

Wärmepumpe 2024

Kennzahlen der Wärmepumpe im SHK-Markt, in der Prozesskette der Handwerker, im Partnerprogramm der Hersteller

Querschiesser Unternehmensberatung
24.02.2024

1. Gliederung

1.	Gliederung.....	1
2.	Verzeichnis der Abbildungen / Tabellen.....	5
3.	Zusammenfassung.....	10
4.	Befragungsdesign und Stichprobengröße.....	13
5.	KPI aus dem Gesamtmarkt.....	15
5.1.	KPI: WP vs. Heizung.....	16
5.2.	KPI: WP vs. Sanitär.....	17
6.	KPI der WP-aktiven Handwerker.....	18
6.1.	KPI: Kenntnisstand.....	19
6.2.	KPI: Professionalität.....	20
7.	KPI aus dem WP-Markt.....	21
7.1.	KPI: Technologieverbreitung.....	24
7.2.	KPI: Durchschnittliche Absatzmenge.....	25
7.3.	KPI: Jährliches Marktvolumen.....	26
7.4.	KPI: Marktdurchdringung.....	27
7.5.	KPI: Regionale Marktpotenziale.....	30
7.6.	KPI: Lieferantenkonzentration.....	33
7.7.	KPI: Marktanteile.....	34
7.7.1.	KPI: Marktanteile nach Region.....	35
7.7.2.	KPI: Marktanteile nach Betriebsgröße.....	42
7.8.	KPI: Potenzialabschöpfung.....	43
7.9.	KPI: Net Promoter Score.....	45
7.10.	KPI: Defizitstrukturen.....	48
8.	KPI aus der Prozesskette.....	49
8.1.	Phase: Auftragsabschätzung / Grobkalkulation.....	50

8.1.1.	Schritt: Anforderung von Bildern, Skizzen, o.ä.	51
8.1.2.	Schritt: interne Grobkalkulation	52
8.1.3.	Schritt: mündliche Vorverhandlung m. d. Kunden	53
8.2.	Phase: Projektplanung / Feinkalkulation	54
8.2.1.	Schritt: Objektbesichtigung / Bestandsaufnahme	56
8.2.2.	Schritt: Gespräch mit dem Kunden	57
8.2.3.	Schritt: Fotodokumentation	58
8.2.4.	Schritt: technische Projektplanung	59
8.2.5.	Schritt: Berechnung der Hydraulik	60
8.2.6.	Schritt: Planung des Strangschemas	61
8.2.7.	Schritt: Angebotseinholung vom Großhandel oder Hersteller	62
8.3.	Phase: Angebotskalkulation	63
8.3.1.	Schritt: Angebotserstellung	65
8.3.2.	Schritt: Angebotsübermittlung	66
8.3.3.	Schritt: Angebotserläuterung	67
8.3.4.	Schritt: Antragstellung f. Fördermittel	68
8.3.5.	Schritt: finale Auftragsverhandlung	69
8.4.	Phase: Installations- und Ausführungsplanung	70
8.4.1.	Schritt: Baustellenzeitplan	71
8.4.2.	Schritt: Personalplanung	72
8.4.3.	Schritt: Ausführungsterminierung	73
8.4.4.	Schritt: Information der anderen Gewerke	74
8.4.5.	Schritt: Materialbestellung	75
8.5.	Phase: Baustellenvorbereitung	76
8.5.1.	Schritt: Demontage der Altanlage	77
8.5.2.	Schritt: Entsorgung der Altanlage	78
8.5.3.	Schritt: Vorbereitung des Aufstellplatzes	79

8.5.4.	Schritt: Vorbereitung der Leitungswege.....	80
8.5.5.	Schritt: Koordination der anderen Gewerke	81
8.6.	Phase: Installation der Wärmepumpe.....	82
8.6.1.	Schritt: Liefern der Wärmepumpe.....	84
8.6.2.	Schritt: Einbringen der Wärmepumpe	85
8.6.3.	Schritt: Aufstellen der Wärmepumpe.....	86
8.6.4.	Schritt: Erstellen der Verrohrung.....	87
8.6.5.	Schritt: Befüllen der Anlage.....	88
8.6.6.	Schritt: Isolierung der Rohrleitung	89
8.6.7.	Schritt: Anschluss der Wärmepumpe	90
8.6.8.	Schritt: Elektroverdrahtung	91
8.7.	Phase: Inbetriebnahme der Wärmepumpe	92
8.7.1.	Schritt: Einstellung der Wärmepumpe	94
8.7.2.	Schritt: Inbetriebnahme	95
8.7.3.	Schritt: hydraulischer Abgleich.....	96
8.7.4.	Schritt: Protokollierung.....	97
8.7.5.	Schritt: Einweisung des Kunden	98
8.7.6.	Schritt: Übergabe der Betriebsunterlagen	99
8.8.	Phase: Rechnung / Dokumente / Nachservice.....	100
8.8.1.	Schritt: Aktivierung der Garantieverlängerung	101
8.8.2.	Schritt: Angebot eines Wartungsvertrages.....	102
8.8.3.	Schritt: Erstellung der Abschlussrechnung	103
8.8.4.	Schritt: Fachunternehmererklärung für die BAFA	104
9.	KPI aus den Partnerprogrammen	105
9.1.	Vorteile im Profit	106
9.1.1.	Vorteile im Profit durch Direktbezug.....	107
9.1.2.	Vorteile im Profit durch Exklusivität.....	109

