



Die Direktvermarktung im EEG 2014 – Rechtliche Analyse der Neuregelungen

M A S L A T O N

Rechtsanwalts-gesellschaft mbH

Leipzig · München · Köln

Holbeinstraße 24, 04229 Leipzig

Rechtsanwalt Florian Brahms

Licence en droit français

Die Direktvermarktung im EEG 2014 – Rechtliche Analyse der Neuregelungen



Referent:

Rechtsanwalt Florian Brahms

Licence en droit français

Rechtsanwalt Brahms betreut schwerpunktmäßig Mandate in sämtlichen Fragen des Energierechts und insbesondere des Rechts der Erneuerbaren Energien sowie der Kraft-Wärme-Kopplung.



Hierbei widmet er sich sämtlichen Fragestellungen des EnWG, des EEG und des KWKG, begleitet Verfahren vor der Clearingstelle EEG und prüft umfassend Direktvermarktungsverträge, konzipiert dezentrale Stromkonzepte auch unter Berücksichtigung des Stromsteuer- und Energiesteuerrechts und begleitet die Rekommunalisierung von Energieversorgungsnetzen. Ferner widmet sich Rechtsanwalt Brahms Fragen des europäischen und internationalen Energierechts mit Schwerpunkt Frankreich.



I. Einführung

II. Fördersystematik

III. Fördervoraus-
setzungen

IV. Direktvermarktung
im Detail

V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungs
vertrag

I. Einführung



I. Einführung

II. Fördersystematik

III. Fördervoraussetzungen

IV. Direktvermarktung im Detail

V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungsvertrag

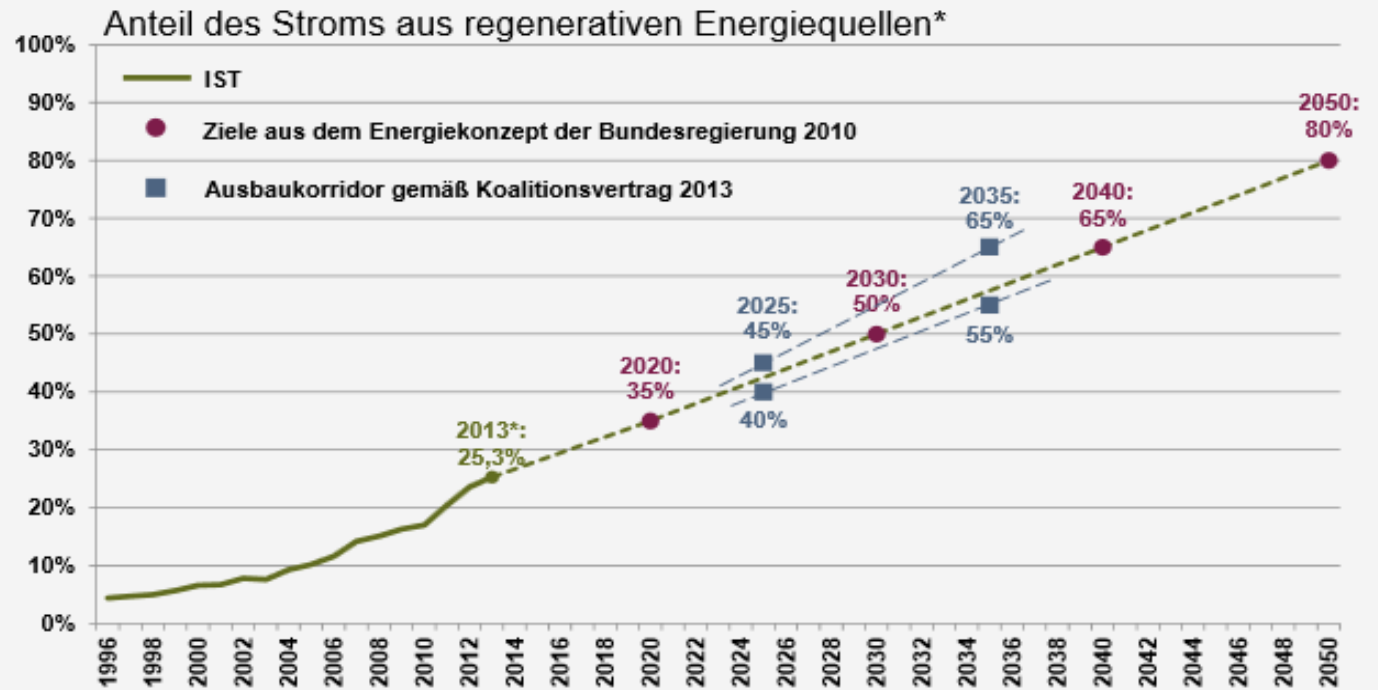
1. Allgemeines zum EEG

- erstes EEG aus 2000, seit dem bereits drei Mal novelliert
 - **Erfolgsgeschichte** des EEG hat international Anerkennung und Nachahmer gefunden
 - dagegen national hoch umstritten
- Ziel EEG 2014: massive Steigerung des Anteils der Erneuerbaren an der Stromerzeugung
 - bis zum Jahr **2025** auf **40 bis 45 %**
 - bis zum Jahr **2035** auf **55 bis 60 %**
 - bis zum Jahr **2050** auf **80 %**
- Anteil am Bruttoendenergieverbrauch bis 2020 min. 18 %
- Status 2012: ca. **25 %** Anteil an der Stromerzeugung
- Status Mitte 2014: Anteil am Bruttostromverbrauch ca. 28 %

- I. Einführung
- II. Fördersystematik
- III. Fördervoraussetzungen
- IV. Direktvermarktung im Detail
- V. Ausfallvergütung
- VI. Direktvermarktungsvertrag

