

DOKUMENTATION – Zusammenfassung

Studie: Energietarif-Wechselportale 2019



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“
Im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv
Hamburg, 11. Dezember 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 Dokumentation 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 Servicestudien, Tests und Kundenbefragungen auf Basis standardisierter, objektiver und aktueller Marktforschungsmethodik
Mitarbeiter	Expertenteam aus Ökonomen, Soziologen und Psychologen sowie über 2.000 geschulte Tester in ganz Deutschland
Beirat	Vorsitz: Brigitte Zypries / Bundesministerin a. D. (Wirtschaft und Justiz) 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	6
2. Fazit	9
3. Gesamtergebnis	10
4. Die besten Unternehmen	12
5. Stärken und Schwächen der Branche	14
Internetauftritt	15
Telefonischer Service	16
Service per E-Mail	17
Leistungsanalyse	18
Angebotsanalyse	19

Inhaltsverzeichnis

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

	Seite
6. Ergebnisse der Unternehmen	20
Serviceanalyse	20
Leistungsanalyse	22
Angebotsanalyse	23
7. Methodik	25
Serviceanalyse	27
Nutzerprofile	36
Leistungsanalyse	38
Angebotsanalyse	40
Anhang	43

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Auftraggeber	Nachrichtensender n-tv
Studienumfang	10 Energietarif-Wechselportale
Studienzeitraum	August bis November 2019
Studienkonzept	Erstellung in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Thomas Liebetruh (OTH Regensburg)
Analysebereiche	Service, Leistungen, Angebot
Serviceanalyse	Mystery-Tests, insgesamt 290 Test-Kontakte (31* je Anbieter) <ul style="list-style-type: none">■ 10 Internetanalysen durch geschulte Nutzer (1 je Anbieter)■ 100 Betrachtungen der Internetauftritte durch geschulte Nutzer (10 je Anbieter)■ 90* Analysen der telefonischen Kontaktqualität (10 je Anbieter)■ 100 Analysen der E-Mail-Beantwortung (10 je Anbieter)

* Ein Unternehmen bot im Testzeitraum keine telefonische Hotline für Interessenten an. Der telefonische Service wurde deshalb nicht getestet.

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Leistungsanalyse

Analyse des Ablaufs der Tarifauswahl, einschließlich Zusenden und Eingang des Angebotes, sowie die Bedingungen des Wechselservices.

