



Energiegemeinschaft für die Region Düsseldorf e.V. – rund 150 Mitglieder, die sich Gewerke übergreifend austauschen

„Drehen Sie den Spieß um“

Energiegemeinschaft für die Region Düsseldorf e.V. – Muster eines Nutzen stiftenden Meeting Points

Was machen die neuen Energiegemeinschaften in unserer Branche anders? Innungen, Verbände, Versorger, Handel und Industrie bieten zahlreiche Veranstaltungen an. Nur steht dort thematisch das Eigeninteresse, in dieser oder jener Verpackung, im Vordergrund. Die realen Anliegen der Betriebe, neutral aufbereitet, kommen vielfach zu kurz. Vernetzung wird klein geschrieben. Man definiert Schnittstellen: Bis hier hin und nicht weiter. Genau dort setzen die neuen Vereine den Hebel an: Sie vernetzen grenzüberschreitend die unterschiedlichsten Akteure und erhöhen so Kompetenz und Qualität. Das Ganze wird aus einem Gemeinschaftstopf bezahlt. Beispiel Energiegemeinschaft Region Düsseldorf.

Die Branche spricht nicht immer mit einer Zunge: SHK-Handwerk gegen Schornsteinfeger, Großhändler und Industrie mit starkem Eigeninteresse, Versorger, die Umweltschutz predigen, aber

mehr Strom verkaufen wollen, Betriebe, die sich auf Innungsver-sammlungen eher aus dem Weg gehen als sich auszutauschen – der eine ist des anderen Wettbewerber. Statt Partner. Doch alle

wollen eins: erfolgreich den Kunden ansprechen. Das muss zwangsläufig unter den Disharmonien und Kompetenzdefiziten leiden.

Gemeinschaftlicher Topf

Aktuell schwächt noch etwas das Miteinander und damit letztlich das Heizungsgeschäft. Das ist das Thema Compliance. Compliance heißt übersetzt Regeltreue oder korrektes Verhalten. Damit ist eine untadlige Unternehmenskultur gemeint, die sich nicht, wie nicht selten in der Vergangenheit, das Wohlwollen der Betriebe durch Freigebigkeiten unterschiedlichster Form außerhalb der Rabattierung

sichert. Jüngere europäische und deutsche Verhaltensnormen sowie Steuerbescheide der Finanzämter für verdeckte geldwerte Leistungen stellen die Unternehmen wieder auf das Gleis Commercial Correctness. Industrie- und Versorgungsunternehmen in der Haustechnik müssen ihr gesellschaftliches Engagement, vor allem das mehr gesellige Engagement, erheblich zurückfahren.

Damit gehen aber auch zentrale Meeting Points verloren, an denen sich die unterschiedlichen Interessensgruppen des Bereichs Technische Gebäudeausrüstung bisher trafen und kommunizierten. Vor allem die GVUs und EVUs spielten hier eine wichtige Vermittlerrolle, selbst wenn der Fokus auf ihrem jeweiligen Energieträger lag. Mit der jüngst auch ihnen verordneten Compliance, als Einzelsponsoren, droht ein Verlust an neutraler Fortbildung, Know-how-Transfer, Gemeinsamkeit – und damit ein Verlust an Stärke und Qualität. Die neue Ethik als Hemmschuh der Qualität? Das darf nicht sein, sagten Protagonisten aller Gewerke der Branche, dann organisieren wir doch unsere Interessen selbst. Also setzen sich derzeit landauf, landab die verschiedenen Akteure der Haus- und Energietechnik an einen Tisch und gründen Partnerschaften des Typs „Energiegemeinschaft für die Region Düsseldorf e.V.“. Der etwa gehören mehrere Großhändler an, mehrere Industrieunternehmen aus der Sanitär- und Heizungsbranche, mehrere Versorger und natürlich zahlreiche Handwerksbetriebe und Planer, sodass diese sichtbare Heterogenität jeden eventuellen Argwohn eines behördlichen Amtes sofort zerstreut.

