

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	I
---------------------------------	----------

Abkürzungsverzeichnis	IX
------------------------------------	-----------

Literaturverzeichnis	XIV
-----------------------------------	------------

A. Literatur	XIV
--------------------	-----

B. Gesetzgebungsmaterialien	XXVIII
-----------------------------------	--------

C. Behörden und andere Stellen	XXXIII
--------------------------------------	--------

D. Abbildungsverzeichnis	XXXVII
--------------------------------	--------

Kapitel 1: Einleitung	1
------------------------------------	----------

A. Themeneinführung und Ziel der Untersuchung	1
---	---

B. Gegenstand der Untersuchung	8
--------------------------------------	---

C. Gang der Untersuchung	11
--------------------------------	----

Kapitel 2: Grundlagen	13
------------------------------------	-----------

A. Funktionsweise des Strommarktes	13
--	----

I. Volkswirtschaftliche Notwendigkeit eines Marktes	13
---	----

II. Rechtliche Notwendigkeit eines Marktes	16
--	----

III. Akteure am Strommarkt	21
----------------------------------	----

1. Stromerzeugung	21
-------------------------	----

a. Atomenergie	22
----------------------	----

b. Fossile Stromerzeugung	25
---------------------------------	----

c. Erneuerbare Energien	28
-------------------------------	----

aa. Stromerzeugung aus Wasserkraft	28
--	----

bb. Stromerzeugung aus Windenergie	30
--	----

cc. Solarstromerzeugung	32
-------------------------------	----

dd. Stromerzeugung aus Biogas, Biomasse und	
---	--

Grubengas	34
-----------------	----

2. Stromhändler/Vertrieb	36
--------------------------------	----

3. Messstellenbetreiber	38
-------------------------------	----

4. Netzbetreiber der allgemeinen Versorgung	39
---	----

IV. Zusammenfassung	42
---------------------------	----

B. Leitungsgebundenheit der Stromversorgung	43
---	----

I. Gleichgewicht zwischen Ein- und Ausspeisung	43
--	----

II. Bilanzkreismodell	46
-----------------------------	----

III. Fahrplanabwicklung und Abrechnung	50
--	----

IV. Ausgleichsleistung der Netzbetreiber	53
1. Regelenergiebereitstellung durch die Übertragungsnetzbetreiber	54
2. Verlustenergiebereitstellung durch die Netzbetreiber	57
IV. Auswirkungen der Erneuerbaren Energien	58
C. Strom als Handelsware	61
I. Allgemeines zum Strompreis	61
II. Vertragliche Veräußerung von Strom	63
1. Kauf- oder Werkvertragsrecht im Sinne des BGB	64
2. EFET-Rahmenvertrag	66
III. Stromhandel	68
1. Börsenhandel und OTC-Handel	69
a. Preisbildung an der EPEX Spot SE	69
b. Preisbildung im OTC-Handel	71
2. Spotmarkt und Terminmarkt	72
3. Internationaler Stromhandel	73
IV. Regelenergiebeschaffung und Preisbildung	76
V. Zusammenfassung und Bewertung	81
D. Strompreisbestandteile	84
I. Netzentgelte, Umlagen	85
1. Netzentgelte	85
2. Ausgleichsumlage nach § 19 Abs. 2 StromNEV	88
3. KWKG-Umlage	89
4. Offshore-Haftungsumlage	91
5. Umlage nach § 18 AbLaV	92
II. EEG-Umlage	93
1. Umlagesystem nach dem EEG und der AusglMechV	94
2. Entstehung der EEG-Umlage	96
3. Ausnahmen von der EEG-Umlage	98
a. Stromkostenintensive Unternehmen und Schienenbahnen	98
b. Eigenversorgung im EEG	99
c. Solares Grünstromprivileg nach § 39 Abs. 3 EEG 2012	101
III. Konzessionsabgaben	103
IV. Steuern	106
1. Stromsteuer nach dem StromStG	107
a. Stromsteuertatbestand	108
b. Befreiungstatbestände von der Stromsteuer	109
2. Mehrwert- / Umsatzsteuer im Sinne des UStG	113
V. Zwischenergebnis und Bewertung	115

