

SBZ-Exklusiv: Studie „Der deutsche Photovoltaikmarkt 2006/07“

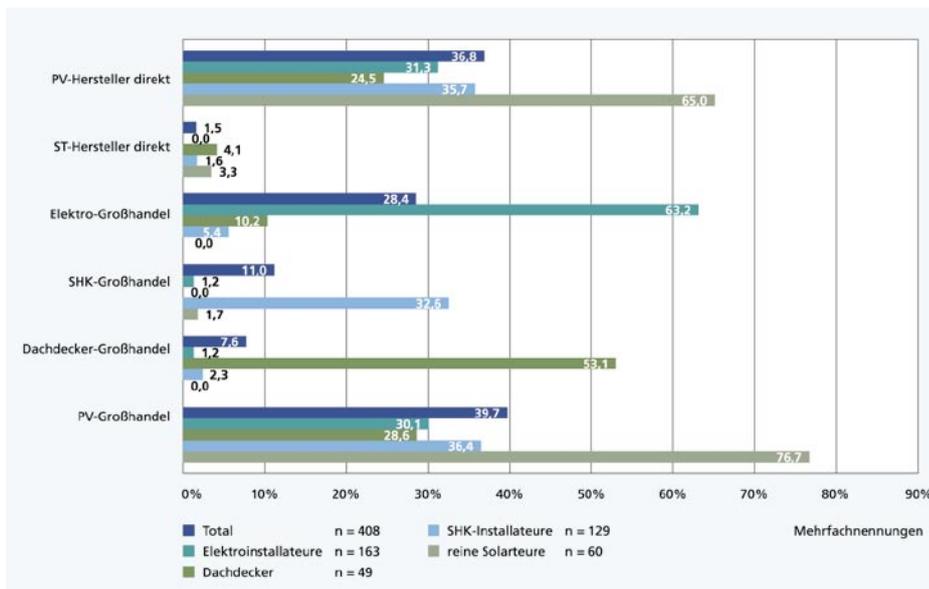
So bewerten die Installateure den Solarstrommarkt

Rund 1600 Installationsbetriebe aus den Bereichen Elektro, SHK, Dachdecker und Solar wurden Anfang 2006 zur Situation und zu den Aussichten im Solarstrommarkt befragt. Nachfolgend veröffentlicht die SBZ exklusiv erste Details aus der repräsentativen Studie „Der deutsche Photovoltaikmarkt 2006/07“, die viele interessante Daten und Fakten enthält.

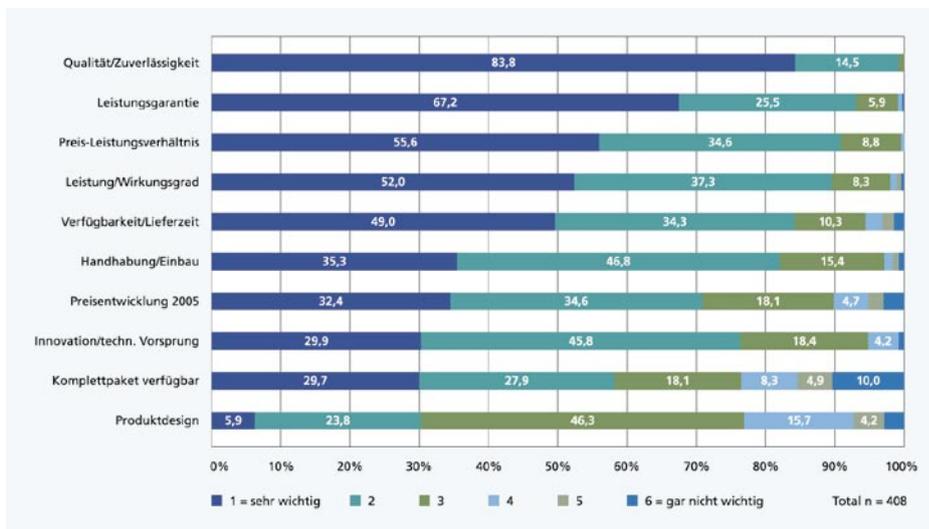
Die aktuelle Studie zum Photovoltaikmarkt basiert auf einer quantitativen, standardisierten Telefon-Befragung (CATI). Anfang 2006 wurden dazu rund 1600 Installationsbetriebe aus den Gewerken Elektro (40 %), SHK (ca. 32 %), Dachdecker (12 %) und Solar (ca. 15 %) befragt, die nachhaltige Erfahrung im Bereich Photovoltaik haben. Diese Vorgehensweise sollte zuverlässige Aussagen über die Markt- und Preisentwicklung sicherstellen. Aufgrund der Rücklaufquote von rund 27 % (Grundgesamtheit: 6500 Betriebe) sowie wegen der insgesamt installierten Leistung der Befragten von über 100 MWp könnten laut Europresse-dienst, dem Initiator der Studie, die Angaben der Installateure für den Gesamtmarkt als repräsentativ angesehen werden. Nachfolgend nun einige ausgewählte Thesen und Kommentierungen in komprimierter Form aus Sicht der Studienmacher.

