

*Gerhard Stryi-Hipp**

Der Solarwärmemarkt kommt im Frühling 2002 wieder richtig in Fahrt. War die Solarbranche noch mit angezogener Handbremse ins neue Jahr gestartet, stehen jetzt alle Signale auf Wachstum. In diesem Jahr wird die Marke von 1 Million m² installierte Kollektorfläche übersprungen, wobei sich das starke Wachstum der letzten beiden Jahre von jeweils 45 % wohl nicht erreichen läßt. Doch mehr als 20 % Steigerung sollten es werden. Über die Aussichten in Bezug auf Marktentwicklung, Förderpolitik und Solarkampagne informiert der folgende Fachbeitrag.



Bild: Viessmann

Daten, Fakten und Hintergründe zum Solarwärmemarkt

Wieder in Fahrt gekommen

Die Basisdaten sind unverändert gut für die Solarwärme: erst drei bis vier Prozent der Ein- und Zweifamilienhäuser, die den Hauptteil des Marktes ausmachen, sind mit einer Solarwärmeanlage ausgestattet. Die Technik ist ausgereift und zuverlässig und renommierte Unternehmen haben ein umfangreiches Angebot mit hoher Qualität. Die Produktkataloge der Heizungsindustrie und des Großhandels machen deutlich, daß die Solarwärmeanlage zwischenzeitlich zum selbstverständlichen Bestandteil der Heizungstechnik gehört.

Warum der verhaltene Start?

Die Energieeinsparverordnung (EnEV), die am 1. Februar 2002 in Kraft trat, berücksichtigt erstmals den Energiebeitrag der Solarwärmeanlage und macht die Entschei-

dung für eine Solarwärmeanlage im Neubau leichter. Außerdem stehen im Modernisierungsbereich 4,5 Million Heizkessel in den nächsten Jahren zum Ersatz an und werden somit die Quote von 400 000 Heizkesseln, die derzeit pro Jahr ausgetauscht werden, erhöhen. Jeder neue Kessel bedeutet dabei eine Chance, ein modernes, zukunftsfähiges Heizsystem einzubauen, bestehend aus Brennwert- oder Niedertemperaturkessel und Solaranlage.

Aber warum fiel der Start ins neue Jahr im Vergleich zum Vorjahr so verhalten aus? Grund war wieder einmal die Förderpolitik. Die hervorragende Marktentwicklung in der Solarthermie im ersten Halbjahr 2001 führte dazu, daß Wirtschaftsminister Müller am 23. März die erste und am 25. Juli die zweite Kürzung der Fördersätze verkündete, da sich abzeichnete, daß das bereitgestellte Geld nicht für das ganze Jahr ausreicht. Der Markt erhielt einen deutlichen Dämpfer. In Verbindung mit der insgesamt zurückgehenden Investitionsbereitschaft durch die Konjunkturertrübung und den Auswirkungen des Anschlags am 11. September in New York, gingen die Förderanträge kon-

tinuierlich zurück und landeten im Dezember 2001 auf einem Zweijahres-Tief. Zwar hat der Bundestag im November 2001 beschlossen, die Mittel für das Programm von 100 auf 200 Million Euro aufzustocken. Allerdings erfolgte die Erhöhung der Fördersätze erst durch die Veröffentlichung der Richtlinienänderung Mitte März 2002. Hintergrund war die Auseinandersetzung um die weitere Förderung der Biomasse. Und weil es sich um dasselbe Förderprogramm handelte, war die Solarthermie die Leidtragende dabei.

* Gerhard Stryi-Hipp, Geschäftsführer Deutscher Fachverband Solarenergie (DFS), 79098 Freiburg, Telefon (07 61) 29 62 09-0, Telefax (07 61) 29 62 09-9, www.dfs.solarfirmen.de

