

Nachhaltige Unternehmensführung im SHK-Betrieb

Leitfaden zur nachhaltigen Unternehmensausrichtung



Inhalt

Einleitende Worte zum nachhaltigen Denken und Handeln im SHK-Handwerk	3
1. Was hat Nachhaltigkeit mit dem SHK-Handwerk zu tun?	5
2. Was wird unter Nachhaltigkeit verstanden? Die drei Säulen	5
3. Wie kann Nachhaltigkeit im SHK-Betrieb konkret aussehen?.....	7
3.1. Säule Ökologie	9
3.1.1. Fokussierung auf regenerative Heiztechnik.....	9
3.1.2. Ressourcenschonende Produkte und Dienstleistungen.....	10
3.1.3. Umweltschonende Vertriebswege / nachhaltiger Fuhrpark.....	10
3.1.4. Entsorgung und Recycling.....	11
3.2. Säule Ökonomie	11
3.2.1 Langfristige Kundenbeziehungen, Kundenbindung	11
3.2.2. Fachkompetenz und Sicherheit	12
3.2.3. Nachhaltige angemessene Preisgestaltung.....	12
3.2.4. Pauschalierung bei Aufträgen.....	13
3.2.5. Nachhaltig Qualität abliefern.....	13
3.3 Säule Soziales	14
3.3.1. Nachhaltige Mitarbeitergewinnung/-bindung.....	14
3.3.2. Nachhaltig angelegte Ausbildung	14
3.3.3. Flache Hierarchien und inhabergeführtes Unternehmen	14
3.3.4. Die Attraktivität des Berufsbilds darstellen.....	15
4. Checkliste für nachhaltige Unternehmensführung im SHK-Betrieb	16
5. Status Quo und Ziele sind klar – was jetzt?.....	17
6. Zertifizierung zum nachhaltigen Betrieb – ja oder nein?.....	17
7. Praxisbeispiele für Nachhaltigkeit im SHK-Handwerk.....	18
8. Fazit	19
Anhang.....	21

Einleitende Worte zum nachhaltigen Denken und Handeln im SHK-Handwerk

„Mehr als die Vergangenheit interessiert mich die Zukunft, denn in ihr gedenke ich zu leben.“
(Albert Einstein)

Das vorgenannte und Albert Einstein zugeschriebene Zitat bringt in besonderer Weise die Motivation zur Erstellung dieser Orientierungshilfe zum Ausdruck. Längst herrscht ein gesellschaftlicher Konsens darüber, dass ein „Weiter wie bisher“ in Zukunft nicht mehr funktionieren wird. Zu unübersehbar sind die Konsequenzen in ökologischer, ökonomischer und sozialer Hinsicht für jeden Einzelnen und die Menschheit als Ganzes. Vor diesem Hintergrund hat der Begriff der „Nachhaltigkeit“ in den letzten Jahren erheblich an Bedeutung gewonnen und wurde bereits in vielen Bereichen mit Leben gefüllt. Auch das Handwerk und hierbei speziell unsere SHK-Gewerke spielen beim Thema Nachhaltigkeit eine zentrale Rolle.

SHK-Betriebe engagieren sich beispielsweise nicht zuletzt aufgrund ihrer regionalen Verbundenheit sowie ihres überwiegenden Charakters in Form von Familienbetrieben bereits traditionell stark für Nachhaltigkeit und bilden hierbei geradezu eine tragende Säule, denn sie stärken regionale Wirtschaftskreisläufe, reparieren, beraten, warten, planen und bilden aus.

Doch es geht auch darum, das Unternehmen um das Geschäftsfeld „Nachhaltigkeit“ weiterzuentwickeln und die eigenen Leistungen sichtbar zu machen. Denn nur wenige Betriebe nutzen bisher die Chance, ihr Tun in Sachen „Nachhaltigkeit“ nach außen darzustellen und in ihre Geschäfts- und Marketingstrategie aktiv einzubauen.

Dass Nachhaltigkeit viel mehr bedeutet als nur Umweltschutz und Ökologie, zeigt sich recht schnell, wenn man sich intensiver mit dem Thema beschäftigt. Beim aktuellen Nachhaltigkeitsgedanken geht es vielmehr darum, neben der **Ökologie** auch die anderen Säulen **Ökonomie** und **Soziales** als gleichwertig und wichtig zu betrachten und entsprechend umzusetzen.

Was für einen Nutzen haben Betriebe, die sich aktiv um eine nachhaltige Unternehmenszukunft kümmern? Ein nachhaltiges Unternehmensimage entscheidet zukünftig sowohl verstärkt darüber, bei welchem Betrieb künftige Fachkräfte arbeiten möchten, als auch welcher Betrieb kundenseitig entsprechend lukrative Aufträge erhält. Warum also nicht „zwei Fliegen mit einer Klatsche schlagen“ und den Betrieb aktiv nachhaltig aufstellen?

Doch wo anfangen? Das wirft bei den meisten Betrieben vielfältige und teils weitreichende Fragen auf.

Der vorliegende Leitfaden unterstützt SHK-Unternehmer darin, eine Bestandsaufnahme des aktuellen Stands bzw. Fortschritts im Unternehmen vorzunehmen. Darüber hinaus wird mittels der **integrierten Checkliste** praxisnah

aufgezeigt, in welchen Bereichen mit welchen konkreten Maßnahmen und entsprechenden Zielvorstellungen Nachhaltigkeit direkt im eigenen Betrieb umgesetzt werden kann.

Ziel ist es darüber hinaus, praxisnahe Anregungen zu geben, wie Nachhaltigkeit im SHK-Betrieb konkret aussehen kann und gegebenenfalls im Betrieb vorhandene Optimierungspotentiale aufzuzeigen.

Viel Erfolg bei der konkreten zukunftsorientierten Umsetzung wünscht Ihnen

Ihr Fachverband SHK Baden-Württemberg

1. Was hat Nachhaltigkeit mit dem SHK-Handwerk zu tun?

Klimaschutzpaket 2050, Energiewende, Reduzierung von Energieverbrauch und CO₂-Abgabe, etc. Die Vielzahl und Aktualität dieser Schlagworte zeigen den Stellenwert auf, den Nachhaltigkeit in unserem gesellschaftlichen und zunehmend auch in unserem alltäglichen Leben einnimmt.

Der Begriff „Nachhaltigkeit“ begegnet uns seit einigen Jahren zunehmend auch auf politischer Ebene. Auch die baden-württembergische Landesregierung hat sich das Thema auf die Agenda gesetzt, indem sie sich beispielsweise im Koalitionsvertrag festgelegt hat, das Projekt „Dialog und Perspektive Handwerk 2025“ fortzuführen und bewusst um das Handlungsfeld „Nachhaltigkeit“ zu erweitern.

