

Marktintegration quo vadis

Bad Saarow, den 15. November 2012



Agenda

INNOVATIV, ÖKOLOGISCH, GEMEINSAM

- 1 Vorstellung GEWI AG
- 2 Bisherige Formen der Direktvermarktung
- 3 Der EEG-Anlagenbetreiber als Marktteilnehmer

1. Kurzvorstellung der GEWI AG

INNOVATIV, ÖKOLOGISCH, GEMEINSAM

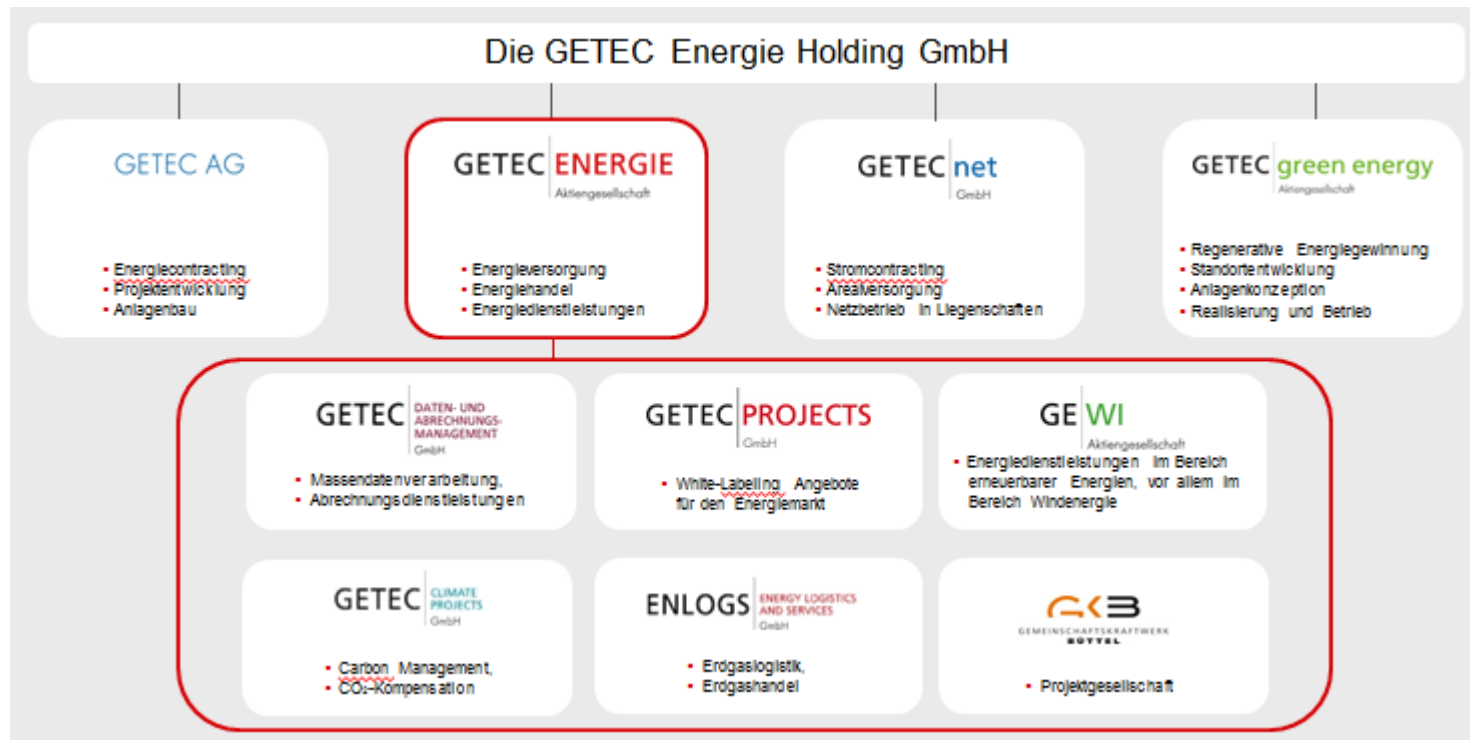
Übersicht

- November 2009: Gründung der GETEC Wind GmbH
- Seit 2010: Vermarktung von Strom aus EEG-Anlagen
- Seit 2011: Vermarktung nach § 37 EEG; Letztverbraucherermenge: 574 GWh
- 2. Quartal 2011: Umwandlung zur GEWI AG
- Unternehmensgegenstand ist die Erbringung von Energiedienstleistungen im Bereich erneuerbarer Energien, insbesondere Windenergie, ferner der Einkauf, der Verkauf und der Handel von und mit Energien aus Anlagen zur Gewinnung erneuerbarer Energien.
- Ziel: GEWI als Mittler zwischen der Erzeugung und dem Verbrauch von Strom aus Erneuerbaren Quellen.

