

# DOKUMENTATION – Zusammenfassung

## Studie: Unabhängige Ökostromanbieter 2019



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“  
Im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv  
Hamburg, 5. April 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.).

Fotoquellen: Oliver Görnandt-Schade (2), Getty Images/Wavebreakmedia

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

	<b>Seite</b>
<b>1. Zahlen und Fakten zur Studie</b>	<b>5</b>
<b>2. Fazit</b>	<b>7</b>
<b>3. Die besten Unternehmen</b>	<b>8</b>
<b>4. Gesamtergebnis</b>	<b>9</b>
<b>5. Stärken und Schwächen der Branche</b>	<b>12</b>
<b>6. Ergebnisse der Unternehmen</b>	<b>14</b>
Service	14
Konditionen	16
<b>7. Methodik</b>	<b>18</b>
Service	20
Konditionen	29
<b>Anhang</b>	<b>32</b>

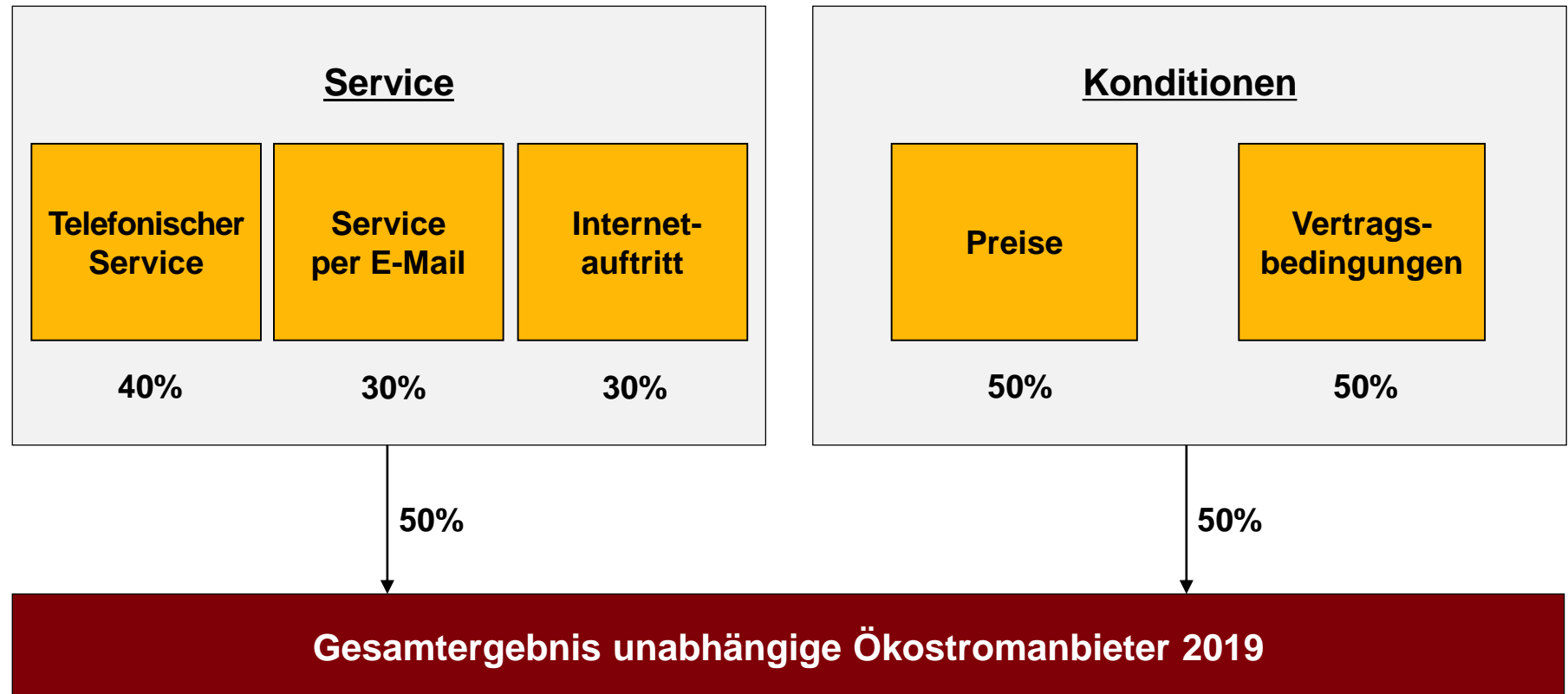
# 1. Zahlen und Fakten zur Studie

<b>Auftraggeber</b>	Nachrichtensender n-tv
<b>Studienumfang</b>	6 unabhängige Ökostromanbieter
<b>Studienzeitraum</b>	November 2018 bis April 2019
<b>Studienkonzept</b>	Erstellung in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Thomas Liebetruth (OTH Regensburg)
<b>Analysebereiche</b>	Service und Konditionen
Service*	Mystery-Tests <ul style="list-style-type: none"><li>■ 37 Stromanbieter, davon 6 unabhängige Ökostromanbieter</li><li>■ Insgesamt 1.147 Servicekontakte (31 je Anbieter)</li></ul>
Konditionen	Umfassende Bewertung von Preisen und Vertragsbedingungen der jeweils günstigsten ausgewiesenen Stromtarife (Vertragsbedingungen mit Datenstand: 8. Januar 2019. Preisdaten aus Berlin, Hamburg und München mit Datenstand: 26. März 2019)

\* Die Serviceanalyse fand im Rahmen der Studie Stromanbieter 2019 (DISQ) statt. Je Anbieter fanden zehn Analysen der telefonischen Kontaktqualität, zehn Analysen der E-Mail-Beantwortung sowie zehn Betrachtungen der Internetauftritte durch geschulte Nutzer statt. Zudem wurde die Auswertung um eine Inhaltsanalyse der Internetauftritte ergänzt. Es flossen 186 Servicekontakte zu unabhängigen Ökostromanbietern in das Ergebnis ein. Diese finden in der Studie unabhängige Ökostromanbieter 2019 Berücksichtigung.

