

Bonn, 13. Februar 2007

Pressemitteilung

Spanier lieben deutsche Solarprodukte

Verlässlichkeit, kompetenter Service, Qualität und Leistung stehen bei den Auswahlkriterien ganz oben

Bonn. Jedes dritte Unternehmen, das in Spanien Photovoltaikanlagen installiert, bevorzugt deutsche Module (34,5 Prozent). Für 17,2 Prozent spielt das Herkunftsland keine Rolle beim Kaufentscheid und 13,8 Prozent ziehen vor allem Produkte aus Japan vor. Zu diesem Ergebnis kommt die Studie „The Spanish Photovoltaic Market 2006/07 – Growth Market with Initial Difficulties“ des Marktforschers EuPD Research, die auf einer repräsentativen Umfrage unter Spaniens Installateuren basiert. Auffallend ist, dass Produkte aus China mit knapp sieben Prozent eher schlecht abschneiden. Francisco Pérez Spiess, Vertriebsleiter der SolarWorld Iberica S.L., sieht den Grund dafür in der schlechten Erreichbarkeit der chinesischen Hersteller, die aus ihrer räumlichen Entfernung und Unbekanntheit resultiert, was in Fragen der Garantiegewährung zu Problemen führen könne. Da die Kredit gebenden Banken in Spanien PV-Projekte zunehmend kontrollieren und unter anderem auch die Auswahl der Module begutachten würden, ist es seiner Meinung nach vorteilhaft für die Unternehmen, sich einen deutschen oder europäischen Partner zu suchen. Auch in anderen Konsumgüterbereichen greifen spanische Konsumenten gerne auf deutsche Produkte zurück, die ein hohes Ansehen bei Qualität und Haltbarkeit genießen.

Zuverlässigkeit steht an erster Stelle

Nach den Kriterien befragt, welche die Wahl für einen Hersteller von PV-Produkten anleiten, stand die Zuverlässigkeit von Lieferzeiten an erster Stelle. Auf einer Skala von eins für „nicht wichtig“ bis vier für „sehr wichtig“ nahm sie einen Wert von 3,7 ein. In diesem Urteil unterscheiden sich die spanischen Marktteilnehmer nicht von den deutschen, für die die Verbindlichkeit ebenfalls der wichtigste Aspekt bei der Auswahl eines Herstellers darstellt. Auch ein kompetenter Service und die Reputation auf dem Markt wurden von den Spaniern als besonders wichtig eingeschätzt (3,5). Auffallend ist, dass im Gegensatz zu deutschen Firmen für die spanischen auch der Kundendienst der Hersteller eine wichtige Rolle spielt (2,8). Eine mögliche Erklärung hierfür bietet der Fakt, dass in Spanien vor allem Freiflächenanlagen gebaut werden für die aufgrund Ihrer Größe mehr Know-how und eine bessere Betreuung notwendig sind.

Nach den bevorzugten Eigenschaften der Produkte befragt, stand Qualität/Verlässlichkeit an erster Stelle (3,8), dicht gefolgt von den Merkmalen Leistung (3,7), Garantie (3,6) und Preis-Leistungsverhältnis (3,5).

Weitere Informationen über die aktuelle EuPD Research-Studie „The Spanish Photovoltaic Market 2006/07 – Growth Market with Initial Difficulties“, für die u.a. Tiefeninterviews mit 58 in Spanien installierenden Unternehmen geführt wurde, finden Sie unter:
<http://www.europressedienst.com/studien/>

EuPD Research

Fon +49 (0)228 – 429 66 – 42

E-Mail: s.schmitz@eupd-research.com

EuPD Research ist Markt- und Meinungsforscher für Medien und Unternehmen. Als Fullservice-Dienstleister mit eigenem Befragungsdienst bieten wir unseren Kunden das gesamte Instrumentarium quantitativer wie qualitativer Forschung. Wir erstellen Marktstudien, Branchenberichte und Geschäftsklimaindizes und entwickeln damit zielgruppenorientierte Entscheidungshilfen. Dabei greifen wir auf ein Expertennetzwerk von Wissenschaftlern, Entscheidungsträgern und Medienvertretern zurück.