



→ Die 125 wichtigsten Gasversorger im Vergleich

# Inhaltsverzeichnis

<b>1. Überblick: 125 Gasanbieter im Vergleich</b>	<b>1</b>
1.1 Bestandteile der Gas-Service studie	2
<b>2. Methodik</b>	<b>2</b>
2.1 Auswahl der Versorger	2
2.2 Untersuchungsbereiche	3
2.3 Bewertungsmodell	3
2.4 Gesamtergebnisse	4
<b>3. Service – Rating: Ergebnisse</b>	<b>9</b>
3.1 Service-Test	11
3.2 Hotline-Service	13
3.3 Produktpräsentation	15
3.4 Online-Service	15
3.5 Energieeffizienz	17
<b>4. AGB-Rating: Ergebnisse</b>	<b>21</b>
4.1 Vertragslaufzeiten	22
4.2 Preisanpassung	26
4.3 Zahlungsmodalitäten	29
<b>5. Zusammenfassung</b>	<b>31</b>

## 1. Überblick: 125 Gasanbieter im Vergleich

Der Wettbewerb auf dem Gasmarkt für private Verbraucher hat sich im Jahr 2011 weiter verschärft. Im August 2010 konnten die Verbraucher zwischen durchschnittlich 30 Gasanbietern wählen. Die Zahl der durchschnittlich verfügbaren Gasversorger pro Postleitzahlengebiet ist im August 2011 auf 53 angestiegen. Seit der Öffnung des Gasmarktes im Jahr 2007 hat sich die Zahl der verfügbaren Anbieter jedes Jahr nahezu verdoppelt.

Der Wettbewerb um die Gunst des Kunden findet in erster Linie über den Preis statt. Doch neben den Preisdifferenzen unterscheiden sich die einzelnen Anbieter auch durch Servicequalität und Vertragsgestaltung. Diese Unterschiede werden im Rahmen der Gas-Servicestudie des unabhängigen Verbraucherportals Verivox beleuchtet und bewertet.

Die Gas-Servicestudie 2011 analysiert die Vertragsgestaltung und die Servicequalität der 125 wichtigsten Gasanbieter Deutschland. Verivox versetzt sich dabei in die Rolle der Verbraucher und bewertet die Gastarife für Privat- und Gewerbekunden aus deren Blickwinkel.

Die Ergebnisse der Untersuchung werden auf der jeweiligen Tarifseite bei [www.verivox.de](http://www.verivox.de) dargestellt, um Verbrauchern eine schnelle und einfache Einschätzung der AGB und der Kundenfreundlichkeit eines Gastarifs zu ermöglichen. Die transparente Darstellung dieser Tarifparameter soll dazu beitragen, den Wettbewerb auf dem stetig wachsenden Gasmarkt weiter anzukurbeln und bessere Bedingungen für die Verbraucher zu schaffen.

Alle zur Untersuchung herangezogenen Kriterien wurden pro Tarif erhoben. Dies ist notwendig, da viele Versorger inzwischen auch Tarife mit unterschiedlichem Serviceniveau anbieten. Aus diesem Grund werden die von Verivox entwickelten Testsiegel pro Tarif vergeben.

Das Testsiegel wird durch 1 bis 5 Gasflammen visualisiert, wobei fünf Gasflammen der Note „sehr gut“ und eine Gasflamme der Note „mangelhaft“ entsprechen.

Das Verfahren zur Ermittlung der Studienergebnisse wendete Verivox erstmals 2005 auf dem Strommarkt an. Seither wurde es kontinuierlich weiterentwickelt. Die Gas-Servicestudie erscheint im Jahr 2011 zum dritten Mal.

## 1.1 Bestandteile der Gas-Servicestudie

Die Gasstudie besteht aus zwei Teilen:

**Service-Rating:** Zur Bewertung der Servicequalität wurden die Servicezeiten und die Kosten der Hotlines bewertet. Zur Qualitätsermittlung wurden zehn verdeckte Anrufe (sog. „Mystery Calls“) durchgeführt und zehn verdeckte E-Mails (sog. „Mystery Mails“) verschickt. Darüber hinaus wurden die Webseiten der Gasversorger auf Verfügbarkeit und Qualität von Informationen, Hilfen und Interaktionsmöglichkeiten hin untersucht. Im Vergleich zur Gas-Servicestudie 2010 wurden sämtliche Parameter, die der Kundenkommunikation dienen, in einem Bereich („Kontakt & Dialog“) zusammengefasst und um weitere Parameter, wie etwa die Bereitstellung verschiedener Kommunikationskanäle, ergänzt. Die ursprünglich dem Online-Bereich zugeordneten Parameter „Tarife & Verträge“ wurden in einen separaten Bereich „Tarifpräsentation“ überführt.

**AGB-Rating:** Bei der Untersuchung zur Vertragsgestaltung wurden Vertragslaufzeiten, Kündigungsfristen, Preisgarantien und Zahlungsweisen berücksichtigt. Benchmark waren die vom Gesetzgeber vorgeschriebenen Vertragsbedingungen für Grundversorgungstarife. In diesem Jahr wurden erstmals auch die in den Verträgen enthaltenen Umzugsklauseln bewertet.

## 2. Methodik der Gasstudie

Die berücksichtigten Angebote entsprechen den Gastarifen, die bis zum Stichtag am 01. August 2011 bekannt waren. Aufgrund der schnellen Änderung der Marktverhältnisse konnten Angebotsänderungen nach diesem Zeitpunkt nicht mehr berücksichtigt werden.

### 2.1 Auswahl der Versorger

Die Zahl der Gasanbieter in Deutschland nimmt weiter zu. Im Verhältnis zur letztjährigen Studie ist die Zahl der Gasversorger um 35 auf 827 gestiegen. Verivox hat für die Gas-Servicestudie 2011 die 125 wichtigsten ausgewählt und den Untersuchungsbereich ausgeweitet (Gas-Servicestudie 2010: 100 Anbieter). Es wurden insgesamt 1593 Tarife berücksichtigt.

Die Auswahl der 125 Anbieter erfolgte nach verschiedenen Kriterien:

- Versorgungsreichweite - potentiell erreichte Haushalte in den Versorgungsgebieten
- Marktpräsenz gesamt - Gesamtzahl der erreichten Haushalte
- Preisniveau - günstigste Angebote im bundesweiten Vergleich nach Verivox-Verbraucherpreisindex Gas

Bei 88 der 125 Gasanbieter handelt es sich um Grundversorger. Hiervon unterhalten 55 Grundversorger einen externen Vertrieb für Energielieferungen außerhalb ihres angestammten Grundversorgungsgebietes. Die restlichen 37 Anbieter sind überregionale Anbieter und keine Grundversorger.

## 2.2 Untersuchungsbereiche

Gegenstand der Untersuchung sind die Vertragsbedingungen und die mit den Tarifen verbundenen Serviceleistungen der Gasanbieter. Diesen liegen nachfolgende Bewertungsmethoden zugrunde:

- Die Vertragsdokumente, die aus den Preisblättern, den Vertragsurkunden und den Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) bestehen, wurden tarifbezogen überprüft und bewertet. Die Bewertung der Vertragskonditionen erfolgte in Orientierung an allgemeinen Vertragsbestimmungen wie der Gasgrundversorgungsverordnung (GasGVV), dem Energiewirtschaftsgesetz (EnWG) oder dem Bürgerlichen Gesetzbuch (BGB).
- Unter Serviceleistungen wurden die Informationen und Angebote der Gasversorger im Internet und des Telefonservices zusammengefasst. Untersucht wurden Hotline-Service, Online-Service, die Produktpräsentation sowie die zur Verfügung stehenden Energieeffizienzangebote. Zur Bewertung der Qualität des Telefonservice wurden die Servicenummern aller Anbieter angerufen. Darüber hinaus wurden an jedes Unternehmen Testmails versendet und die Rückläufe bewertet.

Die erhobenen Daten sind, sofern offen zugänglich, jederzeit nachvollziehbar. Zur Bewertung einiger Parameter in geschützten Online-Portalen wurden von den Unternehmen Belege in Form von Testzugängen oder aussagefähigen Screenshots zur Verfügung gestellt.

## 2.3 Bewertungsmodell

Die Bewertung der Angebote erfolgte mit Hilfe einer mehrdimensional gewichteten Matrix.

- Gewichtung Parameter: Die jeweils berücksichtigten Parameter wurden klassifiziert und die Klassen gegeneinander gewichtet.
- Für die einzelnen Parameter wurden entsprechend der bestehenden Bandbreite Merkmalsausprägungen definiert, denen Wertungen zwischen 1 (sehr gut) und 5 (mangelhaft) zugeordnet wurden.
- Der Anteil eines einzelnen Parameters am Gesamtergebnis ergibt sich aus dem Produkt des jeweils zugeordneten Wertes und den übergeordneten Gewichten.
- Die Summe der so ermittelten Anteile jedes Parameters ergibt die Gesamtwertung.
- Bedingt durch die Begrenzung der Werte auf ein Intervall zwischen 1 und 5 befinden sich auch sämtliche Gesamtwertungen in diesem Intervall. Im Ergebnis erhalten sämtliche Angebote Noten zwischen 1 (sehr gut) und 5 (mangelhaft).

Im Vorfeld der Veröffentlichung wurden allen bewerteten Unternehmen die jeweils erhobenen Daten zur Prüfung übermittelt. Ziel war die Validierung der erhobenen Parameterausprägungen. 115 Unternehmen haben sich bezüglich der Bewertung zurückgemeldet. Die einzelnen Parameter und ihre Gewichtung werden in den Tabellen 3 und 4 dargestellt.

## 2.4 Gesamtergebnisse

Verivox hat das Schulnotensystem verwendet, um die Gewichtung bzw. Bewertung der geprüften Tarife zu definieren. Die Noten von 1 bis 5 werden durch Gasflammen visualisiert. Eine Bewertung mit fünf Flammen entspricht der Note „sehr gut“ bzw. 1. Die Vergabe einer Flamme ist der Note „mangelhaft“ bzw. 5 gleichzusetzen.

Zur Berechnung der Gesamtnote wird das Ergebnis auf eine Kommastelle gerundet. Die hieraus resultierenden Benotungen und die Anzahl der Gasflammen werden in Tabelle 1 dargestellt.

Punkte	Note	Flammen
1,0-1,5	sehr gut	
1,6-2,5	gut	
2,6-3,5	befriedigend	
3,6-4,5	ausreichend	
4,6-5,0	mangelhaft	

**Tabelle 1: Schulnotensystem und Vergabe der Gasflammen**

Der Anbieter Nordland Energie erhielt das beste Gesamtergebnis, verfehlte jedoch die Gesamtwertung „sehr gut“. Insgesamt 17 Anbieter erreichten eine Gesamtwertung von mindestens 2,0.

Anbieter	Ø Note Service	Ø Note AGB	Gesamtergebnis
Nordland Energie GmbH	1,6	1,6	1,6
ESWE Versorgungs AG	1,8	1,5	1,7
Mainova Aktiengesellschaft	1,7	1,7	1,7
NGW GmbH	1,6	2,1	1,8
Tchibo direct GmbH	2,2	1,4	1,8
ENSO Energie Sachsen Ost AG	1,9	1,8	1,9
LSW LandE-Stadtwerke Wolfsburg GmbH & Co. KG	2,0	1,9	1,9
NEW Energie GmbH	1,9	1,9	1,9
E WIE EINFACH Strom & Gas GmbH	2,0	2,0	2,0
EnBW Vertrieb GmbH	1,4	2,5	2,0
energiehoch3 GmbH	2,0	1,9	2,0
ENTEKA Vertrieb GmbH & Co. KG	1,8	2,1	2,0
EVH GmbH	2,0	2,0	2,0
Harz Energie GmbH & Co KG	2,0	2,0	2,0
Süwag Niederlassung Mitte - Frankfurt	1,8	2,2	2,0
SWM Versorgungs GmbH	2,2	1,8	2,0
SWT Stadtwerke Trier Versorgungs GmbH	2,3	1,7	2,0

**Tabelle 2: Anbieter mit der besten Gesamtwertung**

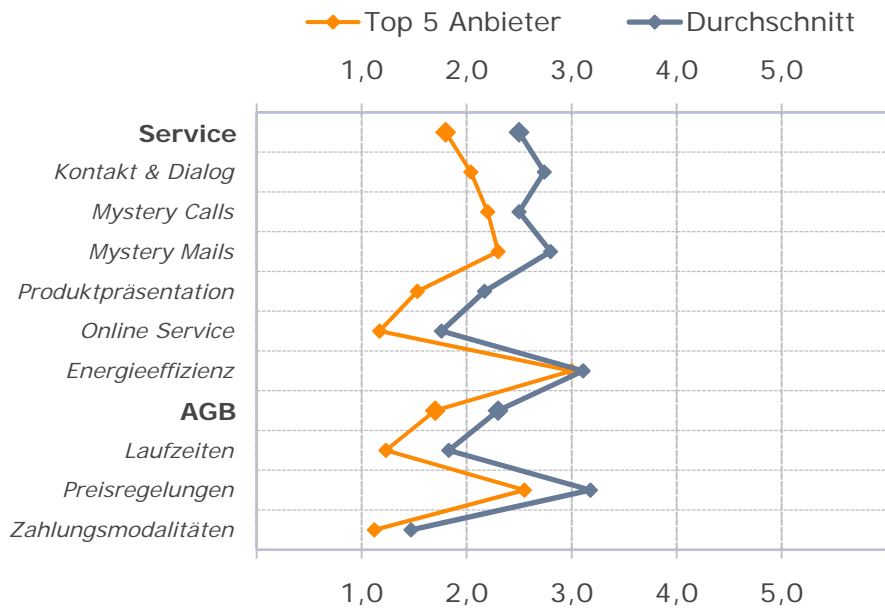


Abbildung 1: Benchmark Gesamtwertung

### Verivox Siegel

Mit der Veröffentlichung der Gas-Service-Studie vergibt Verivox Siegel bezüglich der geprüften Bereiche „Vertragsgestaltung“ und „Service“. Das Siegel stellt das Ergebnis der Gasstudie dar und kann von den untersuchten Gasanbietern zur Veröffentlichung genutzt werden.



