

Merkblatt-Serie Direktvermarktung Nr. 1/2016



> VKU UMFRAGE

Direktvermarktung von Strom aus Erneuerbare-Energien-Anlagen
und Flexibilitätsvermarktung unter kommunalen Unternehmen

IMPRESSUM

Herausgeber	Verband kommunaler Unternehmen e.V. (VKU) Invalidenstraße 91, 10115 Berlin Fon +49 30 58580-0, Fax +49 30 58580-100 www.vku.de, info@vku.de
Produktion	VKU Verlag GmbH, Berlin/München Invalidenstraße 91, 10115 Berlin Fon +49 30 58580-850, Fax +49 30 58580-6850
Ansprechpartner	Sabine Jaacks Bereichsleiterin Energieeffizienz, Energievertrieb, Energiehandel Abteilung Energiewirtschaft Bereich Energieeffizienz, Energievertrieb und Energiehandel Fon +49 30 58580-180, jaacks@vku.de Peter Schmidt Fachgebietsleiter Vertrieb / Handel Strom Abteilung Energiewirtschaft Bereich Energieeffizienz, Energievertrieb, Energiehandel Fon + 49 30 58580 185, p.schmidt@vku.de
Bildnachweis	Titel und Seite 4: shutterstock

INHALT

01	Einleitung	5
02	Ergebnisse	6
	Mehr als die Hälfte der Stadtwerke sind in der Direktvermarktung aktiv	6
	Die Marktprämie bleibt der Treiber hinter der Direktvermarktung	6
	Die Abwicklung erfolgt zunehmend selbstständig oder in einer Kooperation	7
	Die Regelennergievermarktung gewinnt an Bedeutung	7
	Die Bedeutung des 24/7-Handels steigt	8
	Fast jeder Zweite will das Regionalnachweissystem nutzen	9
	Die Flexibilitätsvermarktung gewinnt perspektivisch an Relevanz	9
03	Fazit	10



01

› EINLEITUNG

Hintergrund

Am 08. Juli 2016 verabschiedete der Bundestag die Novelle des Erneuerbare-Energien Gesetzes (EEG), die zum 01.01.2017 in Kraft treten soll. Mit der Reform wird das EEG grundlegend verändert. Künftig werden Förderberechtigungen ausgeschrieben. Im Grundsatz gilt dann: Nur wer einen Zuschlag in einer Ausschreibung erwirbt, wird gefördert. Einen Zuschlag erhalten die Projekte, für die am wenigsten Förderung verlangt wird. Ausschreibungen sind grundsätzlich nur für Wind, PV und Biomasse vorgesehen. Bei zum Beispiel Wasserkraft, Geothermie und kleineren Wind- und Solaranlagen bis 750 Kilowatt (KW) bzw. Biomasseanlagen bis 150 KW werden die Vergütungssätze weiterhin gesetzlich festgelegt. Ungeachtet dessen bleibt es für Solaranlagen ab 100 KW bei der seit 01.01.2016 geltenden verpflichtenden Direktvermarktung.

Aus Sicht der regionalen Direktvermarktung will die EEG-Reform neue Möglichkeiten schaffen. Unter bestimmten Voraussetzungen können Endkundenlieferanten für den Stromanteil, den ihre Kunden mit der EEG-Umlage finanzieren, künftig eine zusätzliche „regionale Eigenschaft“ ausweisen. Damit greift der Gesetzgeber einen vom VKU mitentwickelten Modellansatz auf, über den die Vermarktung von regionalem Grünstrom erleichtert werden soll.

