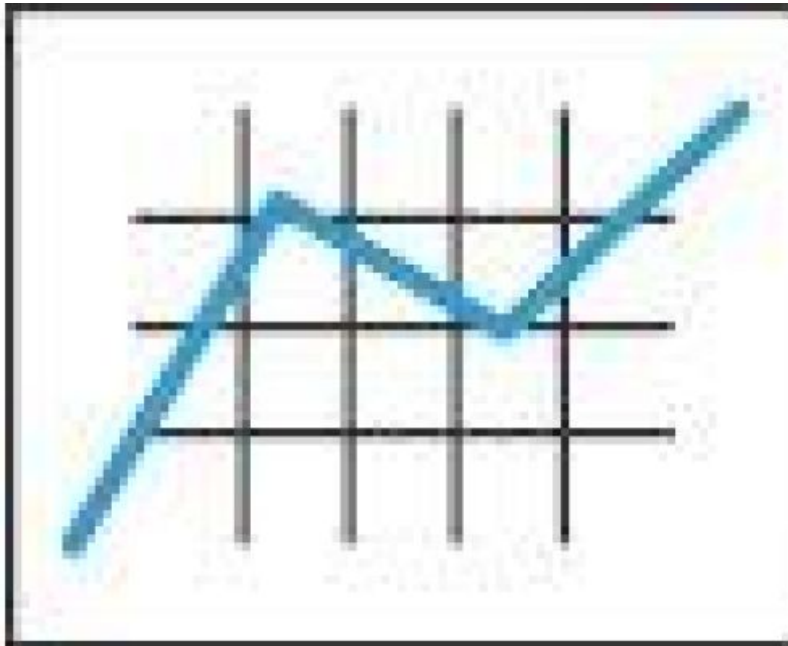


Entwicklung des Erdgasmarktes

08.04.2010, 17:05 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Barfeld & Partner GmbH*



Barfeld & Partner GmbH

Ein- und Ausblick

Politische Entscheidungen, wie Deregulierung und Unbundling sind das eine; operative Entscheidungen in den Unternehmen sind das andere. Die Chancen aber auch die Risiken in beiden Bereichen steigen deutlich. Drei operative Schwerpunkte sollen hier kurz angerissen und zur Diskussion gestellt werden:

- a) (Neu-)Positionierung im Wärmemarkt
- b) „Erdgasblase“ und kein Ende?
- c) Ausrichtung im Wettbewerb

Wo steht die Erdgaswirtschaft heute?

(Neu-)Positionierung im Wärmemarkt

Mit Erstaunen hat die Gaswirtschaft eine Erosion des Kundenzuspruches wahrgenommen. Die Zeiten, in denen das Erdgas als der Energieträger Nr. 1 in der Kundengunst vorne lag, sind vorbei. Inhaltlich stand dabei die Preisdiskussion im Endkundenmarkt stärker in der öffentlichen Diskussion als der tatsächliche Verlust von Marktanteilen im Wärmemarkt.

Erste Analysen zu den Marktanteilsverlusten zeigen, dass Erdgas zum einen nicht als umweltschonender Energieträger gegenüber den erneuerbaren Energien positioniert werden konnte. Zum anderen entfiel durch die Trennung von Vertrieb und Netz eine einheitliche Positionierung von Erdgas. Für Netzbetreiber ist der Netzvertrieb zum Erhalt des Volumens im Netz bisher nur eingeschränkt erkannt bzw. entwickelt worden. Auch die Wettbewerbsaktivitäten, die zu allererst das Unternehmen und weniger das Produkt in den Vordergrund stellten, trugen ergänzend dazu bei, dass ein gemeinsamer

Produktansatz für „Erdgas“ verloren ging.

"Erdgasblase“ und kein Ende?

Die warmen Winter der Vorjahre legten die wesentliche Basis für immer mehr kurzfristig verfügbare Erdgasmengen in Europa. 2008 und auch noch 2009 kamen dann durch den deutlich geringeren Bezug der Industrie als Folge der Wirtschaftskrise erhebliche frei verfügbare Erdgasmengen hinzu. Zwar unternahmen die Produzenten einige Anstrengungen, die Produktion zu drosseln, aufgrund der vertraglichen, wie aber auch der produktionsbedingten Gegebenheiten, konnten die starken Absatzeinbrüche in der Wirtschaftskrise aber nicht mehr kompensiert werden. Hinzu kommt ein weltweit wachsender Markt für LNG (=Flüssigerdgas), der immer stärker den europäischen Markt mit einbezieht und gerade in jüngster Zeit ebenfalls zu deutlichen Mehrlieferungen nach Europa führte.

Diese frei verfügbaren Mengen haben sich auch auf die vertragliche, insb. die preisliche Seite der Gaslieferverträge ausgewirkt. Langfristverträge weichen kurzfristigen Ausschreibungen. Die Ölpreisbindung verliert aktuell weiter an Bedeutung, zur Zeit ist ihr Führungsstatus als Leiteinheit bei der Preisbildung unter starkem Druck; kurzfristige Notierungen gewinnen deutlich. Wesentlich ist, dass es durch neue Vertragsstrukturen zu neuen Risikoverteilungen kommt.

