Verbund

Sauberes Image mit Wasserkraftstrom

[06.05.2016] Für Stadtwerke ist es wichtig, Energie aus nachvollziehbaren Quellen zu beziehen. Die deutsche Handelstochter des österreichischen Ökostrom-Produzenten Verbund bietet unter der Marke H2Ö Strom aus zertifizierten Wasserkraftwerken an.

Der Wettbewerb wird immer härter, die Zeichen stehen auf Veränderung: Kommunale Energieversorger müssen sich bestmöglich positionieren, um bei Verbrauchern zu punkten. „Wer sich heute als regionaler Stromversorger dauerhaft im Wettbewerb durchsetzen will, der kommt an Strom aus erneuerbaren Quellen nicht vorbei." Davon sind Ruth Alt-Jansky und Thomas Bächle, Geschäftsführer des Unternehmens Verbund Trading & Sales Deutschland, überzeugt. Seit über 15 Jahren ist die deutsche Handelstochter des führenden Grünstrom-Produzenten Österreichs auf die Versorgung kommunaler Stadtwerke, Industrie- und Geschäftskunden spezialisiert. Für den Mutterkonzern ist Deutschland der zweitgrößte Absatzmarkt. „Unser Strom aus Wasserkraft gehört hierzulande zu den wichtigsten Grünstromprodukten für Weiterverteiler", sagt Alt-Jansky.

Ein Blick auf die Vertriebsstatistik des Unternehmens bestätigt: Sauberer Strom aus Wasserkraft ist ein Dauerbrenner – gerade bei kommunalen Energieversorgern. Thomas Bächle erläutert: „Für das Gros unserer Stadtwerke-Partner ist es ein absolutes Muss, Strom aus nachvollziehbaren Quellen zu beziehen. Aufgrund ihrer regionalen Verankerung genießen sie einen Vertrauensbonus bei ihren Endkunden, den sie zum Wettbewerbsvorteil nutzen möchten." Ein sauberes Image entlang der Wertschöpfungskette spiele gerade für sie eine große Rolle.

Entsprechend großes Engagement zeigt Verbund Trading & Sales Deutschland, sich als Premiumanbieter von den Mitbewerbern abzusetzen. Gerade wenn es um die zunehmende Bedeutung des Umweltengagements von Unternehmen geht, ist Verbund europaweit gut aufgestellt. Verbund gilt als einer der umweltfreundlichsten Stromproduzenten Europas in puncto emittierte CO2-Menge je produzierter Megawattstunde. Die Produktion ist zu 100 Prozent atomstromfrei und das Unternehmen hat sich zum Ziel gesetzt, bis zum Jahr 2020 seinen Strom komplett CO2-frei zu produzieren.

Kraftwerkspark in Deutschland

Wichtiger weiterer Erfolgsfaktor für die deutsche Verbund-Tochter sind die 22 konzerneigenen Wasserkraftwerke an Inn und Donau, die Verbund zum zweitgrößten Erzeuger von Strom aus Wasserkraft in Deutschland macht. Unter der Marke H2Ö können Kunden Strom aus TÜV-Süd-zertifizierten Wasserkraftwerken beziehen – wahlweise aus österreichischer oder deutscher Herkunft oder gezielt aus einem Kraftwerk ihrer Wahl. „Damit geben wir unseren Partnern alle Optionen, den Verbund-Kraftwerkspark gewinnbringend in der Endkundenakquise einzusetzen", schildert Ruth Alt-Jansky. So ermöglicht und organisiert Verbund beispielsweise exklusive Kraftwerksführungen, die sich unter anderem für Kooperationen, Gewinnspiele, Nachwuchsbildung und viele andere wirksame Marketing-Aktionen eignen. Hier können Endkunden selbst erleben, woher der Strom kommt, den sie täglich wie selbstverständlich aus der Steckdose zu Hause konsumieren. Zudem sei dies die beste Gelegenheit, beim Verbraucher für die Energiewende zu werben.

Auch in Sachen Marketing-Arbeit hat Verbund in Deutschland ein neues Angebot für Energieversorger in petto: So investiert der Konzern jedes Jahr rund 45 Millionen Euro in umfassende Renaturierungsmaßnahmen zum Erhalt der Tier- und Pflanzenwelt rund um die Wasserkraftwerke. „Dieses

