

Verbraucher in der Energiewende mitnehmen

Rede

von

Jochen Flasbarth,

Präsident des Umweltbundesamtes,

auf der Veranstaltung

„Zukunft des freiwilligen Ökostrommarktes“

am 13. November 2013

in Berlin

– Es gilt das gesprochene Wort –

Sehr geehrte Damen und Herren,

ich sehe hier Teilnehmerinnen und Teilnehmer mit vielen verschiedenen Interessenlagen.

Verbraucherinnen und Verbraucher sind wir jedoch alle. Und ein weiterer Punkt eint uns: Wir wollen erneuerbare Energien fördern und die Energiewende schaffen.

Dabei müssen wir die Verbraucherinnen und Verbraucher mitnehmen. Sie können einen wesentlichen Beitrag zum Gelingen unserer Energiewende leisten, sie können uns und der Politik den nötigen Rückenwind liefern. Dazu sollten wir sie anspornen.

Mit der Liberalisierung fiel 1998 der Startschuss für den Wettbewerb im Strommarkt. Den Weg aus dem Monopol heraus haben unter anderem findige, kluge Köpfe auch aus dem Bereich Umweltschutz und der Antiatomkraftbewegung bereitet und begleitet. Sie haben den Verbraucherinnen und Verbrauchern erstmals eine Alternative auf dem Strommarkt geboten und völlig neue Produkte und einen neuen Markt geschaffen. Damit hat sich die Tür für das geöffnet, was unter dem Namen „Ökostrom“ auf den Markt trat. Der freiwillige Ökostrommarkt ist älter als das heutige Erneuerbare-Energien-Gesetz (EEG). Er hatte und hat für die Transformation unseres Energiesystems eine wesentliche Bedeutung.

Inzwischen ist der Ökostrommarkt aus einer Nische herausgekommen. Hunderte Unternehmen bieten Ökostrom an, inzwischen auch Unternehmen, die damals auf der Gegenseite der jungen Ökostrom-Avantgarde standen. Verbraucherinnen und Verbraucher, die Ökostrom kaufen, möchten etwas Gutes tun. Viele von Ihnen möchten auch ein Statement abgeben: *Ich bin Teil eines neuen, nachhaltigen Energiesystems*. Möglicherweise wollen sie auch Klimaschutz betreiben, einen persönlichen Atomausstieg vollziehen oder die Energiewende voranbringen.

Wir haben nun Untersuchungsergebnisse: Aus der Studie „Marktanalyse Ökostrom“, die das Bundesumweltministerium (BMU) und das

Umweltbundesamt (UBA) gemeinsam haben erarbeiten lassen, geht hervor, dass die „Umweltwirkung“ oder auch die „Klimawirkung“ der bisherigen Ökostromprodukte inzwischen eher gering ist. Zu den gleichen Zwischenergebnissen ist das „Hamburg Institut“ mit seinen Untersuchungen im Auftrag von Energievision gekommen. Die Käuferinnen und Käufer von Ökostrom haben sicher eine bessere persönliche Klimabilanz durch erneuerbare Energien und diese persönliche Verbraucherentscheidung sollten wir nicht schlecht reden. Wahr ist aber auch, dass in vielen Fällen andere Verbraucherinnen und Verbraucher dadurch eine schlechtere Bilanz haben, weil ihr Strommix grau oder grauer geworden ist.

Vereine, Verbände und Unternehmen haben Kriterien und Label entwickelt, um Ökostroms zu qualifizieren. Es ist eine Vielfalt an Produkten und auch privaten Zertifizierungen entstanden, die heute kaum jemand überschaut, erst recht nicht diejenigen, für die diese Zertifizierungen gedacht sind, nämlich die Verbraucherinnen und Verbraucher. Von 1.048 Energieversorgungsunternehmen in Deutschland haben 850 mindestens ein Ökostromprodukt im Angebot. Diese Vielfalt am Markt überfordert die Verbraucherinnen und Verbraucher, die ohnehin Probleme haben, das schwierige Konsumgut „Strom“ zu verstehen. Ebenso schwierig ist es, die Vielfalt der Labels zu überschauen und die daran hängenden Diskussionen zu verstehen, um die persönliche Produktauswahl sachgerecht treffen zu können. Von

solchen Unsicherheiten profitieren besonders Marktakteure, bei denen der Ökostrom nur einen kleinen Anteil – bei etwa der Hälfte der Unternehmen sogar von unter 5 Prozent – ihres Gesamtabsatzes ausmacht. Es ist nicht verwunderlich, wenn forsa¹ in einer Umfrage feststellt: Nur wenige durchschauen noch den heutigen Markt der Ökostromprodukte, denn die Angebote sind beliebig, eine allgemein verbindliche Definition für Ökostrom liegt bisher nicht vor.

