

# » Wetter und Energie «

Interview mit Alexander Lehmann

**Kaum ein Wirtschaftsbereich wird stärker durch das Wetter beeinflusst als die Energiebranche. Anhand von Wetterdaten können Energieversorger optimal planen, ihr Wetterrisiko minimieren und damit größtmögliche Wirtschaftlichkeit erreichen. Doch woher bekommen die Energieversorgungsunternehmen (EVU) ihre Daten? Frederik Wagner und Masiar Sabok Sir von η (energie) wollten es genau wissen und sprachen mit Alexander Lehmann, der den Bereich Energieservice des Wetterdienstes Meteomedia leitet.**

**η[energie]: Herr Lehmann, das Wetter spielt für Energieversorger eine nicht zu unterschätzende Rolle. Wieso eigentlich?**

**Lehmann:** Es ist ganz einfach so, dass alle Bereiche der Energie-Wertschöpfungskette wetterabhängig sind. Das heißt, dass mit Hilfe von exakten Wetterdaten optimiert werden kann. Optimieren heißt letztlich sparen, und dies egal ob in Produktion, Netz, Handel oder Vertrieb.

**Sind alle Bereiche der Wertschöpfungskette innerhalb des Stroms gleichermaßen betroffen?**

Nein, das ist sicher nicht der Fall, wobei dies von EVU zu EVU unterschiedlich ist. Der Wettereinfluss beim Absatz hängt beispielsweise von der Frage ab, wie sich die Endkunden eines EVU zusammen setzen. Ähnliche Unterschiede finden sich auch in allen anderen Wertschöpfungsbereichen.

**Die Meteomedia AG in Gais erstellt Wetterprognosen speziell für die Energiebranche. Was können wir uns darunter vorstellen? Wie funktionieren solche Prognosen?**

Die Energiebranche können Sie nicht mit 0815-Produkten beliefern. Nur wer die

Materie versteht, kann entsprechende Produkte entwickeln. Dazu zählen auch unsere Prognosen, welche wir gemäß den Anforderungen der EVU optimieren und stetig weiterentwickeln. Ein 10-köpfiges Team kümmert sich bei uns alleine um diese Kundengruppe und deren Bedürfnisse.

**Welche Produkte/Leistungen bieten Sie an?**

Die Auswahl ist groß. Um ein paar Beispiele zu nennen: Für den Bereich der Produktion gibt es Windleistungs-, Solarstrom und auch Wasserkraftprognosen. Auch für Netzbetreiber sind solche Daten von Interesse, genauso wie unsere Unwetterwarnungen, welche in Netzleitsysteme integriert werden können. Handel und Vertrieb interessieren sich vor allem für unsere punkt- und stundengenauen 10-Tagesprognosen.

**Wo sehen Sie die Vorteile, die sich daraus für Ihre Kunden ergeben? Was macht gerade die Meteomedia AG so besonders?**

Unsere Prognosequalität ist in der Schweiz kürzlich getestet worden und zwar vom Staat. Im Vergleich zu allen anderen Anbietern schnitten unsere Prognosen am besten ab. Solche Wettbewerbe wünschen wir uns auch in Deutschland und anderen Ländern.

**Alexander Lehmann** studierte Meteorologie in Mainz. Nach dem Diplom-Abschluss im Jahre 1995 arbeitete er zunächst als Meteorologe, Moderator und Leiter der Wetterredaktion beim Wetterkanal in Düsseldorf, bevor er zwei Jahre später zu Meteomedia wechselte. Vor 4,5 Jahren baute er dort den Bereich Energieservices auf, den er seither leitet. Die Abteilung betreut heute mehr als 350 Kunden in der Energiebranche. Alexander Lehmann moderiert unter anderem die TV-Wettersendungen in der ARD.



Darüber hinaus ist die Messnetzdichte in dieser Form einmalig. Wie wichtig lokale Messungen sind, weiß jeder Netzbetreiber. Sie können keine wirklich guten Prognose nur auf Basis der Daten aus dem Nachbar-netz erstellen. Das ist beim Wetter nicht anders. Heute vertrauen uns bereits über 350 EVU und wir wollen auch das Vertrauen anderer gewinnen. Gerne auch im direkten kostenlosen Vergleich mit der Konkurrenz.

