

# e|m|w

Zeitschrift für Energie, Markt, Wettbewerb  
Nr. 6 | Dezember 2009

## 6 | 09

Special  
Die Energiewirtschaft  
im Wahljahr 2009

Marktüberblick  
Abrechnung

e|m|w in Zahlen  
Neue EEG-Regeln machen den  
Spotmarkt volatiler

ener|gate

con energy gruppe

ener|gate Verlag, Essen

# Strategische Optionen für Stadtwerke im Gasvertrieb – „Zeit ist Geld“

Was vor einigen Jahrzehnten noch undenkbar war, ist heute Tatsache. Stadtwerke werden immer mehr dem Wettbewerb ausgesetzt, sei es im Gas- oder im Strommarkt. Auch die steigenden Wechselraten der Konsumenten verraten, dass die Monopole der Stadtwerke Schnee von gestern sind. Es ist Zeit zu handeln, nur, welche Möglichkeiten stehen dazu überhaupt offen?

VON CHRISTIAN SCHLENKER

Bereits Adam Smith hat im Jahr 1776 in seinem Werk *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations* beschrieben, dass „der freie innere und internationale Verkehr nicht alleine eine zweckmäßige örtliche und zeitliche Verteilung von Kräften und Mitteln sowie den Ausgleich von Preisen und Gewinnen bewirke, sondern auch die beste Förderung des Gemeinwohls“.

Diese These, dass liberalisierte Märkte den Wohlstand fördern, war zu dieser Zeit ein Novum und wurde von einigen Ökonomen mit Skepsis betrachtet.

Heute wird sie jedoch in den meisten Teilen und Märkten der Welt

vertreten und auch gelebt. Eine der Ausnahmen stellen dabei die Energiemärkte dar, die in vielen Ländern noch immer einen monopolistischen Charakter inne haben.

## Vom Monopol zum Wettbewerbsmarkt

In Deutschland geht die Monopolstellung der Gasversorger auf die Umstellung von Stadtgas auf das heute allgemein bekannte Erdgas in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts zurück, womit auch die heutigen Marktgebiete entstanden. Die kommunalen Versorger mit ehemals eigener Stadtgas-Produktion wurden damals zu reinen Gas-Verteilern und waren somit auf die Belieferung durch eine der Ferngasgesellschaften angewiesen, die ihre Absatzgebiete durch sogenannte Demarkationsverträge sicherten. Damit vermieden sie, dass eine andere Ferngasgesellschaft ins eigene „Revier“ eindrang und

so für Wettbewerb sorgte. Was Adam Smith bereits im 18. Jahrhundert gepredigt hatte, sollte dann aber 200 Jahre später auf Druck der Europäischen Union auch in den europäischen Energiemärkten umgesetzt werden. Auf Basis der Binnenmarkttrichtlinie im Jahr 1998 wurden die EU-Mitgliedsstaaten verpflichtet, ihre Gasmärkte für den Wettbewerb zu öffnen. Die EU-Beschleunigungsrichtlinie gab fünf Jahre später den Zeitraum für die vollständige Marktöffnung bis Mitte 2007 vor.

Mit der ersten Novellierung des EnWG hat Deutschland bereits im Jahr 1998 die Grundzüge für einen diskriminierungsfreien Netzzugang festgelegt und den Gasmarkt für den Wett-

bewerb faktisch geöffnet. Nach zahlreichen regulatorischen Nachbesserungen, wie z. B. beim Netzzugang, zeigen die vor zehn Jahren eingeleiteten Maßnahmen zur Liberalisierung des Gasmarkts aber erst heute ihre ersten Wirkungen.

So profitieren Gaskunden heutzutage nicht nur von einer Anbietervielfalt, sondern auch von einer erhöhten Markttransparenz, womit die zwei wesentlichen Grundsteine für einen Wettbewerbsmarkt gelegt sind. Bei einem Gasverbrauch von ca. 83 Mrd. m<sup>3</sup> sind in Deutschland rund 750 Gasversorger aktiv. Laut dem größten Energie-Verbraucherportal Verivox können die Verbraucher derzeit in 20 Prozent der untersuchten Postleitzahlregionen zwischen mehr als vier Gasanbietern auswählen, in 21 Prozent zwischen drei und in weiteren 59 Prozent der analysierten Regionen zwischen zwei Anbie-

tern. Diese zunehmende Dynamik im Markt lässt sich vor allem auf die drei Einflussfaktoren Bundesnetzagentur, Bundeskartellamt und Eigendynamik durch steigende Gaspreise zurückführen. Die Transparenz im Gasmarkt wird vor allem durch die verschiedenen Dienstleister im Internet gewährleistet, die den Kunden postleitzahlgenaue Preisvergleiche ermöglichen.