Qualitätskriterien sind nie neutral, sie hängen auch beim Ökostrom stark von der jeweiligen Sichtweise des Labelgebers ab. Die Studie „Marktanalyse

¹ <http://www.vzbv.de/cps/rde/xbcr/vzbv/Energie-Oekostromlabel-Bericht-vzbv-2012.pdf>.

Ökostrom“ hat hier ein wenig aufgeräumt und sortiert, sozusagen ein paar Schubladen erstellt.

Bei den Labels, die gemeinhin als „gut“ gelten, sind jeweils Anforderungen enthalten, die den Ausbau der erneuerbaren Energien fördern sollen. Ohne aktiv einen Stromanbieter wechseln zu müssen, bezogen im Jahr 2012 bereits alle Haushalte einen Anteil von über 23 Prozent erneuerbare Energien mit ihrem Stromprodukt. Wir beobachteten fast eine Verdreifachung beim erneuerbaren Strom in den letzten zehn Jahren (2002 waren es 7,7 Prozent), das ist der große Erfolg des EEG.

Diese starke Triebkraft des EEG ist auch den Ökostromanbietern bewusst, weshalb sie seit längerem nach neuen Kriterien für den Mehrwert von Ökostromprodukten suchen, die über die – durchaus wichtige – politische Signalwirkung hinausgehen.

Wir befinden uns in Deutschland in der Energiewende, die eine Stromversorgung durch zunehmend fluktuierende erneuerbare Energien mit sich bringt. Künftig wird die Stromversorgung in Deutschland vor allem auf Wind und Sonne beruhen. Der freiwillige Ökostrommarkt könnte beispielsweise auf diesem Feld seinen Beitrag zur Integration der schwankenden Einspeisung aus erneuerbaren Energien leisten – mag dieser auch klein ausfallen. Hier sind die findigen, innovativen Marktkräfte gefragt. Oder – wenn wir nicht auf das Produkt schauen

wollen – können wir mit dem Kauf von Ökostrom diejenigen Anbieter fördern, die mit kreativen Ideen und Engagement die erneuerbaren Energien integrieren. Qualitätskriterien für Ökostrom sollten darauf abzielen, dass die Produkte oder deren Anbieter die Energiewende in Deutschland voranbringen, egal ob technisch, politisch oder gesellschaftlich.

Aber die Sache mit guten, überprüfbaren sowie – für Unternehmen und Verbraucherschützer auch wichtig – kommunizierbaren Kriterien für eine Zertifizierung ist alles andere als einfach.

Das UBA hat bereits vor 15 Jahren und erneut seit 2008 dieses Thema aufgegriffen, um Kriterien für ein

Umweltzeichen „Blauer Engel“ für Ökostrom zu entwickeln. Wir haben dabei viele Diskussionen intern und extern geführt. Damals wie heute sind wir zu dem Schluss gekommen, dass das Vorhaben, einen „Blauen Engel“ für Ökostrom zu entwickeln, kaum machbar ist. Dieses Label erfordert für alle Kriterien eine Festlegung, die in Form einer „ja-nein-Antwort“ ohne jede Abstufungen erfolgen kann. Der Blaue Engel setzt stets bei den Umwelteigenschaften eines Produktes an, würde also vor allem der Frage der ökologischen Standards bei der Ökostromerzeugung nachgehen. Zudem zeichnet der Blaue Engel immer das „Premium-Segment“ mit Blick auf die Umweltqualitäten aus und formuliert nicht Mindeststandards wie etwa das Biosiegel im Lebensmittelbereich.

Zudem ist Ökostrom ein virtuelles Produkt: Was aus der Steckdose kommt, stammt physikalisch aus dem nächstgelegenen Kraftwerk. Von Ökostromanbietern wird also die ökologische Eigenschaft des Stroms gehandelt. Eine weitere Lösungsidee für diese Probleme: Wir schauen beim Einkauf von Strom weniger auf das Produkt, sondern suchen nach einem Anbieter, der glaubwürdig ist. Dazu stellen wir die Frage: Was tut der Anbieter für die Energiewende? Aber auch hier ist eine Bewertung äußerst komplex. Für Verbraucherinnen und Verbraucher vollends verwirrend wird es, den Unterschied zwischen dem mit dem EEG geförderten Strom und dem freiwilligen Ökostrommarkt zu verstehen. Die Medien reden meist generell von „Ökostrom“ und machen oft keine Differenzierung. Ein großer Anteil des Ökostroms

stammt aus Wasserkraftanlagen, die schon vor Jahrzehnten gebaut und abgeschrieben worden sind. Daneben gibt es Angebote, die Strom aus Anlagen kaufen, die ursprünglich vom EEG finanziert wurden. Gleichzeitig fördert das EEG neue und kostspieligere Anlagen, die für die Energiewende erforderlich sind, aber ohne Förderung nicht finanziert und gebaut werden könnten.

