

# **Machbarkeitsuntersuchung der Bewertung von Lieferanten leitungsgebundener Energie in Bezug auf ihren Beitrag zur Energiewende („EVU-Check“)**

**Hintergrundpapier**  
im Auftrag von EnergieVision e.V., Freiburg

Prof. Dr. Wolfgang Irrek  
Esmail Ansari

unter Mitwirkung von:  
Yulian Kagan, Robert Kutz, Serdar Özgenc  
**Hochschule Ruhr West**

Dieter Seifried  
**Büro Ö-quadrat**

Bottrop und Freiburg, 11. März 2014

## Kontakt

Prof. Dr. Wolfgang Irrek  
Hochschule Ruhr West  
Campus Bottrop  
Tannenstraße 43  
46240 Bottrop  
Tel. +49 [0]208 882 54-838  
Fax +49 [0]208 882 54-834  
Email: [wolfgang.irrek@hs-ruhrwest.de](mailto:wolfgang.irrek@hs-ruhrwest.de)

Dipl.-Ing. Dipl.-Volksw. Dieter Seifried  
Büro Ö-quadrat  
Turnseestr. 44  
79102 Freiburg  
Tel. 0761/707-9901  
Fax: -9903  
Email: [seifried@oe2.de](mailto:seifried@oe2.de)

## Zusammenfassung

**Hintergrund:** Seit 1998 ist der Strommarkt in Deutschland liberalisiert und die Stromkunden können ihren Energielieferanten wählen. Mit der Liberalisierung war auch die Grundlage für die Differenzierung des Stromangebots im Hinblick auf „Grünen Strom“ geschaffen. Inzwischen bietet fast jeder Stromlieferant seinen Haushalts- und Gewerbekunden ein Ökostromprodukt an, wovon im Jahr 2013 schätzungsweise fünf Millionen Kunden Gebrauch gemacht haben. Die Wirkung des Ökostroms ist jedoch umstritten. Die Autoren sind der Ansicht, dass es nur eine völlig unzureichende Bewertung der angebotenen Öko-Stromprodukte gibt. Das ist umso schwerwiegender, als die meisten Angebote keinerlei ökologische Wirkung besitzen und die Verbraucherinnen und Verbraucher bezüglich der ökologischen Wirkung des gekauften Produkts im Unklaren gelassen werden, was wiederum zu umweltschädlichen Verhaltensänderungen und einer Fehlentscheidung bei der Technologiewahl (z.B. Elektroheizung) führen kann.

Umfragen zeigen: Verbraucherinnen und Verbraucher sehnen sich nach Klarheit, Transparenz und einheitlichen Bewertungshilfen. Sie benötigen Sicherheit und Vertrauen, dass ihre Entscheidungen – beispielsweise die Auswahl eines Energielieferanten – gut sind. **Ökologisch interessierte Verbraucherinnen und Verbraucher** hätten gerne einen Energieanbieter, der aktiv zum Gelingen der Energiewende beiträgt, diese nicht verhindert, möglichst vor Ort, zumindest aber im Inland aktiv ist und zudem faire Vertragsbedingungen und adäquaten Service bietet. Von daher liegt es nahe, nicht das Produkt Strom, sondern den Anbieter zu bewerten.

Der **EnergieVision e.V.** hat im Jahr 2013 das Projekt „Entwicklungsstand und Perspektiven des freiwilligen Ökostrommarktes“ gestartet, um eine Bestandsaufnahme des freiwilligen Ökostrommarktes zu erstellen und mögliche Perspektiven für dessen weitere Entwicklung aufzuzeigen. Eine mögliche Überlegung besteht darin, Verbraucherinnen und Verbrauchern eine Hilfestellung für die Anbieterwahl nach ökologischen bzw. Nachhaltigkeitsgesichtspunkten an die Hand zu geben. Vor diesem Hintergrund wurde die vorliegende Konzeptstudie für einen Anbietertest in Auftrag gegeben. Erfahrungen aus bereits vorliegenden Ansätzen zur Anbieterbewertung sind in das Konzept eingeflossen.

**Zielsetzung** der Studie war es zu untersuchen, ob weitergehende bzw. alternative Kriterien herangezogen werden können, um Verbraucherinnen und Verbraucher sowie Gewerbetreibende in die Lage zu versetzen, Energielieferanten nach ihrem Engagement für die Energiewende zu bewerten und ihre Anbieter gezielt danach auszusuchen („EVU-Check“). Weiterhin sollte auch geprüft werden, ob ein solches Konzept praktikabel angewandt werden kann.

Die Antwort kurz gefasst lautet: **Ja, es gibt eine Bewertungsmethode**, mit der eine vergleichende Bewertung von Energiewende-Anbietern aussagekräftig, praktikabel und finanzierbar durchgeführt werden kann.

Um das Konzept zu erarbeiten, wurde als Ausgangspunkt die Entscheidungssituation für einen Kunden gewählt, der von seinem bisherigen Stromlieferanten zu einem anderen wechseln möchte, und zwar zu einem Stromlieferanten, der aktiv für die Energiewende eintritt und seine Kunden entsprechend unterstützt.

Es wurde ein **Bewertungssystem** entwickelt, das die Aktivitäten des Stromlieferanten im Hinblick auf eine nachhaltige Energieversorgung einstuft. Hierbei wurde darauf geachtet, dass die einzelnen Kriterien möglichst transparent und zuverlässig bewertet werden können, um ein faires Ranking zu ermöglichen.

Um den Verbraucherinnen und Verbrauchern eine bestmögliche und aktuelle Entscheidungshilfe zu bieten, wurde bei der Erarbeitung des Konzepts von einem zu entwickelnden Online-Portal ausgegangen. Ein solches Portal könnte Verbraucherinnen und Verbraucher in die Lage versetzen, unter allen Anbietern den für ihn besten „Energiewende-Anbieter“ zu wählen. Hierzu wurden verschiedene Bewertungskriterien definiert und in Unterpunkten differenziert.

Bei der Auswahl der Kriterien wurde darauf geachtet, dass die Bewertungsmerkmale durch den Stromlieferanten beeinflusst werden können und die Bewertung dem aktiven Handeln des jeweiligen Anbieters zugerechnet werden kann. Daneben wurde auf intersubjektive Nachvollziehbarkeit und Praktikabilität geachtet.

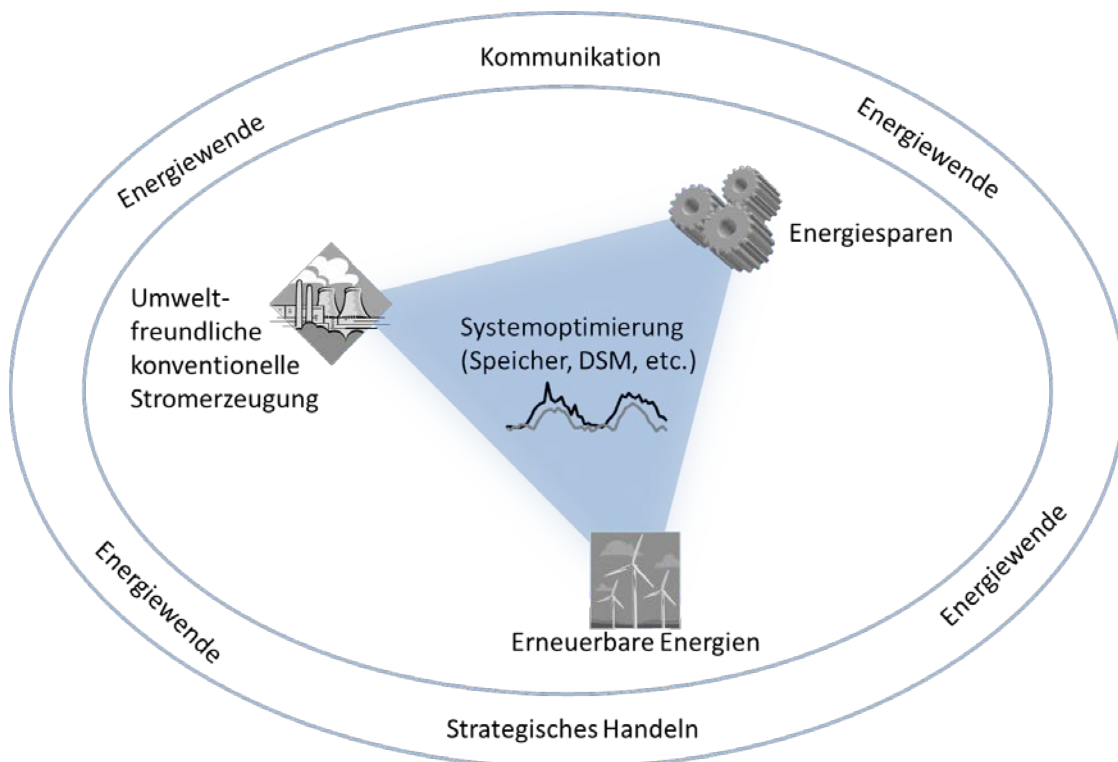


Abbildung 1: Handlungsfelder eines Stromlieferanten mit Bezug auf die Energiewende

Grundlage für die Auswahl der Kriterien zur Bewertung des Engagements für die Energiewende waren die wichtigsten Handlungsfelder, die sich einem Stromlieferanten bieten. Dabei wurden vier **interdependente Dimensionen** ausgewählt:

- Energiesparen;
- Erneuerbare Energien und umweltfreundliche konventionelle Stromerzeugung (zusammengefasst unter dem Stichwort ökologische Stromerzeugung);
- Systemoptimierung;
- Kommunikation.

Die einzelnen **Handlungsfelder** sind in mögliche **Handlungsoptionen** aufgeteilt. Dabei werden die Handlungsoptionen entsprechend ihrer Bedeutung für die Energiewende mit einem Punktesystem bewertet. Werden alle Maßnahmen vollständig und sowohl in einem definierten relativen Umfang im Verhältnis zu den gesamten energiebezogenen Aktivitäten des Unternehmens als auch einer definierten Qualität umgesetzt, so wird die maximale Punktzahl 100 erreicht. Wenn sich Unternehmen spezialisieren und in Teilbereichen Maßnahmen nicht vollständig bzw. im definierten Umfang umsetzen, sich dafür aber in anderen Bereichen des Handlungsfelds durch besonderes Engagement hervortun, können sie Bonuspunkte erlangen, maximal aber die genannten 100 Punkte pro Handlungsfeld. Die Gesamtbewertung ergibt sich aus der Addition der gewichteten Punktzahl der Haupthandlungsfelder. Am Ende der Bewertung steht also sowohl eine Punktzahl für jedes Haupthandlungsfeld sowie eine Gesamtpunktzahl über alle Handlungsfelder.

Eine beispielhafte Bewertung zeigt Abbildung 2:

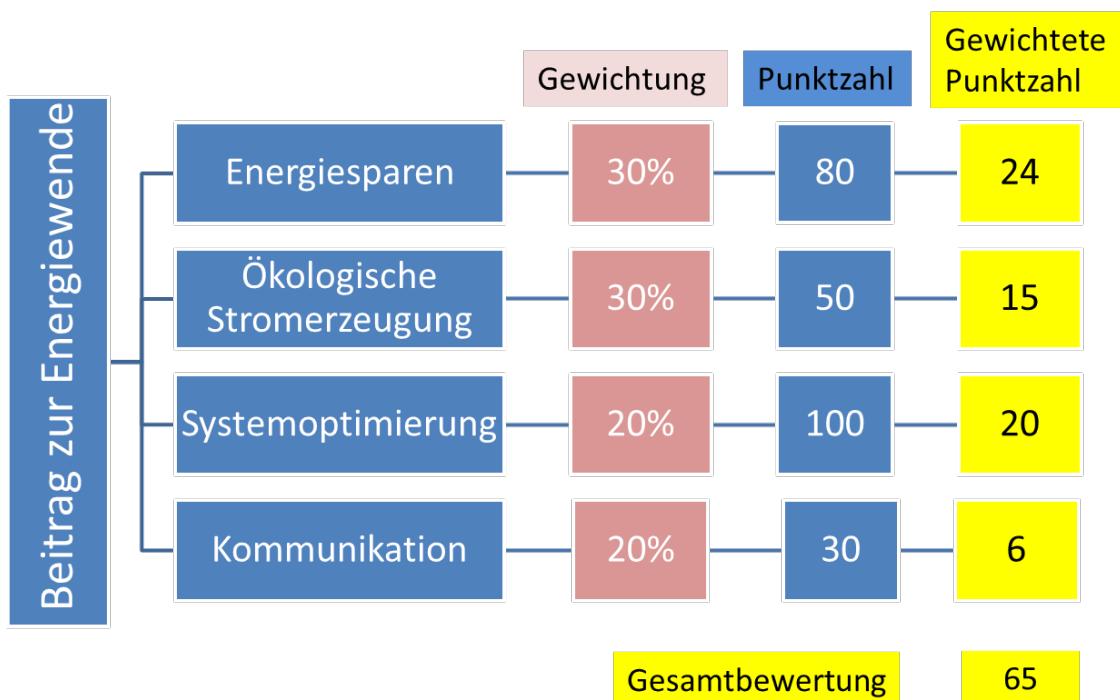


Abbildung 2: Energiewende-Handlungsfelder für Stromlieferanten und ihre mögliche Gewichtung (Bewertungsbeispiel)

**Warum wurden diese Handlungsfelder ausgewählt?**

**Energieeinsparung** ist in mehrfacher Hinsicht ein wichtiger Beitrag zur Energiewende:

- Ohne die Nutzung der Effizienzpotentiale ist ein auf 100% erneuerbaren Energiequellen basierendes Energiesystem nicht machbar.
- Energiedienstleistungen reduzieren die Rechnungen der Kunden. Sie sind somit auch ein wichtiger Beitrag, dass die Kunden die finanziellen Belastungen der Energiewende tragen können und die Energiewende damit von der Bevölkerung akzeptiert und unterstützt wird.
- Energiesparmaßnahmen sind mit Vorteilen für die regionale Wirtschaft sowie mit einer geringeren Umweltbelastung verbunden und reduzieren die Abhängigkeit vom Ausland.

Die Stromlieferanten können ihren Kunden in vielfältiger Weise beim Energiesparen behilflich sein. Diese Hilfen sind nötig, um die Hemmnisse, die dem Energiesparen entgegenstehen, zu überwinden.

**Ökologische Stromerzeugung:** Der weitere Umbau des Energiesystems wird auf der Energieangebotsseite im Wesentlichen durch den Zubau von erneuerbaren Energiequellen und Kraft-Wärme-Kopplungsanlagen bestimmt werden. Dazu können sowohl die einzelnen Kunden als auch die Stromlieferanten beitragen. Im Rahmen dieses Handlungsfeldes wird bewertet, was die Stromanbieter direkt (in den eigenen Gebäuden oder durch eigene Investitionen in erneuerbare Energiequellen und BHKW) und indirekt (durch die Förderung der Kunden und Dritter) zum Umbau beitragen.

Das Stromangebot des Unternehmens wird nicht danach beurteilt, ob es unter dem Label Ökostrom oder Egal-Strom läuft. Entscheidend ist vielmehr, was die Stromanbieter dazu beitragen, die erneuerbaren Energiequellen und Blockheizkraftwerke auszubauen.

Hintergrund ist die Einschätzung, dass die meisten Ökostrom-Angebote keinen Einfluss auf einen tatsächlichen Zubau der erneuerbaren Energien haben, und darüber hinaus bei den Kunden falsche Vorstellungen bezüglich der Umweltwirkungen ihres Strombezugs erwecken. Üblicherweise wird der vertraglich gelieferte Öko-Strom aus Norwegen, der Schweiz oder aus Österreich geliefert. Im Gegenzug fließt aber mehr deutscher Strom aus fossilen Kraftwerken (auf dem Papier) in diese Länder. Für die gesamte Öko-Bilanz im EU-Stromverbundsystem hat der Öko-Strombezug der Kunden so gut wie keinen Einfluss.

**Systemoptimierung:** Mit dem zunehmenden Ausbau der fluktuierenden erneuerbaren Energien und der Kraftwärmekopplung bekommt die Integration dieser Technologien in das Gesamtsystem eine zunehmende Bedeutung. Hier geht es u. a. um die Nutzung von Speichern zum Ausgleich von Angebot und Nachfrage, technisch-wirtschaftliche Optimierungsstrategien, Steuerungen und Regelungen.

**Kommunikation / Strategisches Handeln in Bezug zur Energiewende:** Die Energiewende wird nicht an technischen Problemen scheitern. Wenn sie scheitert dann

an dem Punkt, dass es den Protagonisten nicht gelingt, die Mehrheit der Bevölkerung vor dem Hintergrund steigender Strompreise für Haushalt und Gewerbe zu überzeugen, dass die Energiewende eine notwendige und langfristig vorteilhafte Strategie darstellt. Vor diesem Hintergrund ist es von großer Bedeutung, welche Kommunikation und welches strategisches Verhalten von den Stromlieferanten ausgehen. Im Rahmen des EVU-Checks soll sowohl die interne als auch die nach außen gerichtete Kommunikation bewertet werden.

Neben diesen vier Handlungsfeldern wurden **weitere Aspekte für die Bewertung** herausgearbeitet und in die abschließende Bewertung einbezogen:

**Die finanzielle Verknüpfung des Unternehmens und der Geldfluss:** Wenn eine Tochter eines Unternehmens aufgrund einer positiven Bewertung durch den EVU-Check erfolgreich wechselfreudige Kunden im Markt gewinnt und diese Gewinne an eine Muttergesellschaft überführt, die die Energiewende hintertreibt, so ist dies nicht zielführend und führt zu einer Abwertung. Für die Energiewende ist nicht von Bedeutung, ob „Öko-Strom“ geliefert wird, sondern wo das Geld des Kunden hinfließt und was mit diesem Geld gemacht wird.

Da für viele wechselwillige Kunden neben der Einstufung des Unternehmens bezüglich seines Beitrags zur Energiewende andere Kriterien wichtig sind, wurden im Rahmen des Konzepts noch weitere Kriterien wie **Kundenfreundlichkeit, Regionalität** sowie **Verflochtenheit mit der Atom- und Kohlewirtschaft** ausgearbeitet und operationalisiert.

Die **durchgeführte exemplarische Bewertung von fünf Stromlieferanten** zeigte, dass die angestrebte Unternehmensbewertung prinzipiell anhand dieser oder anderer Kriterien möglich ist. Dabei haben sich jedoch auch einige Probleme herauskristallisiert, zu denen im Bericht jeweils Lösungsansätze für die zukünftige Handhabung der Bewertungen im EVU-Check vorgeschlagen werden.

Für die **Darstellung des Ergebnisses in einem Bewertungsschema** wird als präferierte Lösung ein Verfahren vorgeschlagen, das dem Kunden einerseits einen deutlichen Hinweis auf den Beitrag des Unternehmens zur Energiewende gibt, zum anderen aber die Möglichkeit lässt, die weiteren Kriterien wie Verbraucher/innen-Freundlichkeit, Regionalität und die Verflechtung mit der Atom- und Kohlewirtschaft entsprechend seiner Vorstellung zu berücksichtigen und zu werten. Und schließlich wird er durch die Einblendung des Strompreises (bei seinem Jahresverbrauch) auch noch in die Lage versetzt, eine Abwägung zu treffen, ob ihm diese Attribute den Mehrpreis gegenüber einem Vergleichsprodukt wert sind.

Bei der Bewertung des Beitrags zur Energiewende würde neben der Schulnote noch die erreichte Punktzahl genannt. Bei den Kriterien der Verbraucher/innen-Freundlichkeit und Regionalität beschränkt sich die Einteilung auf eine Bewertung von null bis fünf Sternchen.

Tabelle 1: Beispiel einer separaten Bewertung verschiedener Hauptkriterien in einem Energieanbieter-Test

	Beitrag zur Energiewende	Verbraucher/innen-Freundlichkeit	Regionalität	Verflechtung mit der Atomwirtschaft	Durchschnittspreis beim vom Kunden angegebenen Jahresverbrauch
Anbieter A	Gut (xx Punkte)	***	*	Ja	0,33 Euro/kWh
Anbieter B	sehr gut (xx Punkte)	o	*****	Nein	0,34 Euro/kWh

Im Rahmen des Konzepts wurden auch die Machbarkeit und der Aufwand untersucht. **Prinzipiell ist die Machbarkeit gegeben**, wenngleich der Aufwand für die Erhebung anbieterspezifischer, glaubwürdiger Daten und Informationen zu den Ausprägungen der Testkriterien erheblich ist. Für eine Erstbewertung eines Stromanbieters anhand der im vorliegenden Papier aufgeführten Kriterien wurden etwa 24 - 40 Arbeitsstunden abgeschätzt. Würde man alle Stromanbieter in Deutschland nach der dargestellten Bewertungsmethodik und dem dargestellten Bewertungsumfang einmal im Jahr bewerten wollen, wären hierfür etwa 17 - 26 Vollzeitarbeitsplätze mit unterschiedlichen Qualifizierungserfordernissen anzusetzen. Daraus lässt sich wiederum schließen, dass die Testorganisation mit einer Gebühr in Höhe von etwa 2.700 - 4.900 Euro je Bewertung eines Anbieters und Jahr wirtschaftlich arbeiten könnte. Diese Grobabschätzung ersetzt jedoch keinen Business-Plan.

Die **Organisation**, die den Anbietertest durchführt, sollte eine glaubwürdige, von wirtschaftlichen Einzelinteressen von Stromanbietern unabhängige Institution sein, beispielsweise angedockt an die Verbraucherzentralen, die zusammen mit der Stiftung Warentest das höchste Vertrauen der Verbraucherinnen und Verbraucher genießen.

**Fazit:** Der vorgeschlagene EVU-Check ist relativ aufwendig und komplex. Die Bewertung der einzelnen Unterpunkte der verschiedenen Handlungsfelder bedarf eindeutiger Abgrenzungen und klarer Leitlinien für die bewertenden Personen, um eine faire, intersubjektiv überprüfbare Bewertung zu ermöglichen, Grauzonen, Grenzfälle und juristische Folgen reduzieren zu können. Das Bewertungsverfahren führt jedoch zu aussagekräftigen Ergebnissen, ist – wie die Testbewertung von fünf Anbietern gezeigt hat - praktikabel umsetzbar und finanzierbar. Der EVU-Check gibt wechselwilligen Kunden, die einen Beitrag zur Energiewende leisten wollen, einen zielgerichteten Hinweis für ihr Handeln. Somit stellt er gegenüber den bisher gängigen Bewertungsportalen und den dort kommunizierten Ökostrom-Zertifikaten einen wesentlichen Fortschritt im Hinblick auf die Aufklärung ökologisch interessierter Verbraucherinnen und Verbraucher dar.



