

Berlin, 20.09.2016

Direktvermarktung in Deutschland im Rückblick und Stand heute: Ein Erfahrungsbericht

Ulf Winkler

umweltplan projekt GmbH

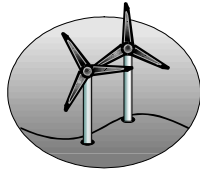
16321 Bernau

An der Plansche 4

Tel.: 03338-70330

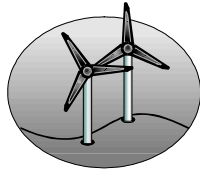
FAX: 03338-703329

Email: info@umweltplan.com



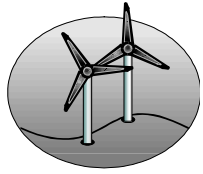
Inhalt

- Direktvermarktung im Überblick
- Verpflichtende Direktvermarktung
- Geförderte Direktvermarktung
- praktische Herausforderungen Umsetzung
Direktvermarktung
- Folgen Direktvermarktung an Finanzierung
- Zusammenfassung Folgen Direktvermarktung
für umweltsplan



Direktvermarktung im Überblick

- Direktvermarktung ist Veräußerung von Strom aus erneuerbaren Energien an Dritte (vgl. § 5 Nr. 9 EEG)
- Damit liegt z.B. keine Direktvermarktung vor, wenn der Strom
 - a) an den Netzbetreiber verkauft wird oder
 - b) der Strom selbst verbraucht wird.
- Vier Veräußerungsformen im EEG
 - a) Einspeisevergütung für kleine Anlagen
 - b) Einspeisevergütung in Ausnahmefällen
 - c) Sonstige Direktvermarktung
 - d) Geförderte Direktvermarktung (Stichwort Marktprämie)
- Praxis geförderte Direktvermarktung (Stichwort Marktprämie, > 95% aller Anlagen, < 5 % Regionale Direktvermarktung)



Verpflichtende Direktvermarktung

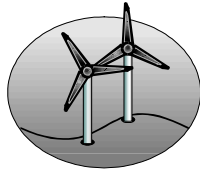
Stufenweise Einführung der verpflichtenden Direktvermarktung für
Neuanlagen mit einer installierten Leistung von

über 500 kW mit Inbetriebnahme (IB) seit Inkrafttreten des EEG 2014

über 100 kW mit Inbetriebnahme ab dem 01.01.2016

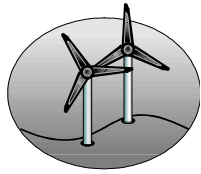
Ausgenommen sind also

- Bestandsanlagen (IB vor dem 01.08.2014)
- Neuanlagen (IB nach dem 31.07.2014), wenn
- unterhalb der oben genannten Grenzen oder
- in sog. Ausfallvergütung