Darüber hinaus hat die Relevanz des Themas „Nachhaltigkeit“ durch folgende Aspekte in letzter Zeit stark zugenommen:

- Klimawandel (ökologische Verantwortung)
- Kostendruck (CO₂-Handel und -Bepreisung)
- Marktgeschehen (Nachhaltigkeit als Kriterium für Kunden)
- Vorschriften (rechtliche Anforderungen)
- Mitarbeiteridentifikation und -motivation (attraktives Arbeitgeber-Image)

Gerade das SHK-Handwerk spielt eine zentrale Rolle in der Energiewende und ist insbesondere durch den Einbau neuer Anlagentechnik in Verbindung mit regenerativen Energien der Umsetzer - oder besser gesagt - der „Macher“ der Energiewende im Gebäude in unserem Land.

Die Möglichkeiten und Chancen, die mit Nachhaltigkeit einhergehen, sind auch für die Betriebe selbst vielfältig und wertvoll. Diese kann sich beispielsweise in einer nachhaltig angelegten Ausbildung, Mitarbeiterbindung oder dem sozialen Engagement des inhabergeführten SHK-Betriebs sowohl inner- als auch außerbetrieblich widerspiegeln. Hierbei besteht aktuell allerdings in vielen SHK-Unternehmen noch erhebliches Optimierungspotential, das in jedem Fall genutzt und aktiv nach außen kommuniziert werden sollte.

2. Was wird unter Nachhaltigkeit verstanden? Die drei Säulen

Der Begriff „Nachhaltigkeit“ stammt ursprünglich aus der Forstwirtschaft. Dort bedeutet er, dass man nicht mehr Bäume fällen soll, als man neu pflanzt. Heute versteht man unter Nachhaltigkeit, dass in allen Lebens- und Wirtschaftsbereichen so gehandelt werden sollte, dass die nachfolgenden Generationen noch die gleichen Möglichkeiten haben, wie wir heute.



Quelle: www.baden-wuerttemberg.de

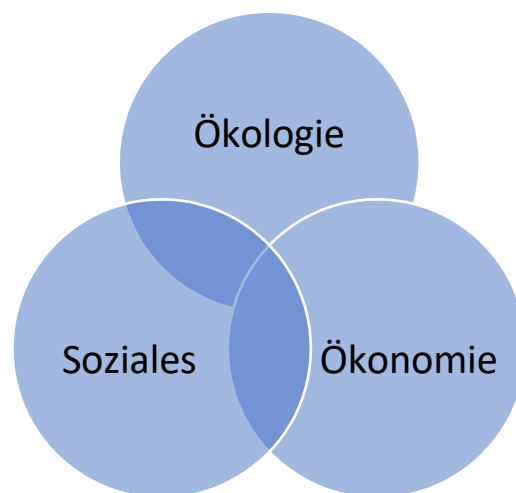
Damit deutlich wird, was der SHK-Betrieb mit Nachhaltigkeit zu tun hat und um den weitreichenden Nutzen einer nachhaltigen Betriebsführung zu erkennen, wird im Folgenden die Thematik näher beleuchtet.

Der Begriff der Nachhaltigkeit hat verschiedene Facetten, die im Wesentlichen auf den drei Säulen **Ökologie**, **Ökonomie** und **Soziales** aufbauen.

Die Säule „Ökologie“ umfasst hierbei den Gedanken, die Umwelt einschließlich der natürlichen Ressourcen zu schonen. Diese Säule steht auch dafür, dass nur so viele nicht-nachwachsende Rohstoffe der Erde entnommen werden sollten, wie durch erneuerbare Rohstoffe ersetzt werden können.

Die Säule „Ökonomie“ beinhaltet die Förderung nach „gutem“ und langfristig ausgerichtetem Wirtschaften. Auch nachhaltige Unternehmen müssen genug **Gewinne erzielen**, um diese beispielsweise in neue Mitarbeiter und Fortbildungen oder Werkzeuge und Firmen-Fuhrpark investieren zu können. Außerdem können nachhaltige Unternehmen neue Ziele verfolgen, wie etwa die Lebensqualität zu steigern oder Umweltschutz-**Projekte** zu fördern.

Die dritte Säule „Soziales“ stellt den Menschen in den Mittelpunkt und berücksichtigt darüber hinaus auch gesellschaftliche Interessen, wie beispielsweise Regionalität, Kooperationen oder Ehrenamt. So sollten nachhaltig handelnde Unternehmen auch **gemeinwohlorientiert** handeln.



Dreiklang aus Ökologie, Ökonomie und Soziales

Hieraus wird ersichtlich, dass das Thema „Nachhaltigkeit“ weitaus mehr als ökologische Aspekte und den Umweltschutz umfasst. Vielmehr wird darunter verstanden die drei Säulen Ökologie, Ökonomie und Soziales in Einklang zu bringen. Um ein Unternehmen langfristig und nachhaltig an seinem Standort zu erhalten, werden diese als gleich wichtige Bereiche behandelt.

Diese Systematik hilft den Nachhaltigkeitsgedanken ins große Ganze einzubetten. Was heißt das jedoch konkret und praxisnah für SHK-Betriebe?

3. Wie kann Nachhaltigkeit im SHK-Betrieb konkret aussehen?

Um dem Leser eine erste Orientierung über mögliche Kriterien in Bezug auf „Nachhaltige Unternehmensführung im SHK-Betrieb“ zu geben, wird in diesem Abschnitt ein erster grober Überblick davon gegeben, was damit in den jeweiligen Nachhaltigkeitssäulen gemeint ist.

Zudem erlaubt die nachfolgende Aufstellung jedem SHK-Unternehmer, den aktuellen Stand bzw. Fortschritt im Hinblick auf Nachhaltigkeit für seinen eigenen Betrieb zu erfassen und für sich zu bewerten.

Angelehnt an die drei Säulen der Nachhaltigkeit sind mögliche konkrete Maßnahmen für SHK-Betriebe in den nachfolgenden Grafiken aufgelistet. Dabei sind teilweise auch Punkte integriert, die für das SHK-Handwerk kein „Trend-Thema“, sondern selbstverständlich sind und in dieser Art und Weise jeden Tag umgesetzt werden.

Deshalb kann es durchaus passieren, dass einige der vorgeschlagenen Maßnahmen für den ein oder anderen SHK-Unternehmer nicht mehr relevant sind, weil diese im Betrieb sowieso schon umgesetzt wurden oder regelmäßig umgesetzt werden. Diese scheinbaren Selbstverständlichkeiten gilt es künftig jedoch aktiv nach außen zu kommunizieren, um das bisher ungenutzte Nachhaltigkeitspotential gezielt für den eigenen Betrieb zu nutzen.

Zunächst nun eine allgemeine Übersicht über Nachhaltigkeitskriterien untergliedert in die drei Säulen Ökologie, Ökonomie und Soziales.

