



# EnergieMarkt Report

2020

*Kostenlose Leseprobe*

# Energiemarktreport 2020 - Editorial

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

wenn der neue Energiemarktreport erscheint, reden wir normalerweise immer von einer dynamischen Marktentwicklung. Angesichts der aktuellen Ereignisse im Rahmen der Corona-Krise scheint das heute nicht wirklich angebracht zu sein. Im Moment passiert sehr viel in sehr kurzer Zeit und viele Entscheidungen, die heute getroffen werden, sei es aufgrund gesetzlicher Vorgaben oder der eigenen Problemlösefähigkeit, werden noch lange nachwirken. Insofern darf ich Ihnen schon heute den Energiemarktreport 2021 ans Herz legen, der in einem Jahr die Corona-Zeit und vor allem die Frage, wie es danach weitergegangen ist, behandeln wird.

Da wir aber keine Horx'sche Re-Gnose anbieten wollen, beschäftigen wir uns erst einmal mit der näheren Vergangenheit und deren Auswirkungen auf die Zukunft, denn darum geht es im Energiemarktreport 2020.

Das Schwerpunktthema setzt sich mit dem Smart Meter Rollout und der zentralen Frage nach daraus abzuleitenden Mehrwertleistungen auseinander. Die Analyse zeigt, welche Leistungen es gibt, welche theoretisch vorstellbar wären, wo die Hürden liegen und in welcher Wettbewerbssituation sich die Messstellenbetreiber befinden. Darüber hinaus werden die Rahmenbedingungen und die Umsetzung bei einigen Versorgern untersucht.

Dazu betrachten wir alle relevanten Entwicklungen des letzten Jahres in den Bereichen Marketing, Vertrieb, Produkte, in den neuen Geschäftsfeldern und beim Wechselverhalten. Welche Trends haben sich gezeigt? Was wird auch in Zukunft relevant sein, was vielleicht eher nicht? Dazu erhalten Sie viele Best Practice-Beispiele, die auch als Inspiration zur Entwicklung eigener Angebote dienen können. Zu guter Letzt analysieren wir ausführlich die Entwicklung der Preise, Margen und der Produktstrukturen bei Privat- und Gewerbekunden im letzten Jahr.

Nun wünschen wir Ihnen eine spannende Lektüre mit Daten und Fakten sowie unseren Einschätzungen zur Marktentwicklung. Gerne führen wir die Diskussion mit Ihnen auch auf individueller Basis fort!

Ihre



Klaus Kreutzer  
Geschäftsführer  
KREUTZER Consulting GmbH



Julian Ludwig  
Vice President Energy  
Verivox GmbH



	Seite		Seite
<b>1. Schwerpunktthema: Vertrieb in der Umgebung des Smart Meter-Rollouts</b>	<b>4</b>	<b>7. Marktentwicklung neue Geschäftsfelder</b>	<b>159</b>
<b>2. Wettbewerbsentwicklung</b>	<b>43</b>	1. Energiedienstleistungen	
<b>3. Preisentwicklung</b>	<b>64</b>	2. Smart & Digital	
1. Strompreise Privat		3. Elektromobilität	
2. Strompreise Gewerbe		<b>8. Kundenverhalten</b>	<b>172</b>
3. Gaspreise Privat		<b>9. Ausblick, Disclaimer &amp; Datengrundlage</b>	<b>185</b>
4. Gaspreise Gewerbe			
<b>4. Produkte &amp; Services</b>	<b>102</b>		
1. Stromtarife Privat			
2. Stromtarife Gewerbe			
3. Gastarife Privat			
4. Gastarife Gewerbe			
<b>5. Marketing &amp; Kundenkommunikation</b>	<b>123</b>		
<b>6. Vertrieb</b>	<b>141</b>		

# ! 1. Schwerpunktthema



Vertrieb in der Umgebung  
des Smart Meter-Rollouts

## Inhalt des Schwerpunktthemas des EnergieMarkt Reports 2020

1. Hintergrund
  1. Aktuelle Entwicklungen
  2. Die Tarifierungsfälle
2. Rollout in der Umsetzung
  1. Betroffene Abnahmestellen
  2. Benefits für die Energiewirtschaft
3. Haushaltskunden
  1. Die Kundengruppe
  2. Mehrwerte
  3. Konzepte & Umsetzungen
4. Flexuser
  1. Die Kundengruppe
  2. Mehrwerte
  3. Konzepte & Umsetzungen
5. SLP-Gewerbekunden
  1. Die Kundengruppe
  2. Mehrwerte
  3. Konzepte & Umsetzungen
6. Finanzielle Aspekte im Messstellenbetrieb
  1. Preisobergrenzen
  2. Abrechnung
7. Fazit
  1. Akzeptanz
  2. Unsere Einschätzung



## 1.2 Rollout in der Umsetzung

### Weiterer Kundenkontaktpunkt

- Durch Angebote zur Verbrauchsvisualisierung, regelmäßige Abrechnungen oder Energieberichte, aus denen bspw. Energiesparmöglichkeiten hervorgehen, erhalten Versorger die Möglichkeit den **Kontakt zu ihren Kunden zu intensivieren**.
- Die regelmäßige Präsenz beim Kunden, die Schaffung von Mehrwerten und Nutzen, werden in Zukunft für die Kundenbindung wichtiger, vor allem wenn man sich neu als Rundum-Universal-Dienstleister positionieren möchte. Am interessantesten wäre sicherlich, z.B. mithilfe einer **App, auf das Smartphone des Kunden zu gelangen**, um im Idealfall mit Push-Benachrichtigungen Kontakt halten zu können. Die Services müssen natürlich die Installation einer App rechtfertigen. Ansonsten kann man aber sicherlich auch mit mobilen Webseiten und über andere digitale Kommunikationskanäle einen regelmäßigen Kontakt zum Kunden aufbauen.

### Die finanziellen Aspekte der monatlichen Ablesung

- Die monatliche Verbrauchsabrechnung mindert die **Risiken von Fehlkalkulationen aufgrund von Verhaltensänderung** der Kunden. Die Varianz bei der Abweichung der unterjährigen Abschlagszahlungen zum tatsächlichen Verbrauch liegt bei den meisten Versorgern aufgrund langjähriger Erfahrungswerte nicht unbedingt im kritischen Bereich, aber dennoch kann dieser Aspekt den finanziellen Rahmen verbessern.
- Im Wärmemarkt sind die unterjährigen Verbrauchsschwankungen immens. Gerade Unternehmen, die neu in den Markt eintreten haben das Problem, dass sie im Winter **in Vorleistung** gehen müssen. Durch die exakte Abrechnung des monatlichen Verbrauchs ließen sich diese Einflüsse auf die Liquidität eliminieren. Allerdings wird dies von den Kunden wahrscheinlich eher weniger gut angenommen werden.

- Die bisher üblichen monatlichen Abschlagszahlungen führen bei den Kunden zu einer **gleichmäßigen finanziellen Belastung**. Gerade für Haushalte mit geringerem Einkommen könnte eine exakte Abrechnung schwierig umsetzbar sein, da die notwendigen Rücklagen für die Wintermonate unter Umständen im Sommer nicht gebildet werden können. Im Sinne möglichst geringer Zahlungsausfälle bietet sich im Wärmemarkt also die Beibehaltung der bisherigen pauschalen Abschläge an. Allerdings könnten neue Anbieter für eine exakte Abrechnung **ggf. Rabatte** bieten, da die Finanzierungskosten wegfallen.
- Es sind natürlich auch viele andere Modelle denkbar, bei denen der Versorger dem Kunden die Möglichkeit bietet, entsprechend seiner aktuellen finanziellen Lage Zahlungen vorzunehmen eine gewisse Flexibilität aufzubauen.

### Die Flatrate als Alternative

- Letztlich muss man aber überlegen, wohin sich der Markt bewegt. Geht es eher um die möglichst **exakte Abrechnung** oder bewegen wir uns auf **Flatrates** zu? Dies hängt natürlich von der Kundengruppe (Privat/Gewerbe) und dem Komfortbedürfnis ab. Darüber hinaus wäre die Abkehr von rein verbrauchsorientierter Abrechnung bei den Abgaben und Umlagen sowie auch beim Netz mit Sicherheit hilfreich.

### Minimierung von Zahlungsausfällen mittels Prepaid-Tarifen

- Für Kunden mit einer höheren Risikolage, die von Strom- und Gassperren akut gefährdet sind, können **Prepaid-Tarife** eine Option sein, bei denen zu einem achtsamen und sparsamen Verbrauch angeregt wird. Gedeckt werden diese Tarife durch den TAF 12.
- Prepaid-Zähler gibt es natürlich schon länger. Diese waren bislang aber relativ teuer und mussten bei den betroffenen Kunden extra eingebaut werden. Mit einem intelligenten Messsystem sind die relevanten Prozesse **durch Software abbildbar** und damit deutlich leichter umzusetzen.

## ! 1.3 Haushaltskunden



### 1.3.1 Kundengruppe: Haushaltskunden

#### Haushaltskunden haben andere Prioritäten

- Haushaltskunden werden zu Beginn des Rollouts nicht die allererste Zielgruppe für iMSys darstellen, da sie zum größten Teil nicht dem Pflichteinbau unterliegen. Private Verbraucher als Zielgruppe außer Acht zu lassen, sei es, weil die Nachfrage bisher verhalten war oder die Kosten-Nutzen-Analyse von EY aus dem Jahr 2013 hier keine wirtschaftlichen Vorteile erkennt, ist angesichts der sich immer weiter **beschleunigenden Digitalisierung** zumindest als fahrlässig zu betrachten.
- Viele Haushalte in Mehrfamilienhäusern werden ohnehin durch die vorzeitige Kündigungsmöglichkeit nach § 6 Messstellenbetriebsgesetz recht schnell einen Smart Meter erhalten und darüber in den Genuss einer höheren Transparenz des Energieverbrauchs kommen.

