

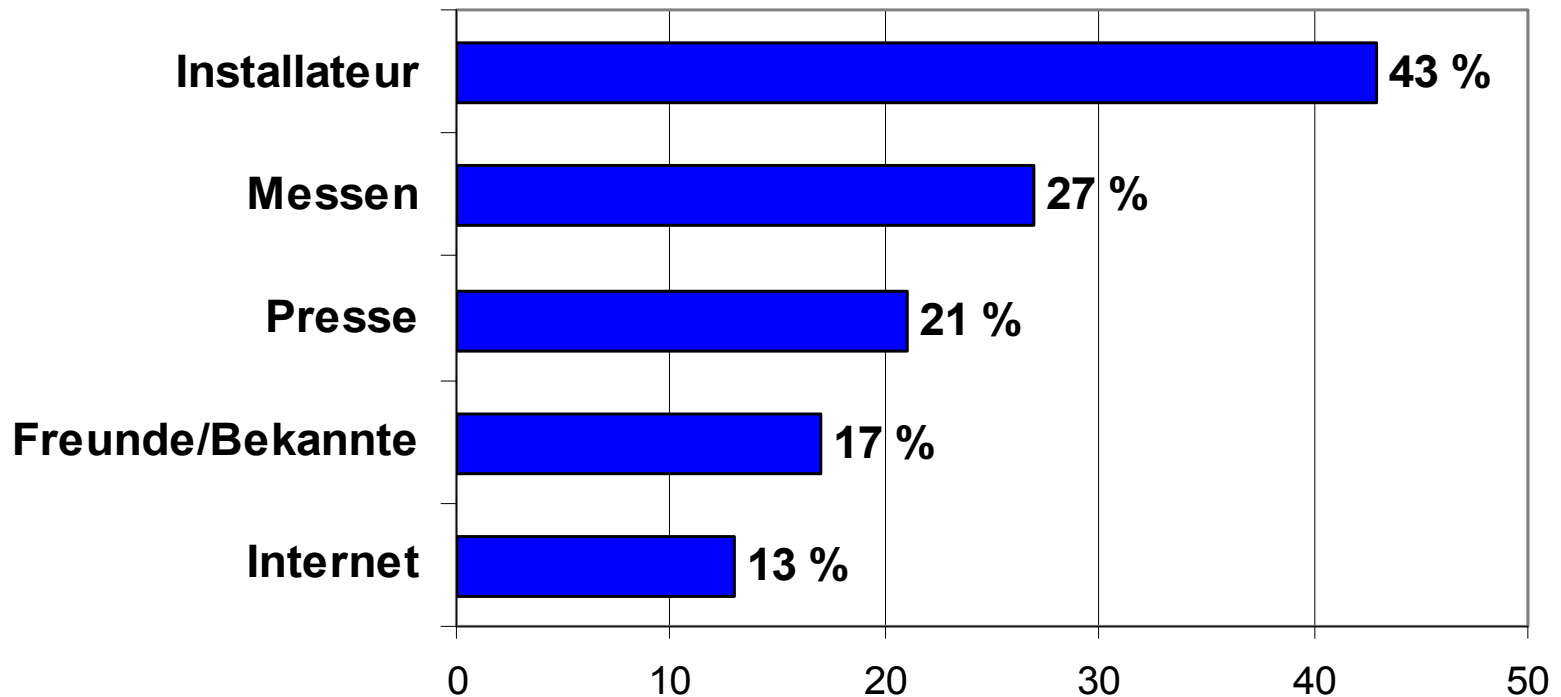
# Solare Kombisysteme - Vom Nischenmarkt zum Kassenschlager Marketing für Solarsysteme