Abbildung 2: Verivox Siegel (Gasanbietervergleich)

Parameter	Gewichtung				Service				
	Haupt	Sub I	Sub II	Sub III					
<b>Kontakt &amp; Dialog</b>	0,615								
<i> Servicetests</i>		0,487*							
<i> Mystery Calls</i>			0,5		<b>5</b> mangelhaft	<b>4</b> ausreichend	<b>3</b> befriedigend	<b>2</b> gut	<b>1</b> sehr gut
<i> Mystery Mails</i>			0,5		<b>5</b> mangelhaft	<b>4</b> ausreichend	<b>3</b> befriedigend	<b>2</b> gut	<b>1</b> sehr gut
<i> Hotline Interessenten</i>		0,146*							
<i> Kosten</i>			0,5		<b>5</b> 9 Ct./Minute / 14 Ct./Minute / entfällt	<b>4</b> 20 Ct./Gespräch	<b>3</b> Ortstarif / 3,9 Ct./Minute	<b>2</b> 6 Ct./Gespräch	<b>1</b> Freecall
<i> Verfügbarkeit</i>			0,5						
<i> wochentags</i>				0,5	<b>5</b> < 20 h / entfällt	<b>4</b> 20 h bis 39 h	<b>3</b> 40 h bis 59 h	<b>2</b> 60 h bis 79 h	<b>1</b> 80 h und mehr
<i> Samstag</i>				0,4	<b>5</b> < 2 h / entfällt	<b>4</b> 2 h bis 3 h	<b>3</b> 4 h bis 5 h	<b>2</b> 6 h bis 7 h	<b>1</b> 8 h und mehr
<i> Sonntag</i>				0,1	<b>5</b> < 2 h / entfällt	<b>4</b> 2 h bis 3 h	<b>3</b> 4 h bis 5 h	<b>2</b> 6 h bis 7 h	<b>1</b> 8 h und mehr
<i> Hotline Bestandskunden</i>		0,341*							
<i> Kosten</i>			0,5		<b>5</b> 9 Ct./Minute / 14 Ct./Minute / entfällt	<b>4</b> 20 Ct./Gespräch	<b>3</b> Ortstarif / 3,9 Ct./Minute	<b>2</b> 6 Ct./Gespräch	<b>1</b> Freecall
<i> Verfügbarkeit</i>			0,5						
<i> wochentags</i>				0,5	<b>5</b> < 20 h / entfällt	<b>4</b> 20 h bis 39 h	<b>3</b> 40 h bis 59 h	<b>2</b> 60 h bis 79 h	<b>1</b> 80 h und mehr
<i> Samstag</i>				0,4	<b>5</b> < 2 h / entfällt	<b>4</b> 2 h bis 3 h	<b>3</b> 4 h bis 5 h	<b>2</b> 6 h bis 7 h	<b>1</b> 8 h und mehr
<i> Sonntag</i>				0,1	<b>5</b> < 2 h / entfällt	<b>4</b> 2 h bis 3 h	<b>3</b> 4 h bis 5 h	<b>2</b> 6 h bis 7 h	<b>1</b> 8 h und mehr
Kontaktinfos & Services		0,024*							
<i> Servicezeiten angegeben</i>			0,1		<b>5</b> nein				<b>1</b> ja
<i> Emailadresse</i>			0,05		<b>5</b> nicht vorhanden				<b>1</b> vorhanden
<i> Kontaktformular</i>			0,05		<b>5</b> nicht vorhanden				<b>1</b> vorhanden
<i> Call Back</i>			0,4		<b>5</b> nicht vorhanden				<b>1</b> vorhanden
<i> Beschwerdemanagement</i>			0,4		<b>5</b> nicht vorhanden	<b>4</b> über allg. Kontaktformular	<b>3</b> eigener Kommunik.-kanal	<b>2</b> konkreter Ansprechpartner	<b>1</b> eigener Bereich auf Webseite

Tabelle 3a: Kriterien Service-Rating Kontakt & Dialog (\* Gewichte gerundet)



Parameter	Gewichtung				Service					
	Haupt	Sub I	Sub II	Sub III						
<b>Produktpräsentation</b>	0,035									
<i>Verfügbarkeitsabfrage</i>			0,2		5 nein				1 ja	
<i>Tarifrechner</i>			0,3		5 nein				1 ja	
<i>Vertragsinformationen</i>			0,3		5 nicht vorhanden	4 nur Preise	3 teilweise vorhanden	2 vollständig vorhanden	1 vollständig zum Download	
<i>Vertragsabschluss</i>			0,2		5 nicht möglich	4 Online-Formular Vertragsanfrage	3 PDF zum Download	2 Online-Formular mit Registrierung	1 Online-Formular ohne Registrierung	
<b>Online Service</b>	0,3									
<i>Self-Service</i>		0,7								
<i>Zählerstandsmitteilung</i>			0,15		5 nicht vorhanden				1 vorhanden	
<i>Stammdatenänderung</i>			0,15		5 nicht vorhanden				1 vorhanden	
<i>Bankdatenänderung</i>			0,15		5 nicht vorhanden				1 vorhanden	
<i>Abschlagsänderung</i>			0,15		5 nicht vorhanden				1 vorhanden	
<i>Online-Rechnung</i>			0,1		5 nicht vorhanden				1 vorhanden	
<i>Rechnungserläuterung</i>			0,15		5 nicht vorhanden				1 vorhanden	
<i>Verbrauchshistorie</i>			0,15		5 nicht vorhanden				1 vorhanden	
<i>Datensicherheit</i>	0,3									
<i>Datenverschlüsselung</i>			0,6		5 nicht vorhanden				1 vorhanden	
<i>Datenschutzerklärung</i>			0,4		5 nicht vorhanden				1 vorhanden	

Tabelle 3b: Kriterien Service-Rating Produktpräsentation & Online Service

Parameter	Gewichtung				Service				
	Haupt	Sub I	Sub II	Sub III					
<b>Energieeffizienz</b>	0,05								
<i>Energieberatung</i>		0,6			5 nicht vorhanden	4 Energiespartipps	3 temp. Seminare / Veranstaltungen	2 Energieberatung im Kundencenter	1 Energieberatung beim Kunden
<i>Förderprogramme</i>		0,2			5 nicht vorhanden		3 allg. Informationen		1 eigenes Angebot
<i>Energieausweis</i>		0,1			5 nicht vorhanden		3 allg. Informationen		1 eigenes Angebot
<i>Thermographie</i>		0,1			5 nicht vorhanden		3 allg. Informationen		1 eigenes Angebot

Tabelle 3c: Kriterien Service-Rating Energieeffizienz

Parameter	Gewichtung				AGB				
	Haupt	Sub I	Sub II	Sub III					
<b>Laufzeiten</b>	0,4								
<i>Erstlaufzeit</i>		0,3			<b>5</b> mehr als 18 Monate	<b>4</b> 13 bis 18 Monate	<b>3</b> 6 bis 12 Monate	<b>2</b> 2 bis 6 Monate	<b>1</b> 1 Monat
<i>Verlängerung</i>		0,3			<b>5</b> mehr als 12 Monate / entfällt	<b>4</b> 7 bis 12 Monate	<b>3</b> 4 bis 6 Monate	<b>2</b> 2 bis 3 Monate	<b>1</b> 1 Monat
<i>Kündigungsfrist</i>		0,2			<b>5</b> mehr als 3 Monate / entfällt	<b>4</b> bis 3 Monate	<b>3</b> bis 2 Monate	<b>2</b> bis 6 Wochen	<b>1</b> 1 Monat
<i>Vertragsmodus</i>		0,1			<b>5</b> nicht geregelt	<b>4</b> neues Vertragsangebot	<b>3</b> Überführung in Sondertarif	<b>2</b> Überführung in Grundversorgung	<b>1</b> automatische Verlängerung
<b>Vertragsende bei Umzug</b>		0,1							
<i>Umzug extern</i>			0,6		<b>5</b> nein	<b>4</b> keine Angabe			<b>1</b> ja
<i>Umzug lokal</i>			0,4		<b>5</b> nein	<b>4</b> keine Angabe			<b>1</b> ja
<b>Preisregelungen</b>	0,4								
<i>Preisgarantie</i>		0,5							
<i>Dauer</i>			0,4		<b>5</b> bis 3 Monate	<b>4</b> 4 bis 6 Monate	<b>3</b> 7 bis 12 Monate	<b>2</b> 13 bis 18 Monate	<b>1</b> mehr als 18 Monate
<i>Umfang I</i>			0,3		<b>5</b> entfällt	<b>4</b> nur Energieanteil	<b>3</b> nur Energieanteil & NNE	<b>2</b> ausgenommen Steuern	<b>1</b> auf den Bruttopreis auf den Nettopreis
<i>Umfang II</i>			0,3		<b>5</b> entfällt	<b>4</b> nur AP / nur GP			<b>1</b> für alle Preisbestandteile
<i>Preisanpassung</i>		0,5							
<i>Sonderkündigungsrecht</i>			0,8		<b>5</b> keines		<b>3</b> eingeschränkt / entfällt (netto)	<b>2</b> uneingeschränkt / entfällt (brutto)	<b>1</b> Vertrag monatlich kündbar
<i>Veröffentlichungsfrist</i>			0,08		<b>5</b> keine Angabe	<b>4</b> bis 4 Wochen	<b>3</b> 5 - 8 Wochen	<b>2</b> 9 - 12 Wochen	<b>1</b> mehr als 12 Wochen / entfällt
<i>Kündigungsfrist</i>			0,02		<b>5</b> keine Angabe	<b>4</b> mehr als 6 Wochen	<b>3</b> 5-6 Wochen	<b>2</b> 3-4 Wochen	<b>1</b> bis 2 Wochen / entfällt
<i>Entscheidungsfrist</i>			0,1		<b>5</b> keine Angabe / 0 Wochen	<b>4</b> 1 Woche	<b>3</b> 2 - 3 Wochen	<b>2</b> 4 Wochen	<b>1</b> mehr als 4 Wochen / entfällt
<b>Zahlungsmodalitäten</b>	0,2								
<i>Zahlungsweise</i>		0,2			<b>5</b> ausschl. Einzugsermächtigung	<b>4</b> 2 Alternativen einschl. EZ und BZ oder AA	<b>3</b> mind. 2 Alternat. einschl. EZ und ÜW/DA geg. Aufpreis	<b>2</b> 2 Alternativen einschl. EZ und DA	<b>1</b> mind. 2 Alternativen einschl. Überweisung
<i>Abschläge</i>		0,3			<b>5</b> jährlich	<b>4</b> halbjährlich	<b>3</b> vierteljährlich	<b>2</b> zweimonatlich	<b>1</b> monatlich
<i>Sonderabschlag</i>		0,3			<b>5</b> mehr als 100 Euro	<b>4</b> bis 100 Euro	<b>3</b> bis 50 Euro	<b>2</b> bis 25 Euro	<b>1</b> keiner
<i>Paket</i>		0,2			<b>5</b> ja				<b>1</b> nein

Tabelle 4: Kriterien AGB-Rating

### 3. Service-Rating: Ergebnisse

Im Rahmen des Service-Ratings wurde der Kundenservice am Telefon und im Internet bewertet. Neben den durchgeführten Servicetests wurden die Rahmenparameter der telefonischen Kundenbetreuung (Kosten und Verfügbarkeit), das Online-Angebot (Informationsangebot, Online-Services und Datensicherheit) sowie die angebotenen Energiedienstleistungen (Beratung, Förderung) bewertet. Da ein einzelner Gasversorger mehrere Tarife mit unterschiedlichem Service-Niveau anbieten kann, wurde die Bewertung pro Tarif durchgeführt.

