



## Träge Wärme

Der Solarthermie droht ein weiteres Jahr ohne Wachstum. Die Firmen hoffen auf höhere Fördersätze und wollen sich bei Marketing und Vertrieb ins Zeug legen. Einen richtigen Aufschwung wird es wohl erst mit einem Regenerativen Wärmegesetz geben.

Text: Sascha Rentzing

Die Experten haben sich verschätzt. Als die Solarthermie nach einer schlechten Bilanz in 2002 im darauffolgenden Jahr mit guten Wachstumswerten aufwartete, glaubten viele, diese Technologie habe den Durchbruch nun endlich geschafft. Eine Million Quadratmeter neu installierter Kollektorfläche, verkündeten die Solarverbände daraufhin voller Optimismus, seien aufgrund der stark steigenden Nachfrage in 2004 realistisch.

Die Prognose entsprach der tatsächlichen Entwicklung nicht annähernd: 151.392

Anträge auf Förderung durch das Marktanzreizprogramm gingen in 2003 beim Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (Bafa) ein. 2004 waren es kaum noch halb so viele. So wuchs der Gesamtmarkt nicht um die vorausgesagten 40, sondern nur um vier Prozent; gerade mal 750.000 Quadratmeter Kollektorfläche wurden in 2004 auf Deutschlands Dächer gebracht.

Was stattdessen boomte, war die Photovoltaik. Beflügelt durch das PV-Vorschaltgesetz, das seit dem 1. Januar 2004 höhere

Vergütungssätze für eingespeisten Solarstrom vorsieht, erreichte sie ein Marktwachstum von etwa 100 Prozent. Die schwächelnde Schwester Solarwärme war klar in den Schatten gestellt.

„Die Nachfrageentwicklung in der Solarthermie ist einfach unbefriedigend“, sagt Gerhard Stryi-Hipp, Geschäftsführer des Bundesverbandes Solarindustrie (BSi), und fügt hinzu: „Die Trendwende muss jetzt passieren, sonst droht in 2005 ein Marktrückgang.“

**HOFFEN AUF BERLIN:** Ohne politische Impulse wird es die Solarthermie in Deutschland weiterhin schwer haben. Der Markt tritt auf der Stelle.

Doch woher sollen die Impulse für den Aufschwung kommen? Das von den Solarunternehmen geforderte Regenerative Wärmegesetz für Solar-, Biomasse und Erdwärme, von dem sich die Branche Planungs- und Investitionssicherheit verspricht, wird nach Stryi-Hipps Schätzung nicht vor Mitte 2006 in Kraft treten. Noch, so der Solarfachmann, hätten die Umwelt- und Branchenverbände ihre Gesetzesvorschläge nicht in die politische Diskussion in Berlin eingebracht. Wie es momentan aussieht, werden die Verbände den Parlamentariern zwei Varianten vorschlagen: eine Verordnung, welche die Nutzung von Wärme aus regenerativen Quellen für Neubauten und sanierte Gebäude vorschreibt, und eine Art Wärme-EEG, wonach Ökowärme-Produzenten von den fossilen Energien eine Umlage erhalten (siehe Seite 14).

### Hoffen auf den Bonus

Für dieses Jahr kann die Branche nur hoffen, dass es das Bundesumweltministerium (BMU), genauer gesagt das Referat für Markteinführungsprogramme für Erneuerbare Energien, noch einmal gut mit ihr meint. Dort wird im Augenblick über Modifizierungen im Marktanreizprogramm nachgedacht, die für die kommende Solar-saison gelten sollen.

Die Unternehmensvereinigung Solarwirtschaft (UVS) und der BSi hatten zuletzt immer wieder auf die Einführung einer Bonus-Regelung, etwa einer Kombinationsförderung, gedrängt. Diese Förderung gab es schon einmal in 2001: Wird eine Solaranlage zusammen mit einer neuen Heizung installiert, gibt es nicht nur für den Kollektor, sondern auch für die Therme Geld vom Staat. Damals hat es der Branche geholfen: Fast 900.000 Quadratmeter Kollektorfläche wurden in diesem Jahr installiert – ein bis dato unerreichter Rekord.

