sicherheit und eine erste Orientierung geben.

Um diesen Ansatz verstärkt in die Betriebe hineinzutragen, haben der Zentralverband und die ihm angeschlossenen Landesverbände im Berichtsjahr über 30 Vorträge vor Unternehmern gehalten. Sie haben die Chance genutzt, den Kommunikationsansatz und die damit verbundenen Vorteile im persönlichen Gespräch zu erläutern.

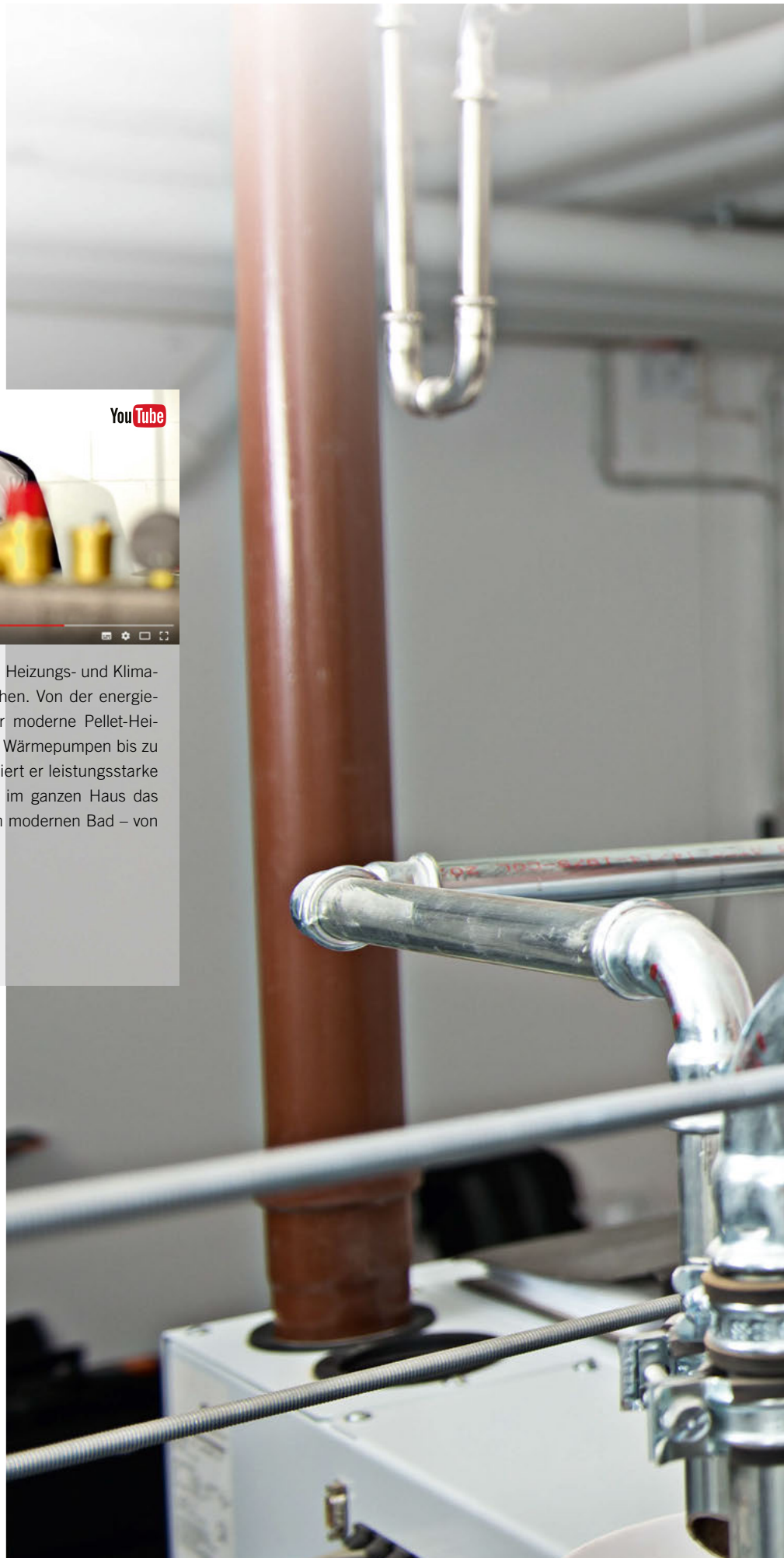
Es galt dabei deutlich zu machen: Das SHK-Handwerk hat viel zu bieten. Die Liste der Begeisterungsfaktoren der jungen Menschen ist lang. Schülerinnen und Schüler, die mit anpacken wollen, finden diese Faktoren gerade im SHK-Handwerk mit seinen mittelständischen Strukturen, wo man den Chef noch persönlich kennt. Junge Menschen schätzen den persönlichen Kontakt. Schüler, die sich für das Handwerk interessieren, wollen etwas mit aufbauen. Sie schätzen es, dass ihnen im SHK-Handwerk viele Wege offen stehen und die Arbeit abwechslungsreich und interessant ist. Diese Wünsche an eine ideale Ausbildung können dann zu Stolz und Anerkennung führen – Faktoren, die gerade jungen Menschen besonders wichtig sind. Diese Karte können und sollen Innungsbetriebe bei der Lehrlingssuche noch viel stärker ausspielen.

ZEIT ZU STARTEN ist dank fundierter Marktforschung nicht nur von den Inhalten her gut aufgestellt; auch finanziell steht die Kampagne – für zunächst fünf Jahre – auf einer soliden Basis. Die Verbandsorganisation hat beträchtliche Mittel für eine kontinuierliche Marktbearbeitung eingeplant. Hinzu kommen Sponsorengelder von Branchenpartnern. Getreu dem Motto: Nachwuchswerbung ist Branchenaufgabe. In besonderer Weise haben dies der Bundesverband der Deutschen Heizungsindustrie (BDH) sowie die GC- und G.U.T.-Gruppe genutzt. Sie unterstützen als Premiumpartner die Aktivitäten mit einem hohen Sponsorbetrag.

## ANLAGEN- MECHANIKER/-IN SHK



Der Anlagenmechaniker für Sanitär-, Heizungs- und Klimatechnik ist Spezialist in drei Bereichen. Von der energiesparenden Solarthermieanlage über moderne Pellet-Heizungen, Block-Heizkraftwerken und Wärmepumpen bis zu Klima- und Lüftungsanlagen installiert er leistungsstarke Haustechnik und sorgt dafür, dass im ganzen Haus das Wasser fließt. Zum Beispiel in einem modernen Bad – von der Planung bis zur Fertigstellung.







# BERUFSBILDUNG

Eine der wichtigsten Aufgaben des Zentralverbandes ist es, die Aus- und Weiterbildung in allen vier SHK-Handwerken zu gestalten. Innerhalb der staatlich anerkannten Ausbildung und Aufstiegsfortbildung erarbeitet der Zentralverband die inhaltlichen Vorgaben der jeweiligen Ausbildungsordnungen und Meisterprüfungsverordnungen. Die vier SHK-Handwerke sind das Behälter- und Apparatebauerhandwerk, das Installateur- und Heizungsbauerhandwerk, das Klempnerhandwerk und das Ofen- und Luftheizungsbauerhandwerk. Der ZVSHK realisiert zudem Konzeption, Inhalt und Darbietung zielgruppenadäquater bundeseinheitlicher Fort- und Weiterbildungsangebote für die gesamte SHK-Organisation.

## Neue Ausbildungsverordnung für Anlagenmechaniker SHK


Der Anlagenmechaniker für Sanitär-, Heizungs- und Klimatechnik ist zahlenmäßig der größte Ausbildungsberuf der vier SHK-Handwerke. Ausgebildet wird vorwiegend von den Betrieben des Installateur- und Heizungsbauerhandwerks. Im Jahr 2016 entschieden sich zum Stichtag 30. September rund 11.600 junge Menschen zur Ausbildung als Anlagenmechaniker SHK.

Der Gesamtbestand an Lehrlingen in diesem Gewerk beläuft sich damit auf rund 32.600.

Der Anlagenmechaniker für Sanitär-, Heizungs- und Klimatechnik zählt – gemessen an den Neuverträgen – zu den drei beliebtesten Ausbildungsberufen im Handwerk. Einen Platz davor liegt der Beruf des Elektrikers für Energie und Gebäudetechnik mit rund 12.300 Neuverträgen. Diese beiden Ausbildungsberufe liegen somit relativ nah beieinander. An der Spitze der Beliebtheitsskala bei männlichen Auszubildenden steht nach wie vor mit großem Abstand der Kraftfahrzeugmechatroniker mit annähernd 20.000 Neuverträgen.

Diese allein schon zahlenmäßige Größe des Ausbildungsberufes Anlagenmechaniker für Sanitär-, Heizungs- und Klimatechnik verdeutlicht die Notwendigkeit zur regelmäßigen Qualitätssicherung der Berufsausbildung. So trat hier am 1. August 2016 eine novellierte Ausbildungsordnung in Kraft.

Aufgrund der grundsätzlichen Überlegungen auf Seiten der Politik, die Ausbildungsdauer künftig auf 36 Monate zu verkürzen, intervenierte der Zentralverband. Die Sozialpartner waren sich schließlich einig,



dass eine Regelausbildungszeit von 36 anstelle von 42 Monaten nicht im Interesse der Ausbildungsqualität und der beteiligten Akteure (Auszubildende und Ausbildungsbetriebe) liegen kann. Die Einführung der gestreckten Gesellenprüfung sollte nicht zum Preis des Verzichtes auf ein halbes Jahr Regelausbildungszeit erfolgen.

Mit der Einführung der gestreckten Form der Gesellenprüfung versprochen sich Berufsbildungsexperten eine Reihe von Vorteilen. Diese hatten sich in der Evaluationsphase (2003 bis 2007) auch tatsächlich schnell bemerkbar gemacht: Angestrebt war eine Motivationssteigerung der Auszubildenden durch eine frühzeitige Leistungsstandkontrolle mit Auswirkungen auf das Ergebnis der Gesellenprüfung. Darüber hinaus sollten die Ausbildungsbetriebe durch abschließendes Feststellen von Grundkompetenzen ohne erneutes Prüfen am Ende der Ausbildungszeit (Wegfall des „Trainierens“ von Grundfertigkeiten am Ende der Lehrzeit) entlastet werden. Und die Prüfung von Grundkompetenzen sollte nicht länger die Prüfung zum Ausbildungsende belasten.

Letzten Endes hat die seit 2009 avisierte Einführung der gestreckten Gesellenprüfung sieben Jahre auf sich

warten lassen; sie sieht vor, dass die ursprüngliche Gesellenprüfung am Ende der Ausbildung in zwei zeitlich auseinanderfallenden Teilen abgelegt wird. Der erste Teil mit 30 Prozent Anteil am Gesamtergebnis wird unmittelbar vor dem Ende des zweiten Ausbildungsjahres durchgeführt. Der zweite Teil der Gesellenprüfung mit 70 Prozent Anteil am Gesamtergebnis erfolgt zum Ausbildungsende.

Das Beispiel zeigt sehr eindringlich, dass selbst leichte Abänderungen oder Modifikationen wie die Einführung einer gestreckten Gesellenprüfung nicht einfach auf das Geratewohl in Ausbildungsordnungen eingebracht werden können. Derzeit münden derartige Vorhaben stets in Neuordnungsverfahren; und hierbei geben die ministerialen Denkwesen, Rahmenbedingungen und Vorgaben den Ton an.

### **Neuordnung der Ausbildungsverordnung der Behälter- und Apparatebauer**

Im Berichtsjahr 2016 konnten die im Zentralverband organisierten Behälter- und Apparatebauer – die früheren Kupferschmiede – 57 neue Ausbildungsverträge schließen. Damit stieg die Zahl der Auszubildenden in

diesem kleinen aber feinen Gewerk im Vergleich zum Jahr 2015 um drei.

Die immer noch gültige Ausbildungsordnung für Behälter- und Apparatebauer trat bereits 1989 in Kraft. Nach dieser langen Zeit war klar: Es besteht ein dringender Modernisierungsbedarf. Im Oktober 2016 begann das entsprechende Neuordnungsverfahren. Der konstituierenden Sitzung folgten im Jahr 2016 noch drei Arbeitssitzungen. Aller Voraussicht nach wird das Neuordnungsverfahren nach weiteren Arbeitssitzungen im Frühjahr 2017 abgeschlossen sein. Der Zentralverband geht von einer Veröffentlichung der neu geordneten Ausbildungsordnung spätestens zum April 2018 aus. Die Ausbildungsordnung wird dann voraussichtlich im August 2018 in Kraft treten.

Die wesentlichen Neuerungen sind: die Einführung der gestreckten Gesellenprüfung, der Wegfall der Zwischenprüfung, die Einführung neuer Prüfungsinhalte, die Einführung eines neuen Ausbildungsrahmenplans, die Output-Orientierung der zu vermittelnden Kompetenzen und die Handlungsorientierung der zu vermittelnden Kompetenzen.

### Modernisierte Qualifizierungsbausteine

Auf Grundlage der neuen Ausbildungsordnung für den Ausbildungsberuf Anlagenmechaniker für Sanitär-, Heizungs- und Klimatechnik hat der Zentralverband die bundeseinheitlichen Qualifizierungsbausteine für Berufsausbildungsvorbereitung und Einstiegsqualifizierung aktualisiert und überarbeitet. Die Qualifizierungsbausteine sind ein wirksames Instrumentarium der seit 2002 gesetzlich verankerten Berufsausbildungsvorbereitung.

Die Berufsausbildungsvorbereitung kommt vor allem Bewerbern mit eingeschränkten Vermittlungsperspektiven zugute. Sie wird außerbetrieblich durchgeführt; auch beinhaltet sie die Vermittlung von Praktika in Handwerksunternehmen. Hauptaufgabe der Berufsausbildungsvorbereitung – die häufig als Einstiegsqualifizierung (EQ) bezeichnet wird –, ist es, Grundlagen für den Erwerb beruflicher Handlungsfähigkeit zu vermitteln. Sie besteht aus inhaltlich und zeitlich abgegrenzten Lerneinheiten, die aus den Inhalten an-

erkannter Ausbildungsberufe entwickelt werden (Qualifizierungsbausteine).

Das etablierte System der Einstiegsqualifizierung hat sich in den letzten beiden Jahren als ein wertvoller Bestandteil des Integrationssystems „Wege in Ausbildung für Flüchtlinge“ erwiesen. Die Einstiegsqualifizierung fungiert als ein wichtiges Instrument bei der Vermittlung von Migranten mit beruflicher Qualifizierung und künftigen Ausbildungsbetrieben.

Das System „EQ“ (Berufsausbildungsvorbereitung) gewinnt darüber hinaus vor dem Hintergrund der demografischen Entwicklungen sowie den zunehmenden Passungsproblemen von betrieblichen Ausbildungsplatzangeboten an Bedeutung.

### Heizungs-Check 2.0

Im April 2016 startete in der SHK-Verbandsorganisation die Weiterbildungsmaßnahme SHK-Fachkraft Heizungs-Check 2.0. Seit deren Einführung haben etwa 1.200 Personen daran teilgenommen. Der Heizungs-Check 2.0 ist die Fortsetzung der ursprünglichen Heizungs-Check-Schulung, die von über 5.000 Personen oder Unternehmen besucht wurde.

Die vom Zentralverband konzipierte Weiterbildungsmaßnahme vermittelt die Qualifikation, die energetische Bewertung einer Heizungsanlage auf Grundlage des aktualisierten Regelwerks durchzuführen. Diese erfolgt durch die Inaugenscheinnahme der zu inspizierenden Anlage, einschließlich der Erstellung des Inspektionsberichtes und der Beratung des Eigentümers über Modernisierungsvorschläge. Eine genaue quantitative Bewertung des objektspezifischen Einsparpotenzials ist mit diesem Verfahren nicht möglich.

### SHK-Fachbetrieb für barrierefreies Bad

Seit Dezember 2016 offeriert die SHK-Verbandsorganisation ihren Mitgliedern die bundeseinheitliche Weiterbildungsmaßnahme „SHK-Fachbetrieb Barrierefreies Bad – Wohnkomfort für Generationen“.



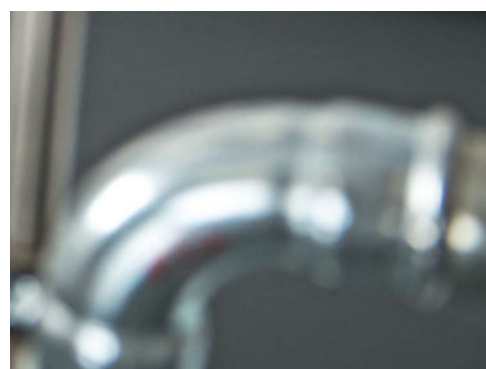
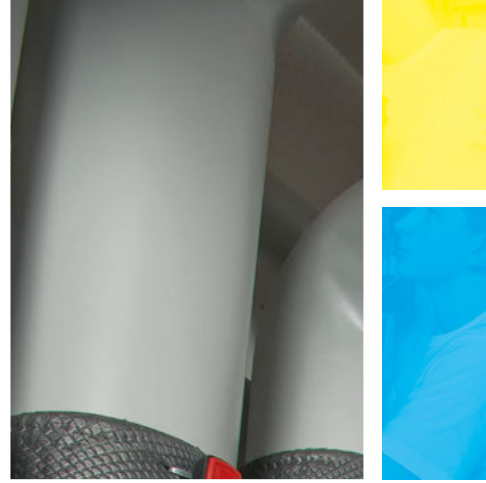
Die Maßnahme vermittelt Grundkenntnisse der allgemeinen Krankheitslehre, Gerontologie, Geriatrie und Gerontopsychiatrie. Ferner werden Instrumente des Seniorenmarketings behandelt und die wesentlichen Grundlagen der barrierefreien Badplanung vermittelt. Die Teilnehmer müssen eine Prüfung absolvieren, die von den autorisierten Maßnahmeträgern (SHK-Landesinnungsverband) abgenommen wird.

Die Qualifizierungsmaßnahme ist von der zentralen Interessenvertretung der gesetzlichen Kranken- und Pflegeversicherungen in Deutschland, dem GKV-Spitzenverband, anerkannt. Die erfolgreiche Ablegung der Sachkundeprüfung befähigt SHK-Unternehmer – unter der Voraussetzung der Präqualifizierung – medizinische Hilfsmittel, wie Bade- und Toilettenhilfen, an ihre Kunden abzugeben, unter Abrechnung mit deren Krankenkassen.

Das Installateur- und Heizungsbauerhandwerk ist das erste Handwerk, außerhalb der klassischen Gesundheitshandwerke, das in der Präqualifizierungsliste des GKV-Spitzenverbandes gelistet ist. Mit großen Vorteilen für die Handwerksbetriebe. Denn der Abschluss eines Leistungsvertrages mit Kostenträgern setzt eine Präqualifizierung (PQ) voraus. Und zur Präqualifizierung wird, neben den beruflichen Eignungsnachweisen, auch das Zertifikat „SHK-Fachbetrieb Barrierefreies Bad – Wohnkomfort für Generationen“ vorausgesetzt. Weitere Hinweise zur PQ enthält der vom Zentralverband erstellte Leitfaden zur Abgabe von medizinischen Hilfsmitteln durch SHK-Betriebe.

### Sonderförderprogramm Digitalisierung

Im Berichtsjahr hat die öffentliche Hand vielseitige Förderprogramme aufgelegt, die der beruflichen Bildung zugutekommen. Eines davon ist das Sonderförderprogramm für den Ausbau digitalen Lehrens und Lernen durch die überbetrieblichen Berufsbildungsstätten (ÜBS). Besonders attraktiv sind die Förderraten von bis zu 90 Prozent ab einem grundsätzlichen Investitionsbedarf von mindestens 30.000 Euro. Das Programm läuft vom Februar 2016 bis zum September 2019 und beinhaltet zwei Förderlinien. Die erste Linie fördert die Beschaffung konkreter Ausstattungsgegenstände. Die zweite Linie fördert Pilotprojekte der



Kompetenzzentren zum Ausbau vernetzter und digital unterstützter Lehr- und Lernprozesse.

Der Zentralverband hat auf das Förderprogramm und dessen attraktive Konditionen mehrfach hingewiesen. Insbesondere vor dem Hintergrund des neu geordneten Ausbildungsberufes zum Anlagenmechaniker für Sanitär-, Heizungs- und Klimatechnik, der verstärkt den Einsatz von digitalen Techniken, Tools und Medien voraussetzt, lohnt sich der Mittelabruf mehr denn je.

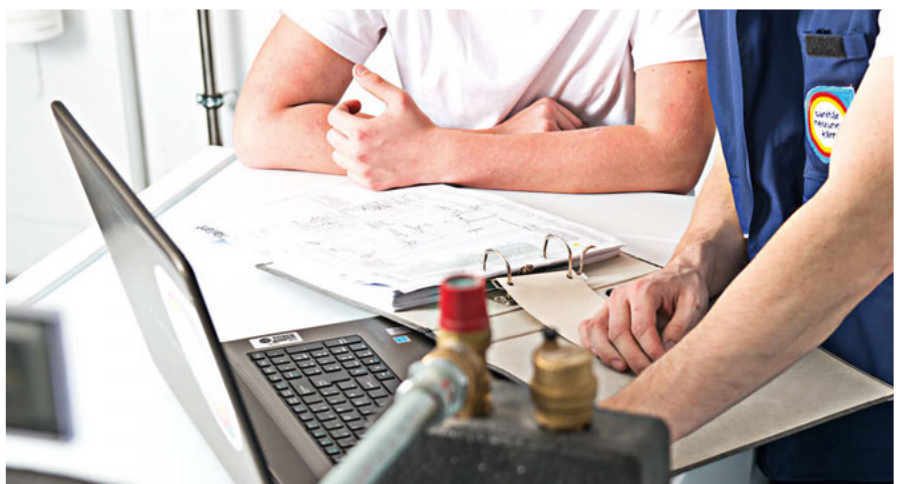
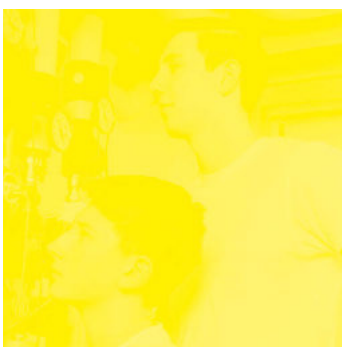
### Berufswettbewerbe

Nach dem Gewinn des Weltmeistertitels bei den WorldSkills in Brasilien durch den Anlagenmechaniker SHK Nathanael Liebergeld im Jahr 2015, haben die Berufswettbewerbe innerhalb der SHK-Branche stark an Interesse gewonnen.