Für Qualität und Kompetenz

So heißt es denn auch in der Präambel: „Die Energiegemeinschaft für die Region Düsseldorf e.V. fördert die partnerschaftliche Zusammenarbeit von Fachhandwerkern



Professor Dr. Klemens Skibicki: „Verstehen oder untergehen“

der Gebäude- und Energietechnik, in enger und kooperativer Zusammenarbeit mit den Herstellern aus der Industrie, dem Großhandel der Branche, der Energieversorgungswirtschaft in der Region und dem Schornsteinfegerhandwerk. Es werden Erfahrungen ausgetauscht und vielfältige Impulse zur gemeinsamen Marktbearbeitung gesetzt. Ein wesentlicher Schwerpunkt in der Tätigkeit ist die Weiterbildung und Qualifizierung der Partnerbetriebe. Ziel ist es hierbei, die schon sehr hohe Arbeitsqualität langfristig zu sichern und erfolgreich weiter auszubauen. Durch dieses Engagement soll sichergestellt werden, dass

der Endkunde in seinen Ansprüchen völlig zufrieden gestellt wird.“

Heißt: Die Kundenzufriedenheit steht im Mittelpunkt, nicht der Umsatz des einzelnen Mitglieds der Energiegemeinschaft. Beziehungsweise der natürlich auch, „aber nicht als Folge der Lobpreisung angebotener Technik, sondern als Ergebnis von Qualität und Kompetenz“, beschreibt Vorsitzender Hans-Werner Eschrich die Zielsetzung seiner Energiegemeinschaft. Die dürfte mittlerweile an die 150 Mitglieder herankommen. 2015 hat sie sich konstituiert, 2016 den Status eines eingetragenen Vereins erworben, die Beitragszahler vernetzt, mehrere neutrale Seminare und Veranstaltungen organisiert und natürlich die Informationswünsche der Betriebe abgefragt. Im vergangenen Jahr etwa deckte die Energieagentur Nordrhein-Westfalen den Informationsbedarf zu der Frage, wie man den Strom aus einer Photovoltaik-Anlage effizient nutzt. Schiebt man ihn in einen Warmwasserpuffer, schiebt man ihn in eine Batterie, schiebt man ihn in eine

ner Energiegemeinschaft. Die dürfte mittlerweile an die 150 Mitglieder herankommen. 2015 hat sie sich konstituiert, 2016 den Status eines eingetragenen Vereins erworben, die Beitragszahler vernetzt, mehrere neutrale Seminare und Veranstaltungen organisiert und natürlich die Informationswünsche der Betriebe abgefragt. Im vergangenen Jahr etwa deckte die Energieagentur Nordrhein-Westfalen den Informationsbedarf zu der Frage, wie man den Strom aus einer Photovoltaik-Anlage effizient nutzt. Schiebt man ihn in einen Warmwasserpuffer, schiebt man ihn in eine

Petersplatz in Rom 2005 und 2013. Die Welt ist digital geworden



Wärmepumpe, schiebt man ihn ins öffentliche Netz? Mit Energieagentur NRW als Referent ist bereits gesagt, dass die Analyse nicht auf den Interessen eines Versorgers oder Wärmepumpenherstellers basiert. Andere Seminare befassen sich mit dem Thema Brandschutz oder auch mit dem Thema Bankgeschäft: Wie verhandle ich mit Sparkasse/Kreditinstitut auf Augenhöhe?

Den Appell richtete Dr. Klemens Skibicki an die Hörer. Er ist Professor für Wirtschaft, Marketing und Marktforschung an der Fachhochschule Cologne Business School in Köln und sowohl wissenschaftlicher Forscher im Bereich Online-Marketing als auch erfolgreicher Praktiker. Die von ihm 2012 mitbegründete Unternehmensberatung Convidera wuchs auf mittlerweile 70 Mitar-

deutschen Industrie, der Chef von Daimler, hat vor Jahren gesagt, wir werden jetzt mehr Internet ins Auto bringen. Internet und Auto ist in Ordnung. Das ‚wir‘ ist falsch: Das Internet sackt das Auto ein, nicht das Auto das Internet.“ In verschiedener Hinsicht: kommunizieren via Netz aus dem Pkw heraus sowieso, aber das Internet steuert demnächst auch das Auto. Zeitunglesen am