Ob das BMU jedoch auch diesmal bereit sein wird, der Solarthermie mehr Mittel zukommen zu lassen, ist derzeit

noch völlig offen. Zumindest lässt der für das Marktanreizprogramm zuständige Referent, Christof Stein, durchblicken, dass bei der Förderung auf „Kontinuität“ Wert gelegt und das Programm auf „bestehendem Niveau“ fortgeführt werde.

Damit scheint klar: Die 110 Euro Zuschuss, die Betreiber pro installiertem Quadratmeter Kollektorfläche derzeit bekommen, dürfte es auch weiterhin geben. Dass obendrein ein Bonus gezahlt wird, ist nicht ausgeschlossen.

### Branche muss Lethargie überwinden

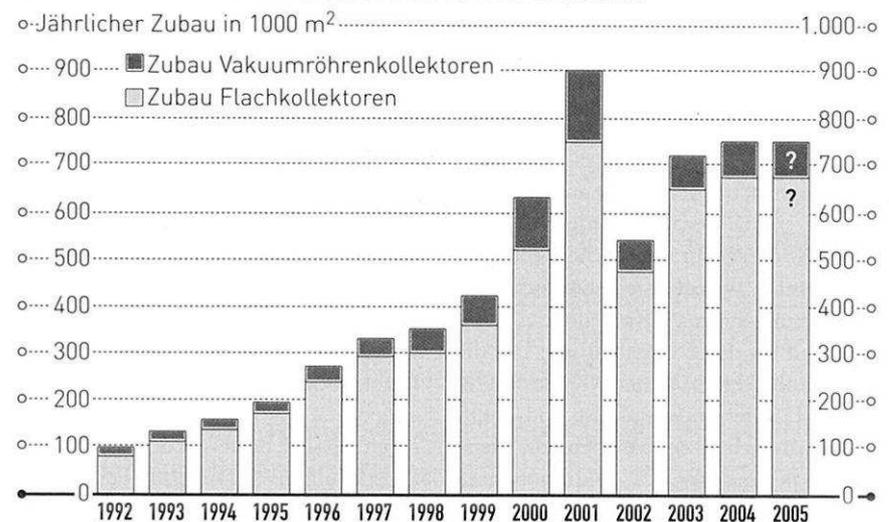
Allein auf das Marktanreizprogramm wollen sich die Unternehmen fortan jedoch nicht mehr verlassen. Die Firmen haben erkannt, dass sie dringend selbst etwas tun müssen, um wieder besser ins Geschäft zu kommen. Defizite gab es in der Vergangenheit vor allem bei Marketing und Vertrieb. „Weder bei den Heizungsbauern noch bei Endkunden ist die Solarwärme bisher richtig angekommen“, gesteht Bernhard Mertel,

Produktmanager beim Hagener Kollektorhersteller Westfa GmbH. „Wir müssen das Thema Solarthermie darum noch penetranter in die Öffentlichkeit tragen.“

