

# Deutliche Abkühlung auf dem Ökostrommarkt

Die Zahl täuscht: Auch wenn E&M mit der diesjährigen Umfrage den Rekordwert von rund fünf Millionen Ökostromkunden ermittelte, schwächelt der Markt – und das ausgerechnet in Zeiten der Energiewende. **VON RALF KÖPKE**

**B**undesweit gibt es mittlerweile mindestens fünf Millionen privater Grünstromkunden. Das ist das wichtigste Ergebnis der neunten E&M-Ökostromumfrage. Bei der Erhebung ein Jahr zuvor standen noch knapp eine Million weniger grüne Privatverbraucher in der Ergebniszeile. Das heißt: Gemessen an den bundesweit etwa 40 Mio. Haushalten wird jeder achte mit einem Ökostromprodukt versorgt – diese Quote von umgerechnet 12,5 Prozent ist noch vor wenigen Jahren kaum vorstellbar gewesen.

Es gibt aber einen dicken Wermutstropfen: Der Anstieg der Grünstromkunden basiert im wesentlichen auf der Umstellung ganzer Portfolios einiger Energieversorger auf Ökostrom, ohne dass die Kunden aktiv wechseln müssen (siehe Kasten Seite 10). Ein weiterer Grund für die aktuelle Rekordzahl ist der Erhebung an sich geschuldet: Noch nie konnte E&M so viele Anbieter mit ihren Ökostromtarifen erfassen (siehe Kasten Seite 11).

Die Entwicklung auf dem Ökostrommarkt ist ernüchternd schnell beschrie-

ben: Nach einer kurzzeitigen heftigen Wechselwelle, die nach dem Fukushima-Gau im Frühjahr 2011 einsetzte und wenige Wochen dauerte, fehlt dem Ökostrommarkt seither die Dynamik – und zwar bis heute. Für dieses Jahr erwartet nur etwa ein Drittel der Unternehmen, deren Antwortbögen vorliegen, einen Zuwachs im Ökostromgeschäft. Knapp zwei Drittel geht dagegen von allenfalls gleichbleibenden, meist aber von sinkenden Kunden- und Absatzzahlen aus.

## Wenig prickelnde Marktumstände

Dass der Ökostrommarkt hierzulande stagniert, weiß niemand besser als die LichtBlick SE aus Hamburg. Der langjährige Marktführer musste im vergangenen Jahr im Vergleich zu 2011 ein Minus von 100 000 Haushaltskunden hinnehmen. Mit 485 000 Privatkunden rangieren die Hanseaten weit vor der Nummer zwei, der HSE AG und deren Vertriebs Tochter Entega mit annähernd 376 000 Kunden.

2012 hat LichtBlick eigentlich 90 000 neue Haushaltskunden gewonnen, im Saldo aber eben 10 000 verloren. „Dass wir das Niveau weitestgehend gehalten haben, ist für mich angesichts der wenig prickelnden Marktumstände eine starke Leistung“, sagt Gero Lücking, Geschäftsführender Direktor Energiewirtschaft.

Trotz des faktischen Rückgangs zeigt er sich zufrieden: „Unsere Zahlen in der Bilanz stimmen. Seit unserer Gründung haben wir mit jedem Haushaltskunden einen Deckungsbeitrag erwirtschaftet.“ Froh ist Lücking auch deshalb, weil das Unternehmen im Sondervertragskundenbereich den Absatz um gleich 45 Mio. kWh ausweiten konnte.

Wenn Lücking von „wenig prickelnden Marktumständen“ spricht, denkt er vor allem an die Pleiten der Discounter Teldafax und Flexstrom sowie die Querelen um Care Energy: „Das hält Verbraucher davon ab, ihren Stromanbieter zu wechseln. Wir sehen die Bundesnetzagentur in der Pflicht, solchen Unternehmen schon frühzeitig die gelb-rote Karte zu zeigen.“ Die Negativverfahren mit den vermeintlichen Billiganbietern diskreditieren letztendlich den Markt, wovon alle Unternehmen betroffen seien.

