

Das Ringen um die Ökostrom-Endkunden

Ökostromer machen sich für ein Alternativmodell für das wegfallende Grünstromprivileg stark. Unterdessen versuchen die Direktvermarkter, ihre Portfolios fit für die Fernsteuerbarkeit zu machen – ansonsten droht der Wegfall der Marktprämie. **VON RALF KÖPKE**

Rhetorisch legte sich Jan Hinrich Glahr, Vizepräsident des Bundesverbandes WindEnergie, mächtig ins Zeug: „Eine verpflichtende Direktvermarktung lehnen wir ab, weil diese Vertriebsoption Finanzierungs- und Transaktionskosten erhöht sowie zu einer Konzentration der Akteure führt.“ Schon in der zweiten Märzhälfte, als er diese Worte auf einem Seminar seines Verbandes sagte, wusste Glahr nur zu gut, dass er die Pläne der schwarz-roten Bundesregierung nicht aufhalten konnte. Energieminister Sigmar Gabriel (SPD) will die Option Direktvermarktung zu einer Verpflichtung machen. Für rund 85 Prozent der installierten Windkraftleistung an Land und auf See hatten sich die Betreiber bereits bis dahin entschieden, diese Vertriebsoption plus Marktprämie zu nutzen und dafür auf die fixe EEG-Vergütung zu verzichten. Bei diesem Zuspruch einem Politiker grundsätzliche Nachteile der Direktvermarktung zu vermitteln, wäre selbst für Hardcore-Lobbyisten eine Herkulesaufgabe gewesen.

Direktvermarktung künftig nur mit fernsteuerbaren Anlagen

Vor der Entscheidung im Bundestag über die EEG-Reform am 26. Juni gibt es keinen Zweifel, dass die obligatorische Direktvermarktung kommen wird. Was derzeit zu ziemlich viel Hektik führt. Nach dem EEG-Gesetzesentwurf können mit Beginn des kommenden Jahres nur noch die regenerativen Kraftwerke an der Direktvermarktung teilnehmen, bei denen die Direktvermarkter per IT-Technik den Anlagenbetrieb beeinflussen können. Diese Fernsteuerbarkeit soll helfen, negative Börsenstrompreise zu verhindern sowie die erneuerbaren Energien für den Reservemarkt vorzubereiten.

Die Nachrüstung von Anlagen hatte die Bundesregierung im vergangenen Jahr noch mit der Einführung eines Fernsteuerbarkeit-Bonus bei

der Direktvermarktung unterstützt. „Die Umrüstung aller Wind- und Solaranlagen, die bereits in der Direktvermarktung sind, wird nicht zu schaffen sein“, prognostiziert Ulrich Focken eine „Delle“ des Aufwärtstrends bei der Direktvermarktung. Der promovierte Physiker hat als einer der beiden geschäftsführenden Gesellschafter der energy & meteo systems GmbH den besten Einblick, was sich bundesweit bei der Direktvermarktung tut: Das Unternehmen ist der unangefochtene Platzhirsch bei den wichtigen Leistungsvorhersagen für die in die Direktvermarktung überführten Wind- und Solarkraftwerke.

Nach Fockens Übersicht waren im Frühjahr nur etwa die Hälfte aller Windparks hierzulande, die etwa 75 Prozent der bundesweit direkt vermarkteten Windleistung ausmachen, auf Fernsteuerbarkeit umgerüstet. Bei der Photovoltaik fiel die Zwischenbilanz noch bescheidener aus: Von den großen Solarparks, die vor allem für die Direktvermarktung interessant sind, ist lediglich ein Viertel fernsteuerbar.

Beim in Deutschland führenden Direktvermarkter, der Statkraft Markets, hofft das Management „bis Jahresende den größten Teil“ des Portfolios auf Fernsteuerbarkeit umgerüstet zu haben, sagt Geschäftsführer Stefan-Jörg Göbel. „Die Nachrüstung ist derzeit das Top-Thema.“ Das bestätigt Thomas Imber. Der Geschäftsführer von Green Energy Systems (Gesy) klingt durchaus optimistisch: „Da wir bereits heute bei über 85 Prozent unserer Windparks fernsteuern können, sollten wir da, wo die Wirtschaftlichkeit gegeben ist, bis Jahresende auch den Rest schaffen.“

Die obligatorische Direktvermarktung ruft neue Anbieter auf den Plan

Keine Probleme mit der Gesetzesänderung sieht die Next Kraftwerke GmbH aus Köln auf das Gros ihres Portfolios zukommen – die Rhein-

länder sind hierzulande einer der beiden größten Direktvermarkter von Biogasstrom. „Da wir mit den von uns betreuten Anlagen auch Regenergie anbieten, ist die Fernsteuerbarkeit ohnehin schon Standard“, sagt Unternehmenssprecher Jan Aengenvoort. Derzeit erfreuen sich Next Kraftwerke über einen nennenswerten Zulauf weiterer Anlagen. „Wir setzen vor allem auf die Flexibilisierung, um damit auch im Intraday-Handel punkten zu können“, verweist Aengenvoort auf erste Live-Projekte bei der viertelstundenscharfen Fahrweise.

Bundesrat entscheidet gegen eine Verordnungs-ermächtigung

Dass die verpflichtende Direktvermarktung den Wettbewerb noch einmal anheizen wird, darüber herrscht Einigkeit bei den von E&M befragten Unternehmen. Diese Situation motiviert auch neue Akteure: So will der Energiedienstleister Ispex AG aus Bayreuth eine Online-Plattform für die Direktvermarktung anbieten – sozusagen als Mittler zwischen Anlagenbetreibern und Direktvermarktern. Geplanter Starttermin ist der 1. August. „Unser Ziel ist es, bis Jahresende Anlagen in der Größenordnung von 100 MW auf der Plattform zu haben“, sagt Unternehmenssprecher Jürgen Scheurer. Froh stimmt die Franken, dass „etwa zehn der rund 40 relevanten Direktvermarkter gleich beim Start unserer Plattform dabei sein wollen“.