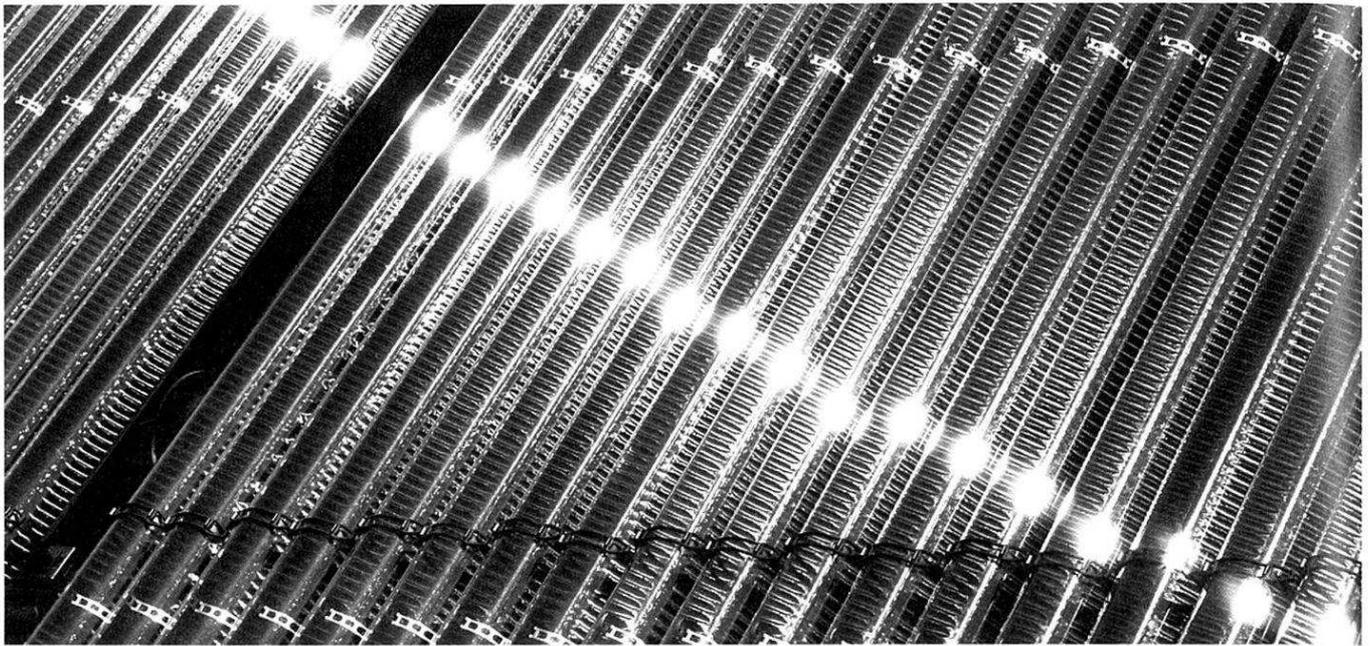
Bislang hatte Westfa Glück. Entgegen dem allgemeinen Trend kann bei den Westfalen von Stagnation keine Rede sein: Insgesamt über 20.000 Quadratmeter Kollektorfläche hat das Unternehmen in 2004 verkauft, 3.500 mehr als 2003.

Damit Westfa dieses Jahr nicht von der Flaute erfasst wird, hat man sich eine Vorwärtsstrategie verordnet: das Vertriebsnetz ausbauen, das installierende Handwerk gewinnen und Bauherren weiterhin mit technisch und ästhetisch anspruchsvollen Produkten begeistern. So wird Westfa auf der Internationalen Fachmesse für Gebäude- und Energietechnik (ISH) Mitte März in Frankfurt unter anderem eine neue Indachkollektor-Familie präsentieren. Außergewöhnlich daran: Anders als bei herkömmlichen Kollektoren lassen sich mit diesem System Dachflächen komplett in Energiedächer verwandeln.

### Höhen und Tiefen: Solarthermie in Deutschland



Quellen: Bundesverband Solarindustrie (BSi), für 2005: eigene Schätzung



Werner Koldehoff kann die Unternehmen nur bestärken, aktiver zu werden. Für das UVS-Vorstandsmitglied ist die „Lethargie“, die die Firmen zuletzt an den Tag gelegt haben, neben der gesamtwirtschaftlichen Lage und dem PV-Hype einer der wesentlichen Ursachen für den gegenwärtigen Stillstand.

Immer wieder kritisiert hatte Koldehoff vor allem die Branchengrößen Wagner, Viessmann und Buderus; letzteres Unternehmen fusionierte jüngst mit dem Geschäftsbereich Thermotechnik der Robert Bosch GmbH zur BBT Thermotechnik GmbH. Nach einer Analyse des Solarexperten haben die großen Drei im Jahr 2003 rund 250.000 Quadratmeter Flachkollektoren hergestellt. Damit hatten sie einen Marktanteil von etwa 35 Prozent (Produktion Flachkollektoren 2003 insgesamt: 655.000 Quadratmeter). Als Zugpferde der Branche seien sie jedoch nicht in Erscheinung getreten: An Aufklärungs- oder Werbekampagnen, um den Absatz anzukurbeln, sei nicht einmal gedacht worden. „Hätten sich die Konzerne für eine solche Aktion zusammengenagt, wäre für die Thermie die Post abgegangen“, mutmaßt Koldehoff.

