

China macht US-Solarherstellern zu schaffen

Drei Konkurse in wenigen Wochen – Regierung Obama hält trotz Kritik an Subventionen fest – First Solar und Sunpower können chinesischer Konkurrenz trotzen

MARTIN GOLLMER

Drei US-Solarhersteller sind innerhalb kurzer Zeit bankrottgegangen. Sie konnten der starken chinesischen Konkurrenz nicht trotzen. Gleichwohl subventioniert die Regierung Obama die amerikanische Solarindustrie weiter. Manche Politiker halten die Subventionen für hinausgeworfenes Geld. Aber es gibt noch erfolgreiche US-Solarunternehmen. Sie sorgen dafür, dass die Vereinigten Staaten im Solarhandel sogar einen Exportüberschuss erzielen.

Für besonderes Aufsehen sorgte Solyndra, ein Unternehmen aus Fremont, Kalifornien. Es schloss vergangene Woche seine Fabrik, entliess alle 1100 Mitarbeiter und meldete Konkurs an. Solyndra war ein Vorzeigeunternehmen. Es konnte nicht nur prominente Besucher wie US-Präsident Barack Obama, Energieminister Steven Chu oder Arnold Schwarzenegger, seinerzeit noch Gouverneur von Kalifornien, in seinem Werk begrüßen, sondern auch auf grosse staatliche Unterstützung zählen. Seit 2009 hat Solyndra staatliche Bürgschaften für 527 Mio. \$ erhalten. Nun wollen die Behörden wissen, ob das Unternehmen falsche Angaben machte, um an die Bürgschaften heranzukommen, und nahmen am vergangenen Donnerstag eine Hausdurchsuchung vor.

Innovative Technologie

Solyndra produzierte Dünnschichtmodule auf Kupfer-Indium-Galliumdisele-nid-Basis (CIGS). Diese Technologie vermeidet den Gebrauch von Silizium, dessen Preise 2009, als die Bürgschaft gewährt wurde, sehr hoch waren. Seither sind die Siliziumnotierungen aber zusammengefallen. Die einzigartigen zylindrisch geformten und in Rahmen montierten Module hatten zudem den Vorteil, dass sie die Sonnenstrahlung den ganzen Tag über optimal aufnehmen konnten.

Doch die Kapitalkosten für die Produktion waren hoch – zu hoch, wie sich jetzt gezeigt hat. Solyndras innovative Module kosteten 2 \$ pro Watt in der Herstellung, wie das branchennahe Forschungsinstitut GTM Research berechnet hat. Chinesische Fabrikanten können dagegen konventionelle kristalline und flache Module für 1.10 \$ pro Watt produzieren.

Vor Solyndra hatten im August schon Evergreen Solar und Spectra Watt Konkurs angemeldet. Die Solarsparte von Energiemulti BP stellte die US-Fabrikation im ver-

gangenen Frühling ein. Mit diesen Insolvenzen und Schliessungen ging ein Fünftel der Solarmodul-Fabrikationskapazität in den USA verloren.

«Es liegt nicht daran, dass sie keine wettbewerbsfähigen Produkte machen. Es liegt daran, dass sie keine konkurrenzfähige Finanzierung erhalten. Westliche Investoren und Banken sind einfach unwillig, und wahrscheinlich unfähig, mit den kräftigen Geldzuschüssen der chinesischen Regierung in die Solarproduktion zu konkurrieren», schrieb das US-Branchenmagazin «Solar Today».

In der Tat: Chinesische Unternehmen erhalten von den lokalen und nationalen Behörden Land gratis oder kräftig subventioniert und dazu hohe Steuervergünstigungen. Von den Staatsbanken gibts billige Kredite. Damit können sie grosse Kapazitäten aufbauen, sodass Skaleneffekte eintreten, was wiederum ihre Produkte günstig macht. Der Preis für Solarpaneele ist im vergangenen Jahr zwischen 30 bis 40% pro Kilowattstunde getaucht, weil

die chinesischen Produzenten ihren Ausstoss kräftig gesteigert haben.

Die amerikanischen – und auch europäischen – Behörden verfolgen einen anderen Ansatz. Sie subventionieren hauptsächlich die Käufer von Solarpaneelen, um die Sonnenenergie zu fördern. Dies mit dem ungewollten Effekt, dass diese Subventionen zunehmend gebraucht werden, um günstige Produkte chinesischer Hersteller zu kaufen.

