

DOKUMENTATION – Zusammenfassung

Kundenbefragung: Stromanbieter 2026




„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“
Im Auftrag des Nachrichtensenders ntv
Hamburg, 10. Februar 2026

UNTERNEHMEN

KONTAKT


DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: 040 27 88 91 48 12
b.moeller@disq.de
www.disq.de

Bianca Möller
Geschäftsführerin

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: 040 27 88 91 48 20
m.schechtel@disq.de
www.disq.de

Martin Schechtel
Leiter Kommunikation

Die Dokumentation unterliegt einer Schutzgebühr in Höhe von 400 Euro (zzgl. MwSt.).

Fotoquellen: Thomas Ecke, 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) Prof. Dr. Michel Clement / Institut für Marketing der Universität Hamburg Jochen Dietrich / Journalist, Experte ntv Wirtschaftsmagazine Judith Klose / Vice President Media & Marketing bei Civey
Nachhaltigkeit	Freiwilliger Beitrag für Klima und Natur, MoorFutures-Klimaschutzprojekte

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.).

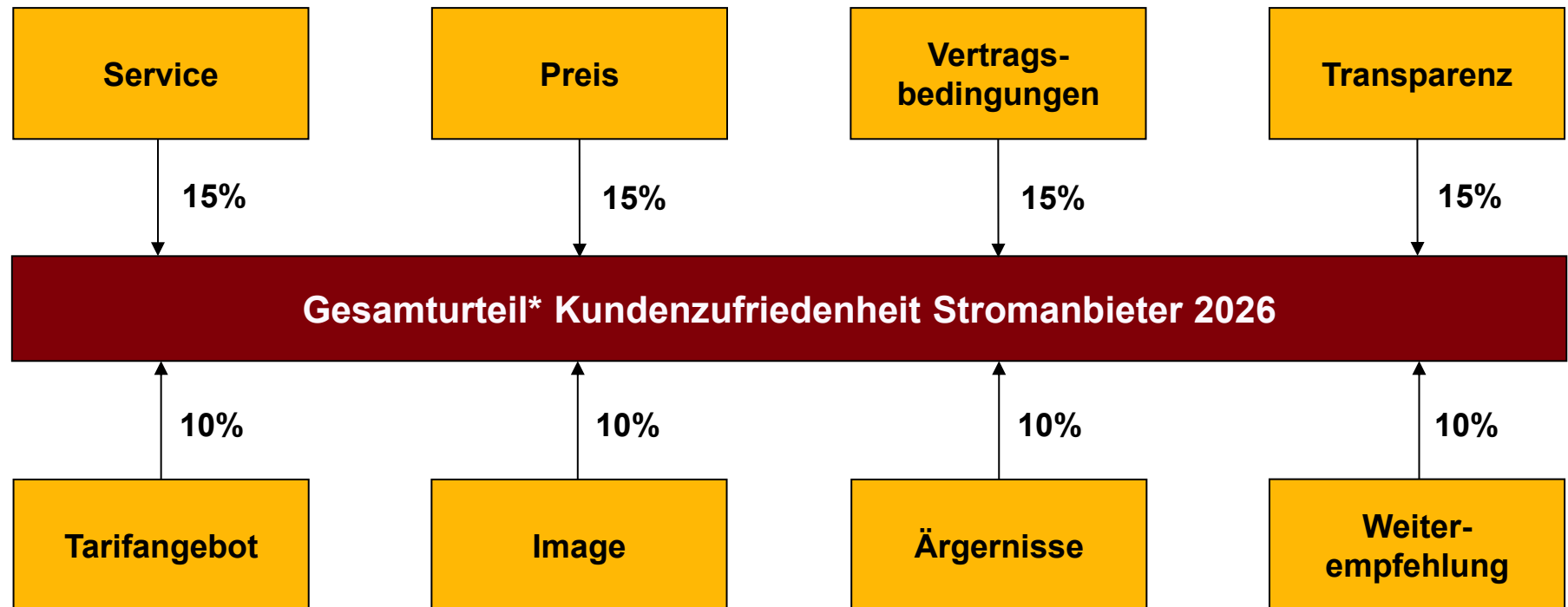
	Seite
1. Zahlen und Fakten zur Studie	6
2. Fazit	8
3. Die besten Unternehmen	9
4. Gesamturteil Kundenzufriedenheit Stromanbieter	10
Urteil Kundenzufriedenheit Grundversorger	14
Urteil Kundenzufriedenheit Unabhängige Ökostromanbieter	16
5. Stärken und Schwächen der Branche	18
6. Methodik	21
Anhang	26

