



ZUKUNFTSLETTER

Oktober 2010

Der Zukunftsletter gibt ausschließlich die aktuelle Einschätzung der Zukunftsinstitut GmbH (Autor: Dr. Eike Wenzel) wieder.

Klimawandel: Chancen, die für Handwerk und Kleinunternehmen aus der Ökowende entstehen

In den vorangegangenen Ausgaben des Zukunftsletters haben wir viele der kleinen Geschäftschancen erläutert, die den Öko- und Biotrend entstehen lassen. In dieser Ausgabe informieren wir Sie über die großen Marktentwicklungen, die sich in Zukunft durch den Klimawandel ergeben werden.

Für Handwerk und Kleinunternehmen ist klar: Sowohl bei den Privatkunden wie bei den Firmenkunden werden in den nächsten Jahren und Jahrzehnten in einer Vielzahl von Handwerken große Auftragsvolumina entstehen. Laut einer aktuellen Studie der Statistik Austria hat sich die österreichische Umweltwirtschaft zu einem treibenden Wirtschaftszweig entwickelt. Mit einem Umsatz von 30 Milliarden Euro schließt die heimische Branche damit mittelfristig zu etablierten Leitindustrien wie der Automobilbranche auf. Den grünen Technologien schreibt die Studie einen 11-prozentigen Anteil am BIP zu. Mittlerweile arbeitet bereits einer von zwanzig Beschäftigten in der Branche:

Die Zukunftschancen in einzelnen Sparten:

1.) e-Automobilität: Unter der Kühlerhaube alles neu

Neben Biokraftstoff ist die elektroangetriebene Automobilität das große Zukunftsprojekt im Verkehrssektor. Bislang existieren noch keine Infrastrukturen, um e-Autos „betanken“ zu können – diese neue Tankstellenlandschaft muss erst errichtet werden. Währenddessen wird unter der Kühlerhaube der Autos nichts mehr an seinem Platz bleiben, eine völlig neue Technologie muss in die e-Autos verbaut werden. Natürlich werden auch hierfür kompetente Ingenieure und Handwerker mit der Zusatzqualifikation „Öko-Wende“ gebraucht werden.

2.) Biomasse: Benzin aus Abfällen

Die Energiegewinnung aus Stroh und Holzresten ist schon jetzt ein Zukunftsmarkt. Zurzeit heizen in Österreich über 70.000 Haushalte und kleine Gewerbebetriebe mit dem ökologischen Brennstoff aus heimischen Wäldern. Der Bedarf liegt bei 590.000 Tonnen pro Jahr. Bislang wird jedoch der Biodiesel aus Raps und anderen Nahrungsmitteln gewonnen, was ethisch häufig hinterfragt wird. Doch Benzin wird künftig auch aus organischen Abfällen wie Stroh (wird meistens nutzlos untergepflügt), Holzresten und Algen gewonnen. Die Anlagen dafür, werden jetzt gebaut und erfordern viel technischen und handwerklichen Sachverstand. Bis 2020, so sehen Prognosen für Europa und Nordamerika aus, könnte schon die Hälfte des Auto-Treibstoffs aus Biomasse, dem so genannten „Biotreibstoff der zweiten Generation“ kommen.

3.) Windenergie: Mikrowindanlagen

In Österreich sind derzeit Windkraftwerke mit rund 1000 MW Leistung installiert, bis 2020 soll es die doppelte Leistung sein. Doch nicht nur die großen Energieproduzenten denken über den Aus- und Aufbau von Windkraftanlagen nach – die Revolution beginnt gerade auch im privaten Bereich. Bislang waren die Windräder fürs Eigenheim teuer und damit unrentabel. Das soll sich jetzt ändern: Der britische Hersteller „Quiet Revolution“ will mithilfe des Stromkonzerns RWE Mikrowindanlagen vertreiben. „Mikrowindanlagen auf Hausdächern können gerade an Orten mit wenig Sonnenschein eingesetzt werden. Dort sind sie effizienter als Solaranlagen“, so Fritz Vahrenholt, Vorsitzender von RWE Innogy, der Erneuerbare-Energien-Sparte des Stromkonzerns für das neue Umweltprodukt. Die neue Technik soll bekannte Nachteile der Windenergie (Lärm, Vibrationen, Schattenwurf und das unästhetische Aussehen) gleichermaßen beseitigen. Die Besonderheit sind die gebogenen Rotorblätter, die sich vertikal um die Achse drehen – das reduziert nicht nur das Flackern



Ein spezielles Service Ihrer Landesinnung

bei Sonnenlicht und vermindert Lärm und Vibrationen, es sorgt auch dafür, dass die Anlage bei häufig wechselnden Windrichtungen wie in Ballungsräumen problemlos funktioniert. Die neue Technik führt nach einer großen Nachfrage nach Spezialisten, die diese Minikraftwerke installieren und warten können. In Österreich sind derzeit Windkraftwerke mit rund 1.000 MW Leistung installiert, bis 2020 soll es die doppelte Leistung sein. Doch nicht nur die großen Energieproduzenten denken über den Aus- und Aufbau von Windkraftanlagen nach – die Revolution beginnt gerade auch im privaten Bereich. Bislang waren die Windräder fürs Eigenheim teuer und damit unrentabel. Das soll sich jetzt ändern: Der britische Hersteller „Quiet Revolution“ will mithilfe des Stromkonzerns RWE nicht nur das Flackern bei Sonnenlicht und vermindert Lärm und Vibrationen, es sorgt auch dafür, dass die Anlage bei häufig wechselnden Windrichtungen wie in Ballungsräumen problemlos funktioniert. Die neue Technik führt zu einer großen Nachfrage nach Spezialisten, die diese Minikraftwerke installieren und warten können.