Im Berichtsjahr 2016 standen die Durchführung der „Deutschen Meisterschaft“ der Anlagenmechaniker für SHK-Technik und die EuroSkills im Vordergrund.

Erstmals wurde dabei der Bundesentscheid des praktischen Leistungswettbewerbs des Deutschen Handwerks PLW („Profis leisten was“) für den Ausbildungsberuf Anlagenmechaniker für Sanitär-, Heizungs- und Klimatechnik als dezentraler Wettbewerb organisiert. Vom 17. bis 18. November 2016 lieferten sich acht Landessieger einen harten aber immer fairen Wettkampf. Inmitten der SHK-Fachmesse GET-Nord hatten die Veranstalter ein spektakuläres Wettkampfabiente geschaffen. Die große Wettbewerbsfläche, die fast von allen Seiten gut einsehbar war, bot einen spektakulären Anziehungspunkt für alle Messebesucher.

Anfang Dezember 2016 trafen sich im schwedischen Göteborg 493 Teilnehmer aus 28 europäischen Ländern und Regionen und sieben nicht-europäischen Ländern zu den EuroSkills – den Europameisterschaften der Berufswettbewerbe. Sie zeigten in 40 verschiedenen Berufen ihr Können. Das Team von WorldSkills Germany und dem Zentralverband des Deutschen Handwerks ging mit 24 jungen Fachkräften in 16 Einzel- und drei Teamwettbewerben sowie einer Präsentationsdisziplin an den Start. Die Hälfte der Teilneh-



mer kam aus dem Handwerk, die andere aus Industrie und Dienstleistung.

Mit dabei für das SHK-Handwerk waren der Klempner Julian Emmert (21) und der Anlagenmechaniker Lukas Bauer (23). Sie erkämpften jeweils einen guten vierten und fünften Platz in ihrer Disziplin. Laut den Bundes-

trainern André Schnabel und Josef Bock war die Konkurrenz extrem stark. Die Punktebewertungen lagen allesamt dicht beieinander. Beide SHK-Talente haben überdurchschnittliche Leistungen gezeigt und wurden dafür jeweils mit der „Medallion for Excellence“ ausgezeichnet – die SHK-Talente waren damit zwei wichtige Leistungsträger des Teams Germany 2016.



# POLITISCHE ARBEIT

Lobbyarbeit soll ermöglichen, dass Politiker gut informiert Entscheidungen treffen. Als solche ist sie nicht verwerflich oder anrühlich. Sie gehört vielmehr zur besten Tradition einer parlamentarischen Demokratie.

Gleichwohl steht Lobbyarbeit – gerade auch in Deutschland – immer wieder in der Kritik. Sie wird sogar als „legale Form der Korruption“ (FAS) geschmäht. Politiker werden als käuflich diskreditiert; und in fast jeder aufgeheizten politischen Auseinandersetzung ist über kurz oder lang von den sinisteren Lobbygruppen die Rede, die politische Entscheidungen im Interesse ihrer Auftraggeber beeinflussen. Den Schlussakkord dazu setzen die Medien mit vertrauten Schlagzeilen wie: „Die Lobby hat sich durchgesetzt“.


Soweit, so schlecht! Denn eine zunehmend negative öffentliche Wahrnehmung der Lobbyarbeit und ihrer Akteure hat zwangsläufig Einfluss auf deren Akzeptanz durch die Politik. Immer komplexer werdende politische Entscheidungsprozesse erfordern auf der anderen Seite einen effizienten Wissenstransfer der Vertreter von wirtschaftlichen oder gesellschaftlichen Interessengruppen an die Adresse der Politik. Dieser Gegensatz kann dauerhaft nur beseitigt werden, in

indem die klassische Form der Lobbyarbeit abgelöst wird durch ein transparentes Politikmanagement.

Das trifft selbstredend auch auf die Verbände zu, die ureigene Organisationsform politischer Lobbyarbeit. Verbände sind den Interessen ihrer Mitglieder verpflichtet; Verbandslobbyisten haben zudem die Aufgabe, diese Interessen innerhalb der Mitgliedschaft zu organisieren und zu gewichtigen. „Der Verbandslobbyist muss Informationen sammeln und sich permanent neue Informationsquellen unter den Verbandsmitgliedern erschließen“ (Handbuch des deutschen Lobbyisten).

Der Erfolg der eigentlichen politischen Arbeit ist dabei maßgeblich abhängig von der „Qualität des innerverbandlichen Konsensmanagements“ (ebenda). Das gilt umso mehr für Verbandsorganisationen mit freiwilliger Mitgliedschaft. Hier gilt es die Interessen aller Mitglieder zu berücksichtigen – ungeachtet ob groß oder klein. Die Positionierung gegenüber der Politik gewinnt dadurch an Glaubwürdigkeit und Schlagkraft. Freilich braucht die Einigung auf eine gemeinsame Position Zeit; Zeit, die in einem immer schneller verlaufenden Entscheidungsfindungsprozess der Politik zunehmend seltener gegeben ist.





Der Zentralverband erfüllt einen aufgrund Handwerksordnung (geregelter Bereich) und Willensbildung der Mitglieder (nicht geregelter Bereich) vorgegebenen Aufgabenkatalog. Ein Bestandteil ist das politische Lobbying sowohl auf Bundes- als auch auf europäischer Ebene.

Während handwerkspolitische Themen vorrangig durch den Zentralverband des deutschen Handwerks (ZDH) und baupolitische Themen durch die Bundesvereinigung Bauwirtschaft bearbeitet werden, konzentriert sich der Zentralverband im Kern seiner politischen Arbeit auf spezifische Fragen der Energie- und Klimapolitik (Wärmemarkt), der Demografie (altersgerechter Wohnungsbau und -umbau) und wirtschaftspolitische Themen (berufsständische Fragen).

Hierbei agiert er auf der Arbeitsebene der Bundesministerien sowie der Europäischen Kommission. Ziel ist es, im Interesse der organisierten SHK-Betriebe möglichst früh Einfluss auf die Entwicklung von politischen Maßnahmen (Gesetze, Verordnungen, Förderrichtlinien und sonstige Aktivitäten) zu nehmen.

Die Ansprache der Parlamentarier verläuft zweigleisig. Zum einen über die Landesverbände der entsprechen-

den Wahlkreise im direkten Kontakt zur Abgeordnetenbasis. Zum anderen hat der Zentralverband in den letzten Jahren seine Kommunikation in direkter Ansprache ausgewählter Parlamentarier verstärkt. Sie beschränkt sich dabei nicht nur auf Anschreiben oder das klassische Instrument der Pressearbeit; mit dem viermal im Jahr erscheinenden Meinungsmedium statement hat die Öffentlichkeitsarbeit des Zentralverbandes ein Instrument geschaffen, das die wesentlichen Grundlagen, Voraussetzungen und Zielsetzungen der politischen Verbandsarbeit auf die Schreibtische der politischen Entscheider bringt.

Wesentlicher Bestandteil der Lobbystrategie des ZVSHK ist darüber hinaus die Pflege von persönlichen Kontakten und die Bildung von Netzwerken im ministeriellen und politischen Raum. In der Regel bildet der informelle Austausch mit den Ministerien auf Arbeitsebene die Grundlage für die Übermittlung der Fachkompetenz und der Interessenlage des SHK-Handwerks an die Adresse der politischen Entscheider. Diese Arbeit ist geprägt durch langjährige persönliche Kontakte, die die Grundlage für eine vertrauensvolle Zusammenarbeit an der Schnittstelle von Politik und Wirtschaft bilden.

Die Mitgliederversammlung des Zentralverbandes hat sich im Berichtsjahr dafür ausgesprochen, die Präsenz des organisierten SHK-Handwerks am Regierungssitz in Berlin zu verstärken. Dafür soll die seit den 90er-Jahren bestehende Hauptstadtrepräsentanz in Potsdam schrittweise nach Berlin verlegt werden. Das Hauptstadtbüro soll die bestehenden politischen Kontakte vertiefen und tagesaktuell auf Anfragen oder Informationswünsche von Seiten der Politik reagieren. Der Hauptsitz des Zentralverbandes wird aber weiter in St. Augustin verbleiben.

Der Zentralverband hat in den letzten Jahren beweisen können, dass er das Handwerk der politischen Interessenvertretung versteht. Die in intensivem Informationsaustausch mit dem Bundeswirtschaftsministerium aufgelegten Förderprogramme für den Pumpenaustausch und Heizungsoptimierung – Maßnahmen, die direkt von den Fachbetrieben umgesetzt werden können – sind Nachweis eines intensiven Kontaktaufbaus zu den Entscheidungsträgern in Verwaltung und

Parlament. Nicht umsonst nennt etwa die von der Bundesregierung herausgegebene Broschüre „Who is who der Energiewende in Deutschland“ den Zentralverband als wichtigen Ansprechpartner.

### Energie: Energieeffizienz und Erneuerbare Energien

Die Energiepolitik des Landes war für die Lobbyarbeit der obersten Interessenvertretung des SHK-Handwerks in Deutschland schon weit vor der politisch eingeleiteten Energiewende eine entscheidende Schnittstelle – immer dann, wenn es einer Bundesregierung um Energieeinsparung und Effizienzsteigerung ging. Zurück reicht dieser Konnex bis in die Zeit der ersten Ölkrise.

Die nach dem Reaktorunfall im japanischen Fukushima – einem der schlimmsten Atomunfälle der Geschichte – in Deutschland ausgerufenen Energiewen-



de hat das Verhältnis zwischen Politik und Handwerk zweifellos intensiviert. Die Bedeutung der SHK-Betriebe als Umsetzer der Energiewende im Wärmemarkt hat dabei die Verbandsorganisation auf allen Handlungsebenen nolens volens als Ansprechpartner und Ratgeber für die Politik weiter aufgewertet.

Wichtige Handlungsfelder der jüngsten Vergangenheit waren die Umsetzung des Nationalen Aktionsprogramms für Energieeffizienz (NAPE) sowie das Aktionsprogramm Energieeffizienz (APEE). Hieraus abgeleitete Maßnahmen wie das Labeling von Heizungsanlagen, die Weiterentwicklung des Heizungs-Checks, die Förderung der Optimierung von Heizungsanlagen durch Pumpentausch und/oder den hydraulischen Abgleich, die Erweiterung der KfW-Förderung um das Heizungs- und das Lüftungspaket, die Überarbeitung des Marktanzreizprogramms (MAP) sind greifbare Ergebnisse der politischen Arbeit des Zentralverbandes im Kontext der Energiewende.

## Energie: Klimaschutzplan 2050

Eine besondere Herausforderung für die politische Arbeit der gesamten SHK-Branche war im Berichtsjahr 2016 die Reaktion auf den vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB) erarbeiteten und zur Kabinettsentscheidung vorgelegten Klimaschutzplan 2050.

Der Klimaschutzplan 2050 orientierte sich in seiner ursprünglichen Fassung streng am sogenannten Paris-Abkommen, das im Dezember 2015 von der UN-Klimarahmenkonvention der Vereinten Nationen verabschiedet und am 22. April 2016 von 188 Vertragsstaaten unterzeichnet wurde. Verbindliches Ziel hierbei: die globale Erwärmung auf deutlich unter zwei Grad Celsius gegenüber vorindustriellen Werten zu halten und den Temperaturanstieg auf 1,5 Grad über dem vorindustriellen Niveau zu begrenzen.

Da der Klimaschutz eine langfristige Orientierung braucht, hat die Bundesregierung das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB) zur Jahresmitte 2015 mit der Erstellung eines nationalen Klimaschutzplans 2050

(KSP) und dessen Abstimmung mit weiteren Ressorts beauftragt. Wie im Koalitionsvertrag vereinbart, sollte der noch vor dem Jahresende 2016 vom Bundeskabinett zu verabschiedende Klimaschutzplan die weiteren Schritte und Weichenstellungen auf dem Weg zu einer weitgehenden Treibhausgasneutralität Deutschlands beschreiben. Er enthielt Maßnahmenvorschläge für den Prozess zum Erreichen der nationalen Klimaschutzziele – im Einklang mit dem Paris-Abkommen – für fünf Handlungsfelder und bot inhaltliche Orientierung für die Energieversorgung, den Verkehrs- und Gebäudebereich, die Landwirtschaft, die Abfallwirtschaft, die Industrie sowie für Gewerbe, Handel und Dienstleistungen.

Der im Frühjahr 2016 vorgelegte erste Entwurf des Klimaschutzplanes 2050 führte zu teils heftigen Reaktionen vor allem aus Wirtschaft und Industrie. Die Vorschläge, mit denen der klimaschädliche CO<sub>2</sub>-Ausstoß bis 2050 gegen null gelenkt werden sollte, enthielten „alle radikalen Zwangsmittel, Auflagen und Pflichten, die im parlamentarischen Prozess der vergangenen Jahre mit Rücksicht auf soziale und wirtschaftliche Fragen mühsam einkassiert und abgemildert worden waren“ (DIE WELT). Für den Wirtschaftsstandort Deutschland wurde von den führenden Verbänden die höchste Gefahrenstufe ausgerufen; und Worte wie Giftliste oder Ökodiktatur machten als Synonym für den Klimaschutzplan die Runde.

Aber nicht nur von Seiten der Wirtschaft bekam der Klimaschutzplan aus dem Hause Hendricks massive Kritik. Auch innerhalb der Bundesregierung begann ein „monatelanger Kampf“ (SPIEGEL). Unter Führung des Bundeskanzleramtes einigten sich die beteiligten Ressorts auf eine grundlegende Überarbeitung des ursprünglich vorgelegten Plans. Diese Kompromissfassung segnete das Bundeskabinett im November 2016 ab; es ersparte der Bundesregierung und der betroffenen Ministerin Hendricks damit die Blamage ohne eine entsprechende Blaupause für die Umsetzung des Pariser Klimaabkommens auf den Weltklimagipfel nach Marrakesch zu reisen.

Die Intervention des Bundeskanzleramts gegenüber der KSP-Vorlage des BMUB war aus Sicht des Zentralverbandes richtig und notwendig. Die kritische Reaktion aus dem Bundeskanzleramt, dessen verant-

wortlicher Minister Peter Altmaier Amtsvorgänger der Bundesumweltministerin Hendricks war, deckte sich mit der vom Zentralverband verdeutlichten Position. Dabei ging es vor allem darum, keine überambitionierte Zielverschärfung im KSP festzuschreiben und unbedingt die Technologie- und Innovationsoffenheit bei vorzuschlagenden Maßnahmen in ihm zu verankern.

Der Zentralverband hat gegenüber Berlin sehr deutlich gemacht, dass die dringend gebotene Auflösung des Sanierungsstaus bei technisch überholten Wärmeerzeugern nur gelingen kann, wenn das Fachhandwerk nicht durch unverhältnismäßige und ökonomisch kontraproduktive Eingriffe ausgebremst wird, die fossile Energieträger und erneuerbare Energieträger wie Holz in absehbarer Zeit gänzlich ausschließen. Dazu zählte im ursprünglichen Entwurf insbesondere die Verschärfung der energetischen Anforderungen an Neubauten und Bestandsgebäuden und das beabsichtigte Ende der Austauschförderung für fossile Heiztechniken. Der Präsident des Zentralverbandes hat diese Einschätzung des Handwerks auf der Deutschen Wärmekonferenz in Berlin Ende September 2016 in Richtung Politik sehr klar formuliert: „Verbote und Zwänge sind keine probaten Mittel zur Steigerung von Energieeffizienz. Sie sind ideologisch verbrämte Folterwerkzeuge, die den betroffenen Bürgern jede Wahl- und Entscheidungsfreiheit nehmen.“

Die Wärmekonferenz, die der Zentralverband zum ersten Mal gemeinsam mit den beiden Partnerverbänden BDH und DG Haustechnik veranstaltet hat, war ohnehin ein optimales Forum, um der SHK-Branche eine einheitliche Stimme in der Auseinandersetzung um den Klimaschutzplan 2050 zu geben. Die drei Spitzenverbände der Branche forderten einen Klimaschutz nach Augenmaß und fassten ihre Position in einer gemeinsamen Berliner Erklärung zusammen.

Die Erklärung im Wortlaut:

„Die Spitzenverbände der deutschen Heizungsindustrie (BDH), des Heizungshandwerks (ZVSHK) und des Heizungsgroßhandels (DG Haustechnik) setzen sich für eine marktwirtschaftliche energie- und umweltpolitische Strategie für den größten Energieverbrauchssektor Deutschlands, den Wärmemarkt, ein. Diese marktwirtschaftliche Strategie dient dem Ziel, die

enormen Energieeinspar- und CO<sub>2</sub>-Minderungspotenziale im Wärmemarkt beschleunigt zu heben. Von den in deutschen Heizungskellern installierten rund 21 Millionen Heizungen entsprechen nur ca. 33 Prozent dem Stand der Technik. Würden die verbleibenden ca. 14 Millionen Heizungen auf den Stand der Technik gebracht, könnten ca. 15 Prozent des deutschen Energieverbrauchs und entsprechende CO<sub>2</sub>-Mengen eingespart werden. Kein anderer Energieverbrauchssektor in Deutschland bietet höhere Einsparpotenziale als der Heizungsbereich. Die deutsche Industrie bietet für alle Energiearten – fossile und erneuerbare – optimale technische Lösungen an. Diese ermöglichen hohe Effizienzsteigerungen und die Möglichkeit, immer höhere Anteile Erneuerbarer Energien einzukoppeln. Heizungshandwerk und Heizungsgroßhandel setzen die Doppelstrategie aus Effizienz und Erneuerbaren Energien vor Ort kompetent um.

Die drei Verbände sehen aktuelle umwelt- und energiepolitische Tendenzen hin zu mehr ordnungsrechtlichen Zwängen für Hauseigentümer überaus kritisch. Wer potenzielle private Investoren zu Effizienzinvestitionen zwingen möchte, löst keine Effizienzsteigerung aus, sondern Attentismus. Im Gegensatz zu staatlichen Zwängen für mehr Klima- und Ressourcenschutz setzen die drei Spitzenverbände daher auf eine konsequente und verstetigte Politik der Anreize. Solche Anreize mobilisieren das reichlich vorhandene private Kapital und lenken es in die für den Klima- und Ressourcenschutz unabdingbar notwendige energetische Modernisierung veralteter Heizungsanlagen.

Zur marktwirtschaftlichen Strategie gehört die Technologieoffenheit im Gegensatz zu Technologievorgaben oder Technologieverboten. Ebenso bedarf es einer Neutralität der Energieträger. Anstelle eines staatlich verordneten Energiemixes im Wärmemarkt steht damit der Wettbewerb verschiedener Energiearten. Auch fordern die Verbände dazu auf, die immensen Speicherpotenziale der Erneuerbaren Energien aus Strom über Power-to-X-Technologien zu fördern. Der Anteil der Erneuerbaren Energien im Wärmemarkt kann über diese neuen technologischen Ansätze deutlich gesteigert werden, ganz im Sinne der angestrebten Klima- und Ressourcenschutzziele der Bundesregierung.“



## Energie: Veränderungen im Wärmemarkt

Grundsätzlich hat die Anzahl der energiepolitischen Themen, mit denen sich der Zentralverband befassen muss, in den letzten Jahren kontinuierlich zugenommen. Es geht dabei um nichts Geringeres als die politische Weichenstellung für den Wärmemarkt der Zukunft. Drei Stichworte umreißen die Brisanz: Sektorkopplung, Digitalisierung, Smart Home. Diese drei Herausforderungen beschäftigten den Zentralverband über das Berichtsjahr 2016 hinaus.

In diesem Kontext charakteristisch für eine verschiedene Aspekte im Auge zu behaltende Verbandsarbeit war die gemeinsam mit anderen Branchenverbänden initiierte Studie „Dezentrale vs. zentrale Wärmeversorgung im Deutschen Wärmemarkt“. Die im Sommer 2016 in Berlin vorgestellten Ergebnisse waren und sind weiterhin bestens geeignet, die einseitig positive Sicht der Politik auf Wärme- und Kältenetze zu relativieren. Zuvor hatte schon der Bericht zur Sektoruntersuchung des Bundeskartellamtes eine Reihe von Defiziten bei Verbraucherschutz und Wettbewerb bei der Fernwärmeversorgung zutage gebracht.

Besondere Priorität besaß im Berichtsjahr die mit dem Impulspapier Strom 2030 und dem Grünbuch Energieeffizienz angestoßene Frage der Verzahnung der Sektoren Strom, Wärme und Verkehr bei der Realisierung des gegebenen Effizienzpotenzials. Denn bei der Energiewende ging es lange Zeit vorrangig darum, den Anteil der Erneuerbaren Energien im Stromsektor immer weiter zu steigern. Das Augenmerk der Politik richtet sich inzwischen verstärkt auf den Umbau des gesamten Energiesystems. Für die kommenden Jahrzehnte hat die Bundesregierung – auch im Rahmen des viel diskutierten Klimaschutzplans – ambitionierte Ziele zur vollständigen Dekarbonisierung vorgegeben. So soll der gesamte Energieverbrauch in Deutschland bis 2050 nahezu vollständig auf erneuerbarem Strom basieren.

Nach der Stromwende braucht es in Zukunft folgerichtig auch eine Wärme- und Verkehrswende. Die Herausforderung für die Sektorkopplung liegt in der intelligenten Verknüpfung der drei Bereiche. Nach zahlreichen Studien und Untersuchungen zur Energiewende und ihrer systemisch bedeutsamen Faktoren

zeichnet sich ab, dass diese ohne erfolgreiche Sektorkopplung nicht gelingen wird. Die bisherigen Maßnahmen und Instrumente reichen nicht aus, die Energie- und Klimaziele im Gebäude- und Verkehrsbereich zu erfüllen. Eine erfolgreiche Energiewende braucht den immer höheren Anteil und Einsatz erneuerbarer Energie in allen Sektoren. Mithilfe der Sektorkopplung entstehen neue, zusätzliche Flexibilitätsoptionen zur Produktion, zum Lastmanagement und zur Verteilung von Energie.

An den Diskussionen im politischen Berlin rund um das Thema Elektrifizierung des Wärmemarktes war der Zentralverband im Berichtsjahr stark eingebunden. Unter anderem unterstützt er seitdem – unter dem Dach der Bundesvereinigung Bauwirtschaft – die geea-Gebäudestudie. Sie soll technologische Lösungen und Pfade aufzeigen, die eine klimaverträgliche Energiewende ermöglichen. Die Branche will deutlich machen, dass es Alternativen zur Elektrifizierung des Wärmemarkts (Klimaschutzplan 2050) gibt! Erste Ergebnisse der Studie sollen im Sommer vorgelegt werden; die fertige Studie soll noch vor den Bundestagswahlen veröffentlicht werden.

