



→ Die 100 wichtigsten Gasversorger im Vergleich

Inhaltsverzeichnis

1. Überblick: 100 Gasanbieter im Vergleich	1
1.1 Ziel der Studie	1
1.2 Bestandteile der Gas-Service studie	1
2. Methodik	2
2.1 Auswahl der Versorger	2
2.2 Untersuchungsbereiche	2
2.3 Bewertungsmodell	3
3. Service – Rating: Ergebnisse	8
3.1 Service-Test	9
3.2 Hotline-Service	11
3.3 Online-Service	12
3.4 Energieeffizienz	15
4. AGB-Rating: Ergebnisse	17
4.1 Vertragslaufzeiten	18
4.2 Preisanpassung	21
4.3 Zahlungsmodalitäten	25
5. Zusammenfassung	27

1. Überblick: 100 Gasanbieter im Vergleich

Der Wettbewerb auf dem Gasmarkt hat im Jahr 2010 stark zugenommen. Im Juni 2009 konnten sich private Verbraucher durchschnittlich zwischen 10 Gasanbietern entscheiden. Im Juni 2010 hat sich diese Zahl mehr als verdoppelt: Inzwischen werben im Durchschnitt 25 Gasanbieter pro Postleitzahlengebiet um die Gunst der Kunden.

Das wichtigste Unterscheidungsmerkmal der Gasanbieter ist selbstverständlich der Preis. Doch die Tarife der einzelnen Gasversorger weichen neben dem Preis auch in den Bereichen Vertragsgestaltung und Servicequalität teilweise stark voneinander ab. Diese Unterschiede werden in der Gas-Service-Studie des unabhängigen Verbraucherportals Verivox dargestellt und bewertet.

1.1 Ziel der Studie

Die Gas-Service-Studie 2010 analysiert die Vertragsgestaltung und die Servicequalität der 100 wichtigsten Gasanbieter in Deutschland zum Stichtag 30.06.2010. Verivox versetzt sich dabei in die Rolle der Verbraucher und bewertet die Gastarife für Privat- und Gewerbekunden aus deren Blickwinkel.

Die Ergebnisse der Untersuchung werden auf der jeweiligen Tarifseite bei www.verivox.de dargestellt, um Verbrauchern eine schnelle und einfache Einschätzung der AGB und der Kundenfreundlichkeit eines Gastarifs zu ermöglichen. Die transparente Darstellung dieser Tarifparameter soll dazu beitragen, den Wettbewerb auf dem immer noch jungen Gasmarkt weiter anzukurbeln und bessere Bedingungen für die Verbraucher zu schaffen.

Alle zur Untersuchung herangezogenen Kriterien wurden pro Tarif erhoben. Dies ist notwendig, da viele Versorger inzwischen auch Tarife mit unterschiedlichem Servicenniveau anbieten. Aus diesem Grund werden die von Verivox entwickelten Testsiegel pro Tarif vergeben.

Das Testsiegel wird durch 1 bis 5 Gasflammen visualisiert, wobei fünf Gasflammen der Note „sehr gut“ und eine Gasflamme der Note „mangelhaft“ entsprechen. Das Verfahren zur Ermittlung der Studienergebnisse wendet Verivox schon seit 2005 auf dem Strommarkt an. Seither wurde es kontinuierlich weiterentwickelt. Die Gasstudie erscheint im Jahr 2010 zum zweiten Mal.

1.2 Bestandteile der Gas-Service-Studie

Die Gasstudie besteht aus zwei Teilen:

Service-Rating: Zur Bewertung der Servicequalität wurden die Servicezeiten und die Kosten der Hotlines bewertet. Zur Qualitätsermittlung wurden zehn verdeckte Anrufe (sog. „Mystery Calls“) durchgeführt und zehn verdeckte E-Mails (sog. „Mystery Mails“) verschickt. Darüber hinaus wurden die Webseiten der Gasversorger auf Verfügbarkeit und Qualität von Informationen, Hilfen und Interaktionsmöglichkeiten hin untersucht. Im Vergleich zur Gasstudie 2009 wurde dieser Bereich um die Punkte Datensicherheit und Beschwerdemanagement erweitert.

AGB-Rating: Bei der Untersuchung zur Vertragsgestaltung wurden Vertragslaufzeiten, Kündigungsfristen, Preisgarantien und Zahlungsweisen berücksichtigt. Benchmark waren die vom Gesetzgeber vorgeschriebenen Vertragsbedingungen für Grundversorgungstarife. In diesem Jahr wurden erstmals auch Sonderkündigungsfristen in die Untersuchung mit einbezogen.

2. Methodik der Gasstudie

Die erhobenen Angebote entsprechen den Gastarifen, die bis zum Stichtag 30. Juni 2010 bekannt waren. Aufgrund der schnellen Änderung der Marktverhältnisse konnten Angebotsänderungen nach diesem Zeitpunkt nicht mehr berücksichtigt werden.

2.1 Auswahl der Versorger

Auf dem deutschen Gasmarkt sind mittlerweile 935 Gasversorger aktiv. Verivox hat für die Gas-Servicestudie 2010 die 100 wichtigsten ausgewählt und bewertet. Es wurden insgesamt 1248 Tarife berücksichtigt.

Die Auswahl der 100 Anbieter erfolgte nach verschiedenen Kriterien:

- Versorgungsreichweite - möglicherweise versorgte Haushalte in den Versorgungsgebieten
- Marktpräsenz gesamt - Gesamtzahl möglicherweise erreichter Haushalte
- Preisniveau - günstigste Angebote im bundesweiten Vergleich nach Verivox-Verbraucherpreisindex Gas

Bei 76 der 100 Gasanbieter handelt es sich um Grundversorger. Die restlichen 24 Anbieter sind überregionale Anbieter ohne eigenes Grundversorgungsgebiet.

2.2 Untersuchungsbereiche

Gegenstand der Untersuchung sind die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) und die mit den Tarifen verbundenen Serviceleistungen der Gasanbieter. Diesen liegen nachfolgende Bewertungsmethoden zugrunde:

- Die Vertragsdokumente, die aus den Preisblättern, den Vertragsurkunden und den Allgemeinen Geschäftsbedingungen bestehen, wurden tarifbezogen überprüft und bewertet. Die Bewertung der Vertragskonditionen erfolgte in Orientierung an allgemeinen Vertragsbestimmungen, wie der Gasgrundversorgungsverordnung (GasGVV), dem Energiewirtschaftsgesetz (EnWG) oder dem Bürgerlichen Gesetzbuch (BGB).
- Unter Serviceleistungen wurden die Informationen und Angebote der Gasversorger im Internet und des Telefonservice zusammengefasst. Untersucht wurden Hotline-Service, Online-Service sowie die zur Verfügung stehenden Energieeffizienzangebote. Zur Bewertung der Qualität des Telefonservice wurden die Servicenummern aller Anbieter angerufen. Darüber hinaus wurden an jedes Unternehmen 10 Testmails versendet und die Rückläufe bewertet.

Die erhobenen Daten sind, sofern offen zugänglich, jederzeit nachvollziehbar. Zur Bewertung einiger Parameter in geschützten Online-Portalen wurden von den Unternehmen Belege in Form von Testzugängen oder aussagefähigen Screenshots zur Verfügung gestellt.

2.3 Bewertungsmodell

Die Bewertung der Angebote erfolgte mit Hilfe einer mehrdimensional gewichteten Matrix.

- Gewichtung Parameter: Die jeweils berücksichtigten Parameter wurden klassifiziert und die Klassen gegeneinander gewichtet.
- Für die einzelnen Parameter wurden entsprechend der bestehenden Bandbreite Merkmalsausprägungen definiert, denen Wertungen zwischen 1 (sehr gut) und 5 (mangelhaft) zugeordnet wurden.
- Der Anteil eines einzelnen Parameters am Gesamtergebnis ergibt sich aus dem Produkt des jeweils zugeordneten Wertes und den übergeordneten Gewichten.
- Die Summe der so ermittelten Anteile jedes Parameters ergibt die Gesamtwertung.
- Bedingt durch die Begrenzung der Werte auf ein Intervall zwischen 1 und 5 befinden sich auch sämtliche Gesamtwertungen in diesem Intervall. Im Ergebnis erhalten sämtliche Angebote Noten zwischen 1 (sehr gut) und 5 (mangelhaft).

