

DOKUMENTATION – Zusammenfassung

Studie: Energietarifrechner 2019



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“
Im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv
Hamburg, 16. Januar 2019

UNTERNEHMEN KONTAKT

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: 040 27 88 91 48 11
Fax: 040 27 88 91 48 91
m.hamer@disq.de
www.disq.de

Markus Hamer
Geschäftsführender
Gesellschafter

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: 040 27 88 91 48 12
Fax: 040 27 88 91 48 91
b.moeller@disqmedia.de
www.disq.de

Bianca Möller
Geschäftsführerin
DISQ Media

Die folgenden Seiten sind ein Auszug. Die Gesamtdokumentation unterliegt einer Schutzgebühr in Höhe von 400 Euro (zzgl. MwSt.).

Sitz	Hamburg
Gründung	Juni 2006
Ziele	Transparenz schaffen; Verbesserung der Servicequalität in Deutschland
Status	Privatwirtschaftliches Institut (ohne öffentliche Zuschüsse), verbraucherorientiert, unabhängig (keine Studien im Auftrag von Unternehmen)
Ausrichtung	Mediendienstleister für TV-Sender sowie Publikums- und Fachpresse
Aufgabenfeld	Durchführung von Servicestudien, Tests und Kundenbefragungen auf Basis standardisierter, objektiver und aktueller Marktforschungsmethodik
Mitarbeiter	Expertenteam aus Ökonomen, Soziologen und Psychologen sowie rund 1.500 geschulte Tester in ganz Deutschland
Beirat	Jochen Dietrich / n-tv Nachrichtenfernsehen, Marianne Voigt / Unternehmerin, Aufsichtsrat Prof. Peter Wippermann / Trendforscher

Inhaltsverzeichnis

Die folgenden Seiten sind ein Auszug. Die Gesamtdokumentation unterliegt einer Schutzgebühr in Höhe von 400 Euro (zzgl. MwSt.).

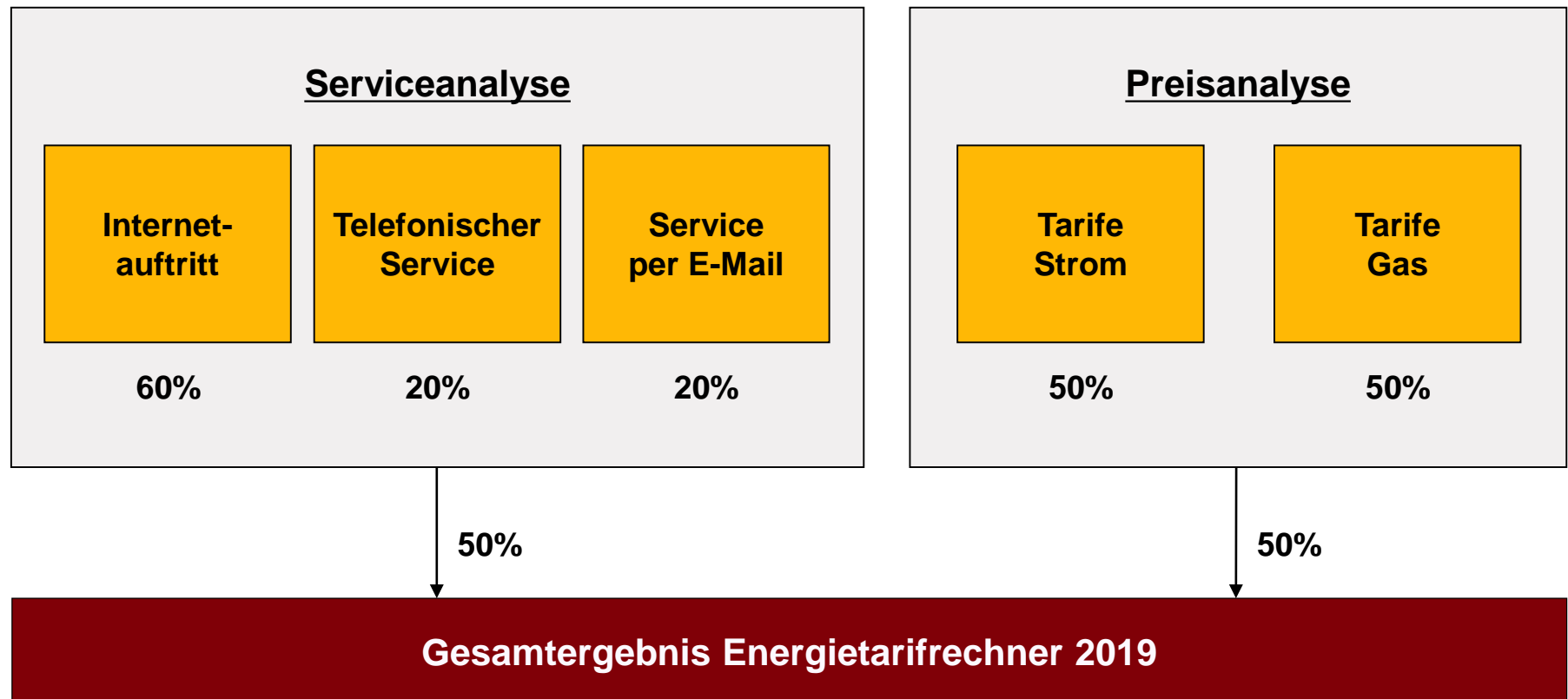
	Seite
1. Zahlen und Fakten zur Studie	5
2. Fazit	7
3. Gesamtergebnis	8
4. Die besten Unternehmen	10
5. Stärken und Schwächen der Branche	12
Internetauftritt	13
Telefonischer Service	15
Service per E-Mail	16
Preisanalyse	17
6. Ergebnisse der Unternehmen	18
Serviceanalyse	18
Preisanalyse	20
7. Methodik	22
Serviceanalyse	24
Preisanalyse	35
Anhang	39

