

Angespannter Markt

Die Flaute auf dem europäischen Solarmarkt drückt die Preise für Wechselrichter. Wenn die Hersteller nicht schnell günstiger werden und neue Märkte erschließen, gewinnt Asien die Oberhand.

Von Sascha Rentzing

Die europäischen Wechselrichter-Hersteller scheinen sich international gut zu behaupten. Im Ranking der umsatzstärksten Anbieter, das die US-amerikanische Marktforschungsfirma IHS jährlich aufstellt, liegen mit SMA und ABB gleich zwei Unternehmen aus Europa an der Spitze. Die Konkurrenz aus China, Japan und den USA folgt dagegen erst mit relativ großem Abstand auf den nachfolgenden Plätzen.

Doch der erste positive Eindruck täuscht. Die Statistik zeigt auch, dass sich die Zahl der in den IHS-Top-Ten vertretenen europäischen Firmen seit 2008 von acht auf vier halbiert hat. Dafür boomt die Branche in Fernost. Tauchte 2008 noch kein einziger asiatischer Wechselrichter-Anbieter im Ranking auf, sind es mittlerweile vier. Als Produktionsstandort für Solarmodule hat Europa bereits an Bedeutung verloren, die gleiche Entwicklung droht jetzt bei der Solarelektrotronik.

Die Firmen leiden vor allem unter der Verschiebung des Solarmarkts nach Asien. „Der Markt ist in Europa aufgrund der Unberechenbarkeit der Politik stark zurückgegangen. Dadurch lastet ein immenser Preisdruck auf uns“, erklärt Christoph von Bergen, Chef des Schweizer Wechselrichter-Herstellers Solarmax.

Wie ernst die Lage ist, zeigt die anhaltende Durststrecke beim Kasseler Weltmarktführer SMA. Sein Umsatz sank im ersten Halbjahr gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahrs um ein Viertel auf 341,2 Millionen Euro, der operative Verlust (Ebit) stieg sogar von 23,3 auf 62,4 Millio-

nen Euro. Schon im Juli hatte SMA-Chef Pierre-Pascal Urbon deshalb die Umsatzprognose für 2014 von 1,0 bis 1,3 Milliarden Euro auf 850 bis 950 Millionen Euro gesenkt. Bis Ende 2015 sollen bis zu 600 Mitarbeiter das Unternehmen verlassen.

Selbstbewusst trotz Krise

Die Krise könnte sich weiter verschärfen, wenn künftig auch noch chinesische Anbieter auf den europäischen Markt drängen. Bisher seien sie außen vor, da sie auf große Zentralwechselrichter für Solarkraftwerke spezialisiert seien, die in Europa kaum noch gebaut würden, erklärt von Bergen. Doch es dürfte nur eine Frage der Zeit sein, bis die Chinesen ihr Portfolio erweitern, um auch Kleinanlagen-Märkte wie Deutschland oder Italien bedienen zu können. „Vor allem die großen Anbieter werden Marktanteile in Europa und anderen internationalen Märkten gewinnen“, sagt IHS-Analyst Cormac Gilligan.

Der chinesischen Firma Sungrow ist der Schritt nach Europa bereits gelungen. „Unsere neuen ein- und dreiphasigen Stringwechselrichter für kleine Anlagen gewinnen in Deutschland deutlich an Bedeutung und sind im Markt sehr gut platziert“, sagt Sungrow-Deutschlandchef Tobias Krauth. Derweil schmilzt SMAs Marktanteil. Im ersten Halbjahr 2014 verkaufte der Kasseler Weltmarktführer nur noch zwei Gigawatt Wechselrichter-Leistung, 20 Prozent weniger als von Januar bis Juni 2013.

Die Trendwende wird für SMA wie für alle anderen europäischen Wechselrichter-Hersteller schwierig. „Um weltweit die Nummer 1 zu bleiben, muss SMA die Kosten senken und die Expansion nach China, Japan und in andere Zukunftsmärkte vorantreiben“, sagt Gilligan. Bei den Kosten ist das Unternehmen aber bereits ins Hintertreffen geraten: Nach einer Erhebung des Fachblatts Photon International kosteten SMA-Wechselrichter in der Leistungsklasse von fünf bis zehn Kilowatt im September 0,25 Euro pro Watt, fast doppelt so viel wie vergleichbare Sungrow-Inverter (0,13 Euro).

