



Quelle: Pixabay – geralt

E-Marken-Qualitätsbündnis der E-Handwerke

Mit Compleo, homeway und TechniSat weiterhin auf Wachstumskurs

Für das Qualitätsbündnis der Elektrohandwerke steht 2022 ganz im Zeichen der Expansion. Denn direkt zum Jahresauftakt konnten drei neue E-Marken-Partner begrüßt werden: Compleo Charging Solutions, homeway und TechniSat. Die Zahl der E-Marken-Partner steigt damit auf 70.

wirtschaft, Betreiber von Ladestationen, rund 150 Energieversorger und Stadtwerke sowie eine wachsende Zahl von kleinen und mittelständischen Unternehmen, darunter auch Autohäuser.

Das Portfolio von Compleo, unter anderem AC- und DC-Ladesäulen sowie

Wallboxen, wird kontinuierlich an die wachsenden Anforderungen der Nutzer angepasst. Der wachstumsstarke E-Mobilitäts-Spezialist beschäftigt mehr als 400 Mitarbeiter und setzt bei seinen Produkten und Services konsequent auf Innovation, Sicherheit, Verbraucherefreundlichkeit und Wirtschaftlichkeit. Für Partner im Elektrohandwerk hat Compleo eine eigene Plattform mit Online-Shop geschaffen, über die Ladesäulen oder Wallboxen frei konfiguriert und online geordert werden können.

»Wir schaffen mit Produkten, Software und Wissenstransfer die besten Bedingungen für Elektrofachpartner, um der wichtigen Rolle der Elektrohandwerke beim Ausbau der Ladeinfrastruktur vollkommen gerecht zu werden. Als unsere Partner vor Ort garantieren sie optimale Installation, perfekten Service und sicheren Betrieb von Ladestationen, damit E-Mobilität nachhaltig wachsen kann«, fasst **Compleo-Vorstand Georg Griesemann** zusammen. ▶



Compleo: Ladelösungen

2009 gegründet, hat sich die Compleo Charging Solutions AG als Komplettanbieter für Ladetechnologien für Elektrofahrzeuge am Markt etabliert. Das in Dortmund ansässige, europaweit tätige Unternehmen unterstützt seine Geschäftskunden mit Ladetechnologien sowie -stationen, dem Back-End und den zugehörigen Services rund um die Ladeinfrastruktur. Zu den Kunden von Compleo gehören Großkonzerne mit ihren spezifischen Anforderungen an E-Mobilität, Unternehmen der Immobilien-

Die E-Marken-Partner



Das 2008 ins Leben gerufene Qualitätsbündnis der E-Marken-Partner umfasst Unternehmen aus Industrie,

Großhandel und Versicherungswirtschaft. Auf Seiten der Elektrohandwerke nutzen mehr als 8.700 Innungsfachbetriebe die Qualitätsmarke als Aushängeschild. Sie verpflichtet zur Einhaltung bestimmter Qualitätsstandards sowie zur regelmäßigen Teilnahme an Weiterbildungsmaßnahmen. Die E-Marke ist sogar grenzüberschreitend erfolgreich: Auch in Österreich und Südtirol werden damit Betriebe ausgezeichnet, die sich den hohen Qualitätsstandards verpflichtet fühlen.



homeway

Netz-Spezialist homeway

Die homeway GmbH startete 2002 mit dem weltweit ersten Heimverkabelungssystem und hat sich in den vergangenen 20 Jahren zum Spezialisten für Multimedia-Inhausnetze entwickelt. Dabei profitiert der Netz-Spezialist von der zunehmenden digitalen Vernetzung und der Tatsache, dass leistungsfähige Heimnetzwerke, ein problemloser Datentransfer und höchste Datensicherheit über die Zukunftsfähigkeit und den Wert von Immobilien entscheiden.

Das Unternehmen aus dem bayerischen Neustadt bei Coburg arbeitet eng mit Fertighausherstellern und Bauträgern zusammen und stattet Neubauten mit leistungsfähigen Inhausnetzen aus. Mehr als 600.000 Wohneinheiten in Deutschland, Österreich und der Schweiz verfügen bereits über Heimverkabelungssysteme aus dem Hause homeway.

Das Angebot umfasst universelle Lösungen für die Netzebenen 4, 5 und 6 sowie modulare Systeme, die den Nutzern größtmögliche Flexibilität ermöglichen. Um die Produktqualität zu erweitern, arbeitet homeway eng mit dem E-Handwerk, Investoren, Bauherren, Fachplanern und Architekten zusammen.

»Unser Ziel ist es, gemeinsam mit dem Elektrohandwerk als Partner jede Wohnimmobilie mit einem leistungsfähigen Inhausnetz fit für die Zukunft zu machen«, betont **homeway-Vertriebsleiter Andreas Bätz-Hammer**.

nik. Zum Portfolio gehören Fernseher, Digitalradios und Smart-Home-Produkte.