Grund für die Zurückhaltung: Für die Heiztechnik-Unternehmen Viessmann und BBT Thermotechnik ist und bleibt das Hauptgeschäft der Vertrieb von Heizkesseln, heiztechnischen Komponenten und Warmwasser-Speichern. Die Solarthermie ist für die Heizungsspezialisten

dagegen nicht mehr als ein Nischenmarkt, den sie gerne mitbedienen.

„Mit Kollektoren und Solarspeichern erzielen wir insgesamt weniger als zehn Prozent unseres Umsatzes“, verrät Gerold Wenisch, Geschäftsführer der Solar Diamant Systemtechnik GmbH. Solar Diamant ist eine 100-prozentige BBT-Tochter und produziert in Wettringen im Münsterland alle Solarsysteme – in diesem Jahr werden es laut Wenisch über 100.000 Quadratmeter Kollektorfläche sein.

### Sonne für Schnäppchenjäger

So liegt es eher in Händen der mittelständischen „pure players“ wie Solvis, Pro Solar oder P, deren Kerngeschäft die Solarthermie ist, die Branche nach vorn zu bringen.

Über die Preisschiene versucht es die Frankfurter Consolar GmbH. Der Systemanbieter im Bereich Warmwasserbereitung und solarer Heizungsunterstützung baut derzeit im badischen Lörrach eine eigene Fertigung für Röhrenkollektoren auf. Bis zur Markteinführung der neuen Generation von Sonnenfängern wird das Vorgängermodell, das bei der Hamburger Microtherm exklusiv für Consolar gefertigt wurde, über die Vertriebspartner mit zehn Prozent Rabatt angeboten. „Wir nutzen die günstige Gelegenheit und beweisen dem Kunden, dass er für einen guten Preis Top-Technik bekommt“, betont Consolar-Geschäftsführer Andreas Siegemund.

Noch aggressiver geht die Pro Solar Energietechnik GmbH vor. Laut Geschäftsführer Raimon Dörr haben die Ravensburger im vergangenen Jahr rund 21.000 Quadratmeter Flach- und Röhrenkollektorfläche verkauft, nur 1.000 Quadratmeter mehr als 2003. Damit das Geschäft in diesem Jahr besser läuft, wurde die „Aktion pro solar“ gestartet. Hier wird die Sonnenwärme zum regelrechten Schnäppchen: Wer zum Beispiel das so genannte Solar-Komplettset VelaSun LF 304 zur Warmwasseraufbereitung inklusive 400-Liter-Speicher und zwei Flachkollektoren (rund vier Quadratmeter) kauft, zahlt dafür anstelle des Listenpreises von 4.750 nur 990 Euro. Davon runter gehen noch einmal die 440 Euro Bundesförderung. Eine Solaranlage ist so zum Preis einer Spülmaschine zu haben. Was von solchen ‚Sonderangeboten‘ zu halten ist, dazu äußert sich die UVS nicht. Es gehöre nicht zu den primären Aufgaben des Verbandes, so Geschäftsführer Carsten Körnig, sich zu den Verkaufsstrategien einzelner Anbieter zu Wort zu melden. „Wir werden nur dann aktiv, wenn wir ernsthafte Hinweise erhalten, dass mit falschen Versprechen verkauft wird und nicht das drin ist, was drauf steht.“

Eher mit neuen, pfiffigen Technologien wollen sich in diesem Jahr dagegen etwa Paradigma und Solvis Marktanteile sichern. Die Strategie beider Unternehmen zielt darauf ab, Kunden den Einstieg in die Solarthermie so schmackhaft wie möglich

zu machen. Röhrenspezialist P U setzt dabei auf das so genannte „AquaSystem“, einen Vakuumröhrenkollektor, bei dem anstelle eines Wärmeträgermediums schlicht Wasser für den Wärmetransport sorgt. Damit kann die Solaranlage direkt in einen bereits vorhandenen Heizkreislauf integriert werden. So spart der Kunde Geld und der Installateur hat es leichter, das System aufzubauen.

