

## PRESSEMITTEILUNG

### **goetzpartners Studie: Die Zahl der Marktteilnehmer auf dem Solarmarkt wird bis 2015 drastisch sinken**

**München, 17.09.2009. Der Solarmarkt wird bis 2015 von drastischen Konsolidierungseffekten geprägt: Die Zahl der Solarzellen- und -Modulhersteller wird um 40 % sinken. Gleichzeitig wird sich der Marktanteil der Top 10 von heute 44 % auf 57 % im Jahr 2015 erhöhen. Langfristige Gewinner werden nur die Unternehmen sein, die ihre bereits heute starke strategische und/oder finanzielle Position konsequent zur Entwicklung weiterer Wettbewerbsvorteile nutzen und den Konsolidierungsprozess aktiv betreiben. Zu diesen Ergebnissen kommt goetzpartners in einer aktuellen Analyse von 100 internationalen Solarzellen- und -modulherstellern. Die Unternehmensberatung stützt ihre Studie auf die Finanzkennzahlen der analysierten Firmen sowie Marktdaten und hat diese in Planszenarien bis 2015 hochgerechnet.**

Die Solarindustrie steht unter erheblichem Druck: Viele Unternehmen, die stark auf Wachstum ausgerichtet waren, sind im jetzigen schwierigen Marktumfeld mit Überkapazitäten und zunehmendem Preisdruck nicht mehr in der Lage, ihre hohen Finanzierungskosten zu tragen. „Die Solarzellen- und -modulhersteller leiden neben dem schwierigen Energiemarktumfeld auch kapitalmarktseitig unter hohen Abschlägen in den Multiples und einer fundamental nicht zu erklärenden Wertlücke“, so Michael Sanktjohanser, Managing Director und Leiter der Service Line Energy bei goetzpartners.

goetzpartners hat ermittelt, dass in der Konsolidierungsphase von 2010 bis 2015 insgesamt 40 % der Unternehmen vom Markt verschwinden werden, entweder auf Grund von Akquisitionen (77 %) oder aber durch Konkurs (23 %). „Langfristige Gewinner kaufen in dieser Phase zu und bauen ihre strategischen und finanziellen Stärken weiter aus. Schwach aufgestellte Unternehmen haben keine Überlebenschance“, sagt Günther Schermer, der als Partner bei goetzpartners für die Studie verantwortlich zeichnet.

In ihrer Studie hat die Beratung 100 internationale Solarzellen- und -modulhersteller entlang ihrer aktuellen Stärken und Schwächen in fünf Status-Clustern qualifiziert und daraus die entsprechenden strategischen Handlungsoptionen für die Konsolidierung abgeleitet.

- *Der „Neureiche“: Als aktuell neuer Marktteilnehmer mit gutem Management verfügt er über eine noch starke finanzielle Verhandlungsposition, jedoch nur wenige strategische Ressourcen. Weil seine Finanzkraft schwindet, muss er rasch zukaufen, da ihm ansonsten nur der Exit aus dem Markt bleibt.*
- *„Das glückliche Paar/Der glückliche Junggeselle“: Dieser Marktteilnehmer ist gut etabliert, mit starker finanzieller Verhandlungsposition und gut entwickelten strategischen Ressourcen. Für ihn gilt es, die bestehende Position zu sichern bzw. weiter zu verbessern. Allianzen mit „Aschenputteln“ können kleine operative Lücken schließen.*
- *Die „Ballkönigin“: Sie ist neu im Markt, hat aber Defizite im Management des Unternehmens und leidet unter Ertragsschwäche. Sie verfügt bei geringer finanzieller Verhandlungsmacht über gut entwickelte strategische Ressourcen. Um weiter eigenständig blei-*

ben zu können und finanzielle Lücken zu schließen, sollte sie sich „als Braut“ für Investoren und gegebenenfalls weitere selektive Akquisitionen schmücken bzw. parallel dazu ihre strategischen Vorteile als „Shared Services“ am Markt anbieten.

- Der „Ewige Zweite“ hat sich in den vergangenen ein bis zwei Jahren nicht weiterentwickelt. Er verfügt über eine schlechte Verhandlungsposition und bescheidene strategische Ressourcen. Um die internen Strukturen zu verbessern und strategische Lücken zu schließen, sollte er mit Hilfe externer Investoren „Ballköniginnen“ akquirieren oder in die Verbesserung der strategischen Position investieren.
- Das „Aschenputtel“ hat die schlechteste Ausgangsposition von allen Marktteilnehmern, sie verfügt weder über nennenswerte finanzielle Verhandlungsmacht noch strategische Ressourcen. Um weiter im Markt zu bleiben, müssen kurzfristig Allianzen mit „Glücklichen Junggesellen“ umgesetzt werden. Ansonsten ist mit dem Exit aus dem Markt zu rechnen.

„Für alle Unternehmen gilt: Jetzt handeln und sorgfältig prüfen, welchen Mehrwert Allianzen bzw. Akquisitionen bieten. Je eher und besser die Unternehmen vorbereitet sind, desto größer die Chance auf eine nachhaltige und erfolgreiche Entwicklung“, so Sebastian Olbert, Manager in der Industry Line Energy.

## Über goetzpartners

goetzpartners ist ein führendes unabhängiges europäisches Beratungsunternehmen, das M&A-Beratung (Mergers & Acquisitions), Management Consulting und Interim Management unter einem Dach kombiniert. goetzpartners steht für innovative Beratungsansätze und individuelle Lösungen, die mit den Kunden erfolgreich umgesetzt werden. goetzpartners ist mit Büros in München, Düsseldorf, Frankfurt, London, Paris, Madrid, Prag und Zürich sowie Kooperationen in New York, San Francisco, Los Angeles, Bangalore, Mumbai, Moskau und Budapest vertreten. Fokus von goetzpartners Corporate Finance ist die Beratung bei M&A-Transaktionen. goetzpartners Management Consultants ist spezialisiert auf die Beratungsschwerpunkte Strategie, Organisation, Operational Excellence, Marketing und Vertrieb, Restrukturierung, Interim Management und Strategic Due Diligence. goetzpartners ist „Hidden Champion“ 2009 in den Beratungssektoren Strategische Due Diligence, Finanzierungs- und Mergerstrategien sowie Post-Merger-Integration (Corporate-Finance-Beratung).

### Kontakt:

goetzpartners Management Consultants GmbH  
Manuela Nikui  
Director Marketing/PR  
Prinzregentenstr. 56  
80538 München  
Tel.: +49 89 29 07 25-117  
Fax: +49 89 29 07 25-215  
[nikui@goetzpartners.com](mailto:nikui@goetzpartners.com)  
[www.goetzpartners.com](http://www.goetzpartners.com)