1. Allgemeines zum EEG

Beitrag und Ziele der Erneuerbaren Energien



Quelle: BDEW, Stand 02/2014

* bezogen auf den Brutto-Inlandsstromverbrauch Deutschlands
** vorläufiger Wert

Die Direktvermarktung im EEG 2014 – Rechtliche Analyse der Neuregelungen



1. Allgemeines zum EEG

I. Einführung

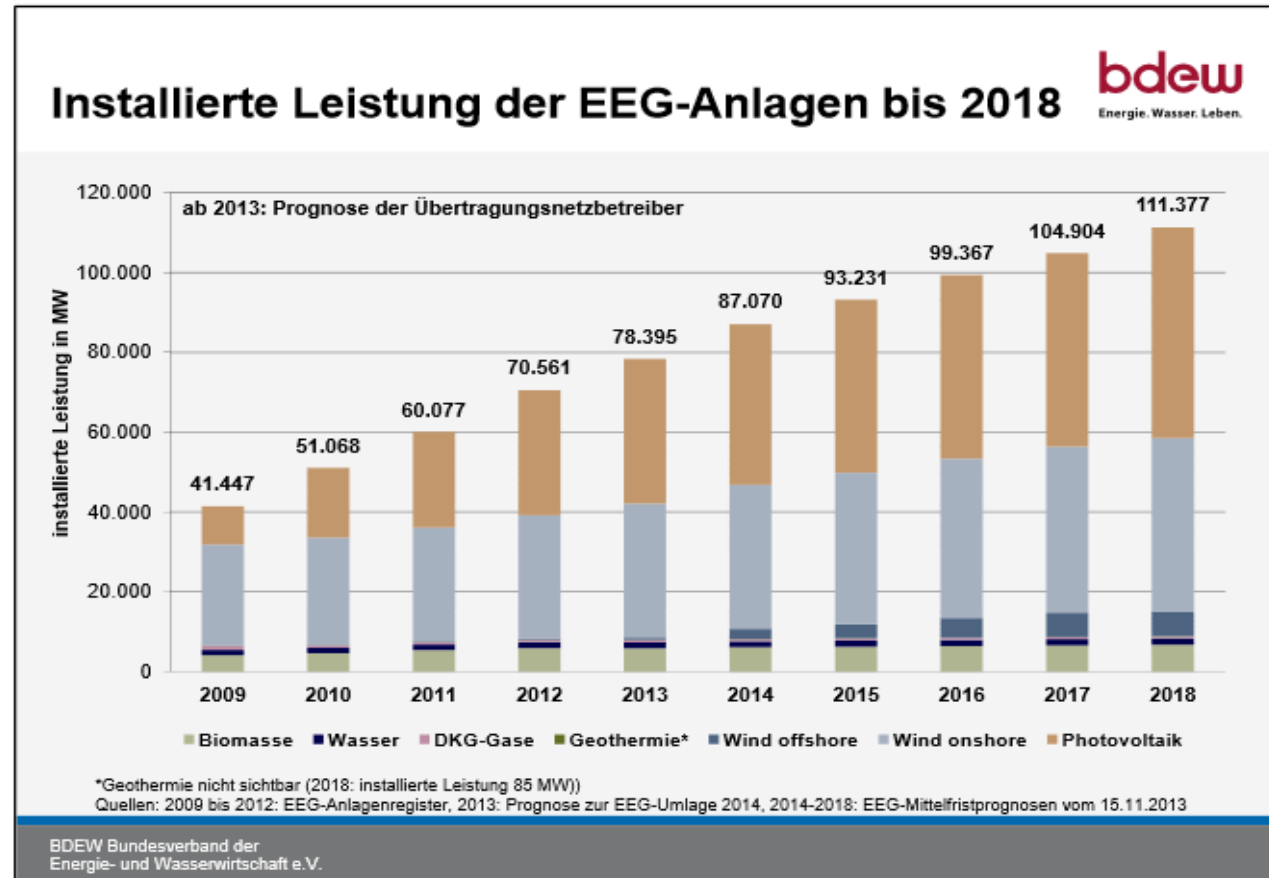
II. Fördersystematik

III. Fördervoraussetzungen

IV. Direktvermarktung im Detail

V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungsvertrag





2. Ziele des EEG 2014:

I. Einführung

II. Fördersystematik

III. Fördervoraus-
setzungen

IV. Direktvermarktung
im Detail

V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungs
vertrag

- Kostendynamik der vergangenen Jahre beim Ausbau der erneuerbaren Energien durchbrechen und so den Anstieg der Stromkosten für Stromverbraucher begrenzen
- Ausbau der erneuerbaren Energien für alle Akteure der Energiewirtschaft planbar verlaufen
- möglichst geringere volkswirtschaftlichen Kosten bei Instandhaltung des Energieversorgungssystem
- Verbesserte Markt- und Netzintegration der Erneuerbaren



3. Entwicklung des EEG

I. Einführung

II. Fördersystematik

III. Fördervoraus-
setzungen

IV. Direktvermarktung
im Detail

V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungs
vertrag

- Komplexität des EEG nimmt mit jeder Novelle zu
 - EEG 2004: 21 Paragraphen und eine Anlage
 - EEG 2009: 66 Paragraphen und fünf Anlagen
 - EEG 2012: 88 Paragraphen und fünf Anlagen
 - EEG 2014: 104 Paragraphen und vier Anlagen, diverse Verordnungen
- u.a. AnlagenregisterV – im Entwurf mit weiteren 17 Paragraphen
- EEG 2014 bereitet Systemwechsel hin zu Direktvermarktung und Ausschreibungsmodellen vor



I. Einführung

II. Fördersystematik

III. Fördervoraus-
setzungen

IV. Direktvermarktung
im Detail

V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungs
vertrag

4. Grundstruktur des EEG

- EEG als gesetzliches Schuldverhältnis
 - Koppelungsverbot (kein Vertragsschluss notwendig)
 - vertragliche Abweichungen unzulässig
- Anschluss-, Abnahme- und finanzielle Förderpflicht
- verpflichtende Direktvermarktung mit Marktprämie
- für die Berechnung der Förderhöhe anzulegende Werte gesetzlich bestimmt
- Kostentragungsregelungen Netzanschluss – Netzausbau
- Ausgleichsmechanismus der Netzbetreiber
- grundsätzliche Einbeziehung des Eigenstromverbrauchs in die EEG-Umlage



I. Einführung

II. Fördersystematik

III. Fördervoraus-
setzungen

IV. Direktvermarktung
im Detail

V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungs
vertrag

5. Anwendungsbereich des EEG 2014

- zeitlicher Anwendungsbereich: EEG 2014 gilt für
 - Neuanlagen ab 01.08.2014 ✓
 - Bestandsanlagen bis 31.07.2014 ✓ (eingeschränkt)
 - Neuanlagen bis 31.12.2014, wenn BImSch-Genehmigung bis 22.01.2014 vorlag ✓ (eingeschränkt)
- zum Vergleich: EEG 2012 galt nur für Neuanlagen und erklärte für Bestandsanlagen das EEG 2009 vollumfänglich für anwendbar
 - über Verweiskette in den Übergangsbestimmungen gilt das EEG 2009 für Bestandsanlagen vor 2012 vergütungsseitig ebenfalls weiter



6. Entwicklung der Direktvermarktung

I. Einführung

- DV im **EEG 2000 und 2004** noch unregelt
 - Anlagenbetreiber konnten je nach Strompreis aus dem EEG heraus und zurück wechseln
- erstmals mit Schaffung des **EEG 2009** Regelungen zur DV ins Gesetz aufgenommen
 - v.a. Schaffung strikter Wechselfristen, Andienungspflicht
- **Erfahrungsbericht** zum EEG 2009:
 - Direktvermarktung bzw. Vermarktung von Strom im Rahmen des Grünstromprivilegs nur unzureichend
 - Grund: maximal mögliche Preise für Strom aus EE werden nicht erzielt
 - Folge: EE nehmen bislang nicht teil an grundlegenden Marktmechanismen (Ausgleich von Angebot und Nachfrage)

II. Fördersystematik

III. Fördervoraussetzungen

IV. Direktvermarktung im Detail

V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungsvertrag



6. Entwicklung der Direktvermarktung

I. Einführung

II. Fördersystematik

III. Fördervoraussetzungen

IV. Direktvermarktung im Detail

V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungsvertrag

- weitere Ausdifferenzierung im EEG 2012
 - umfassende Neuregelung der Direktvermarktung in den **§§ 33a - i EEG 2012**, Schaffung einer Managementprämie
 - weitere Verschärfung der Voraussetzungen und Anforderungen

Formen:

- DV zur Inanspruchnahme der Marktprämie (§ 33g EEG)
- DV zur Verringerung der EEG-Umlage durch EVU (§ 39 EEG)
- sonstige DV
- weitgehende Überfüzung der gesetzlichen Vorgaben zur DV ins **EEG 2014**, aber: **Regelfall der finanziellen Förderung**