Im Vorfeld der Veröffentlichung wurden allen bewerteten Unternehmen die jeweils erhobenen Daten zur Prüfung übermittelt. Ziel war die Validierung der erhobenen Parameterausprägungen. 93 Unternehmen haben sich bezüglich der Bewertung zurückgemeldet.

2.3.1 Gasflammen und Siegel

Verivox hat das Schulnotensystem verwendet, um die Gewichtung bzw. Bewertung der geprüften Tarife zu definieren. Die Noten von 1 bis 5 werden durch Gasflammen visualisiert. Eine Bewertung mit fünf Flammen entspricht der Note „sehr gut“ bzw. 1. Die Vergabe einer Flamme ist der Note „mangelhaft“ bzw. 5 gleichzusetzen.

Zur Berechnung der Gesamtnote wird das Ergebnis auf eine Kommastelle gerundet. Die hieraus resultierenden Benotungen und die Anzahl der Gasflammen werden in Tabelle 1 dargestellt.

Punkte	Note	Flammen
1,0-1,5	sehr gut	
1,6-2,5	gut	
2,6-3,5	befriedigend	
3,6-4,5	ausreichend	
4,6-5,0	mangelhaft	

Tabelle 1: Schulnotensystem und Vergabe der Gasflammen

2.3.2 Verivox Siegel

Mit der Veröffentlichung der Gas-Servicestudie vergibt Verivox zwei Siegel bezüglich der geprüften Bereiche „Vertragsgestaltung“ und „Service“. Das Siegel stellt das Ergebnis der Gasstudie dar und kann von den untersuchten Gasanbietern zur Veröffentlichung genutzt werden.



Abbildung 1: Verivox Siegel (Gasanbietervergleich)

Parameter	Gewichtung				Service				
	Main	Sub	Sub II	Sub III					
Servicetest	0,3								
Mystery Calls		0,5			5 mangelhaft	4 ausreichend	3 befriedigend	2 gut	1 sehr gut
Mystery Mails		0,5			5 mangelhaft	4 ausreichend	3 befriedigend	2 gut	1 sehr gut

Tabelle 2a: Kriterien Service-Rating Servicetest

Parameter	Gewichtung				Service				
	Main	Sub	Sub II	Sub III					
Hotline	0,3								
Neukunden		0,3							
Kosten			0,5		5 entfällt 9 Ct./Minute 14 Ct./Minute	4 20 Ct./Gespräch	3 Ortstarif 3,9 Ct./Minute	2 6 Ct./Gespräch	1 Freecall
Verfügbarkeit			0,5						
wochentags				0,5	5 entfällt < 20 h	4 20 h bis 39 h	3 40 h bis 59 h	2 60 h bis 79 h	1 80 h und mehr
Samstag				0,4	5 entfällt < 2 h	4 2 h bis 3 h	3 4 h bis 5 h	2 6 h bis 7 h	1 8 h und mehr
Sonntag				0,1	5 entfällt < 2 h	4 2 h bis 3 h	3 4 h bis 5 h	2 6 h bis 7 h	1 8 h und mehr
Bestandskunden		0,7							
Kosten			0,5		5 entfällt 9 Ct./Minute 14 Ct./Minute	4 20 Ct./Gespräch	3 Ortstarif 3,9 Ct./Minute	2 6 Ct./Gespräch	1 Freecall
Verfügbarkeit			0,5						
wochentags				0,5	5 entfällt < 20 h	4 20 h bis 39 h	3 40 h bis 59 h	2 60 h bis 79 h	1 80 h und mehr
Samstag				0,4	5 entfällt < 2 h	4 2 h bis 3 h	3 4 h bis 5 h	2 6 h bis 7 h	1 8 h und mehr
Sonntag				0,1	5 entfällt < 2 h	4 2 h bis 3 h	3 4 h bis 5 h	2 6 h bis 7 h	1 8 h und mehr

Tabelle 2b: Kriterien Service-Rating Hotline

Parameter	Gewichtung				Service				
	Main	Sub	Sub II	Sub III					
Online	0,35								
Tarife & Verträge		0,1							
Tarifrechner			0,3		5 nicht vorhanden	4 vorhanden	3 vorhanden + 1 Kriterien	2 vorhanden + 2 Kriterien	1 vorhanden + alle Kriterien
Verfügbarkeitsabfrage			0,2		5 nein				1 ja
AGB & Verträge			0,3		5 nicht vorhanden	4 nur Preise	3 teilweise vorhanden	2 vollständig vorhanden	1 vollständig zum Download
Online Vertragsabschluss			0,2		5 nicht möglich	4 Online Formular Vertragsanfrage	3 PDF zum Download	2 Online Formular mit Registrierung	1 Online Formular ohne Registrierung
Administration		0,6							
Zählerstand			0,15		5 nicht vorhanden				1 vorhanden
Datenänderung			0,15		5 nicht vorhanden				1 vorhanden
Bankdaten			0,15		5 nicht vorhanden				1 vorhanden
Abschlagsänderung			0,05		5 nicht vorhanden				1 vorhanden
online Rechnung			0,1		5 nicht vorhanden				1 vorhanden
Rechnungserläuterung			0,15		5 nicht vorhanden				1 vorhanden
Verbrauchshistorie			0,15		5 nicht vorhanden				1 vorhanden
Call Back			0,05		5 nicht vorhanden				1 vorhanden
Beschwerde- management			0,05		5 nicht vorhanden		3 allg. Kontaktinfos Beschwerde- management		1 konkr. Ansprechpartner Beschwerde- management
Datensicherheit		0,3							
Datenverschlüsselung			0,6		5 nicht vorhanden				1 vorhanden
Datenschutzerklärung			0,4		5 nicht vorhanden				1 vorhanden

Tabelle 2c: Kriterien Service-Rating Online

Parameter	Gewichtung				Service				
	Main	Sub	Sub II	Sub III					
Energieeffizienz	0,05								
Energieberatung			0,6		5 nicht vorhanden	4 Energiespartipps	3 temporäre Seminare oder Veranstaltungen	2 pers. Energieberatung im Kundencenter	1 pers. Energieberatung beim Kunden
Förderprogramm e			0,2		5 nicht vorhanden		3 allg. Informationen		1 eigenes Angebot
Energieausweis			0,1		5 nicht vorhanden		3 allg. Informationen		1 eigenes Angebot
Thermographie			0,1		5 nicht vorhanden		3 allg. Informationen		1 eigenes Angebot

Tabelle 2d: Kriterien Service-Rating Energieeffizienz

Parameter	Gewichtung				AGB				
	Main	Sub	Sub II	Sub III					
Laufzeiten	0,4								
Erstlaufzeit		0,3			5 mehr als 18 Monate	4 13 bis 18 Monate	3 6 bis 12 Monate	2 2 bis 6 Monate	1 1 Monat
Verlängerung		0,3			5 mehr als 12 Monate entfällt	4 7 bis 12 Monate	3 4 bis 6 Monate	2 2 bis 3 Monate	1 1 Monat
Kündigungsfrist		0,2			5 mehr als 3 Monate entfällt	4 bis 3 Monate	3 bis 2 Monate	2 bis 6 Wochen	1 1 Monat
Vertragsmodus		0,2			5 nicht geregelt	4 neues Vertragsangebot	3 Überführung in Sondertarif	2 Überführung in Grundversorgung	1 automatische Verlängerung

