

DOKUMENTATION

Servicestudie: Wärmepumpenstrom-Anbieter 2022



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“
Im Auftrag des Nachrichtensenders ntv
Hamburg, 3. November 2022

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

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 Mystery-Shopping-Studien, Tests und Kundenbefragungen auf Basis standardisierter, objektiver und aktueller Marktforschungsmethodik
Mitarbeiter	Expertenteam aus Ökonomen, Soziologen und Psychologen sowie über 2.000 geschulte Testerinnen und Tester in ganz Deutschland
Beirat	Vorsitz: Brigitte Zypries / Bundesministerin a. D. (Wirtschaft und Justiz) Jochen Dietrich / Journalist, Experte ntv Wirtschaftsmagazine Marianne Voigt / Unternehmerin, Aufsichtsrätin
Verantwortung	Partnerschaft mit myclimate, Auszeichnung für Klimaneutralität

Inhaltsverzeichnis

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

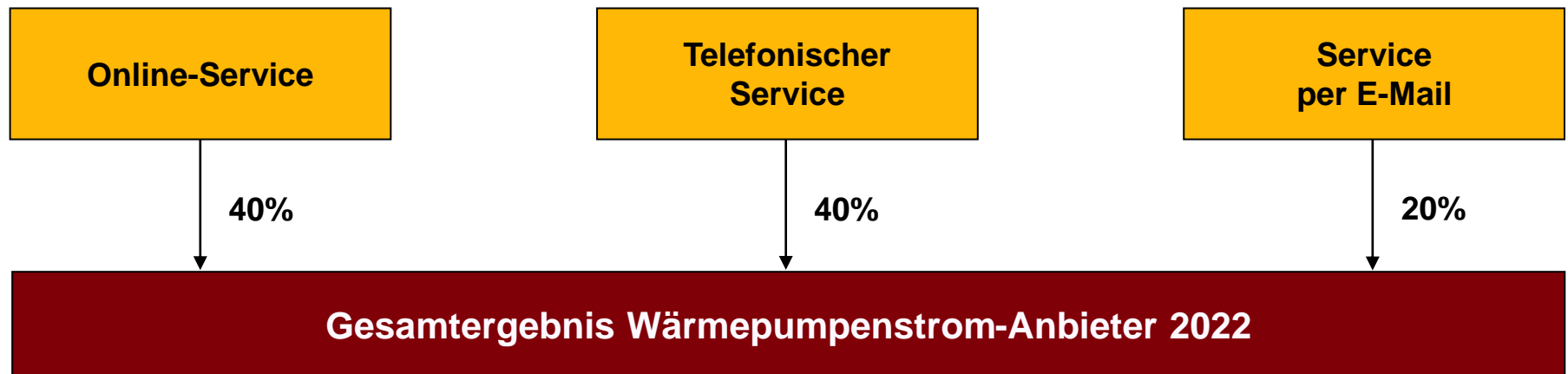
	Seite
1. Zahlen und Fakten zur Studie	5
2. Fazit	7
3. Gesamtergebnis	8
4. Die besten Unternehmen	10
5. Stärken und Schwächen der Branche	12
Online-Service	13
Telefonischer Service	14
Service per E-Mail	15
6. Methodik	16
Anhang	27

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Auftraggeber	Nachrichtensender ntv
Studienumfang	9 Wärmepumpenstrom-Anbieter
Studienzeitraum	Juli bis Oktober 2022
Studienkonzept	Erstellung in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Thomas Liebetruh (OTH Regensburg)
Analysebereiche	Service
Serviceanalyse	Mystery-Tests, insgesamt 279 Servicekontakte (31 je Anbieter) <ul style="list-style-type: none">■ 99 Analysen des Online-Service:<ul style="list-style-type: none">■ 9 Analysen der Internetauftritte■ 90 Betrachtungen der Internetauftritte durch geschulte Nutzer (10 je Anbieter)■ 90 Analysen der telefonischen Kontaktqualität (10 je Anbieter)■ 90 Analysen der E-Mail-Beantwortung (10 je Anbieter)

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Bewertungskriterien und Gewichtungen



3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Wärmepumpenstrom-Anbieter			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Knauber Strom	74,7	gut
2	Stadtwerke Flensburg	66,2	befriedigend
3	NEW Energie	65,1	befriedigend
4	Q Cells	55,4	ausreichend
5	Lichtblick	53,5	ausreichend
6	EnBW	52,1	ausreichend
7	Yello Strom	51,0	ausreichend
8	Vishare EMS (Viessmann)	50,3	ausreichend
9	Vattenfall	45,7	ausreichend
	Branche (Mittelwert)	57,1	

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.