Insgesamt ist der Anteil des direkt vermarkteten erneuerbaren Stroms in Deutschland in 2016 weiter angestiegen: Mit einer Gesamtmenge von etwas mehr als 59 GW vermeldet die zur Direktvermarktung angemeldete, installierte Leistung im November 2016 ein Allzeithoch. Darunter macht die Windenergie an Land mit knapp 41 Gigawatt (GW) den mit Abstand höchsten Anteil aus.¹

Auch die Stadtwerke beteiligen sich intensiv mit ihren Investitionen am Umbau des Stromversorgungssystems. Der Anteil der erneuerbaren Energien an der installierten Leistung bei kommunalen Unternehmen ist von 15,6 Prozent im Jahr 2014 auf 16,6 Prozent im Jahr 2015 angestiegen. Die installierte Leistung nahm dabei im Vergleich zu 2014 um 260 auf gut 4.000 Megawatt (MW) zu.²

Eckdaten zur VKU Umfrage Direktvermarktung 2016

Um die Aktivitäten der kommunalen Unternehmen auf dem Gebiet der Direktvermarktung besser unterstützen zu können, führte der VKU von Mitte Juli bis Mitte September 2016 eine erneute Erhebung durch. Eine noch nicht ganz so hohe, aber dennoch wachsende Bedeutung gewinnt das Thema Flexibilitätsvermarktung. Daher haben wir in diesem Jahr Fragen zu diesem Themenkomplex mit aufgenommen.

Insgesamt beteiligten sich 15 Prozent (111 Unternehmen) der beim VKU in der Energiewirtschaft tätigen Unternehmen an der Online-Umfrage. Die Teilnahmequote lag damit etwas unter dem Niveau von 2015, als sich knapp 20 Prozent beteiligten. Wie schon 2015 nahmen vor allem mittelgroße (10–50 Mio. € Umsatz/Jahr) bis große (≥ 50 Mio. € Umsatz/Jahr) Mitgliedsunternehmen teil. Aus den Reihen der Klein- und Kleinstunternehmen (≥ 2–10 Mio. € Umsatz/Jahr) beteiligten sich 14 Prozent. Die Unternehmen sind primär in der Strom-, Gas-, Wärme- und Wasserversorgung aktiv.

¹ <http://www.netztransparenz.de/de/Monatsprognosen.htm> (Stand: 11/2016)

² <http://www.vku.de/presse/pressemitteilungen-liste/liste-pressemitteilungen/archiv-2016-pressemitteilungen/pressemitteilung-3416.html?p=1> (Stand: 11/2016)

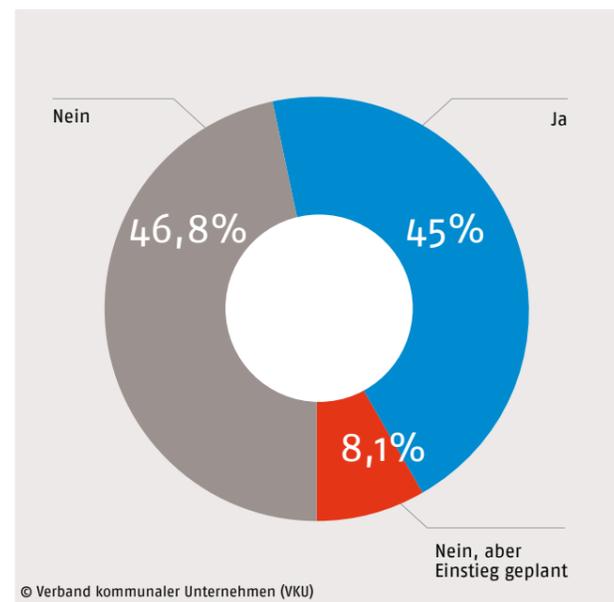
³ Der Umsatz bezieht sich auf den gesamten Jahresumsatz eines Unternehmens.

02 ERGEBNISSE

Mehr als die Hälfte der Stadtwerke sind in der Direktvermarktung aktiv

IST IHR UNTERNEHMEN IN DER DIREKTVERMARKTUNG VON STROM AUS ERNEUERBAREN ENERGIEN TÄTIG?

(N=111)



Im Jahr 2016 sind gut 53 Prozent der befragten kommunalen Unternehmen in der Direktvermarktung tätig bzw. planen dies zu tun. Im Vergleich dazu: 2014 waren es insgesamt nur 39 Prozent. Dabei wird einmal mehr deutlich, dass es vor allem größere Unternehmen sind (Jahresumsatz ≥ 50 Mio. €), die auf diesem Gebiet aktiv sind.