Tabelle 3a: Kriterien AGB-Rating Laufzeiten

Parameter	Gewichtung				AGB				
	Main	Sub	Sub II	Sub III					
Preisregelungen	0,4								
Preisgarantie		0,5							
Dauer			0,4		5 bis 3 Monate	4 4 bis 6 Monate	3 7 bis 12 Monate	2 13 bis 18 Monate	1 mehr als 18 Monate
Umfang I			0,3		5 entfällt	4 nur Energieanteil	3 nur Energieanteil & NNE	2 inkl. St. & Abg., exkl. MwSt	1 inkl. St. & Abg., inkl. MwSt
Umfang II			0,3		5 entfällt	4 nur AP / nur GP			1 für alle Preisbestandteile
Preis Anpassung Sonderkündigungs- recht		0,5			5 keines	4 Anpassung nach HEL	3 eingeschränkt entfällt (netto)	2 uneingeschränkt entfällt (brutto)	1 Vertrag monatlich kündbar
Veröffentlichungs- frist			0,08		5 keine Angabe	4 bis 4 Wochen	3 5 - 8 Wochen	2 9 - 12 Wochen	1 mehr als 12 Wochen entfällt
Kündigungsfrist			0,02		5 keine Angabe	4 mehr als 6 Wochen	3 5-6 Wochen	2 3-4 Wochen	1 bis 2 Wochen entfällt
Entscheidungsfrist			0,1		5 keine Angabe / 0 Wochen	4 1 Woche	3 2 - 3 Wochen	2 4 Wochen	1 mehr als 4 Wochen

Tabelle 3b: Kriterien AGB-Rating Preisregelungen

Parameter	Gewichtung				AGB				
	Main	Sub	Sub II	Sub III					
Zahlungsmodalitäten	0,2								
Zahlungsweise		0,2			5 ausschl. Einzugsermächtigung	4 2 Alternativen einschl. EZ und BZ oder AA	3 mind. 2 Alternativen einschl. EZ und ÜW/DA geg. Aufpreis	2 2 Alternativen einschl. EZ und DA	1 mind. 2 Alternativen einschl. Überweisung
Abschläge		0,3			5 jährlich	4 halbjährlich	3 vierteljährlich	2 zweimonatlich	1 monatlich
Sonderabschlag		0,3			5 mehr als 100 Euro	4 bis 100 Euro	3 bis 50 Euro	2 bis 25 Euro	1 keiner
Paket		0,2			5 ja				1 nein

Tabelle 3c: Kriterien AGB-Rating Zahlungsmodalitäten

3. Service-Rating: Ergebnisse

Im Rahmen des Service-Ratings wurde der Kundenservice am Telefon und im Internet bewertet. Neben den durchgeführten Servicetests wurden die Rahmenparameter der telefonischen Kundenbetreuung (Kosten und Verfügbarkeit), das Online-Angebot (Informationsangebot, Online-Services und Datensicherheit) sowie die angebotenen Energiedienstleistungen (Beratung, Förderung) bewertet. Da ein einzelner Gasversorger mehrere Tarife mit unterschiedlichem Service-Niveau anbieten kann, wurde die Bewertung auch hier pro Tarif durchgeführt.

Drei Gasversorger erhielten für einige ihrer Angebote die Bestwertung von fünf Gasflammen. Dabei handelt es sich um die Anbieter EnBW Gas GmbH, ENTEGA Vertrieb GmbH & Co. KG und die Mainova Aktiengesellschaft.

Die besten Bewertungen bekamen Gastarife, die von einem breiten und umfangreichen Service begleitet werden. Dazu gehört der schnelle und günstige telefonische Kontakt, kompetente Hilfe bei Problemfällen und die digitale Verfügbarkeit aller relevanten Informationen. Weiterhin zeichnen sich die Tarife durch die Möglichkeit der persönlichen Energieberatung aus. Alle Anbieter mit Bestnoten finden sich auch im Ranking der Ergebnisse der Mystery Analysen (Testanrufe & Testmails) im oberen Drittel.

Anbieter mit dem besten Service	Gesamtnote Service
EnBW Gas GmbH	1,4
ENTEGA Vertrieb GmbH & Co. KG	1,5
Mainova Aktiengesellschaft	1,5

Tabelle 4: Gasanbieter mit den besten Ergebnissen im Bereich Service

Nahezu alle bewerteten Unternehmen erhielten für ihre Tarife Gesamtnoten zwischen „sehr gut“ und „befriedigend“. Allein der Anbieter switch erhielt mit einem Schnitt von 3,6 die Note „ausreichend“ und damit das schlechteste Ergebnis dieser Erhebung. Gründe für diese Bewertung sind die geringe Verfügbarkeit der Hotline, befriedigende Ergebnisse bei den Testanrufen, ein reduziertes Serviceangebot im Online-Bereich sowie das Fehlen von Energieberatung und Energiedienstleistungen.

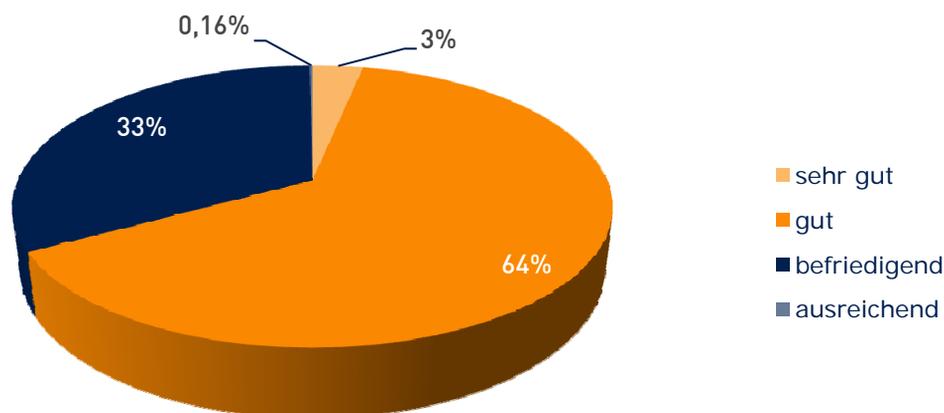


Abbildung 2 : Verteilung der Ergebnisse im Bereich Service in Prozent aller bewerteten Tarife

3.1 Service-Test

3.1.1 Qualität der telefonischen Beratung (Mystery Calls)

Zur Bewertung der Qualität des Kundenservice via Telefon wurden Testanrufe durchgeführt. Im Rahmen dieser „Mystery Calls“ wurde jeder Anbieter insgesamt zehn Mal kontaktiert. Für die Testanrufe wurden die von den Unternehmen kommunizierten Servicenummern genutzt.

Die geführten Anrufe wurden mit Hilfe eines standardisierten Erfassungsbogens bewertet. Die berücksichtigten Kriterien waren die tatsächliche Erreichbarkeit respektive die Wartezeit bis zum Kontakt zu den Servicemitarbeitern sowie die fachliche Beratung zu Themen wie Gaszähler und Gasabrechnung, Verbrauchsschätzung, den Tarifangeboten und zum Wechselprozess. Zusätzlich wurde die Freundlichkeit der Gesprächspartner bewertet.

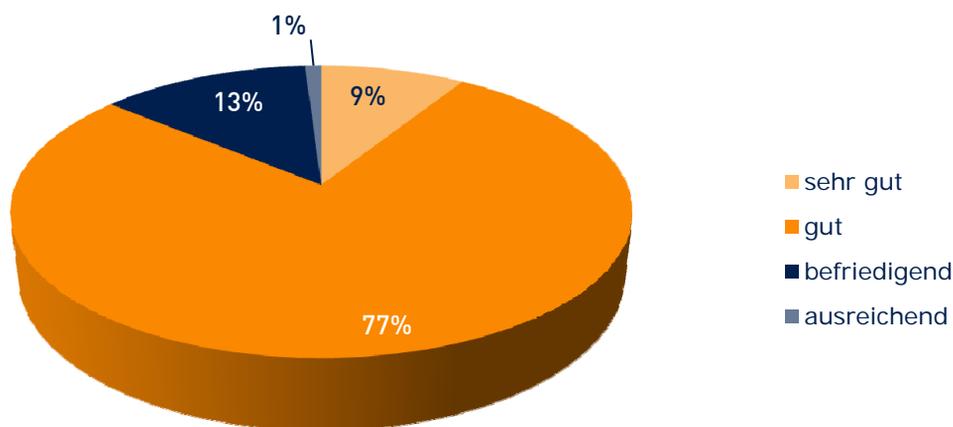


Abbildung 3: Ergebnisse der Testanrufe in Prozent (bezogen auf 100 Anbieter)

Das Gesamtergebnis der Testanrufe zeigt ein positives Bild. Im Vergleich zur Erhebung aus dem vergangenen Jahr ist eine deutliche Verbesserung der Gesamtergebnisse erkennbar, was für Investitionen in Servicepersonal spricht.