6. Entwicklung der Direktvermarktung

I. Einführung

II. Fördersystematik

III. Fördervoraussetzungen

IV. Direktvermarktung im Detail

V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungsvertrag

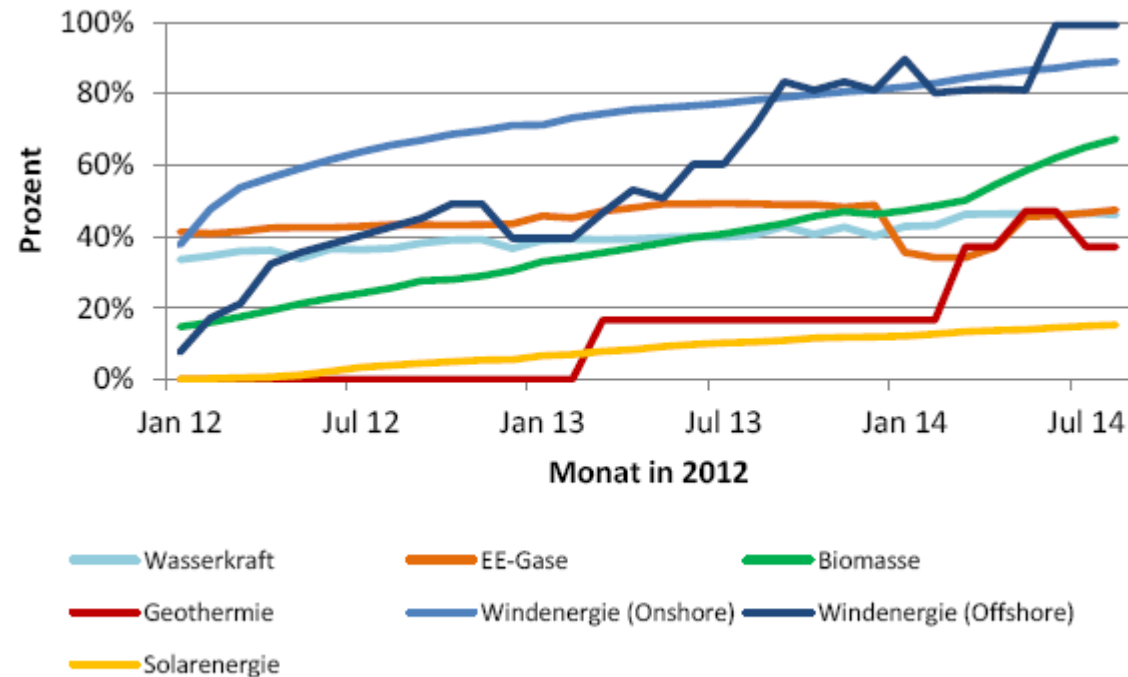


Abbildung 1: Direktvermarktete Leistung in Prozent der aktuell installierten Kapazität

Quelle: BMWi



I. Einführung

II. Fördersystematik

III. Fördervoraus-
setzungen

IV. Direktvermarktung
im Detail

V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungs-
vertrag

II. Überblick über die Fördersystematik

1. Bisherige Rechtslage

Zulässige **Veräußerungsformen** nach EEG 2012



I. Einführung

II. Fördersystematik

III. Fördervoraussetzungen

IV. Direktvermarktung im Detail

V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungsvertrag



I. Einführung

II. Fördersystematik

III. Fördervoraus-
setzungen

IV. Direktvermarktung
im Detail

V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungs-
vertrag

1. Bisherige Rechtslage

- bei Netzeinspeisung bestand Anspruch auf **gesetzliche Einspeisevergütung**
 - Investitionssicherheit für Anlagenbetreiber
 - Direktvermarktung nur auf freiwilliger Basis
- Ausnahme: Biomasseanlagen > 750 kW mit Inbetriebnahme ab 01.01.2014 unterlagen bereits im EEG 2012 der verpflichtenden Direktvermarktung
- bereits 2013 ca. **55 %** der gesamten EE-Strommenge direkt vermarktet
 - Großteil aller WEA, aber auch schon 46 % der Gesamtstromproduktion aus Biomasse