Wir brauchen die Motivierten und Engagierten – für die Energiewende und auch für den wirtschaftlichen Erfolg der Stromanbieter und Labelgeber. Wir dürfen Verbraucherinnen und Verbraucher daher nicht frustrieren, sondern müssen ihrem Engagement Raum geben.

Gerade diejenigen, die sich bewusst entscheiden, Ökostrom zu beziehen, sind oft jene, die der Energiewende Rückenwind geben. Die gesellschaftspolitische Signalwirkung der Entscheidung „Ich mache meine persönliche Energiewende“ spielt im täglichen Leben, in Gesprächen am Arbeitsplatz, mit Freunden und Bekannten eine wichtige Rolle. Gäbe es in Deutschland nur Ökostrom-Kunden, wäre das ein wichtiger Impuls für die Energiewende. Ökostrom hat sich schon lange aus einer Nische heraus zu einem auch von Kommunen und Unternehmen breit nachgefragten Produkt entwickelt.

In der Vergangenheit waren Ökostromkunden wichtige Treiber für einen veränderten Strommix. Ich bin überzeugt, dass sie diese Rolle in einen

weiterentwickelten Ökostrommarkt wieder einnehmen können.

Ein interessanter Aspekt ergibt sich beispielsweise, wenn man der Frage nachgeht:

Sind Ökostromkunden besonders gute Stromsparer?

Sowohl die Ökostromanbieter (unter anderem die Elektrizitätswerke Schönau) als auch die

Bundesnetzagentur konstatieren², dass

Ökostromkunden im Schnitt für einen Normalhaushalt einen 20 bis 30 Prozent niedrigeren Stromverbrauch

haben als andere Stromkunden. Die Tendenz über

einen Mehrjahreszeitraum ist dabei sogar noch weiter

² Artikel „Ökostromkunden sind sparsamer“ von Bernward Janzing, Badische Zeitung, 9.9.2013 (<http://www.badische-zeitung.de/wirtschaft-3/oekostrom-kunden-sind-sparsamer--75048255.html>) und Monitoringbericht BNetzA 2012 (http://www.bundesnetzagentur.de/SharedDocs/Downloads/DE/Allgemeines/Bundesnetzagentur/Publikationen/Berichte/2012/MonitoringBericht2012.pdf;jsessionid=6F1B4A8D4F77BEA7C1D22A516EAF2651?_blob=publicationFile&v=2), S. 144/5.

abnehmend. Hintergrund könnten
Energiesparmaßnahmen sein, die die Kundinnen und
Kunden aktiv bei den Ökostromanbietern nachfragen.
Umgekehrt informieren die Anbieter mit wertvollen
Energiespartipps und Aktionen wie
Stromsparwettbewerben über die
Einsparmöglichkeiten und motivieren damit ihre
Kundinnen und Kunden. Dies ist besonders wichtig,
weil sich in Deutschland der Stromverbrauch pro Kopf
in den vergangenen Jahrzehnten erhöht hat, und dies
trotz der Klagen über die hohen Preise.

Die gute Nachricht an diesen Daten ist: Ein gutes
Gewissen beim Bezug von Ökostrom erhöht nicht den
Verbrauch! So wurde es von Kritikern befürchtet, die
Indizien weisen jedoch eher in die entgegengesetzte

Richtung. Dies sollte die Branche künftig genauer untersuchen.

Nun möchte ich etwas zu den Herkunftsnachweisen und deren Wirkung sagen: Im Januar 2013 startete das Herkunftsnachweisregister im UBA. Mehr Transparenz und Verbraucherschutz im Ökostrommarkt wollen und können wir damit erreichen. Denn das homogene Gut „Strom“ erhält mit den Herkunftsnachweisen eine Eigenschaft. Mit der Inbetriebnahme des neuen Registers in Deutschland ist die Verwendung von Herkunftsnachweisen für Energieversorger, die Ökostrom verkaufen, verpflichtend geworden. Damit können Verbraucherinnen und Verbraucher nun sichergehen, dass ihre Megawattstunden Ökostrom auch

tatsächlich produziert und ins europäische Netz eingespeist wurden. Und – mindestens so wichtig – dass die Qualität „erneuerbar“ auch nur einmal verkauft wurde.