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Auftraggeber	Nachrichtensender ntv
Studienumfang	27 Stromanbieter; Alle 27 Unternehmen in der Einzelauswertung, die mindestens 100 Kundenmeinungen erreichten
Studienzeitraum	Juli 2025 bis Januar 2026
Befragungszeit	29. August bis 21. November 2025
Befragte	Personen; 18 Jahre und älter, die aktuell Kunde bei einem Stromanbieter sind
Teilnehmerzahl	n = 2.859
Kriterien	Service, Preis, Vertragsbedingungen, Transparenz, Tarifangebot, 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 Kundinnen und Kunden ein.

2. Fazit

- **Kundenzufriedenheit insgesamt solide:** Mit 69,5 Punkten erreichten die Stromanbieter erneut ein befriedigendes Resultat (2024: 68,2 Punkte). Die Grundversorger und die unabhängigen Ökostromanbieter bewegten sich auf einem ähnlichen Niveau (69,0 Punkte bzw. 69,9 Punkte).
- **Preis erneut Zünglein an der Waage:** Wie schon in der Vorstudie sahen die Befragungsteilnehmer hier das größte Potenzial. Genau 32 Prozent der Kunden wählten für die Zufriedenheit mit dem Preis keine positive Antwortoption. Hohe Preise führten darüber hinaus häufig zu Ärgernissen mit dem jeweiligen Anbieter.
- **Zufriedenheit mit Transparenz:** Gut 73 Prozent der Stromkunden zeigten sich eher oder sehr zufrieden mit der Transparenz (z. B. klare Informationen). Mehr als 33 Prozent entschieden sich sogar für die positivste Antwortoption.
- **Gemischtes Bild bei Tarifangebot und Image:** Während die Befragten mit dem Tarifangebot ihres Stromanbieters in gut 74 Prozent der Fälle zufrieden waren, bestand beim Image für genau 31 Prozent der Kunden noch Optimierungsbedarf.
- Die **Kosten** bleiben der **entscheidende Faktor** bei der Wahl des Stromanbieters. Die preis-sensiblen Kunden zeigen sich weiterhin **wechselfreudig** und wünschen sich von ihrem Anbieter vor allem **flexible Vertragsbedingungen** und **dauerhaft faire Preise**.

3. Die besten Unternehmen

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
Gesamturteil Kundenzufriedenheit Stromanbieter	Octopus Energy	Naturstrom	Vattenfall
Urteil Kundenzufriedenheit Grundversorger	Vattenfall	Maingau Energie	Mainova
Urteil Kundenzufriedenheit Unabhängige Ökostromanbieter	Naturstrom	Lichtblick	Green Planet Energy
Service	Octopus Energy	Lichtblick	Naturstrom
Preis	Octopus Energy	Naturstrom	Montana
Vertragsbedingungen	Yello Strom	Octopus Energy	Mainova
Transparenz	Green Planet Energy	Naturstrom	Maingau Energie
Tarifangebot	Lichtblick	Octopus Energy	Montana
Image	Green Planet Energy	Yello Strom	Vattenfall
Ärgernisse	Octopus Energy	Polarstern	Vattenfall
Weiterempfehlung	Green Planet Energy	Naturstrom	Octopus Energy