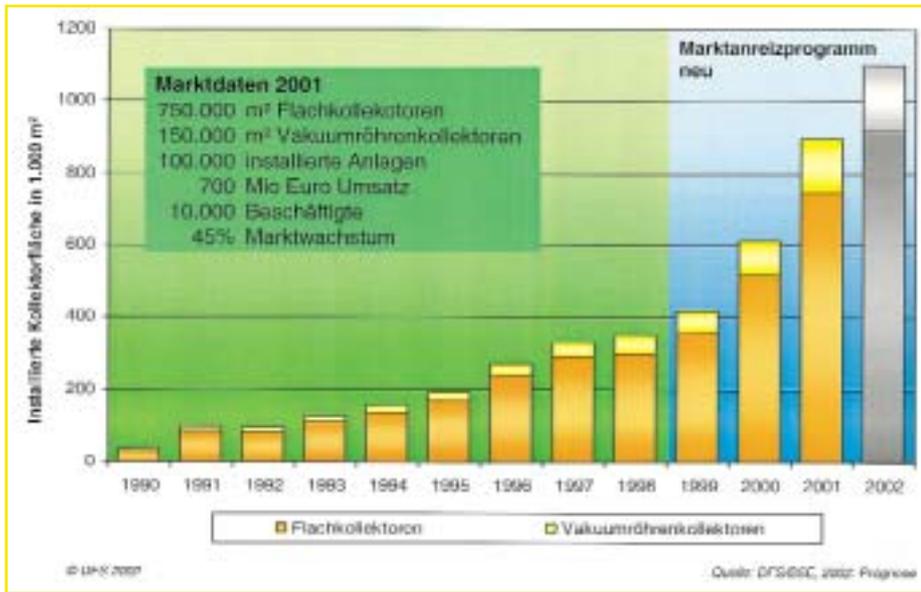


Bild 1 Marktentwicklung Sonnenkollektoren in Deutschland

Stabile Fördersituation im Jahr 2002

Viele zeigten sich vom Ergebnis der langen Diskussion enttäuscht: statt 87 EUR/m² Kollektorfläche gibt es jetzt 92 EUR/m² Förderung, also ein Plus von lediglich 5 €. Betrachtet man die Entscheidung jedoch nüchtern, treten die positiven Aspekte deutlich zu Tage. Fakt ist, daß mehr als eine Verdopplung der Mittel auf 200 Millionen € für das Marktanreizprogramm angesichts der großen Haushaltsprobleme nicht zu erreichen war. In keinem anderen Bereich hat die Bundesregierung die Haushaltsvorlage so deutlich nach oben korrigiert. Zu schaffen war dies nur durch die intensive Arbeit des DFS und der anderen Solarverbände. Neben einer Vielzahl von Gesprächen und Schreiben wurden mit Unterstützung von vielen Unternehmen im September 2001 große Anzeigen in der Süddeutschen Zeitung und der Frankfurter Rundschau geschaltet. Nach der Mittelaufstockung gingen die Aktivitäten bezüglich einer Erhöhung des Fördersatzes weiter. Oberste Prämisse dabei war, zu erreichen, daß die Förderkonditionen das ganze Jahr über Bestand haben und alle gestellten Anträge bewilligt werden können. Daraus ergibt sich eine einfache Rechnung: Der Fördersatz multipliziert mit der erwarteten Nachfrage durfte den zur Verfügung stehenden Betrag nicht überschreiten. Die jetzt getroffene Entscheidung macht es möglich, in diesem Jahr 1,1 Millionen m² Sonnenkollektoren zu fördern, 25 % mehr als im Vorjahr. Da mehr

Geld nicht zur Verfügung stand, ist der Fördersatz richtig gewählt und als positives Signal zu verstehen: die erfolgreiche Solarpolitik wird fortgesetzt, die rot-grüne Bundesregierung steht – trotz stetig steigendem Mittelbedarf – eindeutig zur Kontinuität in der Solarförderung. Das starke Marktwachstum seit 1999, das entscheidend von der Bundesförderung angeschoben wurde, soll sich auch 2002 fortsetzen.

Anreizprogramm läuft aus

Aber lassen sich denn mit geringeren Fördersätzen mehr Solarkollektoren verkaufen? Die Solarbranche bejaht dies eindeutig und setzt auf ein weiteres Marktwachstum. Grundsätzlich gilt, daß der Anreiz um so höher gesetzt werden muß, je größer die Hürde ist, die beim Kauf einer Solaranlage überwinden werden muß. Wenn in diesem Jahr 1,1 Millionen m² Kollektorfläche installiert wird, sind dies 2,5mal mehr als vor drei Jahren. Dies bedeutet mehr aktive Handwerker, mehr Erfahrung, bessere Produkte und mehr Akzeptanz, weil immer mehr Bürger eine Anlage haben. In dem Maße, wie der Markt wächst, läßt sich dann auch der Förderanreiz reduzieren, ohne dieser positiven Entwicklung einen Abbruch zu tun. Dies leuchtet jedem Kunden ein. Denn wer heute eine Solarwärmanlage installiert, hat ein größeres Angebot und trifft auf einen erfahreneren Handwerker als vor drei Jahren. Deshalb ist es nachvollziehbar, daß der Anerkennungsbonus auch etwas kleiner ausfallen kann. Der neu gewonnene Kunde denkt: „92 Euro/m² geschenkt sind besser als nichts“. Deshalb ist nicht der Ärger über die Reduzierung angesagt, vielmehr sollte der Blick in die Zukunft gerichtet werden: Solange es Fördermittel gibt, sollte man sie nutzen. Denn in der Diskussion um die Erhöhung ist klar geworden, daß das Marktanreizprogramm Ende 2003 ausläuft.

