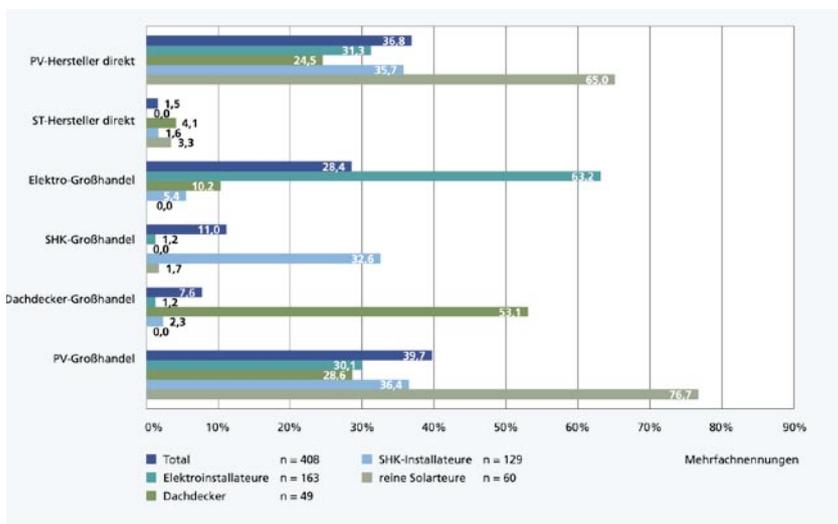


Brandaktuelle Studie „Der deutsche Photovoltaikmarkt 2006/07“

# Auch in Zukunft ein starkes Wachstumsfeld

ANFANG DES JAHRES 2006 befragte der Europressedienst rund 1600 Installationsbetriebe aus den Gewerken Elektrohandwerk, SHK, Dachdecker und Solar, die nachhaltige Erfahrung im Bereich Photovoltaik haben. Die Erhebung sollte zuverlässige Aussagen über die Markt- und Preisentwicklung sicherstellen.



Frage: Wo beziehen Sie Ihre PV-Module, Wechselrichter und Montagegestelle?

Durch die gute Rücklaufquote von über 25 Prozent sowie der insgesamt installierten Leistung der Befragten von über 100 MWp können die Aussagen der Installateure für den Gesamtmarkt als repräsentativ angesehen werden.

## Photovoltaik sichert Arbeitsplätze

Im Vergleich zu den Vorjahren zeigt sich, dass neben reinen Solar- und Elektroinstallateuren auch zunehmend SHK- und Dachdeckerbetriebe nachhaltig im Photovoltaikmarkt tätig sind. Die Prognose aus dem Jahr 2005, dass in den Betrieben durch Photovoltaik neue Arbeitsplätze geschaffen werden, hat sich bestätigt. Auch 2006 werden im Handwerk weitere neue Stellen entstehen.

Zusätzlich sichert die Photovoltaik inzwischen auch andere Arbeitsplätze aus den Kerngeschäftsfeldern der Betriebe ab. Jedes Unternehmen hat im Durchschnitt mindestens einen Mitarbeiter mit Kompetenz im Solarstrom-

bereich. Das wirkt sich positiv auf die Gewinnung von Neukunden sowie auf die Qualität der Beratung aus.

Neben Kleinanlagen werden inzwischen deutlich mehr mittlere Anlagen mit einer Größe von bis zu 100 kWp installiert. In diesem Bereich wird von den Betrieben auch in Zukunft ein starkes Wachstumsfeld gesehen. Die Großfläche spielt, entgegen vieler Aussagen von Kritikern, kaum eine Rolle. Bestandsbauten bilden die wichtigsten Installationspunkte. Erkennbar ist eine deutlich stärkere Diversifizierung bei den einzelnen Gebäudetypen, was für eine unterschiedliche Ansprache der Kundengruppen spricht.

## Viele Lieferanten

Der große Nachfrageüberhang im Photovoltaikmarkt 2005 hat in der Beschaffungskette seine Spuren hinterlassen. Während in den letzten Jahren der dreistufige Vertrieb über Her-

steller, Großhändler bzw. Systemintegratoren zum Installateur klar dominierte, zeigt die aktuelle Untersuchung ein verändertes Bild. Deutlich mehr Unternehmen kaufen direkt bei den Herstellern ein. Das wurde von diesen bislang bestritten.

