

Energiewende all inclusive

Wärmepumpen und Solaranlagen gelten als Schlüsseltechnologien, um die Klimaziele zu erreichen. Das haben Plattformen als lukratives Geschäftsmodell erkannt. Sie versprechen den Kunden Rundum-Sorglos-Pakete. Oftmals am freien Markt vorbei **VON STEFFEN GUTHARDT**

Erst vor einigen Tagen verkündete das Hamburger Start-up 1Komma5⁹, ab dem nächsten Jahr mit der Fertigung eigener Solarmodule in Deutschland zu starten. Aktuell kommen die meisten Panels auf deutschen Dächern noch aus China. Im eigenen Werk sollen bis zu tausend neue Arbeitsplätze entstehen und die jährliche Produktion von anfänglich einem Gigawatt auf fünf Gigawatt bis 2030 hochgefahren werden. Zur Einordnung: Im vergangenen Jahr wurde bundesweit Solaranlagen mit insgesamt 7,5 Gigawatt Leistung hinzugebaut.

Der Schritt scheint konsequent, weil er ein Konzept folgt, das derzeit viele Plattformen für die Energiewende ausrollen. Es lautet, möglichst alle Leistungen für die Energiewende in den eigenen vier Wänden dem Kunden aus einer Hand anzubieten. Dazu zählen neben den technischen Anlagen wie Wärmepumpen und Photovoltaikanlagen auch digitale Endgeräte zum Energienagement. Hinzu kommt der passende Stromtarif. Immer häufiger wird im Paket zudem die Handwerkerleistung zum Einbau der Anlagen mitverkauft.

Auch der Wettbewerber Enpal folgt diesem Ansatz und verspricht dank des Alles-aus-einer-Hand-Konzeptes schnelle Auftragsbearbeitungen. „Von der Bestellung der Solaranlage des Kunden bis zur Inbetriebnahme vergehen im Schnitt nur sechs Wochen. Teilweise schaffen wir es sogar in vier“, sagt Wolfgang Gründinger, Chief Evangelist des Green-tech-Unternehmens.

Schwindelfreie Queireinstieger ohne zwei linke Hände gesucht
Zunächst kooperierte Enpal ausschließlich mit Handwerksunternehmen, um die Aufträge abzuwickeln. Inzwischen hat das Start-up jedoch zusätzlich eine eigene Handwerksfirma mit mehreren bundesweiten Niederlassungen gegründet. Jedem Team sei dabei ein Handwerksmeister für die Qualitätssicherung vor Ort zugewiesen. Zudem habe man einige Elektriker mit Gesellenbrief eingestellt. Auf den Baustellen von Enpal arbeiten jedoch auch viele Helfer ganz ohne handwerkliche Qualifikation. „Wir schulen viele Queireinstieger aus verschiedenen Branchen in unserer eigenen Akademie“, sagt Gründinger. Sie würden zum Beispiel Ziegel anfixieren, Dachhaken einsetzen oder Kabelwege verlegen, beschreibt er das Tätigkeitsfeld. Gründinger vermeidet dabei bewusst das Wort ausbilden, weil er die Schnellqualifikation nicht auf eine Stufe mit der beruflichen Ausbildung stellen will. Interessenten müssen lediglich drei Voraussetzungen mitbringen: Schwindelfreiheit, keine zwei linken Hände und Motivation für die Arbeit.

Beteiligungen für aufgekauft Handwerksbetriebe
Wettbewerber 1Komma5⁹ setzt hingegen nicht auf unabhängige Partnerschaften mit den Betrieben, sondern kauft Handwerksunternehmen einfach vom Markt auf, um möglichst schnell zu wachsen. Dabei hilft die Milliardenbewertung im Rücken, die die Plattform jüngst erhalten hat. Mitgründer und CEO Philipp Schröder sieht für Handwerksbetriebe klare Vorteile dieser Strategie, die über eine Rückbeteiligungsoption am Gewinn hinausgehen: „Der Beitritt ermöglicht es Betrieben, von auf einzelne Komponenten wie PV-Anlagen spezialisierten Unternehmen zu einem Anbieter für Gesamtlösungen zu werden und so die Energieeffizienz von Privathaushalten zu maximieren. Darüber hinaus erhalten sie einen außerordentlichen Wettbewerbsvorteil, da sie direkten Zugang zu unseren Softwarelösungen, unse-



KOMMENTAR

Bescheidenheit ist nicht ange sagt

Der Einfluss von digitalen Plattformen auf das Handwerk klein zu reden, wäre ein fataler Fehler. Das verdeutlicht schon ein Blick auf ein paar Zahlen. So arbeiten laut Schätzungen der EU im vergangenen Jahr 25 Millionen Menschen für Plattformen in den Ländern der Europäischen Union. Dazu zählen Portale in Hotellerie und Lieferservice genauso wie Plattformen im Handwerk. Schon bis 2025 könnte die Zahl um mehr als 50 Prozent steigen. Auch die Umsätze der Plattformwirtschaft beeindrucken. Allein in der EU sollen sie sich zwischen 2016 und 2020 verfünffacht haben und bewegen sich im zweistelligen Milliarden-Bereich.