Die besten Bewertungen bekamen Gastarife, die von einem breiten und umfangreichen Service begleitet werden. Dazu gehört der schnelle und günstige telefonische Kontakt, kompetente Hilfe bei Problemfällen und die digitale Verfügbarkeit aller relevanten Informationen. Weiterhin zeichnen sich die Tarife durch die Möglichkeit der persönlichen Energieberatung aus. Alle Anbieter mit Bestnoten finden sich auch im Ranking der Ergebnisse der Mystery Analysen (Testanrufe & Testmails) im oberen Drittel.

62 Prozent der bewerteten Angebote (992 Tarife) erhielten für ihre Tarife Gesamtnoten zwischen „sehr gut“ und „gut“. 38 Prozent der Angebote (601 Tarife) wurden mit „befriedigend“ bewertet. Gründe für diese Wertungen können die geringe Verfügbarkeit der Hotline, befriedigende Ergebnisse bei den Servicetests, ein reduziertes Serviceangebot im Online-Bereich oder das Fehlen von Energieberatung und Energiedienstleistungen sein. Kein Tarif erhielt die Wertung „ausreichend“ oder „mangelhaft“.

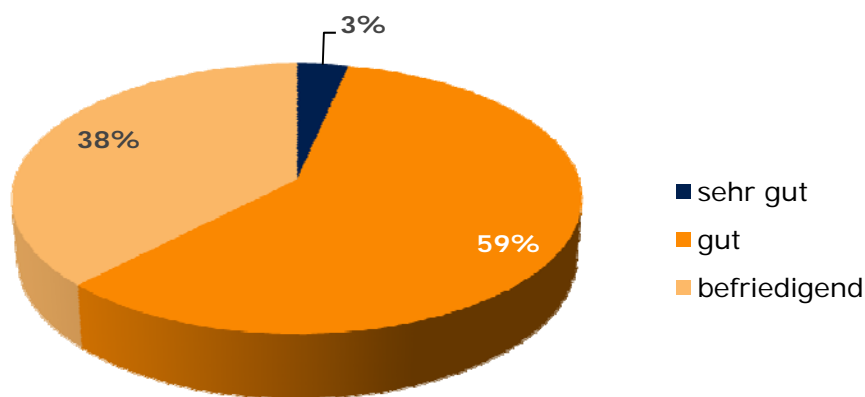


Abbildung 3 : Verteilung der Ergebnisse im Bereich Service in Prozent aller bewerteten Tarife

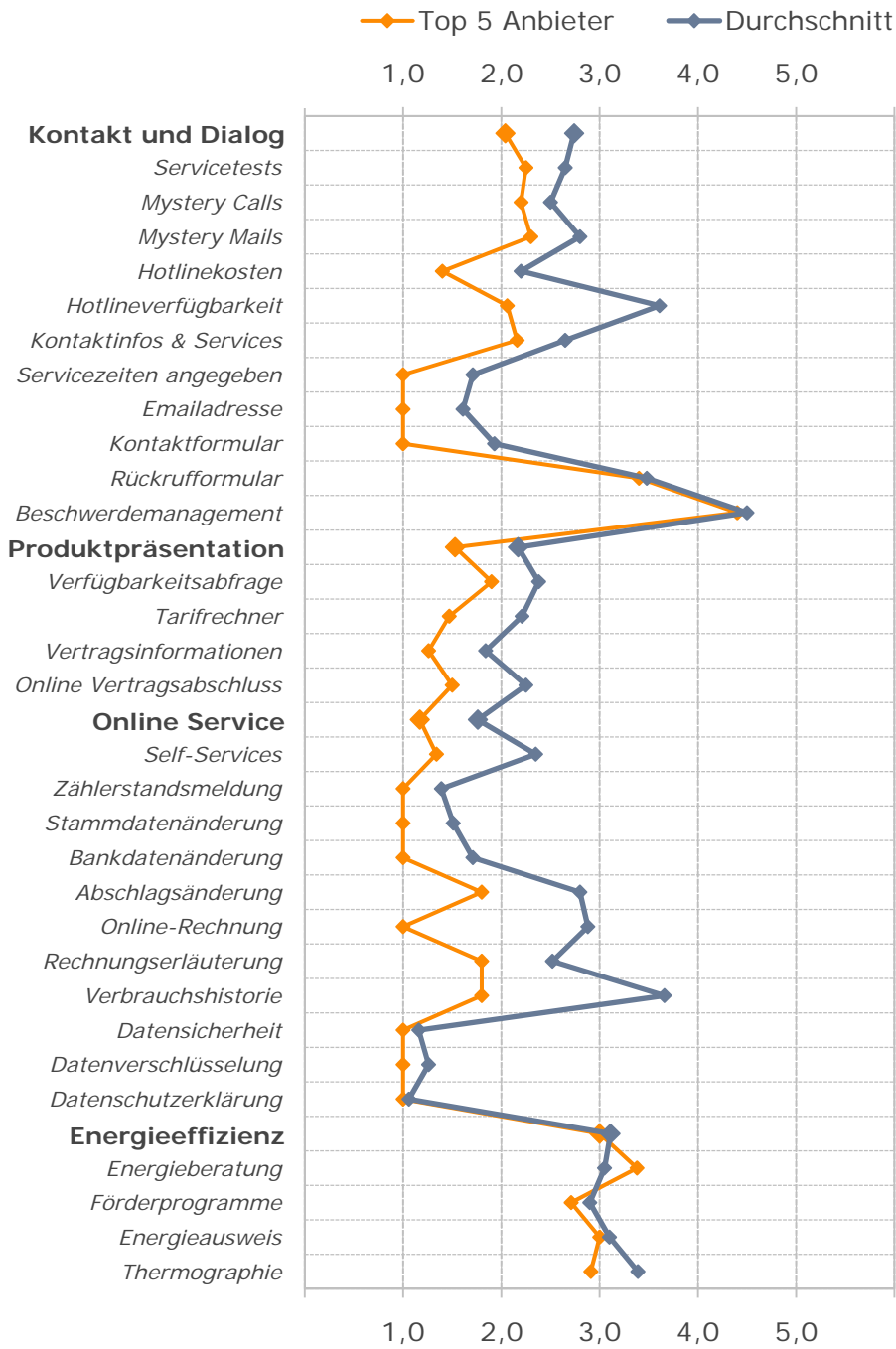


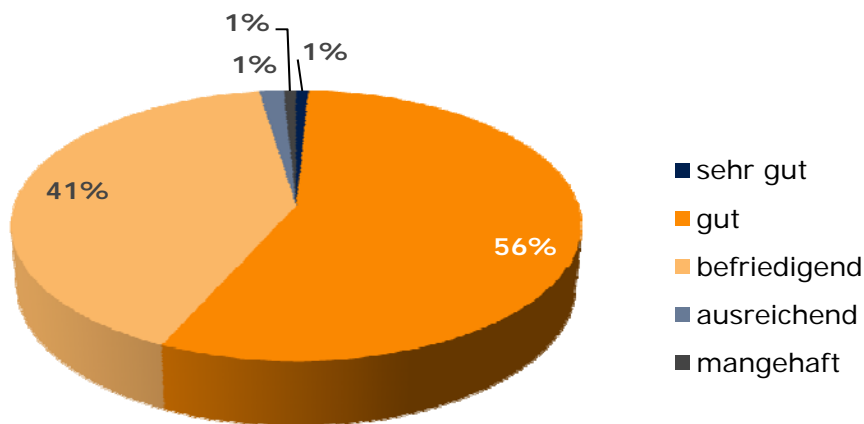
Abbildung 4 : Benchmark Service

## 3.1 Service-Test

### 3.1.1 Qualität der telefonischen Beratung (Mystery Calls)

Zur Bewertung der Qualität des Kundenservices via Telefon wurden Testanrufe durchgeführt. Im Rahmen dieser „Mystery Calls“ wurde jeder Anbieter insgesamt zehn Mal kontaktiert. Für die Testanrufe wurden die von den Unternehmen kommunizierten Servicenummern genutzt.

Die geführten Anrufe wurden mit Hilfe eines standardisierten Erfassungsbogens bewertet. Die berücksichtigten Kriterien waren die tatsächliche Erreichbarkeit die Wartezeit bis zum Kontakt zu den Servicemitarbeitern, sowie die fachliche Beratung zu Themen wie dem Wechselprozess, Verbrauchsschätzung, den Tarifangeboten und technische Fragen zu Heizungsanlagen und Gaszählern. Darüber hinaus wurde die Freundlichkeit der Beratung bewertet.



**Abbildung 5: Ergebnisse der Testanrufe in Prozent (bezogen auf 125 Anbieter)**

Das Ergebnis der Testergebnisse hat sich im Vergleich zur Erhebung aus dem vergangenen Jahr verschlechtert. Das durchschnittliche Ergebnis ist von 2,1 auf 2,5 gefallen. Der Großteil der Unternehmen scheint den Kundenservice im Laufe des letzten Jahres nicht ausgebaut zu haben.

- Die Bestwertung für den Service am Telefon konnte allein für 1 Unternehmen (team energie GmbH & Co. KG) ermittelt werden.
- 57 Prozent der Unternehmen (71 Anbieter) erhielten für die Kundenberatung sehr gute oder gute Bewertungen. Dies stellt einen Rückgang um rund 29 Prozent gegenüber dem Vorjahr dar.
- Der Service von 40 Prozent der Unternehmen (50 Anbieter) wurde mit „befriedigend“ bewertet. Insbesondere dieser Anteil ist im Vergleich zur vergangenen Studie (2010: 13 Prozent) zu Lasten besserer Ergebnisse gestiegen.
- Die Note „ausreichend“ entfiel auf 2 Unternehmen. Die Gründe hierfür liegen vor allem in Defiziten bei der Erreichbarkeit. Die Kunden der Unternehmen GASAG Berliner Gaswerke Aktiengesellschaft und E.ON Westfalen Weser Vertrieb GmbH verbringen viel Zeit in Warteschleifen. Die Qualität der Auskünfte war nicht befriedigend.
- Mit der Note „mangelhaft“ wurde 1 Unternehmen bewertet. Die Stadtwerke Energie Verbund SEV GmbH bietet eine telefonische Beratung im Vorfeld eines Anbieterwechsels nicht an.

### 3.1.2 Qualität der schriftlichen Beratung (Mystery Mails)

Zur Bewertung der Qualität des Kundenservices wurden 10 verdeckte E-Mails an jeden Anbieter versendet. Die Antworten der Gasanbieter wurden nach den Kriterien Reaktionszeit, fachlicher Kompetenz und formale Gestaltung bewertet.

- 44 Prozent der Anbieter (56 Unternehmen) erreichten eine gute bis sehr gute Bewertung für die Qualität ihrer Rückmeldungen. Die Testmails wurden in der Regel schnell, ausführlich und vollständig beantwortet.
- 50 Prozent der Anbieter (62 Unternehmen) wurden mit der Note „befriedigend“ bzw. „ausreichend“ bewertet. Im Vergleich zu den besten Bewertungen fehlte es hier meist an einer zeitnahen Beantwortung der E-Mails. Teilweise ließ die inhaltliche Qualität der zurückgesandten Nachrichten zu wünschen übrig.
- 6 Prozent der Anbieter (7 Unternehmen) erhielten die Bewertung „mangelhaft“. Dieser Anteil hat sich im Vergleich zum Vorjahr verdoppelt. Die Gründe für eine solche Bewertung lagen vor allem in dem sehr langen Zeitraum bis zur Beantwortung der E-Mails oder dem völligen Ausbleiben von Antworten.

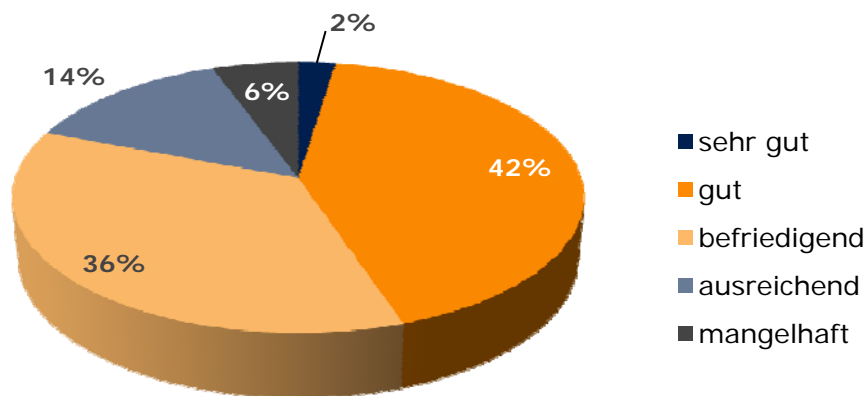


Abbildung 6: Ergebnisse der Testmails in Prozent (bezogen auf 125 Anbieter)

## 3.2 Hotline-Service

### 3.2.1 Kosten der Hotline

Die Differenzierung von Gesprächskosten erfolgt entsprechend der den Hotlines zu Grunde liegenden Vorwahlnummern.