3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Wärmepumpenstrom-Anbieter			Online-Service		Telefonischer Service		Service per E-Mail	
100%			40%		40%		20%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Knauber Strom	74,7	4	72,8	1	74,7	1	78,6
2	Stadtwerke Flensburg	66,2	3	74,1	3	62,3	4	58,2
3	NEW Energie	65,1	1	76,0	6	53,5	2	66,4
4	Q Cells	55,4	8	59,9	7	51,7	5	53,9
5	Lichtblick**	53,5	5	70,3	2	63,5	6	0,0
6	EnBW**	52,1	2	74,8	5	55,5	6	0,0
7	Yello Strom**	51,0	6	69,4	4	58,1	6	0,0
8	Vishare EMS (Viessmann)	50,3	9	51,3	9	42,4	3	64,1
9	Vattenfall**	45,7	7	64,6	8	49,7	6	0,0
	Branche (Mittelwert)	57,1		68,1		56,8		35,7

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.

** Das Unternehmen beantwortete im Testzeitraum weniger als die Hälfte der E-Mail-Anfragen. Der Service per E-Mail wurde deshalb mit null Punkten bewertet.

4. Die besten Unternehmen

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
Gesamtergebnis	Knauber Strom	Stadtwerke Flensburg	NEW Energie
Online-Service	NEW Energie	EnBW	Stadtwerke Flensburg
Telefonischer Service	Knauber Strom	Lichtblick	Stadtwerke Flensburg
Service per E-Mail	Knauber Strom	NEW Energie	Vishare EMS (Viessmann)

6. Methodik

Hintergrund der Studie

In den deutschen Haushalten hat die winterliche Heizperiode begonnen – unterschiedlich sind jedoch die Heizungsarten. Knapp die Hälfte aller Haushalte nutzen hierzulande Gas als Energieträger (49,5 Prozent), fast jeder vierte Haushalt greift auf Heizöl (24,8 Prozent) zurück. Während das Heizen mit Öl stetig rückläufig ist, steigt die Wärmegewinnung mittels Elektrowärmepumpen kontinuierlich an. So nutzten im Jahr 2021 bereits 2,8 Prozent der deutschen Haushalte Elektrowärmepumpen.* Dieser Anteil ist somit zwar noch vergleichsweise gering, die Beheizungsstruktur in Neubauten deutet aber einen neuen Trend an: In 45,8 Prozent der im Jahr 2020 neu gebauten Wohngebäuden wurden Wärmepumpen installiert.**

Eine Wärmepumpe erzeugt Heizungswärme und gegebenenfalls auch Warmwasser zu 75 Prozent aus Umgebungsenergie aus Luft, Erde oder Wasser und nur zu 25 Prozent aus Antriebsenergie aus Strom und ist damit eine umweltfreundliche sowie von Erdgaslieferungen unabhängige Alternative zur herkömmlichen Heizung.***

Um aus Interessentensicht festzustellen, welche Anbieter von Wärmepumpenstrom-Tarifen einen guten Service über die Kontaktkanäle Internet, Telefon und E-Mail bieten, wurde im Rahmen dieser Studie eine umfassende Analyse relevanter Unternehmen vorgenommen.

- * Vgl. BDEW (01/2022): Energiewirtschaftliche Entwicklungen – Quartalsbericht. Online unter: https://www.bdew.de/media/documents/BDEW_Publikation_Energiewirtschaftliche_Entwicklung_2022_Q1_NDDdpUn.pdf (Abrufdatum: 10.10.2022).
- ** Vgl. Bundesverband der Energie- und Wasserwirtschaft e.V (2022): Entwicklung des Wärmeverbrauchs in Deutschland. Seite 29. Online unter: https://www.bdew.de/media/documents/W%C3%A4rmeverbrauchsanalyse_Foliensatz_2022_final.pdf (Abrufdatum: 05.10.2022).
- *** Vgl. BAFA/Bosch Thermotechnik/Bundesverband Wärmepumpe: Wärmepumpen erobern den Heizungskeller (2019). Online unter: <https://de.statista.com/infografik/17298/waermepumpen-erobern-den-heizungskeller/> (Abrufdatum: 05.10.2022).

