



→ Die 200 wichtigsten Stromanbieter im Vergleich

Inhaltsverzeichnis

1. Die Strom-Servicestudie: 200 Stromanbieter im Vergleich	1
1.1 Ziel der Studie	1
1.2 Bestandteile der Strom-Servicestudie	1
2. Methodik	2
2.1 Auswahl der Versorger	2
2.2 Untersuchungsbereiche	2
2.3 Bewertungsmodell	3
3. Service – Rating: Ergebnisse	8
3.1 Service-Test	9
3.2 Hotline-Service	11
3.3 Online-Service	13
3.4 Energieeffizienz	16
4. AGB-Rating: Ergebnisse	18
4.1 Vertragslaufzeiten	19
4.2 Preisanpassung	22
4.3 Zahlungsmodalitäten	26
5. Zusammenfassung	29

1. Die Strom-Servicestudie 2010: 200 Stromanbieter im Vergleich

1.1 Ziel der Studie

Die Strom-Servicestudie 2010 analysiert die Vertragsgestaltung und die Servicequalität der 200 wichtigsten Stromanbieter in Deutschland zum Stichtag 01.12.2010. Verivox versetzt sich dabei in die Rolle der Verbraucher und bewertet die Stromtarife für Privat- und Gewerbekunden aus deren Blickwinkel.

Die Ergebnisse der Untersuchung werden auf der jeweiligen Tarifseite bei www.verivox.de dargestellt, um Verbrauchern eine schnelle und einfache Einschätzung der AGB und der Servicequalität eines Stromtarifs zu ermöglichen. Die transparente Darstellung dieser Tarifparameter soll dazu beitragen, den Wettbewerb auf dem Strommarkt transparenter zu machen 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 Glühlampen visualisiert, wobei fünf Glühlampen der Note „sehr gut“ und eine Glühlampe der Note „mangelhaft“ entsprechen.

Das Verfahren zur Ermittlung der Studienergebnisse wendet Verivox seit 2005 auf den Strommarkt an. Seither wurde es kontinuierlich weiterentwickelt. Die Stromstudie erscheint im Jahr 2010 zum sechsten Mal.

1.2 Bestandteile der Strom-Servicestudie

Die Stromstudie 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 („Mystery Calls“) durchgeführt und zehn verdeckte E-Mails („Mystery Mails“) verschickt. Darüber hinaus wurden die Webseiten der Stromversorger auf Verfügbarkeit und Qualität von Informationen, Hilfen und Interaktionsmöglichkeiten hin untersucht. Im Vergleich zur Stromstudie 2009 wurde dieser Bereich um die Punkte Datensicherheit und Beschwerdemanagement erweitert.

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 Sonderkündigungsfristen in die Untersuchung mit einbezogen.

2. Methodik der Stromstudie 2010

Die erhobenen Angebote entsprechen den Stromtarifen, die bis zum Stichtag 01. Dezember 2010 bekannt waren. Aufgrund der schnellen Änderung der Marktverhältnisse konnten Angebotsänderungen nach diesem Zeitpunkt nicht mehr berücksichtigt werden.

2.1 Auswahl der Versorger

Auf dem deutschen Strommarkt für Privatkunden mit Standardlastprofilen sind mittlerweile 983 Stromanbieter aktiv. Verivox hat für die Strom-Servicestudie 2010 die 200 wichtigsten ausgewählt und bewertet. Es wurden insgesamt 3068 Tarife berücksichtigt. Bei der Bewertung der AGB konnten 13 Tarife der TW Kaiserslautern nicht miteinbezogen werden, da uns die entsprechenden Vertragsdokumente nicht zur Verfügung gestellt wurden.

Die Auswahl der 200 Anbieter erfolgte nach verschiedenen Kriterien:

- Versorgungsreichweite - versorgte Haushalte in den Versorgungsgebieten
- Marktpräsenz gesamt - Anzahl Haushalte in den Versorgungsgebieten
- Preisniveau - günstigste Angebote im bundesweiten Vergleich nach Verivox-Verbraucherpreisindex Strom

Bei 141 der 200 Stromanbieter handelt es sich um Grundversorger. Die restlichen 59 Anbieter sind überregionale Anbieter ohne eigenes Grundversorgungsgebiet. Dazu gehören sowohl neue Anbieter als auch die Vertriebsmarken von Stadtwerken und Konzernen.

2.2 Untersuchungsbereiche

Gegenstand der Untersuchung sind die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) und die mit den Tarifen verbundenen Serviceleistungen der Stromanbieter. Diesen liegen nachfolgende Bewertungsmethoden zugrunde:

- Die Vertragsdokumente, die aus den Preisblättern, den Vertragsurkunden und den Allgemeinen Geschäftsbedingungen bestehen, wurden tarifbezogen überprüft und bewertet. Die Bewertung der Vertragskonditionen erfolgte in Orientierung an allgemeine Vertragsbestimmungen, wie der Stromgrundversorgungsverordnung (StromGVV), dem Energiewirtschaftsgesetz (EnWG) oder dem Bürgerlichen Gesetzbuch (BGB).
- Unter Serviceleistungen wurden die Informationen und Angebote der Stromversorger im Internet und des Telefonservice zusammengefasst. Untersucht wurden Hotline-Service, Online-Service sowie die zur Verfügung stehenden Energieeffizienzangebote. Zur Bewertung der Qualität des Telefonservice wurden die Servicenummern aller Anbieter zehnmal angerufen. Darüber hinaus wurden an jedes Unternehmen 10 E-Mails 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.

Mit der Bewertung der AGB und der Servicequalität werden jeweils Teilaspekte einzelner Stromtarife behandelt. Die Preiswürdigkeit eines Tarifs und die Stromherkunft werden im Rahmen der Stromstudie 2010 nicht berücksichtigt.

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. 142 Unternehmen haben sich bezüglich der Bewertung zurückgemeldet.

2.3.1 Glühlampen und Siegel

Verivox hat das Schulnotensystem verwendet, um die Gewichtung bzw. Bewertung der geprüften Tarife zu definieren. Die Noten von 1 bis 5 werden durch Glühlampen visualisiert. Eine Bewertung mit fünf Lampen entspricht der Note „sehr gut“ bzw. 1. Die Vergabe einer Glühlampe 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 Glühlampen werden in Tabelle 1a dargestellt.

Punkte	Note	Glühlampen
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 1a: Schulnotensystem und Vergabe der Glühlampen

Nur der Anbieter Nordland Energie erhielt die Gesamtnote „sehr gut“. Weitere 14 Anbieter haben eine Gesamtnote von 2,0 oder besser erhalten.

Anbieter	Ø Note Service	Ø Note AGB	Gesamtergebnis
Nordland Energie GmbH	1,5	1,4	1,5
ENSO Energie Sachsen Ost AG	1,7	1,4	1,6
Gelsenwasser AG	1,8	1,4	1,6
ESWE Versorgungs AG	1,5	1,9	1,7
Mainova Aktiengesellschaft	1,8	1,5	1,7
DREWAG - Stadtwerke Dresden GmbH	2,1	1,4	1,8
eprimo GmbH	2,2	1,6	1,9
Stadtwerke Osnabrück AG	2,3	1,5	1,9
Yello Strom GmbH	1,9	1,9	1,9
Elektrizitätswerke Schönau Vertriebs GmbH	2,5	1,4	2,0
EnBW Vertrieb GmbH	1,6	2,3	2,0
ENTEKA Vertrieb GmbH & Co. KG	1,9	2,1	2,0
EVH GmbH	2,2	1,9	2,0
HAMBURG ENERGIE GmbH	2,6	1,3	2,0
RheinEnergie Express GmbH	2,4	1,5	2,0

Tabelle 1b: die 15 Anbieter mit der besten Gesamtwertung

2.3.2 Verivox Siegel

Mit der Veröffentlichung der Strom-Servicestudie vergibt Verivox zwei Siegel bezüglich der geprüften Bereiche „Vertragsgestaltung“ und „Service“. Das Siegel stellt das Ergebnis der Stromstudie dar und kann von den untersuchten Stromanbietern zur Veröffentlichung genutzt werden.