- 86 Prozent der Unternehmen erhielten für die Kundenberatung am Telefon gute bis sehr gute Bewertungen.
- Der Service von 13 Prozent der Unternehmen wurde immerhin noch mit „befriedigend“ bewertet. Insbesondere dieser Anteil ist im Vergleich zur vergangenen Studie (2009: 25 Prozent) zugunsten besserer Ergebnisse gesunken.

Mit der Note „ausreichend“ wurde nur noch 1 Prozent der Unternehmen bewertet (2009: 5 Prozent). Diese Wertung entfiel einzig auf das Unternehmen E.ON Mitte Vertrieb. Die Gründe hierfür liegen vor allem in Defiziten bei der Erreichbarkeit. Von den 10 angesetzten Anrufen führten nur zwei zu einem Gespräch mit einem Kundenberater, obgleich jeder der 10 Testanrufe drei Anrufversuche implizierte. Unter den beiden erfolgreichen Anrufen befand sich durchaus ein Gespräch, das mit der Bestnote 1,0 bewertet wurde, was eher auf systematische als auf inhaltliche Defizite schließen lässt.

3.1.2 Qualität der schriftlichen Beratung (Mystery Mails)

Zur Bewertung der Qualität des Kundenservice wurden 10 verdeckte E-Mails an jeden Anbieter versendet. Die Antworten der Gasanbieter wurden nach den Kriterien Reaktionszeit, Beratungsqualität und formale Gestaltung bewertet.

- 56 Prozent der Anbieter erreichten eine gute bis sehr gute Bewertung für die Qualität ihrer Rückmeldungen. Die Testmails wurden in der Regel schnell, ausführlich und vollständig beantwortet.
- 41 Prozent der Anbieter wurden mit der Note „befriedigend“ bzw. „ausreichend“ bewertet. Im Vergleich zu den besten Bewertungen fehlte es hier meist an einer zeitnahen Beantwortung der E-Mails aber auch an inhaltlicher Qualität der zurückgesandten Nachrichten.
- 3 Prozent der Anbieter erhielten die Bewertung „mangelhaft“. Die Gründe für eine solche Bewertung lagen vor allem in dem sehr langen Zeitraum bis zur Beantwortung der E-Mails bzw. dem völligen Ausbleiben von Antworten.

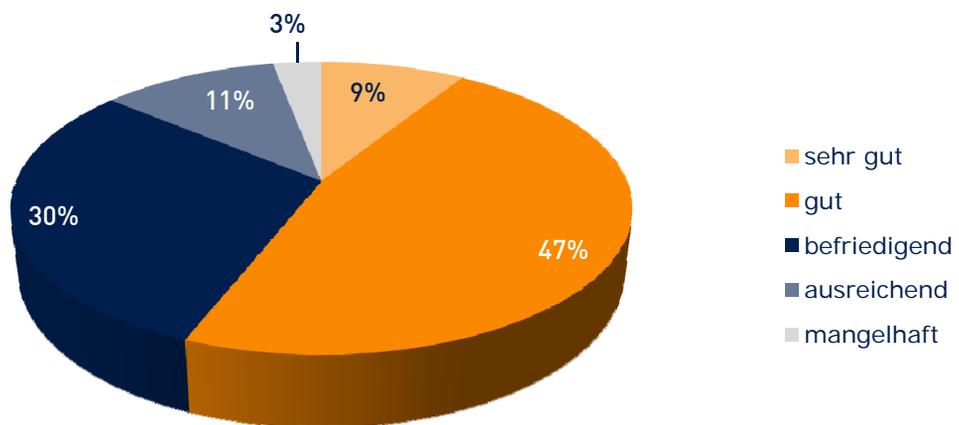


Abbildung 4: Die Gesamtergebnisse der Testmails in Prozent (bezogen auf 100 Anbieter)

3.2 Hotline-Service

3.2.1 Kosten der Hotline

Die Differenzierung von Gesprächskosten erfolgt entsprechend der den Hotlines zu Grunde liegenden Vorwahlnummern.

Service-Nummer	Kosten Hotline	Anzahl
0800	kostenlos	37 Unternehmen
0180 2	6 Cent pro Gespräch	12 Unternehmen
Ortsvorwahl	Ortstarif	30 Unternehmen
0180 1	3,9 Cent pro Minute	13 Unternehmen
0180 4	20 Cent pro Gespräch	1 Unternehmen
0180 3	9 Cent pro Minute	1 Unternehmen
0180 5	14 Cent pro Minute	5 Unternehmen
keine Hotline	---	1 Unternehmen

Tabelle 5: Servicenummern und deren Anwendung für den Bestandskundenservice

- 37 Unternehmen gewähren ihren Kunden den Kontakt zum Nulltarif (0800).
- 12 Unternehmen bieten ein Hotline zu den Konditionen einer 01802 Service Nummer (6 Cent/Gespräch).
- 43 Unternehmen bieten ihren Kunden Kontaktmöglichkeiten zu den Kosten eines Ortstarifes oder zu den Konditionen von 01801-Nummern, die bei Kosten von 3,9 Cent pro Minute dem Ortstarif gleichgestellt wurden.
- Die Service Nummer 01804, welche mit 20 Cent pro Gespräch abgerechnet wird, findet sich nur bei einem Anbieter.
- 6 Unternehmen bieten ihren Kunden für den telefonischen Kontakt kostspieligere Nummern. Dies sind die 01805 zu 14 Cent/Minute (fünf Anbieter) und die 01803 zu 9 Cent/Minute (ein Anbieter).
- In der aktuellen Erhebung wird erstmals ein Anbieter geführt, der seinen Kunden keinen telefonischen Service anbietet. Beim Unternehmen MaxEnergy wird auf einer Infoseite darauf verwiesen, dass sich das Unternehmen als „reines Online-Portal“ versteht. Die am Ende der Seite dargestellte Kontaktnummer wird mit dem Vermerk versehen, dass diese in „dringenden Fällen“ zur Verfügung steht.

Besonderheiten

Nicht bei jedem Anbieter gilt eine Nummer für alle Tarife. Die Unternehmen rhenag Rheinische Energie und FairEnergie halten für verschiedene Produktgruppen unterschiedliche Servicenummern mit abweichenden Kosten bereit.

Bei der Erhebung wurde ebenfalls unterschieden, ob die jeweiligen Servicenummern dem Energievertrieb (Neukunden) oder der Kundenbetreuung (Bestandskunden) dienen. Insgesamt 9 Unternehmen bieten hier unterschiedliche Servicenummern an.