Späßiger Ernst: nicht zukunftsfähig

Nicht Wettbewerber

„Wir ergänzen das Angebot der Innungen. Wir sind keine parallele Organisation. Nur ist deren Aufgabenbereich enger definiert, berufsspezifischer. Doch sind sie bei uns Mitglied. Wir dagegen verstehen uns als Netzwerk“, klärt Eschrich über die Strukturen auf. Wenn sein Verein den Flyer-Worten „Erhöhen Sie die Schlagkraft Ihres Betriebs durch die Vorteile der Energiegemeinschaft“ Taten wie eine Einladung zu einem beinahe zweistündigen Appell „Ignorieren Sie die Digitalisierung nicht“ folgen lässt, überfüllt sich der Hörsaal. Geschehen Mitte Januar. Versammlungsort der Rittersaal im Kult-Brauereiausshank „Uerige“ in der Düsseldorfer Altstadt.

beiter an. Sie begleitet Handwerker, Dienstleister und industrielle Mittelständler auf dem Weg der digitalen Transformation der gesamten Wertschöpfungskette: „Wir schärfen Ihre Wahrnehmung und statuen Sie mit maßgeschneiderten Werkzeugen, Strategien und Instrumenten für den Weg in die digitale Welt aus“, so im Hausprospekt die Darstellung der Dienstleistung.

Zeitungenlesen am Lenkrad

Der Online-Experte im „Uerige“: „Die Schwierigkeit besteht darin, die Unabdingbarkeit der digitalen Transformation den Köpfen begreiflich zu machen, begreiflich zu machen, was da eigentlich passiert. Einer der Führungskräfte der

Lenkrad. „Schauen Sie doch, was Google macht“. Die digitale Welt kennt des Weiteren keine Informationshierarchien mehr. Anbieter und Nachfrager finden sich. „In Ihrer Branche gab es ein oben und unten. Ein Unternehmen stellt etwas her. Erklärte es dem Großhändler. Der Großhändler dem Installateur, und der seinem Endkunden. Diese ‚Stille Post‘ war und ist – und das ist nun mal ‚Stille Post‘-immanent – mit Informationsverlusten verbunden. Heute sind wir alle vernetzt. Ohne jede Schleife direkt miteinander. Der vielen Konsequenzen aus dieser Tatsache sind wir uns gar nicht so richtig bewusst.“ Im Klartext: Der Kunde sucht nicht Rat beim Installateur. Der Installateur ist nur noch Erfüllungsgehilfe bei

der Umsetzung der Entscheidung seines Kunden. Es sei denn, er, der Fachhandwerker überzeugt den Kunden mit einem spürbar kompetenteren Wissen, als die Webseiten vieler Plattformen ausstrahlen.

Weltweite Nachbarn

„Für diese Überzeugungsarbeit ist er aber nicht, wie in der Vergangenheit, zuständig. Er selbst kann nicht mehr für sich und für eine bestimmte Technik sprechen. Das macht das Internet, das macht das Facebook, das machen andere sozialen Dienste im Netz. Die beste Empfehlung, der beste Filter, ist doch nach wie vor die Erfahrung des Nachbarn. Der Nachbar nicht in der Straße, sondern der weltweite Nachbar. Menschen mit Smartphone und Social Media haben Zugriff auf ihre weltweiten Nachbarn. Die sagen Ihren Kunden, dem Kunden Ihres Handwerksbetriebs, was funktioniert

und was nicht funktioniert.“ Soll sagen, das Internet hat zwei Seiten, eine passive und aktive. „Passiv heißt, ich kann es ignorieren, bin aber trotzdem im Netz. Das kann ich nicht verhindern, ich bin transparent. Das muss in Ihre Köpfe hinein“, pocht Klemens Skibicki mit der Faust auf den Tisch. „Ich muss also erstens gut sein. Und ich muss zweitens im Netz vertreten sein. Sonst werde ich ignoriert“. Die Digitalisierung als technische Revolution führt über das Unterkapitel „Internet der Dinge“ im TGA-Sektor bekanntlich zu weit reichenden Veränderungen der Arbeitsprozesse. Sämtliche Bauteile haben zukünftig eine eindeutige per Computer ansprechbare Adresse. Sie können miteinander selbständig kommunizieren. „Da wird sich in Ihrer Branche sehr viel wandeln. Denken Sie an die Fernwartung und andere Dinge. Die Bauteile können sich zukünftig selbst kontrollieren und optimieren.“ So