LichtBlick hat vor einigen Wochen rückwirkend zum 1. Januar 2013 die von mehreren norddeutschen Stadtwerken getragene Nordland Energie und deren Marke Drift übernommen. „Das sehen wir als Auftakt einer Konsolidierungswelle im gesamten Strommarkt“, sagt Lücking und kündigt weitere Übernahmen an: „Da kommt noch einiges von uns.“

Womit der Versorger wohl eher den Schub für neues Kundenwachstum bekommen könnte, was das „her-

kömmliche“ Geschäft momentan kaum möglich macht: „Der klassische Markt ist derzeit eher träge“, konstatiert Lücking, „an unserem Ziel von zwei Millionen Kunden halten wir aber weiterhin fest. Wir sehen große Potenziale in der Marktkonsolidierung und in innovativen Vertriebspartnerschaften.“

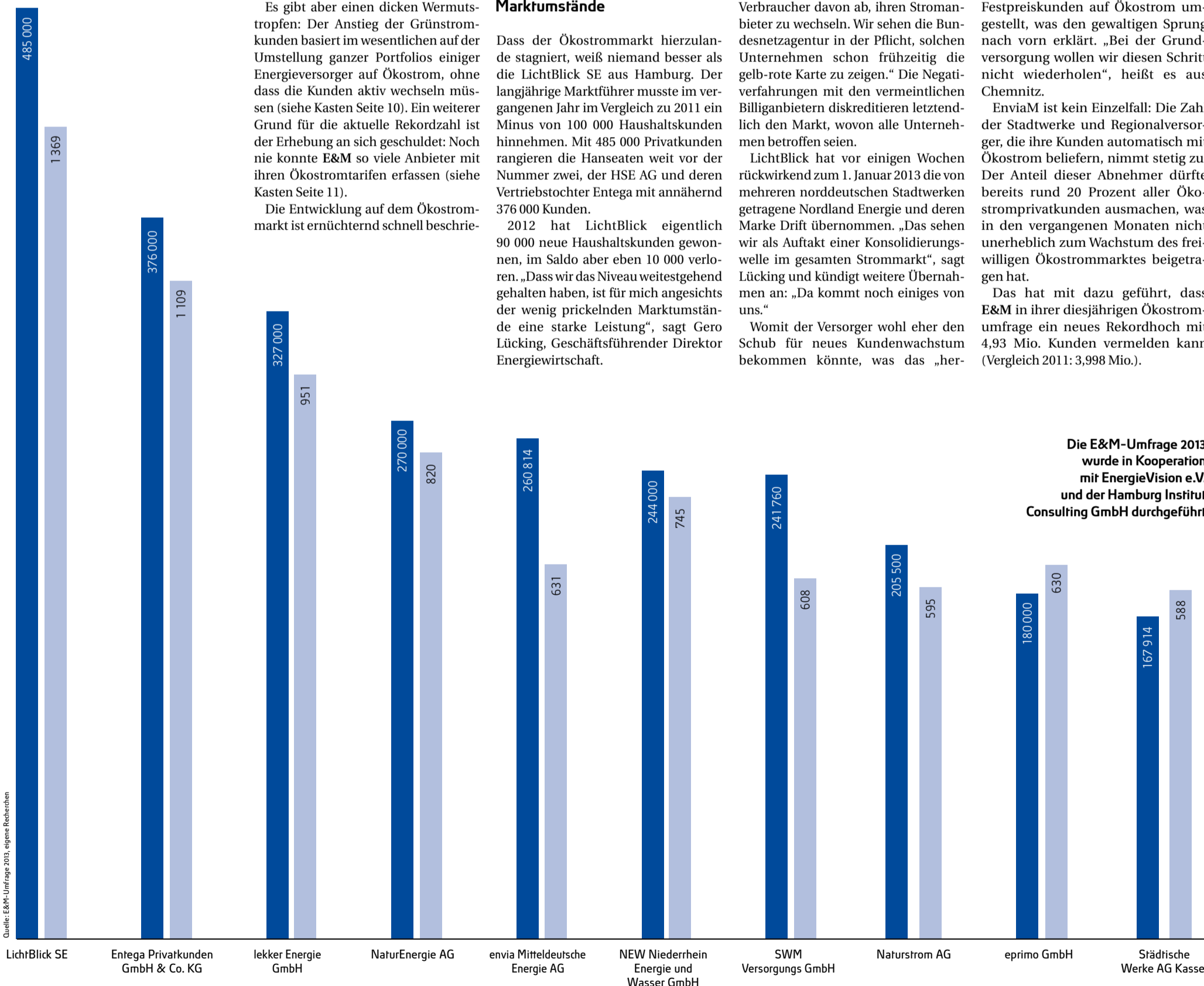
Ohnehin hat sich auf den vorderen Plätzen kaum etwas getan – bis auf eine Ausnahme: Auf Platz fünf schnellte enviaM mit immerhin mehr als 260 000 Kunden empor. Die Sachsen hatten im März 2012 ihre gesamten Festpreiskunden auf Ökostrom umgestellt, was den gewaltigen Sprung nach vorn erklärt. „Bei der Grundversorgung wollen wir diesen Schritt nicht wiederholen“, heißt es aus Chemnitz.

