

Bild: Solar-World

Marktstudie aus Sicht der Installateure

Photovoltaik hat ein gutes Image

Die Förderung von Solarstrom durch den Bund geht weiter. Der Photovoltaikmarkt ist damit auch für Einsteiger wieder interessant. Eine Studie aus Sicht von 1800 Installateuren und 250 weiteren Marktteilnehmern beleuchtet Chancen und Motive sowie Hemmnisse und Probleme, die in einem Engagement stecken. Außerdem werden PV-Lieferanten bewertet.

Photovoltaik ist ein Zukunftsmarkt – da sind sich die Sanitär-Installateure einig. So geben 40 % der Juni/Mai 2003 befragten Sanitär-Installateure als wichtigsten Beweggrund für ihr Engagement in diesem Geschäftsbereich die damit zusammenhängenden Zukunftschancen an. Ebenso wichtig ist aber das Image von Photovoltaik: 65,5 % der befragten Sanitär-Installateure bewerten diesen Grund als wichtig. Bei den Elektrikern sind es nur 49,5 %. Doch auch ethische Aspekte, wie Umweltbewusstsein, stehen bei den Sanitär-Installateuren hoch im Kurs. Erst danach kommen die möglichen Renditen, insbesondere bei größeren Unternehmen. Steigende Nachfrage wird von 21,8 % als wichtigster Grund genannt.

Auswahl der PV-Lieferanten

Bei der Auswahl der Photovoltaik-Lieferanten sind die Sanitär-Installateure sehr genau. Für die Mehrzahl der Befragten sind Produktqualität (80 %), Zuverlässigkeit (63,6 %) und Service (61,8 %) rund um das Produkt die wichtigsten Auswahlkriterien. Der Preis (40 %), die Erfahrung (25,5 %) und die persönlichen Kontakte (20 %) liegen in der Beurteilung mit Abstand dahinter. Der gute Vertrieb ist ein Kriterium, das

von 69,1 % der Sanitär-Installateure als wichtig eingeschätzt wird. Hingegen sehen nur 42,6 % der Elektriker hier ein wichtiges Auswahlkriterium. Die Unternehmensgröße (1,8 %), die regionale Nähe (12,7 %) des Photovoltaik-Lieferanten und die persönlichen Kontakte (20 %) sind den Sanitär-Installateuren eher unwichtig. Diese Ergebnisse gehen damit einher, dass höhere Produktionskapazitäten in Europa und Japan zu neuen Vertriebsstrukturen führen. Wie sich in der Studie abzeichnet, werden in der Zukunft feste Partnerschaften und Kooperationssysteme entstehen. Verstärkt wird diese Entwicklung noch durch das Verhalten der Endkunden, bei denen der Trend zum Branding und Markenprodukten geht. Installationsbetriebe mit Herstellerkennzeichnung könnten die Folge sein. Die Installateure sehen diese Entwicklung mit gemischten Gefühlen. Vorteile ergeben sich durch mehr Know-how-Transfer über Schulungen und Betreuung. Andererseits müssen sich die Installationsbetriebe künftig für feste Systeme entscheiden und markentreu werden.

Bewertung der Lieferanten

Die PV, Elektrotechnik, Dachdecker, Sanitär-Installateure haben ihre Favoriten bereits gefunden. Bei einem Bewertungstest der wichtigsten Photovoltaiklieferanten für den deutschen Markt anhand von sieben Kriterien hat sich eine klare Rangfolge herauskristallisiert:

- Bei dem Modullieferanten Sharp schätzen die Installateure vor allem das sehr gute Preis-/Leistungsverhältnis, die Innovationsfreudigkeit und die Bekanntheit des Lieferanten.
- BP Solar schneidet vor allem bei der Qualität sehr gut ab, erreicht aber dafür beim Preis-/Leistungsverhältnis nur den fünften Platz.
- Die Firmen Sanyo und Photowatt bilden bei den Bewertungen der Installateure regelmäßig die Schlusslichter.
- Die Firmen Shell Solar und Solarworld werden bei allen Kriterien recht ähnlich bewertet, bilden also das gute Mittelmaß.
- Bei den Sanitär-Installateuren schneidet



Wenn Sie PV-Anlagen einbauen, wie wichtig sind folgende Gründe für diesen Geschäftsbereich? (nur Sanitär-Installateure)