# 1. Zahlen und Fakten zur Studie

## Bewertungskriterien und Gewichtungen



# 3. Die besten Unternehmen

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
<b>Gesamtergebnis unabhängige Ökostromanbieter</b>	Polarstern	Greenpeace Energy	Naturstrom
<b>Service</b>	<b>Greenpeace Energy</b>	Polarstern	Bürgerwerke
Telefonischer Service	Greenpeace Energy	Bürgerwerke	Polarstern
Service per E-Mail	Bürgerwerke	Polarstern	Greenpeace Energy
Internetauftritt	Lichtblick	Naturstrom	Greenpeace Energy
<b>Konditionen</b>	<b>EWS Schönau</b>	Polarstern	Greenpeace Energy
Preise	EWS Schönau	Lichtblick	Polarstern
Vertragsbedingungen	Polarstern	Naturstrom	EWS Schönau, Greenpeace Energy

# 4. Gesamtergebnis

## Unabhängige Ökostromanbieter

Ergebnis Unabhängige Ökostromanbieter			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	<b>Polarstern</b>	84,4	<b>sehr gut</b>
2	<b>Greenpeace Energy</b>	83,2	<b>sehr gut</b>
3	<b>Naturstrom</b>	80,4	<b>sehr gut</b>
4	<b>Bürgerwerke</b>	79,2	<b>gut</b>
5	<b>Lichtblick</b>	75,2	<b>gut</b>
6	<b>EWS Schönau</b>	69,9	<b>befriedigend</b>
	<b>Branche (Mittelwert)</b>	78,7	

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. Gesamtergebnis Unabhängige Ökostromanbieter

Ergebnis Unabhängige Ökostromanbieter			Service		Konditionen	
100%			50%		50%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	<b>Polarstern</b>	<b>84,4</b>	2	72,9	2	95,9
2	<b>Greenpeace Energy</b>	<b>83,2</b>	1	72,9	3	93,5
3	<b>Naturstrom</b>	<b>80,4</b>	5	67,6	4	93,3
4	<b>Bürgerwerke</b>	<b>79,2</b>	3	71,3	5	87,1
5	<b>Lichtblick</b>	<b>75,2</b>	4	68,5	6	81,9
6	<b>EWS Schönau</b>	<b>69,9</b>	6	43,5	1	96,2
	<b>Branche (Mittelwert)</b>	<b>78,7</b>		66,1		91,3

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.