Verschwendetes Geld

Das hat – vor allem oppositionelle republikanische – Politiker auf den Plan gerufen. Sie sagen, Subventionen für Sonnenenergie seien verschwendetes Geld, das erst noch oft den Falschen zukomme. Sie verwiesen dabei auch auf Evergreen Solar, die vom US-Bundesstaat Massachusetts Finanzhilfen erhielt, damit dort eine Fabrik baute und sie später schloss, um die Produktion nach China zu verlegen, und schliesslich trotzdem bankrottging. Im

Fall der Bürgschaft für Solyndra, hinter der ein Investor steht, der 2008 auch Obamas Wahlkampagne sponsorte, wittern sie zudem Vetternwirtschaft.

Die Regierung Obama hält indessen unbeirrt an Subventionen fest. So vergab vergangene Woche das Energieministerium eine Kreditbürgschaft über 150 Mio. \$ an 1366 Technologies. Diese entwickelt einen neuen Weg, um Siliziumwafer herzustellen, die in Solarzellen gebraucht werden. Und eine Bürgschaft für 80% eines Kredits über 344 Mio. \$ erhielt Solar City, die Dachsolarsysteme installiert und besitzt und den Strom verkauft, den diese abgeben. Das Unternehmen plant, 160 000 solcher Systeme in Militärbasen im ganzen Land zu betreiben. Das käme einer Verdoppelung der in den USA auf Dächern installierten Solaranlagen gleich.

Den jüngsten Konkurs zum Trotz – es gibt noch erfolgreiche US-Solarhersteller. Einer ist First Solar, der eine andere Dünnschichttechnologie benutzt als Solyndra, und der eine seiner grössten Fa-

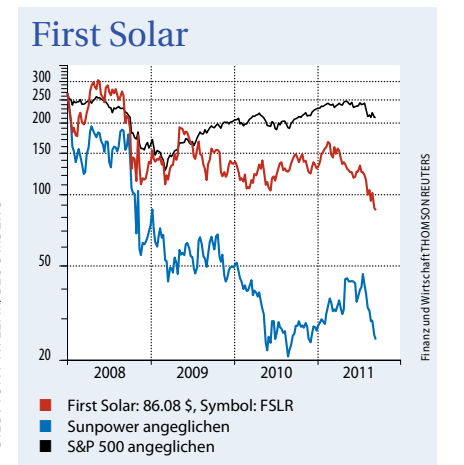
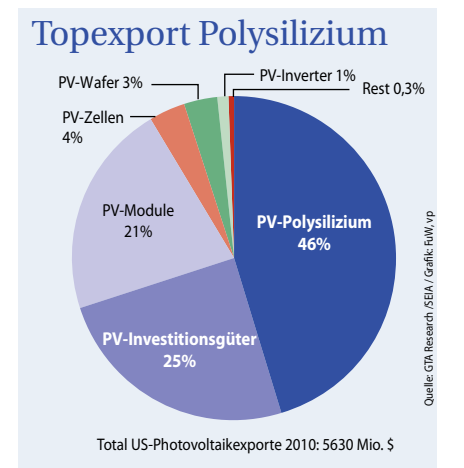
briken in Malaysia stehen hat, sodass er ähnlich günstig produzieren kann wie die Hersteller in China. Ein anderer ist Sunpower, der führend ist in der Effizienz, mit der seine Paneelen Sonnenlicht in Strom umwandeln. Er kann deshalb seine Produkte mit einem Aufschlag gegenüber chinesischen Paneelen verkaufen.

Überschuss im Handel

Dass die US-Solarindustrie neben der harten chinesischen Konkurrenz bestehen kann, zeigen auch die Handelsstatistiken. Danach exportierten die amerikanischen Solarunternehmen 2010 Waren im Rekordwert von 5,6 Mrd. \$ (vgl. Grafik). Das sind 1,9 Mrd. \$ mehr, als Güter aus der gleichen Branche importiert wurden. Selbst im Handel mit China wurde ein Überschuss von 240 Mio. \$ erzielt. Dabei verkauften die USA hauptsächlich Investitionsgüter und Polysilizium nach China, während die Asiaten in erster Linie Solarmodule an die Amerikaner lieferten.



US-Präsident Barack Obama im Mai 2010 auf Besuch im kalifornischen Werk von Solyndra. 17 Monate später ist der Solarhersteller pleite.



Kamerabranche entdeckt neuen Wachstumsmarkt

Nachfrage nach spiegellosen Systemkameras nimmt markant zu – Sony gewinnt Marktanteile – Verhilft Nikon den Minifotoapparaten auch in Europa zum Durchbruch?

DOMINIK FELDGES

Der Kameraabsatz in Japan stagniert, doch ein fotoverrücktes Volk sind die Japaner nach wie vor. Besonders unter Pensionierten, deren Zahl in Japan stark zunimmt, gehört Fotografieren zu den beliebtesten Beschäftigungen. Insofern kann kein Kamerahersteller ignorieren, was im Inselreich angesagt ist und was nicht.