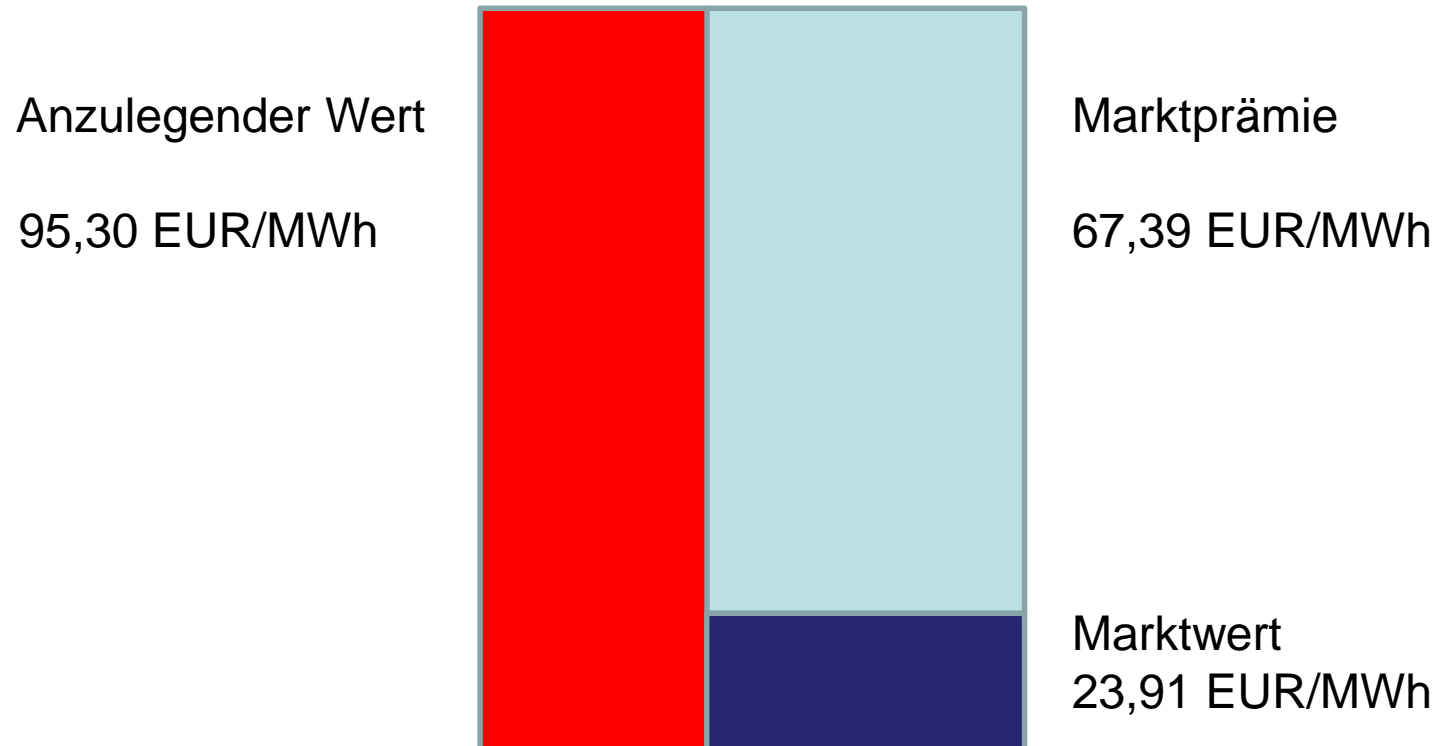
Geförderte Direktvermarktung

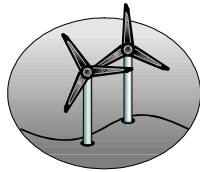
- Mit Hilfe des Marktprämienmodells erfolgt die Förderung der Grünstromanlagen. Der Anlagenbetreiber erhält gem. § 34 Abs. 1 EEG 2014 von dem zuständigen Netzbetreiber
- eine Marktprämie, zusätzlich zum Erlös aus dem Verkauf des Stroms an Dritte. Die Marktprämie stellt die Differenz zwischen dem anzulegenden Wert nach § 23 EEG 2014 (Äquivalent zur alten EEG-Einspeisevergütung) und dem erzielten Marktpreis an der Strombörse dar, der für jeden Monat des EEG 2014 neu berechnet wird.
- Die Netzbetreiber legen die Marktprämie im Rahmen der EEG-Umlage durch den Wälzungsmechanismus auf die Letztverbraucher um.