# 7. Methodik

## Hintergrund der Studie

Der deutsche Strommarkt ist seit Jahren in Bewegung. Von 2008 bis 2018 verzeichnete das Statistische Bundesamt einen Anstieg des Strompreises für private Kunden in Deutschland um 39 Prozent.\* Zugleich steigt vor allem in privaten Haushalten der Stromverbrauch – trotz der Einführung von Effizienzstandards für elektrische Geräte als Folge der Ökodesign-Richtlinie.\*\*

Seit der Liberalisierung des Strommarkts 1998 hat sich in Deutschland die Auswahl an Versorgern enorm entwickelt. Ein privater Kunde kann durchschnittlich aus 167 Stromversorgern an seinem Wohnort wählen. Das bringt Freiheit mit sich, birgt aber auch Unsicherheitspotenzial. Oft ist es schwierig, zu entscheiden, welcher Tarif zu den Ansprüchen passt.

Relevant für einen möglichen Wechsel sind verschiedene Aspekte. Wichtige Kriterien sind der Preis, die Vertragsbedingungen und der gebotene Service. Vielen Interessenten ist wichtig, Ökostrom zu beziehen. Einen Schritt weiter gehen Verbraucher, für die ausschließlich unabhängige Anbieter in Frage kommen. Diese bieten ausschließlich Ökostromtarife an und treten nicht als Marke von konventionellen Anbietern auf. Sie haben keine eigentumsrechtlichen Verflechtungen mit einem konventionellen Stromkonzern oder sind keine Aktiengesellschaften mit konventionellen Versorgern als Anteilseigner (mindestens 25 Prozent). Die vorliegende Studie zeigt, welche dieser Stromanbieter in welchen Bereichen die besten Leistungen bieten.

\* Vgl.: Statistisches Bundesamt (2019): Preise Daten zur Energiepreisentwicklung - Lange Reihen von Januar 2005 bis Dezember 2018, S. 48, online unter: [https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/Preise/Energiepreise/EnergiepreisentwicklungPDF\\_5619001.pdf?\\_\\_blob=publicationFile](https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/Preise/Energiepreise/EnergiepreisentwicklungPDF_5619001.pdf?__blob=publicationFile), Abrufdatum: 01.02.2019.  
\*\* Vgl.: Arbeitsgemeinschaft Energiebilanzen: Auswertungstabellen zur Energiebilanz der Bundesrepublik Deutschland 1990 bis 2016, Stand: September 2017, Abrufdatum: 29.11.2018.

# 7. Methodik

## Untersuchungsumfang

Basis der Untersuchungsauswahl bildete das Sample der DISQ-Studie „Stromanbieter 2019“ mit 37 branchenrelevanten Anbietern. Neben den Grundversorgern der drei größten deutschen Städte (Berlin, Hamburg und München), Unternehmen mit Top-Platzierungen in der Vorstudie, besonders kostengünstige Unternehmen\* sowie Versorger mit außerordentlicher Marktrelevanz (gemessen am Energiemengenabsatz) waren insgesamt sechs unabhängige Ökostromanbieter Teil der Unternehmensauswahl.

Das Untersuchungssample dieser Studie umfasste jene sechs Stromversorger, die als unabhängige Ökostromanbieter im Sinne dieser Studie anzusehen sind:

- Bürgerwerke
- EWS Schönau
- Greenpeace Energy
- Lichtblick
- Naturstrom
- Polarstern

\* Die Sample-Recherche basierte auf Daten der Internet-Vergleichsportale Check.24 und Verivox.de. Ermittelt wurden die günstigsten Tarife, Ökostromtarife und nachhaltigen Ökostromtarife bei drei Verbrauchsmengen (2.000 kWh, 4.500 kWh, 5.000 kWh) in den Städten Berlin, Hamburg und München – ohne Bonuszahlungen, Vorkasse und Kautions (Stand der Daten: 14./15.11.2018).