## Demografie: Altersgerecht umbauen

Das zweite wichtige Themenfeld für die politische Arbeit des Zentralverbandes ist neben der Energiepolitik die demografische Entwicklung in Deutschland und deren Folgen für den Wohnungsbestand. Der altersgerechte Umbau vor allem von Bädern wird in den nächsten Jahren zu den festen Aufgaben des deutschen Sanitärhandwerks zählen.

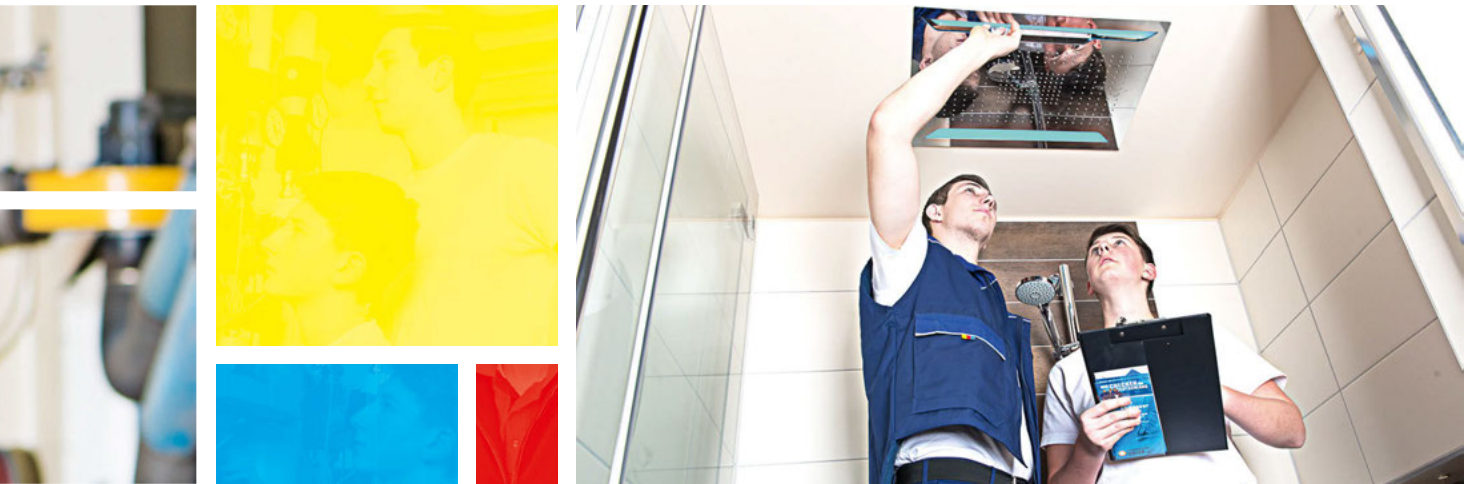
Noch gibt es weltweit so viele Kinder im Alter von fünf Jahren wie Menschen über 65. Aber das wird nicht mehr lange so bleiben; schon bald wird auch weltweit eine Alterung der Gesellschaft einsetzen, die die westlichen Gesellschaften bereits seit Jahrzehnten erleben. In Europa und damit auch in Deutschland beginnt jetzt freilich die „heiße Phase“ (DIE WELT) der Überalterung. Denn die sogenannten Baby-Boomer nähern sich der Verrentung. Damit werden Millionen Arbeitskräfte verloren gehen. Mit drastischen Folgen für die Wirtschaftsleistung des Landes.



Auf der anderen Seite wird es Branchen geben, die von dieser Entwicklung deutlich profitieren werden; denn Rentner und Senioren geben auch Geld aus. Sie haben nur andere Bedürfnisse als junge Menschen. Schon haben Geldmarktanalysten einen sogenannten Silver Economy Index aufgestellt, der Firmen umfasst, die nach ihrer Meinung die Veränderungen innerhalb der Gesellschaften in Europa für den eigenen wirtschaftlichen Erfolg nutzen werden. Ein ganz wichtiger Sektor dabei ist die Gesundheitswirtschaft.

Zu den Profiteuren des demografischen Wandels wird aber auch zwangsläufig das SHK-Handwerk gehören. Denn es gilt in den nächsten Jahrzehnten altengerechten Wohnraum zu schaffen – mit dem Schlüssel-faktor für ein selbstbestimmtes Leben im hohen Alter, dem Bad!

Wie der Zentralverband des Deutschen Baugewerbes (ZDB) im Sommer 2016 vermeldete, ist der zusätzliche Bedarf an weitestgehend barrierefreien Wohnungen



in der Projektion auf das Jahr 2030 auf 2,9 Millionen Wohnungen angewachsen. Um dies zu erreichen, müssen jährlich 190.000 altengerechte Wohnungen geschaffen werden.

Nach einer vom ZDB zitierten Studie der Arbeitsgemeinschaft für zeitgemäßes Bauen Deutschland gibt es in Deutschland gegenwärtig rund 18,5 Millionen Gebäude mit 39,2 Millionen Wohnungen. Von diesen Wohnungen befinden sich rund 53 Prozent in mehrgeschossigen Wohnbauten. Rund 55 Prozent aller Wohnungen sind gegenwärtig vermietet.

Gemäß aktuellen Veröffentlichungen des statistischen Bundesamtes gehören in Deutschland 17 Millionen Personen (21 Prozent der Bevölkerung) zur Generation 65plus. Diese Personen leben zurzeit in rund 12 Millionen Seniorenhaushalten, von denen etwa 2,7 Millionen Mobilitätseinschränkungen unterliegen. Schon heute ist ein Fehlbedarf von rund 2 Millionen weitestgehend barrierefreien, also altersgerechten Wohneinheiten festzustellen.

Allein bis zum Jahr 2030 werden die Seniorenhaushalte (65plus) um weitere 3,6 Millionen ansteigen und

weitere 900.000 werden mit Mobilitätseinschränkungen nach altersgerechten Wohnungen suchen. Der zusätzliche Bedarf an weitestgehend barrierefreien Wohnungen bis 2030 liegt damit für diese Zielgruppe bei mindestens 2,9 Millionen Wohnungen.

Vor dieser gewaltigen Aufgabe kann auch die Politik die Augen nicht verschließen; deshalb hat die Kreditanstalt für Wiederaufbau 2014 das Zuschussprogramm „Altersgerecht Umbauen“ neu aufgelegt. Bis zum Juni 2016 hat die KfW insgesamt 64.292 Förderzusagen für 77.309 Wohneinheiten erteilt. Davon entfielen auf 27.871 Wohneinheiten Umbaumaßnahmen im Bad.

Allerdings führte die hohe Nachfrage dazu, dass das Zuschussvolumen ab Juli 2016 ausgeschöpft war. Der Zentralverband reagierte umgehend und hat sich bei den Haushaltspolitikern des Deutschen Bundestages sowie den zuständigen Bundesministern für die Fortführung des Zuschusses eingesetzt. Mit Erfolg! Für das KfW-Programm „Altersgerecht Umbauen“ hat die Politik für 2017 einen Betrag in Höhe von 75 Millionen Euro zur Verfügung gestellt. Das entspricht einer Steigerung um etwas mehr als 25 Millionen Euro ge-

genüber 2016. Das Programm bietet Zuschüsse für Einbruchschutz, mehr Wohnkomfort und weniger Barrieren, also Maßnahmen zur Barrierereduzierung.

In diesem Zusammenhang hat der Zentralverband zur Unterstützung der Fachbetriebe die Check-Applikation „Altersgerecht Umbauen“ für Tablets entwickelt. Die App ist die perfekte Beratungshilfe zum KfW-Programm. Eine Weiterentwicklung wird ab Sommer 2017 abrufbar sein.

### **Demografie: Bauliche Qualitätssicherung der Wohnungsanpassung**

Der demografische Wandel erfordert ein neues Denken in der Wohnungs-, Bau- sowie Pflegewirtschaft. Der steigende Anteil älterer Menschen in der Bevölkerung zwingt die Bauwirtschaft, neue Wohnkonzepte zu entwickeln und vorhandenen Wohnraum anzupassen.

Darüber hinaus rückt die wachsende Zahl von Pflegebedürftigen die häusliche Wohnung und deren Umgestaltung in einen modernen Gesundheitsstandort immer mehr in den Fokus. Denn längst ist gesellschaftspolitisch erwünscht, dass eine ambulante Versorgung so lange wie möglich in den eigenen vier Wänden stattfinden kann. Folgerichtig steht das Bad im Zentrum dieser Entwicklung; und mit ihm die Experten für eine altersgerechte Badplanung und Badgestaltung.

Hierbei besteht ein ganz manifestes Problem. Denn bislang besteht keine Qualitätssicherungsvorgabe für die Wohnungsanpassung im Rahmen des Pflegezuschusses. Nach aktuellem Stand der Dinge können auch Privatpersonen den Umbau vornehmen. Es drohen Gefährdungen und Risiken, die über die nicht fachgerechte Trinkwasserinstallation (Hygienerisiko) und Befestigung von Haltegriffen, Duschsitzen (Ergonomie, Statik) entstehen können. Gegenüber dem Gesetzgeber hat der Zentralverband im Berichtsjahr immer wieder darauf verwiesen, dass wohnumfeldverbessernde Maßnahmen im Rahmen der Pflegezuschuss-Förderung von einem geschulten Fachunternehmen des SHK-Handwerks durchgeführt werden sollen. Ferner müssen nach Ansicht des Zentralverbandes technische Mindeststandards für das Pflege-

bad definiert werden. Diese Qualitätsforderungen lehnen sich an die bereits bestehenden Förderbedingungen der KfW-Bankengruppe zum altersgerechten Umbau an.

Die politische Arbeit hierzu ist noch in vollem Gange. Die im Jahr 2016 durchgeführte Trendstudie „Smarte Bäder“ leistete in diesem Kontext eine wertvolle Grundlagenarbeit für die Definition von technischen Mindeststandards für das Pflegebad. Der Zentralverband steht dazu weiter im Dialog mit dem Bundesministerium für Gesundheit.

### **Demografie: Trendstudie „Smarte Bäder“**

2016 gab der Zentralverband die Trendstudie „Smarte Bäder der Zukunft“ in Auftrag. Ziel dabei war es, einen genauen Überblick über Zukunftstrends im Bad zu gewinnen. Die Studie sollte einerseits die Bedürfnisse unterschiedlicher Nutzergruppen aufzeigen. Andererseits sollte sie herausarbeiten, welche technischen Trends auf das Bad und welche Herausforderungen damit auf die im Bad tätigen Gewerke zukommen.

Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass wohl in keinem Raum einer Wohnung oder eines Hauses auf so kleiner Fläche eine so hohe Anzahl an Gewerken und Anschlüssen der Technischen Gebäudeausrüstung (TGA) vorkommen. Die Ergebnisse zeigen ebenfalls, dass heutige Richtlinien und Normen die zukünftigen Technikrends und die zukünftigen Nutzeranforderungen nicht ausreichend unterstützen.

In der Vergangenheit hatte das Bad lange nicht den Stellenwert wie heute – in Zukunft wird seine Bedeutung weiter zunehmen: Das Bad von morgen muss nicht nur hygienischen Anforderungen genügen, sondern die individuellen Kundenwünsche nach Design, Wellness und Pflege gleichermaßen erfüllen. Gleichzeitig ist das Bad der Raum im Haus mit der größten Gewerkedichte: Sanitärhandwerk, Elektrohandwerk, Fliesenhandwerk, Trockenbau. Und diese müssen sehr gut aufeinander abgestimmt sein, da immer mehr Sanitärobjekte Stromanschlüsse benötigen und in Wechselwirkung mit Wandaufbau, Akustik oder Licht stehen. Aufgrund dieser Komplexität ist ein koordi-



niertes Vorgehen beginnend bei der Beratung und Planung bis hin zur Umsetzung und Inbetriebnahme unerlässlich.

Eine immer größere Zahl von älteren und alten Menschen benötigt barrierearme Bäder. Die müssen so bemessen sein, dass ihre Nutzer später dort auch gepflegt werden können. Nicht nur die Wohnung, sondern insbesondere das Bad muss darauf dringend vorbereitet werden: ausreichende Bewegungsflächen, Griffe, elektrisch in der Höhe verstellbare Sanitärobjekte und andere Assistenzlösungen halten Einzug ins Bad.

Andererseits ist gerade in letzter Zeit ein deutlicher Trend in Richtung Wohnlichkeit und Wellness zu verzeichnen. Angenehme Beleuchtung, Düfte und Musik sind aus dem Bad nicht mehr wegzudenken und sie finden sich auch zunehmend in Sanitärobjekten, wie Badewanne, Whirlpool oder Dusche. Hinzu kommt, dass auch im Bad Information und Unterhaltung zur Verfügung stehen sollen. Neben Radio und Fernsehen zieht das Internet auch ins Badezimmer ein: Wasserauslaufmenge und -temperatur in Dusche, Badewanne und Waschbecken werden immer häufiger durch digitale Bedienelemente oder Applikationen auf dem Smartphone gesteuert.

Bäder erfüllen heute bereits zahlreiche Funktionen, die über die herkömmliche Badnutzung hinausgehen. Zudem zeigen sie neue Eigenschaften, die Nutzern und Eigentümern zugutekommen. Befriedigt werden hygienische Bedürfnisse durch smarte WCs. Eine große Nachfrage erleben Toiletten ohne Spülrand, in dem sich Schmutz ansammeln kann. Richtig smart sind jedoch Toiletten, die während dem Toilettengang schlechte Gerüche absaugen und danach auf Knopfdruck den Schambereich mit Wasser reinigen und mit warmer Luft trocknen. Zudem fördern sensorgesteuerte Seifenspender, Wasserhähne und Händetrockner die Hygiene im privaten Badezimmer. Ein weiterer Vorteil besteht in einer berührungslosen Lichtsteuerung. Alternativ hierzu gibt es Schaltersysteme, die

antibakteriell bzw. antimikrobiell ausgerüstet sind. Mit besonderen Beschichtungen versehene Wasserleitungen vermindern die Entstehung und Ablagerung von Keimen.

Ein wichtiges Gerät für die Kontrolle der eigenen Gesundheit ist die Waage. Sie findet sich aufgrund der Ankleidesituation häufig im Bad. Im Krankheitsfall kann sie gegebenenfalls mit einem telemedizinischen Zentrum verbunden werden, im Falle der Selbstkontrolle mit dem Internet und einer Fitness-App.

Neue Produktentwicklungen berücksichtigen die Umgebung des Bades. Es gibt Radios für die Dusche und den Badewannenrand, Lautsprecher in Wänden oder unter der Dusche, feuchtigkeitsresistente Fernseher und Computerdisplays. Der Spiegel entpuppt sich zunehmend als Multifunktionsgerät mit integrierten Leuchten, Lautsprechern, Abspielgeräten, Fernseher und Internet.

Im Bad kommen eine Vielzahl unterschiedlicher Ressourcen zum Einsatz: warmes Wasser, Heizungswärme oder Kühlung, Strom für Licht, Klein- und Großgeräte. Das Verhalten der Badnutzer ist nicht unbedingt ressourcenschonend: Heizungswärme geht beim Lüften durch offene Fenster verloren, Wasser wird permanent erhitzt, obwohl es gar nicht gebraucht wird, Wasser geht aufgrund langer Vorlaufzeiten zum Erreichen der richtigen Temperatur verloren. Möglichkeiten der Energieeinsparung liegen unter anderem in der Erkennung der Verhaltensmuster der Badnutzer, in der Verarbeitung von Informationen aus dem Umfeld (Wetterbericht) und der effizienten Bereitstellung von Ressourcen. So wird warmes Wasser oder Heizungswärme nur zu den Zeiten bereitgestellt, in denen der Nutzer sie benötigt. Je nach Außentemperatur und Wettervorhersage wird das Bad auf eine angenehme Temperatur geheizt. Lüftungssysteme mit Sensoren laufen bei hoher Luftfeuchtigkeit so lange, bis diese bis auf einen definierten Prozentsatz abgesunken ist.

# RECHT

Schon der Volksmund weiß: „Recht haben und Recht bekommen sind zwei verschiedene Paar Schuhe“. Garantie, Haftung, Gewährleistung – die rechtlichen Probleme, die Innungsbetriebe bei der Auftragsabwicklung mitunter meistern müssen, sind vielfältig. Daher ist und bleibt die Rechtsberatung durch die Verbandsorganisation für die Mitgliedsbetriebe eine der wichtigsten Aufgaben und eines der wichtigsten Angebote. Der Zentralverband schafft hierfür auf bundesweiter Ebene die bestmöglichen Voraussetzungen. Im Blickpunkt standen dabei im Berichtsjahr wieder einmal die Überarbeitung der VOB sowie die Reform des Bauvertragsrechts.

## Vergaberechtsreform 2016

„Der 18. April 2016, Zeitpunkt des Inkrafttretens der Vergaberechtsreform, ist ein historisches Datum für die Entwicklung der Struktur des Vergaberechts“, schrieb einen Tag später ein Kenner der sehr komplexen Materie (Rechtsanwaltsgesellschaft Beiten Burckhardt). An diesem Datum war das Mammutprojekt der Überarbeitung der Vergabe- und Vertragsordnung für Bauleistungen (VOB) endlich beendet. Anlass und Schwerpunkt der Erneuerung war die Umsetzung europäischen Rechts.

Vor diesem europarechtlichen Hintergrund lag der Schwerpunkt der Überarbeitung auf dem zweiten Abschnitt der VOB/A (Oberschwellenbereich). Hier entfällt in Zukunft der Vorrang des offenen Verfahrens. Dem Auftraggeber stehen damit das offene und das nicht offene Verfahren nach seiner freien Wahl zur Verfügung. Neu hinzugekommen ist eine Regelung für den Abschluss von Rahmenvereinbarungen. Darüber hinaus kann der Bieter seine Eignung künftig durch Verweis auf seine Eintragung in der Liste des Vereins für Präqualifikation von Bauunternehmen e.V., durch Vorlage von Einzelnachweisen oder durch die Einheitliche Europäische Eigenerklärung (EEE) nachweisen. Neu geregelt sind überdies die Voraussetzungen, unter denen sich ein Unternehmen nach früheren Verfehlungen „selbstreinigen“ kann. Ein Schwerpunkt der Reform lag schließlich auf der Einführung des vollelektronischen Vergabeverfahrens, das ab dem 18. Oktober 2018 verpflichtend ist.

Auch im ersten Abschnitt der VOB/A hat der Gesetzgeber in der Folge der Richtlinienumsetzung Änderungen vorgenommen. Diese dienen in erster Linie einem möglichst weitgehenden Gleichlauf der Regelungen im Ober- und Unterschwellenbereich. So wurde im Unterschwellenbereich eine Regelung zu Rahmen-

verträgen aufgenommen. Darüber hinaus ist im ersten Abschnitt die Möglichkeit zu einem vollelektronischen Vergabeverfahren eröffnet. Allerdings konnte auf Betreiben des Zentralverbandes, der die Reformanstrengungen über Jahre begleitet hat, durchgesetzt werden, dass dem Auftraggeber nach dem 18. Oktober 2018 die Wahl bleibt, ob er weiterhin schriftliche Angebote zulässt oder ausschließlich elektronisch eingereichte Offerten zulässt.

Zahlreiche in der VOB/C enthaltene Allgemeine Technische Vertragsbedingungen für Bauleistungen (ATV), die gleichzeitig auch als DIN-Normen herausgegeben werden, wurden redaktionell und fachtechnisch überarbeitet – so auch die ATV DIN 18339 Klempnerarbeiten, 18379 Raumlufttechnische Anlagen, 18380 Heizanlagen und zentrale Wassererwärmungsanlagen und 18381 Gas-, Wasser- und Entwässerungsanlagen innerhalb von Gebäuden.

### Reform des Bauvertragsrechts

Die von der Bundesregierung beabsichtigte Reform des Bauvertragsrechts und die Überarbeitung der kaufrechtlichen Mängelgewährleistung sollten spä-

testens 2016 ausgehandelt sein. Verabschiedet hat sie der Gesetzgeber schließlich im März 2017. Der Grund der Verzögerung: zahlreiche Differenzen der Regierungsfractionen, die erst beigelegt werden mussten.

Als besonders umstritten erwies sich insbesondere die Regelung des Ersatzanspruchs der Aus- und Einbaukosten im kaufrechtlichen Nacherfüllungsanspruch. Zur Erinnerung: Der BGH sah sich durch die Rechtsprechung des EuGH zur Verbrauchgüterkaufrichtlinie im Jahre 2011 gezwungen, einem Verbraucher im Rahmen der kaufrechtlichen Nacherfüllung einen verschuldensunabhängigen Anspruch auf Ersatz auch der entstehenden Aus- und Einbaukosten zu gewähren. Allerdings beschränkte er diesen Ersatzanspruch allein auf den Verbrauchsgüterkauf. Im Geschäftsverkehr zwischen Unternehmern beließ er es bei seiner bisherigen Rechtsprechung, wonach weitergehende Aus- und Einbaukosten nur im Verschuldensfalle zu ersetzen sind. Dies hatte zur Folge, dass ein Handwerker regelmäßig auf den Aus- und Einbaukosten sitzen blieb, da er sie von seinem Lieferanten nicht ersetzt bekam. Die Neuregelung sieht nunmehr vor, dass der Gewährleistungsanspruch des Käufers die Aus- und Einbaukosten unterschiedslos für Verbrau-





cher und Unternehmer umfasst. Allerdings waren hierbei zwei Aspekte hoch umstritten:

1. Soll der Verkäufer oder der Käufer das Wahlrecht haben, ob der Verkäufer den Aus- und Einbau durchführt oder dem Käufer die Kosten für den Aus- und Einbau erstattet? Der Zentralverband hat sich massiv gegen ein Wahlrecht der Verkäufers ausgesprochen, denn entscheidet sich beispielsweise der Verkäufer von Fliesen, die er einem Handwerker verkauft hat, dafür, diese beim Kunden des Handwerkers selbst herauszureißen und neu zu verlegen, droht ein Haftungschaos in der Dreierbeziehung Verkäufer, Käufer (Handwerker) und Endkunde.
2. Soll der Ersatzanspruch des Käufers in bestimmten Konstellationen in Allgemeinen Geschäftsbedingungen aufgeweicht bzw. eingeschränkt oder gar ganz ausgeschlossen werden können? Trotz erheblichen Widerstands des Handwerks wurde die Regelung zum Ersatz der Aus- und Einbaukosten nicht „AGB-fest“ ausgestaltet. Mit der Folge, dass auch in Zukunft Einschränkungen für die Handwerker zu befürchten sind. Dies zeigt einmal mehr den Wert der Haftungsübernahmevereinbarung des Zentralverbandes, in der ein klarer Ersatzanspruch direkt gegenüber dem Hersteller geschaffen wird. Im Falle eines begründeten und nicht verjährten Mangelgewährleistungsanspruchs des Kunden, begründet die Haftungsübernahmevereinbarung ein selbstständiges Forderungsrecht gegenüber dem Hersteller, das auch Aus- und Einbaukosten umfasst. Für seine Mitglieder hat der ZVSHK mit über 90 Herstellern der SHK-Branche eine solche Haftungsübernahmevereinbarung abgeschlossen. Auch im Jahr 2016 wurden bestehende Haftungsübernahmevereinbarungen aktualisiert und ergänzt. Eine Reihe von Mitgliedsbetrieben konnte unter Rückgriff auf die Haftungsübernahmevereinbarung die Realisierung ihrer Rechte im Schadenfall durchsetzen.