Abbildung 1: Verivox Siegel (Stromanbietervergleich)

Parameter	Gewichtung				Service				
	Main	Sub	Sub II	Sub III					
Servicetest	0,3								
<i>Mystery Calls</i>		0,5			5 mangelhaft	4 ausreichend	3 befriedigend	2 gut	1 sehr gut
<i>Mystery Mails</i>		0,5			5 mangelhaft	4 ausreichend	3 befriedigend	2 gut	1 sehr gut

Tabelle 2a: Kriterien Service-Rating Servicetest

Parameter	Gewichtung				Service				
	Main	Sub	Sub II	Sub III					
Hotline	0,3								
<i>Interessenten</i>		0,3							
<i>Kosten</i>			0,5		5 9 Ct./Minute / 14 Ct./Minute / entfällt	4 20 Ct./Gespräch	3 Ortstarif / 3,9 Ct./Minute	2 6 Ct./Gespräch	1 Freecall
<i>Verfügbarkeit</i>			0,5						
<i>wochentags</i>				0,5	5 < 20 h / entfällt	4 20 h bis 39 h	3 40 h bis 59 h	2 60 h bis 79 h	1 80 h und mehr
<i>Samstag</i>				0,4	5 < 2 h / entfällt	4 2 h bis 3 h	3 4 h bis 5 h	2 6 h bis 7 h	1 8 h und mehr
<i>Sonntag</i>				0,1	5 < 2 h / entfällt	4 2 h bis 3 h	3 4 h bis 5 h	2 6 h bis 7 h	1 8 h und mehr
<i>Bestandskunden</i>		0,7							
<i>Kosten</i>			0,5		5 9 Ct./Minute / 14 Ct./Minute / entfällt	4 20 Ct./Gespräch	3 Ortstarif / 3,9 Ct./Minute	2 6 Ct./Gespräch	1 Freecall
<i>Verfügbarkeit</i>			0,5						
<i>wochentags</i>				0,5	5 < 20 h / entfällt	4 20 h bis 39 h	3 40 h bis 59 h	2 60 h bis 79 h	1 80 h und mehr
<i>Samstag</i>				0,4	5 < 2 h / entfällt	4 2 h bis 3 h	3 4 h bis 5 h	2 6 h bis 7 h	1 8 h und mehr
<i>Sonntag</i>				0,1	5 < 2 h / entfällt	4 2 h bis 3 h	3 4 h bis 5 h	2 6 h bis 7 h	1 8 h und mehr

Tabelle 2b: Kriterien Service-Rating Hotline

Parameter	Gewichtung				Service				
	Main	Sub	Sub II	Sub III					
Online	0,35								
<i>Tarife & Verträge</i>		0,1							
<i>Tarifrechner</i>			0,3		5 nicht vorhanden	4 vorhanden	3 vorhanden + 1 Kriterium	2 vorhanden + 2 Kriterien	1 vorhanden + alle Kriterien
<i>Verfügbarkeitsabfrage</i>			0,2		5 nein				1 ja
<i>AGB & Verträge</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
<i>Administration</i>		0,6							
<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>			0,05		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>Call Back</i>			0,05		5 nicht vorhanden				1 vorhanden
<i>Beschwerdemanagement</i>			0,05		5 nicht vorhanden		3 allg. Kontaktinfos		1 konkr. Ansprechpartner
<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 2c: Kriterien Service-Rating Online

Parameter	Gewichtung				Service				
	Main	Sub	Sub II	Sub III					
Energieeffizienz	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>		0,4			5 nicht vorhanden		3 allg. Informationen		1 eigenes Angebot

Tabelle 2d: Kriterien Service-Rating Energieeffizienz

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

Tabelle 3c: Kriterien AGB-Rating

3. Service-Rating: Ergebnisse

Im Rahmen des Service-Ratings wurde der Kundenservice am Telefon, per E-Mail 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 Stromversorger mehrere Tarife mit unterschiedlichem Service-Niveau anbieten kann, wurde die Bewertung auch hier pro Tarif durchgeführt.

Die besten Bewertungen bekamen Stromtarife, 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.

Nahezu alle bewerteten Unternehmen erhielten für ihre Tarife Gesamtnoten zwischen „sehr gut“ und „befriedigend“. Neun Anbieter erhielten für ihren Service ein „ausreichend“ mit Noten zwischen 3,6 und 4,2. Gründe für diese Bewertungen sind vor allem befriedigende bis mangelhafte Ergebnisse bei den Anrufen und E-Mails. Aber auch reduzierte Serviceangebote im Online-Bereich sowie das Fehlen von Energiedienstleistungen trugen zu diesen Ergebnissen bei.

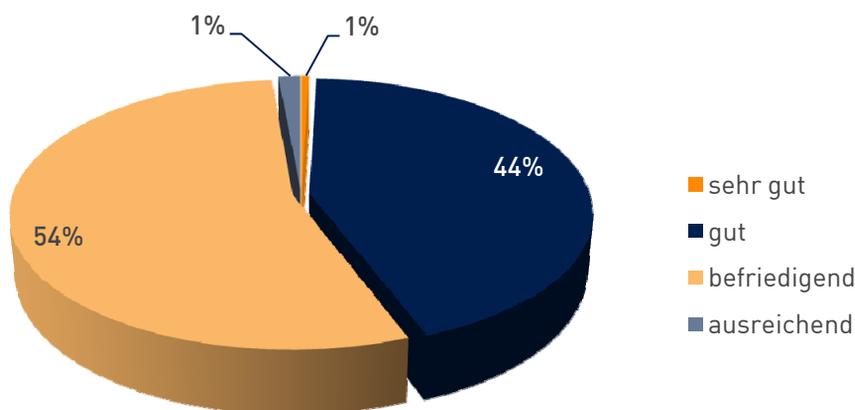


Abbildung 2 : Verteilung der Ergebnisse im Bereich Service in Prozent aller bewerteten Tarife

3.1 Service-Test

3.1.1 Qualität der telefonischen Beratung (Mystery Calls)

Zur Bewertung der Qualität des Kundenservice 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 für Neukunden genutzt.

Die geführten Anrufe wurden mit Hilfe eines standardisierten Erfassungsbogens bewertet. Die berücksichtigten Kriterien waren die tatsächliche Erreichbarkeit und die Wartezeit bis zum Kontakt zu den Servicemitarbeitern sowie die fachliche Beratung zu Themen wie Stromzähler, Verbrauchsschätzung, den Tarifangeboten und zum Wechselprozess.

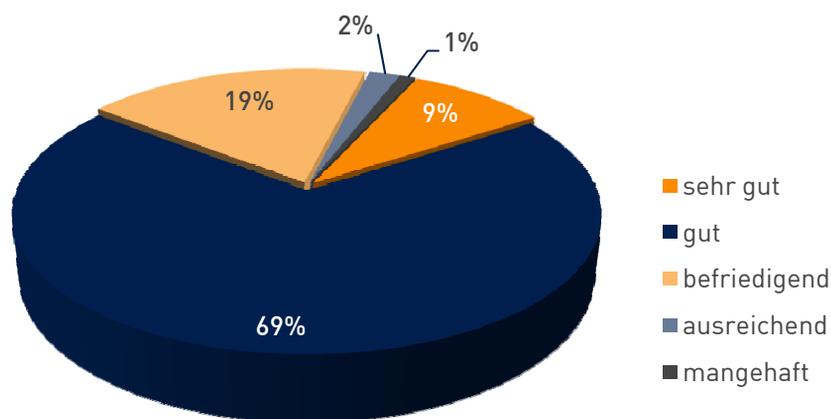


Abbildung 3: Ergebnisse der Testanrufe in Prozent (bezogen auf 200 Anbieter)

Das Ergebnis der Testanrufe zeigt signifikante Verbesserungen im Vergleich zur Erhebung aus dem vergangenen Jahr.

- 157 der Unternehmen (78 Prozent) erhielten für die Kundenberatung am Telefon gute bis sehr gute Bewertungen (2009: 51 Prozent).
- Der Service von 38 Unternehmen (19 Prozent) wurde mit „befriedigend“ bewertet (2009: 35 Prozent).
- Mit der Note „ausreichend“ wurden 4 Unternehmen (2 Prozent) bewertet (2009: 11 Prozent).

Die Note „mangelhaft“ wurde für zwei Unternehmen (1 Prozent) vergeben. Das Unternehmen Stadtwerke Energie Verbund SEV GmbH setzt ausschließlich auf Online-Kommunikation und bietet seinen Kunden keinen Service via Telefon. Das Unternehmen energieGUT GmbH schließt den telefonischen Kontakt für die Neukundenberatung aus.

3.1.2 Qualität der schriftlichen Beratung (Mystery Mails)

Zur Bewertung der Qualität des Kundenservice wurden 10 verdeckte E-Mails an jeden Anbieter versendet. Die Antworten der Stromanbieter wurden nach den Kriterien Reaktionszeit, Beratungsqualität und formale Gestaltung bewertet. Insgesamt lässt sich sagen, dass die Stromanbieter bei der Beantwortung schriftlicher Anfragen noch nicht vollständig überzeugt haben und die Branche hier den größten Nachbesserungsbedarf hat.