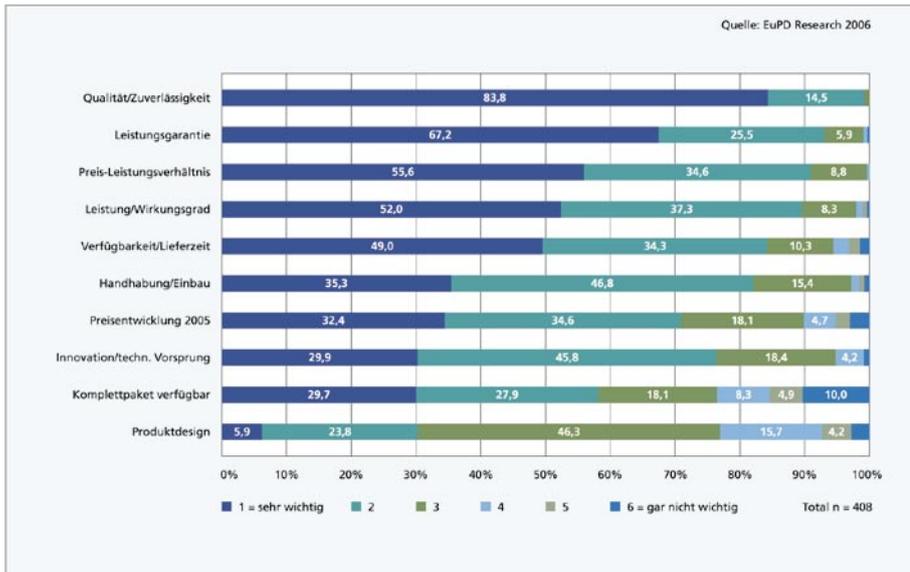
Besonders Betriebe mit einem hohen Einkaufsvolumen haben den direkten Kontakt zu Herstellern gesucht, die solchen Geschäften gegenüber nicht abgeneigt waren. Immerhin konnten sie so die Großhandelsmarge einsparen und ihre Gewinne vergrößern. Insgesamt hat jeder Installateur im Durchschnitt mindestens drei bis fünf unterschiedliche Einkaufsquellen.

Neben dem Photovoltaik- und dem Elektrogroßhandel sind auch Großhandelsbetriebe aus den Bereichen Dachdecker sowie SHK verstärkt in den Markt eingestiegen und haben Photovoltaik in ihr Programm aufgenommen. Dies erleichtert den Installationsbetrieben zum einen die Beschaffung von Solarprodukten. Andererseits profitieren sie auch von den Einkaufskonditionen des traditionellen Gewerkegroßhandels. Experten beurteilen hier die Konditionen besser als im reinen PV-Großhandel.