**DI Roger Hackstock**  
**Verband Austria Solar**

# Die wichtigsten Informationsquellen

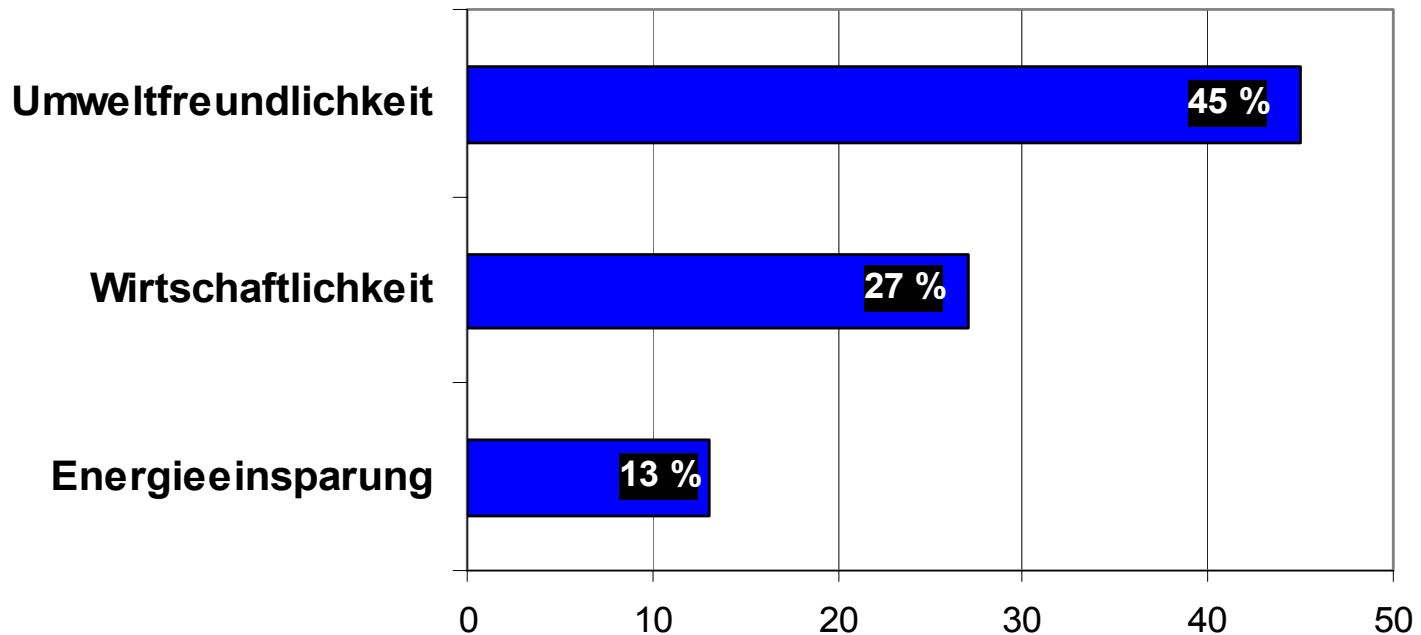
## beim Kauf einer Solaranlage



Quelle: Marktforschung 2002 in Deutschland

# Die wichtigsten Gründe ...

## ... für den Kauf einer Solaranlage



Quelle: Marktforschung 2002 in Deutschland

# Das sagen Nutzer...

*„Wenn ich von etwas überzeugt bin und es für mich erschwinglich ist, dann kaufe ich es mir. Auch wenn es sich vielleicht nicht sofort rechnet.“  
Familie Kulnig aus Kärnten*



*„Die Idee einer Solaranlage spukte schon immer in meinem Kopf herum. So habe ich mir diesen Traum erfüllt.“  
Bioweinbauer Beilschmidt aus dem Burgenland*



*„Für den Installateur war es die erste Solaranlage, die er installiert hat. In den 10 Jahren fiel nur einmal bei einem Gewitter die Regelung aus.“  
Bergbauernhof Gutjahr aus der Steiermark*



- ✓ **80 % aller Menschen, die eine thermische Solaranlage besitzen, sind stolz darauf**  
*(Umfrage von WU und TU Wien in den 90-er Jahren)*
- ✓ **bei 73 % der Solarkunden wurden Erwartungen voll erfüllt**
- ✓ **bei 24 % lief die Solaranlage sogar besser als erwartet**
- ✓ **92 % würden den Kauf einer Solaranlage weiterempfehlen**  
*(Repräsentative Befragung deutscher Solaranlagenbesitzer 2002)*
- ✓ **über 90 % würden den Kauf einer Solaranlage weiterempfehlen**  
*(Repräsentative Befragung von Solaranlagenbesitzern in Hannover 2004)*

# Die wichtigsten Kriterien ...

## ... aus Sicht der Kunden bei Solaranlagen

- ☀ **Zuverlässigkeit**
- ☀ **Kostengünstigkeit bzw. Wirtschaftlichkeit**
- ☀ **einfache Montage**
- ☀ **Langlebigkeit**

Quelle: VELUX-Umfrage 2003, SWISSOLAR-Umfrage 2002, Marktforschung 2002 in Deutschland

# Vertrauen schaffen

→ eigene Referenzanlage

... im Betrieb



... privat



# Vertrauen schaffen

→ Solar ins Firmenlogo aufnehmen

EDUARD DANDA OHG  
GAS WASSER HEIZUNG SOLAR  
seit 1849

Solar • Pellets • Holzheizung  
LESZKOVICH G.M.B.H.