E. Grundsätze des EEG-Fördersystem.....	118
I. Zwecke und Ziele des EEG	118
1. Systemintegration von Erneuerbaren Energien	120
2. Verringerung der volkswirtschaftlichen Kosten	121
II. Verhältnis EEG zum EnWG	123
III. Fördersystem des EEG für Anlagenbetreiber	125
1. Gesetzliches Schuldverhältnis	125
2. Anschlusspflicht des Netzbetreibers.....	127
3. Abnahme-, Verteilung- und Übertragungspflicht	131
a. Vorrangige, unverzügliche Gesamtabnahme des Stromes	132
b. Einspeisemanagement und Härtefallregelung	134
4. Vergütungspflicht des Netzbetreibers.....	136
a. Finanzieller Förderanspruch im Sinne des EEG.....	138
b. Andienungspflicht im Sinne des EEG	140
c. Vergütungshöhe	141
d. Ausschreibungsmodell des EEG 2014	145
e. Vergütungsdauer	149
f. Degression der Vergütung	150
5. Herkunftsnachweise und Grünstromeigenschaft	154
IV. EEG-Vergütungsmodell und Quotenmodell.....	156
V. Zusammenfassung und Bewertung.....	159
Kapitel 3: Die Direktvermarktung nach dem EEG	163
A. Historische Entwicklung der Direktvermarktung.....	163
I. Direktvermarktung im EEG 2004	165
1. Zulässigkeit der Direktvermarktung im EEG 2004	165
2. Rechtliche Rahmen der Direktvermarktung im EEG 2004.....	168
3. Zwischenergebnis und Bewertung.....	170
II. Direktvermarktung im Sinne des § 17 EEG 2009	174
1. Begrifflichkeit und systematischer Zusammenhang	177
2. Legaldefinition der Direktvermarktung	179
a. Kalendermonatliche Veräußerung	180
aa. Zeitliche Abgrenzung	181
bb. Sinn und Zweck der kalendermonatlichen Veräußerung	184
b. Veräußerung an Dritte.....	185
c. Abgrenzung zur Andienungspflicht.....	187
2. Anteilige Direktvermarktung.....	188

a. Voraussetzung der anteiligen Direktvermarktung	189
b. Einhaltung der anteilig vermarkteten Strommengen	190
c. Zwischenergebnis	193
3. Voraussetzungen der Direktvermarktung	194
4. Rechtsfolgen der Direktvermarktung	196
a. Entfall des Vergütungsanspruches.....	197
b. Auswirkungen auf die Vergütungsdauer	198
c. Weitere Förderung nach dem EEG	200
5. Verordnungsermächtigung für finanzielle Anreize	202
a. Marktprämienbonus.....	204
b. Kombi-Kraftwerks-Bonus.....	205
d. Zwischenergebnis.....	209
6. Grünstromhändlerprivileg im EEG 2009.....	210
a. Wirkungen des Grünstromhändlerprivilegs	211
b. Bewertung des Grünstromhändlerprivilegs	214
7. Übergangsbestimmung des § 66 EEG 2009	217
8. Zwischenergebnis.....	219
III. Die Direktvermarktung im EEG 2012	221
1. Sinn der Fortentwicklung der Direktvermarktung	222
2. Definition der Direktvermarktung nach § 33a EEG 2012	226
a. Ausschließlichkeitsprinzip	227
b. Negative Abgrenzung zum Direktverbrauch	230
aa. Unmittelbare räumliche Nähe.....	232
bb. Nutzung des Netzes der allgemeinen Versorgung	236
3. Allgemeine Voraussetzungen.....	237
a. Gemeinsame Messeinrichtung.....	238
b. Strombezogene Voraussetzungen.....	241
c. Vorliegen einer technischen Einrichtung.....	244
d. Messung und sortenreiner Bilanzkreis	248
4. Unterschiedliche Direktvermarktungsformen.....	253
a. Marktprämie im Sinne des EEG 2012	254
aa. Anspruchsberechtigung auf die Marktprämie.....	255
bb. Berechnung der Marktprämie	256
cc. Einführung der Managementprämienverordnung.	263
dd. Meldung tatsächlich eingespeister Strommengen	274
ee. Bewertung der Marktprämie.....	276
b. Verringerung der EEG-Umlage.....	278
aa. Portfoliovorgaben	280
bb. Einbeziehungsfähige Strommengen	282
cc. Stromkennzeichnung	284