# Inhaltsverzeichnis

<b>Zusammenfassung</b> .....	<b>3</b>
<b>Inhaltsverzeichnis</b> .....	<b>9</b>
<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	<b>11</b>
<b>Tabellenverzeichnis</b> .....	<b>11</b>
<b>1 Hintergrund</b> .....	<b>13</b>
<b>2 Gegenstand und Ziel der Untersuchung</b> .....	<b>15</b>
<b>3 Typisierung der zu untersuchenden Stromanbieter</b> .....	<b>16</b>
3.1 Entscheidungsfindung für einen wechselwilligen Stromkunden .....	16
3.2 Unternehmenstypen .....	18
3.2.1 Grundversorger .....	18
3.2.2 Unabhängige Internet-Stromanbieter .....	18
3.2.3 Eigenmarken der traditionellen Energieversorger .....	19
3.2.4 Vertriebsgesellschaften der Grundversorger .....	19
3.2.5 Öko-Strom Anbieter .....	19
3.3 Bedeutung für den EVU-Check .....	20
<b>4 Bisherige Bewertungsansätze</b> .....	<b>22</b>
4.1 Online-Hilfen für die Produkt- bzw. Anbieterwahl .....	22
4.1.1 Anzahl und Marktanteile von Internet-Stromvergleichsportalen .....	22
4.1.2 Bewertung der Vergleichsportale .....	24
4.1.3 Angezweifelte Zuverlässigkeit der Stromvergleichsportale .....	25
4.2 Ökostrom-Produktbewertungen als Entscheidungshilfe? .....	26
4.2.1 Ökostrom-Produktvergleiche in Online-Vergleichsportalen.....	26
4.2.2 Gütesiegel / Zertifikate .....	26
4.2.3 Ausschreibungen der öffentlichen Hand .....	27
4.2.4 Zwischenfazit zu den Grenzen produktbezogener Bewertungsansätze .....	27
4.3 Unternehmenstests: Bisherige Bewertungen von Energieanbietern, die über Produkttests hinausgehen .....	28
4.4 Welche Art von Entscheidungshilfe wird benötigt? .....	33
<b>5 Bewertungskriterien des EVU-Check</b> .....	<b>35</b>
5.1 Diskussion grundsätzlicher Entscheidungen zu Prüfgegenstand, -verfahren und -kriterien .....	35
5.2 Was tragen Stromlieferanten zur Energiewende bei? .....	38
5.2.1 Handlungsfelder .....	38
5.2.2 Energiesparen.....	40
5.2.3 Ökologische Stromerzeugung .....	42

---

5.2.4	Systemoptimierung .....	43
5.2.5	Kommunikation / Strategisches Handeln in Bezug zur Energiewende.....	45
5.2.6	Finanzielle Verknüpfung und Geldfluss .....	48
5.2.7	Charta der Stromanbieter für eine Energiewende.....	48
5.3	Kriterien der Kundenfreundlichkeit.....	48
5.4	Weitere Kriterien.....	52
5.5	Bewertungskriterien im Überblick .....	54
5.6	Beispielhafte Anwendung der vorgeschlagenen Bewertungskriterien auf ausgewählte Stromlieferanten .....	56
5.6.1	Exemplarische Bewertung von fünf Stromanbietern .....	56
5.6.2	Sensitivitäten.....	58
5.7	Zwischenfazit zum vorgeschlagenen Bewertungssystem .....	59
<b>6</b>	<b>Praktikabilität, Finanzierbarkeit, Organisation .....</b>	<b>61</b>
6.1	Darstellungsmöglichkeiten der Bewertungsergebnisse.....	61
6.2	Möglichkeiten der Datengewinnung.....	63
6.3	Aufwand .....	63
6.4	Finanzierbarkeit.....	65
6.5	Organisation.....	65
<b>7</b>	<b>Fazit.....</b>	<b>66</b>
	<b>Quellenverzeichnis.....</b>	<b>67</b>

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Handlungsfelder eines Stromlieferanten mit Bezug auf die Energiewende .....	4
Abbildung 2:	Energiewende-Handlungsfelder für Stromlieferanten und ihre mögliche Gewichtung (Bewertungsbeispiel) .....	5
Abbildung 3:	Geschätzte Anzahl von im Markt zur Verfügung stehende Stromvergleichsportale und Suchmaschinen (basierend auf drei Stromprodukt-Datenbanken).....	23
Abbildung 4:	Anzahl der Aufrufe der Webseiten von den Stromvergleichsportalen Verivox, Check24 und Stromvergleich.de .....	24
Abbildung 5:	Ausschnitt aus den Online-Informationen einer exemplarischen Bewertung eines Stromanbieters und seines Produkts beim Energieverbraucherportal .....	31
Abbildung 6:	Handlungsfelder eines Stromlieferanten mit Bezug auf die Energiewende .....	38
Abbildung 7:	Energiewende-Handlungsfelder für Stromlieferanten und ihre mögliche Gewichtung (Bewertungsbeispiel) .....	39
Abbildung 8:	Beispiel für die Möglichkeit der Berücksichtigung von Kundenpräferenzen bei der Gewichtung von Kriterien für die Bewertung von Stromanbietern .....	62

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Beispiel einer separaten Bewertung verschiedener Hauptkriterien in einem Energieanbieter-Test .....	8
Tabelle 2:	Auswahl von Anbietern unter der Rubrik Öko-Stromanbieter .....	20
Tabelle 3:	30 Beispiele für im Internet verfügbare Stromvergleichsportale .....	23
Tabelle 4:	Kriterien in ausgewählten bisherigen Tests bzw. Strompreisvergleichen, die mehr beinhalten als preisliche und produktbezogene ökologische Kriterien .....	32
Tabelle 5:	Vor- und Nachteile unterschiedlicher Entscheidungshilfen bei der Stromanbieterwahl.....	33
Tabelle 6:	Untergliederung des Handlungsfelds „Energiesparen“ und Gewichtung der einzelnen Leistungen .....	42
Tabelle 7:	Untergliederung des Handlungsfelds Ökologische Stromerzeugung sowie Gewichtung der einzelnen Leistungen .....	43
Tabelle 8:	Untergliederung des Handlungsfelds „Systemoptimierung“ sowie Gewichtung der einzelnen Leistungen .....	44
Tabelle 9:	Untergliederung des Handlungsfelds „Kommunikation“ sowie Gewichtung der einzelnen Leistungen .....	47
Tabelle 10:	Untergliederung des Handlungsfelds „Kundenfreundlichkeit“ sowie Gewichtung der einzelnen Leistungen .....	52
Tabelle 11:	Untergliederung des Handlungsfelds „Regionalität“ sowie Gewichtung der einzelnen Leistungen .....	53
Tabelle 12:	„Verflechtung mit der Atom- und Kohlewirtschaft“ als optionales Ausschlusskriterium.....	54

---

Tabelle 13:	Vorgeschlagene Handlungsfelder, Bewertungskriterien, Punkte und Gewichtungen .....	55
Tabelle 14:	Ergebnis einer exemplarischen Bewertung ausgewählter Stromanbieter [Bewertung in Punkten; max. 100 Punkte pro Handlungsfeld und pro Hauptkriterium]* .....	57
Tabelle 15:	Abhängigkeit der Bewertung von der gewählten Systemgrenze und der Art der Bewertung am Beispiel RWE .....	58
Tabelle 16:	Beispiel einer separaten Bewertung verschiedener Hauptkriterien in einem Energieanbieter-Test .....	62
Tabelle 17:	Abschätzung der Kosten für eine Bewertung je Anbieter und Jahr .....	64

# 1 Hintergrund

Durch die auslaufende Nutzung der Atomkraftwerke, die zunehmende Einspeisung aus dezentralen, vor allem erneuerbaren Energiequellen, verstärkte Bemühungen zur Steigerung der Energieeffizienz und zum Energiesparen und verschiedene Rekommunalisierungsbestrebungen steht der deutsche leitungsgebundene Energiemarkt vor einschneidenden Veränderungen („Energiewende“). Während bis 2011 ca. 80 Prozent der Stromerzeugungskapazitäten in der Hand der vier großen Energiekonzerne E.on, RWE, Vattenfall und EnBW waren, wird dieser Anteil in den nächsten zehn Jahren deutlich sinken. Die Stadtwerke und neue Energieanbieter stehen vor der Chance, Marktanteile zu gewinnen. Zudem entstehen mit neuen Akteurs- und Betreibermodellen neue Rollen für Verbraucherinnen und Verbraucher, die sich an diesem Prozess aktiv beteiligen wollen und beteiligen können.

Mit der Liberalisierung des Energiemarktes 1998 wurde zum Teil befürchtet, dass die bisherigen Energieanbieter Marktanteile verlieren könnten und es zu Konzentrationsbewegungen im Markt kommen könnte. Prognosen kamen teilweise zu dem Schluss, dass nach wenigen Jahren nur noch rund 50 Lieferanten leitungsgebundener Energieträger im deutschen Markt übrig bleiben würden.

Nach einer kurzen Phase eines stärkeren Wettbewerbs – vorrangig im Industrie- und Gewerbebereich – stellte sich jedoch schnell heraus, dass im Haushaltskundenbereich der Wettbewerb geringer als erwartet war bzw. nach kurzer Zeit erlahmte. Zum einen lag dies an den politisch-administrativen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, die von den Verbraucherverbänden im Juli 2000 als massive Behinderung des Wettbewerbs bewertet wurden. Zum anderen ähnelt die über Jahrzehnte gewachsene Lieferbeziehung zwischen Gebietsmonopolist und Haushaltskunden wirkungspsychologisch gesehen einem Mutter-Kind-Verhältnis, bei dem unbewusst die Angst vorhanden ist, bei einem Anbieterwechsel von lebensnotwendiger Energie abgeschnitten zu werden (siehe die entsprechenden damaligen Analysen des Steinweg Instituts z. B. für die DEW21).

In dieser Situation entstand erstmals die Überlegung, Verbraucherinnen und Verbrauchern eine Hilfestellung für die Anbieterwahl nach ökologischen bzw. Nachhaltigkeitsgesichtspunkten an die Hand zu geben, zumal physisch gesehen das Produkt „Strom“ überall die gleichen Qualitäten aufweist und daher ein Vergleich der Stromprodukte an Grenzen stößt. Dazu wurde eine Konzeptstudie für einen Anbieter-test durchgeführt:

*Irrek, Wolfgang; Kristof, Kora; Seifried, Dieter (2001): Energieversorger auf dem Prüfstand: darum prüfe, wer sich (ewig) bindet ... ; Konzeptstudie "Versorger-Test", Wuppertal Paper Nr. 116, Wuppertal: Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie*

Inzwischen ist der Wettbewerb im Vertrieb gewachsen und fast jeder Stromlieferant bietet seinen Haushalts- und Gewerbekunden ein Ökostromprodukt an, was im Jahr 2013 schätzungsweise 5 Mio. Kunden gewählt haben. Dabei stellt sich nicht zuletzt die Frage, ob überhaupt und, wenn ja, welchen Beitrag die verschiedenen Ökostromangebote bzw. der Ökostrommarkt insgesamt für die Energiewende leisten.

Der EnergieVision e.V. hat im Jahr 2013 daher das Projekt „Entwicklungsstand und Perspektiven des freiwilligen Ökostrommarktes“ gestartet, um angesichts der Energiewende-Dynamik eine Bestandsaufnahme des freiwilligen Ökostrommarktes zu machen und mögliche Perspektiven für dessen weitere Entwicklung aufzuzeigen. Im Mai 2013 wurden Zwischenergebnisse veröffentlicht (Werner et al. 2013).

Diese Zwischenergebnisse sowie eine Forsa-Umfrage des Verbraucherzentrale Bundesverbandes (forsa 2011) zeigen, dass die Angebote auf dem freiwilligen Ökostrommarkt die hohen Erwartungen der Verbraucherinnen und Verbraucher an die Qualität des Ökostroms sowie an die Kommunikation der Energielieferanten nicht in allen Punkten widerspiegeln. Der Ansatz von EnergieVision e.V. ist ausschließlich produktorientiert, der ökologische Zusatznutzen eines Ökostromprodukts jedoch zweifelhaft. Insbesondere wird mit dem Angebot von Ökostrom keine Aussage darüber gemacht, inwieweit das Unternehmen im Inland einen Beitrag zur Energiewende leistet. Darüber hinaus gehen von den Ökostromangeboten auch einige kontraproduktive Impulse aus, die die Energiewende eher erschweren als erleichtern (z. B. sorgloserer Umgang mit Öko-Strom, Anreiz für zusätzliche Wärmeanwendungen mit Ökostrom, falsche Schwerpunktsetzung bei der kommunalen Energiepolitik).

Neben einer grundlegenden Überarbeitung von Ökostromkriterien, welche direkt an den Stromvertrieb gekoppelt sind, möchte der EnergieVision e.V. daher wissenschaftlich untersuchen lassen, ob weitergehende bzw. alternative Kriterien herangezogen werden können, um Verbraucherinnen und Verbraucher sowie Gewerbetreibende in die Lage zu versetzen, Energielieferanten nach ihrem Engagement für die Energiewende zu bewerten und ihre Anbieter gezielt danach auszusuchen („EVU-Check“).

Bei der Ökostromtagung des EnergieVision e.V. am 13./14. November 2013 in Berlin war sich die Ökostrombranche einig darüber, dass es Handlungsbedarf gibt, eine klare Orientierung für ökologisch interessierte Verbraucherinnen und Verbraucher zu schaffen und dass Anbieterkriterien eine größere Rolle spielen sollten. Kontrovers diskutiert wurde, inwieweit die bisherige produktorientierte Bewertung und Zertifizierung durch einen solchen EVU-Check ersetzt werden sollte.

## 2 Gegenstand und Ziel der Untersuchung

Ziel des vorliegenden Hintergrundpapiers ist es daher, einen fundierten Begründungskontext herzuleiten und aufzuzeigen, ob ein EVU-Check die beschriebenen Erwartungen erfüllen könnte und wie die Kriterien gestaltet sein müssen, um ein – wie auch immer ausgestaltetes - Rating der Lieferanten leitungsgebundener Energie zu gestatten. Dabei wird auch berücksichtigt, inwiefern die unternehmensspezifischen Werte oder Eigenschaften hinsichtlich der einzelnen Kriterien transparent und zuverlässig verfügbar sind und somit als Bewertungsgrundlage für ein solches Ranking herangezogen werden können. Es sollen explizit nicht nur Kriterien zugrunde gelegt werden, die nur von wenigen Nischenanbietern erfüllt werden können. Im Mittelpunkt der Betrachtung steht deshalb die Bewertung des Unternehmens hinsichtlich seiner Aktivitäten für das Gelingen der Energiewende. Ein ausdrücklicher Fokus liegt dabei auf den Stromlieferanten. Grundsätzlich ist die Idee eines solchen Unternehmenstests aber auch auf weitere Anbieter leitungsgebundener Energien übertragbar.

Da die Bewertung handlungsleitend in Bezug auf Anbieterauswahl und -wechsel für Kunden sein soll, werden auch Parameter für die Bewertung der Verbraucher/innen-Freundlichkeit (Preis, Service, Fallstricke etc.) einbezogen. Zudem ist einigen Kundengruppen der regionale Bezug des Anbieters wichtig, weshalb das Kriterium der Regionalität als optionales Kriterium ebenfalls einbezogen wird, genauso wie das für viele Verbraucher/innen wichtige Kriterium der Unabhängigkeit von der Atom- und Kohlewirtschaft. Weitere Parameter wie Sozialstandards und weitere der von Irrek / Kristof / Seifried (2001) diskutierten Parameter standen nicht im Fokus des Auftraggebers.

Vor diesem Hintergrund werden in den folgenden Kapiteln des vorliegenden Hintergrundpapiers

- die Vielzahl der Stromlieferanten nach typisierenden Kriterien sortiert, um hierauf aufbauend festzulegen, für welche dieser Unternehmenstypen ein EVU-Check sinnvoll ist bzw. auf welche Unternehmenstypen die zu entwickelnden Bewertungskriterien anzuwenden sind (Kapitel 3);
- bisherige produkt- und anbieterbezogene Bewertungsansätze im Strommarkt dokumentiert, um hieraus für den zu entwickelnden EVU-Check zu lernen und den zusätzlichen Nutzen eines EVU-Checks herausarbeiten zu können (Kapitel 4);
- adäquate Bewertungskriterien entwickelt und beispielhaft erprobt (Kapitel 5);
- die praktische Umsetzbarkeit, Finanzierbarkeit und Organisation eines solchen Bewertungssystems inklusive des hierfür erforderlichen Aufwands abgeschätzt (Kapitel 6).

Ein Fazit mit Schlussfolgerungen und Empfehlungen zur Einführung und Gestaltung eines EVU-Checks schließt das Hintergrundpapier ab.

## 3 Typisierung der zu untersuchenden Stromanbieter

### 3.1 Entscheidungsfindung für einen wechselwilligen Stromkunden

Energieversorgungsunternehmen, die in Deutschland Haushaltskunden mit Elektrizität oder Gas beliefern wollen, müssen dies nach § 5 EnWG bei der Bundesnetzagentur anzeigen. Die Bundesnetzagentur veröffentlicht eine Liste dieser Stromlieferanten. Demnach waren es im September 2013 knapp 450 Lieferanten, die Strom an Haushaltskunden sowie an andere Kunden mit einem Strombezug von bis zu 10.000 Kilowattstunden pro Jahr verkaufen (Bundesnetzagentur 2013). Nimmt man Eigenmarken und ähnliche Konstrukte dieser Lieferanten hinzu, die auf den Verbraucher wie ein eigener Stromanbieter wirken, dann erhöht sich diese Zahl.

In diesem Abschnitt soll die Struktur dieser Stromlieferanten oder Stromanbieter zunächst aus Kunden- bzw. Verbrauchersicht dargestellt werden. Im zweiten Schritt sollen die Lieferanten nach weiteren Kriterien differenziert werden.

In den meisten Fällen wird ein Stromkunde, der sich um einen Lieferanten mit geringerem Strompreis kümmert, einen Preisvergleich im Internet vornehmen. Dies ist mit Abstand die einfachste und erfolgversprechendste Vorgehensweise. Aufgrund der vielfältigen Angebote sowie der Abhängigkeit des Ergebnisses von der Höhe des Strombezugs ist ein anderer Weg kaum gangbar. Zudem ist zu berücksichtigen, dass die verschiedenen Angebote, zwischen denen der Kunde wählen kann, nicht nur mit dem Grundversorgungstarif des Kunden verglichen werden müssen, sondern es muss im Prinzip jeder Tarif mit jedem anderen vergleichbar gemacht werden. Der Kunde kann bereits zu einem anderen Versorger gewechselt haben oder mit dem Grundversorger einen anderen Tarif als den Grundversorgungstarifs abgeschlossen haben. Ein solcher umfassender Vergleich ist ohne Rechnerunterstützung praktisch nicht möglich.

Benutzt der Kunde ein solches Vergleichsportal so hat er, je nachdem in welcher Region er wohnt, die Qual der Wahl aus einem Angebot von etwa 50 bis 500 Tarifen. Diese Tarife werden automatisch mit dem Grundversorgertarif in seinem Versorgungsgebiet verglichen. Der Kunde kann jedoch bei den meisten Portalen - sofern er bereits von einem anderen Lieferanten außerhalb des eigentlichen Grundversorgers beliefert wird - den aktuellen Tarif seines Lieferanten eingeben. Bei anderen, wie z. B. dem Portal Strommagazin ist dieser Vergleich nicht möglich.

Die Verbraucher können prinzipiell zwischen zwei (scheinbar) unterschiedlichen Produkten wählen: Öko-Strom oder Normalstrom.

Als weiteres Auswahlkriterium neben dem Strompreis bleibt ihnen allenfalls der Anbieter. Welche Bedeutung die Markenbindung oder die Bekanntheit des Anbieters für die Wahl des Verbrauchers haben, ist nicht bekannt. Die Namen der anbietenden



Lieferanten und die sich dahinter verbergenden Unternehmen werden die Stromkunden nur zu einem kleineren Teil kennen.

Die einer größeren Bevölkerungsschicht bekannten Unternehmen lassen sich in drei Gruppen unterscheiden: Lieferanten, die aufgrund ihrer Bedeutung für die gesamte Energiewirtschaft immer wieder im politischen Rampenlicht stehen (die Großen Vier), Lieferanten die als Öko-Stromanbieter bekannt wurden und Lieferanten die systematisch ihre Marke bewerben (z.B. „E wie einfach-Strom“ oder „Yello“).

Ist der Verbraucher nicht an eine Marke gebunden und hat er keine spezifischen Vorlieben oder Abneigungen gegenüber einzelnen Lieferanten, so kann er sich den günstigsten Anbieter aussuchen. Dabei muss er sich noch entscheiden, ob er Angebote mit hohen Prämien für das erste Bezugsjahr gegenüber seriöseren Angeboten mit niedrigen Tarifen aber geringerer Prämie vorzieht.

Eine Ausnahme bildet das Energieverbraucherportal. Dort kann der Verbraucher noch weitere Aspekte in seine Entscheidung einbeziehen (vgl. ausführlicher Kapitel 4.3.2).

#### **Wie stellt sich die Marktsituation für einen wechselwilligen Kunden dar?**

Um diese Frage zu klären wurde im Vergleichsportal „verivox“ für die Lieferung in das Stadtgebiet Freiburg eine Alternative zur Grundversorgung gesucht. Bei einem eingegebenen Stromverbrauch von 3.500 kWh pro Jahr zeigt das Portal 412 Angebote an (<http://www.verivox.de/multi-product/>; 19.8.2013).

Das Vergleichsportal weist 306 Angebote auf, die einen günstigeren Tarif bieten als der Grundversorgungstarif der badenova.

Wird die Suche auf (zertifizierte) Ökostrom-Tarife eingeschränkt, so bleiben 86 Angebote, davon 64 günstiger als der Grundversorgungstarif der badenova.

Hinter diesen 412 Angeboten stehen jedoch deutlich weniger Stromanbieter, da zum Teil Tarifvarianten angeboten werden und zum Teil auch die Angebote zwar unter einer unterschiedlichen Marke laufen, aber auf dieselbe Firma zurückzuführen sind.

So stammen z.B. die beiden günstigsten Angebote von ExtraEnergie und Priostrom. Gegenüber dem Grundversorgungstarif weisen die beiden Tarife eine Einsparung von 311 Euro aus. Priostrom ist keine eigenständige Firma sondern eine Strommarke der ExtraEnergie GmbH. Die ExtraEnergie GmbH beliefert nach eigenen Angaben über 1 Mio. Kunden.

Die Angebote „extrastrom 12“ und „priostrom 12“ sind bis auf einen Cent Unterschied in der monatlichen Grundgebühr deckungsgleich. „Priostrom 12“ hebt durch seinen Schriftzug auf grünen Strombezug ab. Beide Angebote enthalten 100% „Öko-Strom“ (ohne im Angebot ausgewiesenes Zertifikat). Der Neukundenbonus beträgt 25% (Abschlag auf Rechnung nach dem ersten Jahr)

Im Folgenden werden die Stromlieferanten aus energiewirtschaftlicher Sicht typisiert.

## 3.2 Unternehmenstypen

### 3.2.1 Grundversorger

Die Grundversorgung mit Strom, Wasser und Gas wird in der Regel von Stadtwerken, Regionalversorgern oder von den „big four“ bereitgestellt. Für die Grundversorgung ist das Unternehmen zuständig, das die meisten Kunden in einem Versorgungsgebiet hat. Diese Grundversorgung sichert ab, dass auch wirtschaftliche uninteressante Kunden über allgemein gültige Tarife versorgt werden.

Der Grundversorgungstarif ist der Tarif, in den der Stromkunde von seinem Grundversorger automatisch eingestuft wird, sofern er nicht einen anderen Tarif begehrt. Grundversorger sind bei ihrer Vertragsgestaltung an gesetzliche Vorgaben bezüglich der Kündigungsfrist gebunden. Diese darf längsten einen Monat betragen. Andere Stromversorger gestalten ihre Verträge oft mit Mindestlaufzeiten und Kündigungsfristen von drei Monaten oder mehr. Dieser Grundversorgungstarif ist meist deutlich teurer als alle anderen Tarife desselben Anbieters. Der Grundversorgungstarif kann in den meisten Fällen auch nicht mit den Tarifangeboten der überregionalen Anbieter konkurrieren.

Innerhalb der Kategorie der Grundversorger kann man im Hinblick auf die Aufgabenstellung unterscheiden zwischen Unternehmen,

- a) die über eine eigene Stromerzeugung verfügen und die Verteilnetze besitzen (Ausnahme: Im Kreis Heinsberg in NRW ist „lekker Energie“ Grundversorger),
  - die ihre Kunden nur mit Strom beliefern,
  - die neben der Stromversorgung auch noch andere Versorgungsleistungen anbieten (Erdgas, Wasser, Fernwärme),
- b) die keine eigene Stromerzeugung besitzen (z.B. Stadtwerke mit keiner eigenen Erzeugung) aber im Besitz des Verteilnetzes sind,
  - die ihre Kunden nur mit Strom beliefern,
  - die neben der Stromversorgung noch andere Versorgungsleistungen anbieten (Erdgas, Wasser, Fernwärme).

Für die meisten Kunden dürfte diese Kategorisierung uninteressant sein. Der Kunde sieht in der Regel nur den angebotenen Tarif. Ob es sich dabei um einen Grundversorgungstarif oder ein anderes Angebot des Anbieters handelt, dürfte für den Kunden keine Rolle spielen.

### 3.2.2 Unabhängige Internet-Stromanbieter

Nach der Liberalisierung des Energiemarktes ab 1998 sind zahlreiche neue Stromlieferanten auf den Markt getreten, die den Endkunden im Vergleich zu den Grundversorgertarifen häufig deutlich günstigere Preise anbieten.

Die unabhängigen Billigstromanbieter produzieren ihren Strom nicht selbst, sondern kaufen diesen möglichst günstig ein. Über attraktive Prämienmodelle oder Stromkontingent-Modelle gelingt es diesen Stromanbietern Neukunden zu gewinnen.

Diese Unternehmen haben im Rahmen der Stromversorgung keine zusätzlichen Aufgaben wie z.B. Reservekapazität bereitstellen, Frequenzregulierung...

### **3.2.3 Eigenmarken der traditionellen Energieversorger**

Über Vertriebsgesellschaften, die keine offensichtliche Verbindung zum Mutterkonzern haben, vertreiben sowohl die großen Vier als auch zum Teil regionale Unternehmen und Unternehmenszusammenschlüsse Strom innerhalb und außerhalb ihrer angestammten Versorgungsgebiete.

Z.B. ist die Yello Strom GmbH eine bundesweit agierende Vertriebs- und Marketinggesellschaft für Energie und energienahe Dienstleistungen. Die Firma ist ein Unternehmen der EnBW Energie Baden-Württemberg AG.

„E wie einfach Strom&Gas GmbH“ ist eine 100%ige Tochter der E.on EnergieAG während „eprimo“ zur RWE AG gehört. Hinter der „123 Energie“ stecken zum Beispiel die Pfalzwerke. „Clevergy“ ist ein junger Stromanbieter der Stadtwerke Hannover und der N-ERGIE Aktiengesellschaft Nürnberg.

Diese Anbieter liegen zwar häufig unter dem Preis der Grundversorgung sind aber meist teurer als die unabhängigen reinen Internetanbieter.

### **3.2.4 Vertriebsgesellschaften der Grundversorger**

Neben den Eigenmarken sind die Grundversorger über eigene Vertriebsgesellschaften auf dem Markt aktiv. So z.B. „E.ON Direktstrom“, „Vattenfall Easy12 Strom“, „badenova Ökostrom 12“ und „ESWE NaturSTROM“.

Über den Internetvertrieb und die online-Angebote bieten die Unternehmen preisbewussten Kunden gegenüber dem eigenen Grundversorgungstarif günstigere Tarife an, um sie vom Abwandern abzuhalten. Gleichzeitig zielen die Tarife auf Neukunden aus anderen Versorgungsgebieten. Die Stromangebote sind dabei teilweise Ökostrom-Angebote teilweise „egal-Strom“.

### **3.2.5 Öko-Strom Anbieter**

Beschränkt man die Suche im Internet (siehe Kasten in Kapitel 3.1) auf zertifizierte Ökostromanbieter, so befindet sich unter den ersten 20 Angeboten keines der etablierten Ökostromanbieter. Vielmehr finden sich neben den reinen Internetanbietern die großen Versorger auf den vorderen Rängen.