# 7. Methodik

## Service – Rollenspiele

Bei den Mystery-Tests verwendeten die geschulten Testkunden für die Anfragen per Telefon und E-Mail spezifische Rollenspiele mit Fragestellungen zum Thema Stromversorgung. Die Rollenspiele kamen bei allen Unternehmen in der gleichen Verteilung zum Einsatz. Alle Anfragen wurden auf Interessentenbasis gestellt. Dabei ging es unter anderem um folgende Aspekte:

- Tarifempfehlung für ein vorgegebenes Verbraucherprofil
- Erklärung der Stromkennzeichnung
- Möglichkeit zum Widerruf des Stromantrags
- Einflussfaktoren auf den Strompreis
- Zuständigkeiten des Netzbetreibers
- Grundversorgung
- Erklärung und Informationen zur EEG-Umlage
- Tipps zum Stromsparen
- Kündigung des alten Stromanbieters bei einer Preiserhöhung

# 7. Methodik

## Service – Untersuchungskriterien

<b>Telefonischer Service</b>	<b>100,0%</b>	
<b>Beratungskompetenz</b>		<b>30,0%</b>
Richtigkeit der Aussagen	7,0%	
Vollständigkeit der Aussagen	6,0%	
Strukturierte Beratung	4,0%	
Individuelle Beratung	5,0%	
Inhaltliche Verständlichkeit	4,0%	
Glaubwürdigkeit des Beraters	4,0%	
<b>Lösungsqualität</b>		<b>20,0%</b>
Gezielte Bedarfsanalyse	5,0%	
Bedarfsgerechte Antworten	5,0%	
Aufzeigen des Kunden- oder Produktnutzens	4,0%	
Relation Gesprächsdauer und -ergebnis	2,0%	
Einfache Lösung des Anliegens	4,0%	

# 7. Methodik

## Service – Untersuchungskriterien

<b>Telefonischer Service (Fortsetzung)</b>		
<b>Kommunikationsqualität</b>		<b>20,0%</b>
Vollständige Meldeformel	1,5%	
Positive Gesprächseröffnung	1,5%	
Namensansprache	1,0%	
Aktive Gesprächsführung	2,5%	
Interaktionsqualität	2,5%	
Freundlichkeit	4,0%	
Motivation	3,0%	
Akustische Verständlichkeit	1,5%	
Positive Formulierungen	1,0%	
Positive Verabschiedung	1,5%	
<b>Wartezeiten und Erreichbarkeit</b>		<b>20,0%</b>
Zustande gekommene Gespräche im Erstkontakt	7,0%	
Durchschnittliche Wartezeit	7,0%	
Gesprächsannahme innerhalb von 20 Sekunden	3,0%	
Wöchentliche Erreichbarkeit	3,0%	
<b>Beratungserlebnis</b>		<b>10,0%</b>
Authentischer Berater	2,0%	
Gesprächsatmosphäre/Wohlfühlfaktor	2,0%	
Mehrwert der Beratung	2,0%	
Erinnerungswert	4,0%	

# 7. Methodik

## Service – Untersuchungskriterien

<b>Service per E-Mail</b>	<b>100,0%</b>	
<b>Beratungskompetenz</b>		<b>35,0%</b>
Richtigkeit der Aussagen	7,0%	
Vollständigkeit der Aussagen	6,0%	
Strukturierte Darstellung	4,0%	
Individuelle Antworten	6,0%	
Inhaltliche Verständlichkeit	4,5%	
Souveränität	4,5%	
Orthografisch und grammatikalisch fehlerfreie Antwort	3,0%	
<b>Lösungsqualität</b>		<b>20,0%</b>
Bedarfsgerechte Antworten	6,0%	
Aufzeigen des Kunden- oder Produktnutzens	4,0%	
Konsistente Darstellung	1,0%	
Relation Antwortumfang und -ergebnis	4,0%	
Einfache Lösung des Anliegens	5,0%	