- Kein einziger Anbieter erhielt bei der Bewertung der Serviceleistungen via E-Mail die Note „sehr gut“.
- 46 Anbieter (23 Prozent) erreichten eine gute Bewertung für die Qualität ihrer Rückmeldungen.
- 142 Anbieter (71 Prozent) wurden mit der Note „befriedigend“ bzw. „ausreichend“ bewertet.
- 12 Anbieter (6 Prozent) erhielten die Bewertung „mangelhaft“.
- Für die tendenziell schlechten Ergebnisse können zwei Gründe festgestellt werden. Zum einen sind deutliche Defizite in der zeitnahen Beantwortung von Kundenmails erkennbar. So wurden 32 Prozent aller Mails gar nicht oder erst nach 5 Werktagen beantwortet. Ein weiterer Grund liegt in der inhaltlichen Auseinandersetzung mit den Belangen der Kunden. 20 Prozent aller Antworten enthielten Standardtexte, welche nicht oder nur bedingt geeignet waren, die Fragen der Kunden zu beantworten.

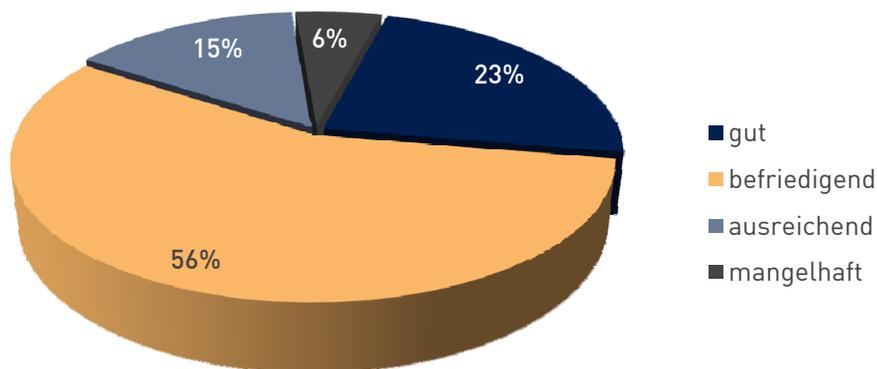


Abbildung 4: Die Gesamtergebnisse der Testmails in Prozent (bezogen auf 200 Anbieter)

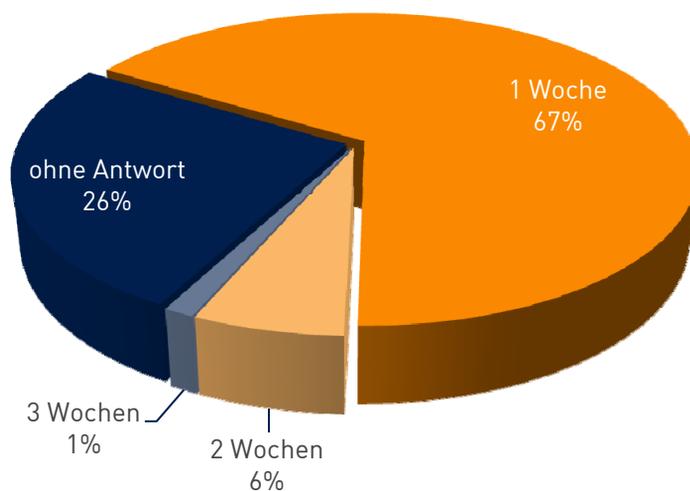


Abbildung 5: Rücklaufintervalle der Antworten per E-Mail

3.2 Hotline-Service

3.2.1 Kosten der Hotline

Die Differenzierung von Gesprächskosten erfolgt entsprechend der den Hotlines zu Grunde liegenden Vorwahlnummern. Der Großteil der Unternehmen bietet ihren Kunden einen fairen Telefonservice zum Null- oder Ortstarif.

Service-Nummer	Kosten Hotline	Anzahl
0800	kostenlos	62 Unternehmen
0180 2	6 Cent pro Gespräch	14 Unternehmen
Ortsvorwahl	Ortstarif	97 Unternehmen
0180 1	3,9 Cent pro Minute	15 Unternehmen
0180 4	20 Cent pro Gespräch	1 Unternehmen
0180 3	9 Cent pro Minute	kein Unternehmen
0180 5	14 Cent pro Minute	8 Unternehmen
keine Hotline	---	3 Unternehmen

Tabelle 3: Servicenummern und deren Anwendung für den Bestandskundenservice

- 62 Unternehmen gewähren ihren Kunden den Kontakt zum Nulltarif (0800).
- 14 Unternehmen bieten eine Hotline zu den Konditionen einer 01802 Servicenummer (6 Cent/Gespräch).
- 112 Unternehmen bieten ihren Kunden Kontaktmöglichkeiten zu den Kosten eines Ortstarifes oder zu den Konditionen von 01801-Nummern, die mit Kosten von 3,9 Cent pro Minute dem Ortstarif gleichgestellt wurden.
- Die Servicenummer 01804, welche mit 20 Cent pro Gespräch abgerechnet wird, findet sich nur bei einem Anbieter.
- 8 Unternehmen bieten ihren Kunden für den telefonischen Kontakt die kostspieligere Nummer 01805 zu 14 Cent/Minute.
- In der aktuellen Erhebung befinden sich drei Anbieter, die ihren Kunden keinen telefonischen Service bieten. Beim Unternehmen MaxEnergy wird auf einer Infoseite darauf verwiesen, dass sich das Unternehmen als „reines Online-Portal“ versteht. Die am Ende der Seite dargestellte Kontaktnummer ist mit dem Vermerk versehen, dass diese in „dringenden Fällen“ zur Verfügung steht. Auch das Unternehmen 123energie stellt seinen Kunden als Kommunikationsbasis allein das Online-Portal zur Verfügung. Das Unternehmen Stadtwerke Energie Verbund SEV GmbH ist grundsätzlich nur online erreichbar.

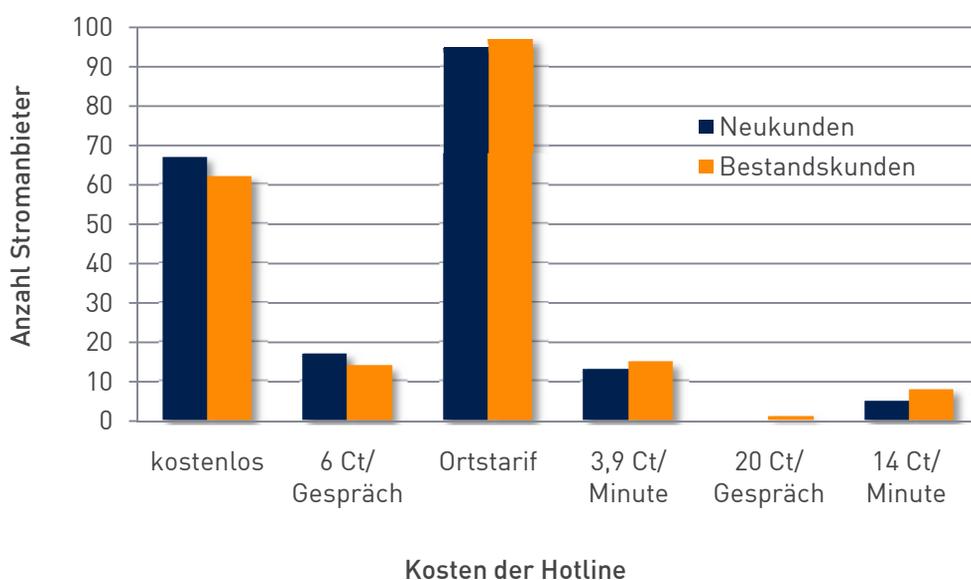


Abbildung 6: Kosten der angebotenen Hotlines und deren Verteilung

3.2.2 Verfügbarkeit der Hotline

- Bei 165 Stromanbietern ist die Hotline mindestens 40 Stunden in der Woche erreichbar.
- 62 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 62 Unternehmen zur Verfügung gestellt, wobei sich dieses Angebot an die Kunden bei nur 12 Unternehmen auch auf den Sonntag bezieht.
- 9 Unternehmen stellen ihren Kundenservice 24 Stunden an allen Tagen der Woche zur Verfügung.

3.3 Online-Service

Das Internet stellt sowohl für den Energievertrieb als auch 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 Webpräsenzen der Anbieter zu drei Themenschwerpunkten durchleuchtet und bewertet.

- **Tarife und Verträge:** Zum einen wurde der Fokus auf die zur Verfügung gestellten Informationen zum Produktangebot gelegt. Dies schließt die Bereitstellung eines Tarifrechners zur Berechnung der gesamten Stromkosten ebenso ein, wie die Informationen zu Preisen und Vertragsbedingungen sowie die Möglichkeit des Vertragsabschlusses über das Internet.
- **Administration:** Zur Mitteilung von Rechnungen, Zählerständen oder Änderungen von Adress- oder Bankdaten bedarf es oftmals kaum noch eines persönlichen oder postalischen Kontaktes mit dem Versorger. Darüber hinaus kann man sich durch einen Klick zurückrufen lassen oder eine Beschwerde an den richtigen Ansprechpartner versenden.
- **Datensicherheit:** Die interaktive Kommunikation zwischen den Stromversorgern und den Kunden setzt eine sichere Datenverschlüsselung und eine durch den Betreiber des Onlineportals gewährleistete Datenschutzerklärung voraus.