Entscheidend für das Handwerk ist jedoch, mit welcher Dynamik die digitalen Plattformen auf den hiesigen Handwerkermarkt vorstoßen. So etwa das Start-up 1Komma5⁹, das sich auf den Verkauf von Solaranlagen und Wärmepumpen fokussiert. Vor zwei Jahren gegründet, zählt das Unternehmen bereits 35 Standorte in Deutschland. Der Großteil des rasanten Wachstums wurde mit einer bundesweiten Shopping-Tour durch Meisterbetriebe



„

Kein Meisterbetrieb sollte sich hinter den Plattformen verstecken.“

Steffen Guthardt
Redakteur
Foto: Foto Baur

des Handwerks einfach erkauf. Finanzstarke Investoren wie Porsche, die dem Start-up jüngst zum Einhorn-Status verholfen haben, machen dieses atemberaubende Tempo erst möglich.

Organisches Wachstum sieht anders aus. Doch auch wenn dieses Vorgehen vielen Alteuren im Handwerk missfallen dürfte, werden sich die Start-ups durch jüngste Erfolge bestätigt sehen. Das betrifft nicht nur die Zahl an Kunden, Umsatz und teilweise auch Gewinn, sondern insbesondere die Strahlkraft, die die Start-ups auf dem Arbeitsmarkt entfachen. So erhält 1Komma5⁹ mehr als 1.000 Bewerbungen pro Monat, wie CEO Philipp Schröder verrät.

Von solch regem Interesse dürften die meisten Handwerksbetriebe nur träumen. Die Realität sieht anders aus. Personal, das auch kleine Unternehmen des Handwerks dringend benötigt, um die Energieeffizienz aktiv mitzugesten, wird händlernd gesucht. Was die neuen Plattformen dem Handwerk voraus haben, sind weder Leistung noch Qualität. Hier kann den Experten keiner etwas vorwerfen. Vielmehr ist es die Kunst, sich gut zu verkaufen. Deshalb sollte sich kein Meisterbetrieb vor den Plattformen verstecken, sondern sein Klienten offenbar nach außen tragen. Dabei gilt: „Tue Gutes und rede darüber.“

steffen.guthardt@holzmann-medien.de

„Wir sind kein Land von Billigschraubern“

ZVEH-Hauptgeschäftsführer Alexander Neuhäuser bewertet die Entwicklung der digitalen Plattformen und erklärt, was die Elektrohandwerke ihnen entgegensehen können. Außerdem kritisiert er die von Start-ups angestrebten Schnellqualifikationen zum Gelingen der Energiewende **VON STEFFEN GUTHARDT**



Alexander Neuhäuser, Hauptgeschäftsführer des Zentralverbandes der Deutschen Elektro- und Informationstechnischen Handwerke (ZVEH). Foto: ZVEH

Kunden. Viele Geschäftsbeziehungen zum Handwerk sind über Generationen gewachsen und der Faktor Mensch bleibt auch zukünftig wichtig, obwohl die Auftragsakquise. Dennoch sollten sich Unternehmen mit digitalen Strategien auseinandersetzen und den Betrieb entsprechend für die Zukunft aufstellen.

Manche Plattformen gehen dazu über, selbst Personal, etwa für die Installationen von Solaranlagen, zu schulen. Oftmals handelt es sich dabei um fachfremde Queireinstieger. Sie argumentieren, dass die Energiewende anders nicht zu schaffen sei. Stimmen Sie dieser Einschätzung zu?

Das ist Augenwischerei. Wir sind der Überzeugung, dass die Energiewende nur zu schaffen ist, indem die notwendigen, zum Teil sehr komplexen, Tätigkeiten von Menschen mit hoher Qualifikation ausgeführt werden. Wir sind kein Land von Billigschraubern, sondern ein Land von hoch Qualifizierten, die Qualitätsleistungen abliefern. Die Technik wird immer anspruchsvoller und komplexer. Wir müssen Anlagen miteinander vernetzen und sehr individuelle Kundenwünsche bedienen. Solche Aufgaben lassen sich nicht durch viele gering-qualifizierte Arbeitskräfte bewältigen.

Braucht es aber nicht auch Helfer?

