

# Vermarkten oder integrieren?

Die Systemintegration der Erneuerbaren sollte viel stärker in den Fokus genommen werden als ausgeklügelte Ökostrom-Vermarktungsstrategien, meint Uwe Leprich\*.

Ausnutzen beziehungsweise Schaffen von Befreiungstatbeständen [(Teil-) Befreiung von der Ökoststeuer oder der EEG-Umlage, Nutzung des Stroms in räumlicher Nähe et cetera] zu wettbewerbsfähigen Preisen an Kunden zu verkaufen, sondern es lautet, den EEG-Strom bestmöglich in das sich verändernde Stromsystem zu integrieren.

Dafür gibt es grundsätzlich zwei Ansätze: Die Direktvermarktung des EEG-Stroms, das heißt seinen Verkauf in den Teilmärkten des Stromsystems, oder seine physikalische Wälzung in die Bilanzkreise der Vertriebe.

Seit Inkrafttreten der Ausgleichsmechanismusverordnung zum 1. Januar 2009 wird der EEG-Strom vermarktet: Ursprünglich von den Übertragungsnetzbetreibern, seit Einführung der Direktvermarktung zum 1. Januar 2012 teilweise auch von so genannten Direktvermarktern. Die dadurch angestrebte „Marktintegration“ der Erneuerbaren soll den systemdienlichen Betrieb der Anlagen befördern („bedarfsgerechte Einspeisung“). Das heißt: Wind- und Solaranlagen sollen auch mal abschalten, wenn die Preise an der Börse niedrig oder gar negativ sind. Der Preis dieser Vermarktung besteht darin, dass zum einen der absolute Einspeisevorrang aufgegeben würde und sich inflexible Kraftwerke in den Markt „hineinkaufen“ könnten; zum anderen darin, dass durch die Vermarktung die negativen Preise und dadurch die Flexibilitätsanreize gedämpft würden. Hinzu käme bei einer über die aktuelle gleitende Marktprämie hinausgehenden Direktvermarktung in Form beispielsweise einer fixen Markt- oder Kapazitätsprämie ein Risikoaufschlag auf die Finanzierung der Anlagen, der wiederum die EEG-Umlage zusätzlich belasten würde.

## Direktvermarktung: Skepsis bei fluktuierenden erneuerbaren Energien

Da Marktintegration ja kein Selbstzweck ist, sondern Mittel zum Zweck einer Systemintegration der erneuerbaren Energien und weitergehend einer umfassenden Systemtransformation, sind die Kosten der Direktvermarktung ihrem Nutzen gegenüberzustellen. Viele der mit der Direktvermarktung verbundenen Nutzenperspektiven sind bislang eher Hoffnungen: bessere Prognosen der fluktuierenden Einspeisung, eine bunte Schar innovativer Marktakteure und neue Vermarktungsmöglichkeiten und Produkte. Während sich aktuell im

**A**ktuell bekommt jeder Stromkunde in Deutschland unabhängig von seinem Versorger rund 25 Prozent Ökostrom geliefert – genau jenen Strom, der über das Erneuerbare-Energien-Gesetz von allen nicht-privilegierten Kunden bezahlt wird. Jeder Versorger, der seinen Kunden mehr Ökostrom liefert – wobei mit Ökostrom landläufig Strom aus erneuerbaren Energien gemeint ist –, bezieht diesen entweder aus Anlagen aus dem Ausland, aus großen heimischen Wasserkraftwerken oder aus (den wenigen) Anlagen, die nicht über das EEG finanziert wurden.

In der Summe ist der Klimaschutzbeitrag von Ökostromangeboten im Sinne von zusätzlicher CO<sub>2</sub>-Einsparung nach wie vor vernachlässigbar gering; der Ökostrommarkt hat mehr eine psychologisch-erzieherische Dimension als eine klimaschützende. Er würde erst dann wirklich zum Klimaschutz beitragen, wenn die Ökostromnachfrage eines fernen Tages das Angebot überträfe und dadurch den Bau zusätzlicher Anlagen initiieren würde.