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Auftraggeber	Nachrichtensender n-tv
Studienumfang	7 Energietarifrechner (Vergleichsportale für Strom und Gas mit direkter Abschlussmöglichkeit)
Studienzeitraum	September bis November 2018
Studienkonzept	Erstellung in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Thomas Liebetruth (OTH Regensburg)
Analysebereiche	Service, Preise
Serviceanalyse	Mystery-Tests, insgesamt 217 Servicekontakte (31 je Anbieter) <ul style="list-style-type: none">■ 7 Inhaltsanalysen der Internetauftritte inklusive der Aspekte Transparenz und Sicherheit (1 je Anbieter)■ 70 Internetanalysen durch geschulte Nutzer (10 je Anbieter)■ 70 Analysen der telefonischen Kontaktqualität (10 je Anbieter)■ 70 Analysen der E-Mail-Beantwortung (10 je Anbieter)
Preisanalyse	Umfassende Bewertung von Preisen der günstigsten verbraucher- freundlichen Tarife für Strom und Gas für jeweils 16 verschiedene Nutzerprofile (Erhebungstichtage: 16. und 17. Oktober 2018).

1. Zahlen und Fakten zur Studie

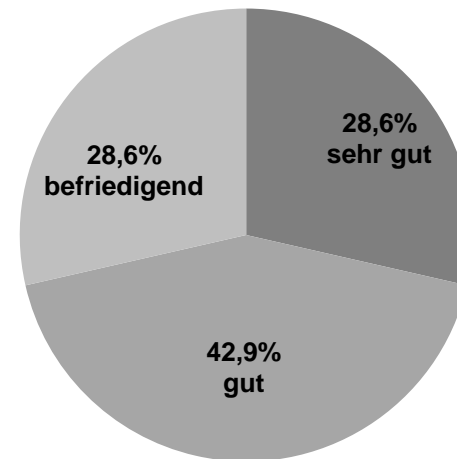
Bewertungskriterien und Gewichtungen



3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Energietarifrechner			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Verivox	81,0	sehr gut
2	Stromvergleich.de	80,3	sehr gut
3	Check24	78,9	gut
4	Stromtipp.de	73,4	gut
5	Mut-zum-Wechseln	70,7	gut
6	Hauspilot	67,8	befriedigend
7	Preisvergleich.de	67,1	befriedigend
	Branche (Mittelwert)	74,2	