Bioerdgas ist seit 2009 vermehrt verfügbar, preislich aufgrund seiner Produktionskosten im Verhältnis zu aktuellen Erdgasnotierungen jedoch nur beschränkt wettbewerbsfähig.

Ausrichtung im Wettbewerb

2010 wird das erste Mal deutlicher gaswirtschaftliche Gewinner und Verlierer aufzeigen. Entscheidend für den Erfolg in diesem Jahr waren aufgrund der Lieferausfälle (Wirtschaftskrise) die Beherrschung des damit einhergehenden Risikos aus der sog. „Take-or-Pay“-Verpflichtung der Langfristverträge sowie die Einbindung kurzfristiger Preisstellungen. Wer zeitig sein Risikomanagement und sein -controlling aufgebaut hatte, konnte das ein oder andere abfedern.

Die bisherigen (gaswirtschaftlichen) Stufen, die sich entlang der gaswirtschaftlichen Wertschöpfungskette herausgebildet hatten, werden durch diverse Marktaktivitäten der Unternehmen in Frage gestellt. Regionale Verteiler treten als Dienstleister für ihre Kunden im Einkauf auf, lokale Gasversorgungsunternehmen bündeln ihre Einkaufsaktivitäten und kaufen direkt an den Gasbörsen ein und Importgesellschaften beteiligen sich unmittelbar an Ausschreibungen oder erwerben selbst Explorationslizenzen und auch die Importeure treten in ihren Liefermärkten unmittelbar auf.

Innovative technische Massenprodukte für das Produkt Erdgas sind derzeit nicht verfügbar. Allerdings ist die Brennwertechnik weiterhin unangefochten die effizienteste Technik, auch im Vergleich zu anderen technischen Innovationen im Wärmemarkt.

Welche Potentiale bieten sich der Gaswirtschaft in diesen angesprochenen Schwerpunkten?

(Neu-)Positionierung im Wärmemarkt

Der Verlust von Marktanteilen kann nur branchenweit in Angriff genommen werden. Ende 2009 haben die Gasversorgungsunternehmen eine Neupositionierung des Produktes in Angriff genommen. Mit einer mehrjährigen Marketingkampagne für Erdgas und Bioerdgas sind die „Zeichen der Zeit“ erkannt worden, Erdgas wird grün. Neben dem Wärmemarkt wird dabei erstmals auch einheitlich für Erdgasfahrzeuge geworben.

Glaubwürdigkeit erschöpft sich aber nicht nur in Marketing, sondern bedarf kundenorientierter Produkte und technischer Innovationen.

Das Produkt Bioerdgas, als einer der effizientesten und rund um die Uhr gleichmäßig verfügbaren Rohstoffe wird eine immer größere Bedeutung erlangen. Die Nutzung der vorhandenen Infrastruktur, allein in Deutschland über 125.000 km Leitungsnetz, ermöglicht es sowohl das Bioerdgas dort zu produzieren, wo es auf ein optimales Produktionsumfeld zurückgreifen kann als es auch dort effizient einzusetzen, wo es benötigt wird. Einen positiven Beitrag wird Erdgas, vor

allem aber Bioerdgas, im Verkehr leisten, zuletzt hat dies die Deutsche Energie-Agentur (dena) in einer Anfang Januar 2010 veröffentlichten Studie bestätigt. Erdgasfahrzeuge bieten in heutigen Turbomotoren nicht nur Fahrspaß, sondern tragen erheblich zur Minimierung des CO₂-Ausstoßes (bei 20%-Beimischung Bioerdgas rd. 40% Reduzierung) bei, verbreiten keinen Feinstaub und sind auch deutlich leiser als Dieselfahrzeuge.

Innovative Techniken die schon jetzt sichtbar sind, wie die Mikro-KWK oder die Gaswärmepumpe, aber auch die immer wieder diskutierte Brennstoffzelle müssen in den kommenden Jahren wieder Maßstäbe im Wärmemarkt setzen.

Anzumerken ist, dass eine gute Produktwerbung letztlich auch den eigenen Unternehmenserfolg sichert. Anders formuliert: „Wettbewerb in einem schrumpfenden Markt kann nicht so erfolgreich sein wie ein solcher im wachsenden Markt“. Zu diskutieren ist, ob sich ein immer kurzfristig agierender Vertrieb für die Produktentwicklung weiterhin intensiv einsetzen soll oder ob dies nicht vorrangig den Netzbetreibern zufällt.

„Erdgasblase“ und kein Ende?

Der Erdgasmarkt wird sich in den kommenden Jahren weiter verändern. Die regionalen Märkte in Europa, den USA und Südostasien werden durch den Transport von LNG weiter zusammenwachsen. Die Europa beliefernden Produzenten schaffen bereits heute die notwendigen LNG-Infrastrukturen. Damit sind sie selbst in der Lage nicht nur leitungsgebundenes Gas zu liefern, sondern auch am LNG-Markt unmittelbar teilzunehmen. Die europäischen Erdgasversorgungsunternehmen bauen sowohl die LNG- als auch die leitungsgebundene Infrastruktur mit großen Projekten, genannt seien hier exemplarisch der Bau Nordstream, der Southstream und die Nabucco-Pipeline, aus.