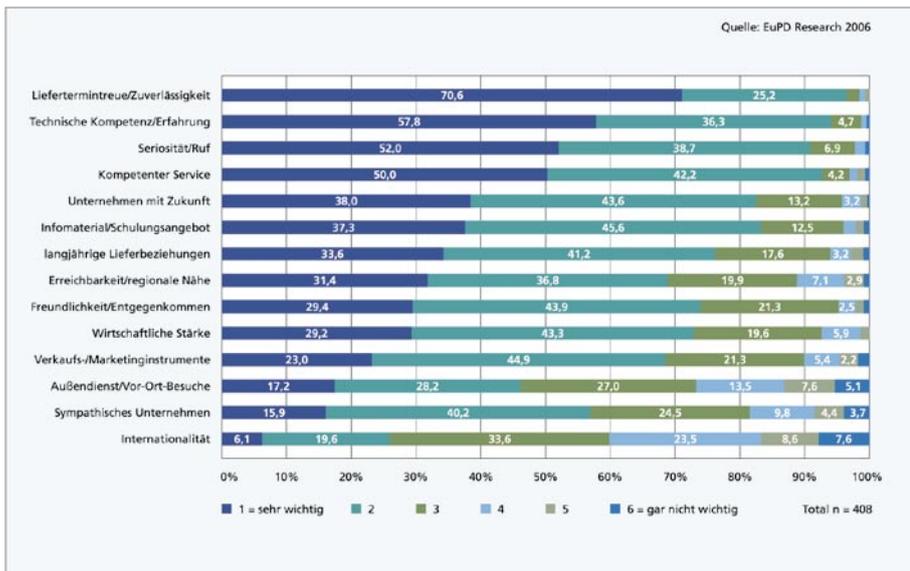
### ! Info

#### Allgemeines zur Studie

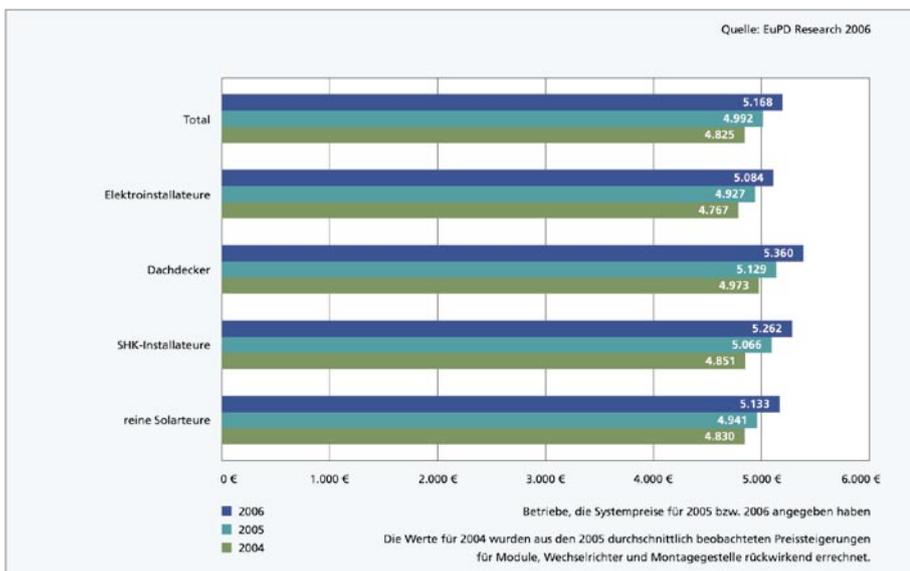
Die Photovoltaikstudie wurde durchgeführt von EUPD Research, dem Marktforscher des Europressedienst Bonn. Der Normalpreis der Studie beträgt 480,-€ sowie 8,-€ Versandkosten (zzgl. Mehrwertsteuer). Installationsbetriebe und Großhändler, die an der Studie teilgenommen haben, erhalten diese zum Vorzugspreis von 80,-€ sowie 8,-€ Versandkosten (zzgl. Mehrwertsteuer). Installationsbetriebe und Großhändler, die Mitglieder des BSW sind, erhalten die Studie zum Vorzugspreis von 280,-€ sowie 8,-€ Versandkosten (zzgl. Mehrwertsteuer). Hersteller zahlen immer den vollen Preis



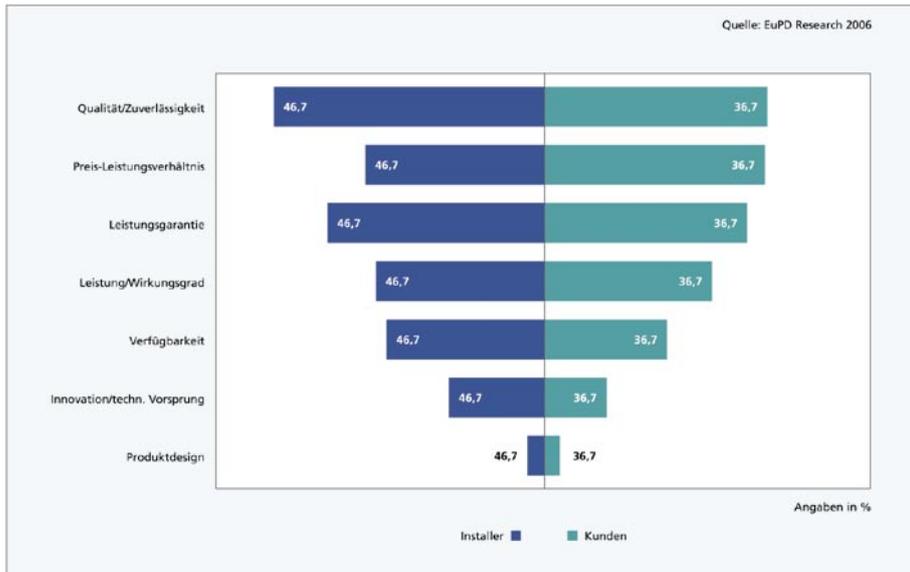
Frage: Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Kriterien bei der Auswahl von PV-Produkten?