Ökologie
<ul style="list-style-type: none">• Nachhaltiges Geschäftsmodell: Konzentration bzw. Integration regenerativer Heiz- und Energiesysteme• Einbau nachhaltiger Produkte: Ressourcenschonende Produkte, qualitativ hochwertige Produkte, die langlebig sind• Nachhaltige Produktauswahl: Zeitloses Design, Anpassbarkeit bei lebensverändernden Umständen• Nachhaltige Dienstleistungen: Reparatur statt Austausch, Service und Erreichbarkeit auch nach Einbau, Fernüberwachung, Contracting• Entsorgung und Recycling• Umweltschonende Vertriebswege: Belieferung durch Großhandel 1x täglich• Nachhaltiger Firmen-Fuhrpark: Verstärkt E-Fahrzeuge mit eigenen Ladesäulen auch für Mitarbeiter und Kunden

Ökonomie

- **Nachhaltig angelegte Ausbildung:** Karrieremöglichkeiten im Betrieb nach der Ausbildung aufzeigen, Bindung von Mitarbeitern durch z.B. Firmenhandy/-tablet, Zuschuss zum Führerschein, Prämie bei erfolgreichem Ausbildungsabschluss
- **Nachhaltige Mitarbeitergewinnung/-bindung:** Investition in die individuelle Weiterbildung der Mitarbeiter, Firmenhandy/-tablet, Beteiligung am Unternehmenserfolg, Maßnahmen zur Steigerung des Gemeinschaftsgefühls
- **Klare Arbeitsabläufe und Verantwortlichkeiten** für Effizienzsteigerung und mehr Zufriedenheit durch Erstellen eines Organigramms, Stellenbeschreibungen mit genauen Zuordnungen und Verantwortlichkeiten
- **Nachhaltig Qualität abliefern**
- **Einsatz von Software** zur Fernüberwachung, um z. B. Fahrten zu Baustellen zu reduzieren bei gleichbleibend hoher Qualität
- **Langfristige Kundenbeziehungen** anstelle von kurzfristigen Ertragsmaximierungen
- **Nachhaltige angemessene Preisgestaltung** zur Existenzsicherung des Unternehmens und damit der Arbeitsplätze
- **Weiterentwicklung des Betriebs:** Offenheit und ggf. Integration von Ideen aus dem Team

Soziales

- **Der inhabergeführte SHK-Betrieb als Familie:** Flache Hierarchien und echte Wertschätzung für den Einzelnen
- **Umgang auf Augenhöhe:** Der Mitarbeiter ist keine Nummer, sondern eine Persönlichkeit, mit der man respektvoll umgeht
- **Chancengleichheit:** Belegschaft mit vielfältigen Talenten und unterschiedlichen Biografien

- **Soziales Engagement in der Region** (z. B. Sponsoring, Ehrenamt)
- **Die Attraktivität des Berufsbilds darstellen** (Beste Zukunftsaussichten im klimarelevanten SHK-Handwerk, „Macher der Energiewende“)
- **Attraktiver Arbeitgeber:** Vertrauen der Mitarbeiter in die Geschäftsführung, Stolz auf das Tun, Freude an der Zusammenarbeit mit Kollegen

Die vorangegangenen Punkte zeigen klar auf, dass Nachhaltigkeit im SHK-Betrieb in vielerlei Dimensionen gelebt werden kann und es nicht nur die eine Vorgehensweise gibt.

Nachfolgend wird nun detaillierter auf einzelne Aspekte der vorgenannten Maßnahmen eingegangen.

3.1. Säule Ökologie

3.1.1. Fokussierung auf regenerative Heiztechnik

Um als nachhaltiger SHK-Betrieb auch authentisch wahrgenommen zu werden, bietet es sich an, selbst als „Vorbild“ zu fungieren und entsprechende Maßnahmen und Punkte nach außen hin zu kommunizieren. Hierbei geht es nicht um den „erhobenen Zeigefinger“, sondern vielmehr darum, marketingtechnisch authentisch zu berichten, wo der eigene Betrieb nachhaltig arbeitet.



Quelle: Pixabay

In diesem Sinne sollte ein entsprechendes Know-how im Bereich regenerative Heiz- und Energiesysteme aufgebaut und dieses auch offensiv beworben werden. Vor diesem Hintergrund empfiehlt sich die verstärkte Außendarstellung als Experte für nachhaltige regenerative Energiesysteme im regionalen Markt und die frühzeitige Besetzung dieses Geschäftsfeldes als regionaler Pionier.

Vor dem Hintergrund der aktuellen politischen Veränderungen in Sachen „Klimaschutz“ und der damit einhergehenden Verschiebungen der Heiztechnik in Richtung „Elektro“, sollten strategische Überlegungen dahingehend gemacht werden, wie zukünftig die Thematik im Unternehmen gehandhabt wird (z. B. Kooperation mit

Elektro-Betrieb, Einstellung eines Elektro-Meisters, Aufbau einer Elektroabteilung, usw.).

3.1.2. Ressourcenschonende Produkte und Dienstleistungen

Sowohl die Auswahl der Produkte als auch die angebotenen Dienstleistungen können nachhaltig für den Kunden umgesetzt werden.

Eine nachhaltige Produktauswahl im SHK-Betrieb kann beispielsweise in Form eines zeitlosen Designs realisiert werden, das sich weniger an aktuellen Trends orientiert und dem Kunden deshalb über Jahre gefällt. Ebenso können z. B. Produkte mit dem SHK-Qualitätszeichen verstärkt zum Einsatz kommen, welche sich u. a. durch lange Nachkaufgarantien und Ersatzteil-Services auszeichnen.

Im Dienstleistungsbereich gilt unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit ganz allgemein: Wenn möglich und wirtschaftlich vertretbar „Reparatur statt Austausch“. Auch hier sollte diese in vielen Betrieben gelebte „Selbstverständlichkeit“ künftig stärker in der Kundenkommunikation zum Ausdruck gebracht werden.

3.1.3. Umweltschonende Vertriebswege / nachhaltiger Fuhrpark

Hinsichtlich der Vertriebswege und des Fuhrparks (z.B. Firmen-Fuhrpark und Belieferung durch den Großhandel) bietet es sich an, Überlegungen anzustellen, wie dadurch möglichst wenig Emissionen ausgestoßen bzw. diese mit Verkehrsmitteln überwunden werden können, welche die Umwelt möglichst wenig belasten.



Quelle: Pixabay

Gerade im Zusammenhang mit der Belieferung durch den Großhandel können SHK-Betriebe zwar in vielen Fällen mehrmalige Lieferungen am Tag in Anspruch nehmen, jedoch stellt sich die Frage, ob eine einmalige tägliche Belieferung nicht ausreichend sein kann. Dies erfordert jedoch eine vorausschauende Planung im Bestellwesen.