EnviaM ist kein Einzelfall: Die Zahl der Stadtwerke und Regionalversorger, die ihre Kunden automatisch mit Ökostrom beliefern, nimmt stetig zu. Der Anteil dieser Abnehmer dürfte bereits rund 20 Prozent aller Ökostromprivatkunden ausmachen, was in den vergangenen Monaten nicht unerheblich zum Wachstum des freiwilligen Ökostrommarktes beigetragen hat.

Das hat mit dazu geführt, dass E&M in ihrer diesjährigen Ökostromumfrage ein neues Rekordhoch mit 4,93 Mio. Kunden vermelden kann (Vergleich 2011: 3,998 Mio.).

## Ökostrom-Ranking Top 10

■ Anzahl Privatkunden  
■ Absatz Privatkunden in Mio. kWh



Die E&M-Umfrage 2013 wurde in Kooperation mit EnergieVision e.V. und der Hamburg Institut Consulting GmbH durchgeführt

➤ Entsprechend stieg der Absatz auf rund 15 Mrd. kWh (Vergleich 2011: 12,1 Mrd. kWh). Eine insgesamt positive Entwicklung gab es 2012 bei den Gewerbekunden: Mit 240 000 ermittelten Kunden gab es im Vergleich zum Vorjahr ein Plus von knapp 30 Prozent. Etwas geringer mit rund 20 Prozent fiel das Plus beim Absatz aus, der auf 10,3 Mrd. kWh stieg (Vergleich 2011: 8,6 Mrd. kWh). Aus allen ausgewerteten Tarifen betrug der Absatz bei Privat- und Gewerbekunden zusammen rund 25,3 Mrd. kWh (Vergleich 2011: 21 Mrd. kWh). Davon entfielen 21,1 Mrd. kWh auf Mengen,

die von den Anbietern selbst gemeldet wurden. Weitere 4,1 Mrd. kWh wurden als Absatz von Anbietern ermittelt, die nicht an der Umfrage teilgenommen haben.

### Gewerbekunden sind zurückhaltend mit ihren Daten

Festzuhalten bleibt, dass auf die Privatkunden mit 15 Mrd. kWh ein höherer Bezug als auf die Gewerbekunden mit 10,3 Mrd. kWh entfällt. Dieses Verhältnis ist jedoch nicht repräsentativ für die Situation des gesamten Ökostromab-

satzes: Branchenweit bekannt ist, dass zahlreiche große Gewerbekunden ihren Ökostrom direkt von Großhändlern beziehen und somit mit einer Umfrage wie von E&M nur schwer zu erfassen sind. Insofern liegen die tatsächlichen Absatzmengen vor allem bei den Industrie- und Gewerbekunden bundesweit höher als die ermittelten Zahlen. In welcher Größenordnung sich der Absatz bewegen dürfte, dafür gibt der letztjährige Monitoring-Bericht der Bundesnetzagentur eine Anhaltgröße: Für das Jahr 2011 weist die Bundesbehörde eine Abgabe an „weitere Letztverbraucher“ in der Größenordnung von 19,7 Mrd. kWh aus.

Ein Absatzanstieg im Gewerbekunden-Segment hat auch der HSE AG insgesamt zu einem Plus für das Ökostromjahr 2012 verholfen. Mit gelieferten 2,257 Mrd. kWh für Privat- und Gewerbekunden konnte die Vertriebs Tochter Entega die Vorjahresmarke leicht toppen. Dagegen mussten die Rheinhessen bei den privaten Haushalten zum zweiten Mal in Folge ein Minus auf nunmehr 376 000 Haushalte vermelden. Für 2011 begründete HSE den Rückgang vor allem mit „statistischen Bereinigungen“. Für das zurückliegende Jahr sieht René Sturm die Ursache in einem „knallharten Preiswettbewerb“. „Da sind Unternehmen mit Preisen im Markt unterwegs, die einfach nicht kostendeckend sein können“, schüttelt der Chef von Entega Privatkunden den Kopf. Dass er an den Billig-Hoppeln unter den Privatkunden wenig Interesse hat, daraus macht Sturm kein Geheimnis: „Uns liegt an den Haushaltskunden, die den Wechsel bewusst vornehmen und die unser Engagement für den Ausbau erneuerbarer Energien und der Energieeffizienz zu schätzen wissen.“ Im vergangenen Jahr hat HSE dafür nach eigenen Angaben 178 Mio. Euro investiert. Für dieses Jahr plant Entega die „letztjährigen Verluste“ im Haushaltskunden-Segment auszugleichen. Neue Kunden wollen die Rheinhessen vor allem in der Region gewinnen. Das heißt im Umkehrschluss: Entega hat sich bei-

spielsweise von aufwendigen Vertriebsaktivitäten in Norddeutschland verabschiedet, das Hamburger Vertriebsbüro wurde im September 2012 geschlossen. „Der Preiswettbewerb in der Akquise ist ruinös“, lautet das ernüchterte Fazit von Sturm. Das werde den Versorger allerdings nicht davon abhalten, den eingeschlagenen Weg als grüner Qualitätsanbieter weiterzugehen.