Investment können unsere Partner jetzt zum eigenen Vorteil nutzen. Zusätzlich zu Grünstrom und Zertifikaten bieten wir neu den Erwerb von Marketing-Rechten an ausgesuchten Umweltschutzmaßnahmen an“, erläutert Ruth Alt-Jansky. Die Projekte könnten selbst vermarktet und etwa in Zusammenarbeit mit regionalen Verbänden, Tourismus- oder Fischereivereinen beworben werden. Das sei vor allem für Stadtwerke interessant. „Die zahlreichen Umweltschutzmaßnahmen von Verbund selbst branden, die eigene Kundenstory erzählen – das Ganze ohne jeden Projektaufwand. Das bietet unseren Kunden etliche weitere Optionen, gezielt Verbrauchergruppen anzusprechen. Und das emanzipiert die Verbraucher, die damit die Möglichkeit haben, aktiv zur noch nachhaltigeren, umweltgerechteren Produktion von Strom beizutragen.“

Energiezukunft vorantreiben

Eine immer wichtigere Rolle speziell für Stadtwerke ist laut Verbund Trading & Sales der Marktzugang an den verschiedenen Börsen, Bilanzkreis- und Portfolio-Management. Ging es früher in erster Linie um Versorgungssicherheit, Transparenz und gute Preise, stünden heute Themen wie Regulierungsmanagement und flexible Beschaffungsmöglichkeiten im Fokus, wie Verbund-Geschäftsführer Thomas Bächle schildert. „Wir beobachten bei unseren Partnern einen steigenden Bedarf, sich effizienter aufzustellen, während die Komplexität der Energiemarktregulierung weiter zunimmt. Gleichzeitig werden die Endkunden immer wechselfreudiger, ihre Bedürfnisse spezifischer. Zur Meisterung dieser Anforderungen verstehen wir uns als ganzheitliche Energie-Manager, die Dienstleistungen und Produkte aus einer Hand liefern – rund um die Energiebeschaffung und das Management von Risiken.“
Um diesen Marktveränderungen Rechnung zu tragen, steht die Optimierung der internen Prozesse derzeit ganz oben auf der Agenda der deutschen Verbund-Handelstochter. Kunden erhalten dadurch künftig umfassende Marktzugangsdienstleistungen, können so auf eigene kostenintensive Strukturen verzichten. Das Angebot soll je nach Bedarf auf die Verbund-Partner zugeschnitten sein und die gesamte Produkt- und Dienstleistungspalette umfassen: vom Marktzugang über Limit-Order-Geschäfte bis hin zur Fahrplanoptimierung.

Erweitertes Angebot

Seit Januar 2016 ist Direktvermarktung nach dem Erneuerbare-Energien-Gesetz (EEG) verpflichtend für alle neuen Erzeugungsanlagen ab einer Leistung von 100 Kilowatt. Daher hat die deutsche Handelstochter ein Direktvermarktungspaket geschnürt, das Anlagenbetreibern maximale Erträge, beste finanzielle Sicherheit und günstige Preise verspricht. Aber auch Betreiber bestehender Wind-, Wasser-, Photovoltaik- oder Biomasse-Anlagen können durch den Wechsel in die Direktvermarktung bei Verbund ebenfalls ihre Rentabilität deutlich steigern, sagt Thomas Bächle. Als größter Erzeuger erneuerbarer Energie in Österreich und Süddeutschland verfügt das Unternehmen über exzellentes Know-how sowie Prognosewerkzeuge, die am Markt heiß begehrt seien. „Windparkbetreiber und Projektierer können auf unsere langjährigen Erfahrungen und Ressourcen bauen. Und als Teil eines Konzerns, der zu 51 Prozent in staatlichem Besitz ist, haben unsere Kunden die sichere finanzielle Basis für eine langfristige Zusammenarbeit.“
Auch in Sachen Digitalisierung geht Verbund Trading & Sales Deutschland voran: Ein individualisierbares Order-Management-System für die schnelle, sichere Beschaffung von Standardprodukten steht bereits in den Startlöchern. Es soll im Laufe des Jahres 2016 erstmals Kunden zur Verfügung gestellt werden. „Das System ist individualisierbar, über die gesamte Produktpalette integriert, In-house-gefertigt und damit weitgehend unabhängig von kommerziellen Anbietern“, so Ruth Alt-Jansky. „Um unseren Kunden möglichst einfache Prozesse rund um die Energiebeschaffung zu bieten, nutzen wir alle Möglichkeiten der Digitalisierung. Auf dem Weg zum Nummer-eins-Lieferanten von Strom aus Wasserkraft in Deutschland

gehört für uns hier das Nutzbarmachen smarter Technologien und Innovationen ebenso dazu wie der stetige Ausbau unseres Produktportfolios.“

()

Dieser Beitrag ist in der März-/April-Ausgabe von stadt+werk erschienen. Hier können Sie ein Exemplar bestellen oder die Zeitschrift abonnieren.

Stichwörter: Wasserkraft, VERBUND, H2Ö, Ökostrom