Wer genau hinschaut, wird feststellen, dass sich nur einzelne Arbeiten mit niedriger Qualifikation erledigen lassen. Wir sehen, dass Start-ups teilweise Aufträge ablehnen müssen, weil sie zu aufwendig sind und besonderen Know-hows bedürfen. Diese Aufträge landen dann wieder bei den Handwerksbetrieben. Zudem teilen unsere Innungsbetriebe immer wieder mit, dass es Qualitätssprobleme bei Anlagen gibt, die von Start-ups installiert wurden. Es kommen Kunden auf Handwerksbetriebe und bitten diese Anlagen zu reparieren, bzw. fachkundig einzurichten.

Als weiterer Trend ist, dass Energieversorger durch Zukäufe von Plattformen selbst Handwerksleistungen anbieten. Ist das eine Gefahr für das Handwerk?

In der Tat. Wenn ein Versorger eine Plattform aufkauft, bedeutet es, dass künftig alle Leistungen nur noch für diese Firma erbracht werden. Die Betriebe werden damit aus dem freien Markt genommen und geraten in eine starke Abhängigkeit. Schon bevor sich ein Betrieb für die Kooperation mit einer Plattform entscheidet, sollte er bedenken, dass seine Leistungen weiterverkauft oder ausgeliefert werden könnten. Deshalb empfehlen wir den Betrieben, ihr Geschäft zu diversifizieren und auf mehrere Standbeine zu stellen.

Können Sie als Verband noch etwas besser machen, um das Handwerk gegenüber den Plattformen zu stärken?
Wir dürfen definitiv mehr Werbung in eigener Sache machen. Hier waren wir in der Vergangenheit zu leise und müssen selbstkritisch sein. Es ist die Aufgabe, deutlicher herauszustellen, wie gut das Handwerk ist. Die Leistungen der Betriebe darf nicht kleingeredet werden. Das Handwerk bleibt auch in Zukunft eine sehr gute Alternative zu den Start-ups.



Wie werden wir erfolgreich nachhaltig und nachhaltig erfolgreich?

Gemeinsam finden wir die Antworten für morgen.

Machen Sie den Wandel zur Chance: mit umfassender Beratung und der passenden Finanzierung.

Finanzierung und KfW-Förderung aus einer Hand. Jetzt in Ihrer Sparkasse beraten lassen.



KfW

Weil's um mehr als Geld geht.

DAS SAGEN UNSERE LESEN

Nutzen Sie digitale Plattformen?



Jeremy Schwenold, Geschäftsführer Dachexpress in Maintal

Wir bekommen inzwischen rund 90 Prozent unserer Aufträge über das Internet. Dabei sind wir auf verschiedene Plattformen angemeldet und erhalten Anfragen weit über unseren Firmenstandort hinaus. Unser Tätigkeitsgebiet hat sich auf einen Umkreis von 150 Kilometern erweitert und reicht z.B. bis Mannheim. Der Trend geht ganz eindeutig dahin, dass Kunden über das Internet den Handwerker suchen und das ist aus unserer Sicht die Zukunft. Dabei fühlen wir uns von den Plattformen zu meist fair behandelt. Trotz der Gebühren lohnt es sich definitiv.

Foto: privat



Susann Fincke, Friseurmeisterin, Halle/Saale

Ich schaue immer nach Wegen, wie ich es für mich und die Kunden mit technischen Hilfsmitteln einfacher machen kann. Anfang des Jahres habe ich deswegen recherchiert, wie ich mehrere Dinge gleichzeitig abdecken kann. Ich brauchte ein neues Kassensystem, außerdem wollte ich eine Möglichkeit haben, dass Kunden zu jeder Tageszeit bei mir Termine buchen können. Jetzt finden mich die Kunden über planity.com. Mir erspart das System ganz schön viel Zeit. Das Telefon klingelt nicht mehr permanent und die Kunden werden automatisch 24 Stunden vorher an den Termin erinnert. Und auch Neukunden finden mich über die Plattform.

Foto: privat



Lars Vogt, Maurermeister aus Schwäbisch Hall

Meine ersten Erfahrungen mit Online-Portalen habe ich bei Ebay-Kleinanzeigen gesammelt. Das war damals noch ein Geheimtipp und ich habe zahlreiche Aufträge darüber bekommen. Allerdings ist die Konkurrenz mit der Zeit immer größer geworden. Parallel habe ich auch andere Plattformen wie Blau- und MyHammer ausprobiert, aber hier waren die Gebühren zu hoch. Einen großen Vorteil bei den Portalen sehe ich darin, dass man ohne bestehende Geschäftsbeziehungen an viele Kunden kommen kann. Das ist gerade für Gründer interessant. Inzwischen bin ich auf die Plattformen aber nicht mehr angewiesen, da ich schon so bekannt bin.

Foto: privat