Verteilung der Qualitätsurteile**



100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

** Eine Abweichung von 100 Prozent ist auf die Darstellung gerundeter Werte zurückzuführen.

3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Energietarifrechner			Serviceanalyse		Preisanalyse	
100%			50%		50%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Verivox	81,0	1	76,0	1	86,1
2	Stromvergleich.de	80,3	2	75,3	2	85,3
3	Check24	78,9	5	73,0	3	84,8
4	Stromtipp.de	73,4	3	75,2	6	71,6
5	Mut-zum-Wechseln	70,7	4	74,3	7	67,1
6	Hauspilot	67,8	6	54,4	4	81,1
7	Preisvergleich.de	67,1	7	53,6	5	80,7
Branche (Mittelwert)		74,2			79,5	

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

4. Die besten Unternehmen

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
Gesamtergebnis	Verivox	Stromvergleich.de	Check24
Serviceanalyse	Verivox	Stromvergleich.de	Stromtipp.de
Internetauftritt	Stromvergleich.de	Verivox	Check24
Telefonischer Service	Mut-zum-Wechseln	Stromtipp.de	Verivox
Service per E-Mail	Mut-zum-Wechseln	Stromtipp.de	Check24
Preisanalyse	Verivox	Stromvergleich.de	Check24
Tarife Strom	Stromtipp.de	Verivox	Check24
Tarife Gas	Verivox	Hauspilot, Preisvergleich.de	-

7. Methodik

Hintergrund der Studie

Verbraucher können im Prinzip einfach ihren Anbieter für Strom oder Gas wechseln – mit der Liberalisierung der Energiemärkte in Deutschland ist dies möglich geworden. So hat sich mittlerweile eine Vielzahl von Unternehmen etabliert, die private Haushalte mit Strom und Gas beliefern. Entsprechend ausgeprägt ist der Wettbewerb zwischen Grundversorgern, überregionalen Anbietern und kleineren Anbietern, etwa für erneuerbare Energien.

Allerdings ist der Wechsel zu einem günstigeren Anbieter häufig erschwert, weil der Markt für Verbraucher unübersichtlich ist. Es gibt nicht nur eine Vielzahl von Unternehmen und Tarifen, sondern häufig auch intransparent gestaltete Tarife, die manchmal nur auf den ersten Blick günstig wirken.

Vergleichsportale im Internet wollen mit Energietarifrechnern Abhilfe schaffen. Auf diesen Portalen kann der Verbraucher kostenlos die Tarife der einzelnen Anbieter vergleichen und bei Bedarf gleich online einen neuen Vertrag abschließen.

Doch helfen die Portale bei der Suche nach kundenfreundlichen Tarifen tatsächlich weiter? Wie bedarfsorientiert und informativ ist der Service der Vermittler? Welche Einsparpotenziale bieten sich dem Verbraucher durch die Nutzung dieser Dienste? Die Studie des Deutschen Instituts für Service-Qualität sollte Aufschluss zu diesen Fragen geben.

7. Methodik

Untersuchungsumfang

Untersucht wurden deutschsprachige Vergleichsportale mit einem eigenen kostenlosen Tarifvergleich für Strom und Gas. Die Auswahl des Samples wurde unter den Gesichtspunkten Relevanz und Popularität getroffen. Sie basierte auf einer umfangreichen Internetrecherche und branchenrelevanten Studien. Als Indikator der Marktrelevanz der Vergleichsportale wurde der Traffic-Rank der einzelnen Marktteilnehmer über den Online-Analyse-Dienst Alexa herangezogen.