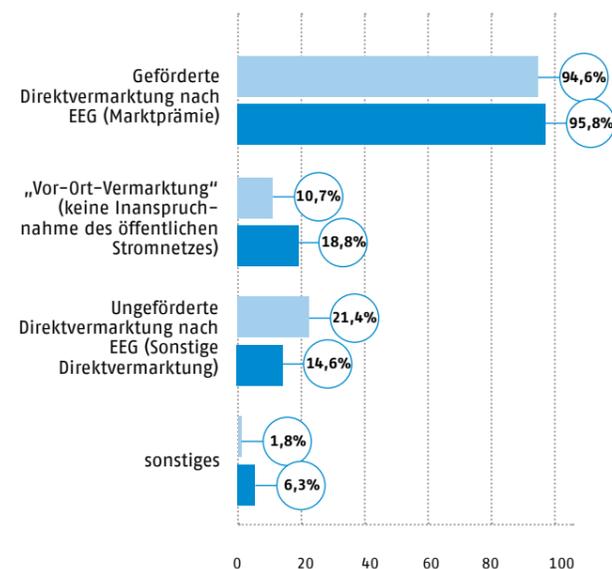
Die Marktprämie bleibt der Treiber hinter der Direktvermarktung

Wenig überraschend bleibt auch 2016 die Förderung nach der Marktprämie das Mittel der Wahl. Sie ist mit knapp 96 Prozent die mit Abstand am häufigsten gewählte Form der Direktvermarktung. Gegenüber dem Vorjahr hat insbesondere die „Vor-Ort-Vermarktung“ von EE-Strom, bei der keine Einspeisung des erneuerbaren Stroms in das öffentliche Stromnetz stattfindet, zugenommen. Bevorzugt umgesetzt werden insbesondere Mieterstrommodelle mit Blockheizkraftwerken und/oder Photovoltaik.

WELCHE FORM DER DIREKTVERMARKTUNG VERFOLGT IHR UNTERNEHMEN?

(Mehrfachnennung möglich)

■ 2015 n=56 ■ 2016 n=48



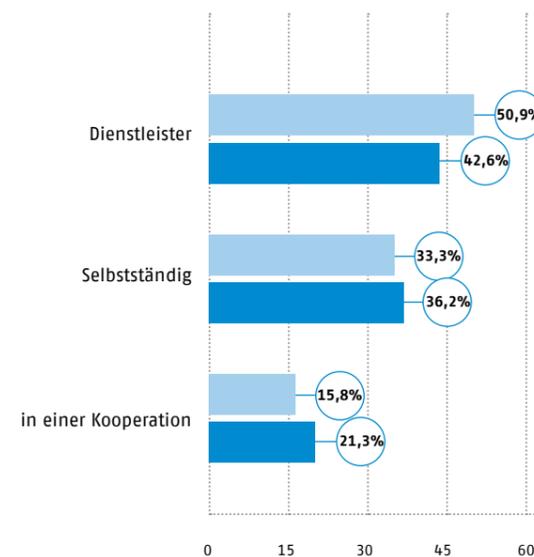
Die Abwicklung erfolgt zunehmend selbstständig oder in einer Kooperation

Wenig überraschend bleibt auch 2016 die Förderung nach der Marktprämie das Mittel der Wahl. Sie ist mit knapp 96 Prozent die mit Abstand am häufigsten gewählte Form der Direktvermarktung. Gegenüber dem Vorjahr hat insbesondere die „Vor-Ort-Vermarktung“ von EE-Strom, bei der keine Einspeisung des erneuerbaren Stroms in das öffentliche Stromnetz stattfindet, zugenommen. Bevorzugt umgesetzt werden insbesondere Mieterstrommodelle mit Blockheizkraftwerken und/oder Photovoltaik.

WIE WICKELT IHR UNTERNEHMEN DIE DIREKTVERMARKTUNG AB?

(Mehrfachnennung möglich)

■ 2015 n=57 ■ 2016 n=47



Die Stadtwerke vermarkten 2016 sowohl volatile (Sonne/Wind) als auch steuerbare Erneuerbare-Energien-Anlagen (z.B. Biogas). Knapp 80 Prozent der vermarkteten Portfolios sind bis zu 200 Megawatt (MW) groß.

