

Querschuesser Unternehmensberatung GmbH & Co. KG

# Trendstudie 2021

Die Chancen der deutschen SHK-Branche im Jahr 2021

Hans-Arno Kloep  
29.10.2020



Inhalt .....	1
I. Verzeichnis der Abbildungen .....	15
II. Verzeichnis der Tabellen .....	16
III. Verzeichnis der Abkürzungen.....	17
IV. Befragungsdesign / Stichprobengröße.....	18
V. Fragenkatalog Konjunktur.....	19
VI. Fragenkatalog Unternehmertum .....	23
VII. Fragenkatalog Unternehmensstrategie .....	24
VIII. Fragenkatalog Betriebsführung.....	25
IX. Fragenkatalog Prozesskette Bad .....	29
X. Fragenkatalog Prozessintegration mit dem Großhandel .....	30
XI. Fragenkatalog Prozessintegration mit dem Hersteller (WP) .....	34
XII. Status quo .....	36
1. Status quo im Handwerk.....	36
1.1. Krisenbewältigung.....	36
1.2. Investitionsverhalten.....	37
1.3. Insolvenzen.....	37
1.4. Nachfragevolumen .....	38
1.5. Geschäftsverlauf in Q3/2020.....	39
1.6. Geschäftsverlauf in Q4/2020.....	40
1.7. Kapazitätsauslastung.....	41
1.8. Konsequenzen .....	42
1.9. Projektverzug .....	43
1.10. Schwarzarbeit (Entwicklung).....	44
1.11. Schwarzarbeit (Bedrohungspotenzial) .....	45
1.12. Auftragsreichweite .....	46
1.13. Normalität erwartet bis.....	47

1.14.	Erwartung 2021 .....	48
1.15.	Erwartung 2021 Endkunden / Neubau.....	49
1.16.	Erwartung 2021 Endkunden / Sanierung .....	50
1.17.	Erwartung 2021 gewerbliche und kommunale Kunden / Neubau .....	51
1.18.	Erwartung 2021 gewerbliche und kommunale Kunden / Sanierung.....	52
XIII.	Konjunkturprognose Volkswirtschaft.....	53
2.	Konjunkturprognose der Regierung.....	53
3.	Konjunkturprognose der Institute.....	53
4.	Konjunkturprognose der Banken .....	53
5.	Konjunkturprognose der Bauindustrie.....	53
6.	Branchenwirksame Effekte .....	53
6.1.	Effekte durch Endkundenverhalten .....	53
6.2.	Effekte durch politische Rahmenbedingungen .....	53
6.3.	Effekte durch wirtschaftliche Rahmenbedingungen.....	53
6.4.	Effekte durch technologische Rahmenbedingungen .....	53
7.	Der wahrscheinliche Konjunkturverlauf im Jahr 2021 .....	53
XIV.	Konjunkturprognose Branche .....	53
8.	Konjunkturprognose Gewerke .....	53
8.1.	Sanitär vor der Wand .....	53
8.2.	Rohinstallation .....	54
8.3.	Wärmeerzeuger .....	55
8.4.	Wärmeverteilung/-übertragung .....	56
9.	Konjunkturprognose Sanitär vor der Wand .....	57
9.1.	Armaturen .....	57
9.2.	Badbeschläge/Accessoires .....	58
9.3.	Badmöbel .....	59
9.4.	Designheizkörper.....	60

9.5.	Duschablaufritten	61
9.6.	Duschabtrennungen	62
9.7.	Dusch-WC	63
9.8.	Extrem flache Brausetassen	64
9.9.	Fliesbare Bodenelemente	65
9.10.	Normale Brausetassen	66
9.11.	Punktabläufe	67
9.12.	Sanitärkeramik	68
9.13.	Spiegel/Lichtspiegel/Spiegelschränke	69
9.14.	Wand-/Deckenverkleidungssysteme	70
9.15.	Wannen,Acryl	71
9.16.	Wannen,Stahl	72
9.17.	WC-Sitze	73
10.	Konjunkturprognose Rohinstallation	74
10.1.	Befestigungstechnik	74
10.2.	Brandschutz	75
10.3.	Druckerhöhungsanlagen	76
10.4.	Enthärtungsanlagen	77
10.5.	Fäkalienhebeanlage (gr. Geräte)	78
10.6.	Hausabflussleitung	79
10.7.	Isolierung	80
10.8.	Leckageschutz	81
10.9.	Tauchpumpen	82
10.10.	Vorwandelemente	83
10.11.	Wasserfilter	84
10.12.	WC-Fördersysteme (kl. Geräte)	85
11.	Konjunkturprognose Wärmeerzeuger	86

11.1.	Blockheizkraftwerke .....	86
11.2.	Brennstoffzelle .....	87
11.3.	Gas-Brennwertgeräte .....	88
11.4.	Wärmepumpen .....	89
11.5.	Klimaanlagen .....	90
11.6.	Kontrollierte Wohnraumlüftung .....	91
11.7.	Konventionelle Kessel (Heizwertgeräte) .....	92
11.8.	Öl-Brennwertgeräte .....	93
11.9.	Pelletkessel .....	94
11.10.	Photovoltaik .....	95
11.11.	Solarthermie .....	96
12.	Konjunkturprognose Wärmeverteilung/-übertragung .....	97
12.1.	Durchlauferhitzer .....	97
12.2.	Flachheizkörper .....	98
12.3.	Frischwasserstationen .....	99
12.4.	Fußbodenheizung (Wasser) .....	100
12.5.	Fußbodenheizung (Elektro) .....	101
12.6.	große Druckhaltegeräte .....	102
12.7.	große Entgasungsgeräte .....	103
12.8.	Heizungspumpe .....	104
12.9.	Heizungswasseraufbereitung .....	105
12.10.	Konvektoren .....	106
12.11.	maßgefertigte Verteilerbalken .....	107
12.12.	Röhrenradiatoren .....	108
12.13.	Strangreguliertventile .....	109
12.14.	Thermostatventile .....	110
12.15.	Warmwasserspeicher .....	111

