

# Photovoltaikmarkt im Umbruch: Chancen für den Elektrogroßhandel

Der deutsche Photovoltaik-Markt (PV) hat in den letzten drei Jahren eine enorme Wachstumsentwicklung vollzogen. Die Marktgröße wird sich von 3,6 Milliarden Euro in 2007 auf ca. 14,5 Milliarden Euro in 2010 mehr als vervierfachen.

Trotz deutlichen Rückgangs der Preise für PV-Anlagen von knapp 40 Prozent seit 2007 konnte sich der Markt aufgrund des massiven PV-Mengenwachstums von 1,1 GW auf mehr als 7 GW in 2010 deutlich steigern. Das Wechselspiel zwischen stichtagsbezo-

genen EEG-Tarifabsenkungen und entsprechendem Preisverfall wirkte hierbei wie ein Beschleuniger für die PV-Industrie.

Wird sich diese „Goldgräberstimmung“ weiter fortsetzen? Wohl kaum, denn zahlreiche Indikatoren deuten auf eine Marktkonsolidierung hin: So wird zum einen erwartet, dass im Jahr 2011 der deutsche Markt mengen- und wertmäßig um mehr als ein Drittel einbricht und sich erst langsam wieder erholt (**Abb. 1**). Dies wird zwangsweise zu einem verschärften Preiswettbewerb und Margenverfall führen, der Volumenanbieter begünstigen wird. Zum anderen sind bei einigen Marktteilnehmern die finanziellen Spielräume so sehr eingeschränkt, dass deren Fortbestand gefährdet ist. Im deutschen Photovoltaik-Markt werden also zunehmend „normale“ Marktverhältnisse einkehren. Trotzdem: Der deutsche Markt bleibt wegen seines hohen Anteils am internationalen PV-Geschäft attraktiv – und das ganz besonders für den Elektrogroßhandel.



Johannes Spannagl,  
Mitglied der  
Geschäftslei-  
tung, Dr.  
Wieselhuber &  
Partner GmbH.



Marcel Merget,  
Projektleiter,  
Dr. Wiesel-  
huber &  
Partner GmbH.

## Elektrogroßhandel hinkt noch hinterher

Der Elektrogroßhandel in Deutschland realisiert mit seinem traditionellen Sortiment gegenwärtig einen Umsatz von ca. 7,5 Milliarden Euro. Im Jahr 2009 setzte der Elektrogroßhandel ca. 0,9 Milliarden Euro mit PV-Komponenten um, dies entspricht einem Anteil von ca. neun Prozent des gesamten PV-Marktes. Damit spielt dieser bisher eine untergeordnete Rolle bei der Versorgung des Elektroinstallateurs mit PV-Modulen und Wechselrichtern (**Abb 2**).

Reine PV-Spezialisten - PV-Großhändler mit und ohne Projektierung sowie Systemintegratoren - dominieren den PV-Markt mit einem Marktanteil von ca. 64 Prozent. Gleichzeitig liefern

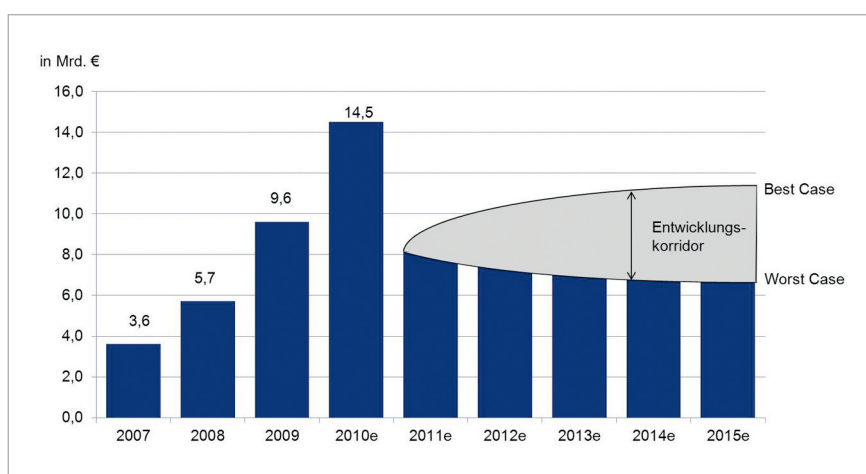


Abb. 1: Konsolidierung des PV-Markts (Quelle: W&P Markteinschätzung auf Basis BSW, Bank Sarasin, EuPD Research).