Das Gebot der Stunde beim Thema Ökostrom lautet meines Erachtens daher nicht, ihn weiterhin durch Umetikettierung oder geschicktes

Bereich der regelbaren erneuerbaren Energien, also insbesondere bei der Biomasse, erste Vermarktungsansätze auch im Intraday-Markt abzeichnen, ist dies bei den dargebotsabhängigen fluktuierenden erneuerbaren Energien (FEE) eher skeptisch einzuschätzen. Spätestens wenn die Managementprämie abgeschafft wird, wird sich erweisen müssen, ob die Direktvermarkter für Wind- und Solaranlagen tatsächlich ein Geschäftsmodell entwickeln können, das nicht lediglich auf einer Reduzierung der Margen der FEE-Anlagenbetreiber beruht. Als 2009 die physikalische Wälzung von „veredelten“ EEG-Monatsbändern abgeschafft wurde, atmeten die Vertriebe erleichtert auf: Zu hoch waren für sie die damit verbundenen Risiken. Seither haben sie allerdings quasi nichts mehr mit den EEG-Anlagen zu tun bis auf die wenigen Vertriebe, die das Grünstrom-Privileg nutzen. Zudem erlahmt der Wettbewerb der Vertriebe untereinander immer stärker, da mehr als zwei Drittel ihrer Kosten durchlaufende Posten sind und sie sich nur durch ihre Beschaffungsstrategien überhaupt noch preislich unterscheiden können.

Eine Lösung dieses Problems – verbunden mit einer über die Teilmärkte hinausgehenden Integration der FEE-Anlagen in das System – besteht in der Umstellung von der Vermarktung am Spotmarkt und der finanziellen Wälzung der Differenzkosten in Form der EEG-Umlage auf eine physikalische Echtzeitwälzung des eingespeisten Stroms direkt an alle Stromlieferanten. Dadurch wird der Strom aus den FEE-Anlagen Bestandteil der Beschaffungsportfolios der Stromvertriebe, die mit unterschiedlichen Mitteln auf die fluktuierende Erzeugung reagieren können: Sie können die Erzeugungs- wie auch die Nachfrageseite beeinflussen und parallel dazu die Ausgleichsoptionen des Großhandels nutzen. Die Integration der Erneuerbaren wird daher Teil des Wettbewerbs zwischen den Vertrieben und nicht einseitig auf die Day-Ahead-Auktion des Spotmarkts konzentriert. Besonders wichtig ist, dass es für die Vertriebe interessant wird, im Markt aktiv Flexibilitäten nachzufragen: steuerbare Stromerzeugungsanlagen wie Erdgas- und Biogas-BHKW auf der Erzeugungsseite, Lastmanagement auf der Verbrauchsseite und perspektivisch auch Stromspeicher.

Insgesamt sollte die Systemintegration der Erneuerbaren viel stärker in den Fokus genommen werden als ausgeklügelte Ökostrom-Vermarktungsstrategien, die letztlich wenig zur notwendigen Transformation des Systems beitragen. Die physikalische Echtzeitwälzung würde die Stromvertriebe zu echten Integrationsakteuren aufwerten und zudem den Wettbewerb unter ihnen beleben. Denkbar wäre auch eine Regelung, diejenigen Vertriebe, die von sich aus schon eine systemdienliche Integrationsleistung erbringen und Zugriff auf ein eigenes Portfolio an EEG-Anlagen haben, von der Wälzung auszunehmen und ihnen im Rahmen eines weiterentwickelten Grünstromprivilegs ein Geschäftsmodell dafür abzusichern. Solange jedoch mehrheitlich die Meinung vertreten wird, dass Vermarktung und Marktintegration der Erneuerbaren der Königsweg für die Systemtransformation sei, wird sich die Phantasie der Vertriebe leider weiterhin auf Marketingstrategien und Nischenfinanzierungen konzentrieren.

E & M

\* Prof. Dr. Uwe Leprich, Institut für Zukunftssysteme (IZES), Saarbrücken

Wasserkraftwerk Wyhlen



## Strom aus 100% Wasserkraft

E-world Essen  
11.-13.02.2014  
Halle 3  
Stand 3-214

NaturEnergie steht für saubere Stromlieferung  
begleitet durch Herkunftsnachweise.

Informieren Sie sich auf der E-world direkt bei uns am Stand!

[www.naturenergie.de](http://www.naturenergie.de)



NaturEnergie