

DOKUMENTATION – Zusammenfassung

Kundenbefragung: Stromanbieter 2022



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“
Im Auftrag des Nachrichtensenders ntv
Hamburg, 3. Februar 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 Görmandt-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.).

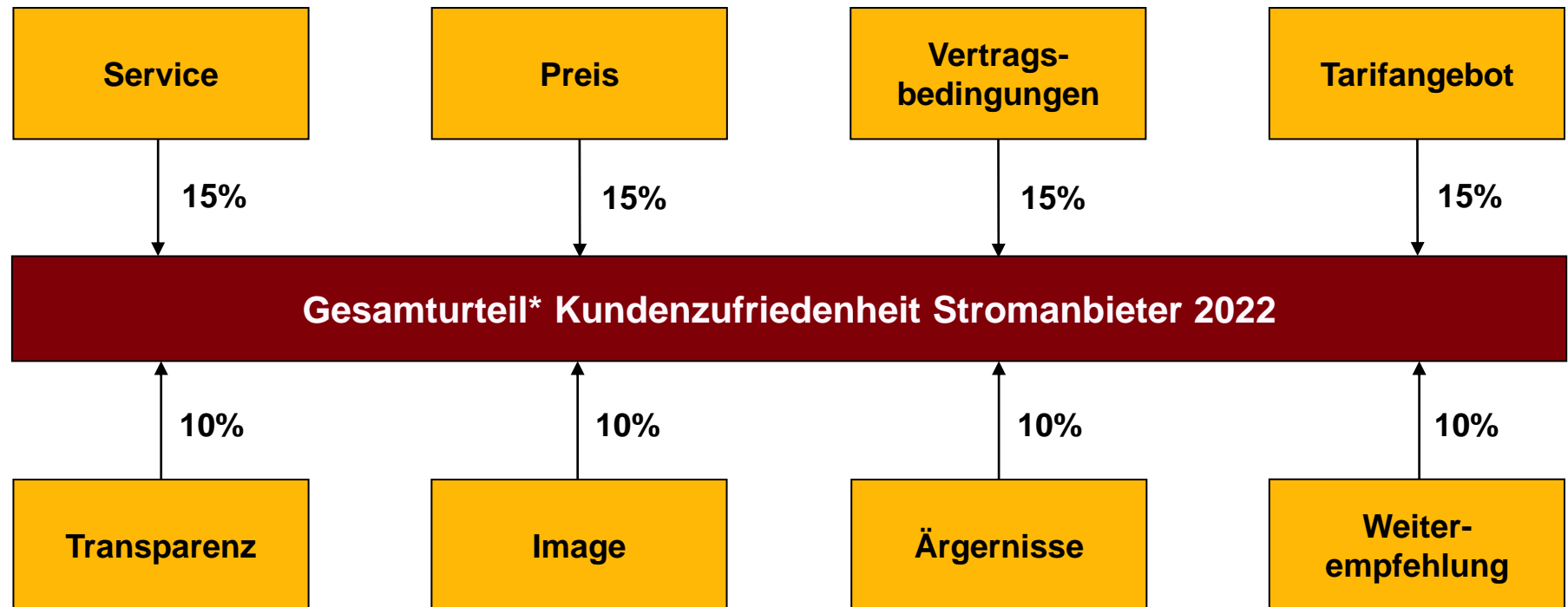
	Seite
1. Zahlen und Fakten zur Studie	5
2. Fazit	7
3. Gesamturteil Kundenzufriedenheit	8
4. Die besten Unternehmen	12
5. Stärken und Schwächen der Branche	13
6. Methodik	16
Anhang	22

