



Foto: Andreas Birresborn

Jan Paul Dahm ist Geschäftsführer des Photovoltaik-Fachgroßhandels EWS in Handewitt bei Flensburg. Im 40. Jahr der Unternehmensgeschichte übernahm er nach fünf Jahren gemeinsamer Geschäftsführung die alleinige Leitung 2025 von seinem Vater, dem Firmengründer Kai Lippert. Im Interview erklärt Dahm die aktuelle Marktentwicklung und nennt Konsequenzen für die Branche.

JAN PAUL DAHM: PV-Hamsterkäufe sind nicht klug!

Solarthemen: Der Markt für Photovoltaik auf Dächern wirkt derzeit unübersichtlich. Als Großhändler haben Sie vermutlich einen guten Überblick.

Jan Paul Dahm: Wir sprechen hier über den Distributionsbereich, also die Ebene des regionalen Handwerks, nicht über das Projektgeschäft. Die Unklarheit entsteht auch deshalb, weil Politik und Branchenverbände oft nur den Gesamtzubau betrachten. Dabei wird leicht übersehen, dass ein großer Teil der regionalen Wertschöpfung davon gar nicht profitiert. Ende 2023 hat der Abwärtstrend im Distributionsbereich begonnen, und er stand Monat für Monat stärker unter Druck. Regionale Handwerker konnten ihr Personal nicht auslasten und ihren Lagerbestand nicht abbauen. Seit Ende Februar 2026 ist die Nachfrage privater Investoren im Eigenheimbereich dann wieder extrem gestiegen.

Können Sie das in Zahlen ausdrücken?

Das sieht man in der Zubau-Statistik der Bundesnetzagentur jetzt noch nicht. Bei uns haben sich die Bestellungen im März mehr als verdoppelt im Vergleich zum Februar. Und die Nachfrage steigt seit der Osterpause immer noch weiter an, so dass der April wahrscheinlich noch ein Stück

besser werden wird. Wir sind jetzt ungefähr beim dreifachen täglichen Auftragszugang gegenüber Ende Februar. Es kam also nicht von jetzt auf gleich, sondern für diese Verdreifachung hat es immerhin fast zwei Monate gebraucht.

Das Auf und Ab ist für die Branche nicht neu. Was ist aktuell anders?

Ich finde die Situation im Grunde sehr vergleichbar mit 2022 zum Beginn des Ukraine-Kriegs und der Energieunsicherheit, die daraus entstanden ist. Der entscheidende Unterschied ist aber: Damals fiel das auf einen fruchtbaren Boden, weil Klimawandel und Energiethemen – Fridays for Future – gesellschaftlich sehr präsent waren. Das ist jetzt anders. Die aktuelle Nachfrage ist viel weniger vom Thema Nachhaltigkeit getrieben, sondern vor allem davon, dass fossile Energie teurer geworden ist. Das ist keine echte Belebung, sondern eher eine Konzentration der Nachfrage. Was jetzt gebaut wird, wird im nächsten Jahr nicht mehr gebaut. Genau das müssen Handwerker bei Lager- und Einkaufsplanung im Kopf behalten. Es ist kein längerer Aufschwung wie 2022/2023, sondern ein Peak. Natürlich muss jeder den so gut es geht mitnehmen, aber wir sollten nicht den gleichen Fehler

machen wie 2023, dass wir alle Kapazitäten verdoppeln und dann merken, dass die Nachfrage sinkt.

Welche Rolle spielt aktuell Torschlusspanik wegen der Ankündigung von Katherina Reiche, die Einspeisevergütung abschaffen zu wollen?

Das kann ich nicht wissen, aber ich vermute schon, dass das auch einen Einfluss hat. Je näher der Stichtag rückt, desto mehr wird es Thema werden. Wahrscheinlich wird das auch dafür sorgen, dass das PV-Geschäft dieses Jahr relativ stabil weiterläuft, wenn sich die Krise im Nahen Osten hoffentlich möglichst bald beruhigt. Was übrigens auf die momentanen Bestellungen auch einen Einfluss haben könnte: Wir hatten im Januar und Februar fast gar keinen Zubau wegen des strengen Winters. Projekte, die da geplant waren, werden jetzt nachgeholt.

Wie geht ein kluger Handwerker mit der aktuellen Welle um?

Nachhaltig und langfristig planen, und zwar in allem, also in der Personalplanung, in der Projektplanung, in der Akquise, in der Bestätigung, aber natürlich vor allem in der Einkaufsplanung. Es wird hier und da zu Engpässen kommen, aber damit können wir am bes-

ten umgehen, wenn wir uns gut abstimmen. Wer jetzt zu schnellem Einkaufen und Füllen des Lagers rät, verschärft die Knappheit nur. Was uns allen hilft, ist Planungssicherheit. Wir als Großhändler haben noch Lagerkapazitäten und können Einkaufsvorlauf aufbauen. Dafür brauchen wir frühzeitige Informationen aus dem Markt. Und genauso geht es dem Hersteller. Auch er hat 2023 erlebt und will jetzt nicht den gleichen Fehler machen.

Wo lag damals das eigentliche Problem? Es ging der Branche doch sehr gut.

