

Marktstrategien für Erfolg in der Photovoltaik

Studie zum Photovoltaikmarkt in Deutschland

München, November 2012

Executive Summary

Zugegeben: Der Photovoltaik-Markt ist schwierig im Moment. Vor allem die Anbieter von Photovoltaik-Modulen kämpfen mit Überkapazitäten, der Preisverfall ist enorm und die Unternehmen weisen schlechte Zahlen aus. Auch die Wechselrichterhersteller und die Hersteller der Montagesysteme haben mit den Unwägbarkeiten des Marktes zu kämpfen. Die Großhandelspartner mühen sich, ihren Platz in der Vertriebskette zu behaupten.

Die Studie zeigt wichtige Ansatzpunkte für Hersteller und Großhandelspartner, um den Markt weiter zu entwickeln und das eigene Unternehmen zum Erfolg zu führen. Schlüsselfigur für den Erfolg ist und bleibt der PV-Installateur. Als Brücke zu den Kunden führt kein Weg an ihm vorbei. Deshalb bleibt es oberstes Gebot für Hersteller, die PV-Installateure für sich zu gewinnen. Der Hersteller, den der PV-Installateur seinen Kunden empfiehlt, kommt in aller Regel beim Projekt auch zum Zug.

Zudem zeigen die Ergebnisse, dass die Loyalität der Installateure zu den Herstellern sehr hoch ist. Ein PV-Installateur, der einmal als Partner gewonnen und aufgebaut wurde, bleibt ein zuverlässiger Botschafter für die Produkte der Hersteller.

Der zweite wichtige Punkt ist die Unterstützung der PV-Installateure bei der Kundengewinnung. Integrieren die Hersteller die PV-Installateure in ihre Marketingaktionen, können sie sehr gezielt die potentiellen Kunden adressieren. Hier haben die meisten Hersteller großen Nachholbedarf.

In diesem Bereich können sie von den Großhandelspartnern lernen. Diese haben besser als die Hersteller verstanden, wie das Marketingmaterial und die Kampagnen gestaltet sein müssen, damit sie gemeinsam mit den PV-Installateuren umgesetzt werden können.

Überhaupt spielen die Großhandelspartner eine wichtige Rolle. Sie sind immer noch wichtigster Ansprechpartner für die PV-Installateure. Deshalb sollten Hersteller genau überlegen, ob es sich lohnt, die Großhandelspartner zu übergehen, um den Systempreis einer Anlage drücken zu können. Besser wäre es, die Vertriebskette gemeinsam mit dem Großhandelspartner zu optimieren, indem jeder der Partner seine besonderen Stärken einbringt.

Die Möglichkeiten sind da, den Markt zu gestalten und die Zukunft des eigenen Unternehmens zu sichern. Die Unternehmen müssen nur das brachliegende Potential in der effizienten Marktbearbeitung nutzen. Wer das rechtzeitig versteht und richtig umsetzt, verbessert seine Chancen, zu den Gewinnern der Photovoltaik-Branche zu gehören.

