

Aktuelle Marktinformationen für Kunden und Interessenten im April 2010

Das Ende der Vollversorgung

Das Überangebot an Erdgas führt weltweit zu einem massiven Preisverfall an den Spot- und Terminmärkten. Der Ölmarkt zeigt sich davon unbeeindruckt und ist nach dem Einbruch zu Beginn des letzten Jahres wieder in einen Bereich jenseits der 80\$/bbl gestiegen. Diese asymmetrische Entwicklung, der Verfall des Gaspreises und der Anstieg der Ölpreise, setzt die traditionelle Gaswirtschaft massiv unter Druck. Die Ölpreisentwicklung führt zu immer höheren Preisen in ölindizierten Gaslieferverträgen, während die Beschaffung an den Handelspunkten deutlich günstiger ist. Die Folge: Die Durchsetzung des Preisniveaus aus älteren ölindizierten Lieferverträgen ist de facto unmöglich geworden.

Wettbewerbsdruck als Treiber

Stadtwerke und regionale Versorger sehen sich in allen Kundensegmenten einem erheblichen Wettbewerbsdruck ausgesetzt. Das vorausseilend eingekaufte ölindizierte Gas zeigt sich in der aktuellen Situation unverkäuflich. Insbesondere hochgradig preissensible Kundengruppen, wie Gewerbe- und Industriekunden, wechseln den Versorger, was zu massiven Absatzverlusten der etablierten Unternehmen führt. Profiteure der aktuellen Situation sind diejenigen Unternehmen, die nicht vorausseilend für ihre Kunden beschafft haben und sich auf Basis der aktuellen Handelsmarktpreise für Gas eindecken. Das Ausmaß des Unterschiedes in der Beschaffung zeigt die folgende Grafik.

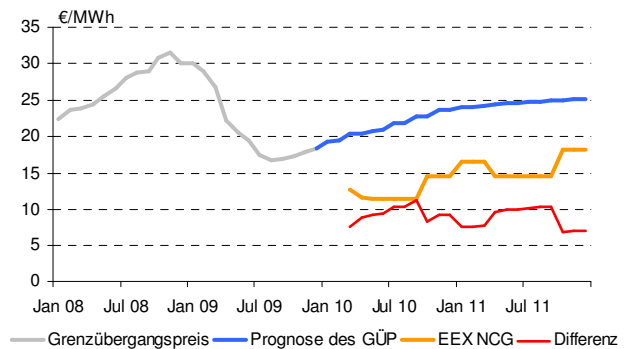


Abbildung 1: Grenzübergangspreis und Handelspreis für Gas am 12.03.2010

Der langjährige Preisanker für Gas – der Grenzübergangspreis – liegt deutlich über dem Niveau der Handelsplätze. Transport- und Strukturunterschiede können den Preisunterschied der beiden Produkte nicht erklären. Dadurch hat die traditionelle Gasversorgung gegenüber Newcomern einen Preisnachteil in der Gasbeschaffung von wenigstens 8 €/MWh. Diese Preisdifferenz kann auch auf Basis von Vertriebspreisinformationen nachvollzogen werden. Der Standardkunde im Kleinkundenbereich mit ca. 20 MWh/a hat bei einem Versorgerwechsel ebenfalls einen Preisvorteil von ca. 8 €/MWh. Die nachfolgende Grafik veranschaulicht die Preisdifferenz zwischen den Sonderprodukten von 72 regionalen Versorgern und Stadtwerken zu den günstigsten Drittanbietern im jeweiligen Netzgebiet.

