



Prof. Karsten Neuhoff, Ph.D., Leiter der Abteilung Klimapolitik am DIW Berlin

ACHT FRAGEN AN KARSTEN NEUHOFF

»Direktvermarktung erneuerbarer Energien schafft neue Risiken für Investoren«

1. Herr Neuhoff, für die Netzeinspeisung von Strom aus Windenergie garantierte das EEG ursprünglich eine feste Vergütung. Warum hat man 2012 die Möglichkeit der freiwilligen Direktvermarktung eingeführt? Früher wurde der EEG-Strom grundsätzlich von den Netzbetreibern abgenommen und einfach im Großhandelsmarkt verkauft. Es gab keine Anreize, gute Prognosen oder gute Verkäufe zu machen. Deswegen war die Idee, private Akteure dafür zu gewinnen, den Strom zu verkaufen und damit Anreize zu haben, den Strom bestmöglich am Markt zu platzieren.
2. Seit August 2014 ist die Direktvermarktung Pflicht für Neuanlagen ab einer bestimmten Größe. Was hat sich der Gesetzgeber dabei gedacht? Die Zusatzkosten der Direktvermarktung waren schwer zu prognostizieren. Daher hat man an alle Direktvermarkter eine Managementprämie gezahlt, um die Option der Direktvermarktung attraktiver zu machen. Diese hat sich aber als zu hoch erwiesen und unnötige Mehrkosten für die Stromverbraucher erzeugt. Wenn man alle Akteure verpflichtet, direkt zu vermarkten, kann man die Managementprämie einsparen.
3. Warum hat man nicht die Managementprämie gesenkt? Es war schwierig, das genaue Niveau der Prämie zu bestimmen, aber es gibt auch eine zweite Motivation: Viele Akteure möchten, dass erneuerbarer Strom genauso von privaten Akteuren verkauft wird wie konventioneller Strom.
4. Was ändert sich dadurch für die Anlagenbetreiber? Mit der Einführung der verpflichtenden Direktvermarktung müssen die Windkraftanlagenbetreiber jetzt ihren Strom selber verkaufen. Zusätzlich bekommen sie eine gleitende Marktprämie. Die gleitende Marktprämie, die monatlich neu bestimmt wird, deckt den Unterschied zwischen dem EEG-Fördersatz und den durchschnittlichen Erlösen, die Windkraftanlagen in Deutschland bekommen, ab.
5. Welche Auswirkungen hat das auf die Projektfinanzierung für neue Windkraftanlagen? Für die Investoren gibt es zwei neue Risiken. Zum einen verkaufen sie entsprechend ihrer Windprognose den Strom am Vortag und bekommen dann im Laufe des Tages Aktualisierungen der

Windprognose. Sie müssen dann, wenn sie voraussichtlich weniger oder mehr Strom erzeugen als erwartet, anderen Strom kaufen oder verkaufen, um die Abweichungen auszugleichen. Das heißt, hier entstehen Kosten für den Ausgleich der Prognoseabweichungen, und die sind recht schwer vorherzusagen. Zweitens wird die gleitende Marktprämie für die durchschnittliche Stromerzeugung aller Windkraftanlagen in Deutschland berechnet. Der Wind weht aber nicht an allen Standorten gleich und nicht zur gleichen Stunde. Jetzt kann es sein, dass eine Windkraftanlage an einem Standort liegt, bei dem der Wind dann weht, wenn die Preise gerade höher sind. Es kann aber auch umgekehrt sein. Das führt dazu, dass eine Anlage höhere oder geringere Erlöse hat, als eigentlich erwartet wurde. Das ist ein Unsicherheitsfaktor für Investoren, weil sie schlecht abschätzen können, wie die Strompreisprofile in der Zukunft sind.

6. Wie stark steigen die Finanzierungskosten neuer Anlagen? Wir haben hierfür unterschiedliche Szenarien berechnet und gehen davon aus, dass durch diese zusätzlichen Risiken der Anteil an Darlehen bei der Projektfinanzierung reduziert werden muss. Insgesamt wird deswegen die Finanzierung teurer. Die Förderung müsste in unseren Szenarien in der Größenordnung zwischen drei und zwölf Prozent steigen, um die gleiche Verzinsung von Eigenkapital zu erreichen.
7. Wer trägt die Mehrkosten? Wenn die Finanzierungskosten steigen, müssten auch die EEG-Fördersätze entsprechend steigen. Diese Mehrkosten würde am Ende der Verbraucher tragen.
8. Wie sollte das EEG weiterentwickelt werden? Ich glaube, der Fokus muss zunächst auf der Weiterentwicklung des Strommarktes liegen. Meiner Einschätzung nach ist es sehr viel effizienter, den Kurzzeitmarkt zu verbessern, damit sowohl private Betreiber als auch regulierte Netzbetreiber zu guten Konditionen am Markt verkaufen können und nicht neue Risiken geschaffen werden müssen, um Anreize für eine gute Vermarktung zu erreichen.

Das Gespräch führte Erich Wittenberg.



Das vollständige Interview zum Anhören finden Sie auf www.diw.de/interview



DIW Berlin – Deutsches Institut
für Wirtschaftsforschung e.V.
Mohrenstraße 58, 10117 Berlin
T +49 30 897 89 -0
F +49 30 897 89 -200
82. Jahrgang

Herausgeber

Prof. Dr. Pio Baake
Prof. Dr. Tomaso Duso
Dr. Ferdinand Fichtner
Prof. Marcel Fratzscher, Ph.D.
Prof. Dr. Peter Haan
Prof. Dr. Claudia Kemfert
Dr. Kati Krähnert
Prof. Dr. Lukas Menkhoff
Prof. Karsten Neuhoff, Ph.D.
Prof. Dr. Jürgen Schupp
Prof. Dr. C. Katharina Spieß
Prof. Dr. Gert G. Wagner

Chefredaktion

Sylvie Ahrens
Dr. Kurt Geppert

Redaktion

Renate Bogdanovic
Andreas Harasser
Sebastian Kollmann
Dr. Claudia Lambert
Marie Kristin Marten
Dr. Wolf-Peter Schill

Lektorat

Dr. Jochen Diekmann
Dr. Friedrich Kunz

Pressestelle

Renate Bogdanovic
Tel. +49-30-89789-249
presse@diw.de

Vertrieb

DIW Berlin Leserservice
Postfach 74
77649 Offenburg
leserservice@diw.de
Tel. (01806) 14 00 50 25
20 Cent pro Anruf
ISSN 0012-1304

Gestaltung

Edenspiekermann

Satz

eScriptum GmbH & Co KG, Berlin

Druck

USE gGmbH, Berlin

Nachdruck und sonstige Verbreitung –
auch auszugsweise – nur mit Quellen-
angabe und unter Zusendung eines
Belegexemplars an die Serviceabteilung
Kommunikation des DIW Berlin
(kundenservice@diw.de) zulässig.

Gedruckt auf 100 % Recyclingpapier.