



Direktvermarktung ab 100 kWp:

Wie Sie Sanktionszahlungen und versteckte Kostentreiber vermeiden

Direktvermarktung ist **ab 100 kWp Pflicht**, doch administrative Fehler und schlechte Konditionen kosten Betreiber schnell hohe Summen.

Executive Summary

Mit einer Photovoltaikanlage ab 100 kWp ist die Direktvermarktung keine Option, sondern Pflicht. Vielen Betreibern ist jedoch nicht bewusst, dass schon kleine Versäumnisse oder die Wahl des falschen Preismodells erhebliche finanzielle Folgen haben können.



Sanktionszahlungen im bis zu vier- oder fünfstelligen Bereich drohen, wenn Verträge zu spät abgeschlossen oder Übergangslücken nach Kündigungen entstehen.



Die Auszahlung der Marktprämie kann temporär zurückgestellt werden, wenn die Registrierung im Marktstammdatenregister nicht erfolgt ist.



Versteckte Kostentreiber wie hohe fixe oder variable Gebühren, befristete Vertragslaufzeiten, keine Steuerung bei negativen Strompreisen und ungenutzte Flexibilität bei Batteriespeichern mindern die Rendite über die gesamte Laufzeit.

Dieses Whitepaper richtet sich an Betreiber, die nicht nur ihre gesetzlichen Pflichten erfüllen, sondern ihre Direktvermarktung auch zukunftssicher und wirtschaftlich optimiert gestalten möchten. Im Mittelpunkt stehen zwei zentrale Risikofelder:

Akute Strafzahlungen vermeiden

- Die häufigsten Fehler in der Praxis.
- Die wichtigsten Checkpunkte, die Betreiber sofort prüfen sollten.
- Konkrete Maßnahmen, um kostspielige Sanktionen auszuschließen.

Dauerhafte Kosten optimieren

- Welche Vertragsmodelle sich langfristig rechnen.
- Vorteile der Direktvermarktung zum viertelstündlichen Spotmarktpreis gegenüber der Direktvermarktung zum Marktwert.
- Kriterien, auf die Betreiber bei der Auswahl ihres Direktvermarkters achten sollten.

Ergänzt wird das Whitepaper durch eine Praxis-Checkliste und ein Best-Practice-Beispiel, das zeigt, wie Betreiber sowohl akute Risiken als auch langfristige Kostennachteile erfolgreich vermeiden.

Für alle, die tiefer einsteigen möchten, verweisen wir auf weiterführende Wissensartikel – etwa zum [Sanktionszahlungen in der Direktvermarktung vermeiden](#) oder zu [Direktvermarktung für PV >100 kWp: Kostenfallen vermeiden](#).

Unser Ziel:

Wir wollen Ihnen einen **kompakten Überblick über die größten Risiken und Chancen in der Direktvermarktung** geben, damit Sie Ihre Photovoltaikanlage rechtssicher betreiben und gleichzeitig maximale Wirtschaftlichkeit erzielen.



Sanktionszahlungen vermeiden

Versäumte Fristen, Fehler bei der Registrierung oder eine unzureichende Vorbereitung beim Wechsel des Direktvermarkters führen nicht selten zu empfindlichen Strafzahlungen und erheblichen Ertragsverlusten.

In der Praxis gilt:

Die meisten Sanktionen sind vermeidbar. Sie entstehen nicht, weil Betreiber sich bewusst falsch verhalten, sondern weil organisatorische Details übersehen werden oder weil Abläufe zwischen Betreiber, Direktvermarkter und Netzbetreiber nicht sauber abgestimmt sind.



Typische Pflichtverstöße, die zu Sanktionszahlungen führen*

Fehlende Registrierung im Marktstammdatenregister (MaStR) und EEG-Jahresmeldung

Die Registrierung im Marktstammdatenregister (MaStR) ist die zentrale Voraussetzung, damit Anlagen überhaupt für die EEG-Förderung berücksichtigt werden. Jede Photovoltaikanlage muss innerhalb eines Monats nach Inbetriebnahme regist-

riert sein. Wird die Registrierung versäumt, kann der Netzbetreiber die Marktpremie solange nicht auszahlen, bis die Nachmeldung erfolgt ist.

