

Vom 8. April 2008

Frankfurter-Finance.de



EXKLUSIV-INTERVIEW

SolarWorld AG

Der Finanzvorstand Philipp Koecke erläutert, wie es mit dem Wachstum bei der **SolarWorld AG** (DE0005108401, www.solarworld.de) weitergeht. 2007 waren Gewinn- und Umsatzwachstum wieder zweistellig. Wann wird sich die Photovoltaikindustrie von den staatlichen Förderinstrumenten emanzipieren? Das Interview führten Jürgen Felger und Joachim Görbert für Frankfurter-Finance.de.

BRANCHE

Inwieweit sind die Verfahren zur Effizienzsteigerung optimierbar, also wo ist da das Limit?

Die Effizienzsteigerung der Zelle trägt darüber hinaus dazu bei, die Flächenproportionalität deutlich zu steigern. Wir sind im Moment bei einer Effizienz von 17 % und wir sehen 20% als durchaus erreichbar an. In drei bis vier Jahren sind vielleicht sogar 21 oder 22 % greifbar. Durch Skaleneffekte führt dies irgendwann zur Grid Parity.

Wie definieren Sie den Begriff Grid Parity?

Die Investition in das Solarmodul muss die gleiche Größenordnung haben wie der herkömmliche Endkunden-Strompreis von momentan ca. 0,20 Euro. Dabei geht es dann nicht um die Einspeisevergütung, sondern um wirklich knallharten Wettbewerb, bei dem wir uns mit Unternehmen wie EON, RWE oder Vattenfall messen müssen.

Wie sieht die Zukunft nach einem möglichen Ende der Einspeisevergütung für Solarstrom in Deutschland aus, die bei um die 0,50 Euro pro Kilowattstunde startete?

Im Moment sind wir in Deutschland bei etwa 40 Euro-Cent. Deutschland hat relativ wenig Sonnenstunden im Vergleich zu vielen südländischen Bereichen in Europa, aber auch Kalifornien zum Beispiel. Wenn diese Vergütung morgen aufhören würde, müsste man sich mit der Grid Parity messen. Der Strompreis für Privatkunden ist in etwa die Messlatte, die die Photovoltaik-Branche mit dem Photovoltaikmodul auf dem Hausdach möglichst schnell erreichen will. Wir sind nicht sehr weit davon entfernt. Die langfristige Perspektive für die Menschheit ist der Solarstrom.

Wie sehr hat der steigende Ölpreis Auswirkungen auf Ihr Geschäft, wenn Sie Einspeisevergütungen erhalten, mit denen Sie auf der sicheren Seite sind?

Der Ölpreis hat momentan indirekte Auswirkungen auf uns. An der Börse wird dieses Thema natürlich gespielt. Durch den Innovationszyklus reduzieren sich die Kosten der Solarstromerzeugung erfahrungsgemäß um 5 bis 7 % pro Jahr. Ich sehe nicht, dass es da eine Verlangsamung geben würde. Dass heißt, durch Lerneffekte und Skaleneffekte werden wir auch in den nächsten Jahren wohl wieder um die 5 Prozent aggregieren. Mit einer Prognose über die Entwicklung des volatilen Ölpreises möchte ich mich allerdings nicht aus dem Fenster lehnen. In der Tendenz wissen wir alle: Das Öl ist endlich, aber die Sonne hat eine Restlaufzeit von 15 Milliarden Jahren.

Wann werden Sie die Grid Parity erreichen?

In vielen südländischen Ländern ergibt sich ein höheres Sonnenaufkommen als in Deutschland. Die Grid Parity erreichen wir in Spanien oder Kalifornien mit 2000 Sonnenstunden eher als in

SolarWorld AG – Interview

Deutschland mit nur 800 Sonnenstunden im Jahr. Hier sehen Sie die regionalen Unterschiede. Viele Stimmen am Markt sagen, wir sind schon knapp dran. Das ist auch, was mir mein Gefühl sagt. Wenn wir die Grid Parity in Deutschland erreichen, haben wir es weltweit geschafft. Und das kann ich mir für das Jahr 2013 oder 2014 durchaus vorstellen. Wir sprechen also über eine absehbare Zeit von fünf bis sechs Jahren. Denken Sie an unsere Innovationsgeschwindigkeit der letzten 10 Jahre. Auch unsere Jahresabschlüsse geben uns Recht.

UNTERNEHMEN

Sie haben für das Jahr 2007 kürzlich Geschäftszahlen veröffentlicht. Bisher lagen Gewinn- und Umsatzwachstum bei über 30 %. Wie schätzen Sie Ihr Firmenwachstum langfristig ein?