Ja, die Zubau-Euphorie war groß. Aber wir haben den Moment verpasst, in dem die Nachfrage zurückgegangen ist. Beim Installateur hat sie nachgelassen, lange bevor in den Zubauzahlen zu sehen war, dass es bergab geht. Und es hat viele Monate gedauert, bis der hohe Lagerbestand der Installateure abgebaut war. Hätten wir früher reagiert, hätten wir Zuläufe nach Europa eher gebremst. Das System war träge, weil niemand es wahrhaben wollte, dass die Entwicklung nicht nachhaltig, sondern überhitzt war.

Was kann die Branche tun, um solche Nachfrageschübe nachhaltiger für sich zu nutzen?

Weniger Opportunismus würde uns ganz gut tun. Also nicht einfach möglichst viel Nachfrage abschöpfen und dann gucken, wie kriegt man das hin – womöglich auf Kosten der Qualität. Stattdessen mit Endkunden auch in der Boomphase transparent und ehrlich umgehen. Ich bin ziemlich sicher, dass wir ab Anfang 2027 einen Dämpfer erleben werden. Darauf sollte man sich jetzt schon vorbereiten. Man muss auch ohne Einspeisevergütung und ohne den Nahostkonflikt die richtigen Argumente kennen, um PV-Anlagen zu verkaufen. Sie werden nach wie vor wirtschaftlich sein, da mache ich mir gar keine Sorgen. Aber jetzt ist nicht die Zeit, sich zurückzulehnen. Wir sollten die Phase nutzen, um uns professionell aufzustellen.

Ist es für klassische PV-Handwerksbetriebe schwieriger, mit der fluktuierenden Nachfrage umzugehen als für die neuen, überregionalen Player wie 1Komma5° oder Enpal? Fördern Krisen den Strukturwandel der Branche?

Strukturwandel klingt mir zu nachhaltig. Ich glaube persönlich nicht, dass das nachhaltig ist. Aber natürlich profitieren diese neuen Marktteilnehmer von dem Auf und Ab, weil sie deutlich dynamischer sind.

Warum sind sie das?

Das traditionelle Handwerk arbeitet oft mit Strukturen, die über lange Zeit gewachsen sind. Die neuen Anbieter sind erst 2022/2023 in den Boom hineingewachsen und prägen den Markt inzwischen mit. Ich finde das nicht per se negativ. Sie sind vor allem in Akquisition und Argumentation oft weiter. Mein Appell ist, dass das regionale Handwerk davon lernt und nicht versucht, das zu ignorieren.

Was kann es lernen?

Vor allem, dem Kunden die Argumentation zu geben, die er heute erwartet. Die Kaufentscheidung basiert viel stärker auf Wirtschaftlichkeit und auf konkreten Vorteilen als früher auf Idealismus oder reiner Nachhaltigkeit. Einige Handwerker verkaufen noch PV-Anlagen, während die Konkurrenz Mehrwerte verkauft. Das könnte das Handwerk auch. Dazu gehört, das ganze Energiesystem mitzudenken, auch Energiemanagement und dynamische Stromtarife. Das haben Anbieter wie Enpal oder 1Komma5° vorgemacht.

Was können Sie denn tun, um Handwerkern dabei zu helfen?

Ich will jetzt aus diesem Interview kein Werbegespräch machen, aber wir haben zum Beispiel unseren Kunden kostenlose Workshops angeboten mit Agenturen, die Online-Marketing beherrschen. Wir unterstützen auch mit laientauglichem Argumentationsmaterial. Und wir sorgen dafür – das ist

ja unsere Hauptaufgabe – dass unser Produktportfolio alle diese Dinge auch möglich macht. Und aktuell haben wir eine Online-Plattform geschaffen – Installateursuche.de – die wir bald bewerben. Da geben wir all den regionalen Handwerkern ein Gesicht im Internet, die selber dafür kein Talent oder kein Interesse haben und sich damit schwer tun. Das ist eine Plattform, wo wir Endkunden-Leads einsammeln. Die verteilen wir dann an das Handwerk. Weil es immer diejenigen geben wird, die hauptsächlich von Mundpropaganda leben und für die PV auch nicht das Hauptgeschäft ist. Denen kann man nicht sagen, stink mal gegen Enpal an. Da setzen wir ein Gegengewicht und versuchen dafür zu sorgen, dass das Interesse der Endkunden nicht abbrüllt an einem System, das stark von Aussortierten lebt.

Was halten sie von der aktuellen Debatte ums EEG, und was erwarten Sie von der Politik?

Ich finde überhaupt nicht gut, was Frau Reiche macht. Aber ich finde es vielleicht auch nicht ganz so schlimm wie viele andere. Super nervig ist das ständige Hin und Her, dieses Ankündigen von Dingen, die dann nicht konkretisiert werden. Aber die Branche ist vielleicht nicht ganz so abhängig von der Einspeisevergütung, wie wir das bisher denken. Wir müssen ohnehin unsere Argumentation anpassen. Von der Politik würde ich mir aber mehr Aufmerksamkeit für die regionale Wertschöpfung wünschen. Sie lässt sich blenden von den Gesamtzubauzahlen, die stark beeinflusst sind vom Projektgeschäft. Aber das schafft wenig Wertschöpfung vor Ort. Die Steuerzahler, die Arbeitgeber, die hier in Deutschland die Energiewende aufgebaut und möglich gemacht haben, werden von der Politik nicht gehört. Die Politik wird das gespiegelt bekommen und dann irgendwann auch merken, dass diese Milchmädchenrechnung, pro Kilowattstunde zahle ich bei einem Solarpark weniger als auf dem Dach, nicht die Realität abbildet.

Interview: Guido Bröer