Tabelle 2: Auswahl von Anbietern unter der Rubrik Öko-Stromanbieter

ESWE	Vattenfall	Yello Strom	E.ON
ESWE Natur STROM	Natur12 Strom	Online 100% Ökostrom	E.ON ÖkoStrom
<a href="#">weiter →</a>	<a href="#">weiter →</a>	<a href="#">weiter →</a>	
<b>Grundpreis:</b> 7,95 Euro pro Monat	<b>Grundpreis:</b> 9,40 Euro pro Monat	<b>Grundpreis:</b> 4,35 Euro pro Monat	<b>Grundpreis:</b> 7,08 Euro pro Monat
23,56 Cent/kWh	23,36 Cent/kWh	26,42 Cent/kWh	24,81 Cent/kWh
770,00 Euro/Jahr	770,40 Euro/Jahr	812,40 Euro/Jahr	828,41 Euro/Jahr
Neukundenbonus: inkl. 150 Euro	Neukundenbonus: inkl. 160 Euro	Neukundenbonus: inkl. 35 Euro (1	Neukundenbonus: inkl. 125 Euro

Die etablierten Ökostrom-Firmen, die seit Jahren aktiv für eine Energiewende im Sinne der Nachhaltigkeit arbeiten, liegen auf den hinteren Rängen. Von 86 Angeboten lag Naturstrom auf Platz 71, EWS Schönau (75), Lichtblick (82), GreenpeaceEnergy (83).

Bei dem Tarifvergleich wurde mit der Einschränkung „nur mit Gütesiegel“ gesucht. Die 86 Ökostrom-Tarifangebote im verivox-Portal enthalten jedoch nur einen versteckten und wenig informativen Hinweis auf das Gütesiegel, das das Angebot vorweisen kann (z.B. „keines“ oder TÜV). Beim Vergleichs-Portal des „strom-magazin“ wird hingegen über die Art der Zertifizierung (bzw. über das Label des Stromangebots) informiert.

Bei den Öko-Strom-Anbietern selbst finden sich alle Typen von Stromversorgern. Grundversorgungsunternehmen, Eigenmarken von Grundversorgungsunternehmen, Vertriebsgesellschaften der Grundversorger sowie reine Öko-Stromunternehmen, die über ein eigenes Netz und eigene Kraftwerke verfügen (z.B. EWS) und solche, die zwar über eigene Kraftwerke aber kein Netz verfügen (Lichtblick) und letztlich Unternehmen die nur mit Öko-Strom handeln.

### 3.3 Bedeutung für den EVU-Check

Das Ziel des EVU-Checks ist es, alle Lieferanten unter dem Aspekt zu bewerten, was sie zur Energiewende beitragen. Dabei haben die Stromlieferanten auf Grund ihrer sehr unterschiedlichen Ausgangsvoraussetzungen unterschiedliche Handlungsmöglichkeiten. Die Spanne reicht von dem Internetanbieter, der lediglich die Stromnachfrage seiner Kunden zusammenfasst und entsprechend Strom einkauft, bis zum Verbundunternehmen, das ein großes Grundversorgungsgebiet abdeckt und theoretisch alle Energiedienstleistungen (Stromeffizienz und Wärme) anbieten könnte.

In Bezug auf die weiter unten definierten Hauptaktivitätsfelder haben jedoch alle Lieferanten die Möglichkeit, entsprechende Leistungen anzubieten und nachzuweisen. Da dies für einige Unternehmen leichter sein wird als für die Konkurrenz, liegt in der Natur der Sache.

Während heute neben den aufgezeigten Kategorien keine anderen Stromlieferanten von Bedeutung sind, könnte dies in Zukunft anders sein. Stromverkauf aus dezentralen Kraft-Wärme-Kopplungsanlagen von Wohnungsgesellschaften oder Industriebetrieben, überschüssiger Solarstrom von Haus- oder gewerblichen Dächern, könnten auf den Markt drängen. Ebenso könnten Windstromanbieter zu Lieferanten werden. Diese Möglichkeiten wurden jedoch nicht in die Ausarbeitung einbezogen.

## 4 Bisherige Bewertungsansätze

### 4.1 Online-Hilfen für die Produkt- bzw. Anbieterwahl

#### 4.1.1 Anzahl und Marktanteile von Internet-Stromvergleichsportalen

In Tabelle 1 sind 30 Beispiele für Vergleichsportale für das Produkt „Strom“ (für Haushaltskunden) aufgelistet. Dabei wurden die Portale herausgegriffen, die im Geschäftsbereich des Energietarifvergleichs am stärksten vertreten. Wie bereits dargestellt, sind Internet-Vergleichsportale mittlerweile für viele Verbraucher/innen die erste Adresse bei der Suche nach neuen Stromanbietern und -produkten. Eine aktuelle Studie des Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov (2013) zeigt, dass fast dreiviertel (74 Prozent) der deutschen Energieverbraucher/innen schon einmal ein Energie-Vergleichsportal im Internet genutzt haben. Im Vergleich zum Vorjahr (2012) waren es 4 % weniger. Die Portale ermöglichen in der Regel einen Vergleich über annähernd alle in Deutschland verfügbaren Angebote. Das sind mehrere tausend Tarife von Hunderten von Stromanbietern. Die meisten davon stehen nur regional zur Verfügung, deshalb können die Verbraucher/innen je nach Postleitzahlgebiet im Schnitt aus etwa 95 Anbietern wählen (test 2013).

sind. Die tatsächliche Zahl der Internet-Preisvergleichsportale, die Stromvergleiche anbieten, dürfte also viel höher liegen. Zudem wurde überprüft, seit wann diese Vergleichsportale am Markt existieren und welche Suchmaschinen diese Portale zur Durchführung ihrer Stromvergleiche nutzen. Wie in Abbildung 1 ersichtlich, gibt es auf dem Stromvergleichsportalmarkt seit 2005 eine stetig wachsende Anzahl an Stromvergleichsportalen.

Hinsichtlich der Bekanntheit der zahlreichen Vergleichsportale zeigen die Ergebnisse der Studie "Comparison Check Energie 2013" vom Marktforschungs- und Beratungsinstitut YouGov (2013) eine unterschiedliche Verteilung. Laut dieser Studie sind Check24.de (68 Prozent) und Verivox (60 Prozent) die bekanntesten Energie-Vergleichsportale. Mehr als jedem dritten Vergleichsseitennutzer sind zudem billiger.de (46 Prozent), Preisvergleich.de (45 Prozent) und Tarifcheck24 (35 Prozent) bekannt. Die Ergebnisse dieser Umfrage zeigen, dass Verivox (34 Prozent), gefolgt von Check24 (25 Prozent), die mit Abstand am häufigsten favorisierten Vergleichsseiten sind.

Verivox und Check24 zeichnen sich also als Marktführer für Stromvergleichsportale in Deutschland aus. Viele andere Stromvergleichsportale beziehen ihre Vergleichsdaten von diesen Marktführern und benutzen ihre Suchmaschinen. Darauf verwiesen wird jedoch meistens im Kleingedruckten, versteckt in den Angaben zur AGB oder im Impressum.

Die Portale, die eigene Suchmaschinen verwenden, beziehen ihre Tarifdaten direkt von den Energieversorgern oder entsprechenden Dienstleistern wie Ene't oder Get AG. Verivox verfügt über eine eigene Datenbank.

Tabelle 3: 30 Beispiele für im Internet verfügbare Stromvergleichsportale

	Internet-Vergleichsportaal	Im Markt seit <sup>1</sup>	Datenbasis		Internet-Vergleichsportaal	Im Markt seit	Datenbasis
1	verivox.de	1998	Eigene Datenbank	2	check24.de	1999	70% der Daten von Get, 30% direkter Datenbezug von den Energieunternehmen
3	toptarif.de	2007	ene't	4	tarifcheck24.com	2001	Check24 (Get)
5	hauspilot.de	2010	Get	6	energieverbraucherportal.de	2008	ene't
7	stromvergleich.net	n.e. <sup>2</sup>	Oxmo	8	strompreisvergleich.net	n.e. <sup>2</sup>	ene't
9	preisestrom.com	n.e. <sup>2</sup>	Verivox	10	mut-zum-wechseln.de	n.e. <sup>2</sup>	Ene't
11	stromvergleich-ratgeber.de	2007	Check24 (Get)	12	Stromvergleich.de	2006	Verivox
13	stromtarifvergleich.net	2009	Check24 (Get)	14	microtarife.de	2009	Check24 (Get)
15	stromseite.de	2009	Verivox	16	stromanbieter-preisvergleich.com	2007	Verivox
17	billig-strom.de	2007	Verivox	18	wer-ist-billiger.de	2007	Check24 (Get)
19	tarifvergleich.de	2006	Get	20	tarife.de	n.e. <sup>2</sup>	Verivox
21	billig-tarife.de	n.e. <sup>2</sup>	Verivox	22	stromsparer.de	2005	Check24 (Get)
23	strompreisvergleich.de	2011	Verivox	24	oekostrom-online.com	2010	Check24 (Get)
25	Billiger-strom.de	1998	ene't	26	Preisvergleich.de	n.e. <sup>3</sup>	Get
27	stromtip.de	2003	ene't	28	stromhoch3.de	2006	Verivox
29	Billiger.de	2004	Get	30	www.prizewize.de	2006	ene't

<sup>1</sup> bei den Datumsangaben handelt es sich um geschätzte Daten, entnommen aus Impressumsangaben von jeweiligen Vergleichsportalen. Die Werte sind nicht gesichert.

<sup>2</sup> spätestens ab 2010 im Markt

<sup>3</sup> spätestens ab 2004 im Markt

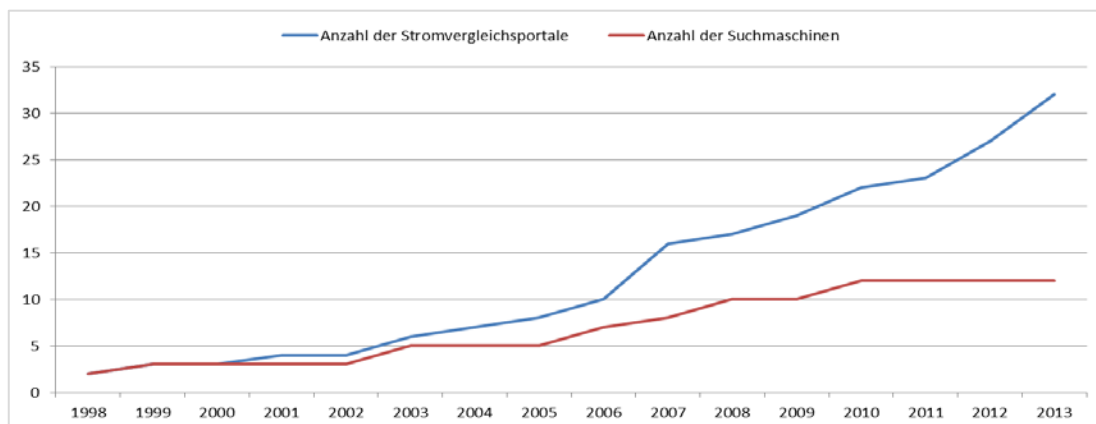


Abbildung 3: Geschätzte Anzahl von im Markt zur Verfügung stehenden Stromvergleichsportalen und Suchmaschinen (basierend auf drei Stromprodukt-Datenbanken)

Die Marktführerschaft von Verivox und Check24 lässt sich anhand der hohen Anzahl von Aufrufen („Visits“) der Webseiten dieser Vergleichsportale in den letzten drei Jahren feststellen (siehe Abbildung 2). Die Webseiten dieser Vergleichsportale werden jeden Monat durchschnittlich 4 Mio. Mal aufgerufen. Wie der Abbildung 2 zu entnehmen ist, nimmt die Anzahl der Webseiten-Aufrufe der Vergleichsportalgiganten vor Jahresschluss stark zu. Grund dafür ist, dass in dieser Zeit die Stromlieferanten ihre Preiserhöhungen für das nächste Jahr anzeigen müssen und deshalb viele Verbraucher ihren Anbieter wechseln wollen. Der Umsatz von Verivox im Jahr 2011 betrug nach eigenen Angaben des Unternehmens 42 Mio. Euro ([www.verivox.de](http://www.verivox.de): Zahlen, Daten und Fakten; 16.08.2013). Über den Umsatz von Check24 konnten keine Zahlen gefunden werden.

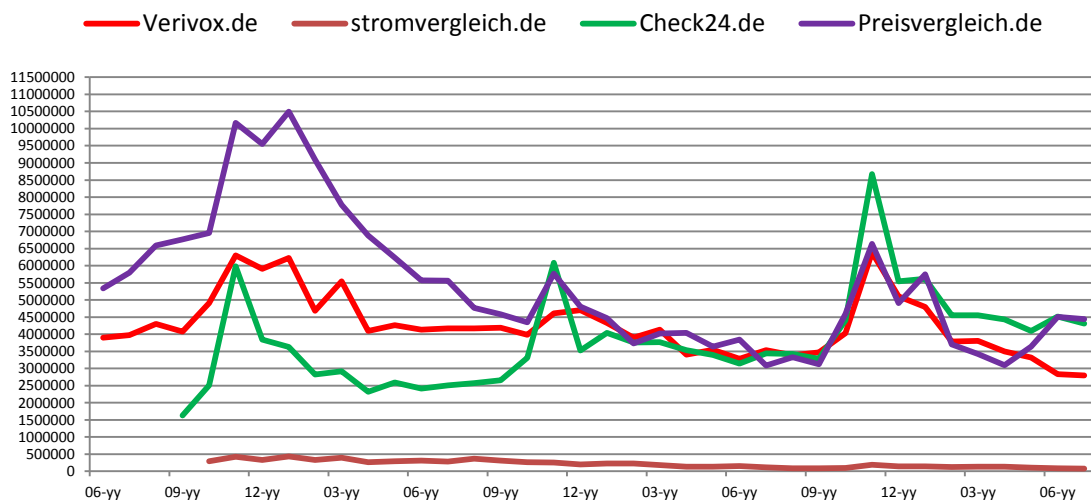


Abbildung 4: Anzahl der Aufrufe der Webseiten von den Stromvergleichsportalen Verivox, Check24 und Stromvergleich.de

Quelle: IWV (Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V.) 2013

#### 4.1.2 Bewertung der Vergleichsportale

In einer Studie zur Bewertung der Stromtarifrechner von Stiftung Warentest wurden zehn Vergleichsportale untersucht. Die Studie kommt zu dem Ergebnis, dass keines der Vergleichsportale als „gut“ bezeichnet werden kann (test 2013). Bei Vergleichsportalen wie Verivox, Check24 oder Toptarif müsse der Suchende zunächst Häkchen weg- oder hinzuklicken, unverständliche Erklärungen lesen und diese erst einmal finden.

Auch bei einer Studie des Deutschen Instituts für Service-Qualität, bei der zwölf Vergleichsportale hinsichtlich der Qualität ihres Service unter die Lupe genommen worden sind, wurden Defizite im Bereich Transparenz sowie Sicherheit dieser Vergleichsportale festgestellt (DISQ 2013). Diese Studie kommt, wie die Stiftung Warentest ebenfalls zu dem Ergebnis, dass die Nutzer oft die Suchergebnisse über Filteroptionen selbst einschränken mussten, um kundenunfreundliche Tarife – beispielsweise Angebote mit Vorkasse oder Paket-Tarife – auszuschließen.



Darüber hinaus stellt diese Studie Schwächen im Bereich Sicherheit der Nutzerdaten fest. Nur sieben der zwölf Portale sorgten für eine sichtbare, sichere Verschlüsselung eingegebener Nutzerdaten im Antragsprozess, so diese Studie. Im Kleingedruckten würden sich manchmal schwer verständliche Klauseln finden. Zum Beispiel wären manche Bonusregeln in Paket-Tarifen so gestaltet, dass der Neukundenbonus verfällt, wenn der Kunde weniger als die vereinbarte Menge an Strom verbraucht. Ein hoher Neukundenbonus ist ein wichtiges Instrument von vielen Stromanbietern, um in Vergleichsportalen vorne zu landen. Oft sparen die Kunden in solchen Fällen aber gar nicht. In Wirklichkeit wird der Bonus frühestens ein Jahr nach dem Vertragsbeginn gezahlt. Manche Stromanbieter verweigern die Endabrechnung und verweisen aufs Kleingedruckte. Mitunter wird der Bonus nur an Kunden gezahlt, die ein weiteres Jahr bleiben. Wer sich nicht mit den Fallstricken auskennt, läuft hier Gefahr, in die Fänge von Anbietern mit unseriösem Geschäftsgebaren zu geraten. Das Versprechen einiger Portale, durch einen Anbieterwechsel sehr hohe Ersparnisse von bis zu 1.000 Euro erzielen zu können, bezeichnen beide Studien als unrealistisch. Einen besseren Schutz vor Bauernfängerei bieten laut dieser Teststudie die beiden Portale Energieverbraucherportal und Hauspilot. Wer hier mit den voreingestellten Filtern auf die Suche nach einem neuen Anbieter gehe, finde auf den ersten zehn Plätzen überwiegend faire Tarife. Hinsichtlich des Telefon-Supports konnten die getesteten Energietarifrechner ein gutes Niveau erreichen, während beim E-Mail-Service teils deutliche Defizite festgestellt werden konnten. Pro Online-Portal wurden bei dieser Studie jeweils zehn Telefon- und zehn E-Mail-Tests bewertet, so dass insgesamt 364 Servicekontakte in diese Analyse eingeflossen waren. Als faire Tarife bezeichnet diese Studie die Angebote, bei denen der Kunde in monatlicher Zahlweise bezahlt, also keine Vorauszahlungen, die Preisgarantien gesichert sind und die Kündigungsfrist zum Ende der ersten Lieferzeit nicht mehr als sechs Wochen beträgt. Als unfaire Tarifmerkmale bezeichnet die Stiftung Warentest die Tarife, welche Vorkasse verlangen, einen großen Neukundenbonus versprechen, lange Anschlusslaufzeiten haben und der Kunde weitere zwölf Monate oder länger an den Vertrag gebunden bleibt, wenn er die Kündigungsfrist verpasst. Paket-Tarife, bei denen der Kunde eine feste Strommenge als Paket kaufen kann und teuer zukaufen muss, wenn er mehr verbraucht, und kein Geld zurückbekommt, wenn er weniger verbrauchen sollte, werden auch als unfaire Tarife gekennzeichnet. Ebenfalls als unfaire Tarife eingestuft werden die Angebote, die kein Ökosiegel haben, was angesichts des fraglichen Zusatznutzens von Ökostrom problematisch erscheint.

#### **4.1.3 Angezweifelte Zuverlässigkeit der Stromvergleichsportale**

Die Vermittlungsprovisionen stellen den größten Umsatz der Portale dar (Wagner/Ebert/Schmidt 2011). Darüber hinaus erhalten die Portale in geringerem Maße Vergütungen für verschiedenste Aktivitäten rund um ihre Internetseite.

Nach Recherchen der Stiftung Warentest liegen die Provisionen, die die Portale von den Energieanbietern erhalten, oft zwischen 30 und 55 Euro pro vermitteltem

Stromvertrag. Ob die Höhe der Provisionen einen Einfluss auf die Platzierung von Stromanbietern hat, ist umstritten.

Nach einer Marktstudie von YouGov (2013) ist zumindest das Vertrauen der Nutzer/innen in die Objektivität der Vergleichsseiten gesunken, was möglicherweise an gestiegener Berichterstattung über den Einfluss von Provisionen und Marktmanipulationsvorwürfen sowie an Rechtsstreitigkeiten liegt. Auch drohende oder bereits erfolgte Insolvenzen von Discountanbietern, die von den Vergleichsportalen mit dem Hinweis auf große Kosteneinsparungen empfohlen worden waren, haben die Skepsis der Vergleichsseitennutzer/innen verstärkt.

Auch aus diesen Gründen sind die existierenden Online-Vergleichsportale als Informationsquelle für wechselwillige, ökologisch interessierte Verbraucher/innen keine adäquate Entscheidungshilfe.

## **4.2 Ökostrom-Produktbewertungen als Entscheidungshilfe?**

### **4.2.1 Ökostrom-Produktvergleiche in Online-Vergleichsportalen**

Alle untersuchten Stromvergleichsportale bieten den Verbraucher/innen die Möglichkeit ausschließlich Ökostromtarife herauszufiltern. Allerdings weisen einige Portale die bereits beispielhaft angesprochenen Mängel bei den Fachinformationen zu den Tarifen und bei der Transparenz der Darstellung der Ökostromtarife sowie etwaiger Label aus.

Eine Bewertung der Stromanbieter hinsichtlich einiger ausgewählter Nachhaltigkeitskriterien bietet nur das Energieverbraucherportal an, auf das in Kapitel 4.3.2 näher eingegangen wird. Bei allen anderen Vergleichsportalen können die Verbraucher/innen keine Bewertung der Stromanbieter erhalten, sondern nur eine unzureichende Bewertung der von ihnen angebotenen Produkte.

### **4.2.2 Gütesiegel / Zertifikate**

Eine Entscheidungshilfe für wechselwillige Stromkunden könnten – ähnlich wie in anderen Produktbereichen – Gütesiegel bzw. Zertifikate sein, beispielsweise für das Produkt Strom selbst. Während manche Zertifikate ausschließlich als Herkunftsnachweis geeignet bzw. notwendig sind, um Strommengen vertraglich (nicht physikalisch) bestimmten Anlagen zuzuordnen zu können, werden mit zwei Siegeln höhere Ansprüche in Bezug auf die Investition in Neuanlagen verbunden, und zwar mit dem „Grüner Strom Label“ und dem „ok-Power-Label“. Durch die Anforderungen dieser Modelle soll sichergestellt werden, dass ein Teil der Anlagen nicht entstanden wäre, wenn es das Ökostrom-Angebot nicht gegeben hätte.

Allerdings muss festgestellt werden, dass die Nachfrage nach Ökostrom hier nicht als einziger Anreiz betrachtet werden kann. Insbesondere kann im Einzelfall nicht unbedingt sichergestellt werden, dass die explizite Nachfrage nach Ökostrom den zusätzlichen Bau und Betrieb einer bestimmten Anlage direkt ausgelöst hat (vgl. auch

Werner et al. 2013). Ein zusätzlicher Umweltnutzen über das Erneuerbare Energien Gesetz (EEG) hinaus, kann durch diese Gütesiegel nicht eindeutig garantiert werden, geschweige denn ein Beitrag zur Energiewende in Deutschland, zumal der Großteil des Ökostroms auch bei den mit diesen Siegeln ausgestatteten Stromprodukten aus dem Ausland kommt (z. B. Wasserkraftanlagen in Norwegen oder der Schweiz).

Zwischenzeitliche Versuche, anstelle der Label-Vielfalt einen „Blauen Engel“ als Gütesiegel für Ökostrom zu konzipieren, scheiterten u. a. daran, dass auch ein solches Gütesiegel einen zusätzlichen Umweltnutzen über das EEG hinaus durch Bezug des Stromprodukts nicht zweifelsfrei garantieren kann.

Zudem ist zu berücksichtigen, dass nur ein Viertel der Bürgerinnen und Bürger überhaupt schon einmal von Ökostrom-Gütesiegeln gehört hat und nur ein sehr geringer Teil (13%) der Verbraucher/innen Unterschiede zwischen den verschiedenen Gütesiegeln überhaupt wahrnimmt (forsa 2011).

### **4.2.3 Ausschreibungen der öffentlichen Hand**

Aus diesen Gründen und weil ein Verweis auf Ökostrom-Gütesiegel vergaberechtlich nicht möglich ist, wurden im bzw. für das Bundesumweltministerium Kriterien für die Beschaffung von Ökostrom durch die öffentliche Hand herausgearbeitet, die höhere Anforderungen stellen als die existierenden Gütesiegel bzw. Zertifikate. Hieraus ist inzwischen eine allgemeine Arbeitshilfe für die Beschaffung von Ökostrom für die öffentliche Hand entstanden, die insbesondere Hinweise zur Gestaltung der Stromausschreibung gibt (Buchmüller / Schnutenhaus / et al. 2013). Hintergrund ist, dass zum 1. Januar 2004 das Bundesumweltministerium (BMU) den Strombezug teilweise auf Ökostrom umgestellt hat und dass die Bundesregierung im Jahre 2010 beschlossen hat, die Strombeschaffung für Bundesministerien in Bonn und Berlin schrittweise auf Ökostrom umzustellen.

Um im Rahmen einer nachhaltigen öffentlichen Beschaffung einen zusätzlichen Umweltnutzen zu induzieren, wird nach dieser Arbeitshilfe eine Mindestmenge an Treibhausgas-Emissionen festgelegt, die es zu reduzieren gilt. Darüber hinaus gehende Reduktionen führen zu einer positiveren Bewertung des jeweiligen Anbieters. Um einen verstärkten Zubau von Anlagen zur Nutzung erneuerbarer Energien zu induzieren, wird bei der Berechnung vermiedener Treibhausgasemissionen das Alter der Anlagen berücksichtigt.

Eine solche komplexe Bewertung ist für private Haushalte nicht möglich. Zudem wird hier nur ein Handlungsbereich fokussiert, den Stromanbieter zur Energiewende beitragen können, nämlich der Ausbau erneuerbarer Energien.

### **4.2.4 Zwischenfazit zu den Grenzen produktbezogener Bewertungsansätze**

Die Informationen in Online-Ökostromvergleichen sind völlig unzureichend, zumal zwischen den unterschiedlichen Qualitäten der verschiedenen Ökostromangebote nicht

differenziert wird. Verbraucher/innen können zwischen den verschiedenen Angeboten in der Regel auch nicht differenzieren. Ein Teil der Verbraucher/innen ist zurecht verunsichert, „bei welchen Angeboten man wirklich echten Ökostrom bekommt“ und zweifeln, „ob der Bezug von Ökostrom wirklich etwas für die Umwelt bringt“ (forsa 2011, 12).

Generell ist das Problem, dass existierende Ökostromangebote und auch die anspruchsvolleren Gütesiegel nicht zweifelsfrei garantieren können, dass mit dem Angebot ein zusätzlicher Umweltnutzen über das EEG hinaus verbunden ist.