Nicht mehr ganz neu, aber noch eher unbekannt ist die Wind Energy Trading AG. Das Unternehmen mit Sitz im schweizerischen Lutry übernimmt für Energieversorger große Teile des Direktvermarktungsgeschäftes, angefangen bei der Wetterprognose, der Intraday-Vermarktung bis zum Ausgleichsenergiekostenrisiko. „Wir bündeln die Interessen von kleinen und mittleren Kunden, für die es beispielsweise nicht wirtschaftlich ist, ein 24/7-Desk zu bewirtschaften“, sagt Geschäftsführer

Grüner Strom soll weiter den direkten Weg zu Kunden finden

Julian Göhler. Mit dem ersten Geschäftsjahr und einem Portfolio von rund 1 000 MW sind Göhler und sein Kompagnon Grigori Touliskii, die beide bei der Statkraft Markets gearbeitet haben, „durchweg zufrieden“. Für dieses Jahr ist das Ziel höher gesteckt: „Ende Dezember wollen wir unseren Bestand auf 2 500 MW ausgebaut haben“, zeigt sich Göhler optimistisch.

Mit der EEG-Reform heißt es zum 1. August nicht nur Abschied nehmen vom bisherigen Grünstromprivileg, sondern auch von der Regelung, dass die Direktvermarkter die akquirierten Kilowattstunden anteilig auf die unterschiedlichen Direktvermarktungsvarianten verteilen können – was das Geschäft für einige Unternehmen deutlich erschwert. Gesy-Geschäftsführer Imber bedauert den Abschied vom Grünstromprivileg: „Damit geht die Möglichkeit verloren, hochwertigen Ökostrom direkt an Endkunden zu liefern. Dennoch arbeiten wir gerade auf Hochtouren an neuen Möglichkeiten zur Endkundenbelieferung.“

Diesen Vertriebsweg wollen ein Handvoll Ökostromunternehmen unbedingt fortsetzen, die seit Wochen für eine Alternative zur obligatorischen Direktvermarktung bei der EEG-Reform kämpfen. Sowohl Clean Energy Sourcing als auch der Verbund von Naturstrom, Greenpeace Energy und die Elektrizitätswerke Schönau hatten dafür jeweils ein eigenes Mo-

Genossenschaftlicher Ökostrom als Alternative

Eine Gruppe von 17 Bürgerenergiegenossenschaften ist in den Stromvertrieb eingestiegen. „Unser Ziel ist es, dass wir den von unseren Initiativen vor Ort produzierten Ökostrom auch lokal anbieten“, beschreibt Felix Schäfer, der als Vorstand der Heidelberger Energiegenossenschaft eG den Markteintritt federführend koordiniert, das Ziel. Mit diesem Schritt bereiten sich die Bürgerenergiegenossenschaften auf die ab dem 1. August verpflichtende Direktvermarktung von Strom aus EEG-Anlagen vor, so wie sie die laufende EEG-Novelle vorschreibt. „Wir wollen unseren Kunden und Genossenschaftsmitgliedern ein höherwertiges Stromprodukt anbieten, mit dem sie auch Ökostrom aus Deutschland bekommen“, betont Schäfer. Die 17 Energiegenossenschaften verfügen derzeit über ein eigenes Erzeugungssportfolio von rund 10 MW sowie über gut 3 500 Mitglieder, die auch als Kunden gewonnen werden sollen. Für das Back-office-Geschäft arbeiten die Energiegenossenschaften mit den Stadtwerken Schwäbisch Hall zusammen. Damit die Stromkunden auch rund um die Uhr mit Ökostrom beliefert werden können, werden die Genossenschaften auch auf Wasserkraftstrom zurückgreifen. „Der genaue Mix steht noch nicht fest, wir wollen aber möglichst viel Strom aus erneuerbaren Bürgeranlagen einbinden“, sagt Koordinator Schäfer.

dell entwickelt, was die Durchsetzbarkeit in Berlin erschwerte. Mittlerweile haben sich die vier Unternehmen auf ein gemeinsames „Grünstrommarktmodell“ verständigt. „Ob dieses Modell das allein seligmachende ist, wissen wir nicht. Hauptsache, es gibt einen Weg, Kunden auch künftig direkt mit Ökostrom zu versorgen“, sagt Marcel Keiffenheim von Greenpeace Energy. „Alles andere wäre für die Energiewende ein Rückschritt, da mit der obligatorischen Marktprämien-Direktvermarktung das Verramschen des Ökostroms an der Börse weitergeht.“

Die Initiatoren des Grünstrommarktmodells hatten gehofft, dass der Bundesrat dem Energieministerium über eine Verordnungs-ermächtigung im EEG quasi den Arbeitsauftrag für ein alternatives Direktvermarktungsmodell erteilen würde. Ein entsprechender Antrag aus Nordrhein-Westfalen fand in der Sitzung der Länderkammer am 23. Mai aber keine Mehrheit.

Letzter Rettungsanker ist nun der Bundestag. Dirk Becker, energiepolitischer Sprecher der SPD-Fraktion, zeigt offen Sympathien für ein alternatives Modell für die Direktvermarktung. Gespräche darüber würden auch mit dem Koalitionspartner geführt. Beckers Prämisse für sein Ja lautet knapp: „Das EEG-Konto darf dadurch nicht belastet werden.“ Replik von Greenpeace-Mann Keiffenheim: „Wir sind damit mindestens kostenneutral. Garantiert!“ **E&M**