Entega steht mit diesen Erfahrungen nicht alleine da: Die Auswertung der E&M-Umfrage zeigt deutlich, dass Anbieter mit Wachstum im Jahr 2012 im Durchschnitt rund 80 Euro netto pro Jahr günstiger sind als die Energieversorger, deren Geschäft nach eigener Aussage schlechter als im Vorjahr gelaufen ist. Der Preis ist also weiterhin ein entscheidender Faktor für die Dynamik der einzelnen Anbieter. Wer Marktanteile gewinnen will, wird dafür Geld in die Hand nehmen müssen. Fragt sich nur, wo die Grenze zwischen legitimem „Marktwachstumspreis“ und riskantem Dumpingangebot liegt – ein Fiasko wie jüngst bei Flexstrom wäre im Ökostromsegment eine Katastrophe für alle Anbieter.

### Proteste gegen Kohlekraft sollen neue Kunden bringen

Wenn es im Kreis der Unternehmen, die sich an der Umfrage beteiligt haben, einen Gewinner gibt, dann ist es die Naturstrom AG aus Düsseldorf. Im Vergleich zu 2011 konnten die Rheinländer mehr als 33 000 neue Haushaltskunden gewinnen. Auch wenn Naturstrom damit nicht die in den Vorjahren (fast) schon gewohnte Verdopplung geschafft hat, freut sich Vorstand Oliver Hummel: „Da es seit Anfang 2012 keine Wechselanreize mehr gibt, sind wir mit dem Erreichten durchaus zufrieden.“ Aktuell umfasse die Kundendatei von Naturstrom 230 000 Kunden, am Ende des Jahres könnte die Viertelmillionengrenze erreicht werden. „Aber nur, wenn alles positiv läuft“, so Hummel.

Da mit dem beschlossenen Ausstieg „das Atomthema als emotionaler Wech-

selanreiz“ weggefallen ist, wünscht er sich für die nächste Zeit mehr Protestaktionen gegen die Kohlekraft: „Das mag manchen Verbraucher daran erinnern, warum wir den Ökostromausbau brauchen, nämlich als Beitrag zum Klimaschutz.“ Für die nächsten Wochen ist in der Naturstrom-Zentrale kleinteilige Kärnerarbeit angesagt: „Die große Marketingaktion gibt es ohnehin nicht, deshalb setzen wir auf einen bunten Strauß von vielen kleinen Aktivitäten, um am Markt für Wechselwillige präsent zu bleiben“, sagt Hummel.

Dieser Satz könnte auch von der Grande Dame des deutschen Ökostrommarktes stammen, Ursula Sladek. Auch die Mitbegründerin der Elektrizitätswerke Schönau (EWS) vermisst derzeit die große Wechselstimmung. Dass EWS im vergangenen Jahr mit einem Zuwachs von 12 890 Haushaltskunden im „üblichen Wachstumskorridor“ zwischen 8 000 und 13 000 Neukunden gelandet ist, führt Sladek auf den härter gewordenen Wettbewerb zurück: „Fast jedes Stadtwerk hat nun ein Ökostromprodukt. Dabei bin ich wirklich froh, dass in den Reihen der Kommunal-