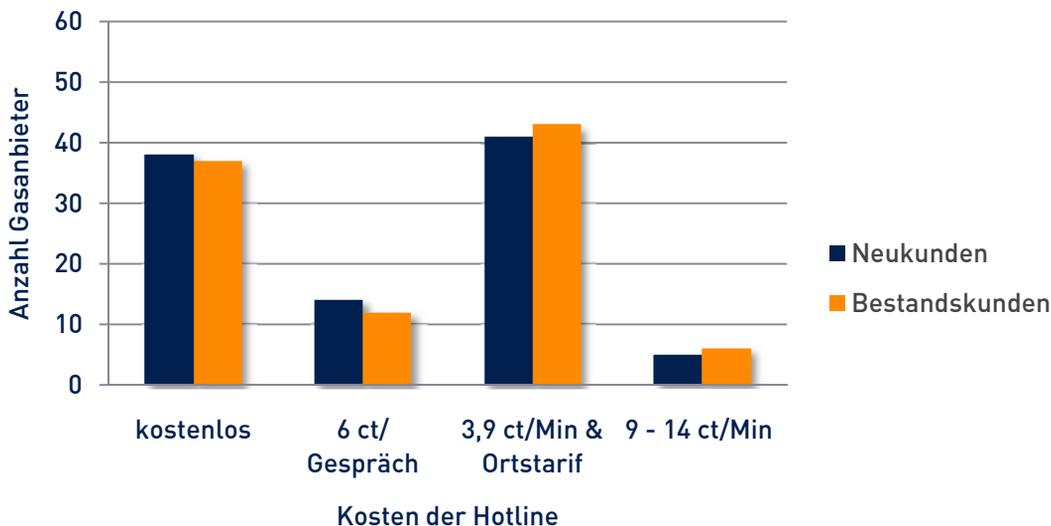


Abbildung 5: Kosten der angebotenen Hotlines und deren Verteilung

3.2.2 Verfügbarkeit der Hotline

- Bei 91 Gasanbietern ist die Hotline mindestens 40 Stunden in der Woche erreichbar.
- 43 Unternehmen halten die Hotline mindestens 60 Stunden in der Woche bereit, was für ein erweitertes Serviceangebot an mindestens einem Tag in der Woche spricht.
- Ein Service am Wochenende wird ebenfalls von 43 Unternehmen zur Verfügung gestellt, wobei sich dieses Angebot an die Kunden bei nur 12 Gasversorgern auch auf den Sonntag bezieht.
- 10 Unternehmen stellen ihren Kundenservice 24 Stunden an allen Tagen der Woche zur Verfügung.

3.3 Online-Service

Das Internet stellt sowohl für den Energievertrieb als auch für die Kundenbetreuung der Anbieter zunehmend eine Selbstverständlichkeit dar. Art und Umfang der angebotenen Informationen und Services sind jedoch sehr verschieden. Im Rahmen dieser Erhebung wurden die Webpräsenzen der Anbieter zu drei Themenschwerpunkten durchleuchtet und bewertet.

- **Tarife und Verträge:** Zum einen wurde der Fokus auf die zur Verfügung gestellten Informationen zum Produktangebot gelegt. Dies schließt die Bereitstellung eines Tarifrechners ebenso ein, wie die Informationen zu Preisen und Vertragsbedingungen sowie die Möglichkeit des Vertragsabschlusses über das Internet.
- **Administration:** Zur Mitteilung von Rechnungen, Zählerständen oder Änderungen von Adress- oder Bankdaten bedarf es oftmals kaum noch eines persönlichen oder postalischen Kontaktes mit dem Versorger. Durch einen Klick kann man sich zurückrufen lassen oder eine Beschwerde an den richtigen Ansprechpartner versenden.
- **Datensicherheit:** Die interaktive Kommunikation zwischen den Gasversorgern und den Kunden setzt eine sichere Datenverschlüsselung und eine durch den Betreiber des Onlineportals gewährleistete Datenschutzerklärung voraus.

3.3.1 Tarife und Verträge

Für 75 Prozent (933) der Produktangebote waren die Lieferbedingungen vollständig im Internet einsehbar oder standen zum Download zur Verfügung. Bei 16 Prozent (206) der Tarife wurde die Darstellung der Vertragsinformationen als unvollständig bewertet. Hier fehlten entweder wesentliche Vertragsbestandteile wie die Ergänzenden Bestimmungen zur GasGVV oder in den bereitgestellten Dokumenten fehlten wichtige Angaben wie beispielsweise die Vertragslaufzeit. Für 9 Prozent der untersuchten Tarife (109) wurden lediglich die Preise dargestellt oder es gab keine weiteren Informationen.

Einen Tarifrechner zur Berechnung der Gaskosten bieten 80 der untersuchten Unternehmen. Im Vergleich zum vergangenen Jahr (65 Unternehmen) hat deren Anteil deutlich zugenommen. Hierzu muss jedoch erwähnt werden, dass 21 Unternehmen den Tarifrechner nur für ausgewählte Produkte bereitstellen. Dies führt dazu, dass von den 1248 bewerteten Tarifen nur 62 Prozent über einen Tarifrechner auf der Webseite des Gasversorgers abgefragt werden können.

Für 48 Prozent der Tarife (608 Angebote) lässt sich die Belieferung mit Gas gleich im Internet vertraglich fixieren. Bei 15 Prozent (191 Angebote) war dies jedoch erst nach vorheriger Registrierung in einem Onlineportal möglich.

3.3.2 Administration (Online-Service)

Nach wie vor gibt es Online-Services, die zum Standard-Repertoire der Energieanbieter gehören, nicht zuletzt wegen der damit verbundenen Kostenreduktion in den Verwaltungsprozessen. Hierzu zählen Online-Formulare zur Übermittlung von Zählerständen (91 Prozent der Anbieter), Formulare zur Änderungsmitteilung von Stammdaten (87 Prozent der Anbieter) oder zur Mitteilung von Informationen zur Bankverbindung (81 Prozent der Anbieter).

Andere Services, deren Nutzen vornehmlich auf Seiten der Kunden liegt, sind weniger weit verbreitet. Hierzu zählen etwa Formulare zur Änderungsanfrage hinsichtlich der Abschlagshöhen bei veränderten Verbrauchsparametern (54 Prozent), die Hinterlegung von Rechnungen im Online-Bereich (40 Prozent) oder die Darstellung einer Verbrauchshistorie (27 Prozent).

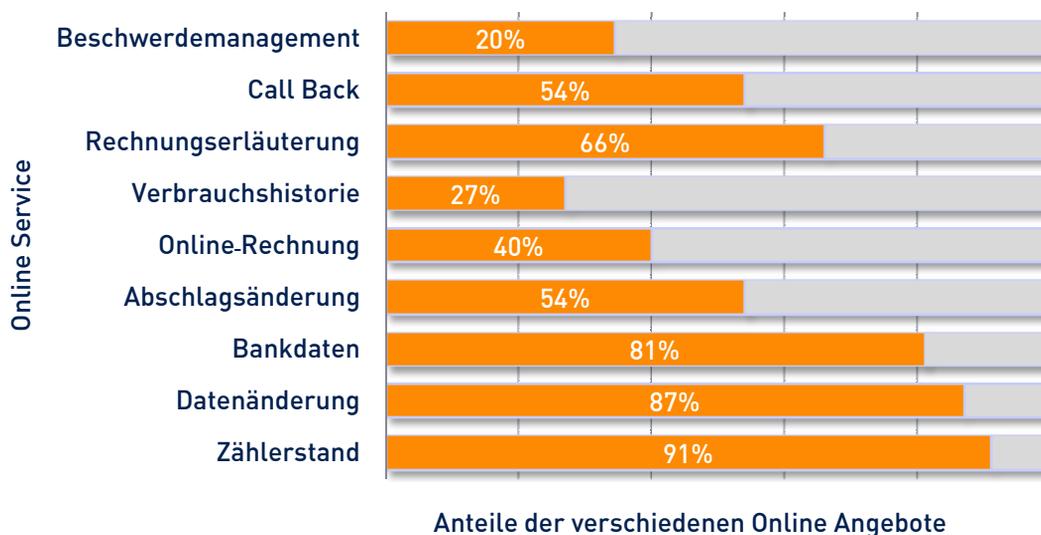


Abbildung 6: Anteile Online Service in Prozent

Beschwerdemanagement

Das Beschwerdemanagement dient als ein Instrument zur Steigerung der Servicequalität und zur Wahrung, Verbesserung oder Wiederherstellung der Kundenzufriedenheit. Ein aktiv betriebenes Beschwerdemanagement liefert den Unternehmen wichtige Erkenntnisse über Stärken und Schwächen von Produkten oder Dienstleistungen im Kontext der Kundenbeziehungen. Wesentlicher Bestandteil eines aktiv betriebenen Beschwerdemanagementsystems ist die gezielte Bereitstellung von Kommunikationskanälen für die Verbraucher.

