

# DOKUMENTATION – Zusammenfassung

## Kundenbefragung: Stromanbieter 2024



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“  
Im Auftrag des Nachrichtensenders ntv  
Hamburg, 7. Februar 2024

# 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.).

<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 Mystery-Shopping-Studien, Tests und Kundenbefragungen auf Basis standardisierter, objektiver und aktueller Marktforschungsmethodik
<b>Mitarbeiter</b>	Expertenteam aus Ökonomen, Soziologen und Psychologen sowie über 2.000 geschulte Testerinnen und Tester in ganz Deutschland
<b>Beirat</b>	Vorsitz: Brigitte Zypries / Bundesministerin a. D. (Wirtschaft und Justiz) Prof. Dr. Michel Clement / Institut für Marketing der Universität Hamburg Jochen Dietrich / Journalist, Experte ntv Wirtschaftsmagazine Judith Klose / Vice President Media & Marketing bei Civey
<b>Verantwortung</b>	Klimaschutzprojekte in Partnerschaft mit myclimate und MoorFutures

# Das Marktforschungsinstitut Beirat

Der Beirat unterstützt die unabhängige Arbeit und die strategische Weiterentwicklung des DISQ.



**Brigitte Zypries**  
Beiratsvorsitzende  
Ex-Bundesministerin  
für Wirtschaft und  
Energie, davor lang-  
jährige Bundesjustiz-  
ministerin



**Prof. Dr. Michel Clement**  
Inhaber des Lehrstuhls für  
Marketing & Medien am  
Institut für Marketing der  
Universität Hamburg



**Jochen Dietrich**  
Journalist und Experte  
für die Wirtschaftsmagazine des Nachrichten-  
senders ntv



**Judith Klose**  
Vice President Media &  
Marketing beim digitalen  
Markt- und Meinungsfor-  
schungsunternehmen Civey

# Inhaltsverzeichnis

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

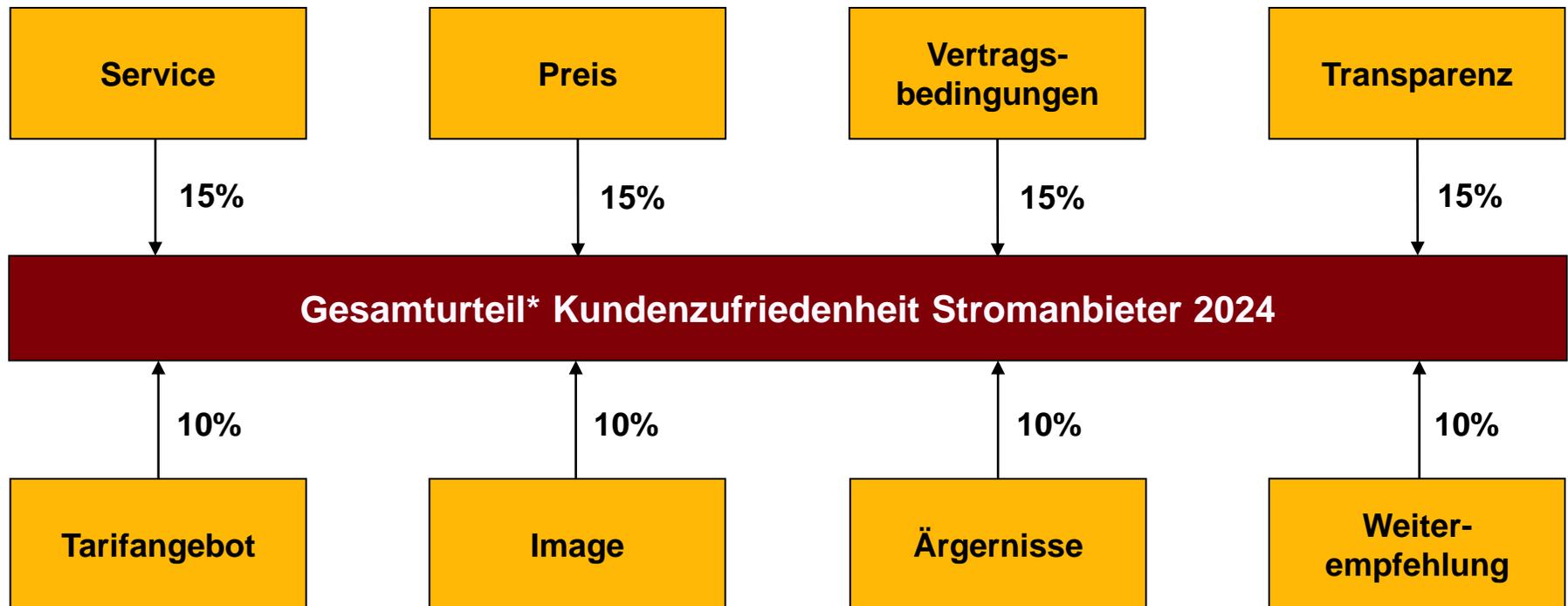
	<b>Seite</b>
<b>1. Zahlen und Fakten zur Studie</b>	<b>6</b>
<b>2. Fazit</b>	<b>8</b>
<b>3. Die besten Unternehmen</b>	<b>9</b>
<b>4. Gesamturteil Kundenzufriedenheit</b>	<b>10</b>
Urteil Kundenzufriedenheit Grundversorger	14
Urteil Kundenzufriedenheit Unabhängige Ökostromanbieter	16
<b>5. Stärken und Schwächen der Branche</b>	<b>18</b>
<b>6. Methodik</b>	<b>21</b>
<b>Anhang</b>	<b>26</b>