Unsere Aktionäre haben in den letzten Jahren ansehnliche Wachstumszahlen erlebt. SolarWorld wird weiterhin organisch wachsen und alles daran setzen, mit einer ähnlichen Quote wie der Markt zu wachsen. Wenn man von einem Durchschnitt der letzten Jahre von 30 % Wachstum ausgeht, dann muss man auch sagen, das absolute Ausgangsvolumen war natürlich deutlich kleiner als es heute ist. Insofern sind ähnlich hohe prozentuale Zuwächse in z. B. zwei Jahren viel höher zu bewerten. Irgendwann werden diese Prozentzahlen auch einmal nach unten gehen. Sie wissen selbst, was Sie davon halten können, wenn Ihnen jemand ein dauerhaftes jährliches Wachstum von 30 % verspricht. Wir wollen in unserer Kommunikation klarstellen, dass auch die Solarbranche irgendwann in ein ganz normales Wachstum übergehen wird, das jedoch immer noch höher liegen wird als in anderen Branchen.

Sie haben vorhin das Ausland erwähnt. Wie hoch ist Ihr Exportanteil? Und wollen Sie diesen eventuell erhöhen?

Den Exportanteil müssen wir erhöhen, denn die Märkte der Zukunft liegen außer im schönen Deutschland auch in Amerika, Asien und Südeuropa. Italien, Griechenland, die Türkei oder Südkorea sind prosperierende Märkte für die Photovoltaik. Jetzt hat auch Australien ein neues Einspeisegesetz in Kraft gesetzt. Dort liegen die Märkte der Zukunft, in die auch wir massiv investieren. Allein auf Grund dieser Entwicklungen wird der Auslandsanteil steigen.

Werden Sie insbesondere in solchen Ländern mit hoher Anzahl an Sonnenstunden expandieren?

Märkte, in denen es eine hohe Sonnenstundenzahl gibt, sind natürlich per se attraktiv. Solche Länder werden wir natürlich auch bedienen. Dass es sich hier um Zukunftsmärkte handelt, liegt auf der Hand. Aber trotzdem wollen wir auch einen Markt wie Deutschland nicht unterschätzen. In Bayern haben wir immerhin 1000 Sonnenstunden, im Allgäu 1200. 800 ist ungefähr deutscher Durchschnitt. In Nordschweden z. B. gibt es 50 % des Jahres keine Sonne und dort wird es schwierig. Aber alle anderen Länder dieser Welt darf man nicht unterschätzen.



Sie haben ja Produktionsstandorte hauptsächlich in Deutschland...

Am Standort USA haben wir dazugekauft. Den bauen wir jetzt massiv aus, um zwei unterschiedliche Währungsräume zu nutzen. Aus den USA heraus können wir wesentlich einfacher Asien über den Pazifik und die Westküste beliefern. Mit unserer Aktivität in Korea bauen wir eine Produktion auch auf dem asiatischen Markt auf. Wir wollen zudem in Asien Produktionsstandorte für einen leichteren Zugang zu den dortigen Märkten aufbauen.

SolarWorld AG – Interview

Gerade im globalen Wettbewerb sind Alleinstellungsmerkmale sehr wichtig. Bei SolarWorld betont man, dass man vertikal voll integriert ist, also vom Silizium über den Wafer - zur Zelle - hin zum Modul und dem schlüsselfertigen System. Wie sehr wirkt sich Ihre vertikale Integration im Wettbewerb aus?

Unsere klare Strategie ist, sehr stark im Siliziumwafer zu sein. Damit können wir im Moment am Markt dominieren und langfristige Verträge abschließen. Wir stabilisieren unsere Position und sichern uns dadurch unser Kerngeschäft langfristig ab. Auf der anderen Seite spüren wir auch, dass wir auch im Handelsgeschäft sehr gut positioniert sein müssen. Der Endkunde, der Installateur, der Großhändler, ein potenzieller Investor für eine Freiflächenanlage - sie alle vertrauen auf eine Marke, auf einen Namen im Markt. SolarWorld ist transparent, börsennotiert, im TecDAX Nummer Eins. SolarWorld ist eine Erfolgsgeschichte Made in Germany. In den USA verkaufen wir ein Premium-Produkt. Wir erzielen Skaleneffekte, die wir bis zum Modul durchgeben können. Damit sichern wir uns auch gegenüber einem zukünftigen Preisdruck ab. Einschränkend möchte ich hinzufügen, dass es auch viele chinesische Hersteller gibt, die sich auf Module konzentrieren. Dort können wir das ein oder andere Produkt zukaufen.



Die Integration sorgt für mehr Spielraum.

Flexibilität ist das Stichwort. Die bringt Sicherheit und Ruhe in den Konzern. Wir können flexibel in die eine oder andere Richtung gehen. Wir kennen unsere Kunden. Bei uns ist es nicht die Vision, auf die jetzt der eine oder andere IPO-Kandidat aus China baut. Jetzt müssen wir Substanz zeigen und nachhaltige Erträge erwirtschaften, denn die Märkte sind sehr unruhig – dass muss ich Ihnen ja nicht erzählen.

Silizium ist Ihr wichtigster Rohstoff. Im letzten Jahr gab es einen Engpass mit der Lieferung. Jetzt haben sie langfristige Lieferverträge. Wie wichtig ist der Siliziumpreis für Sie heute?