- Die Kunden von 20 Unternehmen finden auf der Webseite ihres Anbieters entsprechende Kontaktinformationen, die es ihnen erlauben, telefonisch oder per E-Mail ihre Beschwerden bzw. Reklamationen über das Produkt, die Dienstleistung oder einen Mitarbeiter gezielt an den richtigen Kontakt zu richten.
- Diese Informationen zum Beschwerdemanagement stellen sich meist als allgemeine Kontaktinformationen der Beschwerdestelle dar. Beim Unternehmen optimization engineers wird für das Beschwerdemanagement ein konkreter Ansprechpartner ausgewiesen.

3.3.3 Datensicherheit

Datenschutz

Positiv zu bemerken ist, dass 96 Prozent der untersuchten Webseiten eine Datenschutzerklärung enthielten, in denen der Kunde Auskunft über den Umgang mit persönlichen Daten erhält. Im Rahmen der Studie wurde nur die Existenz einer Datenschutzerklärung geprüft, eine inhaltliche Prüfung wurde zunächst nicht vorgenommen.

Datenverschlüsselung

92 Prozent der geprüften Unternehmen nutzen Verschlüsselungstechnologien, um die über den Online-Service übertragenen Daten vor dem Zugriff Dritter zu schützen. So wird die sichere Übertragung von Formularen, die dem Vertragsabschluss oder der Übertragung von Bankdaten dienen, gewährleistet. Die Datenverschlüsselung bezieht jedoch nicht in allen Fällen das reguläre Kontaktformular auf der Webseite des Anbieters mit ein. Da es auch hier zur Übermittlung vertraulicher Daten wie beispielsweise Adressänderungen kommen kann, sollten auch diese Kontaktformulare verschlüsselt werden.

Bei 8 Anbietern konnte entweder gar keine Verschlüsselung der übertragenen Daten festgestellt werden oder es wurden ungültige Sicherheitszertifikate verwendet.

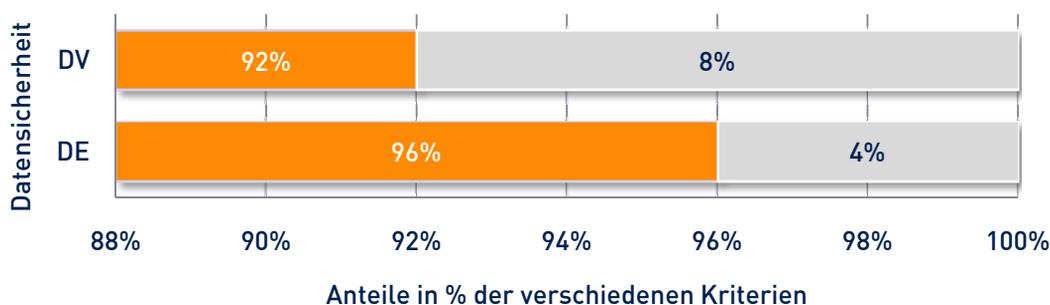


Abbildung 7: Anteile der beiden Kriterien zur Datensicherheit in Prozent (DV = Datenverschlüsselung, DE = Datenschutzerklärung)

3.4 Energieeffizienz

Im Rahmen des Bereiches Energieeffizienz wurden die Webseiten der Anbieter hinsichtlich des Informations- und Beratungsangebotes zum effizienten Umgang mit Energie, zu Fördermitteln oder zu Angeboten für die Ausstellung von Energieausweisen und zur Durchführung von Gebäudethermographien untersucht. Diese Angebote sind grundsätzlich bei regional ausgerichteten Grundversorgern stärker vertreten als bei überregional tätigen Gasanbietern.

Während der Erhebung wurden auch Unterschiede bei den Energiedienstleistungen festgestellt, die nicht allein regionale Gründe haben können. Bei der Entega in Darmstadt sind beispielsweise viele Energiedienstleistungen den Haushaltskunden vorbehalten und werden den Gewerbekunden nicht angeboten. Die Stadtwerke in Gießen schließen die Kunden mit Festpreisverträgen von sämtlichen Beratungsleistungen aus.

3.4.1 Energieberatung

- Die Kunden von 15 Anbietern können einen Energieberater anfordern, der zu ihnen nach Hause kommt.
- Bei 31 Anbietern werden persönliche Beratungen in den jeweiligen Kundencentern angeboten.
- 6 Anbieter organisieren regelmäßige Veranstaltungen oder Seminare zum Energiesparen.
- Bei weiteren 31 Anbietern befanden sich auf den jeweiligen Webseiten mehr oder weniger umfangreiche Inhalte mit Tipps zum effizienten Umgang mit Energie.
- Bemerkenswert ist, dass 17 Anbieter keinerlei Informationsangebote zum Thema Energieeffizienz bieten.

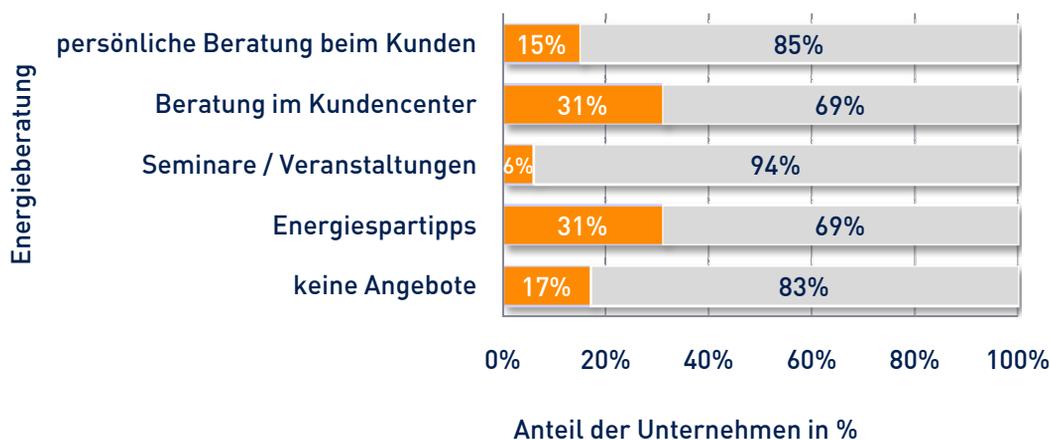


Abbildung 8: Beratungsangebote der 100 Unternehmen zum Thema Energiesparen (hierarchisches System, berücksichtigt wurde stets das höher gewichtete Angebot, die Abbildung zeigt die jeweils angebotenen Mindestleistungen)

3.4.2 Förderprogramme

Erhoben wurde das Informationsangebot bzw. das Angebot konkreter Förderprojekte der Unternehmen für ihre Gaskunden. Berücksichtigt wurden: Förderungen zur Modernisierung von Heizungsanlagen bzw. Erdgas-Brennwertkesseln und Förderungen für die Installation solarthermischer Anlagen. Nicht berücksichtigt wurde die Subventionierung erdgasverbrauchender Geräte wie beispielsweise spezielle Wäschetrockner oder Kaminöfen, da diese auch eine Absatzsteigerung für den Gasanbieter bedeuten.

Bei der Erhebung wurde unterschieden, ob der Versorger allein Informationen zum Thema bereithält oder ob es eigene Förderangebote gibt.

- 43 Unternehmen bieten ihren Kunden Förderprogramme an. Dabei handelt es sich ausschließlich um Unternehmen, die auch Grundversorger sind.
- Von den 24 Unternehmen, die zumindest Informationen zu Förderprogrammen bereithalten, handelt es sich nur in drei Fällen nicht um Grundversorger.

