



SUSTAINABLE
INVESTMENT

Der Newsletter der Sarasin-Gruppe für Nachhaltigkeitsanleger

Liebe Leserinnen und Leser

Ein bemanntes Flugzeug, das die Erde nur mit Sonnenenergie angetrieben umrundet, klingt in den Ohren vieler nach Science-Fiction. Für den Abenteurer und Wissenschaftler Bertrand Piccard, soll dies aber 2011 Realität werden. Mit seinem Projekt „Solar Impulse“ will Piccard als Botschafter der erneuerbaren Energie zeigen, dass die Abhängigkeit von fossilen Brennstoffen überwunden werden kann – selbst beim Flugzeug, dem energieintensivsten Verkehrsmittel.

Während die Forscher bis zum Jungfernflug noch an Technologie und Konstruktion für ihr Flugzeug tüfteln, hat die Solarbranche in letzter Zeit bereits einen enormen Höhenflug angetreten. Und auch für die nächsten Jahre stehen die Zeichen auf grün. Hürden, wie der Siliziumengpass und mangelnde Förderprogramme, sind grösstenteils aus dem Weg geräumt, der Wirkungsgrad der Anlagen ist gestiegen und die strategische Ausrichtung vieler Unternehmen hat sich markant verbessert. Gleichzeitig sorgt der Ausbau der Solarenergie in China, wo eine knappe und teure Energieversorgung eine solare Warmwasserversorgung auch ohne Förderung konkurrenzfähig macht, für einen enormen Schub.

Doch was heisst das konkret für Anleger? Und worauf kommt es bei der Auswahl der aussichtsreichsten Titel an? Dieser Frage sind unsere Analysten in ihrer siebten Solar-Studie nachgegangen. Ein wesentliches Fazit war dabei: Der Aufschwung der Solarbranche wird weitergehen. Allerdings wächst auch der Performance-Unterschied zwischen den einzelnen Unternehmen. Das heisst, es lohnt sich bei der Titelauswahl genau hinzusehen.

Ich wünsche Ihnen eine anregende Lektüre
Responsibly yours



Andreas Knörzer
Leiter Sarasin Sustainable Investment®

Der Sonne entgegen

Der Höhenflug der Solarbranche hält an. Zu diesem Ergebnis kommt die Bank Sarasin in ihrer inzwischen siebten Studie zur Solarbranche. Bis 2010, so die Analysten, sind Wachstumsraten in der Grössenordnung von 50 Prozent bei der Solarzellenproduktion möglich. Von diesen hervorragenden Aussichten können auch Anleger profitieren.

Seit Jahresbeginn ist der Ölpreis um mehr als 30 Prozent gestiegen und hat mit über 135 US-Dollar für ein Fass der Sorte WTI einen neuen Höchststand erreicht. Selbst die Nachricht über den grössten Ölfund seit über 30 Jahren vor der Küste Brasiliens wird von Experten bestenfalls als Hoffnungsschimmer am Ölangebotshimmel gewertet. Entspannt hat er die Lage aber nicht.

profitiert und im Branchendurchschnitt ein Kursplus von 145% erzielt.

Attraktive Bewertungen

Ein Teil dieser Gewinne ist allerdings im Zuge der allgemein eingetrübten Börsenstimmung dahingeschmolzen. So haben Titel wie REC oder Solarworld rund die Hälfte ihrer Gewinne aus 2007 wieder abgege-



Sonnige Aussichten: Hohe Ölpreise, der Ausbau staatlicher Förderprogramme und effizientere Technologien machen die Solarindustrie attraktiv

Was für Autofahrer schlecht ist, beflügelt die Solarindustrie. Aber es sind nicht nur die hohen Ölpreise, die der Branche Auftrieb verleihen. „Die EU will den Anteil der erneuerbaren Energien am Gesamtverbrauch bis 2020 auf 20 Prozent steigern und die CO₂-Emissionen bis 2020 um 20 Prozent senken. Um diese Ziele zu erreichen, haben inzwischen viele nationale Regierungen wie beispielsweise Spanien, Italien und Deutschland Förderprogramme lanciert oder verlängert. Das wird der Branche einen anhaltenden Nachfrageschub bescherten“, erklärt Matthias Fawer, Autor der Studie. Von diesen guten Rahmenbedingungen haben Solaraktien 2007 erneut

ben. Waren viele Solartitel aus Sicht von Fawer allerdings vor einem Jahr mit einem durchschnittlichen Kurs-Gewinn-Verhältnis von 40 Prozent sehr ambitioniert bewertet, sind sie heute mit einem KGV von rund 20 Prozent durchaus wieder attraktiv.