Mit über 1.300 Mitarbeitern und insgesamt acht Standorten, fünf davon in Deutschland, setzt TechniSat – ein Unternehmen der Technorama Holding GmbH – auf eine sehr hohe Fertigungstiefe sowie auf ein umfassendes Serviceprogramm. Seit 2021 ist TechniSat auch im Bereich E-Mobilität aktiv. Das Unternehmen entwickelt und produziert innovative Wallboxen »Made in Germany« mit starken Features sowie praktisches Zubehör für die Schwesterfirma TechniVolt GmbH.

Das E-Mobility-Unternehmen TechniVolt leistet mit innovativen Wallboxen und Ladeservices einen Beitrag zu mehr Elektromobilität und Nachhaltigkeit. TechniVolt-Lade-

»Besonders erfreulich ist, dass wir auch immer mehr Unternehmen begrüßen können, die – wie unsere drei neuen E-Marken-Partner – neuen Geschäftsbereichen wie zum Beispiel der E-Mobilität zuzurechnen sind.«

Lothar Hellmann, ZVEH-Präsident

stationen, die in Zusammenarbeit mit TechniSat entwickelt und vertrieben werden, bieten nützliche Komfortfunktionen wie zum Beispiel ein dynamisches Lastmanagement oder das integrierte 4G-Modul. Alle Modelle sind für den privaten Gebrauch konzipiert. Dank eines integrierten Zählers



Quelle: Pixabay – geralt

Das Qualitätsbündnis der E-Handwerke ist auf Wachstumskurs: Mit den Neuzugängen kommt es auf mittlerweile 70 Partner.

sind ausgewählte Ladestationen zusätzlich für den Ausbau der Ladeinfrastruktur im halböffentlichen Bereich geeignet. TechniVolt-Wallboxen sind KfW-förderfähig, einfach bedienbar und erfüllen höchste Qualitätsansprüche.

»Durch die Partnerschaft mit dem ZVEH sehen wir uns für die zukünftigen Herausforderungen im Bereich Elektronik und E-Mobilität bestens aufgestellt. Der Markt verändert sich ständig. Durch die Zusammenarbeit mit der elektrohandwerklichen Organisation können wir auf langjährige Erfahrungswerte und enormes Fachwissen zurückgreifen, die wir in innovative Produkte und Weiterentwicklungen einfließen lassen können. Das kommt uns als Unternehmen, natürlich aber auch unseren Kunden zugute«, so **Stefan Kön, Geschäftsführer der TechniSat Digital GmbH und TechniVolt GmbH**.

TechniSat



TechniSat: umfangreiches Angebot

Die TechniSat Digital GmbH wurde 1987 von Peter Lepper mit dem Ziel gegründet, hochwertige Satellitenempfangstechnik für Endverbraucher anzubieten. Heute ist TechniSat einer der führenden deutschen Hersteller von Produkten der Unterhaltungselektro-

Light + Building: neuer Termin im Herbst 2022

Nachdem der vorgesehene Termin für die Light + Building im März 2022 sehr zum Bedauern der E-Handwerke aufgrund des zu erwartenden Anstiegs der Infektionszahlen durch die Corona-Variante »Omikron« abgesagt worden war, steht nun ein neuer Termin für die Weltleitmesse fest. Diese wird noch in diesem Jahr stattfinden – in der Zeit vom 2. bis 6. Oktober 2022 und daher einmalig unter dem Titel »Autumn Edition«.

Neben den E-Handwerken, bei denen die Vorbereitungen für den wichtigsten Branchenevent bereits auf Hochtouren liefen, hatten sich auch

wesentliche Teile der Industrie dafür ausgesprochen, die Messe als bedeutende internationale Plattform für Licht und Gebäudetechnik noch in diesem Jahr stattfinden zu lassen, um so nach vierjähriger Pause einen Neustart nach der Pandemie zu ermöglichen. Der neue Termin trägt dem Rechnung.