Die Untersuchungsauswahl umfasste folgende Unternehmen (in alphabetischer Reihenfolge):

- Check24
- Hauspilot
- Mut-zum-Wechseln
- Preisvergleich.de
- Stromtipp.de
- Stromvergleich.de
- Verivox

7. Methodik

Serviceanalyse – Rollenspiele

Bei den Mystery-Tests verwendeten die geschulten Testkunden für die Anfragen per Telefon und E-Mail spezifische Rollenspiele mit Fragestellungen rund um den Energieanbieterwechsel. Diese Rollenspiele kamen bei allen Unternehmen in der gleichen Verteilung zum Einsatz. Alle Test-Anfragen wurden auf Interessentenbasis gestellt und hatten unter anderem folgende Themen zum Inhalt:

- Kündigung des alten Anbieters bei Preiserhöhung
- Ablauf des Anbieterwechsels
- Möglichkeit des Widerrufs im Rahmen des Anbieterwechsels
- Kriterien für einen kundenfreundlichen Tarif
- Energiesparen im Haushalt
- Grund der EEG-Umlage
- Einflussfaktoren auf den Strompreis
- Unterschiedliche Gasqualitäten

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Internetauftritt		100,0%
Inhaltsanalyse		45,0%
Nutzerbetrachtung		40,0%
Transparenz und Sicherheit		15,0%
Inhaltsanalyse Internet		100,0%
Spezielle Informationen und Funktionen*		50,0%
Suchoptionen / Filter		
Vertragslaufzeit	0,5%	
Kündigungsfrist	0,5%	
Ohne Tarife mit Vorkasse	0,5%	
Tarife mit Preisgarantie	0,5%	
Ökostrom- / Ökogas-Tarife	0,5%	
Ohne Pakettarife / Tarife mit Mehr- oder Minderverbrauchsaufschlag	0,5%	
Bonus nicht einrechnen	0,5%	
Suchvorgang / Ergebnisanzeige		
Hilfetext direkt bei Such-Eingabefeldern	2,5%	
Ergebnisse automatisch nach Preis sortiert	3,0%	
Korrekte Rangfolge bei Preissortierung**	3,0%	
Vergleichstarifangabe (Grundversorger)	2,5%	

* Die speziellen Informationen und Funktionen wurden jeweils für Strom und Gas separat erhoben.

** Der erste Suchtreffer entspricht dem preisgünstigsten Angebot.

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Inhaltsanalyse Internet (Fortsetzung)	
Spezielle Informationen und Funktionen* (Fortsetzung)	
Ergebnisliste	
Direktvergleich zwischen den Tarifen möglich (mind. zwei)	2,5%
Angabe der Preisdetails	2,5%
Angabe der Tarifdetails	2,5%
Angabe der Energiedetails („Energimix“)	1,0%
Suchkriterienänderung ohne Suchneustart möglich	1,0%
Tarif-Empfehlungen des Portals (mit Begründung)	1,0%
Erinnerungswecker für Anbieterwechsel	1,0%
Umfangreicher Ratgeber/Tipps zum Thema Energiesparen	2,0%
Wechsel-Unterlagen optional als Download/per E-Mail oder Post	2,0%
Persönlicher Nutzer-Account	2,0%
Kundenbewertungen	1,0%
Ergebnisliste mit Druckoption/PDF-Download	1,0%
Informationen über Energieanbieter	1,0%
Anzahl Klicks bis zum Tarifrechner	5,0%
Anzahl Klicks bis zur Anzeige von Tarifdetails	5,0%
Anzahl Klicks bis zum Start des Online-Abschlusses	5,0%

* Die speziellen Informationen und Funktionen wurden jeweils für Strom und Gas separat erhoben.