gesehen ist das ja nicht mal was Neues. Schon in der Vergangenheit sprach man von selbst lernender Regelungstechnik, von neuronalen Reglern. Die tasten sich an den Sollwert heran, indem sie sich mit Hilfe der Signale von ein oder zwei korrespondierenden Sensoren zum Beispiel an die Vorlauftemperatur für 22 °C Zimmertemperatur bei 0 °C Außentemperatur selbst herantasten – ohne auf eine Heizkurve zurückzugreifen. Nur mündet das Ganze in ein Chaos hinein, wenn tagsüber die Fenster offen stehen und sich damit sozusagen die bauphysikalischen Eigenschaften des Objekts regelmäßig verändern.

Nüchtern im „Uerige“

Das „Internet der Dinge“ dagegen gestattet es, unendlich viele Größen mit in die Regelungstechnik einzubeziehen, ohne eine teure zentrale Leittechnik installieren zu müssen. Der Sensor am Fenster sagt



Die Zusammensetzung des Vorstands spiegelt die Breite des Netzwerks wider. Von links: Mark Oellerich (Handelspart Armaturen GmbH, Großhandel), Peter Daub (Enni-Gruppe, Versorger), Carl Hollweg (GC-Gruppe), Stefan Schultz (Schultz und Tisch, SHK-Innung), Sebastian Fuchs (SanitärFuchs, SHK-Innung), Hans-Werner Eschrich (kniend, Eschrich, SHK-Innung), Alexander Ditgen (Paul Jakobs, SHK-Innung), Bernd Daniels (verdeckt, Energieberatung), Stephan Luckey (Vaillant), Ralf Drüge (Schornsteinfeger), Wolfgang Brall (HMT-Fiege, SHK-Innung)

Was bietet eine Energiegemeinschaft?

Auf ihrer Homepage hat die Energiegemeinschaft Region Düsseldorf ihre Leistungsmerkmale zusammengefasst (www.energiegemeinschaft-duesseldorf.de):

„Erhöhen Sie die Schlagkraft Ihres Betriebs durch die Mitgliedschaft:

- Sie erhalten aktuelle Informationen und umfassende Weiterbildungsangebote.
- Sie erhalten professionelle Marketingunterstützung.
- Sie profitieren aus der Zusammenarbeit mit der Innung für Sanitär- und Heizungstechnik, der Handwerkskammer und der Kreishandwerkerschaft sowie dem Erfahrungsaustausch mit anderen Marktteilnehmern.
- Sie erhalten Zugang zu neuen Geschäftsfeldern und Marktsegmenten sowie Vorsprung durch Know-how-Transfer und Kompetenzbündelung.
- Sie sichern sich Kompetenzgewinn und Bekanntheit durch gemeinsame Aktivitäten.“

Initiiert von der Innung Sanitär Heizung Klima Düsseldorf, lebt die Kooperation von zurzeit etwa 150 Klein- und mittelständischen Unternehmen aus dem Sanitär-, Heizungs- und Klimahandwerk, von Energieversorgern aus der Region, Herstellern von Produkten der Wärme- und Wassertechnik, dem Fachgroßhandel aus der Umgebung sowie der Schornsteinfegerinnung des Regierungsbezirks Düsseldorf. Tendenz steigend. „Unser Umfeld erkennt immer mehr den hohen Wert unseres Verbunds. Der Kreis wächst stetig. Wir kommen an. Sie spüren es ja selbst: Der Raum ist viel zu klein“, musste sich Hans-Werner Eschrich, Vorsitzender, auf der Mitgliederversammlung für die starke Resonanz quasi entschuldigen.