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Auftraggeber	Nachrichtensender ntv
Studienumfang	64 Stromanbieter; in der Einzelauswertung: 30 Unternehmen, die mindestens 100 Kundenmeinungen erreichten
Studienzeitraum	August 2021 bis Januar 2022
Befragungszeit	15. September bis 6. Dezember 2021
Befragte	Personen; 18 Jahre und älter, die aktuell Kunde bei einem Stromanbieter sind
Teilnehmerzahl	n = 3.972
Kriterien	Service, Preis, Vertragsbedingungen, Tarifangebot, Transparenz, Image, Ärgernisse und Weiterempfehlung
Erhebung	Kundenbefragung über ein Online-Access-Panel; standardisierter Fragebogen zur Kundenzufriedenheit

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Bewertungskriterien und Gewichtungen



* In die Festlegung der Gewichtungen flossen die Ergebnisse einer linearen Regression sowie die Relevanz der einzelnen Kriterien aus Sicht der Kunden ein.

3. Gesamturteil Kundenzufriedenheit

Qualitätsurteile

Gesamturteil Kundenzufriedenheit			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Knauber Strom	74,9	gut
2	Green Planet Energy**	74,4	gut
3	Eprimo	74,1	gut
4	ESWE Versorgung	73,9	gut
5	Naturstrom	73,6	gut
6	Q Cells	71,8	gut
7	Maingau Energie	71,4	gut
8	Montana	71,1	gut
9	E wie einfach	70,8	gut
10	Badenova	70,6	gut
11	Vattenfall	69,9	befriedigend
12	Stadtwerke München	69,8	befriedigend
13	Yello Strom	69,5	befriedigend
14	Lichtblick	68,9	befriedigend
15	Stadtwerke Flensburg	67,9	befriedigend
16	N-Ergie	67,6	befriedigend

Gesamturteil Kundenzufriedenheit			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
17	Entega	67,5	befriedigend
18	MVV Energie	67,1	befriedigend
19	123energie	66,8	befriedigend
20	Team Energie	66,4	befriedigend
21	Mainova	65,8	befriedigend
22	Bürgerwerke	65,8	befriedigend
23	Stadtwerke Duisburg	65,5	befriedigend
24	EnBW	65,4	befriedigend
25	Rhein Energie	65,2	befriedigend
26	Sauber Energie	64,2	befriedigend
27	BS Energy	61,5	befriedigend
28	Süwag	61,4	befriedigend
29	EWE	61,4	befriedigend
30	E.ON Energie Deutschland	61,3	befriedigend
	Gesamt	67,9	

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. 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.

** Green Planet Energy hieß bis zum 15. September 2021 Greenpeace Energy und wurde unter diesem Namen von Kunden bewertet.

4. Die besten Unternehmen

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
Gesamturteil Kundenzufriedenheit	Knauber Strom	Green Planet Energy	Eprimo
Service	Knauber Strom	Stadtwerke München	Naturstrom
Preis	Maingau Energie	Knauber Strom	Q Cells
Vertragsbedingungen	Eprimo	Naturstrom	Green Planet Energy
Tarifangebot	Badenova	ESWE Versorgung	Maingau Energie
Transparenz	Knauber Strom	ESWE Versorgung	Naturstrom
Image	Naturstrom	Green Planet Energy	Knauber Strom
Ärgernisse	Q Cells	ESWE Versorgung	123energie
Weiterempfehlung	Green Planet Energy	Eprimo	Badenova

6. Methodik

Untersuchungsumfang

In der Auswertung waren folgende 30 Stromanbieter, die von jeweils 100 Befragungsteilnehmern beurteilt wurden (alphabetische Reihenfolge):

- 123energie
- Badenova
- BS Energy
- Bürgerwerke
- E wie einfach
- E.ON Energie Deutschland
- EnBW
- Entega
- Eprimo
- ESWE Versorgung
- EWE
- Green Planet Energy (Greenpeace Energy)*
- Knauber Strom
- Lichtblick
- Maingau Energie
- Mainova
- Montana
- MVV Energie
- Naturstrom
- N-Ergie
- Q Cells
- Rhein Energie

* Der Anbieter Green Planet Energy hieß bis zum 15. September 2021 Greenpeace Energy und wurde unter diesem Namen von Kunden bewertet.