dd. Bewertung des Grünstromprivilegs.....	287
c. Sonstige Direktvermarktung.....	291
d. Anteilige Direktvermarktung	293
5. Flexibilitätsprämie im EEG.....	295
a. Anspruchsvoraussetzungen	297
aa. Die Direktvermarktung als Anspruchsvoraussetzung	299
bb. Ausnahme des Grünstromprivilegs nach § 39 EEG 2012	302
cc. Zusätzlich bereitgestellte Leistung und Höhe der Prämie.....	303
b. Bewertung der Flexibilitätsprämie	305
6. Bewertung der Direktvermarktung im EEG 2012	309
B. Fortentwicklung der Direktvermarktung im EEG 2014	312
I. Grundsätze des EEG 2014.....	317
II. Finanzielle Förderung des EEG	320
1. Beschaffenheit der finanziellen Förderung.....	320
2. Verpflichtende Direktvermarktung.....	323
3. Grünstromeigenschaft des Stromes	328
4. Auswirkung von negativen Strompreisen.....	331
5. Zwischenergebnis und Bewertung.....	336
III. Definition der Direktvermarktung im EEG 2014.....	338
1. Direktvermarktung im Sinne des § 5 Nr. 9 EEG 2014	338
2. Direktvermarktungsunternehmen im Sinne des § 5 Nr. 10 EEG 2014.....	341
a. Beauftragung zur Direktvermarktung.....	342
aa. Anlagenbetreiber als Energieversorgungsunternehmen im Sinne des EnWG.....	342
bb. Anlagenbetreiber als Elektrizitätsversorgungsunternehmen im Sinne des EEG	345
b. Kaufmännische Abnahme zur Direktvermarktung	346
c. Letztverbraucher, Netzbetreiber, Anlagenbetreiber	348
3. Das Dreiecksverhältnis in der Direktvermarktung	352
4. Zwischenergebnis und Bewertung.....	355
IV. Geförderte Direktvermarktung	357
1. Allgemeine Förderungsvoraussetzung.....	358
a. „Sortenreiner Bilanzkreis“ im Sinne des § 35 Satz 1 Nr. 3 EEG 2014	359

b. Fernsteuerbarkeit der Erzeugungsanlagen	362
aa. Umfang der Befugnis zur Fernsteuerung.....	363
bb. Mehrere Anlagenbetreiber und Direktvermarkter	364
cc. Zwischenergebnis und Bewertung.....	366
2. Anteilige Direktvermarktung im EEG 2014	369
a. Zulässigkeit der anteiligen Direktvermarktung	369
b. Gemeinsame Nutzung eines Netzverknüpfungspunktes.....	374
3. Grünstromprivileg im EEG 2014	377
4. Zwischenergebnis und Bewertung.....	380
V. Ausfallvergütung nach § 38 EEG 2014	382
1. Vorliegen eines Ausnahmefalles im Sinne des § 38 EEG 2014	383
a. Insolvenz des Direktvermarkters	386
b. Andere Fälle der Unmöglichkeit	390
c. Wechsel in die Ausfallvergütung	392
2. Höhe der Ausfallvergütung	394
3. Anwendbarkeit der Ausfallvergütung auf Bestandsanlagen.....	396
4. Verhältnis der Ausfallvergütung zur sonstigen Direktvermarktung	398
5. Sachliche Rechtfertigung der Ausfallvergütung „außerhalb“ des EEG	402
a. Operatives Geschäft außerhalb des Finanzsektors.....	404
b. Privilegierungstatbestand des § 2 Abs. 4b KAGB.....	405
c. Zwischenergebnis	409
6. Bewertung der Ausfallvergütung.....	410
VI. Einspeisevergütung und Bagatellgrenze	412
VII. Flexibilitätsoptionen im EEG 2014.....	417
1. Fördersystematik für Biogasanlagen	417
2. Förderanspruch für Flexibilität.....	422
a. Anspruchsvoraussetzungen für Neuanlagen	422
b. Anspruchsvoraussetzungen für Altanlagen	425
3. Bewertung der Flexibilitätsoptionen im EEG 2014.....	427
VIII. Übergangsbestimmungen für die Direktvermarktung	430
1. Höhe der Marktprämie für Bestandsanlagen	431
2. Anforderungen an die Direktvermarktung für Bestandsanlagen	433
C. Zwischenergebnis und Bewertung	435

