

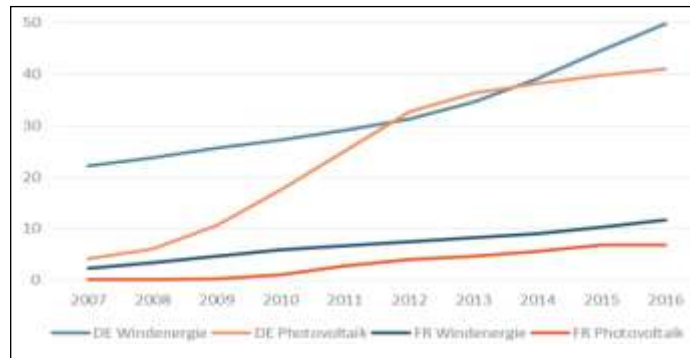
Direktvermarktung nicht nur in Deutschland – auch in Frankreich interessant

Markus Dubois, PMD Projektmanagement Deutschland Akademie GmbH – Gera, Februar 2018

Mit steigendem Anteil erneuerbarer Energien am Strommix kommt der effizienten Integration der erneuerbaren Strommengen eine Schlüsselrolle zu. Als einen wichtigen Baustein zur Marktintegration setzt Deutschland seit 2012 auf das Instrument der Direktvermarktung. Mittlerweile werden 90 % des Windstroms in Deutschland direktvermarktet. Auch in Frankreich wurde mit dem Gesetz für die Energiewende und grünes Wachstum 2015 die Direktvermarktung eingeführt.

Erneuerbare Energien haben in den letzten zwanzig Jahren weltweit ein rasantes Wachstum erlebt. In Deutschland hat sich die installierte Windleistung in den letzten zehn Jahren verdoppelt und lag 2016 bei 49,75 GW. Die installierte PV-Leistung hat sich im selben Zeitraum sogar verzehnfacht und erreichte 40,99 GW in 2016. Die gesamte installierte elektrische Leistung in Deutschland 2016 betrug 195,69 GW, wovon 105,84 GW auf erneuerbare Energien entfielen.

Auch in Frankreich ist ein deutliches Wachstum der Erneuerbaren zu verzeichnen, wenn auch in vergleichsweise geringerem Umfang. Von der insgesamt 2016 installierten elektrischen Leistung in Höhe von 104,65 GW machten erneuerbare Energien 44,67 GW aus. 2016 waren in Frankreich 6,77 GW Photovoltaikleistung und 11,68 GW Windleistung installiert.



Installierte Leistung in GW (kumuliert), Quelle: IRENA 2017

Die Vergütung aus der Direktvermarktung setzt sich in Deutschland und in Frankreich hauptsächlich aus zwei wesentlichen Komponenten zusammen:

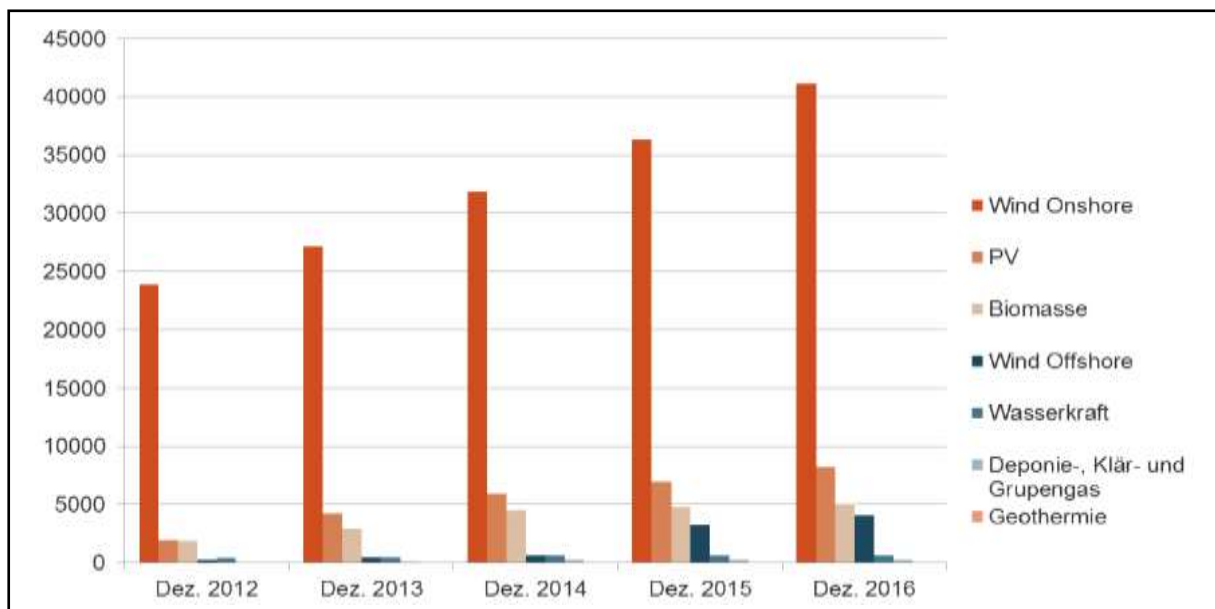
- **Markterlöse:** Der Vermarkter erhält die Erlöse aus der Vermarktung des Stroms am Markt, z. B. an den Day-Ahead-, Intraday-, Termin- oder Regelenergie-Märkten.
- **Gleitende Marktprämie:** Zusätzlich zu den Markterlösen erhält der Direktvermarkter eine Marktprämie, die aus der Differenz zwischen dem anlagenspezifischen Referenztarif und dem durchschnittlichen Börsenstrompreis ermittelt wird.