3.3.1 Tarife und Verträge

Für 65 Prozent (1987) der Tarife waren die Lieferbedingungen vollständig im Internet einsehbar oder standen zum Download zur Verfügung. Bei 24 Prozent (749) der Tarife wurde die Darstellung der Vertragsinformationen als unvollständig bewertet. Hier fehlten entweder wesentliche Vertragsbestandteile wie die AGB oder die Ergänzenden Bestimmungen zur StromGVV oder in den bereitgestellten Dokumenten waren Angaben wie beispielsweise die Vertragslaufzeiten nicht vorhanden. Für 11 Prozent der untersuchten Tarife (332) wurden lediglich die Preise dargestellt oder es gab gar keine Informationen.

Einen Tarifrechner zur Berechnung der gesamten Stromkosten bei einem bestimmten Verbrauch bieten 160 der untersuchten Unternehmen auf ihren Webseiten. Jedoch wird dieser Service von 110 Unternehmen nur für ausgewählte Produkte bereitgestellt. Im Ergebnis bedeutet dies, dass nur etwas mehr als die Hälfte (55 Prozent) aller untersuchten Angebote (3068) über einen Tarifrechner abgefragt werden können.

Für 48 Prozent der Tarife (1471 Angebote) lässt sich die Belieferung mit Strom gleich im Internet vertraglich fixieren. Bei 4 Prozent (116 Angebote) war dies jedoch erst nach vorheriger Registrierung in einem Online-Portal möglich. Für 25 Prozent aller Angebote (768) stellten die Anbieter Vertragsdokumente zum Download zur Verfügung.

3.3.2 Administration (Online-Service)

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 (86 Prozent der Anbieter), Formulare zur Änderungsmitteilung von Stammdaten (84 Prozent der Anbieter) oder zur Mitteilung von Informationen zur Bankverbindung (80 Prozent der Anbieter).

Andere Services, deren Nutzen vornehmlich auf Seiten der Kunden liegt, sind weniger weit verbreitet. Hierzu zählen etwa Formulare zur Änderungsanfrage hinsichtlich der Abschlagshöhe bei veränderten Verbrauchsparametern (46 Prozent), die Hinterlegung von Rechnungen im Online-Bereich (38 Prozent) oder die Darstellung einer Verbrauchshistorie (23 Prozent). Eine Rechnungserläuterung bieten 61 Prozent der Unternehmen an, eine Bitte um Rückruf kann bei 43 Prozent der Stromanbieter online abgegeben werden.

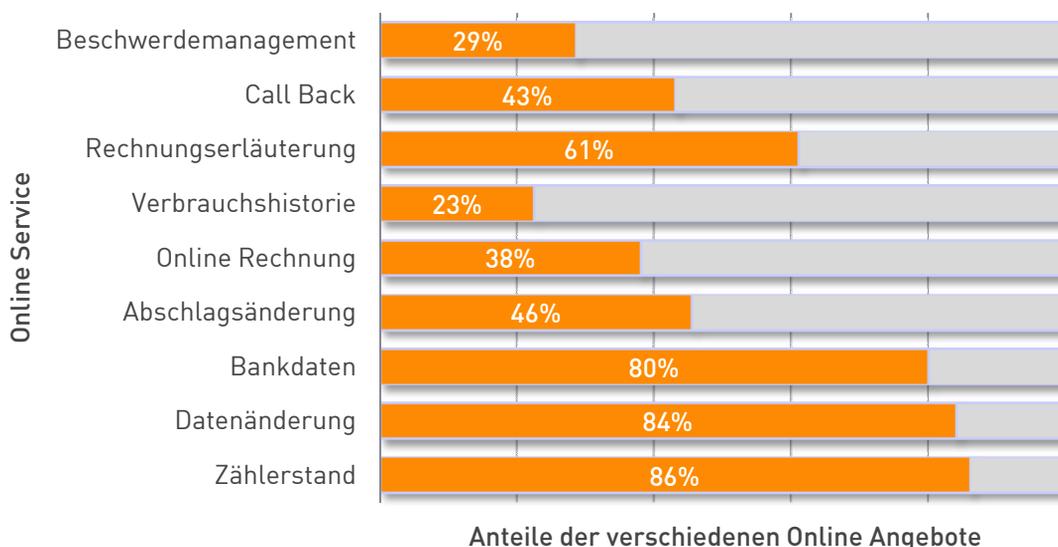


Abbildung 7: Anteile Online Service in Prozent

Beschwerdemanagement

Das Beschwerdemanagement dient als ein Instrument zur Steigerung der Servicequalität und zur Wahrung, Verbesserung oder Wiederherstellung der Kundenzufriedenheit. Ein aktiv betriebenes Beschwerdemanagement liefert den Unternehmen wichtige Erkenntnisse über Stärken und Schwächen von Produkten oder Dienstleistungen im Kontext der Kundenbeziehungen. Wesentlicher Bestandteil eines aktiv betriebenen Beschwerdemanagementsystems ist die gezielte Bereitstellung von Kommunikationskanälen für die Verbraucher.

- Die Kunden von 57 Unternehmen finden auf der Webseite ihres Anbieters entsprechende Kontaktinformationen, die es ihnen erlauben, telefonisch oder per E-Mail ihre Beschwerden bzw. Reklamationen über das Produkt, die Dienstleistung oder einen Mitarbeiter gezielt an den richtigen Kontakt zu übermitteln.
- Diese Informationen zum Beschwerdemanagement stellen sich in der Regel als sehr allgemein gehaltene Kontaktinformationen der Beschwerdestelle dar. Als vorbildlich gilt dagegen das Kommunikationsangebot des Unternehmens Harz Energie GmbH & Co KG. Neben einem Online-Formular und einer eigens für das Beschwerdemanagement geschaffenen E-Mail-Adresse wird hier ein konkreter Ansprechpartner ausgewiesen.

3.3.3 Datensicherheit

Datenschutz

Positiv zu bemerken ist, dass 96 Prozent der untersuchten Webseiten eine Datenschutzerklärung enthalten, 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

83 Prozent der geprüften Unternehmen nutzen Verschlüsselungstechnologien, um die über den Online-Service übertragenen Daten vor dem Zugriff Dritter zu schützen. So soll die sichere Übertragung von Formularen, die dem Vertragsabschluss oder der Übertragung von Bankdaten dienen, gewährleistet werden. Die Datenverschlüsselung bezieht 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 34 Anbietern konnte keine Verschlüsselung der übertragenen Daten festgestellt werden.

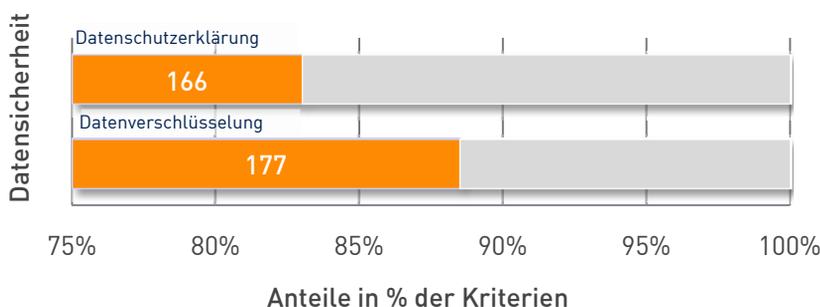


Abbildung 8: Anteile der beiden Kriterien zur Datensicherheit in Prozent

3.4 Energieeffizienz

Im Rahmen des Bereiches Energieeffizienz wurden die Webseiten der Anbieter hinsichtlich des Informations- und Beratungsangebotes zum effizienten Umgang mit Energie und zu Fördermitteln untersucht. Diese Angebote sind grundsätzlich bei regional ausgerichteten Grundversorgern stärker vertreten als bei überregional tätigen Stromanbietern.

3.4.1 Energieberatung

- Die Kunden von 13 Anbietern (7 Prozent) können einen Energieberater anfordern, der zu ihnen nach Hause kommt.
- Bei 71 Anbietern (36 Prozent) werden persönliche Beratungen in den jeweiligen Kundencentern angeboten.
- 10 Anbieter (5 Prozent) organisieren regelmäßige Veranstaltungen oder Seminare zum Thema Energiesparen.
- Bei weiteren 77 Anbietern (39 Prozent) befanden sich auf den jeweiligen Webseiten mehr oder weniger umfangreiche Inhalte mit Tipps zum effizienten Umgang mit Energie.
- 29 Anbieter (15 Prozent) bieten ihren Kunden weder Beratungs- noch Informationsangebote zum Thema Energieeffizienz.