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Inhaltsanalyse Internet (Fortsetzung)		
Allgemeine Informationen		30,0%
AGB/Rechtliches	4,0%	
FAQ/Hilfebereich	3,5%	
Glossar	3,5%	
Sitemap/Seitenbeschreibung	3,0%	
Suchfunktion	3,0%	
Newsletter	3,0%	
Anzahl Klicks bis zu den AGB/zum Rechtlichen	5,0%	
Anzahl Klicks bis zu den FAQ/zum Hilfebereich	5,0%	
Kontaktinformationen		20,0%
Telefonnummer (außerhalb des Impressums/der AGB)	1,5%	
Hinweis auf telefonische Erreichbarkeit	1,5%	
Call-Back-Service	2,0%	
E-Mail-Adresse (außerhalb des Impressums/der AGB)	1,5%	
Allgemeines Kontaktformular	1,5%	
Postanschrift (außerhalb des Impressums/der AGB)	2,0%	
Explizite Kritik-Möglichkeit	3,0%	
Social-Media-Auftritt (Facebook, Twitter, Forum etc.)	1,0%	
Direct-Messaging (Chat, Skype, WhatsApp)	1,0%	
Anzahl Klicks bis zur Telefonnummer	2,5%	
Anzahl Klicks bis zur E-Mail Adresse/zum Kontaktformular	2,5%	

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Nutzerbetrachtung Internet		100,0%
Bedienungsfreundlichkeit		50,0%
Einfache und intuitive Navigation	16,7%*	
Übersichtlichkeit des Internetauftritts	16,7%*	
Optisch ansprechender Gesamteindruck	16,7%*	
Inhalte		50,0%
Strukturierung der Inhalte	16,7%*	
Verständlichkeit der Inhalte	16,7%*	
Umfang der Inhalte	16,7%*	

* Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben.

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Transparenz und Sicherheit	100,0%	
Transparenz		80,0%
Verbraucherunfreundliche Voreinstellungen der Tarifsuche		
Tarife mit Vorkasse inklusive (Abwertung)	10,0%	
Tarife ohne Preisgarantie inklusive (Abwertung)	10,0%	
Pakettarife inklusive (Abwertung)	10,0%	
Fortschrittsanzeige im Antragsprozess	4,0%	
Hinweis auf AGB im Antragsprozess	15,0%	
Aktive Zustimmung zu den AGB durch den Kunden	8,0%	
Hinweis auf Datenschutzerklärung im Antragsprozess	15,0%	
Aktive Zustimmung zur Datenschutzerklärung durch den Kunden	8,0%	
Sicherheit		20,0%
Sichtbare SSL-Verschlüsselung des gesamten Antragsprozess	8,0%	
Sichtbare SSL-Verschlüsselung des letzten Schritts des Antragsprozess	8,0%	
Sichtbare SSL-Verschlüsselung beim Kunden-Log-in	4,0%	

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Telefonischer Service	100,0%	
Beratungskompetenz		30,0%
Richtigkeit der Aussagen	7,0%	
Vollständigkeit der Aussagen	6,0%	
Strukturierte Beratung	4,0%	
Individualität der Beratung	5,0%	
Inhaltliche Verständlichkeit	4,0%	
Glaubwürdigkeit des Beraters	4,0%	
Kommunikationsqualität		20,0%
Vollständige Meldeformel	1,5%	
Positive Gesprächseröffnung	1,0%	
Namensansprache	1,0%	
Aktive Gesprächsführung	2,5%	
Interaktionsqualität	2,5%	
Freundlichkeit	3,0%	
Motivation	2,5%	
Gesprächsatmosphäre	2,0%	
Akustische Verständlichkeit	1,5%	
Positive Formulierungen	1,0%	
Positive Verabschiedung	1,5%	

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Telefonischer Service (Fortsetzung)		
Wartezeiten und Erreichbarkeit		20,0%
Zustande gekommene Gespräche im Erstkontakt	7,0%	
Durchschnittliche Wartezeit	7,0%	
Gesprächsannahme innerhalb von 20 Sekunden	3,0%	
Wöchentliche Erreichbarkeit	3,0%	
Lösungsqualität		20,0%
Gezielte Bedarfsanalyse	5,0%	
Bedarfsgerechte Antworten	5,0%	
Aufzeigen des Kunden- oder Produktnutzens	4,0%	
Einfache Lösung des Anliegens	4,0%	
Relation Gesprächsdauer und -ergebnis	2,0%	
Beratungserlebnis		10,0%
Authentischer Berater	2,0%	
Wohlfühlfaktor	1,0%	
Mehrwert der Beratung	2,0%	
Erinnerungswert	5,0%	

