

Branchenaustausch in Berlin:  
2. Forum Wärmepumpe

# „Mit dem richtigen Produkt am Markt“

„Die Wärmepumpenbranche ist mit dem richtigen Produkt auf dem Markt“, so lautete der allgemeine Tenor des 2. Forum Wärmepumpe vom 21. bis 22. Oktober in Berlin. Um den Aufwärtstrend deutlicher auszubauen, sind allerdings noch vielfältige Aufgaben zu erledigen.

**D**er Schwerpunkt des 2. Forum Wärmepumpe lag auf Marktentwicklung, Marketing, Vertrieb, Politik und Finanzierung. Referate und Diskussionen in drei Foren gaben einen breiten Überblick über den schnell wachsenden Wärmepumpenmarkt.

### Wachstumsmarkt mit Potenzial

Aktuelle Verkaufszahlen und die Marktentwicklung der Wärmepumpentechnik in Deutschland zeigte Prof. Dr. Ulrich Wagner, TU München und Vorstand im Bundesver-

band WärmePumpe BWP e.V. „Heizung ist ein Low-Interest-Produkt...“, trifft zwar den Nerv eines insgesamt rückläufigen Markts, doch Wagner widerlegte die schlechte Ausgangssituation konventioneller Heizungstechnik mit steigenden Wachstumswahlen für die Wärmepumpentechnik. 2003 wurde mit 9745 verkauften Wärmepumpen die 10000er-Grenze nur knapp verfehlt. Die Branche sei auch für 2004 aufgrund der vorliegenden Verkaufszahlen optimistisch, doch Wagner bemängelte „eine den Verkauf hemmende Geringschätzung der Wärmepumpentechnologie seitens einiger politischer Entscheidungsträger“. Neidisch blickt man dabei in die Schweiz, wo in rund 40% der Neubauten Wärmepumpenanlagen installiert werden.

### Politik unterstützt zu wenig

Gemessen an Solarthermie und Photovoltaik genießt die Wärmepumpentechnologie in Deutschland nur eine bescheidene politische Unterstützung. Ohne eine Gleichstellung auf Basis des Umweltnutzens sieht Wagner die tatsächlichen Absatzzahlen weit hinter den eigentlich möglichen Absatzzahlen zurückbleiben. Um diese Defizite zu kompensieren, müsse „die Branche stärker als bisher die Vorzüge der Wärmepumpe in den Medien, bei politischen Entscheidungsträgern und in ihren Werbeaktivitäten herausstellen.“ Um die Bedeutung der eingeklagten politischen Unterstützung zu unterstreichen, stellte Wagner zwei Szenarien der Marktentwicklung vor. Bild 2 zeigt den Wärmepumpenabsatz bei bestehenden Bedingungen, Bild 3 bei politischer Unterstützung.

### Qualitätssicherung

Qualitätssicherung bei der Planung und der Installation ist das Schlüsselthema für ein „guten Ruf“ und erfolgreiches Wärmepumpen-Marketing, unterstrich Claus Ruhstein, Wärmepumpen-Initiative in den Bundesländern e.V. (WIB). Zwar sei die Technik

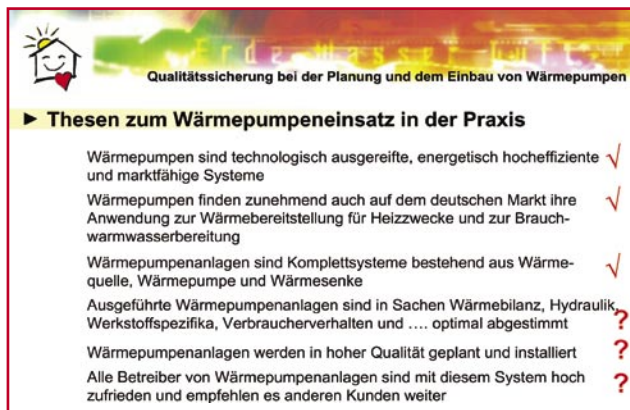


Bild 1 Hausaufgaben für Planer und Installateure

ausgereift und mit Komplettsystemen marktfähig, doch bestünden Defizite bei Planung und Ausführung (Bild 1). „Leider verdeutlichen Fallbeispiele aus der Praxis, dass Anlagen in Sachen Wärmebilanz, Hydraulik, und Werkstoffspezifikation vermehrt weder in hoher Qualität geplant und installiert noch optimal abgestimmt werden. „Mund-zu-Mund-Propaganda“ und eine automatische Nachfrage werde dadurch deutlich behindert.

Um dem entgegenzuwirken, begann 1996 die WIB e.V. gemeinsam mit der IHK Cottbus die Schulung und Zertifizierung von Fachfirmen. Das Fachhandwerk wird in einem mehrtägigen Seminar hinsichtlich rechtlicher Vorschriften, Wärmepumpentechnik, Wärmebedarfsermittlung, Wärmepumpe und EnEV sowie dem Betriebsverhalten der Wärmepumpensysteme geschult. Mit bestandener schriftlicher Prüfung erhält der Teilnehmer das Zertifikat „Von der Wärmepumpen-Initiative empfohlener und zertifizierter Fachbetrieb“.

Um diesen Ansatz zu einem bundesweit einheitlichen Zertifikat aus- und aufzubauen, wollen WIB und BWP ab 2005 ihre Kräfte in einer gemeinsamen Arbeitsgruppe bündeln. *Sven Stahlke* ←

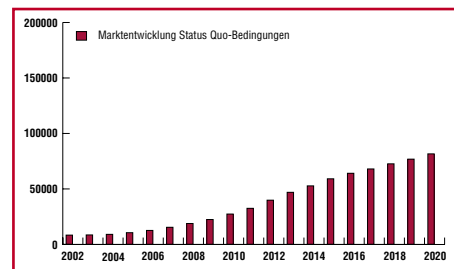


Bild 2 Entwicklung des Wärmepumpenabsatzes unter bestehenden Bedingungen



Bild 3 Entwicklung des Wärmepumpenabsatzes mit politischer Unterstützung