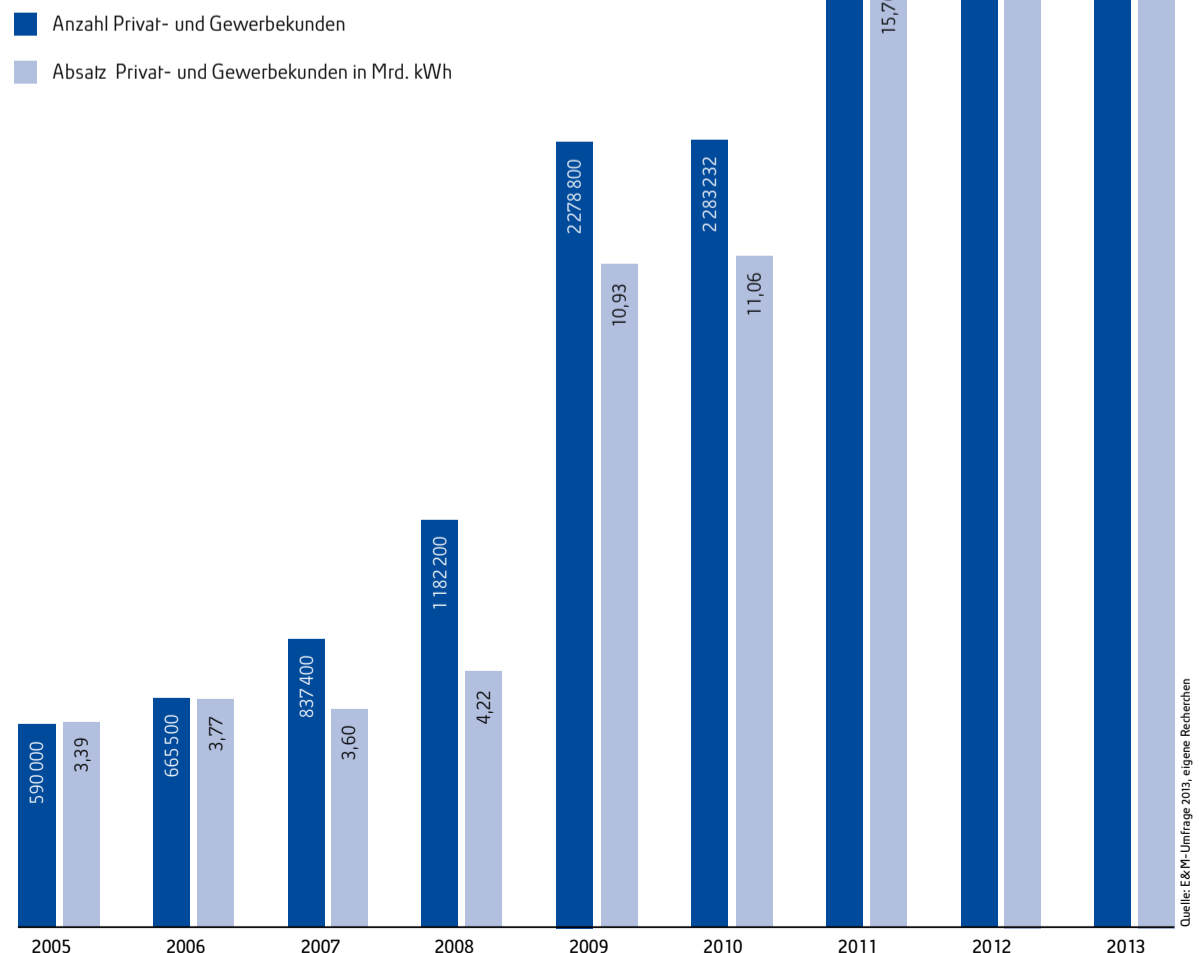
### Komplett grün

Während sich der freiwillige Ökostrommarkt derzeit offenbar an bescheidene Wachstumsraten gewöhnt, mausert sich der „unfreiwillige“ Ökostrommarkt zum eigentlichen Wachstumsmotor für den Gesamtabsatz: Immer mehr Stadtwerke stellen ganze Kundenportfolios auf Ökostrom um, ohne dass die Privatkunden aktiv werden müssen. Preis und Vertragsbedingungen bleiben in der Regel unverändert. Jüngstes Beispiel sind die Stadtwerke Jena-Pöbbeck, was Geschäftsführer Thomas Zaremba so begründete: „Wir waren bereits das Stadtwerk in Thüringen mit den meisten Ökostromkunden. Das hat uns gezeigt: Grüner Strom kommt an bei unseren Kunden. Darüber hinaus konnten wir durch die gestiegene Menge an eingekauftem Ökostrom Einkaufsvorteile erzielen. Beide Fakten zusammen genommen haben uns bewogen, unseren Strom auf 100 Prozent ‚grün‘ umzustellen.“ Die Anfänge dieses Trends liegen im Jahr 2007, als erste Stadtwerke wie Kassel und Wedel begannen, ihre Kunden auf Ökostrom umzustellen. Es folgten vor allem kleine und mittelgroße Versorger wie die Stadtwerke Unna oder Speyer, die Energie SaarLorLux oder die Wemag in Schwerin. Inzwischen kamen größere Portfolios wie zuletzt von enviaM dazu, so dass nach Recherchen des Hamburg Institutes inzwischen von deutlich über einer Million „unfreiwilliger“ Ökostromkunden ausgegangen werden muss. Das macht über 20 Prozent der Endkunden im Grünstrommarkt aus.

Eine noch selbstverständlichere Rolle spielt Ökostrom im Zuge der Rekommunalisierung. Für das Vorzeigeprojekt beim Neuaufbau einer städtischen Energieversorgung, der Hamburg Energie, war „Ökostrom für alle“ bereits im Gründungskonzept angelegt. Gleiches vollzog sich bei den neu gegründeten Ahrtalwerken in Rheinland-Pfalz. Die jüngste Stadtwerksgründung in einer Großstadt erfolgte in Stuttgart. Auch dort ist Ökostrom der Standard. Interessanterweise findet der Neuaufbau in der inzwischen grün regierten Landeshauptstadt in enger Kooperation mit den Elektrizitätswerken Schönau statt, also einem der vier etablierten bundesweiten Ökostromanbieter. „Von solchen Kooperationen werden wir in der kommenden Zeit mehr sehen“, erwartet Robert Werner, Geschäftsführer des Hamburg Institutes.