Auch das Werk- und Bauvertragsrecht erfuhren grundlegende Überarbeitungen. So wurde insgesamt das Werkvertragsrecht neu geordnet. Neben den (bisherigen) „Allgemeinen Vorschriften“ wurden mit dem „Bauvertrag“, dem „Verbraucherbauvertrag“, dem „Archi-

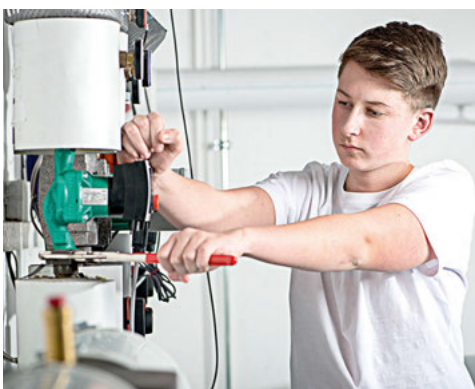
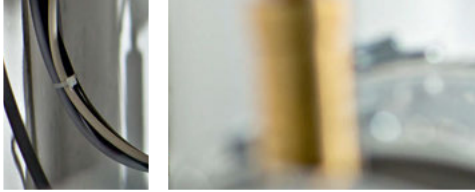
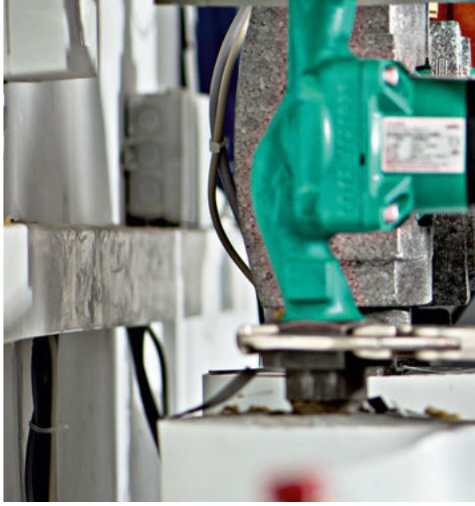
itekten- und Ingenieurvertrag“ und dem „Bausträgervertrag“ neue Vertragstypen mit spezielleren Regeln aufgenommen. Besonders sticht aber sicherlich das sogenannte „einseitige Anordnungsrecht“ des Bestellers heraus. Unter gewissen Umständen kann der Besteller nun einseitig eine Änderung des ursprünglich vereinbarten Werkerfolgs anordnen.

### Weitere Gestaltung des EU-Verbraucherrechts

Nach wie vor plant die EU-Kommission im Rahmen ihrer digitalen Agenda (in Abweichung zum bestehenden Verbraucherrecht in Deutschland) eine Verlängerung der Beweislastumkehr vorzusehen. Bislang beträgt die Frist für die Beweislastumkehr sechs Monate. Nach Ablauf der sechs Monate hat der Verbraucher nachzuweisen, dass der Mangel bereits bei Lieferung vorlag. Die Kommission hat demgegenüber einen Entwurf vorgelegt, der beim Fernabsatzgeschäft eine Beweislastumkehr auf zwei Jahre vorsieht. Dies käme einer zweijährigen Garantie des Käufers sehr nahe. Zusätzliche Brisanz erhält diese Entwicklung durch die Stellungnahme des EU-Parlaments, die eine Ausweitung über den Bereich des Fernabsatzes auf sämtliche Kauf- und gegebenenfalls auch Werk- und Dienstverträge vorsieht. Schließlich beschäftigt sich auch die Bundesregierung in diesem Kontext mit der Überprüfung der Angemessenheit der im deutschen Kauf- und Werkvertragsrecht vorgesehenen Verjährungsfristen. Hierzu wurde eigens eine umfassende Studie in Auftrag gegeben, die auch im Vergleich zu teils längeren Verjährungsfristen im EU-Ausland die deutschen Regelungen überprüft. Der Zentralverband bezieht hier klar Stellung gegen eine als unnötig empfundene Verlängerung von Gewährleistungsfristen und Verschärfung von Vermutungsregeln.

### Aktionsprogramm gegen den Staub beim Bauen

Beim Bauen und Renovieren entsteht zwangsläufig Staub. Die schädigende Wirkung von Stäuben – besonders von Quarzstäuben – auf die Gesundheit ist seit langem bekannt.



Für viele Tätigkeiten in der Bauwirtschaft gibt es bereits heute bewährte technische Lösungen oder Verfahren, mit deren Hilfe sich die Staubbelastung wirksam vermindern lässt. Diese sind jedoch viel zu wenig bekannt; sie werden daher nur von wenigen Handwerksbetrieben eingesetzt.

Um dies zu ändern, hat sich ein breites Bündnis im Aktionsprogramm Staubminimierung in der Bauwirtschaft zusammengefunden. Das Bündnis will sich für Fortschritte in der Prävention und eine nachhaltige Verbesserung der Situation auf Baustellen einsetzen. Mit einer gemeinsamen Erklärung wird auf bewährte Aktivitäten aufgebaut. Durch systematische Kooperation und Koordinierung in den Handlungsfeldern Expositionsermittlung, Technik, Qualifikation und Kommunikation soll die Effizienz aller Einzelmaßnahmen gesteigert werden. Denn staubarmes Arbeiten verhindert staubbedingte Erkrankungen der am Bau Beschäftigten. Darüber hinaus verbessert es das Image der Anbieter von Bau- und Baudienstleistungen.

Nach der Unterzeichnung der gemeinsamen Erklärung im Berichtsjahr haben die Partner im April 2017 in Berlin die nächsten Meilensteine zum Erreichen der Vision der „staubarmen Baustelle“ gesetzt. Eine Übersicht der Maßnahmen findet sich unter [www.bgbau.de/praev/schwerpunktthemen/staubarm-bauen](http://www.bgbau.de/praev/schwerpunktthemen/staubarm-bauen).

### **Entsorgungspass für HBCD-haltige Dämmstoffe**

Überraschend für viele Branchenbeteiligte beschloss der Bundesrat im Herbst 2016, Abfälle aus Dämmplatten mit einem HBCD-Gehalt von mehr als 1.000 mg/kg in Deutschland als gefährlichen Abfall (AVV 17 06 03) einzustufen. Damit änderte sich auch für das SHK-Handwerk von jetzt auf gleich die Art der Entsorgungsverpflichtung.

Die entsprechenden Abfälle mussten demnach so verwertet oder beseitigt werden, dass die in ihnen enthaltenen organischen Schadstoffe zerstört oder unschädlich gemacht werden. Dies geschieht üblicherweise bei der thermischen Verwertung in Müllverbrennungsanlagen (MVA).

Die neue Einstufung hat jedoch nicht wie geplant zu einer besseren Nachverfolgung, Ausschleusung und somit Vernichtung des als POP-Stoff klassifizierten HBCD geführt. Vielmehr hat die Gesetzesänderung einen bis dahin reibungslos verlaufenden und sicheren Entsorgungsweg weitgehend zum Erliegen gebracht.

Nur wenige Müllverbrennungsanlagen nahmen HBCD-haltige Dämmstoffabfälle überhaupt noch zur Verbrennung an. Die neue abfallrechtliche Einstufung führte folglich zu einem fast vollständigen Marktversagen auf Entsorgerseite und zu teilweise erheblich höheren Kosten für die Entsorgung – soweit diese überhaupt möglich war.

Zur Unterstützung stellte der Zentralverband seinen Mitgliedern ein Merkblatt mit Tipps und Empfehlungen zum Umgang mit dieser Notsituation zur Verfügung. Gemeinsam mit Herstellern, Handel und Schwestergewerken forderte die Verbandsorganisation eine schnellstmögliche Lösung. Diese erfolgte zunächst durch einzelne Ländererlasse, bis im Dezember 2016 der Bundesrat durch ein auf ein Jahr befristetes Moratorium die ursprüngliche Rechtslage wiederherstellte.

Die Zeit bis zum Jahresende 2017 soll genutzt werden, um eine praxisgerechte Lösung zu finden, die mit einer Verordnung zur Überwachung von nicht gefährlichen Abfällen mit persistenten organischen Schadstoffen und zur Änderung der Abfallverzeichnis-Ver-

ordnung erfolgen soll. Der Zentralverband beteiligt sich über die Aktionsgemeinschaft EHDA ([www.agehda.de](http://www.agehda.de)) an der Suche nach geeigneten Lösungen.

## Markennutzung und Markenschutz

Für den Zentralverband besitzt der Schutz seiner eigenen Marken einen hohen Stellenwert in der täglichen Arbeit der Rechtsabteilung. In der öffentlichen Wahrnehmung will der ZVSHK an der Spitze der Verbandsorganisation die Kompetenz und das Leistungsportfolio der organisierten SHK-Fachbetriebe als Hersteller von Energieeffizienz und Experten für Nachhaltigkeit greifbar und erlebbar machen. Der Zentralverband setzt sich dafür ein, den organisierten Innungsbetrieben im Markt einen „Vorsprung durch Wissen und Können“ zu verschaffen und mit seinen Leistungen einen echten Vorteil zu bieten. Dieser Vorteil einer Innungsmitgliedschaft wird nicht zuletzt durch die geschaffenen Marken nach außen dokumentiert.

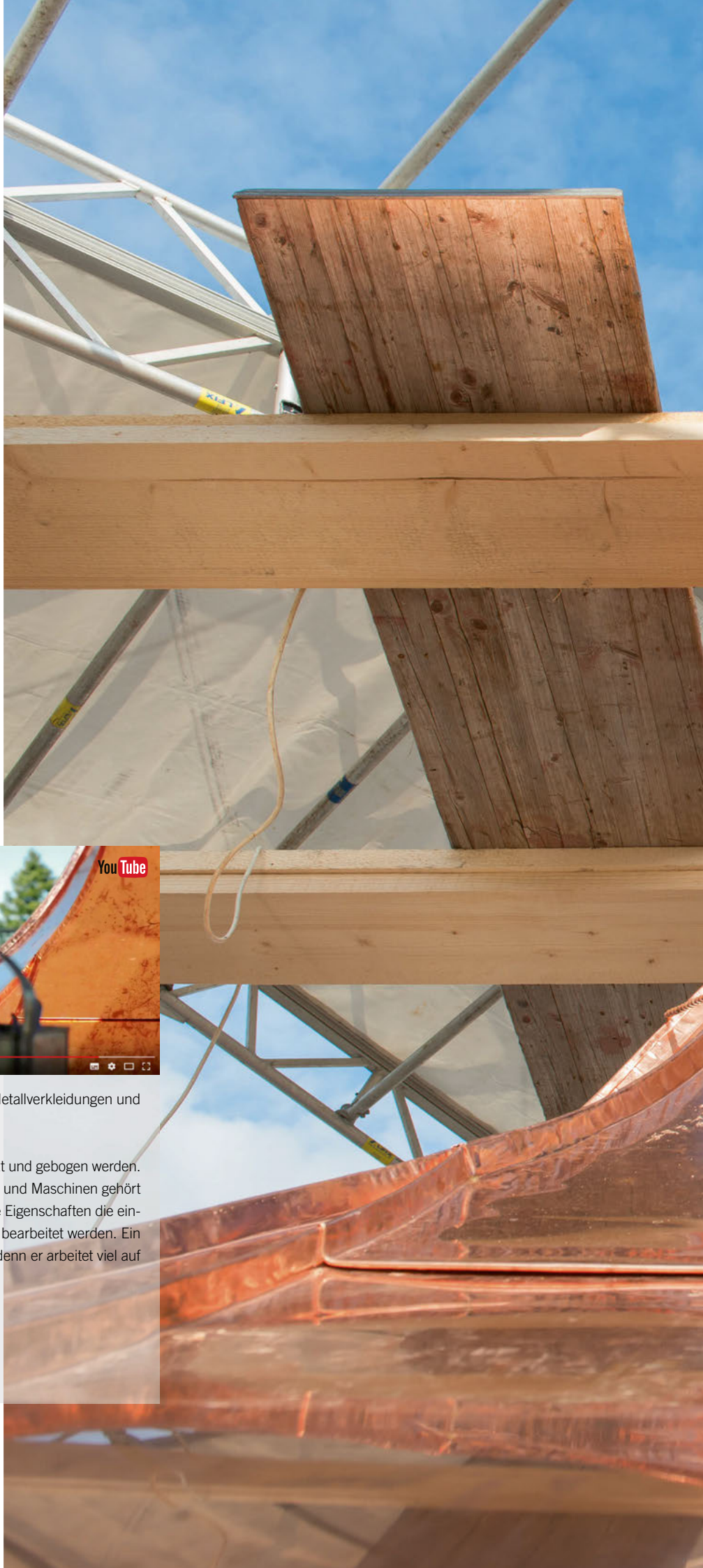
Der ZVSHK überwacht ständig die Einhaltung der Voraussetzungen zur ordnungsgemäßen Nutzung der Marken und Logos (beispielsweise Eckring, Smart House, BäderHaus), beobachtet und bewertet die Eintragung ähnlicher Marken und setzt die Rechte der Verbandsorganisation bei unberechtigter Nutzung oder sonstigen Verstößen durch.





Der Klempner ist zuständig für edle Metallverkleidungen und das Bearbeiten von Blechen.

Er lernt, wie Bleche abgekantet, gefalzt und gebogen werden. Der Umgang mit schwerem Werkzeug und Maschinen gehört zum Arbeitsalltag und er lernt, welche Eigenschaften die einzelnen Werkstoffe haben und wie sie bearbeitet werden. Ein Klempner sollte schwindelfrei sein – denn er arbeitet viel auf dem Dach.







# KOMMUNIKATION

Kommunikation meint im eigentlichen Sinne die Übermittlung von Informationen. Sie ist damit zugleich Grundbedingung sozialen Verhaltens innerhalb von Gemeinschaften. Kommunikation ist die friedfertige Form von Willensbekundung und Interessenbehauptung. Kommunikation schafft die Voraussetzung für Denk- und Handlungsprozesse.

Im modernen Verbandswesen bildet Kommunikation damit ein unverzichtbares Instrument der Interessenvertretung. Wobei sie allerdings einem strukturellen Dilemma unterliegt. Denn Verbandskommunikation operiert in einem breit angelegten Aufgabenspektrum; und muss sich in einer zugleich expandierenden wie differenzierenden Medienlandschaft durchsetzen – einer medialisierten Gesellschaft, in der das Vertrauen in Neutralität und Glaubwürdigkeit der Berichterstattung zurückgeht („Lügenpresse!“).

Die Außenkommunikation artikuliert Botschaften und Interessen eines Verbandes gegenüber einer Teilöffentlichkeit (Politik) oder der breiten Öffentlichkeit (Verbraucher). Sie muss in Begleitung der politischen Arbeit sehr genau prüfen, welche Lobbyanstrengungen öffentlich gemacht werden sollen oder eher nichtöffentlich erfolgen. Die Binnenkommunikation dient dem Informations- und Meinungsaustausch zwischen den

Verbandseiten und den einfachen Verbandsmitgliedern. Hier zeigt sich generell, dass die eher exklusive und damit abgeschottete Kommunikation über eigene Verbandsmedien früherer Tage abgelöst wird durch die Einbeziehung neutraler und offen zugänglicher Medien. Ein Spiel über Bande, bei dem die Verbandskommunikation möglichst viele organisierte Mitglieder erreichen will.

Das ist das Spannungsfeld, in dem auch der Zentralverband seine zielgruppengerechte Kommunikationsarbeit konzipiert und realisiert. Er muss einerseits nach außen deutlich machen, welchen Mehrwert er mit seiner Expertise, seiner Kompetenz und seinem Vertretungsmandat in Entscheidungsprozesse einbringen kann. Er muss gleichzeitig dafür sorgen, dass der wirtschaftliche Erfolg seiner Mitglieder stabilisiert oder ausgebaut wird; zudem muss er seine Arbeit stets gegenüber den eigenen Mitgliedern rechtfertigen oder legitimieren.

Die politische Interessenartikulation erfolgt zum einen über das nach wie vor bewährte Mittel der Pressearbeit – proaktiv mit Pressemitteilungen an ausgewählte (personalisierte) Verteiler, reaktiv durch die Beantwortung zahlreicher Presseanfragen. Darüber hinaus gibt der Zentralverband sein Meinungsmedium statement

heraus, in dem politisch brisante Themen aus Sicht des Handwerks und der Branche behandelt werden. Im Berichtsjahr waren dies der Fachkräftemangel und der Klimaschutzplan 2050.

Meinung macht der Zentralverband ferner mit personalisierten Statements des Präsidenten oder des Hauptgeschäftsführers. Für Letzteren haben die Kommunikatoren des Zentralverbandes auch einen gesonderten Social-Media-Kanal angelegt.

Geht es bei der politischen Kommunikation vor allem darum, gegenüber der Politik die besondere Rolle des SHK-Handwerks bei der Umsetzung der Energiewende im Wärmemarkt und dem Abfedern der Folgen des demografischen Wandels zu vermitteln, rückt die Verbraucherkommunikation des Zentralverbandes die Kompetenz und das Leitungsportfolio der ihm angeschlossenen Innungsbetriebe in den Fokus der Öffentlichkeit. Zielgruppe sind dabei vor allem die Besitzer der Ein- und Zweifamilienhäuser. In entsprechenden Themendiensten werden bundesweit alle Redaktionen der Ratgeber, Verbraucher- und Special-Interest-Presse versorgt.

Die Publikationserfolge können sich sehen lassen. 2016 erschienen 6.700 vom Zentralverband initiierte

Artikel mit einer Leserschaft in den klassischen Printmedien von 233.503.398. Flankiert wurde das von 1.610 Internet-Veröffentlichungen mit einer Reichweite von 189.811.157 Nutzern.

Für die Binnenkommunikation nutzt der Zentralverband die sogenannten Eckring-News. Sie richten sich dezidiert an die Mitgliedschaft der SHK-Verbandsorganisation, die SHK-Unternehmer. Mittlerfunktion hierbei haben die Landesverbände und die Fachpresse – allen voran die drei Verbandsmagazine sbz, ikz und dkz.

Wachsende Bedeutung für die Binnenkommunikation hat zudem die Onlinekommunikation. Neben Applikationen für das Smartphone bietet der Zentralverband seinen Mitgliedern einen monatlichen Newsletter, dessen Inhalte von den 17 Landesverbänden über die jeweils originären Kommunikationsinstrumente transportiert werden.

### Onlinekommunikation

Die Digitalisierung ist in unserem täglichen Leben längst allgegenwärtig. Die digitalen Technologien bestimmen unsere privaten und gesellschaftlichen Hand-



lungen. Produktions-, Service- und Vertriebsprozesse unterliegen den Gesetzmäßigkeiten der digitalen Kommunikation. Und auch die Kommunikation selbst, der Austausch von Botschaften und die Organisation von Meinungs- und Informationstransfer bedient sich in wachsendem Maße der digitalen Verbreitungsmechanismen. Alles und jeder ist online – auch die Verbandskommunikation des Zentralverbandes.

Das gilt für die Verbreitungswege von Presseverlautbarungen und Publikationen; das gilt selbstredend für die Nutzung neuer und weniger neuer Medien in der digitalen Welt. „Neuland“, wie es die Kanzlerin noch vor Kurzem nannte, ist die weite Welt des Internets mit seinen unzähligen Möglichkeiten für die Verbandsorganisation nicht mehr. Allerdings spiegelt sich in der Entwicklung der digitalen Verbandskommunikation durchaus das Beharrungsvermögen etablierter Strukturen im SHK-Handwerk. Hier wie da müssen aus Sicht des Zentralverbandes die Veränderungsbereitschaft und Veränderungsmotivation an Dynamik gewinnen.

Grundsätzlich ist zu beobachten: Onlinekommunikation ist charakterisiert von einem stetig steigenden Tempo. Das heißt konkret: Der Sender von Informationen muss dem Empfänger oder Nutzer innerhalb von zwei bis drei Sekunden das bieten, was den interessiert oder was er erwartet. Misslingt dies, wird die Kommunikation abgebrochen. In Zeiten der Informationsflut und zunehmender Oberflächlichkeit im Leseverhalten der Nutzer erreichen nur diejenigen Inhalte ihre Leser, die von ihnen als relevant empfunden werden und kompakt und lesefreundlich aufbereitet sind. Hochwertiger Inhalt (Content) hat immer Konkurrenz.

Aber gerade das Berichtsjahr 2016 hat auch die Erkenntnis gebracht: Nicht jeder Inhalt hat die gleiche Qualität. Zwischen Kurzmitteilungen, Schlagzeilen, Fake News und selektierten Nachrichten ist es für Rezipienten mitunter schwierig, einen neutralen, objektiven oder differenzierten Gesamteindruck zu bestimmten Themen zu bekommen. Allerdings warnt der Digitalverband Bitkom gerade im Umgang mit





Falschnachrichten, den sogenannten Fake News, vor vorschnellen Regulierungen. Stattdessen gelte es, die Medien- und Informationskompetenz der Nutzer zu stärken, um Falschnachrichten besser erkennen zu können. Beispielsweise sei es wichtig, die Quelle der Information zu überprüfen. Aufschluss darüber kann jeweils das Impressum des verwendeten Mediums

geben. Nicht nachvollziehbare Adressangaben oder eine fehlende Ansprechstelle sind eher kritisch einzuordnen. Ebenfalls hilft eine Gegenkontrolle per Online-Suche den Inhalt zu verifizieren. Dafür sollte ein Teil der Schlagzeile oder der Nachricht eingegeben werden. Die Ergebnisliste zeigt, inwieweit das Thema anderweitig aufgegriffen wurde oder wird.



## Onlinekommunikation: die Webseiten

Die Onlinekommunikation des Zentralverbandes besteht seit mehr als 15 Jahren. Herzstück dabei sind die beiden Webseiten [www.zvshk.de](http://www.zvshk.de) und [www.wasserwaermeluft.de](http://www.wasserwaermeluft.de), die spezielle Informationen für unterschiedliche Zielgruppen bereithalten. Das Angebot für Verbraucher und potenzielle Kunden, Fachbesucher und Geschäftspartner sowie Journalisten wurde kontinuierlich ausgebaut.