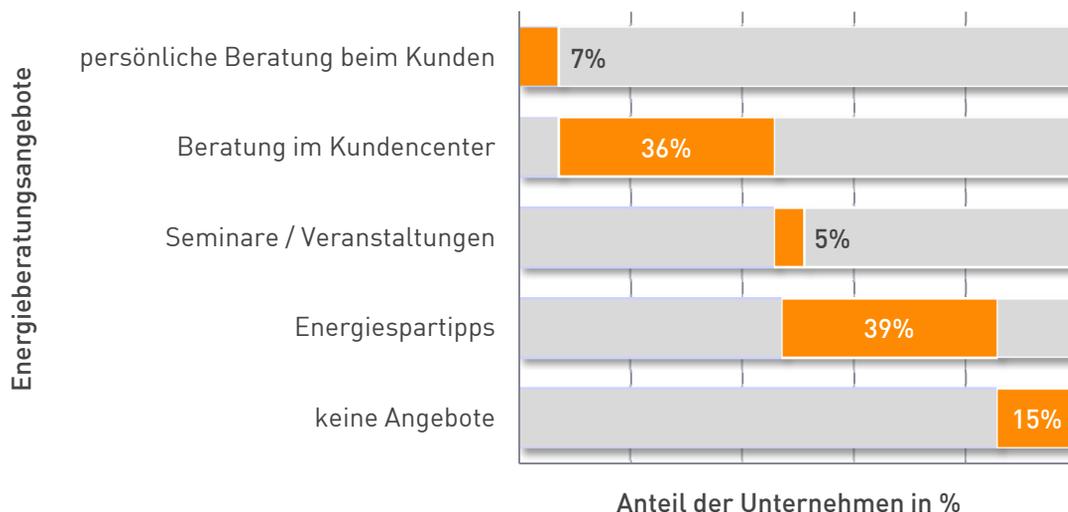


Abbildung 9: Beratungsangebote der 200 Unternehmen zum Thema Energiesparen (hierarchisches System, berücksichtigt wurde stets das höher gewichtete Angebot, die Abbildung zeigt die jeweils angebotenen Mindestleistungen)

3.4.2 Förderprogramme

Erhoben wurde das Informationsangebot bzw. das Angebot konkreter Förderprojekte der Unternehmen für ihre Stromkunden. Berücksichtigt wurden unter anderem Förderungen zur Solarstromerzeugung, Förderungen von Blockheizkraftwerken zur Stromerzeugung oder die Kostenübernahme von Energieberatungsleistungen.

- Nur 25 Unternehmen (13 Prozent) bieten ihren Kunden Förderprogramme an. Dabei handelt es sich ausschließlich um Unternehmen, die auch Grundversorger sind.
- Ein Vergleich mit der Verivox Gas-Servicestudie 2010 zeigt, dass Förderprogramme bei Stromanbietern weitaus geringer verbreitet sind als bei Gasanbietern. Für den Bereich Gas gab es von 43 Prozent der untersuchten Anbieter Förderangebote.
- 76 Unternehmen (38 Prozent) halten zumindest Informationen zu Förderprogrammen bereit, wobei sich diese häufig auf den Verweis auf die Kreditanstalt für Wiederaufbau beschränkt.
- Bei 99 Unternehmen (50 Prozent) konnten weder Angebote noch Informationen zu Förderungen nachgewiesen werden.

4. AGB-Rating: Ergebnisse

Die Bandbreite der Tarifangebote auf dem deutschen Strommarkt nimmt 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 3055 Tarifvarianten bewertet.

- Insgesamt erhielten 7 Prozent (207) der untersuchten Tarife die Wertung „sehr gut“. Alle diese Verträge sind Monatsverträge und alle garantieren dem Kunden die vereinbarten Preise bis zu zwei Jahre.
- Mehr als die Hälfte aller Verträge (55 Prozent, 1674 Verträge) erhielten die Note „gut“. Auch hier handelt es sich in der Mehrzahl um kurzlaufende Monatsverträge (988). Die Nachteile der länger laufenden Verträge werden meist durch die Gewährung von Preisgarantien kompensiert.
- 38 Prozent (1174) der bewerteten Tarife wurden mit „befriedigend“ bewertet. Diese Tarife haben zum Teil erheblich längere Laufzeiten und Verlängerungsfristen. Zwei Drittel dieser Angebote besitzen keine Preisgarantie. Des Weiteren befinden sich hierunter sämtliche Festpreisangebote, Tarife mit Jahresvorauszahlung oder Sonderabschlägen und Pakettarife.

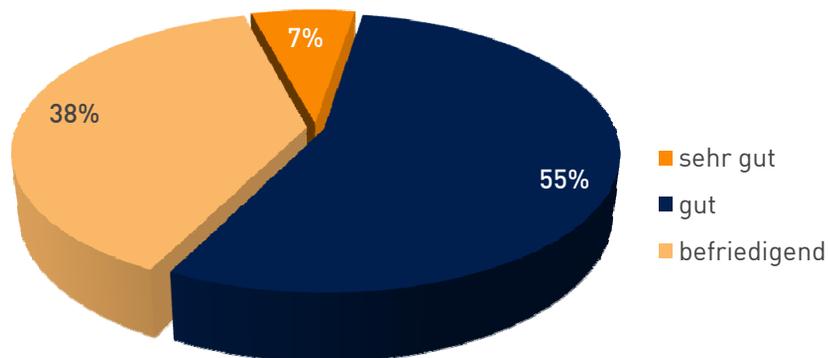


Abbildung 10: Ergebnisse im Bereich AGB- Bewertung

4.1 Vertragslaufzeiten

Untersucht wurde die in den Verträgen dargelegte Erstlaufzeit und die Regelungen zur Vertragsverlängerung. Bei 10 Prozent (323) der untersuchten Vertragsmodelle wird die Laufzeit als festes Datum angegeben. Für die Erhebung wurde die Differenz zwischen dem Stichtag (01.12.2010) 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.

- 39 Prozent (1195) der untersuchten Tarife besitzen eine Laufzeit von einem Monat. Berücksichtigt man, dass es sich bei knapp der Hälfte dieser Verträge (522) um Grundversorgungstarife mit gesetzlich festgelegter Frist handelt, wird der anhaltende Trend zu Jahresverträgen bei Sondertarifen deutlich.
- 40 Prozent (1223) der Verträge bieten eine Erstlaufzeit von 12 Monaten an.

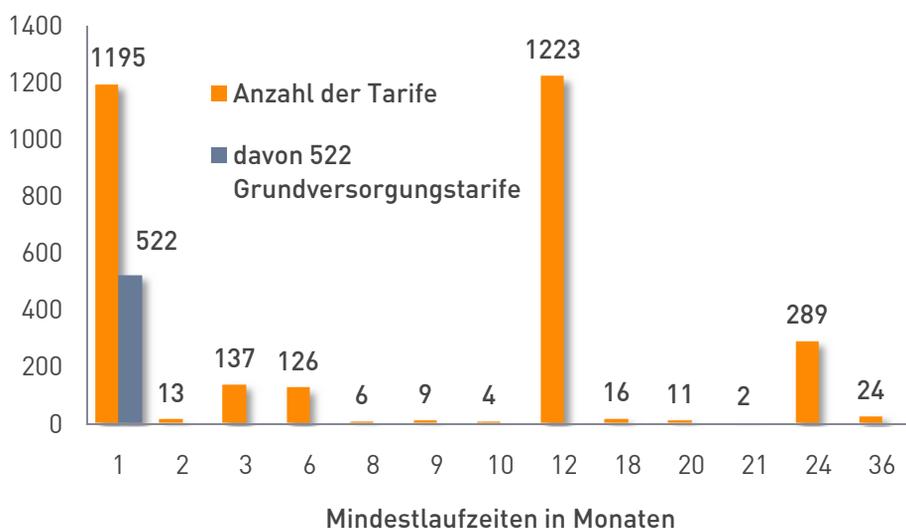


Abbildung 11: Verteilung der Ergebnisse in der Erstlaufzeit

- Nach wie vor gibt es einen nennenswerten Anteil von Verträgen mit Laufzeiten von mehr als 12 Monaten (11 Prozent, 342 Verträge). Darunter befinden sich auch 24 Verträge, welche über die Normierung des Gesetzgebers hinausgehen und Laufzeiten von mehr als 24 Monaten aufweisen.

4.1.2 Vertragsverlängerung

- 93 Prozent der Stromlieferverträge (2829) sehen eine automatische Vertragsverlängerung vor, sofern das Vertragsverhältnis nicht gekündigt wird.
- Bei 71 Prozent der untersuchten Verträge (2159) sind die Fristen der Vertragsverlängerung mit der Erstlaufzeit identisch. Dabei handelt es sich in der Regel um Jahresverträge (822) oder Monatsverträge (1195).
- Die Verteilung der Vertragsverlängerungsfristen unterstreicht die Tendenz zu Monats- oder Jahresverträgen, die sich automatisch um die Erstvertragslaufzeit verlängern.