- Neben der Stromabrechnung werden dann auch der Wärme- und Wasserverbrauch ohne den obligatorischen Besuch des Ablesers ermittelt werden können. Dieser **Komfortgewinn** dürfte den ein oder anderen beim nächsten Umzug auch zur Frage bewegen, ob denn die Ablesung auch digital erfolgt.
- Inwieweit Haushaltskunden aber an einem freiwilligen Einbau interessiert sind, hängt mit vielen persönlichen Faktoren, wie Technikaffinität, den Mehrwerten und ganz wesentlich der Kommunikation durch den MSB zusammen. Insgesamt ist aber davon auszugehen, dass das **Interesse zunimmt**, wodurch Rollout-Strategien von gMSB, die Haushaltskunden <6.000 kWh hinten anstellen, Gefahr laufen, dass diese Kunden dann freiwillige Einbauten bei wMSB in Auftrag geben.

#### Mehrwerte für Haushaltskunden

- Anders als bei Kunden aus den Segmenten Gewerbe und Wohnungswirtschaft spielen **finanzielle Aspekte** bei den Haushaltskunden eine **geringere Rolle**. Zwar lassen sich auch im Haushaltsbereich Einsparungen erzielen, dies ergibt sich aber meist durch die ersten Erkenntnisse, die dann zum berühmten Austausch des alten Kühlschranks führen. Wenn diese Effekte einmal erreicht wurden, bleiben noch Vorteile durch Lastverschiebung, die mangels finanzieller Attraktivität erst einmal nicht zum Tragen kommen dürften.
- Die Vorteile für Haushaltskunden ergeben sich also im Wesentlichen aus einer Komfortsteigerung. Je nach Konfiguration des Angebots lässt sich dies auch zu einer **Erhöhung der Kundenbindung** nutzen, zumindest solange es Anbieter gibt, die Smart Meter-basierte Tarife mit den entsprechenden Vorteilen bieten, während andere darauf verzichten. Vielleicht führt dies mittelfristig sogar zu einer **Neubewertung der Relevanz des Preises als Entscheidungskriterium**.

#### Anmerkung zu den Smart Meter-Tarifen

- Auf den folgenden Seiten werden teilweise Smart Meter-basierte Tarife beschrieben, die meist ohne zertifiziertes Gateway auskommen. Auf Basis zertifizierter TAF darstellbar sind derzeit nur wenige Tarife. Die Vorstellung der Tarife dienen hauptsächlich der Inspiration für eine mögliche künftige Ausgestaltung.



## 2. Wettbewerbsintensität



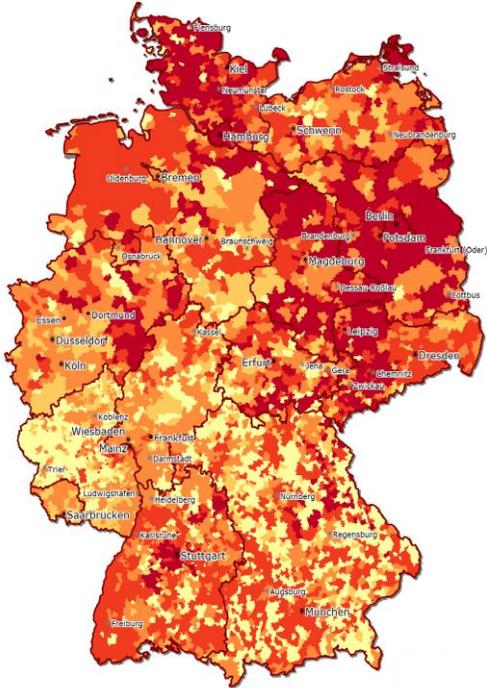
### Wesentliche Entwicklungen im Jahr 2019 / Anfang 2020

- 01.01.2019
  - Shell übernimmt sonnen und bietet für Eneco/LichtBlick
  - Neuer "Regionalstrom"-Anbieter DEVG nimmt Strom- und Gasvertrieb auf
  - EWR und Partner gründen Gesellschaft für neue Geschäftsfelder
  - Die Stadtwerke Rastatt und Karlsruhe kooperieren beim EDL-Angebot
  - BMW und Daimler vertiefen Kooperation bei Mobilitätsdiensten
  - Lekker Energie kauft Kunden von Kleiner Racker
  - Change! Energy übernimmt sämtliche Kunden von Sicher Energie
  
- 01.04.2019
  - Energycoop eG insolvent
  - Innogy übernimmt alle Anteile an Greenergetic
  - EnBW übernimmt den ITK-Dienstleister Plusnet
  - Fresh Energy gibt Energievertrieb an Mark-E ab
  - Greenpeace Energy und FlixMobility vertiefen Kooperation
  
- 01.07.2019
  - EnBW und Stromnetz Hamburg erweitern Kooperation für digitale Energiezukunft
  - Elektrizitätswerk Mittelbaden geht Kooperation mit Süwag ein
  - Wingas verkauft Biogas-Sparte an E.ON
  - Octopus Energy übernimmt Startup 4hundred
  - natGAS stellt Insolvenzantrag
  
- 01.09.2019
  - Bonus Strom geht an die SW Krefeld
  - ENE und e-regio schließen Fusion ab
  - Fresh Energy gewinnt Powercloud als Kooperationspartner
  - DEW21 gründet Smart City-Tochter
  - Vattenfall und Microsoft kooperieren bei neuartiger Visualisierungslösung
  - Energiegenossenschaft Rhein-Ruhr ist insolvent
  - Mitsubishi sticht Shell im Rennen um Eneco aus
  - Lekker Energy übernimmt Strom- und Erdgaskunden der Westfalen AG
  - JES AG und SIV Utility Services vereinbaren Kooperation für bundesweites Stromangebot
  - PGNiG stellt PST Europe Sales zum Verkauf
  
- 01.12.2019
  - Viessmann übernimmt Digital Energy Solutions komplett
  - Fresh Energy und E-Pilot schließen Kooperation
  - SW Krefeld übernehmen Energiebroker Ampere
  - Bundeskartellamt bewilligt Joint Venture von Telekom und EWE



## 2. Wettbewerbsintensität

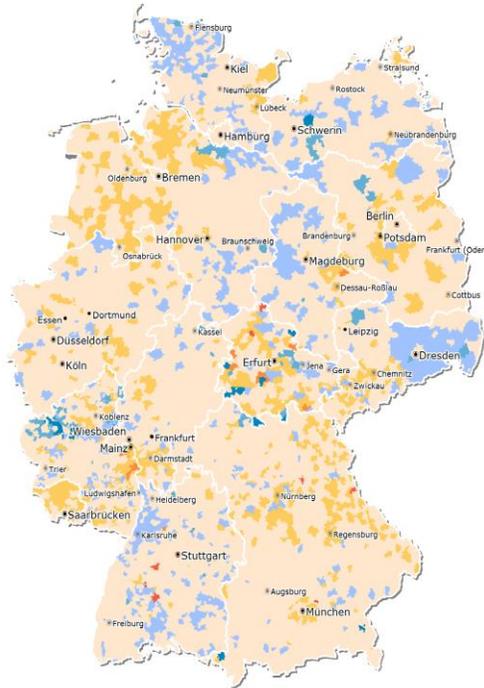
Anzahl Gasanbieter pro PLZ – Privatkunden [Januar 2020]



Anzahl Anbieter

- 130 und mehr
- 120 – 129
- 110 – 119
- 100 – 109
- unter 100

Diff. Anzahl Gasanbieter pro PLZ – Privatkunden [Jan. 19 und Jan. 20]