6. Methodik

Untersuchungsumfang

Fortsetzung

- Sauber Energie
- Stadtwerke Duisburg
- Stadtwerke Flensburg
- Stadtwerke München
- Süwag
- Team Energie
- Vattenfall
- Yello Strom

Weitere Unternehmen, zu denen sich weniger als 100 Befragte äußerten, wurden in der Kategorie „Sonstige“ zusammengefasst.

Fragen

Wie zufrieden sind Sie mit ...

- dem Service bei xxx*? (z. B. Kompetenz, Freundlichkeit, Umgang mit Beschwerden; einfacher Vertragsabschluss; Erreichbarkeit/Wartezeit (Hotline/E-Mail etc.); Online Informationsangebot; Online-Services: Abschlagszahlungen anpassen, Zählerstand übertragen etc.)
- den Preisen (gegebenenfalls inklusive Boni) bei xxx*? (Arbeitspreis, Grundpreis, Boni etc.)
- den Vertragsbedingungen bei xxx*? (Erstlaufzeit, Vertragsverlängerung, Kündigungsfristen, Preisgarantie etc.)
- dem Tarifangebot bei xxx*? (Tarifauswahl (übersichtlich, vielfältig, individualisierbar etc.), Ökostromtarife, Spartarife etc.)
- der Transparenz bei xxx*? (Eindeutige Formulierungen in E-Mails/Briefen/den AGB/auf der Website etc. (keine versteckten Preisanpassungen, verständliche Rechnung, Erläuterung der Vertrags- oder Bonusbedingungen bzw. der Preisgarantie etc.))

Antwortoptionen

Beurteilung auf einer Skala von „sehr unzufrieden“ (-2) bis „sehr zufrieden“ (+2) sowie die Antwortmöglichkeit „keine Angabe“

* xxx steht für den zu Beginn der Befragung ausgewählten Stromanbieter.

6. Methodik

Fallzahlen*	Service:	n = 3.840
	Preis:	n = 3.910
	Vertragsbedingungen:	n = 3.884
	Tarifangebot:	n = 3.899
	Transparenz:	n = 3.853
Frage	Wie bewerten Sie das Image von xxx* in Bezug auf Ihren Stromanbieter?	
Antwortoptionen	Beurteilung auf einer Skala von „sehr negativ“ (-2) bis „sehr positiv“ (+2) sowie die Antwortmöglichkeit „keine Angabe“	
Fallzahlen**	Image:	n = 3.948

* xxx steht für den zu Beginn der Befragung ausgewählten Stromanbieter.

** Basis: alle Befragten, n = 3.972. Fallzahlen variieren aufgrund der Antwortmöglichkeit „keine Angabe“.

Frage

Haben Sie sich bei xxx^{*/**} schon einmal über etwas geärgert?

Antwortoptionen

Ja / Nein

Fallzahlen

Befragungsteilnehmer, die sich schon einmal bei ihrem Stromanbieter über etwas geärgert hatten (n = 499), konnten anschließend den Grund für ihr Ärgernis benennen.

Folgefrage

Worüber haben Sie sich geärgert?

Antwortoptionen

Zehn Antwortoptionen plus Möglichkeit der Freitexteingabe;
Mehrfachnennung möglich

* xxx steht für den zu Beginn der Befragung ausgewählten Stromanbieter.