XV. Konjunkturelle Gesamtprognose .....	112
XVI. Unternehmertum im Handwerk.....	113
13. Unternehmensplanung .....	113
13.1. Unternehmensplanung .....	113
13.2. Marketing-Planung.....	114
13.3. Partnerschaften.....	115
13.4. Abhängigkeiten .....	116
13.5. Managementproduktivität.....	117
14. Managementstandards .....	118
14.1. Leitung.....	118
14.2. Organisation .....	119
14.3. Planung.....	120
14.4. Kontrolle.....	121
15. Soziales Engagement.....	122
15.1. Soziales Engagement im Betrieb .....	122
15.2. Mitarbeiterorientierung.....	123
15.3. Soziale Engagement im Umfeld.....	124
16. Kernkompetenzen .....	125
16.1. Neue Kundenprioritäten .....	125
16.2. Neuer Leistungsdruck.....	126
16.3. Essenzielle Fähigkeiten.....	127
16.4. Vorteile der Fachschiene.....	128
16.5. Unverzichtbare Großhandelsleistung.....	129
XVII. Unternehmensstrategie im Handwerk.....	130
17. Positionierungsstrategie .....	130
17.1. Projektfokus .....	130
17.2. Kundenfokus.....	131

17.3.	Nischenfokus .....	132
17.4.	Lokaler Marktführer .....	133
17.5.	Stärkenprofil.....	134
17.6.	Erfolgversprechendste Geschäftsfeld .....	135
17.7.	Lukrativste Kundengruppe .....	136
17.8.	Kundenqualen .....	137
17.9.	Gewinnereigenschaften .....	138
17.10.	Clevere Innovation .....	139
17.11.	Kooperation.....	140
18.	Marktstrategie.....	141
18.1.	Marktdurchdringung .....	141
18.2.	Marktentwicklung .....	142
18.3.	Produktentwicklung .....	143
18.4.	Diversifikation .....	144
19.	Geschäftsmodell.....	145
19.1.	Neue Partner .....	145
19.2.	Neue Aktivitäten.....	146
19.3.	Neue Erwartungen .....	147
19.4.	Neue Sparsamkeit .....	148
19.5.	Neue Betriebskosten .....	149
19.6.	Neue Stammkundenbetreuung.....	150
19.7.	Neues Kundenverhalten.....	151
19.8.	Neues Marketing .....	152
19.9.	Neue Profitchancen.....	153
XVIII.	Betriebsführung im Handwerk.....	154
20.	Profitabilität .....	154
20.1.	Aufwand .....	154

20.2.	Aufwandsabwälzung .....	155
20.3.	Großhandelspreise .....	156
20.4.	Herstellerpreise .....	157
20.5.	Generelle Einkaufspreise .....	158
20.6.	Generelle Aufwände .....	159
20.7.	Generelle Verkaufspreise .....	160
21.	Informationsverhalten .....	161
21.1.	Informationsdefizit .....	161
21.2.	Bereitschaft zum Messebesuch .....	162
21.3.	Besuch der ISH 2021 .....	163
21.4.	Besuch der Hausmessen .....	164
21.5.	Generelle Informationsmöglichkeiten .....	165
21.6.	Virtuelle Messen .....	166
21.7.	Web-basierte Seminare .....	167
21.8.	Video-Telefonate .....	168
21.9.	Innung / Fachverband .....	169
22.	Informationskanäle .....	170
22.1.	Pfiffige Herstellerkonzepte .....	170
22.2.	Präferierter Informationskanal .....	171
22.3.	Präferenzgründe .....	172
22.4.	Abgelehnter Informationskanal .....	173
22.5.	Ablehnungsgründe .....	174
22.6.	Corona-Effekte auf die Präferenzordnung .....	175
22.7.	Unterschiede zur normalen Präferenzordnung .....	176
23.	Kommunikationskanäle .....	177
23.1.	Brief-Post .....	177
23.2.	Elektronische Post .....	178



23.3.	Telefonanrufe .....	179
23.4.	Sonderangebote .....	180
23.5.	Video-Konferenzen.....	181
23.6.	Soziale Netzwerke Beschaffungsseite .....	182
23.7.	Soziale Netzwerke Absatzseite.....	183
23.8.	Traffic auf der Homepage.....	184
24.	Beschaffung.....	185
24.1.	Pfiffige Logistikkonzepte .....	185
24.2.	Lieferquellen.....	186
24.3.	Corona-Effekte auf die Lieferquellen .....	187
24.4.	Lieferwege .....	188
24.5.	Corona-Effekte auf die Lieferwege.....	189
24.6.	Bestellwege .....	190
24.7.	Corona-Effekte auf Bestellwege.....	191
24.8.	Markenwechsel .....	192
24.9.	Handelsmarke .....	193
25.	Auftragsgewinnung .....	194
25.1.	Auftragsquellen .....	194
25.2.	Corona-Effekte auf die Auftragsquellen.....	195
25.3.	Quellenqualität.....	196
25.4.	Quellenprofitabilität.....	197
26.	Angebotsschreibung.....	198
26.1.	Internetpreise.....	198
26.2.	Corona-Effekte auf die Angebotskalkulation .....	199
26.3.	Anpassungserfolg .....	200
26.4.	Dauerhaftigkeit der Anpassung.....	201
26.5.	Angebotsvolumen .....	202

26.6.	Erfolgsquote .....	203
27.	Auftragsplanung .....	204
27.1.	Corona-Effekte auf die Auftragsplanung.....	204
27.2.	Dauerhaftigkeit der Änderung .....	205
27.3.	Störungsanfälligkeit der Auftragsarten .....	206
27.4.	Störungsarten.....	207
27.5.	Hamsterkäufe .....	208
27.6.	Digitale Auftragsplanung.....	209
28.	Auftragsdurchführung.....	210
28.1.	Ablaufveränderung.....	210
28.2.	Dauerhaftigkeit der Veränderung .....	211
28.3.	Ablaufstörungen.....	212
28.4.	Corona-Effekte auf die Ablaufstörungen .....	213
28.5.	Auftragsdurchlaufzeiten.....	214
29.	After Sales .....	215
29.1.	Behinderung des Wartungsgeschäftes.....	215
29.2.	Dauerhaftigkeit der Behinderungen .....	216
29.3.	Störung der Kundenbetreuung .....	217
29.4.	Corona-Effekte auf die Kundenbetreuung .....	218
30.	Finanzen .....	219
30.1.	Kunden .....	219
30.2.	Großhändler .....	220
30.3.	Banken.....	221
30.4.	Mitarbeiter .....	222
31.	Personal.....	223
31.1.	Personalprobleme .....	223
31.2.	Lehrstellenangebot .....	224