Der Anteil der Unternehmen, die die Direktvermarktung in einer Kooperation oder gar selbstständig abwickeln, ist inzwischen auf 57,5 Prozent (2015: 49,1Prozent) gestiegen. Deutlich wird, dass es vor allem mittelgroße und kleine Unternehmen sind, die die Direktvermarktung in einer Kooperation oder ausschließlich über einen Dienstleister abwickeln.

Kooperationsmodelle werden oft eingegangen, um bestimmte Prozesse auszulagern. Dies gilt beispielsweise für die Prognoseerstellung und das Bilanzkreismanagement. Darüber hinaus werden Teile des Portfolios selbstständig vermarktet, während andere Aufgaben (z.B. die Vermarktung von Windkraftanlagen) von erfahrenen Kooperationspartnern durchgeführt werden. Abschließend zeigt sich, dass Stadtwerke zunehmend auch auf White-Label-Lösungen von größeren Direktvermarktungsunternehmen zurückgreifen.

Perspektivisch zeigt sich, dass für diejenigen, die den baldigen Einstieg in die Direktvermarktung beabsichtigen, die Zusammenarbeit mit Dienstleistern eine hohe Bedeutung behalten wird: 79 Prozent planen, die Direktvermarktung im Rahmen einer Kooperation oder ausschließlich über einen Dienstleister abzuwickeln.

Die Regelleistungsvermarktung gewinnt an Bedeutung

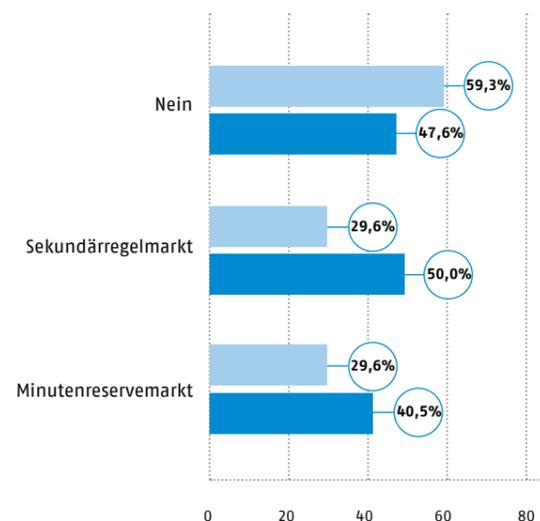
Während 2015 nur knapp 40 Prozent der befragten Unternehmen ihren Strom aus EE-Anlagen an den Regelleistungsmärkten vertrieben, sind es 2016 bereits 53 Prozent der Unternehmen. Am deutlichsten ist die Zunahme der Sekundärregelvermarktung: 50 Prozent der Befragten sind 2016 in diesem Markt aktiv. Das ist ge-

genüber 2015 eine Zunahme um 20 Prozent. Auch die Beteiligung am Minutenreservemarkt hat weiter zugenommen, wenn auch auf einem geringeren Niveau.

Die Unternehmen machen dabei deutlich, dass der Margendruck in der Reservevermarktung stark zugenommen hat. Dennoch wird die Vermarktung von Sekundärregelleistung perspektivisch als interessante Option gesehen. Die Vermarktungsabwicklung erfolgt immer häufiger über ein virtuelles Kraftwerk und/oder in Zusammenarbeit mit einem Kooperationspartner.

VERMARKTEN SIE IHRE ERZEUGUNGSANLAGEN (GGF. AUCH DIE VON DRITTEN) AM REGEL-ENERGIEMARKT?