4. Gesamturteil Kundenzufriedenheit

Qualitätsurteile – Stromanbieter

Gesamturteil Kundenzufriedenheit			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Octopus Energy	77,3	gut
2	Naturstrom	74,5	gut
3	Vattenfall	73,6	gut
4	Maingau Energie	72,9	gut
5	Montana	72,6	gut
6	Lichtblick	72,4	gut
7	Yello Strom	72,3	gut
8	Mainova	72,0	gut
9	Green Planet Energy	71,2	gut
10	Polarstern	70,9	gut
11	EWS Schönau	69,9	befriedigend
12	Immergrün Energie	69,5	befriedigend
13	E.ON Energie Deutschland	69,3	befriedigend
14	EnBW	69,2	befriedigend

Gesamturteil Kundenzufriedenheit			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
15	Eprimo	69,1	befriedigend
16	SWM Stadtwerke München	69,1	befriedigend
17	Knauber Strom	68,8	befriedigend
18	Entega	68,7	befriedigend
19	Stadtwerke Düsseldorf	68,2	befriedigend
20	E wie einfach	68,2	befriedigend
21	New Energie	67,2	befriedigend
22	Leipziger Stadtwerke	66,9	befriedigend
23	Goldgas	66,5	befriedigend
24	Rhein Energie	65,7	befriedigend
25	EWE	64,7	befriedigend
26	Bürgerwerke	63,7	befriedigend
27	N-Ergie	63,6	befriedigend
	Gesamt	69,5	

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. Der Wert „Gesamt“ errechnet sich aus dem Mittelwert aller Stimmen, einschließlich der Verbrauchermeinungen für sonstige Unternehmen, die aufgrund einer zu geringen Anzahl an Stimmen nicht einzeln ausgewiesen werden.

4. Urteil Kundenzufriedenheit Grundversorger*

Urteil Kundenzufriedenheit Grundversorger			
Rang	Unternehmen	Punkte**	Qualitätsurteil
1	Vattenfall	73,6	gut
2	Maingau Energie	72,9	gut
3	Mainova	72,0	gut
4	EWS Schönau	69,9	befriedigend
5	E.ON Energie Deutschland	69,3	befriedigend
6	EnBW	69,2	befriedigend
7	Eprimo	69,1	befriedigend
8	SWM Stadtwerke München	69,1	befriedigend
9	Entega	68,7	befriedigend
10	Stadtwerke Düsseldorf	68,2	befriedigend
11	New Energie	67,2	befriedigend
12	Leipziger Stadtwerke	66,9	befriedigend
13	Rhein Energie	65,7	befriedigend
14	EWE	64,7	befriedigend
	Gesamt	69,0	

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	74,5	gut
2	Lichtblick	72,4	gut
3	Green Planet Energy	71,2	gut
4	Polarstern	70,9	gut
5	EWS Schönau	66,5	befriedigend
6	Bürgerwerke	63,7	befriedigend
	Gesamt	69,9	

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

* Die Einordnung als Unabhängiger Ökostromversorger 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):

- Bürgerwerke
- E wie einfach
- E.ON Energie Deutschland
- EnBW
- Entega
- Eprimo
- EWE
- EWS Schönau
- Goldgas
- Green Planet Energy
- Immergrün Energie
- Knauber Strom
- Leipziger Stadtwerke
- Lichtblick
- Maingau Energie
- Mainova
- Montana
- Naturstrom
- N-Ergie
- New Energie
- Octopus Energy
- Polarstern
- Rhein Energie
- Stadtwerke Düsseldorf
- SWM
Stadtwerke München
- Vattenfall
- Yello Strom

Fragen

Wie zufrieden sind Sie mit ...