Herausforderungen für die Zukunft

Bei der Auswahl der aussichtsreichsten Titel achtet Fawer aber nicht nur auf die quantitativen Bewertungen. „Gute Kurschancen haben aus unserer Sicht vor allem Titel, die ihre Geschäftsstrategie auf die wichtigsten Herausforderungen für die Zukunft ausgerichtet haben“, sagt Fawer. „Dazu zählen nicht zuletzt die Rohstoffsicherung, die Unternehmensgrösse, das technologische Know-how und eine breite Kundenbasis (s. Seite 2).



Dr. Matthias Fawer,
Autor der Sarasin-Studie „Solarenergie 2007 – Der Höhenflug geht weiter“

Die Solarbranche im Überblick

■ Photovoltaik:

Bei der Photovoltaik wird die Strahlungsenergie der Sonne mit Hilfe von Solarzellen in elektrische Energie umgewandelt.

Wachstum der PV-Leistung:

50% p.a. bis 2010

Interessanteste Märkte:

Spanien, Italien, die USA und Korea

Markimpulse:

- Dünnschichttechnologie ermöglicht Silizium sparende Produktion von Solarzellen
- Siliziumengpass ist überwunden
- Förderprogramme werden ausgebaut bzw. verlängert

Unternehmen: REC, Q-Cells, Sharp, SolarWorld und Kyocera schneiden im Sarasin-Rating am besten ab.

■ Solarthermie:

Wärmeenergie der Sonnenstrahlung wird mit Hilfe von Kollektoren z. B. für die Erwärmung von Wasser und Raumluft genutzt.

Wachstum der PV-Leistung:

> 20% p.a. bis 2010

Interessanteste Märkte:

China, Türkei, Deutschland

Markimpulse:

- Hohe Öl- und Gaspreise
- Im Wachstumsmarkt China ist Solarthermie für 90% der Haushalte auch ohne Förderung attraktiv
- Solares Kühlen entwickelt sich zu neuem aussichtsreichen Geschäftsfeld

Unternehmen: Dank ihrer Grösse sind z. B. Conergy, Kingspan und Centrosolar auch für institutionelle Investoren interessant.

■ Solarthermische Kraftwerke:

Solarthermische Kraftwerke erzeugen mit konventionellen Dampfturbinen Strom und Wärme, wobei der Dampf aus durch Spiegelsysteme gebündelter Sonnenergie erzeugt wird.

Prognostizierte Leistung:

2.5 GW_{el} p.a. bis 2010

Interessante Märkte:

Spanien, Westen der USA, Magreb-Staaten

Markimpulse:

- Hohe Öl- und Gaspreise
- Technologischer Fortschritt
- Politischer Rückhalt (Klimaschutzabkommen, Förderprogramme)

Unternehmen: Solar Millennium.

Sonnige Aussichten für Solarunternehmen vorausgesetzt sie verfolgen die richtige Strategie

Viele Indikatoren sprechen für eine baldige Erholung von Solaraktien, sodass diese wieder für Sonnenschein im Depot sorgen sollten. Konnte man vor einiger Zeit noch mit allen Titeln gutes Geld verdienen – Hauptsache es stand Solar darauf –, gewinnt heute eine zukunftsweisende Unternehmensstrategie immer mehr an Bedeutung. Anleger sollten auf folgende Erfolgsindikatoren achten.

Gesicherte und kostengünstige Versorgung mit Solarsilizium

Solarunternehmen hatten in den vergangenen Jahren mit einem zentralen Problem zu kämpfen: Silizium, der wichtigste Rohstoff, wurde durch den enormen Nachfrageschub knapp und teuer. Inzwischen wurden zwar Produktionskapazitäten auf- und ausgebaut. Das Ausmass der zu erwartenden Preissenkungen ist jedoch schwer zu beziffern. Sollten die Preise weniger stark fallen, profitieren Zellenhersteller mit langlaufenden Silizium-Lieferverträgen. Fallen sie markant, sind Firmen mit flexibleren Verträgen im Vorteil.