Über seine Webpräsenz [www.zvshk.de](http://www.zvshk.de) richtet sich der ZVSHK gezielt an Fachbesucher, die sich über die zahlreichen Themen der SHK-Branche informieren möchten. Hier werden im Monat durchschnittlich rund 20.000 interessierte Besucher angesprochen. Journalisten finden im Bereich Presse aktuelle Inhalte mit Zahlen und Fakten zur SHK-Branche. Darüber hinaus erhalten die Innungsbetriebe exklusive Informationen zu ihren jeweiligen Fachgebieten.

Schon mit einem Blick auf die Startseite sind Fachbesucher aktuell informiert. Für die einzelnen SHK-Fachrichtungen und die SHK-Gewerke liefern die gesonderten Rubriken eine Fülle an nützlichen Angeboten. Hier geht es um Musterschreiben, Technik, Normen, Recht und Marketing. Der Veranstaltungskalender gibt einen Überblick zu den anstehenden Ereignissen in der SHK-Branche. Die Produkte aus dem SHK-Onlineshop begleiten die tägliche Arbeit im SHK-Betrieb. Denn hier können rund um die Uhr und je nach Bedarf umfangreiche Materialien, wie z.B. Arbeitshilfen, Publikationen oder Werbeartikel bezogen werden.

Einen besonderen Service für Innungsmitglieder gibt es unter „Mein zvshk“: Es stehen News-Boxen zur Auswahl bereit, die die eigene Webseite mit aktuellen Informationen beliefern – ganz automatisch.

Die Homepage [www.wasserwaermeluft.de](http://www.wasserwaermeluft.de) hat der Zentralverband 2011 zu einem reinen Verbraucher-Portal umgebaut. Hier finden potenzielle Kunden der SHK-Innungsbetriebe fundierte Informationen rund um die Schwerpunkte Wasser, Wärme und Luft. Die Seite bietet Details und Wissenswertes zur Trinkwasserqualität, zum hydraulischen Abgleich, zum rich-

tigen Lüften oder zur Heizungsmodernisierung. Mit rund 50.000 monatlichen Besuchern ist [www.wasserwaermeluft.de](http://www.wasserwaermeluft.de) die führende Webseite bei Verbraucherinformationen zu allen wichtigen SHK-Themen. Verbraucher finden Wissenswertes zu energiesparendem Heizen, richtigem Lüften oder den Haus- und Gebäude-Checks. Ebenso gibt es Details zu staatlichen Förderungen oder Steuervorteilen und Tipps rund um die Haustechnik.

Beispielsweise entstanden zum Jahreswechsel 2015/2016 auf [www.zvshk.de](http://www.zvshk.de) neue Seiten speziell für das Thema „Energiewende im Wärmemarkt“ mit Informationen zum „Nationalen Effizienzlabel für Heizungsanlagen“, dem „Heizungs-Check“ und dem „Heizungspumpentausch“. In einem übersichtlichen Frage- und Antwortkatalog erhalten Fachbesucher rasch einen umfassenden Überblick zu den neuen Programmen und Maßnahmen.

Parallel gingen hierzu auch neue Seiten auf der Verbraucher-Webseite an den Start. Diese enthalten zusätzlich zu den Fachinformationen den praktischen Hinweis zum Fachbetrieb als kompetentem Ansprechpartner vor Ort, der mit Rat und Tat am Point of Sale zur Verfügung steht. Insgesamt hatte das Verbraucherportal [www.wasserwaermeluft.de](http://www.wasserwaermeluft.de) im Berichtsjahr über 900.000 Besucher. Und der Zuspruch der User wird weiter steigen; erzielt durch stets aktuell gehaltene und relevante Inhalte und consequente Suchmaschinenoptimierung.

Die meisten Deutschen nutzen das Internet, die Plattformen und sozialen Netzwerke intensiv. Auch für die SHK-Branche stellen diese Nutzer ein großes Potenzial dar. Die deutschen Onliner sind insgesamt betrachtet überdurchschnittlich gut gebildet und einkommensstark. Ein hoher Anteil der Internetnutzer verfügt über ein Haushaltsnettoeinkommen von mehr als 3.000 Euro. Die deutschen Onliner sind potenzielle Kunden des SHK-Handwerks und seinen Leistungen. Und diese Verbraucher haben umfassende Möglichkeiten sich zu informieren – auch speziell zu SHK-Themen. Deshalb ist das Internet für Fachbetriebe ein wichtiges Mittel zur Darstellung der eigenen Leistungen und der Gewinnung von Aufträgen. Vor Ort trifft der Handwerker heute zumeist auf einen sehr gut vorbereiteten Kunden mit konkreten Vorstellungen.

## Onlinekommunikation: Wikipedia und YouTube

Neben den beiden Webseiten des ZVSHK gibt es weitere Informationen im Internet-Lexikon Wikipedia. Hier werden Schwerpunkte und Aufgaben des Verbands dargestellt. Die Videoplattform YouTube nutzt der Zentralverband zur Darstellung des reichhaltigen Filmangebots zu SHK-Schwerpunktthemen. Im eigenen ZVSHK-Kanal auf YouTube finden sich Videos zu den Haus- und Gebäude-Checks, Energie und Architektur oder Nachhaltigkeit und Gebäudetechnik.

Nach wie vor gilt für die Auffindbarkeit im World Wide Web: Content is King. Nur solide und detaillierte Inhalte schaffen die Basis für organisches Wachstum der Webseite und die damit verbundene Wahrnehmung und Verwertung durch die Nutzer. Sämtliche Inhalte sollten heute suchmaschinenfreundlich aufbereitet sein, sodass es der marktführenden Suchmaschine Google möglich ist, die Kernaussagen zu filtern und in Ergebnislisten anzuzeigen. Hier gilt es mit guten Beschreibungen und ausgewählten Keywords den qualitativ hochwertigen Informationsgehalt der eigenen Webseite darzustellen. Der relevante und nützliche Content, die übersichtliche Navigation, sowie eine moderne technische Plattform tragen zur erfolgreichen Etablierung beider Webseiten des Zentralverbandes bei. Die Kompatibilität mit mobilen Endgeräten wie Smartphones und Tablets ist wegen ihrer weiterhin stark wachsenden Nutzung unabdingbar.

## Onlinekommunikation: Soziale Medien

„Für Facebook hab´ ich keine Zeit!“ Sätze wie dieser – berechtigt oder nicht – entsprechen nicht mehr dem Zeitgeist. Sie möchten eine Entwicklung unterdrücken, die sich nicht aufhalten lässt. Immer stärker wachsen digitale Angebote, ihre Nutzung, die Nachfrage, die Varianten. Für Unternehmen oder Organisationen empfiehlt sich eine Selektion der für sie individuell relevanten Kanäle oder Foren. Soziale Netzwerke sind längst über die rein private Nutzung hinaus von wirtschaftlicher Bedeutung für Unternehmen. Es gibt viele Möglichkeiten, soziale Netzwerke für Betriebe sinnvoll einzusetzen. Es lässt sich Support anbieten, die

Bekanntheit steigern, das Image pflegen, Anfragen generieren oder die Kundenbindung stärken. Aktuell hat Facebook über 28 Millionen aktive Nutzer in Deutschland und zählt damit hier zum beliebtesten sozialen Netzwerk.

Der Zentralverband pflegt zwei Accounts auf Facebook. Fans und Freunde profitieren von der schnellen und direkten Information zu SHK-Themen. Auf der Facebook-Seite ZVSHK veröffentlicht der Zentralverband aktuelle Themen, Nachrichten und Kurz-Infos für ein breites Publikum. Zahlreiche Beiträge werden von den erreichten Personen geteilt und auf eigenen Seiten weiterverbreitet. Die stetig steigenden Zahlen an Fans der Seite und die Anzahl der erreichten Personen zeugen vom Erfolg dieses Angebots.

Mit der Fanseite ZEIT ZU STARTEN richtet sich der ZVSHK an die junge Zielgruppe der Nachwuchskräfte. Die jungen Menschen finden hier eine Plattform zum Dialog rund um die vier Ausbildungsberufe des SHK-Handwerks. Die umfassende Darstellung der speziellen Fähigkeiten, die Jugendliche in den Ausbildungsberufen erlernen und schließlich beherrschen, werden hier von der Zielgruppe mit zahlreichen „Likes“ und „geteilten Beiträgen“ honoriert.

Mit dem Kurznachrichtendienst Twitter betreibt die Presseabteilung des Zentralverbandes speziell einen Infokanal für Journalisten. Die über Twitter verbreiteten Kurznachrichten transportieren Verbandsnachrichten für die Pressearbeit.

Auf Google+ nutzt der Zentralverband das Netzwerk von Google zur Verbreitung der SHK-spezifischen Themen. Eine große Reichweite bestätigt den hohen Stellenwert der ZVSHK-News für dieses Netzwerk. Die Kommunikation in sozialen Netzwerken zeigt eine hohe zeitliche Aktualität, weil in Echtzeit kommuniziert wird. Tatsächlich sind hier bedeutende Reichweiten für die Botschaften und Nachrichten aus der SHK-Branche erzielt worden. Teilweise wurden im Jahr 2016 mit nur einer einzigen Nachricht, einem „Posting“, weit über 12.000 Personen in nur wenigen Stunden erreicht. Damit sind soziale Netzwerke heute bewährte Multiplikatoren, die für eine deutlich bessere Wahrnehmung der Verbandsthemen sorgen – und längst zur Lebenswirklichkeit gehören.



Außerdem bieten die sozialen Netzwerke eine ideale Form der Verbindung für Innungsmitglieder. Sie sind in ihrem Kern ein Geflecht aus Kontakten. Für die Darstellung der SHK-Branche im Internet wirkt sich das gegenseitige Verbinden auf Facebook, Google+ etc. positiv auf die jeweiligen Einzelbewertungen der Auftritte aus. So wird in der öffentlichen Wahrnehmung der Zusammenschluss einer gesamten Branche bedeutend eher auffallen und bemerkt als zahlreiche, unverbundene Einzelauftritte. Für diese Maßnahmen sind keine nennenswerten finanziellen Budgets notwendig, es handelt sich um pflegerische und redakti-

onelle Aktionen zum organischen Wachstum der eigenen Internet-Präsenzen sowie der SHK-Branche. Die Akteure profitieren wechselseitig.

Die konsequente Informationspolitik der Verbandsorganisation auf allen Kanälen sorgt für eine breite öffentliche und solide Wahrnehmung verbandsrelevanter Themen. In diesem Sinne konzipiert und realisiert der Zentralverband die bundesweite Öffentlichkeitsarbeit für das organisierte SHK-Handwerk. Dabei stehen immer die Leistungen und Kompetenzen der Betriebe im Vordergrund.







# VERANSTALTUNGEN

Die Organisation von ganz unterschiedlichen Veranstaltungen gehört zu den klassischen Aufgaben einer Verbandsorganisation. Der Zentralverband bietet seinen angeschlossenen Mitgliedsunternehmen Veranstaltungsformen mit der Zielrichtung Technik aber auch Marketing und Image.

Formate mit eher technischem Zuschnitt wie der Klempnertag oder auch der Kupferschmiedetag haben bereits eine lange Tradition. So erlebte der Klempnertag in Würzburg im Berichtsjahr seine 16. Auflage. Der Kupferschmiedetag in Köln kam 2016 bereits zum zweiunddreißigsten Mal zusammen.

Andere Veranstaltungsformen haben sich überlebt und wurden durch neu ausgerichtete Tagungen ersetzt. Neben dem Europäischen Architekturpreis Energie+ Architektur zählen dazu vor allem die gemeinsam mit der KfW organisierten Formate zum Thema altersgerechtes Bad. Auch die vom Zentralverband ausgeschriebenen internationalen Plakatwettbewerbe oder der 2016 erstmalig in Berlin abgehaltene Frühlingsempfang sind relativ neu entwickelte Veranstaltungsformen, die primär auf das Ziel der Imagesteigerung der Verbandsorganisation ausgerichtet sind.

## 18. Klempnertag in Würzburg

Klempner, Spengler, Blechner oder Flaschner – so regional unterschiedlich werden die Fachhandwerker genannt, die Metallbekleidungen an Dach und Fassade fertigen. Alle zwei Jahre treffen sie sich zu ihrem vom Zentralverband organisierten Klempnertag.

Das Programm bot auch diesmal eine ausgewogene Mischung von Theorie und Praxis. Für die Theorie stand der Tagesordnungspunkt Novellierung der Klempnerfachregeln. Anhand etlicher Illustrationen erfuhr das Auditorium, was für beste Facharbeit gut und wichtig ist. Ein Schwerpunkt dabei: Welche negativen Folgen können durch fehlendes Fachwissen ausgelöst werden. Auch die Sicherheit auf der Baustelle wurde thematisiert; sie wird zukünftig durch die neue Arbeitsstättenverordnung geregelt.

Herausragendes Thema des 18. Klempnertages war die eigene Zukunftssicherung des Gewerkes. Denn der Zuspruch für den Ausbildungsberuf von Spengler, Klempner, Flaschner oder Blechner lässt zu wünschen übrig. Ulrich Leib, Bundesfachgruppenleiter Klempnertechnik im Zentralverband, vermeldete in seiner Eröffnungsrede, dass im zurückliegenden Jahr 2015

lediglich 414 Neuverträge für Spenglerlehrlinge abgeschlossen werden konnten. Das bedeutet einen Rückgang im Vergleich zum Vorjahr von fünf Prozent.

Ein Mittel dagegen präsentierte der Zentralverband den 260 Teilnehmern mit seinem neuen Konzept für die Nachwuchswerbung, Dreh- und Angelpunkt auch hier: das Schülerpraktikum. Dies setzt voraus, dass sich der Handwerksunternehmer im Spenglerbetrieb aktiv um Praktikanten kümmert. Im Vordergrund steht, dass Praktikanten bereits einfache Tätigkeiten in der Metallbearbeitung ausprobieren und auch leichte Arbeiten ausführen dürfen.

Doch wie lassen sich Jugendliche erreichen, die der Spenglerbetrieb braucht? Dieser Frage beantwortete ein Mann aus der Praxis. Ein SHK-Unternehmer nannte Beispiele, die vom Aushang in der Schule oder Sportstätte bis zur Annonce in der Fußballzeitung reichten. Einen Lehrer für einen oder zwei Tage ins Unternehmen einzuladen, kam als Tipp ebenso vor, wie den Zeitungs Fotografen aufs Gerüst zu holen, um über Spenglerarbeiten an einem bekannten denkmalgeschützten Gebäude berichten zu können.

Wie gut Klempnerarbeiten aussehen können, zeigte sich an der Neudeckung der Kirche in Hittisau/Allgäu. Das neue Kupferkleid auf dem Zwiebelturm wurde als Welsche Haube originalgetreu in französischer Deckung wiederhergestellt – Bilder, die in der Öffentlichkeit Werbung für die Leistung des Spenglerbetriebes und das anspruchsvolle Berufsbild machen können.

### **Verleihung Europäischer Architekturpreis Energie+Architektur**

Der Zentralverband kürte im April des Berichtsjahres in Kooperation mit dem Bund Deutscher Architekten (BDA) in Berlin den Gewinner des Europäischen Architekturpreises 2015 Energie+Architektur. Die Auslobung stand unter der Schirmherrschaft des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit.

Der zum vierten Mal vergebene Preis ging an die Freivogel Mayer Architekten aus Ludwigsburg. Das Architektenbüro überzeugte die Jury, unter Leitung des Präsidenten des BDA Heiner Farwick, mit der Generalsanierung und Aufstockung eines Wohnhochhauses zu einem Energieeffizienzhaus. Neben der hochwer-



tigen thermischen Gebäudehülle zeigen die Komponenten aus fassadenintegrierten Absorberflächen und Eisspeicher als Energiepuffer, Nieder temperaturheizsystem mit Deckenstrahlplatten, kontrollierte Wohnungslüftungen und eine Kleinwindkraftanlage sowie Fotovoltaikmodule zur Eigenstromerzeugung ein ausgefeiltes Energiesystem für Wohngebäude der Zukunft.

Der Zentralverband will mit dem von ihm ausgeschriebenen Architekturpreis die immer bedeutsamer werdenden Zusammenhänge von Gestaltung, Planung und Ausführung energetischer Bauvorhaben aufzeigen. Für die Verbandsorganisation dokumentiert der Preis eindrucksvoll die Erfolgsformel für zukunftsfähige Gebäude: das eng abgestimmte Zusammenwirken von Architekten, Planern und Handwerkern. Außerdem soll die Auslobung Anregung und Motivation geben, die Potenziale der integrativen und nachhaltigen Planung zu entdecken und zu realisieren.

Bei der jüngsten Ausschreibung aus dem Jahr 2015 haben sich Architekten aus Deutschland, Österreich und Luxemburg mit insgesamt 50 Objekten aus sechs europäischen Ländern für die Teilnahme beworben. Neben dem Preisträger erhielten zwei Objekte eine Auszeichnung und vier weitere Einreichungen eine Anerkennung und eine Urkunde.

Der Architekturpreis wurde unterstützt von den Sponsoren CWS-boco Deutschland GmbH, Oventrop GmbH und Co. KG und Viessmann Werke GmbH & Co. KG.

## **KfW-Symposium energetische und altersgerechte Sanierung**

Bereits zum dritten Mal veranstalteten KfW und ZVSHK im Berichtsjahr ein Symposium für die Finanzwirtschaft und für SHK-Fachleute. Im Mittelpunkt stand dabei die Frage: Können die verschiedenen Förderprogramme das erreichen, wofür sie geschaffen wurden?

Wenn es um „Altersgerechtes Umbauen“ oder „Energieeffizientes Sanieren“ geht, besteht mittlerweile eine hohe Nachfrage für die gleichnamigen Förderprogramme der KfW. SHK-Fachbetriebe müssen daher gut darüber informiert sein, wann der Auftraggeber



einen Zuschuss, wann einen günstigen Kreditrahmen in Anspruch nehmen kann, um die Investition in die Liegenschaft oder die eigenen vier Wände kostengünstig gestalten zu können. Diese Kompetenz erwarten zu Recht die meisten Bauherren vom Handwerksunternehmer. Nicht selten wird die Auftragsvergabe davon abhängig gemacht.

Generell lautet die Förderdevise: Je umfangreicher Investitionen geplant sind, umso stattlicher können Zuschüsse der Förderbank für die Bauleistungen beantragt bzw. bewilligt werden – vor Baubeginn. Und da liegt bereits ein Stolperstein, zu dem das Fachhandwerk einen dringenden Handlungsbedarf sieht.

Denn der Notfall wird in den Förderprogrammen kaum berücksichtigt. Wenn mitten im Winter ein betagtes Heizsystem ausfällt und durch moderne Technik ersetzt werden muss, kann nicht erst ein Förderantrag gestellt und tagelang auf dessen Bewilligung gewartet werden. Derzeit steht dem schnellen Handeln des hilfsbereiten Fachbetriebes eine Antragstellung noch vor Baubeginn entgegen. Hier forderte das Handwerk eine unbürokratische Lösung ein.

Die versprach der KfW-Abteilungsdirektor für das Produktmanagement Wohnen. Seit dem Sommer 2016 ist es tatsächlich möglich, Anträge online zu stellen und die Entscheidungsprozesse damit erheblich abzukürzen.

Sollen Maßnahmen für den altersgerechten Umbau durch die KfW gefördert werden, setzt die Förderbank voraus, dass ein dafür zugelassener Sachverständiger diese Umbaumaßnahmen beantragt und betreut. Seit Frühjahr 2016 ist es auch beim Neubau möglich, für die Baubegleitung durch einen Sachverständigen einen Zuschuss zu erhalten. Auch hier ist Bedingung, dass der Antrag vor Baubeginn bei der KfW gestellt wird. Im Angebot ist ein Heizungspaket sowie ein Lüftungspaket, für das entweder ein Tilgungs- oder Investitionszuschuss beantragt werden kann.

Weil die einzelnen Dienstleistungen der Förderbank nicht gerade leicht zu durchschauen sind, ist unter [www.kfw.de](http://www.kfw.de) ein Partnerportal realisiert. Handwerksbetriebe können sich dort eine Übersicht zu einzelnen Dienstleistungen und nötigen Voraussetzungen ver-

schaffen. Auch eine Hotline ist eingerichtet, um individuelle Fragen zu beantworten.

Da die Förderprogramme für das altersgerechte Wohnen sowie für die energetische Sanierung stark nachgefragt sind, stellte das Symposium die Frage nach der Nachhaltigkeit der Förderung. Daran bestehe kein Zweifel, beteuerten die Vertreter aus Bau- bzw. Wirtschaftsministerium. Aus den negativen Folgen einer Förderampel, die unerwartet auf Rot schalte und damit für lange Zeit die Bereitschaft zu Investitionen behindere, habe die Politik gelernt.

Des Weiteren forderte der Zentralverband für das Handwerk eine Nachbesserung der technischen Mindestanforderungen bei der Sanierung. Das Fachhandwerk sieht es als problematisch an, dass beispielsweise ein Auftraggeber selbst Material für die Trinkwasser-Installation besorgen kann, um es dann vom Fachmann einbauen zu lassen. Falls der Fachhandwerker solche Produkte einbaut, haftet er auch dafür.

Der Zentralverband thematisierte zudem, dass der SHK-Fachbetrieb direkter Mittler im Wärmemarkt und erster Ansprechpartner für die energetische Sanierung ist. Weil der Aufwand für die Angebotserstellung und die Administration nötiger Förderanträge keine Nebensache ist, müssten auch diese Tätigkeiten berücksichtigt werden. Daher schlug er vor, die Planungs- und Werkleistung gemeinsam zu einem Paket zu schnüren und in Zukunft förderfähig zu gestalten.

Einhellig waren die Repräsentanten aus den Ministerien, der KfW und des SHK-Fachhandwerks der Meinung, dass die konstante Fortführung der Programme große Bedeutung hat und dass der Online-Zugriff möglichst zügig ausgebaut werden sollte. Allein für die altersgerechten Umbaumaßnahmen rechnen Experten mit einem Investitionsbedarf von 50 Milliarden Euro bis zum Jahr 2030. Hier leistet das KfW-Programm „Altersgerecht Umbauen“ eine wichtige finanzielle Unterstützung.

## 32. Deutscher Kupferschmiedetag

Ende September 2016 trafen sich die Behälter- und Apparatebauer zu ihrem alle zwei Jahre stattfindenden-

den Erfahrungsaustausch: dem Deutschen Kupferschmiedetag in Köln.