31.3.	Bewerbungsvolumen.....	225
31.4.	Mitarbeiterpanik .....	226
31.5.	Kurzarbeit .....	227
32.	Prozesse.....	228
32.1.	Lieferantenkonzentration .....	228
32.2.	Kolonnenstärke .....	229
32.3.	Arbeitszeiten .....	230
32.4.	Dauerhaftigkeit der Änderungen .....	231
XIX.	Prozesskette Bad .....	232
33.	Barrierefreie Bäder.....	232
33.1.	Zuschussquote.....	232
33.2.	Standard Altersgerechtes Haus .....	233
33.3.	Hinweisgeber.....	234
33.4.	Förderanträge .....	235
33.5.	Sachverständiger .....	236
33.6.	Vermarktung .....	237
33.7.	Zertifizierung .....	238
34.	Badplanung .....	239
34.1.	Badrechner auf der Homepage .....	239
34.2.	Badplanungsservice des GH .....	240
34.3.	Badplanungsservice des GH beim Endkunden .....	241
34.4.	3D-Badplanung.....	242
34.5.	Premium-Partner der GH-Ausstellung .....	243
34.6.	Endkundenveranstaltungen .....	244
34.7.	ERFA-Gruppe im Handwerk.....	245
XX.	Prozessintegration mit dem Großhandel .....	246
35.	Beratung / Angebotserstellung .....	246

35.1.	Verkaufsunterlagen .....	246
35.2.	Werbemittel .....	247
35.3.	Seminarangebote .....	248
35.4.	Heizungsauslegung .....	249
35.5.	Rohrnetzberechnung Trinkwasser .....	250
35.6.	Rohrnetzberechnung Abwasser .....	251
35.7.	Klima-/Lüftungsauslegung .....	252
36.	Marketing .....	253
36.1.	Homepage-Erstellung .....	253
36.2.	Homepage-Findbarkeit .....	254
36.3.	Facebook-Seite .....	255
36.4.	Instagram-Seite .....	256
36.5.	Pinterest-Seite .....	257
36.6.	Google-Findbarkeit .....	258
36.7.	Werbung auf dem Auto .....	259
37.	Werbung .....	260
37.1.	Azubi-Gewinnung .....	260
37.2.	Endkundenveranstaltung .....	261
37.3.	Rechnungsbeilagen / Flyer .....	262
37.4.	Inseratvorlagen .....	263
37.5.	Badberatungsgutschein .....	264
37.6.	Heizungsscheckgutschein .....	265
37.7.	Regionale Verbrauchermesse .....	266
38.	Fortbildung .....	267
38.1.	Handwerkermarketing .....	267
38.2.	Azubi-Ausbildung .....	268
38.3.	Monteurverhalten .....	269

38.4.	Führungsverhalten .....	270
38.5.	Vertragsrecht / VOB .....	271
38.6.	Reklamationsverhalten .....	272
38.7.	Unternehmensnachfolge.....	273
39.	Zertifikate .....	274
39.1.	Trinkwasserhygiene.....	274
39.2.	Wasserhaushaltsgesetz .....	275
39.3.	Klimaschein .....	276
39.4.	Lüftungshygiene .....	277
39.5.	Sicherheitsbeauftragter .....	278
39.6.	Gefährdungsbeurteilung .....	279
39.7.	Brandschutzhelfer .....	280
40.	Logistik.....	281
40.1.	Barcode .....	281
40.2.	Nachtservice .....	282
40.3.	Mindermengenzuschläge .....	283
40.4.	Streckenzuschläge .....	284
40.5.	Krananlieferung.....	285
40.6.	Materialcontainer.....	286
40.7.	Bürocontainer.....	287
41.	Abhol-Lager .....	288
41.1.	Nutzungsgrad .....	288
41.2.	Nutzungshäufigkeit .....	289
41.3.	Zeitbedarf .....	290
41.4.	Weiterberechnung .....	291
41.5.	Personalbörse.....	292
42.	Controlling.....	293

42.1.	Statistik.....	293
42.2.	Datenservice.....	294
XXI.	Prozessintegration mit den Herstellern (Wärmepumpe) .....	295
43.	Auftragsgewinnung .....	295
43.1.	Kundenanfragen.....	295
43.2.	Kundenberatung.....	296
44.	Angebotserstellung .....	297
44.1.	Anlagendimensionierung .....	297
44.2.	Massenauszug .....	298
44.3.	Fördermittelberatung.....	299
44.4.	Angebotskalkulation.....	300
44.5.	Angebotsverfolgung .....	301
44.6.	Vertragsverhandlung.....	302
44.7.	Ablehnungsrecherche .....	303
44.8.	Fördermittelberatung.....	304
44.9.	Sonstiger Papierkram .....	305
45.	Auftragsplanung .....	306
45.1.	Baustellenplanung.....	306
45.2.	Montageplanung .....	307
45.3.	Terminierung.....	308
46.	Auftragsdurchführung.....	309
46.1.	Anleiten der Monteure .....	309
46.2.	Montageleitung.....	310
46.3.	Stromanschluss .....	311
46.4.	Internetanschluss .....	312
46.5.	Regelungsprogrammierung.....	313
47.	Auftragsfertigstellung.....	314

47.1.	Interne Abnahme .....	314
47.2.	Inbetriebnahme.....	315
47.3.	Dokumente.....	316
47.4.	Kundeneinweisung .....	317
48.	After Sales .....	318
48.1.	Wartungsvorschlag.....	318
48.2.	Akquise Wartungsvertrag.....	319
48.3.	Wartung.....	320
48.4.	CRM .....	321