4.) Neue Städte: Fußläufiger Konsum

Die großen Supermarktketten beginnen jetzt schon auf kleinere Flächen (bis auf 50m²) in Innenstadtlagen zu setzen (Beispiel „Billa Box“ in Wien, Graz, Klagenfurt und Innsbruck). Immer mehr Menschen werden ihren Einkauf in den nächsten Jahren wieder fußläufig erledigen. Supermärkte, aber auch andere Shops und Boutiquen werden auf Kunden setzen, die häufiger in die Innenstadt kommen, dafür pro Einkauf weniger Geld ausgeben. Selbst Aldi und IKEA beginnen Toplagen in den Innenstädten zu besetzen. Dieser Trend wird beim Handwerk für enorme Nachfrage nach neuen Ideen bei der Gestaltung neuer Einkaufslandschaften sorgen.

Mode: Die Schlüsselrends für die kommende Saison

Krisen und Veränderungen in Wirtschaft und Gesellschaft schlagen sich schneller in der Mode nieder als man denkt.

Hier die aktuellen Trends:

- **Purismus:** Mode – gerade für Frauen – wird einfach und schnörkellos. Pömps sind out, die Mode von morgen wird von Frauen wie Stella McCartney gemacht, die Bodenhaftung haben, Mutter und Modezarin zugleich sind.
- **Handwerk:** Die Menschen lieben es, handwerkliche Spuren an ihrer Kleidung zu zeigen. Speziell in den Männerkollektionen ist Handwerk ein Thema: Olivgrün, Khaki und Military sind die Farben. Raue Stoffe, grobe Musterungen und Jeans sind die momentan angesagten Materialien, die das Fachmagazin „Textilwirtschaft“ für die nächsten Monate identifiziert hat.
- **Retro:** In Krisenzeiten denkt man immer gerne zurück, als alles angeblich noch besser war. Das tut die Mode gerade auch wieder und verhilft Petticoats und Faltenröcken zu einer Renaissance. Einhergehend auch mit einem Frauentypus, der wie halbwegs normale Größen ab 36 tragen kann.

Marketing konkret: Geschäftsideen, neue Strategien

Wie Sie neue Geschäftsfelder erschließen und sich in schweren Zeiten krisenfest machen

- **Auch Wettbewerber sind potenzielle Kunden:** Sie sollten jederzeit auf Ihr Kerngeschäft und Ihre Stammkunden achten. Allerdings sollten Sie regelmäßig auch nach Möglichkeiten Ausschau halten, wie Sie neue Kunden gewinnen und Investitionen nachhaltig umsetzen können. Was sich als eine gute Maßnahme in vielen Handwerken etabliert hat: Arbeiten Sie nicht nur für den klassischen Endkunden, arbeiten Sie für Ihre Kollegen. Kaufen Sie beispielsweise als Tischler oder Metalltechniker neue Maschinen und bieten Sie Ihre Technikkompetenz den Kollegen an. Fertigen Sie kostengünstig Standardmaterialien, die Ihre Kollegen günstig von Ihnen kaufen können. So amortisieren sich Ihre Investitionen und Sie erweitern den Kundenkreis.
- **Holen Sie mit regelmäßig wechselnden Themenwelten die Kunden ab:** Bündeln Sie Ihr Angebot immer wieder einmal neu und setzen Sie immer wieder neue Schwerpunkte. Handwerksarbeiten, die nah am Kunden stattfinden, sollten Sie in regelmäßigen Abständen mit neuen Angebotsschwerpunkten interessanter machen. Als Innenausbauer, Malerfachgeschäft, als Fliesenleger oder Schreiner können Sie Ihr Angebot beispielsweise um die Trends „Ökologische Materialien“, „Handwerk im Urlaub“ oder „Handwerk just in time“ ergänzen.
- **Retro, Regionalität und Sehnsucht nach wahren Werten:** Gerade in Krisenzeiten sehnen sich Menschen nach verlässlicher Qualität und Haltbarkeit ihrer Produkte. Dieser Trend grassiert bereits wieder in vielen anderen Branchen (Mode, Lebensmittel) und er wird in den nächsten Jahren auch auf vielen Feldern des Handwerks nachgefragt werden. Was heißt das für Sie: Demonstrieren Sie die besondere Fähigkeit Ihrer Tätigkeit, gehen Sie auf individuelle Wünsche der Kunden ein, halten Sie alternative, edlere Materialien vor. Die „Zurück-zu“-Sehnsucht der Menschen reizt viele, dann deutlich mehr Geld auszugeben, wenn sie das Gefühl haben, besondere Qualität einzukaufen.

Ein spezielles Service Ihrer Landesinnung