Die Direktvermarktung im EEG 2014 – Rechtliche Analyse der Neuregelungen



1. Bisherige Rechtslage

I. Einführung

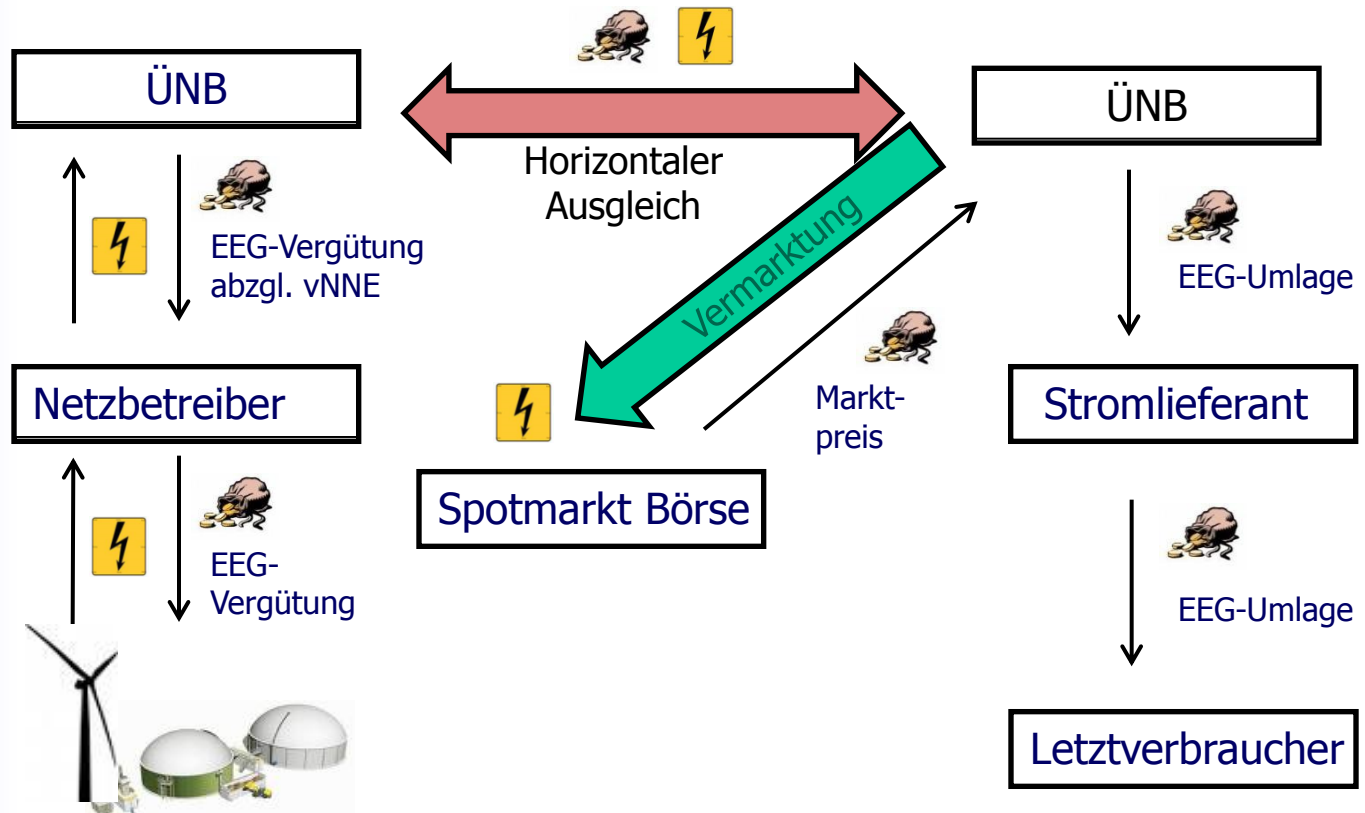
II. Fördersystematik

III. Fördervoraussetzungen

IV. Direktvermarktung im Detail

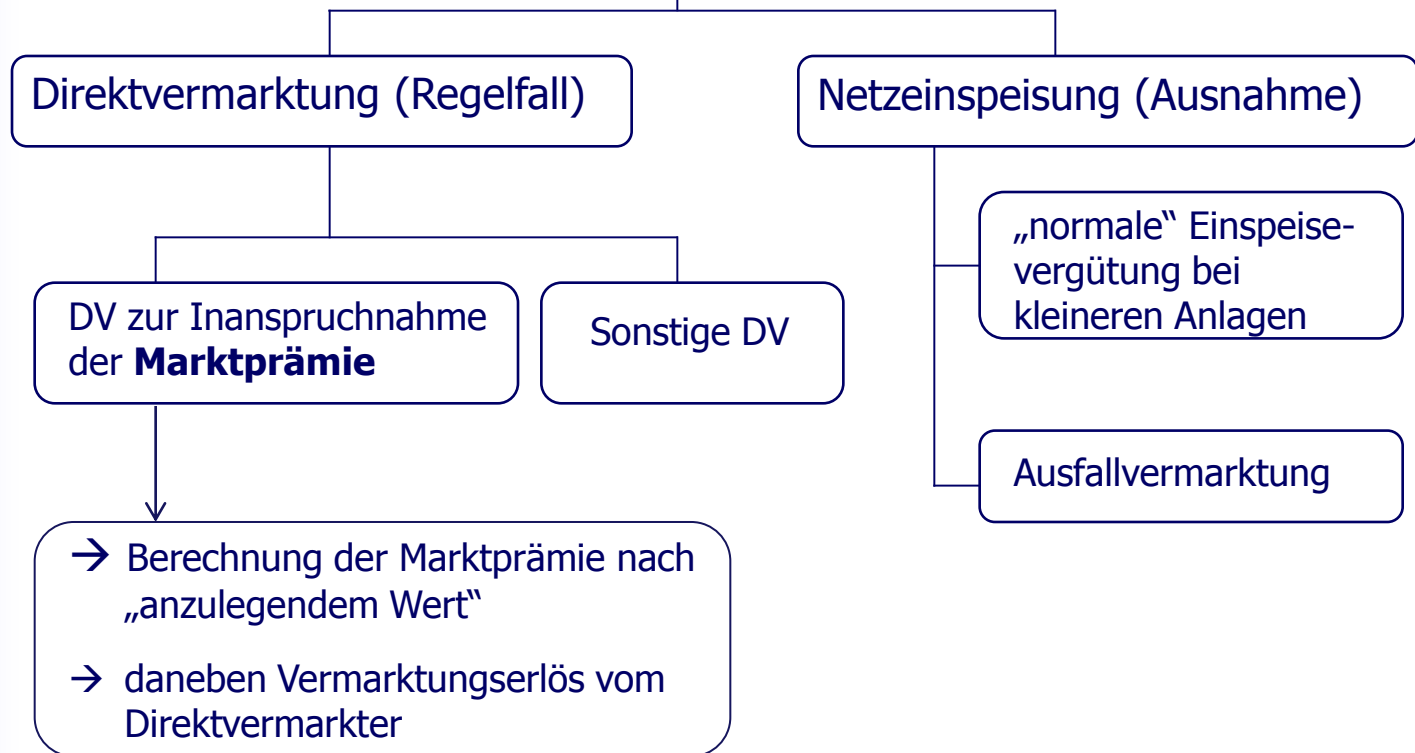
V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungsvertrag



2. Künftige Rechtslage

Zulässige **Veräußerungsformen** nach EEG 2014



I. Einführung

II. Fördersystematik

III. Fördervoraussetzungen

IV. Direktvermarktung im Detail

V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungsvertrag

Die Direktvermarktung im EEG 2014 – Rechtliche Analyse der Neuregelungen



2. Künftige Rechtslage

I. Einführung

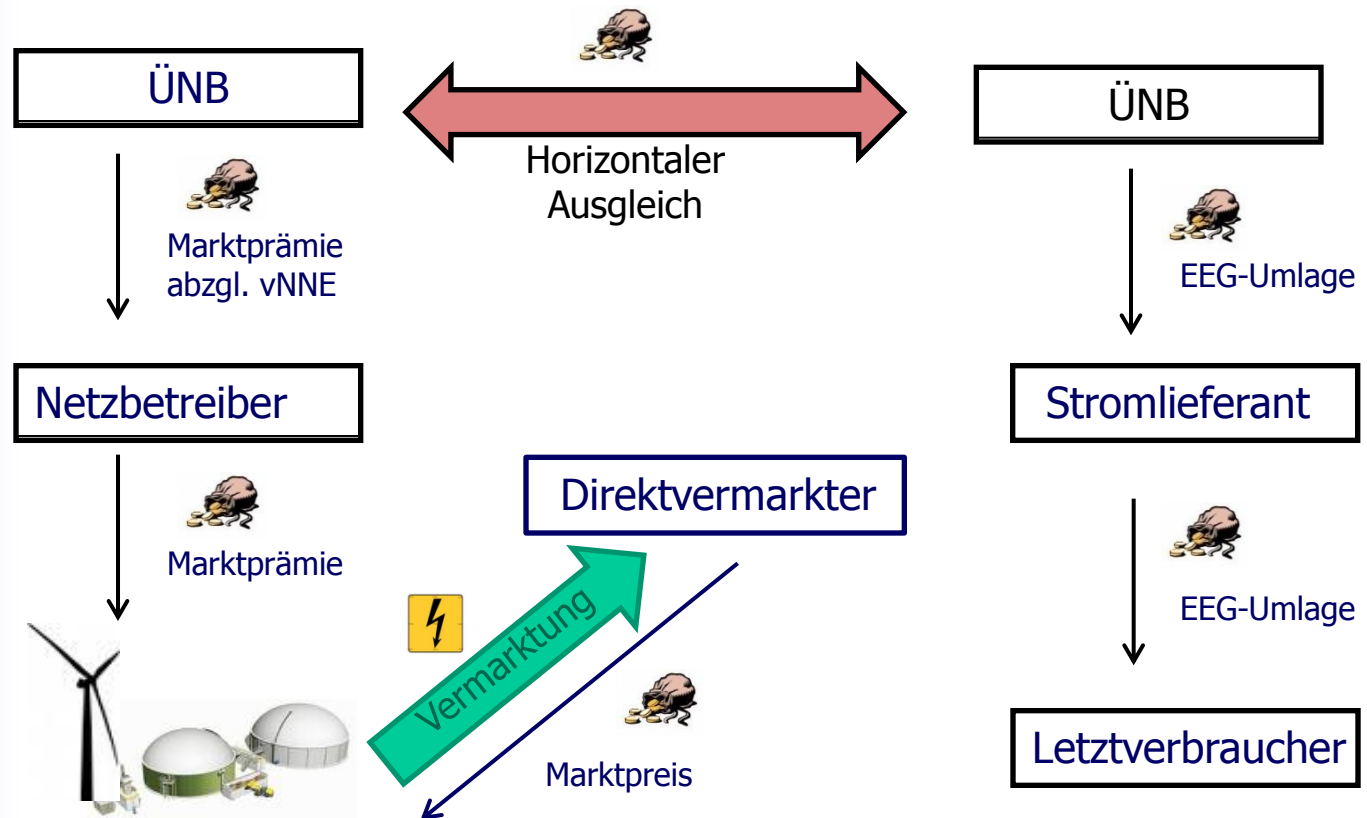
II. Fördersystematik

III. Fördervoraussetzungen

IV. Direktvermarktung im Detail

V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungsvertrag





3. Allgemeine Fördervoraussetzungen

I. Einführung

II. Fördersystematik

III. Fördervoraussetzungen

IV. Direktvermarktung
im Detail

V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungs
vertrag

§ 19 EEG 2014:

- Anspruch auf finanzielle Förderung gegen Netzbetreiber für den gesamten Strom aus Anlagen, die ausschließlich Erneuerbare Energien einsetzen
 - **Ausschließlichkeitsprinzip** (Mischfeuerung unzulässig)
 - Anspruch auf monatliche **Abschläge** in angemessenem Umfang bis zum 15. Kalendertag des Folgemonats
- Beachte: sämtliche Fördervoraussetzungen müssen auch im Rahmen der Direktvermarktung vorliegen!
 - sonst ggf. kein Anspruch auf Marktprämie