## V. Fragenkatalog Konjunktur

### Status quo im Handwerk

1. Wie ist Ihr Betrieb durch die Corona-Krise gekommen?
2. Gibt es Anzeichen, dass Branchenkollegen wegen der Corona-Krise geplante Investitionen zurückstellen?
3. Gibt es in Ihrer Region Kollegenbetriebe, die von der Corona-Krise so schwer erwischt wurden, dass sie vom Markt verschwinden werden?
4. Ist in der Corona-Krise die Bereitschaft der Endkunden Bäder und/oder Heizungen zu kaufen, gestiegen?
5. Wie ist Ihr Geschäft im vergangenen Quartal im Vergleich zum Vorjahreszeitraum gelaufen?
6. Wie wird Ihr Geschäft bis zum Jahresende im Vergleich zum Vorjahreszeitraum laufen?
7. Wie würden Sie Ihre aktuelle Kapazitätsauslastung beschreiben?
8. Welche Folgen hat die aktuelle Nachfragesituation für Ihren Betrieb?
9. Können Sie schätzen um wie viele Wochen sich im Moment Ihre Projekte verschieben?
10. Sehen Sie die Schwarzarbeit in Ihrer Region als Bedrohung für Sie an?
11. Hat durch sich durch die Corona-Krise Ihre durchschnittliche Auftragsreichweite reduziert?
12. Was schätzen, wann wird es in Deutschland wieder normal laufen?
13. Wie wird Ihr Geschäft im Jahr 2021 im Vergleich zu diesem Jahr laufen?
14. Wie wird sich Ihrer Meinung nach im Jahr 2021 das Geschäft mit privaten Endkunden im Neubau entwickeln?
15. Wie wird sich Ihrer Meinung nach im Jahr 2021 das Geschäft mit privaten Endkunden in der Sanierung entwickeln?
16. Wie wird sich Ihrer Meinung nach im Jahr 2021 das Geschäft mit gewerblichen und kommunalen Kunden im Neubau entwickeln?
17. Wie wird sich Ihrer Meinung nach im Jahr 2021 das Geschäft mit gewerblichen und kommunalen Kunden in der Sanierung entwickeln?

### Konjunkturprognose Gewerke

1. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für das Gewerk 'Sanitär vor der Wand'?
2. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für das Gewerk 'Rohinstallation'?
3. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für das Gewerk 'Wärmeerzeuger'?
4. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für das Gewerk 'Wärmeverteilung/-übertragung'?



#### Konjunkturprognose Sanitär vor der Wand

1. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'Armaturen'?
2. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'Badbeschläge/Accessoires'?
3. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'Badmöbel'?
4. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'Designheizkörper'?
5. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'Duschablaufrippen'?
6. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'Duschabtrennungen'?
7. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'Dusch-WC'?
8. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'Extrem flache Brausetassen'?
9. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'Fliesbare Bodenelemente'?
10. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'Normale Brausetassen'?
11. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'Punktabläufe'?
12. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'Sanitärkeramik'?
13. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'Spiegel/Lichtspiegel/Spiegelschränke'?
14. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'Wand-/Deckenverkleidungssysteme'?
15. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'Wannen,Acryl'?
16. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'Wannen,Stahl'?
17. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'WC-Sitze'?

#### Konjunkturprognose Rohinstallation

1. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'Befestigungstechnik'?
2. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'Brandschutz'?

3. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'Druckerhöhungsanlagen'?
4. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'Enthärtungsanlagen'?
5. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'Fäkalienhebeanlage (gr. Geräte)'?
6. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'Hausabflussleitung'?
7. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'Isolierung'?
8. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'Leckageschutz'?
9. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'Tauchpumpen'?
10. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'Vorwandelemente'?
11. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'Wasserfilter'?
12. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'WC-Fördersysteme (kl. Geräte)'?

#### Konjunkturprognose Wärmeerzeuger

1. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'Blockheizkraftwerke'?
2. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'Brennstoffzelle'?
3. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'Gas-Brennwertgeräte'?
4. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'Wärmepumpen'?
5. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'Klimaanlagen'?
6. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'Kontrollierte Wohnraumlüftungen'?
7. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'Konventionelle Kessel (Heizwertgeräte)'?
8. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'Öl-Brennwertgeräte'?
9. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'Pelletkessel'?
10. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'Photovoltaik'?

11. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'Solarthermie'?

Konjunkturprognose Wärmeverteilung/-übertragung

1. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'Durchlauferhitzer'?
2. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'Flachheizkörper'?
3. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'Frischwasserstationen'?
4. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'Fußbodenheizung (Wasser)'?
5. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'Fußbodenheizung (Elektro)'?
6. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'große Druckhaltegeräte'?
7. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'große Entgasungsgeräte'?
8. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'Heizungspumpe'?
9. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'Heizungswasseraufbereitung'?
10. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'Konvektoren'?
11. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'maßgefertigte Verteilerbalken'?
12. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'Röhrenradiatoren'?
13. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'Strangreguliertventile'?
14. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'Thermostatventile'?
15. Wie ist Ihre Schätzung / Geschäftsprognose für 2021 für die Warengruppe 'Warmwasserspeicher'?

## VI. Fragenkatalog Unternehmertum

### Unternehmensplanung

1. Hat die Corona-Krise Ihre generelle Unternehmensplanung verändert?
2. Hat die Corona-Krise Ihre Marketing-Planung verändert?
3. Haben sich während der Corona-Krise für Sie neue unternehmerische Partnerschaften entwickelt, die Sie nach der Krise fortsetzen werden?
4. Haben Sie während der Corona-Krise unangenehme Abhängigkeiten erkannt, die Sie nach der Krise abbauen werden?
5. Hat die Corona-Krise die Produktivität Ihrer Unternehmensleitung behindert?

### Managementstandards

1. Hat die Corona-Krise Einfluss auf die Art und Weise wie Ihr Betrieb geleitet wird?
2. Hat die Corona-Krise Einfluss auf die Art und Weise wie in Ihrem Betrieb die Prozesse organisiert werden?
3. Hat die Corona-Krise Einfluss auf die Art und Weise wie in Ihrem Betrieb die Betriebsplanung durchgeführt wird?
4. Hat die Corona-Krise in Ihrem Betrieb zu mehr Kontrolle geführt?

### Verantwortung

1. Hat Ihr Betrieb in der Corona-Krise seinen Mitarbeiter über das normale Maß hinaus bei der Bewältigung der Herausforderungen geholfen?
2. Haben Sie während der Corona-Krise gespürt, dass die Endkunden neue Prioritäten / Wünsche bei der Auftragsvergabe und -durchführung haben?
3. Hat sich Ihr Betrieb in der Corona-Krise für das soziale Umfeld über das normale Maß hinaus bei der Bewältigung der Herausforderungen engagiert?