Trotz des schwachen Gesamtmarkts glänzt in Japan ein neuer Kameratyp durch hohe Wachstumsraten: die spiegellose Systemkamera. Der japanische Elektronikriese Panasonic brachte 2008 als erster Anbieter eine Version auf den Markt. Im vergangenen Juli erreichten die neuartigen Digitalkameras mit Wechselobjektiv in Japan gemäss Erhebungen des Marktforschungsunternehmens BCN bereits einen Marktanteil von 40,5%.

Kleiner als iPhone

Spiegellose Systemkameras, die ausser Panasonic auch die japanischen Konkurrenten Sony, Olympus, Pentax und Ricoh sowie der südkoreanischen Konzern Samsung im Angebot haben, verfügen über ein deutlich kleineres Gehäuse als herkömmliche Spiegelreflexkameras (vgl. Grafik) und sind entsprechend leichter. Das neue Modell Pentax Q beispielsweise wiegt nur 200 Gramm und ist kleiner als

das iPhone 4 von Apple. Die EOS Rebel T3, die von Canon im Spiegelreflexkamerasmarkt als Einsteigermodell verkauft wird, ist dagegen fast 500 Gramm schwer.

Besonders profitiert von der wachsenden Popularität spiegelloser Systemkameras hat Sony. Das Unternehmen steigerte den Anteil am weltweiten Absatz von Kameras mit Wechselobjektiv im zurückliegenden Fiskaljahr (per Ende März) nach eigenen Angaben von 10 auf 15%. Branchenweit gingen 2010 rund 2,1 Mio. spiegellose Systemkameras über den Ladentisch, womit gut jede sechste Kamera

mit Wechselobjektiv zu dieser Kategorie zählte. Prognosen der australischen Investmentbank Macquarie zufolge dürfte es im laufenden Jahr schon fast jede vierte sein. Sony erwartet gemäss einer Meldung der Nachrichtenagentur Bloomberg, dass in drei Jahren weltweit 13 Mio. spiegellose Systemkameras verkauft werden.

Kaufenswerte Nikon-Aktien

Auffallend ist, dass die beiden grössten Kamerahersteller, Canon und Nikon, noch keine spiegellosen Systemkameras im Sor-

timent führen. Die normalerweise über Neuerungen in japanischen Unternehmen vorzüglich informierte Finanzzeitung «Nikkei» schrieb allerdings am vergangenen Freitag, dass Nikon bis Ende Jahr in diesen Markt eintreten werde. Die Zeitung wusste auch zu berichten, dass die spiegellose Systemkamera von Nikon inklusive Objektiv marktübliche 70 000 bis 100 000 Yen (800 bis 1140 Fr.) kosten werde. Dass der zweitgrösste Kameraproduzent an einem neuen Produkt tüfelt, ist seit längerer Zeit bekannt. Der europäische Strategieverantwortliche Christian Geuking

stellte im April gegenüber «Finanz und Wirtschaft» eine baldige Antwort Nikons auf die steigende Nachfrage nach spiegellosen Systemkameras in Aussicht (vgl. FuW Nr. 23 vom 23. März).

Der Aktienmarkt quittierte den «Nikkei»-Bericht mit Kursgewinnen. Nikon stiegen letzte Woche 4,4% auf 1773 Yen, ehe sie am Montag im Zuge des schwachen Gesamtmarkts 2% verloren. Die kaufenswerten Titel stechen seit Anfang Jahr durch eine überdurchschnittlich gute Entwicklung hervor. Während Sony zu Wochenbeginn auf den tiefsten Stand seit 52 Wochen fielen und auch der Kurs von Canon und Olympus schwächelt, haben Nikon seit Anfang Jahr 5% gutgemacht. Dem Unternehmen ist es gelungen, sich schneller als erwartet von den Folgen des Erdbebens vom 11. März zu erholen und auf den Wachstumspfad zurückzukehren.

Die Lancierung von spiegellosen Systemkameras durch Nikon wäre ein starkes Signal und könnte diesem Kameratyp zum Durchbruch in Europa und den USA verhelfen, wo anders als in Japan im höherpreisigen Segment nach wie vor Spiegelreflexkameras dominieren. Falls die Markteinführung von Erfolg gekrönt ist, könnte Nikon auch besser den Preisverfall im Kompaktkamerasgeschäft auffangen. Kompaktkameras werden zunehmend durch Mobiltelefone bedrängt, deren Kamerafunktion immer leistungsfähiger wird.