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Service per E-Mail		100,0%
Beratungskompetenz		35,0%
Richtigkeit der Aussagen	7,0%	
Vollständigkeit der Aussagen	6,0%	
Strukturierte Darstellung	4,0%	
Individualität der Antworten	6,0%	
Inhaltliche Verständlichkeit	4,5%	
Souveränität	4,5%	
Orthografisch und grammatikalisch fehlerfreie Antwort	3,0%	
Kommunikationsqualität		20,0%
Eindeutige Absenderkennung	1,0%	
Betreffzeile entspricht Ursprungsanfrage	1,0%	
Positiver Einstieg	1,0%	
Anrede mit Namen	2,0%	
Dank für die Kontaktaufnahme	2,0%	
Freundlichkeit der Antwort	3,0%	
Optische Gestaltung	2,0%	
Anfragetext in Antwort enthalten	1,5%	
Positive Formulierungen	2,0%	
Positive Verabschiedung	2,0%	
Aktives Gesprächsangebot	1,0%	
Nennung wichtiger Kontaktdaten	1,5%	

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Service per E-Mail (Fortsetzung)		
Wartezeiten und Erreichbarkeit		20,0%
Zusendung einer Empfangsbestätigung	3,0%	
Zusendung einer Antwort in 24 Stunden	3,0%	
Eingegangene Antwort	7,0%	
Dauer bis zum Erhalt der Antwort	7,0%	
Lösungsqualität		20,0%
Bedarfsgerechte Antworten	6,0%	
Aufzeigen des Kunden- oder Produktnutzens	4,0%	
Einfache Lösung des Anliegens	5,0%	
Konsistente Darstellung	1,0%	
Relation Antwortumfang und -ergebnis	4,0%	
Beratungserlebnis		5,0%
Mehrwert der Antwort	1,5%	
Erinnerungswert	3,5%	

7. Methodik

Serviceanalyse – Getestete Kontaktkanäle

Unternehmen	Internetseite	Telefonnummer	E-Mail-Adresse / Kontaktformular
Check24	www.check24.de	089 24241166	strom@check24.de, gas@check24.de
Hauspilot	www.hauspilot.de	02104 9576743	info@hauspilot.de
Mut-zum-Wechseln	www.mut-zum-wechseln.de	0211 59897840	info@mut-zum-wechseln.de / Kontaktformular
Preisvergleich.de	www.preisvergleich.de	0341 39373737 (Strom) 0341 39373733 (Gas)	strom@preisvergleich.de, gas@preisvergleich.de / Kontaktformular
Stromtipp.de	www.stromtip.de	0171 4392861	stromtipp@portalhaus.de / Kontaktformular
Stromvergleich.de	www.stromvergleich.de	0351 88880430	hilfe@stromvergleich.de
Verivox	www.verivox.de	0800 8080890	service@verivox.de / Kontaktformular
Testzeitraum	15. - 26. Oktober 2018	2. Oktober - 6. November 2018	4. - 16. Oktober 2018

7. Methodik

Preisanalyse – Vorgehensweise

Im Rahmen der Preisanalyse wurden die von den Tarifrechtern ermittelten und angezeigten Strom- und Gastarife für definierte Testprofile vergleichend bewertet. Als Grundlage dienten jeweils vier Kundenprofile mit vorgegebenen Merkmalen wie Jahresverbrauch oder Wohnfläche. Die Preise der günstigsten Tarife wurden am 16. und 17. Oktober 2018 stichtagsbezogen erhoben.

Mithilfe der Tarifrechner wurde für identische Profile in jeweils vier deutschen Großstädten der jeweils günstigste Tarif erfasst, den das Portal als Suchergebnis anzeigte. Dem Test in beiden Energiesegmente lagen somit insgesamt 32 Nutzerprofile zugrunde.