3.4.3 Energieausweis

In der Kategorie Energieausweis wurde unterschieden, ob der Versorger Angebote zur Anfertigung eines Energieausweises bereithält oder ob auf der Webseite entsprechende Informationen zur Verfügung gestellt werden.

- Bei 38 der untersuchten Anbieter fanden sich Angebote zur Erstellung von Energieausweisen. Eine Differenzierung von verbrauchsorientierten und bedarfsorientierten Energieausweisen wurde im Rahmen der Erhebung nicht vorgenommen.
- 31 weitere Anbieter hielten zumindest Informationen zum Thema Energieausweis bereit.

3.4.4 Thermographie

Auf den Webseiten der Anbieter wurde nach Angeboten zur Gebäudethermographie gesucht. Diese Angebote finden sich ausschließlich bei den regional orientierten Grundversorgern, was angesichts des notwendigen Service vor Ort nicht überraschend ist.

- Angebote zur Gebäudethermographie wurden bei 36 Grundversorgern gefunden.
- 5 Unternehmen bieten diesen Service auch außerhalb ihrer eigenen Versorgungsgebiete an (Braunschweiger Versorgungs-AG & Co. KG, Energieversorgung Mittelrhein GmbH, ENTEGA Vertrieb GmbH & Co. KG, EWE Aktiengesellschaft, SpreeGas Gesellschaft für Gasversorgung und Energiedienstleistung mbH).

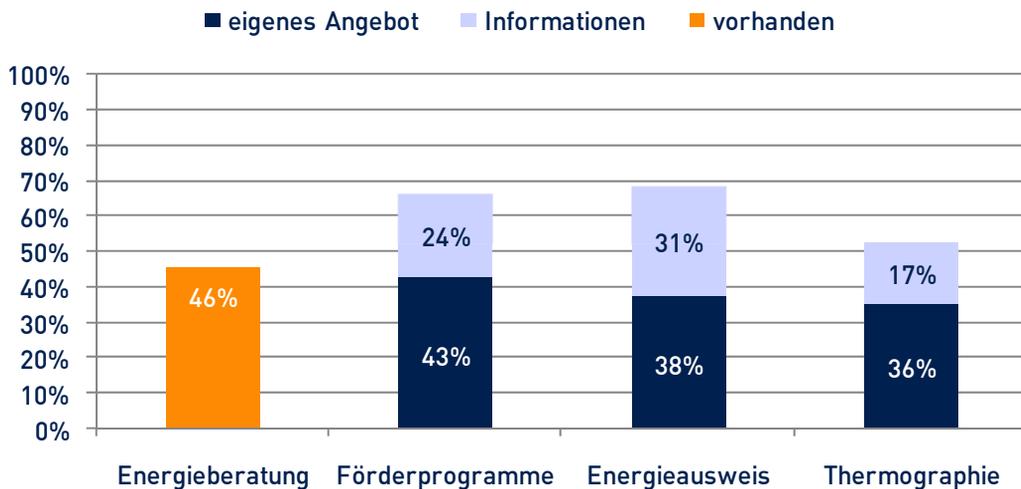


Abbildung 9: Beratungsleistungen zum Thema Energieeffizienz

4. AGB-Rating: Ergebnisse

Die Bandbreite der Tarifangebote auf dem deutschen Gasmarkt nimmt weiter zu. Für jede der bewerteten Vertragskomponenten (Laufzeit, Preisgarantie, Zahlungsbedingungen) werden mittlerweile preisabhängige Optionsmodelle angeboten. Da sich diese Angebote sowohl durch den Preis als auch durch die Bewertungsparameter unterscheiden, werden verschiedene Optionen als eigene Tarifvariante dargestellt. Insgesamt wurden 1248 Tarifvarianten bewertet.

In der folgenden Tabelle werden die Gastarife dargestellt, deren Vertragskonditionen mit „sehr gut“ bewertet wurden. Diese Tarife zeichneten sich alle durch sehr kurze Vertragslaufzeiten, der Gewährung von Preisgarantien und den Verzicht auf Sonderabschläge oder Vorauskasse aus.

Anbieter mit den besten AGB	Tarif
BürgerGas Gelnhausen GmbH & Co.KG	BürgerGas Gebietstarif / Stadttarif
DREWAG - Stadtwerke Dresden GmbH	Dresdner Gas / Grundversorgung
lekker Energie GmbH - Berlin	wakker Gas
LogoEnergie GmbH	LogoGas
Mainova Aktiengesellschaft	Mainova Erdgas Direkt
RheinEnergie Express GmbH	RheinEnergie Express Gas
Stadtwerke Essen AG	Klaro!
WSW Energie & Wasser AG	WSW Erdgas Standard/Single
XOOL GmbH	Bild-Energie

Tabelle 6: Gastarife mit den besten Allgemeinen Geschäftsbedingungen (alphabetisch)

- 46 Prozent (578) der untersuchten Tarife wurden mit „gut“ bewertet. Diese Tarife unterscheiden sich von den Testsiegern durch meist längere Laufzeiten, fehlende oder sehr kurze Preisgarantien sowie eingeschränkte Zahlungsmodalitäten. Von den 100 bewerteten Unternehmen bieten 93 mindestens einen Tarif an, der mit „gut“ bewertet wurde.
- 50 Prozent (629) der bewerteten Tarife wurden als „befriedigend“ eingeschätzt. Diesen Tarifen sind zum Teil erheblich längere Laufzeiten und Verlängerungsfristen gemeinsam. Nur 185 dieser Angebote bieten eine Preisgarantie. Des Weiteren befinden sich hierunter sämtliche Festpreisangebote, Tarife mit Jahresvorauszahlung oder Sonderabschlägen.
- Nur das Angebot „2Plus“ von SpreeGas erhielt die Note „ausreichend“, was in erster Linie auf die Vertragslaufzeit von 24 Monaten ohne Preisgarantie, den Regelungen zum Vertragsende und der notwendigen Einzugsermächtigung zurückzuführen ist.
- Die Bewertung „mangelhaft“ wurde im Rahmen der Untersuchung für keinen Tarif vergeben.

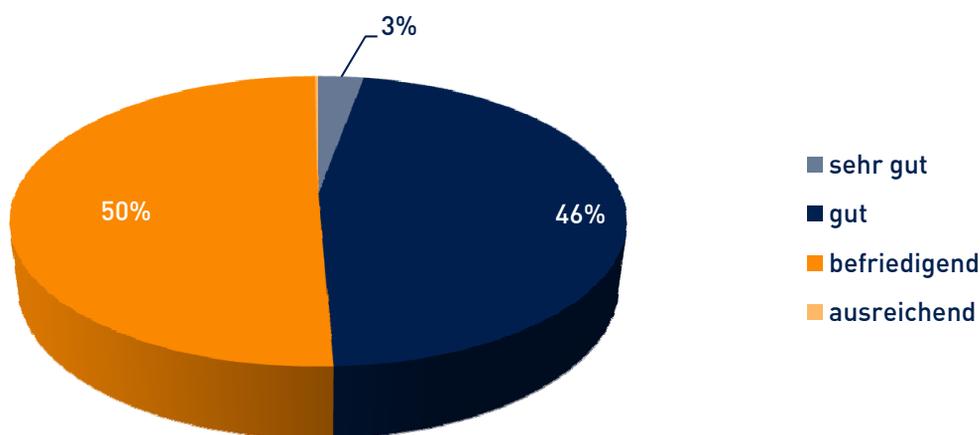


Abbildung 10: Ergebnisse im Bereich AGB- Bewertung

4.1 Vertragslaufzeiten

Untersucht wurde die in den Verträgen dargelegte Erstlaufzeit und die Regelungen zur Vertragsverlängerung. Bei 15 Prozent (185) der untersuchten Vertragsmodelle wird die Laufzeit als festes Datum angegeben. Für die Erhebung wurde die Differenz zwischen dem Stichtag (30.06.2010) und dem angegebenen Datum der Laufzeit in Monaten als Erstlaufzeit gesetzt.