Und schließlich kommt der Ökostrom bei diesen Angeboten in der Regel aus dem Ausland. Ein Beitrag der Stromanbieter zur Energiewende in Deutschland ist meist damit nicht verbunden und für die Verbraucher/innen ohnehin aus dem Stromangebot nicht ersichtlich. Dabei möchten 69% der Verbraucher/innen mit ihrer Entscheidung zum Ökostrom dazu beitragen, dass die erneuerbaren Energien in Deutschland weiter ausgebaut werden. Die Ökostromangebote erfüllen hier also die Erwartungen der Verbraucher/innen in der Regel nicht – dies gilt auch für die zertifizierten Produkte.

### **4.3 Unternehmenstests: Bisherige Bewertungen von Energieanbietern, die über Produkttests hinausgehen**

Aufgrund der dargestellten Mängel einer rein stromproduktbezogenen Bewertung und Information liegt es nahe, Verbraucher/innen eine Entscheidungshilfe an die Hand zu geben, mit der sie Stromanbieter hinsichtlich ihres Beitrags zur Energiewende bewerten können. Darüber hinaus kann eine solche Entscheidungshilfe zur Anbieterwahl weitere Kriterien berücksichtigen, die Verbraucher/innen interessieren. Nach Werner et al. (2013, 114) hat sich die Mehrheit der Teilnehmer/innen eines Workshops im April 2013 mit den Umwelt-, Verbraucher- und Branchenverbänden auch für Elemente einer Anbieterzertifizierung ausgesprochen, ggf. auch in Kombination von Produkt- und Anbieterbewertung.

Unternehmensbewertungen für Verbraucher/innen sind prinzipiell kein neues Instrument. Unternehmenstests anhand verschiedenster Nachhaltigkeitskriterien hat in Deutschland beispielsweise das imug Institut für Markt-Umwelt-Gesellschaft e.V. ([www.unternehmenstest.de](http://www.unternehmenstest.de)) in der Vergangenheit schon in verschiedenen Branchen durchgeführt (vgl. z. B. Grünwald / Scharnhorst / Schoenheit 2001). Hieran hatte sich das Konzept eines „Versorger-Test“ (Irrek / Kristof / Seifried 2001) orientiert.

In den letzten Jahren wurde die Idee, nicht allein die Stromprodukte, sondern auch die dahinter stehenden Anbieter zu bewerten, zunehmend aufgegriffen (vgl. Tabelle 3).

Der Bund der Energieverbraucher bewertete 2004 einmalig ausgewählte überregionale Ökostromanbieter hinsichtlich produktbezogener vertraglicher und ökologischer Kriterien, der Kundenzufriedenheit mit dem Anbieter und über das Produkt hinausgehender Kriterien zum ökologischen Engagement des Anbieters. Voraussichtlich im Dezember 2013 wird der Bund der Energieverbraucher im Rahmen

eines Projekts für das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz mit einem Portal an die Öffentlichkeit gehen, in dem für zunächst zehn, später mehr, Anbieter Informationen zu den Stromprodukten (Tarife, Verträge), Service-Aspekten und weiteren Aspekten zusammengetragen werden (Bund der Energieverbraucher 2013; Peters 2013). Umweltaspekte bzw. der Beitrag der Unternehmen zur Energiewende sollen nicht bewertet werden. Generell sollen Bewertungen vermieden werden und nur vorhandene Informationen aus dem Internet und aus Selbstauskünften der Anbieter zusammengetragen werden, um Rechtsstreitigkeiten zu vermeiden.

Auch für das Handelsblatt kam es bei seinem Stromanbieter-Ranking 2009 nicht allein auf den Produktpreis an. Das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ) untersuchte für dieses Ranking die Qualität von Service und Kommunikation mit insgesamt rund 1.000 verdeckten Kontakten per Telefon, Email und Internet bei 34 Stromanbietern in Berlin, Köln, Frankfurt, Hamburg und München. Es entstanden Rankings nach Service und Qualität sowie jeweils ein Gesamtranking je Stadt (Handelsblatt 2009).

Olbrich et al. (2013) analysierten ausgewählte Energieanbieter hinsichtlich bilanzanalytischer Nachhaltigkeitskriterien (Publikationspolitik, Liquidität, Eigenkapitalquote und Personalaufwandsquote bzw. Wirtschaftlichkeit) sowie hinsichtlich ergänzender Nachhaltigkeitskriterien (Anteil erneuerbarer Energien, Kundenanzahl, Kundenwachstum).

Die Stiftung Warentest (2012) hat bei ihrem Test von Ökostromtarifen im letzten Jahr neben produktbezogenen Kriterien (Preis, Tarifbedingungen, Verträge, Strom aus eigenen Anlagen, zeitgleiche Einspeisung) und Kriterien zur Information und Kommunikation verschiedene Kriterien bezüglich des ökologischen Engagements des Anbieters über das Produkt hinaus in die Bewertung einbezogen. Hierzu gehörten Aktivitäten bezüglich der Energiewende, Energieberatung, die Beteiligung von Kunden an Ökostromprodukten, die Förderung innovativer Projekte und weitere Projekte und Initiativen.

Die auf dieselben Grundlagen zurückgehenden Bewertungen von Ökostromtarifen bei Eco Top Ten (2013) und im Ökotest (2013) sind im Kern ähnlich: Bei beiden werden produktbezogen Kriterien zu Vertragsbedingungen, Preis, dem vorhandenen Ökostrom-Label und den Stromquellen bewertet. Hinzu kommt beim Ökotest (2013) eine über die Produktbewertung hinausgehende Bewertung des parallelen Angebots konventioneller Stromtarife, dort enthaltener Atom- und Kohlestromanteile und der Verflechtungen mit der Atomwirtschaft.

In der Schweiz untersuchten Vettori, Reutimann und Iten (2011), Stromlieferanten hinsichtlich der Zusammensetzung des Strommixes, der Wasserkraftnutzung, dem Stromprodukt- und Dienstleistungsangebot, verschiedener Energieeffizienz-Kriterien und ihrer Unternehmensstrategie in Bezug auf Nachhaltigkeit inklusive unternehmensinterner Kriterien zur Beurteilung der Vorbildfunktion des Unternehmens

(Umweltmanagement). Eine darauf aufbauende Aktualisierung dieser Untersuchung mit veränderten Kriterien wird derzeit durchgeführt.

Schließlich ist das Energieverbraucherportal zu erwähnen (Abbildung 3). Hier werden mit Punktzahlen Service, Umweltaspekte, Energiemix sowie soziales und regionales Engagement der Stromanbieter bewertet und diese Kriterien, neben dem Preis, der zu 80% in die Gesamtbewertung eingeht, in das Ranking dieses Portals mit einbezogen.

Insgesamt zeigen diese Beispiele, dass der Einbezug anbieterbezogener Bewertungskriterien nicht nur bei einmaligen Tests, sondern auch bei laufend aktualisierten Online-Portalen prinzipiell nicht nur möglich ist, sondern ansatzweise in der Praxis auch erfolgreich praktiziert wird.

energieverbraucherportal

HOME » STROMTARIFE » Tarifrechner Strom

HOME STROMTARIFE ERDGASTARIFE MAGAZIN ENERGIE-NEWS MEDIADATEN ÜBER UNS FAQ

**Tarifrechner Strom**  
Bewertungskriterien Strom  
PLZ-Suche  
Stromanbieter  
Netzbetreiber Strom

**STROM-TARIFRECHNER**

PLZ kWh/Jahr  
00000 3400  
berechnen

**ERDGAS-TARIFRECHNER**

PLZ kWh/Jahr  
00000 18000  
Leistung/kW  
15  
berechnen

RSS-Feed  
Seite empfehlen  
Newsletter

**Tarifrechner Strom**

PLZ / Ort: 46240  
Verbrauch kWh/Jahr: 3400  
Kundengruppe: Haushalte  
Ergebnisse: 30  
Tarife pro Anbieter: 2  
Vertragslaufzeit: bis 24 Monate

Umweltbeurteilung einbeziehen  
 Regionales Engagement einbeziehen  
 Servicebeurteilung einbeziehen  
 Tarife ohne Atomstrom anzeigen  
 Öko-Stromanbieter mit nachweisbarem Umweltnutzen anzeigen  
 Tarife mit Preisgarantie anzeigen  
 Tarife mit Vorauskasse anzeigen  
 Einmalige Bonuszahlung berechnen

Legende

Vergleich mit anderen Anbietern:  
Emscher Lippe Energie GmbH ELE ökoPlus, Privathaushalte

TARIFE NEU BERECHNEN

(0) Tarife vergleichen

Tarife & Versorger	Preis Diff.(€)	Besonderheiten	Punkte
1. <input type="checkbox"/> Flensburg eXtra Öko Stadtwerke Flensburg GmbH	908,19 -188,95	6 Monate Mindestlaufzeit 1 Monat Kündigungsfrist Stand 07.08.2013 12 Monate eingeschränkte Preisgarantie	85,5
2. <input type="checkbox"/> HalloNatur! energieGUT GmbH	908,10 -189,03	3 Monate Mindestlaufzeit 1 Monat Kündigungsfrist Stand 06.08.2013 12 Monate uneingeschränkte Preisgarantie	84
3. <input type="checkbox"/> RhönStromÖko Grüner Strom Label Gold RhönEnergie Fulda GmbH	920,24 -176,89	12 Monate Mindestlaufzeit 6 Wochen Kündigungsfrist Stand 01.08.2013 Eingeschränkte Preisgarantie bis 31.12.2013 30,00 € Erstjahresbonus	83,5




<b>Tarif</b> Sonnencent 2,0 Versorger Elektrizitätswerke Schönau Vertriebs GmbH Preis 1.053,16 Features 1 Monat Mindestlaufzeit 1 Monat Kündigungsfrist Stand 01.01.2013 Eingeschränkte Preisgarantie bis 31.12.2013 Icons 		<b>Kriterien</b> <b>Preis</b> 67 von 80 <b>Umwelt</b> 5,5 von 7 Ökostromtarif 1 von 1 Zertifikate: Grünes Label/ok power/TÜV 1 von 1 Energiemix (Anteil Em. Energ. >15%) 1 von 1 KWK-Anlage 1 von 1 (Einspar-)Beratung in der Stadt/Region 0 von 0,5 beim Kunden 0 von 1 Internet/Telefon 0,5 von 0,5 Förderprogramme Geld 0,5 von 0,5 Leistungen 0,5 von 0,5 <b>Regionales Engagement</b> 0 von 6 <b>Arbeitsplätze</b> in der Region des Verbrauchers 0 von 2 Investitionen in der Region Kommunaler Anteil >50% 0 von 0,5 Abführung Gewerbesteuer 0 von 0,5 Investitionen in Liegenschaften, Gebäude, Produktionsanlagen im Versorgungsgebiet Soz. Engagement, Sponsoring Kunst/Kultur 0 von 0,5 Sport 0 von 0,5 Schule 0 von 0,5 Soziales 0 von 0,5 <b>Service</b> 3 von 7 Kundenzentrum 0 von 2 Energieberatung beim Kunden 0 von 1 Internet 0,50 von 1 InternetSelfService 1 von 1 Vertragslaufzeit 1 von 1 Kündigungsfristen 0,5 von 1 <b>Gesamtpunktzahl</b> 75,5 von 100	
Link zum Tarif <a href="http://www.ews-schoenau.de/fileadmin/content/documents/letzt_wechseln/letzt_wechseln/EWS_Vertrag_Strom.pdf">http://www.ews-schoenau.de/fileadmin/content/documents/letzt_wechseln/letzt_wechseln/EWS_Vertrag_Strom.pdf</a> Bemerkung 2,0 Sonnencent netto Förderanteil			
<b>Staffel kWh</b> 1 - 30000	<b>Arbeitspreis ct/kWh</b> 28,54		<b>Grundpreis €/Jahr</b> 82,80 Bitte beachten Sie den <b>Haftungsausschluss</b> . Alle Preise sind Brutto-Preise (inkl. Abgaben und Steuern)
<b>Kontaktinformationen</b> Anschrift Elektrizitätswerke Schönau Vertriebs GmbH Friedrichstr. 53/55 79677 Schönau Telefon 07673/8885-90 Telefax 07673/8885-19 Internet <a href="http://www.ews-schoenau.de">http://www.ews-schoenau.de</a>			
<b>Haushaltstarife</b> Stand Sonnencent 0,5, Privat 01.03.2013 Sonnencent 1,0 01.01.2013 Sonnencent 2,0 01.01.2013 <b>Gewerbetarife</b> Stand Sonnencent 0,5 01.03.2013 Sonnencent 1,0 01.01.2013 Sonnencent 2,0 01.01.2013			
<b>Energiemix des Versorgers</b> KWK  0,80 % <b>Erneuerbare Energien</b>  99,20% CO <sub>2</sub> Ausstoß 1 g/kWh Stand 2011			

Abbildung 5: Ausschnitt aus den Online-Informationen einer exemplarischen Bewertung eines Stromanbieters und seines Produkts beim Energieverbraucherportal

Quelle: [www.energieverbraucherportal.de](http://www.energieverbraucherportal.de); 20. August 2013

Tabelle 4: Kriterien in ausgewählten bisherigen Tests bzw. Strompreisvergleichen, die mehr beinhalten als preisliche und produktbezogene ökologische Kriterien

Handelsblatt 2009	test 3/2013	test 2/2012	Ökotest 2013 (basierend auf EcoTopTen 2013)	Bund der Energieverbraucher 2004	Vettori / Reutimann / Iten 2011	Energieverbraucherportal 2013
<b>Bewertungsgegenstand</b>						
Tarife für „grauen“ Strom und Ökostrom	Bewertung Stromtarifrechner: Definition „Faire Tarife“	Ökostromtarife	Ökostromtarife	Ökostromtarife	Alle Tarife	Alle Tarife
<b>Information, Kommunikation, Service, Kundenzufriedenheit</b>						
Service-Qualität	<i>n. r., da Bewertung Stromtarifrechner</i>	Präzision und Zugänglichkeit von Information		IWR-Bewertung der Kundenzufriedenheit	Information, Beratung	Kundenzentrum / Beratung vor Ort
		Auffindbarkeit AGB				Website / Self-Service
<b>Tarifbedingungen, Verträge</b>						
	Zahlungsweise	Laufzeit Vertragsverlängerung	Dauer der Preisgarantie	Vertragslaufzeit		Dauer der Preisgarantie
	Keine Vorkasse	Kündigungsfrist	Mindestvertragslaufzeit	Kündigungsfrist		Mindestvertragslaufzeit
	Preisgarantie	Rücktrittsrecht	Kündigungsfrist			Kündigungsfrist
	Neukundenbonus	Zahlungsmodalitäten				
	Kündigungsfrist	Abrechnungszeitpunkte				
	Anschlusslaufzeit	Preisanpassungsregularien				
	Kein Pakettarif	AGB (juristische Prüfung)				
<b>Weitere produktbezogene Kriterien</b>						
Preis	<i>n. r., da Bewertung Stromtarifrechner</i>	Preis	Preis	Preis	Preis	Preis (80%)
		Strom aus eigenen Anlagen	Ökostrom-Label	Aufpreis für Erneuerbare Energien	Tarifgestaltung: Effizianzanreiz	Ökostrom-Label
		Zeitgleiche Einspeisung	Stromquellen	Investition in Neuanlagen	Stromquellen	Stromquellen
<b>Ökologisches Engagement des Anbieters über das Produkt hinaus / Beitrag zur Energiewende / Sonstiges</b>						
	<i>n. r., da Bewertung Stromtarifrechner</i>	Aktivitäten bezüglich Energiewende	Paralleles Angebot konventioneller Strom	Atom-Verflechtungs-Index	Verflechtung Atomwirtschaft	(Einspar-) Beratung
		Kundenbeteiligung Ökostromprojekte	Atomstromanteil	Eigenes Netz	Stromproduktionsmix, Qualität Wasserkraft-Stromproduktion	Förderprogramme (Geld, Leistung)
		Förderung innovativer Projekte	Kohlestromanteil		Energieeffizienz-Dienstleistungen, Förderprogramme	Regionales Engagement
		Energieberatung	Verflechtung mit AKW-Eigner / -Betreiber		Unternehmensstrategie nachhaltige Stromversorgung, Umweltmanagement	
		Weitere Projekte und Initiativen				



#### 4.4 Welche Art von Entscheidungshilfe wird benötigt?

Die bisherige Darstellung der Produkt- und Anbietertests hat gezeigt, dass es für die privaten Haushaltskunden in der Regel nicht ausreicht, Informationen zu den Stromprodukten und ihrem Preis zu erhalten. Kunden benötigen vielfach umfassendere Entscheidungshilfen, die eine Bewertung der Anbieter mit enthalten. Wie dargestellt, ist es prinzipiell machbar, eine solche Entscheidungshilfe zur Verfügung zu stellen.

Tabelle 5: Vor- und Nachteile unterschiedlicher Entscheidungshilfen bei der Stromanbieterwahl

Entscheidungshilfe	Erläuterung	Vorteile	Nachteile
„Marktwächter“	Regelmäßige (z. B. jährlich durch einen Beirat) oder ständig aktualisierte, laufende (z. B. in Form eines Internetportals) Kennzeichnung von Unternehmen, bei denen eine Täuschung von Verbraucherinnen und Verbrauchern (falsche Kundenversprechen, „greenwashing“, o.ä.) festgestellt wird	Kunde erhält regelmäßig oder laufend klar sichtbare Warnung vor täuschenden Unternehmen	Kunde erhält keine Hilfe bei der Auswahl unter den verbleibenden (Dutzenden bis Hunderten von) Anbietern; Relativ aufwendig, wenn laufend durchgeführt
Testzeitschrift (z. B. Stiftung Warentest)	Einmalige bzw. unregelmäßig wiederkehrende Bewertung ausgewählter Anbieter anhand ausgewählter Kriterien bezüglich des Beitrags der Anbieter zur Energiewende und ggf. weiterer Kriterien	Wenig aufwendig; Signalisiert Kriterien, auf die Kunden zukünftig achten könnten	Kunde hat viel mehr Anbieter zur Wahl als getestet wurden; Kunde erhält Entscheidungshilfe nicht unbedingt dann, wenn er sie gerade benötigt (evtl. dann veraltet); gibt verzerrtes Bild des Wettbewerbs (Fokussierung nur der ausgewählten Anbieter)
Charta der Stromanbieter „Pro Energiewende“	Selbstverpflichtung von Anbietern, sich für die Energiewende einzusetzen und bestimmte Aktivitäten durchzuführen (vgl. ausführlicher Kapitel 5.2.7)	Wenig aufwendig; Signal, dass Anbieter behauptet, vorgegebene Qualitäten aufzuweisen	Kunde erhält keine Hilfe bei der Auswahl unter den die Charta unterzeichnenden Anbietern; Überprüfbarkeit ungeklärt
Label / Zertifikat	Anbieter, die sich für die Energiewende einsetzen und bestimmte Aktivitäten durchführen, erhalten ein Label bzw. Zertifikat	Wenn Label ausreichend bekannt, kann es ein einfaches Signal für den Kunden darstellen, dass Anbieter vorgegebene Qualitäten aufweist	Kunde erhält keine Hilfe bei der Auswahl unter den gekennzeichneten Anbietern
Online-Portal	Laufende Bewertung aller Anbieter hinsichtlich ihres Beitrags zur Energiewende und ggf. weiterer Kriterien	Jederzeit zur Verfügung stehende Auswahlhilfe unter allen Anbietern in allen Regionen; Präferenzen können ggf. vom Kunden selbst gewichtet werden	Aufwendig

Prinzipiell kann eine solche Entscheidungshilfe auf unterschiedliche Art und Weise bereitgestellt werden. Ausgewählte Alternativen und ihre Vor- und Nachteile werden in obiger Tabelle gegenübergestellt.

Rechtstreitigkeiten kann es bei allen aufgeführten Entscheidungshilfen geben. Dies zeigen auch die Erfahrungen des Energieverbraucherportals, das nur für 20 von 100

Punkten wenige nachprüfbare Kriterien ergänzend zum Preis in seine Bewertung einbezieht (Pöhls 2013). Die größten Rechtsstreitigkeiten sind sicherlich beim „EVU-Pranger“ und beim „Marktwächter“ zu erwarten.

Die aus Kundensicht bestmögliche Entscheidungshilfe unter den genannten Alternativen ist das Online-Portal, das aber auch die aufwendigste Lösung darstellt. Ein solches Portal ermöglicht es Kunden, laufend unter allen Anbietern den für sie besten „Energiewende-Anbieter“ zu wählen. Wie das Beispiel des Energieverbraucherportals zeigt, ist eine solche Lösung prinzipiell auch umsetzbar. Von daher wird im Folgenden von einer solchen Lösung ausgegangen und in Kapitel 6 unter Einbezug der Erfahrungen des Energieverbraucherportals auf ihre wirtschaftliche Umsetzbarkeit hin untersucht.

Alle diese Entscheidungshilfen benötigen letztlich Kriterien, anhand derer eine Bewertung vorgenommen wird. Mögliche Bewertungskriterien werden daher im Folgenden näher untersucht.

## 5 Bewertungskriterien des EVU-Check

### 5.1 Diskussion grundsätzlicher Entscheidungen zu Prüfgegenstand, -verfahren und -kriterien

Um die Diskussion über ein mögliches System zur Bewertung von Stromlieferanten auf eine intersubjektiv überprüfbare Basis zu stellen, wurden zunächst grundsätzliche Entscheidungen zu Prüfgegenstand, -verfahren und -kriterien getroffen. Diese „Metakriterien“, die im Folgenden näher dargestellt werden, fußen auf eigenen Überlegungen basierend auf Vorgaben des Auftraggebers und Ergebnissen aus Irrek / Kristof / Seifried (2001; vgl. dort insbesondere Kapitel 4 und 5.1).

#### **Anwendungsbereich: Stromanbieter**

Der Stromanbietertest sollte auf alle in Kapitel 3 fokussierten Stromanbieter anwendbar sein, um einen fairen Vergleich zu ermöglichen. Es sollten explizit nicht nur Kriterien zugrunde gelegt werden, die nur von wenigen Nischenanbietern erfüllt werden können.

Für die Praktikabilität, Organisation und Finanzierung des Tests ist zusätzlich zu berücksichtigen, dass die Anzahl der Stromanbieter in den nächsten Jahren womöglich noch weiter steigen kann.

Auf Basis erster Testerfahrungen kann das Bewertungsschema ggf. auch weiterentwickelt werden, um auch andere Energielieferanten untersuchen und bewerten zu können.

Grundsätzlich zu entscheiden ist, ob alle Unternehmen bewertet werden sollen oder sich Unternehmen freiwillig einer Bewertung unterziehen können.

Zudem ist grundsätzlich die Abgrenzung des zu bewertenden Unternehmens zu klären. Soll nur das anbietende Unternehmen bewertet werden? Werden die mit dem Unternehmen verbundenen Unternehmen einbezogen, z. B. Mutter- oder Schwestergesellschaften, und wenn ja, komplett oder nur in bestimmten Bereichen? Eine endgültige diesbezügliche Festlegung bedarf sicherlich weiterer Diskussion.

Für den hier unterbreiteten Vorschlag wird festgelegt, dass das Unternehmen bewertet werden soll, das Stromanbieter ist, nicht etwaige Muttergesellschaften bzw. an diesem Unternehmen beteiligte Unternehmen. Hat beispielsweise der Stromanbieter selbst kein Angebot an Energieeinspardienstleistungen für seine Kundengruppen, die Muttergesellschaft für ihre Stromkunden aber schon, wird dies als nicht vorhandenes Angebot gewertet. Diese Regel wird auch angewendet, wenn beispielsweise das Mutterunternehmen in größerem Maßstab in Erzeugungsanlagen (erneuerbare Energien, Kraft-Wärme-Kopplung) oder Systemoptimierung investiert, das liefernde Unternehmen aber nicht, oder wenn die Muttergesellschaft sich gegen den weiteren Ausbau der erneuerbaren Energien durch entsprechende Förderinstrumente wendet,

das bewertete Unternehmen aber nicht (vgl. hierzu aber auch die Diskussion einer Ausnahmeregelung in Kapitel 5.2.6 und die Diskussion von Sensitivitäten hinsichtlich der gewählten Systemgrenze in Kapitel 5.6.2). In Bezug auf die finanzielle Verknüpfung von Unternehmen wird jedoch von der hier vorgeschlagenen Regel abgewichen (siehe Abschnitt 5.2.6).

Bei Eigenmarken wird nur das Angebot gegenüber Kunden und weiteren Stakeholdern im Zusammenhang mit der Eigenmarke selbst bewertet. Bietet das Unternehmen, das die Eigenmarke führt, beispielsweise verschiedene Energiedienstleistungen an, aber nicht den Kunden der Eigenmarke, so wird dies nicht als vorhandenes Angebot bewertet. Bei Eigenmarken ohne eigene Gesellschaftsform wird bei der Bewertung der Handlungen im eigenen Unternehmen (Investitionen, Verhalten, etc.) sowie der wirtschaftlichen Sicherheit für den Kunden allerdings das Unternehmen bewertet, das die Eigenmarke führt.

### **Inhaltlicher Fokus: Beitrag zur Energiewende**

Entsprechend der Vorgaben des Auftraggebers und der Einbettung in ein Projekt zur Weiterentwicklung des freiwilligen Ökostrommarktes soll sich das Bewertungsschema an den Präferenzen ökologisch interessierter Verbraucher/innen sowie Gewerbetreibender orientieren und diese in die Lage versetzen, Energielieferanten nach ihrem Engagement für die Energiewende zu bewerten und ihre Anbieter gezielt danach auszusuchen. Damit steht zum einen die Sicht ökologisch interessierter Energieabnehmer/innen und nicht die von Anleger/innen im Vordergrund, zum anderen der Blick auf die aktuelle Diskussion um den Strommarkt im Zuge der Energiewende. Wie diese Perspektiven in einem Bewertungsschema berücksichtigt werden können, wird in Kapitel 5.2 näher untersucht.

Parameter für die Bewertung der Verbraucher/innen-Freundlichkeit (Preis, Service, etc.) sollten in den Anbietertest einbezogen werden. In welcher Form dies geschehen kann, wird in Kapitel 5.3 näher untersucht. Weitere mögliche Kriterien werden in Kapitel 5.4 betrachtet.