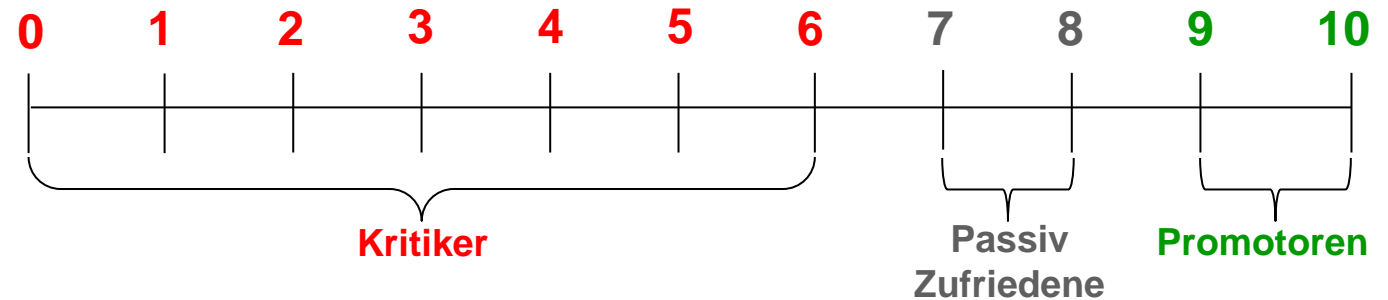
** Basis: alle Befragten, n = 3.972.

6. Methodik

Frage
Erhebung
Skala

Mit welcher Wahrscheinlichkeit würden Sie den bewerteten Stromanbieter Ihren Verwandten oder Freunden weiterempfehlen?

Net Promoter Score: Befragungsteilnehmer bewerten die Wahrscheinlichkeit der Weiterempfehlung auf einer Skala von 0 (sehr unwahrscheinlich) bis 10 (sehr wahrscheinlich). Der prozentuale Anteil der Befragten mit einem Wert von 0 bis 6 (Kritiker) wird von dem prozentualen Anteil derjenigen mit Werten von 9 und 10 (Promotoren) abgezogen. Somit ergibt sich ein Wert, der zwischen -100 und +100 liegen kann.



$$\text{NPS} = \text{Promotoren (\%)} - \text{Kritiker (\%)}$$

* Der Net Promoter Score (NPS) ist eine registrierte Marke von Satmetrix Systems, Inc., Bain & Company und Fred Reichheld.

	Seite
A. Kundenerfahrungen	23
B. Ergebnisse der Teilbereiche	25
Service	25
Preis	27
Vertragsbedingungen	29
Tarifangebot	31
Transparenz	33
Image	35
Ärgernisse	37
Weiterempfehlung	39
C. Weitere Ergebnisse	40
D. Demografie	51
E. Allgemeine Methodik	53
F. Klimaneutralität	54

D. Demografie

Geschlecht	
Männlich	50,7%
Weiblich	49,3%
Divers	0,1%

Bundesländer	
Baden-Württemberg	12,5%
Bayern	13,2%
Berlin	6,1%
Brandenburg	2,2%
Bremen	2,3%
Hamburg	4,1%
Hessen	10,2%
Mecklenburg-Vorpommern	2,6%
Niedersachsen	8,9%
Nordrhein-Westfalen	16,7%
Rheinland-Pfalz	4,7%
Saarland	2,0%
Sachsen	4,3%
Sachsen-Anhalt	2,9%
Schleswig-Holstein	4,2%
Thüringen	3,1%

Alter	
18 bis 19 Jahre	0,9%
20 bis 29 Jahre	15,1%
30 bis 39 Jahre	23,6%
40 bis 49 Jahre	23,6%
50 bis 59 Jahre	21,4%
60 bis 69 Jahre	11,9%
70 Jahre und älter	4,4%

Fragen: Soziodemografische Daten; Basis: alle Befragten, n = 3.972.

D. Demografie

Bildungsabschluss	
(Noch) kein Schulabschluss / noch Schülerin/Schüler an all-gemeinbildender Schule	0,3%
Volks-/Grund-/Hauptschule ohne abgeschlossene Lehre/Berufsausbildung	3,4%
Volks-/Grund-/Hauptschule mit abgeschlossener Lehre/Berufsausbildung	13,6%
Mittlere Reife / weiterführende Schule ohne Abitur	28,8%
Abitur / Hochschulreife ohne Studium	31,9%
Studium (Universität, Hochschule, Fachhochschule, Akademie, Polytechnikum)	22,3%

Erwerbsstatus	
Nicht erwerbstätig / arbeitslos	3,7%
Angestellt (Vollzeit)	57,2%
Angestellt (Teilzeit)	13,0%
Selbstständig	11,4%
Schulpflichtig / studierend	3,1%
Pensioniert / in Rente	11,6%

Anzahl im Haushalt lebender Personen	
Eine Person	26,2%
Zwei Personen	44,2%
Drei Personen	18,8%
Vier oder mehr Personen	10,8%

Fragen: Soziodemografische Daten; Basis: alle Befragten, n = 3.972.