■ 2015 n=54 ■ 2016 n=42

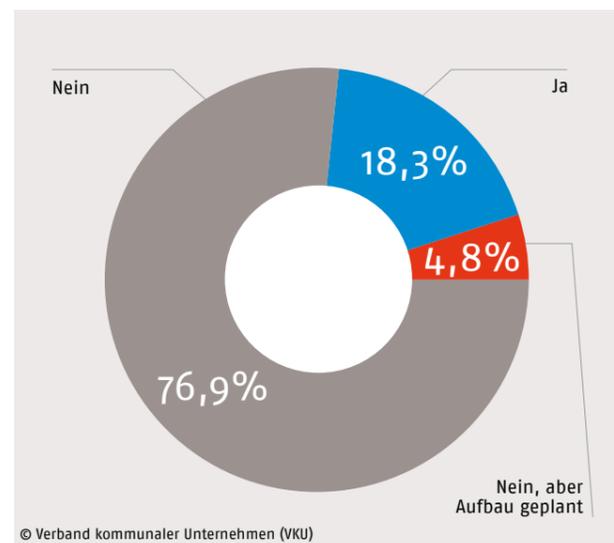


Die Bedeutung des 24/7-Handels steigt

Die Umfrageergebnisse zeigen, dass inzwischen fast ein Viertel (23,1 Prozent) der befragten kommunalen Unternehmen im 24/7-Handel aktiv sind oder dies perspektivisch planen. Gegenüber 2016 ist das ein Anstieg um 10 Prozent (2015: 13 Prozent). Deutlich wird, dass viele Umfrageteilnehmer dabei externes Know-how in Anspruch nehmen (vollständige Abwicklung über Dienstleister oder Kooperationsmodelle). So findet z.B. die EE-Vermarktung nachts über einen Dienstleister statt, während tagsüber das Geschäft selbstständig abgewickelt wird.

IST IHR UNTERNEHMEN DERZEIT IM 24/7 HANDEL TÄTIG?

2016 n=104



Wie bereits in 2015 deutlich wurde, erfreuen sich die Day-Ahead-Viertelstundenprodukte der European Power Exchange (EPEX Spot) oder der Energy Exchange Austria (EXAA) großer Belieb-

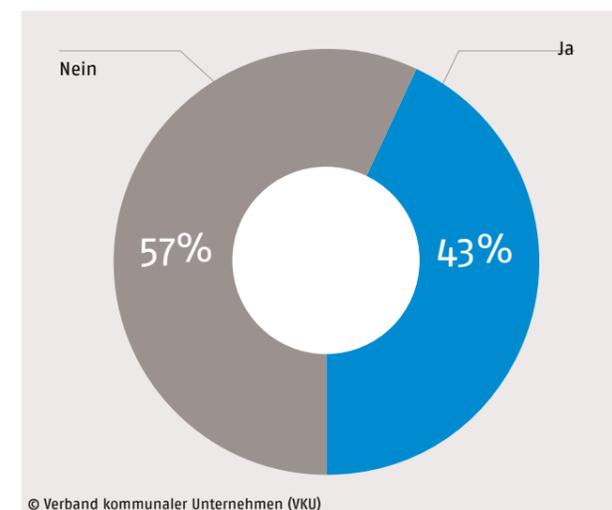
heit unter den kommunalen Unternehmen, die in der Direktvermarktung tätig sind: Inzwischen nutzen 3/4 aller Befragten die Produkte. Derartige Produkte ermöglichen den Unternehmen u.a. eine effizientere viertelstunden-scharfe Bilanzkreisbewirtschaftung.

Fast jeder Zweite will das Regionalnachweis-system nutzen

43 Prozent der Teilnehmer erklärten, dass sie von der Möglichkeit Gebrauch machen wollen, die sog. Regionalnachweise für die Grünstromvermarktung zu nutzen. Klar im Vordergrund steht dabei, dass regionaler Strom aus Anlagen vertrieben werden soll, die das Unternehmen selbst betreibt.

WILL IHR UNTERNEHMEN VON DER MÖGLICHKEIT GEBRAUCH MACHEN, SOG. REGIONALNACHWEISE FÜR DIE GRÜNSTROMVERMARKTUNG ZU NUTZEN?