Das knappe Gut Silizium ist der Rohstoff für die komplette Branche. Vor fünf Jahren war Silizium am Markt besser verfügbar und wird in fünf Jahren wieder besser verfügbar sein. Die weltweit großen Silizium-Hersteller kündigen massive Kapazitätserweiterungen an. Wir erwarten beim Einkauf eine Degression genauso, wie wir für unsere Kunden innerhalb der nächsten zehn Jahre Skaleneffekte erwarten. Wir haben mit einer EBIT-Quote von 27 % bewiesen, dass wir auch bei hohen Preisen profitabel produzieren können. Heute haben wir langfristige Lieferverträge mit einer Laufzeit von bis zu zehn Jahren auf auskömmlichem Niveau.

SolarWorld AG – Interview

Im November 2007 ist Ihr Aktienkurs nach einer jahrelangen und atemberaubenden Kursrallye etwas abgeflacht, aber erstartet jetzt gerade wieder. Welche Erklärung haben sie für diese Kursbewegungen?

Da müsste ich die Credit Suisse, die UBS und andere große Banken fragen, was denn da los ist. Für mich ist das alles nicht mehr rational zu erklären, wenn ich mir deren Risikopolitik betrachte. Das hat den Markt wohl komplett irritiert. In solch turbulenten Zeiten werden gerade die Unternehmen aus dem Portfolio fliegen, mit dem man zuvor viel Geld verdient hat.

Nicht jeder ist in der Solarbranche so gut aufgestellt wie wir. Wir sind stolz auf unsere Zahlen für das Jahr 2007. Wir liegen deutlich über jeder Analystenschätzung. Wo hat sich fundamental etwas verändert? Wir sehen derzeit eine temporäre Bewegung. Wenn die Märkte sich beruhigen, wird auch SolarWorld wieder massiv gefragt sein. SolarWorld ist ein Substanzwert. Meine private Meinung ist, dies ist ein absolutes Kaufniveau. Ich verweise auf die Perspektive der nächsten Jahre. Die Energienachfrage steigt immer mehr.

MANAGEMENT

Sie haben ja jetzt ein großes Unternehmen mit einem vielschichtigen Projektportfolio. Wie stellen Sie die Kommunikation her, beziehungsweise wie viel Freiheit geben sie den Führungskräften in den einzelnen Geschäftseinheiten, damit die Vernetzung funktioniert?

Die Organisation von SolarWorld muss sich natürlich mitentwickeln. Wir waren insgesamt 300 Mitarbeiter. Jetzt sind wir 2000. Das dynamische Wachstum von SolarWorld lässt sich nicht nur am Umsatzwachstum ablesen, sondern auch an der steigenden Zahl von Mitarbeitern. Hierfür haben wir Strukturen in der mittleren Managementebene geschaffen und Strukturen in den Tochtergesellschaften aufgebaut. Wir setzen auf eine vertrauensvolle Basis der Zusammenarbeit, damit die Geschäftsführer bzw. die Vorstände der Tochtergesellschaften in ihrer Entscheidungsmacht das Beste für den Konzern tun. Wir sind mitten unter den 100 besten Arbeitgebern in Deutschland. Wir erhielten Auszeichnungen für die beste Kapitalmarktcommunication und als bestes nachhaltigkeitsintegriertes Unternehmen. Wir fühlen uns bestätigt.

Motivieren Sie Ihre Mitarbeiter auch finanziell?

Wir haben auch variable Komponenten in der Vergütung, das heißt die Mitarbeiter partizipieren am Unternehmenserfolg. Das geht bis hin zum Mitarbeiter am Fließband. Das sind für einen solchen Mitarbeiter bis zu 7000 Euro, die man als Bonus bei der SolarWorld verdienen kann. Wir sind auch hier ein Vorreiterunternehmen. Ein Mitarbeiterbeteiligungsmodell, wie es jetzt überall gefordert wird, haben wir schon seit mehreren Jahren etabliert. Das zieht sich durch bis hin zu den Führungskräften.

SolarWorld beteiligt sich an gemeinnützigen Aktivitäten. Wie wichtig sind solche Auftritte für Sie?

Ich fasse diese Aktivitäten unter dem Begriff Nachhaltigkeit und Ethik zusammen. Das wird für jeden Konzern immer wichtiger. Dies sehen auch unsere Investoren positiv. Wir unterstützen auch Projekte mit sozialen Komponenten, wie „Solar2World“, oder auch mit unserer Aktivität zur Fußballweltmeisterschaft. Wir kombinieren für ein Public Viewing einen Flachbildschirm mit einer Solaranlage. Natürlich sind Profite für uns wichtig. Aber bei solchen Projekten schauen wir nicht auf den vollständig bezifferbaren Vorteil in Euro.

SolarWorld ist doch eher kapitalintensiv aufgebaut und besitzt automatisierte Anlagen.

Wir gehen in die Vollautomatisierung und haben einen Lohnkostenanteil von knapp über 10 %, mit den neuen Aktivitäten bei 12 %. Unser Ziel ist, deutlich unter 10 % zu kommen. Wir können gegen die asiatischen Unternehmen, vor allem aus China, nur gewinnen, wenn wir den Lohnkostenanteil im Griff haben. Wir beschäftigen derzeit 2000 Mitarbeiter weltweit. Uns ist ein sorgfältiges Recruiting wichtig.