9.1.3.	Vorteile im Profit durch Gebietsschutz	111
9.1.4.	Vorteile im Profit durch Einkaufspreise	113
9.1.5.	Vorteile im Profit durch Kundenanfragen	115
9.2.	Vorteile im Unternehmertum.....	117
9.2.1.	Vorteile im Unternehmertum durch Planung und Steuerung.....	118
9.2.2.	Vorteile im Unternehmertum durch Organisation und Prozesse	120
9.3.	Vorteile im Marketing.....	122
9.3.1.	Vorteile im Marketing durch strategisches Marketing	123
9.3.2.	Vorteile im Marketing durch operatives Marketing	125
9.3.3.	Vorteile im Marketing durch Homepagegestaltung	127
9.3.4.	Vorteile im Marketing durch Schauraumgestaltung.....	129
9.4.	Vorteile in der Interaktion	131
9.4.1.	Vorteile in der Interaktion durch Service	132
9.4.2.	Vorteile in der Interaktion durch Schulung	134
9.4.3.	Vorteile in der Interaktion durch Mark- und Produktrends	136
9.4.4.	Vorteile in der Interaktion durch Beiratsmandat	138
9.5.	Vorteile im Netzwerk.....	140
9.5.1.	Vorteile im Netzwerk durch Kollegengespräche	141
9.5.2.	Vorteile im Netzwerk durch Gemeinschaftserlebnis.....	143
9.6.	Gesamtzufriedenheit.....	145
10.	KPI aus dem Tagesgeschäft.....	146
10.1.	Preisentwicklung	146
10.2.	Erwartungen 2024	146

2. Verzeichnis der Abbildungen / Tabellen

Abbildung 1: Absatzmengenvergleich Heizung	16
Abbildung 2: Absatzmengenvergleich Sanitär	17
Abbildung 3: EKS-Erfolgsspirale	18
Abbildung 4: Exzellenz der WP-aktiven Handwerker	19
Abbildung 5: Durchschnittliche Absatzstärke der SHK-Handwerker	20
Abbildung 6: Technologieverbreitung	24
Abbildung 7: Durchschnittliche Absatzmenge	25
Abbildung 8: Marktvolumen	26
Abbildung 9: Marktdurchdringung 1	27
Abbildung 10: Marktdurchdringung 2	27
Abbildung 11: Marktdurchdringung 3	28
Abbildung 12: Marktdurchdringung 4	28
Abbildung 13: Marktdurchdringung 5	29
Abbildung 14: Marktdurchdringung 6	29
Abbildung 15: Regionale Marktpotenziale 1	30
Abbildung 16: Regionale Marktpotenziale 2	31
Abbildung 17: Regionale Marktpotenziale 3	31
Abbildung 18: Regionale Marktpotenziale 4	32
Abbildung 19: Lieferantenkonzentration	33
Abbildung 20: Marktanteile Zeitreihe	34
Abbildung 21: Regionale Marktanteile 1	35
Abbildung 22: Regionale Marktanteile 2	36
Abbildung 23: Regionale Marktanteile 3	37
Abbildung 24: Regionale Marktanteile 4	38
Abbildung 25: Regionale Marktanteile 5	39
Abbildung 26: Regionale Marktanteile 6	40
Abbildung 27: Regionale Marktanteile 7	41
Abbildung 28: Marktanteile nach Betriebsgröße	42
Abbildung 29: Potenzialabschöpfung	43
Abbildung 30: Sortimentsposition	44
Abbildung 31: Gesamt-NPS	45
Abbildung 32: Hersteller-NPS 2019	45