I. Einführung

II. Fördersystematik

III. Fördervoraus-
setzungen

IV. Direktvermarktung
im Detail

V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungs
vertrag

3. Allgemeine Fördervoraussetzungen

- § 22 EEG 2014: finanzielle Förderung für **20 Jahre** zzgl. Inbetriebnahmejahr (erstmalig auch für Marktprämie!)
 - Fristbeginn: **Inbetriebnahme** der Anlage
- Beachte: ab 01.08.2014 neuer Inbetriebnahmebegriff!
 - = erstmalige Inbetriebsetzung der Anlage nach Herstellung ihrer technischen Betriebsbereitschaft **ausschließlich** mit Erneuerbaren Energien
 - bis 31.07.2014 war noch Inbetriebsetzung mit fossilen Energieträgern möglich, wenn Anlage i.Ü. technisch betriebsbereit für EE



I. Einführung

II. Fördersystematik

III. Fördervoraus-
setzungen

IV. Direktvermarktung
im Detail

V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungs
vertrag

4. Aufrechnung und Rückforderung

§ 33 EEG 2014: entspricht dem § 22 EEG 2012

- Grundsatz: Netzbetreiber darf gegen Vergütungsansprüche des Anlagenbetreibers nur aufrechnen, wenn die Forderung **unbestritten oder rechtskräftig** festgestellt ist
 - gilt aber nicht mehr bei Rückforderung zuviel gezahlter finanzieller Förderung durch Netzbetreiber
 - Aufrechnungsverbot läuft künftig praktisch leer!
- seit EEG 2012: gesetzliche Verpflichtung (!) des Netzbetreibers zur **Rückforderung** zuviel gezahlter Vergütungen oder Marktprämien
 - verkürzte Verjährung: mit Ablauf des zweiten auf die Einspeisung folgenden Kalenderjahres (sonst: drei Jahre)



I. Einführung

II. Fördersystematik

III. Fördervoraus-
setzungen

III. Fördervoraussetzungen

IV. Direktvermarktung
im Detail

V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungs
vertrag



I. Einführung

II. Fördersystematik

III. Fördervoraus-
setzungen

IV. Direktvermarktung
im Detail

V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungs-
vertrag

1. Anspruch auf finanzielle Förderung

- Grundnorm: § 19 Abs. 1 Nr. 1 EEG 2014
 - müssen Anlagenbetreiber zur Inanspruchnahme der geförderte Direktvermarktung dem Netzbetreiber das Recht überlassen, diesen Strom als „Strom aus erneuerbaren Energien oder aus Grubengas“ zu kennzeichnen
 - erfordert aktives Tun, keine stillschweigende Überlassung
 - gilt wohl auch für Bestandsanlagen → hier müssen Direktvermarktungsverträge angepasst werden
 - ansonsten gilt das Doppelvermarktungsverbot



I. Einführung

II. Fördersystematik

III. Fördervoraus-
setzungen

IV. Direktvermarktung
im Detail

V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungs
vertrag

2. Berechnung der Förderung

- Ermittlung der Marktprämie und der Einspeisevergütung anhand des **anzulegenden Wertes**
 - energieträgerspezifisch
 - tritt an Stelle der bisherigen Einspeisevergütung
- **Managementprämie** als zusätzliche Förderung bei der Direktvermarktung entfällt
 - künftig in anzulegenden Wert eingepreist
- Folge: bei Berechnung der fixen Einspeisevergütung für kleinere Anlagen ist anzulegender Wert zu reduzieren
 - um 0,2 ct/kWh bei steuerbaren Energien (z.B. Biomasse)
 - um 0,4 ct/kWh bei Wind und PV



I. Einführung

II. Fördersystematik

III. Fördervoraus-
setzungen

IV. Direktvermarktung
im Detail

V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungs
vertrag

3. Verringerung der Förderung

- im EEG 2014 fortgeführt: Möglichkeit der Verringerung der gesetzlichen Förderungsanspruchs
 - als **Sanktion** für Verstoß gg. Anforderungen des EEG
- § 25 Abs. 1 EEG 2014: Verringerung des anzulegenden Wertes **auf Null**, wenn Betreiber:
 1. die zur Registrierung der Anlage erforderlichen Angaben nicht an das Anlagenregister übermittelt haben,
 2. bei einer registrierten Anlage die Erhöhung der installierten Leistung der Anlage nicht an das Anlagenregister übermittelt haben
 3. bei anteiliger DV die Prozentsätze nicht eingehalten werden (bis zum Ablauf des 3. Kalendermonats nach Beendigung des Verstoß)



I. Einführung

II. Fördersystematik

III. Fördervoraus-
setzungen

IV. Direktvermarktung
im Detail

V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungs-
vertrag

3. Verringerung der Förderung

§ 25 Abs. 2 EEG 2014: Verringerung der Vergütung auf den **tatsächlichen Monatsmarktwert** (MW) bei:

- Nichteinhaltung technischer Vorgaben (§ 9 EEG 2014)
- anteiliger Veräußerung des erzeugten Stroms in verschiedenen Veräußerungsformen des § 20 EEG 2014
- unterlassener Mitteilung an den Netzbetreiber bei Wechsel der Veräußerungsformen
- Strom aus mehreren Anlagen, der über gemeinsame Messeinrichtung abgerechnet wird, wenn nicht einheitlich dieselbe Veräußerungsform in Anspruch genommen wird
- Verstoß gegen Doppelvermarktungsverbot



I. Einführung

II. Fördersystematik

III. Fördervoraus-
setzungen

IV. Direktvermarktung
im Detail

V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungs-
vertrag

3. Verringerung der Förderung

- **Dauer** der verringerten Förderung je nach Art des Verstoßes unterschiedlich
 - im Regelfall **bis zum Ablauf des Kalendermonats**, der auf die Beendigung des Verstoßes folgt
 - teilweise nur für Dauer des Verstoßes
 - bei Verstoß gegen das Doppelvermarktungsverbot : Verringerung für die Dauer des Verstoßes zzgl. der darauf folgenden **sechs Kalendermonate**



I. Einführung

II. Fördersystematik

III. Fördervoraus-
setzungen

IV. Direktvermarktung
im Detail

V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungs-
vertrag

3. Verringerung der Förderung

NEU: § 24 EEG 2014: Verringerung bei negativen Preisen

- Wert der Stundenkontrakte an der Strombörse EPEX Spot SE in Paris **mind. 6 aufeinanderfolgende Stunden** negativ:
 - gilt für **Neuanlagen**
 - Verringerung der **anzulegenden Werte auf null** für den eingespeisten Strom für den gesamten Zeitraum der negativen Preise
- Bei Ausfallvergütung (§ 38 EEG 2014) muss die Strommenge, die in dem Zeitraum der negativen Preise eingespeist wurde, an den Netzbetreiber mitgeteilt werden
 - Unterlassen der Mitteilung: Verringerung der Vergütung **um 5 % pro Kalendertag**, in dem die negative Preisphase ganz oder teilweise liegt



I. Einführung

II. Fördersystematik

III. Fördervoraus-
setzungen

IV. Direktvermarktung
im Detail

V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungs
vertrag

3. Verringerung der Förderung

NEU: § 24 EEG 2014: Verringerung bei negativen Preisen

- Ziel: Anlagenbetreiber soll die Stromeinspeisung in den Zeiten der negativen Preisen zurückfahren, um so ein Überangebot an Strom zu verhindern
- Ausnahmen von der Regelung:
 - Anlagen **mit IB vor 1.01.2016**
 - WEA mit einer installierten Leistung **bis 3 MW** und sonstige Anlagen **bis 500 kW** (bei der Leistungsermittlung gilt § 32 EEG 2014)
 - Demonstrationsprojekte