- dem Service bei xxx*? (z. B. Kundenorientierung, gute Erreichbarkeit (Telefon, E-Mail), schnelle Lösung von Anliegen, hochwertige und nutzerfreundliche digitale Services (App, Internetseite, 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

Fallzahlen*	Service:	n = 2.810
	Preis:	n = 2.845
	Vertragsbedingungen:	n = 2.833
	Transparenz:	n = 2.808
	Tarifangebot:	n = 2.827
Frage	Wie bewerten Sie das Image von xxx** in Bezug auf die Stromversorgung?	
Antwortoptionen	Beurteilung auf einer Skala von „sehr negativ“ (-2) bis „sehr positiv“ (+2) sowie die Antwortmöglichkeit „keine Angabe“	
Fallzahlen*	Image:	n = 2.801

* Basis: alle Bewertungen, n = 2.859. Fallzahlen können aufgrund der Antwortmöglichkeit „keine Angabe“ variieren.

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

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 = 638), konnten anschließend den Grund für ihr Ärgernis benennen.

Folgefrage

Worüber haben Sie sich geärgert?

Antwortoptionen

Elf Antwortoptionen plus Möglichkeit der Freitexteingabe;
Mehrfachnennung möglich

* Basis: alle Bewertungen, n = 2.859. Fallzahlen können aufgrund der Antwortmöglichkeit „keine Angabe“ variieren.

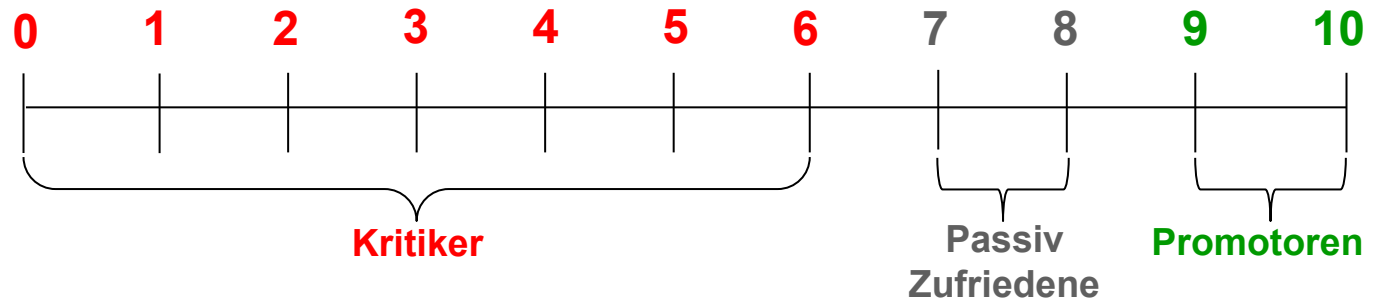
** xxx steht für den zu Beginn der Befragung ausgewählten Stromanbieter.

6. Methodik

Frage
Erhebung
Skala

Mit welcher Wahrscheinlichkeit würden Sie den bewerteten Strom-anbieter 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 Reicheld.

	Seite
A. Kundenerfahrungen	27
B. Ergebnisse der Teilbereiche	29
Ärgernisse	29
Weiterempfehlung	31
C. Weitere Ergebnisse	32
D. Demografie	40
E. Allgemeine Methodik	42
F. Nachhaltigkeit	43

D. Demografie

Geschlecht

Männlich	45,6%
Weiblich	54,1%
Divers	0,3%

Bundesländer

Baden-Württemberg	9,6%
Bayern	14,3%
Berlin	7,3%
Brandenburg	2,8%
Bremen	1,1%
Hamburg	3,3%
Hessen	9,3%
Mecklenburg-Vorpommern	1,7%
Niedersachsen	7,9%
Nordrhein-Westfalen	24,2%
Rheinland-Pfalz	4,3%
Saarland	1,0%
Sachsen	5,8%
Sachsen-Anhalt	3,1%
Schleswig-Holstein	2,4%
Thüringen	1,9%

Alter

18 bis 19 Jahre	3,0%
20 bis 29 Jahre	18,3%
30 bis 39 Jahre	23,4%
40 bis 49 Jahre	20,5%
50 bis 59 Jahre	17,8%
60 Jahre und älter	17,0%