# 1. Zahlen und Fakten zur Studie

<b>Auftraggeber</b>	Nachrichtensender ntv
<b>Studienumfang</b>	34 Stromanbieter; 27 Unternehmen in der Einzelauswertung, die mindestens 100 Kundenmeinungen erreichten
<b>Studienzeitraum</b>	August 2023 bis Januar 2024
<b>Befragungszeit</b>	1. September 2023 bis 1. Januar 2024
<b>Befragte</b>	Personen; 18 Jahre und älter, die aktuell Kunde bei einem Stromanbieter sind
<b>Teilnehmerzahl</b>	n = 2.936
<b>Kriterien</b>	Service, Preis, Vertragsbedingungen, Transparenz, Tarifangebot, Image, Ärgernisse und Weiterempfehlung
<b>Erhebung</b>	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. Die besten Unternehmen

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
<b>Gesamturteil Kundenzufriedenheit</b>	Naturstrom	Knauber Strom	Green Planet Energy
<b>Urteil Kundenzufriedenheit Grundversorger</b>	Eprimo	ESWE Versorgung	Maingau Energie
<b>Urteil Kundenzufriedenheit Unabhängige Ökostromanbieter</b>	Naturstrom	Green Planet Energy	Polarstern
Service	Naturstrom	Montana	SWM Stadtwerke München
Preis	Montana	Maingau Energie	123energie, Green Planet Energy
Vertragsbedingungen	Naturstrom	Montana	ESWE Versorgung
Transparenz	Knauber Strom	Montana	Naturstrom
Tarifangebot	Naturstrom	Maingau Energie	Eprimo
Image	Naturstrom	EWS Schönau	Polarstern
Ärgernisse	123energie	ESWE Versorgung, Knauber Strom	-
Weiterempfehlung	Knauber Strom	Green Planet Energy	Naturstrom

# 4. Gesamturteil Kundenzufriedenheit

## Qualitätsurteile

Gesamturteil Kundenzufriedenheit			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Naturstrom	76,3	gut
2	Knauber Strom	74,6	gut
3	Green Planet Energy	73,3	gut
4	Montana	73,2	gut
5	Eprimo	73,1	gut
6	ESWE Versorgung	72,2	gut
7	Maingau Energie	70,8	gut
8	Vattenfall	70,7	gut
9	E wie einfach	69,7	befriedigend
10	SWM Stadtwerke München	69,3	befriedigend
11	123energie	68,7	befriedigend
12	Polarstern	68,5	befriedigend
13	EWS Schönau	68,3	befriedigend
14	Lichtblick	67,1	befriedigend