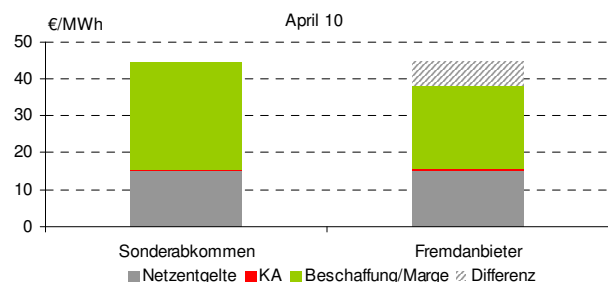


Abbildung 2: Vergleich der Sonderabkommen und Drittanbieter in gleichen Netzgebieten

Doch was bedeutet das für die Gaswirtschaft? Zwei Dinge sind die wesentlichen Treiber. Zum einen ist der Markt ausreichend liberalisiert, um dritten Parteien eine Versorgung von Endkunden zu ermöglichen. Zum anderen bietet die aktuelle Marktsituation für neue Marktteilnehmer den optimalen Einstieg in den Gasmarkt. Etablierte Versorger sind größtenteils in Ihren Verträgen gefangen und können das Preisniveau der neuen Anbieter auf Basis von Handelspreisen nicht erreichen. Die Folge ist eine komplette Umstrukturierung der Beschaffung als auch der Vertriebspreiskalkulation.

Vertriebsportfolio

Das Problem der etablierten Unternehmen liegt in der voreilenden Beschaffung aller voraussichtlich benötigten Mengen ohne Rücksicht auf mögliche Veränderungen im Vertriebsportfolio. Getrieben wurde diese Entwicklung durch den aufkommenden Wettbewerb in den vergangenen Jahren. Speziell der Kommunalgaspreis rückte immer näher an den Importpreis für Gas. Eine Beschaffung schien daher günstig und das Preisniveau wurde von vielen Unternehmen über zwei Jahre mit öllindizierten Verträgen gesichert. Der Verfall an den Handelsmärkten und eine Entkopplung des Gases vom Öl wurde als äußerst unwahrscheinliches Szenario eingestuft, ist aber dennoch eingetreten. Speziell Stadtwerke mit großen Industriekunden sind unter erheblichen Wettbewerbsdruck geraten und leiden unter massiven Kundenverlusten oder aber negativen Margen. Stadtwerken ist daher dringend geraten eine Bestandsaufnahme ihres Vertriebsportfolios zu machen und die Beschaffung darauf auszurichten. Maßgeblich ist eine Zerlegung des Portfolios in verschiedene Kundengruppen unter Berücksichtigung von Vertragslaufzeiten, Wechselneigung bzw. Preissensitivität und Kundengröße. Des Weiteren müssen die vertraglichen Ausgestaltungen, wie Öllindizierung oder Fixpreis, berücksichtigt werden. Auf Basis dieser Daten können individuelle Beschaffungsstrategien entworfen werden.

Beschaffung – Vollversorgung adé?

Durch die erhöhte Wechselwilligkeit der Kunden und die teils massiven Preisdifferenzen in der Beschaffung sollten zukünftig keine offenen Positionen eingegangen werden. Eine Vollversorgung umfasst das gesamte Vertriebsportfolio eines Werkes. Im Falle von

Kundenverlusten muss die Flexibilität des Vertrages genutzt werden, um diesen Absatzrückgang zu berücksichtigen. Das Problem: das so genannte Take or Pay war ursprünglich für das Abfedern von temperaturbedingten Schwankungen gedacht. Speziell in warmen Wintern und Zeiten hohen Wettbewerbs führt diese Beschaffungsweise zu massiven Problemen – zusätzlich zu den Kundenverlusten. Stadtwerke sollten besonderen Wert auf die Analyse des Vertriebsportfolios legen und offene Positionen vermeiden. Die klassische Vollversorgung muss reduziert und teilweise durch andere Modelle ersetzt werden.