6. Methodik

Untersuchungsumfang

Im Rahmen dieser Studie wurden überregionale Anbieter untersucht, die in den drei größten Städten Deutschlands zum Testzeitpunkt ein Versorgungsangebot im Bereich Wärmepumpenstrom auch für Neukunden bereitstellten.* Die Identifizierung relevanter Marktteilnehmer erfolgte über eine umfangreiche Internetrecherche, wobei die aus durchgeführten Studien gewonnene fachspezifische Expertise des Deutschen Instituts für Service-Qualität einfluss.

Die Untersuchungsauswahl setzte sich wie folgt zusammen (in alphabetischer Reihenfolge):

- EnBW
- Knauber Strom
- Lichtblick
- NEW Energie
- Q Cells
- Stadtwerke Flensburg
- Vattenfall
- Vishare EMS (Viessmann)
- Yello Strom

* Berlin, Hamburg und München. Versorger, die hier zum Erhebungszeitpunkt kein Neukunden-Angebot bereitstellten, fanden somit keine Berücksichtigung.

6. 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 das Thema Wärmepumpenstrom. Diese Rollenspiele kamen bei allen Unternehmen in der gleichen Verteilung zum Einsatz. Alle Anfragen wurden auf Interessentenbasis gestellt und hatten unter anderem folgende Themen zum Inhalt:

- Voraussetzungen für den Bezug von Wärmestrom
- Notwendige Angaben bei der Tarifauswahl
- Kosten für die Stromversorgung mit Wärmepumpenstrom
- Sonderkündigungsrecht
- Bedeutung von HT und NT auf dem Stromzähler
- Grundversorgung durch die örtlichen Stadtwerke
- Sperrzeiten/temporäres Abstellen des Stroms durch den Netzbetreiber
- Aufgaben des Netzbetreibers
- Unterschiede zwischen Eintarif- und Zweitarifzähler

6. Methodik

Untersuchungskriterien

Online-Service		100,0%
Internetanalyse		50,0%
Nutzerbetrachtung		50,0%
Internetanalyse		100,0%
Spezielle Informationen und Funktionen		50,0%
Tarifrechner für Wärmepumpenstrom (Ermittlung der Kosten des individuellen Verbrauchs)	5,0%	
Informationen zum Wegfall der EEG-Umlage	3,0%	
Informationen zum Anbieterwechsel	3,0%	
Hinweis zum Thema Versorgungsunterbrechung/Sperrzeiten	3,0%	
Erläuterung der Rechnung (Musterbeispiel)	3,0%	
Erläuterung zur gemeinsamen/getrennten Messung von Haushalts- und Heizstrom	3,0%	
Erläuterung zu Eintarif- und Doppeltarifzähler	3,0%	
Erläuterung Hochtarif (HT) und Niedertarif (NT)	3,0%	
Erläuterung zur Preiszusammensetzung	3,0%	
Allgemeine Informationen über Stromverbrauch von Wärmepumpen (Modellberechnung o. ä.)	3,0%	
Umfassende Energiespartipps (Hinweise zu Beleuchtung, Kühlen, Waschen, Heizen, Angabe Sparpotenzial in Euro)	3,0%	
Anzahl Klicks bis zum Tarifrechner	5,0%	
Anzahl Klicks bis zu den Energiespartipps	5,0%	
Anzahl Klicks bis zur Erläuterung der Rechnung	5,0%	

6. Methodik

Untersuchungskriterien

Internetanalyse (Fortsetzung)		
Allgemeine Informationen		30,0%
AGB/Rechtliches	4,0%	
FAQ/Hilfebereich	3,5%	
Glossar	2,5%	
Suchfunktion	2,5%	
Sitemap/Seitenbeschreibung	2,5%	
Newsletter	2,5%	
Mobiloptimierte Website	2,5%	
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%	

6. Methodik

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.

6. Methodik

Untersuchungskriterien

Telefonischer Service	100,0%	
Beratungskompetenz		30,0%
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%	
Lösungsqualität		20,0%
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%	

6. Methodik

Untersuchungskriterien

Telefonischer Service (Fortsetzung)		
Kommunikationsqualität		20,0%
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%	
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%	
Beratungserlebnis		10,0%
Authentischer Berater	2,0%	
Gesprächsatmosphäre/Wohlfühlfaktor	4,0%	
Mehrwert der Beratung	2,0%	
Erinnerungswert	2,0%	

6. Methodik

Untersuchungskriterien

Service per E-Mail	100,0%	
Beratungskompetenz		35,0%
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%	
Lösungsqualität		20,0%
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%	