### Kernkompetenzen

1. Haben Sie während der Corona-Krise gespürt, dass die Endkunden neue Prioritäten / Wünsche bei der Auftragsvergabe und -durchführung haben?
2. Hat die Corona-Krise die Leistung eines SHK-Handwerkers für seinen Endkunden irgendwie verändert?
3. Was ist Ihrer Meinung nach die wichtigste Fähigkeit eines SHK-Betriebes in der Corona-Krise?

4. Ist während der Corona-Krise eine Eigenschaft der Fachschiene als deutlicher Vorteil gegenüber dem Internet hervorgetreten?
5. Gab es eine Leistung des Großhandels während der Corona-Krise, die sie als unverzichtbar bezeichnen würden?

## VII. Fragenkatalog Unternehmensstrategie

### Positionierungsstrategie

1. Hat die Corona-Krise dazu geführt, dass Sie geplante betriebliche Projekte verschoben oder abgesagt haben?
2. Hat die Corona-Krise dazu geführt, dass Sie sich auf eine bestimmte Zielgruppe spezialisiert haben?
3. Hat die Corona-Krise dazu geführt, dass Sie sich auf eine bestimmte Marktnische spezialisiert haben?
4. Hat die Corona-Krise dazu geführt, dass Sie sich auf einem Spezialfeld zum lokalen Marktführer entwickelt haben?
5. Was sind im Moment die Stärken des Handwerks ggü. den internetbasierten Wettbewerbern?
6. Was ist im Moment das erfolgversprechendste Geschäftsfeld im SHK-Handwerk?
7. Was ist im Moment die lukrativste Kundengruppe im SHK-Handwerk?
8. Was quält die Endkunden im Moment bei SHK-Aufträgen am meisten?
9. In welcher Eigenschaft ist das Handwerk im Vergleich zum Internet unschlagbar?
10. Welcher Hersteller hat während der Corona-Krise die cleverste Innovation gezeigt?
11. Hat die Corona-Krise dazu geführt, dass Sie neue Kooperationen eingegangen sind?

### Marktstrategie

1. Haben Sie wegen der Corona-Krise Ihre Verkaufs-Maßnahmen intensiviert?
2. Haben Sie wegen der Corona-Krise Aufträge angenommen, die Sie sonst nicht angenommen hätten?
3. Haben Sie wegen der Corona-Krise neue Produkte oder Services in Ihr Leistungsspektrum aufgenommen, die Sie sonst nicht aufgenommen hätten?
4. Haben Sie wegen der Corona-Krise was völlig Verrücktes getan, was Sie sonst nie gemacht hätten?

### Geschäftsmodell

1. Haben Sie wegen der Corona-Krise Kontakt zu neuen Geschäftspartnern (Lieferanten, Kooperationen, etc.) aufgenommen?
2. Haben Sie wegen der Corona-Krise spezielle unternehmerische Aktivitäten ergriffen, die sie sonst unterlassen hätten?
3. Hat sich wegen der Corona-Krise die grundsätzliche Erwartungshaltung der Endkunden an einen SHK-Handwerker verändert?
4. Haben Sie wegen der Corona-Krise auf die Anschaffung von speziellen Werkzeugen und Maschinen verzichtet bzw. abgesagt oder aufgeschoben?
5. Haben sich in der Corona-Krise ihre Betriebskosten verringert oder erhöht?
6. Haben Sie wegen der Corona-Krise spezielle Maßnahmen zur Stammkundenbetreuung durchgeführt?
7. Haben Sie bei Ihren Kunden Veränderungen festgestellt, die eindeutig Effekte der Corona-Krise sind?
8. Haben Sie wegen der Corona-Krise verstärkt digitales Marketing betrieben?
9. Hat die Corona-Krise die generellen Profitchancen des SHK-Handwerks beeinträchtigt?

## VIII. Fragenkatalog Betriebsführung

### Profitabilität

1. Haben Sie während der Corona-Krise spürbar mehr Aufwand bei der Abwicklung der Aufträge gehabt?
2. Konnten Sie den Aufwand auf Ihre Kunden abwälzen?
3. Hat der Großhandel während der Corona-Krise die Preise verändert?
4. Haben die Hersteller, bei denen sie direkt kaufen, während der Corona-Krise die Preise verändert?
5. Sind während der Corona-Krise Ihre Einkaufspreise tendenziell eher gesunken oder gestiegen?
6. Sind während der Corona-Krise Ihre betrieblichen Aufwände tendenziell eher gesunken oder gestiegen?
7. Sind während der Corona-Krise Ihre Verkaufspreise tendenziell eher gesunken oder gestiegen?

#### Informationsverhalten

1. Haben Sie das Gefühl, dass Sie wegen der Corona-Krise Produktneuigkeiten verpasst haben?
2. Hat die Corona-Krise Ihre grundsätzliche Bereitschaft Branchen- und Hausmessen zu besuchen, verändert?
3. Werden Sie zur ISH nach Frankfurt gehen?
4. Werden Sie die ISH-Nachlese-Messen des Großhandels besuchen?
5. Haben Sie in diesem Jahr überhaupt schon die Chance gehabt sich über neue Produkte zu informieren und diese auszuprobieren?
6. Viele SHK-Hersteller bieten nach dem Ausfall der Messe in Essen, Nürnberg und Hamburg virtuelle Messen an. Nehmen Sie diese in Anspruch?
7. Nutzen im Corona-Umfeld vermehrt das Angebot von Herstellern und Händlern an Web-basierte Seminaren teilzunehmen?
8. Nutzen im Corona-Umfeld vermehrt das Angebot von Herstellern und Händlern an Video-Telefonaten teilzunehmen?
9. Nutzen im Corona-Umfeld vermehrt das Beratungsangebot der Innungen und Fachverbände?