Weiterhin sollte die eigene Kfz-Flotte nach und nach durch elektrisch betriebene Fahrzeuge ergänzt bzw. ausgetauscht werden. Die in diesem Zusammenhang benötigten Ladesäulen können auf dem Betriebsgelände installiert und idealerweise über Eigenstrom betrieben werden. In diesem Zusammenhang bietet sich für SHK-

Innungsbetriebe auch die konsequente Nutzung der diversen Sonderkonditionen beim Fahrzeugbezug über den Fachverband an.

3.1.4. Entsorgung und Recycling

In Deutschland sind inzwischen umfangreiche gesetzliche Regelungen hinsichtlich Entsorgung vorhanden. Insofern geht es hierbei zunächst einmal um die Einhaltung der bereits bestehenden Vorschriften.

In diesem Zusammenhang ist es sinnvoll, sich zudem über interne Möglichkeiten zur Abfallvermeidung, Wiederverwertung/-verwendung und -beseitigung Gedanken zu machen.

3.2. Säule Ökonomie

3.2.1 Langfristige Kundenbeziehungen, Kundenbindung

Vor allem Stammkunden geben Unternehmen eine große Überlebenssicherheit und eine hohe Planungssicherheit bei gleichzeitig rückläufiger Preissensibilität. Daher ist es vor allem unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit von Vorteil, sich verstärkt um die Bindung der Kunden an das Unternehmen zu bemühen. Der Fokus sollte hierbei auf den Aufbau langfristiger und belastbarer Kundenbeziehungen gelegt werden.



Quelle: Pixabay

Kundenbindung kann auf vielfältige Weise entstehen, beispielsweise durch die schnellere Bedienung oder indem man die Bequemlichkeit des Kunden unterstützt (Einsatz von Bad- und Heizungsrechnern, Online-Buchung von Beratungsterminen) oder bei technischen Produkten durch besondere Unterstützung und Support (telefonisch und ggf. vor Ort).

Daher empfiehlt es sich vor dem Hintergrund der Nachhaltigkeit, dass gerade Stammkunden eine „Sonderbehandlung“ anstelle von Neukunden bekommen (Beispiele: Übergabegeschenk im Rahmen des After-Sales-Service, bevorzugte

Behandlung für Wartungsvertragskunden, Treuebonus, kleine Aufmerksamkeiten im Kundendienst, Saisonale Aktionen, usw.) und sie dadurch in ihrer Entscheidung bestätigt werden, den richtigen SHK-Betrieb für ihre neue Heizung bzw. Bad oder den Serviceauftrag ausgesucht zu haben.

Nachhaltige Maßnahmen zur Kundenbindung zielen deshalb immer in Richtung Kundenzufriedenheit in Bezug auf Service, Qualität, persönlicher Beratung und Preis-Leistung. Hier gilt es bewusst als Ziel die „Verblüffung“ der Kunden anzustreben und nicht nur deren klassische Bedienung. Hilfreich sind hierzu sämtliche Maßnahmen und Aktionen, mit denen der Kunden nicht ohnehin rechnet, sondern die ihm positive „Überraschungsmomente“ bescheren.

3.2.2. Fachkompetenz und Sicherheit

Sicherheit und Langlebigkeit bei eingebauten Geräten und Produkten stellt u.a. ein maßgebliches Kriterium bei der Kaufentscheidung des auf Nachhaltigkeit bedachten Kunden dar. Dieser Punkt wird von SHK-Betrieben unabhängig von Vorschriften bereits tagtäglich umgesetzt. Im Rahmen der optimierten nachhaltigen Kundenkommunikation sollte die Thematik, sofern noch nicht geschehen, sowohl auf der Homepage als auch im Angebot, beispielsweise unter dem Stichwort „Optimal geschultes Personal mit entsprechender Fachkompetenz“ oder „Einhaltung von Sicherheitsstandards beim Gebrauch eines Produktes (TÜV, DVGW, ...)“, nochmals verdeutlicht werden. Hierdurch kann nachdrücklich die Fachkompetenz des Betriebs noch besser herausgestellt und dem zugrundeliegenden Sicherheitsbedürfnis entsprochen werden.

3.2.3. Nachhaltige angemessene Preisgestaltung

Es gibt den Fall, dass Preise bzw. Verrechnungssätze zu niedrig angesetzt werden, entweder aus Kalkül oder aus Unwissenheit. Kalkül, d.h. die bewusste Strategie, Aufträge durch einen kurzfristig unter der Preisuntergrenze angesetzten Verrechnungssatz zu bekommen (sog. „Dumpingpreise“), geht in der SHK-Branche jedoch in der Regel nicht auf.

Deshalb gehört es auch in die Verantwortung des SHK-Unternehmers dafür zu sorgen, dass die betriebswirtschaftliche Führung seines eigenen Unternehmens ebenfalls „nachhaltig“ erfolgt. Nur dann kann er langfristig am Markt bestehen und damit seiner Verantwortung als zuverlässiger und finanziell stabiler Arbeitgeber für seine Mitarbeiter gerecht werden.

An dieser Stelle sei gesagt: Kalkulation ist kein Hexenwerk. Es gibt spezielle [Kalkulationshilfen](#) und Seminare des Fachverbandes zu diesem Thema und auch eine für SHK-Betriebe individuelle und kostenfreie Betriebsberatung durch die betriebswirtschaftlichen Berater des Fachverbands.

Wichtig ist hierbei auch die interne Kommunikation der Kalkulationsansätze und Kostenstrukturen gegenüber den Mitarbeitern, damit diese insbesondere die

Diskrepanz zwischen Verrechnungssatz einerseits und Stundenlohn andererseits verstehen und im Zweifel auch gegenüber dem Kunden verargumentieren können.

3.2.4. Pauschalierung bei Aufträgen

Seitens der Kunden werden zunehmend Pauschalpreise gewünscht, um eine entsprechende Kalkulationssicherheit zu haben. In diesem Zusammenhang wird empfohlen, sowohl im Objekt- als auch im Kundendienstbereich wo irgend möglich mit Pauschalen zu arbeiten. Hierdurch kann die Preisgestaltung gegenüber dem Kunden als „fair“ kommuniziert werden, denn er weiß, was er bekommt und zu welchem Preis. Hierbei sollte auf den expliziten Ausweis von Stundenverrechnungssätzen im Angebot verzichtet werden und diese z. B. durch eine Montagepauschale ersetzt bzw. in einzelne Titelpositionen integriert werden.



Quelle: Pixabay

Betriebswirtschaftlich können bei der Pauschalierung im Regelfall eingeplante Sicherheits-Zeitpuffer generiert und somit die produktiven, d. h. dem Kunden verrechenbaren Stunden erhöht werden.

3.2.5. Nachhaltig Qualität abliefern

Wie kann man es schaffen, dass mit dem gesamten Team, das aus Mitarbeitern mit unterschiedlichen Qualifikationen und Erfahrungen besteht, gleichbleibende Qualität beim Kunden abgeliefert wird?