in diesem Fall dem Regler: „Nun schalte mal deinen Algorithmen-Durchlauf ab. Das wird im Moment nichts. Ich sage dir, wenn das Fenster wieder zu ist.“ Das „Internet der Dinge“ kann nicht reparieren, aber es kann sich einen Bypass überlegen, zum Beispiel am Puffer vorbei, sodass bei einem defekten Ventil die Heizung nicht auf „Störung“ und „Aus“ schaltet. Der Referent klar und nüchtern: „In der zukünftigen vernetzten Welt steht jeder Heizkörper, jeder Lichtschalter, jedes Auto in Verbindung mit jedem Kühlschranks, jeder Werkzeugmaschine. Alles und jedes hat eine IP-Adresse. Prozesse laufen nicht mehr hintereinander ab. Sie laufen parallel. Genau das heißt vernetzen. Und genau damit tun wir uns schwer, die Konsequenz daraus zu erkennen.“

„Wir sprachen die Fernwartung an. Denken Sie mal selbst darüber nach, welche Prozesse sich bei Ihnen verändern können beziehungsweise wie sie sich ins Internet auslagern lassen. Ein Beispiel: Der größte Anbieter von Taxifahrten weltweit ist Uber. Uber ist nichts weiter als eine Taxivermittlung. Praktisch die Eskalierung der früheren Mitfahrzentralen. Insofern auch nichts Neues. Nur wenn Sie früher von Düsseldorf nach München fahren wollten, lohnte es sich, fünf oder sechs Telefonate zu führen, einen Treffpunkt auszumachen, um dann preiswert nach München mitgenommen zu werden. Für eine Stadtfahrt lohnte sich der Zeitaufwand der Suche nicht. Jetzt kostet der Aufwand über die Uber-App nichts. Sie tippen ein und fünf Minuten später steht jemand vor der Tür.“

Das traurige Beispiel Nokia

Gut, in Deutschland scheitert das Ganze noch an rechtlichen und finanzrechtlichen Dingen, „aber es lässt sich nicht aufhalten. Ich würde keinem Investor empfehlen, in ein Taxiunternehmen mit eigenen

Taxis zu investieren. Stellen Sie sich mal die Wertschöpfungskette vor: Auto kaufen, zum Taxi umbauen, Fahrer einsetzen, Qualitätssicherung anbieten ... Und nun kommt Uber: Eigenes Taxi, nein. Eigener Fahrer, nein. Qualitätssicherung maximal über eine Bewertung im Internet, die dazu führt, dass zu null Kosten Qualitätssicherung, null Kosten für Uber, der Autobesitzer aus dem Pool fällt, wenn sein Auto schlecht bewertet wird. Und die nächsten, die es beuteln wird, werden die Hotels sein. Airbnb stellt statt Mitfahrgelegenheiten Schlafgelegenheiten zur Verfügung. Laut Prospekt in 190 Ländern und über 34 000 Städten.“ Tatsächlich sind die mittlerweile schon der größte Anbieter von Übernachtungen weltweit. Nur besitzt Airbnb kein einziges Hotel. „Uber und Airbnb sind gerade mal sechs oder sieben Jahre alt. Daran erkennen Sie Dynamik und Dramatik der digitalen Revolution. So, nun denken Sie mal darüber nach, wie Sie und wo Sie in Ihrem Bereich von solchen Entwicklungen überrollt werden können.“

Der promovierte Wirtschaftsgeschichtler mahnt mit dem Beispiel Nokia noch eindringlicher, die Möglichkeiten und Gefahren des Internets nicht zu unterschätzen. „Die waren vor zehn Jahren mit 57 Prozent Weltmarktanteil Weltmarktführer und sechs Jahre später pleite, weil sie glaubten, ein Mobiltelefon sei ein technisches Produkt, das nur mit Bedienungsanleitung funktioniert. So denken heute noch sehr viele Branchen. Vermutlich auch viele Betriebe und Unternehmen in Ihrer Heizungsbranche. Die stehen auf dem Standpunkt, bei uns geht das nicht. Das Ganze ist viel zu kompliziert. Wie gesagt, das hat Nokia auch gesagt.“ Damit stellte Klemens Skibicki unausgesprochen nichts anderes fest, als ‚Man wird Sie an vielen Stellen nicht mehr brauchen.‘ So drastisch drückte er sich nicht aus, aber man sah es den Gesichtern

im „Uerige“ an, dass sich die Hörer verschreckt diese Frage stellen: „Was wird aus mir?“ Klemens Skibicki beruhigte sie. „Drehen Sie doch einfach den Spieß um. Wenn das Internet jeden und jeden erreicht, erreichen Sie doch ebenfalls über das Internet jeden und jeden. Also präsentieren Sie sich.“