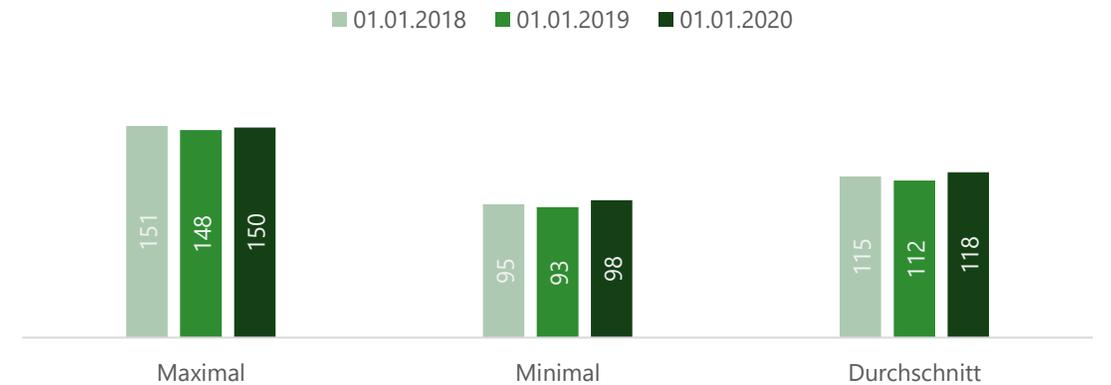


Anzahl Anbieter

- 15 und mehr
- 10 – 14
- 5 – 9
- 0 – 4
- -4 – 0
- -9 – -5
- unter -10



Anzahl Gasanbieter pro PLZ – Privatkunden



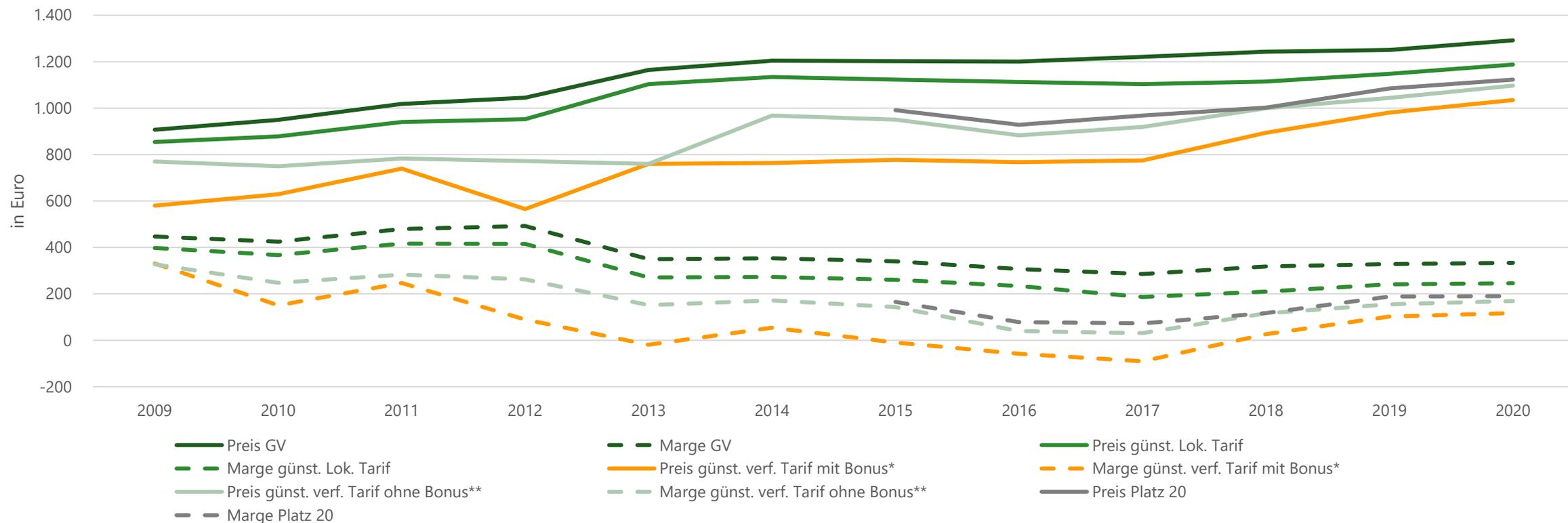
- Entgegen dem Strommarkt hat sich die Wettbewerbsintensität im Durchschnitt pro PLZ zum Jahresanfang 2020 leicht erhöht im Vergleich zum Vorjahr. Es waren durchschnittlich sechs Anbieter mehr pro PLZ vertrieblich aktiv.
- Ein Anstieg der Anzahl der Anbieter pro PLZ hat sich auch im Minimum und Maximum gezeigt. So ist der maximale Wert um zwei Anbieter auf 150 und der minimal Wert um fünf Anbieter auf 98 gestiegen.
- In vielen Gebieten war jedoch eine konstante Anzahl an Anbieter pro PLZ zu verzeichnen.



## 3.1 Strompreise Privat

### Strom Privattarife: Entwicklung der Gesamtkosten und Margen (brutto)

[zwischen 2009 und 2020 für 4.000 kWh/a]



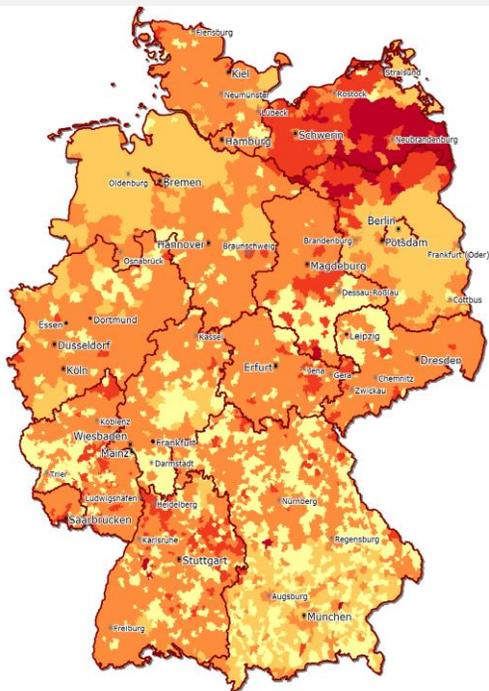
\* Vor dem Jahr 2014 hat es sich um den Tarif „Günstigster Tarif mit Vorkasse“ gehandelt.

\*\* Vor dem Jahr 2014 hat es sich um den Tarif „Günstigster Tarif ohne Vorkasse“ gehandelt.



## 3.4 Gaspreise Gewerbe

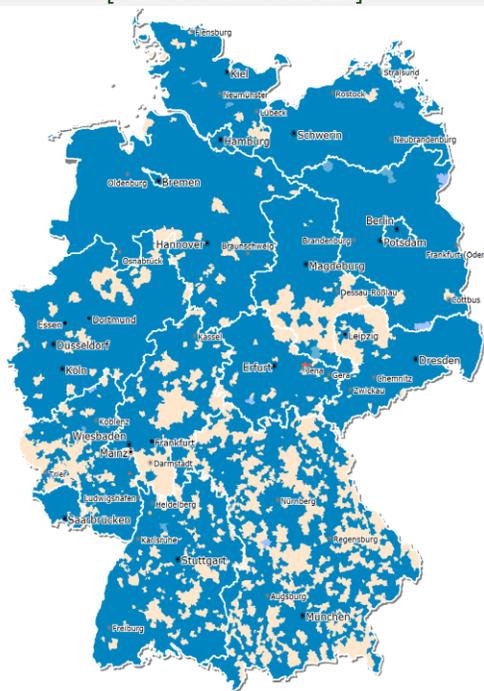
Platz 20 Tarifrechner  
[Januar 2020]



Preis - netto in Euro

4.500 und mehr
4.000 - 4.499
3.500 - 3.999
3.000 - 3.499
unter 3.000

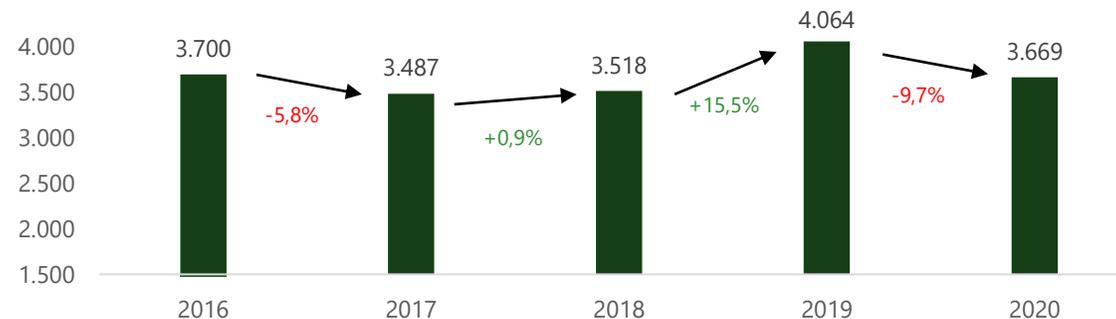
Veränderungen beim Platz 20  
Tarifrechner  
[Jan. 19 und Jan. 20]



Änderung - netto in Euro

100 und mehr
50 - 99
1 - 49
0
-99 - -1
-199 - -100
unter -200

Durchschnittliches Preisniveau  
Tarifrechner Platz 20



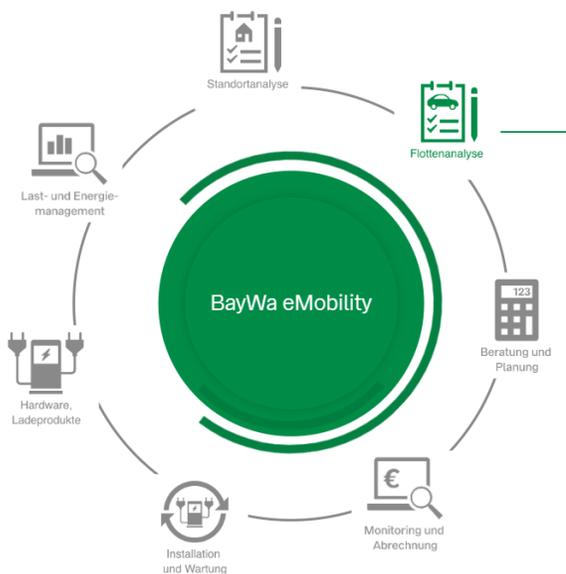
- Die Preise der Tarife auf Platz 20 im Tarifrechner zeigen fast bundesweit einen deutlichen Preisrückgang. Im Durchschnitt hat sich das Preisniveau um 9,7 Prozent verringert, sodass dieses am 01.01.2020 bei 3.669 Euro/Jahr lag.
- Preisanstiege waren so gut wie keine zu verzeichnen.
- Ein Großteil der Preisrückgänge wurde durch **goldgas**, **ENTEGA**, die **TWL**, **LogoEnergie** und **Vattenfall** ausgelöst.
- goldgas war zudem der Anbieter, der am 01.01.2020 am häufigsten auf dem 20. Platz positioniert war (in rund 10 Prozent aller beliefbaren PLZ). Das Angebot setzt sich durchschnittlich aus einem Grundpreis von 143 Euro/Jahr, einem Verbrauchspreis von 4,07 Ct/kWh, einem Neukundenbonus von 71 Euro und einem Sofortbonus von 83 Euro zusammen.



# 4.1 Produkte & Services: E-Mobility

## Zukunftsmarkt E-Mobility

→ Spätestens seit VW seine E-Auto-Offensive angekündigt hat, darf der Markthochlauf der Elektromobilität als gesichert gelten. Energieversorger können und werden dabei eine wichtige Rolle spielen und tun gut daran, Erfahrung mit entsprechenden Produkten zu sammeln und in Infrastruktur zu investieren – auch wenn das Geschäft vorerst oft nicht profitabel ist. Das wird sich mit steigenden Kundenzahlen ändern. Die wichtigsten Zielgruppen werden zunächst einmal private und öffentliche Fuhrparkbetreiber sein, allerdings werden viele Fahrer von Firmenwagen ihr E-Auto auch zuhause aufladen wollen.