1. Vorstellung GEWI AG, das Umfeld

INNOVATIV, ÖKOLOGISCH, GEMEINSAM

GETEC Energie Holding GmbH



2. Vorstellung GETEC Energie AG

INNOVATIV, ÖKOLOGISCH, GEMEINSAM

Zahlen & Fakten GETEC Energie AG

GETEC Energie AG

Geschäftsfelder:

Energieversorgung, Energiehandel,
Energiedienstleistungen

Eigentumsverhältnisse:

Vollständig in Privatbesitz

Zertifizierung:

DIN EN ISO 9001:2008
DIN EN ISO 14001:2004

Mitarbeiter:

221 Personen*

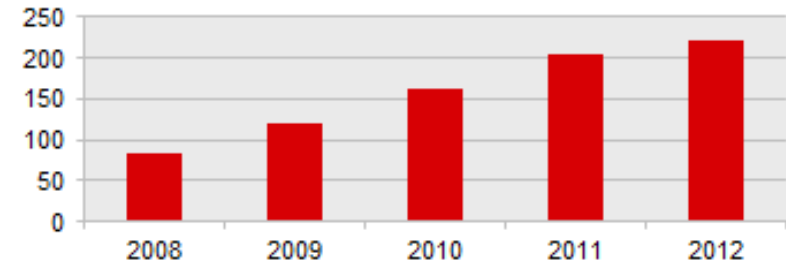
Jahresumsatz 2011:

772 Mio. Euro**

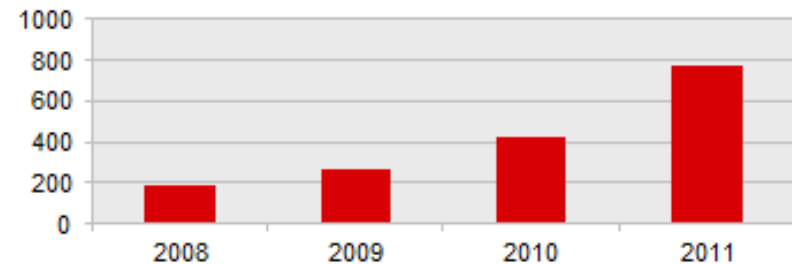
Hauptsitz:

Hannover

Mitarbeiterentwicklung:*



Umsatzentwicklung (in Mio. Euro):**



* GETEC Energie AG mit ihren Tochter- und Beteiligungsgesellschaften, Daten: Ende Q3/2012
 ** GETEC Energie AG mit ihren Tochter- und Beteiligungsgesellschaften, Daten: Ende Q4/2011

3. Formen der Vermarktung, vor EEG 2009

INNOVATIV, ÖKOLOGISCH, GEMEINSAM

Bereits genutzte Formen der Direktvermarktung

Bereits 2008 und 2009: Aufgrund sehr hoher Börsenpreise fanden die ersten Direktvermarktungen statt.

Neben der Direktvermarktung zum Zweck der Befreiung der EEG-Umlage durch ein Elektrizitätsversorgungsunternehmen nach § 37 wurde auch die sonstige Direktvermarktung durchgeführt, teilweise sogar für Einzelne Zeitbereiche.

Verbindung zum Endkundenmarkt erkennbar, aber nur geringe Verbrauchabhängigkeit. Geringe EEG Mengen haben den Markt wenig beeinflusst.

3. Formen der Vermarktung, vor EEG 2012

INNOVATIV, ÖKOLOGISCH, GEMEINSAM

Bereits genutzte Formen der Direktvermarktung

Starke Steigerung des Grünstromprivilegs

Vermarktung von einzelnen Zeitabschnitten nicht mehr möglich

Nach wie vor Mengengetriebenes EEG, ebenfalls schwache Bindung an den Endverbrauch

Aber : Verstärkter Beginn der Prognosetätigkeit

Grünstromprivileg wirtschaftlich in 2010, es gab dann Mitnahmeeffekte in 2011

§ 33b, EEG 2012 Formen der Direktvermarktung

Eine Direktvermarktung nach § 33a kann in den folgenden Formen erfolgen:

1. als Direktvermarktung zum Zweck der Inanspruchnahme der Marktprämie nach § 33g oder
2. als Direktvermarktung zum Zweck der Verringerung der EEG-Umlage durch ein Elektrizitätsversorgungsunternehmen nach § 39 oder
3. als sonstige Direktvermarktung.