# 7. Methodik

## Service – Untersuchungskriterien

Service per E-Mail (Fortsetzung)		
<b>Kommunikationsqualität</b>		<b>20,0%</b>
Eindeutige Absenderkennung	1,0%	
Betreffzeile entspricht Ursprungsanfrage	1,0%	
Anfragetext in Antwort enthalten	1,5%	
Positiver Einstieg	1,0%	
Anrede mit Namen	2,0%	
Dank für die Kontaktaufnahme	2,0%	
Freundlichkeit der Antwort	3,0%	
Optische Gestaltung	2,0%	
Positive Formulierungen	2,0%	
Aktives Gesprächsangebot	1,0%	
Positive Verabschiedung	2,0%	
Nennung wichtiger Kontaktdaten	1,5%	
<b>Wartezeiten und Erreichbarkeit</b>		<b>20,0%</b>
Zusendung einer Empfangsbestätigung	3,0%	
Eingegangene Antwort	7,0%	
Dauer bis zum Erhalt der Antwort	7,0%	
Zusendung einer Antwort in 24 Stunden	3,0%	
<b>Beratungserlebnis</b>		<b>5,0%</b>
Mehrwert der Antwort	1,5%	
Erinnerungswert	3,5%	



# 7. Methodik

## Service – Untersuchungskriterien

<b>Internetauftritt</b>		<b>100,0%</b>
Inhaltsanalyse		50,0%
Nutzerbetrachtung		50,0%
<b>Inhaltsanalyse Internet</b>		<b>100,0%</b>
<b>Spezielle Informationen und Funktionen</b>		<b>50,0%</b>
Tarifrechner (Ermittlung der Kosten des individuellen Verbrauchs)	5,0%	
Tarifvergleiche mit anderen Unternehmen	5,0%	
Vertragsabschluss online möglich*	4,0%	
Erläuterung der Rechnung (Musterbeispiel)	3,0%	
Kundendaten online ändern*	3,0%	
Rechnungen online einsehen*	3,0%	
Zählerstand online melden*	2,5%	
Anpassung der Abschlagszahlung online möglich (zumindest Erhöhung)*	2,5%	
Verbrauchshistorie auf einen Blick online einsehen*	3,0%	
Umfassende Strom-Energiespartipps	2,0%	
Stromkennzeichnung der Produkte (außerhalb der AGB)	2,0%	
Anzahl Klicks bis zum Tarifrechner	5,0%	
Anzahl Klicks bis zu den Energiespartipps	5,0%	
Anzahl Klicks bis zur Stromkennzeichnung	5,0%	

\* Diese Kriterien wurden im Rahmen einer offiziellen Unternehmensanfrage validiert.

# 7. Methodik

## Service – Untersuchungskriterien

Inhaltsanalyse Internet (Fortsetzung)		
<b>Allgemeine Informationen</b>		<b>30,0%</b>
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%	
<b>Kontaktinformationen</b>		<b>20,0%</b>
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

## Service – Untersuchungskriterien

<b>Nutzerbetrachtung Internet</b>		<b>100,0%</b>
<b>Bedienungsfreundlichkeit</b>		<b>50,0%</b>
Einfache und intuitive Navigation	16,7%*	
Übersichtlichkeit des Internetauftritts	16,7%*	
Optisch ansprechender Gesamteindruck	16,7%*	
<b>Inhalte</b>		<b>50,0%</b>
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

## Service – Getestete Kontaktkanäle

Unternehmen	Telefonnummer	E-Mail-Adresse / Kontaktformular	Internetseite
<b>Bürgerwerke</b>	06221 3928920	kundendialog@buergerwerke.de / Kontaktformular	<a href="https://buergerwerke.de/">https://buergerwerke.de/</a>
<b>EWS Schönau</b>	07673 88850	info@ews-schoenau.de / Kontaktformular	<a href="http://www.ews-schoenau.de">www.ews-schoenau.de</a>
<b>Greenpeace Energy</b>	040 808110600	info@greenpeace-energy.de / Kontaktformular	<a href="http://www.greenpeace-energy.de">www.greenpeace-energy.de</a>
<b>Lichtblick</b>	040 80803030	info@lichtblick.de / Kontaktformular	<a href="http://www.lichtblick.de">www.lichtblick.de</a>
<b>Naturstrom</b>	0211 77900300 / 0211 77900100	kundenservice@naturstrom.de / Kontaktformular	<a href="http://www.naturstrom.de">www.naturstrom.de</a>
<b>Polarstern</b>	089309 042911	info@polarstern-energie.de / Kontaktformular	<a href="http://www.polarstern-energie.de">www.polarstern-energie.de</a>
<b>Testzeitraum</b>	<b>28. November 2018 - 9. Januar 2019</b>	<b>28. November 2018 - 2. Januar 2019</b>	<b>2. Dezember 2018 - 11. Januar 2019</b>