Gas • Elektro • Sanitär • Solar  
GESS Anlagenbau & Installations Ges.m.b.H.

GAS SOLAR HEIZUNG  
WASSER ELEKTRO  
CHLEBECEK





# Vertrauen schaffen

→ Solar-Hinweise auf Schildern und Folder

Österreichs No.1 für AD, imo, Mal, Ergo, bsdff

**JANACEK**  
Gepiantes Wohlbefinden

Ihre  
Zufriedenheit  
ist unsere Belohnung

**BAD • HEIZUNG • SANITÄR • SOLAR**

SCHEU  
Heizung Solar  
Bäderstudio  
Fachmarkt

## → mit Kunden werben

### Was unsere Kunden sagen:



**Familie Kulnig**  
**2343 Onyxhausen 13**  
**Tel. 05212 34768 23**

- 64 m<sup>2</sup> Kollektorfläche und 25 kW Pelletsheizung
- Pufferspeicher 45 m<sup>3</sup>, 2.000 Liter Boiler
- Warmwasser und Erwärmung von 400 m<sup>2</sup> Wohnraum und 40 m<sup>2</sup> Schwimmbecken im Wintergarten

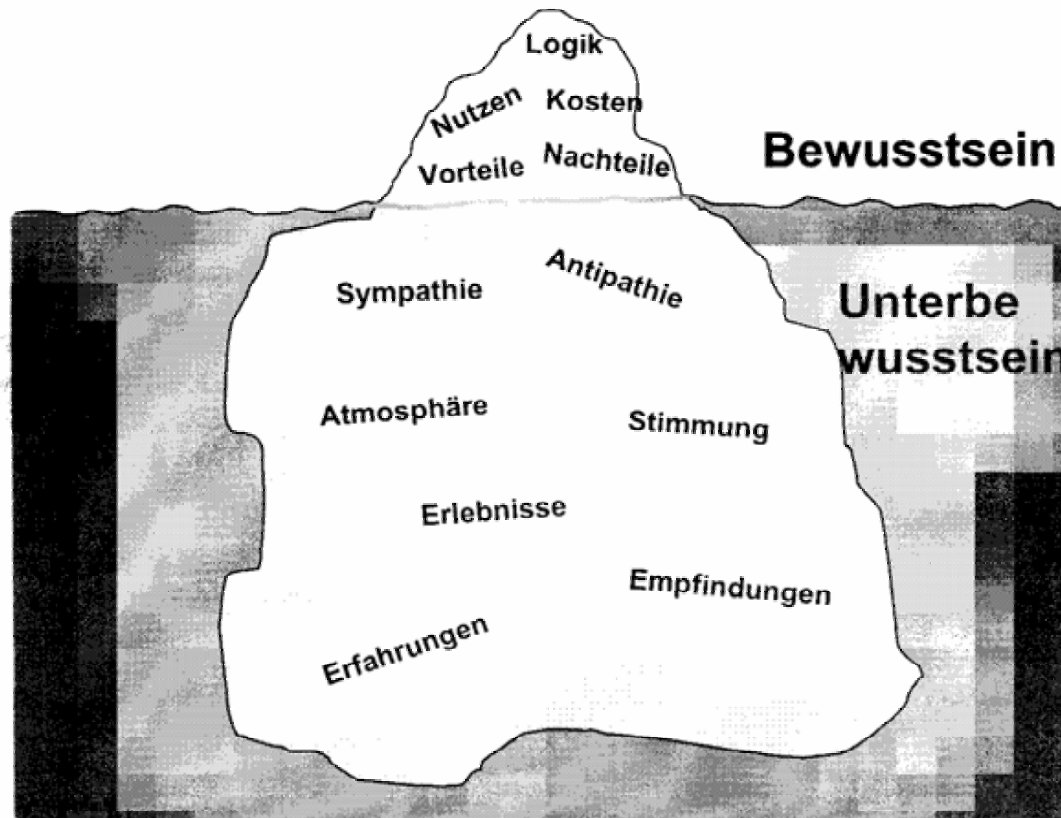
*„Wenn ich von etwas überzeugt bin und es für mich erschwinglich ist, dann kaufe ich es mir. Auch wenn es sich vielleicht nicht sofort rechnet.“*  
*Mario Kulnig, 43 Jahre*

