

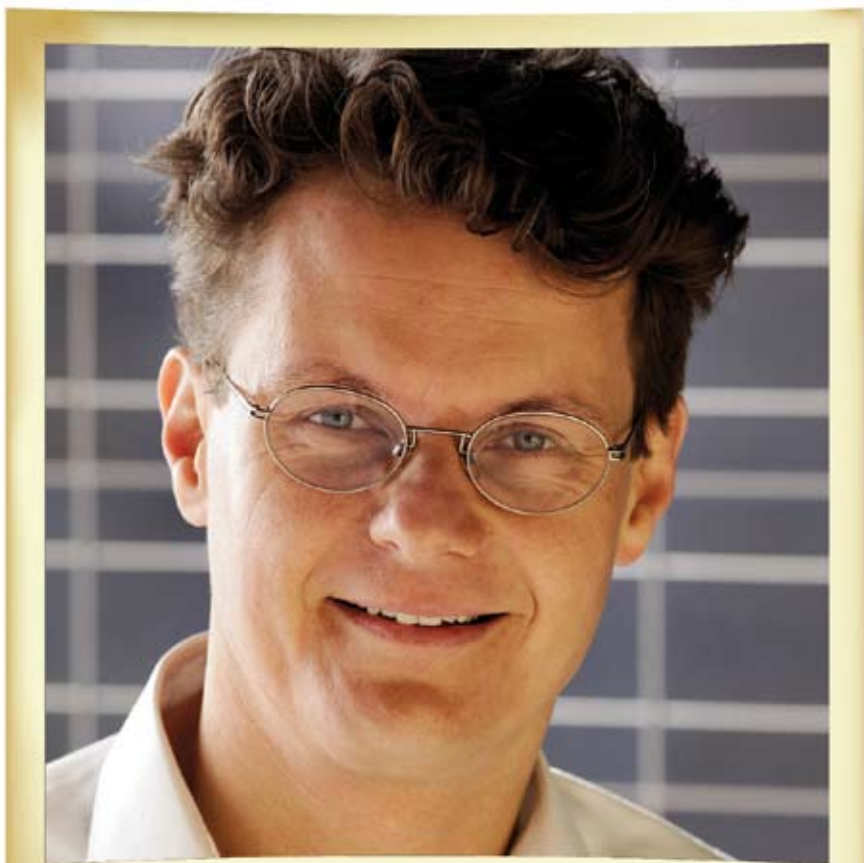
➤ Horst Ebner im Gespräch

## »Wachsen zu einer wichtigen Vermarktungsplattform«

**Horst Ebner**, Vorstand oekostrom AG, *über das Marktpotenzial* von »grünem« Strom und die Rolle als Drehscheibe bei der Einbindung von kleinen Stromerzeugern.

**Report:** Herr Ebner, es gibt den verpflichtenden Herkunftsnachweis für Strom auf den Stromrechnungen und die Darstellung klimaschädigender Auswirkungen. Hat Strom ein solches Mascherl in dem europaweit notwendigen Geflecht von erneuerbaren Energien und Ausgleichsenergie nötig?

**Horst Ebner:** Die Kennzeichnung, woher wir unseren Strom beziehen, ist auf jeden Fall sinnvoll – andernfalls sind die Kunden der Energiepolitik ihrer Anbieter völlig ausgeliefert. Sie wollen doch auch wissen, woher Ihre Bananen kommen oder der Käse auf Ihrem Frühstückstisch. Es gibt dazu bereits seit längerem auch eine Verordnungsrichtlinie der E-Control, und auch im Elektrizitätswirtschafts- und -organisationsgesetz wurde dieser Service bereits von Anfang an berücksichtigt. Dabei geht es aber nicht darum, einzelne Anbieter schlecht zu machen, sondern transparent aufzuzeigen, woher der Strom kommt: das Herkunftsland, der Anteil des inländischen Strombezugs und die Form der Energieerzeugung. Ein Problem bislang war, dass der Herkunftsnachweis auf Europaebene nicht einheitlich war. Da hatten wir Länder ohne jegliches transparentes System, und auf der anderen Seite gibt es Staaten wie Österreich, in denen von der E-Control eine Stromnachweis-Datenbank geführt wird. Auf einer solchen neutralen Ebene werden Doppelnennungen, Transfermöglichkeiten von einem auf das andere Jahr oder andere Schummelmöglichkeiten verhindert. Die E-Control prüft die Zertifikatsregelungen anderer Länder, bevor sie auch am heimischen Markt als valider Nachweis akzeptiert werden. Dies ist ein großer – und richtiger – Schritt, denn früher wusste man einfach nicht, woher die Zertifikate anderer Lieferanten tatsächlich stammten.