Hier zeigt sich immer wieder, dass es sich lohnt, die eigenen Abläufe (Kundendienst, Baustelle, Büro) genau anzuschauen, zu überprüfen und ggf. zu optimieren. Dies sollte idealerweise zusammen mit den Mitarbeitern erfolgen, indem gemeinsam Standard-Prozesse aufgestellt werden, nach denen alle Mitarbeiter zukünftig arbeiten.

Diese Beschreibung der typischen und alltäglich anfallenden Aufgaben mitsamt Ergebnis hilft einerseits dabei, den Mitarbeitern die Relevanz des Aufgabenschritts zu verdeutlichen (z. B. „Warum braucht das Büro diese Information?“), als auch neuen Mitarbeitern schnell einen Überblick zu geben, wie im Betrieb gearbeitet wird.

Darüber hinaus bestehen insbesondere durch die spezifische Beschäftigung der Mitarbeiter mit den konkreten Ablaufprozessen vielfach erhebliche Optimierungspotentiale in der konkreten Aufgabenerledigung und damit Effizienzvorteile für das gesamte Unternehmen.

3.3 Säule Soziales

3.3.1. Nachhaltige Mitarbeitergewinnung/-bindung

Die Werte junger Menschen haben sich in den letzten Jahren zunehmend in Richtung umweltbewusstes Verhalten entwickelt. Gleichzeitig bestehen die größten Ängste der jungen Generation in der Umweltverschmutzung und vor den Folgen des Klimawandels (Vgl.: Shell Jugendstudie 2019).

Betriebe, welche die entscheidende Rolle des SHK-Handwerks bei der aktuellen Energiewende aufzeigen und herausstellen, dass durch die Arbeit im SHK-Betrieb ein konkreter und unverzichtbarer Beitrag zur Energiewende und damit in Richtung positiver Beeinflussung des Klimawandels geleistet wird, nutzen aktiv die Möglichkeit potenzielle Mitarbeiter zielgruppengerecht anzusprechen und bestehende Mitarbeiter zu binden. Weitere Informationen finden Sie unter Punkt 3.3.4 „Die Attraktivität des Berufsbilds darstellen“.

3.3.2. Nachhaltig angelegte Ausbildung

Auch in der Ausbildung kann das Konzept „Nachhaltigkeit“ praktiziert werden. Nachhaltig ausbilden heißt, die Fachkräfte von morgen an den Betrieb zu binden. Hierbei gilt es proaktiv Wege und Karrieremöglichkeiten im SHK-Betrieb aufzuzeigen. Dadurch sieht der Auszubildende neben dem Sinn, den seine Arbeit stiftet, auch die Wertschätzung des Teams und die Perspektive, die der SHK-Unternehmer ihm bietet. Dies kann der Grundstein für eine langfristige angelegte Entwicklung für den Auszubildenden darstellen, sowohl persönlich als auch beruflich.

Die Ausbildungskampagne der SHK-Berufsorganisation „Zeit zu Starten“ greift das Thema im Rahmen neuer Videos in gelungener Art und Weise konkret auf und kann von den SHK-Mitgliedsbetrieben kostenfrei zur Ansprache künftiger Nachwuchskräfte genutzt werden (z. B. durch Einbindung in die eigene Firmenhomepage oder Social-Media-Kanäle). Nähergehende Informationen sowie der Link zum Video sind unter dem Punkt 3.3.4. „Attraktivität des Berufsbilds darstellen“ zu finden.

3.3.3. Flache Hierarchien und inhabergeführtes Unternehmen

Gerade inhabergeführte SHK-Betriebe haben besonders gute Voraussetzungen, den Aspekt „Wertschätzung“ und die Vermittlung einer sinnstiftenden Arbeit praktisch umzusetzen. Durch die in der Regel überschaubare Betriebsgröße und den oftmals unmittelbaren Kontakt zur Geschäftsführung bzw. zum Inhaber, kann der SHK-Betrieb - ähnlich wie bei einer Familie - den Mitarbeitern Zugehörigkeit und Wertschätzung vermitteln.

Dies kann mitunter nicht nur dem gesamten Betrieb helfen, sondern auch dem Einzelnen vermitteln „Wir sind ein Team und füreinander da“.

All dies funktioniert jedoch nur, wenn der Inhaber / die Geschäftsleitung den Fokus nicht ausschließlich bei sich selbst, sondern verstärkt bei den Mitarbeitern hat und authentisch vermittelt, bei Problemen und Herausforderungen der Mitarbeiter (eventuell auch privater Art) als Gesprächspartner bereitzustehen.

3.3.4. Die Attraktivität des Berufsbilds darstellen

Die Attraktivität des Berufsbildes darzustellen, fängt schon bei der Akquise an. Galt der Beruf des Anlagenmechanikers in der Vergangenheit in der Bevölkerung vielleicht zum Teil eher als weniger attraktiver Ausbildungsberuf, hat das **Image der gesamten SHK-Branche** durch die Diskussion um den **Klimaschutz** deutlichen **Auftrieb** bekommen. Deshalb kann heute gerade der Anlagenmechaniker selbstbewusst als „**Macher der Energiewende**“ bezeichnet werden. Dies gilt es weiterhin sowohl nach außen als auch gegenüber den eigenen Mitarbeitern regelmäßig zu kommunizieren.

Gerade jüngeren Mitarbeitern kann in diesem Zusammenhang schlüssig aufgezeigt werden, dass eine Ausbildung in der SHK-Branche der eigene persönliche Beitrag für eine nachhaltigere und klimafreundlichere Zukunft sein kann. Getreu dem Motto: „Nicht nur reden, sondern machen“.

Unterstützt werden kann das Vorgehen beispielsweise mithilfe der aktuellen ZVSHK-Nachwuchs-Werbespots sowie authentischer Karrierevideos, die von den eigenen Auszubildenden erstellt werden. Dadurch erreicht das Unternehmen nicht nur die unentbehrliche digitale Sichtbarkeit und Aufmerksamkeit bei der Zielgruppe, sondern kreiert gleichzeitig ein attraktives Arbeitgeberimage.

SHK-Betriebe sollten das Thema „Nachhaltigkeit“ gezielt für sich nutzen und die Macherinnen und Macher von morgen direkt damit ansprechen. Denn in der konkreten Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie übernimmt das heimische SHK-Handwerk einen entscheidenden Part.



Quelle: Zentralverband SHK

Die gemeinsame Nachwuchskampagne „Zeit zu starten“ des Zentralverbands SHK und seiner Landesverbände unterstützt die Innungsbetriebe bei der nachhaltigen Mitarbeitergewinnung. Die Kampagne richtet sich in erster Linie an Jugendliche und informiert über die vier Ausbildungsberufe im SHK-Handwerk. In dem neuen und modernen Look zeigt sich das SHK-Handwerk als zukunftsorientierter und attraktiver Arbeitgeber.

