

Bonn, 25. Mai 2009

Pressemitteilung

5.050 Zeichen (inkl. Leerzeichen), 4.414 Zeichen (ohne Leerzeichen)

Der deutsche Photovoltaikmarkt – Fels in der Brandung

Bonn. Deutschland wird im Jahr 2009 wieder zum wichtigsten Photovoltaikmarkt der Welt aufsteigen. So die Prognose von EuPD Research, dem führenden Marktforscher für Solarenergie. Nach Schätzungen der neuen Studie „Der deutsche PV-Markt. Nachfrager verstehen - Potentiale erschließen“ werden demnach zwei Gigawatt an Modulen in Deutschland neu installiert. Dabei verheißen die globalen Kontextfaktoren nichts Gutes: Das Zusammenbrechen des spanischen Marktes, der weltweite Angebotsüberhang und nicht zuletzt die Finanzkrise bedeuten düstere Aussichten für die internationale Photovoltaikindustrie. Doch solide Rahmenbedingungen in Deutschland könnten dafür sorgen, dass der hiesige Photovoltaikmarkt dennoch ein deutliches Wachstum vollzieht und damit mehr denn je ins Zentrum des globalen Interesses rückt.

Konstantes Wachstum im deutschen Markt

Während auf globaler Ebene stürmische Zeiten für die Photovoltaikbranche anbrechen, präsentiert sich der deutsche Markt vorerst als verlässlicher Fels in der Brandung. Die Nachfrage in Deutschland wird zwar voraussichtlich nicht ausreichen, um den Angebotsüberhang zu kompensieren. Doch garantierte Einspeisevergütungen durch das Erneuerbare-Energien-Gesetz (EEG) und ein gesicherter Kapitalzugang für Anlagenbauer durch die Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) dürften für ein konstantes Wachstum sorgen. Während andere Ländermärkte teilweise durch schwankende Rahmenbedingungen gekennzeichnet sind, kann der deutsche Markt auf eine solide Fördergeschichte zurückblicken. Bereits im Jahr 1990 wurde mit dem Start des 1.000-Dächer-Programms der Grundstein für den Erfolg gelegt, der durch die Einführung des Erneuerbare-Energien-Gesetzes 2000 kontinuierlich fortgeführt wurde.

Gewaltige Potentiale mobilisieren

Auch wenn der Diffusionsprozess im deutschen Markt weit fortgeschritten ist, bestehen noch erhebliche unerschlossene Potentiale. So etwa im Bereich der privaten Aufdachanlagen, dem Fundament der deutschen Erfolgsgeschichte. In keinem anderen Land der Welt hat das Segment eine solche Bedeutung wie in Deutschland. Bis 2008 wurden mehr als 300.000 EEG-Anlagen auf Ein- und Zweifamilienhäuser installiert. Die kumulierte Leistung betrug bis zum Vorjahr etwa 1,5 GWp und macht damit einen Marktanteil von rund 30 Prozent aus. Damit ist es das größte Marktsegment und liegt noch vor der Landwirtschaft und Industrie/Gewerbe. Und doch bietet die Sparte enorme Entwicklungsmöglichkeiten, die noch lange nicht ausgeschöpft sind. Dabei variieren die Annahmen über das theoretische Potential. Nach konservativen Schätzungen könnte auf Deutschlands Dächern eine Menge von insgesamt 42,2 GWp verbaut werden. Demnach wäre das Segment zu 3,5 Prozent gesättigt. Geht man von weniger restriktiven Annahmen aus, in denen durch technologische Entwicklung größere und wirksamere Anlagen genutzt werden können und erhöht gleichzeitig den Anteil geeigneter Dachflächen, so wird sogar von einem Volumen von 99 GWp ausgegangen. Der Sättigungsgrad sinkt dabei auf lediglich 1,5 Prozent. „Nachdem die Technologie zur solaren Stromerzeugung in den Anfangsjahren vor allem für ökologisch-motivierte

Käufergruppen interessant war, muss sie in Zukunft insbesondere als renditesichere Kapitalanlage kommuniziert werden, um neue Käuferschichten zu mobilisieren“, so der Projektmanager der Studie, Jan Winkler.

„White Spots“ auf der Landkarte

Bislang wurden Photovoltaikanlagen insbesondere im Süden der Republik installiert. Bedingt durch eine hohe Sonneneinstrahlung konnten hier die höchsten Renditen erreicht werden. Durch sinkende Systempreise und sich verbessernde Wirkungsgrade für Photovoltaikmodule werden künftig auch Teile Deutschlands für die Technologie interessant, die bisher weitestgehend unerschlossen sind. Die dezentrale Struktur des deutschen Marktes, bedingt durch den hohen Anteil kleiner und mittelgroßer Photovoltaikanlagen, bedeutet allerdings einen höheren Distributionsaufwand. Das Distributionsnetz, mit dem Installateur als wichtigstem Absatzmittler zum Endkunden, ist größtenteils lediglich dort ausgeprägt, wo bereits eine große Anzahl an Anlagen installiert wurde. Um die weitere Entwicklung des deutschen Marktes voranzubringen und die „White Spots“ auf der deutschen PV-Landkarte gezielt zu entwickeln, muss dieses Netzwerk in Zukunft konsequent ausgebaut werden.

Die Studie „Der deutsche PV-Markt. Nachfrager verstehen - Potentiale erschließen“ wird im Rahmen der weltgrößten Solarmesse Intersolar 2009 in München veröffentlicht. Bereits zum fünften Mal bietet EuPD Research damit ein umfassendes Handbuch zum deutschen Photovoltaikmarkt. In der neuen Studie werden die Kundengruppen innerhalb der Segmente analysiert und erstmals spezifische Unterschiede bis auf regionale Ebene herunter gebrochen. Der Fokus liegt daneben auf der Erschließung bislang vernachlässigter Potentiale innerhalb der einzelnen Marktsegmente.

Mehr Informationen zur Studie „Der deutsche PV-Markt. Nachfrager verstehen - Potentiale erschließen“ erhalten Sie hier:

http://shop.eupd-research.com/product_info.php/language/de/info/p49_The-German-Photovoltaic-Market-2009.html

Bei Fragen können Sie sich jederzeit gerne an die Pressestelle wenden:

EuPD Research

Adenauerallee 134

D-53113 Bonn

Fon +49 (0)228 97143-74

Fax +49 (0)228 97143-11

press@eupd-research.com

www.eupd-research.com