Photovoltaik schafft Arbeitsplätze

Im Vergleich zu den Vorjahren zeigt sich, dass neben den reinen Solar- und den Elektro-Installateuren auch zunehmend mehr SHK- und Dachdecker-Betriebe 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 in-



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



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

zwischen auch andere Arbeitsplätze aus den Kerngeschäftsfeldern der Betriebe ab. Jedes Unternehmen hat im Durchschnitt mindestens einen Mitarbeiter mit Kompetenz im Solarstrombereich. Das wirkt sich positiv auf die Gewinnung von Neukunden sowie auf die Qualität der Beratung aus.

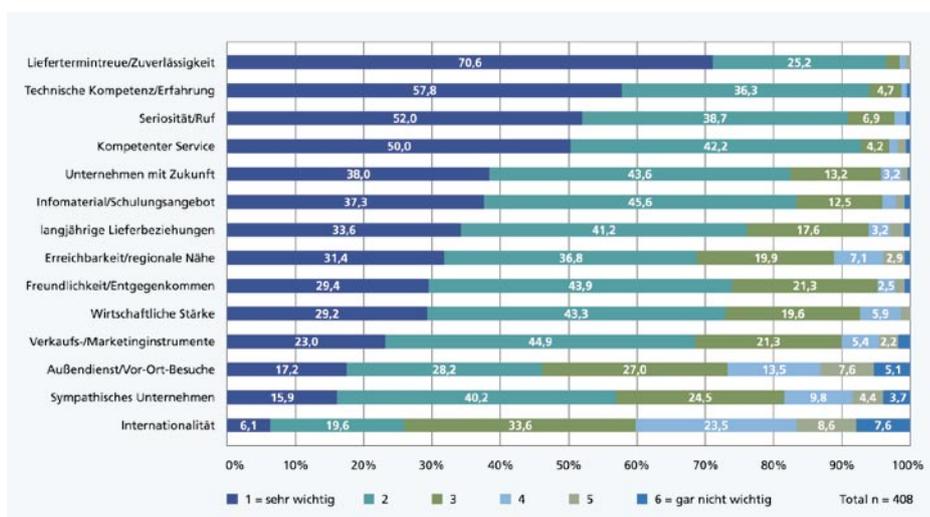
Kleine und mittlere Anlagen

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 gese-

hen. 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.

Drei bis fünf Einkaufsquellen

Der große Nachfrageüberhang im Photovoltaikmarkt 2005 hat in der Beschaffungskette seine Spuren hinterlassen. Während in den letzten Jahren der dreistufige Vertrieb über die Hersteller und die Großhändler bzw. Systemintegratoren hin zum Solar-Fachhandwerker klar dominierte, zeigt die aktuelle Untersuchung ein verändertes Bild. So kaufen deutlich mehr Betriebe direkt bei den Herstellern ein. Diese Tatsache wurde von den Herstellern bislang meist bestritten. Vor allem Handwerksbetriebe mit hohem Einkaufsvolumen haben den direkten Kontakt zu Herstellern gesucht, die solchen Geschäften gegenüber nicht abgeneigt waren.



Quelle: EuPD Research 2006

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

Immerhin konnten sie so die Großhandelsmarge einsparen.

Insgesamt hat jeder Installateur im Durchschnitt mindestens drei bis fünf unterschiedliche Einkaufsquellen.

Treue zu Lieferanten gestiegen

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

Solar

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

Verstärkte Großhandelsaktivitäten

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 aufge-

nommen. 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.

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 % aller Befragten bewerten diese inzwischen als sehr wichtig bzw. wichtig. Ausnahme sind die Solar-Installateure, die besonders große Projekte umsetzen. Volle Zustimmung hierzu gibt es insbesondere von den Dachdeckern und den SHK-Installateuren.

Aus Sicht vieler Hersteller, die inzwischen mit eigenen Wechselrichtern auf den Markt drängen, ist die Marktentwicklung erfreulich. Für Installateure haben die 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 die Einzelkomponenten. Dies belastet die Marge der Installateure, wenn sie die höheren Preise nicht weiterreichen können.