All diese Maßnahmen werden für Europa eine mehr als ausreichende Infrastruktur bereitstellen. Anlässe wie die Ukraine-Krise 2009 werden dann einen noch geringeren Einfluss auf die Liefersicherheit in Europa haben als bisher. Die Frage ist nur, ist genug Gas verfügbar. Die bisherigen Berechnungen zur statischen Reichweite zeigen, dass Erdgas nach Kohle eindeutig die Primärenergie ist, die nicht nur Jahrzehnte sondern auch noch über Jahrhunderte verfügbar sein wird. Vieles spricht dafür, dass in den nächsten Jahren weiterhin ein Erdgasüberschuss bestehen wird. Allein die getätigten Investitionen in die Förderung wie auch in die Infrastruktur müssen refinanziert werden. Dies wird nur durch den Verkauf des geförderten Erdgases möglich sein. Auch steigt durch die Vernetzung der regionalen Märkte der Druck auf die Produzenten. Gesicherte Absatzmärkte eines oder mehrerer Produzenten wird es nicht mehr geben.

Allerdings ist die „Erdgasblase“ nicht per se ein Garant für weiter fallende Preise. Vielfältige Markt- und vor allem steigende Handelsinteressen nehmen deutlicheren Einfluss auf die Preisbildung. Tendenziell ist von häufigeren und auch deutlicheren Preisausschlägen auszugehen. Auch die Vielfalt der Produkte wird deutlich zunehmen.

Ausrichtung im Wettbewerb

Die zunehmenden und sich schnell ändernden operativen Einflüsse erfordern nicht nur eine regelmäßige Überprüfung der strategischen Ziele. Auch das „Handwerkszeug“ muss angepasst oder neu angeschafft werden. Das letzte Jahr hat gezeigt, dass das Bewusstsein für den Umgang mit operative Risiken verbesserungsfähig ist. Gerade Ein-, Verkauf und Handel eines Unternehmens sind als eine Einheit, möglicherweise auch in unterschiedlichen Ressorts oder gar Unternehmen einer Gruppe zu sehen.

Entscheidend ist jedoch die Vorhaltung eines integrierten Risikomanagements und -controllings, um aus den daraus gewonnenen Erkenntnissen unternehmerische und letztlich operative Entscheidungen abzuleiten. Darüber hinaus ist eine enge Verzahnung der operativen Bereiche notwendig. Der einseitige Gewinn einer Unternehmenseinheit muss nicht immer für das ganze Unternehmen von Vorteil sein.

Die aktuelle Diskussion in Unternehmen, ob Langfristverträge und implizit die Ölpreisbindung noch zeitgemäß sind oder nicht, ist in einigen Fällen eher eine solche, in der es um Macht und Zuständigkeiten im Unternehmen als um Marktpositionierung geht. Die Bindung eines Preises an eine Leitwährung, wie im Energiemarkt an den Ölpreis, bietet je nach Marktlage Vor- oder auch Nachteile. Letztlich kommt es nicht auf die Bindung sondern auf den Umgang mit der jeweiligen Bindung an. Ganz entscheidend für eine erfolgreiche Positionierung ist eine aktive Bewirtschaftung des gesamten Portfolios. Kundenbindung und Neukundengewinnung (auch Rückkehrer) sind zentrale operative

Anforderungen.

Fazit:

Der Erdgasmarkt befindet sich in „rauer See“, einfach gesagt im Wettbewerb. Die nächsten Jahre werden die Folgen unternehmerischer (Nicht-)Entscheidungen jedoch deutlich schneller sichtbar machen als dies noch in der Vergangenheit der Fall war. Belohnt werden die, die das Zusammenspiel von Unternehmertum und aktivem Risikomanagement und -controlling erfolgreich ausbalanciert bekommen. Es bleibt spannend.

Dr. Gerhard Holtmeier (47) ist als selbständiger Rechtsanwalt mit energiewirtschaftlichem Schwerpunkt tätig. Von 2007 bis 2009 war er Mitglied des Vorstandes der VNG - Verbundnetz Gas AG, Leipzig und zuständig für das Ressort Gasverkauf und Technik.

Portrait

Die Barfeld & Partner GmbH konzentriert ihre nationale sowie internationale Beratungstätigkeit auf die gezielte Suche nach Führungskräften sowie Integrationscoaching und Management-Audit. Ein weiterer Schwerpunkt ist die Vermittlung von Firmen bzw. Beteiligungen an Unternehmen im In- und Ausland. Die Sozietät steht den Unternehmen der Energie- und Chemiewirtschaft seit nunmehr fast 30 Jahren als Branchenspezialist zur Verfügung.

News-ID: 416028 • Views: 143 (Stand: 21.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/416028/Entwicklung-des-Erdgasmarktes.html>