Service-Nummer	Kosten Hotline	Anzahl
0800	kostenlos	49 Unternehmen
0180 2	6 Cent pro Gespräch	12 Unternehmen
Ortsvorwahl	Ortstarif	44 Unternehmen
0180 1	3,9 Cent pro Minute	13 Unternehmen
0180 4	20 Cent pro Gespräch	---
0180 3	9 Cent pro Minute	1 Unternehmen
0180 5	14 Cent pro Minute	4 Unternehmen
keine Hotline	---	2 Unternehmen

**Tabelle 5: Servicenummern und deren Anwendung für den Bestandskundenservice**

- 49 Unternehmen (39 Prozent) gewähren ihren Kunden den Kontakt zum Nulltarif (0800). Dieser Anteil hat im Vergleich zum vergangenen Jahr leicht zugenommen.
- 12 Unternehmen (10 Prozent) bieten ein Hotline zu den Konditionen einer 01802 Service Nummer (6 Cent/Gespräch).
- 57 Unternehmen (46 Prozent) bieten ihren Kunden Kontaktmöglichkeiten zu den Kosten eines Ortstarifes oder zu den Konditionen von 01801-Nummern, die bei Kosten von 3,9 Cent pro Minute dem Ortstarif gleichgestellt werden können.
- 5 Unternehmen (4 Prozent) bieten ihren Kunden für den telefonischen Kontakt kostspieligere Nummern. Dies sind die 01805 zu 14 Cent/Minute (4 Anbieter) und die 01803 zu 9 Cent/Minute (1 Anbieter).
- In der Erhebung werden zwei Anbieter geführt, die ihren Kunden keinen telefonischen Service bieten. Beim Unternehmen MaxEnergy wird auf der Webseite darauf verwiesen, dass sich das Unternehmen als „reines Online-Portal“ versteht. Die am Ende der Seite dargestellte Kontaktnummer wird mit dem Vermerk versehen, dass diese in „dringenden Fällen“ zur Verfügung steht. Auch das Unternehmen 123energy setzt für die Kundenkommunikation ausschließlich auf den Online-Kontakt.

#### Besonderheiten

Nicht bei jedem Anbieter gilt eine Nummer für alle Kunden gleichermaßen. Verschiedene Unternehmen (7 Anbieter) bieten für bestimmte Produkte oder Produktgruppen spezielle Servicenummern.

Bei der Erhebung wurde ebenfalls unterschieden, ob die jeweiligen Servicenummern dem Energievertrieb (Neukunden) oder der Kundenbetreuung (Bestandskunden) dienen. Insgesamt 8 Unternehmen bieten hier unterschiedliche Servicenummern an.

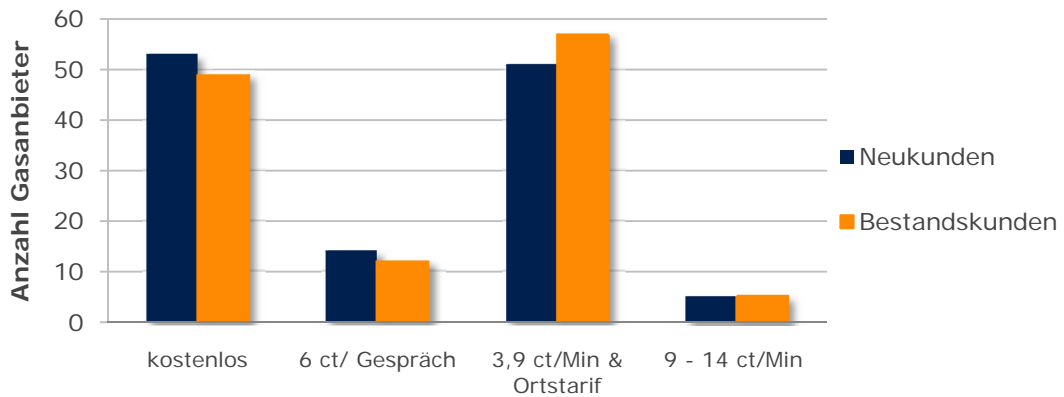


Abbildung 7: Kosten der angebotenen Hotlines und deren Verteilung

### 3.2.2 Verfügbarkeit der Hotline

- Bei 113 Gasanbietern ist die Hotline mindestens 40 Stunden in der Woche erreichbar.
- 56 Unternehmen halten die Hotline mindestens 60 Stunden in der Woche bereit, was für ein erweitertes Serviceangebot an mindestens einem Tag in der Woche spricht.
- Ein Service am Wochenende wird von 55 Unternehmen zur Verfügung gestellt, wobei sich dieses Angebot an die Kunden bei 12 Unternehmen auch auf den Sonntag bezieht.
- 10 Unternehmen stellen ihren Kundenservice 24 Stunden an allen Tagen der Woche zur Verfügung.

### 3.2.3 Kontaktinformationen und Services

Erstmals wurden in diesem Jahr die angebotenen Kanäle und Services zur Kundenkommunikation untersucht. Neben der Prüfung der Service- und Kontaktseiten auf Mailadressen oder webbasierten Kontaktformularen wurde überprüft, ob den angegebenen Hotlines die Angabe der Servicezeiten zur Seite gestellt wurden. Die bereits aus der Erhebung 2010 bekannten Parameter Call Back Service und Beschwerdemanagement wurden ebenfalls diesem Bereich zugeordnet.

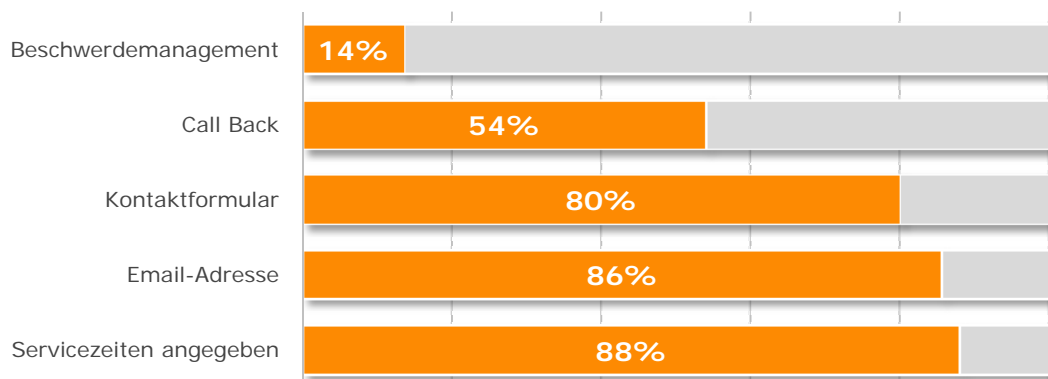


Abbildung 8: Die von den Unternehmen angebotenen Kontaktinformationen und Services



### 3.3 Produktpräsentation

Für die Energiebranche ist das Internet ein wichtiger Vertriebskanal. Die Darstellung der jeweiligen Angebote auf den Webseiten der Anbieter wurde hinsichtlich interaktiver Abfrageparameter wie Verfügbarkeit und Kostenrechner, der Vollständigkeit der bereitgestellten Tarifinformationen und Vertragsbedingungen sowie der Möglichkeit des Vertragsabschlusses über das Internet untersucht.

Für 72 Prozent (1140) der Produktangebote waren die Lieferbedingungen vollständig im Internet einsehbar oder standen zum Download zur Verfügung. Bei 19 Prozent (297) der Tarife wurde die Darstellung der Vertragsinformationen als unvollständig bewertet. Hier fehlten wesentliche Vertragsbestandteile wie die AGB oder die Ergänzenden Bedingungen zur Grundversorgungsverordnung (GasGVV) oder diese selbst. Desweiteren wurde festgestellt, dass zunehmend wesentliche Vertragsparameter wie Laufzeiten oder Kündigungsregelungen aus den Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) herausgelöst und in die Vertragsurkunden geschrieben wurden. Diese selbst werden jedoch seltener zur Verfügung gestellt. Für 9 Prozent der untersuchten Tarife (156) wurden lediglich die Preise dargestellt oder es gab gar keine Informationen.

Einen Tarifrechner zur Berechnung der Gaskosten bieten 107 der untersuchten Unternehmen (86 Prozent). Die Abfrage der Verfügbarkeit von Angeboten ist auf den Webseiten von 99 Unternehmen (79 Prozent) möglich. Hierbei muss jedoch erwähnt werden, dass 50 Unternehmen den Tarifrechner oder die Verfügbarkeitsabfrage nur für ausgewählte Produkte bereit stellen.

Für 50 Prozent der Tarife (791 Angebote) lässt sich die Belieferung mit Gas gleich im Internet vertraglich fixieren. Bei 8 Prozent (134 Angebote) ist dies jedoch erst nach vorheriger Registrierung in einem Onlineportal möglich.

### 3.4 Online-Service

Das Internet stellt für die Kundenbetreuung der Anbieter zunehmend eine Selbstverständlichkeit dar. Art und Umfang der angebotenen Informationen und Services sind jedoch sehr verschieden. Im Rahmen dieser Erhebung wurden die Webseiten der Anbieter zu zwei Themenschwerpunkten untersucht.

- **Self-Services:** Zur Mitteilung von Zählerständen oder Änderungen von Adress- oder Bankdaten bedarf es oftmals kaum noch eines persönlichen oder postalischen Kontaktes mit dem Versorger. Durch wenige Klicks lassen sich darüber hinaus Rechnungen und Verbrauchsdaten einsehen oder Abschlagshöhen anpassen.
- **Datensicherheit:** Die interaktive Kommunikation zwischen den Gasversorgern und den Kunden setzt eine sichere Datenverschlüsselung und eine durch den Betreiber des Onlineportals gewährleistete Datenschutzerklärung voraus.

### 3.4.1 Administration (Self-Services)

Nach wie vor gibt es Online-Services, die zum Standard-Repertoire der Energieanbieter gehören, nicht zuletzt wegen der damit verbundenen Kostenreduktion in den Verwaltungsprozessen. Hierzu zählen Online-Formulare zur Übermittlung von Zählerständen (90 Prozent der Anbieter), Formulare zur Änderungsmitteilung von Stammdaten (87 Prozent der Anbieter) oder zur Mitteilung von Informationen zur Bankverbindung (82 Prozent der Anbieter).

Andere Services, deren Nutzen vornehmlich auf Seiten der Kunden liegt, sind weniger weit verbreitet. Deren Anteil hat im Vergleich zum Vorjahr jedoch leicht zugenommen. Dazu zählen etwa Formulare zur Änderungsanfrage hinsichtlich der Abschlagshöhen bei veränderten Verbrauchsparametern (55 Prozent), die Hinterlegung von Rechnungen im Online-Bereich (55 Prozent) oder die Darstellung einer Verbrauchshistorie (34 Prozent).

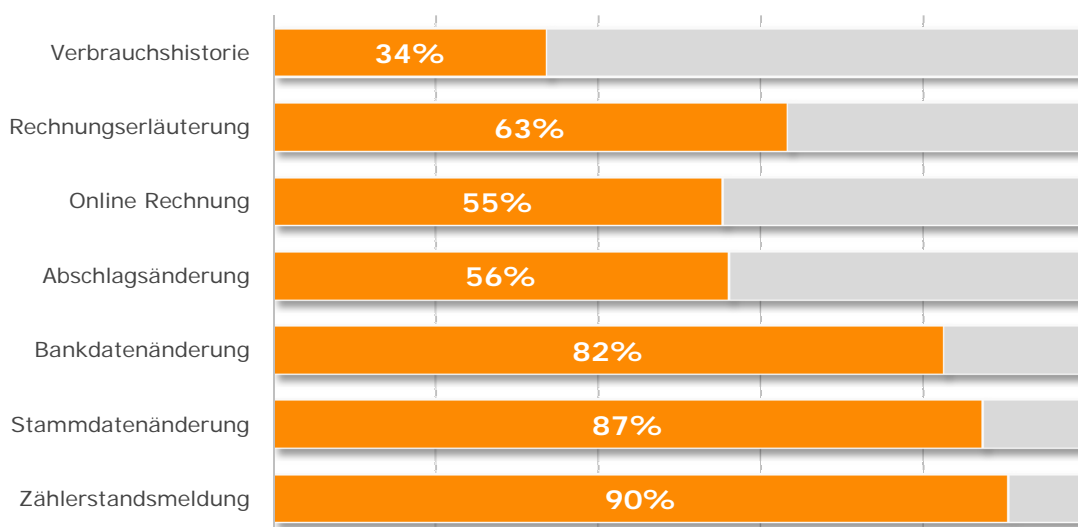


Abbildung 9: Anteile Online Service in Prozent

### 3.4.2 Datensicherheit

#### Datenschutzerklärung

Positiv zu bemerken ist, dass 98 Prozent (122) der untersuchten Webseiten eine Datenschutzerklärung enthielten, in denen der Kunde Auskunft über den Umgang mit persönlichen Daten erhält. Im Rahmen der Studie wurde nur die Existenz einer Datenschutzerklärung geprüft, eine inhaltliche Prüfung wurde nicht vorgenommen.