I. Einführung

II. Fördersystematik

III. Fördervoraus-
setzungen

IV. Direktvermarktung im Detail

IV. Direktvermarktung
im Detail

V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungs
vertrag



1. Begriff der Direktvermarktung

I. Einführung

Legaldefinition in § 5 Nr. 9 EEG 2014

II. Fördersystematik

„Veräußerung von Strom aus erneuerbaren Energien oder aus Grubengas an Dritte, es sei denn, der Strom wird in unmittelbarer räumlicher Nähe zur Anlage verbraucht und nicht durch ein Netz durchgeleitet“

III. Fördervoraussetzungen

IV. Direktvermarktung
im Detail

▪ keine Direktvermarktung ist demnach :

→ Direktverbrauch durch den Anlagenbetreiber oder Dritte in unmittelbarer räumlicher Nähe zur Anlage und

→ keine Durchleitung durch ein öffentliches Netz

= auch ohne Voraussetzungen nach § 35 EEG 2014 zulässig

V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungsvertrag



1. Begriff der Direktvermarktung

I. Einführung

II. Fördersystematik

III. Fördervoraus-
setzungen

IV. Direktvermarktung
im Detail

V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungs-
vertrag

Direktvermarktungsunternehmer, § 5 Nr. 10 EEG 2014

„wer von dem Anlagenbetreiber mit der Direktvermarktung von Strom aus erneuerbaren Energien [...] beauftragt ist oder Strom aus erneuerbaren Energien [...] kaufmännisch abnimmt, ohne insoweit Letztverbraucher dieses Stroms oder Netzbetreiber zu sein“

→hieran sind aber keine Rechtsfolgen oder personelle Voraussetzungen geknüpft

→auch der Anlagenbetreiber selbst kann damit wohl direktvermarkten

→Direktvermarktungsunternehmer nicht als Anspruchsvoraussetzung der Direktvermarktung gefasst

2. Gesetzlich zulässige Direktvermarktungsformen

I. Einführung

II. Fördersystematik

III. Fördervoraussetzungen

IV. Direktvermarktung im Detail

V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungsvertrag

Zulässige Formen der Direktvermarktung

DV zur Inanspruchnahme der **Marktprämie**

anteilige DV

Sonstige DV

- gesetzlich vorgesehener Regelfall
- in der Praxis die häufigste Form der DV

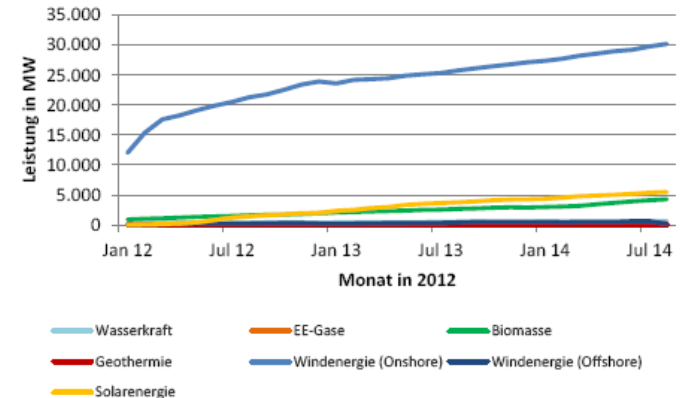


Abbildung 4: Teilnahme an der Marktprämie in 2012 - 2014

Quelle: BMWi



2. Gesetzlich zulässige Direktvermarktungsformen

I. Einführung

II. Fördersystematik

III. Fördervoraussetzungen

IV. Direktvermarktung im Detail

V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungsvertrag

Zulässige Formen der Direktvermarktung



- Aufteilung der Strommengen auf zulässige Veräußerungsformen nach festen, jederzeit einzuhaltenden Prozentsätzen; **nicht auf Ausfallvergütung!**
- sollte mangels Marktrelevanz ursprünglich gestrichen werden, kurz vor Verabschiedung des EEG 2014 wieder in das Gesetz aufgenommen worden

2. Gesetzlich zulässige Direktvermarktungsformen

I. Einführung

II. Fördersystematik

III. Fördervoraussetzungen

IV. Direktvermarktung im Detail

V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungsvertrag

Zulässige Formen der Direktvermarktung

DV zur Inanspruchnahme der **Marktprämie**

anteilige DV

Sonstige DV

- keine Förderung nach dem EEG
- als Auffangtatbestand gedacht

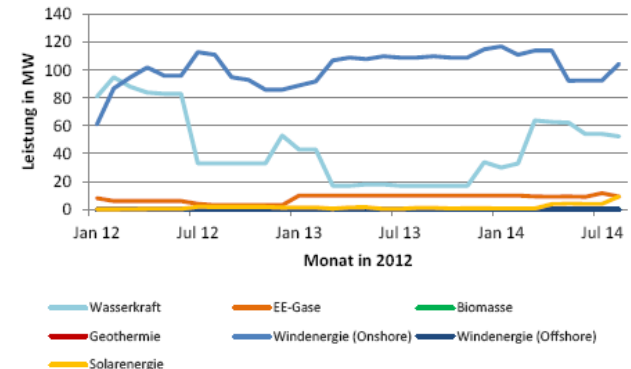


Abbildung 6: Teilnahme an der sonstigen Direktvermarktung in 2012 - 2014

Quelle: BMWi

I. Einführung

II. Fördersystematik

III. Fördervoraus-
setzungen

IV. Direktvermarktung
im Detail

V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungs
vertrag

3. Erlöse im Fall der Direktvermarktung

Finanzieller Erlös bei der Direktvermarktung

Marktprämie

- = vom Netzbetreiber zu zahlen
- Höhe abhängig vom anzulegenden Wert und dem Monatsmarktwert



Markterlös

- = Erlös, der sich aus dem Vertrag mit dem Direktvermarkter ergibt
- kann frei vereinbart werden, nicht an Monatsmarktwert gekoppelt





I. Einführung

II. Fördersystematik

III. Fördervoraus-
setzungen

IV. Direktvermarktung
im Detail

V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungs
vertrag

4. Anforderungen an die Direktvermarktung

- § 35 EEG 2014: Anspruch auf Marktprämie nur, wenn
 1. für den Strom kein vermiedenes Netznutzungsentgelt in Anspruch genommen wird,
 2. der Strom in einer **fernsteuerbaren Anlage** erzeugt wird und
 3. der Strom in einem (Unter-)Bilanzkreis bilanziert wird, in dem ausschließlich direktvermarkteter EE-Strom bilanziert wird.
- sog. „sortenreiner“ Marktprämienbilanzkreis
- „Verunreinigung“ durch **Ausgleichsenergiemengen** unschädlich, wenn Anlagenbetreiber oder DV-Unternehmer dies nicht zu vertreten haben



I. Einführung

II. Fördersystematik

III. Fördervoraus-
setzungen

IV. Direktvermarktung
im Detail

V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungs-
vertrag

4. Anforderungen an die Direktvermarktung

beachte: § 20 Abs. 2 Nr. 3 EEG 2014!

- bei **gemeinsamer Nutzung einer Messeinrichtung** für Abrechnung von Strom aus mehreren Anlagen **muss der gesamte Strom direktvermarktet** werden

→ bei Verstoß Verringerung des anzulegenden Wertes auf Monatsmarktwert

→ damit **Förderanspruch** gleich **Null** bzw. bei Altanlagen und kleinen Anlagen auf den Monatsmarktwert reduziert

- problematisch v.a. wenn Alt- und Neuanlagen über denselben NVP einspeisen → häufige Konstellation bei Windparks

→ oftmals nur eine Messeinrichtung vorhanden, Aufteilung der Vergütung aber nach § 32 Abs. 3 und 4 EEG 2014 möglich

→ Lösung durch Messkonzepte oder virtuelle Zählpunkte (str.)