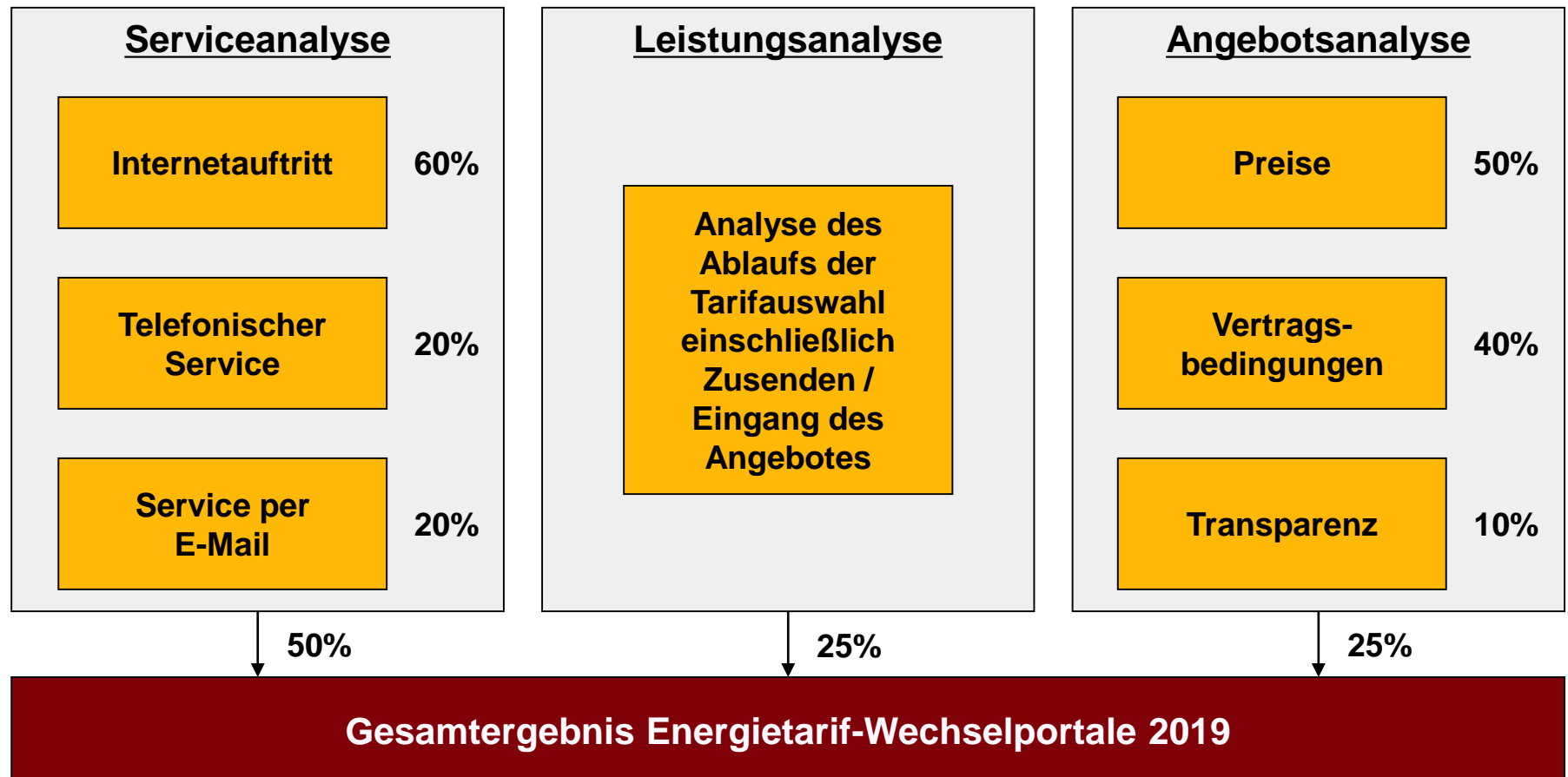
Angebotsanalyse

Umfassende Bewertung von Preisen und Vertragsbedingungen der jeweils günstigsten vermittelten Strom- und Gastarife für jeweils acht verschiedene Nutzerprofile. Darüber hinaus Prüfung der Transparenz der Angebote aus Verbrauchersicht.

Erhebungszeitraum: 6. bis 16. September 2019.

1. Zahlen und Fakten zur Studie

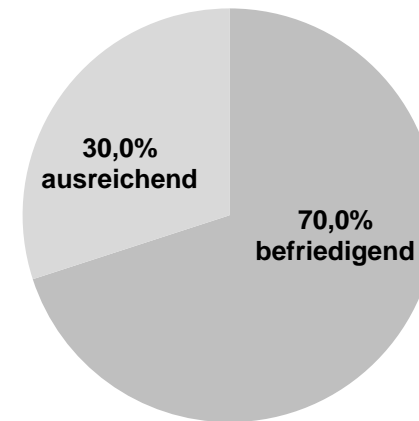
Bewertungskriterien und Gewichtungen



3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Energietarif-Wechselportale			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Esave	69,1	befriedigend
2	Wechselfabrik	68,9	befriedigend
3	Switchup.de	68,1	befriedigend
4	Cheapenergy24	68,1	befriedigend
5	Wechselpilot	67,0	befriedigend
6	Remind.me	62,3	befriedigend
7	Wechselstrom-ac.de	60,8	befriedigend
8	Energyhopper	58,0	ausreichend
9	Wechselfuchs	56,0	ausreichend
10	Switchandsave	55,1	ausreichend
	Branche (Mittelwert)	63,3	