I. Einleitung	5
1. Ziel der Studie	5
2. Design der Umfrage.....	6
3. Teilnehmer.....	7
II. Auswertung, Analyse und Empfehlungen	8
1. Tätigkeitsbereiche und Erfahrung der Teilnehmer.....	8
Was beschreibt Ihre Tätigkeit im Solarbereich?	9
Wie viele PV-Anlagen installiert Ihr Unternehmen im Jahr und wie viel Kapazität haben Sie im Jahr 2011 installiert?	10
Wo liegt der Schwerpunkt Ihrer Photovoltaik-Installationen?	12
2. Geschäftsbeziehungen der PV-Installateure zu Herstellern und Großhandelspartnern.....	13
Mit wie vielen Modulherstellern arbeiten Sie zusammen?	13
Mit wie vielen Wechselrichterherstellern arbeiten Sie zusammen?	14
Mit wie vielen Großhandelspartnern arbeiten Sie zusammen?	15
Wessen Unterstützung ist für Sie in der täglichen Arbeit am wichtigsten?	16
Würden Sie lieber direkt mit den verschiedenen Herstellern zusammenarbeiten oder ist Ihnen der zwischengeschaltete Großhandelspartner wichtig?.....	17
Wie groß ist Ihre Bereitschaft, den Hersteller oder den Großhandelspartner zu wechseln?	18
3. PV-Installateure als Brücke zum Endkunden.....	21
Verankerung der Modulhersteller im Markt	21
Wie häufig kommt es vor, dass die Kunden nach speziellen Marken für Solarmodule fragen?	21
Wenn Kunden nach bestimmten Modulherstellern fragen, nach welchen Herstellern fragen sie?.....	22
Die Solarmodule welchen Herstellers empfehlen Sie Ihren Kunden? ..	24
Verankerung der Wechselrichterhersteller im Markt	28
Wie häufig kommt es vor, dass die Kunden nach speziellen Marken für Wechselrichter fragen?.....	28
Wenn Kunden nach bestimmten Wechselrichterherstellern fragen, nach welchen Herstellern fragen sie?.....	29
Die Wechselrichter welchen Herstellers empfehlen Sie den Kunden? ..	30
Verankerung der Montagesystemhersteller	31
Wie wichtig ist Ihnen das Montagesystem?	31
Setzen Sie auf einen bestimmten Hersteller von Montagesystemen? ..	32
Auf welchen Hersteller von Montagesystemen setzen Sie?.....	32

4. Unterstützung der PV-Installateure – Schlüssel zum Markterfolg	35
Welche Unterstützung durch die Hersteller ist Ihnen am wichtigsten?	35
Welche Unterstützung durch die Großhandelspartner ist Ihnen am wichtigsten?	37
Königdisziplin: Gemeinsame Kundengewinnung	38
Wie sehen Sie die Notwendigkeit der Vertriebsunterstützung durch Hersteller oder Großhandelspartner?	39
Wie ist die aktuelle Unterstützung durch Hersteller oder Großhandelspartner?	40
Welche Hersteller oder Großhandelspartner bieten Ihnen Material oder Kampagnen zur Kundengewinnung an?	41
Welcher dieser Hersteller oder Großhandelspartner bietet Ihrer Meinung nach das beste Marketingmaterial an?	43
Spezielle Formen der Kundengewinnung – Klassische Werbung	44
Im Folgenden zeigen wir einige Möglichkeiten auf, wie man aktiv Kunden ansprechen und gewinnen kann. Bitte geben Sie an, welche Aussage für Sie zutrifft.	44
Wenn Sie sich aktiv an einer der Maßnahmen beteiligen, sind Sie dann auch bereit, sich an den Kosten zu beteiligen?	45
Spezielle Formen der Kundengewinnung – Direct Mail	46
Spezielle Formen der Kundengewinnung – Internet-Homepage	47
5. Sonderthema: Nutzen von Social Media	49
Sehen Sie Social Media Plattformen als Möglichkeit, Kunden zu gewinnen?	49
Nutzen Sie persönlich Social Media Plattformen?	50
Nutzen Sie Social Media geschäftlich oder privat?	51
Wenn Sie bereits Social Media Plattformen nutzen, welche Aussagen treffen auf Sie zu?	52
6. Zukunftsthemen der PV-Installateure	54
Zu welchem der folgenden Geschäftsthemen erwarten Sie mehr Informationen von den Herstellern und Großhandelspartnern?	54
Welches sind aus Ihrer Sicht die wichtigsten Maßnahmen, die helfen, das Geschäft mit Photovoltaikanlagen nachhaltig anzukurbeln?	55
Was ist Ihre Erwartung an die Politik?	56
Wie sehen Sie Ihre weitere Geschäftsentwicklung im Bereich der Photovoltaik in den nächsten 2 Jahren?	57