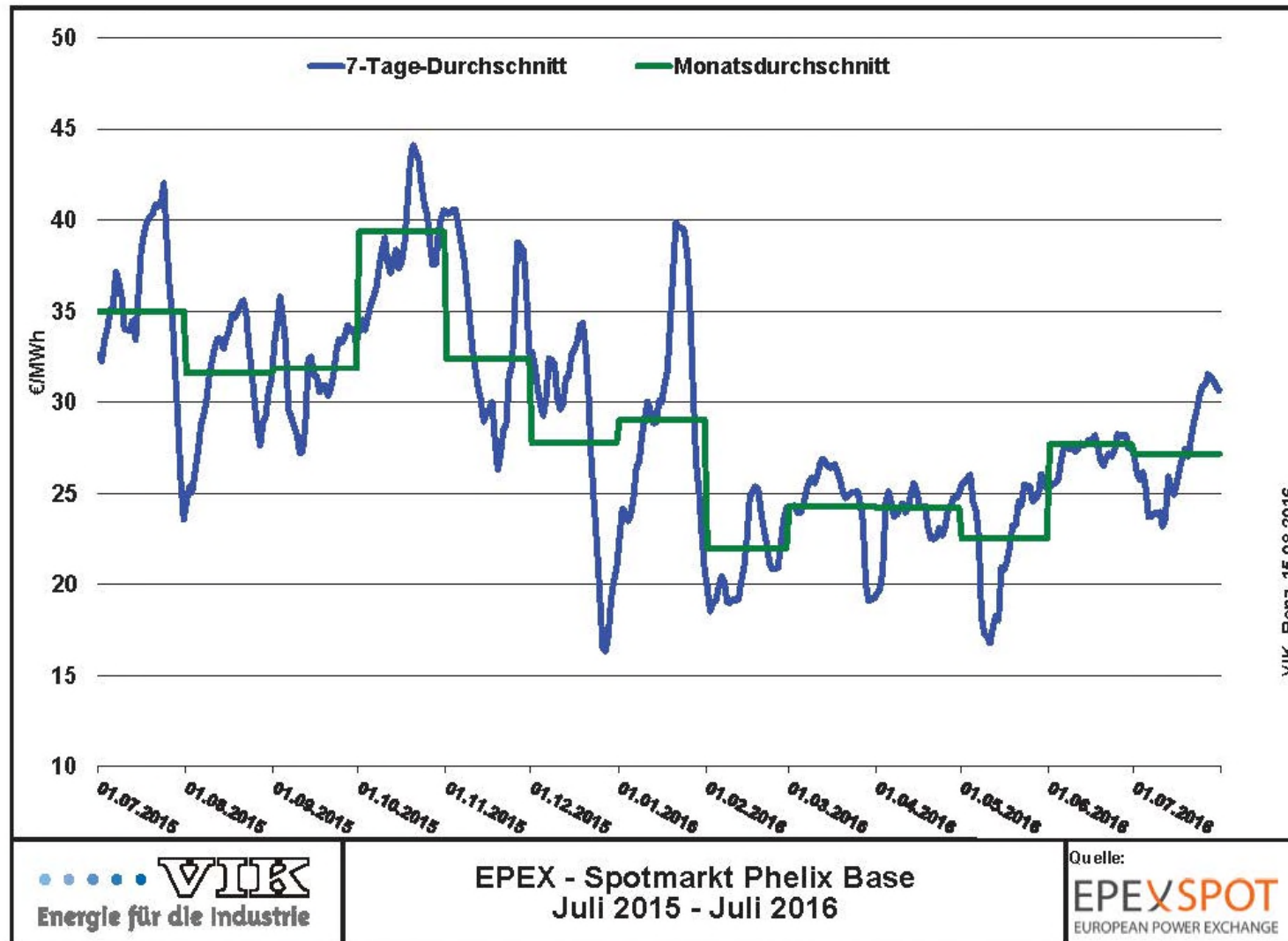
Geförderte Direktvermarktung

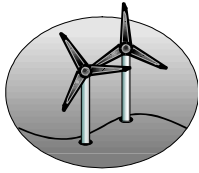
Erlöse als Anlagenbetreiber z. B. WEA Berlin 08/2016



