

Kleine Hersteller mit großem Selbstbewusstsein

*Neue Unternehmen suchen sich
Nischen auf dem Windmarkt*

Von **Ralf Köpke**

Jim Dehlsen ist zurück. Der 68-jährige Mann aus Kalifornien, den das US-Nachrichtenmagazin „Newsweek“ im vergangenen Herbst zum „Master of Wind“ gekürt hatte, wagt einen neuen Anlauf. In den frühen 80er Jahren hatte Dehlsen Amerikas erste Windschmiede „Zond“ gegründet, die nach einer Zwischenstation beim Öl- und Gasmulti Enron in General Electric (GE) aufgegangen ist. Mit seinem neuen Unternehmen Clipper Windpower will Dehlsen eine neuartige 2,5-Megawatt (MW)-Maschine auf den Markt bringen. In Iowa wird ein Investor im kommenden Jahr gleich 60 von Dehlsens Anlagen errichten.

Die Konkurrenz ist heute härter als vor 20 Jahren. Nach Auswertungen des dänischen Beratungsbüros BTM Consult entfielen im Jahr 2004 mehr als vier Fünftel des weltweiten Windmarktes auf nur fünf Unternehmen. Bei diesem Quintett, zu dem außer GE auch die deutsche Enercon sowie Vestas (Dänemark) und Gamesa (Spanien) gehören, kam es im vergangenen Herbst zu einer spektakulären Neuerung. Mit dem Siemens-Konzern, der den dänischen Hersteller Bonus Energy vollständig übernahm, ist nach GE ein zweiter multinationaler Player im Windgeschäft aktiv.

BTM-Analyst Per Krogsgaard hatte diese Entwicklung bereits erwartet: „Die Windparks werden ständig größer, was kleinere Hersteller bei der Vorfinanzierung und auch bei den von den Versicherungen verlangten Garantien für Service und Wartung zunehmend überfordert.“ Dennoch sieht der Däne auch für kleinere Hersteller eine Chance. „Der Siegeszug der Windenergie steht noch bevor, deshalb gibt es für alle Anbieter einen Platz und einen Haufen Arbeit.“

Partner im Ausland finden

Solche Prognosen haben Antoni Martínez veranlasst, seinen Ingenieuren das Okay für eine neue Windkraftanlage mit 3 MW Leistung zu geben. Dem Chef des zweitgrößten spanischen Turbinenherstellers Ecotécnica mit Sitz in Barcelona, der seine Fühler nach Frankreich und Portugal ausstreckt, ist vor der Konkurrenz der Big Five nicht bange. Keck sagt der Katalane: „Ich kenne genügend Investoren, die nicht mehr mit den ganz Großen zusammenarbeiten wollen, weil sie ihnen schlicht zu groß sind.“

Auch Veli-Matti Jääskeläinen hat eine Strategie, um sich neben den Großen zu behaupten. Er ist Geschäftsführer des finnischen Herstellers Winwind. „Bei unserem kleinen Heimatmarkt“, sagt der perfekt Deutsch sprechende Manager, „haben wir keine andere Chance, als international zu wachsen.“ Mit der neu entwickelten 3-MW-Maschine, die wegen ihres leichten Gewichtes preisgünstiger ist als andere, müsse sich Winwind „hinter keinem anderen Hersteller verstecken“.

Ähnlich selbstbewusst tritt Hugo Denker, Mentor des Newcomers Vensys Energiesysteme aus Saarbrücken, auf. Die Vensys-Maschine funktioniert ohne Getriebe. Dadurch kann auch weniger kaputtgehen. „Wir haben bislang Lizenzen nach China, Spanien, Kanada und Tschechien verkauft, um so unsere Technik auf den Markt zu bringen“, sagt Denker. Seine Strategie: „Wir brauchen in Deutschland ein paar Referenzprojekte, sehen unser eigentliches Geschäft im Ausland.“

Jochen Twele, Windkraftexperte vom niederländischen Beratungsbüro Ecofys, ist ebenfalls überzeugt: „Wer in Deutschland den Marktzutritt schaffen will, muss einen Partner im Ausland finden und sich als lokaler Anbieter etablieren.“

Das ist auch Jim Dehlsens Plan: Er hat bereits Vertriebsbüros in London und Mexiko-Stadt eröffnet.