→ Für die Zielgruppe der Flottenbetreiber entwickeln einige Versorger und Dienstleister bspw. Energiemanagementsysteme, die Ladevorgänge durch zeitliche Verschiebung optimieren sollen. So hat die **EnBW** im März letzten Jahres ihr „Smart Mobility Portal“ zum E-Flottenmanagement vorgestellt. BayWa r.e. bietet Flottenanalysen an, auf deren Basis Konzepte zur Umstellung des Fuhrparks auf Elektrofahrzeuge erstellt werden. Außerdem wurde kürzlich die **BayWa Mobility Solutions GmbH** gegründet, die E-Mobility-Produkte für Geschäftskunden umsetzen und

weiterentwickeln soll. Die N-ergie hat bereits 2018 zusammen mit ABL und mantro die emonvia GmbH gegründet, die sich auf Ladelösungen und -management für Flottenbetreiber spezialisiert.

→ Aufgrund der verhältnismäßig komplexen Umsetzung von E-Mobility-Produkten werden viele Energieversorger auf **Kooperationen mit etablierten Dienstleistern, spezialisierten Startups und Autokonzernen** angewiesen sein. Ein großer Teil der derzeit am Markt befindlichen Produkte beruht auf solchen Kooperationen, die teils auch in Beteiligungen oder Übernahmen münden.

## Mehr Autostrom-Angebote für Zuhause

→ In den letzten 1-2 Jahren hat ein Großteil der Infrastrukturbetreiber kostenpflichtige Tarife für das Stromtanken an öffentlichen Ladesäulen eingeführt. Aufgrund der nun möglichen eichrechtskonformen Ladevorgänge und der Abrechnung pro Kilowattstunde entsteht für die Kunden eine bessere Vergleichbarkeit und ein gesunder Wettbewerb unter den Anbietern. Für das Laden Zuhause wird bislang meist der normale Haushaltsstrom genutzt. Im vergangenen Jahr sind jedoch einige Autostromtarife für Zuhause aufgelegt worden.

→ **NATURSTROM** bietet bspw. mit „naturstrom emobil“ einen Tarif, bei dem kein separater Zähler nötig ist und der gegenüber den anderen Stromtarifen des Ökoanbieters einen reduzierten Arbeitspreis aufweist. Der Tarif kann für den gesamten Haushalt genutzt werden; Voraussetzung ist die Vorlage einer Zulassungsbescheinigung für ein E-Auto. Einen vergleichbaren Tarif gibt es seit letztem Jahr auch von **innogy** („Strom Natur eCar & home“).

→ **Lumenaza** hat den Tarif „T&T emobil“ gestartet, bei dem ein separater Zähler und die Bereitschaft, an diesem Zählpunkt bis zu zweimal täglich den Strom unterbrechen zu lassen, nötig ist. Dafür sollen Ersparnisse von 20 bis 25 Prozent gegenüber Haushaltsstrom realisiert werden.



E-Auto fahren ist der erste Schritt. Community-Grünstrom der nächste.



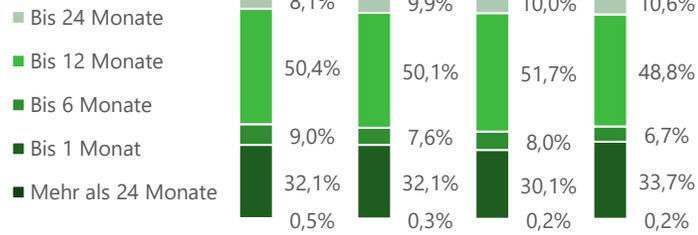
# 4.3 Stromtarife Gewerbe

## Sonderverträge der Grundversorger

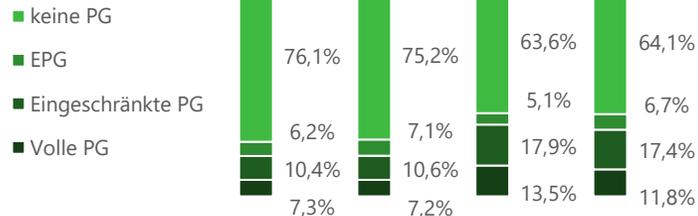
Im eigenen GV-Gebiet      Außerhalb eigenem GV-Gebiet

01.01.19    01.01.20    01.01.19    01.01.20

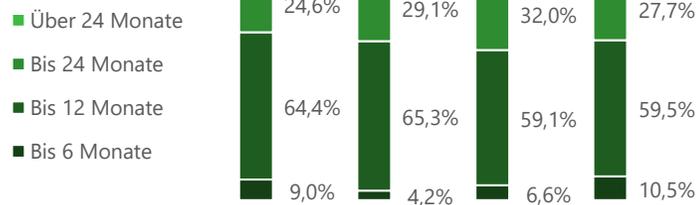
### Dauer der Erstvertragslaufzeit



### Art der Preisgarantie

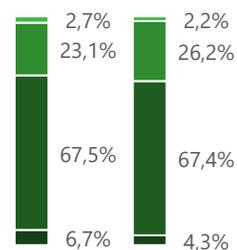
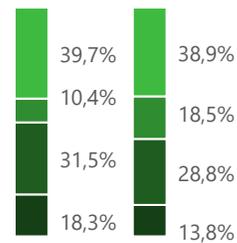
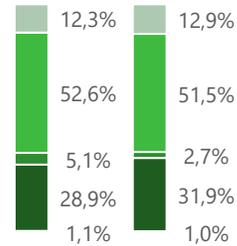


### Dauer der Preisgarantie



## Tarife der neuen Anbieter

01.01.19    01.01.20

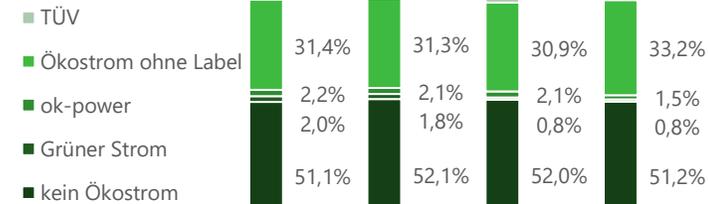


## Sonderverträge der Grundversorger

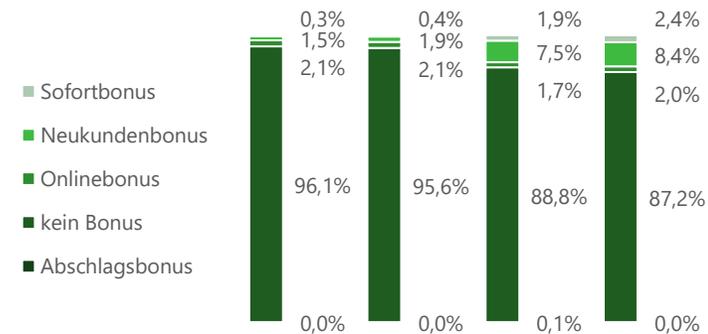
Im eigenen GV-Gebiet      Außerhalb eigenem GV-Gebiet

01.01.19    01.01.20    01.01.19    01.01.20

### Art des Ökostrom-Labels

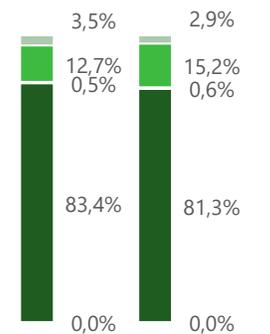
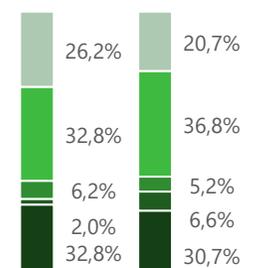


### Art der Boni



## Tarife der neuen Anbieter

01.01.19    01.01.20

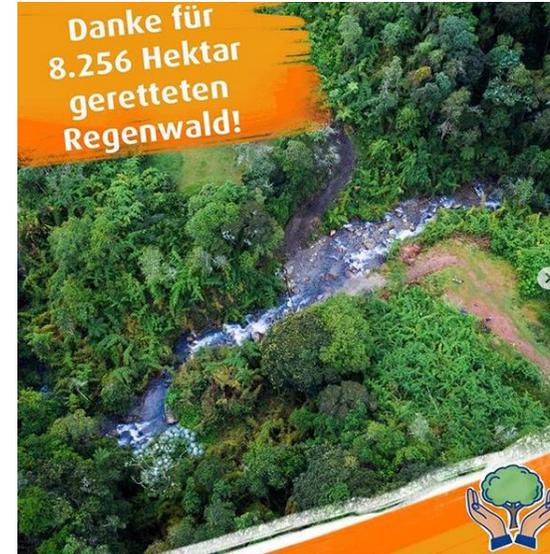




## 5. Marketing – Social Media

### Von Versorgern bisher wenig genutzt: Instagram Nutzerzahlen steigen stetig

- Der Werbeumsatz des sozialen Netzwerks Instagram, welches zum Teilen von Fotos und Videos genutzt wird, stieg laut [Bloomberg](#) im Jahr 2019 auf 20 Milliarden US-Dollar. Mit der kostenlosen App für Android, iOS und Windows Phones erstellen die Nutzer Fotos und Videos, bearbeiten diese mit bereitgestellten Filtern und stellen sie anschließend der breiten Öffentlichkeit oder den akzeptierten Abonnenten zur Verfügung.
- Im Januar 2019 belief sich die Zahl der [täglich aktiven Nutzer von Instagram Stories](#) laut Instagram auf 500 Millionen. Laut Statista ist die altersmäßig größte Gruppe die der 25- bis 34-Jährigen. Danach folgt die der 18- bis 24-Jährigen. Es handelt sich also durchaus um einen Kanal, der eine für Versorger altersmäßig relevante Zielgruppe anspricht.
- Rund 80 Prozent der Instagram Nutzer folgten laut Statista mindestens einem Unternehmen. 2 von 3 Besuchern eines Unternehmensprofils sind keine Follower des Unternehmens, sondern wurden **durch neue Inhalte auf das Unternehmen aufmerksam** gemacht. 50 Prozent aller Unternehmen veröffentlichen mindestens eine Instagram Story pro Monat. Laut Statista steht insbesondere das „Visual Storytelling“ bei der Nutzung von Instagram durch Unternehmen im Mittelpunkt. Via Instagram versuchen Unternehmen ihre Markenbekanntheit zu erhöhen oder Kampagnen zu verbreiten.
- Von den Versorgern wird dieser Kanal und das über diesen Kanal ausgeübte Influencer Marketing noch wenig genutzt. Begonnen haben im Jahr 2018 **E.ON** und die **Stadtwerke Düsseldorf**, Influencer hier für sich einzusetzen. E.ON bewarb damals seine Smart Home Produkte, die Stadtwerke Düsseldorf ihre E-Ladestationen.