Kapitel 4: Vorgaben des Grundgesetzes	442
A. Eigentumsgarantie des Art. 14 GG	443
I. Schutzbereich des Art. 14 GG	445
1. Schutzbereich Eigentum	445
2. Schutzbereich eines subjektiven Rechts	447
3. Anwendbarkeit auf das EEG	449
a. Eröffnung des Schutzbereiches aufgrund der Einspeisevergütung	450
b. Eigentumsgarantie im Rahmen der Direktvermarktung	456
4. Zwischenergebnis	459
II. Eingriff in die Eigentumsgarantie	460
III. Verhältnismäßigkeit des Eingriffs in den Schutzbereich	463
1. Rückwirkungsverbot als Schranke	464
2. Verhältnismäßigkeit des Eingriffs in den Eigentumsschutz	470
IV. Zwischenergebnis	475
B. Berufsfreiheit des Art. 12 GG	476
C. Zwischenergebnis und Bewertung	478
Kapitel 5: Vereinbarkeit mit dem EU-Binnenmarkt	481
A. EU-Binnenmarkt	481
B. Warenverkehrsfreiheit nach Art. 34 AEUV	484
I. Rechtfertigung der Beschränkung der Warenverkehrsfreiheit	484
II. Übertragung der EuGH-Rechtsprechung auf das EEG	487
C. EU-Beihilferecht nach Art. 107 Abs. 1 AEUV	489
I. Vorliegen einer Beihilfe im Sinne des Art. 107 Abs. 1 AEUV	490
1. Beihilfebegriff im Sinne des Art. 107 Abs. 1 AEUV	491
2. Staatliche oder aus staatlichen Mitteln gewährte Förderung	493
3. Grünstromprivileg als Beihilfe nach Art. 107 Abs. 1 AEUV	497
4. EU-Beihilfeleitlinie für Energie und Umweltschutz 2014	499
II. Zwischenergebnis	501
D. Zwischenergebnis und Bewertung	502
Kapitel 6: Zusammenfassung und Bewertung	505
A. Erreichung der Zwecke des EEG und des EnWG	505
I. Klima – und Umweltschutz	506

II. Preisgünstige Energieversorgung	509
III. Versorgungssicherheit	511
IV. Ergebnis	513
B. Die Direktvermarktung aus Sicht des Anlagenbetreibers	514
C. Flexibilisierung durch die Direktvermarktung	516
D. Verhältnis zur Vermarktung von fossilen Energieträgern	520
E. Vereinbarkeit mit dem GG und dem AEUV	521
Kapitel 7: Fortentwicklung der Direktvermarktung	524
A. Reduzierung der volkswirtschaftlichen Kosten	524
B. Ausblick auf das Jahr 2050	527
C. Fortentwicklungsmöglichkeiten des EEG 2014	528
I. Anpassungen der finanziellen Förderung	528
II. Einbeziehung von vermiedenen Netzentgelten	530
III. Anreize zur Flexibilisierung im EEG 2014	532
1. Anpassung der Marktpremie	533
2. Wiedereinführung des Grünstromprivilegs	535
D. Harmonisierung der Märkte	537