Zahlreiche Studien und die Erfolgsmeldungen der derzeit rund 30 „neuen“ Gasanbieter ohne eigenes Netzgebiet belegen, dass der Wettbewerb auch bei den Gaskunden angekommen ist. So konnte das Unternehmen E.ON mit seinem Online-Energie-Anbieter „E-wie-einfach“ 2007 einen Gewinn von 700.000 Gaskunden

verzeichnen und bereits im ersten Halbjahr 2008 schlossen 500.000 Haushalte

Verträge mit neuen Gasanbietern ab. Das Unternehmen TelDaFax, das erst im Juni 2008 im Gashandel aktiv wurde, berichtet auf seiner Homepage, dass es heute sein Erdgas bereits in drei Marktgebiete liefert und damit eine bundesweite Abdeckung von 40 Prozent erreicht.

Auch in Zukunft soll die Zahl der wechselwilligen Gasabnehmer weiter ansteigen. 70 Prozent der befragten Haushalte haben nämlich gemäß einer Studie von TopTarif bis Ende 2007 ihren Energieanbieter noch nicht gewechselt, weshalb sich die Versorger in den kommenden Jahren mit einem erheblichen Wechselrisiko auseinandersetzen müssen. Diese Entwicklung stützen auch Expertenmeinungen, die besagen, dass bis 2012 die Wechselquote bei Gas auf 12 Prozent anwachsen wird, was beispielsweise für ein Stadtwerk mit 50.000 Kunden einen Verlust von 6.000 Kunden pro Jahr bedeuten

[www.marktkompass.eu](http://www.marktkompass.eu)

Abb. 1 Wechselquoten Gasmarkt Deutschland (Quelle: conenergy 2008)

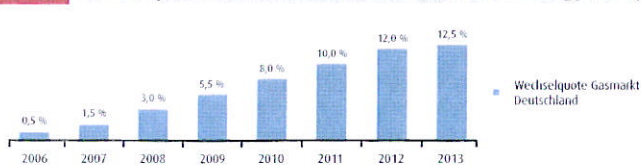
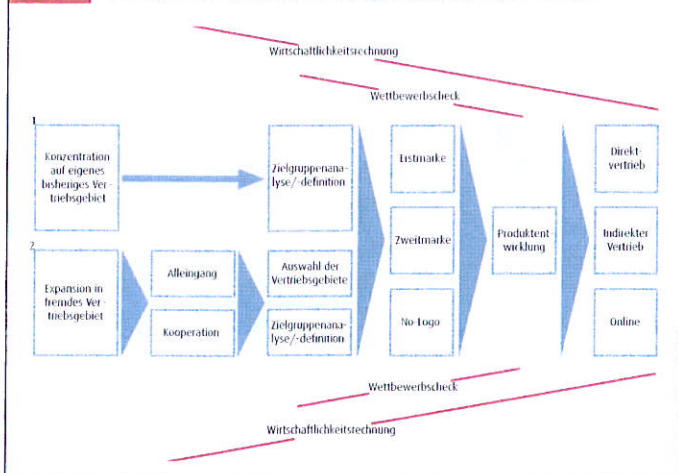


Abb. 2 Strategische Optionen für Stadtwerke im Gasvertrieb



würde. Ein weiterer Indikator für steigende Wechselquoten im Gasmarkt ist die Entwicklung des deutschen Strom- und des ebenfalls ab 1998 liberalisierten Telekommunikationsmarkts, in denen die Wechselquoten bereits 2006 bei 7 Prozent bzw. 42 Prozent lagen. Da diese beiden Produkte aufweisen wie Gas (keine Unterschiede in der Beschaffenheit, keine Qualitätsunterschiede, keine Sichtbarkeit und somit keine „Fass-

barkeit“), ist davon auszugehen, dass die Wechselquoten im Gasmarkt dem Muster dieser beiden, in ihrer Entwicklung weiter vorangeschrittenen Märkte folgen werden (vgl. Abb. 1).

Für diese steigende Wechselbereitschaft sind vor allem die positiven Erfahrungsberichte von Konsumenten zum Thema Versorgerwechsel und die in der Vergangenheit steigenden Energiepreise verantwortlich. War das Thema „Versorgungssicherheit“ und damit die Angst vor einem Versorgerwechsel bis vor wenigen Jahren fest in den Köpfen der Konsumenten verankert, liegt heute ein Wechsel des Energieversorgers immer mehr im Trend. Laut einer Umfrage der rhenag AG ist Hauptauslöser, der die Kunden zu einem Gasversorger-Wechsel bewegt, der Faktor Preis. Auf die Frage „Warum würden Sie den Gasversorger wechseln?“, fielen rund 90 Prozent der Antworten auf „günstigerer Erdgaspreis“. Die negativen Schlagzeilen der Gasversorger, wie z. B. Berichte über fehlerhafte

Willkommen bei SOPTIM

Mit SOPTIM behaupten Sie sich in bewegten Zeiten. Denn wir liefern Antworten auf alle Fragestellungen in der Energiewirtschaft, bei denen Strategie, Geschäftsprozess und IT eng verknüpft sind.

E-world 2010  
Halle 1, Stand 432

SOPTIM AG

Energiewirtschaft

