

dp payoff **special**

all about derivative investments

Nachhaltigkeit jetzt oder zu spät!

Nachhaltig investieren
Kompakt erklärt

CO₂-Emissionshandel
Ein Zukunftsmarkt?

Wald –
Das grüne Gold



Interview mit
Mirjana Blume
CEO Edisun Power

«In der Zukunft wird der Solarstrom gleich viel kosten wie der herkömmliche Strom»

payoff-Redaktionsleiter Igor Moser sprach mit Mirjana Blume, CEO Edisun Power

Igor Moser



Die Betriebsökonomin **Mirjana Blume** startete ihre berufliche Karriere 1997 bei PricewaterhouseCoopers in Zürich als Tax Consultant. 1999 wechselte sie zu Swissôtel Management Europe AG, wo sie als regionale Buchhalterin und Controllerin tätig war. Im darauf folgenden Jahr stieg Blume bei MediCentrix und MediService ein, wo sie als Chief Financial Officer, Leiterin Beschaffung und IT sowie Mitglied der Geschäftsleitung firmierte. Im Jahr 2006 stiess sie zu Novartis Pharma Schweiz und arbeitete dort als Head Finance sowie Stv. Leiterin Onkologie bis 2008. Seit Anfang 2008 steht Blume in den Diensten von Edisun Power Europa AG, wo sie derzeit das Amt des Chief Executive Officer innehat.

Frau Blume, können Sie Edisun Power kurz umschreiben?

Edisun Power entwickelt, finanziert und betreibt Solaranlagen. Das heisst, wir sind sowohl Anlagenentwickler wie auch Finanzierer. Wir sind nicht für den Bau von Anlagen selbst zuständig, dieser Geschäftszweig ist ausgelagert. Wir betreiben zudem die erstellten Solaranlagen während der gesamten Laufzeit.

Nachhaltigkeit ist derzeit in aller Munde, auch Autohersteller werben mit grünen Fahrzeugen. Wird der Begriff «Nachhaltigkeit» nicht für Marketingzwecke missbraucht?

Missbraucht ist vielleicht ein harter Ausdruck. Aber tatsächlich ist Nachhaltigkeit als Begriff momentan sehr stark überstrapaziert. Es gibt quasi die grüne Fraktion. Das sind jene, die eigentlich schon immer in diesem Bereich waren, auch schon vor zehn Jahren. Da zählen wir uns auch dazu. Uns gibt es seit 1997 und wir haben Nachhaltigkeit in unseren Geschäftsgebaren verankert. Aber es kommt sicher vor, dass der Begriff Nachhaltigkeit zu schnell verwendet wird.

Was sind die grössten Märkte im Bereich der Solarenergie?

An erster Stelle steht momentan sicher Deutschland, die weltweite Nummer eins. Italien ist stark im Wachstum begriffen. Der Markt in Griechenland wächst langsam, aber stetig. Spanien und Frankreich sind ebenfalls sehr starke Märkte, welche sich in den letzten zwei bis drei Jahren entwickelt haben. Die USA sind ein grosser Hoffungsmarkt und Asien wird wahrscheinlich auch im kommenden Jahr sehr interessant werden, vor allem China, Indien und Korea.

Wie sieht die politische Situation hier in der Schweiz aus? Wird aus Ihrer Sicht genügend getan, um nachhaltiges Handeln zu fördern? Wo liegen aus politischer Sicht die grössten Herausforderungen?

Die Schweiz hat ja einige Anstrengungen unternommen, so zum Beispiel bei der CO₂-Abgabe. Was momentan sehr stark gemacht wird, ist die Verbesserung der Gebäudeeffizienz. Wo momentan noch Potenzial besteht, ist bei den erneuerbaren Energien wie Photovoltaik, was eigentlich unser Kerngeschäft ist.

Wie gestaltet sich die Situation in den grossen BRIC-Schwellenländern? Gibt es dort genügend Bestrebungen, die Nachhaltigkeit zu fördern?

Zum einen geht es darum, die Nachhaltigkeit zu fördern. Zum anderen ist es wichtig, entsprechende Wirtschaftszweige aufzu-

«Es kommt sicher vor, dass der Begriff Nachhaltigkeit zu schnell verwendet wird.»

bauen. Das sollte viel mehr die Motivation sein. Es ist entscheidend, dass in diesem Sektor Geld in das Land fliesst. China beabsichtigt beispielsweise, ein Programm auf die Beine zu stellen, das die erneuerbaren Energien fördert. China hat zudem viele Modulhersteller. Diese können ihre Produkte gleich auf dem Heimmarkt verkaufen. Doch bei weitem nicht alle Schwellenländer sind so weit wie China.

Sie verkaufen Solarstrom. Wird sich dies auch bei privaten Haushalten durchsetzen oder sind die Kosten dafür noch zu hoch?