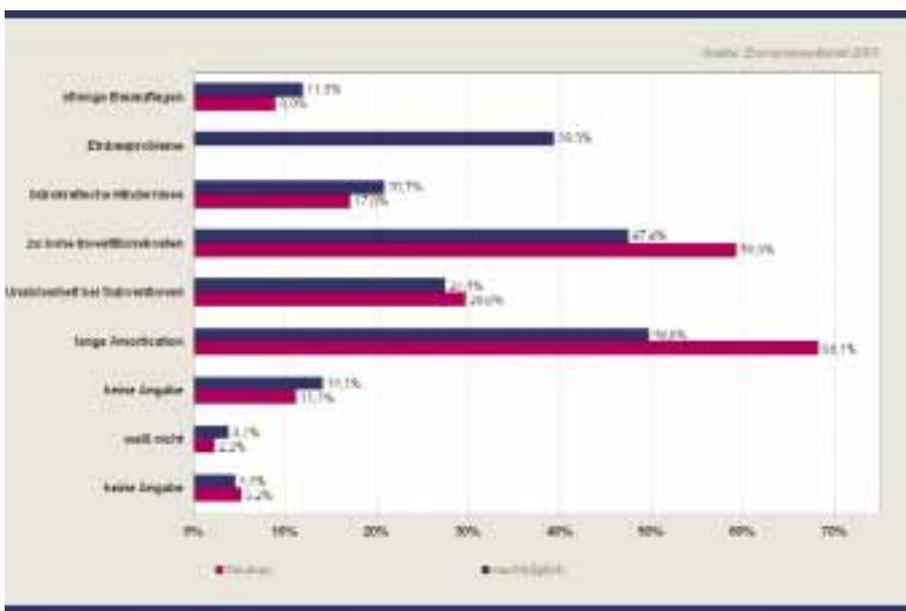
Wie wichtig sind folgende Kriterien bei der Auswahl der Photovoltaik-Lieferanten? (nur Sanitär-Installateure)

Sharp jedoch nur mittelmäßig ab. Hier liegen BP Solar und Kyocera deutlich vorne. Das Gesamt-Ranking aus der Summe der Bewertungen von allen Installateuren sieht wie folgt aus:

1. Platz: Sharp (91)
2. Platz: BP Solar (89)
3. Platz: Kyocera (77)
4. Platz: Shell Solar (76)
5. Platz: Solarworld (67)
6. Platz: RWE Shott Solar (61)
7. Platz: Sanyo (50)
7. Platz: Photowatt (50)

Probleme und Hemmnisse

In der Praxis haben alle Installateure mit den gleichen Schwierigkeiten zu kämpfen. Bei Neubauten für die private Nutzung stellt die lange Amortisation der Anlage das größte Entscheidungshemmnis dar. Dies kann sich auf Grund der neuen Einspeisevergütungen verschieben. Die hohen Investitionskosten werden von 59,3 % der befragten Sanitär-Installateure als Problem eingeschätzt. Bei nachträglichen Installationen ergeben sich aus Sicht der Sanitär-



Was sind die größten Schwierigkeiten beim Einbau von Solaranlagen bei Privatpersonen? (nur Sanitär-Installateure)

Installateure folgende Hemmnisse: 49,6 % geben hier die bislang lange Amortisationszeit als größte Schwierigkeit an und 47,4 % sehen wiederum die zu hohen Investitionskosten als Hindernis. Die Ausprägungen sind aber geringer als bei den Neubauten. Bei der nachträglichen Montage schätzen 39,3 % der Sanitär-Installateure den Einbau als problematisch ein, während dies bei den befragten Elektrikern nur 15,2 % so sehen.

Bürokratische Hindernisse und strenge Bauauflagen spielen ebenfalls eine hemmende Rolle, aber keine so schwerwiegende wie etwa die Förderung. Prinzipiell geht ein Großteil der Installateure davon aus, dass die Lücke, die durch den Wegfall des KfW-Programms (100 000-Dächer-Programm) entstanden ist, durch ein neues EEG nicht vollständig kompensiert werden kann.

Und wie gestaltet sich die Zukunft? Eine kontinuierliche Energie-Politik am Beispiel von Japan ist Voraussetzung für die Zukunft des Wachstumsmarktes Photovoltaik. Wenn dies gewährleistet ist und die Nachfrage anhält, sind sich alle Befragten – inklusive Hersteller und Großhändler – einig, dass weitere Installationsbetriebe in den Markt gehen und neue Arbeitsplätze entstehen werden.

Der Europressedienst hat im Juni/Mai 2003 ca. 1800 im Markt tätige Installationsbetriebe (PV, Elektrotechnik, Sanitär, Dachdecker) kontaktiert, um einen aktuellen Überblick über die Situation im Photovoltaikmarkt zu bekommen. Ergänzend wurde 250 Gespräche mit Herstellern, Großhändlern, Verbänden etc. geführt. Der 45seitige Studienband „Der deutsche Markt für Photovoltaik“ kann gegen eine Schutzgebühr von 50 Euro bezogen werden von:

Europressedienst
 53111 Bonn
 Telefon (02 28) 3 69 44-66
 Telefax (02 28) 3 69 44-77
www.europressedienst.de