Qualität ist wichtiger als der Preis

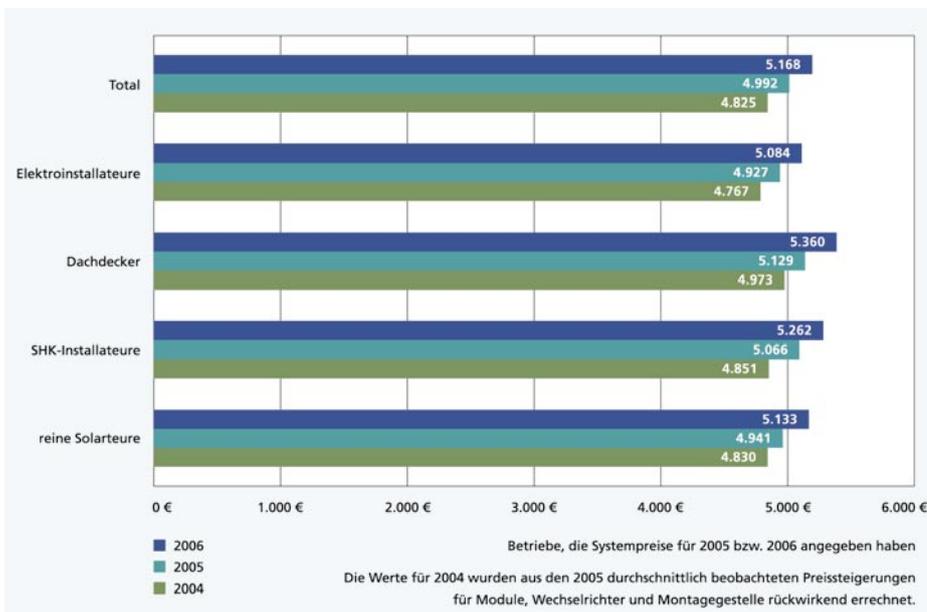
Bei der Relevanz der Produkteigenschaften erzielt die Qualität der Solarmodule Platz eins. Gegenüber 2004 verdrängt sie damit das Preis-Leistungsverhältnis auf Platz drei. Ebenfalls als Qualitätskriterium zu sehen ist die Leistungsgarantie, die von 92,7 % der Befragten als sehr wichtig bzw. wichtig eingestuft 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. So bleibt der Wechselrichter die Schwachstelle der Anlage. Neu ist jedoch das Problem der Modulverschmutzung.

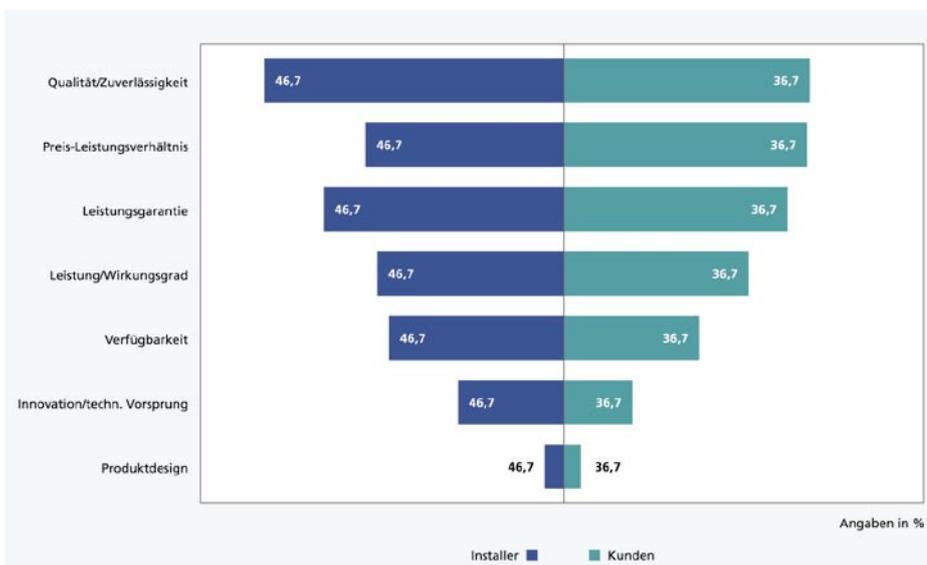
Aus Sicht der Installateure bringen Fehlerquellen aber auch die Möglichkeit für Zusatzgeschäfte wie Wartungsverträge und Garantiebearbeitungen.

Zuverlässige Lieferanten gesucht

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 bei den Installateuren beispielsweise Vertriebsunterstützung sowie technischer Support.