6. Methodik

Untersuchungskriterien

Service per E-Mail (Fortsetzung)		
Kommunikationsqualität		20,0%
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%	
Wartezeiten und Erreichbarkeit		20,0%
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%	
Beratungserlebnis		5,0%
Mehrwert der Antwort	1,5%	
Erinnerungswert	3,5%	

6. Methodik

Getestete Kontaktkanäle

Unternehmen	Internetseite	Telefonnummer	E-Mail-Adresse
EnBW	www.enbw.com	0721 72586001 / 0721 72586003	kontakt@enbw.com / Kontaktformular
Knauber Strom	www.knauberstrom.de	0228 512785	stromberatung@knauber.de / Kontaktformular
Lichtblick	www.lichtblick.de	040 80803030	info@lichtblick.de
NEW Energie	www.new-energie.de	02166 2752750	Kontaktformular
Q Cells	https://energie.q-cells.de	03494 3864444	service@energie.q-cells.de / Kontaktformular
Stadtwerke Flensburg	www.stadtwerke-flensburg.de	0461 4874455	service@stadtwerke-flensburg.de / Kontaktformular
Vattenfall	www.vattenfall.de	040 180409092	Kontaktformular
Vishare EMS (Viessmann)	https://vishare.viessmann.de	06452 700	energycommunity@viessmann.com
Yello Strom	www.yello.de	0221 27117777	immerda@yello.de / Kontaktformular
Testzeitraum	18. Juli - 17. August 2022	19. Juli - 25. August 2022	1. August - 9. September 2022

	Seite
A. Test-Erlebnisse	28
Positiv	28
Negativ	29
B. Online-Service	30
C. Telefonischer Service	31
D. Service per E-Mail	32
E. Tarifkosten-Stichprobe	33
F. Allgemeine Methodik (Servicetests)	34
G. Klimaneutralität	36