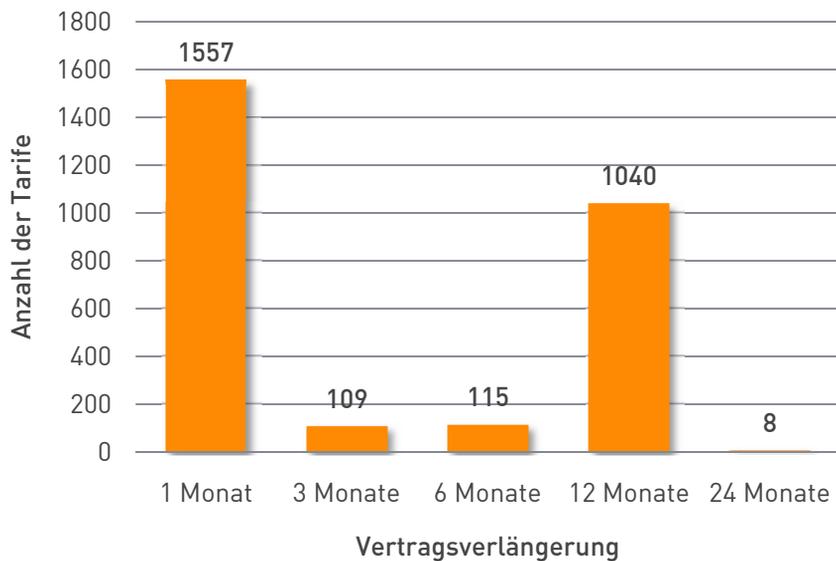


Abbildung 12: Verlängerungsfristen der untersuchten Tarife

4.1.3 Vertragsmodus

- Insgesamt 226 der untersuchten Tarife (7 Prozent) verlängern sich nach Ablauf der Erstlaufzeit nicht, sondern sehen besondere Regelungen vor.
- Die Mehrheit der Verträge ohne automatische Verlängerung (68 Prozent) legt fest, dem Kunden vor Vertragsende ein neues Vertragsangebot zu offerieren. Weitere Regelungen sind die Weiterversorgung zu den Bedingungen eines anderen Sondervertrages (19 Prozent) oder zu den Bedingungen der Grundversorgung (6 Prozent).
- Waren keine Angaben zum weiteren Vorgehen nach Ablauf der Erstlaufzeit vorhanden, wurde der Vertragsmodus mit „nicht geregelt“ bewertet (7 Prozent). Dies galt auch für Verträge, in denen die Klauseln nicht plausibel erschienen.

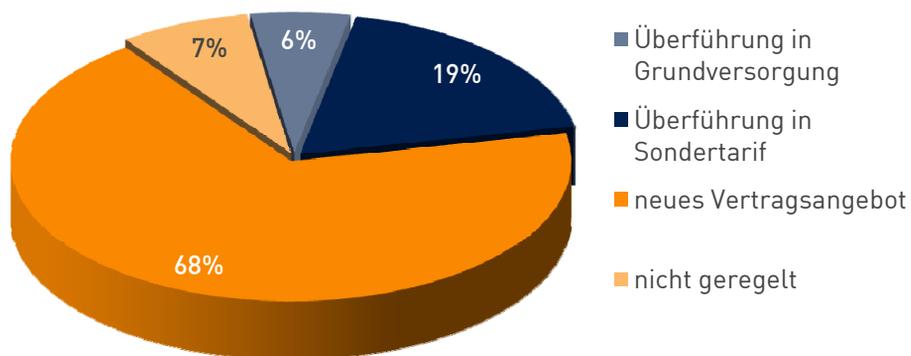


Abbildung 13: Regelungen für Verträge ohne automatische Verlängerung

4.1.4 Kündigungsfrist

- Knapp 74 Prozent (2249) 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 etwa 19 Prozent der Verträge (578) werden Kündigungsfristen von zwei bzw. drei Monaten festgelegt. Diese Fristen finden sich vor allem bei länger laufenden Verträgen.
- Die übrigen 7 Prozent (226) entfallen auf Verträge, die andere Regelungen als eine automatische Vertragsverlängerung, verbunden mit einer Frist zur ordentlichen Kündigung, vorsehen.
- Bei den Angeboten des Unternehmens EnerGen Süd eG (2 Tarife) ist die Versorgung mit Strom an eine Mitgliedschaft in der Genossenschaft gebunden. Das Statut dieser Genossenschaft weist eine Kündigungsfrist von 6 Monaten aus.

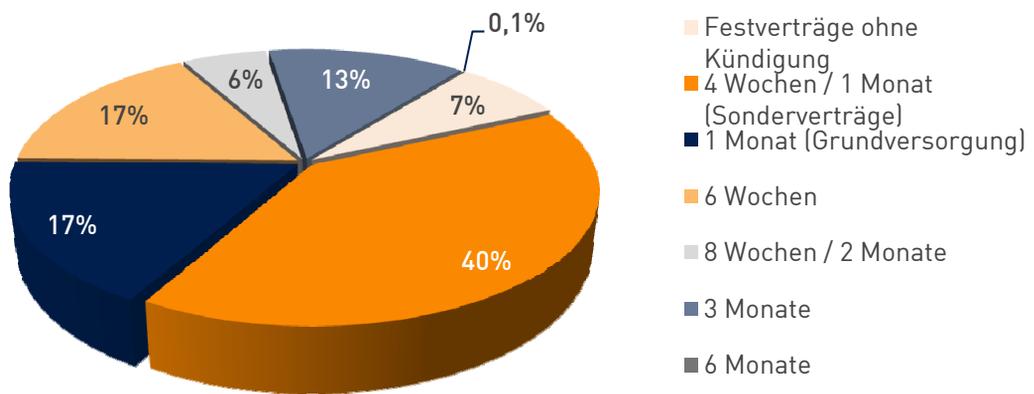


Abbildung 14: Verteilung der Ergebnisse bei Kündigungsfristen

4.2 Preisanpassung

4.2.1 Preisgarantien

Preisgarantien schließen Preiserhöhungen für einen bestimmten Zeitraum aus und bieten Stabilität. Es empfiehlt sich, bei Preisgarantien darauf zu achten, dass sie mit kurzen Kündigungsfristen gekoppelt sind. So kann im Falle veränderter Marktbedingungen flexibel reagiert werden. Allerdings gehören Preisgarantien nicht zum Standardrepertoire von Stromtarifen.

- Etwa 60 Prozent aller untersuchten Verträge (1848) enthalten keine Preisgarantie.
- Rund 30 Prozent der Tarife (901) gewähren eine Preisgarantie von bis zu 12 Monaten.
- 10 Prozent (306) enthalten eine Preisgarantie von mehr als 12 Monaten.

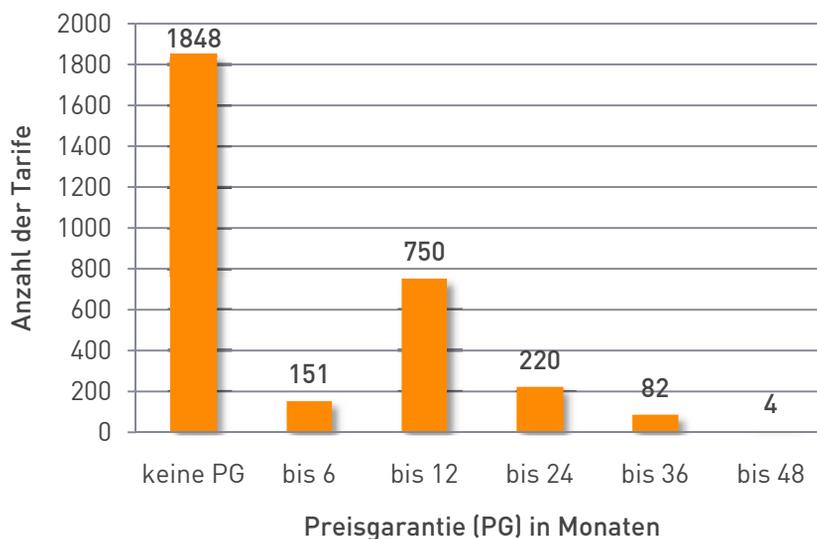


Abbildung 15: Dauer von Preisgarantien

Bei bestehenden Preisgarantien dominiert mit 73 Prozent (885) nach wie vor die Variante, dass die Anbieter die Garantie nur auf den Energieanteil und die Netznutzungsentgelte (NNE) des Preises geben. Das bedeutet, dass Steuer- und Abgabenerhöhungen trotz Preisgarantie an den Verbraucher weitergegeben werden können.