**Über was für Zeiträume gibt es sinnvolle Informationen bzw. in welchen Zeiträumen informieren sich die Energieversorger?**

Das ist ganz unterschiedlich. Messwerte gibt es bis zu 10-minütlich, Prognosen rechnen und liefern wir stündlich. Welche Updatefrequenz "sinnvoll" ist, das muss ein EVU natürlich selbst entscheiden. Die Frage nach „sinnvollen Prognosehorizonten“ wie-

derum ist schwierig. Es gibt Situationen, da weiß man nicht genau, was in 3 Tagen passiert, dann wiederum gibt es andere Wetterlagen, bei denen Wochenaussagen sinnvoll sein können.

**Bewirkt ein möglicher Klimawandel auf Deutschland bezogen, dass energiepolitisch umgedacht werden muss? Ergeben sich durch steigende Temperaturen Probleme in einzelnen Bereichen oder auch neue Potenziale, z.B. im Solarbereich?**

Wir bei Meteomedia sind keine Klimatologen, insofern auch keine Klima(-wandel)-Experten. Dennoch sind die Prognosen heute immer noch so unterschiedlich und damit auch unsicher, wenn man sich nur ein verhältnismäßig kleines Land wie Deutschland anschaut. Insofern halte ich konkrete Aussagen hierzu für äußerst schwierig.

**Wagen Sie bitte einen Blick in die Zukunft. Wie wird sich die Meteorologie weiterentwickeln? Und welche Chancen und Möglichkeiten im Bereich Energie werden sich daraus ergeben?**

In irgendeiner Form sind nahezu alle Wirtschaftsbereiche wetterabhängig. In der Energiebranche hat man dies schon länger erkannt, andere Branchen werden nach und nach folgen. Zusätzlich kommt die nicht immer sachliche Diskussion rund um das Thema Klima mit einhergehenden Gesetzen, welche auch unser Tagesgeschäft betreffen (Stichwort Energieeffizienz). Wetterdaten werden somit immer wichtiger. Ich denke, dass die Meteorologie ein großes Zukunftsfeld ist.

**Vielen Dank für das Interview!**



## Das Wetter im Mittelpunkt

**1991 gründete Jörg Kachelmann mit der Meteomedia AG einen der ersten privaten Wetterdienste in Europa. Mit rund 120 Mitarbeitern betreibt Meteomedia Niederlassungen in Deutschland, der Schweiz, Kanada und den USA. Herzstück des Unternehmens ist das engmaschige private Wetterstationsmessnetz. Mit rund 750 Stationen zählt es heute zu den größten Messnetzen Europas.**

Im Mittelpunkt der Arbeit stehen präzise Wetter- und Unwetterprognosen. Zu diesem Zweck wird ein erheblicher Infrastrukturaufwand betrieben. Rund um die Uhr treffen in den Wetterzentralen in Gais (Schweiz) und Bochum Beobachtungsdaten, Computermodelle, Satelliten- und Radarbilder aus der ganzen Welt ein. Zusammen mit dem Messnetz stehen den Meteorologen die Daten von weltweit ca. 14.000 Stationen zur Verfügung. Damit besitzt Meteomedia eine der größten Wetterdatenbanken Europas. In Deutschland und der Schweiz werden Unwetterzentralen betrieben, die Behörden, Versicherungen und andere Interessenten rund um die Uhr vor Unwettern warnen. Wesentlicher Bestandteil der Angebote sind die Internetportale [www.unwetterzentrale.de](http://www.unwetterzentrale.de) und [www.meteocentrale.ch](http://www.meteocentrale.ch). Die Auswertung aller national und international führenden Wettermodelle sowie eigene Prognoseverfahren bilden die Grundlage für professionelle Unwettervorhersagen auf höchstem

Niveau. Ein unverzichtbarer Service für zahlreiche wetterabhängige Branchen, wie z.B. der Energiebranche, aber auch für die Bevölkerung.

Seit Mitte der 1990-er Jahre produziert Meteomedia erfolgreich TV-Wetterberichte für zahlreiche Medienkunden. Die journalistische Präsentation des Wetters bedeutet für das Team rund um Jörg Kachelmann aber auch, über die „Aussichten für Morgen“ hinauszugehen. Prägnante Wetterereignisse im In- und Ausland finden ebenso Erwähnung wie Hintergrundinformationen zu interessanten Themen rund ums Wetter. Meteomedia produziert unter anderem die Wetterberichte im Anschluss an die ARD-Tagesthemen, für das ARD-Morgenmagazin, die werktägliche Sendung „Das Wetter im Ersten“ im ARD-Vorabendprogramm, die TV-Programme von WDR, SWR, MDR, RBB und NDR. Auch RTL Tele Luxemburg wird von den Wetter- und Medienspezialisten unterstützt.

● [www.meteomedia.ch](http://www.meteomedia.ch)