Kostenvorteile

Grössere Unternehmen sind gegenüber kleineren im Vorteil. Der Hintergrund: Solarunternehmen sind kapitalintensiv. Je grösser das Produktionsvolumen, desto eher können Grössenvorteile genutzt werden. Unternehmen haben im Kostenwettbewerb zudem die Nase vorn, wenn sie von Standortvorteilen wie tiefen Lohnkosten oder staatlichen Investitionssubventionen profitieren. Um langfristig Marktanteile zu gewinnen, sollten Unternehmen zudem in der Lage sein, eine Phase mit niedrigeren Margen zu überbrücken.

Technische Know-how
Technologische Wettbewerbsvorteile sind in den Bereichen hocheffizienter Solarzellen, Dünnschichttechnologien, Silizium sparenden Produktionsverfahren oder durch die Integration entlang der Wertschöpfungskette möglich.

Technisches Know-how

Technologische Wettbewerbsvorteile sind in den Bereichen hocheffizienter Solarzellen, Dünnschichttechnologien, Silizium sparenden Produktionsverfahren oder durch die Integration entlang der Wertschöpfungskette möglich.

Internationale Kundenbasis

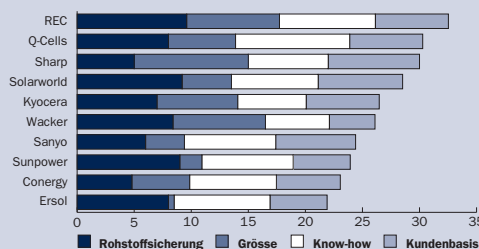
Die lukrativen Märkte der Zukunft liegen in Südeuropa, Asien und Nordamerika. Eine frühzeitige Präsenz auf diesen Märkten ist eine Voraussetzung für den langfristigen Unternehmenserfolg.

2007 konnte man mit Solaraktien an der Börse gutes Geld verdienen. So legte der Solaraktienindex PPVX im vergangenen Jahr um mehr als 150 Prozent zu. Im Januar 2008 wendete sich allerdings das Blatt und auch Solartitel konnten sich dem allgemeinen Abwärtstrend an den Börsen nicht entziehen. Jetzt erwarten viele Marktexperten jedoch eine Trendumkehr.



Quelle: Ökoinvest 2007

Unternehmen mit aussichtsreicher Strategie



Quelle: Sarasin 2007

Die Bank Sarasin hat die 26 grössten Photovoltaik-Unternehmen anhand ihrer strategischen Positionierung für die Zukunft analysiert. Hier die Liste der Top-Ten.

Bei Interesse an der Sarasin Studie „Solarenergie 2007 – Der Höhenflug der Solarindustrie hält an“ können Sie diese gerne unter Telefon **+41 (0) 61 277 73 31** bestellen oder im Internet unter **www.sarasin.ch/nachhaltigkeit** (Rubrik Veröffentlichungen) abrufen.



Der Unternehmer Klaus Günther ist Geschäftsführer des Knopfherstellers Günther sowie Gesellschafter und Beirat des Verpackungsspezialisten Bischof + Klein. 1995 wurde Klaus Günther mit dem Deutschen Umweltpreis ausgezeichnet. Zudem hat er zusammen mit dem Betriebswirtschaftsprofessor Reinhard Pfriem das Buch „Die Zukunft gewinnen – vom Versorgungsstaat zur sozialökologischen Unternehmungsgesellschaft“ geschrieben, das vom Bundesverband der Unternehmensberater zum „Buch des Jahres 1999“ gewählt wurde.

„Konzerne verlieren ihre Gesichter, nicht nur weil die Vorstände schneller wechseln als die Visitenkarten gedruckt werden können. Das Management fühlt sich offensichtlich keiner Tradition mehr verpflichtet. Solchermassen ungebunden, lässt es sich leicht auf Beschäftigte, Firmenteile und eben auch auf gute alte Namen verzichten.“

Aus dem Nachhaltigkeitsfonds-Beirat:

Wo sind die guten Namen geblieben?