F. Allgemeine Methodik

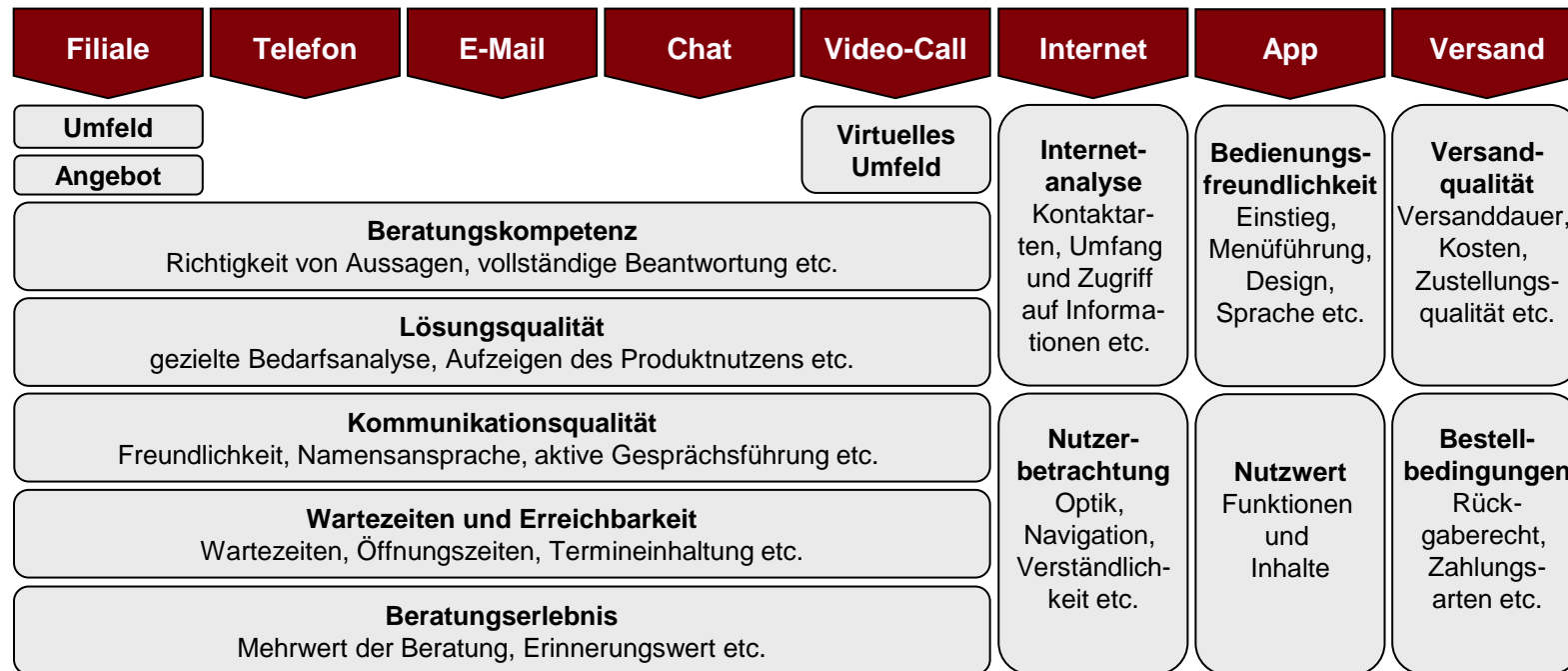
Service-tests

- **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 Kundinnen und Kunden relevanten Kontaktkanäle (Filiale vor Ort, Telefon, E-Mail und Kontaktformular, Online-Chat, App, Video-Call, Internetpräsenz der Unternehmen, Versand)
- **Verfahren:** Datenerhebung mithilfe von Mystery-Tests (= aktive, verdeckte Beobachtung durch geschulte Testerinnen und Tester, die als Kunden auftreten und nach einem festgelegten und standardisierten Kriterienkatalog vorgehen)
- **Mystery-Aktivitäten:** Testkäufe, Testberatungen, Testanrufe, Test-E-Mails, Test-Chats, Test-Video-Calls, Test-App-Analysen auf Basis streng definierter, branchenübergreifender Vorgaben hinsichtlich Fragebögen, Rollenspiele und Kundenprofile
- **Online-Service:** Qualitätsmessung anhand quantitativer Internetanalysen durch Expertenteam sowie Nutzerbetrachtungen durch geschulte Testerinnen und Tester

F. Allgemeine Methodik

Service-tests

Die Abbildung zeigt die Hauptkriterien der Servicetests mit wesentlichen Unterkriterien:



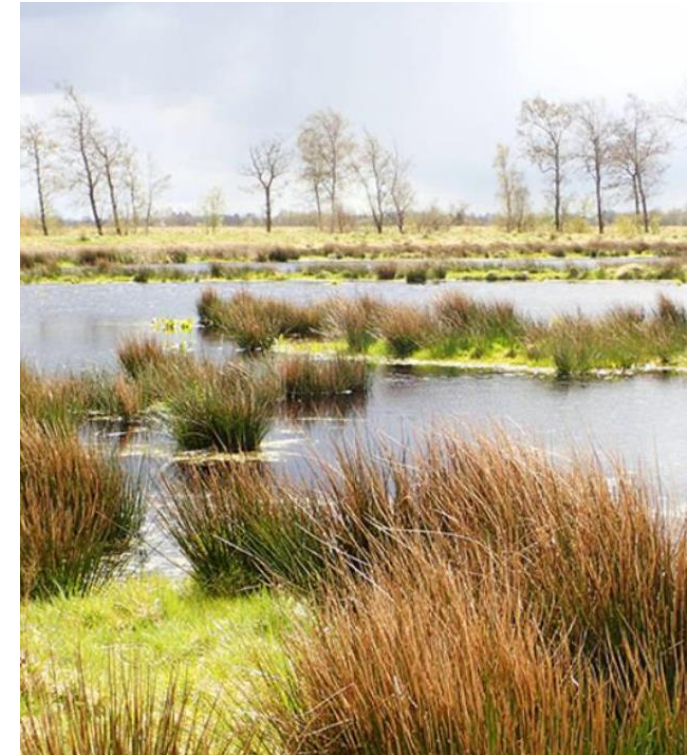
- Bewertungen basieren auf standardisierter Likert-Skala mit fünf Ausprägungen
- Einheitliche Überführung ermittelter Daten in ein Punktesystem (0 bis 100 Punkte)
- Einordnung der Werte in Qualitätssurteilsschema von „sehr gut“ bis „mangelhaft“

G. Klimaneutralität

Auszeichnung durch myclimate



- Jährliche Berechnung des CO₂-Fußabdrucks des DISQ durch Umweltexperten von myclimate
- Regelmäßige Prüfung und Umsetzung weiterer CO₂-Reduktionsmaßnahmen
- Kompensation aller aktuell unvermeidbaren CO₂-Emissionen in einem Projekt zur Renaturierung des Königsmoores in Schleswig-Holstein
- Nachhaltigkeit als Teil der Unternehmenskultur
- Mehr dazu online unter: disq.de/klima



Aktuelles Projekt: Wiedervernässung von Hochmoorgrünland im Königsmoor in Schleswig-Holstein