#### Informationskanäle

1. Gab es während der Corona-Krise einen SHK-Hersteller, der ein besonderes pfiffiges Kommunikations- und Betreuungskonzept hatte?
2. Welche der sechs folgenden Informationskanäle ist im Moment, während der Corona-Krise, der effizienteste für Sie?
3. Was spricht für diesen Informationskanal?
4. Welcher der sechs Informationskanäle ist für Sie eher kein oder überhaupt kein Thema?
5. Was spricht gegen diesen Informationskanal?
6. Gilt die Reihenfolge auch für "normale Zeiten"? Wenn nein, welcher Kanal ist zu normalen Zeiten der effizienteste?
7. Was ist in normalen Zeiten anders?

#### Kommunikationskanäle

1. Haben Sie während der Corona-Krise spürbar mehr Brief-Post erhalten?
2. Haben Sie während der Corona-Krise spürbar mehr elektronische Post erhalten?

3. Haben Sie während der Corona-Krise spürbar mehr Telefonanrufe erhalten?
4. Haben Sie während der Corona-Krise spürbar mehr Sonderangebote erhalten?
5. Haben Sie während der Corona-Krise spürbar mehr Video-Konferenzen abgehalten?
6. Hatten Sie während der Corona-Krise spürbar mehr Informationsaustausch mit Ihren Lieferanten über soziale Netzwerke wie Facebook, etc.?
7. Hatten Sie während der Corona-Krise spürbar mehr Informationsaustausch mit Ihren Kunden über soziale Netzwerke wie Facebook, etc.?
8. Hatten Sie während der Corona-Krise spürbar mehr Traffic auf und über Ihre Homepage?

#### Beschaffung

1. Gab es während der Corona-Krise einen SHK-Großhändler, der ein besonderes pfiffiges Logistikkonzept hatte?
2. Wie verteilt sich Ihr Beschaffungsvolumen auf folgende Lieferquellen?
3. Hat sich in der Corona-Krise diese Verteilung verändert?
4. Wie verteilen sich Ihre Beschaffung auf folgenden Lieferwege?
5. Haben sich in der Corona-Krise Ihre Belieferungswege verändert?
6. Wie verteilen sich Ihre Beschaffungsvorgänge auf folgenden Bestellwege?
7. Haben sich in der Corona-Krise Ihre Bestellkanäle verändert?
8. Mussten Sie während der Corona-Krise wegen Lieferproblemen bei Produkten oder Marken auf andere ausweichen, weil Ihre bevorzugte Marke Lieferprobleme hatte?
9. Haben Sie während der Corona-Krise Ihren Beschaffungsanteil Handelsmarke erhöht, weil diese besser lieferbar war?

#### Auftragsgewinnung

1. Wie verteilt sich Ihr Auftragszustrom prozentual auf folgende fünf Quellen?
2. Hat sich diese prozentuale Verteilung durch die Corona-Krise verändert?
3. Unterscheiden sich die Auftragsquellen in der Wahrscheinlichkeit bzw. in der Qualität, dass eine Anfrage auch tatsächlich ein Auftrag wird?
4. Hat die Herkunft eines Auftrages aus einer bestimmten Auftragsquelle einen Effekt auf die spätere Auftragsprofitabilität?



#### Angebotsschreibung

1. Welche Bedeutung haben für Sie in der aktuellen Situation die niedrigen Vergleichspreise für SHK-Produkte im Internet für Ihr tägliches Geschäft?
2. Hat sich Ihre Angebotskalkulation wegen der Corona-Krise verändert?
3. War die Anpassung der Angebotskalkulation erfolgreich?
4. Stellen Sie nach der Krise wieder um auf ihre ursprüngliche Kalkulation?
5. Haben Sie in der Corona-Krise mehr oder weniger Angebote als sonst geschrieben?
6. War die Erfolgsquote Ihrer Angebote in der Corona-Krise besser oder schlechter als sonst?

#### Auftragsplanung

1. Wie stark hat die Corona-Krise Ihre Prozesse bei der Auftragsplanung verändert?
2. Werden Sie die Änderungen nach der Krise beibehalten?
3. Welche Auftragsart war/ist in der Corona-Krise am störungsanfälligsten?
4. Welcher Art war die Störung?
5. Haben Sie in der Corona-Krise Hamsterkäufe vorgenommen?
6. Nutzen Sie digitale Auftragsplanungsinstrumente?

#### Auftragsdurchführung

1. Wie stark hat die Corona-Krise Ihre Abläufe auf der Baustelle verändert?
2. Werden Sie die Änderungen nach der Krise beibehalten?
3. In welchen Bereichen der Auftragsdurchführung treten aktuell die meisten Störungen auf?
4. Welche Störungen sind Auswirkungen der Corona-Krise und welche sind "branchentypisch"?
5. Haben sich die Durchlaufzeiten der Aufträge in der Corona-Krise verlängert oder verkürzt?

#### After Sales

1. Wie stark hat Sie die Corona-Angst der Kunden an der Ausführung von Wartungsarbeiten gehindert?
2. Werden die Hindernisse nach der Krise verschwinden?
3. In welchen Bereichen der Kundenbetreuung treten aktuell die meisten Störungen auf?
4. Sind die Störungen Auswirkungen der Corona-Krise oder eher branchentypisch?

#### Finanzen

1. Hat die Corona-Krise das Zahlungsverhalten Ihrer Kunden verändert?
2. Hat die Corona-Krise die Zahlungserwartungen Ihrer Großhändler verändert?
3. Hat die Corona-Krise das Verhalten der Banken ggü. SHK-Handwerkern verändert?
4. Sind Ihre Mitarbeiter wegen der Corona-Krise unter finanziellen Druck geraten?

#### Personal

1. Hat die Corona-Krise die Personalprobleme in der Branche tendenziell verschärft, oder gemildert?
2. Haben Sie wegen der Corona-Krise Ihre strategische Personalplanung verändert, zum Beispiel weniger Lehrstellen angeboten?
3. Haben Sie in der Corona-Krise mehr oder weniger Bewerbungen bekommen?
4. Waren Ihre Leute wegen der Corona-Krise in Panik wegen der Arbeitsplatzsicherheit, oder ging es unaufgeregt weiter?
5. Haben Sie wegen der Corona-Krise die Kurzarbeitsregelung in Anspruch genommen?

#### Prozesse

1. Haben Sie in der Corona-Krise Ihre Zusammenarbeit mit dem Großhandel auf ausgewählte Häuser konzentriert?
2. Haben Sie wegen der Corona-Krise die Zusammensetzung Ihrer Kolonnen verändert?
3. Haben Sie wegen der Corona-Krise die betrieblichen Arbeitszeiten verändert?
4. Haben Sie wegen der Corona-Krise betriebliche Prozesse so umgestellt, dass sie auch nach der Krise bestehen bleiben?