E. Allgemeine Methodik

Kundenbefragung

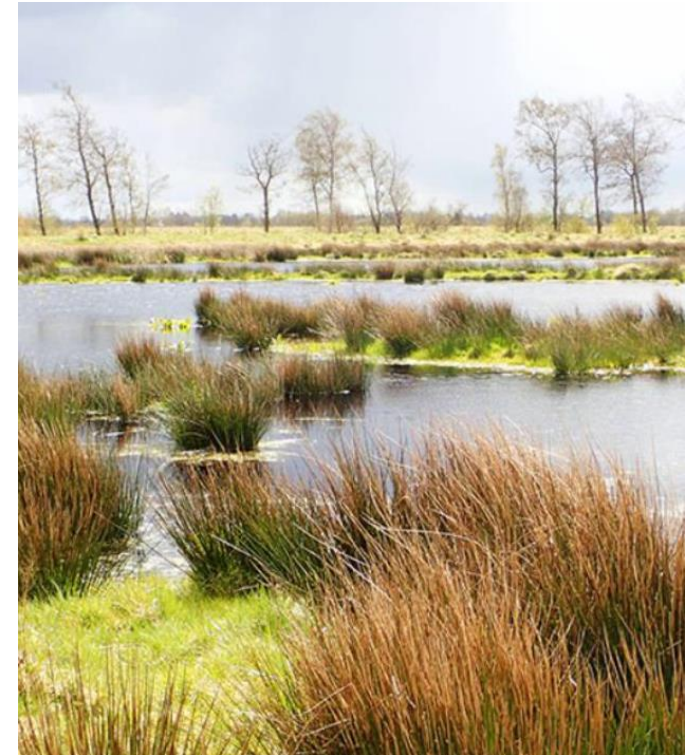
- **Verfahren:** Internetgestütztes Verfahren des Computer Assisted Web Interviewing (CAWI). Die Interviewten füllen die Fragebögen direkt online aus.
- **Analyse:** In der Befragung kommt ein standardisiertes Befragungsinstrument zum Einsatz. Die Zufriedenheitswerte werden branchenübergreifend auf einer Likert-Skala mit fünf Ausprägungen erhoben, die in ein Punktesystem von 0 bis 100 überführt wird.
- **Rekrutierung:** Allgemeine Verbraucherbefragungen basieren auf einem Online-Access-Panel. Spezielle Personenkreise werden dagegen über verschiedene Kontaktwege durch gezielte Ansprache für eine Teilnahme gewonnen.
- **Untersuchungssample:** Das offene Design der Fragebögen gewährleistet, dass jedes Unternehmen/jede Marke der betrachteten Branche in die Untersuchung eingehen kann.
- **Stichprobengröße:** Der Stichprobenumfang einer Kundenbefragung richtet sich nach dem Untersuchungsziel und der Branche. Unternehmen/Marken, welche mindestens 100 bzw. 80 Kundenmeinungen erreichen, werden einzeln ausgewertet.
- **Qualitätskontrolle:** Kontrollfragen und rotierende Elemente im Design des Fragebogens, ausreichende Stichproben, die Prüfung von IP-Adressen und eine sorgfältige Datenbereinigung stellen die Qualität der Ergebnisse sicher.
- **Gesamtergebnis:** In die Festlegung der Gewichtungen fließen die Ergebnisse einer linearen Regression und die Relevanz der Kriterien aus Sicht der Kundinnen und Kunden ein.

F. 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