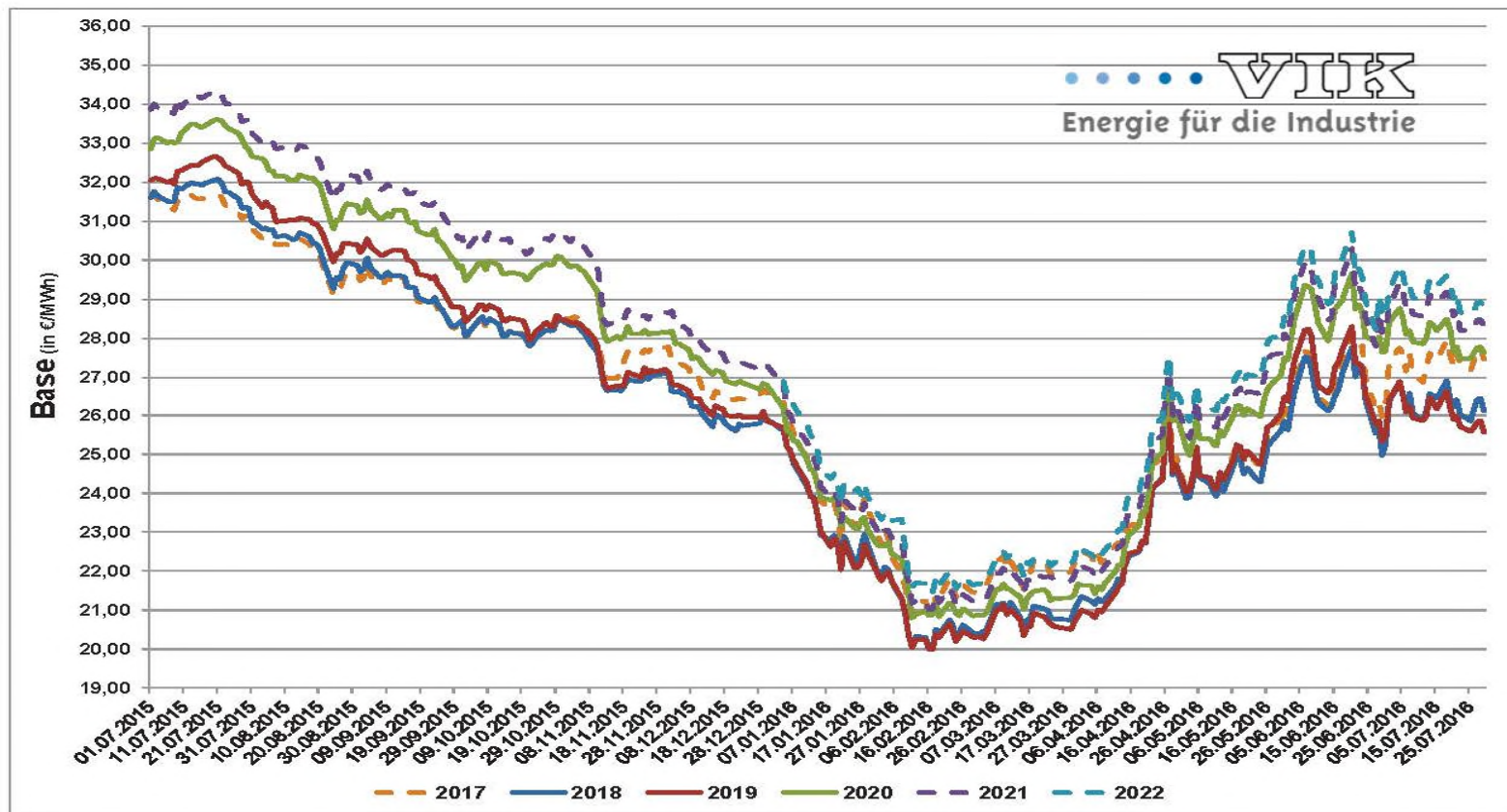


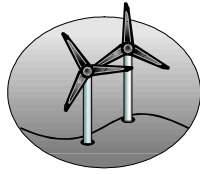
EPEX - Spotmarkt





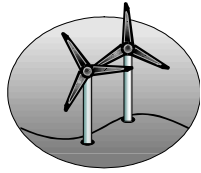
EPEX - Terminmarkt





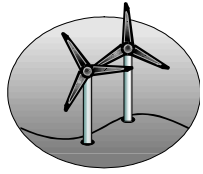
praktische Herausforderungen Umsetzung Direktvermarktung

- Suche Partner für Direktvermarktung
- Umstellung Betriebsführung
- Nachträge Sicherheiten Finanzierung
Altprojekt
- Höherer EK-Anteil neue Projekte
- Herstellung Fernsteuerbarkeit WEA
- Umstellung Fernüberwachung Alt-WEA
- doppelte Abregelung WEA
- falsche Abrechnungsdaten