## Datenverschlüsselung

94 Prozent der geprüften Unternehmen (117) nutzen Verschlüsselungstechnologien, um die über den Online-Service übertragenen Daten vor dem Zugriff Dritter zu schützen. So wird die sichere Übertragung von Formularen, die dem Vertragsabschluss oder der Übertragung von Bankdaten dienen, gewährleistet. Die Datenverschlüsselung schließt jedoch nicht in allen Fällen das reguläre Kontaktformular auf der Webseite des Anbieters mit ein. Da es auch hier zur Übermittlung vertraulicher Daten wie beispielsweise Adressänderungen kommen kann, sollten auch diese Kontaktformulare verschlüsselt werden.

Bei 8 Anbietern konnte entweder gar keine Verschlüsselung der übertragenen Daten festgestellt werden oder es wurden ungültige Sicherheitszertifikate verwendet.

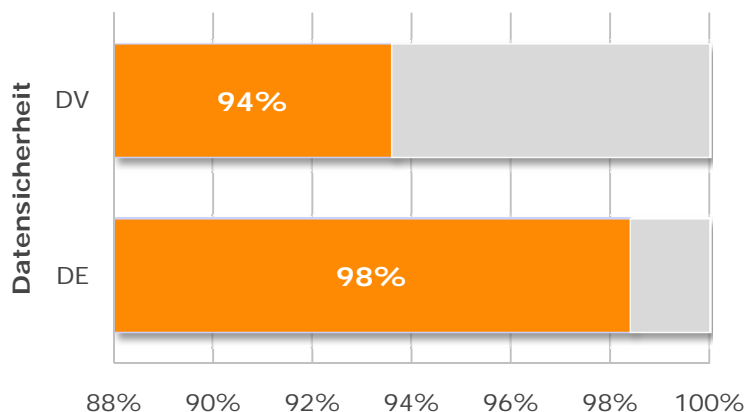


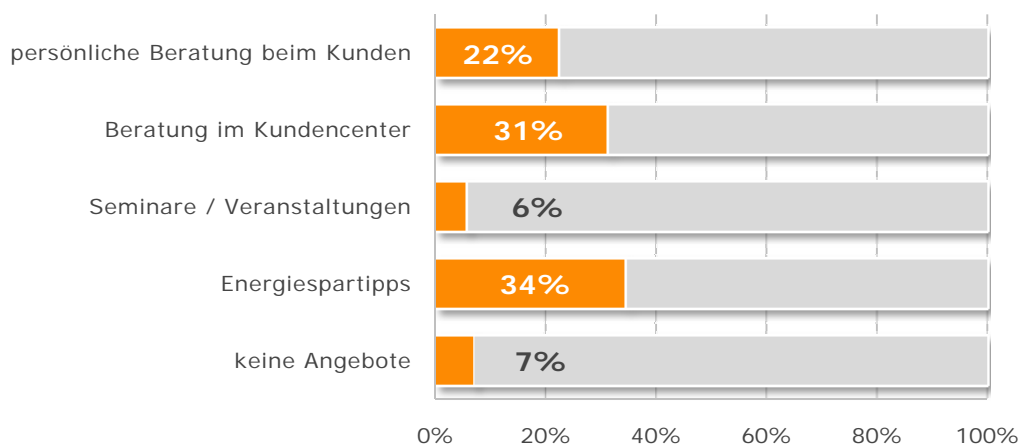
Abbildung 10: Anteile der beiden Kriterien zur Datensicherheit in Prozent (DV = Datenverschlüsselung, DE = Datenschutzerklärung)

## 3.5 Energieeffizienz

Im Rahmen des Bereiches Energieeffizienz wurden die Webseiten der Anbieter hinsichtlich des Informations- und Beratungsangebotes zum effizienten Umgang mit Energie, zu Fördermitteln oder zu Angeboten für die Ausstellung von Energieausweisen und zur Durchführung von Gebäudethermographien untersucht. Diese Angebote sind grundsätzlich bei regional ausgerichteten Grundversorgern stärker vertreten als bei überregional tätigen Gasanbietern.

### 3.5.1 Energieberatung

- Die Kunden von 28 Anbietern (22 Prozent) können einen Energieberater anfordern, der zu ihnen nach Hause kommt.
- Bei 39 Anbietern (31 Prozent) werden persönliche Beratungen in den jeweiligen Kundencentern angeboten.
- 7 Anbieter (6 Prozent) organisieren regelmäßige Veranstaltungen oder Seminare zum Energiesparen.
- Bei weiteren 43 Anbietern (34 Prozent) befanden sich auf den jeweiligen Webseiten mehr oder weniger umfangreiche Inhalte mit Tipps zum effizienten Umgang mit Energie.
- 8 Anbieter (7 Prozent) haben keinerlei Informationsangebote zum Thema Energieeffizienz.



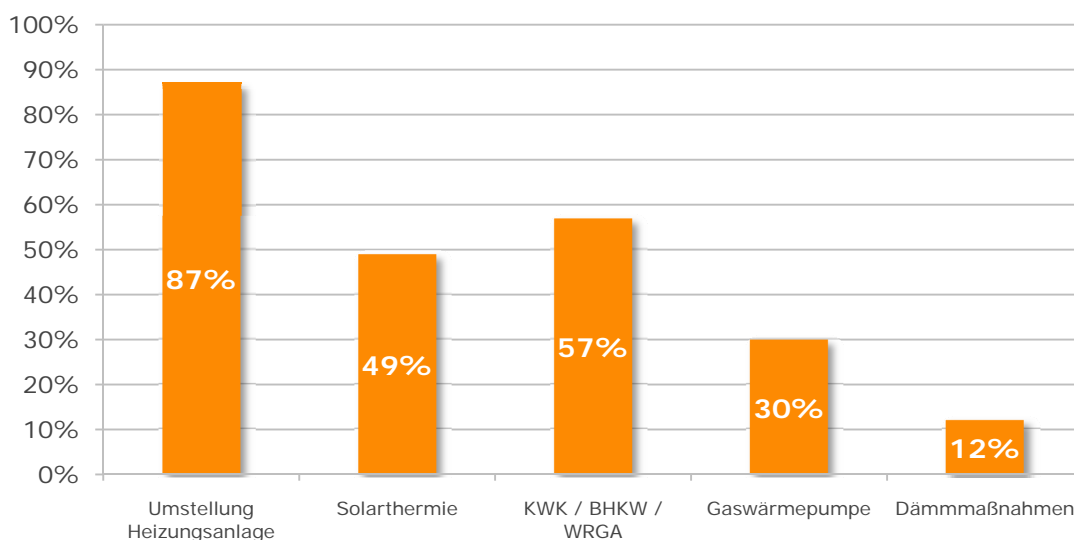
**Abbildung 11: Beratungsangebote zum Thema Energiesparen (hierarchisches System, berücksichtigt wurde stets das höher gewichtete Angebot, die Abbildung zeigt die jeweils angebotenen Mindestleistungen).**

### 3.5.2 Förderprogramme

Erhoben wurde das Informationsangebot und das Angebot konkreter Förderprojekte der Unternehmen für ihre Gaskunden. Berücksichtigt wurden: Förderungen zur Modernisierung von Heizungsanlagen wie Erdgas-Brennwertkesseln, Förderungen für die Installation solarthermischer Anlagen, Mini-Blockheizkraftwerken, Kraftwärmekopplungs- oder Wärmerückgewinnungsanlagen sowie Förderungen zur Fassadendämmung. Nicht berücksichtigt wurde die Subventionierung erdgasverbrauchender Geräte wie beispielsweise spezielle Wäschetrockner oder Kaminöfen, da diese auch eine Absatzsteigerung für den Gasanbieter bedeuten.

Bei der Erhebung wurde unterschieden, ob der Versorger allein Informationen zur Erlangung von Förderprogrammen Dritter bereithält oder ob es eigene Förderangebote gibt.

- 67 Unternehmen (54 Prozent) bieten ihren Kunden Förderprogramme an. Dabei handelt es sich ausschließlich um Unternehmen, die auch Grundversorger sind.
- Von den 17 Unternehmen (14 Prozent), die zumindest Informationen zu Förderprogrammen bereithalten, handelt es sich in sechs Fällen nicht um Grundversorger.



**Abbildung 12: Verteilung der bereitgestellten Fördermittel sofern vorhanden**

### 3.5.3 Energieausweis

In der Kategorie Energieausweis wurde unterschieden, ob der Versorger Angebote zur Anfertigung eines Energieausweises bereithält oder ob auf der Webseite entsprechende Informationen zur Verfügung gestellt werden, welche den Kunden in die Lage versetzen, auf die Angebote Dritter zurückzugreifen.

- Bei 58 der untersuchten Anbieter (46 Prozent) fanden sich Angebote zur Erstellung von Energieausweisen. Eine Differenzierung von verbrauchsorientierten und bedarfsorientierten Energieausweisen wurde im Rahmen der Erhebung nicht vorgenommen.
- 14 weitere Anbieter (11 Prozent) hielten zumindest Informationen zum Thema Energieausweis bereit.

### 3.5.4 Thermographie

Auf den Webseiten der Anbieter wurde nach Angeboten zur Gebäudethermographie gesucht. Diese Angebote finden sich ausschließlich bei den regional orientierten Grundversorgern, was angesichts des notwendigen Service vor Ort nicht überraschend ist.

- Angebote zur Gebäudethermographie wurden bei 56 Anbieter (46 Prozent) gefunden.
- 15 Unternehmen (12 Prozent) bieten diesen Service auch außerhalb ihrer eigenen Versorgungsgebiete an.

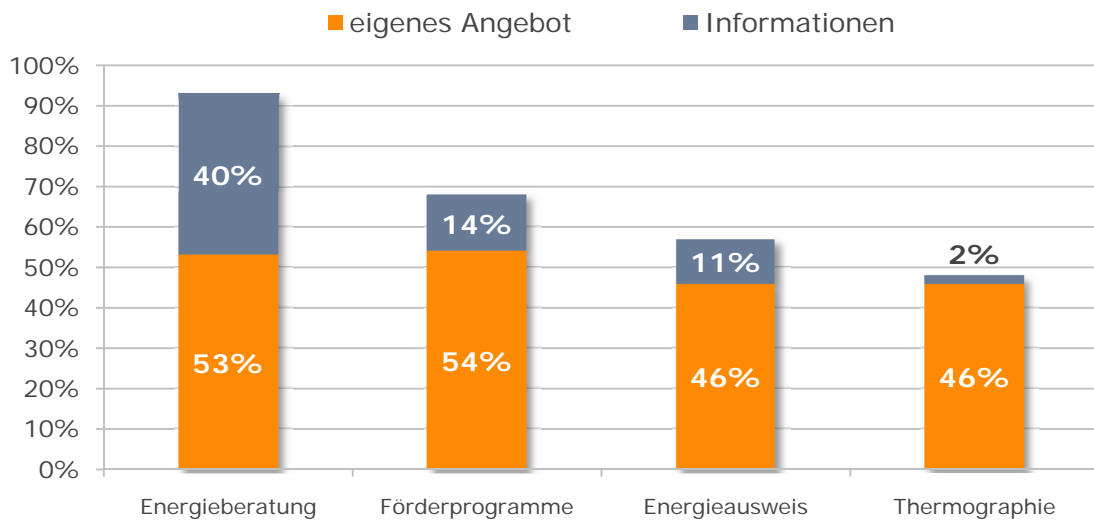


Abbildung 13: Beratungsleistungen zum Thema Energieeffizienz

## 4. AGB-Rating: Ergebnisse

Mit der Anzahl der Marktteilnehmer und einem zunehmenden Wettbewerb um die Kunden nimmt auch die Bandbreite der Tarifangebote auf dem deutschen Gasmarkt weiter zu. Für jede der bewerteten Vertragskomponenten (Laufzeit, Preisgarantie, Zahlungsbedingungen) werden mittlerweile preisabhängige Optionsmodelle angeboten. Da sich diese Angebote sowohl durch den Preis als auch durch die Bewertungsparameter unterscheiden, werden verschiedene Optionen als eigene Tarifvariante dargestellt. Insgesamt wurden 1593 Tarifvarianten bewertet.

- 3 Prozent der Tarife (41) haben Vertragskonditionen, die mit „sehr gut“ bewertet wurden. Diese Tarife zeichneten sich alle durch sehr kurze Vertragslaufzeiten, der Gewährung von Preisgarantien und den Verzicht auf Sonderabschläge oder Vorkasse aus.
- 51 Prozent (808) der untersuchten Tarife wurden mit „gut“ bewertet. Diese Tarife unterscheiden sich von den Testsiegern durch meist längere Laufzeiten, fehlende oder sehr kurze Preisgarantien sowie eingeschränkte Zahlungsmodalitäten. Von den 125 bewerteten Unternehmen bieten 111 mindestens einen Tarif an, der mit „gut“ bewertet wurde.
- 46 Prozent (737) der bewerteten Tarife wurden als „befriedigend“ eingeschätzt. Diesen Tarifen sind zum Teil erheblich längere Laufzeiten und Verlängerungsfristen gemeinsam. Nur 282 dieser Angebote bieten eine Preisgarantie. Weiterhin befinden sich hierunter nahezu sämtliche Festpreisangebote, Tarife mit Jahresvorauszahlung oder Sonderabschlägen.
- 7 Tarife erhielten die Wertung „ausreichend“. Die Angebote GasKonstant 2011 von eins energie in sachsen, TroGas Spar TroBonus Extra der Stadtwerke Troisdorf, das Normsonderabkommen der Stadtwerke Bielefeld und das Angebot 2Plus von SpreeGas binden den Kunden für bis zu zwei Jahre ohne Preisgarantie. Desweiteren enthalten diese Verträge unklare Klauseln zum Vertragsende.
- Die Bewertung „mangelhaft“ wurde im Rahmen der Untersuchung für keinen Tarif vergeben.