Abbildung 33: Hersteller-NPS 2020	46
Abbildung 34: Hersteller-NPS 2021	46
Abbildung 35: Hersteller-NPS 2022	47
Abbildung 36: Hersteller-NPS 2023	47
Abbildung 37: Phase Auftragsabschätzung	50
Abbildung 38: Anforderung von Bildern, Skizzen, o.ä.	51
Abbildung 39: interne Grobkalkulation	52
Abbildung 40: mündliche. Vorverhandlung m. d. Kunden	53
Abbildung 41: Phase Projekterfassung/-planung.....	55
Abbildung 42: Objektbesichtigung / Bestandsaufnahme.....	56
Abbildung 43: Gespräch mit dem Kunden	57
Abbildung 44: Fotodokumentation	58
Abbildung 45: techn. Projektplanung.....	59
Abbildung 46: Berechnung der Hydraulik	60
Abbildung 47: Planung des Strangschema	61
Abbildung 48: Angebotseinholung von GH oder IND.....	62
Abbildung 49: Phase Angebotserstellung	64
Abbildung 50: Angebotserstellung	65
Abbildung 51: Angebotsübermittlung	66
Abbildung 52: Angebotserläuterung	67
Abbildung 53: Antragstellung f. Fördermittel	68
Abbildung 54: finale Auftragsverhandlung.....	69
Abbildung 55: Phase Installationsvorbereitung am Schreibtisch	70
Abbildung 56: Baustellenzeitplan.....	71
Abbildung 57: Personalkapazitätsplanung	72
Abbildung 58: Ausführungsterminierung.....	73
Abbildung 59: Information der anderen Gewerke	74
Abbildung 60: Materialbestellung.....	75
Abbildung 61: Phase Installationsvorbereitung vor Ort	76
Abbildung 62: Demontage der Altanlage	77
Abbildung 63: Entsorgung der Altanlage.....	78
Abbildung 64: Vorbereitung des Aufstellplatzes	79
Abbildung 65: Vorbereitung der Leitungswege.....	80

Abbildung 66: Koordination der anderen Gewerke	81
Abbildung 67: Phase Installationsdurchführung auf der Baustelle	83
Abbildung 68: Liefern der Wärmepumpe.....	84
Abbildung 69: Einbringen der Wärmepumpe	85
Abbildung 70: Aufstellen der Wärmepumpe	86
Abbildung 71: Erstellen der Verrohrung.....	87
Abbildung 72: Befüllen der Anlage.....	88
Abbildung 73: Isolierung der Rohrleitung	89
Abbildung 74: Anschluss der Wärmepumpe	90
Abbildung 75: Elektroverdrahtung	91
Abbildung 76: Phase Inbetriebnahme und Aktivierung	93
Abbildung 77: Einstellung der Wärmepumpe	94
Abbildung 78: Inbetriebnahme	95
Abbildung 79: hydraulischer Abgleich.....	96
Abbildung 80: Protokollierung	97
Abbildung 81: Einweisung des Kunden	98
Abbildung 82: Übergabe der Betriebsunterlagen	99
Abbildung 83: Phase Auftragsabrechnung und -abschluss	100
Abbildung 84: Aktivierung der Garantieverlängerung	101
Abbildung 85: Angebot eines Wartungsvertrages.....	102
Abbildung 86: Erstellung der Abschlussrechnung	103
Abbildung 87: Fachunternehmererklärung für die BAFA	104
Abbildung 88: Direktbezug	107
Abbildung 89: Direktbezug Wichtigkeit.....	108
Abbildung 90: Direktbezug Ausführungsqualität	108
Abbildung 91: Exklusivität	109
Abbildung 92: Exklusivität Wichtigkeit	110
Abbildung 93: Exklusivität Ausführungsqualität	110
Abbildung 94: Gebietsschutz.....	111
Abbildung 95: Gebietsschutz Wichtigkeit	112
Abbildung 96: Gebietsschutz Ausführungsqualität	112
Abbildung 97: Einkaufsvorteile.....	113
Abbildung 98: Einkaufsvorteile Wichtigkeit	114

Abbildung 99: Einkaufsvorteile Ausführungsqualität	114
Abbildung 100: Leads	115
Abbildung 101: Leads Wichtigkeit	116
Abbildung 102: Leads Ausführungsqualität	116
Abbildung 103: Unternehmensplanung	118
Abbildung 104: Unternehmensplanung Wichtigkeit	119
Abbildung 105: Unternehmensplanung Ausführungsqualität	119
Abbildung 106: Organisation	120
Abbildung 107: Organisation Wichtigkeit	121
Abbildung 108: Organisation Ausführungsqualität	121
Abbildung 109: strategisches Marketing	123
Abbildung 110: strategisches Marketing Wichtigkeit	124
Abbildung 111: strategisches Marketing Ausführungsqualität	124
Abbildung 112: operatives Marketing	125
Abbildung 113: Operatives Marketing Wichtigkeit	126
Abbildung 114: Operatives Marketing Ausführungsqualität	126
Abbildung 115: Homepagegestaltung Wichtigkeit	128
Abbildung 116: Homepagegestaltung Ausführungsqualität	128
Abbildung 117: Schauraum	129
Abbildung 118: Schauraum Wichtigkeit	130
Abbildung 119: Schauraum Ausführungsqualität	130
Abbildung 120: Serviceunterstützung	132
Abbildung 121: Serviceunterstützung Wichtigkeit	133
Abbildung 122: Serviceunterstützung Ausführungsqualität	133
Abbildung 123: Schulungsangebot	134
Abbildung 124: Schulungsangebot Wichtigkeit	135
Abbildung 125: Schulungsangebot Ausführungsqualität	135
Abbildung 126: Trendinformationen	136
Abbildung 127: Trendinformationen Wichtigkeit	137
Abbildung 128: Trendinformationen Ausführungsqualität	137
Abbildung 129: Beiratsmandat	138
Abbildung 130: Beiratsmandat Wichtigkeit	139
Abbildung 131: Beiratsmandat Ausführungsqualität	139