2016 n=100

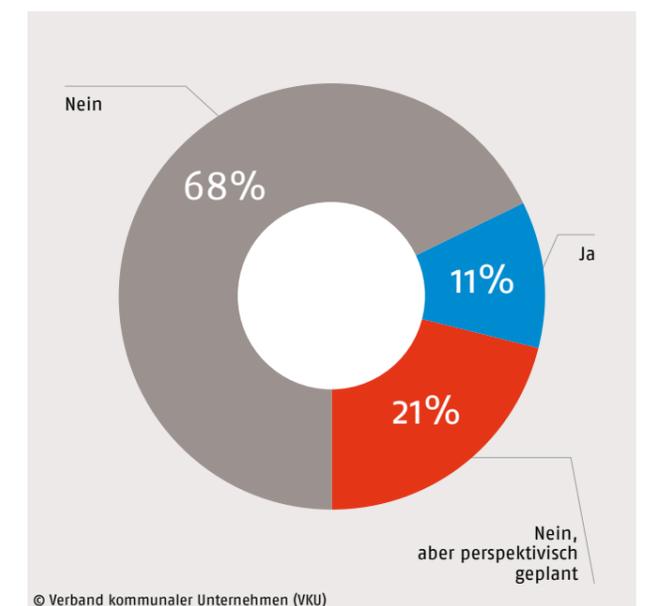


Die Flexibilitätsvermarktung gewinnt perspektivisch an Relevanz

Derzeit agieren rund 10 Prozent der Unternehmen als nachfrageseitige Flexibilitätsvermarkter am Markt. Deutlich wird, dass dieses Geschäftsfeld perspektivisch an Bedeutung gewinnt: mehr als 20 Prozent der Befragten planen ein Engagement als Aggregator am Regulenergiemarkt. Von denjenigen, die bereits heute als Flexibilitätsvermarkter auftreten, wickelt ein Drittel die Aktivität selbstständig ab. Ebenso nimmt gut ein Drittel einen Dienstleister in Anspruch. Ein knappes Drittel bewegt sich in einer Kooperation.

IST IHR UNTERNEHMEN ALS VERMARKTER NACHFRAGESEITIGER FLEXIBILITÄT (Z.B. ALS AGGREGATOR AM REGELENERGIEMARKT) AKTIV?

2016 n=103



03

FAZIT

Das vorliegende Merkblatt fasst die wesentlichen Ergebnisse der VKU-Umfrage 2016 zur Direkt- und Flexibilitätsvermarktung unter kommunalen Unternehmen zusammen.

Es wird deutlich, dass sich die kommunalen Unternehmen aktiv an der Umsetzung der Energiewende beteiligen. Sie nehmen sich zunehmend mehr den Herausforderungen der Direktvermarktung von erneuerbaren Energien sowie der Flexibilitätsvermarktung an. Inzwischen sind mehr als 50 Prozent der befragten Unternehmen in der Direktvermarktung aktiv; gut 30 Prozent der befragten Unternehmen beschäftigen sich intensiv mit dem Thema Flexibilitätsvermarktung.

Gegenüber den Umfragen aus 2014 und 2015 zeigt sich, dass auch die Regelenergievermarktung an Bedeutung gewinnt. Auch wenn in diesem Bereich der Margendruck deutlich zugenommen hat, sehen Stadtwerke hier nach wie vor Chancen.

Die notwendige Präsenz auf mehreren Märkten sowie der Aufbau virtueller Kraftwerke spiegelt sich auch in der Auseinandersetzung mit dem Thema 24/7-Handel wider. Inzwischen ist fast ein Viertel auf diesem Gebiet aktiv. Diese Entwicklung lässt sich mitunter auf die steigende Volatilität in den Portfolien und die wachsenden Anforderungen für die Bilanzkreisverantwortlichen (BKV) aus dem Strommarktgesetz zurückführen.

Neben der Unterstützung der kommunalen Unternehmen auf dem Gebiet der Direktvermarktung wird sich der VKU vor allem intensiver den Fragen der Flexibilitätsvermarktung widmen. Die vorliegenden Umfrageergebnisse verdeutlichen, dass dieses Geschäftsfeld perspektivisch an Relevanz gewinnt. Neben der politischen Interessenvertretung wird der VKU insbesondere die Chancen und Implikationen neuer Geschäftsmodelle beleuchten. Hier wird ein Informationsaustausch sowohl über die Einrichtung entsprechender Arbeitsgremien als auch über einschlägige Infoveranstaltungen sichergestellt.

www.vku.de