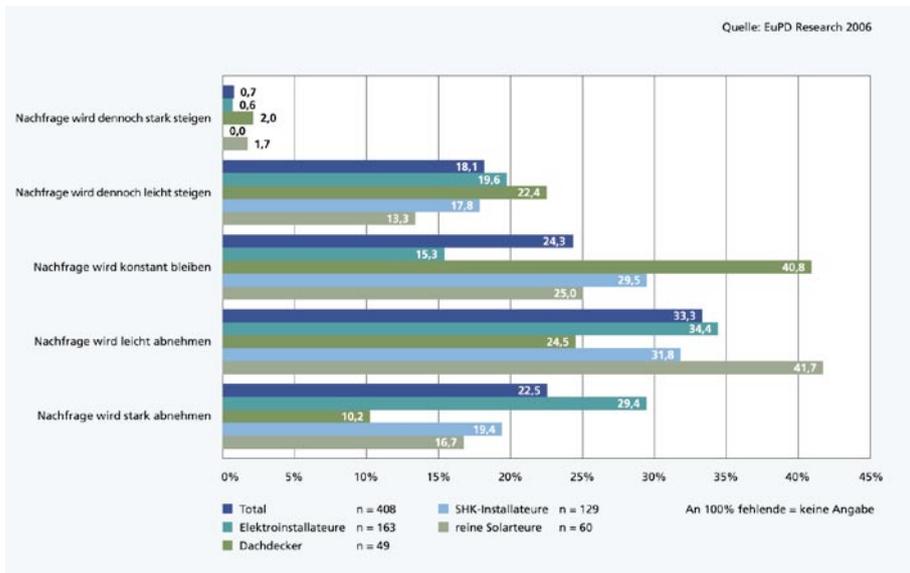
Frage: Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Kriterien bei der Auswahl eines Produkt-Herstellers?



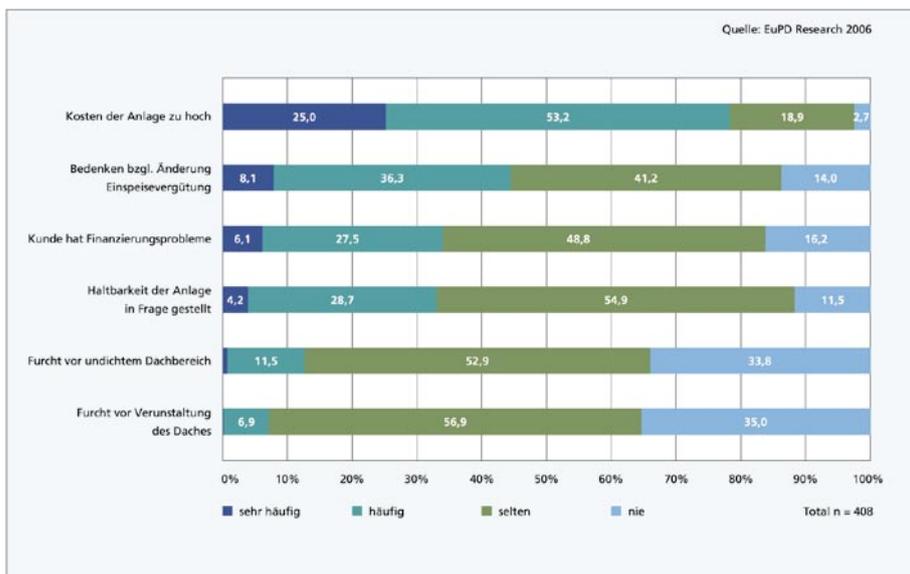
Frage: Wie hoch war 2005 der durchschnittliche Systempreis pro kWp für eine PV-Aufdachanlage (Verkaufspreis inkl. Installation ohne MwSt.)? Und wie hoch ist der Preis in diesem Jahr?