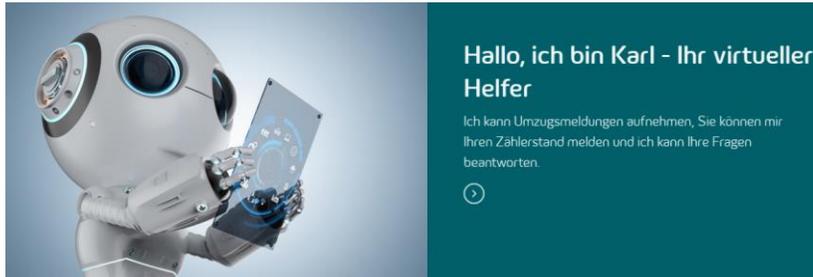
- In 2019 nahm auch **Lichtblick** ersten Kontakt zu diesem Marketingkanal auf und arbeitete mit der Nachhaltigkeits-Bloggerin Louisa Dellert zusammen. Die Influencerin hat rund 350.000 Follower. In 2019 führte sie auf ihrer Instagram Seite ein Q&A mit Lichtblick zum Thema „Ökostrom“ durch und verlinkte auch auf die Seite des Ökostromanbieters. Den Instagram-Kanal nutzte [Lichtblick](#) ebenfalls, um sich bei seinen Kunden für 8.256 Hektar geretteten Regenwald zu bedanken.
- Die **Stadtwerke Wolfsburg** nutzten vergangenes Jahr Instagram als interaktiven Kanal und organisierten anlässlich ihres 80. Geburtstags einen Fotowettbewerb, bei dem das Stadtwerke-Logo, das an vielen Orten in der Stadt auftaucht, abgelichtet werden sollte. Wer Fotos der Sterne auf Instagram postete, nahm an einem Gewinnspiel, unter anderem um ein iPhone X, teil. Mit der [Aktion](#) gewannen die Stadtwerke für ihre neue Instagram-Präsenz über 300 Follower.



## 6. Vertrieb – Digitalisierung im Vertrieb

### Wachsende Digitalisierung im Vertrieb von Chatbots bis Videoberatung

- Den Vorteil, jederzeit und in Echtzeit mit dem Kunden zu kommunizieren, auch außerhalb der Geschäftsöffnungszeiten, bieten **Chatbots**. Laut einer Chatbot-Studie der Firma Pidas heben 80 Prozent der 1.000 Befragten das sofortige Erhalten einer Antwort ganz ohne Wartezeit als positiv hervor. Als negativ wurde beurteilt, dass der Chatbot teils die Frage des Nutzers nicht verstand.
- Der Einsatz von Chatbots wird in Zukunft unumgänglich sein. Bei vielen Versorgern ist der Chatbot auch bereits erfolgreich im Einsatz. So berichtete [eprimo](#) 2019, dass der unternehmenseigene Chatbot Sophie monatlich zwischen 50.000-70.000 mal genutzt wurde und 90 Prozent aller gestellten Fragen der Kunden beantwortet werden konnten, so dass keine weitere Hilfe eines Mitarbeiters angefordert wurde. Die am häufigsten zu bearbeitenden Themen im Chat sind das Anpassen von Abschlägen, Tarifangebote, die Eingabe von Zählerständen, Änderungen der Stammdaten oder Umzüge.



- Andere Versorger rüsten derzeit den Chatbot nach: in 2019 platzierte die **Süwag** im Zuge des Relaunches ihrer Unternehmenswebseite den Chatbot Karl. Er kann unter anderem Umzugsmeldungen aufnehmen, Zählerstände erfassen oder Fragen zur Energieversorgung beantworten.

- Jüngst stocken ebenfalls die **Stadtwerke Ettlingen** (SWE) in Sachen Chatbot auf. Der virtuelle Assistent der SWE heißt „SWEn“ und ist auf der Stadtwerke Webseite integriert. Chatbot „SWEn“ beantwortet die Kundenanfragen entweder abschließend oder verweist auf eine Menüauswahl.
- Um den Service durch Chatbots zu erweitern hat [turnit](#) aktuell seine Chatbot-Technologie mit einer Schnittstelle zur ERP Softwarelösung der SIV.AG ergänzt. Services von EVU wie z. B. das Übermitteln von Zählerständen oder die Erläuterung von Rechnungen können dann einfach per Chatbot über ein Backend-System abgebildet werden. Damit sparen sich Endkunden und Service-Mitarbeiter einerseits Zeit, andererseits werde mit einer erhöhten Kundenbindung gerechnet, so die SIV.AG.



- Die Thüga führte in 2019 den Rollout ihrer **Videoberatung** durch. Zur Adressierung von Kunden auch in ländlichen Regionen bietet die **Thüga Energie** seit 2019 an 25 Standorten in der Südpfalz [Kundenberatungen über Videokabinen](#) an. Dazu arbeitet der Versorger mit der VR Bank Südpfalz eG zusammen, die 25 ihrer Filialen für den Service zur Verfügung stellt. Die Thüga Energie informiert mittels dieser Fernberatungen

zu den Themen Gas, Photovoltaik, Heizungsmodernisierung, Energieausweise und Energieberatung. Neben der Gesichtsübertragung können auch mitgebrachte Unterlagen der Interessenten über eine Sekundärkamera gemeinsam angesehen werden. Die Videoberatung ist ein sicherlich guter Weg, Ferngesprächen eine persönliche Note zu geben. Dadurch, dass sich die digitale Ausstattung in der Bevölkerung immer weiter verbessert, wird dieser Kanal zukünftig immer leichter zu bespielen sein.

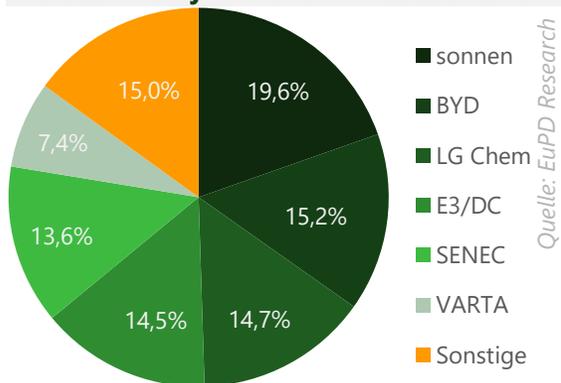
# 7.1 Energieeffizienz & EDL – Solarspeichersysteme

## Solarspeicher kommen an

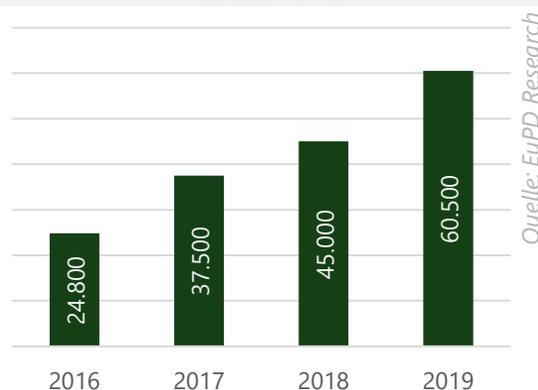
- Solarspeicher haben 2019 eine weitere Etablierung am Markt erfahren. Verlässliche, öffentliche Zahlen zur Entwicklung liegen für 2019 noch nicht vor, da das Marktstammdatenregister auch ein Jahr nach der Einführung mit den eigenen Daten kämpft. EuPD Research schätzt aber, dass 2019 erstmals **mehr als 60.000 Heimspeicher** (inkl. Retrofits) **installiert** wurden.
- So legten mehrere Bundesländer im vergangenen Jahr neue Förderprogramme auf, darunter Rheinland-Pfalz, Sachsen-Anhalt, Thüringen, Brandenburg und Bayern.
- Seit dem Start der Förderung in Rheinland-Pfalz im Oktober 2019 wurden bislang 272 Förderanträge bewilligt (Stand Februar 2020). Auch in Sachsen-Anhalt kommen die Förderungen für Solarspeicher gut an: von Oktober 2019 bis Mitte Januar 2020 wurden 123 Anträge bzw. 216.000 Euro Fördergelder bewilligt.

- Seit August wurden in Bayern zu den über 7.200 Förderanträgen zusätzlich 1.230 optionale Ladeeinrichtung für Elektrofahrzeuge mitbeantragt. Die gesamte Fördersumme beträgt hier rund 7,3 Millionen Euro (Stand Januar 2020). Die Rückmeldungen der für die Förderprogramme zuständigen Minister waren bisher durchweg positiv und stimmen optimistisch für die Zukunft.
- Durch die steigende Nachfrage von Speichern bei Nachrüstungen von PV-Anlagen, die aus der EEG-Förderung entfallen und der Elektromobilität als weiteres Wachstumstreiber rechnet der Bundesverband Solarwirtschaft in den kommenden Jahren mit einem weiter anhaltenden starken Marktwachstum bei Solarstromspeichern. Der **fallende Preis für Lithium-Ionen-Batterien** dürfte diesen Trend stärken. In den letzten fünf Jahren sind die Preise für schlüsselfertige Solarstromspeicher um 60 Prozent gesunken. Der heutige Preis von rund 143 US-Dollar pro Kilowattstunde Speicher wird laut Bloomberg in den nächsten zehn Jahren auf 70 US-Dollar pro Kilowattstunde sinken.