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 Energietarif-Wechselportale			Serviceanalyse		Leistungsanalyse		Angebotsanalyse	
100%			50%		25%		25%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Esave	69,1	3	72,6	6	60,3	2	70,7
2	Wechselfabrik	68,9	4	69,2	2	73,0	6	64,3
3	Switchup.de	68,1	7	60,7	1	79,3	1	71,7
4	Cheapenergy24	68,1	2	72,8	5	61,0	5	65,6
5	Wechselpilot	67,0	1	77,3	3	68,3	10	45,0
6	Remind.me	62,3	5	67,3	6	60,3	8	54,0
7	Wechselstrom-ac.de	60,8	8	54,9	4	65,0	4	68,3
8	Energyhopper	58,0	6	67,2	10	45,3	9	52,2
9	Wechselfuchs	56,0	9	52,5	8	57,0	7	61,9
10	Switchandsave	55,1	10	52,3	9	46,0	3	69,6
	Branche (Mittelwert)	63,3		64,7		61,6		62,3

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.

4. Die besten Unternehmen

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
Gesamtergebnis	Esave	Wechselfabrik	Switchup.de
Serviceanalyse	Wechselpilot	Cheapenergy24	Esave
Internetauftritt	Wechselpilot	Cheapenergy24	Switchup.de
Telefonischer Service	Wechselpilot	Wechselfabrik	Esave
Service per E-Mail	Switchup.de	Wechselpilot	Energyhopper
Leistungsanalyse	Switchup.de	Wechselfabrik	Wechselpilot
Angebotsanalyse	Switchup.de	Esave	Switchandsave
Preise	Wechselfabrik	Wechselstrom-ac.de	Energyhopper
Vertragsbedingungen	Switchup.de	Cheapenergy24, Esave, Switchandsave	-
Transparenz	Esave, Wechselfabrik	-	Wechselstrom-ac.de

7. Methodik

Hintergrund der Studie

Die Kosten für die Strom- und Gasnutzung für private Endverbraucher sind in den letzten Jahren gestiegen.^{*/**} Kaum verwunderlich ist daher, dass 2018 immerhin 9,75 Millionen Personen ihren Stromanbieter gewechselt haben.^{***} Auch der Anteil der Kunden, die den Gasanbieter gewechselt haben, steigt seit 2014 kontinuierlich.^{****} Um unnötige Ausgaben zu vermeiden, ist jedoch ein regelmäßiger Vergleich und ggf. ein Wechsel des Energieanbieters sinnvoll.^{*****}

Bei der Vielfalt an Strom- und Gasanbietern und den jeweiligen Tarifen verliert man leicht den Überblick. Will man dennoch immer den passenden, fairsten und günstigsten Tarif beziehen, muss für die Recherche Zeit aufgewendet werden. Um sich diesen Aufwand zu ersparen, kann auf Energietarif-Wechselportale zurückgegriffen werden. Das sind Anbieter, die den Strom- und Gasversorger-Markt stets im Auge behalten und damit dynamisch auf jeweilige Anpassungen reagieren können – unter Beachtung der aktuellen Vertragslaufzeiten. Sie wechseln den Vertrag dann selbstständig oder zeigen eine Wechsellmöglichkeit auf.

Ziel der Studie war es, das Energietarif-Wechselportal mit dem besten Service, den kundenfreundlichsten Leistungen und dem ansprechendsten Angebot zu identifizieren.

* Vgl. Verivox, Verivox-Verbraucherpreisindex: Strompreis für Privathaushalte in Deutschland bei einem Stromverbrauch von 4.000 kWh in den Jahren 2004 bis 2019 (in Euro) <https://www.verivox.de/verbraucheratlas/strompreise-deutschland/> (Abrufdatum: 08.08.2019)

** Vgl. Verivox, Verivox-Verbraucherpreisindex: Gaspreis für Privathaushalte in Deutschland bei einem Gasverbrauch von 20.000 kWh in den Jahren 2005 bis 2019 (in Euro) <https://www.verivox.de/verbraucherpreisindex-gas/> (Abrufdatum: 08.08.2019)

*** Vgl. VuMA. (2018): Bevölkerung in Deutschland nach Bereitschaft, den Stromanbieter zu wechseln, von 2015 bis 2018 (in Millionen), online unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/181625/umfrage/absicht-den-stromanbieter-zu-wechseln/> (Abrufdatum: 19.08.2019).