# Vertrauen schaffen

→ auf Qualität achten

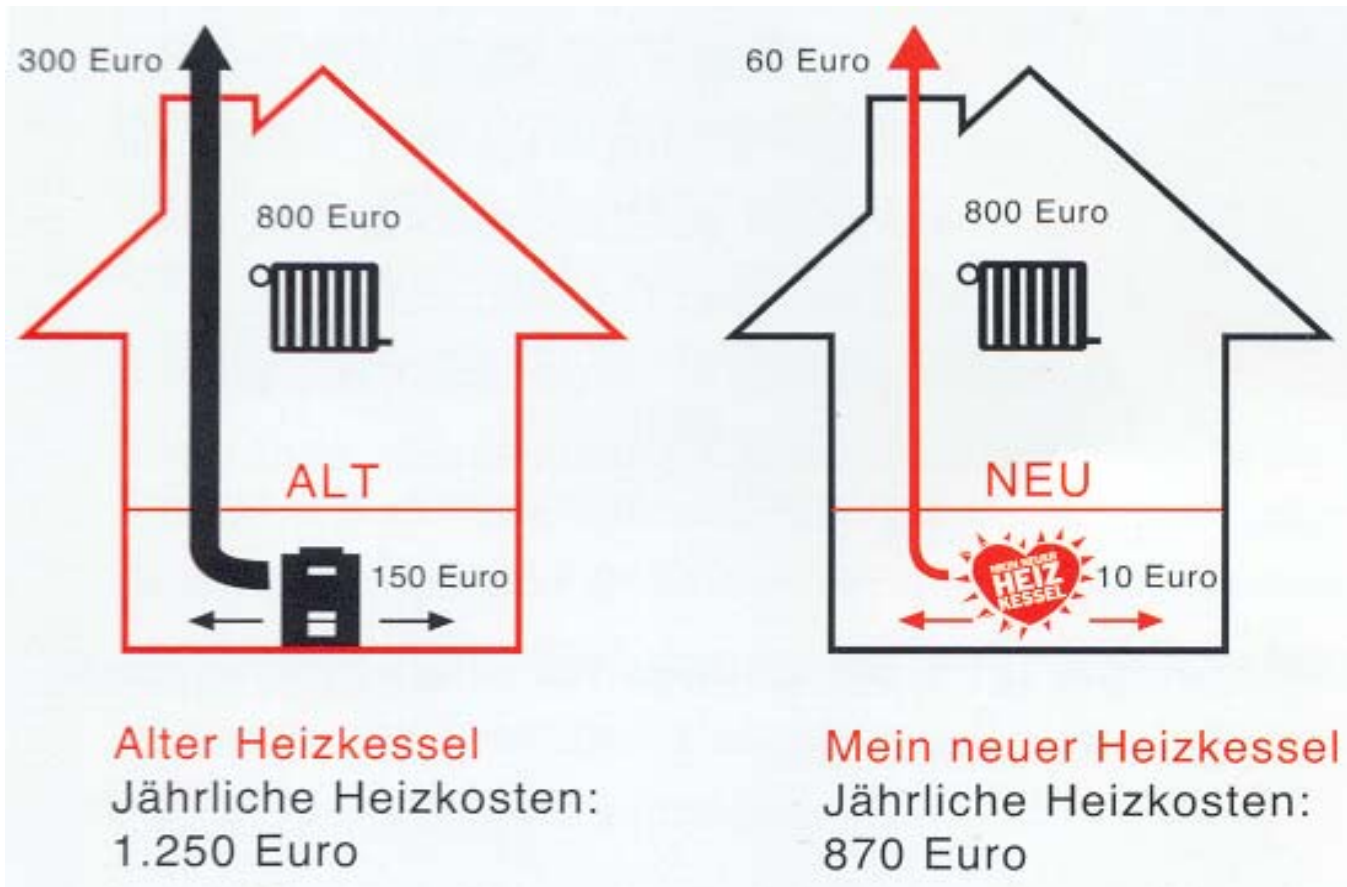


# Verkauf läuft zu 90 % über Gefühl, nur zu 10 % über Verstand



# Die letzten Lebensjahre einer

## alten Heizung können teuer kommen ...



## **Sie bauen oder renovieren ein Haus**

- ✓ **Energieverbrauch des Hauses senken**
- ✓ **Solaranlage gleich für Heizung auslegen**
- ✓ **Dacheindeckung einsparen - Kollektoren integrieren**
- ✓ **Sollte das Geld fehlen: Steigleitungen vorsehen**