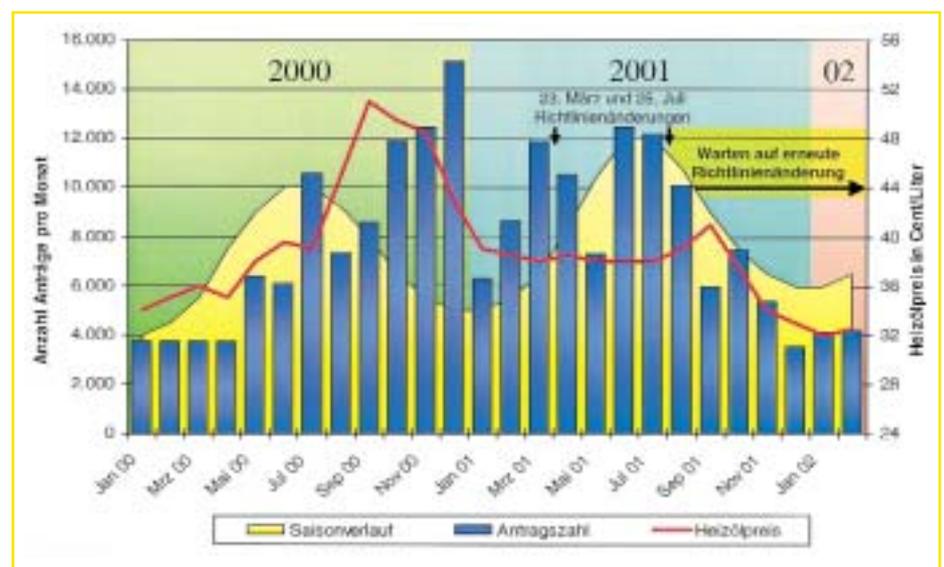


Bild 2 Entwicklung der Antragszahlen für Solarkollektoren im Marktanreizprogramm



Bild: Solvis

Bild 3 Wichtigster Garant für den weiteren Marktaufschwung: das Handwerk

Und es ist kaum damit zu rechnen, daß es eine Fortsetzung geben wird, weil wohl nicht dauerhaft ausreichende Mittel zur Verfügung gestellt werden können.

Einflußfaktoren auf das Solargeschäft

Bei Betrachtung der Antragszahlen im Marktanreizprogramm (Bild 2) wird deutlich, daß der Markt für Solarwärmeanlagen im Mittel über die letzten Jahre hinweg kontinuierlich angestiegen ist. Allerdings wird das Geschäft immer noch stark von äußeren Bedingungen beeinflußt. Einflußfaktoren sind vor allem der Energiepreis und die Solarförderung. Von August bis Dezember 2000 stieg die Nachfrage kontinuierlich an. Im Dezember 2000 wurden mit 15 155 Anträgen die höchste Antragszahl seit Start des Förderprogramms 1999 verzeichnet. Ursache hierfür war der massive Anstieg des Heizölpreises ab August auf über 50 Cent pro Liter. Die Nachfrage stieg verspätet an und blieb auch bis in den Herbst 2001 oberhalb der Preiskurve. Im März und im Juli 2001 kam mit der Reduzierungen der Fördersätze ein zweiter Effekt zum Tragen. Die Reduzierung der Heizkesselförderung im

März 2001 war bis im Juni wieder verkraftet. Die Reduzierung der Fördersätze vom Juli wirkte sich bis zum März 2002 aus, da kurz nach der Entscheidung mehrere Politiker ankündigten, daß die Kürzung zurückgenommen werden solle. Das Ergebnis war, daß viele Kunden und Handwerker auf diesen Schritt gewartet haben.

Bild 2 zeigt zweierlei: Die Solarnachfrage wird durch Ölpreiserhöhungen stimuliert, fällt aber nicht automatisch mit dem Ölpreis wieder ab. Hintergrund ist, daß die Energieverbraucher im Jahr 2000 gelernt haben, daß Öl- und Gaspreise unberechenbar sind und in kürzester Zeit massiv ansteigen können. Solarenergie ist eine sinnvolle Maßnahme, um diese Schwankungen zu dämpfen und die Abhängigkeit von Öl oder Gas zu reduzieren. Hinzu kommt, daß dieses schädlicher ist, als eine unklare Fördersituation, weil diese zu einer abwartenden Haltung und einer Lähmung des Marktes führt.

