

Photovoltaik: Spezialisierungen bestimmen den Erfolg der Solarbranche

Gemessen am Bekanntheitsgrad anderer Branchen wie z.B. der Lebensmittelindustrie, ist die Solarbranche noch sehr jung. Dabei spielt es keine Rolle, dass seit über 50 Jahren schon die Photovoltaiktechnik im Weltall eingesetzt wird.

Wie zu Beginn jeder anderen Branche entstehen verschiedene Geschäftsfelder, die sich im Laufe der Zeit erst entwickeln. In Zeiten des Verkäufermarktes war die Euphorie noch ungebrochen und es musste nicht um Kunden geworben werden. Diese kamen von ganz alleine. Da diese Goldgräberstimmung nicht abbricht, mussten viele Solarunternehmen in allen Bereichen der Solartechnik mitspielen, auch wenn sie von dem was sie taten keine oder nur wenig Ahnung hatten. Dies wird in Zeiten des Käufermarktes einigen Unternehmen zum Verhängnis, die von der Modul- und Wechselrichterherstellung, bis hin zum Solaranlagenbau und Modulhandel die ganze Produktpalette bedienen.

Der Käufermarkt kam schneller als gedacht und heute verzeichnen wir eine Konsolidierung des Solarmarktes. Die Zahl der Unternehmenspleiten wächst. Aufzuhalten ist das kaum es sei denn, die Unternehmen würden sich auf das was sie können konzentrieren. „Spezialisierung“ heißt das Zauberwort. Ein Blick auf andere Branchen und es wird sofort ersichtlich, dass sich dort ziemlich jedes Unternehmen auf einen Bereich spezialisiert hat. Nur wenige Globalplayer decken erfolgreich die komplette Bandbreite ab.

Blickt man zudem zurück, was der Solarbranche noch fehlt, lassen sich sofort einige Geschäftsmodelle mit Spezialisierungsmöglichkeiten erahnen. Der Solarbranche fehlen noch wichtige Normen -gerade in Bezug auf Anlagenbauteile wie Steckverbindungen-, Richtlinien und Vorschriften, die gerade beim Thema Blitzschutz- und Überspannungsschutz noch gegenteilige Meinungen erzeugen. Dort könnten sich spezielle Institutionen etablieren.

So gibt es im Elektrobereich und vielen anderen Branchen schon längst große Einkaufsverbände. „Einkaufsgemeinschaften speziell für Solarmodule, Wechselrichter oder sonstigem Solarzubehör gibt es noch nicht.“, so Solarexperte Michael Ziegler. „Hier geht es insbesondere darum, dass viele Händler sich einem großen Verbund anschließen und dieser Verbund direkt an die Hersteller herantritt. Dadurch können noch bessere Einkaufspreise erzielt werden. Ein weitere Vorteil ist der einheitliche Preis, den die Händler und somit die Solarteure vom Verband bekommen. Das sorgt auf dem Markt für stabilere Verkaufspreise bei Solaranlagen. Die Preisschlacht, wie sie gerade im Süden von Deutschland zu beobachten ist, hätte somit ein Ende.“ Beste Beispiele für etablierte Einkaufsverbände sind die Fegime, die sich um die Belange von Elektrogroßhändlern kümmert oder das E/D/E für deutsche Eisenhändler.

„Es fehlen weiterhin Verbände und Organisationen für Nischenbereiche wie die Anpachtung von Dächern oder Investorenprodukte. Der Dachgeber oder Investor kann sich oftmals nicht von einer unabhängigen Stelle beraten lassen. Die solid aus Fürth ist ein gutes Beispiel für Fragen von Kunden, wenn es um die Planung und den Bau einer eigenen Solaranlage geht.“, fügt Ziegler hinzu.

So wird sich zukünftig einiges in der Solarbranche tun, um den Erfolg dieser Branche noch lange zu sichern.

Quelle: Michael Ziegler, freier Berater

www.photovoltaiik-guide.de