## IX. Fragenkatalog Prozesskette Bad

#### Barrierefreie Bäder

1. Wie viel Prozent Ihrer Badum- und Neubauten erhalten im Rahmen des KfW-Programmes 455-B einen Zuschuss für die barrierefreie Gestaltung?
2. Wie viel Prozent Ihrer barrierefreien Badbauten entsprechen dem Förderniveau "Standard Altersgerechtes Haus"?
3. Wer gibt den Hinweis auf die Fördermöglichkeit beim Badumbau?
4. Wer macht die Förderanträge fertig?

5. Wer besorgt den Sachverständigen, wenn der "Standard Altersgerechtes Haus" ausgeführt werden soll?
6. Setzen Sie die Fördermittelberatung im barrierefreien Badbau systematisch als Verkaufshilfe ein?
7. Sind Sie ein vom ZVSHK oder von der GGT zertifizierter Fachbetrieb für barrierefreie bzw. Senioren- und behindertengerechte Installation?

#### Badplanung

1. Haben Sie auf Ihrer Homepage ein "Badrechner", mit dem sich ein Interessent über die Preise eines neuen Bades informieren kann? Wenn JA, wer stellt Ihnen das Tool zur Verfügung?
2. Nutzen Sie den Badplanungsservice des Großhandels in seiner Ausstellung? Wenn JA, müssen Sie dafür zahlen?
3. Nutzen Sie den Badplanungsservice des Großhandels zuhause beim Endkunden?
4. Nutzen Sie eine Badplanungs-3D-Software? Wenn JA, haben Sie eine eigene Lizenz oder nutzen Sie die Lizenz eines Großhandels?
5. Sind Sie zertifizierter Premium-Partner einer Großhandelsausstellung? Wenn JA, bei welchem Händler?
6. Lassen Sie sich bei Endkundenveranstaltungen für den Badverkauf vom Großhandel konzeptionell und technisch unterstützen? Wenn JA, von welchem Händler?
7. Sind die Mitglieder in einer ERFA-Gruppe des Handwerks? Wenn JA, wer koordiniert diese?

## X. Fragenkatalog Prozessintegration mit dem Großhandel

#### Planungshilfe

1. Nutzen Sie eine oder mehrere Verkaufsunterlagen und/oder Checklisten des Großhandels bei der Bad-Beratung der Endkunden?
2. Nutzen Sie eine oder mehrere Werbemittel des Großhandels bei der Bad-Beratung der Endkunden?
3. Nutzen Sie das Seminarangebot des Großhandels um bei der Bad-Beratung besser zu werden?

4. Nutzen Sie den Planungsservice des Großhandels bei der Auslegung von Heizungsanlagen?
5. Nutzen Sie den Planungsservice des Großhandels bei der Auslegung von Trinkwasser-Rohrnetzen?
6. Nutzen Sie den Planungsservice des Großhandels bei der Auslegung von Abwasser-Rohrnetzen?
7. Nutzen Sie den Planungsservice des Großhandels bei der Auslegung von Klima- und Lüftungsanlagen?

#### Marketinghilfe

1. Nutzen Sie einen Service / eine Unterstützungsleistung des Großhandels bei der Erstellung einer eigenen Firmenhomepage?
2. Nutzen Sie einen Service / eine Unterstützungsleistung des Großhandels zur Optimierung der lokalen Findbarkeit Ihrer Homepage?
3. Nutzen Sie einen Service / eine Unterstützungsleistung des Großhandels bei der Erstellung einer eigenen Facebookseite?
4. Nutzen Sie einen Service / eine Unterstützungsleistung des Großhandels bei der Erstellung einer eigenen Instagramseite?
5. Nutzen Sie einen Service / eine Unterstützungsleistung des Großhandels bei der Erstellung einer eigenen Pinterestseite?
6. Nutzen Sie einen Service / eine Unterstützungsleistung des Großhandels zur Optimierung der Google-Findbarkeit Ihrer Homepage?
7. Nutzen Sie einen Service / eine Unterstützungsleistung des Großhandels bei der werblichen Gestaltung Ihrer Firmenfahrzeuge?

#### Werbehilfe

1. Nutzen Sie einen Service des Großhandels bei der Gewinnung von Azubis?
2. Nutzen Sie einen Service des Großhandels zur Gestaltung von Endkundenveranstaltungen?
3. Nutzen Sie einen Service des Großhandels bei der Erstellung von Rechnungsbeilagen und Flyern?
4. Nutzen Sie einen Service des Großhandels bei der Erstellung von Inseratvorlagen?

5. Nutzen Sie einen Service des Großhandels bei der Erstellung von Badberatungsgutscheinen?
6. Nutzen Sie einen Service des Großhandels bei der Erstellung von Gutscheinen für einen Heizungscheck?
7. Nutzen Sie einen Service des Großhandels bei der Teilnahme an einer regionalen Verbrauchermesse?

#### Fortbildungshilfe

1. Nutzen Sie das Seminarangebot des Großhandels aus dem Themenbereich Handwerkermarketing?
2. Nutzen Sie das Seminarangebot des Großhandels aus dem Themenbereich begleitende Azubi-Ausbildung?
3. Nutzen Sie das Seminarangebot des Großhandels aus dem Themenbereich Monteur als Visitenkarte des Unternehmens?
4. Nutzen Sie das Seminarangebot des Großhandels aus dem Themenbereich Führungsverhalten?
5. Nutzen Sie das Seminarangebot des Großhandels aus dem Themenbereich Vertragsrecht / VOB?
6. Nutzen Sie das Seminarangebot des Großhandels aus dem Themenbereich Reklamationsverhalten?
7. Nutzen Sie das Seminarangebot des Großhandels aus dem Themenbereich Unternehmensnachfolge?

