

aleo solar AG, Prenzlau/Oldenburg

www.aleo-solar.de

Kennzahlen	2007
Umsatz	242 Mio. Euro
Mitarbeiter	555
Beteiligung seit 30. September 2005 an	
S. M. D. Beteiligungsgesellschaft mbH (kurz: S. M. D. B.)	
S. M. D. B. an aleo solar	10,05 %
HANNOVER Finanz Gruppe an S. M. D. B.	75,5 %

Die mit der Sonne rechnen

Die aleo solar AG, Hersteller von Premium-Solarmodulen mit der eigenen starken Marke „aleo“, wächst kontinuierlich. Im Jahr 2007 wurden Module mit einer Gesamtleistung von 88 Megawatt produziert. Durch Beteiligungskapital vereinfachte das Unternehmen die Gesellschafterstruktur und wagte 2006 den Sprung aufs Börsenparkett.

Blitzblau glänzt das Dach der Dortmunder Westfalenhalle. Auch auf den Dächern der Bremer Reihenhaussiedlung „Auf dem Krüge“ spiegeln Dutzende der flachen, glatten Solarmodule den Himmel. Deutschlandweit versorgen Produkte der Firma aleo solar Veranstaltungshallen, Wohnhäuser und landwirtschaftliche Betriebe mit Strom.

Das Leben eines Solarmoduls beginnt im Backofen. Davor steht Handarbeit: Im Prenzlauer aleo-Werk verbinden Mitarbeiter Solarzellen zu Reihen – im Fachjargon heißt das „Verschalten zu Strings“. Mehrere dieser Solarzellen-Reihen werden auf eine Folie über spezielles, besonders lichtdurchlässiges Glas gelegt. Dann folgt die Verlötung. Wie bei einer Lasagne verbinden sich im Backofen schließlich die einzelnen Schichten zu einem Ganzen, dem so genannten Laminat, das noch einen Alu-Rahmen und eine Anschlussdose erhält. Nach Leistungsklassen sortiert, erreichen die Module über Fachhändler, Installateure und Großhändler ihren Einsatzort.