I. Einführung

II. Fördersystematik

III. Fördervoraus-
setzungen

IV. Direktvermarktung
im Detail

V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungs-
vertrag

5. Wechselfristen

Fristen:

- Wechsel zwischen DV und sonstigen Vermarktungsformen wie bisher nur zum **1. Kalendertag** eines Monats möglich
 - Mitteilung an Netzbetreiber **vor Beginn** des jeweils vorangegangenen Kalendermonats
 - Benennung der Verwertungsform und Mitteilung des Bilanzkreises, dem der Strom zugeordnet werden soll
- Wechsel in Ausfallvergütung oder aus dieser heraus: verkürzte Mitteilungsfrist bis zum **fünftletztten Werktag des Vormonats**
 - ermöglicht zügigen Wechsel in Notfällen

I. Einführung

II. Fördersystematik

III. Fördervoraus-
setzungen

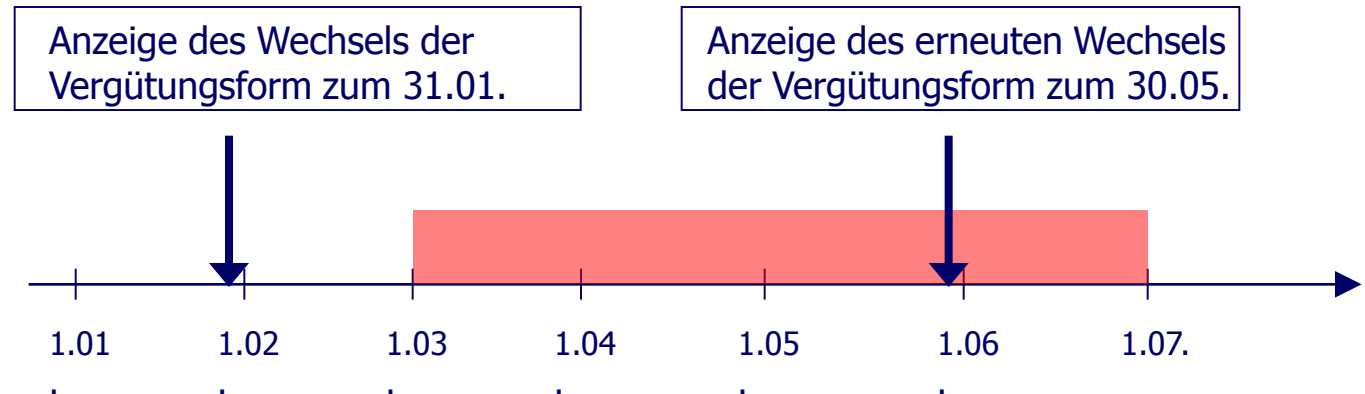
IV. Direktvermarktung
im Detail

V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungs-
vertrag

5. Wechselfristen

Fristen:



- jederzeit ohne Einhaltung von Fristen möglich:
 - Wechsel des Direktvermarktungsunternehmens
 - Eigen- oder Direktverbrauch in unmittelbarer räumlicher Nähe außerhalb des öffentlichen Netzes



I. Einführung

II. Fördersystematik

III. Fördervoraus-
setzungen

IV. Direktvermarktung
im Detail

V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungs-
vertrag

6. Fernsteuerbarkeit

- **Fernsteuerbarkeit** als konstitutive Voraussetzung für die Marktprämie
- § 36 EEG 2014: Anlagenbetreiber muss bis spätestens **einen Monat** nach Inbetriebnahme
 - **technische Einrichtungen** zur ferngesteuerten Reduzierung der Einspeiseleistung sowie zur Abrufung der jeweiligen Ist-Einspeisung vorhalten, und
 - dem Direktvermarkter den jederzeitigen Zugriff hierauf einräumen, soweit dies für eine **bedarfsgerechte Einspeisung** des Stroms erforderlich ist
- bei mehreren Anlagen am selben Netzverknüpfungspunkt genügt eine gemeinsame Einrichtung
- nicht erforderlich, wenn mit Anlagenzulassung unvereinbar



7. Berechnung der Förderhöhe

I. Einführung

II. Fördersystematik

III. Fördervoraus-
setzungen

IV. Direktvermarktung
im Detail

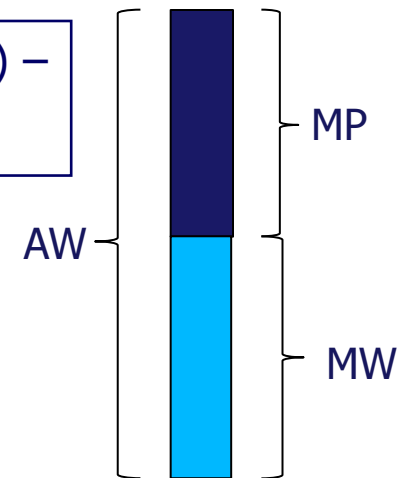
V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungs
vertrag

- Berechnung der Marktprämie anhand der **anzulegenden Werte** je nach Art der Erneuerbaren Energien
→ kalendermonatlich rückwirkend)

$$\text{Marktprämie (MP)} = \text{Anzulegender Wert (AW)} - \text{Monatsmarktwert an EPEX Spot (MW)}$$

- separate Managementprämie entfällt
→ in anzulegenden Wert eingepreist
- für **Bestandsanlagen** bleibt die DV optional
→ zukünftig an die Fernsteuerbarkeit geknüpft
→ Nachrüstpflicht **bis zum 31.03.2015**



Neben Marktprämie noch Entgelt vom Direktvermarkter!



I. Einführung

II. Fördersystematik

III. Fördervoraus-
setzungen

IV. Direktvermarktung
im Detail

V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungs
vertrag

V. Ausfallvergütung



I. Einführung

II. Fördersystematik

III. Fördervoraus-
setzungen

IV. Direktvermarktung
im Detail

V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungs
vertrag

1. Voraussetzungen

- fixe Einspeisevergütung nur noch für kleine Anlagen
- sog. **Andienungspflicht** /Gesamtabgabeprinzip aus EEG gilt bei Inanspruchnahme der Einspeisevergütung fort
 - **gesamter** in der Anlage erzeugter Strom muss an den Netzbetreiber geliefert werden
 - Ausnahme: **Eigenverbrauch** durch Anlagenbetreiber oder Dritte außerhalb des öffentlichen Netzes in unmittelbarer räumlicher Nähe zur Anlage zulässig
 - Teilnahme am **Regelenergiemarkt** unzulässig



I. Einführung

II. Fördersystematik

III. Fördervoraus-
setzungen

IV. Direktvermarktung
im Detail

V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungs
vertrag

2. Ausfallvergütung

- § 38 EEG 2014: auch Anlagen mit verpflichtender DV können den Strom **ausnahmsweise dem Netzbetreiber** gegen Ausfallvergütung andienen
- Ziel: Investitions- und Planungssicherheit
 - Vermeidung überhöhter Finanzierungskosten wegen des Risikos einer Insolvenz des Direktvermarkters
- verkürzte Frist: Wechsel in/aus Ausfallvermarktung **bis zum fünftletzten Werktag des Vormonats** möglich
- Höhe der Ausfallvergütung: **80 %** des jeweiligen anzulegenden Wertes
 - dadurch kein Anreiz zum Wechsel in die Ausfallvermarktung „ohne Not“



I. Einführung

II. Fördersystematik

III. Fördervoraus-
setzungen

IV. Direktvermarktung
im Detail

V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungs-
vertrag

VI. Direktvermarktungsvertrag



I. Einführung

II. Fördersystematik

III. Fördervoraus-
setzungen

IV. Direktvermarktung
im Detail

V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungs-
vertrag

1. Bedeutung des Direktvermarktungsvertrages

- Vermarktungsentgelt tritt teilweise an die Stelle der EEG-Einspeisevergütung
 - für wirtschaftlich erfolgreichen Anlagenbetrieb ist ein solider Direktvermarktungsvertrag essentiell
 - betrifft nicht nur Vergütungshöhe, sondern auch sonstige rechtliche Ausgestaltung
- Derzeitige Marktsituation: sehr unterschiedliche Qualität der verfügbaren DV-Verträge
 - sowohl bzgl. Vergütungsgestaltung/Erlösmöglichkeiten als auch bzgl. sonstiger Regelungen



Praxistipp: mehrere DV-Verträge vergleichen und anwaltlich prüfen lassen (z.B. Haftung, Sicherheiten)



2. Wesentliche Inhalte

I. Einführung

II. Fördersystematik

III. Fördervoraus-
setzungen

IV. Direktvermarktung
im Detail

V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungs-
vertrag

Ein Direktvermarktungsvertrag muss ...