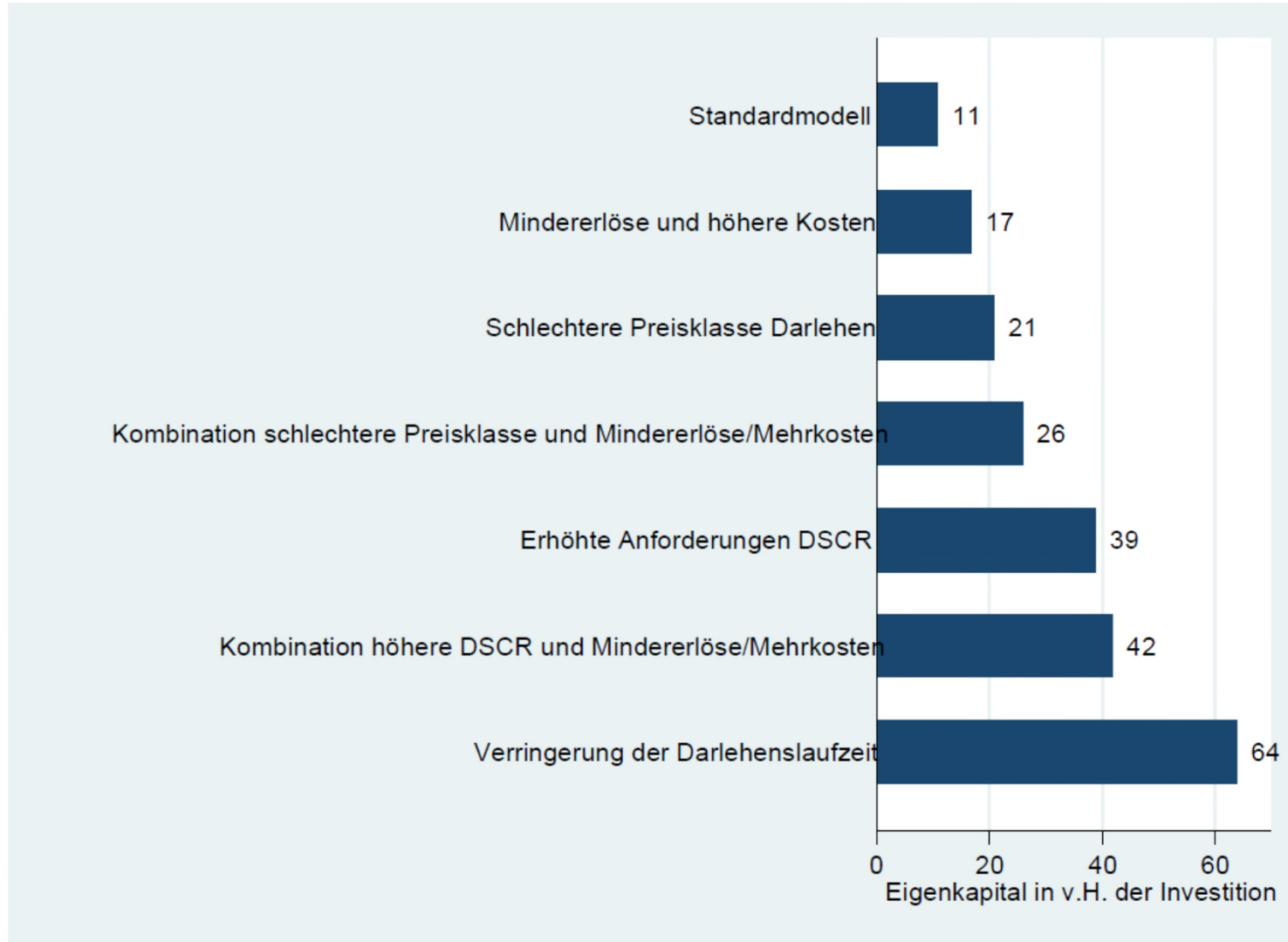


Vergleich Alt/Neuprojekt

	WEA Berlin II	WEA Dammendorf
Baujahr	2014	2015
EEG-Vergütung	91,30 EUR/MWh	89,00 EUR/MWh
Direktvermarktung	optional	Pflicht
mögliche Mehrerlöse	4,00 EUR/MWh	-
Kosten		
Direktvermarktung	1,30 EUR/MWh	1,30 EUR/MWh
Erlös:	94 EUR/MWh	87,70 EUR/MWh
Mehrkosten für DV:	35 TEUR	35 TEUR
Betriebskosten:	ca. 80 EUR/MWh	ca. 80 EUR/MWh



Folgen Direktvermarktung an Finanzierung



Folgen Direktvermarktung für umweltplan

positiv

- ca. 3 % Mehrerlöse Altprojekte
- update Fernüberwachung Altprojekte
- Aufbau eigenes Meßstellenbetrieb und Meßdienstleistungsbetrieb

negativ

- Mindererlöse Neuprojekte
- zusätzliche Kosten Strombezug bei Regelungen
- Partner für Direktvermarktung notwendig
- Verteuerung Projektfinanzierung durch Direktvermarktungsverträge mit kürzer Laufzeit
- höheres Risiko Zahlungsausfall
- höhere Betriebskosten (Strombezug und Betriebsführung)
- zusätzliche Investkosten