Es stimmt: Für Ökostrom in Deutschland werden ganz überwiegend Herkunftsnachweise aus Norwegen bezogen, gefolgt von Herkunftsnachweis-Importen aus Österreich und der Schweiz. Diese Produkte, also Herkunftsnachweise aus Wasser- und Windkraft, werden inzwischen auch über die Strombörse, die EEX, vertrieben. Das ist für den Markt wegen der Preistransparenz hilfreich, der Umwelt dient es nur begrenzt. Der Verkauf der erneuerbaren Qualität per Herkunftsnachweis führt in Norwegen zum Beispiel dazu, dass dort der Endkunden-Verbrauchsmix nur

noch 23 Prozent erneuerbare Energien ausweist, obwohl der norwegische Strom zu rund 95 Prozent aus Wasserkraft stammt. Die Norweger beziehen laut Stromkennzeichnung³ rund 32 Prozent Atomenergie und 45 Prozent fossile Energie. Atomkraftwerke gibt es dort jedoch nicht. Dies ist vielmehr Ergebnis des Verkaufs der Qualität „erneuerbare Energie“ nach Deutschland. Wir können uns natürlich über die Verbraucherinnen und Verbraucher aus diesen Ländern wundern, dass sie auf die Stromeigenschaften so wenig Wert legen. Wenn dort jedoch ein Umdenken einsetzen würde, so würden die Preise durch erhöhte Nachfrage nach Herkunftsnachweisen schnell steigen. Bei aller Kritik, die wir an dem europäisch per Richtlinie

³ <http://www.nve.no/en/Electricity-market/Electricity-disclosure-2011/>.

vorgegebenen System üben können, ist festzuhalten:
Herkunftsnachweise sind ein wirksames und sicheres
Bilanzierungsinstrument und schaffen Transparenz.
Sie machen europaweit die Verbrauchsanteile
erneuerbarer Energien in der Stromkennzeichnung
sichtbar. Das Herkunftsnachweisregister im UBA kann
und wird die Stromkennzeichnung der
Energieversorger für erneuerbare Energien in
Deutschland prüfen. Gleichzeitig schauen wir auch
darauf, ob die Staaten, aus denen
Herkunftsnachweise importiert werden, ebenfalls ein
verlässliches System der Stromkennzeichnung für
ihre Endkunden haben. Diese Prüfung ist für
Verbraucherinnen und Verbraucher der Garant für
den Ausschluss von Doppelvermarktung!

Neu ist auch, dass jetzt in Deutschland durch eine gesetzlich bestimmte Stelle Herkunftsnachweise ausgestellt werden. Welchen Einfluss wird dies auf die Direktvermarktung von erneuerbarem Strom haben? Welche Rolle spielt künftig beispielsweise die Regionalität des Stromprodukts? Wir im UBA verfolgen die Entwicklungen, die der Markt nehmen wird, und die Rolle, die Herkunftsnachweise dabei einnehmen können. Ich denke, dass sich hier ein neues „Spiel- und Versuchsfeld“ des freiwilligen Ökostrommarktes entwickeln könnte.

Mit der Einsicht, dass die Definition des Mehrwerts von Ökostrom für die Zukunft eine andere sein muss als in der Vergangenheit, geht die Diskussion um ein Zertifizierungskonzept weiter, das von allen

betroffenen Gruppen gemeinsam entwickelt und getragen wird. Viele Alternativen stehen in der Diskussion, eine gemeinsame Lösung ist noch nicht in Sicht. Sicher ist, dass es einen neuen Aufbruch geben wird und dieser nur gelingen kann, wenn alle an einem Strang ziehen. Wir müssen die Erkenntnisse, die Erfahrungen und Ideen aller Akteure einbinden. Es darf weder Denkverbote geben, noch dürfen sich Akteure der Debatte entziehen in dem Glauben, sie seien den neuen Herausforderungen wie bisher gewachsen. Dies ist ein Irrglaube! Wir alle müssen die Köpfe zusammenstecken. Dazu möchte ich hier ermuntern und einen Appell an die Interessenvertreter richten: Lassen Sie uns gemeinsam dem freiwilligen Ökostrommarkt in Deutschland eine Perspektive

bieten. Lassen Sie uns weiterhin nach einer gemeinsamen Lösung suchen, um den motivierten und engagierten Verbraucherinnen und Verbrauchern von Ökostrom zukünftig eine bessere Orientierung zu geben und in dem verworrenen Angebots- und Labeldschungel ein möglichst einfaches, dabei aber eindeutiges Hinweisschild, einen Richtungsweiser zu geben!