**** Vgl. VuMA (2018): Gaskunden in Deutschland nach Absicht, den Gasanbieter zu wechseln, von 2014 bis 2018. online unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/249640/umfrage/absicht-den-gasanbieter-zu-wechseln/> (Abrufdatum: 19.08.2019).

***** Vgl. Finanztip (2019): Wie Sie einen guten Gasvertrag finden und abschließen, online unter: <https://www.finanztip.de/gaspreisvergleich/gasanbieter-wechseln/> (Abrufdatum: 08.08.2019).

7. Methodik

Untersuchungsumfang

Das Untersuchungssample setzte sich aus Energietarif-Wechselportalen zusammen, die im Fokus den gesamten Prozess des Strom- und Gasanbieterwechsels betreuen. Abgrenzend zu Vergleichsportalen, die diese Betreuung ebenfalls anbieten, führen Energietarif-Wechselportale darüber hinaus eine regelmäßige Überprüfung der abgeschlossenen Verträge durch. Für eine Berücksichtigung im Sample musste der Wechselservice mindestens für Strom und Gas angeboten werden. Darüber hinaus wurden nur Unternehmen aufgenommen, die Kunden ein unverbindliches Angebot zur Verfügung stellen, ohne dass der Wechsel direkt beauftragt wird.

Folgende zehn Energietarif-Wechselportale wurden mittels Online-Recherche sowie anhand themenrelevanter Untersuchungen* identifiziert und in das Sample aufgenommen (in alphabetischer Reihenfolge):

- Cheapenergy24
- Energyhopper
- Esave
- Remind.me
- Switchandsave
- Switchup.de
- Wechselfabrik
- Wechselfuchs
- Wechselpilot
- Wechselstrom-ac.de

* Etwa von der Verbraucherzentrale Niedersachsen, vgl. Verbraucherzentrale Niedersachsen e. V. (2018): Wechseln lassen statt selber wechseln, online unter: https://www.marktwaechter-energie.de/wp-content/uploads/2018/05/Untersuchungsbericht_Wechselservices.pdf (Abrufdatum: 08.08.2019).

7. Methodik

Serviceanalyse – Rollenspiele

Bei den Mystery-Tests verwendeten die geschulten Testkunden für die Anfragen per Telefon und E-Mail spezifische Rollenspiele mit Fragestellungen aus dem Themenbereich Strom- und Gasanbieterwechsel. Alle Anfragen wurden auf Interessentenbasis gestellt und hatten unter anderem folgende Themen zum Inhalt:

- Kosten des Wechselservices
- Kriterien für Empfehlung von Energieversorgern
- Eventuelle notwendige technische Veränderungen nach einem Anbieterwechsel
- Ablauf des Anbieterwechsels
- Unverbindlichkeit von Tarifempfehlungen
- Nutzen eines regelmäßigen Anbieterwechsels
- Benötigte Daten für den Wechsel
- Auszahlung eines Neukundenbonus
- Kündigung im Falle einer Preiserhöhung oder eines Umzugs
- Berechnung der Kostenersparnis bei einem Anbieterwechsel

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Internetauftritt	100,0%
Inhaltsanalyse	50,0%
Nutzerbetrachtung	50,0%