Ron Woydowski macht's vor

Wie, zum Beispiel? In Fortführung des gleichermaßen launigen wie eindrucksvollen Auftritts seines Vorredners übernahm Ron Woydowski das Wort, als er an die Theorie die Praxis anhängte. „Die Digitalisierung erfasst auch das Handwerk. Verstehen oder untergehen“, diese Mahnung von Klemens Skibicki hatte den Versorgungstechniker aus Bergisch-Gladbach unlängst sehr betroffen gemacht. „Wenn Kommunikation und Akquisition via Social Media die Zukunft gehören, dann

muss ich eben mit verschiedenen Internetauftritten meine Woydowski GmbH – Heiztechnik, Bäder, Sanitär – zukunftsfähig machen.“ Der Unternehmer beließ es nicht bei zwei oder drei Webseiten mit seinen Leistungen. Dann würde ihn ja erst der Kunde im Netz aufblättern, wenn er ihn braucht – und mit ihm zehn Wettbewerber. Er sann über eine Konzeption nach, die ihn völlig losgelöst von einem Auftragsgespräch zum anhaltenden Thema seiner Facebook-Fan-Gemeinde macht: indem er etwa mit einem batteriebetriebenen Tesla sechstausend Kilometer quer durch Europa fährt und auf seiner Plattform Geschichten über die einzelnen Etappen und über die Erfahrungen mit dem Fahrzeug anhand von eindrucksvollen Bildern erzählt. Die eigentliche Botschaft: Internet kostet fast nichts. Mit wechselnden Informationen bis hin zu beachtenswerten

Videofilmen und -filmchen oder anderen sehens- und lesenswerten Sequenzen – unterhaltsame Baustellenereignisse, Kundengeschichten, unmögliche Anfragen, Büroklatsch, ergo ein bisschen Voyeurismus, einfache Fachthemen und und und – hält man jeden Tag zu seiner Zielgruppe Kontakt. Und ist deshalb selbstverständlich im Auftragsfall die erste Adresse. Das bestätigt ihm sein wachsender Umsatz.

Die richtigen Themen

„Machen Sie sich im Internet ständig sichtbar und positionieren sich“, dazu hatte Klemens Skibicki die Mitgliedsbetriebe im Rittersaal aufgerufen. Wie gesagt, man sah viele nachdenkliche Gesichter. Und man bedankte sich bei der Führung des eingetragenen Vereins Energiegemeinschaft für die Region Düsseldorf e.V.: „Das sind genau die richtigen Themen“. *engb*

Beuth
publishing DIN

Bestseller – in 6., überarbeiteter Auflage

Gebäude- und Grundstücksentwässerung

Planung und Ausführung | DIN 1986-100 und DIN EN 12056-4

Dieser Kommentar ist ein kompetenter Leitfaden durch die aktuellen Anforderungen an Planung, Bau, Betrieb und Instandhaltung von Entwässerungsanlagen, die in den relevanten Normen DIN 1986-100 und DIN EN 12056-4 festgelegt sind. Beide Normen werden im Original zitiert und abschnittsweise interpretiert. Zahlreiche Lösungsansätze zeigen, wie der Anwender die Normvorgaben umsetzen kann.

Gebäude- und Grundstücksentwässerung

Planung und Ausführung | DIN 1986-100 und DIN EN 12056-4
von F.-J. Heinrichs, B. Rickmann, K.-D. Sondergeld, K.-H. Störrlein
6., überarbeitete Auflage 2016.
486 S. A4. Broschiert.
122,00 EUR | ISBN 978-3-410-25794-3



Bestellen Sie unter

Telefon +49 30 2601-1331 Telefax +49 30 2601-1260
kundenservice@beuth.de



Auch als E-Book

nur online erhältlich unter
www.beuth.de/go/entwaesserung