Das Programm bot Interessantes für die tägliche Arbeit, gab Einblicke in neue technische Verfahren und ließ Zeit für den kollegialen Austausch. Neben dem viel beachteten Vortragsthema „3-D-Drucken – was heute schon möglich ist“ wurde ein neues Schweißverfahren vorgestellt.

Zudem stand neben der Präsentation der bundesweit einheitlichen Nachwuchswerbung „Zeit zu starten“, auch das Thema „Impulse zur Unternehmensführung“ auf dem Programm. Wie wirkt ein Betrieb nach außen? Findet ein potenzieller Nachfolger einen Betrieb vertrauenswürdig und attraktiv? Welche Rolle spielt die Psychologie?

40 Behälter- und Apparatebauer nahmen am Kupferschmiedetag teil. Etwa 120 Handwerksbetriebe in Deutschland können eindeutig den Behälter- und Apparatebauern zugerechnet werden, sodass ein vergleichsweise hoher Prozentsatz von Unternehmern aus diesem Gewerk in der Domstadt präsent war.

### **Deutsche Wärmekonferenz: Industrie, Großhandel und Fachhandwerk im Dialog mit der Politik**

Bereits zum achten Mal tagte Ende September 2016 in Berlin die Deutsche Wärmekonferenz. Ursprünglich eine Veranstaltung des BDH präsentierte sich die Wärmekonferenz diesmal als Dialogplattform der gesamten Branche. Denn erstmals beteiligten sich mit dem Zen-



tralverband und dem Deutschen Großhandelsverband Haustechnik (DG Haustechnik) zwei weitere Spitzenverbände. Fachhandwerk, Industrie und Großhandel bündelten mit der Zusammenarbeit die Interessen der Branche, die für die schnelle und effiziente Umsetzung der Wärmewende maßgeblich verantwortlich zeichnet.

Die Akteure waren sich einig, dass die Bundesregierung im Rahmen des neuen Klimaschutzplans 2050 sehr ambitionierte Ziele gesetzt hat. Dies, aber auch die weitere Umsetzung des Nationalen Aktionsplans Energieeffizienz (NAPE), standen daher im Vordergrund des Diskurses auf der Deutschen Wärmekonferenz.

Für den Zentralverband war dieser Schulterschluss der drei wichtigsten und einflussreichsten Verbände der Sanitär-, Heizungs- und Klimabranche ein wichtiges Zeichen an die Politik. Das geschlossene Auftreten von Industrie, Handwerk und Handel im Dialog mit der Politik symbolisiert für den Zentralverband den Willen der Branche, den Entscheidungsträgern in Regierung, Parlament und Administration zukünftig mit einer klaren und einheitlichen Positionierung gegenüber zu treten. Klar ist: Die Herausforderungen von Energie- und Klimaschutzpolitik sind zu bedeutsam, als dass bei zukunftsweisenden Weichenstellungen kleinteilige Partikularinteressen im Vordergrund stehen.

Ob Energie- und Klimapaket oder Nationaler Aktionsplan Energieeffizienz: die Politik hat deutlich Kurs genommen auf das enorme Energiesparpotenzial im deutschen Wärmemarkt. Die SHK-Branche hat sich hierbei konstruktiv beratend eingebracht. Und in dieser Rolle des Beraters und Dialogpartners der Politik sehen die drei beteiligten Verbände auch zukünftig die Hauptaufgabe ihrer Arbeit im politischen Raum.

## Frühjahrsempfang in Berlin

Erstmals hat der Zentralverband im Berichtsjahr zu einem Frühjahrsempfang nach Berlin eingeladen. An einem Abend im Juni trafen sich 150 Gäste aus Poli-

tik, Wirtschaft und Handwerk im Sommergarten des Ellington Hotels. Der Zentralverband ist damit ganz bewusst näher herangerückt an das Zentrum der Macht – hier, wo im übertragenen Sinne die Musik spielt; die Musik, die aktuell in vielen Belangen den Takt für die Branche vorgibt.

Der Zentralverband war in seinem Selbstverständnis lange Zeit ein vorwiegend technischer Verband. Das hat sich in den letzten Jahren grundlegend gewandelt. In der Interessenvertretung für das Handwerk hat er die politische Verbandsarbeit ganz erheblich ausgebaut. Maßgeblich geschuldet ist diese Schwerpunktverlagerung der simplen Tatsache, dass die Fachbetriebe des Sanitär-, Heizungs- und Klimahandwerks zu wichtigen Akteuren der Zukunftsgestaltung des Landes geworden sind. Die Stichworte hierzu lauten: Energie und Demografie!

Die Arbeitsbeziehungen zwischen Politik und Handwerk haben sich damit zwangsläufig intensiviert. Dabei sind die getroffenen Entscheidungen, Ergebnisse und Abmachungen nicht per se abhängig von ihrem geometrischen Ort. Auf der anderen Seite unterliegt Verbandsarbeit in der Hauptstadt einem „genius loci“.

Dieser „Der Geist des Ortes“ wirkt ebenso stark in den Räumlichkeiten des Ellington Hotels. Geplant und gebaut in den goldenen Zwanzigerjahren war dieses Gebäude ein steinernes Sinnbild für pure Lebensfreude und elegantes Berliner Nachtleben. Dieses ursprünglich „Femina- oder Tauentzien-Palast“ genannte Gebäude feierte sich bei seiner Eröffnung selbst als „das Ballhaus Berlins“ – mit 2.000 Sitzplätzen, „zwei Riesenbars und drei Kapellen“, „täglich Tanz-Tee“, „Gedeck 2,50“ und „Tanz-Attraktionen“. Allen politischen Widerständen zum Trotz entwickelte sich das Haus an der Nürnberger Straße mit dem großen Ballsaal und seinen zahlreichen Nebenbars und Restaurants in den Dreißigerjahren zum beliebtesten Swingpalast Berlins.

Auch in der Nachkriegszeit blieb das Gebäude zunächst ein zentraler Ort für Kunst und Kultur in der jetzt geteilten Weltstadt. Unter anderem spielten hier Jazzgrößen wie Louis Armstrong, Ella Fitzgerald und Duke Ellington.

# MARKETING

Kommunikation und Marketing sind im Zentralverband – wie bei den meisten Unternehmen und Konzernen – zwei getrennte Disziplinen. Grundsätzlich jedoch bilden sie zwei Seiten einer Medaille. Und rücken gerade bei der zunehmenden Digitalisierung näher zusammen. Verbandskommunikation übernimmt damit ein Stück Corporate Marketing. Die Marktbearbeitung bedient sich beim Content Marketing Paradigmen und Instrumentarien der Kommunikation. Die stärkste Schnittstelle hierbei ist das weite Feld der Social Media.

Der Zentralverband bündelt in seinem Referat Marketing alle Aktivitäten und Initiativen, die darauf ausgerichtet sind, den organisierten SHK-Betrieben den eigenen Marktauftritt zu erleichtern. In der herkömmlichen Terminologie als Absatzförderung bezeichnet, meint Marketing in diesem Sinne die Unterstützung der Marktanstrengungen der Mitglieder – und nicht etwa die Marktbearbeitung des Verbandes als wirtschaftliche Einheit.

Zentrale Aufgabe des Marketingreferates war im Berichtsjahr 2016 die Weiterentwicklung der Nachwuchsverbeinitiative ZEIT ZU STARTEN. In enger Abstimmung mit seinen Landesverbänden hat der Zentralverband eine Kampagne konzipiert, die die Anstrengungen zur


Nachwuchsgewinnung des SHK-Handwerks bundesweit vereinheitlicht. Der Branchenöffentlichkeit vorgestellt hat der Zentralverband seine Kampagne im Frühjahr 2016 in Nürnberg auf der IFH/Intherm. Die Reaktion hierauf war durchweg positiv. Branchen- und Marktpartner haben es einmütig begrüßt, dass die SHK-Verbandsorganisation jetzt eine einheitliche Initiative zur Nachwuchsgewinnung vorantreibt. Entsprechend erfolgreich verliefen die Gespräche des Zentralverbandes mit Sponsoren aus Industrie und Großhandel.

ZEIT ZU STARTEN verfolgt nolens volens das Ziel, die Innungsbetriebe des SHK-Handwerks bei der jungen Zielgruppe von Schülerinnen und Schülern der Jahrgangsstufen acht und neun als attraktive Arbeitgeber zu positionieren. Hierfür werden den Betrieben eine Vielzahl an Kommunikations- und Werbemittel an die Hand gegeben.

Deren Einsatz allein reicht für den anvisierten Erfolg freilich nicht aus. Der Handwerksbetrieb muss sich entsprechend der verwendeten Botschaften eine glaubwürdige Arbeitgebermarke schaffen.

Denn die Talentsuche wird immer schwieriger – auch für das SHK-Handwerk. Die Zeiten, in denen Unterneh-





men zahllose Bewerbungen für Ausbildungsplätze erhalten haben, sind lange vorbei. Der demografische Wandel ist ein Grund dafür; doch auch die immer stärker werdende Wettbewerbssituation zwischen unterschiedlichen Branchen und die steigenden Studierendenzahlen machen es Betrieben heute immer schwerer, geeigneten Nachwuchs zu finden. Zudem werben sie oftmals viel zu wenig für sich als Arbeitgeber und werden schlichtweg übersehen auf dem Markt der Möglichkeiten. Dabei hat die Branche beste Voraussetzungen – es ist Zeit, offensiv mit ihnen zu werben.

Mit der Kampagne ZEIT ZU STARTEN hat der ZVSHK den Startschuss gegeben für eine bundesweite Initiative zur Nachwuchsgewinnung. Nun gilt es auch für jeden einzelnen Betrieb, aktiv zu werden und sich als guter Arbeitgeber vor potenziellen Praktikanten und Azubis zu platzieren. Früher waren es die Arbeitnehmer, die für sich und ihre Qualifikationen werben mussten – heute sind es vielmehr die Unternehmen, die sich Bewerbern gegenüber attraktiv darstellen müssen. Weil sich dieser Trend in den nächsten Jahren noch weiter verschärfen wird, ist es wichtig, die eigene Arbeitgebermarke zu stärken, um von potenziellen Praktikanten und Lehrlingen sowie gut ausgebildeten Fachkräften wahrgenommen zu werden. Das Employer

Branding, also der Aufbau, die Pflege und Stärkung der Arbeitgebermarke, ist zum klaren Pflichtprogramm geworden.

Denn tatsächlich ist die Stärkung der Arbeitgebermarke nicht nur Mittel zum Zweck, sondern ein echtes Leistungsversprechen an neue Mitarbeiter: Was dieser von außen wahrnimmt, will er auch innerhalb des Betriebs genauso erleben. Darum ist eine authentische und langfristige Strategie zur Stärkung der Arbeitgebermarke und deren stetige Weiterentwicklung unabdingbar.

Der Lohn für diesen Einsatz ist groß: Ein attraktiver Arbeitgeber findet leichter gute Fach- und Nachwuchskräfte. Durch eine klar kommunizierte Arbeitgebermarke bewerben sich Mitarbeiter, die die gleichen Wertvorstellungen haben. Eine gute Arbeitgebermarke spricht sich herum. Auch Kunden und Geschäftspartner werden damit positiv beeindruckt und gebunden, die Wahrnehmung in der Region steigt. Nicht zuletzt stärkt die Mitarbeiteridentifikation Zufriedenheit und Motivation, Fluktuation und Krankenstand sinken.

Ob bewusst oder unbewusst, fast jeder Betrieb arbeitet bereits tagtäglich an seiner eigenen Arbeitgeber-



marke. Wird dieser Prozess einmal ganz fokussiert betrachtet und analysiert, können die Stärken des Unternehmens leicht erörtert und künftig gezielt extern kommuniziert werden. Mögliche Schwächen, die bei der Analyse zutage treten, bieten die Chance, Optimierungen vorzunehmen und die Arbeitgebermarke damit positiv zu verändern. Die Entwicklung von unternehmenseigenen Kernbotschaften und deren Kommunikation sind der Schlüssel zur Stärkung der eigenen Marke.

Die Beantwortung von Fragen zu den Stärken und Schwächen des Betriebs, für welche Werte das Unternehmen steht, hilft bei der Bestimmung der aktuellen Situation und schafft eine Grundlage für das Employer Branding. Unternehmen, die ihre Arbeitgebermarke aufbauen wollen, sollten sich auch fragen, welche Vorteile – etwa flexible Arbeitszeitkonten, Weiterbildungs- oder Gesundheitsangebote – sie ihren Mitarbeitern anbieten. Ein Slogan, der all dies zusammenfasst und nach außen darstellt, ist hilfreich. Tritt das Unternehmen in einem gleichbleibenden äußeren Erscheinungsbild auf und nutzt dazu verschiedene Kommunikationskanäle wie Homepage, Social Media oder Zeitungsannoncen, um für den Betrieb zu werben, ist schon viel erreicht.

Die Entwicklung der Arbeitgebermarke ist einerseits Chefsache, andererseits alleine vom Unternehmenslenker nicht zu bewerkstelligen. Am besten lassen sich alle elementaren Informationen im Team erörtern. Größere Unternehmen können eine abteilungsübergreifende Umfrage unter Mitarbeitern durchführen, um Stärken und Schwächen des Unternehmens zu ermitteln. Dabei gilt: Keine Angst vor dem Ergebnis haben – in der Praxis sind viele Betriebe bereits sehr gut aufgestellt, kommunizieren ihre Vorteile als Arbeitgeber nur nicht ausreichend.

Zufriedene Angestellte betreiben die beste Werbung – sie sind die Markenbotschafter des Unternehmens. Es lohnt sich also in den Faktor Mensch zu investieren – auch um neue Talente zu gewinnen. Jugendliche, die auf der Suche nach einem Praktikum oder einer Ausbildung sind, orientieren sich stark an ihrem persönlichen Umfeld. Dass die Familie und der Bekanntenkreis einen hohen Einfluss auf die finale Berufs- und Betriebswahl haben, belegt eine Studie des Zentralverbandes. Umso wichtiger ist es, dass sich Angestellte im Unternehmen gut fühlen und ihre positive Haltung an potenzielle Nachwuchsmitarbeiter weitergeben. Das gelingt insbesondere, wenn Mitarbeiter Wertschätzung erfahren – zum Beispiel in Form





einer leistungsgerechten Vergütung, einer wertschätzenden, kollegialen Führung, von Weiterbildungsangeboten und Entwicklungschancen sowie geregelten Arbeitszeiten.

Nicht einmal jeder fünfte deutsche Arbeitnehmer ist Fan seines eigenen Arbeitgebers. Das ist das ernüchternde Ergebnis der Studie „Mitarbeiterfokus Deutschland 2016“. Für die Forscher ein Zeichen, dass die Mitarbeiterzufriedenheit in Betrieben oft nicht im Fokus steht. Dadurch kann eine emotionale Bindung oder Loyalität gegenüber dem Arbeitgeber oft gar nicht erst entstehen. Auch die Kraft der Arbeitgebermarke wird dadurch massiv gehemmt.

Das Potenzial, neue Mitarbeiter zu finden und zu halten, ist am größten, wenn ein Unternehmen seine Werte, die es kommuniziert, auch tatsächlich lebt. Wer eine starke Arbeitgebermarke aufbauen will, sollte darum auch intensiv daran arbeiten, langfristig gute Mitarbeiter zu halten – indem es sie motiviert, fördert und bindet. Das funktioniert, wenn eine positive Unternehmenskultur vermittelt wird; indem Arbeitnehmer Wertschätzung erfahren und hierarchieübergreifend partnerschaftlich zusammengearbeitet wird, wenn eine stimmige und zugewandte Kommunikation vorliegt und Vorgesetzte fähig sind, Konflikte fair zu lösen.

Weitere positive Anreize, die über das Gehalt hinausgehen, wie etwa ein Zuschuss zum Jobticket oder Fitnessstudio, signalisieren Arbeitnehmern ebenso Anerkennung. Weiterhin kann auch das jährliche Sommerfest mit allen Arbeitnehmern oder die gemeinsame Weihnachtsfeier ein gutes Mittel zur Arbeitnehmerbindung sein. Eine lediglich nach außen vorgegaukelte Schönwetterkultur hingegen ist nicht nur kontraproduktiv, sondern auch gefährlich: Ein Arbeitnehmer, der unzufrieden ist, kann seinen Frust etwa in Arbeitgeber-Bewertungsportalen online hinterlegen.

Das SHK-Handwerk verfügt glücklicherweise über zahlreiche Vorteile, die insbesondere auch für junge Mitarbeiter attraktiv sind. Die meisten Betriebe sind klein oder mittelständisch und bieten damit eine familiäre Atmosphäre, wie sie sich viele Nachwuchskräfte von ihren Betrieben wünschen.

Hier sind Teamgeist und Eigenständigkeit gleichermaßen gefragt und die Vielfalt der Aufgaben, die Zukunftssicherheit des Berufes und zahlreiche Entwicklungsmöglichkeiten sind für junge Menschen hochattraktiv. Die direkte Kommunikation zwischen Ausbilder und Lehrling und das damit einhergehende Feedback, das sich Jugendliche wünschen, sind im SHK-Handwerk zumeist voll gegeben. Die Stärkung der Arbeitgebermarke hat damit hervorragende Aussichten – und das Potenzial, geeigneten Nachwuchs zu finden, ist enorm.

Kleinere Betriebe müssen sich auch nicht vor großen Branchen-Riesen fürchten – im Gegenteil: Viele Jugendliche suchen eben den familiären Rahmen, wie ihn viele SHK-Unternehmen bieten. Das Branchenimage positiv zu bestimmen, obliegt dabei auch den Betrieben selbst. Tatsächlich können gerade Jugendliche mit den technologischen, innovativen und kreativen Anteilen der Berufsbilder stark fasziniert werden. Betriebe, die dazu noch eine offene Unternehmenskultur und ein partnerschaftliches Miteinander leben und nach außen tragen, werden leicht zum attraktiven Wunscharbeitgeber.

Hervorragende Chancen potenziellen Nachwuchs im Rahmen des Employer Branding zu erreichen, haben Betriebe, die folgende Ansätze forcieren:

- Eine offene Unternehmenskultur pflegen und aktiv auf junge Menschen zugehen.
- Betriebspraktika in Kooperationen mit Schulen systematisiert anbieten.
- Lehrer und Schüler mit Informationen unterstützen.
- Die Realität der interessanten Berufe im SHK-Handwerk kommunizieren.
- Mitarbeiter und Auszubildende zum Markenbotschafter machen.
- Jede Situation zur Gelegenheit nehmen, die gute Arbeitgebermarke zu präsentieren: ob im Erstgespräch mit Interessenten, auf Messen, im Internet oder im Rahmen von Betriebsveranstaltungen.



Unternehmen, die ein klares Bild von sich haben und überzeugt als Arbeitgeber von sich werben können, sollten aktiv nach außen gehen. Mit der Kommunikation über verschiedenste Medien, offene Besuchertage und in Zusammenarbeit mit Schulen, erreichen Betriebe potenzielle Interessenten leichter und können gezielt für sich werben. Wie der Zentralverband ermittelt hat, schätzen es Jugendliche sehr, wenn Betriebe auf sie zugehen. Zum einen, weil erste Hemmschwellen abgebaut werden, zum anderen, weil viele Schüler kaum Vorstellungen von SHK-Berufen haben und sie schlichtweg außerhalb ihrer Vorstellung liegen. Die zahlreichen Vorteile, die die Branche bietet,

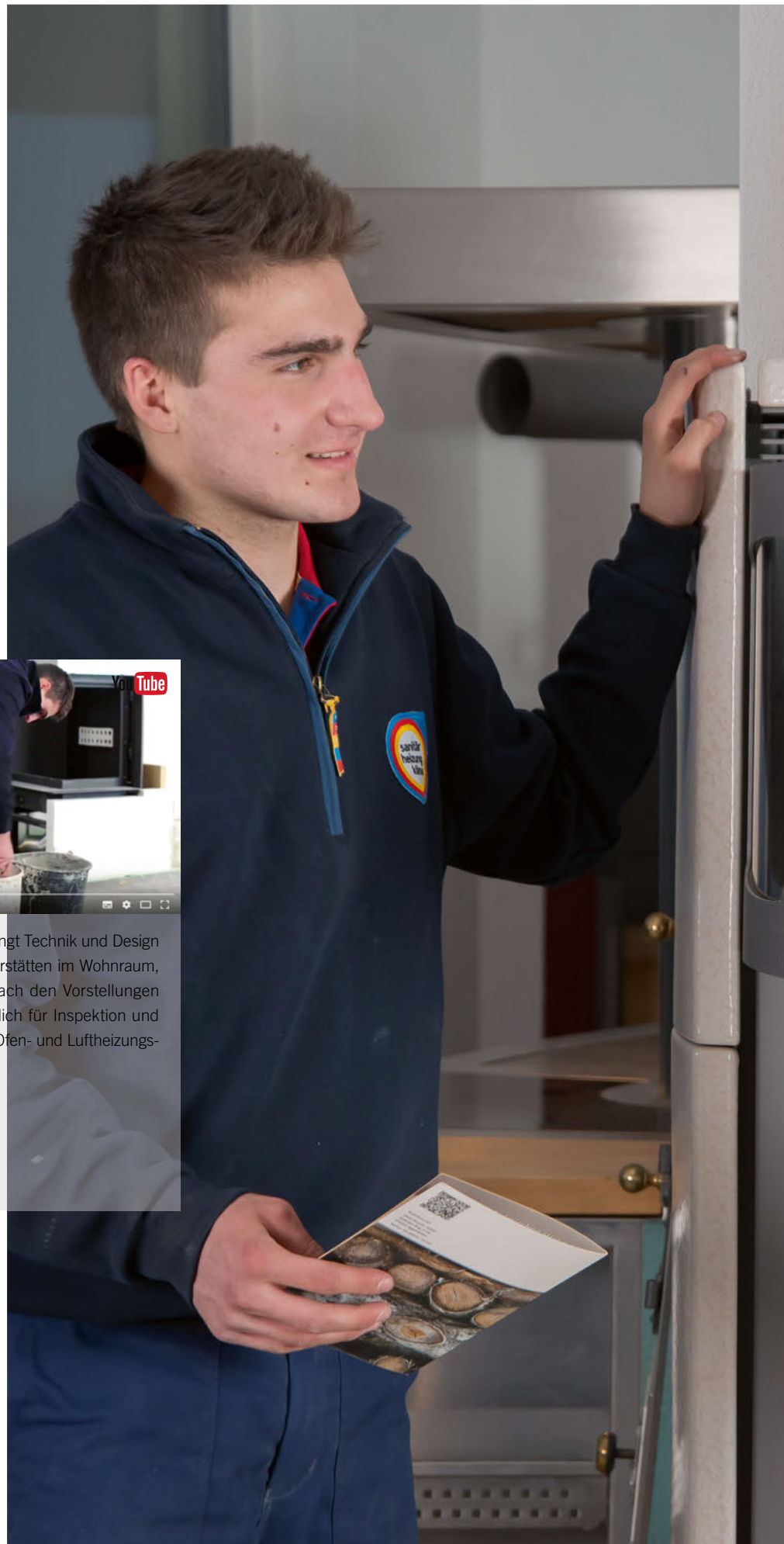
darf und sollte jeder Betrieb für seine Werbung nutzen – und davon gibt es viele: vom spannenden technologischen, handwerklichen und kreativen Aspekt bis hin zum familiären, partnerschaftlichen Miteinander. Unterstützung bei der (Fort-)Entwicklung der Arbeitgebermarke gibt es auch bei den Landesverbänden. Der Prozess, der damit in Gang gesetzt wird, optimiert sowohl Betriebsstrukturen wie auch die externe Kommunikation für die Arbeitgebermarke. Und er wird aller Voraussicht nach zeigen, dass die eigene Marke bereits einen hohen Wert hat. Dann ist es an der Zeit, offensiv mit ihr zu werben.