Dabei wurden lediglich Tarife bewertet, die keine explizit verbraucherunfreundlichen Vertragsbestandteile aufwiesen. Als solche wurden Tarife mit Kautionspflicht, Tarife mit Vorauszahlungspflicht, Tarifangaben unter Einberechnung von Boni und Pakettarife gekennzeichnet. Die Analyse erfolgte unter Zuhilfenahme der Filter- und Sortierungsoptionen des Portals, wodurch eine qualitative Komponente berücksichtigt wurde. Ermittelt wurde somit der jeweils günstigste „faire“ und vergleichbare Tarif.

7. Methodik

Preisanalyse – Vorgehensweise

Die Bewertung erfolgte in Abhängigkeit vom jeweils günstigsten Tarif. Das Unternehmen mit dem jeweils besten Wert erhielt 100 Punkte. Anbieter, deren Vergleichswerte mindestens 15 Prozent höher lagen, erhielten 0 Punkte. Die weiteren Preise wurden relativ zu den definierten Extrempunkten bewertet. Abschließend wurden die Punkte aller Nutzerprofile gleichgewichtet zusammengeführt.

Darüber hinaus erfolgte für beide Energiesegmente ein rein deskriptiver Vergleich mit den jeweils günstigsten Preisen der Grundversorger der vier Städte. Hierfür wurden die Jahreskosten pro Verbrauchsmenge beim Grundversorger erhoben und mit dem jeweils günstigsten Tarif, der im Rahmen der Preisanalyse von den Tarifrechtern ermittelt und angezeigt wurde, verglichen (siehe Anhang, Seite 53-54).

7. Methodik

Preisanalyse – Vorgehensweise

Für folgende Nutzerprofile wurden die günstigsten Angebote der Energievergleichsportale für vier deutsche Großstädte (10119 Berlin, 20148 Hamburg, 80333 München, 50667 Köln) erhoben und verglichen:

■ **Single-Haushalt**

Jahresverbrauch (Strom):	2.000 kWh
Jahresverbrauch (Gas):	7.000 kWh

■ **Zwei-Personen-Haushalt**

Jahresverbrauch (Strom):	3.500 kWh
Jahresverbrauch (Gas):	13.000 kWh

■ **Drei-Personen-Haushalt**

Jahresverbrauch (Strom):	5.000 kWh
Jahresverbrauch (Gas):	20.000 kWh

■ **Vier-Personen-Haushalt**

Jahresverbrauch (Strom):	7.000 kWh
Jahresverbrauch (Gas):	31.000 kWh

7. Methodik

Preisanalyse – Untersuchungskriterien

Preisanalyse		100,0%
Tarife Strom		50,0%
Tarife Gas		50,0%
Tarife Strom		100,0%
Single-Haushalt, 2.000 kWh/Jahr	25,0%	
Zwei-Personen-Haushalt, 3.500 kWh/Jahr	25,0%	
Drei-Personen-Haushalt, 5.000 kWh/Jahr	25,0%	
Vier-Personen-Haushalt, 7.000 kWh/Jahr	25,0%	
Tarife Gas		100,0%
Single-Haushalt, 7.000 kWh/Jahr	25,0%	
Zwei-Personen-Haushalt, 13.000 kWh/Jahr	25,0%	
Drei-Personen-Haushalt, 20.000 kWh/Jahr	25,0%	
Vier-Personen-Haushalt, 31.000 kWh/Jahr	25,0%	

	Seite
A. Tester-Erlebnisse	40
Positiv	40
Negativ	41
B. Internetauftritt	42
C. Telefonischer Service	43
D. Service per E-Mail	44
E. Preise	45
Stromtarife	45
Gastarife	49
Ersparnis Grundversorger Strom	53
Ersparnis Grundversorger Gas	54
F. Allgemeine Methodik (Servicetests)	55