Sowohl das deutsche als auch das französische Modell setzen Anreize zur Erlösmaximierung. Wenn eine Anlage effizient gefahren wird, liegen die Markterlöse über dem durchschnittlichen Börsenpreis: Der Verkauf erfolgt zu Zeiten hoher Strompreise, es gibt eine Limitierung der Gebote bei negativen Preisen und die Nutzung des Regelenergiemarktes. Insgesamt werden so höhere Erlöse erzielt, das heißt Erlöse, die über dem Referenztarif beziehungsweise dem anzulegenden Wert liegen. Gleichzeitig sichert die Marktprämie jedoch den Anlagenbetreiber gegen Verluste am Markt ab, indem sie die Differenz zwischen durchschnittlichem Börsenpreis und Referenztarif ausgleicht.

Mit Einführung der Direktvermarktung sind in Deutschland neue Marktakteure entstanden, die sogenannten Direktvermarkter. Sowohl in Deutschland als auch in Frankreich kann die Direktvermarktung vom Anlagenbetreiber selbst durchgeführt oder von Direktvermarktern übernommen werden. Wesentlich ist, dass die Direktvermarkter das Risiko des Bilanzkreisausgleichs übernehmen und für mögliche notwendige Ausgleichsenergie aufkommen. Als Bilanzkreisverantwortliche sind die Direktvermarkter in Deutschland wirtschaftlich für die Prognose sowie den Ausgleich von Abweichungen zwischen tatsächlicher Einspeisung und Entnahme in ihrem Bilanzkreis verantwortlich. Unterschreitet die tatsächliche Einspeisung die vortägig vermarkteten Mengen, so ist der Bilanzkreisverantwortliche angehalten, die fehlenden

Strommengen zu beschaffen, z. B. am Spotmarkt. Übertrifft die tatsächliche Einspeisung die vortägig vermarkteten Mengen, so ist der Bilanzkreisverantwortliche wiederum angehalten, die überschüssigen Strommengen zu veräußern. Ist ein Bilanzkreis nicht fristgerecht ausgeglichen, stellt der Übertragungsnetzbetreiber dem Bilanzkreisverantwortlichen die notwendige Ausgleichsenergie in Rechnung. Direktvermarkter werden demnach zur Minimierung der Ausgleichsenergie angereizt.

In Deutschland gibt es derzeit etwa 50 Direktvermarkter. Dies sind Energiehändler, Energieversorger und Stadtwerke, teilweise auch neue Akteure, die rein auf die Direktvermarktung spezialisiert sind. In Frankreich befindet sich der Markt im Vergleich noch in den Anfängen. Nach ersten Einschätzungen von Marktakteuren könnten vor allem drei Geschäftsfelder für Direktvermarkter interessant sein: Wasserkraftwerke, neue PV- und Windparks sowie Windparks, deren 15-jährige Einspeisetarif-Periode endet oder die bereits vor dieser Periode den Einspeisemechanismus verlassen. Eine erste Welle von Windparks, deren Einspeisetarif-Periode endet, ist ab 2018 zu erwarten. Marktakteure rechnen mit einem starken Wachstum von mehr als 3.000 MW pro Jahr.



Entwicklung der EEG-Anlagenleistung (Marktprämie) in Deutschland (in MW), Analyse: EPEX SPOT, Daten: www.netztransparenz.de

Seit Einführung der Direktvermarktung in Deutschland ist die mit der Marktprämie geförderte Leistung kontinuierlich gestiegen. Von Dezember 2015 bis Dezember 2016 stieg die geförderte Direktvermarktung für alle erneuerbaren Energien-Technologien um 7,38 GW auf insgesamt 59,57 GW. Auf Windenergie an Land entfiel der mit Abstand größte Anteil, mit 41,19 GW geförderter Direktvermarktung im Dezember 2016. Auf die Photovoltaik entfielen im Dezember 2016 8,24 GW installierte Leistung in der Direktvermarktung.



Wenn Sie Fragen haben, nehmen Sie doch direkt mit dem Autor Kontakt auf.

Markus Dubois

Trainer

m.dubois@pmd-akademie.de

Mobil: +49 151 / 422 46 557