Abbildung 132: Kollegengespräche	141
Abbildung 133: Kollegengespräche Wichtigkeit	142
Abbildung 134: Kollegengespräche Ausführungsqualität	142
Abbildung 135: Gemeinschaftserlebnisse	143
Abbildung 136: Gemeinschaftserlebnisse Wichtigkeit	144
Abbildung 137: Gemeinschaftserlebnisse Ausführungsqualität	144
Abbildung 138: Gesamtzufriedenheit	145
Abbildung 139: Preisprognose	146
Abbildung 140: Prognose 2024	146

4. Befragungsdesign und Stichprobengröße

Die vorliegende Studie besteht aus drei Teilen,

4. der Analyse der WP-Marktdaten
5. der Analyse der WP-Prozesskette und
6. der Analyse der WP-Partnerprogramme

WP-Marktdaten

Die WP-Marktdaten stammen aus unserer regelmäßigen Befragung der SHK-Handwerker. Die Stichprobengröße beträgt ca. 4300 Interviews, alle aus dem Jahr 2023, alle mit zufällig gezogenen SHK-Handwerkern. Aus den WP-Marktdaten werden folgende Kennzahlen abgeleitet: Branchenrelevanz der WP, Kenntnisstand im Handwerk, Professionalität im Handwerk, Technologieverbreitung, durchschnittliche Absatzmenge, Marktvolumen, Marktdurchdringung (wer wird wie oft genannt), regionale Marktpotenziale, Lieferantenkonzentration, Marktanteile der Herstellermarken, Potenzialabschöpfung (Kundenloyalität nach Marke), Net Promotor Score und die NPS-Feedbacks der Handwerker.

Ziel dieses Studienteils ist die Unterstützung der Hersteller bei der Entscheidung, wie man wo mit wem Markt machen und entwickeln will.

WP-Prozesskette

Für insgesamt 43 Arbeitsschritte, verteilt auf acht Auftragsphasen (1) Auftragsabschätzung / Grobkalkulation, (2) Projektplanung / Feinkalkulation, (3) Angebotskalkulation, (4) Installations- und Ausführungsplanung, (5) Baustellenvorbereitung, (6) Installation der Wärmepumpe, (7) Inbetriebnahme der Wärmepumpe und (8) Rechnung / Dokumente / Nachservice, haben wir bei 200 zufällig ausgewählten SHK-Handwerkern erhoben (erfolgreiche Interviews), wie viel Zeit sie auf den abgefragten Job verwenden, wie viel Unterstützung sie dabei von den Herstellern abrufen und wie viel sie dafür dann zahlen. Die erhobenen Daten (Jahr 2024) werden mit Daten verglichen, die wir vor zwei Jahren (Mai 2022) in einem identischen Befragungsdesign mit gleicher Stichprobengröße erhoben haben.

Ziel dieses Studienteils ist die Unterstützung der Hersteller bei der Entscheidung, wem man welchen Support zu welchen Preisen anbietet. Manche Jobs sind Profitmaschinen, manche leider schon Hygienefaktoren in der Zusammenarbeit mit dem Handwerker.

WP-Partnerprogramm

Für insgesamt 17 Bausteine eines Partnerprogramm, verteilt auf fünf Leistungsfelder (Profit, Unternehmertum, Marketing, Interaktion und Netzwerk) haben wir die Wichtigkeit und die wahrgenommene Ausführungsqualität mit einer Stichprobengröße von 200 Interviews (erfolgreiche) mit zufällig ausgesuchten SHK-Handwerkern abgefragt. Im Interview wurde explizit auf den Zusammenhang zur Wärmepumpe hingewiesen, um andere Partnerprogramme (Großhandel, EVU, Verbundgruppen, etc.) auszublenden. Die erhobenen Daten wurden mit allgemeinen Daten zu Partnerprogrammen verglichen, die wir in den Jahren 2016, 2022 und 2023 erhoben hatten.

Ziel dieses Studienteils ist die Unterstützung der Hersteller bei der Entscheidung, was man wie den Handwerkern in einem Partnerprogramm anbieten soll/kann. Mögliche Abweichungen zu allgemeinen Partnerprogrammen werden zur Projektschärfung dabei aufgezeigt.