Mit der Umstellung auf Ökostrom wird allerdings das Marktpotenzial der klassischen Ökostromanbieter merklich eingeschränkt. „Vierorts taugen die Stadtwerke als ‚echte‘ Wettbewerber der Ökostromanbieter nicht mehr, da sie nicht selten zu respektablen Akteuren der Energiewende geworden sind. Deshalb werden wir jetzt eine Phase der Kooperation zwischen Stadtwerken und den klassischen Ökostromanbietern erleben“, prognostiziert Werner. Wenn er Recht behält, sind die Stadtwerke Stuttgart nur der Beginn einer Geschichte über eine neue Allianz in der Energiewendewirtschaft.

Entwicklung der Kunden- und Absatzzahlen von Ökostrom



**Wir denken an morgen**

## Immer da, um mit Biss die Energiewende zu meistern

Die Energiewende leben wir seit über 20 Jahren. Das dadurch erworbene grüne Know-how fließt in unsere umfassenden technischen Dienstleistungen und kommt so auch unseren Geschäftskunden zugute. Wir denken an morgen und Sie können an Ihr Kerngeschäft denken.

Mehr dazu unter [stawag.de/weitblick](http://stawag.de/weitblick)

Quelle: E&M-Umfrage 2013, eigene Recherchen

versorger die Zahl derer steigt, die ein wirklich gutes Produkt anbieten.“ So hat EWS Anfang 2013 in Stuttgart auch gut 2 000 Kunden an die neuen Stadtwerke Stuttgart abgetreten, mit denen die Schönauer gemeinsam den Ökostromvertrieb organisieren.

In den nächsten Wochen und Monaten wollen sie die eingeleitete Diversifikation ihrer Aktivitäten fortsetzen. Dazu zählt nicht nur das Dienstleistungsgeschäft für andere Stromanbieter oder die Betreuung von Nahwärmekonzepten, sondern auch die Übernahme von weiteren Stromnetzen. „Dazu haben wir mit den Stadtwerken Schwäbisch Hall das gemeinsame Unternehmen Energieversorgung Schönau-Schwäbisch Hall GmbH gegründet“, so Sladek. Beim bisherigen Kerngeschäft, dem Ökostromvertrieb, erwartet sie in diesem Jahr indes nur „leichte Zuwächse“.

### Stawag profitiert von regenerativer Ausbaustrategie

Ähnlich sieht es bei Greenpeace Energy aus. „Generell ist der Ökostrommarkt nach dem Boomjahr 2011 deutlich schwieriger geworden“, sagt Susanne Grabler, im Vorstand der Energie-Genossenschaft zuständig für Vertrieb. „Umso mehr freut es uns, dass Greenpeace Energy sich im stärker werdenden Wettbewerb auf dem Ökostrommarkt behaupten kann und sogar wächst, wenn auch nur leicht. Wir gehen davon aus, dass sich diese gute Entwicklung auch 2013 und in den nächsten Jahren fortsetzt“, hofft sie.

In ihren Worten klingt viel Zweckoptimismus mit. Mit 2 570 Neukunden hatte Greenpeace Energy im Vergleich zu Naturstrom und EWS den geringsten Zuwachs im vergangenen Jahr. Zudem wies die Bilanz ein Minus von rund einer Million Euro auf, außerdem muss-

te der Grünstromanbieter Mitarbeiter entlassen. Nach wie vor hat der Versorger im Vergleich mit den anderen unabhängigen Ökostromanbietern mit einem nicht unerheblichen Nachteil zu kämpfen: Greenpeace hat unter den unabhängigen Vier die höchsten Preise.

Dass für die meisten Verbraucher der Preis auch im Ökostromsegment die entscheidende Rolle spielt, war in den vergangenen Wochen im Kreis der Unternehmen der Arbeitsgemeinschaft für sparsame Energie- und Wasserverwendung (ASEW) zu beobachten, die jahrelang die Marke energreen im Portfolio hatten. Energgreen, der Klassiker unter den drei ASEW-Ökostromprodukten, ist ein Aufpreismodell, das den Haushaltskunden in der Regel 4 Ct/kWh mehr kostet. 64 Kommunalversorger hatten energreen noch im vergangenen Jahr angeboten, mittlerweile sind es nur noch 22. „Nach unserem Ausstieg beim Grüner Strom Label haben viele unserer Mitgliedsunternehmen wohl ihre Grünstromangebote überprüft und dann einen anderen Weg eingeschlagen“, kommentiert die langjährige ASEW-Geschäftsführerin Vera Litzka diese Entwicklung. Litzka, seit Anfang Mai Werkleiterin bei den Stadtwerken Neustadt in Ostholstein, erwartet einen Aufschwung des ASEW-Produktes watergreen plus: „Da passt das Verhältnis zwischen Preis und Zusatznutzen.“