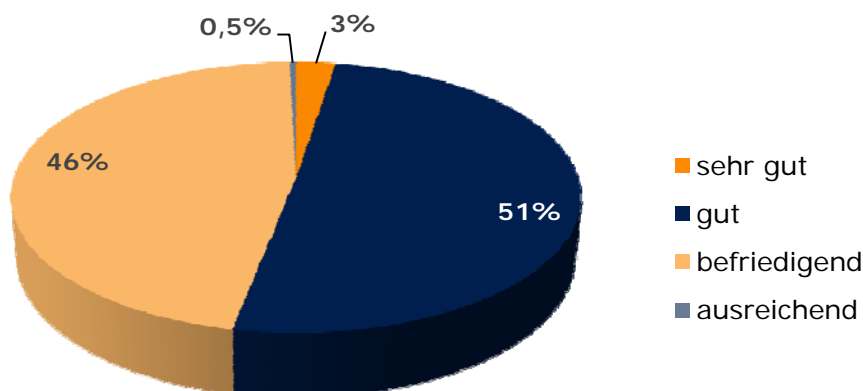


Abbildung 14: Ergebnisse im Bereich AGB-Bewertung

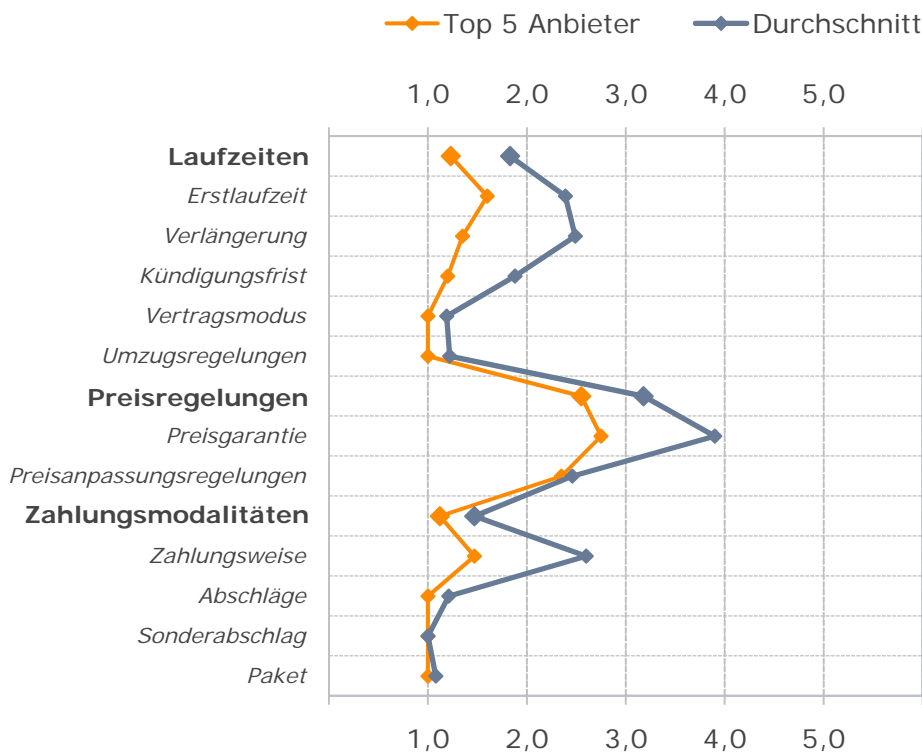


Abbildung 15: Benchmark AGB

## 4.1 Vertragslaufzeiten

Untersucht wurden die in den Verträgen festgelegte Erstlaufzeit und die Regelungen zur Vertragsverlängerung. Bei 14 Prozent (225) der untersuchten Vertragsmodelle wird die Laufzeit als festes Datum angegeben. Für die Erhebung wurde die Differenz zwischen dem Stichtag (01.08.2011) und dem angegebenen Datum der Laufzeit in Monaten als Erstlaufzeit gesetzt.

### 4.1.1 Erstlaufzeit

Kurze Laufzeiten von Energielieferverträgen ermöglichen den Verbrauchern, kurzfristig auf veränderte Marktbedingungen zu reagieren.

- 32 Prozent (506) der untersuchten Tarife besitzen eine Laufzeit von einem Monat. Bei 226 dieser Angebote handelt es sich um Grundversorgungstarife mit gesetzlich festgelegter Frist. Bei den Verträgen außerhalb der Grundversorgung ist ein leichter Zuwachs hin zu Monatsverträgen zu erkennen.
- 40 Prozent (631) der Verträge bieten eine Erstlaufzeit von 12 Monaten an. Auch diese Vertragsform ist mittlerweile fest etabliert.



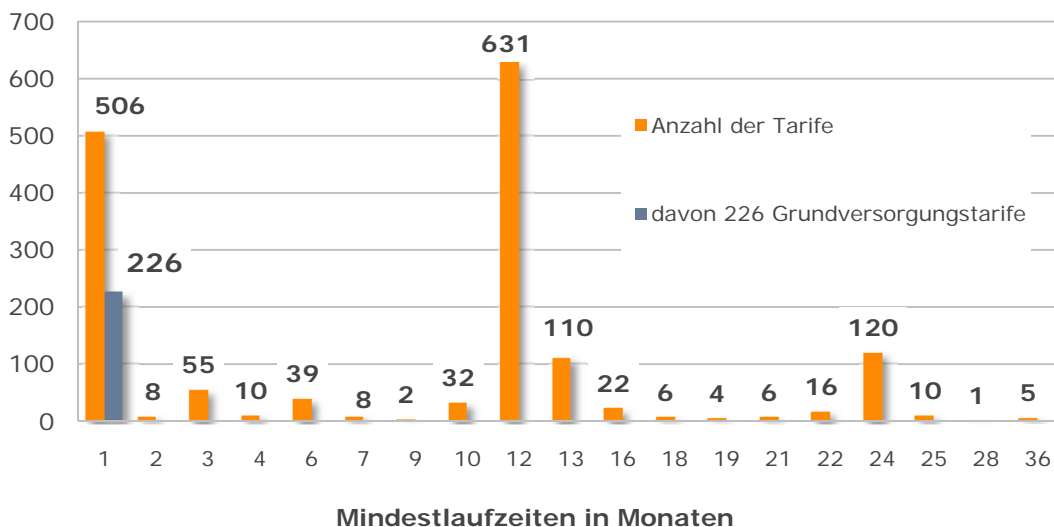


Abbildung 16: Verteilung der Ergebnisse in der Erstlaufzeit

→ Der Anteil von Verträgen mit Laufzeiten von mehr als 12 Monaten ist im Vergleich zum Vorjahr weiter gestiegen (2010: 15 Prozent). 19 Prozent der in dieser Erhebung untersuchten Tarife (300) gehören zu dieser Gruppe. Darunter befinden sich auch 16 Verträge, die Laufzeiten von mehr als 24 Monaten aufweisen.

#### 4.1.2 Vertragsverlängerung

- 88 Prozent der Gaslieferverträge (1402) sehen eine automatische Vertragsverlängerung vor, sofern der Vertrag nicht gekündigt wird.
- Bei 63 Prozent der untersuchten Verträge (1013) sind die Fristen der Vertragsverlängerung mit der Erstlaufzeit identisch. Dabei handelt es sich in der Regel um Jahresverträge (443) oder Monatsverträge (506).
- Die Verteilung der Vertragsverlängerungsfristen unterstreicht die Tendenz zu Monats- oder Jahresverträgen, die sich automatisch um die Erstvertragslaufzeit verlängern.

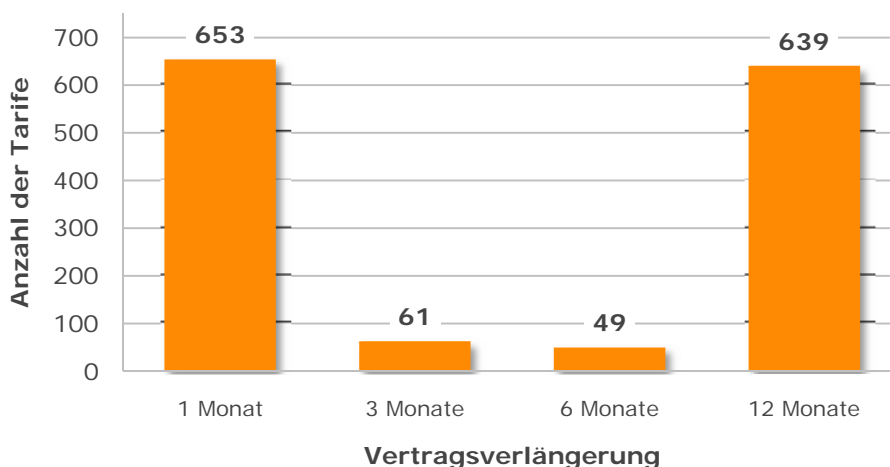


Abbildung 17: Verlängerungsfristen der untersuchten Tarife

### 4.1.3 Vertragsmodus

- Insgesamt 191 der untersuchten Tarife (12 Prozent) verlängern sich nach Ablauf der Erstlaufzeit nicht, sondern sehen besondere Regelungen vor.
- Die Mehrheit der Verträge ohne automatische Verlängerung (40 Prozent) legt fest, dem Kunden vor Vertragsende ein neues Vertragsangebot zu machen. Für den Fall der Nichtannahme des neuen Vertragsangebotes sehen die Verträge weitere Regelungen vor, wie etwa die Weiterversorgung zu den Konditionen eines festgelegten Sondervertrages.
- Waren keine Angaben zum weiteren Vorgehen nach Ablauf der Erstlaufzeit vorhanden, wurde der Vertragsmodus mit „nicht geregelt“ bewertet. Dies galt auch für Verträge, in denen die Klauseln nicht plausibel erschienen.

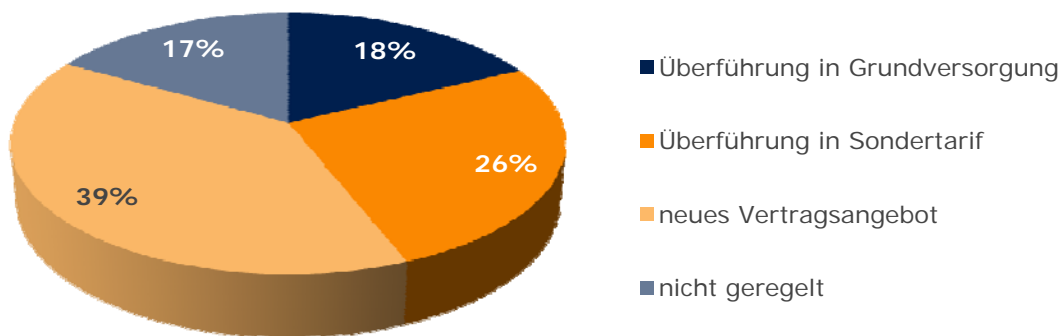
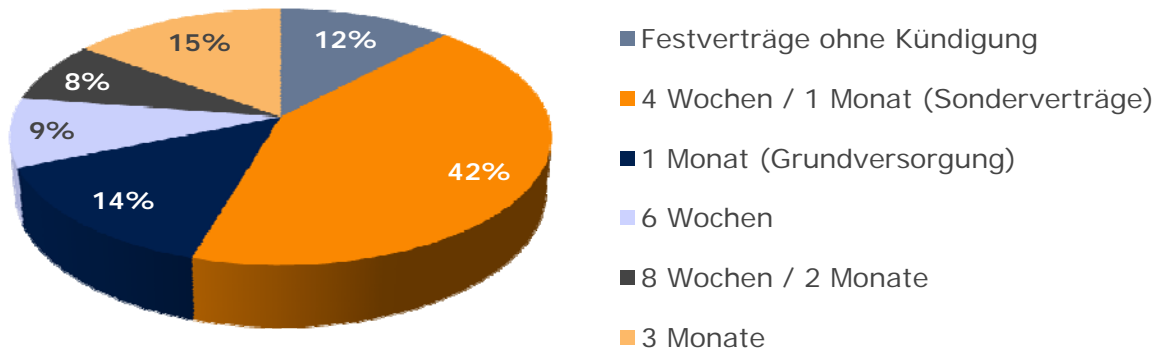


Abbildung 18: Regelungen für Verträge ohne automatische Verlängerung

### 4.1.4 Kündigungsfrist

- 65 Prozent (1043) der untersuchten Angebote bieten Kündigungsfristen von vier bzw. sechs Wochen. Diese Regelung ermöglicht Verbrauchern, insbesondere bei Verträgen mit längeren Laufzeiten, sich zeitnah für oder gegen den Fortlauf des Vertrages zu entscheiden.
- Bei 23 Prozent der Verträge (359) werden Kündigungsfristen von zwei oder drei Monaten festgelegt. Diese Fristen finden sich vor allem bei länger laufenden Verträgen.
- Die übrigen 12 Prozent (191) entfallen auf Verträge, die andere Regelungen als eine automatische Vertragsverlängerung, verbunden mit einer Frist zur ordentlichen Kündigung, vorsehen.