Informationen für die Zielgruppe sind unter www.zeitzustarten.de zu finden. Zudem wurde zur zielgruppengerechten Ansprache ein Kurz-Video gedreht, das unter <https://www.zeitzustarten.de/blog/details/wir-sind-relevant> zu finden ist.



Quelle: Zentralverband SHK

4. Checkliste für nachhaltige Unternehmensführung im SHK-Betrieb

Die in diesem Leitfaden angesprochenen Kriterien mit ihrer Zielsetzung und zugehörigen möglichen Maßnahmen werden übersichtlich in einer Checkliste zusammengeführt (siehe Anhang).

Unabhängig davon, ob sich Ihr Betrieb bereits „auf dem Weg“ befindet oder am Anfang steht: Die Checkliste wird Sie dabei unterstützen, das Thema „Nachhaltige Unternehmensführung“ Schritt für Schritt erfolgreich in die Praxis umzusetzen.

Obwohl die Checkliste umfassend ist, erhebt sie keinen Anspruch auf Vollständigkeit, da für jeden Betrieb teils eigene Rahmenbedingungen gelten. Die Liste dient jedoch

als grundlegende Basis, die an die eigenen Rahmenbedürfnisse individuell angepasst werden kann.

5. Status Quo und Ziele sind klar – was jetzt?

SHK-Unternehmer, die den Status Quo aufgenommen haben und sich Gedanken über mögliche Nachhaltigkeitsmaßnahmen gemacht haben, sind bereits einen großen Schritt weiter als viele ihrer Kollegenbetriebe.

Nun geht es jedoch weiter. Ein großer Teil der SHK-Betriebe handelt zwar bereits in vielfältiger Art und Weise „nachhaltig“, jedoch wird dieses Handeln oftmals nicht nach außen deutlich. Die positiven Wirkungen, die sich daraus ergeben können (z. B. attraktives Arbeitgeberimage, „Pionier“-Stellung im Markt) verpuffen jedoch nicht selten, weil die Maßnahmen nicht nach außen deutlich gemacht werden. Wie bekommt der Kunde also mit, dass der Betrieb aktiv nachhaltig unterwegs ist?

Im Rahmen der Corporate Identity, die eine klare und eindeutige Unternehmensidentität zum Ziel hat, ist es für jeden SHK-Betrieb zunehmend wichtig aufzuzeigen, wo das eigene Unternehmen Nachhaltigkeit konkret umsetzt.

Damit der Kunde diesen Aspekt tatsächlich wahrnimmt, ist es Aufgabe des SHK-Betriebs das nachhaltige Image für den Kunden sichtbar und erlebbar zu machen.

Hierbei ist insbesondere das eigene Verhalten ggf. diesem Image anzupassen und nach außen aktiv zu kommunizieren (beispielsweise über Berichterstattung in den regionalen Medien, auf der Firmen-Webseite und/oder Social Media). Hierbei kann als Grundsatz gelten: „Tue Gutes und rede darüber“.

Wer einen ersten Eindruck in Sachen CO₂-Fußabdruck für seinen Betrieb erhalten möchte, kann den „Quick Check“ aus dem Förderprojekt „Handwerk2025“ nutzen. Hierbei handelt es sich um einen CO₂-Rechner, bei dem der jährliche Energieverbrauch auf diverse Emissionsbereiche grafisch dargestellt wird. Den Quick-Check finden Sie unter <https://horizont-handwerk.de/nachhaltigkeit/quick-check/>.

Wer seine CO₂-Emissionen detaillierter erheben und mögliche Optimierungsmaßnahmen vornehmen möchte, kann die Klima-Ampel nutzen. Dadurch wird eine Bewertung der CO₂-Bilanz im „Ampelsystem“ (rot/gelb/grün) vorgenommen. Die Klima-Ampel und nähergehende Informationen finden Sie auf <https://horizont-handwerk.de/nachhaltigkeit/klima-ampel-fuer-das-handwerk-in-baden-wuerttemberg/>.

6. Zertifizierung zum nachhaltigen Betrieb – ja oder nein?

Zertifizierungen sollen Qualitätsstandards verbessern und absichern. Daher sind sie in manchen Bereichen sogar vorgeschrieben (Bsp. ISO 9001, usw.). Unabhängig davon, ob eine Zertifizierung obligatorisch oder freiwillig ist, hat diese in jedem Fall zwei verschiedene Wirkungsweisen. Zum einen eine Wirkung nach außen, indem diese z. B. marketingtechnisch verwendet werden kann. Zum anderen aber auch eine

innerbetriebliche Wirkung, indem z. B. betriebliche Prozesse hinterfragt und optimiert werden können. Von daher haben Zertifizierungen grundsätzlich ihre Daseinsberechtigung.

Eine Zertifizierung ist üblicherweise eine offizielle Bestätigung für den Betrieb sowie dessen Marktpartner und Kunden, dass bestimmte festgelegte Ziele erreicht bzw. erfüllt werden. Dies ist in aller Regel nur möglich, wenn Ziele verwendet werden, die messbar sind und deren Erreichung deshalb eindeutig gemessen werden kann. Ziele einer „Nachhaltigen Unternehmensführung“ können mitunter nicht immer messbar sein.



Quelle: Pixabay

Wer sich darüber hinaus noch stärker engagieren möchte und eine Zertifizierung anstrebt, hat die Auswahl an mehreren Weiterbildungs- und Zertifizierungsmöglichkeiten, wie z. B. eigenen Nachhaltigkeitsbericht erstellen nach den Kriterien der Global Reporting Initiative (GRI) oder des Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK), Klimacoach, uvm. Diese Maßnahmen sind jedoch teils mit sehr hohem Zeit- und Finanzmitteleinsatz verbunden. Daher sollte immer das Kosten-Nutzen-Verhältnis für das eigene Unternehmen überprüft werden.

Vielmehr bietet es sich an, die Zertifizierungs-Thematik möglichst pragmatisch zu handhaben. Wichtiger als die Zertifizierung ist es, überhaupt Maßnahmen in diese Richtung umzusetzen und nach außen zu kommunizieren.

Betriebe, die sich zertifizieren lassen möchten, profitieren ggf. davon, sich durch den Prozess der Zertifizierung, den Stellenwert der Thematik aktiv zu erhöhen und sich deshalb bewusst mit dem Thema auseinanderzusetzen. Getreu dem Motto „Der Weg ist das Ziel“ stellt die Zertifizierung dann lediglich das Siegel für dieses Vorgehen dar.

7. Praxisbeispiele für Nachhaltigkeit im SHK-Handwerk

SHK-Unternehmen sind vornehmlich bei der Umsetzung einer nachhaltigen Unternehmensführung und Übernahme von Verantwortung. In diesem Abschnitt werden deshalb einige konkrete Praxisbeispiele von Mitgliedsbetrieben als Impulsgeber für eigene betriebliche Aktivitäten aufgelistet.