Frage: Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Kriterien bei der Auswahl Ihrer PV-Produkte?  
Wie wichtig sind Ihren Kunden bei einem PV-Produkt die folgenden Eigenschaften?



Frage: Wie werden Ihre Kunden im Jahr 2006 reagieren, wenn die Preise für PV-Anlagen bei reduzierter Vergütungshöhe angehoben werden?



Frage: Wie häufig beobachten Sie diese Hemmnisse/Bedenken gegenüber PV-Anlagen bei Ihren Kunden?

Neben der Verbreiterung der Beschaffungsbasis ist die Treue gegenüber bestehenden Lieferbeziehungen weiter gestiegen, was auf langfristige Verträge hindeutet.

Knapp 90 Prozent der Befragten haben ihre bisherigen Lieferanten beibehalten. Ihrer Meinung nach wäre es in Zeiten starker Nachfrage riskant eine bestehende Lieferbeziehung komplett aufzugeben, weil die Gefahr ohne Ware dazustehen hoch ist.

### Trend zu Komplettsystemen

Höheres Umsatzvolumen und zunehmende Produktvielfalt haben die Bedeutung von Komplettsystemen (Module, Wechselrichter und Montagesystem aus einer Hand) weiter ansteigen lassen. Über 70 Prozent aller Befragten bewerten diese inzwischen als sehr wichtig bzw. wichtig. Ausnahme sind die Solar-Installateure, die besonders große Projekte umsetzen. Volle Zustimmung gibt es insbesondere von Dachdeckern und SHK-Installateuren. Aus Sicht vieler Hersteller, die inzwischen mit eigenen Wechselrichtern auf den Markt drängen, ist die Marktentwicklung erfreulich. Für Installateure haben Komplettsysteme den Vorteil, dass alle Systemteile optimal aufeinander abgestimmt sind und damit Unverträglichkeiten oder Kompatibilitätsprobleme vermieden werden. Preislich ist das Komplettsystem allerdings oftmals teurer als Einzelkomponenten. Das belastet die Marge des Installateurs, wenn er die höheren Preise nicht weiterreichen kann.

### Qualität wichtigstes Kriterium

Bei der Relevanz der Produkteigenschaften erzielt die Qualität der Solarmodule Platz eins. Gegenüber 2004 verdrängt sie damit das Preis-Leistungsverhältnis auf Platz drei. Ebenfalls als Qualitätskriterium zu sehen ist die Leistungsgarantie, die von 92,7 Prozent der Befragten als sehr wichtig bzw. wichtig eingestuft wird.

Der Preis spielt bei der guten Absatzlage eine etwas weniger wichtige Rolle. Aus den Ergebnissen wird erkennbar, dass erfahrene Installateure inzwischen Respekt vor der langen Haltbarkeit der Solaranlagen haben und die Kundenbeziehungen nicht durch Systemprobleme belasten wollen.

Die Studie zeigt auch, dass die Zahl der Schadensfälle deutlich angestiegen ist. Der Wechselrichter bleibt die Schwachstelle der Anlage. Neu ist das Problem der Modulverschmutzung. Aus Sicht der Installateure bringen Fehlerquellen aber auch die Möglichkeit für Zusatzgeschäfte wie Wartungsverträge und Garantieberarbeitungen.

## Treue wichtig bei Lieferantenauswahl

Bei der Auswahl des richtigen Lieferanten hat das Kriterium Zuverlässigkeit wie in den Vorjahren seinen Spitzenplatz behauptet. Dass die Lieferbeziehung bedingt durch die hohe Nachfrage eine wichtige Rolle spielt, zeigt auch die starke Zustimmung der Befragten bezüglich Seriosität und Ruf des Lieferanten. Neben den gefühlten Faktoren nimmt die Bedeutung von Serviceleistungen des Lieferanten zu. Gefragt sind beispielsweise Vertriebsunterstützung sowie technischer Support.