## **Sie erneuern ihre Heizung**

- ✓ **Tausch der Heizung - besonders günstiger Zeitpunkt**
- ✓ **Moderne Heizung ist Investition für 20 - 25 Jahre**

# Service & Betreuung = Schlüssel

Befragung von 10.000 Unternehmen in Österreich:

*„Was sind die wichtigsten Gründe, warum sie in Verkaufsgesprächen keinen Abschluss tätigen?“*

**79 %** sagten: „Wir wurden einfach schlecht betreut“

**6 %** sagten: „Weil der Preis zu hoch war“

## Häufigstes Argument: zu teuer

- rechtzeitig ansprechen, bevor es der Kunde tut
- Service und Qualität als Preisgrund betonen
- schweigen und warten, ob/wie Kunde Rabattforderung wiederholt
- symbolische Rabatt-Zuckerl vorbereiten („Tankfüllung dazu“)
- Verkaufsgespräch rechtzeitig stoppen, wenn aussichtslos



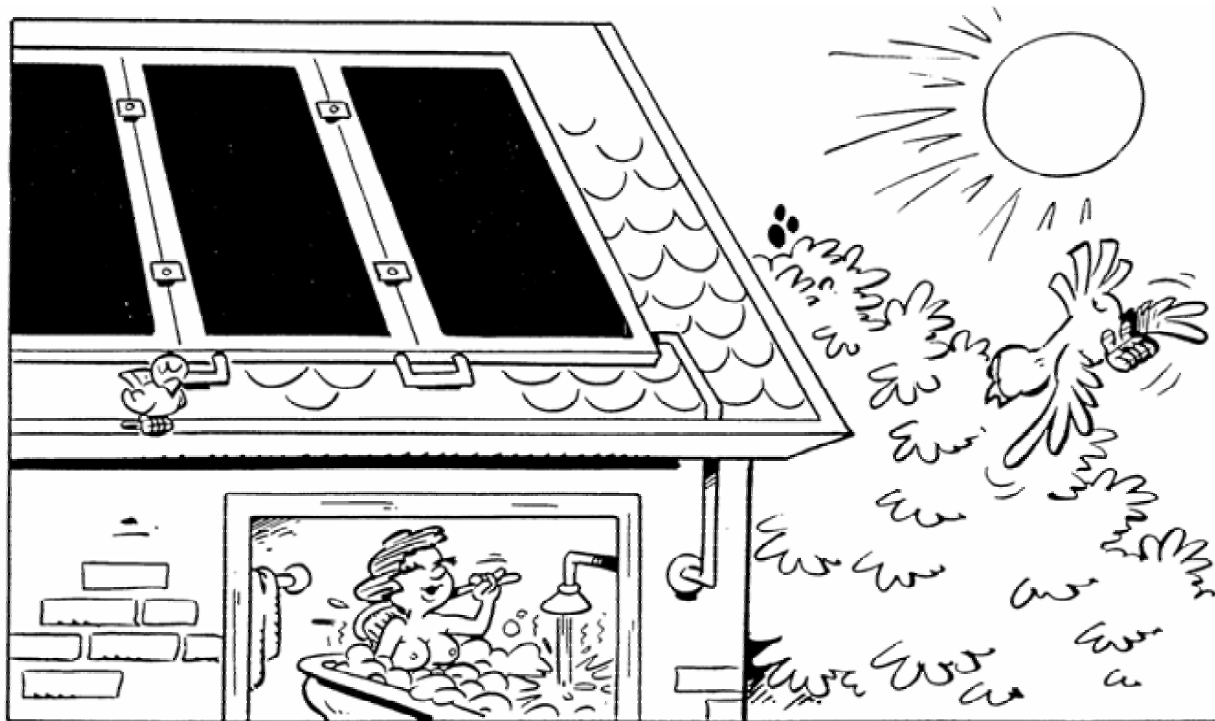
# Und wenn mal was schief läuft...

- ✓ **Entschuldigen**
- ✓ **Rückfragen**
- ✓ **Nachfassen**



# Werben für die Sonne!

denn...



SOLAR ENERGY MAKES HAPPY PEOPLE !