Inhaltsanalyse Internet	100,0%
Spezielle Informationen und Funktionen	50,0%
Informationen zum Ablauf des Wechselservices	5,0%
Informationen über Häufigkeit der Tarifoptimierung	2,5%
Informationen zur Finanzierung des Portals/des Services	3,5%
Informationen zu den Auswahlkriterien der empfohlenen Tarife/Energieversorger	3,0%
Informationen über Provisionszahlungen bestimmter Energieversorger an das Portal	2,0%
Beispielrechnung zur Ersparnis	2,0%
Rechner zur Ermittlung der voraussichtlichen individuellen Ersparnis durch den Wechselservice	2,0%
Informationen über Energieanbieter	2,0%
Allgemeine Informationen zum deutschen Energiemarkt	1,0%
Informationen zu Preisentwicklungen am Energiemarkt	1,0%
Informationen zu Fallstricken bei der Tarifwahl (hinsichtlich Mindestvertragslaufzeiten, Preisgarantie, Pakettarifen, Bonus etc.)	2,0%
Ratgeber/Tipps zum Energiesparen	2,0%
Informationen zur Ermittlung des individuellen Energieverbrauchs	2,0%
Kundenstimmen	1,5%
Pressestimmen	1,5%

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Inhaltsanalyse Internet (Fortsetzung)		
Spezielle Informationen und Funktionen (Fortsetzung)		
Persönlicher Kundenbereich	2,0%	
Anzahl Klicks bis zu den Informationen zum Ablauf des Wechselservices	5,0%	
Anzahl Klicks bis zur Anforderung eines unverbindlichen Angebots	5,0%	
Anzahl Klicks bis zu den Informationen über die Finanzierung des Portals	5,0%	
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%	

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Inhaltsanalyse Internet (Fortsetzung)		
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%	
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

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%	

7. Methodik

Serviceanalyse – 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%	

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%	
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- und Produktnutzens	4,0%	
Konsistente Darstellung	1,0%	
Relation Antwortumfang und -ergebnis	4,0%	
Einfache Lösung des Anliegens	5,0%	

7. Methodik

Serviceanalyse – 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%	

7. Methodik

Serviceanalyse – Getestete Kontaktkanäle

Unternehmen	Internetseite	Telefonnummer	E-Mail-Adresse
Cheapenergy24	www.cheapenergy24.de	0821 32919654	info@cheapenergy24.de / Kontaktformular
Energyhopper	www.energyhopper.de	0172 7599418	team@energyhopper.de
Esave	www.esave.de	07732 8909387	info@esave.de / Kontaktformular
Remind.me	www.remind.me	030 55525607	info@remind.me / service@remind.me / Kontaktformular
Switchandsave*	www.switchandsave.de	-	info@switchandsave.de / Kontaktformular
Switchup.de	www.switchup.de	030 994045740	info@switchup.de / Kontaktformular
Wechselfabrik	www.wechselfabrik.de	0941 38230629	info@wechselfabrik.de / Kontaktformular
Wechselfuchs	www.wechselfuchs.de	0721 97667608	info@wechselfuchs.de
Wechsellpilot	www.wechsellpilot.com	040 882156650	info@wechsellpilot.com / kundenservice@wechsellpilot.com
Wechselstrom-ac.de	www.wechselstrom-ac.de	0241 89439272 / 0241 89439273	info@wechselstrom-ac.de / Kontaktformular
Testzeitraum	10. September - 24. Oktober 2019	11. September - 24. Oktober 2019	9. September - 17. Oktober 2019

* Das Unternehmen bot im Testzeitraum keine telefonische Hotline für Interessenten an. Der telefonische Service wurde deshalb mit null Punkten bewertet.

7. Methodik

Leistungs- und Angebotsanalyse - Nutzerprofile

Im Rahmen der Leistungs- und Angebotsanalyse wurden die Anbieter anhand von den folgenden acht Profilen umfassend untersucht. Die genaue Vorgehensweise wird auf den folgenden Seiten erläutert.