Gesamturteil Kundenzufriedenheit			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
15	Entega	67,0	befriedigend
16	Rheinpower	66,7	befriedigend
17	Goldgas	66,0	befriedigend
18	EnBW	65,8	befriedigend
19	Bürgerwerke	65,7	befriedigend
20	Mainova	65,3	befriedigend
21	Elektrizitätsversorgung Berlin	65,1	befriedigend
22	Pfalzwerke	64,9	befriedigend
23	Rhein Energie	64,5	befriedigend
24	Stadtwerke Duisburg	64,1	befriedigend
25	Stadtwerke Düsseldorf	64,0	befriedigend
26	Stadtwerke Leipzig	62,6	befriedigend
27	E.ON Energie Deutschland	62,3	befriedigend
Gesamt		68,2	

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.

# 4. Urteil Kundenzufriedenheit Grundversorger\*

Urteil Kundenzufriedenheit Grundversorger			
Rang	Unternehmen	Punkte**	Qualitätsurteil
1	Eprimo	73,1	gut
2	ESWE Versorgung	72,2	gut
3	Maingau Energie	70,8	gut
4	Vattenfall	70,7	gut
5	SWM Stadtwerke München	69,3	befriedigend
6	EWS Schönau	68,3	befriedigend
7	Entega	67,0	befriedigend
8	EnBW	65,8	befriedigend
9	Mainova	65,3	befriedigend
10	Pfalzwerke	64,9	befriedigend
11	Rhein Energie	64,5	befriedigend
12	Stadtwerke Duisburg	64,1	befriedigend
13	Stadtwerke Düsseldorf	64,0	befriedigend
14	Stadtwerke Leipzig	62,6	befriedigend
15	E.ON Energie Deutschland	62,3	befriedigend
	Gesamt	67,0	

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

\* Die Einordnung als bedeutender Grundversorger wurde anhand von Unternehmensangaben auf der Webseite vorgenommen.

\*\* 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.

# 4. Urteil Kundenzufriedenheit Unabhängige Ökostromanbieter\*

Urteil Kundenzufriedenheit Unabhängige Ökostromanbieter			
Rang	Unternehmen	Punkte**	Qualitätsurteil
1	Naturstrom	76,3	gut
2	Green Planet Energy	73,3	gut
3	Polarstern	68,5	befriedigend
4	EWS Schönau	68,3	befriedigend
5	Bürgerwerke	65,7	befriedigend
	Gesamt	70,4	

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

\* Die Einordnung als Unabhängiger Ökostromanbieter wurde anhand einer Internetrecherche vorgenommen.

\*\* 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.

# 6. Methodik

## Untersuchungsumfang

In der Auswertung waren folgende 27 Stromanbieter, die von jeweils mindestens 100 Befragungsteilnehmern beurteilt wurden (alphabetische Reihenfolge):

- 123energie
- Bürgerwerke
- E wie einfach
- E.ON Energie Deutschland
- Elektrizitätsversorgung Berlin
- EnBW
- Entega
- Eprimo
- ESWE Versorgung
- EWS Schönau
- Goldgas
- Green Planet Energy
- Knauber Strom
- Lichtblick
- Maingau Energie
- Mainova
- Montana
- Naturstrom
- Pfalzwerke
- Polarstern
- Rhein Energie
- Rheinpower
- Stadtwerke Duisburg
- Stadtwerke Düsseldorf
- Stadtwerke Leipzig
- SWM  
Stadtwerke München
- Vattenfall

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\*? (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.)
- 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.)
- dem Tarifangebot bei xxx\*? (Tarifauswahl (übersichtlich, vielfältig, individualisierbar etc.), Ökostromtarife, Spartarife 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