#### Zertifizierungshilfe

1. Nutzen Sie das Seminarangebot des Großhandels um ein Zertifikat / einen Sachkundenachweis im Bereich Trinkwasserhygiene nach VDI 6023 zu erlangen?
2. Nutzen Sie das Seminarangebot des Großhandels um ein Zertifikat / einen Sachkundenachweis im Bereich Öl-Fachbetrieb nach § 62 Wasserhaushaltsgesetz zu erlangen?
3. Nutzen Sie das Seminarangebot des Großhandels um ein Zertifikat / einen Sachkundenachweis im Bereich Klimaschein nach Chemikalien-Schutz-Verordnung zu erlangen?

4. Nutzen Sie das Seminarangebot des Großhandels um ein Zertifikat / einen Sachkundenachweis im Bereich Lüftungshygiene nach VDI 6022 zu erlangen?
5. Nutzen Sie das Seminarangebot des Großhandels um ein Zertifikat / einen Sachkundenachweis im Bereich Sicherheitsbeauftragter zu erlangen?
6. Nutzen Sie das Seminarangebot des Großhandels um ein Zertifikat / einen Sachkundenachweis im Bereich Gefährdungsbeurteilung zu erlangen?
7. Nutzen Sie das Seminarangebot des Großhandels um ein Zertifikat / einen Sachkundenachweis im Bereich Brandschutzhelfer zu erlangen?

#### Logistikhilfe

1. Nutzen Sie in der Logistik zwischen Ihnen und dem Großhandel dessen Barcode-Service für eine erleichterte Bestellverwaltung?
2. Nutzen Sie in der Logistik zwischen Ihnen und dem Großhandel dessen Service der Lieferung über Nacht in ihre Servicefahrzeuge?
3. Gibt es Fälle, in denen Sie Mindermengenzuschläge bei Bestellungen im Großhandel zahlen müssen?
4. Gibt es Fälle, in denen Sie Kostenzuschläge für Streckenlieferungen bei Bestellungen im Großhandel zahlen müssen?
5. Nutzen Sie in der Logistik zwischen Ihnen und dem Großhandel dessen Service der Krananlieferung auf die Baustelle?
6. Nutzen Sie in der Logistik zwischen Ihnen und dem Großhandel dessen Service eines Materialcontainers für die Baustelle?
7. Nutzen Sie in der Logistik zwischen Ihnen und dem Großhandel dessen Service eines Bürocontainers für die Baustelle?

#### Abhol-Lager

1. Nutzen Sie die Abhollager des Großhandels?
2. Wenn „ja“, wie oft durchschnittlich pro Woche?
3. Was kostet Sie so ein Abhollagerbesuch durchschnittlich an Zeit (Anfahrt, Warenbeschaffung, Rückfahrt)?
4. Wie viel % des Zeitaufwandes für eine Materialbeschaffung im Abhollager können Sie ihren Kunden weiterberechnen?

5. Stimmt es, dass Abhollager Personalbörsen sind und dort Monteure abgeworben werden?

#### Controlling

1. Nutzen Sie den Statistik- und Controlling-Service Ihrer Großhändler und lassen sich regelmäßig Auswertungen liefern?
2. Nutzen Sie den Datenservice des Großhandels und lassen sich regelmäßig Montagezeiten und andere Kalkulationshilfen liefern.

## XI. Fragenkatalog Prozessintegration mit dem Hersteller (WP)

#### Auftragsgewinnung

1. Stellt Ihnen der Wärmepumpen-Hersteller Kundenanfragen/-adressen zur Verfügung?
2. Macht der Wärmepumpen-Hersteller die Kundenberatung / den Kundenbesuch für Sie?

#### Angebotsschreibung

1. Macht der Wärmepumpen-Hersteller die Anlagendimensionierung für Sie?
2. Macht der Wärmepumpen-Hersteller den Massenauszug / die Teileliste für Sie fertig?
3. Macht der Wärmepumpen-Hersteller die Fördermittelberatung für Sie?
4. Macht der Wärmepumpen-Hersteller die Angebotskalkulation/-erstellung für Sie?
5. Macht der Wärmepumpen-Hersteller die Angebotsverfolgung für Sie?
6. Macht der Wärmepumpen-Hersteller die Vertragsverhandlung mit dem Endkunden für Sie?
7. Macht der Wärmepumpen-Hersteller für Sie die Recherche, warum der Endkunden Ihnen eventuell nicht den Auftrag gegeben hat?

#### Auftragsadministration

1. Macht der Wärmepumpen-Hersteller für Sie die Fördermittelbeantragung?
2. Macht der Wärmepumpen-Hersteller für Sie den sonstigen Papierkram mit den Behörden?
3. Macht der Wärmepumpen-Hersteller für Sie den Projektplan / die Baustellenplanung?

#### Auftragsplanung

1. Macht der Wärmepumpen-Hersteller für Sie die Montageplanung, sagt, was wo hinkommt?
2. Bestimmt der Wärmepumpen-Hersteller für Sie der Termin des Projektstarts?

3. Montiert der Wärmepumpen-Hersteller für Sie mit und/oder leitet die Monteure an?
4. Macht der Wärmepumpen-Hersteller für Sie die Projektleitung / Montageleitung?

#### Auftragsdurchführung

1. Macht der Wärmepumpen-Hersteller für Sie den Stromanschluss?
2. Macht der Wärmepumpen-Hersteller für Sie den Internetanschluss der Wärmepumpe?
3. Macht der Wärmepumpen-Hersteller für Sie Die Programmierung der Wärmepumpen-Regelung?
4. Macht der Wärmepumpen-Hersteller für Sie die interne Abnahme vor der Übergabe an den Kunden?
5. Macht der Wärmepumpen-Hersteller für Sie die Inbetriebnahme der Wärmepumpe?

#### After-Sales

1. Macht der Wärmepumpen-Hersteller für Sie die zu übergebenden Dokumente fertig?
2. Macht der Wärmepumpen-Hersteller für Sie die Kundeneinweisung?
3. Schlägt der Wärmepumpen-Hersteller für Sie anlässlich der Übergabe dem Endkunden einen Wartungsvertrag vor?
4. Kümmert sich der Wärmepumpen-Hersteller für Sie um die Akquise des Wartungsvertrages?
5. Macht der Wärmepumpen-Hersteller für Sie die Wartung der Wärmepumpe?
6. Macht der Wärmepumpen-Hersteller für Sie Kunden-Mailings / kümmert sich für Sie um die Kundenbeziehung?