

PRESSEMITTEILUNG

Studie: Kristalliner Photovoltaikmarkt: Wie gefährlich ist der chinesische Drache wirklich?

München, 31. August 2010. Europäische, amerikanische und japanische kristalline Photovoltaikmodulhersteller (PV-Hersteller) sind entgegen der allgemeinen Wahrnehmung im Vergleich zum chinesischen Wettbewerb auch mittelfristig noch gut aufgestellt. Durch ihre international anerkannte Qualität und vor allem Termintreue können internationale Hersteller im weltweiten Durchschnitt um 16 % höhere Preise durchsetzen und treffen auf höhere Finanzierungsbereitschaft der Banken, die umfangreiche Solarprojekte finanzieren können. Dies qualifiziert sie insbesondere für das Kundensegment der großvolumigen Freiflächenprojekte. Das ist das Ergebnis einer aktuellen Studie von goetzpartners, die den globalen Markt der kristallinen PV-Hersteller analysiert.

„Noch ist der Kampf internationaler Player gegen den chinesischen Drachen nicht verloren“, sagt Michael Sanktjohanser, Managing Director bei goetzpartners, der die Studie leitete. „Wenn sich die internationalen Anbieter auf ihre Stärken konzentrieren und ihre zukünftigen Geschäftsmodelle entsprechend ausrichten, können sie ihr Terrain in einem wachsenden Markt behaupten. Ein Spaziergang wird dies allerdings nicht, da vor allem die chinesischen Anbieter ihre Wettbewerbsnachteile deutlich schneller aufholen können als die internationalen Anbieter.“

goetzpartners hat im Vorfeld der Studie eine Befragung unter mehr als 40 der weltweit größten kristallinen Photovoltaikmodulherstellern durchgeführt und auf dieser Basis den Markt entlang der folgenden vier Erfolgsfaktoren analysiert:

- **Produktionskosten:** Chinesische Anbieter haben einen klaren Kostenvorteil von 30 % im Vergleich zu den internationalen Anbietern, auch unterstützt durch die steigende Nachfrage in asiatischen Ländern.
- **Internationalisierung:** Die zunehmende Verlagerung der Nachfrage in die US-Dollar-Zone ist ein Vorteil für die chinesischen Anbieter. Sie haben in diesen Märkten zum Teil Produktionskapazitäten und verfügen dadurch über die notwendige Infrastruktur, die die internationalen Player teilweise erst aufbauen müssten.
- **Organisation:** Hier sind internationale Anbieter klar im Vorteil. Sie verfügen über etablierte Organisationsstrukturen und können sich im Gegensatz zu den rasant gewachsenen chinesischen Anbietern voll auf die Erschließung neuer Märkte bzw. die Neuausrichtung der Geschäftsmodelle auf die sich verändernden Märkte konzentrieren.
- **Sales & Marketing:** Der Solarmarkt entwickelt sich zunehmend zu einem Commodity-Markt, der effiziente Marketing- und Servicedienstleistungen erfordert. Auch hier positionieren sich internationale Anbieter aufgrund gefestigter Prozesse und Kundenbeziehungen vorne.

Zwar überflügeln chinesische Solarunternehmen die internationalen Anbieter derzeit an der Börse. Dennoch wird sich die Wettbewerbssituation am Photovoltaikmarkt erst mittelfristig

entscheiden. "Auf das richtige Pferd setzen, heißt die Devise", so Günther Schermer, Partner und Autor der Studie. „Internationale wie chinesische Marktteilnehmer verfügen über individuelle Stärken in den verschiedenen Kundensegmenten - vom Eigenheimbesitzer bis zum Multi-MW-Solarkraftwerk. Den Interessen der unterschiedlichen Kundengruppen gilt es mit spezifischen Strategien zu begegnen“.

Derselben Überzeugung ist auch Sebastian Olbert, Senior Manager und Co-Autor der Studie: „Internationale Player haben gegenüber dem „chinesischen Drachen“ vor allem im Segment der Freiflächenanlagen einen Wettbewerbsvorsprung. Überall, wo es um Liefertreue und Mehrwertdienste geht, können sie punkten. Dies spiegelt sich in einem noch klaren Bankability-Vorteil wider.“

Auch der chinesische Drache hat seine Achillesferse. Für beide Gruppen heißt es daher, sich neben der Realisierung von Quick Wins auf die jeweiligen Stärken zu konzentrieren und diese weiter zu forcieren, um dann mittelfristig die individuellen Schwächen in Stärken umzuwandeln. Für jedes Unternehmen sind diese Schritte individuell zu bestimmen und als Leitbild zu verankern, so die Empfehlung von goetzpartners.

Über goetzpartners

goetzpartners ist ein führendes unabhängiges europäisches Beratungsunternehmen, das M&A-Beratung (Mergers & Acquisitions) und Management Consulting unter einem Dach kombiniert. Die Gruppe steht für innovative Beratungsansätze und individuelle Lösungen, die mit den Kunden erfolgreich umgesetzt werden. goetzpartners ist mit Büros in München, Düsseldorf, Frankfurt, London, Madrid, Moskau, Paris, Prag und Zürich sowie internationalen Kooperationen vertreten.

goetzpartners Management Consultants ist spezialisiert auf die Beratungsschwerpunkte Strategie, Organisation, Operational Excellence, Marketing und Vertrieb, Restrukturierung und Strategic Due Diligence. Fokus von goetzpartners Corporate Finance ist die Beratung bei M&A-Transaktionen. goetzpartners ist „Hidden Champion“ 2009 in den Beratungssektoren Strategische Due Diligence, Finanzierungs- und Mergerstrategien sowie Post-Merger-Integration (Corporate-Finance-Beratung). (Studie „Hidden Champions des Beratungsmarktes“, Wissenschaftliche Gesellschaft für Management und Beratung (WGMB), Prof. Dr. Dietmar Fink, 2009).

Kontakt:

goetzpartners Management Consultants GmbH
Manuela Nikui
Director Marketing/PR
Prinzregentenstr. 56
80538 München
Tel.: +49 89 29 07 25-117
Fax: +49 89 29 07 25-215
nikui@goetzpartners.com
www.goetzpartners.com