»Für Windkraft- ebenso wie für Kleinwasserkraftbetreiber kann oekostrom zu einer wichtigen Vermarktungsplattform wachsen«, sieht Horst Ebner.

**Report:** Wie sinnvoll ist denn der Herkunftsnachweis einer physikalischen Stromlieferung am Papier?

**Ebner:** Natürlich kann man die Lieferung nicht physikalisch steuern – Elektronen fließen ja stets den Weg des geringsten Widerstandes. Den Unterschied macht hier aber der finanzielle Strom, der vom Verbraucher zu einem bestimm-

ten Anbieter oder einem bestimmten Kraftwerk fließt. Entschließen sich viele Konsumenten bei umweltbewusst wirtschaftenden Stromerzeugern einzukaufen, wird der Stromsee am heimischen Markt insgesamt sauberer. Bei mehr als 11.000 Kunden, wie wir sie derzeit haben, betrifft dies einen relativ kleinen Marktanteil. Hätten wir 100.000 Kunden, wür-

de dieser Effekt bereits anders aussehen. Wichtig ist, was am Ende des Tages mit der Stromrechnung der Kunden finanziert wird. Wir investieren mit unseren Einnahmen in Windparks, Photovoltaik- und Biomasseanlagen sowie Kleinwasserkraftwerke. Daher bin ich zutiefst überzeugt, dass durch die Nachfrage das Marktangebot gezielt gesteuert werden kann – auch wenn dazu noch viel zu wenig in Österreich getan wird.

**Report:** Wie wichtig ist Stromkunden die Herkunftsqualität von Energie, im Vergleich zum Faktor Preis?

**Ebner:** Bislang war der Preis die wichtige Entscheidungsgrundlage für Konsumenten. Einer jüngsten Umfrage der Branche zufolge steht nun die Qualität an erster Stelle, der Strompreis folgt an zweiter Stelle. Die Zeit nach Fukushima wäre für uns aber kein so großer Erfolg gewesen, wenn wir nicht auch preislich sehr attraktive Produkte hätten. So kann sich ein Basic-Produkt aus dem oekostrom-Portfolio konkurrenzfähig mit dem Strompreis einer Wien Energie oder EVN messen. Für uns als Anbieter ist es wichtig, den Kunden eine Wahlmöglichkeit für den Einstieg in den Ökostrom geben zu können. Wir erkennen aber auch neidlos die Entwicklungen in diese Richtung bei den großen Energieversorgern an. Für den Umbau unseres gesamten Energiesystems brauchen wir auch die großen Erzeuger. Das werden die Kleinen alleine nicht schaffen.

**Report:** Wie sieht es mit Unternehmen als Zielgruppe aus?

**Ebner:** Noch fehlen die Gewerbekunden als erfolgreiches Segment am wachsenden Markt der erneuerbaren Energien. Wir haben bereits interessante Großkunden wie etwa Ikea, Grüne Erde, Almdudler und Gugler Cross Media – sie stammen teilweise aber selbst aus der Nachhaltigkeitsszene. Über Multiplikatoreffekte wollen wir nun auch Unternehmen aus anderen Wirtschaftsbereichen gewinnen. Der wachsende Trend zu Corporate Social Responsibility (CSR) stärkt bereits das Nachdenken über die bewusste Wahl eines Energielieferanten.