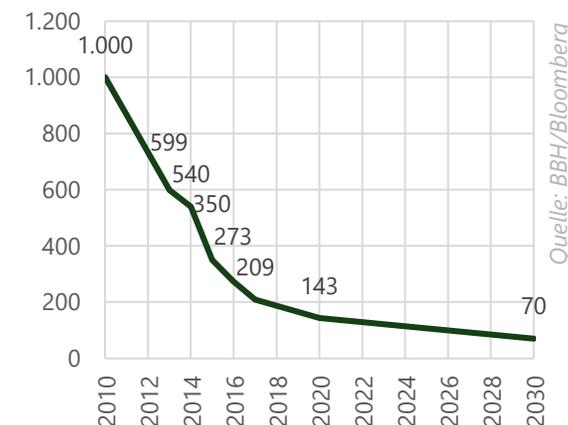
Marktanteile für Heimspeicher im ersten Halbjahr 2019 in Deutschland



Neuinstallation an Heimspeichern in Deutschland



Preisentwicklung von Lithium-Ionen-Batterien [\$ pro kWh Kapazität]



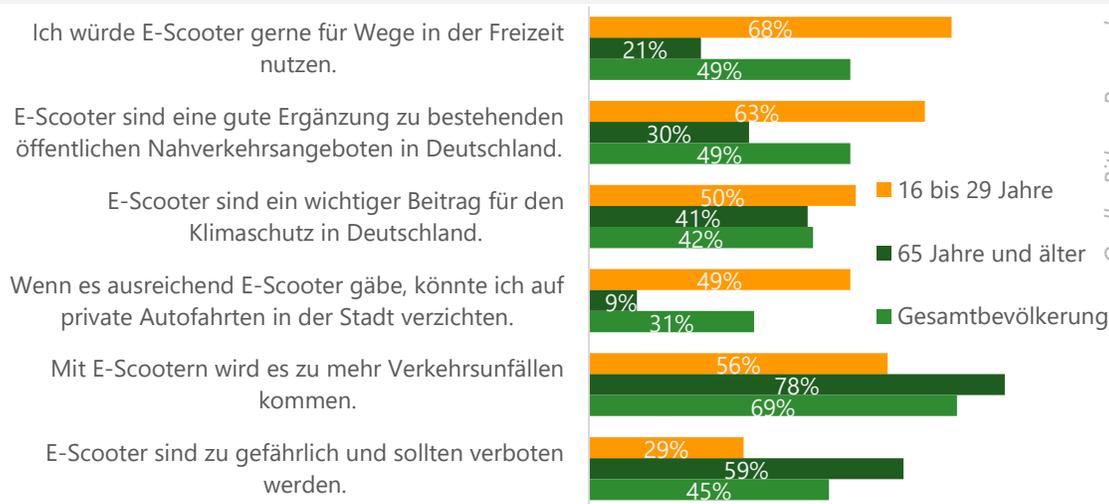


## 7.3 Neue Mobilität – Sharing

### E-Scooter – Durchbruch oder vorübergehender Hype?

→ Mit gemischter Resonanz verkündete der Verkehrsminister im vergangenen Jahr, die Zulassung von E-Scootern im öffentlichen Verkehr als **Verkehrsmittel „der letzten Meile“**. Seit der Zulassung im zweiten Quartal keimten regelmäßig Debatten über die Sinnhaftigkeit dieses Verkehrsmittels auf. Im Oktober veröffentlichte dann Bitkom die Ergebnisse einer Umfrage, die zeigen sollen, dass die Wahrnehmung zu den E-Scootern im Wesentlichen vom Alter der Befragten abhängig ist.

#### Wie Jüngere und Ältere über E-Scooter denken



→ Nicht nur aus umweltpolitischer sondern für Kommunalversorger auch aus vertrieblicher Sicht stellt sich nun als nächstes die Frage, welche Verkehrsmittel ein eventuelles Scooter-Sharing schließlich substituieren. Lime-CEO Joe Kraus zitiert auf diese Frage eine Studie aus Portland, wonach 34 Prozent der mit

E-Scooter zurückgelegten Fahrten andernfalls mit einem Auto zurückgelegt worden wären. Die meisten anderen Fahrten (42 Prozent) substituierten Fußwege. ÖPNV dagegen hätten die Studienteilnehmer nie mit Scootern ersetzt. Nun zeichnen Studien zur Scooter-Nutzung in Deutschland in den ersten Monaten nach Markteinführung dagegen ein konträres Bild. Dies lässt sich möglicherweise mit den unterschiedlichen Rollen von ÖPNV in Deutschland und den USA erklären. So zeigte eine Studie von Nunatak unter jeweils 250 Personen aus München, Berlin, Hamburg, Köln und Frankfurt, dass E-Scooter zu 64,5 Prozent Fahrten mit dem ÖPNV, zu 49,1 Prozent Fußwege und zu 39,1 Prozent Radfahrten ersetzen. Fahrten mit dem privaten Pkw wurden nur zu 21 Prozent ersetzt.

→ Versorger beschränkten sich bei E-Scootern im vergangenen Jahr häufig auf Kooperationen mit spezialisierten Anbietern. So integrierten bspw. die Stadtwerke München den Anbieter TIER mobility in ihre neu aufgelegte Multimodal-App „MVG more“.

### Sharing

→ Der sonstige Sharing-Markt entwickelte sich im vergangenen Jahr verhältnismäßig ruhig. Für bundesweites Aufsehen sorgte aber die **Mobilitäts-Flatrate** der Stadtwerke Augsburg, bei der in zwei möglichen Paketpreisen neben der ÖPNV-Nutzung auch die Nutzung der SWA-Räder und des SWA-Carsharings möglich ist. Das Mitte September gestartete Angebot fand zwischen November und Februar rund 300 Kunden. Durch die große Resonanz des Angebots profitierte laut SWA-Sprecher Jürgen Fergg auch das Carsharing selber, wonach hier eine deutliche Steigerung der Nutzerzahlen zu verzeichnen sei.

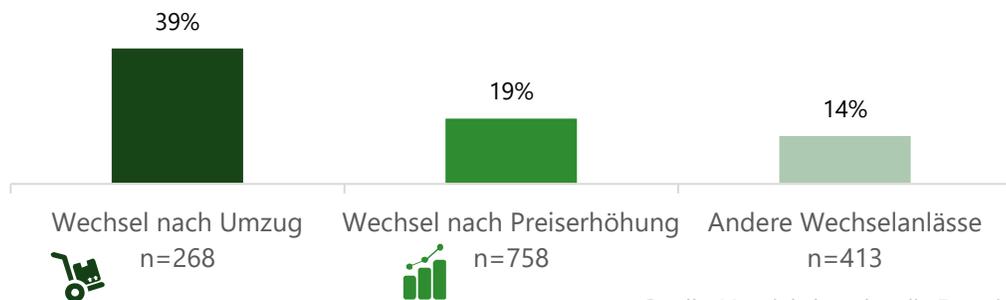
→ Demgegenüber steht eine Studie von A.T. Kearney aus dem August, nach der sich Carsharing grundsätzlich finanziell nur selten direkt rechnen. Lediglich elf deutsche Städte seien demnach dicht genug besiedelt, um Carsharing wirtschaftlich zu betreiben und nur in den drei größten Städten (Berlin, Hamburg und München) lassen sich lukrative Margen mit Carsharing erwirtschaften.



## 8. Kundenverhalten: Kündigungsgründe

→ Es hat sich in der aktuellen Befragung gezeigt, dass sich die genutzten Informationsquellen zum teil stark abhängig vom Wechselanlass unterscheiden.

### Anteil der befragten Wechsler, die vor dem Anbieterwechsel Empfehlungen aus dem sozialen Umfeld eingeholt haben



Quelle: Vertriebskanalstudie Energie 2019

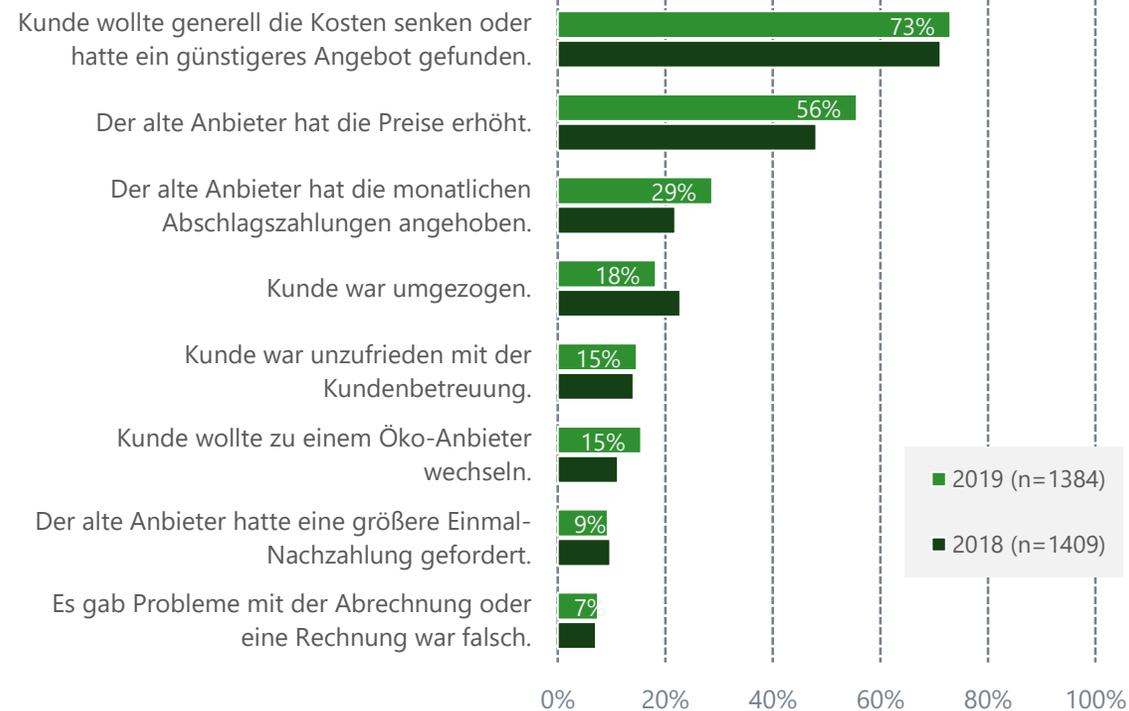
→ Kunden, die umziehen nutzen häufiger Empfehlungen und Webseiten der Anbieter oder auch deren Filialen und Telefon-Hotline als Kunden, die aufgrund von Preiserhöhungen oder sonstigen Gründen ihren Anbieter wechseln.