Hier vom Gesetzgeber gefordert:

Verbesserung der Prognosequalität

Kopplung von Verbrauch und Erzeugung (§39)

Der Anlagenbetreiber wird vom Erzeuger zum Marktteilnehmer

3. Modell der optionalen Marktprämie 2013

INNOVATIV, ÖKOLOGISCH, GEMEINSAM

2013: Marktprämienverordnung

- Kerngeschäft bleibt die DV nach dem Modell der optionalen Marktprämie
- Marktprämienverordnung regelt neue Höhe der Managementprämie
 - 6,50 Euro / MWh für fluktuierende Energien
 - 1,00 Euro / MWh Regelungsbonus
 - *Zum Erlangen des Bonus sind u.U. Investitionen seitens der Betreiber erforderlich*
- Die vom Händler geforderte Fähigkeit zur Steuerung der Anlagen kann GEWI bei Bedarf ab sofort implementieren und umsetzen!

2012: Geschäftsmodelle auf Grund des gesetzlichen Rahmens

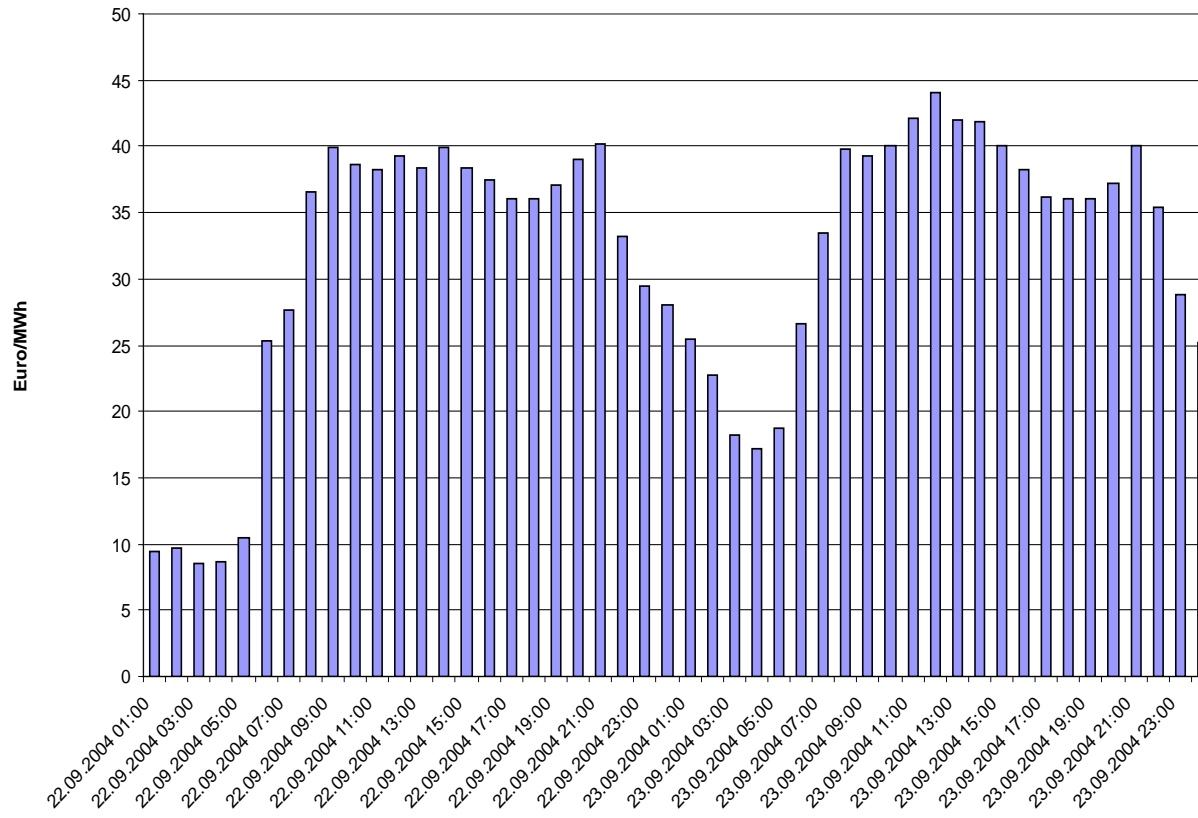
- Ad 1.: **Direktvermarktung nach Marktprämienmodell: Kerngeschäft 2012**
 - Hohes Potential durch Managementprämie
 - Besonders attraktiv durch Bündelung vieler Anlagen
 - Keine Herkunftsnachweise

- Ad 2.: **Grünstromprivileg**: Bindung an Verbrauch, aber meist unwirtschaftlich
 - Niedriges Marktpreisniveau, höhere Risiken

