

pv magazine

PHOTOVOLTAIK. MÄRKTE & TECHNOLOGIE



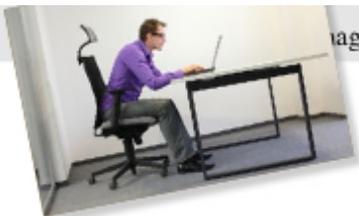
Themenschwerpunkt Speicher

Neue Geschäftsmodelle | Ranking kristalline Modulhersteller
Intersolar | Themenschwerpunkt Modulqualität

A man in a purple shirt and glasses is sitting in a black office chair at a white desk, working on a laptop. The background is a plain white wall. The text 'Die neuen Marktplätze' is overlaid on the right side of the image.

Die neuen Marktplätze

Onlinebörsen: Angebot und Nachfrage für neue Projekte und Produkte gibt es nach wie vor. Die Vermittlung per Internet erweist sich dabei als tragfähiges Modell.



Das Internet ist in der jungen Photovoltaikbranche schon lange ein Marktplatz
Foto: Fotolia/PictureP.

Das Wichtigste in Kürze

Dachvermittlung via Internet gibt es schon länger. Es geht darum, sie jetzt billiger zu machen.

Ein anderes Geschäftsfeld ist der Zweitmarkt, auf dem bereits realisierte Photovoltaikanlagen gehandelt werden.

Es entwickelt sich ein Markt für gebrauchte Module.

Es ist so ähnlich wie bei Ebay oder Immobilienscout, es dreht sich nur alles um die Photovoltaik. Auktionen gibt es zwar keine, doch wie bei dem weltweit erfolgreichsten Onlinemarktplatz werden auch hier überregional und transparent Angebot und Nachfrage mit hohem Informationsgehalt der angebotenen Ware zusammengeführt.

Nun ist die Idee einer Onlinebörse für Photovoltaikanlagen, Dächer und Dienstleistungen, wie sie das Berliner Start-up-Unternehmen Milk the Sun seit März 2012 betreibt, per se nicht neu. Dachbörsen im Internet gab es schon vor zehn Jahren. Doch erst mit der massiven europaweiten Kürzung von Einspeisevergütungen scheint der Zeitpunkt günstig, daraus ein tragfähiges Geschäftsmodell zu entwickeln. „Mit den sinkenden Fördersätzen ist auch die Zeit für Makler vorbei, die bei der Vermittlung von Solarprojekten fünf bis sieben Prozent kassiert haben“, sagt Mitgründer und Geschäftsführer Felix Krause. War die Zahlung solcher Vermittlungshonorare vor dem Hintergrund üppiger Vergütungen früher kein Problem, ist heute dafür kaum noch Spielraum. Dennoch gibt es weiterhin Angebot und Nachfrage für Neuprojekte auf Dächern und Freiflächen, die zusammengeführt werden wollen. In unserer digitalen Welt funktioniert dies kaum einfacher und günstiger als über das Internet. Bei erfolgreicher Vermittlung wird bei Milk the Sun eine Gebühr von fünf bis zehn Euro je Kilowatt Spitzenleistung fällig.

Doch es ist vor allem der sogenannte Zweitmarkt, der das Geschäftsmodell der Plattform abrundet, bietet er doch Eigentümern von Anlagen die Möglichkeit, Preise zu vergleichen und einfach und schnell Käufer zu finden. Umgekehrt ist ein solcher Marktplatz auch für Investoren interessant, die in die sichere Welt kontinuierlicher Vergütungsausschüttungen investieren wollen. Auch dafür scheint der richtige Zeitpunkt gekommen. „Von privaten bis zu institutionellen Anlegern gibt es eine wachsende Zahl von Investoren, die vor dem Hintergrund niedriger Zinsen nach verlässlichen Renditen suchen“, sagt Krause. Interessenten, die sich kostenlos und unbürokratisch registrieren lassen können, finden mit wenigen Mausklicks eine Vielzahl von technischen und kaufmännischen Informationen rund um die angebotenen Anlagen.

Aktuell verfüge die Datenbank über mehr als 200 Projekte weltweit, die meisten davon in Europa. Das Angebot wird durch die für Kunden kostenlose Vermittlung von Dienstleistern rund um das Photovoltaikgeschäft ergänzt. Dass das neue Marktplatzangebot auch betriebswirtschaftlich aufgeht, zeigt die bisherige Vermittlungsbilanz. „Bis

Ende Mai 2013 sind über unsere Plattform mehr als 70 Megawatt ausgetauscht worden“, sagt Krause. „Das hat unsere Erwartungen übererfüllt.“ Der Umsatz der Firma dürfte damit nach 15 Monaten bei mehr als einer halben Million Euro liegen.

Ebenfalls zufrieden zeigt sich Frank Fiedler, Geschäftsführer von Secondsol, einem Onlinemarktplatz für gebrauchte und neue Solarmodule und -komponenten. Mehr als 1.000 Interessenten tummelten sich pro Tag auf der Internetseite, die seit Ende 2011 online ist, so der Unternehmensgründer. Pro Monat würden über die Plattform Produkte mit durchschnittlich 1.000 Kilowatt Gesamtleistung gehandelt. „Schon im ersten vollen Geschäftsjahr

konnten wir schwarze Zahlen schreiben.“

Die Idee kam dem ehemaligen Banker und seinem Kompagnon nach Gesprächen mit Versicherungen, die darüber klagten, bei einem Schaden an einem oder mehreren Modulen oft die komplette Photovoltaikanlage ersetzen zu müssen, weil sich einzelne Module meist nicht mehr beschaffen ließen. „Es gibt weltweit mehr als 64.000 Modultypen. Wer nach einzelnen fahnden will, muss sich international

„Es gibt mehr als 64.000 Modultypen.
Wer nach einzelnen fahnden will,
muss sich international vernetzen.“

vernetzen“, sagt Fiedler. Die Preise für gebrauchte Module auf Secondsol liegen bei 20 bis 40 Cent je Watt, können in Einzelfällen aber auch mehrere Euro erreichen, wenn die Modultypen selten sind. Die Firma verfügt im thüringischen Meiningen über ein eigenes Lager, wo rund 300 Modultypen aus Insolvenzen, Lagerauflösungen oder Repowering-Projekten vorrätig sind – die meisten davon sind technisch überprüft worden.

Doch die Vorhaltung von Modulbeständen ist nicht auf Dauer angelegt, sie dient lediglich der „Initialzündung für den Markt“. Kunden sollen so zunächst auf ein größeres Angebot zugreifen können. Langfristig ist eine Lagerhaltung nicht nötig: „Der Zweitmarkt steht noch am Anfang. Das Gros der europaweit installierten Anlagen ist in den letzten drei bis vier Jahren aufgebaut worden. Dort wird es mittelfristig einen hohen Bedarf an Ersatzleistung geben“, sagt Fiedler. Dann soll Secondsol dafür ein reiner Online-marktplatz sein.

Oliver Ristau