Große Industrie- und Gewerbekunden können per Back2Back Beschaffung vorwiegend risikofrei eingedeckt werden. Der Vertragsabschluss des Kunden deckt sich mit der Beschaffung der Mengen am Markt und vermeidet damit weitestgehend Preis- und Mengenrisiken. Allerdings gestaltet sich diese Form der Beschaffung mit sinkender Kundenabnahmemenge immer schwieriger. Daher müssen speziell für Haushalts- und Gewerbekunden andere Beschaffungsmodelle angewandt werden. Die Lösung kann für größere Werke im Aufbau einer strukturierten Beschaffung liegen. Die freie Wahl von Handelsprodukten, Beschaffungszeitpunkten und Zeitraum der Lieferungen eröffnet eine Vielzahl an Möglichkeiten auch innerhalb des Vertriebsportfolios. Leider sind nur wenige Werke in der Lage, die Schaffung der operativen Voraussetzungen auch finanziell zu stemmen. Eine Bilanzkreisführung, die mit der strukturierten Beschaffung einhergeht, ist mit einem hohen Personal- und IT-Aufwand verbunden. Der Markt bietet allerdings auch für kleinere Werke verschiedene Beschaffungsarten mit denen im Markt attraktive Preise geboten werden können. Insbesondere Produkte mit hoher Flexibilität und der Wahl verschiedener Beschaffungszeitpunkte rücken in den Fokus. In den Gasmarkt fand ein bereits im Strommarkt genutztes Produkt Anwendung: das Tranchenmodell. Je nach Anbieter können Sie ihr Portfolio in eine unterschiedliche Anzahl an Tranchen zerlegen. Jede Tranche verfügt über eine gewisse Leistung und eine Minimal- und Maximalmenge (Take or Pay). Zusätzlich können Sie die Beschaffungszeitpunkte jeder Tranche frei wählen. Einzeltranchen können zur Back2Back Belieferung genutzt werden, wodurch dem eigenen Vertrieb die Möglichkeit gegeben wird, aktuelle Marktpreise an den Kunden weiterzugeben. Die restlichen Tranchen können gleichmäßig über ein Jahr ver-

teilt beschafft werden, wodurch ein Erreichen des durchschnittlichen Marktpreises gesichert ist.

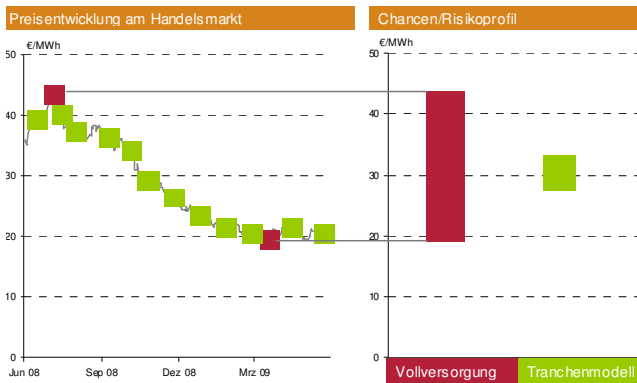


Abbildung 3: Risikoprofil der Vollversorgung und des Tranchenmodells

Diese Beschaffungsart beschneidet daher Chancen und Risiken gleichermaßen. Es werden jedoch massive Preisunterschiede, wie in der aktuellen Marktsituation aufgetreten, vermieden. Bei Abschluss solcher oder ähnlicher Lieferverträge ist besonders auf die Preisbildung zu achten. Eine nachvollziehbare Preisformel, mit der jederzeit der tagesaktuelle Preis berechnet werden kann, ist eine Notwendigkeit.

Für Stadtwerke und Regionalversorger bietet sich eine unüberschaubare Zahl an Beschaffungsmöglichkeiten. Unter Berücksichtigung des Vertriebsportfolios und der eigenen Fähigkeiten können sinnvolle Beschaffungsstrategien erarbeitet und umgesetzt werden. Die Folge in der Gaswirtschaft: der Vertrieb wird zukünftig marktnah bepreisen und mit geringen Margen zu leben lernen. Die Beschaffung verdient das Geld. Ist Gas schlussendlich doch wie Strom?

Ansprechpartner bei enervis

Sebastian Klein	sebastian.klein@enervis.de Tel. 030 695 175 15
Bernhard Lokau	bernhard.lokau@enervis.de Tel. 030 695 175 11
Laura Koziol	laura.koziol@enervis.de Tel. 030 695 175 23

Nachdruck oder Veröffentlichung, ganz oder teilweise, nur mit schriftlicher Zustimmung der enervis energy advisors GmbH.