**Abbildung 19: Verteilung der Ergebnisse bei Kündigungsfristen**

#### 4.1.5 Umzugsklauseln

Erstmals wurden in diesem Jahr die Umzugsklauseln der Gaslieferverträge untersucht. Hintergrund war die Feststellung, dass es insbesondere im überregionalen Vertrieb eine Zunahme von Verträgen gibt, die bei einem Umzug nicht beendet werden können, sondern an der neuen Verbrauchsstelle fortlaufen. Aufgrund von Kostenunterschieden in den verschiedenen Gasnetzgebieten enthalten diese Umzugsklauseln häufig eine zweigeteilte Regelung. Zum einen werden Umzüge innerhalb desselben Netzgebietes geregelt. Eine zweite Regelung betrifft Umzüge in ein anderes Netzgebiet.

Die Umzugsklauseln für beide Varianten wurden danach untersucht, ob sie dem Kunden bei einem Umzug die Möglichkeit der Vertragsbeendigung einräumen. Dabei wurde danach unterschieden, ob dem Kunden ein Sonderkündigungsrecht eingeräumt wird oder ob der Vertrag eine vertragsauflösende Bedingung enthält. Beide Möglichkeiten der Vertragsbeendigung wurden gleich gewichtet. Zwei weitere Varianten sind der Ausschluss einer Vertragsbeendigung bei einem Umzug oder das Fehlen einer Regelung im Vertragstext.

- 89 Prozent aller untersuchten Verträge (1419) unterscheiden nicht danach, in welches Netzgebiet der Kunde zieht. Die Mehrheit dieser Verträge räumt im Falle eines Umzuges eine Beendigung des Vertrages durch Sonderkündigung (1331 Verträge) oder vertragsauflösende Bedingungen (45 Verträge) ein. Bei 19 Verträgen fehlen Angaben dazu, wie im Falle eines Umzugs des Kunden verfahren wird. 24 Verträge schließen die Vertragsbeendigung ganz aus.
- 174 Verträge (11 Prozent) enthalten eine differenzierende Klausel, wobei allen gemein ist, dass bei einem Umzug in ein anderes Gasnetzgebiet die Möglichkeit zur Beendigung des Vertrages gegeben ist. Diese Möglichkeit bieten für einen Umzug innerhalb desselben Netzes nur 61 Verträge. Dagegen schließen 113 Verträge diese Möglichkeit aus.

## 4.2 Preisanpassung

### 4.2.1 Preisgarantien

Preisgarantien schließen Preiserhöhungen für einen bestimmten Zeitraum aus und bieten Stabilität. Sie sollten jedoch mit kurzen Vertragslaufzeiten verbunden sein, denn die Gaspreise schwanken stärker als die Strompreise. Daher empfiehlt es sich, bei Preisgarantien darauf zu achten, dass sie mit kurzen Kündigungsfristen gekoppelt sind. So kann im Falle sinkender Gaspreise flexibel reagiert werden.

- 64 Prozent der untersuchten Verträge (1016) enthalten keine Preisgarantie.
- Bei 7 Prozent der Tarife (103) wird eine Preisgarantie bis zu 6 Monaten gewährt.
- Rund 14 Prozent der Tarife (232) gewähren eine Preisgarantie bis zu 12 Monaten.
- 15 Prozent (242 Tarife) enthalten eine Preisgarantie von mehr als 12 Monaten.

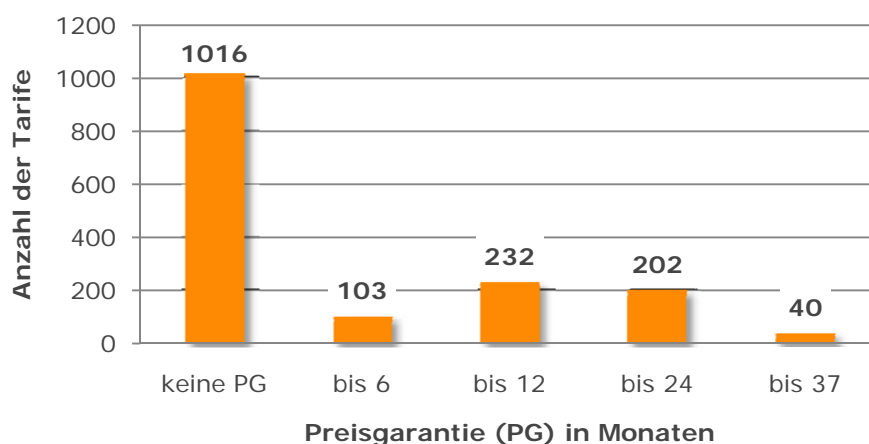


Abbildung 20: Dauer von Preisgarantien

Bei den 577 Tarifvarianten mit bestehenden Preisgarantien dominiert mit 68 Prozent (390) die eingeschränkte Preisgarantie. Hierbei beschränkt sich der garantierte Preis auf den Energieanteil und die Netznutzungsentgelte (NNE). Das bedeutet, dass Steuern- und Abgabenerhöhungen trotz Preisgarantie an den Verbraucher weitergegeben werden können.

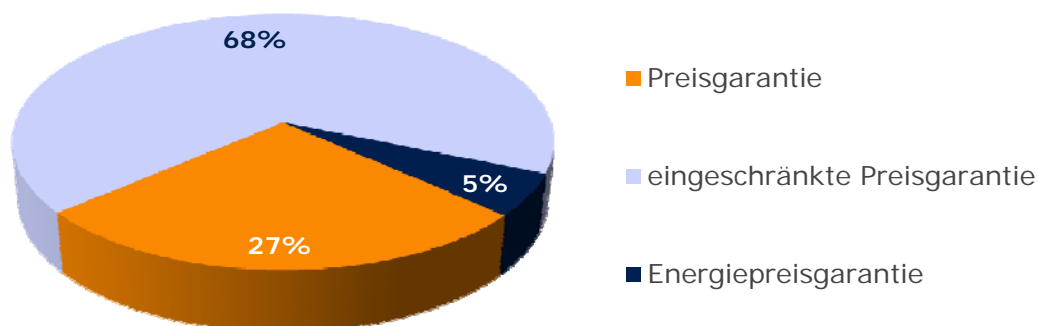


Abbildung 21: Preisgarantiertypen

## 4.2.2 Sonderkündigungsrecht bei Preisanpassungen

Die Existenz eines Sonderkündigungsrechtes ist von Bedeutung, wenn den Verbrauchern eine Preisanpassung mitgeteilt wird. Die in den Verträgen ausgewiesenen Klauseln zum Sonderkündigungsrecht bei Preisanpassungen können danach klassifiziert werden, für welche Formen von Preisanpassungen sie Anwendung finden. Preisanpassungen können mit marktbedingten Veränderungen oder mit Änderungen oder Neueinführung von Steuern, Abgaben oder weiteren verwaltungsrelevanten Belastungen begründet werden.

- Für 32 Prozent der untersuchten Verträge (506) ist ein Sonderkündigungsrecht bei Preisanpassungen nicht relevant, da diese ohnehin jederzeit zum Monatsende kündbar sind.
- Bei 537 Verträgen (34 Prozent), die ein Sonderkündigungsrecht festlegen, gilt dieses allein bei marktbedingten Preisanpassungen, welche in vielen Verträgen als Anpassungen nach billigem Ermessen deklariert werden.
- 319 Verträge (20 Prozent) weisen ein Sonderkündigungsrecht aus, welches unabhängig von der Art der Preisanpassung gewährt wird oder allein Änderungen des steuerlichen Anteils ausschließt.
- 188 Verträge (12 Prozent) enthalten kein Sonderkündigungsrecht, da für die gesamte Laufzeit ein fester Preis vereinbart ist.
- Die AGB der Unternehmen FlexGas, MITGAS und SCHARR WÄRME beschränken ihre Preisanpassungsklauseln allein auf jene Änderungen, welche ihre Ursache in Steuern und Abgaben haben. Regelungen zu marktbedingten Anpassungen fehlen.
- Insgesamt 32 Verträge (2 Prozent) enthalten keine Aussagen zum Sonderkündigungsrecht bei Preisanpassungen.

## 4.2.3 Veröffentlichungsfrist

Finden Preisänderungen statt, ist es im Interesse der Kunden, frühzeitig darüber informiert zu werden. In den meisten Gaslieferverträgen hat sich dabei die sechswöchige Veröffentlichungsfrist gemäß der Gasgrundversorgungsverordnung (§5 Abs.2 GasGVV) durchgesetzt.

- 80 Prozent aller untersuchten Verträge (1273) geben an, den Kunden spätestens 6 Wochen vor Inkrafttreten einer Preisanpassung zu informieren.
- 6 Prozent (93 Verträge) gehen darüber hinaus und legen eine Frist von 8 Wochen fest.
- In 39 Verträgen (2 Prozent) findet der Kunde keine Angaben darüber, mit welcher Frist er über Anpassungen informiert wird.
- Die übrigen 188 Verträge (12 Prozent) enthalten keine Preisanpassungsklauseln. Hierbei handelt es sich um Festverträge, die für die Laufzeit keine Preisanpassungen vorsehen und sich zum Laufzeitende nicht verlängern.

#### 4.2.4 Kündigungsfrist bei Preisanpassungen

Im Rahmen des Sonderkündigungsrechtes bei Preisanpassungen werden in der Regel besondere Kündigungsfristen ausgewiesen. Die Grundversorgungsverordnung (GasGVV) kennt kein Sonderkündigungsrecht, sondern verweist auf das ordentliche Kündigungsrecht, welches mit der jederzeit möglichen Kündigung zum Monatsende des Folgemonats hinreichend ist.

- 80 Prozent aller Tarife (1277) gewähren eine Sonderkündigungsfrist von einem Monat oder vier Wochen.
- Bei 4 Prozent der Tarife (71) muss der Kunde spätestens 2 Wochen vor Inkrafttreten der neuen Preise seine Kündigung an den Anbieter gesandt haben.
- Die weiteren Anteile verteilen sich auf Fristen von 5 Wochen (4 Verträge), 6 Wochen (14 Verträge) oder Verträge, die entweder keine Preisanpassungen oder Benachrichtigungen vorsehen (188 Verträge) oder keine Angaben dazu machen (39 Verträge).

#### 4.2.5 Entscheidungsfrist

Die in den vorangestellten Absätzen behandelten Fristen zur Veröffentlichung von Preisänderungen und zur Sonderkündigung stehen für die Verbraucher in einem nicht unerheblichen Zusammenhang. Die Differenz zwischen beiden Fristen ergibt ein Zeitfenster, in welchem der Kunde sich für die Fortführung des Vertragsverhältnisses unter Berücksichtigung der neuen Konditionen oder für einen Anbieterwechsel entscheiden kann.

- Bei 1202 Verträgen (75 Prozent) bedingen die Veröffentlichungsfrist von 6 Wochen und eine Kündigungsfrist von 4 Wochen einen Handlungszeitraum von 2 Wochen. Darunter fallen alle Grundversorgungstarife und die Tarife, die sich an der GasGVV orientieren.
- 146 Angebote (9 Prozent) gehen über die Grundversorgungsverordnung hinaus und räumen dem Kunden einen Zeitraum von 4 Wochen für seine Entscheidung ein. Bei 4 Verträgen beträgt dieser Zeitraum 3 Wochen.
- Bei 227 (14 Prozent) Angeboten lässt sich hierzu keine Aussage machen, weil die Verträge entweder keine Preisanpassung vorsehen, kein Sonderkündigungsrecht gewähren oder die Fristen nicht vertraglich regeln.