# 7. Methodik

## Konditionen – Vorgehensweise

Im Rahmen der Konditionenanalyse wurden die Kosten der Stromversorgung in den drei größten deutschen Städten (Berlin, Hamburg, München) erhoben. Der vergleichenden Bewertung lagen pro Stadt vier unterschiedliche Verbrauchsmengen zu Grunde. Gegenstand der Analyse waren zudem die Vertragsbedingungen der für die Analyse herangezogenen Tarife.

Die entsprechenden Daten wurden stichtagbezogen am 26. März 2019 über Primärquellen (Websites der Unternehmen) erhoben. Dabei wurden die jeweils günstigsten Stromtarife berücksichtigt (ohne Bonuszahlungen und Neukunden-Rabatte).

Tarife mit längerfristiger Vorauskasse für einen definierten Zeitraum sowie Paket-Tarife, also die Zahlung für eine festgelegte Strommenge, fanden ebenso keine Berücksichtigung wie spezielle Angebote, die ausschließlich über Drittanbieter/Vermittler verfügbar waren. Tarife mit Kautionszahlung, bei denen vor Lieferbeginn ein Sonderabschlag zu leisten war, blieben ebenfalls unberücksichtigt. Produkte mit besonderen Auflagen oder Beschränkungen, offensichtlich zeitlich befristete Aktionen oder Sonderkonditionen für bestimmte Kundengruppen waren ausgeschlossen. Einmalige Bonuszahlungen flossen als Bewertungskriterium im Teilbereich der Vertragsbedingungen ein.

# 7. Methodik

## Konditionen – Vorgehensweise

In die Analyse konnten mehrere Tarife eines Unternehmens einfließen. Dies war dann der Fall, wenn der Stromversorger in den untersuchten Städten unterschiedliche Produkte anbot und das jeweils günstigste Produkt nicht identisch war. Zum anderen war dies möglich, wenn es vom Verbrauch abhing, welcher Tarif der günstigste war.

Die Analyse beinhaltete die Preise und Vertragsbedingungen der Tarife für vier unterschiedliche Jahresverbrauchsmengen (2.000 kWh / 3.500 kWh / 5.000 kWh / 7.000 kWh). Bei der Bewertung der erhobenen Preise erhielten Unternehmen mit dem jeweils günstigsten Angebot 100 Punkte. Stromanbieter, bei denen die Tarifkosten das günstigste Angebot im Test um mindestens die Hälfte (50,0 Prozent) überstiegen, erhielten 0 Punkte. Dazwischen liegende Preise wurden relativ zu den Extremen bewertet.

In der Konditionenanalyse wurden die Ergebnisse aus den separat ausgewerteten Städten Berlin, Hamburg und München zusammengeführt. Dabei lagen sowohl für die Preise als auch für die Vertragsbedingungen die Mittelwerte der im regionalen Vergleich erzielten Ergebnisse zu Grunde.

# 7. Methodik

## Konditionen – Untersuchungskriterien

Konditionen unabhängige Ökostromanbieter	100,0%	
<b>Preise (Berlin, Hamburg, München)*/**</b>		<b>50,0%</b>
Kosten für 2.000 kWh/Jahr (Single-Haushalt)	12,5%	
Kosten für 3.500 kWh/Jahr (Zwei-Personen-Haushalt)	12,5%	
Kosten für 5.000 kWh/Jahr (Familien-Haushalt)	12,5%	
Kosten für 7.000 kWh/Jahr (Großfamilien-Haushalt)	12,5%	
<b>Vertragsbedingungen (Berlin, Hamburg, München)*</b>		<b>50,0%</b>
Vertragslaufzeit	16,7%	
Kündigungsfrist	11,7%	
Automatische Vertragsverlängerung nach Ende der Erstlaufzeit	8,3%	
Laufzeit der Preisgarantie	8,3%	
Ausgestaltung der Preisgarantie***	5,0%	

\* Die Bewertungen der Preise und Vertragsbedingungen in den einzelnen Städten flossen gleichgewichtet in das Ergebnis ein.