Legt man einen typischen saisonalen Verlauf hinter die Antragskurven, zeigt sich, daß das Solargeschäft weiterhin ein Saisongeschäft ist. Der Anstieg im Herbst/Winter 2000 deutlich über die Saisonkurve hinaus war eine Sonderreaktion auf den massiven Ölpreisanstieg. Der Abfall im Herbst/Winter 2001 unter die Saisonlinie resultierte aus der Wartehaltung auf Grund der Förderpolitik. Allerdings steigt die Nachfrage beim dargestellten Saisonverlauf von Jahr zu Jahr an und bestätigt die positive Grundtendenz.

Solarkampagne wird fortgesetzt

Der wichtigste Garant für den weiteren Marktaufschwung ist allerdings das Handwerk, das die Solartechnik ernsthaft angenommen hat. So sind über 7000 Handwerker in der Kampagne „Solar – na klar!“ gelistet und etwa 25 % der 40 000 Heizungsbaubetriebe vertreiben und installieren Solaranlagen mehr oder weniger aktiv. Und die Zahl von 100 000 Solaranlagen, die im Jahr 2001 installiert wurden, läßt sich noch deutlich steigern. Denn die Erfahrungen aus dem Marktanreizprogramm haben gezeigt, daß fast 50 % der Solaranlagen im Zusammenhang mit einer Kesselerneuerung verkauft wird. Dies bedeutet, daß bei jeder achten Heizkesselerneuerung eine Solaranlage mit dabei ist. Und diese Quote dürfte sich weiter steigern lassen, weil es immer mehr Handwerksbetriebe gibt, die ihre Investition in Solar-Schulungen und -Praxiserfahrungen in konkrete Aufträge umwandeln wollen. Eine wichtige Unterstützung für den Marktaufbau war in den vergangenen drei Jahren die Kampagne „Solar – na klar!“, die in ihrer ursprünglichen Konzeption Ende

2001 auslief. Bei einem letzten Treffen im Dezember 2001 in Hamburg zogen der Trägerkreis, dem u. a. der ZVSHK und der DFS angehören, gemeinsam mit dem Beirat und dem Länderarbeitskreis Bilanz. Bei aller Kritik an einzelnen Punkten fällt die Gesamtbilanz sehr positiv aus. Hersteller, Großhandel und Handwerk haben sich in der Solarwärme unter einem Logo zusammengefunden und konnten die Broschüre, die bei einer Kundenbefragung durchweg gute Noten erhielt, 230 000 mal verteilen. Über 400 Million Leserkontakte konnten durch die kontinuierliche Pressearbeit erreicht werden. Zudem fährt eine große Zahl von Handwerksfirmenwagen mit einem „Solar – na klar!“-Aufkleber weiterhin die Werbebotschaft durchs Land: Solarenergie ist heute selbstverständlich.

Nach intensiver Diskussion haben sich sechs Träger zusammengefunden, die die Kampagne weiter fortsetzen: ZVSHK, DFS/BSE, Deutsche Energieagentur (dena), B.A.U.M., Ruhrgas und die Bundesländer. Derzeit wird noch am PR-Konzept gearbeitet, das auf Basis einer gründlichen Marktanalyse optimiert werden soll. Bis zur Fertigstellung im Sommer 2002 wird die Kampagne in ihrer bisherigen Form auf Sparflamme fortgesetzt. Das Infopaket ist weiterhin unter der Telefon-Hotline (01 80) 5 00 18 71 erhältlich und die unverändert aktuellen Werbematerialien können weiterhin in Hamburg bestellt werden. Dies stellt für viele Handwerksbetriebe eine gute Chance dar, sich im Solarbereich professionell zu präsentieren.

Der Markt für Solarwärmeanlagen ist weiterhin auf Wachstumskurs und hat noch ein großes Potential. Allerdings ist er immer noch von Rahmenbedingungen wie der Förderpolitik, Energiepreisentwicklung oder der Klimadiskussion stark beeinflußbar. Die Konstanz des Geschäfts nimmt jedoch zu, was sich auch daran ablesen läßt, daß sich die Solarwärmetechnik bei Herstellern, Handel und Handwerk in der SHK-Branche gut etablieren konnte und ihre Position weiter ausbaut. Die absehbar geringere werdende Förderung und die Tendenz, bei der im Umfang zunehmenden Heizkesselerneuerung gleich Solarkollektoren mit zu installieren, lassen darauf hoffen, daß sich der Markt zunehmend verstetigt. □