

## **ZfK+ Vertriebsexperte erklärt, was schon jetzt für dynamische Tarife spricht**

Noch seien dynamische Tarife ein Nischenprodukt, sagt Berater Klaus Kreutzer im ZfK-Interview. Dabei zeigten erste Anbieter bereits, dass man damit durchaus erfolgreich sein könne.

30.03.2022



**Klaus Kreutzer ist geschäftsführender Gesellschafter des auf Energiethemen spezialisierten Beratungsunternehmens Kreutzer Consulting.**

Bild: © Kreutzer Consulting

*Billiganbieter mit kurzfristigen Beschaffungsstrategien waren in der Energiekrise auf Versorgerseite bislang die großen Verlierer. Doch sind damit Spotmarktstrategien im Privatkundenbereich insgesamt gescheitert? Ein Gespräch mit Klaus Kreutzer, Chef der auf Vertriebsfragen spezialisierten Beratungsfirma Kreutzer Consulting.*

**Herr Kreutzer, in der Energiekrise sind einige Strom- und Gasanbieter mit kurzfristigen Beschaffungsstrategien auf die Nase gefallen. Offen ist, ob Preisgarantien bei gleichzeitiger Spotmarktstrategie noch eine Zukunft haben.**

Die Risiken sind jedenfalls immens, insbesondere wenn die Märkte so stark steigen wie in den vergangenen Monaten. Wer wirklich den Kunden einen festen Preis garantiert, die Mengen aber nicht absichert, kann das im Normalfall nicht sehr lange durchhalten. Die Spotmarktbeschaffung selbst ist aber bislang über längere Betrachtungszeiträume attraktiv gewesen: Wer zwischen 2014 und 2020 seinen gesamten Strombedarf zu Spotmarktpreisen beschafft hat, konnte gegenüber konservativeren Beschaffungsstrategien bis zu 14 Prozent sparen, zeigt unsere aktuelle Studie.

Blicken wir auf die einzelnen Lieferjahre, ergibt sich jedoch ein differenziertes Bild. Dann zeigt sich, dass die Spotmarktbeschaffung nur in vier der untersuchten sieben Jahre die günstigere Beschaffungsmethode war. Neben dem absoluten Preis ist für viele Unternehmen jedoch eine gewisse Planbarkeit der Kosten notwendig, was längerfristige Beschaffungsstrategien, die starke Preisschwankungen glätten, sinnvoll macht.

## **Wie müssten sich Versorger aus Ihrer Sicht aufstellen, die sich trotz extrem gestiegener Preise nicht vom Spotmarkt verabschieden wollen?**

Der eleganteste Weg sind sicherlich dynamische Tarife. Dann werden Preissteigerungen, aber auch -senkungen am Spotmarkt direkt an die Kunden weitergeleitet. Das hat den Vorteil, dass das Beschaffungsrisiko wegfällt. Kunden können künftig, wenn Sie über PV-Anlagen mit Speicher oder E-Autos verfügen, durch die Verschiebung des Verbrauchs und gegebenenfalls Einspeisung ins Netz sogar von den Spotmarktschwankungen profitieren. Allerdings sind dynamische Tarife für klassische Versorger eine große prozessuale Herausforderung.

### **Das heißt?**

Die Versorger müssen in der Lage sein, schwankende Preise abrechnen zu können – und das jeden Monat. Eine Abschlussrechnung pro Jahr in Briefform reicht dann nicht mehr aus. Ohnehin müssen Versorger entscheiden, in welcher Form sie ihre Kunden ansprechen wollen: Per Post? Das dürfte schwierig werden. E-Mail- oder App-Nachrichten wären wohl sinnvoller. Dynamische Tarife lassen sich zudem nicht mit festen Vertragslaufzeiten verbinden. Denn steigen die Spotmarktpreise vom einen Monat auf den anderen, kann der Kunde theoretisch kündigen. Wer auf dynamische Tarife setzt, muss also auch deutlich mehr in die Kundenbeziehung investieren.

### **Inwiefern?**

Der Vorteil von Laufzeitverträgen war ja aus Sicht der Versorger, dass man über diese Zeit sicher mit dem Kunden planen und entsprechend Mengen im Voraus beschaffen konnte. Wenn der Kunde aber jeden Monat kündigen kann, müssen Versorger deutlich kurzfristiger denken, insbesondere wenn sie Tarife mit einem Mix aus Spotmarkt und Terminmarkt anbieten.

Am besten erklären sie frühzeitig und ausführlich, warum die Preise mal steigen und dann wieder fallen. Nicht dass der Kunde das Gefühl bekommt, er werde abgezockt. Insgesamt scheint mir eine offene, regelmäßige und proaktive Kommunikation mit Kunden sehr wichtig zu sein. Dabei müssen Versorger lernen, auch unangenehme Themen anzusprechen. Am Ende zahlt das aber auf die Kundenbindung ein. Davon bin ich fest überzeugt.

## **Neue Anbieter mit flexiblen Tarifen werben gern damit, dass sie Beschaffungspreise direkt weitergeben, ohne für die Kilowattstunde eine Extramarge einzupreisen.**

Damit lässt sich natürlich gut Werbung machen. Schließlich können sie sagen: Anders als unsere Mitbewerber profitieren wir nicht davon, wenn ihr mehr Strom verbraucht als nötig. Inwiefern diese Strategie dauerhaft durchzuhalten ist und auch andere Versorger nachziehen, wird sich zeigen. Vieles wird natürlich auch davon abhängen, wie viel die Anbieter dann als verbrauchsunabhängige Servicegebühr verlangen können und welche weiteren Erlösquellen sie erschließen.

## **Die Bundesregierung würde gern noch deutlich mehr dynamische Tarife sehen. Stromanbieter mit mehr als 200.000 Endkunden müssen schon jetzt einen dynamischen Tarif im Portfolio haben. Nächstes Jahr gilt dies auch für Versorger mit mehr als 100.000 Kunden, 2025 zudem für Stromanbieter mit mehr als 50.000 Kunden. Doch wie groß ist überhaupt das Interesse auf Kundenseite?**

Die meisten Haushaltskunden wollen noch immer stabile Preise, keine Frage. Unsere Vertriebskanalstudie aber hat ergeben, dass knapp 20 Prozent grundsätzlich an dynamischen Tarifen interessiert sind. Zurzeit sind dynamische Tarife aber noch ein Nischenprodukt. Ein großes Hindernis bleibt dabei zweifellos der schleppende Rollout intelligenter Messsysteme.

Und doch sehen wir Anbieter auf dem deutschen Markt, die dynamische Tarife als ihr Geschäftsmodell auserkoren haben und damit bislang durchaus erfolgreich sind. Ich glaube, dass die Nachfrage nach dynamischen Tarifen in den nächsten zwei, drei Jahren stark zulegen wird. Dafür spricht, dass immer mehr Deutsche Elektroautos fahren, Photovoltaikanlagen und Heimspeicher besitzen und auf Wärmepumpen umsteigen. In diesen Fällen bieten dynamische Tarife gegenüber klassischen Alternativen klare Vorteile.

*Das Interview führte Andreas Baumer*

## Mehr zum Thema



Nachrichten

**Stromnetz Berlin mit solidem Geschäftsergebnis 2021**



Nachrichten

**Energiekonzern Steag wieder in Gewinnzone**



Nachrichten

**Verbund tritt Wasserstoffbündnis Bayern bei**