**Report:** Woher bezieht die oekostrom AG ihren Strom?

“ Würden gerne mehr Strom in Österreich verkaufen. Ökostrom ist besonders in Deutschland gefragt. ”

**Ebner:** Rund 20 % kommen über das Verteilprinzip der Ökostrombilanzgruppe der OeMAG aus eigenen Anlagen, der größte Teil wird von Partnergesellschaften zugekauft. Dies sind private Windkraftbetreiber, Kleinwasserkraftbetreiber und mittlerweile auch rund 550 private Photovoltaik-Anlagenbetreiber. Sie speisen ihren Stromüberschuss zu einem für sie sehr guten Preis bei uns ein. Wir kaufen auch von Wasserkraftwerken des Verbundes und anderen Erzeugern mit den entsprechenden Zertifikaten ein, vor allem wenn witterungsbedingt weniger Erträge aus Windkraft und Photovoltaik zu verzeichnen sind. Dieser Ausgleich ermöglicht uns erst die Flexibilität, um auf alternative Energien wie Windkraft setzen zu können. Umgesetzt werden mehr als 100 GWh in Österreich, weitere 200 GWh verkaufen wir aber bereits in den Handel ins Ausland. Besonders in Deutschland ist Ökostrom aus Österreich sehr gefragt. Das ist zwar etwas schade, wir würden gerne mehr Strom in Österreich verkaufen. Doch ist in Deutschland der Markt einfach größer.

**Report:** Was erwarten Sie für die nächsten Jahre?

**Ebner:** Unser strategisches Ziel ist die Verdreifachung unseres Volumens auf 30.000 Kunden in Österreich. Dieses Wachstum geht über neue Produkte und neue Dienstleistungen, so im wachsenden Markt zum Thema Energieeffizienz mit unserem Energiedienstleistungsunternehmen oekoplan. Wir glauben, dass dazu politisch gesehen auch Förderungen und Initiativen in allen Bereichen – bei Haushalten, im Gewerbe und in der Industrie – notwendig sind.

Weiters sehen wir einen starken Trend zur Eigenversorgung vor allem mit PV-Anlagen. Eine Entwicklung wird hier vom weiteren Preisverfall der Module und der steten Verbesserung im Wirkungsgrad der Technologie abhängen.

Auch auf Produktionsseite werden wir wachsen. Im Sommer wird ein Windpark

der oekostrom AG im Kittsee eröffnet. Interessante Anknüpfungspunkte gibt es auch im angrenzenden Ausland, in Ungarn, Tschechien und der Slowakei. Unser Geschäftsfokus liegt freilich weiterhin im Vertrieb, der Lieferung von Strom an die Endkunden. Gerade in der Kleinwasserkraft in Österreich herrscht hier noch großes Potenzial. Die Betreiber sollten hier mehr auf Eigenvermarktung setzen. Sie speisen oft seit vielen Jahren ihren Strom zu Minipreisen in die Netze der Landesenergieversorger ein. Wenn man hört, was sie hier teilweise bekommen, ist man schon verwundert.

In den nächsten Jahren werden weiters viele Windparks die für die Startphase vertraglich zugesicherten, geförderten Strompreise verlieren und ihre Erträge am freien Markt anbieten müssen. Für diese Windkraftbetreiber ebenso wie für die Kleinwasserkraftbetreiber kann oekostrom zu einer wichtigen Vermarktungsplattform wachsen. Betreiber wären damit nicht den Dumpingpreisen der Strombörse ausgeliefert, sondern können einen höherwertigen Strompreis dank unseres Aufbaus einer Marke und des Endkundengeschäfts erzielen. Wir bieten damit langfristige wirtschaftliche Sicherheit für diese Branche. □

## ZUM UNTERNEHMEN

➤ Die oekostrom AG ist eine österreichische Bürgerbeteiligungsgesellschaft im Eigentum von rund 2.000 Aktionären. Das Unternehmen wurde 1999 mit dem Ziel gegründet, eine nachhaltige Energiewirtschaft aufzubauen, Kunden mit grünem Strom zu versorgen und den Ausbau erneuerbarer Energiequellen in Österreich zu forcieren. 2011 wurden 34,5 Mio. Euro umgesetzt (2010: 35,3 Mio., 2009: 38,7 Mio.), davon der Großteil im Stromvertrieb an Haushalte und Unternehmen. Die AG bilanzierte mit einem positiven Ergebnis von knapp 87.000 Euro, die Vertriebspartie mit einem bereinigten Ergebnis von 300.000 Euro.