Entsprechend der Überlegungen in Irrek / Kristof / Seifried (2001, 60f.) und dem üblichen Vorgehen bei Produkttests (Stiftung Warentest, Öko-Test) sollte das Preisniveau der angebotenen Stromprodukte nicht in das Bewertungsschema mit einbezogen werden. Vielmehr sollten Preisangaben als zusätzliche Entscheidungshilfe zur Beurteilung des Preis-Leistungsverhältnisses in der Dokumentation der Testergebnisse nur nachrichtlich enthalten sein.

**Zurechenbarkeit: Beeinflussbarkeit durch den Anbieter**

Die Bewertungskriterien müssen Größen darstellen, deren Messwerte von den Unternehmen beeinflusst werden können. Eine gute oder schlechte Bewertung muss dem Handeln des jeweiligen Anbieters auch zurechenbar sein.

Vor diesem Hintergrund ist u. a. zu entscheiden, inwieweit eher der momentane, absolute Beitrag zur Energiewende oder eher die Entwicklung des Beitrags zur Energiewende geprüft werden sollte (vgl. auch Irrek / Seifried / Kristof 2001, 45ff.).

**Intersubjektive Nachvollziehbarkeit**

Die Untersuchungskriterien sowie das Bewertungsverfahren und seine Ergebnisse müssen aussagekräftig und sowohl für die allgemeine Öffentlichkeit als auch für die Fachöffentlichkeit nachvollziehbar und plausibel sein. Dazu gehört insbesondere auch, dass etwaige Ausschlusskriterien plausibel sind. Nur so kann eine breite Akzeptanz des Verfahrens sichergestellt werden.

**Praktikabilität**

Art und Umfang der Kriterien müssen so gewählt werden, dass die zur Bewertung erforderlichen Daten entweder öffentlich verfügbar oder nicht-öffentliche Daten leicht zu generieren sind und dass die Daten bei den verschiedenen Unternehmen in vergleichbarer Form erhoben werden können. Zudem müssen die benötigten Daten und Informationen mit vertretbarem Aufwand erhoben und nachgeprüft werden können.

## 5.2 Was tragen Stromlieferanten zur Energiewende bei?

### 5.2.1 Handlungsfelder

Wie bereits dargestellt, sind ökologisch interessierte Verbraucher/innen daran interessiert, ihre Energielieferanten nach deren Engagement für die Energiewende zu bewerten und auszuwählen.

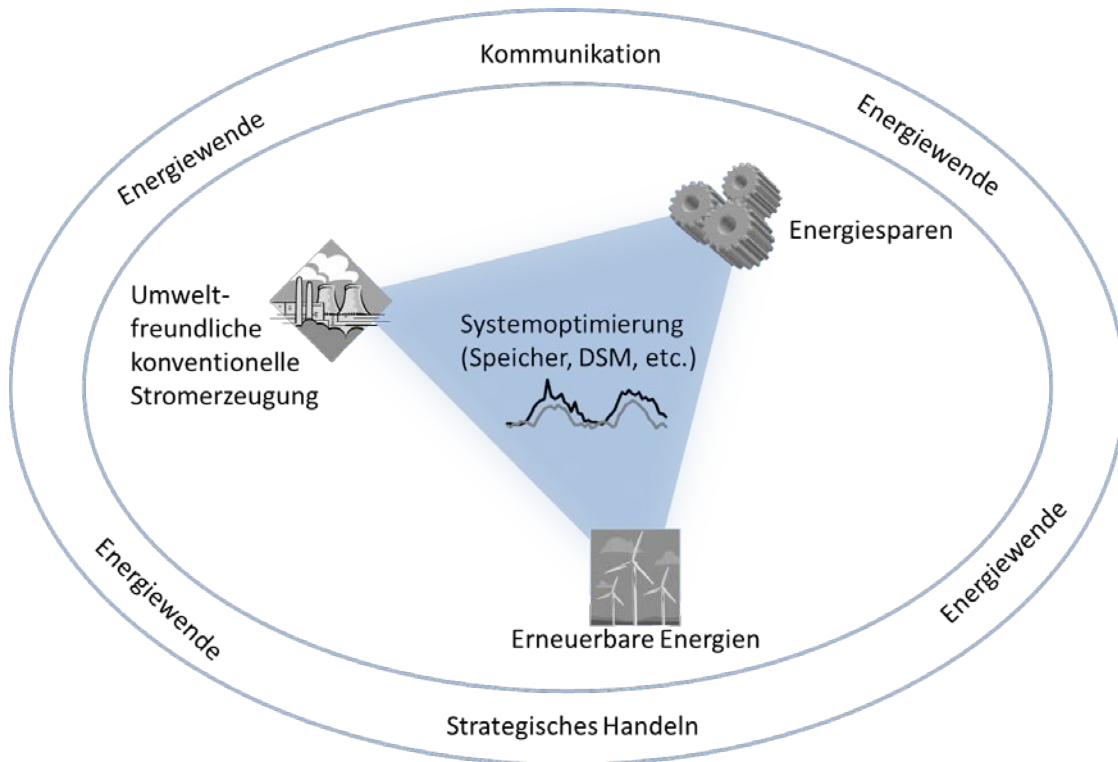


Abbildung 6: Handlungsfelder eines Stromlieferanten mit Bezug auf die Energiewende

Mit Blick auf die Energiewende und die entsprechenden Ziele der Bundesregierung geht es vor allem um die in Abbildung 5 dargestellten interdependenten Dimensionen der Steigerung der Energieeffizienz bzw. des Energiesparens, des Ausbaus der erneuerbaren Energien, der Verbesserung der Umweltfreundlichkeit der konventionellen Stromproduktion (z. B. auch durch Ausbau der KWK) und der Optimierung des Gesamtsystems unter Nutzung von Speichern, technisch-wirtschaftlichen Optimierungsstrategien, Steuerungen und Regelungen.

Hinzu kommt die Art und Weise, wie ein Stromanbieter sowohl nach außen zu den Stakeholdern und der allgemeinen Öffentlichkeit als auch nach innen im Unternehmen die Energiewende kommuniziert und wie das Unternehmen in Bezug auf die Energiewende strategisch handelt, z. B. an Lösungsansätzen zu Problemen der Energiewende mitarbeitet oder sich einer Mitarbeit verweigert, durch rechtliche Schritte die Energiewende befördert oder behindert oder bestimmte Stakeholder unterstützt.

In einem entflochtenen Strommarkt können allerdings nur solche Kriterien in der Bewertung berücksichtigt werden, deren Ausprägung von einem Stromlieferanten

beeinflusst werden kann. Im Einzelnen könnten folgende von einem Stromlieferanten beeinflussbare Unterkriterien mit Bezug auf die o. g. Dimensionen in Betracht kommen:

Diese Aktionsfelder (siehe Abbildung 4) werden unterschiedlich gewichtet, um die Gesamtbewertung der Stromlieferanten zur Energiewende zu messen. Eine beispielhafte Bewertung zeigt Abbildung 5. Dieses Beispiel wird im Folgenden weiter ausgeführt, um die prinzipielle Machbarkeit einer solchen Bewertung zu prüfen. Grundsätzlich sind auch andere Einteilungen in Handlungsfelder und Unterkriterien sowie andere Gewichtungen denkbar.

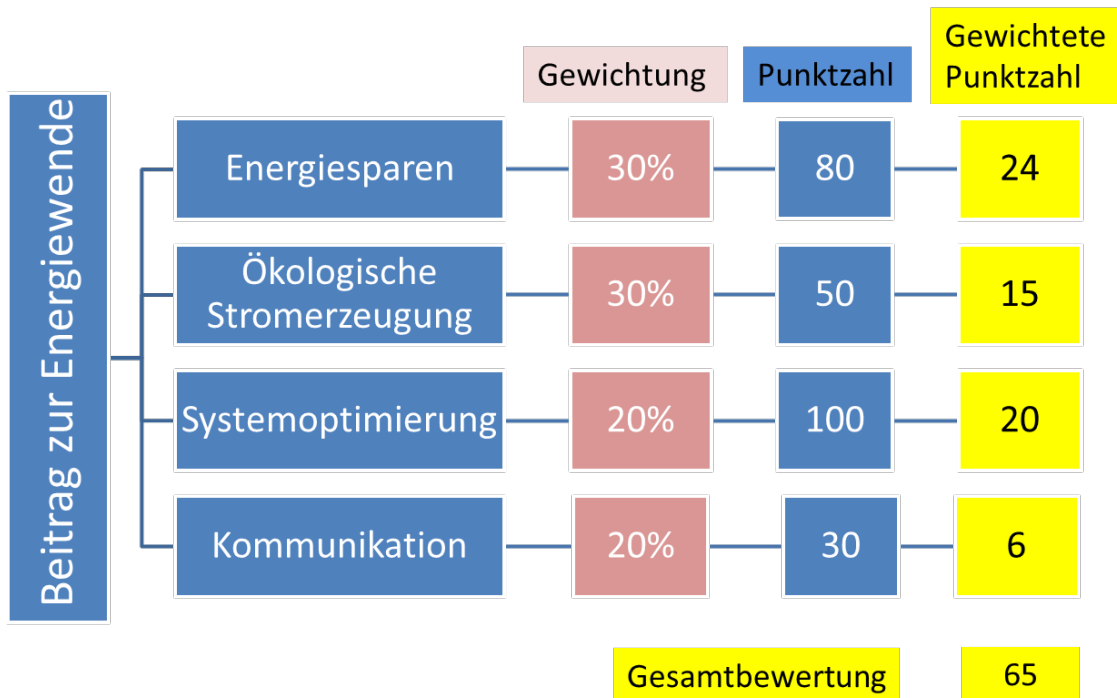


Abbildung 7: Energiewende-Handlungsfelder für Stromlieferanten und ihre mögliche Gewichtung (Bewertungsbeispiel)

Die einzelnen Handlungsfelder sind in mögliche Handlungsoptionen aufgeteilt. Dabei werden die Handlungsoptionen entsprechend ihrer Bedeutung für den Klimaschutz mit einem Punktesystem bewertet. Werden alle Maßnahmen vollständig und sowohl in einem definierten Umfang als auch einer zu definierenden Qualität umgesetzt, so wird die maximale Punktzahl 100 erreicht. Wenn sich Unternehmen spezialisieren und in Teilbereichen Maßnahmen nicht vollständig bzw. im definierten Umfang umsetzen, sich dafür aber in anderen Bereichen des Handlungsfelds durch besonderes Engagement hervortun, können sie Bonuspunkte erlangen, max. aber die genannten 100 Punkte pro Handlungsfeld. Die Gesamtbewertung ergibt sich aus der Addition der gewichteten Punktzahl der Haupthandlungsfelder. Am Ende der Bewertung steht also sowohl eine Punktzahl für jedes Haupthandlungsfeld sowie eine Gesamtpunktzahl über alle Handlungsfelder.

Im Folgenden werden die einzelnen Handlungsfelder genauer betrachtet und mögliche Unterkriterien der Bewertung identifiziert.

## 5.2.2 Energiesparen

Energieeinsparung ist in mehrfacher Hinsicht ein wichtiger Beitrag zur Energiewende:

- Ohne die Nutzung der Effizienzpotentiale ist ein auf 100% erneuerbaren Energiequellen basierendes Energiesystem nicht machbar.
- Energiedienstleistungen reduzieren die Rechnungen der Kunden. Sie sind somit auch ein wichtiger Beitrag, dass die Kunden die finanziellen Belastungen der Energiewende tragen können und die Energiewende damit von der Bevölkerung akzeptiert und unterstützt wird.
- Energiesparmaßnahmen sind mit Vorteilen für die regionale Wirtschaft sowie mit einer geringeren Umweltbelastung verbunden und reduzieren die Abhängigkeit vom Ausland.

Die Stromlieferanten können ihren Kunden in vielfältiger Weise beim Energiesparen behilflich sein. Diese Hilfen sind nötig, um die Hemmnisse, die dem Energiesparen entgegenstehen, zu überwinden.

Vor diesem Hintergrund werden die Leistungen der Stromlieferanten in diesem Feld insgesamt mit 30% gewichtet. Das Handlungsfeld teilt sich in sieben Unterpunkte auf, die jeweils mit einer maximalen Punktzahl versehen sind. Zusätzlich kann besonderes Engagement in einem Teilbereich durch Bonuspunkte belohnt werden.

Alle Anbieter werden entsprechend dieser Kriterien untersucht und es wird festgestellt, in welchem Umfang der Unterpunkt erfüllt ist.

Für die ersten drei Unterpunkte wird dies hier beispielhaft dargelegt. Dabei steht hier die Vorgehensweise im Vordergrund und nicht die zum Zwecke der Anschaulichkeit durchgeführten Bewertungen mit Punkten.

### 1. Internetshop für Sparartikel

In vielen Haushalten lassen sich durch kleine Maßnahmen bereits erhebliche Mengen an Strom einsparen. So z.B. durch die Vermeidung von Stand-by-Verlusten, effizienten Leuchtstoff- und LED-Lampen, durch isolierte Warmwasserkocher, durch wassersparende Duschköpfe und Perlatoren (bei elektrischer Warmwasserbereitung). Stromhändler sollten gegenüber ihren Kunden auf diese Möglichkeiten hinweisen und einen entsprechenden Service anbieten bei dem der Kunde qualitativ gute Produkte bestellen kann. Hierzu muss der Händler keinen eigenen Versandhandel einrichten. Er kann auf Webhändler zurückgreifen, die dieses Angebot auch für andere Stromhändler zur Verfügung stellen. Wird auf diesen Stromsparshop auf den Rechnungen sowie der Webseite hingewiesen, so wird dies z.B. mit 3 Punkten bewertet. Wird das Produktangebot der Webseite als ausreichend betrachtet, gibt es weitere 3 Punkte. Wird auch die Qualität der Produkte als gut und das gesamte Angebot als günstig beurteilt (Vergleich mit Preisen anderer Online-Händler), so erhält der Stromhändler bis zu 4 weitere Punkte. In der Summe können für diesen Unterpunkt also insgesamt maximal 10 Punkte erzielt werden.



## 2. Energiedienstleistungen

Mit gezielten Energiedienstleistungen können die Kunden ihre Energiekosten senken. Ohne diese Energiedienstleistungen hätten sie die Energiesparmaßnahmen nicht oder erst später durchgeführt, oder das Einsparpotential wäre für lange Zeit verloren gegangen (z.B. Kauf ineffizientes Gerät, Wärmesanierung ohne ausreichende Wärmedämmung). Als typische Energiedienstleistungen werden hier bewertet:

- Verleih und Bewerbung von Strommessgeräten,
- Pumpentausch (vgl. Stadtwerke Tübingen),
- Prämie für Kühlgeräteersatz sofern A+++-Geräte gekauft werden,
- vergünstigte Abgabe von LED-Lampen zur Entwicklung des LED-Marktes,
- Contracting-Angebote (mit und ohne Bürgerbeteiligung),
- Beratungsangebote im Kundenzentrum,
- Beratungsangebote für Gewerbe und Industriekunden,
- Energiecontrolling (z.B. für Öffentliche Gebäude, Industrie, Wohnungsbaugesellschaften....),
- sonstige Energiedienstleistungen.

Jede angebotene Energiedienstleistung wird mit maximal 10 Punkten bewertet. Die Bewertung hängt dabei nicht nur davon ab, ob eine bestimmte Energiedienstleistung angeboten wird, sondern es wird anhand eines Interviews und weitergehender Informationen auch die Qualität des Angebots in die Bewertung einbezogen, beispielweise auch, welche Erfahrungen bisher mit dem Angebot gemacht wurden (Anzahl der Projekte, erreichte Energieeinsparungen, Referenzprojekte in den letzten drei Jahren) und welchen Stellenwert das Angebot von Energiedienstleistungen im Verhältnis zum gesamten Angebot des Unternehmens im Energiebereich hat. Die Summe der erreichten Punkte in diesem Feld geht mit maximal 50 Punkten in das Bewertungsfeld „Energiesparen“ ein.

## 3. Preisgestaltung

Verhältnis Grundpreis zu Arbeitspreis:

Hohe Grundpreise und niedrige Arbeitspreise reduzieren den Anreiz zum Energiesparen. Unter den zwanzig günstigsten Anbietern schwankt die Höhe des Grundpreises erheblich. Ein Anbieter erhebt keinen Grundpreis, der höchste Grundpreis liegt bei 15,19 Euro/Monat (abgerufen für Standort Freiburg am 25.8.2013 und für einen Stromverbrauch von 3500 kWh unter [www.verivox.de](http://www.verivox.de)). Weiterhin gibt es Anbieter, die fixe Kontingente an Strommengen verkaufen. Z.B. bietet die Firma Extraenergie für 3.700 kWh einen Paketpreis von 761 Euro an (ohne Berücksichtigung der Wechselprämie). Solche Angebote lassen beim Kunden jeglichen Einsparanreiz vermissen, solange der Verbrauch unter der Kontingentmenge liegt. Auf der anderen Seite können sie beim Kunden zu erheblichen Mehrbelastungen führen, wenn die geplante Verbrauchsmenge überschritten wird. In dem erwähnten Fall beträgt der Preis pro zusätzliche Kilowattstunde 40 Cent.

Folgende Bewertung wird vorgeschlagen: Angebote ohne Grundpreis, die also einen rein linearen Tarif darstellen erhalten 15 Punkte. Angebote mit einem Grundpreis von

weniger als 5 Euro erhalten 10 Punkte und Tarife mit einem Grundpreis zwischen 5 und 7,5 Euro erhalten 5 Punkte. Für höhere Grundpreise gibt es keine positive Wertung. Eine etwas andere Vorgehensweise wird in Irrek / Seifried / Kristof (2001) vorgeschlagen.

Bietet ein Unternehmen mehrere Tarife an und ist einer davon ein Pauschaltarif, so werden die anderen Stromangebote wie der Pauschaltarif mit 0 Punkten bewertet. Für Kontingentangebote könnte man gegebenenfalls auch eine Abwertung für das gesamte Bewertungsfeld „Energiesparen“ in Erwägung ziehen.

Tabelle 6: Untergliederung des Handlungsfelds „Energiesparen“ und Gewichtung der einzelnen Leistungen

<b>Handlungsfeld „Energiesparen“ (Gewicht: 30%)</b>	<b>0 – 100</b>
<b>Energiedienstleistungen</b>	0 – 50
<b>Preisgestaltung</b>	0 – 15
<b>Internetshop für Sparartikel</b>	0 – 10
<b>Umstellung Stromheizungen</b>	0 – 10
<b>Effizienzmaßnahmen im eigenen Gebäude</b>	0 – 5
<b>Energieeffiziente Beschaffung</b>	0 – 5
<b>Nachhaltiger Verkehr / Fuhrpark</b>	0 – 5
<b>Besonderes Engagement „Energiesparen“</b>	Bonuspunkte

Bei den drei letztgenannten Unterkriterien, zu Maßnahmen im eigenen Gebäude des Stromanbieters, bei dessen eigener Beschaffung, seinem Fuhrpark und der Mobilität der Mitarbeiter/innen, geht es um die Vorbildfunktion des Stromanbieters (vgl. auch ähnliche Kriterien bei Vettori/Reutimann/Iten 2011). Ein Stromanbieter, der hier selbst mit eigenen Maßnahmen vorangeht, erscheint Kunden glaubwürdiger.

Nicht bewertet werden Maßnahmen, die vom Gesetzgeber vorgeschrieben sind: Würden z.B. die Energielieferanten über die EU-Energieeffizienzrichtlinie verpflichtet, bestimmte Maßnahmen oder Programme umzusetzen, so würde dies bei der Bewertung unberücksichtigt bleiben, sofern die gesetzlichen Vorgaben erfüllt sind.

### 5.2.3 Ökologische Stromerzeugung

Der weitere Umbau des Energiesystems wird auf der Energieangebotsseite im Wesentlichen durch den Zubau von erneuerbaren Energiequellen und Kraft-Wärme-Kopplungsanlagen bestimmt werden. Dazu können sowohl die einzelnen Kunden als auch die Stromlieferanten beitragen. Im Rahmen dieses Handlungsfeldes wird bewertet, was die Stromanbieter direkt (in den eigenen Gebäuden oder durch eigene Investitionen in Erneuerbare Energiequellen und BHKW) und indirekt (durch die Förderung der Kunden und Dritter) zum Umbau beitragen.

Das Stromangebot wird nicht danach beurteilt, ob es unter dem Label Ökostrom oder Egal-Strom läuft. Entscheidend ist vielmehr, was die Stromanbieter dazu beitragen, die

Erneuerbaren Energiequellen und Blockheizkraftwerke auszubauen und welchen Stellenwert diese Leistungen im Verhältnis zur Gesamtleistung des jeweiligen Unternehmens im Energiebereich haben.

Hintergrund ist die Einschätzung, dass die meisten Ökostrom-Angebote keinen Einfluss auf einen tatsächlichen Zubau der Erneuerbaren Energien haben, und darüber hinaus bei den Kunden falsche Vorstellungen bezüglich der Umweltwirkungen ihres Strombezugs erwecken. Üblicherweise wird der vertraglich gelieferte Öko-Strom aus Norwegen, der Schweiz oder aus Österreich geliefert. Im Gegenzug fließt aber mehr deutscher Strom aus fossilen Kraftwerken (auf dem Papier) in diese Länder. Für die gesamte Öko-Bilanz im EU-Stromverbundsystem hat der Öko-Strombezug der Kunden so gut wie keinen Einfluss.

Tabelle 7: Untergliederung des Handlungsfelds Ökologische Stromerzeugung sowie Gewichtung der einzelnen Leistungen

<b>Handlungsfeld „Ökologische Stromerzeugung“ (Gewicht: 30%)</b>	<b>0 – 100</b>
<b>Aufschlag auf Strompreis, zur Förderung von Neuanlagen genutzt</b>	0 – 30
<b>Nutzung erneuerbarer Energien / KWK im eigenen Gebäude</b>	0 – 10
<b>Unterstützung von Energiegenossenschaften</b>	0 – 10
<b>Modelle für Wohnungsbaugesellschaften / Wohnungseigentümer/innen-Gesellschaften</b>	0 – 10
<b>Eigene Investitionen in Erneuerbare Energien und BHKW</b>	0 – 20
<b>Unterstützung von Kunden durch Beratung und Abwicklung zu Eigenanlagen der Kunden</b>	0 – 20
<b>Besonderes Engagement „Ökologische Stromerzeugung“</b>	Bonuspunkte

Die Vorgehensweise bei der Bewertung ist die Gleiche, wie bereits im Handlungsfeld Energiesparen beschrieben. Die Details für die Bewertung können und müssen genauer spezifiziert werden, was jedoch nicht Aufgabe dieses Grundsatzpapiers ist. Auch hier können maximal 100 Punkte in dem Handlungsfeld erlangt werden. Besonderes Engagement in Teilbereichen wird durch Bonuspunkte belohnt, wobei die Gesamtpunktzahl im gesamten Handlungsfeld nicht über 100 Punkten liegen kann.

### 5.2.4 Systemoptimierung

Während früher vom Energiesparen, dem Ausbau der erneuerbaren Energien und der Kraft-Wärme-Kopplung als den drei Säulen der Energiewende gesprochen wurde, ist in den letzten Jahren – nicht zuletzt angesichts der zunehmenden Kapazitäten bei den erneuerbaren Energien – die Verknüpfung dieser Säulen zu einem Gesamtsystem zunehmend in den Fokus gerückt. Hier geht es u. a. um die Nutzung von Speichern zum Ausgleich von Angebot und Nachfrage, technisch-wirtschaftliche Optimierungsstrategien, Steuerungen und Regelungen.

Dazu wird derzeit noch viel diskutiert und im Rahmen von Pilotprojekten getestet, und in manchen Bereichen ist heute noch nicht klar, was sinnvolle Systemoptimierungsmaßnahmen sind und was nicht. Sollen tatsächlich - wie hier bei den Kriterien beispielhaft vorgeschlagen - Optimierungen inklusive Speichertechnologien bei einzelnen Haushaltskunden belohnt werden? Oder ist es nicht eher sinnvoll, Maßnahmen auf der Ebene regelbarer Ortsnetztransformatoren bzw. zu einem entsprechenden Verteilnetzmanagement durchzuführen und diese in den Fokus der Bewertung zu rücken? Möglicherweise werden sich die Bewertungskriterien in diesem Handlungsfeld im Laufe der nächsten Jahre mit zunehmender Forschung und Entwicklung auch wandeln und es werden heute bereits erste Ansätze positiv bewertet, deren Wirkungen noch nicht vollständig absehbar sind.

In jedem Fall können Stromanbieter selbst zur Systemoptimierung beitragen. Die Kriterien, nach denen ihr Handeln in diesem Bereich unter den genannten Vorbehalten beurteilt werden könnte, werden im Folgenden beschrieben. Insgesamt können maximal 100 Punkte in diesem Bereich erworben werden. Auch hier können Bonuspunkte für besonderes Engagement in Teilbereichen erworben werden, wobei die Gesamtpunktzahl nicht über 100 Punkten liegen kann. Da dieses Handlungsfeld für das Gelingen der Energiewende besondere Bedeutung hat, kann überlegt werden, es zukünftig mit einem höheren Gewicht zu versehen.