Praxisbeispiele:

- Integration eines Reiters „Nachhaltigkeit“ auf der Firmenhomepage
- Bewerbung einer betriebsspezifischen „Klimaschutz-Strategie“ o.ä. (jeder SHK-Unternehmer kann dabei selbst auswählen, welche o.g. Kriterien er im eigenen Betrieb hierfür anwendet)
- Einführung einer Portopauschale für Kunden, die Unterlagen per Post zugeschickt bekommen möchten oder „Belohnung“ für Kunden, die bereit sind auf elektronische Kommunikation umzustellen
- nachhaltige Reinigungsmittel, Duschcreme, etc. als Kundenpräsent bei größeren Aufträgen
- Einsatz von elektrisch betriebenen Transportern
- Kostenübernahme der Ladesäule bei Mitarbeitern
- Ökologisch angebautes Obst im Betrieb für die Mitarbeiter
- Wärme- und Stromversorgung des Firmengebäudes durch Nutzung regenerativer Energiesysteme
- Einsatz von LED-Leuchten im Betrieb anstelle konventioneller Beleuchtungstechnik
- Angebotsbesprechung im Betrieb anstelle unpersönlicher Versendung
- Auswahl hochwertiger und langlebiger Materialien sowie Markenprodukte
- Kompensation für unvermeidbare CO₂-Emissionen z. B. durch Teilnahme an Klimaschutzprojekten, wie Regenwaldaufforstung bzw. Kompensationszahlungen usw.

Für nähergehende Informationen zu den Beispielen sprechen Sie die betriebswirtschaftlichen Berater des Fachverbands gerne an.

8. Fazit

Es liegt auf der Hand, dass Nachhaltigkeit auch im SHK-Handwerk zukünftig deutlich an Relevanz zunehmen wird. Kunden und (potentielle) Mitarbeiter achten bei der Entscheidung der Auftragsvergabe und bei der Wahl des Arbeitgebers mehr und mehr auf Unternehmen, die sie als nachhaltig wahrnehmen.

Nachhaltigkeit im Rahmen der strategischen Unternehmensführung und -kommunikation konkret umzusetzen und aufzuzeigen, kann positiven Einfluss auf die Personalbindung, das Marketing und die langfristige Auftragssicherung haben. Dies

gilt es in Zukunft proaktiv zu nutzen, um so auf den sich verändernden Märkten nicht nur zu reagieren, sondern diese aktiv zu gestalten.

Der vorliegende Leitfaden bietet deshalb eine Orientierungshilfe und dient zudem als Ideengeber für konkrete weitere betriebliche Schritte im SHK-Betrieb.

Darüber hinaus stehen die Berater des betriebswirtschaftlichen Referats für individuelle Fragen und Hilfestellungen auf dem Weg zu einer nachhaltigen Unternehmensstrategie gerne zur Verfügung.

Viel Erfolg bei der konkreten Umsetzung Ihrer Nachhaltigkeitsstrategie wünscht Ihnen

Ihr Fachverband SHK Baden-Württemberg

30.03.2023 rs/oe

https://fvshkbw.sharepoint.com/sites/Dateiablage/Freigegebene_Dokumente/D_068_Betriebswirtschaft/68.44_Nachhaltigkeit/2023-03-30_rs_Rahmenleitfaden_Nachhaltige_Unternehmensfuehrung_im_SHK-Betrieb.docx

Anhang

Anhang 1 **Checkliste für nachhaltige Unternehmensführung im SHK-Betrieb**

Anhang 2 **Beratungsgutschein**

Anhang 3 **Linksammlung zu weitergehenden Informationen**

Anhang 1: Checkliste für nachhaltige Unternehmensführung im SHK-Betrieb

Kriterien	Zielsetzung	Maßnahmen	Grad der Umsetzung		
			noch nicht umgesetzt	zum Teil umgesetzt	voll umgesetzt
Ökonomie					
Nachhaltig angelegte Ausbildung	Abbrecherquote senken, Fachkräfte von morgen an den Betrieb binden	Ausbildung als eigener Beitrag zu einer klimafreundlicheren Umwelt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Facettenreichtum der Ausbildung vermitteln	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Entwicklungsmöglichkeiten im Betrieb nach der Ausbildung aufzeigen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Zuschuss zum Führerschein	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Prämie bei erfolgreichem Ausbildungsabschluss	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		(E-)Auto zur Nutzung aller Auszubildenden anbieten („Carsharing“ mit eigener Organisation unter den Auszubildenden)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kriterien	Zielsetzung	Maßnahmen	Grad der Umsetzung		
			noch nicht umgesetzt	zum Teil umgesetzt	voll umgesetzt
Ökonomie					
Mitarbeiterbindung	Unternehmen als Familie, in der der Mitarbeiter keine Nummer ist, Aufbau eines Gemeinschaftsgefühls Klare Arbeitsabläufe und Verantwortlichkeiten	Flache Hierarchien	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Umgang auf Augenhöhe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Wertschätzende Kommunikation gegenüber allen Mitarbeitern	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Verantwortung auf Mitarbeiter übertragen (wo es möglich ist)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Bei Problemen (evtl. auch privaten) für die Mitarbeiter ansprechbar sein	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Firmenhandy/-tablet, Zuschuss zum Führerschein	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Mitarbeiterbeteiligung am Erfolg (Prämien, usw.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Anforderungsprofile und Stellenbeschreibungen erstellen und anwenden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Alternative Arbeitszeitmodelle (z. B. Home Office / 4-Tage-Woche) zur besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kriterien	Zielsetzung	Maßnahmen	Grad der Umsetzung		
			noch nicht umgesetzt	zum Teil umgesetzt	voll umgesetzt
Ökonomie					
Weiterbildung	Langfristig angelegte Entwicklungsmöglichkeiten im Betrieb	Weiterbildungsangebot für Mitarbeiter (z. B. Betriebswirt des Handwerks, KD-Techniker, Meister)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Optimal geschulte Mitarbeiter	Qualifizierungsplan für die Mitarbeiter (regelmäßige Schulungen)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Preisgestaltung	Nachhaltige angemessene Preisgestaltung, welche die Unternehmenszukunft sichert	Verrechnungssätze mindestens jährlich prüfen bzw. anpassen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Orientierung nicht am Markt, sondern an den betrieblichen Kosten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Verstärkte Pauschalierung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nachhaltiges Geschäftsmodell	Weiterentwicklung des Betriebs	Vision für das Unternehmen aufstellen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Offenheit und ggf. Integration von Ideen aus dem Team (betriebliches Vorschlagswesen)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kriterien	Zielsetzung	Maßnahmen	Grad der Umsetzung		
Ökonomie			noch nicht umgesetzt	zum Teil umgesetzt	voll umgesetzt
Langfristige Kundenbeziehungen, Kundenbindung	Anzahl der Stammkunden steigern	Zahl der Wartungsvertragskunden erhöhen Treuebonus für Stammkunden Bonussystem im Wartungsbereich	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
Ökologie			noch nicht umgesetzt	zum Teil umgesetzt	voll umgesetzt
Nachhaltiges Geschäftsmodell	Technische Entwicklung im Sinne der Nachhaltigkeit nutzen	Know-how im Bereich regenerative Heizsysteme durch Weiterbildung aufbauen Regenerative Heizsysteme verstärkt ins Leistungssortiment aufnehmen	<input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/>