Nutzerprofile Stromtarife (ohne elektrische Warmwasserbereitung)			
Single-Haushalt		2-Personen-Haushalt	
Anzahl Personen:	1	Anzahl Personen:	2
Stromverbrauch pro Jahr	2.500 kWh	Stromverbrauch pro Jahr	3.500 kWh
Wohnort:	10119 Berlin	Wohnort:	20148 Hamburg
Aktueller Stromversorger:	Grundversorger/Vattenfall Sales	Aktueller Stromversorger:	Grundversorger/Vattenfall Sales
3-Personen-Haushalt		4-Personen-Haushalt	
Anzahl Personen:	3	Anzahl Personen:	4
Stromverbrauch pro Jahr	5.000 kWh	Stromverbrauch pro Jahr	7.000 kWh
Wohnort:	50667 Köln	Wohnort:	80333 München
Aktueller Stromversorger:	Grundversorger/RheinEnergie	Aktueller Stromversorger:	Grundversorger/Stadtwerke München

7. Methodik

Leistungs- und Angebotsanalyse - Nutzerprofile

Nutzerprofile Gstarife			
<i>Single-Haushalt</i>		<i>2-Personen-Haushalt</i>	
Anzahl Personen:	1	Anzahl Personen:	2
Gasverbrauch pro Jahr	7.000 kWh	Gasverbrauch pro Jahr	13.000 kWh
Wohnort:	10119 Berlin	Wohnort:	20148 Hamburg
Aktueller Stromversorger:	Grundversorger/GASAG	Aktueller Stromversorger:	Grundversorger/E-ON Energie
<i>3-Personen-Haushalt</i>		<i>4-Personen-Haushalt</i>	
Anzahl Personen:	3	Anzahl Personen:	4
Gasverbrauch pro Jahr	20.000 kWh	Gasverbrauch pro Jahr	31.000 kWh
Wohnort:	50667 Köln	Wohnort:	80333 München
Aktueller Stromversorger:	Grundversorger/RheinEnergie	Aktueller Stromversorger:	Grundversorger/Stadtwerke München

7. Methodik

Leistungsanalyse – Vorgehensweise

In der Leistungsanalyse wurde der Ablauf der Tarifauswahl – etwa hinsichtlich der Kundenangabe von Präferenzen bezüglich des Tarifvorschlags – sowie einschließlich des Zusenden / der Eingang des Angebotes analysiert. Darüber hinaus wurden auch die Bedingungen des Wechselservices offengelegt, beispielsweise die Kündigungsfrist.

Die Erhebung erfolgte im Zeitraum vom 6. bis zum 16. September 2019 über die Webseite der Anbieter als Primärquelle. Die Grundlage für die Bewertung der Kriterien zum unverbindlichen Angebot bildeten acht Anfragen mit unterschiedlichen Verbrauchs- und Städteprofilen, die jeweils identisch für alle Anbieter waren. Die jeweiligen Profile wurden bereits eingangs auf Folie 36f. erläutert.

7. Methodik

Leistungsanalyse – Untersuchungskriterien

Leistungsanalyse	100,0%
Aktive Abfrage von Präferenzen für einen Tarifvorschlag	10,0%
Aktive Abfrage von zur Angebotserstellung relevanten Daten	4,0%
Upload der letzten Strom-/Gasabrechnung (anstelle des Ausfüllens der Suchmaske)	9,0%
Angebot direkt auf der Webseite (ohne Angabe der E-Mail-Adresse)	2,0%
Unverbindliches Angebot	
Durchschnittliche Dauer bis zum Erhalt (in Tagen)	10,0%
Angebot für alle Verbrauchsmengen erhalten	10,0%
Anzahl der Angebote je Profil	5,0%
Konkrete Empfehlung ausgesprochen	4,0%
Wahlmöglichkeit zwischen automatisiertem Wechselservice und Wechsel nach Zustimmung	10,0%
Mitwirkungspflichten des Verbrauchers	10,0%
Wechsel bei Preiserhöhung thematisiert	10,0%
Kündigungsfrist für den Wechselservice	8,0%
Weitere Energietarif-Wechselangebote (neben Strom und Gas)	8,0%