F. Allgemeine Methodik

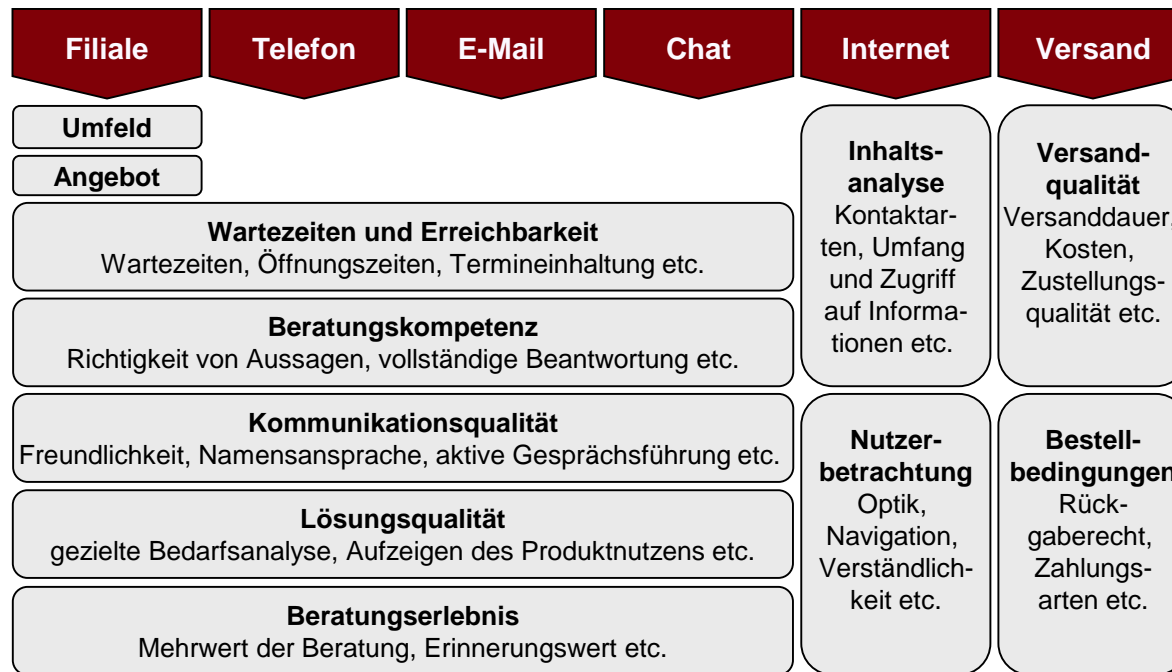
Service-tests

- **Ziel:** Analyse des Services und der Leistungen von Unternehmen aus Verbrauchersicht
- **Basis:** Standardisierte, objektiv nachprüfbare Messverfahren der SERVQUAL/SERVPERF-Methodik, Erweiterung des Modells um Erkenntnisse aus der Verhaltensökonomie
- **Analyse:** Mehrdimensionaler Ansatz; Berücksichtigung der für Kunden relevanten Kontaktkanäle (Filiale vor Ort, Telefon, E-Mail und Kontaktformular, Online-Chat, Internetpräsenz der Unternehmen, Versand)
- **Verfahren:** Datenerhebung mithilfe von Mystery-Tests (= aktive, verdeckte Beobachtung durch geschulte Tester, die als Kunden auftreten und nach einem festgelegten und standardisierten Kriterienkatalog vorgehen)
- **Mystery-Aktivitäten:** Testkäufe, Testberatungen, Testanrufe, Test-E-Mails, Test-Chat-Gespräche auf Basis streng definierter, branchenübergreifender Vorgaben hinsichtlich Fragebögen, Rollenspiele und Kundenprofile
- **Internetanalyse:** Qualitätsmessung anhand quantitativer Inhaltsanalysen durch Experten sowie Nutzerbetrachtungen durch geschulte Tester

F. Allgemeine Methodik

Service-tests

Die Abbildung zeigt die Hauptkriterien der Servicetests mit wesentlichen Unterkriterien:



- Bewertungen basieren auf standardisierter Likert-Skala mit fünf Ausprägungen
- Einheitliche Überführung ermittelter Daten in ein Punktesystem (0 bis 100 Punkte)
- Einordnung der Werte in Qualitätssurteilsschema von „sehr gut“ bis „mangelhaft“