Der letztjährige Absatz von 31 Mio. kWh zeigt, dass energreen bei den meisten ASEW-Unternehmen nicht der Renner gewesen ist – und sie deshalb eigene Wege gegangen sind. Zu diesen Unternehmen zählen beispielsweise die Stadtwerke Aachen, die dank eines Zuwachses von 8 174 Kunden Ende des Jahres 26 626 Haushalte mit Ökostrom belieferten. „Wir gewinnen zunehmend an Glaubwürdigkeit dank der Investitionen in eigene regenerative Anlagen, mit

denen wir Ende dieser Dekade 60 Prozent unseres Gesamtabsatzes decken wollen“, erklärt Vertriebsleiter Andreas Maul diesen Trend. Mit diesem Ziel habe die Stawag im kommunalen Kreis fast ein Alleinstellungsmerkmal.

Auch verstärkt auf die Ökostromkarte setzen die Pfalzwerke und ihre Online-Vertriebsstochter 123energie, die es zusammen im vergangenen Jahr auf 32 700 Privatkunden gebracht haben. Die Zahl wird steigen, denn seit 1. April haben die Pfalzwerke – mit Ausnahme der Grundversorgung – alle Tarife auf Ökostrom umgestellt. „Dieses Angebot, das zeigen bereits die ersten Wochen, wird sehr gut angenommen“, sagt Christian Fejér vom Vertrieb und Handel.

### Trend zu regionaler Ökostrombelieferung zeichnet sich ab

Gut angenommen haben auch die Gewerbekunden von Clean Energy Sourcing aus Leipzig Service und Preis. „Unsere Kundenkontinuität liegt bei 93 Prozent“, sagt Geschäftsführer Thomas Pilgram. Auch wenn die Sachsen in diesem Jahr ihre letztjährige Absatzmenge von 4 Mrd. kWh nicht erhöhen werden, ist Pilgram nicht unzufrieden: „Wir werden weiter wachsen, brauchen aber erst einmal eine Pause, um das Wachstum der vergangenen Jahre intern verarbeiten zu können.“



Wie auch Clean Energy Sourcing setzt die Naturenergie AG auf die physikalische Belieferung ihrer Kunden. „Wir sind froh, dass wir weiterhin neue Kunden mit klaren Wertvorstellungen gewinnen“, sagt Vorstand Achim Geigle. Bei den Verkaufsgesprächen helfe dem Unternehmen auch das neue Herkunftsnachweisregister: „Woher der Strom stammt und wie er erzeugt worden ist, wollen die Leute verstärkt wissen“, lauten die Erfahrungen seiner Vertriebsmannschaft. Und noch eine Frage werde verstärkt gestellt: ob Naturenergie Ökostrom für Elektromobilitätsprojekte liefern könne. „Das könnte ein neuer Trend werden“, so Geigle.

Mit der regionalen Direktvermarktung von Ökostrom ist ein neuer Trend bereits eingeleitet. Zu den Vorreitern zählt die juwi-Gruppe aus Wörstadt. Über ihre Windparks versorgen die

Rheinessen bereits 500 Haushalte. Für die Direktvermarktung nutzt juwi zwar auch den EEG-Paragraphen 33, allerdings nicht Absatz a, der die Bedingungen für die Marktprämie regelt, sondern Absatz c, der die Spielregeln für die „sonstige Vermarktung“ festlegt. Das Regionalstromangebot sieht juwi als Stärkung der dezentralen Energieversorgungsstrukturen. „Da, wo ein Windpark von uns entsteht, sollen die Bürger auch von einem günstigen Strompreis profitieren können“, beschreibt Jan Knievel von der juwi Energielösungen GmbH die Philosophie. 26,50 Cent kostet in diesem Jahr die Kilowattstunde des juwi-Stroms. Auch das soll helfen, dass sich die Kundenzahl bis Jahresende auf 2 500 erhöht. Klingt nicht viel, aber auch der Ökostrommarkt hat mal ganz klein begonnen. **E&M**