Auch die Expansion nach Asien ist eine große Herausforderung. „Die Chinesen und Japaner schützen ihre Märkte sehr gut. Dort steht schon vorher fest: Es wird eine

”

Der Markt in Europa ist aufgrund der Unberechenbarkeit der Politik stark zurückgegangen.“

Christoph von Bergen, Solarmax

einheimische Firma sein, die das Geschäft macht“, sagt von Bergen. Der Solarmax-Chef weiß, wovon er spricht: Das Unternehmen habe bereits versucht, außerhalb Europas Fuß zu fassen, hohe Einstiegsbarrieren hätten das aber verhindert. „Wir haben unsere Strategie deshalb zugespitzt: Wir setzen den Fokus auf die europäischen Märkte.“

Hier will Solarmax durch Spezialistentum und die Konzentration auf kleine bis ▶



Konzentrierte Arbeit: Ein Mitarbeiter des Schweizer Wechselrichter-Spezialisten Solarmax montiert einen so genannten String-Inverter.

mittelgroße Wechselrichter für Photovoltaikanlagen auf Wohnhäusern und kommerziell genutzten Gebäuden punkten. „Wir haben den Vertrieb so ausgestattet, dass er sich auf diese Segmente fokussiert“, sagt von Bergen. Außerdem forciert Solarmax technische Neuerungen. „Effizienzsteigerungen sind nicht mehr der springende Punkt, sondern vielmehr die Kommunika-

tion“, heißt es bei dem Unternehmen. Dem steigenden Preisdruck werde SMA mit „der signifikanten Senkung der Herstellungskosten“ begegnen. Die Kostenminderung soll einerseits durch eine enge Zusammenarbeit der Firmenbereiche und Prozessoptimierungen gelingen, andererseits durch Synergien, die sich aus der im Februar geschlossenen strategischen Partnerschaft mit dem

dänischen Heiztechnikspezialisten Danfoss ergeben.

Parallel stärkt SMA seine Präsenz in neuen Absatzmärkten. Um neue Produkte für die

USA zu entwickeln, hat die Firma nach eigenen Angaben ihre Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten im firmeneigenen US Technology Center in Denver ausgebaut. Darüber hinaus rechnet SMA mit einem Erfolg in China. Durch die Übernahme des chinesischen Wechselrichter-Herstellers Zensolar 2012 werde SMA vom Wachstum des dortigen Markts profitieren, heißt es.

Ähnlich optimistisch ist Bosch Power Tec. Der Wechselrichter- und Speicheranbieter bringt diesen November einen neuen Inverter für den Wohnhausbereich mit drei bis 4,6 Kilowatt Leistung auf den Markt. „Wir verkaufen unsere Geräte als Teil einer Systemlösung, die etwa aus einer Kombination von Photovoltaikanlage, Wärmepumpe und Steuerungseinheit bestehen kann. Bosch denkt und arbeitet schon immer in Systemen. Deshalb haben wir hier eine besondere Kompetenz“, erklärt Thomas Herrmann, Leiter Vertrieb und Marketing.

Auch auf den internationalen Märkten sieht Herrmann gute Chancen für „Bosch Power Tec“-Produkte. „Wir können die globalen Strukturen von Bosch nutzen. Das versetzt uns in die Lage, überall wettbewerbsfähig zu sein“, so Herrmann. Derzeit liefen Aktivitäten unter anderem in Australien, Indien und Taiwan, die USA sei als Absatzmarkt ins Auge gefasst. Die Situation ist für die europäischen Wechselrichter-Hersteller schwierig, aber offensichtlich nicht aussichtslos. ◀

”
Vor allem die großen Anbieter werden Marktanteile in Europa und anderen internationalen Märkten gewinnen.“

Cormac Gilligan, IHS-Analyst

tionsfähigkeit des Wechselrichters. Es geht um systemtechnische Anforderungen wie Alarmfunktionen, Last- und Netzmanagement.“

SMA glaubt trotz Krise sogar an den „Ausbau der Marktführerschaft“. „Kein Wettbewerber verfügt über eine annähernd vergleichbare Innovationsrate wie wir und eine so starke Positionierung als Marktfüh-