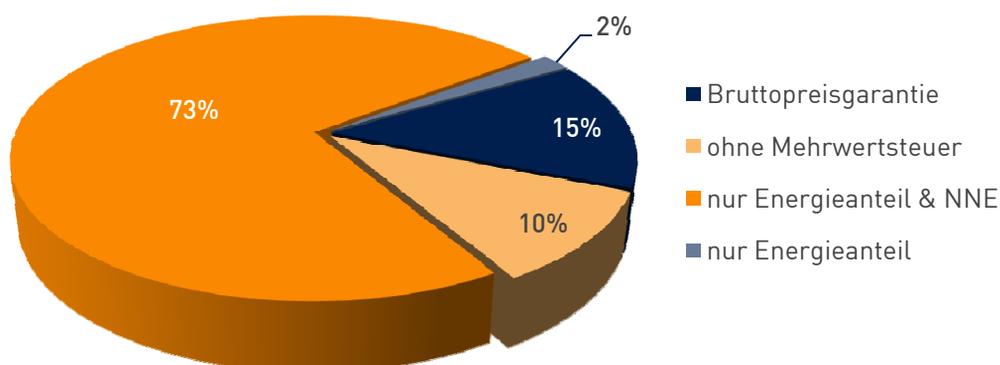


Abbildung 16: Garantierte Preiskomponenten

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 39 Prozent der untersuchten Verträge (1195) ist ein Sonderkündigungsrecht bei Preisanpassungen nicht relevant, da diese ohnehin jederzeit zum Monatsende kündbar sind.
- Bei etwa der Hälfte der Verträge (48 Prozent, 1481 Verträge), die ein Sonderkündigungsrecht festlegen, gilt dieses allein bei marktbedingten Preisanpassungen, welche in vielen Verträgen als Anpassungen nach billigem Ermessen deklariert werden.
- 226 Verträge (7 Prozent) enthalten kein Sonderkündigungsrecht, da für die gesamte Laufzeit ein fester Preis vereinbart ist.
- Die Unternehmen envacom und TelDaFax bieten Verträge, welche dem Kunden im Falle von Preisanpassungen primär ein Widerspruchsrecht einräumen. Widerspricht der Kunde, folgen weitere Regelungen, über welche die Kunden von TelDaFax zusammen mit dem Preisanpassungsschreiben informiert werden. Beim Unternehmen envacom legen die AGB im Fall eines Widerspruchs ein beiderseitiges Recht zur fristlosen Kündigung fest.

4.2.3 Veröffentlichungsfrist

Für den Fall von Preisanpassungen ist es im Interesse der Kunden, frühzeitig darüber informiert zu werden. In den meisten Stromlieferverträgen hat sich dabei die sechswöchige Veröffentlichungsfrist der Stromgrundversorgungsverordnung (§5 Abs.2 StromGW) durchgesetzt.

- 81 Prozent aller untersuchten Verträge (2488) geben an, den Kunden spätestens 6 Wochen vor Inkrafttreten einer Preisanpassung zu informieren.
- 8 Prozent (244 Verträge) gehen darüber hinaus und legen eine Frist von 8 bis 12 Wochen fest.
- In 13 Verträgen (1 Prozent) ist festgelegt, dass der Kunde erst 4 Wochen vor einer beabsichtigten Preisänderung informiert wird.
- In 52 Verträgen (2 Prozent) findet der Kunde allein den Hinweis, dass er informiert wird, ohne dass eine Frist genannt ist.
- Die übrigen 258 Verträge (8 Prozent) enthalten keine Preisanpassungsklauseln. Darunter fallen Festpreisverträge oder Verträge ohne Sonderkündigungsrecht.

4.2.4 Kündigungsfrist bei Preisanpassungen

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

- 81 Prozent aller Tarife (2478) gewähren eine Sonderkündigungsfrist von einem Monat oder vier Wochen.
- Bei 5 Prozent der Tarife (156) 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 1 Woche (4 Verträge), 3 Wochen (12 Verträge), 5 Wochen (18 Verträge), 6 Wochen (53 Verträge) oder Verträge, die entweder keine Preisanpassungen oder Benachrichtigungen vorsehen (230 Verträge), kein Sonderkündigungsrecht besitzen (61 Verträge) oder keine Angaben dazu machen (43 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 346 (11 Prozent) Angeboten lässt sich hierzu keine Aussage machen, weil die Verträge entweder keine Preisanpassung vorsehen, kein Sonderkündigungsrecht gewähren oder die Fristen nicht eindeutig vertraglich regeln.
- 2301 Verträge (75 Prozent) räumen den Verbrauchern bei einer Veröffentlichungsfrist von 6 Wochen und einer Kündigungsfrist von 4 Wochen einen Handlungszeitraum von 2 Wochen ein. Darunter fallen alle Grundversorgungstarife und die Tarife, die sich an der StromGVV orientieren.
- 341 Angebote (11 Prozent) gehen über die Grundversorgungsverordnung hinaus und räumen dem Kunden einen Zeitraum von 3 bis 6 Wochen für seine Entscheidung ein.
- Bei 4 Angeboten ist die Veröffentlichungsfrist, mit der neue Preise mitgeteilt werden, gleich der Kündigungsfrist im Rahmen des Sonderkündigungsrechts. In den Sonderverträgen der Strommixer GmbH und Co. KG betragen beide Fristen 6 Wochen, im Stromliefervertrag der Rheinenergie Express GmbH betragen die Fristen jeweils 4 Wochen.

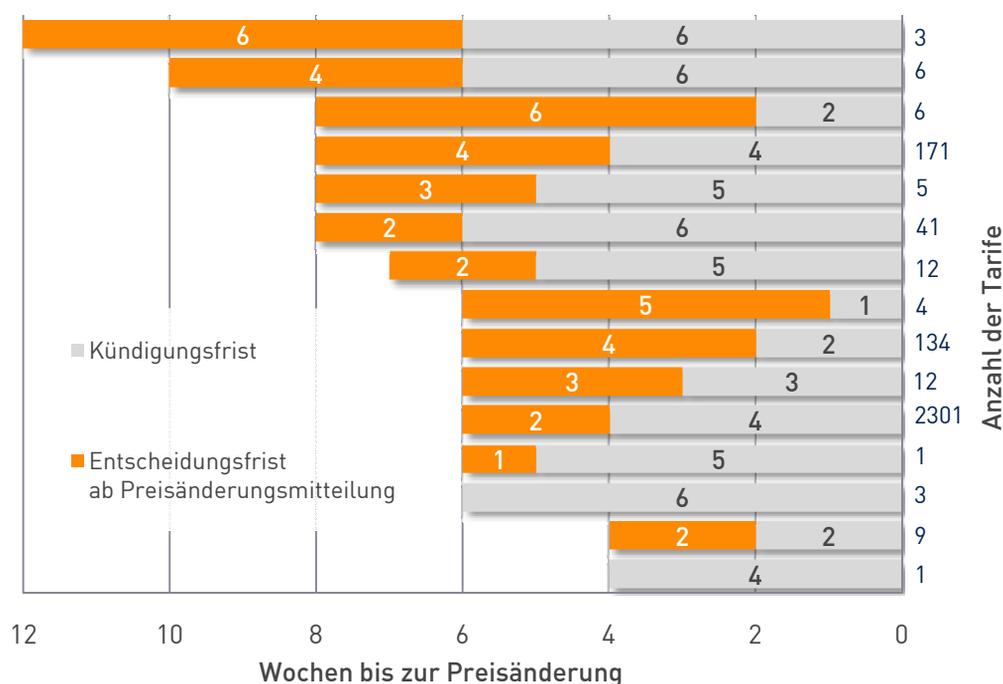


Abbildung 17: Fristen im Rahmen des Sonderkündigungsrechts

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 StromGVV wurden entsprechend §16 Abs. 3 StromGVV 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?