<b>Fallzahlen*</b>	Service:	n = 2.845
	Preis:	n = 2.893
	Vertragsbedingungen:	n = 2.877
	Transparenz:	n = 2.855
	Tarifangebot:	n = 2.868
<b>Frage</b>	Wie bewerten Sie das Image von xxx** in Bezug auf die Stromversorgung?	
<b>Antwortoptionen</b>	Beurteilung auf einer Skala von „sehr negativ“ (-2) bis „sehr positiv“ (+2) sowie die Antwortmöglichkeit „keine Angabe“	
<b>Fallzahlen*</b>	Image:	n = 2.898

\* Basis: alle Befragten, n = 2.936. Fallzahlen variieren aufgrund der Antwortmöglichkeit „keine Angabe“

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

# 6. Methodik

## 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 = 440), konnten anschließend den Grund für ihr Ärgernis benennen.

## Folgefrage

Worüber haben Sie sich geärgert?

## Antwortoptionen

Zehn Antwortoptionen plus Möglichkeit der Freitexteingabe;  
Mehrfachnennung möglich

\* Basis: alle Befragten, n = 2.936.

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

# 6. Methodik

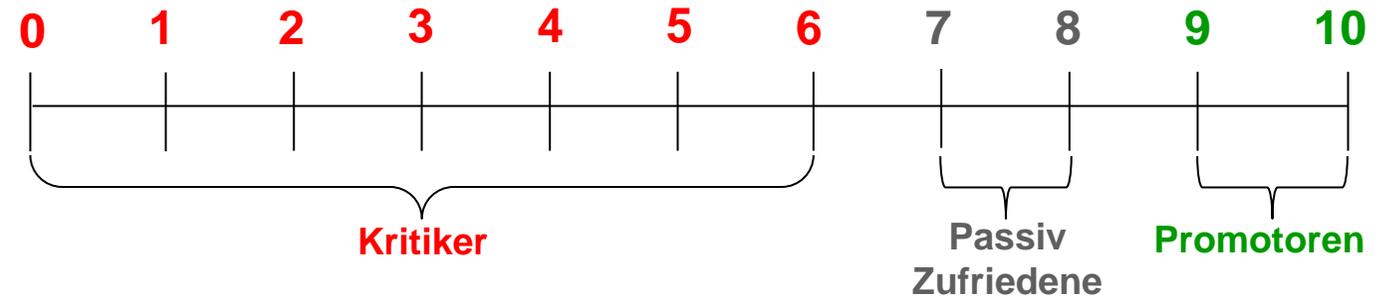
**Frage**

**Erhebung**

**Skala**

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

Net Promoter Score (NPS)\*: 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 Reicheld.

	Seite
<b>A. Kundenerfahrungen</b>	<b>27</b>
<b>B. Ergebnisse der Teilbereiche</b>	<b>29</b>
Service	29
Preis	31
Vertragsbedingungen	33
Transparenz	35
Tarifangebot	37
Image	39
Ärgernisse	41
Weiterempfehlung	43
<b>C. Weitere Ergebnisse</b>	<b>44</b>
<b>D. Demografie</b>	<b>56</b>
<b>E. Allgemeine Methodik</b>	<b>58</b>
<b>F. Nachhaltigkeit</b>	<b>59</b>

# D. Demografie

Geschlecht	
Männlich	49,1%
Weiblich	50,6%
Divers	0,3%

Bundesländer	
Baden-Württemberg	9,6%
Bayern	9,7%
Berlin	7,4%
Brandenburg	2,1%
Bremen	1,7%
Hamburg	3,9%
Hessen	10,6%
Mecklenburg-Vorpommern	5,1%
Niedersachsen	5,7%
Nordrhein-Westfalen	19,3%
Rheinland-Pfalz	7,5%
Saarland	2,4%
Sachsen	6,4%
Sachsen-Anhalt	2,8%
Schleswig-Holstein	3,0%
Thüringen	2,7%

Alter	
18 bis 19 Jahre	1,1%
20 bis 29 Jahre	15,7%
30 bis 39 Jahre	25,8%
40 bis 49 Jahre	21,5%
50 bis 59 Jahre	20,1%
60 Jahre und älter	15,8%