Der Spotmarkt

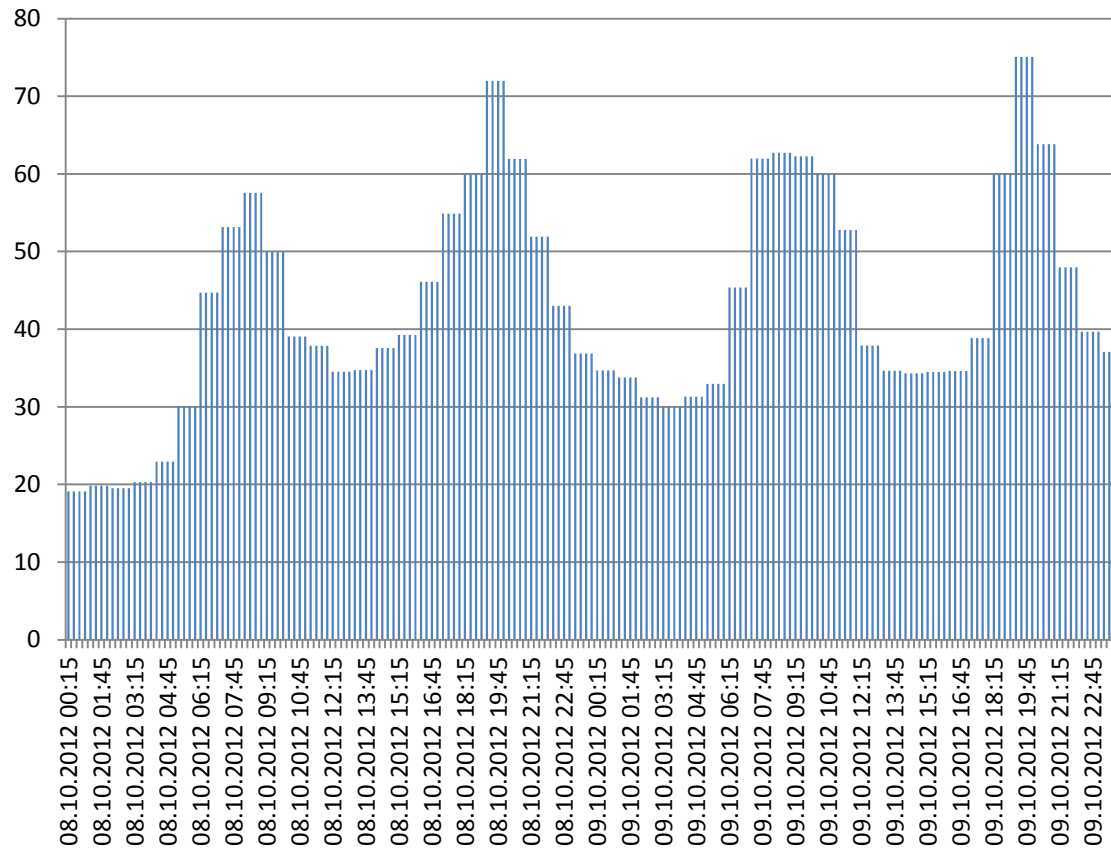
Beeinflussung durch Einspeisung

Spotmarktpreise im Tagesverlauf



Der Spotmarkt

Beeinflussung durch Einspeisung



3. Formen der Vermarktung, EEG 2012 und später

INNOVATIV, ÖKOLOGISCH, GEMEINSAM

Ab 2012: Geschäftsmodelle auf Grund des gesetzlichen Rahmens

- **Sonstige Direktvermarktung:** möglich ab 2012
 - Direktvermarktung von Grünstrom in sog. grüne Netze
 - Lokale Stromversorgungskonzepte
 - Direktvermarktung von Grünstrom an Endkunden
 - Bereits Modellprojekte in der Abwicklung
 - Überregional mit Tchibo und Friesenenergie
 - Teilnahme am Regelenergiemarkt (Minutenreserve, Sekundärreserve)
 - Speicherkonzepte

Fazit

- Notwendig: Integration an den Letztverbrauch

Gretchenfrage: Richtet es der Markt?