OFEN- UND  
LUFTHEIZUNGS-  
BAUER/-IN



Der Ofen- und Luftheizungsbauer bringt Technik und Design zusammen. Er ist Spezialist für Feuerstätten im Wohnraum, entwirft Kamine und Kachelöfen nach den Vorstellungen seiner Kunden – und ist verantwortlich für Inspektion und Wartung moderner Heiztechnik und Ofen- und Luftheizungsanlagen.







# TECHNIK

Der Zentralverband ist Landesorganisation, Arbeitgeberverband und Wirtschaftsverband; er ist und bleibt aber auch ein Technischer Verband. In seinen Bundesfachgruppen, Ausschüssen sowie Arbeitskreisen werden die fachlichen Belange der bei ihm organisierten Gewerke betreut. Der Zentralverband ist anhörsungspflichtig in allen Typungs- und Normungsvorhaben, die seine Gewerke betreffen. Er arbeitet an der Harmonisierung Technischer Normen im Rahmen der EU mit; und er ist Rationalisierungsverband. Zudem erstellt er als zuständige fachlich-technische Vereinigung das Technische Regelwerk für seine Handwerke. Er gestaltet die Grundzüge der fachlichen-technischen Aus- und Weiterbildung. In allen Funktionen wirkt der Zentralverband durch Mitglied- und Trägerschaften, Beteiligungen und Kooperationen mit Institutionen aktiv mit.

## Sanitär: Bad 4.0

Mit Blick auf die ISH 2017 hat der Zentralverband im Berichtsjahr das Designforschungsprojekt für neue Produktanwendungen im Bad angestoßen – angelehnt an Industrie 4.0; einen Begriff, der aktuell als Chance und Risiko verhandelt wird. Im Geflecht zwi-

schen Big Data und Komfortversprechen vermittelt und entwickelt diese neue Industrie- und Technologie-dimension Perspektiven, die alle heutigen und zukünftigen Branchen durchziehen und erneuern werden. In Verbindung mit den Entwicklungen bei den intelligenten und interaktiven Materialien ergeben sich für zukünftige Produktlösungen hohe Innovationspotenziale.

Das Projekt Bad 4.0 ist dieser Systemkonzeption für die Sanitärbranche nachgegangen. Mit Hilfe neuartiger Materialien und digitaler Technologien wurden neue Produktideen und Produktkategorien erschaffen, die das Thema der Pflege und Sicherheit im Badbereich thematisieren.

Mit der Unterstützung des Zentralverbandes sowie mehreren Industriepartnern konnte eine Projektgruppe an der Hochschule für Gestaltung in Offenbach am Main bzw. am DIIO Design Innovation Institute Offenbach eineinhalb Jahre nach Ideen für das Bad der Zukunft forschen. 12 junge Designerinnen und Designer unter Leitung von Professor Frank Zebner setzten die Puzzlesteine der Badkultur neu zusammen. Das Spektrum reichte hierbei von Systemen zu mehr Sicherheit im Bad über Komfort und Kommunikation bis zu Hygiene.



Die technischen System- und Designideen sollten sich in der Produkt- und Lebenswirklichkeit wiederfinden. Die Bevölkerungsentwicklung beziehungsweise die Überalterung der Gesellschaft sowie der zukünftig zu erwartende Pflegenotstand macht es dringend notwendig, das Thema Bad und Hygiene neu zu denken.

### Sanitär: Veranstaltungen

Im Berichtsjahr hat der Zentralverband wieder einige Veranstaltungen im Bereich Sanitär durchgeführt. Im Januar fanden die alljährlichen Grundstücksentwässerungstage in Fulda statt. Der Zentralverband übernahm für einen der beiden Veranstaltungstage die Moderation und führte durch den Programmteil zum Thema Sanierung und Schäden an Grundleitungen. Ein wesentliches Thema aus Sicht der Installateure waren die Neuerungen zur DIN 1986-100. Die bedeutsamsten Gründe für Änderungen lauten wie folgt:

- Starkregen ist in den letzten Jahren in so großer Stärke registriert worden, dass die sogenannten Kostra-Daten für Niederschlagsmengen in einigen Regionen Deutschlands korrigiert werden mussten.
- Für versiegelte Flächen auf Grundstücken bis zu einer Größe von 800 m<sup>2</sup> ist kein Überflutungsnachweis erforderlich. Dort lassen sich auch in Zukunft Niederschläge ohne besondere Auflagen in den öffentlichen Kanal einleiten – kommunale Besonderheiten könnten dennoch hinzukommen. Bei großen Industrieflächen muss sich der Fachplaner allerdings auf Neuerungen einstellen, die eine kontrollierte Überflutung, Versickerung und den verzögerten Ablauf betreffen.
- Die Entwässerung von Balkon oder Loggia darf nur dann an die Falleitung der Dachentwässerung angeschlossen werden, wenn mindestens 50 Prozent der Brüstung einen freien Ablauf ermöglicht, so dass kein Aufstau entstehen kann. Auch soll die übermäßige Belastung des Entwässerungssystems bei Starkregen verhindert werden.
- Bei kleinen Kühlaggregaten auf dem Dach muss gemäß AwSV (Verordnung über Anlagen zum Umgang mit wassergefährdenden Stoffen) eine vorgeschriebene Auffangwanne von max. 10 m<sup>2</sup> unter Beachtung der max. Ablaufmenge von 1 Liter/Sek. in eine Falleitung DN 100 entwässern. Mit diesem Vorratsbeschluss in Anhang A2 hat der Arbeitskreis



um die DIN 1986-100, der längere Zeit auf Eis gelegten AwSV, bereits im Vorfeld entsprochen. Somit sind alle Voraussetzungen erfüllt, der im August 2017 in Kraft tretenden AwSV zu entsprechen.

### **Sanitär: Normungs- und Gremienarbeit**

Der Zentralverband hat sich auch im Jahr 2016 umfänglich in der Normungsarbeit eingebracht. Hier wur-

den in den drei Fachbereichen Gas-, Wasser- und Abwassertechnik insgesamt 35 Gremien betreut. Im Fokus standen dabei dieses Jahr die Verabschiedung der neuen DIN 1986 Teil 100 und die Mitarbeit an der Überarbeitung der TRGI.

Zusätzlich wurde in einem gemeinsamen Verbändearbeitskreis mit Teilnehmern aus BTGA, VDI und ZVSHK in Abstimmung mit dem Umweltbundesamt (UBA) die VDI 6023-2 zur Gefährdungsanalyse erarbeitet.



In der Überarbeitung der Abscheider-Normen DIN 1999-100 und DIN 4040-100 für Fette und Leichtflüssigkeiten war der Ex-Schutz das bestimmende Thema.

Die Frage lautete: Sind Abscheider für Fette explosionsgefährdet? Müssen Hebeanlagen zukünftig anders konstruiert werden, damit sich Faul- und Kanalgase nicht unter ungünstigen Bedingungen entzünden können? Wie lässt sich verhindern, dass Leichtflüssigkeitsabscheider bei Starkregen durch Überflutung versagen? Im Zuge der Überarbeitung und der Einspruchsberatungen wurde eine klare Definition und Abgrenzung für den Ex-Schutz gefunden. Bei der Planung ist zu prüfen, welche Gefährdung zu erwarten ist. Entsprechende Vorkehrungen sind bei Erfordernis zu treffen.

### Sanitär: Trinkwasserhygiene

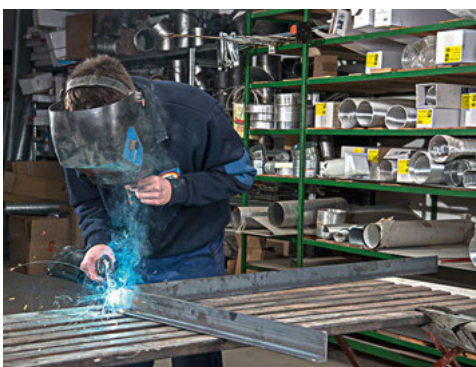
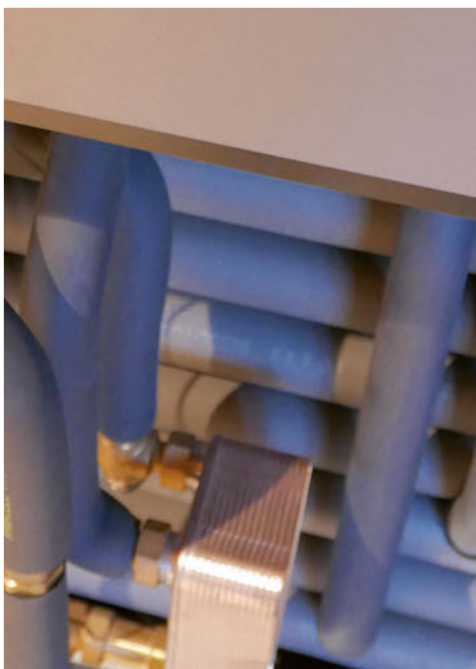
Die im April 2016 in Kraft getretene Übergangsfrist zur Materialliste des Umweltbundesamtes (UBA) endete im April 2017. Von da an dürfen in der Trinkwasserinstallation nur noch Materialien zum Einsatz kommen, die die verbindlich geltenden Werkstoffanforderungen erfüllen.

Um eine Identifizierung zu erleichtern, welche Produkte geeignet sind, hat der Zentralverband eine entsprechende Abfrage bei den Herstellern durchgeführt. Er hat dazu eine Liste erstellt, auf der Hersteller die künftig erforderliche trinkwasserhygienische Eignung ihrer Produkte erklären konnten. Diese wichtige Orientierungshilfe ist für die SHK-Mitgliedsbetriebe auf der Webseite des Zentralverbandes im Mitgliedsbereich einsehbar.

Bis zum 10. April 2017 hatten die Hersteller die Wahl: Die Verschärfung der gesetzlichen Produkthanforderungen für metallene Werkstoffe in der Trinkwasserinstallation trat erst im Frühjahr in Kraft. SHK-Handwerker mussten aber bereits im Vorfeld umdenken. Denn Trinkwasserinstallationen, die zum 10. April 2017 noch nicht abgenommen waren, aber Materialien enthalten, die die neuen Rahmenbedingungen nicht erfüllen, entsprechen nicht den gesetzlichen Vorgaben. Die Werkleistung gilt in einem solchen Fall als mangelhaft. Dem Fachbetrieb drohten und drohen Mängelhaftungsansprüche seitens der Kunden.

Um dieses Risiko für die organisierten Fachbetriebe möglichst zu senken, hat der Zentralverband die Hersteller von Produkten mit Kontakt zu Trinkwasser auf-





gefordert, Erklärungen zur trinkwasserhygienischen Eignung ihrer Materialien abzugeben. Als Basis dieser Stellungnahmen gilt die UBA-Bewertungsgrundlage für metallene Werkstoffe in Verbindung mit § 17 der Trinkwasserverordnung.

Mit ihren schriftlichen Statements konnten die Hersteller nun also den SHK-Unternehmer darüber informieren, ob bzw. welche ihrer Produkte noch bis zum April 2017 verwendbar waren, ob für eine Verwendung eventuell Zusatzmaßnahmen erforderlich waren und ob die Produkte auch nach dem Stichtag im Frühjahr 2017 die verbindlich geltenden Werkstoffanforderungen erfüllen.

In der aktuellen Liste waren 2016 ca. 50 Hersteller, die dem Handwerk die geforderte Beschaffenheit zugesichert haben. Weitere Hersteller kommen laufend hinzu. Eine aktualisierte Liste der Hersteller mit den gemeldeten Produkten finden Mitglieder der SHK-Organisation unter [www.zvshk.de/herstellereerklaerungen](http://www.zvshk.de/herstellereerklaerungen).

Fehlende Herstellererklärungen bedeuten allerdings nicht, dass fragliche Produkte trinkwasserhygienisch ungeeignet sind. In diesen Fällen sollte sich der Verwender jedoch vom Lieferanten bestätigen lassen, dass die Anforderungen der Trinkwasserverordnung eingehalten sind. Hierfür stellt die SHK-Organisation auf der oben angegebenen Internetseite entsprechende Musterschreiben zur Verfügung.

## Heizung: Grundlagenarbeit für die Energiewende

Mit seinem Referat Energie- und Wärmetechnik leistet der Zentralverband wichtige Grundlagen für die Energiewende im Wärmemarkt. Dazu zählen auch die Planung und Durchführung von Veranstaltungen.

Nachdem der Zentralverband im Jahr 2015 die Überarbeitung des Heizungs-Checks intensiv begleitet und entsprechendes Schulungsmaterial erstellt hat, startete 2016 die vom Zentralverband unterstützte Umsetzung in den Fachverbänden. Seit dem 2. Quartal 2016 bis zum Jahresende wurden über 1.100 Teilnehmer geschult. Parallel dazu hat der Zentralverband



einen Infobereich auf [www.zvshk.de](http://www.zvshk.de) eingerichtet und eine ZVPLAN-App zu diesem Thema veröffentlicht.

Flankierend zur Einführung der Gaswärmepumpe als möglicher Nachfolgetechnologie zum Brennwertgerät hat der Zentralverband deutschlandweit in Kooperation mit den Fachverbänden zehn Leuchtturmveranstaltungen zusammen mit seinen Partnern Zukunft Erdgas, Vaillant, Viessmann und Senertec durchgeführt. Die neue Technologie wurde speziell aus Sicht des Fachhandwerks beleuchtet. Wegen des großen Erfolges dieses Veranstaltungsformates mit 650 Teilnehmern hat der Zentralverband eine weitere Veranstaltungsserie zum Thema Brennstoffzelle vorbereitet. Der Start wird für das 2. Quartal 2017 erwartet.

Normen sind die Grundlage für eine ordentliche Handwerksleistung. Sie ermöglichen es allen Beteiligten – Handwerker, Hersteller und Planer – miteinander zu arbeiten und Fehler zu vermeiden. Durch die Vereinheitlichung von Prozessen wird für alle Beteiligten Geld gespart. Dort, wo Normen ohne Beteiligung des Fachhandwerks entstehen, besteht die ernstzunehmende Gefahr, dass Festlegungen getroffen werden, die zulasten des Handwerks gehen. Praxisnähe kann nur durch die Teilnahme des Handwerks am Normungsprozess gesichert werden. Der Zentralverband ist in mehr als 20 Normen- und Richtlinienausschüssen für den Bereich Heizung vertreten. Dazu kommen Kreise und Veröffentlichungen, die zwar nicht den Status einer Norm oder Richtlinie haben, aber über andere Mechanismen Einfluss auf das Handwerk ausüben. Folgende Punkte sind für das Jahr 2016 zu nennen:

**VDI 2035:** Die VDI 2035 beschreibt die Anforderungen an die Beschaffenheit des Heizungswassers. Sie ist in der aktuellen Fassung nicht unumstritten, weil die Hersteller sie nicht einheitlich umsetzen. Die Anforderungen sind bisweilen etwas praxisfremd. Gleichzeitig belegen zahlreiche Schadensfälle den Bedarf, diesen Bereich zu standardisieren. Der Zentralverband beteiligt sich aktiv an der aktuellen Überarbeitung. Er setzt sich für die Praxistauglichkeit ein. Der Gründruck wird gegen Ende 2017 erwartet. Im Rahmen der Richtlinienarbeit wurde den beteiligten Herstellern deutlich gemacht, dass die unveränderte Übernahme der VDI 2035 durch die Industrie notwendig ist für

eine Durchsetzung in der Praxis. Wenn jeder Hersteller eigene Anforderungen an die Wasserbeschaffenheit stellt, ist das in einem Heizungssystem, das aus einer Vielzahl von unterschiedlichen Herstellern besteht, nicht mehr zu überblicken.

**Fachregel Optimierung von Heizungsanlagen im Bestand:** Die ursprünglich vom Zentralverband erstellte Fachregel wurde unter seiner Federführung innerhalb einer Projektgruppe bei der VdZ überarbeitet. Diese Überarbeitung wurde in die Förderkriterien und Nachweisformulare von BAFA und KfW nahtlos übernommen. Damit ist ein praxistauglicher und förderkonformer Standard geschaffen. Das Rechenmittel ist ZVPLAN. Schulungen werden von den Fachverbänden angeboten. Aktuell wird eine Erweiterung der Formulare auf Nichtwohngebäude erarbeitet.

**DIN EN 12831:** Die EN 12831 – also die übergeordnete europäische Norm zum Thema Heizlast – wurde überarbeitet. Das hat zur Folge, dass der nationale Anhang für Deutschland, der die Randbedingungen für die Berechnung konkretisiert, ebenfalls überarbeitet wird. Der Zentralverband hat sich erfolgreich dafür eingesetzt, dass die Innentemperaturen zukünftig praxisingerechter, also höher angesetzt werden. Die Veröffentlichung des Entwurfs für den Nationalen Anhang wird für das 2. Quartal 2017 erwartet.

**DIN 18380 – Überarbeitung der VOB/C:** Im Zuge der Überarbeitung der Normen zur VOB/C hat der ZVSHK an der DIN 18380 (Heizung) mitgewirkt. Die Überarbeitung wurde um unnötige Normenzitate bereinigt. Die Regelungen aus dem Bereich Heizung, Lüftung und Sanitär wurden einander angeglichen. Für 2017 befindet sich ein Kommentar in Arbeit.

**Regelwerk Heizung:** Während auf der einen Seite definitiv viele Bereiche der Heizungstechnik unzureichend genormt sind, ist auf der anderen Seite eine gewisse Überregulierung festzustellen. Das führt zum Teil zu Widersprüchen der Normen und Richtlinien untereinander. Der Fachmann selber ist meist überfordert, den Überblick über die komplette Normung zu behalten. Der Zentralverband hat in 2016 daher unter Einbeziehung der Bundesfachgruppe SHK die Arbeiten am Regelwerk Heizung aufgenommen. Dieses wird alle relevanten Normen aufzählen, den ein-

zelenen Planungs- und Arbeitsschritten zuordnen und so für mehr Klarheit sorgen.

**Digitalisierung der Branche:** Mit dem Smartphone als Symbol der fortschreitenden Digitalisierung sind Informationen ohne Aufwand überall verfügbar. Während das Smartphone im privaten Bereich – Spiele, Kontakte, Facebook, Musik, Fotos – nicht mehr wegzudenken ist, spielt es bei der Heizungssteuerung noch eine untergeordnete Rolle. Dies macht sich insbesondere im SmartHouse bemerkbar, das im Moment noch durch hochpreisige und sehr aufwändige Techniken geprägt ist. Eine Zusammenarbeit zwischen allen beteiligten

Gewerken – von der Jalousie bis zum Kessel – ist derzeit noch sehr anspruchsvoll. Der Kundenkreis ist trotz grundsätzlichen Interesses noch sehr klein.

Dieser Zustand soll sich nach dem Willen des Bundeswirtschaftsministeriums ändern, das hierzu den Arbeitskreis vernetztes Wohnen und mobiles Leben initiiert hat. Der ZVSHK ist hier ein aktiver Partner und macht sich für eine Beschränkung der Standards stark, um Schulungen und jahrelange Pflege der Installation zu gewährleisten. Aus diesem Arbeitskreis wurde Anfang 2017 die nationale Wirtschaftsinitiative Smart Living gegründet.







# ÜBERWACHUNGSGEMEINSCHAFT

Seit 30 Jahren ist die Überwachungsgemeinschaft Technische Anlagen der SHK-Handwerke (ÜWG) ein zuverlässiger Dienstleister jener Fachbetriebe, welche die Anforderungen des Überwachungsverfahrens erfüllen und zum Führen des Überwachungszeichens für die fachbetriebspflichtigen Tätigkeiten (Einbauen, Aufstellen, Instandsetzen, Instandhalten und Reinigen von Heizölverbraucheranlagen) berechtigt sind.

Inzwischen zählt die ÜWG fast 5.000 Mitglieder; sie hat als starke und stabile Selbsthilfeorganisation eine große Bedeutung für das Handwerk. Vor allem für die Mitglieder der in den Landesverbänden des Zentralverbandes organisierten Innungen erbringt die ÜWG eine Vielzahl an Dienstleistungen.

Mit ihrer täglichen Arbeit sorgen die Mitgliedsbetriebe der Überwachungsgemeinschaft für die sichere Funktion von Heizölverbraucheranlagen. Deren Betreiber finden in den Fachbetrieben verlässliche Ansprechpartner und gut ausgebildete Berater, wenn es um Modernisierung und Investition in moderne Technik geht.


Über ihre Landesstellen ist die Überwachungsgemeinschaft in jedem Bundesland vertreten. Dank dieser flächendeckenden Präsenz vor Ort gewährleistet sie

eine engmaschige Mitgliederbetreuung. Wie in den Vorjahren waren auch 2016 knapp 90 Prozent der ÜWG-Mitglieder SHK-Innungsbetriebe. Das bestätigt: Die Überwachungsgemeinschaft ist ein 100-prozentiger Dienstleister für die SHK-Landesverbände.

Im Jahr 2016 waren von den 4.940 ÜWG-Mitgliedern 4.374 gleichzeitig in den SHK-Landesverbänden organisiert. Dabei zeigte sich im vergangenen Jahr sogar ein leicht steigender Trend. 2016 legte der Anteil der SHK-Innungsmitglieder, die in der ÜWG organisiert sind, in sechs Bundesländern zu. Den höchsten Organisationsgrad verzeichneten 2016 die Landesverbände in Rheinland-Rhein Hessen (40 Prozent), Bremen (38 Prozent) und Niedersachsen (31 Prozent). Durch das Tragen des ÜWG-Zeichens zeigen die Mitglieder in der Öffentlichkeit ihre Zugehörigkeit zu einer Qualitätsgemeinschaft. Das schafft beim Kunden Vertrauen und vermittelt Zuverlässigkeit und Kompetenz.