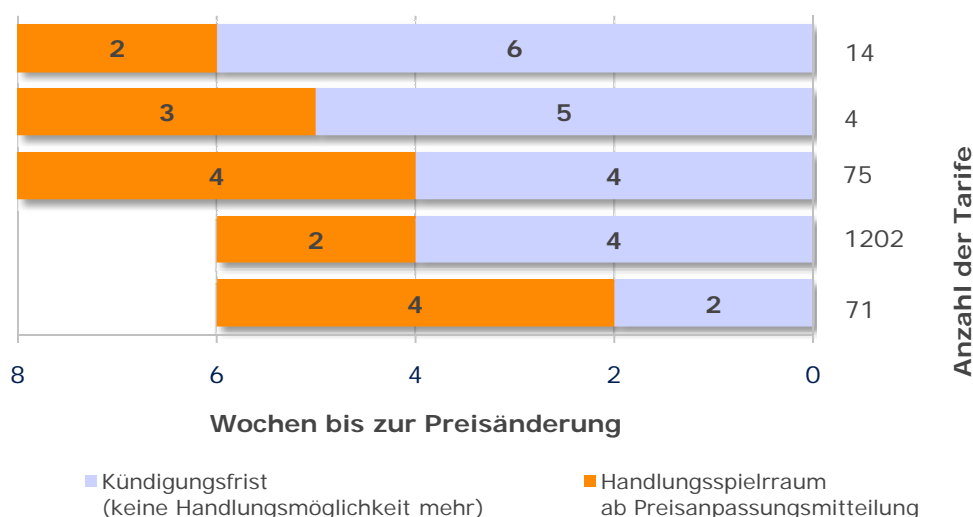


Abbildung 22: Fristen im Rahmen des Sonderkündigungsrechts

## 4.3 Zahlungsmodalitäten

### 4.3.1 Zahlungsweise, Abschläge und Sonderabschläge

Die Bewertung der Zahlungsweisen erfolgte durch die Erfassung der in den Energielieferverträgen festgelegten Angaben. Hiernach wurde nach Ja/Nein-Logik die Ausweisung folgender 5 Zahlungsweisen untersucht:

- Überweisung
- Dauerauftrag
- Einzugsermächtigung
- Abbuchungsauftrag
- Barzahlung

Die separate Erfassung der beiden Überweisungsformen „Einzelüberweisung“ und „Dauerauftrag“ findet seinen Grund in Energielieferverträgen, die explizit den Dauerauftrag als Zahlungsweise angeben und zum Teil einen Beleg für dessen Einrichtung fordern.

Grundlage der Bewertung sind ausschließlich die Angaben in den Vertragstexten. Für sämtliche Verträge nach GasGVV wurden entsprechend §16 Abs. 3 GasGVV die Angaben in den Ergänzenden Bedingungen herangezogen. Hiernach sind den Kunden in der Grundversorgung mindestens zwei mögliche Zahlungsweisen zu offerieren.

Die Bewertung der Zahlungsweisen aller Verträge erfolgte nach drei Kriterien:

- Werden mindestens zwei alternative Zahlungsweisen angeboten?
- Welche Zahlungsweisen werden angeboten?
- Werden Aufschläge für bestimmte Zahlungsweisen erhoben?

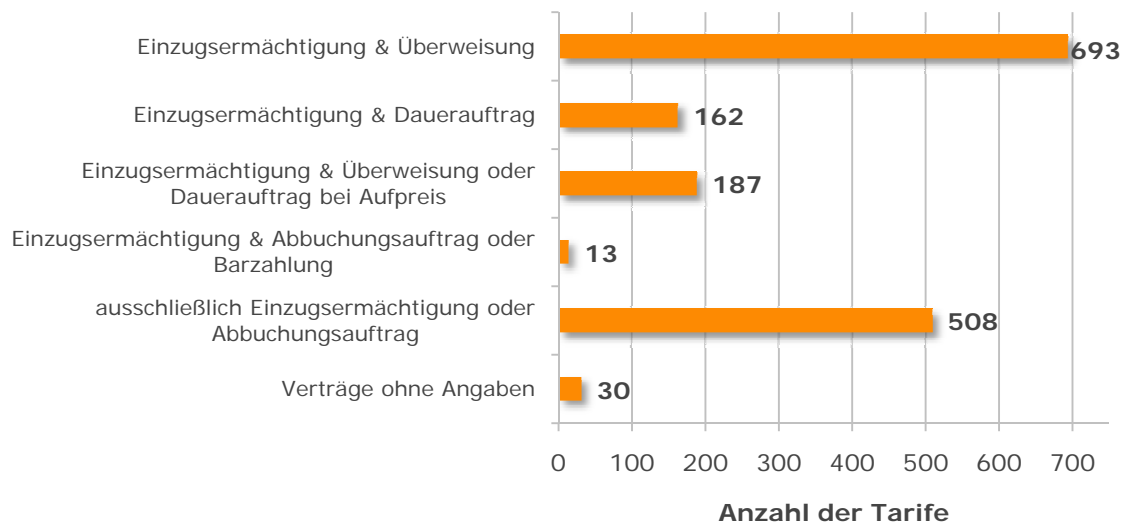


Abbildung 23: In den Verträgen angebotene Zahlungsweisen

- Unter den bewerteten Verträgen befanden sich 30 Angebote (2 Prozent), bei denen Angaben zu den Zahlungsweisen vollkommen fehlten. Darunter fallen auch 12 Verträge nach Grundversorgungsverordnung, deren Ergänzende Bedingungen keine Angaben zu Zahlungsbedingungen enthalten oder nicht vorhanden waren.
- Insgesamt 508 (32 Prozent) Verträge legen ausschließlich die Einzugsermächtigung oder den Abbuchungsauftrag als Zahlungsweise fest.
- In 13 Verträgen (1 Prozent) werden neben der Einzugsermächtigung allein der Abbuchungsauftrag als weiteres Lastschriftverfahren oder die Barzahlung angeboten, welche für die meisten Kunden keine Alternative darstellen.
- 187 Verträge (12 Prozent) bieten zwar die Überweisung oder den Dauerauftrag als alternative Zahlungsweise an, legen aber einen Servicebetrag fest, der hierfür auf die Jahresrechnung aufgeschlagen wird. Die Servicebeträge reichen dabei von 11,29 Euro bis 30 Euro.
- Den Dauerauftrag als Alternative zur Einzugsermächtigung bieten 162 Verträge (10 Prozent). Die Überweisung wird in 693 Verträgen (43 Prozent) als weitere Zahlungsmöglichkeit angeboten.
- Die Zahlung von monatlichen Abschlägen ist nach wie vor die übliche Zahlungsweise auf dem Gasmarkt. 92 Prozent (1476 Verträge) der Angebote sehen ein Abrechnungsverfahren mit monatlichen Abschlägen vor. Bei zwölf Verträgen (1 Prozent) sind die Abschläge alle zwei Monate zu entrichten. 76 der untersuchten Tarife (5 Prozent) sind Vorauskassengebote, bei denen die Abschlagszahlungen jährlich im Voraus zu entrichten sind. Bei 27 Verträgen (2 Prozent) werden die Abschläge vierteljährlich im Voraus fällig. 2 Verträge sehen halbjährliche Zahlungen vor. Insgesamt bieten 15 Anbieter Tarife an, die Vorauszahlungen erfordern.

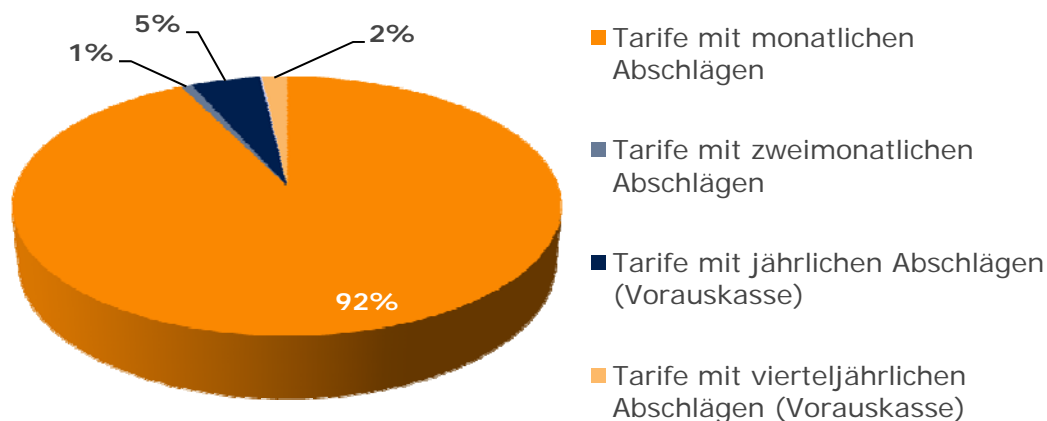


Abbildung 24: Verteilung der Abschläge



## 5. Zusammenfassung

Die Gas-Service-Studie 2011 zeigt, dass verschärfter Wettbewerb nicht zwangsläufig auf Kosten von Kundenservice und Vertragsgestaltung gehen muss. Die Gasversorger haben erkannt, dass Service und Kleingedrucktes wichtige Produktmerkmale sind, die ebenso wie der Preis attraktiv gestaltet sein müssen. In keinem der beiden Bereiche musste die Note „mangelhaft“ vergeben werden.

Im Bereich Service wurde für 62 Prozent der geprüften Tarife die Note „sehr gut“ oder „gut“ vergeben. Ein Großteil der Gasversorger bietet telefonischen Kontakt zum Null- oder Ortstarif und ein Kundenportal im Internet. Sowohl bei der telefonischen als auch bei der schriftlichen Kommunikation besteht allerdings Verbesserungspotenzial – hier ist gut geschultes Servicepersonal notwendig.

Bei den Kundenportalen fällt auf, dass die Versorger vor allem die Funktionalitäten anbieten, die Verwaltungskosten senken können. Dazu gehört etwa die Mitteilung von Zählerständen oder die Änderung von Kundendaten. Bei der Darstellung von historischen Verbräuchen und ähnlichen Informationen, die eher dem Verbraucher zugutekommen, halten sich viele Versorger noch zurück.

Im Bereich Energieeffizienz haben die regional ausgerichteten Grundversorger klare Vorteile. Neben reinen Informationen rund um das Thema Energiesparen bieten sie häufiger konkrete Dienstleistungen wie Energieberatungen und Förderprogramme an als die überregionalen Wettbewerber.

Der Bereich der Vertragsgestaltung zeigt ein positives Gesamtbild. Mehr als die Hälfte aller untersuchten Tarife (54 Prozent) erhielt die Note „sehr gut“ oder „gut“. Die schlechter bewerteten Tarife unterscheiden sich vor allem durch längere Laufzeiten und fehlende Preisgarantien.

Daher sollten Verbraucher beim Blick ins Kleingedruckte vor allem die Erstvertragslaufzeit beachten. Die Tarife mit monatlicher Kündigungsfrist bieten Flexibilität bei Preisänderungen und ersparen langes Nachdenken über Kündigungsfristen. Gasverträge mit einer Erstvertragslaufzeit von einem Jahr sollten sich von Tarifen mit kürzeren Laufzeiten durch einen günstigeren Preis und/oder eine Preisgarantie unterscheiden.

Mehr als die Hälfte der untersuchten Tarife (64 Prozent) weisen keinerlei Form von Preisgarantie auf. Dass sich die Gasversorger scheuen, langfristige Preiszusagen zu machen, ist angesichts der volatilen Großhandelspreise im Gasbereich zwar durchaus nachvollziehbar. Aus Verbrauchersicht handelt es sich jedoch dabei um eine klare Verlagerung des Preisrisikos zu Ungunsten der Kunden.

Bei der Zahlungsweise ist die monatliche Abschlagszahlung auch im Jahr 2011 der Marktstandard geblieben (92 Prozent). Damit haben Verträge mit jährlicher Vorauszahlung auf dem Gasmarkt eine Nischenstellung für besonders preisbewusste und risikobereite Verbraucher.

Der ideale Gastarif hat eine kurze Laufzeit, ist jederzeit kündbar und bietet langfristige Preisstabilität. Ein gut gestaltetes Kundenportal bietet ausführliche Informationen und viele nützliche Zusatzfunktionen. Für Rückfragen steht eine kostenlose Hotline mit kompetentem Servicepersonal zur Verfügung. Diese Merkmale wirken sich selbstverständlich auf den Preis aus, denn die Gasversorger geben die Kosten für einen umfassenden Service an die Verbraucher weiter.

Für welche Konstellation aus Preis, Tarifkonditionen und Servicequalität sich Verbraucher entscheiden sollten, hängt von der individuellen Situation und den persönlichen Vorlieben ab. Die Gas-Service-Studie 2011 ermöglicht, das Verhältnis von Preisniveau, Vertragsgestaltung und Service schneller einzuschätzen und die jeweils beste Entscheidung zu treffen.

## Impressum

**Verivox GmbH**  
Am Taubenfeld 10  
D-69123 Heidelberg

Telefon: +49 (0)6221 7961-100 (Mo.-Fr. 8:00-20:00 Uhr, Sa. 9:00-16:00 Uhr)

TeleFax: +49 (0)6221 7961-184

E-Mail: [service@verivox.de](mailto:service@verivox.de)

Geschäftsführer: Richard King, Thomas Prangemeier und Alexander Preston

Eingetragen im Handelsregister beim Amtsgericht Mannheim (HRB 336125) Sitz und  
allgemeiner Gerichtsstand der Gesellschaft ist Heidelberg USt. ID: DE 197999416