7. Methodik

Angebotsanalyse – Vorgehensweise

Im Rahmen der Angebotsanalyse wurden die Angebote für die günstigsten Strom- und Gastarife vergleichend beurteilt. Dieses Vorgehen wurde gewählt, da nicht alle Anbieter eine Tarifempfehlung abgaben. Daher wurde das günstigste Angebot als Vergleichsbasis gewählt. Die Tarifempfehlungen wurden im Zeitraum vom 6. bis zum 16. September 2019 für unterschiedliche Nutzerprofile anhand von verdeckten Anfragen angefordert. Für jedes Nutzerprofil fand die Anfrage bei allen Unternehmen taggleich statt. Die Tarife wurden für die vier größten deutschen Städte (nach Einwohnerzahl) erhoben: Berlin, Hamburg, München und Köln. Die Punktwerte der regionalen Ergebnisse wurden gemittelt.

Bei der Analyse der Preise wurden für das jeweils günstigste Angebot die vom Portal angegebenen Endkosten sowie die prozentuale Ersparnis im Vergleich zum Grundversorger für den Endverbraucher herangezogen. In die Untersuchung flossen die bewerteten Kosten und Ersparnisse für die angebotenen Tarifklassen gleichgewichtet ein. Berücksichtigt wurden jeweils die Angebote für Strom- und Gastarife. Die jeweiligen Gewichtungen waren identisch.

Des Weiteren wurden die Vertragsbedingungen profilbezogen analysiert. Betrachtet wurde dabei das günstigste Angebot der jeweiligen Profile. Dabei lagen Kriterien zu Grunde, die das Verbraucherinteresse abbildeten, z. B. Preisgarantien und Vertragslaufzeiten.

Ebenfalls wurde anhand verschiedener Kriterien beleuchtet, inwiefern das Angebot aus Verbrauchersicht transparent aufbereitet war.

7. Methodik

Angebotsanalyse – Untersuchungskriterien

Angebotsanalyse	100,0%
Preise	50,0%
Stromtarife (ohne elektrische Warmwasserbereitung)	
Tarifkosten	
Single-Haushalt, 2.500 kWh/Jahr	3,1%*
2-Personen-Haushalt, 3.500 kWh/Jahr	3,1%*
3-Personen-Haushalt, 5.000 kWh/Jahr	3,1%*
4-Personen-Haushalt, 7.000 kWh/Jahr	3,1%*
Prozentuale Ersparnis zum Grundversorger	
bei 2.500 kWh/Jahr	3,1%*
bei 3.500 kWh/Jahr	3,1%*
bei 5.000 kWh/Jahr	3,1%*
bei 7.000 kWh/Jahr	3,1%*
Gastarife (Heizung und Warmwasser)	
Tarifkosten	
Single-Haushalt, 7.000 kWh/Jahr	3,1%*
2-Personen-Haushalt, 13.000 kWh/Jahr	3,1%*
3-Personen-Haushalt, 20.000 kWh/Jahr	3,1%*
4-Personen-Haushalt, 31.000 kWh/Jahr	3,1%*
Prozentuale Ersparnis zum Grundversorger	
bei 7.000 kWh/Jahr	3,1%*
bei 13.000 kWh/Jahr	3,1%*
bei 20.000 kWh/Jahr	3,1%*
bei 31.000 kWh/Jahr	3,1%*

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

7. Methodik

Angebotsanalyse – Untersuchungskriterien

Angebotsanalyse (Fortsetzung)		
Vertragsbedingungen		40,0%
Sofortbonus	9,0%	
Informationen zur Preisgarantie	8,0%	
Laufzeit der Preisgarantie	8,0%	
Vertragslaufzeit (in Monaten)	5,0%	
Kündigungsfristen (in Monaten)	5,0%	
Automatische Vertragsverlängerung nach Ende der Erstlaufzeit (in Monaten)	5,0%	
Transparenz		10,0%
Tarifempfehlung vollständig*	4,0%	
Aufschlüsselung der (Provisions)kosten	2,0%	
Darstellung der Ersparnis nach Abzug der Provision	2,0%	
Begriffserklärungen (z. B. Vermittlerprovision, Boni)	1,0%	
Anzeige aller Vergleichstarife	1,0%	

* Name des Versorgers, Arbeits- und Grundpreis, Höhe und Art der Boni (Sofort, Neukunde etc.), Laufzeit, Kündigungsfrist, Vertragsverlängerung und Tarifname.