Hinzu kommt die jährliche Pflicht zur EEG-Jahresmeldung, die bis spätestens zum

28. Februar des Folgejahres einzureichen ist. Sie dient als Nachweis über eingespeiste Strommengen und Förderansprüche.

Ein sogenannter „Doppelverstoß“ liegt vor, wenn beide Pflichten nicht fristgerecht erfüllt werden. Dann drohen nicht nur

monatliche Sanktionszahlungen, sondern auch Förderkürzungen und administrative Nachprüfungen durch die Bundesnetzagentur. Die Strafzahlungen laufen fort, bis alle versäumten Meldungen vollständig nachgeholt sind.



Fehlende technische Einrichtungen zur Fernsteuerbarkeit

Ab einer installierten Leistung von 25 kWp müssen Anlagen jederzeit fernsteuerbar sein. Das bedeutet: Dem Direktvermarkter oder Netzbetreiber muss es erlaubt sein, die Anlage zu steuern.

Fehlt der technische Nachweis über die Fernsteuerbarkeit, etwa durch unvollstän-

dige Schnittstellenanbindung, veraltete Kommunikationsgeräte oder fehlende Zertifikate, gilt dies als Pflichtverstoß. Neben der Gefahr von Sanktionszahlungen drohen auch Verluste im Redispatch-Fall, da der Netzbetreiber den Betreiber bei fehlender Steuerbarkeit nicht entschädigen muss.



Falsche oder fehlende Zuordnung zur EEG-Veräußerungsform

Jede Photovoltaikanlage muss eindeutig einer **EEG-Veräußerungsform** zugeordnet werden.

Zur Auswahl stehen:

- die geförderte Direktvermarktung (Marktprämiensmodell),
- die feste Einspeisevergütung, (nur unter 100 kWp)
- oder die sonstige Direktvermarktung ohne Förderanspruch.

Fehlt diese Zuordnung oder wird sie fehlerhaft übermittelt, darf der Netzbetreiber keine Marktpremie auszahlen und kann Sanktionszahlungen verhängen.

Besonders kritisch wird es bei Bestandsanlagen, die zu einem neuen Direktvermarkter wechseln: Wird der Wechsel nicht fristgerecht angezeigt oder die Veräußerungsform nicht korrekt im Marktstammdatenregister hinterlegt, verliert der Betreiber rückwirkend seinen Anspruch auf Förderzahlungen.



III. Unzureichende Messung und Bilanzierung

Eine viertelstundengenaue Messung ist die gesetzliche Voraussetzung für die Direktvermarktung. Nur so können Einspeisdaten korrekt bilanziert und Prognosen zuverlässig erstellt werden.

Fehlt diese Messgenauigkeit, können keine validen Daten an den Direktvermarkter übermittelt werden, was Nachberechnungen, Erlösverluste und Sanktionen nach sich ziehen kann.

Fristversäumnisse bei der Überführung in die Direktvermarktung

Beim Wechsel oder bei der Inbetriebnahme von neuen Anlagen haben Betreiber drei Monate Zeit, um den Wechsel in die Direktvermarktung vollständig abzuschließen. Wird diese Frist überschritten, erhalten sie nur 80 % des üblichen Vergütungssatzes, die sogenannte Ausfallvergütung.

Ab dem vierten Monat nach Inbetriebnahme kann der Netzbetreiber den eingespeis-

ten Strom sogar kostenlos abnehmen, ohne dass der Betreiber Anspruch auf eine Vergütung hat.

In der Praxis entstehen diese Versäumnisse häufig durch verspätete Vertragsabschlüsse, fehlende technische Freigaben oder schleppende Abstimmungen zwischen Netzbetreiber, Direktvermarkter und Anlagenbauer.

