Vattenfall

Direktvermarktung ausbauen

[04.10.2016] Das Energieunternehmen Vattenfall will seine Direktvermarktung von Strom aus erneuerbaren Energien schneller ausbauen und dazu auch bestehende Portfolien zukaufen.

Der Energiekonzern Vattenfall plant, sein Portfolio in der Direktvermarktung von Strom aus erneuerbaren Energien weiter auszubauen. Der Grund: Der Geschäftsbereich habe in den vergangenen Jahren ein solides Wachstum gezeigt. Deshalb sollen künftig auch Akquisitionen bereits bestehender Direktvermarktungsportfolien erfolgen. „Unser Portfolio in der Direktvermarktung hat bislang eine gute Performance gezeigt, aktuell liegen wir in Deutschland bei 3.600 Megawatt, in der Hauptsache Wind und Solar. Diesen Wert konnten wir bisher durch organisches Wachstum erreichen und wir liegen hier mittlerweile im vorderen Feld der Direktvermarkter in Deutschland“, sagt Stefan Dohler, Mitglied des Executive Group Management bei Vattenfall und zuständig für den Geschäftsbereich Markets. Ziel sei es, das Portfolio bis zum Jahr 2020 mindestens zu verdoppeln. Christine Lauber, Leiterin des Bereichs Asset Optimisation Sales and Renewables bei Vattenfall, ergänzt: „Die erforderlichen Prozesse für eine erfolgreiche Direktvermarktung gehören mittlerweile zum Kerngeschäft von Vattenfall. Unsere hausinternen Prognose-Teams für Wind und Photovoltaik erstellen speziell auf unsere Kundenanlagen zugeschnittene Vorhersagen für die optimierte Vermarktung auf den Handelsmärkten.“ Die Bewirtschaftung der Anlagen durch ein Schicht-Team sei 24/7 gewährleistet. Wie Vattenfall mitteilt, komme dem Unternehmen außerdem die Expertise als einer der größten Betreiber von Windparks an Land und See zugute.

(me)

Stichwörter: Unternehmen, Vattenfall, Direktvermarktung