Robert Lemke hätte seine Freude daran gehabt und eine neue Quizidee: „Das heitere Firmennamenraten“. Die Kandidaten heissen Arcandor, E.ON, Evonik oder Sanofi-Aventis. Sie könnten sich auch mit den Worten vorstellen: „Ich trug mal einen grossen Namen und heisse jetzt Arcandor. Wer oder was bin ich?“

In der Tat, Karstadt zum Beispiel, das war mal ein grosser Name im deutschen Einzelhandel. Seit 1881 gingen Generationen von Kundinnen und Kunden in den Kaufhäusern des einstigen Firmengründers Rudolph Karstadt einkaufen. Natürlich längst eine Aktiengesellschaft geworden, blieb das Handelshaus auch nach der Fusion mit dem Versandhaus Quelle eine Institution der deutschen Wirtschaft. Und jetzt? Wer oder was ist bitte Arcandor? Ein Kunstname – so viel steht schon mal fest. Er beginnt mit A, das macht sich immer gut, denn man sieht sich gerne am Anfang der Aktienindizes. Na ja, und wer es genau wissen will, findet auch heraus, dass zum Unternehmen nach wie vor das Handelshaus Karstadt, der Reiseveranstalter Thomas Cook und dann noch Primondo gehören. Primondo, schon wieder ein Kunstname! Dahinter verbirgt sich nun wiederum der ehemalige Quelle-Versand. Unter Primondo will Karstadt, pardon Arcandor, nun sein Versandhandelsgeschäft bündeln.

Worüber rege ich mich auf? Ist doch alles gar nicht so schwer zu verstehen: Die Unternehmen werden internationaler, fusionieren, diversifizieren, da kann man nicht mehr mit so ‚hausbackenen‘ Begriffen wie Karstadt operieren. Wenn es nur das wäre, wollte ich mich ja besänftigen lassen. Ich vermute jedoch Schlimmeres. „Vaterlandslose Gesellen“ hat mal jemand die Konzerne genannt, auf allen Märkten der Welt unterwegs und nirgends mehr zu Hause. Nicht mehr richtig greif- und begreifbar. Evonik, das war mal Degussa, und sonst? Welche Produkte, welche Firmen gehören eigentlich alle noch zu Kraft Foods, sprich Altria? Das wissen wir schon lange nicht

mehr. Vielleicht sollen wir auch gar nicht mehr so genau wissen, von wem überhaupt die Rede ist?

Konzerne verlieren ihre Gesichter, nicht nur weil die Vorstände schneller wechseln als die Visitenkarten gedruckt werden können. Das Management fühlt sich offensichtlich keiner Tradition mehr verpflichtet, ist irgendwie auch geschichtslos geworden. Solchermassen ungebunden, lässt es sich leicht auf Beschäftigte, ganze Firmenteile und eben auch auf gute alte Namen verzichten. Und wenn mal mit einem Produkt was schief läuft, dann kennt man zwar noch die Marke, weiss aber nicht mehr so recht, wer dafür nun verantwortlich ist.

„Mich jedenfalls erinnert ‚Arcandor‘ nicht an Wert und Mut, sondern an Feigheit und Tinnel“, schrieb ein Kolumnist in der Welt am Sonntag. Mit Treue und Verlässlichkeit habe das alles nichts mehr zu tun. Wie wahr. Selbst die traditionsbewussten Schweizer machen mit bei der babylonischen Namensverwirrung: Abraxis, Axima, Atraxis, Axantis oder Xottniggx. Das kann man doch nicht mal mehr auf Schwyzerdütsch aussprechen!

Nichts bleibt wie es ist, das ist so auf dieser Welt. Auch Unternehmen entstehen und vergehen. Damit muss man sich abfinden. Nicht abfinden sollten wir uns aber damit, dass man gedankenlos, ja mutwillig mit den immateriellen Firmenwerten spielt. Zu einem guten Image gehören die guten Namen. Wer nichts zu verbergen hat, braucht normalerweise auch keine neue Identität.

News ... News ... News ... News ... News ... News

Schweizer Markt für nachhaltige Anlagen mit beeindruckendem Wachstum:

Trotz der Turbulenzen an den Finanzmärkten ist der Schweizer Markt für nachhaltige Anlagen 2007 um 67 Prozent auf 30 Milliarden CHF gestiegen. Dies ergab die aktuelle Studie des Research- und Beratungsunternehmens onValues.

www.onvalues.ch

Britische Nahrungs- und Getränkehersteller wollen täglich 140 Millionen Liter Wasser einsparen.