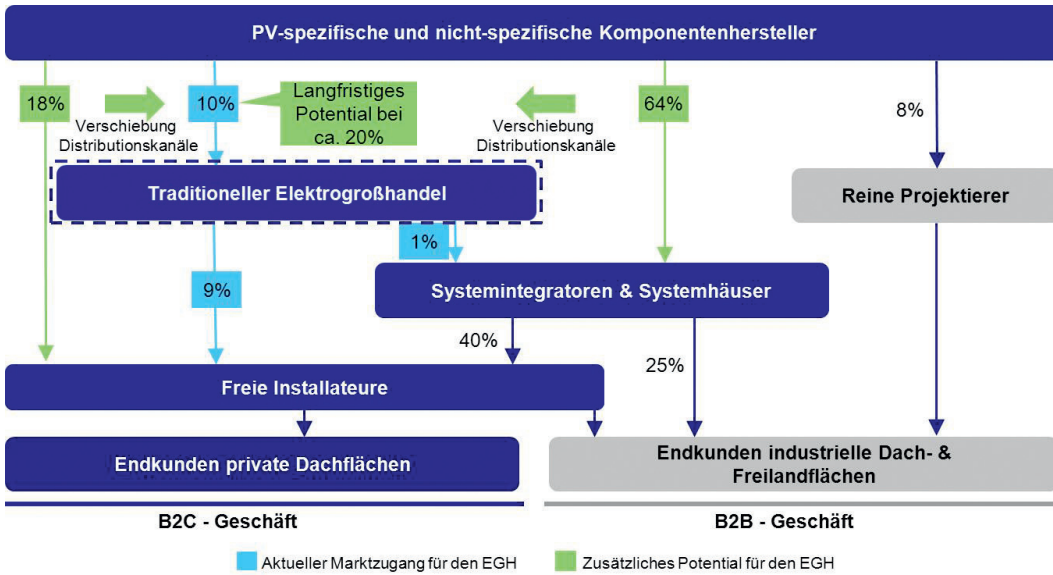


Abb. 2: Rolle des Elektrogroßhandels im gesamten PV-Markt; Quelle: W&P Markteinschätzung auf Basis EuPD Research.

Hersteller direkt an große Installateure und bedrohen, beziehungsweise eliminieren den dreistufigen Vertrieb immer mehr. Der Elektrogroßhandel hat bisher den lukrativen Markt der Photovoltaik den PV-Spezialisten überlassen und sich mit einem „kleinen Kuchenstück“ zufrieden gegeben.

Denn auch wenn die Mehrzahl der Elektrogroßhändler bereits im PV-Markt engagiert ist, bestehen deutliche Unterschiede bei Umsatzanteilen und dem Produkt- und Leistungsspektrum (Abb 3).

Nur ca. 22 Prozent der befragten Elektrogroßhändler betrachten PV bereits als Fokus-Geschäftsfeld und verfügen über einen hohen Professionalisierungsgrad.

55 Prozent sehen PV als Kompetenzgebiet und wichtigen Bestandteil des Portfolios, während 22 Prozent PV nur als reines Mitnahme-geschäft erachten.

Elektrogroßhändler, die PV als Fokus-Geschäftsfeld sehen, setzen einen klaren strategischen Schwerpunkt auf PV und zeichnen sich bereits heute durch einen hohen Professionalisierungsgrad aus. Sie weisen eine umfangreiche Planungs- und Projektierungskompetenz auf und verfügen überwiegend über einen eigenen PV-Außendienst.

Im Vergleich zu den PV-Systemhäusern und -integratoren zeigt sich jedoch eine deutliche Lücke beim Produkt- und Leistungsspektrum. Nur wenn

diese geschlossen wird, kann die Wettbewerbsfähigkeit gesteigert werden und eine größere Rolle eingenommen werden.

### Leistungsvorteile einsetzen - Marktanteile steigern

In der Konsolidierungsphase des PV-Marktes werden die Karten jetzt neu gemischt. Langfristig besitzt der Elektrogroßhandel großes Potenzial, seinen Marktanteil von neun Prozent in 2009 auf ca. 20 Prozent in 2015 zu steigern - was einem Umsatz von mindestens 1,5 Milliarden Euro entsprechen wird.