→ Dadurch wird deutlich, dass die Umzügler eine klar definierte Zielgruppe mit eigenen Ansprüchen und Verhaltensmustern sind, die möglichst gezielt angesprochen werden sollten.

### Wunsch nach Ökostrom spielt zunehmend eine Rolle bei Kündigung

→ Wie bereits im Vorjahr hat der Großteil der Wechsler aufgrund von **Preiserhöhungen**, monatlicher **Erhöhung der Abschläge** oder dem generellen Wunsch die **Kosten zu senken** bei seinem Energieanbieter gekündigt. Im Vergleich zum Vorjahr scheint zudem der **Wunsch nach Ökostrom** wieder stärker geworden zu sein. Für 15 Prozent der Wechsler war das ein ausschlaggebender Kündigungsgrund.

### Ausschlaggebender Grund für Kündigung beim ehemaligen Anbieter (gestützte Abfrage, Mehrfachnennung möglich)



Quelle: Vertriebskanalstudie Energie 2019

→ Damit werden auch die Ergebnisse des Monitoringberichts, dass der Anteil der Kunden, die mit Ökostrom beliefert werden angestiegen ist, wieder gespiegelt. Zudem zeigt sich im Jahr 2019 auch bei den Tarifpräferenzen der Wechsler über Verivox eine steigende Relevanz von Ökostromtarifen (siehe Kapitel 8.2).

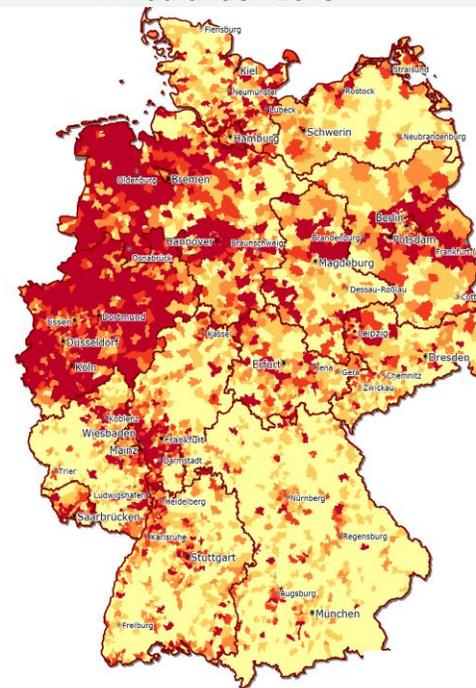


# 8.1 Wechselverhalten

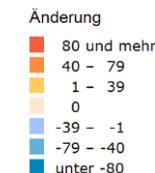
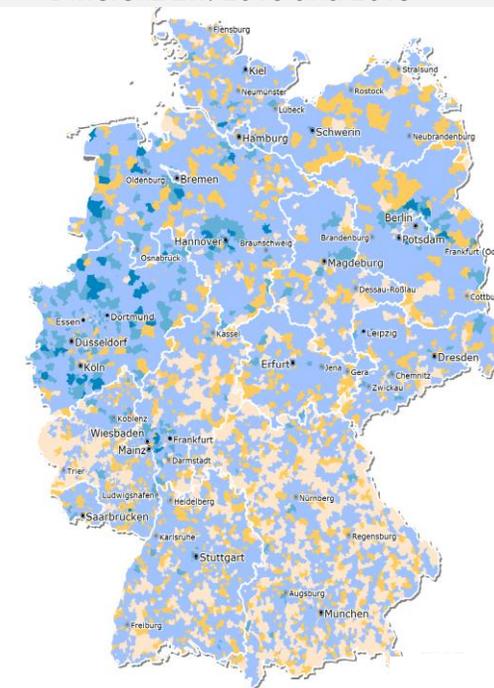
## Regionale Unterschiede beim Wechselverhalten

- Im Gesamtmarkt hat sich das Wechselaufkommen im Gasmarkt ähnlich entwickelt wie im Strommarkt. Im Vergleich zum Jahr 2018 ist die Zahl der Wechsler über Verivox 2019 leicht zurückgegangen. Zum Jahresbeginn wurde jedoch auch aufgrund der BEV-Insolvenz ein höheres Niveau als im Vorjahr erreicht.
- Dass das Wechselaufkommen in Summe etwas geringer war dürfte u.a. an der deutlich geringeren Anzahl an angekündigten Preiserhöhungen zum Januar 2020 liegen. So wurden lediglich 53 Preiserhöhungen zum Jahreswechsel angekündigt, wohingegen es im Vorjahr aufgrund der in 2018 stark gestiegenen Beschaffungspreise 288 waren.
- Regional können einige Unterschiede bei der Entwicklung des Wechselaufkommens festgestellt werden. In vielen Gebieten von Bayern, Rheinland-Pfalz und Hessen zeigt sich bspw. ein konstantes oder gestiegenes Wechselaufkommen und auch im Norden von Deutschland sind einige kleine Gebiete durch einen Anstieg gekennzeichnet.
- Hohe Rückgänge waren dagegen in einigen Teilen von NRW, im Umland um Berlin sowie in der Region Hannover zu verzeichnen.
- Im Gesamtmarkt dürfte das Wechselaufkommen in 2019 jedoch auch im Gasmarkt etwas angestiegen sein. Welches Wachstum wir aufgrund relevanter Marktentwicklungen erwarten, können Sie in der aktuellen [Wechslerstudie Energie](#) nachlesen.

**Vollzogene Anbieterwechsel über den Verivox-Gasrechner  
Privatkunden 2019**



**Vollzogene Anbieterwechsel über den Verivox-Gasrechner  
Differenz zw. 2018 und 2019**

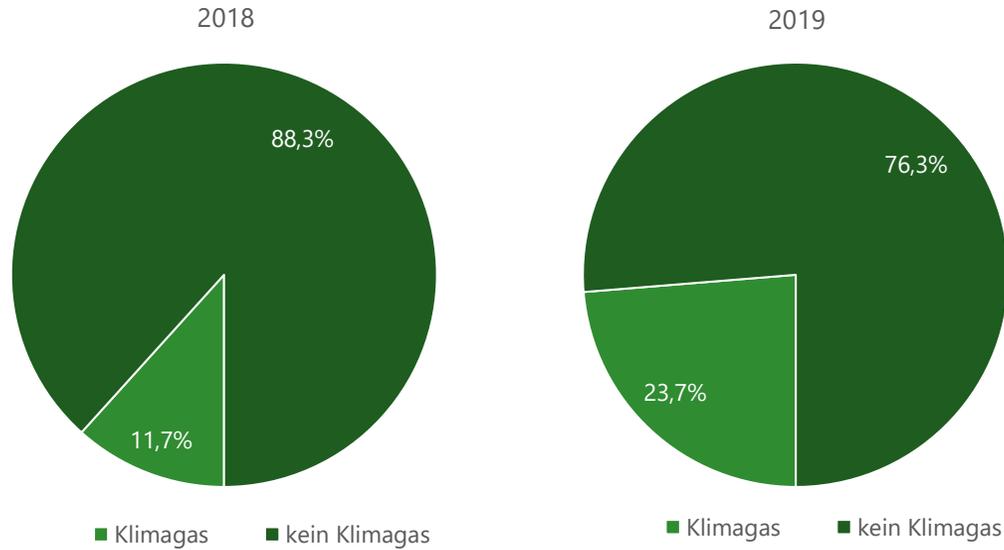




## 8.2 Tarifpräferenzen



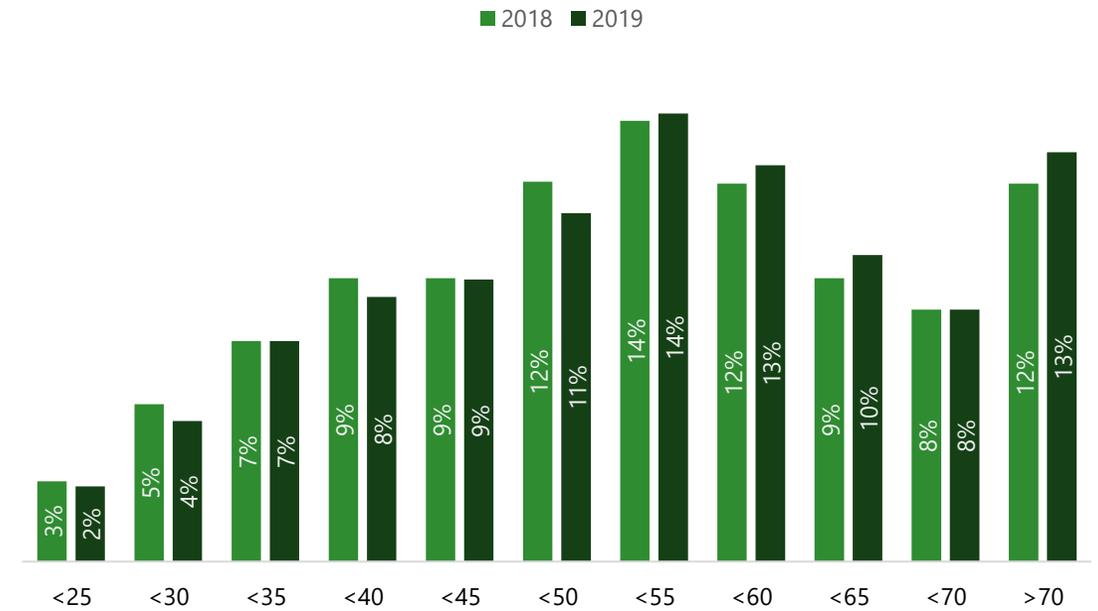
### Anteil Klimagas an Vertragsabschlüssen über Verivox Privatkunden



→ Ähnlich wie im Strommarkt hat auch im Gasmarkt Klimagas deutlich an Bedeutung gewonnen. Im Gesamtjahr haben sich 23,7 Prozent der Gaswechsler für einen Tarif mit Klimagas entschieden.