Man muss differenzieren: Hier in der Region ist es das Elektrizitätswerk Zürich

(EWZ), welches sehr innovativ ist und die Solarenergie fördert. Der Kunde kann selbst auswählen, welche Energie aus welcher Quelle er haben möchte. Auch wenn die Solarenergie noch teuer ist, kann man eine erhöhte Nachfrage feststellen. In der Zukunft zeichnet sich ab, dass der Solarstrom gleich viel kosten wird wie der herkömmliche Strom (die sogenannte Grid-Parity). In unseren Breitengraden wird dies gegen 2020 der Fall sein, in anderen Ländern wie beispielsweise in Spanien und Italien dürfte dieser Prozess rascher voranschreiten.

Wo liegt das Hauptproblem, dass die Nutzung von Solarenergie nicht weiter verbreitet ist?

Es macht eher Sinn, auf neueren Bauten Solarzellen zu platzieren. Wir denken längerfristig und gehen davon aus, dass diese 20 Jahre auf dem Dach bleiben. Bei einem Altbau, der nach einer gewissen Zeit renoviert werden muss, ist es extrem aufwendig, die Solarzellen wieder vom Dach zu nehmen und später wieder aufzusetzen.

Edisun Power ist seit 2008 an der Schweizer Börse kotiert. Sind Sie zufrieden mit dem Going Public? Weshalb haben sie gerade das Krisenjahr ausgewählt?

Anfang 2008 gab es ja keine Tendenzen, die auf ein so schlimmes Jahr deuten würden. Ein Börsengang braucht in der Regel ein halbes Jahr Vorlauf. Unglücklich war

«Es ist das Ziel, in ein paar Jahren ein gewichtiger Solarplayer auf dem europäischen Markt zu sein.»

zudem, dass unsere Pressekonferenz am gleichen Tag stattfand, als Lehman Brothers Konkurs ging. Bedauerlicherweise war zu jenem Zeitpunkt kein Geld vorhanden, nur wenige wollten investieren. Trotz allem ist für uns der Börsengang geglückt. Wir sind eine Firma mit zwölf Mitarbeitern. Dass ein Unternehmen mit dieser



Grösse zu jenem Zeitpunkt ins Hauptsegment der Börse geht, war fast ein kleines Wunder. Wir können jetzt auch für andere Kapitaltransaktionen die Börse nutzen, das ist und war auch das Hauptziel. Natürlich wollten wir mehr Geld aufnehmen. Den Börsengang zu verschieben, kam nicht in Frage. Denn jeder Franken, den wir erhalten, können wir für den Bau von Solaranlagen gebrauchen.

Beim IPO belief sich der Nettoerlös deutlich unter den Erwartungen. Muss-ten dadurch Projekte verschoben werden?

Wegen der Finanzkrise konnten wir etwas weniger bauen als geplant. Wir müssen nun früher Fremdkapital aufnehmen als beabsichtigt. Die Idee des Börsengangs war, dass wir die Eigenkapitalbasis stärken und über die kommenden Jahre Fremdkapital aufnehmen. 2011 werden wir wohl die erste grössere Fremdkapitalrunde machen.

Vor kurzem wurde angekündigt, dass der CFO Marc Ledergerber das Unternehmen nach kurzer Zeit wieder verlässt. Was war der Grund?

Ausschlaggebend für die Entscheidung ist die unterschiedliche Sicht über die Weiterentwicklung des Unternehmens. Leider kann ich derzeit noch nicht mehr dazu sagen.

Die Wachstumsstrategie von Edisun Power stützt sich 2009 auf die zwei Hauptmärkte Spanien und Frankreich ab. Wie ist diese Strategie verlaufen?

Wir werden dieses Jahr vor allem in diesen beiden Ländern aktiv sein. Aber auch Deutschland hat sich zu einem sehr guten Markt entwickelt. Dies vor allem, weil in diesem Jahr die Preise für die Komponenten stark gesunken sind. Dadurch lohnt es sich wieder, in Deutschland Anlagen zu bauen. Aktuell haben wir also die drei Stützen Spanien, Frankreich und Deutschland.

Edisun Power beabsichtigt, in Europa einen relevanten Anteil der Stromproduktion aus Sonnenenergie zu erzeugen. Wie weit fortgeschritten ist dieser Markt in der Schweiz?

Wir haben derzeit Projekte in Zürich, Genf und Basel. Das Problem hierzulande ist, dass die bebaubaren Flächen beschränkt sind. In Spanien zum Beispiel kann man relativ gut eine Fabrikanlage mit Solarstrom bedienen. Zudem kommt hinzu, dass es wegen der Finanzkrise schwieriger geworden ist, Fremdkapital aufzunehmen. Grundsätzlich sind wir jedoch daran, die internen Strukturen sowie die Anzahl Mitarbeiter fokussiert aufzubauen. In fünf Jahren werden wir sicher grösser sein, denn das Ziel ist, in ein paar Jahren ein gewichtiger Solarplayer auf dem europäischen Markt zu sein. ■