Ein weiteres wesentliches Merkmal der Arbeit der Organisation und damit eine sichere Basis für die Zukunft ist der enge Kontakt zu ihren Mitgliedern. Zentraler Anlaufpunkt der ÜWG ist die Geschäftsstelle in St. Augustin. Deren Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter repräsentieren die Organisation nach innen und au-





Ben und bieten mit ihrem Fachwissen einen kurzen Draht für die Fachbetriebe bei allen wesentlichen technischen Themen. Im Berichtsjahr 2016 war die ÜWG-Geschäftsstelle bei etwa 1.100 telefonischen Beratungen kompetenter Ansprechpartner. Außerdem wurden rund 1.600 Anfragen rund um die Mitgliedschaft und die Organisation, zu Vertriebsaktivitäten, Regelüberwachungen, Zertifizierungen oder Marketingaktionen beantwortet. Neben der Durchführung der Regelüberwachungen ist diese Mitgliederbetreuung eine wesentliche Tätigkeit der Geschäftsstelle.

Wie der Name schon sagt, besteht die zentrale Aufgabe der ÜWG in der Überwachung von Fachbetrieben. Dabei liegt die Latte hoch. Denn die Verantwortung für die Anlagensicherheit und den Schutz der Umwelt vor wassergefährdenden Stoffen erfordert ein besonderes Qualitätsniveau der ÜWG-Fachbetriebe. Um dies zu halten und kontinuierlich zu verbessern, bietet die Überwachungsgemeinschaft ihren Mitgliedern regelmäßige Fachbetriebsschulungen gemäß Wasserhaushaltsgesetz (WHG) an. Für den Erwerb wie auch zum Erhalt der Fachbetriebseigenschaft sind diese Schulungen zwingend erforderlich. 45 solcher Veranstaltungen wurden 2016 durchgeführt – eine Größenordnung, die dem Niveau der vergangenen Jahre ent-

spricht. Wie die Besucherzahlen bestätigen, ist das Interesse an den Seminaren groß. So nutzten 2016 etwa 1.000 Teilnehmer dieses Angebot. Um lange Wege sowie unnötigen Kosten- und Zeitaufwand für die Betriebe zu vermeiden, setzte die ÜWG ihr Regionalprinzip im vergangenen Jahr konsequent weiter um. In allen Landesgruppen wurden Schulungen durchgeführt, wobei der Schwerpunkt in Niedersachsen und Bayern lag. Referenten aus der eigenen Organisation, Mitarbeiter der Hauptgeschäftsstelle, Leiter der Landesstellen und externe Fachreferenten vermittelten in den Seminaren aktuelles Wissen aus erster Hand. Im Dezember 2016 wurden zehn Sachverständige für die Prüfbereichserweiterung auf alle VAWS-Anlagen bestellt.

Jede der 16 ÜWG-Landesstellen verfügt über einen Überwachungsausschuss. In diesen Gremien sind insgesamt 80 ehrenamtliche Mitglieder aktiv. Zu ihnen gehören 37 öffentlich bestellte Sachverständige als Prüfbeauftragte. Darüber hinaus bringen sich die Experten der Überwachungsgemeinschaft mit ihrem Sachverstand in zahlreichen Gremien und Arbeitskreisen ein, um die Interessen des Handwerks zu vertreten und an technischen Neuerungen mitzuwirken.

## ÜWG auf neuen Wegen

Mit der Einführung der neuen Verordnung über Anlagen zum Umgang mit wassergefährdenden Stoffen (AwSV) steht die Überwachungsgemeinschaft vor einer Vielzahl an Herausforderungen. Generell gilt: Aus der bisher baurechtlich anerkannten ÜWG-SHK wird eine nach Wasserrecht anerkannte Überwachungsorganisation.

Für die ÜWG und ihre Mitgliedsunternehmen hat dies einige Änderungen zur Folge. Wesentlich dabei sind die Anforderungen an Schulungen und Überwachung. Die technisch verantwortlichen Betriebsleiter in den Fachbetrieben müssen künftig wiederkehrend alle zwei Jahre an einer anerkannten Schulung teilnehmen. Auch das eingesetzte Personal ist regelmäßig in externen Fortbildungsveranstaltungen zu qualifizieren.

Künftig führen anerkannte Fachprüfer oder Sachverständige der ÜWG die regelmäßig zweijährig wiederkehrende Überwachung der Fachbetriebe vor Ort in

den Unternehmen durch. Die Qualifikation der dazu erforderlichen anerkannten Fachprüfer ist bereits in vollem Gange.

Dank der langfristig begonnenen Vorbereitung auf diesen erwarteten Übergang, ist die ÜWG gut aufgestellt und wird ihre Mitgliedsbetriebe automatisch in die dann wasserrechtlich anerkannte Überwachungsgemeinschaft überführen.

## Öl-Brennwertheizung – Teil der Lösung

Die nun bereits im dritten Jahr anhaltenden günstigen Ölpreise haben das Vertrauen der Verbraucher in dieses Heizsystem und den flüssigen Energieträger gestärkt. Sichtbar wird dies an der fast unveränderten Zahl an Ölheizungen, die in Deutschland 2016 bei rund 5,6 Millionen lag.

Gleichzeitig konnte sich die Nachfrage nach Ölbrennwerttechnik 2016 mit einem Plus von 12 Prozent zum



Vorjahr sehr günstig entwickeln. Nach Angaben des Bundesverbandes der deutschen Heizungsindustrie (BDH) wurden 67.000 Öl-Brennwertkessel verkauft. Auch der Absatz an neuen Tankanlagen konnte mit 45.000 im Jahr 2016 ein weiteres Plus verbuchen.

Angebote wie klimaneutrales Heizöl, die verstärkte Kopplung von Öl-Brennwert mit Erneuerbaren Energien oder die Tatsache, dass sich in den vergangenen 20 Jahren der Heizölverbrauch pro Anlage mehr als halbiert hat, sprechen dafür, dass die moderne Ölheizung ein Teil der Lösung ist, wenn es um Effizienz, Emissionsminderung und das Erreichen von Klimazielen geht.

Für die ÜWG bedeutet dies, künftig noch stärker mit ihren Mitgliedsunternehmen in die Öffentlichkeit zu treten und hier für eine sachgerechte, faktenorientierte Meinungsbildung zu sorgen. Eine gute Grundlage dazu wurde 2016 mit dem Relaunch des Internetportals [www.uewg-shk.de](http://www.uewg-shk.de) gelegt. Dem Internet kommt in der Medienwelt neben dem aktiven Auftreten in der

Presse und der persönlichen Ansprache von Fachbetrieben und Endkunden auf Tagungen und Messen eine wachsende Bedeutung zu.

Die Überwachungsgemeinschaft und ihre Mitglieder wissen, ohne den Wärmemarkt kann die Energiewende nicht gelingen und sichere, umweltschonende, effiziente Ölanlagen haben auch in den kommenden Jahrzehnten ihre Berechtigung sowie ein großes Marktpotenzial. Die ÜWG-Fachbetriebe stehen zu ihrer Verantwortung für dieses Heizsystem.



# BERUFSFÖRDERUNGSWERK DER GEBÄUDE- UND ENERGIE- TECHNIKHANDWERKE E. V.

Als Fort- und Weiterbildungseinrichtung des Zentralverbandes Sanitär Heizung Klima (ZVSHK) ist es die Aufgabe des Berufsförderungswerkes der Gebäude- und Energietechnikhandwerke e. V. (Bfw), die Qualifikation des SHK-Handwerks zu fördern, die Marktentwicklung zu beobachten und den fachlichen Gedankenaustausch anzuregen. Dazu entwickelt das Bfw innerhalb der SHK-Organisation Werkzeuge und Hilfsmittel, die in unseren Seminaren, Beratungen und Fachvorträgen präsentiert werden.

## **Betriebswirtschaftliches und technisches Know-how für den Praktiker**

Die Zukunft des Betriebes wird nicht nur im technischen Bereich entschieden. Vor dem Hintergrund der aktuellen Marktentwicklung gewinnt das Thema Betriebswirtschaft auch im Handwerk zunehmend an Bedeutung. Deshalb beruhen die Seminarkonzepte auf den praktischen Erfahrungen von Beratungen. Die


fachspezifischen Besonderheiten des SHK-Handwerks stehen dabei im Mittelpunkt. Hier eine Auswahl der Fortbildungsmaßnahmen:

- Betriebsmanager/in im SHK-Handwerk
- SHK-Fachbetrieb für Badplanung und -sanierung
- Sachverständigenweiterbildung „Altersgerechter Umbau im Bestand“
- Intensivseminar Kalkulation
- SHK-Kundendiensttechniker
- SHK-Fachbetrieb für Hygiene und Sicherheit in der Trinkwasserinstallation

## **Betriebswirtschaftliche Fachberatung mit praxiserprobten Beratungsmodulen**

Unter dem Leitthema „Ganzheitliche Unternehmensführung im SHK-Handwerk“ hat das Bfw die Beratungsmodule Kostenrechnung, Marketing und Organisation kontinuierlich weiterentwickelt. Dabei profitieren die betriebswirtschaftlichen Beratungen im





besonderen Maße von den langjährigen Branchenerfahrungen der Berater. Konkrete und praxisorientierte Problemlösungen stehen dabei im Vordergrund. Es stehen folgende Module zur Verfügung:

- Unternehmensanalyse und Kostenstellenrechnung
- Unternehmensstrategie
- Betriebsorganisation
- Ferndiagnose
- Softwareberatung

### **Nützliche Hilfsmittel für die Praxis**

Mit der ZVSHK-Software „Deckungsbeitragsrechnung“ gibt das Bfw den Mitgliedsbetrieben ein praxisgerechtes Planungs- und Steuerungsinstrument an die Hand.

### **Aktuelles Leistungsprofil**

Das aktuelle Leistungsprofil zeigt einen Überblick über das branchengerechte Leistungsangebot in den zentralen Bereichen Seminardurchführung und -organisation, betriebswirtschaftliche Beratung und praktische Hilfsmittel. Das Leistungskompodium stellt Ziele, Zielgruppen und Inhalte der jeweiligen Angebote übersichtlich dar und beschreibt die kompletten betriebswirtschaftlichen Hilfsmittel.

Unter [www.berufsfoerderungswerk.org](http://www.berufsfoerderungswerk.org) finden sich weitere Informationen, unter anderem auch aktuelle Veranstaltungen etc.



Nathanael Liebergeld (21) ist Weltmeister der Installateure. Bei den Berufsweltmeisterschaften in Sao Paulo/Brasilien holte der Anlagenmechaniker für Sanitär-, Heizungs- und Klimatechnik Gold in der Disziplin Skill 15 („Plumbing and Heating“). Nathanael Liebergeld aus Ehrenfriedersdorf in Sachsen lag nach vier spannenden Wettkampftagen gemeinsam mit dem Briten Gary Doyle gleichauf an der Spitze des Teilnehmerfeldes aus 27 Ländern. Drei Bronzemedailen gingen an Frankreich, Australien und Japan.





## Die Landes- und Fachverbände des ZVSHK

### Baden-Württemberg

Fachverband Sanitär Heizung Klima  
Baden-Württemberg  
Viehhofstr. 11 · 70188 Stuttgart  
Tel.: 0711 483091 · Fax: 0711 46106060  
E-Mail: info@fvshkbw.de  
www.fvshkbw.de  
LIM: Joachim Butz  
HGF: Wolfgang Becker

### Bayern

Fachverband Sanitär-, Heizungs- und  
Klimatechnik Bayern  
Pfälzer-Wald-Str. 32 · 81539 München  
Tel.: 089 546157-0 · Fax: 089 54615759  
E-Mail: info@haustechnikbayern.de  
www.haustechnikbayern.de  
LIM: Michael Hilpert  
HGF: Dr. Wolfgang Schwarz

### Berlin

Innung Sanitär Heizung Klempner Klima  
Berlin  
Siegmonds Hof 18 · 10555 Berlin  
Tel.: 030 399269-0 · Fax: 030 399269-99  
E-Mail: info@shk-berlin.de  
www.shk-berlin.de  
OM: Andreas Schuh  
GF: Dr. Klaus Rinckenburger

### Brandenburg

Fachverband Sanitär Heizung Klempner  
Klima Land Brandenburg  
Am Neuen Markt 11 · 14467 Potsdam  
Tel.: 0331 74704-0 · Fax: 0331 7470499  
E-Mail: fachverband@brandenburg-shk.de  
www.brandenburg-shk.de  
LIM: Norbert Band  
GF: Erik Debertshäuser

### Bremen

Innung Sanitär Heizung Bremen  
Martinistr. 53 – 55 · 28195 Bremen  
Tel.: 0421 2228060-0 · Fax: 0421 22280617  
E-Mail: info@shk-bremen.de  
www.shk-bremen.de  
OM: Kai Schulz  
GF: Carsten Bleckwenn

### Hamburg

Landesinnungsverband für Sanitär- und  
Heizungstechnik Hamburg  
Barmbeker Markt 19 · 22081 Hamburg  
Tel.: 040 299949-0 · Fax: 040 29994930  
E-Mail: info@shk-hamburg.de  
www.shk-hamburg.de  
LIM: Fritz Schellhorn  
HGF: Walter Wohlert

### Hessen

Fachverband Sanitär-, Heizungs- und  
Klimatechnik Hessen  
Ernst-Leitz-Str. 5 · 35394 Gießen  
Tel.: 0641 97437-0 · Fax: 0641 9743723  
E-Mail: fachverband@shk-hessen.de  
www.shk-hessen.de  
LIM: Uwe Loth  
GF: Björn Hendrischke

### Mecklenburg-Vorpommern

Fachverband Sanitär-, Heizungs- und  
Klimatechnik Mecklenburg-Vorpommern  
Ellerried 1 · 19061 Schwerin  
Tel.: 0385 63647-0 · Fax: 0385 6364720  
E-Mail: mv@installateur-mv.de  
www.installateur-mv.de  
LIM: Martin Ratzke  
GF: Kai Wittig

### Niedersachsen

Fachverband Sanitär-, Heizungs-, Klima-  
und Klempnertechnik Niedersachsen  
Birkenstr. 28 · 30880 Laatzen  
Tel.: 0511 87973-0 · Fax: 0511 8797390  
E-Mail: info@fvshk-nds.de  
www.fvshk-nds.de  
LIM: Frank Senger  
GF: Jürgen Engelhardt

### Nordrhein-Westfalen

Fachverband Sanitär Heizung Klima  
Nordrhein-Westfalen  
Jahnstr. 52 · 40215 Düsseldorf  
Tel.: 0211 69065-0 · Fax: 0211 6906519  
E-Mail: info@shk-nrw.de  
www.shk-nrw.de  
LIM: Hans-Joachim Hering  
HGF: Hans-Peter Sproten

### Rheinland-Pfalz

Fachverband Sanitär Heizung Klima Pfalz  
Ludwigsplatz 10 · 67059 Ludwigshafen  
Tel.: 0621 5911435 · Fax: 0621 5911450  
E-Mail: fvshk@dlz-handwerk.de  
www.fvshk-pfalz.de  
LIM: Fritz Koch  
GF: Katja Gröschel

Fachverband Sanitär-, Heizungs- und  
Klimatechnik Rheinland-Rhein Hessen  
Hoewelstr. 19 · 56073 Koblenz  
Tel.: 0261 406304-0 · Fax: 0261 4063023  
E-Mail: info@shk-dienst.de  
www.shk-dienst.de  
LIM: Helmut Gosert  
GF: Katharina Hilger

### Saarland

Landesinnung Saarland Sanitär-,  
Heizungs- und Klempnertechnik  
Grülingsstr. 115 · 66113 Saarbrücken  
Tel.: 0681 94861-0 · Fax: 0681 9486199  
E-Mail: shk@agvh.de  
www.innung-shk-saar.de  
LIM: Arno Meyer  
GF: Martin Weisgerber

### Sachsen

Fachverband Sanitär Heizung Klima  
Sachsen  
Friedrich-Ebert-Str. 19 b  
04416 Markkleeberg  
Tel.: 0341 200537-0 · Fax: 0341 20053799  
E-Mail: fvshk.sachsen@installateur.net  
www.installateur.net  
LIM: Holger Mittlmeyer  
GF: Sven Fischer

### Sachsen-Anhalt

Fachverband Sanitär-, Heizungs-, Klima-  
und Klempnertechnik Sachsen-Anhalt  
Gustav-Ricker-Str. 62 · 39120 Magdeburg  
Tel.: 0391 626964-0 · Fax: 0391 6269643  
E-Mail: fvshk-sa@installateur.net  
www.shk-lsa.de  
LIM: Andreas Röber  
GF: Dr. Hans-Michael Dimanski

### Schleswig-Holstein

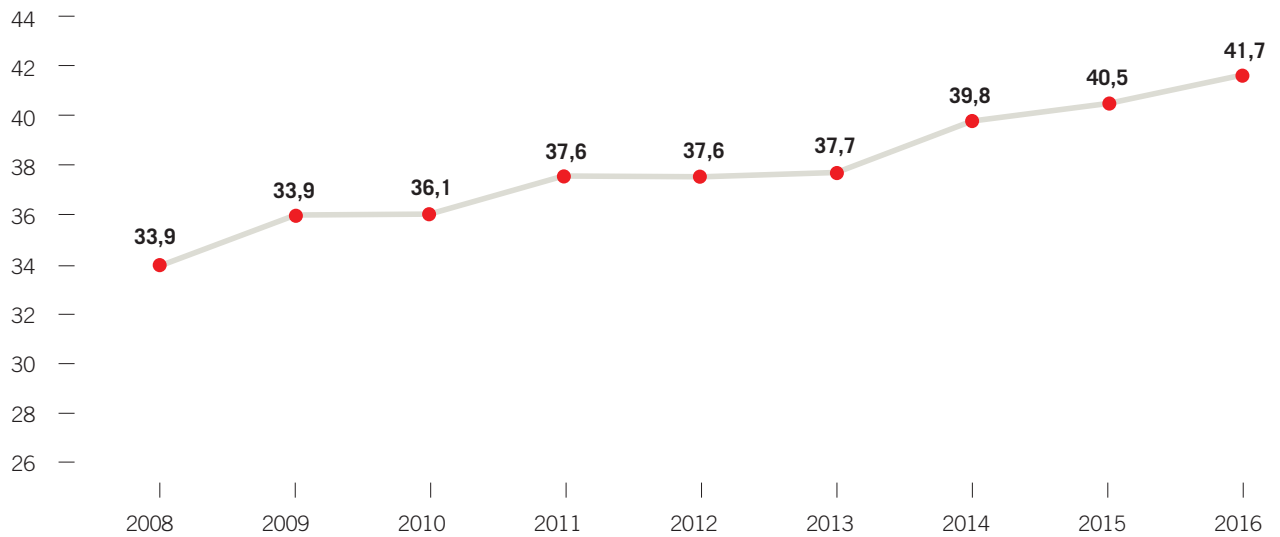
Fachverband Sanitär Heizung Klima  
Schleswig-Holstein  
Rendsburger Landstr. 211 · 24113 Kiel  
Tel.: 0431 98169-0 · Fax: 0431 93877  
E-Mail: installateur@bf-handwerk.de  
www.installateur-sh.de  
LIM: Manfred Obieray  
HGF: Enno de Vries

### Thüringen

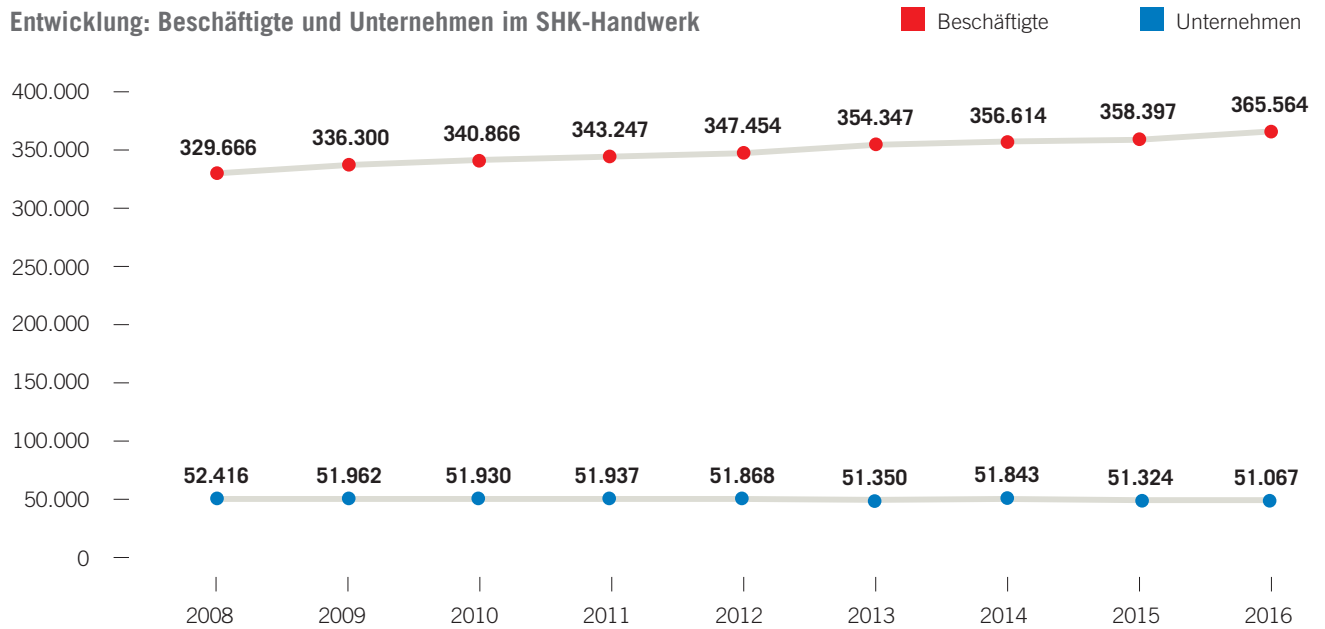
Fachverband Sanitär Heizung Klima  
Thüringen  
Lossiusstr. 1 · 99094 Erfurt  
Tel.: 0361 6759163 · Fax: 0361 6759177  
E-Mail: info@shk-thueringen.de  
www.shk-thueringen.de  
LIM: Wolfgang Borz  
GF: Dr. Hans-Michael Dimanski



### Entwicklung: Umsatz in Mrd. Euro im SHK-Handwerk



### Entwicklung: Beschäftigte und Unternehmen im SHK-Handwerk



### Entwicklung der Lehrlingsbestände im SHK-Handwerk

