

Analyse von Nutzer- und Wettbewerbsdaten als Strategiehilfe zur tariflichen Neugestaltung des Fernwärmeangebots der Stadtwerke Böblingen

Der Einsatz von Fernwärmenetzen wird allgemein als Instrument der Energiewende angesehen, da so besonders effiziente Technologien wie Kraft-Wärme-Kopplung Endverbrauchern zugänglich gemacht werden können. Die 2013 neu gegründeten Stadtwerke Böblingen (SWBB) betreiben ein solches Netz, das ab 1963 aufgebaut und von einem Eigenbetrieb der Stadt Böblingen übernommen wurde. Aufgrund von seit mindestens 1974 nur unzureichend erfolgten Preisanpassungen arbeitete das Geschäftsfeld Fernwärme jedoch vor allem in milden Wintern zuletzt nur defizitär. Das derzeitige Preismodell setzt sich aus einem niedrigen leistungsabhängigen Grundpreis und einem verbrauchsabhängigen Arbeitspreis zusammen. Von technischer Seite wird zudem eine stark schwankende Netzauslastung beklagt.

Ziel der Arbeit ist es, eine nach der Neugründung unklare Datenlage aufzuarbeiten. Durch eine Analyse des Kundenstammes sollen Defizite im Nutzerverhalten offengelegt werden, die möglicherweise durch die Preisgestaltung begünstigt werden. Um die Belastbarkeit der Ergebnisse zu gewährleisten, wurde dazu eine umfangreiche Normalisierung und Witterungsbereinigung der Verbrauchs- und Kundendaten vorangestellt. Die Kundendatenanalyse bestätigt dabei mit einer besonders niedrigen Vollbenutzungsstundenzahl die Vermutung einer ineffizienten Nutzung von meist zu groß dimensionierten Anschlüssen, was durch einen besonders niedrigen Grundpreisanteil von nur 10 % begünstigt wird. Für den aus der Analyse hervorgehenden Musterkunden wird folglich im bundesweiten Feld aller Fernwärmeanbieter mittels Interpolation ermittelt, wie stark die Gesamterlöse einzelner SWBB-Fernwärmekunden vom Branchendurchschnitt abweichen. In einem weiteren Schritt werden Sensitivitätsanalysen ausgeführt, wie sich Szenarien mit unterschiedlicher Anpassung der bisherigen Preiskomponenten auf eine Annäherung ans Marktniveau sowie auf unterschiedliche Kundengruppen auswirken. Die untersuchten neuen Preise sollen dabei eine Lenkungswirkung im Hinblick auf das Nutzerverhalten entfalten und Anreize für Anschlussoptimierungen setzen. Gleichzeitig soll der Grundpreisanteil für Durchschnittskunden auf ca. 30 % des Gesamterlöses steigen.

Aus der Sensitivitätsanalyse geht hervor, dass die Ziele am besten durch ein Szenario mit deutlicher Erhöhung des Grundpreises bei leichter Senkung des Arbeitspreises erreicht werden können. Insgesamt führt dies zu einer über den gesamten Kundenstamm gemittelten Erlössteigerung von 20 %. Die Ausprägung der Preisverteilung deckt sich dabei weitgehend mit Kundenwünschen, die aus einer vorgeschalteten Marktbefragung hervorgegangen sind.