Trianel

Flexible Handelsstrategie

[12.01.2018] Trianel fährt die Direktvermarktung von Ökostrom um etwa 1.800 Megawatt zurück. Durch eine Optimierung des Portfolios sollen dennoch die Erträge steigen.

Trianel startet mit einem angepassten Direktvermarktungsportfolio von rund 3.200 Megawatt (MW) in das Jahr 2018. Wie die Stadtwerke-Kooperation mitteilt, wurde das Portfolio um etwa 1.800 MW reduziert. Sven Becker, Sprecher der Geschäftsleitung von Trianel, erklärt: „Wir haben uns in der Direktvermarktung komplett neu aufgestellt." Die Neuaufstellung sei das Ergebnis einer Optimierung des Portfolios mit Fokus auf Standortqualitäten und einem nachhaltig ausgerichteten Volumen. Trianel-Geschäftsführer Oliver Runte ergänzt: „Durch unsere Portfoliooptimierung hat sich das Vermarktungsvolumen zwar um 36 Prozent reduziert, aber gleichzeitig die Ertragssituation deutlich verbessert." Neben der Portfoliooptimierung habe Trianel in den vergangenen zwölf Monaten seine Prozesse angepasst und damit die Voraussetzungen für eine flexible Handelsstrategie geschaffen.

(al)

Stichwörter: Unternehmen, Trianel, Direktvermarktung