### Wissenswertes zur neunten E&M-Ökostromumfrage

- Erstmals wurde **E&M** bei der Datensammlung von der Hamburg Institut Consulting GmbH (HIC) unterstützt. Diese hat die durch die Umfrage zusammengetragenen Zahlen durch die über das ok-power-Label öffentlich verfügbaren Zertifizierungsmengen ergänzt – und zwar bei den Unternehmen, von denen **E&M** keine Antwortbögen erhalten hat. Bei diesen sind die bei EnergieVision, dem Trägerverein des Gütesiegels ok-power, zertifizierten Grünstrommengen durch den jährlichen Durchschnittsverbrauch einer vierköpfigen Familie von 3 500 kWh dividiert worden, um annäherungsweise eine Kundenzahl zu ermitteln.
- Die recherchierten Kunden- und Absatzzahlen dürften, wie bei den Erhebungen in den Vorjahren, eher zu niedrig als zu hoch ausgefallen sein. Die Zahlen sähen besser aus, wenn alle angeschriebenen Anbieter ihre Kunden bei der Umfrage gemeldet hätten. Was ein frommer Wunsch bleiben wird. **E&M** bietet deshalb, wie immer, mit der Auswertung eine Annäherung an den Ökostrommarkt nach bestem Wissen und Gewissen auf Basis freiwilliger Datenmeldungen der Ökostromanbieter. Insgesamt wurde der Fragebogen an 824 Anbieter verschickt, die über das Internet, über die Datenbank der Leipziger GET AG sowie persönliche Kontakte ermittelt wurden. Zudem hat die Arbeitsgemeinschaft für sparsame Energie- und Wasserverwendung (ASEW) im VKU, mit der die **E&M**-Redaktion bei der Ökostromumfrage seit der Premiere im Jahr 2005 kooperiert, die Daten ihrer im Ökostromsektor tätigen Unternehmen beigesteuert.
- Ausgewertet werden konnten 469 Ökostromtarife, die von insgesamt 261 Anbietern vorlagen.
- Eine Reihe von Unternehmen, vom Verbundunternehmen bis hin zum kleinen Stadtwerk, haben dagegen aus „Wettbewerbsgründen“ auf die Teilnahme an der Umfrage verzichtet. Die wenigsten Verbraucher sehen in Unternehmen wie RWE oder Vattenfall (die nicht geantwortet haben) einen Ökostromanbieter. Dass gerade viele kleine Stadtwerke nicht an der Umfrage teilgenommen haben, ist schade und unverständlich. Gerade die kleinen Kommunalversorger müssten angesichts des steigenden Wettbewerbs ein Interesse daran haben, ihre Ökostromaktivitäten von unabhängiger Seite dokumentiert zu sehen.
- Die **E&M**-Redaktion geht davon aus, dass mit den vorliegenden 469 Datensätzen der deutsche Ökostrommarkt mit den wichtigsten Playern abgebildet ist. Bei einigen Unternehmen wie beispielsweise der badenova AG oder der eprimo GmbH basieren die angegebenen Zahlen auf Schätzungen und eigenen Recherchen. Geschätzt sind auf jeden Fall Kunden- und Absatzzahlen bei rund 50 Unternehmen, die ihre Produkte durch das ok-power-Label zertifizieren lassen (siehe oben).
- Insbesondere bei den Absatzzahlen sind Unschärfen möglich. So treten Unternehmen wie die Verbund AG, die Naturwatt GmbH oder die REpower AG für eine Reihe von Stadtwerken als Vorlieferanten auf. Da die **E&M**-Redaktion deren Lieferverträge mit ihren kommunalen Kunden nicht kennt, sind „Doppelbuchungen“ möglich, auch wenn die Mengen der Weiterverleiher nicht der Absatzmenge an Endkunden hinzugerechnet wurden.
- Wieschon in den Vorjahren, hat **E&M** die detaillierten Ergebnisse der Ökostromumfrage nicht in der anfangs üblichen „Riesentabelle“ veröffentlicht. Angesichts der Datenmengen ist eine übersichtliche Darstellung schon lange nicht mehr möglich. Alle Unternehmen, die sich an der Umfrage beteiligt haben, bekommen diese Übersicht kostenlos zugestellt – als Dankeschön für die teilweise schon seit Jahren anhaltende Bereitschaft, ihre Ökostromdaten zur Verfügung zu stellen.
- Interessierte können die Ökostromumfrage als pdf-Datei zum Preis von 50 Euro zuzüglich MwSt. bei Energie & Management bestellen.

## Image und Umwelt etwas Gutes tun: Das schafft Strom aus Wasserkraft.



H<sub>2</sub>O – das ist Premiumstrom aus deutschen und österreichischen Wasserkraftwerken mit TÜV SÜD Gütesiegel. So sichern Sie Ihrem Unternehmen eine eindeutige ökologische Positionierung am Markt – und damit einen Imagegewinn. Informieren Sie sich jetzt unter **+49 (0) 89 890 56-0** oder auf **www.verbund.de**

**Verbund**  
Am Strom der Zukunft