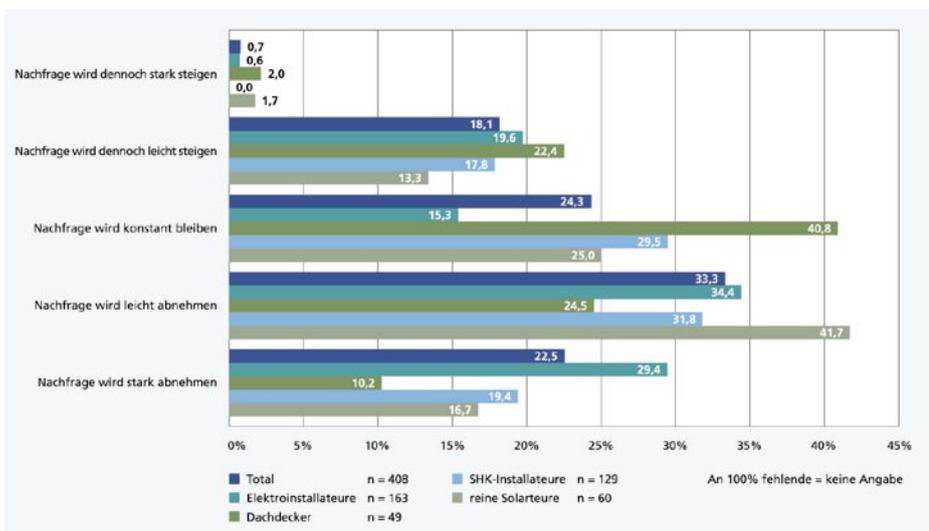
Wie hoch war 2005 der durchschnittliche Systempreis pro kWp für eine PV-Aufdachanlage (Verkaufspreis inkl. Installation ohne MwSt.)? Und wie hoch ist der Preis in diesem Jahr?



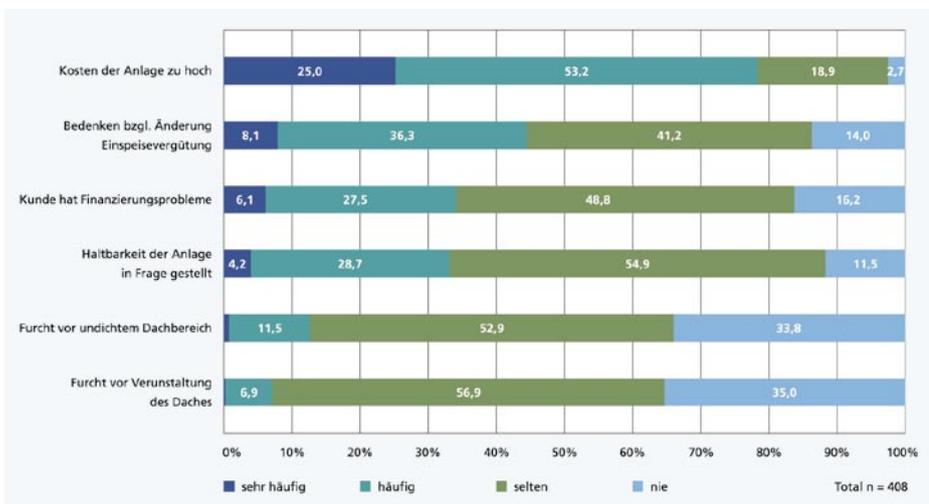
Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Kriterien bei der Auswahl Ihrer PV-Produkte? Wie wichtig sind Ihren Kunden bei einem PV-Produkt die folgenden Eigenschaften?

Quelle: EuPD Research 2006

Quelle: EuPD Research 2006



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



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

Preisentwicklung ist bedenklich

Der Preisanstieg der letzten Jahre setzt sich auch 2005/2006 fort. Nachfragersteigerungen, höhere Siliziumpreise und Margenvergrößerungen auf allen Wertschöpfungsstufen haben die Endkundenpreise für Module um durchschnittlich 5 bis 8 % 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 4000 bis 6000 Euro 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 ebenfalls 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.

Prognosen für 2006 und 2007

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 Preissenkungen 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 allerdings alle Marktbeteiligten, dass sich das starke Wachstum der letzten Jahre in einer deutlich moderateren Form fortsetzen wird. 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.

Hier gibt es die PV-Studie

Ergänzend zu den rund 600 Installationsbetrieben wurden für die Studie noch 145 Großhändler befragt und Experteninterviews durchgeführt

Die Marktstudie „Der deutsche Photovoltaikmarkt 2006/07“ kostet 480 Euro

Installationsbetriebe und Großhändler, die BSW-Mitglieder sind, zahlen 280 Euro und als Studienteilnehmer 80 Euro

Hersteller zahlen immer den vollen Preis. (Hinweis: alle Preise zzgl. MwSt. und 8 Euro Versand)

Bestellungen und weitere Infos:
 Europressedienst, 53113 Bonn
 Telefon (0228/4 29 66-0
 Telefax (02 28) 4 29 66-11
 E-Mail: info@europressedienst.com
 www.europressedienst.com