\*\* Wurde zu einer Verbrauchsmenge kein passender Tarif angeboten, flossen die Bewertungen der übrigen Tarife gleichgewichtet in das Ergebnis ein.

\*\*\* Es wurde zwischen vier Ausprägungen differenziert: keine Preisgarantie, Energiepreisgarantie (mindestens Energiekostenanteil); eingeschränkte Preisgarantie (mindestens Energiekostenanteil inklusive Netzentgelt); Preisgarantie (sämtliche Preisbestandteile mit Ausnahme der MwSt. sowie der Energiesteuer).

	<b>Seite</b>
<b>A. Tarifübersicht</b>	<b>33</b>
<b>B. Tarifkosten</b>	<b>34</b>
Sparpotenzial	35
<b>C. Allgemeine Methodik (Servicetests)</b>	<b>36</b>



# A. Tarifübersicht

Unternehmen	Stromtarif
Bürgerwerke	Bürgerstrom
EWS Schönau	Ökostrom
Greenpeace Energy	Ökostrom aktiv
Lichtblick	Lichtblick-Strom
Naturstrom	naturstrom
Polarstern	Wirklich Ökostrom
	<b>Stand der Daten: 08.01.2019</b>

# C. Allgemeine Methodik

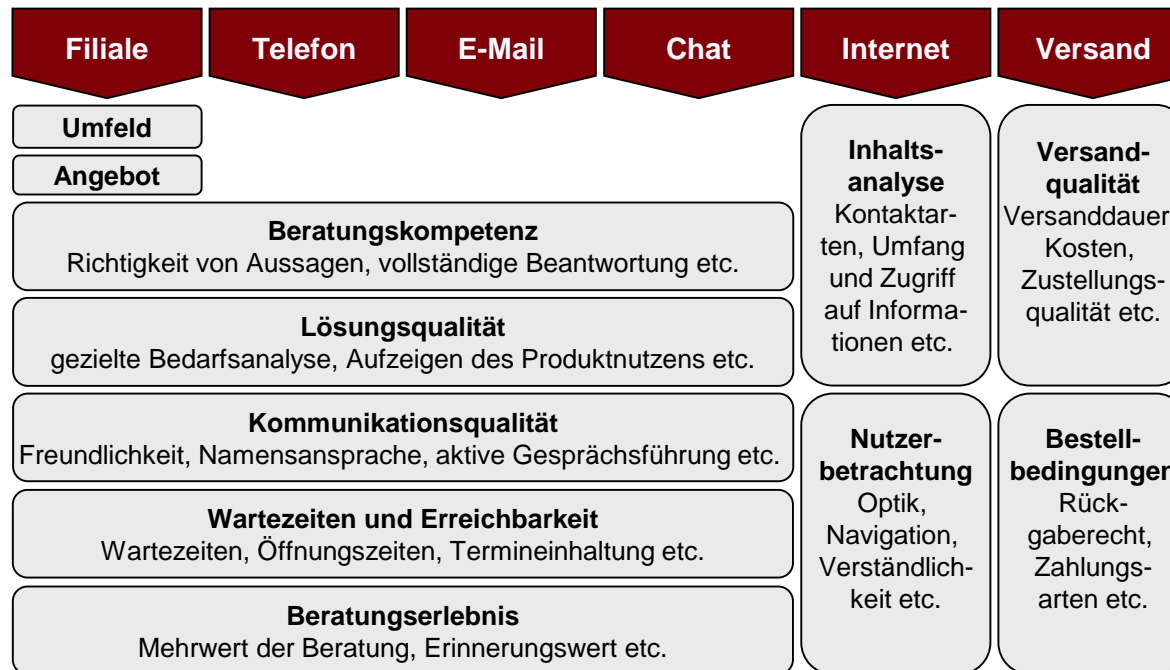
## Service-tests

- **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

# C. 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“