Fehler im Redispatch-Management

Mit der Einführung von Redispatch 2.0 sind Betreiber verpflichtet, ihre Anlagen eindeutig den Marktrollen Einsatzverantwortlicher (EIV) und Betreiber der technischen Ressource (BTR) zuzuordnen. Diese Rollen stellen sicher, dass bei Netzengpässen oder Einspeisemanagementmaßnahmen die Kommunikation reibungslos funktioniert.

Wer diese Rollen nicht anmeldet oder falsche Daten übermittelt, riskiert Straf-

zahlungen und verliert Entschädigungsansprüche im Fall von Eingriffen durch den Netzbetreiber.

Eine regelmäßige Überprüfung der Marktrollen und ein enger Austausch mit dem Direktvermarkter sind daher unerlässlich, um wirtschaftliche Nachteile im Redispatch-Fall zu vermeiden.

Die finanziellen Folgen

Fehler in der Direktvermarktung bleiben oft unbemerkt. Sobald die Abrechnung kommt, werden die finanziellen Auswirkungen aber schnell deutlich:



Monatliche Strafzahlungen

Je nach Art und Dauer des Verstoßes können Netzbetreiber monatliche Sanktionen von bis zu 10 € pro kWp installierter Leistung verhängen. Für eine Anlage mit 300 kWp entspricht das bereits 3.000 € pro Monat, solange die Pflichtverletzung nicht behoben ist.



Ausfallvergütung statt Marktprämie

Wird die Direktvermarktung nicht fristgerecht aufgenommen oder ist kein gültiger Vertrag vorhanden, greift die Ausfallvergütung. In diesem Fall erhält der Betreiber nur 80 % des anzulegenden Wertes, in manchen Fällen sogar weniger. Bei längeren Übergangsphasen oder verspäteten Anmeldungen kann dies zu mehreren tausend Euro Verlust pro Monat führen.



Unentgeltliche Abnahme

Wird die Frist zur Anmeldung der Direktvermarktung vollständig überschritten, kann der Netzbetreiber den erzeugten Strom kostenlos abnehmen. Das bedeutet: Die Anlage speist weiter ein, aber ohne jede Vergütung.



Operative Risiken

Auch technische oder organisatorische Mängel können finanzielle Folgen haben. Fehlen z. B. die korrekten Marktrollen im Redispatch-Management oder bestehen Störungen in der Fernsteuerbarkeit, drohen zusätzliche Sanktionen und der Verlust von Entschädigungen.

Fazit

Die finanziellen Auswirkungen von Pflichtverstößen in der Direktvermarktung sind oft größer als erwartet und meist vollständig vermeidbar.

Gerade bei Anlagen ab 100 kWp können sich selbst Übergangsphasen oder formale Fehler zu vier- bis fünfstelligen Verlusten summieren.

Darauf sollten Sie besonders achten

Um Sanktionszahlungen zu vermeiden, sollten Sie frühzeitig die jeweiligen Fristen prüfen und mit den zuständigen Ansprechpartnern Kontakt aufnehmen. Unsere Checkliste zur Vermeidung von Strafzahlungen (siehe weiter unten im Dokument) dient dabei zur Orientierung.

Wichtig ist jedoch: Aus Sorge vor Sanktionen oder bürokratischem Aufwand sollten

Betreiber keinesfalls ungünstige Vertragsbedingungen akzeptieren. Denn Risiken entstehen nicht nur durch administrative Versäumnisse beim Wechsel des Direktvermarkters, sondern vor allem auch durch langfristig unvorteilhafte Modelle, hohe Margen oder versteckte Risikoaufschläge.

Unser Tipp:

Versteckte Kosten und befristete Verträge sollten vermieden werden.



Transparente und flexible Kostenmodelle wählen

Manche Direktvermarkter kalkulieren hohe fixe oder variable Gebühren sowie Risikoaufschläge ein, oft versteckt in den Vermarktungsgebühren. Empfehlenswert sind Modelle mit niedrigen Gebühren, die hohe Einnahmen in Hochpreisphasen ermöglichen.