Bisher gab es das Modell nur zur Trinkwassererwärmung. Aber weil die Absatzzahlen laut Matthias Reitzenstein, Geschäftsführer Marketing und Vertrieb, in 2004 „sehr ermutigend“ waren, wird Paradigma in diesem Jahr einen leistungsstärkeren Typ zur Heizungsunterstützung auf den Markt bringen. Entsprechend optimistisch sind die Wachstumserwartungen: Zehn bis 20 Prozent Plus Kollektorfläche hält man bei der Karlsbader Kollektorschmiede in 2005 für realistisch.

Ein ähnlich hohes Wachstum erwartet Geschäftsführer Helmut Jäger trotz allgemein verhaltener Prognosen auch für die Solvis GmbH & Co KG. Die Hoffnungen des Braunschweiger Kollektor- und Kesselproduzenten ruhen in diesem Jahr vor allem auf dem Heizkessel Solvis Max. Der Clou dieser Therme: Sie kann beliebig mit Öl oder Gas, mit Pellets oder Brennstoffzelle, mit oder ohne Solarkreis betrieben werden. Wer den Kessel beispielsweise zunächst mit einem Ölbrenner betreibt, später aber wegen zu hoher Brennstoff-

kosten auf regenerativ umrüsten möchte, kann das problemlos tun. Jäger ist überzeugt: „Solvis Max ist eine gute Chance, die Solarthermie über die Heizungserneuerung zu puschen.“

### **Hoffen auf den Fossilientausch**

Doch nicht nur für sein Unternehmen, sondern für die gesamte Solarthermie-Branche sieht Jäger in der Heizungsmodernisierung eine Chance. Seit dem 1. November 2004 gelten in Deutschland für Heizkessel neue Abgasverlustgrenzwerte, die die Bundesimmissionsschutz-Verordnung vorschreibt.

Das bedeutet aber nicht zwangsläufig, dass nun alle älteren Anlagen ausgetauscht werden müssen. Schornsteinfeger, die die Thermen überprüfen, können diese im Falle zu hoher Abgasverluste nur beanstanden und dem Betreiber eine Sanierung nahe legen.

Bisher ist die große Modernisierungswelle ausgeblieben. Und zum Sommer hin, da ist Jäger realistisch, dürfte sich in deutschen Heizkellern nicht mehr viel abspielen. Doch spätestens zum Herbst, so der Solvis-Chef, könnte es mit den Erneuerungen losgehen und die Stunde der Solarwärme schlagen.

Damit modernisierungswillige Kunden in den Kollektoren überhaupt eine Alternative zu Öl und Gas sehen, muss – so sind sich die Firmen sicher – das installierende Handwerk als Multiplikator überzeugt werden.

Die Solarverbände wollen die Unternehmen bei diesem Vorhaben unterstützen. Bislang waren entsprechende Bemühungen von BSi, UVS und Co. nicht von Erfolg gekrönt. Die Marketinginitiative Solarwärme plus etwa scheint gescheitert. Im Frühjahr 2003 mit einem Budget von 400.000 Euro und dem Ziel gestartet, Installationsbetrieb für die Solarthermie fit zu machen, ist es den Initiatoren augenscheinlich nicht gelungen, die Heizungsbauer zu mobilisieren.

Mit der „Aktion Wärme von der Sonne“ im Rahmen des vom BSi getragenen Projekts Regiosolar soll nun ein zweiter Anlauf genommen werden. 30 Solar-, Umwelt- oder Agenda-Gruppen, so das Vorhaben, sollen sich in verschiedenen Regionen Deutschlands mit Heizungsbauern zusammenschließen und in gemeinsamen Informationsveranstaltungen Bürger für die Solarthermie begeistern. Im Herbst wird dann abgerechnet: War die Aktion erfolgreich und wurden in den beteiligten Regionen mehr Kollektoren auf die Dächer gebracht, soll „Wärme von der Sonne“ ausgeweitet werden.

Doch Stryi-Hipp gibt sich keinen Illusionen mehr hin: Selbst wenn die Förderung beibehalten werde und Marketingkampagnen der Unternehmen und Verbände erfolgreich seien – allein mit diesen Maßnahmen werde die Solarthermie den Durchbruch in Deutschland nicht schaffen. „Die Solarwärme“, sagt er, „muss zu einem Selbstdäuerer werden.“ Und das werde wohl erst mit einem Regenerativen Wärmegesetz gelingen. ◀