Tabelle 8: Untergliederung des Handlungsfelds „Systemoptimierung“ sowie Gewichtung der einzelnen Leistungen

<b>Handlungsfeld „Systemoptimierung“ (Gewicht: 20%)</b>	<b>0 – 100</b>
<b>Speichertechnologien für Kunden (Haushalte, GHD/Industrie)</b>	<b>0 – 25</b>
<b>Eigene Investitionen in Stromspeicher</b>	<b>0 – 25</b>
<b>Bündelung, Steuerung, Regelung vernetzter Anlagen</b>	<b>0 – 25</b>
<b>Lastmanagement / DSM beim Kunden</b>	<b>0 – 25</b>
<b>Besonderes Engagement „Systemoptimierung“</b>	<b>Bonuspunkte</b>

Zunächst kann ein Stromanbieter, insbesondere Gewerbe- und Industriekunden, Angebote zum Lastmanagement bzw. Demand Side Management machen. Wenn es hierzu spezielle Angebote gibt, werden je nach Umfang der Aktivitäten im Verhältnis zu sonstigen Aktivitäten des Unternehmens im Energiebereich bis zu 25 Punkte an den Stromanbieter vergeben. Problem sind hier sicherlich noch die Rahmenbedingungen im Regelenergiemarkt, die für eine zielgerichtete Systemoptimierung nicht förderlich sind.

Ein weiteres Angebot, das ggf. nach Kundengruppen differenziert erfolgt, könnte das Angebot von Speichertechnologien sein, die bei Kunden installiert werden (vgl. auch Werner et al. 2013, 48ff.). Hier könnten z. B. bis zu 15 Punkte für ein solches Angebot an Industrie- und Gewerbekunden und weitere bis zu 10 Punkte für ein entsprechendes Angebot an Haushaltskunden vergeben werden, abhängig auch hier

wieder vom Umfang der Aktivitäten im Verhältnis zu sonstigen Aktivitäten des Unternehmens im Energiebereich.

Darüber hinaus kann das Unternehmen natürlich auch selbst in Energiespeicher investieren. Hier gibt es verschiedene in Frage kommende technologische Möglichkeiten für reine Stromspeicher, aber auch Systeme, bei denen Strom und Wärme/Kälte integriert optimiert werden. Maximal 15 Punkte werden für die Investition in Speichertechnologien vergeben, wenn der Stromanbieter selbst in eigene Anlagen investiert, zusätzlich bis zu 10 Punkte bei entsprechenden Investitionen in der Region (ca. 30 km Umkreis), auch hier wieder abhängig u. a. vom Umfang der Angebote im Verhältnis zu den gesamten energiebezogenen Aktivitäten des Unternehmens. Die Punktvergabe könnte hier auch vom Investitionsvolumen im Verhältnis zu anderen Investitionen des Unternehmens, der Speicherkapazität und Speicherart, abhängig gemacht werden.

Schließlich geht es im Rahmen der Systemoptimierung auch um die Bündelung verschiedener dezentraler Energiebereitstellungs- und Energieanwendungstechnologien („virtuelles Kraftwerk“ mit eigenen Anlagen oder / und mit Kundenanlagen) und deren flexible, optimierte Steuerung bzw. Regelung im Systemverbund (vgl. auch Werner et al. 2013, 45ff) sowie um die Optimierung der Eigenbedarfsnutzung beim Kunden. Wenn dies über den Stand der konventionellen Technik (z. B. Abregelung regenerativer Erzeugungsanlagen, Erhöhung der Lastgradienten und Reduktion der Startzeit konventioneller Anlagen) hinausgeht, können je nach Umfang der Aktivitäten im Verhältnis zu sonstigen energiebezogenen Aktivitäten des Unternehmens bis zu 25 Punkte erworben werden. Beispiele sind hier Betriebsmodelle als sogenannte virtuelle Kraftwerke, der wind- und solargeführte Betrieb von KWK-Anlagen und der Einsatz besonders systemkompatibler Anlagen.

Zukünftig wäre es auch denkbar, dass bewertet wird, ob ein Stromanbieter Preisanreize setzt, die dazu führen, dass der Einsatz von Speichern, Lastverlagerungen und Eigenverbräuche der Kunden im Einklang mit der jeweiligen Last im lokalen bzw. regionalen Netz erfolgen, um Netzengpässe zu vermeiden und den Bedarf an Netzausbau zu reduzieren („zeitliche Belieferung 2.0“; vgl. Werner et al. 2013, 38 und 40; forsa 2011, 20). Heute scheitert ein solches Angebot noch daran, dass sich die wirtschaftlichen Anreize auf der Beschaffungsseite (Großhandel), beim Netz- und Messstellenbetrieb und auf der Belieferungsseite, insbesondere bei kleineren und mittleren Kunden, deutlich unterscheiden.

### **5.2.5 Kommunikation / Strategisches Handeln in Bezug zur Energiewende**

Die Energiewende wird nicht an technischen Problemen scheitern. Wenn sie scheitert dann an dem Punkt, an dem es den Protagonisten nicht gelingt, die Mehrheit der Bevölkerung vor dem Hintergrund steigender Strompreise für Haushalt und Gewerbe zu überzeugen, dass die Energiewende eine notwendige und langfristig vorteilhafte Strategie darstellt. Der Gegenwind, der gegenwärtig der Energiewende ins Gesicht bläst, basiert zu einem großen Teil auf der Umverteilungswirkung, die durch die

Energiewende eingeleitet wurde. Die großen Stromerzeuger und Stromversorger sowie die Kohlewirtschaft sehen ihre Märkte schrumpfen. Gleichzeitig tragen die regenerativen Energiequellen zu einer Preissenkung an den Strombörsen in Deutschland und der EU bei, wodurch die Geschäftsmodelle der großen Versorgungsunternehmen unter Druck geraten. Dies spiegelt sich in den Unternehmensbilanzen und Börsenkursen der großen Energieunternehmen für das Jahr 2012 sowie für das erste Halbjahr 2013 wider. Diese Entwicklung einerseits sowie die erheblichen Preissteigerungen bei Tarifkunden, die zum Teil durch eine Verlagerung von Lasten zugunsten der großen Industriekunden und zu Lasten der Tarifkunden entstanden, bereiten den Boden für einen „Rollback“ der Energiewende. Begleitet durch eine Medienkampagne versuchen dieselben Personen, die sich als Verfechter der Energiewende ausgeben, diese nun zu stoppen oder zumindest zu entschleunigen. Dieser „Rollback“ ist insbesondere deshalb zu hinterfragen, weil inzwischen die Mehrkosten des Ausbaus der Erneuerbaren Energiequellen aufgrund der Kostenentwicklung bei Fotovoltaik und Onshore-Windkraftanlagen nur noch geringfügig sind und sich somit ein weiterer Ausbau nur noch in einem geringeren Maße auf die gesellschaftlichen Strombereitstellungskosten auswirken wird.

Vor diesem Hintergrund ist es von großer Bedeutung welche Kommunikation und welches strategisches Verhalten (siehe weiter unten) von den Stromlieferanten ausgehen. Im Rahmen des EVU-Checks soll sowohl die interne als auch die externe Kommunikation bewertet werden.

#### **Interne Kommunikation:**

- Verankerung von Umwelt- und Klimaschutz in den Unternehmenszielen, -strukturen und -prozessen (z. B. ISO 14001, EMAS),
- Weiterbildung eigener Mitarbeiter/innen,
- Wettbewerbe oder andere partizipative Prozesse für umwelt- und klimaschonendes Verhalten innerhalb des Betriebes; Vorschlagswesen für ökologische und klimafreundliche Maßnahmen.

#### **Externe Kommunikation**

- Veranstaltungen zu Klimaschutz und rationeller Energienutzung,
- Unterstützung Schul- und Hochschulunterricht,
- Ausbildungsangebote für Händler, Architekten, Energiemanager von Betrieben,
- Rechtliche Schritte, z. B. Klage gegenüber Überwälzung Netznutzungsgebühr Industriekunden auf Tarifkunden,
- Unterstützung von Energiegenossenschaften und Bürgerinitiativen,
- Initiierung oder Unterstützung von Unternehmensnetzwerken (leen, öko-profit),
- Klimasparbuch, Fonds oder andere Modelle zur finanziellen Unterstützung von Klimaschutzmaßnahmen durch die Kunden,
- Sonstige Aktivitäten.

Der Unterpunkt „Rechtliche Schritte“ bedarf der besonderen Erläuterung. Mit der im August 2011 eingeführten Stromnetzentgeltverordnung werden Unternehmen mit

einem Jahresverbrauch von mehr als 10 Mio. Kilowattstunden und mit mehr als 7.000 Jahresbenutzungsstunden komplett von den Netzgebühren befreit. Diese Kosten werden im nächsten Schritt auf die restlichen Kunden umgelegt, was zu einer deutlichen jährlichen Kostensteigerung von etwa 26 bis 35 Euro pro Jahr bei den Haushaltskunden führt. Diese Kostensteigerung führt nicht nur zu einer reduzierten Akzeptanz der Bevölkerung gegenüber der Energiewende. Gleichzeitig trägt die Entlastung bei den Großverbrauchern zu einer Verschlechterung der Wirtschaftlichkeit von Kraft-Wärme-Kopplungsanlagen bei. Vor diesem Hintergrund haben die Elektrizitätswerke Schönau gegen die Stromnetzentgeltverordnung geklagt. Ein u.E. richtiger und wichtiger Schritt, der die Energiewende absichert und in unserem Bewertungsschema mit 10 Punkten verbucht wird.

Bei der Bewertung kommt es also nicht nur auf positive Stellungnahmen zu regenerativen Energiequellen, zur Energieeffizienz oder zum Klimaschutz an. Solche Stellungnahmen gehören heute in das Repertoire eines jeden Stromlieferanten. Vielmehr sollte mit diesem Bewertungsfeld das gesamte Verhalten der Lieferanten in Richtung einer nachhaltigen Energiewende bewertet werden.

Hierzu ist die Transparenz der Unternehmenspolitik und aller Aktivitäten notwendig. Der EVU-Check erfordert von den Lieferanten eine aktive Kooperation und die Bereitschaft, alle notwendigen Daten zur Verfügung zu stellen.

Falschangaben werden mit dem Ausschluss aus dem Check und mit einer entsprechenden Veröffentlichung bestraft.

Die Bewertung der einzelnen Unterpunkte des Handlungsfelds „Kommunikation“ bedarf einer klaren Vorgabe für die Bewertung einzelner Aktivitäten und Aspekte. Die hier im Rahmen der Konzeptstudie angesprochenen Punkte sollten u. E. im Rahmen weiterer Arbeiten noch entsprechend vertieft werden.

Tabelle 9: Untergliederung des Handlungsfelds „Kommunikation“ sowie Gewichtung der einzelnen Leistungen

<b>Handlungsfeld „Kommunikation“ zur Energiewende (Gewicht: 20%)</b>	<b>0 – 100</b>
<b>Verankerung Umwelt- und Klimaschutz (z. B. ISO 14001, EMAS)</b>	0 – 10
<b>Weiterbildung eigener Mitarbeiter/innen bezüglich der Energiewende</b>	0 – 10
<b>Maßnahmen / Wettbewerbe zum umwelt- und klimaschonenden Verhalten im eigenen Betrieb; Vorschlagswesen</b>	0 – 10
<b>Veranstaltungen</b>	0 – 5
<b>Unterstützung Schul- und Hochschulunterricht, Ausbildungsangebote</b>	0 – 10
<b>Rechtliche Schritte</b>	0 – 20
<b>Initiierung und Unterstützung Unternehmensnetzwerke</b>	0 – 10
<b>Finanzielle Beteiligungsmöglichkeiten für Kunden</b>	0 – 20
<b>Sonstige</b>	0 - 5
<b>Besonderes Engagement „Kommunikation“</b>	<b>Bonuspunkte</b>

Auch hier können Bonuspunkte für besonderes Engagement in Teilbereichen erworben werden, wobei die Gesamtpunktzahl nicht über 100 Punkten liegen kann.

### **5.2.6 Finanzielle Verknüpfung und Geldfluss**

Wie an anderer Stelle dargelegt, sollen alle Lieferanten mit demselben Kriterienraster untersucht und bewertet werden. An einem Punkt ist jedoch u. E. eine Ausnahme notwendig: Mit der Stromlieferung soll in der Regel auch Geld verdient werden. Wenn nun eine Tochter eines Unternehmens aufgrund einer positiven Bewertung durch den EVU-Check erfolgreich wechselfreudige Kunden im Markt gewinnt und diese Gewinne an die Muttergesellschaft überführt, die die Energiewende hintertreibt, so ist dies nicht zielführend.

Für die Energiewende ist nicht von Bedeutung ob „Öko-Strom“ geliefert wird, sondern wo das Geld des Kunden hinfließt und was mit diesem Geld gemacht wird: Wird es beispielsweise in erneuerbare Anlagen gesteckt oder in Werbekampagnen gegen die Energiewende. Vor diesem Hintergrund wird hier vorgeschlagen, dass solche Unternehmen, die sich gegen die Fortführung der Energiewende stark machen, mit 0 Punkten bewertet werden und in eine Kategorie „vom Strombezug wird aus Energiewende-Sicht dringend abgeraten“ fallen. Diese Einstufung würde dann für alle Stromlieferanten gelten, die in einer gesellschaftlichen und finanziellen Verbindung mit dem abgewerteten Unternehmen stehen.

### **5.2.7 Charta der Stromanbieter für eine Energiewende**

Um eine Abgrenzung zwischen den Willigen und Unwilligen bezüglich der Energiewende zu erhalten, wäre eine Charta der willigen Stromlieferanten sinnvoll, wie sie in einem vorangegangenen Kapitel schon einmal kurz angesprochen wurde. In dieser Charta sollten die sie unterzeichnenden Stromanbieter erklären, dass sie die Energiewende unterstützen. Damit es nicht bei Worten bleibt, werden die Mindestleistungen und Handlungen definiert, die das Unternehmen erbringen muss („Verpflichtung auf ein gemeinsames ‚Energiewende-Programm‘“; vgl. Leprich 2009). Gleichzeitig wird festgelegt, was das Mitgliedsunternehmen auf keinen Fall darf und welche Handlungen zu einem Ausschluss aus dem Klub führen.

Anbieter können sich durch Unterzeichnung der Charta als „Energiewende-Anbieter“ profilieren. Eine solche Charta kann auch eine Vorstufe für eine detailliertere Anbieterbewertung darstellen. An den konkreten Inhalten und Verhaltensregeln, denen sich die Unternehmen durch Unterzeichnung der Charta verpflichten, müssen sie sich in ihrem Handeln durch die Öffentlichkeit messen lassen.

## **5.3 Kriterien der Kundenfreundlichkeit**

Kriterien der Verbraucher/innen-Freundlichkeit könnten bei einem Energielieferanten-Test auf unterschiedliche Art und Weise berücksichtigt werden. Eine erste Möglichkeit



wäre, sie als weiteres zu bewertendes Kriterium neben dem Beitrag des jeweiligen Energielieferanten zur Energiewende in eine Gesamtbewertung eines Energielieferanten einzubeziehen. Dies könnte mit einem fest vorgegebenen oder einem von den Verbraucher/innen zu wählenden Gewicht (vgl. z. B. die Regler in Abbildung 7) erfolgen.

Ausgewählte Kriterien der Verbraucher/innen-Freundlichkeit könnten auch als zu erfüllende Mindestkriterien formuliert werden, damit ein Energieanbieter überhaupt für eine Bewertung seines Beitrags zur Energiewende berücksichtigt wird. Sie könnten dann nachrichtlich ausgewiesen werden.

Im Folgenden werden in Anlehnung an bisherige Unternehmenstests und weitergehende Überlegungen (vgl. Tabelle 3, Olbrich et al. 2013 sowie Irrek / Seifried / Kristof 2001, 95ff. und 101f.) mögliche Unterkriterien der Verbraucher/innen-Freundlichkeit vorgeschlagen, die bei einer Bewertung berücksichtigt werden sollten. Im Fokus steht dabei die Kundenfreundlichkeit gegenüber einem durchschnittlichen privaten Haushaltskunden. Würden insgesamt maximal 100 Punkte für die Verbraucher/innen-Orientierung eines Stromlieferanten vergeben, so verteilen sich diese auf die Unterkriterien wie folgt:

Transparenz (max. 20 Punkte): Verbraucher/innen erwarten transparente Verträge und verständliche Rechnungen:

- Transparente Verträge (inklusive Auffindbarkeit AGB):  
Die Energielieferverträge sind auch für Laien verständlich geschrieben und machen die gesamten Vertragsinhalte und -bedingungen transparent (z. B. klar formulierte Datenverarbeitungsklausel, klar lesbare AGB, klar definierter Liefertermin).  
(max. 10 Punkte)
- Verständliche Rechnung:  
Die Rechnungen sind verständlich geschrieben. Die verschiedenen Kosten- bzw. Preisbestandteile werden deutlich. Die Gründe für die Veränderung des Rechnungsbetrages gegenüber der vorherigen Rechnung werden erläutert.  
(max. 10 Punkte)

Die Kundenorientierung zeigt sich insbesondere auch bei Service-Leistungen (max. 25 Punkte):

- Kundenfreundliche Website: findet sich Kunde schnell zurecht? Sind wesentliche Informationen schnell für Kunden erkennbar? (max. 5 Punkte),
- Telefonische Erreichbarkeit: 5 Punkte: mehr als 60 h/Woche erreichbar; je 1 Punkt weniger pro 5h/Woche geringere Erreichbarkeit, keine Minuspunkte;
- Hotline ist kostenlos: 5 Punkte; kostenloser Rückruf möglich: 2 Punkte; ansonsten 0 Punkte;
- Reaktionszeit auf Kundenanfragen per E-Mail: 5 Punkte: innerhalb von 24 h, je 1 Punkt weniger pro Tag längerer Antwortzeit, keine Minuspunkte;

- Reaktionszeit auf Kundenanfragen per Brief: 5 Punkte innerhalb von 6 Werktagen; je 1 Punkt weniger pro Tag längerer Antwortzeit, keine Minuspunkte.

Wirtschaftliche Sicherheit ist für Kunden in zweierlei Hinsicht wichtig: Zum einen in Bezug auf die Entwicklung der Strompreise, zum anderen in Bezug darauf, dass der Stromlieferant während der Vertragslaufzeit am Markt bleibt. Daher werden hierzu folgende Unterkriterien vorgeschlagen (max. 25 Punkte):

- Dauer der Preisgarantie: 10 Punkte: >12 Monate; 5 Punkte:  $\geq 6$  bis  $\leq 12$  Monate; 0 Punkte: keine Preisgarantie oder <6 Monate
- Ausreichende Liquidität, um am Markt bestehen und z. B. in der Höhe nicht gerechtfertigte Vorauszahlungen ggf. zurückzahlen zu können. Als Liquiditätskennziffer wird hier wie bei Olbrich et al. (2013) die Liquidität ersten Grades herangezogen, d. h. das Verhältnis von Zahlungsmitteln (Bankguthaben, Kasse, Schecks, Wechsel) zu kurzfristigen Verbindlichkeiten mit einer Laufzeit von bis zu einem Jahr. Die Punkte werden mit Blick auf diese Kennziffer der Liquidität ersten Grades wie folgt vergeben: 1 Punkt: >10%; 2 Punkte: >15%; 3 Punkte: >20%; 4 Punkte: >25%; 5 Punkte: >30%.
- Ausreichendes Eigenkapital: Verhältnis von Eigenkapital zu Gesamtkapital (Eigenkapitalquote) (vgl. Olbrich et al. 2013): 1 Punkt: > 15%; 2 Punkte: > 17,5%; 3 Punkte: >20%; 4 Punkte: >22,5%; 5 Punkte: > 25%
- Ausreichende Wirtschaftlichkeit, exemplarisch untersucht am Beispiel der Personalaufwandsquote (oder ihres Kehrwertes der Personalintensität):  $\text{Umsatzerlöse} / \text{Personalaufwand}$  bei Gewinn- und Verlustrechnung nach dem Umsatzkostenverfahren,  $\text{Gesamtleistung} (\text{Umsatzerlöse} + \text{Bestandsveränderungen} + \text{aktivierte Eigenleistungen}) / \text{Personalaufwand}$  bei Anwendung des Gesamtkostenverfahrens): 2 Punkte: >10; 3 Punkte: >20; 4 Punkte: >30; 5 Punkte: >40.

Das wichtigste Kriterium für Verbraucher/innen-Freundlichkeit sind kundenfreundliche Modalitäten, d. h. entsprechend gestaltete Verträge, kundenfreundliche Zahlungsweisen und das Vermeiden von Rechtsstreitigkeiten (max. 30 Punkte):

- Eine kurze Kündigungsfrist ermöglicht es Verbraucher/innen, den Anbieter bei Problemen schnell wechseln zu können; bei diesem Kriterium kann es einen Zielkonflikt mit dem Kriterium der Preisstabilität geben, d. h. das Stromverträge mit langer Preisgarantie häufig Verträge mit langen Kündigungsfristen sind: 10 Punkte: Kündigungsfrist  $\leq 2$  Wochen; 5: >2 Wochen bis  $\leq 1$  Monat; 0: >1 Monat.
- Kundenunfreundliche Zahlungsmodalitäten können auch zu Minuspunkten führen:
  - -10: Vorauszahlungen ohne Absicherung, d.h. Geld ist im Insolvenzfall weg (Gefahr Schneeballsystem)
  - 0: gesicherte Vorauszahlungen (man bekommt Geld im Insolvenzfall zurück)
  - 5: monatliche Zahlungen

- Auch in Bezug auf Bonuszahlungen für Neukunden können ggf. Minuspunkte vergeben werden:
  - -10 Punkte: Zahlung in Abhängigkeit von verschiedensten Bedingungen, die für Kunden u. U. ungünstig sind (z. B. dass Anbieter vorzeitig kündigt und Prämie dann nicht gezahlt wird)
  - -10 Punkte: niedriger Einstiegspreis (Lockvogelangebot) im ersten Jahr, wesentlich höherer Preis im zweiten Jahr; dieser Aspekt kann anhand der bisherigen Praxis des Unternehmens (bei „Altkunden“) abgeprüft werden
  - 0 Punkte: kein Neukundenbonus
  - 5 Punkte: Feste einmalige Zahlung (sofern Vertrag vom Kunden nicht vorzeitig gekündigt wird)
- Take or Pay-Verträge: Bei Kontingentverträgen / Paketverträgen, bei denen bei Abweichung von der bestellten Menge ein besonders hoher Strompreis gezahlt werden) muss, werden Minuspunkte vergeben: - 10 Punkte.
- Die Anzahl an Fällen, die bei der Schlichtungsstelle Energie e.V. bearbeitet werden, ist ein Indikator für Probleme und Rechtsstreitigkeiten, die Kunden mit dem Stromlieferanten haben; hierzu wäre allerdings eine Änderung der bisherigen Geschäftspolitik der Schlichtungsstelle notwendig, die bislang keine unternehmensspezifischen Daten veröffentlicht.:  
10 Punkte: 0 Fälle; 0 Punkte: 1-3 Fälle; -20 Punkte: >3 Fälle
- Regelkonforme Verträge bzw. Gesetzeskonformität der Verträge: Die Gestaltung der Energielieferverträge sollte nicht gegen übergeordnete Regelungen verstoßen (Fernabsatzgesetz, AVBEItV, AGB-Gesetz, BGB, etc.), ansonsten werden Minuspunkte vergeben:  
Regelkonform: 0 Punkte; nicht regelkonform: -10 Punkte
- Sonstige „Fußangeln“, die Verbraucher benachteiligen, sollten ebenfalls zu Abwertungen führen: z. B. missverständliche Prämienzahlungsbedingungen im Kleingedruckten, Preisanpassungsregularien, AGB, Regelungen in Bezug auf Preisänderungsrechte des Energieunternehmens, Haftungsbegrenzungen bei Sach- und Vermögensschäden, tagsüber jederzeitiges Zutrittsrecht zum Zähler, Verwendung der Bestandsdaten zu Werbezwecken, Zusatzentgelt bei anderer Zahlungsweise als Bankeinzug, etc.):  
0 Punkte: keine „Fußangeln“; -10 Punkte: „Fußangeln“ vorhanden.

Auch hier können Bonuspunkte für besonderes Engagement in Teilbereichen erworben werden, wobei die Gesamtpunktzahl nicht über 100 Punkten liegen kann.

Dagegen wird die Einfachheit eines Anbieterwechsels aus zwei Gründen nicht als weiteres Kriterium herangezogen. Zum einen ist dies nicht immer allein vom Anbieter abhängig, zum anderen lässt sich dies schlecht überprüfen. Prinzipiell wäre es auch möglich Kundenzufriedenheitsmessungen durchzuführen. Diese sind in der Regel jedoch aufwendig oder werden vom Anbieter beauftragt und könnten dann verzerrt sein. Daher werden diese hier nicht als Bewertungskriterium herangezogen. Ein weiteres Kriterium könnte die Aggressivität der Kundenwerbung sein, die jedoch auch

schwer messbar ist. Aus diesen Gründen werden diese Kriterien hier nicht für den Anbietertest vorgeschlagen.

Tabelle 10: Untergliederung des Handlungsfelds „Kundenfreundlichkeit“ sowie Gewichtung der einzelnen Leistungen

<b>KUNDENFREUNDLICHKEIT</b>	<b>(-70) – 100</b>
<b>Transparenz:</b> Verträge, Rechnung	0 - 20
<b>Service:</b> Website, Hotline, Reaktionszeit Brief / Email	0 - 25
<b>Wirtschaftliche Sicherheit:</b> Preisgarantie ; Eigenkapitalquote, Liquidität, Wirtschaftlichkeit	0 - 25
<b>Kundenfreundliche Modalitäten:</b> Verträge, Zahlungsweise, Rechtsstreitigkeiten	(-70) – 30
<b>Besonderes Engagement „Kundenfreundlichkeit“</b>	Bonuspunkte

## 5.4 Weitere Kriterien

Nach einer forsa-Umfrage im Auftrag des VZBV zu den Erwartungen der Verbraucher an Ökostrom sagen 67% der Befragten, dass der von ihnen bezogene Strom nicht aus Atomkraftwerken kommen sollte. Für 40% ist es wichtig, dass der Anbieter nicht mit der Atomwirtschaft verflochten ist. Zudem ist für 36% der Befragten wichtig, dass der Strom aus der Region kommt, für 47% dass er aus Deutschland kommt, für 42% dass er aus konkreten, benannten Anlagen kommt (forsa 2011).

