

IM INTERVIEW: MARC BUNZ, SCHWEIZER ELECTRONIC

„Die Beziehungen und den Marktzugang haben wir“

Der Finanzvorstand des Familienunternehmens über die Aussichten auf dem Solarmarkt

Börsen-Zeitung, 10.1.2012

■ Herr Bunz, was ist das Problem deutscher Solarunternehmen?

Wir rechnen damit, dass es zu einem Generationswechsel kommt, bei dem etablierte Player die Start-ups in der Branche ablösen. Wenn es darum geht, bei der Effizienz das letzte herauszuholen, sind Industrieexperten gefragt. Die Firmen, die heute im Rampenlicht stehen, haben keine langjährige Erfahrung mit der Steuerung und Organisation von Produktionsprozessen. Für sie wird es äußerst schwierig, nachhaltig zukunftsfähig zu sein.

■ Was erwarten Sie von der Energiewende?

Wir rechnen für Europa bis 2015 mit keiner wesentlichen Marktsteigerung. Für uns sind die Wachstumsregionen die USA und Asien, wobei wir uns auf Asien konzentrieren.

■ Sie fangen in China aber nicht bei null an?

Wir sind in China nicht ganz unerfahren. Schweizer Electronic hatte bis 2004 eine Leiterplattenfertigung in Wuxi. Wir können auf ein gutes Netzwerk aus dieser Zeit zurückgrei-

fen und haben wichtige Positionen in unserem Joint Venture mit ehemaligen Mitarbeitern besetzt. An Aufträge wie die Absichtserklärung zur Projektierung von Solarparks in der Guangzhou Knowledge City kommt man nur heran, wenn man über ein entsprechendes Beziehungsgeflecht verfügt.

■ Worum geht es dort?

Dort soll ein Fotovoltaik-Volumen von 150 Megawatt aufgebaut werden. Für uns ist das ein sehr wichtiger Baustein, weil wir damit den Downstream in China gleich mit aufbauen. Aber Guangzhou hat vor, die Nutzung erneuerbarer Energien in der gesamten Provinz voranzutreiben. Potenziell gibt es also viele Nachfolgeprojekte.

■ Wie arbeiten Sie mit Ralos zusammen?

Wir haben mit Ralos gute Erfahrungen in Sachen Kompetenz und Know-how gemacht. Ralos ist für uns ein guter Partner zur Projektierung hochwertiger Parks in China. Die Beziehungen und den Marktzugang haben wir.

■ Sie bearbeiten einen Nischenmarkt. Wie muss man sich das

vorstellen?

Monokristalline Hocheffizienzmodule haben einen Anteil von etwa 6,5 % am gesamten Fotovoltaikmarkt. Unsere Hauptwettbewerber sind Sanyo und Sunpower. Das Problem ist, dass die Module bislang – im Vergleich zur zusätzlichen Leistung, die sie bringen – überproportional teuer sind. Da setzen wir an. Durch neue Technologien wollen wir zu einem Preis produzieren, der sich nicht wesentlich von Standardprodukten unterscheidet. Wir halten das für die einzige Nische im Fotovoltaik-Markt, in der man überleben kann.

■ Wann nimmt das Thema Fotovoltaik wieder Fahrt auf?

Ich halte die negative Stimmung für übertrieben. 2011 war ein schwaches Jahr, 2012 wird nicht besser. Aber 2013 wird das Jahr, in dem das Thema wieder läuft. Deshalb halten wir es für besser, antizyklisch zu investieren, als die Kapazitäten zu verdoppeln, wenn der Boom seinen Höhepunkt erreicht.

.....
Das Interview führte Andreas Hip-pin.