### Gas-Abschlüsse nach Alter des Wechslers Privatkunden



→ Die Altersverteilung der Gaswechsler hat sich in 2019 nur leicht verändert gegenüber dem Vorjahr. Der Anteil der Wechsler unter 30 Jahren ist minimal gesunken. Ein leichter Anstieg war hingegen bei den Wechslern zwischen 55 und 65 Jahren zu verzeichnen sowie bei den über 70-Jährigen.



# Disclaimer & Kontakt

## Disclaimer

- Die vorliegende Ausgabe des Energiemarktreports ist nur als Ausschnitt einiger Themengebiete zu verstehen, ohne umfassend und abschließend zu sein. Für Auslassungen und Fehler kann trotz sorgfältiger Recherche keine Haftung übernommen werden. Das gilt auch für die in Energiemarkt Aktuell enthaltenen Marktdaten.
- Es ist zudem nicht auszuschließen, dass sich einzelne Daten seit Redaktionsschluss geändert haben oder nicht berücksichtigt wurden. Soweit in von Energiemarkt Aktuell rechtliche Ausführungen enthalten sind, stellen diese keinen anwaltlichen Rechtsrat dar und ersetzen keine auf den Einzelfall bezogene anwaltliche Beratung.
- Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt.
- Jegliche Art der Vervielfältigung, Übersetzung, Bearbeitung, Verbreitung oder öffentlichen Wiedergabe von Energiemarkt Aktuell ist streng verboten. Energiemarkt Aktuell darf insbesondere nicht kopiert werden, gleich auf welchem Datenträger, und nicht in andere Programme eingelesen oder mit anderen Programmen verarbeitet werden. Eine Weitergabe von Energiemarkt Aktuell ist nicht gestattet. Dieses Verbot umfasst auch eine konzerninterne Weitergabe, d. h. eine Weitergabe an mit dem Erwerber von Energiemarkt Aktuell gesellschaftlich verbundene Unternehmen. Verivox und KREUTZER Consulting behalten sich ausdrücklich vor, durch den Einsatz geeigneter technischer Mittel Verstöße gegen die vorliegenden Nutzungsbedingungen aufzudecken. Verivox und KREUTZER Consulting werden jeden Verstoß verfolgen und zur Anzeige bringen.

## Kontakt:

### Verivox GmbH

- Julian Ludwig
  - Vice President Energy
  - Max-Jarecki-Straße 21  
69115 Heidelberg
  - Tel.: 06221 – 7961 – 226  
Fax.: 06221 – 7961 – 187
  - [julian.ludwig@verivox.com](mailto:julian.ludwig@verivox.com)



### Kreutzer Consulting GmbH

- Klaus Kreutzer
  - Geschäftsführer
  - Lindwurmstraße 109  
80337 München
  - Tel.: 089 – 1890 464 - 22  
Fax.: 089 – 1890 464 - 10
  - [kk@kreutzer-consulting.com](mailto:kk@kreutzer-consulting.com)





# Datengrundlage

- Sämtliche Tarifdaten sind der Verivox-Tarifdatenbank oder den Angeboten der benannten Unternehmen entnommen. Die aufgeführte Preisentwicklung bezieht sich jeweils auf die in den Überschriften der Karten bzw. Grafiken genannten Stichtage bzw. Zeiträume und beruht auf den bei Verivox gelisteten Tarifen der jeweiligen Anbieter; sofern die Tarifdaten in der Verivox-Tarifdatenbank nicht bzw. nicht aktualisiert vorliegen, kann es in der Darstellung zu Abweichungen vom tatsächlichen Angebot kommen.
- Weitere Informationen zur Markt- und Wettbewerbsentwicklung sind der Tages- und Fachpresse sowie den Webseiten und Presseinformationen von Versorgern, Verbänden und sonstigen Unternehmen entnommen.
- Es werden zwei Anbieterkategorien unterschieden: „Neue Anbieter“ haben seit der Liberalisierung des Energiemarkts den Strom- und/oder Gasvertrieb an Privat- und/oder Gewerbekunden aufgenommen und verfügen nur in seltenen Einzelfällen über ein Grundversorgungsgebiet. Grundversorger haben in der Regel bereits vor der Marktliberalisierung Privat- und Gewerbekunden mit Strom und/oder Gas beliefert und verfügen über ein Grundversorgungsgebiet.
- „Lokale Angebote“ sind Sonderverträge, die die Grundversorger in ihrem Versorgungsgebiet anbieten. „Externe Angebote“ sind alle Tarife, die außerhalb des Versorgungsgebietes des Anbieters angeboten werden.
- Es werden folgende Tarifkategorien unterschieden:
  - Grundversorgungstarif
  - Günstigster Tarif des Grundversorgers inkl. eventueller Boni im eigenen Versorgungsgebiet; in der Regel ein Tarif außerhalb der Grundversorgung
  - Platz 20 Tarifrechner = der Tarif auf dem 20. Platz im Verivox-Tarifrechner gemäß den Voreinstellungen des Tarifrechners und der aktuell gültigen Verbraucherschutzrichtlinien; in der Regel der Tarif eines externen Anbieters
- Günstigster verfügbarer Tarif ohne Bonus = günstigster Tarif ohne Berücksichtigung von Bonuszahlungen, unter Berücksichtigung aller Paket- und Vorkasse-Tarife; in der Regel der Tarif eines externen Anbieters
- Günstigster verfügbarer Tarif = absolut günstigster Tarif unter Berücksichtigung aller Boni, Paket- und Vorkasse-Tarife; in der Regel der Tarif eines externen Anbieters
- Es werden drei Arten von Preisgarantien unterschieden: Bei der „vollen Preisgarantie“ wird der komplette Preis, ggf. mit Ausnahme der Mehrwertsteuer, fixiert. Bei der „eingeschränkten Preisgarantie“ werden mindestens die Energiekosten und Netzentgelte fixiert. Bei der „Energiepreisgarantie“ (kurz: EPG) wird nur der Energiekostenanteil fixiert.
- Der „Neukundenbonus“ wird einmalig für den Anbieterwechsel gewährt und in der Regel nach einem vollen Belieferungsjahr auf der Jahresrechnung gutgeschrieben. Der „Sofortbonus“ wird ebenfalls einmalig gewährt und innerhalb von 60 Tagen nach Lieferbeginn dem Wechsler überwiesen. Der „Abschlagsbonus“ wird im ersten Jahr der Belieferung auf den Arbeitspreis und damit den monatlichen Abschlag angerechnet. Der „Onlinebonus“ wird für die Nutzung der Online-Kommunikation für die Vertragsführung gewährt.
- Die Angabe von Preisen und Preisänderungen pro Anbieter beziehen sich auf eine PLZ-genaue Differenzierung. Bei der Berechnung regionaler oder bundesweiter Durchschnittswerte wird eine Gewichtung nach der Anzahl der Haushalte pro PLZ-Gebiet vorgenommen. In PLZ-Gebieten, in denen mehrere Grundversorger aktiv sind, wird immer der jeweils günstigste Tarif pro Versorger berücksichtigt.

# Datengrundlage

- Die Endpreise im Privatkundenbereich sind als Bruttowerte ausgewiesen. Gewerbekundenpreise werden netto dargestellt. Sämtliche Angaben über die Jahreskosten enthalten außerdem evtl. gewährte Boni oder Frei-kWh. Nicht enthalten sind Sachprämien wie Energiesparlampen etc.
- Im Privatkundenbereich beziehen sich alle Daten auf einen jährlichen Stromverbrauch von 4.000 kWh bzw. Gasverbrauch von 20.000 kWh bei einer Anschlussleistung von 13 kW. Im Gewerbekundenbereich beziehen sich alle Daten auf einen jährlichen Stromverbrauch von 10.000 kWh bzw. Gasverbrauch von 90.000 kWh bei einer Anschlussleistung von 50 kW.
- Der Betrag „Marge, Beschaffung, Vertrieb“ errechnet sich bei Strom aus dem Bruttopreis abzgl. MwSt., Stromsteuer, KWK-Umlage, Netzentgelt, Konzessionsabgabe, § 17f Offshore-Umlage, §18 AbLaV-Umlage, §19 StromNEV-Umlage und EEG-Umlage; bei Gas aus dem Bruttopreis abzgl. MwSt, Erdgassteuer, Konzessionsabgabe und Netzentgelt. Es verbleiben Beschaffungskosten und Vertriebsmarge. Im Text wird „Marge, Beschaffung, Vertrieb“ mit „Marge B-V“ abgekürzt.