Der Markt braucht Leitlinien:

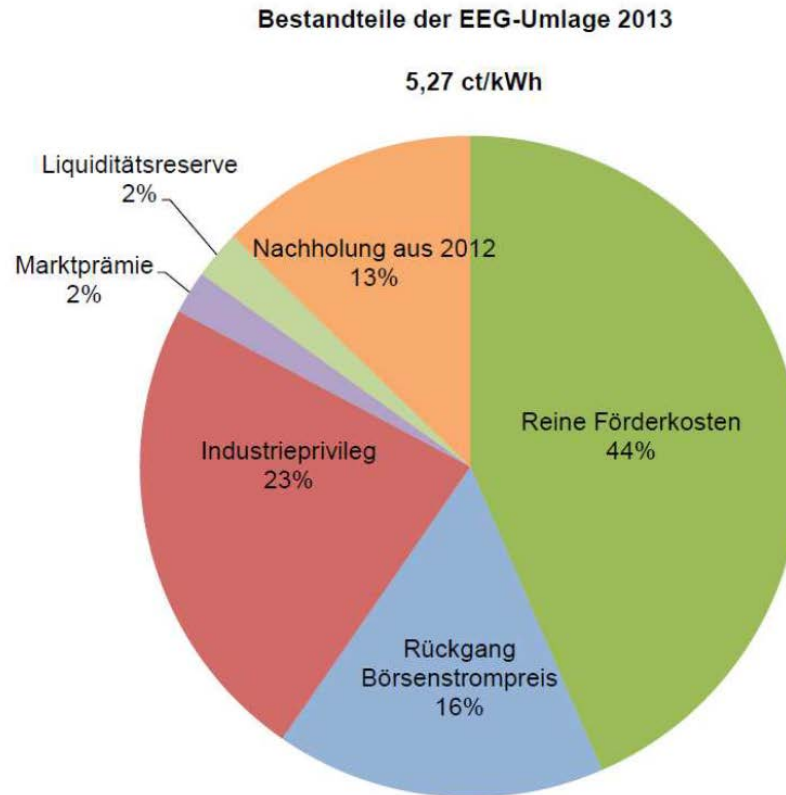
- Liberalisierung der Märkte in der politischen Diskussion wenig umstritten
- Im Moment Überkapazität im Kraftwerkmarkt
- Ab Mitte des nächsten Jahrzehnts abgängige Kraftwerkskapazitäten Neubaubedarf
- Strompreise werden voraussichtlich mittel- und langfristig weiter steigen
- Neue, effiziente und flexible Kraftwerke müssen kurzfristig errichtet werden
- Das Zusammenspiel verschiedener Erzeugungstypen und flexibler Verbraucher wird im Mittelpunkt der Energiemärkte stehen
- Der Zubau erneuerbarer Energien sichert Ressourcenunabhängigkeit, bedingt aber Netzausbau und Speicherkonzepte sowohl im regionalen als auch im internationalen Stil
- Die Erneuerbaren sind der Markt der Zukunft

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

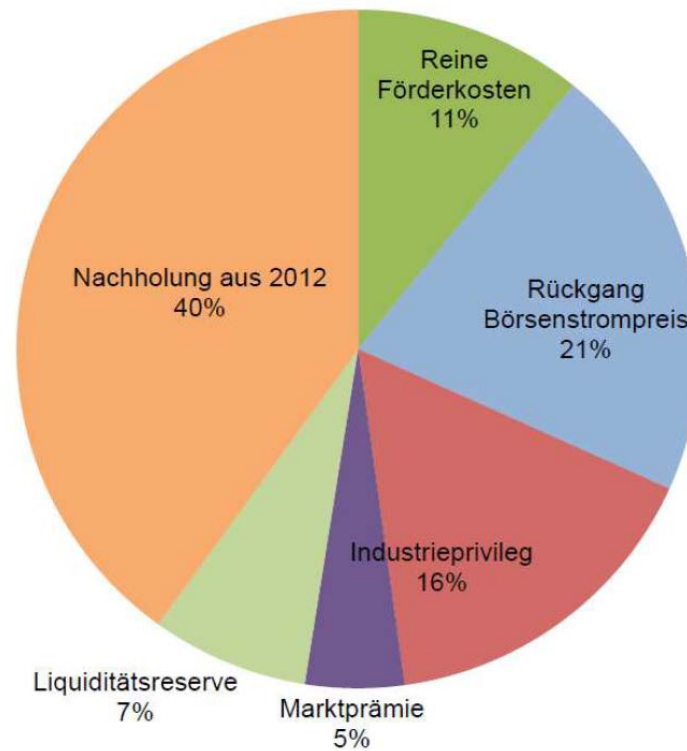


Kostenbestandteile EEG Umlage

INNOVATIV, ÖKOLOGISCH, GEMEINSAM



Anteile am Zuwachs der EEG-Umlage 2012-2013



EEG-Umlage 2013 ohne Fremdkosten

■ Wasser ■ Gase ■ Biomasse ■ Geothermie ■ Wind onshore ■ Wind offshore ■ Solar

Gesamt 2,29 ct/kWh