Während die Frage der Verflechtung mit der Atomwirtschaft oder auch mit der Kohlewirtschaft als optional vom Kunden wählbares **Ausschlusskriterium** bei einem Unternehmenstest verwendet werden könnte, könnte der Grad der Regionalität des Anbieters als ein **optionales, vom Kunden wählbares Kriterium** mit einer eigenen Gewichtung in den Unternehmenstest einbezogen werden (vgl. auch Abbildung 7).

### Regionalität

Als mögliche Kriterien der Regionalität des Handelns des Stromanbieters werden folgende Kriterien vorgeschlagen (max. 100 Punkte insgesamt):

- Summe der kommunalen Beteiligungen am Stromanbieter: 10 Punkte, wenn >50%, sonst 0 Punkte;
- Anteil der Arbeitsplätze des Stromlieferanten in der Region des jeweiligen Kunden (ca. 30 km Umkreis): 10 Punkte, wenn >50% oder mindestens 50 Mitarbeitende, sonst 0 Punkte;

- Abführung Gewerbesteuer in die Kommune: Ist die Kommune eine heheberechtigte Gemeinde nach §4 GewStG, d. h. vereinfacht: Befindet sich eine Betriebsstätte des Unternehmens in der Gemeinde? Wenn ja, dann 10 Punkte, sonst 0 Punkte;
- Gibt es ein Kundenzentrum oder eine andere Form einer stationären Energieberatung des Anbieters in der Kommune (vgl. Irrek / Seifried / Kristof 2001, 101)? Wenn ja, dann 10 Punkte, sonst 0 Punkte;
- Wird eine Vor-Ort-Energieeinsparberatung beim Kunden angeboten? Wenn ja, dann je 5 Punkte, wenn Vor-Ort-Beratung für Haushalte oder Gewerbe/Industrie angeboten wird, sonst 0 Punkte;
- Findet eine Förderung von Investitionen in Liegenschaften, Gebäuden, Produktionsanlagen von Kunden in der Kommune statt oder investiert der Anbieter selbst entsprechend? Wenn ja, dann 10 Punkte, sonst 0 Punkte;
- Wie hoch ist der Anteil eigener Energieanlagen des Stromanbieters in der Region (ca. 30 km Umkreis) bezogen auf seinen gesamten Absatz?: 30 Punkte >50%, 20 Punkte: >30% bis <= 50%, 10 Punkte: >15% bis <= 30%, <=15%: 0 Punkte;
- Fördert der Stromanbieter Umweltaktivitäten lokaler und regionaler Umweltverbände? Wenn ja, dann 10 Punkte, sonst 0 Punkte.

Auch hier können Bonuspunkte für besonderes Engagement in Teilbereichen erworben werden, wobei die Gesamtpunktzahl nicht über 100 Punkten liegen kann.

Tabelle 11: Untergliederung des Handlungsfelds „Regionalität“ sowie Gewichtung der einzelnen Leistungen

<b>REGIONALITÄT (optional)</b>	<b>0 - 100</b>
<b>Kommunaler Anteil</b>	<b>0 - 10</b>
<b>Anteil Arbeitsplätze in der Region</b>	<b>0 - 10</b>
<b>Abführung Gewerbesteuer an die Kommune</b>	<b>0 - 10</b>
<b>Stationäre Energieberatung in der Kommune</b>	<b>0 - 10</b>
<b>Vor-Ort-Energiesparberatung beim Kunden</b>	<b>0 - 10</b>
<b>(Förderung von) Investitionen beim Kunden in der Kommune</b>	<b>0 - 10</b>
<b>Anteil Energieanlagen in der Region</b>	<b>0 – 30</b>
<b>Förderung Umweltaktivitäten lokaler / regionaler Umweltverbände</b>	<b>0 - 10</b>
<b>Besonderes Engagement vor Ort</b>	<b>Bonuspunkte</b>

### **Verflechtung mit der Atom- und Kohlewirtschaft**

Als optionales bzw. vom Kunden wählbares Ausschlusskriterium wird die Unabhängigkeit des Stromanbieters von der Atom- und Kohlewirtschaft vorgeschlagen (vgl. auch Irrek / Seifried / Kristof 2001, 92, sowie Claßen / Lehmkuhl / Lepper 2013).

Wenn es Kunden wichtig ist, dass der Anbieter nicht mit der Atom- und Kohlewirtschaft verflochten ist, dann dürfen folgende Bedingungen nicht eintreten:

- Ein Eigentümer oder Betreiber einer kerntechnischen Anlage, eines Kohlekraftwerks oder einer Anlage, die in Zusammenhang mit der Gewinnung von Braunkohle steht, ist Eigentümer oder Miteigentümer des Anbieters oder übt formal (z. B. durch Beherrschungs- oder Gewinnabführungsvertrag, Sperrminoritäten, Kapitalbeteiligungen, Vorstands- oder Aufsichtsratsbeteiligungen) auf die Geschäftsführung des Stromanbieters einen wesentlichen Einfluss aus;
- Anbieter ist an Eigentümer oder Betreiber einer kerntechnischen Anlage, eines Kohlekraftwerks oder einer Anlage, die in Zusammenhang mit der Gewinnung von Braunkohle steht, beteiligt oder übt formal (z. B. durch Beherrschungs- oder Gewinnabführungsvertrag, Sperrminoritäten, Kapitalbeteiligungen, Vorstands- oder Aufsichtsratsbeteiligungen) auf die Geschäftsführung dieser Unternehmen einen wesentlichen Einfluss aus.

Ggf. wäre zu überlegen, je nach Grad der Verflechtung (z. B. Anteil bis 25%, bis 50% oder darüber hinaus) eine Differenzierung in der Bewertung vorzunehmen.

Generell erscheint eine solche Bewertung historisch gewachsener Verflechtungen auf den ersten Blick wenig sinnvoll, da die Verflechtung – bis auf die dadurch gewachsenen Innenfinanzierungsmöglichkeiten – keine Auswirkungen auf aktuelle Energiewende-Aktivitäten der Unternehmen hat. Auf der anderen Seite sind für viele ökologisch interessierte Kunden Anbieter nicht glaubwürdig, die vor wenigen Jahren noch für den Weiterbetrieb einer fossil-nuklearen Großkraftwerkswirtschaft eintraten. Kunden verlangen daher nach einer solchen Bewertungsoption.

Tabelle 12: „Verflechtung mit der Atom- und Kohlewirtschaft“ als optionales Ausschlusskriterium

<b>VERFLECHTUNG MIT DER ATOM- UND KOHLEWIRTSCHAFT (optionales Ausschlusskriterium)</b>	
<b>Verflechtung mit der Atom- und Kohlewirtschaft über Beteiligungen oder wesentliche Einflussnahme</b>	ja / nein

## 5.5 Bewertungskriterien im Überblick

Die folgende Tabelle gibt einen Überblick über die vorgeschlagenen Handlungsfelder und Bewertungskriterien, ihre Gewichtung und die zu vergebenden Punkte je Bewertungskriterium.

Tabelle 13: Vorgeschlagene Handlungsfelder, Bewertungskriterien, Punkte und Gewichtungen

Bewertungskriterium	Mögliche Punkte
<b>BEITRAG ZUR ENERGIEWENDE</b>	
Internetshop für Sparartikel	0 – 10
Energiedienstleistungen	0 – 50
Preisgestaltung	0 – 15
Umstellung Stromheizungen	0 – 10
Effizienzmaßnahmen im eigenen Gebäude	0 – 5
Energieeffiziente Beschaffung	0 – 5
Nachhaltiger Verkehr / Fuhrpark	0 – 5
Besonderes Engagement „Energiesparen“	Bonuspunkte
<b>SUMME Handlungsfeld „Energiesparen“ (Gewicht: 30%)</b>	<b>0 – 100</b>
Unterstützung von Kunden durch Beratung und Abwicklung zu Eigenanlagen der Kunden	0 – 20
Aufschlag auf Strompreis, der zur Förderung von Neuanlagen genutzt wird	0 – 30
Nutzung erneuerbarer Energien / KWK im eigenen Gebäude	0 – 10
Unterstützung von Energiegenossenschaften	0 – 10
Modelle für Wohnungsbaugesellschaften / Wohnungseigentümer/innen-Gesellschaften	0 – 10
Eigene Investitionen in Erneuerbare Energien und BHKW	0 – 20
Besonderes Engagement „Ökologische Stromerzeugung“	Bonuspunkte
<b>SUMME Handlungsfeld „Ökologische Stromerzeugung“ (Gewicht: 30%)</b>	<b>0 – 100</b>
Lastmanagement / DSM beim Kunden	0 – 25
Speichertechnologien für Kunden (Haushalte, GHD/Industrie)	0 – 25
Eigene Investitionen in Stromspeicher	0 – 25
Bündelung, Steuerung, Regelung vernetzter Anlagen	0 – 25
Besonderes Engagement „Systemoptimierung“	Bonuspunkte
<b>SUMME Handlungsfeld „Systemoptimierung“ (Gewicht: 20%)</b>	<b>0 – 100</b>
Verankerung Umwelt- und Klimaschutz (z. B. ISO 14001, EMAS)	0 – 10
Weiterbildung eigener Mitarbeiter/innen bezüglich Energiewende	0 – 10
Maßnahmen zum Verhalten im eigenen Betrieb; Vorschlagswesen	0 – 10
Veranstaltungen	0 – 5
Unterstützung Schul- und Hochschulunterricht, Ausbildungsangebote	0 – 10
Rechtliche Schritte	0 – 20
Initiierung und Unterstützung Unternehmensnetzwerke	0 – 10
Finanzielle Beteiligungsmöglichkeiten für Kunden	0 – 20
Sonstige	0 – 5
Besonderes Engagement „Kommunikation“	Bonuspunkte
<b>SUMME Handlungsfeld „Kommunikation“ zur Energiewende (Gewicht: 20%)</b>	<b>0 – 100</b>
<b>KUNDENFREUNDLICHKEIT</b>	
Transparenz: Verträge, Rechnung	0 - 20
Service: Website, Hotline, Reaktionszeit Brief / Email	0 - 25
Wirtschaftliche Sicherheit: Preisgarantie; Eigenkapitalquote, Liquidität, Wirtschaftlichkeit	0 - 25
Kundenfreundliche Modalitäten: Verträge, Zahlungsweise, Rechtsstreitigkeiten	(-70) – 30
Besonderes Engagement „Kundenfreundlichkeit“	Bonuspunkte
<b>REGIONALITÄT (optional)</b>	
Kommunaler Anteil	0 - 10
Anteil Arbeitsplätze in der Region	0 - 10
Abführung Gewerbesteuer an die Kommune	0 - 10
Stationäre Energieberatung in der Kommune	0 - 10
Vor-Ort-Energiesparberatung beim Kunden	0 - 10
(Förderung von) Investitionen beim Kunden in der Kommune	0 - 10
Anteil Energieanlagen in der Region	0 – 30
Förderung Umweltaktivitäten lokaler / regionaler Umweltverbände	0 – 10
Besonderes Engagement „Regionalität“	Bonuspunkte
<b>VERFLECHTUNG MIT DER ATOM- UND KOHLEWIRTSCHAFT (optionales Ausschlusskriterium)</b>	
Verflechtung mit der Atom- und Kohlewirtschaft über Beteiligungen / wesentliche Einflussnahme	ja / nein

## **5.6 Beispielhafte Anwendung der vorgeschlagenen Bewertungskriterien auf ausgewählte Stromlieferanten**

### **5.6.1 Exemplarische Bewertung von fünf Stromanbietern**

Da die vorliegende Studie die Aufgabe hat, die Machbarkeit eines Energieanbieter-Tests als Hilfestellung für ökologisch interessierte Verbraucher/innen zu untersuchen, wurden ausgewählte Stromlieferanten anhand der in den vorherigen Kapiteln vorgeschlagenen Kriterien exemplarisch bewertet. Dabei wurde davon ausgegangen, dass der fiktive, an einer Bewertung interessierte Kunde in Bottrop zu Hause ist, wo auch das Institut Energiesysteme und Energiewirtschaft der Hochschule Ruhr West verortet ist (PLZ 46240).

Mit Blick auf die in Kapitel 3.2 identifizierten Unternehmenstypen wurden insgesamt fünf größere und kleinere Unternehmen unterschiedlichen Typs bewertet:

- Der Grundversorger vor Ort: ELE - Emscher Lippe Energie GmbH, Gelsenkirchen (mit Niederlassung auch in Bottrop)
- Ein großer in der Region ansässiger Versorger, dessen Muttergesellschaft an der ELE beteiligt ist: RWE - RWE Vertrieb AG („RWE Energiekaufhaus“), Dortmund
- Ein unabhängiger Internet-Stromanbieter: Care-Energy (Marke der UPG – United Power & Gas GmbH & Co. KG), Hamburg
- Eine Eigenmarke bzw. Vertriebsgesellschaft eines Grundversorgers, der in der Region beheimatet ist: R(h)einpower (Eigenmarke der Stadtwerke Duisburg AG; Stromanbieter für Kunden außerhalb der Stadt Duisburg), Duisburg
- Ein reiner Ökostromanbieter: EWS - Elektrizitätswerke Schönau Vertriebs GmbH, Schönau im Schwarzwald

Die Bewertung fand im September/Oktober 2013 statt. Das Ergebnis der Bewertung ist in der umseitigen Tabelle dargestellt.



Tabelle 14: Ergebnis einer exemplarischen Bewertung ausgewählter Stromanbieter [Bewertung in Punkten; max. 100 Punkte pro Handlungsfeld und pro Hauptkriterium]\*

Kriterium	ELE	RWE Vertrieb	Care-Energy	R(h)einpower	EWS
<b>BEITRAG ZUR ENERGIEWENDE</b>	<b>36</b>	<b>32</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>47</b>
<b>SUMME Handlungsfeld „Energiesparen“ (Gewicht: 30%)</b>	<b>56</b> 30%=17	<b>60</b> 30%=18	<b>27</b> 30%=8	<b>0</b> 30%=0	<b>48</b> 30%=11
Energiedienstleistungen	50	50	17	0	35
Preisgestaltung	0	0	5	0	5
Internetshop für Sparartikel	6	5	0	0	3
Umstellung Stromheizungen	0	5	0	0	0
Effizienzmaßnahmen Gebäude	n.b.	n.b.	n.b.	n.b.	5
Energieeffiziente Beschaffung	n.b.	n.b.	n.b.	n.b.	n.b.
Nachhaltiger Verkehr / Fuhrpark	n.b.	n.b.	n.b.	n.b.	n.b.
Besonderes Engagement „En.sparen“	0	0	5	0	0
<b>SUMME Handlungsfeld „Ökologische Stromerzeugung“ (Gewicht: 30%)</b>	<b>50</b> 30%=15	<b>20</b> 30%=6	<b>0</b> 30%=0	<b>20</b> 30%=6	<b>70</b> 30%=21
Aufschlag für Neuanlagen	30	0	0	0	30
Eigene Nutzung REG / KWK	0	n.b.	0	0	10
Support Energiegenossenschaften	0	10	0	0	10
Support Wohnungswirtschaft	0	5	0	0	0
Eigene Investitionen REG / BHKW	15	0	0	20	0
Support Eigenanlagen der Kunden	5	5	0	0	20
Besonderes Engagement "Ökolog. Erz."	0	0	0	0	0
<b>SUMME Handlungsfeld „Systemoptimierung“ (Gewicht: 20%)</b>	<b>0</b> 20%=0	<b>20</b> 20%=4	<b>0</b> 20%=0	<b>0</b> 20%=0	<b>5</b> 20%=1
Speichertechnologien für Kunden	0	5	0	0	0
Investitionen in Stromspeicher	0	0	0	0	0
Bündelung, Steuerung, Regelung	0	0	0	0	5
Lastmanagement / DSM	0	15	0	0	0
Besonderes Engagement "Systemopt."	0	0	0	0	0
<b>SUMME Handlungsfeld „Kommunikation“ Energiewende (Gewicht: 20%)</b>	<b>18</b> 20%=4	<b>20</b> 20%=4	<b>8</b> 20%=2	<b>15</b> 20%=3	<b>55</b> 20%=11
Verankerung Umwelt- und Klimaschutz	0	0	0	0	0
Weiterbildung Mitarbeiter/innen	n.b.	n.b.	n.b.	n.b.	n.b.
Energieeffizientes Verhalten im Betrieb	n.b.	n.b.	n.b.	n.b.	n.b.
Veranstaltungen	3	5	3	5	5
Bildungs- und Ausbildungsangebote	10	10	0	0	10
Rechtliche Schritte	n.b.	n.b.	n.b.	n.b.	10
Unternehmensnetzwerke	0	0	0	10	10
Finanzielle Beteiligungsmöglichkeiten	0	0	0	0	20
Sonstige	5	5	5	n.b.	n.b.
Besonderes Engagement "Komm."	0	0	0	0	0
<b>KUNDENFREUNDLICHKEIT</b>	<b>50</b>	<b>52</b>	<b>18</b>	<b>67</b>	<b>59</b>
Transparenz	16	18	0	15	20
Service	13	14	13	20	17
Wirtschaftliche Sicherheit**	6	5	0	17	12
Kundenfreundliche Modalitäten***	15	15	5	15	10
Besonderes Engagement „Kundenfr.“	0	0	0	0	0
<b>REGIONALITÄT [PLZ 46240 + 30 km]</b>	<b>75</b>	<b>20</b>	<b>0</b>	<b>30</b>	<b>0</b>
Kommunaler Anteil	0	0	0	0	0
Anteil Arbeitsplätze in der Region	10	0	0	0	0
Abführung Gewerbesteuer	10	0	0	0	0
Stationäre Energieberatung	10	0	0	0	0
Vor-Ort-Energiesparberatung	5	10	0	0	0
Investitionen beim Kunden	10	10	0	0	0
Energieanlagen in der Region	30	0	0	30	0
Förderung Umweltverbände	n.b.	n.b.	0	0	0
Besonderes Engagement vor Ort	0	0	0	0	0
<b>VERFLECHUNG MIT DER ATOM UND KOHLEWIRTSCHAFT</b>	<b>ja</b>	<b>ja</b>	<b>nein</b>	<b>Ja</b>	<b>nein</b>
Verflechtung Atom- und Kohlewirtschaft	0	0	100	0	100

\* n.b. = nicht beurteilbar: Es konnten zu diesem Kriterium im Rahmen des für die Recherche zur Verfügung stehenden Zeitbudgets keine ausreichenden Daten oder Informationen gewonnen werden, um dieses Kriterium ausreichend beurteilen zu können.

\*\* Bewertung Jahresabschlüsse angelehnt an Olbrich et al. 2013: Emscher Lippe Energie GmbH 2012, RWE Vertrieb AG 2012, Care-Energy: mk-group Holding GmbH 2009 (kein jüngerer Jahresabschluss verfügbar; ab 2013: United Power & Gas GmbH & Co. KG), Stadtwerke Duisburg AG 2011, Elektrizitätswerke Schönau Vertriebs GmbH 2011.

\*\*\* Ggf. Abwertungen nach genauerer rechtlicher Prüfung und zusätzlichen Angaben der Schlichtungsstelle, von der im Laufe der Projektlaufzeit keine Auskünfte zur Anzahl der bei ihr jeweils aufgelaufenen Fälle eingeholt werden konnten.

### 5.6.2 Sensitivitäten

Zu berücksichtigen ist, dass nicht zu allen Bewertungskriterien bzw. Anbietern ausreichende Daten und Informationen bis zum Abschluss der Untersuchung Mitte Oktober gewonnen werden konnten. Anbieter verweigerten zum Teil die Auskunft mit Verweis auf den damit verbundenen Arbeitsaufwand des Recherchierens und Zusammentragens der angefragten Daten und Informationen. Die Bewertung könnte daher für den einen oder anderen Anbieter positiver ausfallen, wenn die angefragten Daten und Informationen vorliegen würden. Es ist davon auszugehen, dass die Unternehmen bei einem öffentlichkeitswirksamen Testverfahren eher Informationen zur Verfügung stellen würden, als bei dem hier durchgeführten Pilottest.

Zu berücksichtigen ist zudem, dass die Bewertung für die Stadtwerke Duisburg AG deutlich besser aussehen würde, wenn die Stadtwerke Duisburg selbst mit ihrem Angebot für Kunden in Duisburg anstatt die Marke „R(h)einpower“ mit ihrem Angebot für Kunden außerhalb Duisburgs bewertet worden wäre. Entscheidend ist also, wie die Systemgrenze gezogen wird, d. h. welche Marke bzw. welches Unternehmen jetzt als Strom anbietende Einheit bewertet wird. Dies zeigt auch, dass in der folgenden Tabelle dargestellte Beispiel des RWE.

Tabelle 15: Abhängigkeit der Bewertung von der gewählten Systemgrenze und der Art der Bewertung am Beispiel RWE

Kriterium	RWE Vertrieb	RWE Konzern (absolut)	RWE Konzern (relativ)
<b>BEITRAG ZUR ENERGIEWENDE</b>	<b>32</b>	<b>47</b>	<b>31</b>
SUMME Handlungsfeld „Energiesparen“ (Gewicht: 30%)	60 30%=18	60 30%=18	35 30%=11
SUMME Handlungsfeld „Ökologische Stromerzeugung“ (Gewicht: 30%)	20 30%=6	35 30%=11	30 30%=9
SUMME Handlungsfeld „Systemoptimierung“ (Gewicht: 20%)	20 20%=4	70 20%=14	35 20%=7
SUMME Handlungsfeld „Kommunikation“ Energiewende (Gewicht: 20%)	20 20%=4	20 20%=4	18 20%=4
<b>KUNDENFREUNDLICHKEIT</b>	<b>52</b>	<b>52</b>	<b>52</b>
<b>REGIONALITÄT [PLZ 46240 + 30 km]</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>20</b>
<b>VERFLECHUNG MIT DER ATOM- UND KOHLEWIRTSCHAFT</b>	<b>ja</b>	<b>ja</b>	<b>Ja</b>

Die Bewertung fällt bei RWE positiver aus, wenn nicht die RWE Vertrieb AG, sondern sämtliche Konzernaktivitäten im Bereich des Energiesparens, der ökologischen Stromerzeugung und der Systemoptimierung und Kommunikation bewertet worden wären (in obiger Tabelle aufgeführt unter „RWE Konzern (absolut)“). Auf der anderen Seite würde die Bewertung wieder schlechter ausfallen, wenn der Stellenwert dieser Aktivitäten im Verhältnis zu den gesamten Aktivitäten des RWE Konzerns stärker berücksichtigt werden würde (in obiger Tabelle unter „RWE Konzern (relativ)“). Bei dieser relativen Bewertung wurden die verschiedenen Energiewende-Aktivitäten zunächst entsprechend der dargestellten Bewertungsmethodik absolut bewertet und anschließend ins Verhältnis zu den gesamten Aktivitäten des Konzerns gesetzt (Einführung eines relativen Gewichtungsfaktors). Eine solche Relativierung verhindert, dass ein großer Konzern nicht allein deshalb positiv bewertet wird, weil er eine große

Anzahl unterschiedlicher kleinerer Aktivitäten durchführt. Für die Energiewende ist nicht allein die Vielzahl der Aktivitäten, sondern auch deren Umfang bzw. Breitenwirkung relevant. Daher wird ein solches Vorgehen für zukünftige Bewertungen empfohlen.

## 5.7 Zwischenfazit zum vorgeschlagenen Bewertungssystem

Die exemplarische Bewertung von fünf Stromlieferanten zeigt, dass prinzipiell eine solche Unternehmensbewertung anhand dieser oder anderer Kriterien möglich ist. Dabei haben sich folgende Probleme herauskristallisiert, zu denen hier Lösungsansätze für zukünftige Bewertungen vorgeschlagen werden:

### **Problem der Vergleichbarkeit bei unterschiedlich guter Datenlage**

Die Vergleichbarkeit der Bewertung verschiedener Unternehmen wird dadurch beeinflusst, dass die Unternehmen unterschiedlich viele Daten und Informationen preisgeben und – insbesondere wenn nur spärliche Informationen verfügbar sind - diese bei einer externen Bewertung zum Teil bezüglich ihres Wahrheitsgehalts und der dahinter stehenden Leistungstiefe nur teilweise überprüfbar sind.

Ein **Lösungsansatz** hierzu könnte erstens sein, einen solchen Energieanbieterertest öffentlichkeitswirksam so in den Mittelpunkt zu rücken, dass die Unternehmen selbst interessiert sind, dort bewertet zu werden und entsprechende Daten und Informationen von sich aus bereitstellen. Zudem könnten Daten- und Informationslieferungen, die sich im Nachhinein als nicht wahrheitsgemäß herausstellen, durch Abwertung bei einer Neuauflage oder regelmäßigen Aktualisierung des Tests durch Punktabzüge sanktioniert werden.

### **Problem verbleibender Interpretationsspielräume**

Nicht alle Kriterien können so scharf formuliert werden, dass es bei einer bestimmten Ausprägung nur eine einzige Möglichkeit der Punktvergabe gibt. Insbesondere in einigen Bewertungsbereichen bezüglich des Beitrags zur Energiewende (z. B. Energiedienstleistungen, Kommunikation) können je nach Einschätzung von Umfang, Tiefe, Wirkung und Qualität der zu bewertenden Leistung (z. B. Qualität einer Energiedienstleistung oder einer Kommunikationsaktivität) durch den jeweiligen Analysten / die jeweilige Analystin unterschiedlich hohe Punktwerte vergeben werden. Ein **Lösungsansatz** hierzu könnte die Erstellung einer Bewertungsanweisung sein, die so weit wie möglich versucht, vorhandene Bewertungsspielräume durch genauere Raster und Erläuterungen einzuschränken. Zudem sollten solche Kriterien vorrangig ausgewählt werden, bei denen die Bewertungsspielräume gering sind.