Dies entspricht der Wassermenge von 56 50-Meter-Schwimmbädern. Unterzeichner der Initiative sind u.a. Cadbury Schweppes, Coca-Cola, GlaxoSmith-Kline, Kellogg, sowie die britischen

Einheiten von Kraft Foods, Nestlé, PepsiCo und Unilever.

www.fdf.org.uk

Nachrichtungsbericht 2007: Die Bank Sarasin steigert ihre Ökoeffizienz um mehr als 30 Prozent. Möglich wurde dies unter anderem durch einen geringeren Energie- und Ressourcenverbrauch.

www.sarasin.ch (-> Nachhaltigkeit)

IT-Hersteller packt das grüne Gewissen – CeBIT mit Schwerpunktthema Green IT:

Die CO₂-Emissionen der weltweiten IT- und Telekommunikationsgeräte entspricht in etwa denen des internationalen Luftverkehrs. Schuld ist vor allem der explodierende

Stromverbrauch von PC und Servern. Angesichts der zunehmenden Herausforderungen des Klimaschutzes hat die CeBIT dieses Jahr dem Thema „Green IT“ einen besonderen Schwerpunkt gewidmet.

www.cebit.de



portfolio institutionell Awards:

Bank für Kirche und Caritas zum „Besten nachhaltigen Investor“ gekürt

Wer investiert wirklich nach ethischen Grundsätzen? Wer setzt sein Konzept am ernsthaftesten um? Und wer kann durch wirkungsvolle Filter zur Umsetzung von Nachhaltigkeitsstrategien überzeugen? Diese und weitere Fragen hatten die Juroren anlässlich der diesjährigen Awards des Fachmagazins „portfolio institutionell“ zu beantworten, bis es dann hiess: „Der Award geht an die Bank für Kirche und Caritas!“

Die Jury überzeugte vor allem, wie ernst es die Bank für Kirche und Caritas im Vergleich zu anderen Investoren mit der nachhaltigen Ausrichtung ihres Bankgeschäfts meint. Nahezu alle Anlageklassen unterliegen inzwischen einem qualitativ sehr hochwertigen, ethischen Nachhaltigkeitsfilter, der um einen Best-in-Class-Ansatz ergänzt

wird. Die Bank zeichne sich zudem durch ein hohes Mass an Transparenz aus, da sie ihren Kunden und Mitgliedern regelmässig über den Stand der Umsetzung ihrer Nachhaltigkeitspolitik berichtet.

Die Bank für Kirche und Caritas (BKC), für die die Bank Sarasin seit 2003 einen nachhaltigen Spezialfonds managt, erhält damit Anerkennung und Würdigung ihres langjährigen Engagements in punkto Nachhaltigkeit.

„Bester nachhaltiger Investor“: Der BKC-Vorstandsvorsitzende Dr. Richard Böger nimmt die Auszeichnung von Moderator Michael Marx in Düsseldorf entgegen.



v.l.n.r. Michael Marx (Moderator), Dr. Richard Böger (Vorstandsvorsitzender BKC), Dr. Helge Wulsdorf (Leiter Nachhaltige Geldanlage BKC), Michael Hepers (Leiter Treasury BKC) und Ilona Wachter (Geschäftsführerin BNP Paribas AM).

Nachhaltige Produkte und Dienstleistungen

| Investmentfonds und -Zertifikate | |
|--------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| Aktienfonds | Fonds zum Thema erneuerbare Energien und Energieeffizienz |
| | Fonds zum Thema Wasser |
| | Multithemen-Nachhaltigkeitsfonds (Dachfonds) |
| | Fonds Welt |
| | Fonds Europa |
| | Fonds für französische Anleger |
| Gemischte Produkte | Gemischte Fonds mit neutraler Vermögensstruktur |
| | Gemischte Fonds mit defensiver Vermögensstruktur |
| | Multithemen-Nachhaltigkeitsfonds (Dachfonds) |
| Anleihefonds | Euro-Obligationenfonds |
| | Europäische Obligationenfonds |
| Portfoliomanagement für Privatkunden in CHF und Euro | Balanced |
| | Dynamic |
| | Defensive |
| Portfoliomanagement für institutionelle Investoren (u. a. Spezialfonds) | Aktien |
| | Gemischt |
| | Obligationen |
| Sarasin-Investmentzertifikate | Auf nachhaltige Indizes |
| | Auf besondere Nachhaltigkeitsthemen (Wasser, Bauen, Solarenergie) |
| Vorsorgelösungen für Schweizer Kunden | |
| Aktienfonds | Nachhaltige Aktien Schweiz |
| | Nachhaltige Aktien Welt exkl. Schweiz |
| Gemischte Produkte | BVG Nachhaltigkeit |
| | BVG Nachhaltigkeit Rendite |
| Anleihefonds | Nachhaltigkeit Obligationen CHF |
| | Nachhaltigkeit Obligationen international exkl. Schweiz |
| Mandate | |
| Portfoliomanagement für Privatkunden in CHF und Euro | Balanced |
| | Dynamic |
| | Defensive |
| Portfoliomanagement für institutionelle Investoren (u. a. Spezialfonds) | Aktien |
| | Gemischt |
| | Obligationen |
| Vermögensverwaltung auf Fondsbasis in CHF und Euro | Balanced |
| | Dynamic |
| | Equity |
| | Defensive |
| Weitere Produkte und Dienstleistungen | |
| Beratung und Co-Management für institutionelle Investoren | Euro-Obligationenfonds |
| | Mandate für verschiedene institutionelle Kunden |
| Private Equity | new energies invest AG |
| Portfolio-Audits | Für private und institutionelle Investoren |