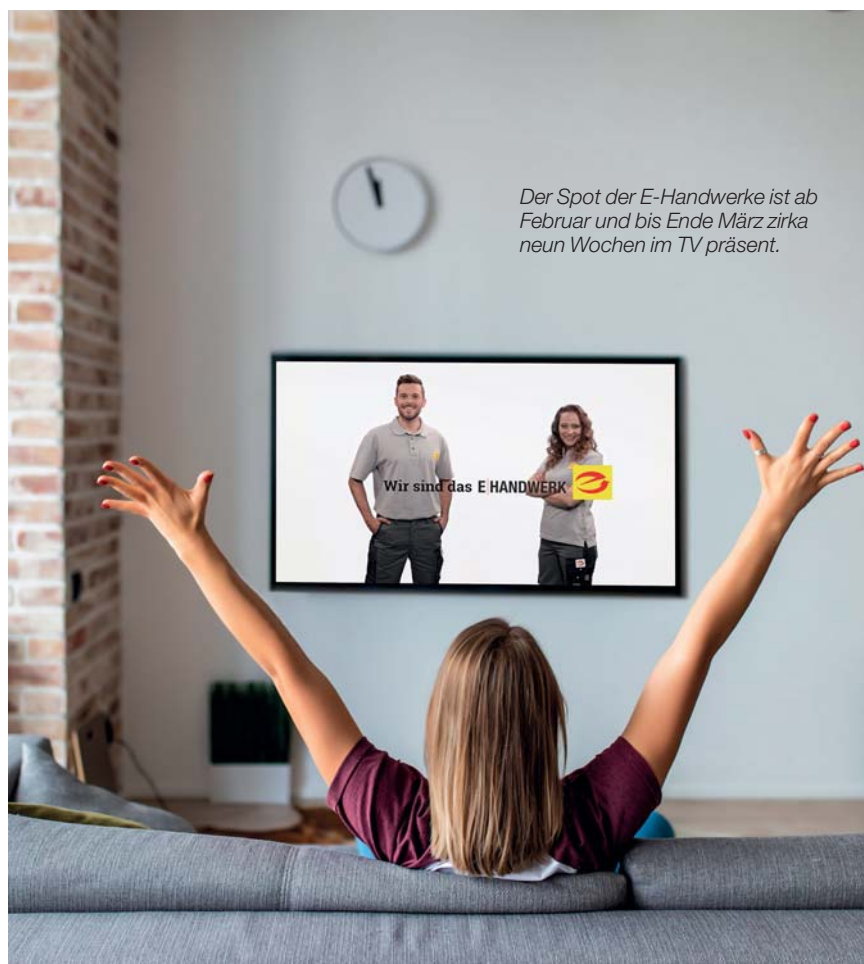
Die Light + Building 2022 findet vom 2. bis zum 6. Oktober 2022 statt.

light+building



Imagekampagne der E-Handwerke

Ab 1. Februar wieder zur Prime Time im TV zu sehen



Der Spot der E-Handwerke ist ab Februar und bis Ende März zirka neun Wochen im TV präsent.

Was ist Addressable TV?

Unter Addressable TV (ATV) versteht man das zielgruppenspezifische Ausstrahlen von Werbung. Zuschauern, die der gewünschten Zielgruppe angehören, wird dann während der Werbezeit ein ausgewählter Clip angezeigt. Wer nicht zur Zielgruppe gehört, sieht in dieser Zeit einen anderen Spot. Die Werbung wird dabei in ein passendes Sendeumfeld eingebettet und zu einer Zeit gesendet, in der die Zielgruppe mit hoher Wahrscheinlichkeit erreicht wird. Und: Jeder Zuschauer bekommt den Spot maximal zweimal zu sehen. Auf diese Weise wird sichergestellt, dass der Film eine möglichst hohe Reichweite hat und viele Menschen aus der ausgewählten Zielgruppe erreicht.

Für Streamer: Connected TV

Connected TV (CTV) ist ein Streaming-Angebot, das Samsung TV Plus, aber auch die Streamingdienste von Smartstream.tv, Rakuten TV, Netzkino, Pluto TV und Zattoo zur Verfügung stellen und das sich vor allem an jüngere Zuschauer richtet, die fast kein lineares Fernsehen mehr konsumieren. Die Reichweite von CTV, das beispielsweise auch über Spielekonsolen nutzbar ist, liegt hierzulande insgesamt bei rund 21 Millionen Geräten.

Quelle: Shutterstock – FB Studio / ArGe Medien im ZVEH

Bereits im Oktober und November 2021 war ein kurzer Spot aus dem Imagefilm zur neuen Kampagne »Das ‚E‘ macht die Zukunft.« im Fernsehen zu sehen. Nun wird nachgelegt. Ab dem 1. Februar und bis zum 31. März 2022 wird der Spot, der die Themen »Nachhaltigkeit« und »Digitalisierung« beziehungsweise die Bedeutung der E-Handwerke für diese wichtigen Zukunftsthemen in den Mittelpunkt stellt, im Rahmen eines zweiten Flights im sogenannten Addressable TV (ADTV) sowie im Connected TV (CTV) ausgespielt.