- ... den Vertragsgegenstand genau benennen
- ... eine eindeutige Pflichtenzuordnung treffen
- ... die Rechtsfolgen für Pflichtverstöße regeln
- ... eine Entschädigung für Zeiten der ferngesteuerten Abregelung enthalten
- ... eine angemessene finanzielle Absicherung des Anlagenbetreibers bei Zahlungsausfällen bieten
- ... eine transparente Haftungsregelung treffen
- ... klare Regelungen zu Vertragslaufzeit und Kündigung vorsehen



I. Einführung

II. Fördersystematik

III. Fördervoraus-
setzungen

IV. Direktvermarktung
im Detail

V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungs-
vertrag

3. Allgemeines

- EEG 2014 selbst weist nur dem Anlagenbetreiber Pflichten zu
→ als Voraussetzung für Erhalt der Marktprämie
→ „Direktvermarktungsunternehmer“ in § 5 Nr. 10 EEG
legaldefiniert, aber keine Pflichtenzuweisung
- aber: Anlagenbetreiber meist nicht in der Lage, selbst diese
Pflichten zu erfüllen (kein Marktzugang an der Börse)
→ im Regelfall sinnvoll, einen Großteil der Pflichten auf den
Direktvermarkter zu übertragen
→ z.B. fristgerechte An-/Abmeldung, Bilanzkreiszuordnung



Praxistipp: Zur Vermeidung von Unklarheiten müssen alle
bestehenden Pflichten eindeutig verteilt werden!



I. Einführung

II. Fördersystematik

III. Fördervoraus-
setzungen

IV. Direktvermarktung
im Detail

V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungs
vertrag

4. Pflichten des Direktvermarkters

- Kernpflicht des Direktvermarkters: **Abnahme** des gesamten erzeugten Stroms am Übergabepunkt und **Vergütung**
- auf genaue Bezeichnungen achten
 - der vom Vertrag erfassten Erzeugungsanlagen
 - der konkreten Zählpunkte am Übergabepunkt
 - des jeweiligen Lieferzeitraums (kann von Vertragslaufzeit als solcher abweichen)
- Nebenpflichten: Direktvermarkter darf Strom nicht selbst verbrauchen oder an Letztverbraucher in räumlicher Nähe außerhalb des öffentlichen Netzes liefern
 - Hintergrund: EEG-Umlage, Stromsteuer



I. Einführung

II. Fördersystematik

III. Fördervoraus-
setzungen

IV. Direktvermarktung
im Detail

V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungs
vertrag

4. Pflichten des Direktvermarkters

- flankierend Übertragung gesetzlicher Pflichten des Anlagenbetreibers auf den Direktvermarkter, u.a.
 1. Fristgerechte **An-/Ummeldung** beim Netzbetreiber
 2. Mitteilung des (Unter-)Bilanzkreises für direktvermarktete Strommengen und Ausgleichsenergiemengen
 3. Überlassung des Rechts an Netzbetreiber, den Strom als EE zu **kennzeichnen**
 4. Keine Beanspruchung von Herkunftsnachweisen oder vermiedenen Netzentgelten (vNNE)
- Anlagenbetreiber muss dem Direktvermarkter entsprechende **Vollmachten** einräumen
 - möglichst auch Vollmachtsmuster als Vertragsanlage



I. Einführung

II. Fördersystematik

III. Fördervoraus-
setzungen

IV. Direktvermarktung
im Detail

V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungs
vertrag

5. Pflichten des Anlagenbetreibers

- Kernpflicht des Anlagenbetreibers: **Lieferung** von Strom frei und unbelastet von Rechten Dritter
- flankierend ausdrückliche Regelung von Pflichten, die für die **Marktprämie** erforderlich sind
 1. Vorhaltung von Fernsteuerungseinrichtungen
 2. Einräumung des jederzeitigen Zugriffs durch den Direktvermarkter
 3. Keine Inanspruchnahme von vNNE
 4. Verpflichtung, keine weiteren DV-Verträge mit Dritten über dieselben Anlagen zu schließen
→ Hintergrund: Doppelvermarktungsverbot



I. Einführung

II. Fördersystematik

III. Fördervoraus-
setzungen

IV. Direktvermarktung
im Detail

V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungs
vertrag

5. Pflichten des Anlagenbetreibers

- üblich: Mitteilungspflichten des Anlagenbetreibers bei planbaren Nichtverfügbarkeiten
 - z.B. Wartung, Instandhaltungsarbeiten
 - zT auch Sanktionen bei Verstößen
- Problem: **Verfügbarkeitsgarantien**
 - in der Praxis sehr unterschiedlich gehandhabt
 - zT soll Anlagenbetreiber eine bestimmte Stromproduktion bzw. Verfügbarkeit garantieren, teilweise nicht
 - von erheblicher Bedeutung für Wirtschaftlichkeit



Praxistipp: Beim Vergleich verschiedener Verträge auf geforderte Verfügbarkeitsgarantien achten!



I. Einführung

II. Fördersystematik

III. Fördervoraus-
setzungen

IV. Direktvermarktung
im Detail

V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungs-
vertrag

6. Grundsätze der Haftung

- kraft Gesetzes haften beide Parteien **uneingeschränkt**
 - für Vorsatz und jede Form von Fahrlässigkeit
 - auch für Verschulden von Erfüllungsgehilfen
 - für jede vertragliche Pflichtverletzung
 - keine summenmäßige Beschränkung
- vertragliche Abweichungen **in Grenzen** möglich
 - muss ausdrücklich vereinbart werden



Praxistipp: Bei Haftungsbeschränkungen aller Art darauf achten, dass diese für den Direktvermarkter und den Anlagenbetreiber gleichermaßen gelten!



I. Einführung

II. Fördersystematik

III. Fördervoraus-
setzungen

IV. Direktvermarktung
im Detail

V. Ausfallvergütung

VI. Direktvermarktungs
vertrag

7. Abweichende vertragliche Regelungen

- Haftung kann dem Umfang und der Höhe nach begrenzt werden, soweit Mindeststandards erhalten bleiben
- maximal zulässige Haftungsbeschränkung:
 1. Beschränkung auf **Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit**, außer
 - bei Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit und
 - Bei schuldhafter Verletzung **wesentlicher Vertragspflichten** (sog. Kardinalspflichten)
 2. Beschränkung der Höhe nach auf den **vorhersehbaren Schaden** bei fahrlässiger Verletzung wesentlicher Vertragspflichten



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

M A S L A T O N

Rechtsanwaltsgesellschaft mbH

Leipzig · München · Köln

Holbeinstraße 24, 04229 Leipzig

Rechtsanwalt Florian Brahms,
Licence en droit français