Für die Schweiz:

Bank Sarasin & Cie AG
Sustainable Investment
Postfach, CH-4002 Basel
Telefon + 41 (0) 61 277 73 31
Telefax + 41 (0) 61 277 76 88
www.sarasin.ch/nachhaltigkeit
E-Mail: SarStainable@sarasin.ch

Für Deutschland:

Bank Sarasin AG
Friedrichstrasse 9
D-80801 München
Telefon + 41 (0) 89 33 99 74-0
Telefax + 41 (0) 89 33 99 74-33
www.sarasin.de
E-Mail: info@sarasin.de

Die vorliegende Publikation wurde nicht vom Research der Bank Sarasin erstellt und ist nicht das Ergebnis einer solchen Finanzanalyse. Die „Richtlinien zur Sicherstellung der Unabhängigkeit der Finanzanalyse“ der Schweizerischen Bankiervereinigung finden darauf keine Anwendung. Die in der vorliegenden Mitteilung enthaltenen Informationen und Meinungen beruhen auf Quellen, die wir für zuverlässig halten und die wir sorgfältig recherchiert haben. Sie entsprechen unserem Urteil zum Zeitpunkt der Erstellung dieser Mitteilung und können sich jederzeit ohne Vorankündigung ändern. Darüber hinaus dienen die Angaben dieser Publikation rein zur Information und gelten nicht als Angebote, Offerten oder Aufforderungen zur Offertstellung zum Kauf oder Verkauf von in dieser Mitteilung enthaltenen Anlageinstrumenten. Eine Haftung für mittelbare und unmittelbare Folgen der veröffentlichten Inhalte ist somit ausgeschlossen. Diese Mitteilung ist nicht für Personen mit Wohnsitz oder Nationalität USA bestimmt, und es ist ihnen nicht erlaubt, die in dieser Mitteilung aufgeführten Anlageinstrumente zu erwerben. Überdies ist es verboten, Personen mit Nationalität oder Domizil USA diese Instrumente öffentlich anzubieten, auszugeben oder zu verkaufen. Zudem weisen wir darauf hin, dass die Wertentwicklung in der Vergangenheit kein Hinweis auf die zukünftig zu erwartende Rendite ist.

Die Zeichnungsunterlagen zu den Sarasin Investmentfonds nach luxemburgischem Recht, der Prospekt, die vereinfachten Prospekt sowie die Jahres- und Halbjahresberichte können kostenlos bei der Informationsstelle in Deutschland (s.o.), bei der Zahlstelle und dem Vertreter in Österreich (Erste Bank der österreichischen Sparkassen AG, Graben 21, 1010 Wien) und bei der Zahlstelle und dem Vertreter in der Schweiz (s.o.) bezogen werden.

„Die Solar-Branche ist fit für die Zukunft“

Solaraktien waren lange Anlegers Lieblinge. Seit Jahresbeginn haben die Kurse allerdings deutlich nachgegeben. Ist dies das Ende des Solarbooms?

Pius Hüsler: Ganz bestimmt nicht! Die günstigen Kosten für Solarenergie, der technologische Fortschritt oder die Ausweitung staatlicher Förderprogramme sind nur einige Gründe, weshalb der Solarbranche eine sonnige Zukunft bevorsteht.

... aber z. B. in Deutschland, wo die Solarindustrie so grosszügig wie in kaum einem zweiten Land subventioniert wird, ist derzeit eine heftige Diskussion um eine deutliche Absenkung der Förderung im Gange.