	Seite
A. Tester-Erlebnisse	44
Positiv	44
Negativ	45
B. Internetauftritt	46
C. Telefonischer Service	47
D. Service per E-Mail	48
E. Angebotsanalyse	49
F. Allgemeine Methodik (Servicetests)	50

E. Angebotsanalyse

Angebotsanalyse Kriterienauszug	Strom		Gas	
	Single-Haushalt, 2.500 kWh/Jahr	2-Personen-Haushalt, 3.500 kWh/Jahr	Single-Haushalt, 7.000 kWh/Jahr	2-Personen-Haushalt, 13.000 kWh/Jahr
Unternehmen	Tarifkosten in Euro	Tarifkosten in Euro	Tarifkosten in Euro	Tarifkosten in Euro
Cheapenergy24	Die Ausprägungen können der Gesamtdokumentation entnommen werden.			
Energyhopper				
Esave				
Remind.me				
Switchandsave				
Switchup.de				
Wechselfabrik				
Wechselfuchs				
Wechselpilot				
Wechselstrom-ac.de				
Erhebungszeitraum: 06.09.2019-16.09.2019				

F. Allgemeine Methodik

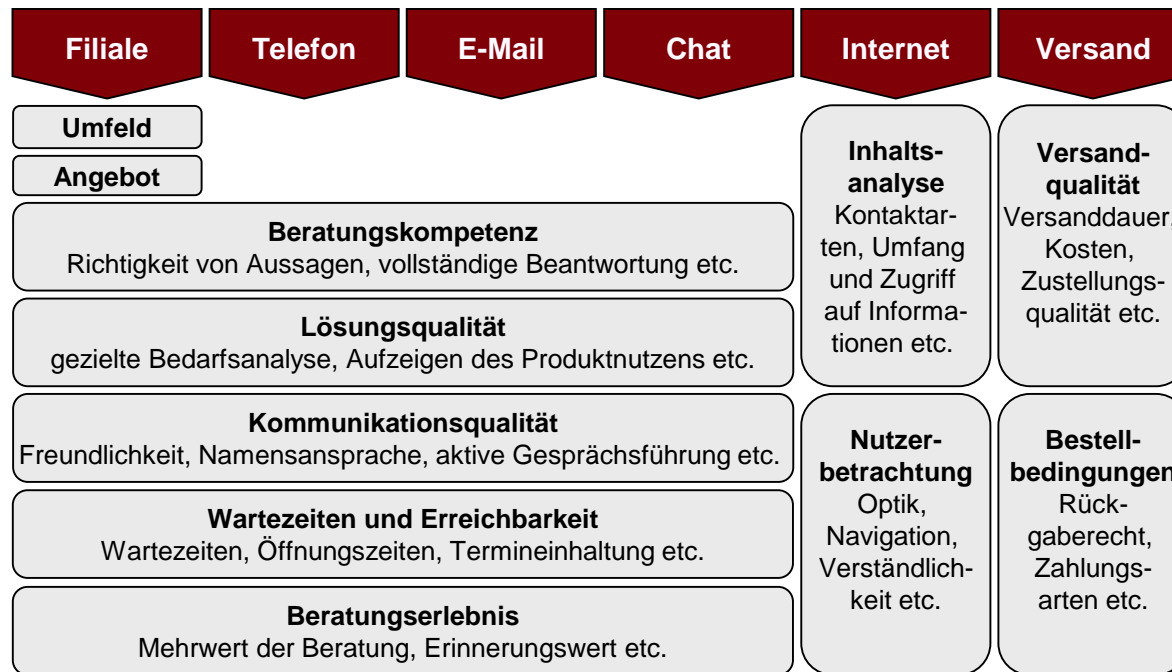
Service-tests

- **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“