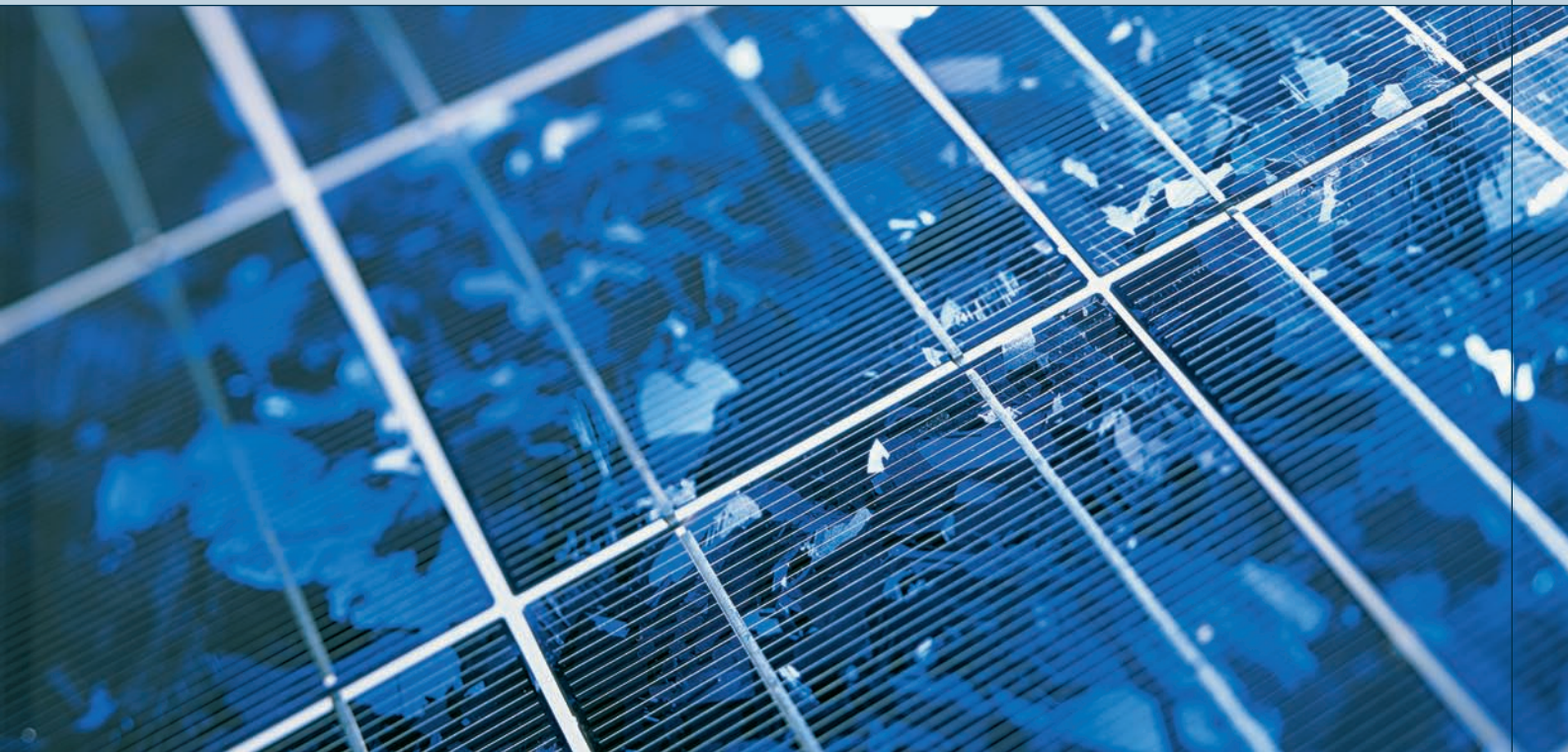


Die Vorstände Jakobus Smit, Uwe Bögershausen und Heiner Willers

aleo solar stellt fünf Arten von Modulen her, deren Solarzellen sich in Leistung und Struktur unterscheiden. Im Jahr 2007 addierte sich ihre Gesamtleistung auf 88 Megawatt – das entspricht etwa einer Solarfläche von 650.000 Quadratmetern. Zehn Fußballfelder groß ist das Werk im brandenburgischen Prenzlau. Wo Anfang 2002 noch grüne Wiese war, herrscht heute Dreischicht-Betrieb. Seinen Umsatz erhöhte aleo solar 2007 um nahezu 100 Prozent. Um der schnell wachsenden Nachfrage gerecht zu werden, verdoppelt das Unternehmen

jetzt seine Produktionsfläche. Die jährliche Produktionskapazität im Konzern steigt damit auf 170 Megawatt. Zu den insgesamt rund 550 Arbeitsplätzen kommen 2008 mindestens 100 neue Stellen dazu.

aleo solar steht mit Herstellung und Vertrieb in der Mitte der Wertschöpfungskette. Davor kommt die Herstellung von Rohsilizium. Daraus werden zunächst große Kristalle, die „Ingots“, gezogen. Unter Reinraumbedingungen sägen Maschinen davon hauchdünne Scheiben, die sogenannten



Wafer. Wiederum andere Hersteller verarbeiten die Wafer zu Solarzellen, dem unmittelbaren Modul-Vorprodukt. Früher wurde die Modul-Produktion als „Low-Tech“ belächelt. Aufgrund individueller Kundenbedürfnisse und einer immer ausgereifteren Technologie sind die Ansprüche an die Fertigung deutlich gestiegen. Dieser Bereich hat daher heute einen hohen Stellenwert. Am Ende der Kette stehen Fachhändler, die die Module kaufen und in maßgeschneiderten Systemen an investitionsbereite Endkunden vertreiben.

Bei aleo solar ist vorausschauendes ökonomisches Denken an der Tagesordnung: Über die Beteiligung an der Johanna Solar Technology GmbH sicherte sich das Unternehmen den Zugang zu der zukunftssträchtigen Dünnschicht-Technologie. Mit speziellem Dünnschichtmaterial sind hier etwa 100-mal dünnere Solarzellen möglich. Die Vorstufen der Siliziumzellenfertigung entfallen. Aus Kupfer, Indium, Selen und Glas entstehen die langlebigen Module direkt in einem Arbeitsgang. Auch die Internationalisierung treibt das Unterneh-

men stetig voran. Am Produktionsstandort in Spanien sind schon 70 Mitarbeiter für aleo im Einsatz. In Italien entsteht demnächst ein eigenes Vertriebsbüro. Solche strategischen Entscheidungen fallen in der Zentrale des Unternehmens in Oldenburg. Hier hat die „Denkfabrik“ von aleo solar ihren Sitz.

„Wir haben schon vor Jahren begriffen, dass man mit Ökologie Geld verdienen muss – für Öko-Romantik ist da kein Platz“, sagt Vollblut-Ökonom und Vorstandsvorsitzender Jakobus Smit. Die hohe Identifikation mit Firma und Produkt ist ihm anzumerken. Aber sowohl Smit als auch seine beiden Vorstandskollegen Heiner Willers und Uwe Bögershausen sind im Kern vor allem eines: Kaufleute hanseatischer Prägung mit einer gehörigen Portion Bodenständigkeit. „Leidenschaft ja – Euphorie nein“ könnte ihre Devise lauten.

Seit der Unternehmensgründung im Jahr 2001 hat das Führungsteam aleo zur starken Marke entwickelt. 2006 ging das Unternehmen an die Börse und ist im Prime Standard der Frank-

furter Wertpapierbörse gelistet. Mit den für Solarwerte so typischen Kurschwankungen hat Jakobus Smit gelernt zu leben: *„Ich richte mich nach dem Prinzip ‚Kümmere dich zuerst um dein Unternehmen, nicht um den Aktienkurs!‘“*

Für den Photovoltaikmarkt rechnet der Vorstandschef mit weiterem Wachstum. aleo solar selbst hat die Prognose für das Geschäftsjahr 2008 schon jetzt nach oben korrigiert und rechnet dank der steigenden Produktionskapazität mit einem Umsatzplus von 90 Millionen auf 330 Millionen Euro. Sonnige Aussichten also. Seit 2005 unterstützt die HANNOVER Finanz Gruppe das Unternehmen auf seinem Weg. *„Durch den großen Gesellschafterkreis war das Unternehmen zuvor unflexibel“,* blickt Jakobus Smit zurück. *„Die Strukturen mussten wir deutlich vereinfachen – ein Schritt, bei dem uns die HANNOVER Finanz als verlässlicher Partner unterstützt hat. Der Börsengang war dadurch überhaupt erst möglich – und damit konnten wir weiteres Kapital einsammeln, um das Wachstum zu finanzieren.“*