### **Problem der unterschiedlichen Bewertung von Mutter- und Tochterunternehmen bzw. Eigenmarke**

Insbesondere bei der Bewertung der RWE Vertrieb AG und der Marke „R(h)einpower“ der Stadtwerke Duisburg AG zeigt sich das Problem, dass die Bewertung bei Einbezug von Aktivitäten der Muttergesellschaft bzw. des Gesamtkonzerns deutlich besser ausfallen würde. Dies gilt sowohl für getätigte Investitionen in Erzeugungsanlagen

(erneuerbare Energien, Kraft-Wärme-Kopplung), für Aktivitäten im Bereich der Systemoptimierung oder auch für verschiedene Kommunikationsaktivitäten nach innen. Auf der anderen Seite könnte die Kommunikation nach außen unter Einbezug der Muttergesellschaft in dem einem oder anderen Fall schlechter bewertet werden. Ein Problem des stärkeren Einbezugs der Muttergesellschaft würde insbesondere dann auftreten, wenn unterschiedliche Anteilseigner vorliegen, die möglicherweise wiederum Teil verschiedener Konzerne sind. Hier wäre unklar, wie ihr Handeln in die Bewertung einfließen sollte. Schließlich schaut der Kunde vor allem auf die Marke oder das Unternehmen, das ihm den Strom anbietet.

Aus diesen Gründen wird als **Lösungsansatz** vorgeschlagen, bei der hier vorgenommenen Fokussierung der anbietenden Gesellschaft zu bleiben.

### **Problem der Bewertung von internen Aktivitäten des Stromanbieters**

Bei der Bewertung interner Aktivitäten des Stromanbieters (Effizienzmaßnahmen in eigenen Gebäuden, bei Beschaffung und Fuhrpark; Maßnahmen, die sich auf Mitarbeitende richten; Kommunikationsmaßnahmen nach innen; etc.) stellt sich das Problem der Beobachtbarkeit, Überprüfbarkeit und Vergleichbarkeit ganz besonders. Was hierzu als Unternehmenspolitik nach außen verbreitet wird, kann vom tatsächlichen Handeln nach innen abweichen. Wie aus Tabelle 13 ersichtlich, konnten zudem für einige Stromanbieter in Bezug auf interne Aktivitäten der Stromanbieter, keine Daten und Informationen recherchiert werden. Dies lag zum einen am für diese Machbarkeitsuntersuchung zur Verfügung stehenden knappen Zeitbudget, zum anderen an der teilweisen Auskunftsverweigerung angefragter Unternehmen mit dem Hinweis auf den für eine Beantwortung der Anfragen nötigen Aufwand.

Ein möglicher **Lösungsansatz** wäre hier die regelmäßige stichprobenartige Überprüfung der gemachten Angaben bei einer ausreichenden Zahl von Stromanbietern durch Vor-Ort-Begehung und -Gespräche. Die reale Möglichkeit einer solchen Stichprobe, verbunden mit Sanktionsmöglichkeiten bei nicht wahrheitsgemäßen Angaben, könnte eine falsche Berichterstattung der Unternehmen vermeiden helfen. Dazu würde dann auch die Regelung gehören, dass bei Verweigerung der Stichprobenüberprüfung die Punkte im zu überprüfenden Bereich auf null gesetzt werden.

Generell könnte die in Kapitel 5.2.7 angesprochene **Charta nachhaltiger Energielieferanten** das eine oder andere Bewertungsproblem entschärfen helfen. Eine solche Selbstverpflichtung mit der Möglichkeit der Sanktion müsste mit einer entsprechenden Berichterstattungspflicht des Stromanbieters verknüpft werden, was die Zugänglichkeit zu Daten und Informationen erleichtern würde. Zudem kann die Unterzeichnung der Charta ein klar bewertbares Signal in der Kommunikation nach außen darstellen.

## 6 Praktikabilität, Finanzierbarkeit, Organisation

### 6.1 Darstellungsmöglichkeiten der Bewertungsergebnisse

Unabhängig davon, in welchem Umfang, in welcher Regelmäßigkeit und anhand welcher Kriterien mit welcher Gewichtung eine Bewertung vorgenommen wird, sollten die Bewertungsergebnisse anschaulich und verständlich dargestellt werden. Die Dokumentation der Testergebnisse sollte einen schnellen Überblick ermöglichen (z. B. Radar, Tabelle, o. ä.).

Generell zu entscheiden ist, ob die Gesamtbewertung und Einordnung der Lieferanten am Ende anhand einer kardinalen Skala oder anhand einer ordinalen Skala erfolgt. Eine kardinale Skala (z. B. eindeutige Punktwerte, wie sie in diesem Kapitel für verschiedene Bewertungskriterien vorgeschlagen werden oder Prozentwerte oder Zehntelnoten) erlaubt ein differenziertes Ranking der bewerteten Stromlieferanten. Sie kann aber auch eine Scheingenauigkeit widerspiegeln, da die dahinter stehende Bewertung und Gewichtung von Unterkriterien nicht aus einer wissenschaftlichen Analyse eindeutig ableitbar ist, sondern gewisse Bewertungs- und Gewichtungsspielräume beinhaltet. Die Anwendung einer kardinalen Skala setzt noch stärker als bei einer ordinalen Skala voraus, dass Kriterien und Unterkriterien plausibel gewichtet werden können. Eine ordinale Skala mit einer begrenzten Anzahl von Klassen (z. B. ein bis fünf Sterne) würde dazu führen, dass mehrere, möglicherweise mehrere Dutzend Stromanbieter in einer Klasse landen können und Nutzer/innen möglicherweise damit überfordert sind, unter diesen dann einen Anbieter auszuwählen.

Außerdem ist generell zu entscheiden, ob eine einzige Gesamtbewertung vorgenommen wird, oder separate Bewertungen für verschiedene Hauptkriterien. Tabelle 15 zeigt eine Bewertungsstruktur, die dem Kunden zum einen einen deutlichen Hinweis auf den Beitrag des Unternehmens zur Energiewende gibt, zum anderen aber dem Verbraucher die Möglichkeit lässt, die weiteren Kriterien wie Verbraucher/innen-Freundlichkeit, Regionalität und Verflechtung mit der Atomwirtschaft entsprechend zu berücksichtigen und zu werten. Und zu guter Letzt wird er durch die Einblendung des durchschnittlichen Strompreises auch noch in die Lage versetzt, eine Abwägung zu treffen, ob ihm diese Attribute den Mehrpreis gegenüber einem Vergleichsprodukt wert sind.

Bei der Bewertung des Beitrags zur Energiewende würde neben der Schulnote noch die erreichte Punktzahl genannt. Bei den Kriterien der Verbraucher/innen-Freundlichkeit und Regionalität beschränkt sich die Einteilung auf eine Bewertung von null bis fünf Sternchen. Selbstverständlich sind die entsprechenden Bewertungen mit einem Leistungskatalog zu hinterlegen, der zu der entsprechenden Bewertung führt.

Tabelle 16: Beispiel einer separaten Bewertung verschiedener Hauptkriterien in einem Energieanbieter-Test

	Beitrag zur Energiewende	Verbraucher/innen-Freundlichkeit	Regionalität	Verflechtung mit der Atomwirtschaft	Durchschnittspreis beim vom Kunden angegebenen Jahresverbrauch
Anbieter A	Gut (xx Pkt)	***	*	ja	0,33 Euro/kWh
Anbieter B	sehr gut (xx Pkt)	o	*****	nein	0,34 Euro/kWh

Prinzipiell wäre es auch möglich, dass eine begrenzte Anzahl an Hauptkriterien (max. fünf) durch die Nutzer/innen selbst gewichtet wird, z. B. mit Hilfe von Reglern (Abbildung 7), wobei die Summe der Gewichte 100% nicht überschreiten darf und in der Voreinstellung eine Gleichgewichtung der Präferenzen vorgenommen wird (d. h. bei fünf Hauptkriterien alle mit 20% gewichtet werden. Auch wäre zu überlegen, ob Nutzer/innen bestimmen können, ob bestimmte Kriterien wie z. B. „Keine Verflechtung mit der Atomwirtschaft“ Ausschlusskriterien sein sollen (vgl. auch die Vorgehensweise bei <http://www.energieverbraucherportal.de>). Alternativ zu den Reglern könnten auch Skalen mit bis zu fünf Abstufungen angeklickt werden, um eine Auswahl entsprechend der Präferenzen der Kunden zu ermöglichen.

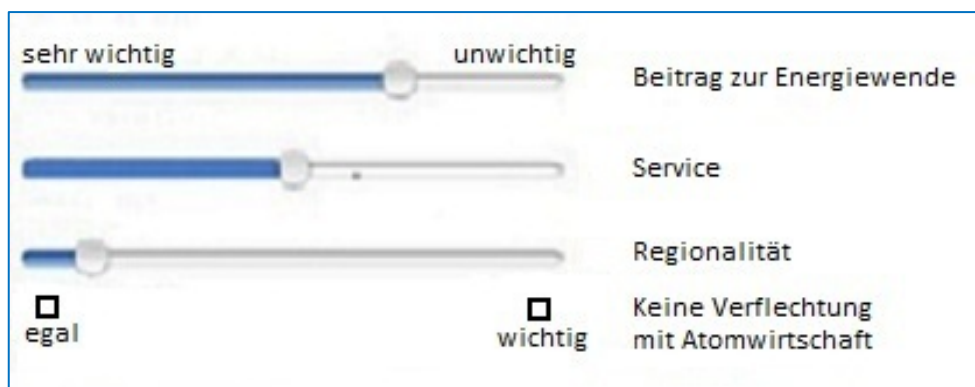


Abbildung 8: Beispiel für die Möglichkeit der Berücksichtigung von Kundenpräferenzen bei der Gewichtung von Kriterien für die Bewertung von Stromanbietern

In jedem Fall müsste auch bei einer solchen Auswahl auf Basis von Präferenzen der Kunden für Hauptkriterien, Unterkriterien plausibel gewichtet werden.

Der Vorteil der Vornahme solcher Gewichtungen durch die Verbraucher/innen ist, dass das Ergebnis eher ihren Präferenzen entspricht. Ein wesentlicher Nachteil ist, dass ein Anbieter nicht mit einer eindeutigen Bewertung werben kann, da diese von den Präferenzeinstellungen der Kunden abhängt. Eine Option könnte darin bestehen, für die Durchführung des Tests eine feste Gewichtung als Voreinstellung festzulegen und die Ergebnisse des Tests zu publizieren. Darüber hinaus könnte den Kunden die Möglichkeit geboten werden, unter der Homepage des EVU-Tests die Gewichtungen

gemäß ihrer eigenen Präferenzen im Internet zu verändern und somit den Test mit ihren eigenen Bewertungsskalen durchzuführen.

## 6.2 Möglichkeiten der Datengewinnung

Inwieweit ein solcher Stromanbieter-Test regelmäßig erfolgen kann, hängt nicht zuletzt davon ab, inwieweit es praktisch möglich ist, anbieterspezifische, glaubwürdige Daten und Informationen zu den Ausprägungen der Testkriterien zu gewinnen und wie ein solcher Test finanziert werden könnte.

Wie am Ende des vorangegangenen Kapitels dargestellt, können Probleme der Daten- und Informationsgewinnung, der Vergleichbarkeit und Interpretation der Daten und Informationen zumindest teilweise gelöst werden, so dass prinzipiell eine vergleichende Bewertung von Stromanbietern möglich wäre.

Das Energieverbraucherportal schickt nach Auskunft ihres Geschäftsführers (Pöhls 2013) zwei bis drei Mal im Jahr allen Stromanbietern einen Fragebogen zur Selbstauskunft. Inhalte ausgefüllter Fragebögen werden von einem Team von Mitarbeiter/innen anhand online verfügbarer Daten und Informationen überprüft. Bei Nichtausfüllen des Fragebogens werden Daten und Informationen online selbst recherchiert.

In jedem Fall müssen die benötigten Daten durch Zurverfügungstellung einer benutzerfreundlichen Eingabemaske für unterschiedliche qualifizierte Mitarbeitende mit eindeutigen Formulierungen und unter Angabe reproduzierbarer Quellen einfach zu erfassen sein.

## 6.3 Aufwand

Für die nachhaltige Durchführbarkeit entscheidend ist die Frage der Finanzierbarkeit solcher Recherchen und der darauf aufbauenden Bewertungen und Darstellungen der Bewertungsergebnisse. Hierfür sind zunächst die notwendigen Aufwendungen genauer zu betrachten.

Für eine Bewertung eines Stromanbieters anhand der im vorliegenden Papier aufgeführten Kriterien sind etwa 24 - 40 Arbeitsstunden einzukalkulieren. Hinzu kommen ergänzende Bewertungen durch eine/n Juristen/Juristin und eine/n Wirtschaftsprüfer/in in Bezug auf Bilanz, Verträge und juristischer Aufwand für etwaige Rechtsstreitigkeiten, die mit großer Sicherheit nach einer Anbieterbewertung kommen werden. Für Wiederholungsprüfungen dürfte der Aufwand nur etwas geringer sein. Auf der einen Seite können die im Laufe der Erstprüfung erarbeiteten Zugangswege und Kontakte zu Informationen zum zu bewertenden Unternehmen genutzt werden. Auf der anderen Seite müssen die Ausprägungen zu den einzelnen Kriterien alle neu nachgeprüft und um stichprobenartige Überprüfungen vor Ort ergänzt werden.

Zum Vergleich: Für das Energieverbraucherportal wird nach Auskunft von Pöhls (2013) grob überschlagen mit etwa einem Drittel dieses Arbeitsaufwandes pro Stromlieferanten pro Jahr gerechnet, allerdings bei einem deutlich kleineren Umfang an Bewertungskriterien.

Tabelle 17: Abschätzung der Kosten für eine Bewertung je Anbieter und Jahr

	min	max
Anzahl Anbieter	650	650
Vollzeitstunden Bewertung eines Anbieters	24	40
Vollzeitstunden insgesamt	15.600	26.000
Reale Jahresarbeitszeit je Vollzeitarbeitsplatz	1.600	1.600
Vollzeitarbeitsplätze Bewertung	9,8	16,3
+ Vollzeitarbeitsplätze Überprüfung der Bewertung	2	3
+ Vollzeitarbeitsplätze Organisation und Öffentlichkeitsarbeit	2	3
Vollzeitarbeitsplätze Bewertung, Organisation, Öffentlichkeitsarbeit	13,8	22,3
Euro Jahresgehalt inkl. Lohnnebenkosten	57.600	57.600
Summe Personalaufwand Personal Bewertung, Organisation, Öffentlichkeitsarbeit	792.000	1.281.600
Vollzeitarbeitsplätze Leitung prüfende Organisation	1	1
Vollzeitarbeitsplätze Jurist/in, Wirtschaftsprüfer/in	2	3
Euro Jahresgehalt inkl. Lohnnebenkosten	81.000	81.000
Summe Personalaufwand Leitung, Jurist/in, Wirtschaftsprüfer/in	243.000	324.000
<b>Summe Personalaufwand insgesamt</b>	<b>1.035.000</b>	<b>1.605.600</b>
Overhead	60%	80%
Summe Personalaufwand + Overhead (gerundet)	1.700.000	2.900.000
Gewinn/Wagnis	5%	10%
<b>Gebühr je Bewertung je Anbieter und Jahr (gerundet)</b>	<b>2.700</b>	<b>4.900</b>
Gebühr umgerechnet in Euro/Bewertungsstunde	113	123

Zu den 24 - 40 Arbeitsstunden zuzüglich etwa zwei bis drei Stunden juristischer und wirtschaftsprüfender Arbeit kommen fixe Stunden für die Stichprobenüberprüfungen, den Aufbau des Bewertungssystems, die Pflege einer Homepage, die Koordination der Aktivitäten und weitere allgemeine Tätigkeiten.

Würde man alle Stromanbieter (Anbieter nach § 5 EnWG, Eigenmarken, u. ä.) in Deutschland nach der dargestellten Bewertungsmethodik und dem dargestellten Bewertungsumfang einmal im Jahr bewerten wollen, wären für die Bewertung vermutlich etwa zehn bis 16 Vollzeitarbeitsplätze erforderlich. Hinzu kommen weitere Vollzeitarbeitsplätze für Jurist/innen bzw. Wirtschaftsprüfer/innen, für die Überprüfung



der Bewertungen und für die Informationstechnik, Koordination und Öffentlichkeitsarbeit, so dass insgesamt mit etwa 17 bis 26 Vollzeitarbeitsplätzen mit unterschiedlichen Qualifizierungserfordernissen zu rechnen ist (vgl. Tabelle 16).

## 6.4 Finanzierbarkeit

Eine Möglichkeit, den Test wirtschaftlich durchzuführen wäre, dass Unternehmen nur dann bewertet werden, wenn sie für den Test bezahlen und ausreichend Selbstauskünfte geben. Einige Unternehmen wären sicherlich bereits bei der Einführung eines solchen Bewertungsinstrumentariums dazu bereit, andere werden sich nur beteiligen, wenn der öffentliche Druck groß genug ist. Eine solche Regelung würde in jedem Fall dazu führen, dass nicht alle Anbieter bewertet werden können.

Mit einer Gebühr in Höhe von etwa 2.700 bis 4.900 Euro je Bewertung eines Anbieters pro Jahr könnte die Testorganisation vermutlich wirtschaftlich arbeiten (vgl. Tabelle 16). Diese Grobabschätzung ersetzt nicht eine genaue Business-Planung.

Alternativ könnte die Finanzierung durch eine Förderung erfolgen. Damit könnte man allerdings vermutlich nur eine Auswahl von Anbietern bewerten, beispielsweise alle überregionalen Anbieter, die bei üblichen Vergleichsrechnern hinsichtlich des Strompreises besonders günstig abschneiden.

## 6.5 Organisation

Die Organisation, die den Anbietertest durchführt, sollte eine glaubwürdige, von wirtschaftlichen Einzelinteressen von Stromanbietern unabhängige Institution sein, beispielsweise angedockt an die Verbraucherzentralen, die zusammen mit der Stiftung Warentest das höchste Vertrauen der Verbraucher/innen genießen (forsa 2011, 31).

Denkbar wäre es, dass nicht eine einzelne professionelle Organisation die Datenrecherche und Bewertung vornimmt, sondern die Aufgabe von in Deutschland verteilten, freiwillig arbeitenden Gruppen vorgenommen wird (möglicherweise eine Art Reaktivierung und Neugründung von Energiewende-Gruppen oder Nutzung von Kompetenzen verschiedener Umweltgruppen), die von einer kleinen professionell arbeitenden Organisation angeleitet, unterstützt und koordiniert wird („Crowdsourcing“). Dies könnte den finanziellen Aufwand verringern.

Organisiert werden könnte die Datenerfassung ähnlich wie beim Energieverbraucherportal durch eine Mischung aus Stromprodukt-Datenbankanfrage, vom Stromanbieter ausgefüllten Fragebogen, telefonischer und Online-Recherche, fachlicher Prüfung einzelner Details (z. B. „Fallstricke“ in Verträgen) und Plausibilitätsüberprüfung.

## 7 Fazit

Der vorgeschlagene EVU-Check ist relativ aufwendig und komplex. Die Bewertung der einzelnen Unterpunkte der verschiedenen Handlungsfelder bedarf eindeutiger Abgrenzungen und klarer Leitlinien für die bewertenden Personen, um eine faire, intersubjektiv überprüfbare Bewertung zu ermöglichen sowie Grauzonen, Grenzfälle und juristische Folgen reduzieren zu können. Das Bewertungsverfahren führt jedoch zu aussagekräftigen Ergebnissen, ist – wie die Testbewertung von fünf Anbietern gezeigt hat - praktikabel umsetzbar und finanzierbar. Der EVU-Check gibt wechselwilligen Kunden, die einen Beitrag zur Energiewende leisten wollen, einen zielgerichteten Hinweis für ihr Handeln. Somit stellt er gegenüber den bisher gängigen Bewertungsportalen und den dort kommunizierten Ökostrom-Zertifikaten einen wesentlichen Fortschritt im Hinblick auf die Aufklärung ökologisch interessierter Verbraucherinnen und Verbraucher dar.

## Quellenverzeichnis

Internetseiten von Stromanbietern und Vergleichsportalen

Telefonische und schriftliche Auskünfte ausgewählter Stromanbieter

Buchmüller, Christian; Schnutenhaus, Jörn; et al. (2013): Beschaffung von Ökostrom: Arbeitshilfe für eine europaweite Ausschreibung der Lieferung von Ökostrom im offenen Verfahren, hrsg. vom Umweltbundesamt, Berlin

Bund der Energieverbraucher (2004): Wie grün ist Grüner Strom? Bundesweite Ökostromanbieter im Vergleich, Energiedepesche, 1 (März), 24-25

Bund der Energieverbraucher (2013): Verbraucherorientierte Energieanbieterinformation, Energiedepesche, 3, 33

Bundesnetzagentur (2013): Lieferantenanzeige, Bonn  
[[http://www.bundesnetzagentur.de/cIn\\_1911/DE/Sachgebiete/ElektrizitaetundGas/Unternehmen\\_Institutionen/HandelundVertrieb/Lieferantenanzeige/lieferantenanzeige-node.html](http://www.bundesnetzagentur.de/cIn_1911/DE/Sachgebiete/ElektrizitaetundGas/Unternehmen_Institutionen/HandelundVertrieb/Lieferantenanzeige/lieferantenanzeige-node.html); 30.10.2013]

Claßen, Wolfgang; Lehmkuhl, Volker; Lepper, Rolf (2013): Trau, schau, wem, Test Öko-Stomtarife, Öko-Test, September, 133-137

DISQ [Deutsches Institut für Service-Qualität] (2013): Studie Energietarifrechner  
[<http://disq.de/2013/20130924-Energietarifrechner.html>; 24.09.2013]

forsa [forsa Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen mbH] (2011): Erwartungen der Verbraucher an Ökostrom und Konsequenzen für Ökostrom-Labelkriterien, Bericht, Berlin [<http://www.vzbv.de/cps/rde/xbcr/vzbv/Energie-Oekostromlabel-Bericht-vzbv-2012.pdf>; 16.08.2013]

forsa [forsa Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen mbH]; VZBV [Verbraucherzentrale Bundesverband] (2013): Verbraucherinteressen in der Energiewende, Ergebnisse einer repräsentativen Befragung, Präsentation des vom 12.08.2013, Berlin

Grünwald, M.; Scharnhorst, S.; Schoenheit, I. (2001): Der Unternehmenstester Elektrogeräte, Imug-Arbeitspapier 12/2001, Hannover

Handelsblatt (2009): Ranking: Die besten Stromanbieter Deutschlands  
[[www.handelsblatt.com](http://www.handelsblatt.com); 31.03.2009]

Irrek, Wolfgang; Kristof, Kora; Seifried, Dieter (2001): Energieversorger auf dem Prüfstand: darum prüfe, wer sich (ewig) bindet ... ; Konzeptstudie "Versorger-Test", Wuppertal Paper Nr. 116, Wuppertal: Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie [<http://epub.wupperinst.org/files/1283/WP116.pdf>; 16.08.2013]

- Irrek, Wolfgang; Seifried, Dieter (2008): Der grüne Schein, Energiedepesche, 1, 26-27
- Leprich, Uwe (2009): Ökostrom ohne zusätzlichen Umweltnutzen? Solarzeitalter, 2, 36-40
- Öko-Institut e.V. (2013): EcoTopTen-Kriterien für Stromangebote, Stand: März 2013, Freiburg
- Olbrich, Michael; et al. (2013): Energieanbieter und Nachhaltigkeit, Studie des Instituts für Wirtschaftsprüfung der Universität des Saarlandes, Saarbrücken
- Peters, Aribert (2013): Telefonische Auskünfte des Bundes der Energieverbraucher, Unkel, 31. Oktober 2013
- Pöhls, Uwe (2013): Telefonische Auskünfte des Geschäftsführers der Internetagentur De-Media.de, Neuss, 28. Oktober 2013
- Seefeldt, Friedrich; et al. (2013): Marktanalyse und Marktbewertung sowie Erstellung eines Konzeptes zur Marktbeobachtung für ausgewählte Dienstleistungen im Bereich Energieeffizienz, Endbericht (überarbeitete Fassung) von Prognos AG, Ifeu und Hochschule Ruhr West im Auftrag des BAFA, Berlin, Heidelberg und Bottrop
- test (2012): Nicht jeder Tarif ist grün, Ökostromtarife, test, 2, 62-66
- test (2013): Im Wirrwarr der Tarife, Stromtarifrechner, 3, 60-65
- Vettori, Anna; Reutimann, Judith; Iten (2011): Schweizer Elektrizitätswerke im ökologischen Vergleich: Ein Rating von Inrate im Auftrag von WWF und Pro Natura, Schlussbericht, Zürich
- Wagner, Fred; Ebert, Florian; Schmidt, Sabine (2011): Internetvergleichsportale - Empirische Studie zur Transparenz und zu den Geschäftsmodellen, IfVV [Institut für Versicherungswissenschaften, Leipzig GmbH], Leipzig
- Werner, Robert; et al. (2013): Entwicklungsstand und Perspektiven des freiwilligen Ökostrommarktes, Zwischenergebnisse des Projektes zur Weiterentwicklung des freiwilligen Ökostrommarktes von HIC Hamburg Institut Consulting GmbH, in.power GmbH und Steinweg Institut GmbH im Auftrag des EnergieVision e.V. (Freiburg), Hamburg, Mainz und Köln  
[[http://www.okpower.de/fileadmin/download/130518\\_Zwischenergeb\\_Zukunft\\_freiwiw\\_OEkostrommarkt.pdf](http://www.okpower.de/fileadmin/download/130518_Zwischenergeb_Zukunft_freiwiw_OEkostrommarkt.pdf); 16.08.2013]
- YouGov (2013): Marktstudie "Comparison Check Energie 2013" des Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov [ [www.research.yougov.de/presse/2013/](http://www.research.yougov.de/presse/2013/), 28.08.2013]