# D. Demografie

Bildungsabschluss	
(Noch) kein Schulabschluss / noch Schülerin/Schüler an allgemeinbildender Schule	0,4%
Volks-/Grund-/Hauptschule ohne abgeschlossene Lehre/Berufsausbildung	3,1%
Volks-/Grund-/Hauptschule mit abgeschlossener Lehre/Berufsausbildung	12,8%
Mittlere Reife / weiterführende Schule ohne Abitur	27,6%
Abitur / Hochschulreife ohne Studium	28,5%
Studium (Universität, Hochschule, Fachhochschule, Akademie, Polytechnikum)	27,6%

Erwerbsstatus	
Nicht erwerbstätig / arbeitslos	3,9%
Angestellt (Vollzeit)	58,2%
Angestellt (Teilzeit)	13,5%
Selbstständig	10,3%
Schulpflichtig / studierend	4,2%
Pensioniert / in Rente	9,8%

Anzahl im Haushalt lebender Personen	
Eine Person	23,8%
Zwei Personen	43,4%
Drei Personen	17,8%
Vier oder mehr Personen	15,1%

Fragen: Soziodemografische Daten; Basis: alle Befragten, n = 2.936.

# 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 Personengruppen 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. Nachhaltigkeit

## Klimaschutz mit myclimate und MoorFutures

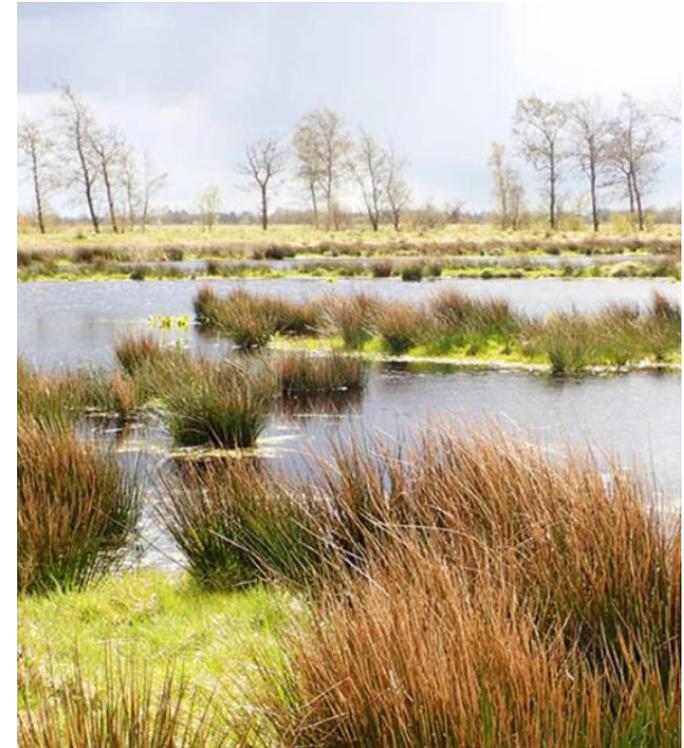


myclimate.org/07-23-221508



# Moor Futures

- Jährliche Berechnung des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks des DISQ durch Umweltexperten von myclimate
- Regelmäßige Prüfung und Umsetzung weiterer CO<sub>2</sub>-Reduktionsmaßnahmen
- Kompensation aller aktuell unvermeidbaren CO<sub>2</sub>-Emissionen in myclimate-Klimaschutzprojekte
- Weiterer Klimaschutzbeitrag zur Renaturierung des Königsmoores in Schleswig-Holstein (MoorFutures)
- Nachhaltigkeit als Teil der Unternehmenskultur
- Klimapositiv durch Klimaschutzprojekte
- Mehr dazu online unter: [disq.de/klima](https://disq.de/klima)



Projekt: Wiedervernässung von Hochmoorgrünland im Königsmoor in Schleswig-Holstein

Fotoquelle: myclimate