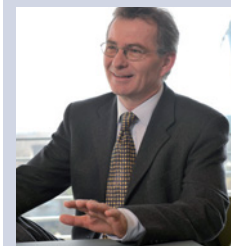
P. H.: Das ist richtig. Ich gehe aber davon aus, dass die Branche fähig ist, diese Absenkung – ganz gleich ob sie nur sieben, acht oder neun Prozent beträgt – wegzustecken. Die etwas aufgeregte Diskussion um eine schlagartige Rücknahme der Förderung um dreißig Prozent halte ich hingegen für Populismus. Sinnvoller ist eine stetige und für die Unternehmen kalkulierbare Reduktion der Fördergelder. Während Deutschland seine Förderung den neuen Bedingungen anpasst, weiten andere Länder wie Italien, Griechenland oder Korea ihre Programme derzeit aus.

Wenn man aber sieht, wie sich die Ertragslage vieler Solarunternehmen nicht zuletzt dank der Steuergelder verbessert hat, kann man die Kritik doch verstehen, oder?

P. H.: Sicher, die Preise sind hoch und die Ertragslage von Solarunternehmen hervorragend, was natürlich auch die Aktionäre freut. Allerdings ist die Branche auch auf Gewinne angewiesen, um den Kapazitätsausbau voranzutreiben. 2008 verfügt die gesamte Solarindustrie über eine Produktionskapazität, um jährlich Solarzellen mit der Leistung von rund fünf Gigawatt zu erzeugen. Damit lässt sich etwa die gleiche Energiemenge wie mit einem Kernkraftwerk, wovon derzeit weltweit rund 450 am Netz sind, produzieren. Um einen massgeblichen Anteil an der Energieerzeugung zu erreichen, ist in meinen Augen eine Verzehnfachung der Kapazität während der nächsten zehn Jahre erforderlich. Ich denke, das wird auch die Politik erkennen.

Nach wie vor hängt die Branche also stark am Tropf der Förderung durch die Politik ...

Experten-Talk



Pius Hüsler
Vizepräsident des Schweizerischen Solar-Fachverbands Swissolar und geschäftsführender Gesellschafter der Schweizer Energie- und Umweltberatungsfirma Nova Energie

P. H.: Das stimmt nur für einige Länder. Betrachten Sie beispielsweise Kalifornien oder Japan. Dort ist die so genannte „grid parity“ in wenigen Jahren Realität. Das heisst, dass sich die Kosten des Solarstroms auf dem gleichen Niveau wie die Strompreise der traditionellen Energieanbieter befinden. Das zeigt, dass sich die Industrie von der Abhängigkeit durchaus befreien kann.

Welche Faktoren werden den Solarmarkt zusätzlich antreiben?

P. H.: Ganz wichtig ist der technologische Fortschritt. Effizienzgewinne erwarte ich zum Beispiel durch den Ausbau des Dünnschichtverfahrens. Diese Technologie ist noch lange nicht ausgereizt und lässt bereits heute sehr günstige Kosten für die Stromproduktion erwarten. Ein weiterer Punkt sind die in Folge höherer Preise für fossile Energien steigenden Strompreise. Und last but not least: Die Energie der Sonne steht unbegrenzt zur Verfügung.

... und die Risiken?

P. H.: Die Sonne erlischt ... Nein, jetzt aber im Ernst: Gemessen an den Chancen sind die Risiken überschaubar. Eine Herausforderung ist natürlich die Sicherung der Versorgung mit Silizium. Können die Chinesen tatsächlich die von ihnen in Aussicht gestellten Kapazitäten aufbauen, wird der Siliziumpreis deutlich in die Knie gehen. Im Vorteil sind dann Solarunternehmen mit kurzfristigen Kontrakten.

Zum Abschluss Ihr Fazit für Anleger.

P. H.: Grundsätzlich bin ich wegen der hervorragenden Rahmenbedingungen sehr optimistisch für die Solarbranche. Wie in jedem Sektor wird es aber auch hier Gewinner und Verlierer geben. Entscheidend ist insbesondere die richtige Positionierung im Siliziummarkt. Ausserdem haben Anleger zu entscheiden, bei welchen Unternehmen sie konkret investieren möchten. Wegen der wachsenden Komplexität des Marktes sind Anleger gut beraten, auf wirklich qualifiziertes Research zurückzugreifen.