



Vom Marktwert zum Vermarktungswert

Von Tobias Federico, Gründer und Geschäftsführer vom Energiemarktspezialisten Energy Brainpool in Berlin



Verkaufe, wenn Du damit Geld verdienst! Was wie eine einfache Regel klingt, ist bei der Vermarktung von Strommengen aus Kraftwerken gar nicht so einfach. Das mussten in den letzten Jahren sowohl die konventionellen als auch die erneuerbaren Kraftwerksbetreiber lernen.

In der Planung von an der Strombörse zu vermarktende Strommengen wird folgende Regel angewendet:

In der Stunde, in der die Vermarktungserlöse höher sind als die Produktionskosten, lohnt es sich diese Mengen zu verkaufen. Der Planer denkt hierbei binär: auch wenn „nur“ 0,1 EUR/MWh verdient werden, läuft das Kraftwerk. Wenn man dann noch Glück hat, sind Extrempreise an der Strombörse zu sehen, so dass hier ein satter Überschuss generiert werden kann.

In den Stunden, in denen der Deckungsbeitrag des Stromverkaufes negativ ist, wird das Kraftwerk ausgeschaltet, auch wenn es nur für eine Stunde ist. Mit diesem Ansatz kommt der Planer von konventionellen Kraftwerken in der Regel zu höheren Erlösen als im tatsächlichen Betrieb. Hier sprechen wir vom Marktwert, also dem Wert der produzierten Strommenge am Markt.

Leider sieht die Praxis anders aus: Um jene Stunden nicht zu verpassen, in denen sehr hohe Preise an der Börse zu erwarten sind, muss manchmal in den sauren Apfel gebissen werden.

Denn die meisten Kraftwerke haben nicht die stundenscharfe Flexibilität, die man sich gerne wünschen würde, sei es aus technischen oder aus vertraglichen Gründen (einige Wartungsverträge mit Gasturbinenherstellern erlauben zum Beispiel nur 50 Kaltstarts pro Jahr). Deshalb muss das Kraftwerk auch solche Stunden durchfahren, in denen es kein Geld verdient oder gar Verluste einfährt.

Dieses Verhalten ist leider nur „beschränkt rational“, wie der Verhaltensforscher sagt. Denn was in der einzelnen Stunde keinen finanziellen Sinn zu haben scheint, führt über mehrere Stunden eines Tages durchaus zu einem finanziellen Mehrwert. Die Gewinne nur einer Extremstunde können mehrere Stunden mit negativen Deckungsbeitrag ausgleichen. Bei einer solchen Betrachtung sprechen wir vom Vermarktungswert, der in der Regel niedriger ist als der Marktwert.

Bei uns im Haus durchgeführte, detaillierte Untersuchungen über die Fahrweise von Gaskraftwerken in UK haben gezeigt, dass schnellstartende Gasturbinen häufig eine Stunde vor den Preisspitzen eines Tages (üblicherweise ist es die Tea-Time mit der Stunde 17, die sehr hohe Strompreise erwarten lässt) auch schon produzieren, hier aber oft einen negativen Deckungsbeitrag erzielen. Dies wird toleriert, wenn in der nachfolgenden Stunde ein hoher Deckungsbeitrag erzielt wird.

Mit zunehmender Einspeisevolatilität durch erneuerbare Energien und solange Inflexibilitäten am Markt vorhanden sind, werden wir diesen Effekt europaweit bei Kraftwerksvermarktungen wohl noch oft erleben!