D. Demografie

Bildungsabschluss	
(Noch) kein Schulabschluss / noch Schülerin/Schüler an allgemeinbildender Schule	0,9%
Volks-/Grund-/Hauptschule ohne abgeschlossene Lehre/Berufsausbildung	4,9%
Volks-/Grund-/Hauptschule mit abgeschlossener Lehre/Berufsausbildung	12,6%
Mittlere Reife / weiterführende Schule ohne Abitur	28,7%
Abitur / Hochschulreife ohne Studium	24,3%
Studium (Universität, Hochschule, Fachhochschule, Akademie, Polytechnikum)	28,6%

Erwerbsstatus	
Nicht erwerbstätig / arbeitslos	5,0%
Angestellt (Vollzeit)	60,0%
Angestellt (Teilzeit)	14,9%
Selbstständig	5,6%
Schulpflichtig / studierend	3,1%
Pensioniert / in Rente	11,4%

Anzahl im Haushalt lebender Personen	
Eine Person	23,7%
Zwei Personen	34,6%
Drei Personen	21,5%
Vier oder mehr Personen	20,2%

Fragen: Soziodemografische Daten; Basis: alle Befragten, n = 2.859.

E. Allgemeine Methodik

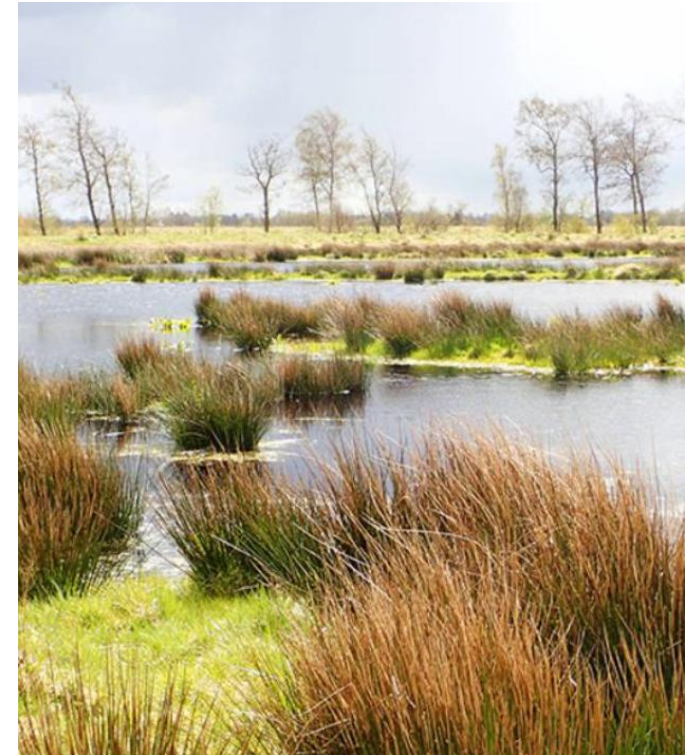
Kundenbefragung

- **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

Unser Beitrag zum globalen Klimaschutz

- Nachhaltigkeit als Teil der Unternehmenskultur
- Seit 2020 kontinuierliches Umwelt-Engagement durch Beteiligung an Klimaschutzprojekten
- Regelmäßige Prüfung und Umsetzung von Maßnahmen zur CO₂-Reduzierung beim DISQ
- Jährliche Ermittlung des CO₂-Fußabdrucks des DISQ mit unabhängigem myclimate-Rechner
- Kompensation aller aktuell unvermeidbaren CO₂-Emissionen in Klimaschutzprojekte, etwa zuletzt zur Renaturierung des Grotmoors in Schleswig-Holstein (CO₂-Zertifikate von MoorFutures)
- Mehr dazu online unter: disq.de/klima



Projekt: Renaturierung von Moorflächen in Schleswig-Holstein (Symbolbild)

Fotoquelle: myclimate