LUOX Energy setzt bewusst auf ein faires und verlässliches Preismodell mit nur 3 % Dienstleistungsgebühr und verzichtet auf zusätzliche Risikoaufschläge. Das flexible

Spotmarktmodell von LUOX Direktvermarktung steigert das Einnahmepotenzial in Hochpreisphasen, während die Marktprämie gleichzeitig eine stabile Absicherung bietet.

So profitieren Betreiber von Transparenz, Planbarkeit und fairer Beteiligung am Börsenpreis.

→ Mehr erfahren: [LUOX Direktvermarktung für Gewerbe](#)



Prognosequalität und Vermarktungskosten prüfen

Ungenaue Ertragsprognosen führen im Stromhandel zu erhöhten Ausgleichsenergiekosten, was oft ein unterschätzter Kostentreiber ist.

LUOX Energy nutzt KI-gestützte Prognoseverfahren, die wetter- und anlagen-spezifische Daten in Echtzeit auswerten.

Dadurch sinken Abweichungen zwischen Prognose und tatsächlicher Einspeisung und damit auch die Kosten im Stromhandel.

Für Betreiber bedeutet das: höhere Genauigkeit, weniger Ausgleichsenergie und mehr Erlös pro Kilowattstunde.



Verluste durch negative Strompreise vermeiden

Wenn der Spotmarktpreis unter null fällt, entfällt bei vielen neueren Anlagen die Marktprämie. Die Folge? Die Einnahmen sinken sofort.

Mit einem intelligenten Batteriespeicher kann dieser Effekt abgedeckt werden, indem Strom zwischengespeichert und später vermarktet wird.

Seit dem 1. Oktober 2025 bietet LUOX Energy zusätzlich eine automatische Abregelung bei negativen Strompreisen an. Das bedeutet: Auch ohne Speicher reduzieren betroffene Anlagen ihre Einspeisung automatisch, um Vergütungsausfälle zu vermeiden. So steigern Betreiber ihre jährlichen Gesamterlöse und senken gleichzeitig das Risiko bei Preisschwankungen.

Spotmarktpreis vs. Marktwert

Entscheidend für Anlagenbetreiber mit Strategien zur zeitoptimierten Einspeisung ist, dass Sie Ihren Strom zu viertelstündlichen Spotmarktpreisen vermarkten - und nicht zum durchschnittlichen Marktwert. Dies gilt für Anlagen mit PV-Speicher und solche mit automatischer Abregelung durch den Direktvermarkter.





Fazit

Sanktionszahlungen sind kein unvermeidliches Schicksal, sondern fast immer das Ergebnis vermeidbarer Versäumnisse. Mit klaren Prozessen, rechtzeitiger Planung und einer sauberen Kommunikation zwischen Betreiber, Direktvermarkter und Netzbetreiber lassen sich Risiken zuverlässig ausschließen.

Damit schaffen Betreiber die Grundlage für eine stabile und rechtssichere Direktvermarktung. Doch während sich hohe Strafzahlungen durch vorausschauendes Handeln relativ einfach vermeiden lassen, bleibt eine zweite Herausforderung bestehen: die dauerhaften Kostentreiber bei der

Direktvermarktung, die in vielen Verträgen versteckt sind und oft unerkannt bleiben. Diese zusätzlichen Belastungen sind weniger offensichtlich, wirken sich aber langfristig oft noch stärker auf die Rendite aus.

Mit der LUOX Direktvermarktung zu Börsenstrompreisen maximierst du dein Erlöspotenzial, ganz einfach, flexibel und zu fairen Konditionen.

Checkliste: 5 Punkte zur Vermeidung von Strafzahlungen

01

Fristen frühzeitig prüfen

Alle Melde- und Umstellungsfristen sollten zentral dokumentiert und regelmäßig überprüft werden.



Wichtige Stichtage:

- Registrierung im Marktstammdatenregister (MaStR): innerhalb eines Monats nach Inbetriebnahme.
- EEG-Jahresmeldung: bis spätestens 28. Februar des Folgejahres.
- Überführung in die Direktvermarktung: spätestens drei Monate nach Inbetriebnahme.