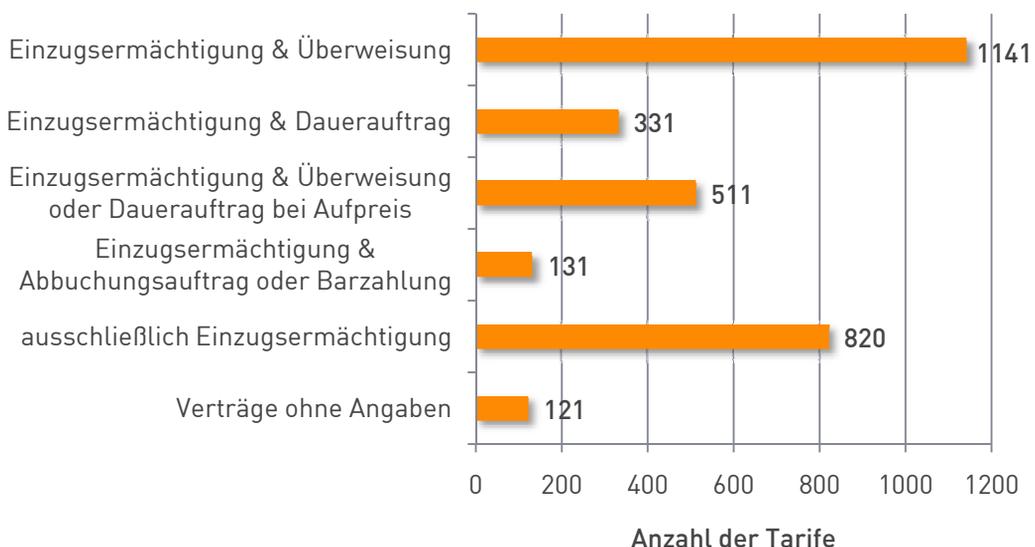


Abbildung 18: In den Verträgen angebotene Zahlungsweisen

- Unter den bewerteten Verträgen befanden sich 121 Angebote (2 Prozent), bei denen Angaben zu den Zahlungsweisen vollkommen fehlten.
- Insgesamt 820 (33 Prozent) Verträge legen ausschließlich die Einzugsermächtigung als Zahlungsweise fest.
- In 131 Verträgen (4 Prozent) werden neben der Einzugsermächtigung allein der Abbuchungsauftrag als weiteres Lastschriftverfahren oder die Barzahlung angeboten, welche für die meisten Kunden keine Alternative darstellen.
- 511 Verträge (11 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 jährlich zu entrichtenden Servicebeträge reichen dabei von 2,50 Euro bis 60 Euro. Das Unternehmen TelDaFax berechnet 8 Prozent auf den vereinbarten Preis für die Nutzung alternativer Zahlungsweisen, bei der Werraenergie GmbH werden 0,18 Cent für jede verbrauchte Kilowattstunde zusätzlich auf der Jahresrechnung ausgewiesen.
- Den Dauerauftrag als Alternative zur Einzugsermächtigung bieten 331 Verträge (7 Prozent). Die Überweisung wird in 1141 Verträgen (42 Prozent) als weitere Zahlungsmöglichkeit angeboten.
- Die Zahlung von monatlichen Abschlägen ist nach wie vor die übliche Zahlungsweise auf dem Strommarkt. Rund 89 Prozent (2706 Verträge) der Angebote sehen ein Abrechnungsverfahren mit monatlichen Abschlägen vor. 60 Verträge (2 Prozent) legen zweimonatliche Abschlagszahlungen fest.
- 289 der untersuchten Tarife (9 Prozent) sind Vorkasseangebote, bei denen die Abschlagszahlungen jährlich, halbjährlich oder vierteljährlich im Voraus zu entrichten sind.

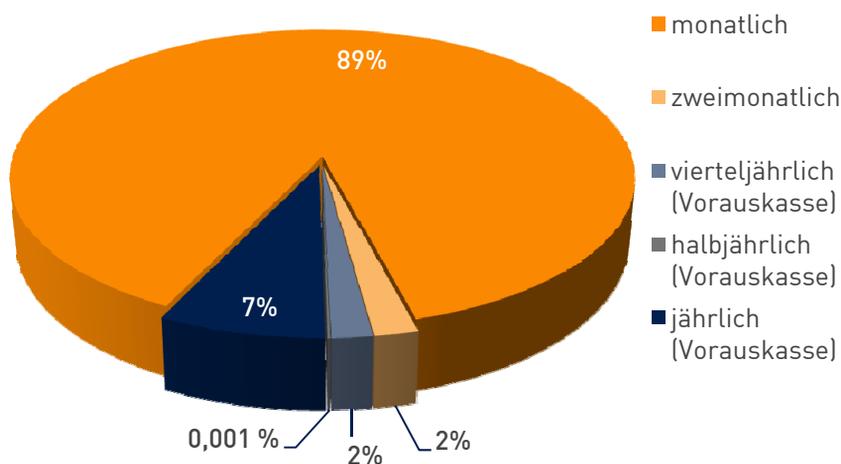


Abbildung 19: Verteilung der Abschläge

- Sonderabschläge werden allein von den Unternehmen TelDaFax und FlexStrom erhoben. Diese Sonderabschläge verstehen sich als Kautionen, die jeweils einmalig vor Lieferbeginn fällig werden. Die zu entrichtenden Beträge zwischen 50 Euro und 200 Euro werden nicht verzinst und zum Ende des Vertragsverhältnisses verrechnet bzw. zurückerstattet.
- Unter den bewerteten Angeboten befinden sich 130 sogenannte Pakettarife (4 Prozent). Diese Tarife sehen den Kauf eines festgelegten Stromkontingents für eine künftige Abrechnungsperiode vor. Kunden, die sich für diese Angebote entscheiden, sollten ihren Strombedarf genau kalkulieren, denn unverbrauchte Energiemengen werden nicht verrechnet und verfallen. Dagegen werden die über das vereinbarte Kontingent hinausgehenden Verbräuche zu Kilowattstundenpreisen abgerechnet, die in der Regel erheblich über den Kalkulationspreisen der Kontingente liegen.

5. Zusammenfassung

Die Strom-Service-Studie 2010 zeigt, dass der Wettbewerb auf dem Strommarkt sich nicht nur in Kilowattstundenpreisen ausdrückt, sondern auch die Bereiche Kundenservice und Vertragsgestaltung einschließt. Diese Produktmerkmale werden von den Verbrauchern ebenso wahrgenommen wie der Preis. Die Stromversorger müssen die Balance zwischen knapp kalkulierten Tarifen und kostenintensivem Kundenservice finden.

Im Bereich Service hat knapp die Hälfte der Anbieter (45 Prozent) die Note „sehr gut“ oder „gut“ erhalten. Dieses Ergebnis ist vor allem der guten telefonischen Kundenberatung geschuldet. Die meisten Stromversorger bieten telefonischen Kontakt zum Null- oder Ortstarif. Bei der telefonischen Beratung erhielt der Großteil der Unternehmen (78 Prozent) gute oder sehr gute Bewertungen. Bei der schriftlichen Kommunikation besteht hingegen noch deutliches Verbesserungspotenzial. Nur ein Viertel der Anbieter (23 Prozent) konnte hier die Note „gut“ erreichen. Die Bearbeitungszeit schriftlicher Anfragen ist bei den meisten Anbietern deutlich zu lang. Die Antworten bestehen häufig aus allgemeinen Standardtexten, die den Verbrauchern nicht immer weiterhelfen. Hier ist mehr geschultes Servicepersonal vonnöten.

Ein Kundenportal im Internet, in dem Informationen wie Zählerstände und Rechnungsdaten übermittelt werden können, gehört innerhalb der Strombranche mittlerweile zum „guten Ton“. Aufwändigere Funktionalitäten wie eine Verbrauchshistorie oder eine Online-Rechnung sind jedoch noch weniger weit verbreitet. Im Bereich Energieeffizienz haben die Grundversorger aufgrund ihrer lokalen Ausrichtung die Nase vorn. Neben den reinen Informationen rund um das Thema Energiesparen bieten die Grundversorger häufiger zusätzliche Services wie Energieberatung im Kundencenter oder direkt beim Verbraucher an. Im Vergleich zum Gasmarkt ist auffällig, dass das Angebot von Förderprogrammen bei den Stromanbietern recht mager ausfällt. Nur 13 Prozent der untersuchten Stromversorger bieten derartige Programme an.

Der Bereich Vertragsgestaltung zeigt ein positives Gesamtbild. Mehr als die Hälfte aller untersuchten Tarife (62 Prozent) erhielt die Note „sehr gut“ oder „gut“. Die schlechter bewerteten Tarife unterscheiden sich insbesondere 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. Stromverträge mit einer Erstvertragslaufzeit von einem Jahr sollten sich von Tarifen mit kürzeren Laufzeiten durch einen günstigeren Preis und/oder eine Preisgarantie unterscheiden.

Bei der Zahlungsweise ist die monatliche Abschlagszahlung nach wie vor der Marktstandard (89 Prozent). Verträge mit jährlicher oder vierteljährlicher Vorauszahlung scheinen auf dem Strommarkt eine Nischenstellung für besonders preisbewusste Verbraucher mit den entsprechenden finanziellen Mitteln zu haben.

Der ideale Stromtarif hat eine kurze Laufzeit, ist jederzeit kündbar und bietet dennoch 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 Stromversorger 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 persönlichen Präferenzen ab. Die Strom-Service-Studie 2010 ermöglicht, das Verhältnis von Preisniveau, Vertragsgestaltung und Service schneller einzuschätzen und die jeweils beste Entscheidung zu treffen.