## Bedenkliche Preisentwicklung

Der Preisanstieg der letzten Jahre setzt sich auch 2005/2006 fort. Nachfragesteigerungen, höhere Siliziumpreise und Margenvergrößerungen auf allen Wertschöpfungsstufen haben die Endkundenpreise für Module um durchschnittlich fünf bis acht Prozent steigen lassen.

Am stärksten von den Preissteigerungen betroffen sind Installateure, die nicht direkt beim Hersteller einkaufen. Zudem gibt es regionale Unterschiede bei den Preisen, die sich nach der Nachfrage richten.

Der durchschnittliche Systempreis für eine 1-kWp PV-Aufdachanlage (Verkaufspreis inklusive Installation ohne MwSt.) wird von den Befragten in einer Spanne von 4 000 bis 6 000 € angegeben. Daraus folgend ist es nicht verwunderlich, dass Endkunden zunehmend dazu übergehen, mehrere Angebote miteinander zu vergleichen.

Eine Analyse der Produktauswahlkriterien zeigt, dass höhere Preise besonders bei den Endkunden erzielt werden konnten, die stark auf Qualität und Leistungsgarantie fokussiert sind. In Verbindung mit der fünfprozentigen Degression der Einspeisevergütung, hat die Preisentwicklung aus Sicht der Installateure auch erste negative Auswirkungen auf die Nachfrageentwicklung.

So zeigen sich beim Verkauf erste Hemmnisse, u.a. führt die verlängerte Amortisationszeit zu Finanzierungsproblemen bei Kunden mit Fremdkapitalbedarf. Als Ursache hierfür wird konkret das Verhalten von Banken genannt, die ihre Kreditangebote für Solaranlagen bereits zurückfahren.



Unsicherheitsfaktoren, wie Bedenken bezüglich einer Änderung der Einspeisevergütung sowie der Haltbarkeit der Anlage, spielen zwar noch eine Rolle. Die Ausprägungen sind aber deutlich geringer als in den Vorjahren. Hier zeigen die Bekenntnisse der Politik zur erneuerbaren Energie trotz des Regierungswechsels ihre Wirkung.

Bedingt durch die beschriebene Preis- und Nachfrageentwicklung sind konkrete Prognosen für 2006 und 2007 derzeit noch schwierig. So erwartet ein Teil der Befragten auf heutigem Preisniveau schon jetzt im laufenden Jahr einen Nachfragerückgang, der nur durch Preisenkungen der Hersteller verhindert werden könnte.

Andere Installateure sehen, dass die Preise bis Ende 2006 noch weiter steigen. So könnte die bevorstehende Mehrwertsteuererhöhung, Unsicherheit bezüglich Veränderungen der Einspeisevergütungen im EEG nach der Überprüfung sowie hohes Wachstum der Auslandsmärkte die Nachfrage im Inland weiter anheizen.

Mittelfristig erwarten alle Marktbeteiligten, dass sich das starke Wachstum der letzten Jahre in einer deutlich moderateren Form fortsetzt. Damit würde es in der Photovoltaik zu einem Wechsel vom Anbieter- zum Nachfragemarkt kommen. Die Folgen wären starke Veränderungen in allen Bereichen der Wertschöpfungskette sowie Konzentrationsprozesse.

### ! Info

#### Allgemeine Informationen zur Installateur-Befragung

- quantitative, standardisierte Telefon-Befragung (CATI) von Installationsbetrieben, die im Bereich Photovoltaik tätig sind
- Grundgesamtheit: 6500 Betriebe, die aktuell im Bereich Photovoltaik tätig sind
- Zufallsauswahl von 1528 Betrieben gemäß Quotenvorgaben für die Verteilung nach Gewerken
- Rücklauf: n = 408 (Quote: 26,7 Prozent, installierte Leistungen 100 MWp)

### ! Kontakt

#### Europressedienst Bonn

53113 Bonn  
Tel. (02 28) 42 96 60  
redaktion@europressedienst  
www.europressedienst.com