02

Vertragsübergang absichern

Kündigung und neuer Vertrag sollten möglichst ohne lange Übergangsphasen geschehen. Bereiten Sie sich daher frühzeitig auf den Wechsel vor und beachten Sie die Bearbeitungsdauer von 15 bis 36 Werktagen - je nach Vermarktungsform.



→ Mehr erfahren: [Fristen für die Anmeldung zur Direktvermarktung](#)

03

Technische Anforderungen regelmäßig prüfen

Jede Anlage über 100 kWp muss fernsteuerbar und viertelstundengenau messbar sein. Fehlende Anbindungen, gestörte Datenübertragung oder veraltete Kommunikationsgeräte führen zu Pflichtverstößen.



Betreiber sollten mindestens einmal jährlich prüfen, ob:

- die Fernsteuertechnik aktiv funktioniert,
- Messwerte korrekt übermittelt werden,
- Kommunikationsdaten (EIV/BTR, Zählernummern, Marktrollen) aktuell sind.

Checkliste: 5 Punkte zur Vermeidung von Strafzahlungen

04

Verantwortlichkeiten festlegen

Es sollte eindeutig geklärt sein, wer im Unternehmen oder bei externen Partnern für die administrative Abwicklung zuständig ist.

05

Dokumentation aufbewahren

Alle Nachweise über Fristeinhaltung und Meldungen sollten sicher archiviert werden, um Streitfälle zu vermeiden.

Unser Tipp: Doppelt sparen

Die Kombination aus Spot-Vermarktung und dynamischem Stromtarif ist eine besonders wirkungsvolle Strategie zur Senkung der Stromkosten. Mit LUOX Dynamisch und LUOX Direktvermarktung maximieren Sie den wirtschaftlichen Nutzen Ihres flexiblen Energiemanagements. Mehr erfahren auf: www.luox-energy.de



Über LUOX

LUOX Energy ist die Endkundenmarke der Lumenaza GmbH und bündelt mehr als zwölf Jahre Erfahrung in der Vermarktung von Strom aus erneuerbaren Energien.

Als Teil der Lumenaza GmbH profitieren wir von einer leistungsfähigen, vielfach erprobten digitalen Infrastruktur, die alle energiewirtschaftlichen Prozesse zuverlässig abbildet - vom Onboarding, über die der Stromvermarktung bis hin zur Abrechnung.

Mit dieser technologischen Basis ermöglichen wir es Betreibern und Betreiberinnen von Photovoltaik-, Windkraft-, Biogas- und Wasserkraftanlagen, ihren Strom ge-

winnbringend zum Börsenstrompreis zu vermarkten - und das bei transparenten Konditionen und minimalem Aufwand. Gleichzeitig bieten wir mit LUOX Direktvermarktung und dem dynamischen Stromtarif LUOX Dynamisch Lösungen, die Produzenten und Verbraucher und Verbraucherinnen flexibel mit dem Energiemarkt verbinden.

Unser Anspruch ist es, die Energiewende wirtschaftlich attraktiv, transparent und planbar zu gestalten. Dafür kombinieren wir technologische Kompetenz mit klaren Prozessen und flexiblen Vermarktungsmodellen, die auf Stabilität und Fairness ausgerichtet sind.

Besonderen Wert legen wir auf:



Verlässliche Konditionen:
faire Laufzeiten und kurze Kündigungsfristen für maximale Planungssicherheit.



Technologische Integration:
Einbindung von Batteriespeichern und Energiemanagementsystemen.



Transparente Preisstrukturen:
Keine versteckten Gebühren oder Risikoaufschläge.



Innovative Lösungen:
Automatische Abregelung bei negativen Strompreisen (v.a. für Neuanlagen) für höhere Erlöse und Sicherheit im Markt.

Damit schaffen wir die Grundlage für eine effiziente, rechtssichere und zukunftsorientierte Direktvermarktung, die unseren Kunden und Kundinnen operative Komplexität abnimmt und stabile Erträge sichert.

Unser gemeinsames Ziel: eine Energiezukunft, die auf 100 % erneuerbaren Quellen basiert. Wirtschaftlich tragfähig, digital vernetzt und für alle zugänglich.