Grundvoraussetzung: Installateuren muss ein deutlicher Mehrwert gegenüber dem Direktvertrieb und System-

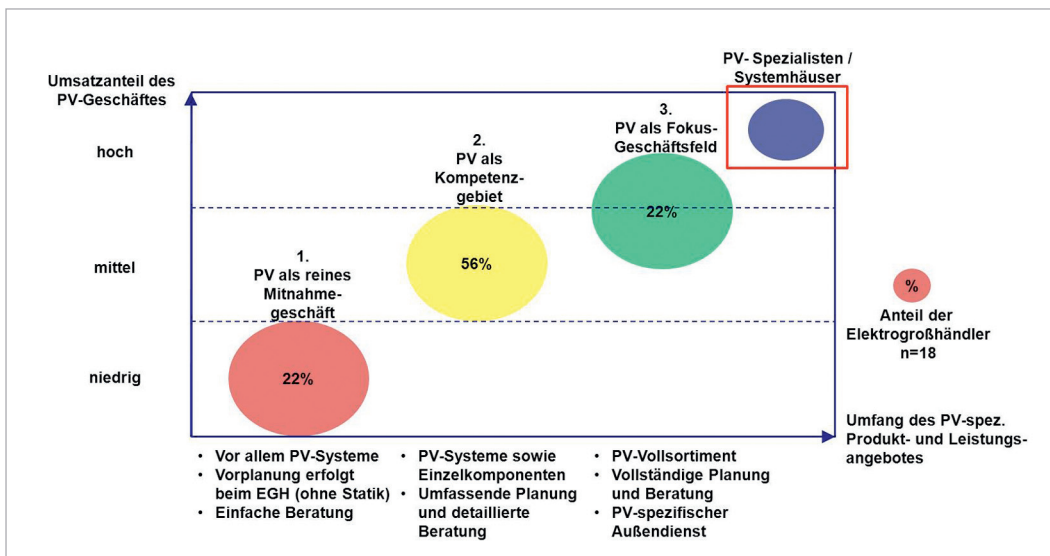


Abb. 3: Unterschiedliches Engagement des Elektrogroßhandels im PV-Markt; Quelle: W&P-Befragung des Elektrogroßhandels.

häuser/-integratoren geboten werden. Hier kann der Elektrogroßhandel vor allem durch seine Kompetenz und Leistungsvorteile in den Bereichen Vertriebsbetreuung, Supply Chain, Order Management und Service punkten. Gerade als Komplettanbieter ist der Elektrogroßhandel für die PV-Installateure interessant, die auch die klassische Elektroinstallation im Portfolio aufweisen. Die Herausforderung besteht vor allem darin, neben SHK-Installateuren auch reine PV-Installateure zu akquirieren, die heute überwiegend bei den PV-Systemhäusern und -integratoren kaufen. Wie? Ein entsprechender „Fahrplan“ könnte folgendermaßen aussehen:

#### Ausbau des PV-Sortiments:

Auf Basis einer tiefen Marktkenntnis kommt es insbesondere darauf an,

zukünftig die „richtigen“ Modulhersteller und Wechselrichteranbieter im Sortiment zu haben. Nicht zu vernachlässigen sind Montagesysteme und das Zubehör, denn in diesen Produktkategorien lassen sich gute Deckungsbeiträge erzielen.

#### Ausweitung der PV-Systemkompetenz:

Gleichzeitig gilt es, die eigene PV-Komponenten- und Systemkompetenz auszubauen, bei der aktuell reine Spezialisten deutlich die Nase vorn haben. Installateure wollen sich kompetent aufgehoben fühlen - hier spielt vor allem die technische Beratung und Projektierung eine zentrale Rolle.

#### Kommunikation der PV-Kompetenz:

Die systematische Kommunikation der PV-Kompetenz und des Produkt-

und Leistungsspektrums gegenüber Installateuren stellt einen weiteren wichtigen Stellhebel dar. Hier ist es vor allem notwendig, die Wahrnehmung bei den Installateuren zu stärken, dass der Elektrogroßhandel auch im Bereich der Photovoltaik ein kompetenter und leistungsfähiger Partner ist.

Der Elektrogroßhandel hat bisher sein Potenzial im PV-Markt nicht ausgeschöpft. Gerade die anstehende Marktkonsolidierung, bei der die Karten im Markt neu gemischt werden, bietet die Chance, sich als Alternative zu Systemhäusern/-integratoren zu etablieren. Wer den zu erwartenden Verdrängungswettbewerb gewinnen will, sollte systematisch und konsequent die notwendigen Maßnahmen zeitnah ergreifen.

**els spelsberg**

Markenprodukte mit Pfiff

## Photovoltaik

Besuchen Sie uns auf  
der **ELTEC** in Nürnberg  
19.01.2011 - 21.01.2011  
Halle 1, Stand 425



[www.spelsberg.de](http://www.spelsberg.de)

Günther Spelsberg GmbH + Co. KG Im Gewerbepark 1, D-58579 Schalksmühle  
Telefon: 0 23 55 / 8 92-0, Telefax: 0 23 55 / 8 92-299, e-mail: info@spelsberg.de