Beide Formate sind ganz auf smarte, internet-fähige TV-Geräte zugeschnitten, die mittlerweile in 50 Prozent der deutschen Haushalte zu finden sind. Die Ausstrahlung des Spots erfolgt unter anderem

auf den beliebten Kanälen SAT.1, SAT.1 GOLD, ProSieben, Kabel Eins, ProSieben MAXX, sixx, Joyn und Kabel Eins Doku sowie RTL, RTLZWEI, VOX, VOXup, NITRO, RTL+ und ntv.

Direkte Zielgruppenansprache

Für ADTV und CTV spricht, dass sich die für die E-Handwerke interessanten Zielgruppen – Immobilieneigentümer als potentielle Kunden sowie Haushalte mit Kindern im Alter von 14 bis 19 Jahren als potentielle Interessenten für eine elektrohandwerkliche Ausbildung – hier im Gegensatz zu klassischer TV-Werbung gezielt ansprechen lassen. Streuverluste, bei klassischer Werbung häufig groß, werden vermieden.

Während des ersten Flights – in der Zeit vom 1. Oktober bis 30. November 2021 –

wurde der Spot unter anderem in den Werbeunterbrechungen so beliebter Prime-Time-TV-Formate und -Serien wie »The Voice«, »Two and a Half Men«, »The Big Bang Theory« oder auch »Fixer Upper – umbauen, einrichten, einziehen« gesendet. Mit einer sehenswerten Bilanz: Insgesamt wurden auf diese Weise fast 7,3 Millionen Videos ausgespielt. Die Durchsehrraten der Videos lagen bei über 90 Prozent – ein sehr guter Wert!

Wie profitieren Innungsbetriebe?

Innungsbetriebe können auch den zweiten Flight der Internet-TV-Kampagne nutzen, um in dieser Zeit ihre Kunden mit eigener Werbung darauf aufmerksam zu machen, dass sie der Qualitätsgemeinschaft der E-Handwerke angehören. ■



Quelle: Shutterstock – gutefix7 / ArGe Medien im ZVEH

Förderprogramm für private Ladeinfrastruktur Bilanz kann sich sehen lassen

Ende November 2020 wurde das Förderprogramm »Ladestationen für Elektroautos – Wohngebäude« über die Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) gestartet. Im Herbst vergangenen Jahres lief es offiziell aus: Die letzten Förderanträge wurden am 26. Oktober 2021 genehmigt.

Das Förderprogramm war auf so großes Interesse gestoßen, dass die Nachfrage das geplante Fördervolumen bereits kurz nach dem Start überstieg. Die Fördersumme – ursprünglich waren 200 Millionen geplant – wurde daher gleich mehrfach aufgestockt, am Ende auf insgesamt 800 Millionen Euro.

Die Nationale Leitstelle Ladeinfrastruktur, die Ende 2021 die Daten der Kreditanstalt für Wiederaufbau ausgewertet hat, zog nun ein mehr als positives Fazit. So wurden in 99,6 Prozent der mehr als 8.000 Postleitzahl-Gebiete des Landes Anträge bewilligt. Das zeigt: Das Programm hat dazu beigetragen, dass über alle Regionen Deutschlands hinweg Ladeinfrastruktur installiert wurde.

Aktuell sind bereits rund 200.000 der etwa 900.000 geförderten privaten Ladepunkte in Betrieb. Das entspricht mehr als 22 Prozent. Mit rund 70 Prozent entstand der überwiegende Teil der neuen Ladepunkte bei Einfamilienhäusern.

Bei rund 66 Prozent der geförderten privaten Ladepunkte war keine Ertüchtigung des Haushaltsstromanschlusses nötig, um die Ladestation anzuschließen. Erfreulich: Fast 40 Prozent der geförderten Ladepunkte speisen Strom aus einer eigenen Photovoltaik-Anlage in die Ladestation. Fast ein Fünftel der Ladepunkte nutzt für die Stromversorgung bereits einen eigenen Batteriespeicher.

Informationen über weitere Förderprogramme für Ladeinfrastruktur finden Sie hier: www.nationale-leitstelle.de/foerdern

Broschüre »Sicheres Laden von Elektrofahrzeugen in Garagen«

Wer sich ein E-Fahrzeug anschafft, braucht eine zuverlässige und nutzerorientierte Ladeinfrastruktur. Da 80 Prozent der Ladevorgänge zuhause oder während der Arbeit erfolgen, haben die E-Handwerke nun, zusammen mit der Automobilindustrie, der Versicherungswirtschaft und dem ADAC eine Broschüre mit Empfehlungen zum Laden in Garagen entwickelt. Dazu zählt

auch der Hinweis, Ladeinfrastruktur immer von einer qualifizierten Elektrofachkraft installieren, vor Inbetriebnahme prüfen und regelmäßig warten zu lassen.

Die Broschüre kann für die Kundenberatung genutzt werden und ist hier abrufbar: www.zveh.de/maerkte-themen/technik-und-normung/elektromobilitaet