Kriterien	Zielsetzung	Maßnahmen	Grad der Umsetzung		
			noch nicht umgesetzt	zum Teil umgesetzt	voll umgesetzt
Ökologie					
Nachhaltiges Geschäftsmodell	Nachhaltige Produktauswahl, Nachhaltige Dienstleistungen	Ressourcenschonende Produkte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Qualitätsprodukte, die für Langlebigkeit stehen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Zeitloses Design	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Produkte mit langer Ersatzteil- und Nachkaufgarantie bevorzugen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Produktauswahl, die bei lebensverändernden Umständen angepasst werden kann	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Berücksichtigung von künftigen Hilfsmitteln im Bad bereits in der Planungsphase	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Mehr Reparatur statt Austausch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Service und Erreichbarkeit auch nach Einbau (z. B. Notdienst)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Angebot von Fernüberwachung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Angebot von Contracting	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kriterien	Zielsetzung	Maßnahmen	Grad der Umsetzung		
			noch nicht umgesetzt	zum Teil umgesetzt	voll umgesetzt
Ökologie					
Regenerative Energien	Verstärkter Fokus auf Einbau regenerativer Energiesysteme bzw. komplette Umstellung	Integration von Elektrokompetenz im Betrieb oder Kooperation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Belieferung durch den Großhandel	Emissionen reduzieren	Belieferung maximal 1x täglich statt mehrmaliger Belieferung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nachhaltiger Fuhrpark	Emissionen reduzieren	Umstellung auf Elektro-Fuhrpark und Ladesäulen (auch für Mitarbeiter und Kunden)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Einsatz von Software zur Fernüberwachung, um z. B. Fahrten zu Baustellen zu reduzieren	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Entsorgung, Recycling	Einhaltung gesetzlicher Vorschriften	Maßnahmen zur Abfallvermeidung, Wiederverwertung/-verwendung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kriterien	Zielsetzung	Maßnahmen	Grad der Umsetzung		
			noch nicht umgesetzt	zum Teil umgesetzt	voll umgesetzt
Soziales					
Attraktive Arbeitgebermarke	Vertrauen der Mitarbeiter in die Geschäftsführung, Stolz auf das Tun, Freude an der Zusammenarbeit mit Kollegen	Betriebsausflüge Mitarbeitererevents Erstellung eines Leitbilds/Vision - Wofür steht der Betrieb? - Wohin soll die „Reise“ gehen?	○ ○ ○	○ ○ ○	○ ○ ○
Chancengleichheit	Belegschaft mit vielfältigen Talenten und unterschiedlichen Biografien	Team bestehend aus Personen, die „können und wollen“ unabhängig vom biografischen oder ethnischen Hintergrund	○	○	○
Soziales, gesellschaftliches Engagement in der Region	In der Region bekannt und positiv bezüglich Engagement wahrgenommen werden	Beteiligung bei Messen und Stadtfesten z.B. durch Stand, Sponsoring Engagement im ehrenamtlichen Bereich (Vereine, Gemeinde, ...)	○ ○	○ ○	○ ○

Anhang 2: Beratungsgutschein

BETRIEBSWIRTSCHAFTLICHE BERATUNG

WO STEHT MEIN BETRIEB? GIBT ES SCHWACHSTELLEN?
WO SIND WIR BESSER?



Der Fachverband SHK Baden-Württemberg bietet seinen Mitgliedsbetrieben exklusiv eine **kostenfreie** betriebswirtschaftliche Beratung an. Folgende Themenbereiche können ausgewählt werden (bitte ankreuzen):

	Kostenrechnung Betriebsspezifische Kalkulationswerte Schnelle Nachkalkulation Mögliche Einsparpotentiale		Kundendienst Was kann wie weiterberechnet werden? Abrechnungsmodelle Wartungsverträge
	Betriebsorganisation Auftragsdurchlauf im Unternehmen Einsatzplanung der Mitarbeiter Schwachstellenanalyse		Verhalten am Markt Marketing Marktsegmente Maßnahmen zur Kundenbindung
	Betriebsübergabe Ermittlung des Unternehmenswertes Übergabemöglichkeiten		Digitalisierung im SHK-Betrieb Welche Chancen, welche Möglichkeiten? EDV-Auswahl Internetauftritt
	Finanzielle Probleme Hilfen auf dem Weg aus finanziellen Engpässen		Nachhaltige Unternehmensausrichtung Nachhaltige Mitarbeitergewinnung Kundenbindung Ökologische Maßnahmen
	Aktuelle Herausforderungen Umgang mit der Auftragsflut Materialverfügbarkeit/ Preisentwicklung		Spezielle Fragen Bitte Fragen erläutern

Ja, ich möchte eine kostenfreie betriebswirtschaftliche Beratung durch den Fachverband SHK Baden-Württemberg in Anspruch nehmen




Firma/Anschrift/
Mitglieds-Nr.: _____

Ansprechpartner: _____

Telefon/E-Mail: _____

Zurück an:  betriebswirtschaft@fvshkbw.de

 Fax 0711 / 46 10 60 17

Anhang 3: Linksammlung weitergehende Informationen

1. „Quick-Check“ von Horizont Handwerk:

<https://horizont-handwerk.de/nachhaltigkeit/quick-check/>

2. „Klima-Ampel“ von Horizont Handwerk:

<https://horizont-handwerk.de/nachhaltigkeit/klima-ampel-fuer-das-handwerk-in-baden-wuerttemberg/>

3. Website des Ministeriums für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft Baden-Württemberg:

<https://www.nachhaltigkeitsstrategie.de/>

4. Der Zentralverband des deutschen Handwerks (ZDH) bietet eine Broschüre an zum Thema „Das Handwerk als Nachhaltigkeitsmotor“ inkl. Selbsttest

<https://www.zdh.de/themen-und-positionen/nachhaltigkeit/selbstcheck-nachhaltigkeit-fuer-betriebe/>

5. Die Zentralstelle für Weiterbildung (ZWH) bietet einen Leitfaden zur Nachhaltigkeitsberichterstattung auf Grundlage der Kriterien des Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) an

<https://zwh.de/nachhaltigkeits-leitfaden/>

6. Aktuelle Nachwuchskampagne „Zeit zu Starten“ des Zentralverbands SHK zusammen mit dem FV

www.zeitzustrarten.de

Kurz-Video unter <https://www.zeitzustrarten.de/blog/details/wir-sind-relevant>