4.1.1 Erstlaufzeit

Kurze Laufzeiten von Energielieferverträgen ermöglichen den Verbrauchern, kurzfristig auf veränderte Marktbedingungen zu reagieren.

- 33 Prozent (408) der untersuchten Tarife besitzen eine Laufzeit von einem Monat. Berücksichtigt man, dass es sich bei der Hälfte dieser Verträge (205) um Grundversorgungstarife mit gesetzlich festgelegter Frist handelt, wird der bereits in der Gas-Service-Studie 2009 beobachtete Trend zu Jahresverträgen bei Sondertarifen deutlich.
- 36 Prozent (450) der Verträge bieten eine Erstlaufzeit von 12 Monaten an.

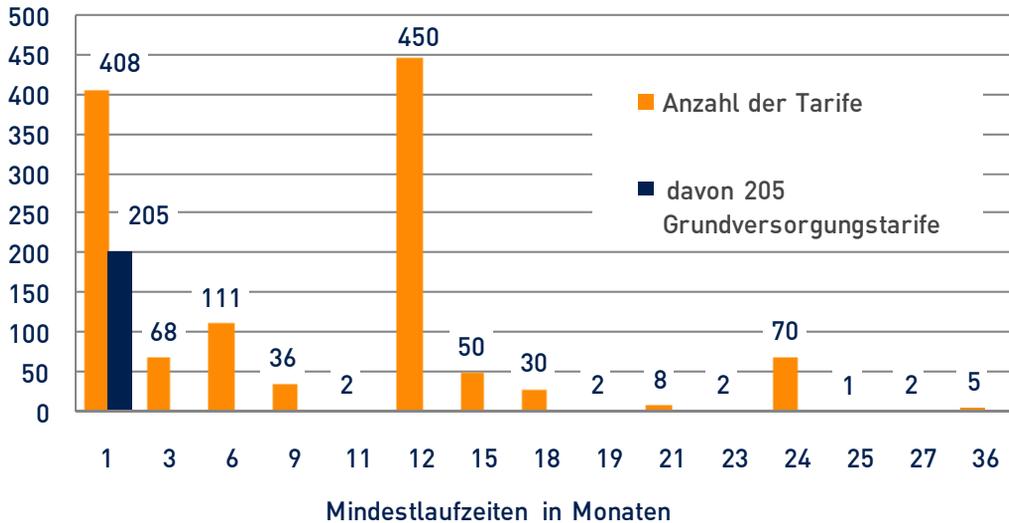


Abbildung 11: Verteilung der Ergebnisse in der Erstlaufzeit

→ Auffällig ist die wachsende Zahl (162) von Verträgen mit Laufzeiten von mehr als 12 Monaten (15 Prozent). Darunter befinden sich auch 8 Verträge, welche über die Normierung des Gesetzgebers hinausgehen und Laufzeiten von mehr als 24 Monaten aufweisen.

4.1.2 Vertragsverlängerung

- 92 Prozent der Gaslieferverträge (1145) sehen eine automatische Vertragsverlängerung vor, sofern der Vertrag nicht gekündigt wird.
- Bei 71 Prozent der untersuchten Verträge (885) sind die Fristen der Vertragsverlängerung mit der Erstlaufzeit identisch. Dabei handelt es sich in der Regel um Jahresverträge (355) oder Monatsverträge (408).
- Die Verteilung der Vertragsverlängerungsfristen unterstreicht die Tendenz zu Monats- oder Jahresverträgen, die sich automatisch um die Erstvertragslaufzeit verlängern.

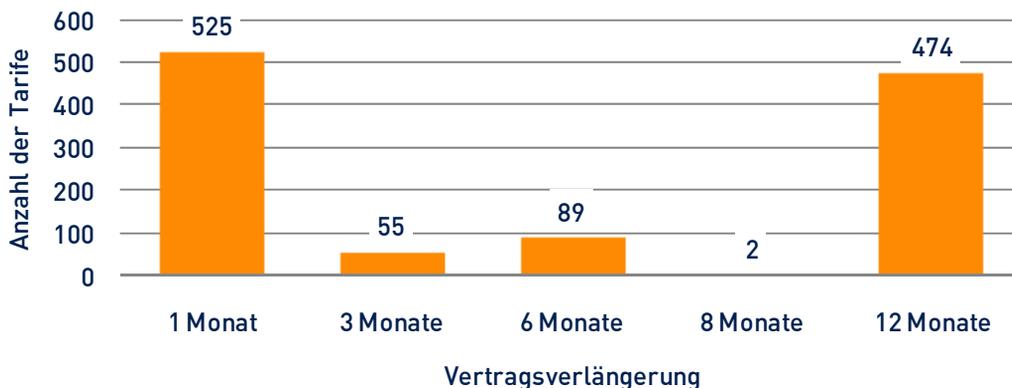


Abbildung 12: Verlängerungsfristen der untersuchten Tarife

4.1.3 Vertragsmodus

- Insgesamt 100 der untersuchten Tarife (8 Prozent) verlängern sich nach Ablauf der Erstlaufzeit nicht, sondern sehen besondere Regelungen vor.
- Die Mehrheit der Verträge ohne automatische Verlängerung (57 Prozent) legt fest, dem Kunden vor Vertragsende ein neues Vertragsangebot zu offerieren. Für den Fall der Nichtannahme des neuen Vertragsangebotes sehen die Verträge weitere Regelungen vor, wie etwa die Weiterversorgung zu den Konditionen eines festgelegten Sondervertrages.
- Waren keine Angaben zum weiteren Vorgehen nach Ablauf der Erstlaufzeit vorhanden, wurde der Vertragsmodus mit „nicht geregelt“ bewertet. Dies galt auch für Verträge, in denen die Klauseln nicht plausibel erschienen.

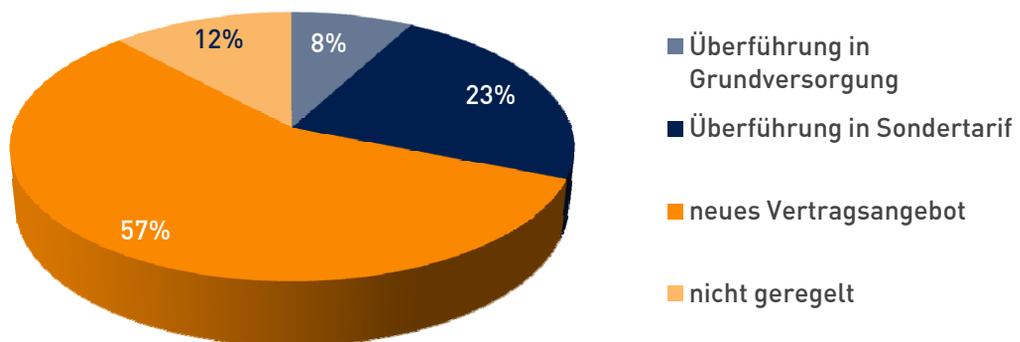


Abbildung 13: Regelungen für Verträge ohne automatische Verlängerung

4.1.4 Kündigungsfrist

- Knapp 74 Prozent (920) der untersuchten Angebote bieten Kündigungsfristen von vier bzw. sechs Wochen. Diese Regelung ermöglicht Verbrauchern, insbesondere bei Verträgen mit längeren Laufzeiten, sich zeitnah für oder gegen den Fortlauf des Vertrages zu entscheiden.
- Bei etwa 18 Prozent der Verträge (225) werden Kündigungsfristen von zwei bzw. drei Monaten festgelegt. Diese Fristen finden sich vor allem bei länger laufenden Verträgen.
- Die übrigen 8 Prozent (100) entfallen auf Verträge, die andere Regelungen als eine automatische Vertragsverlängerung, verbunden mit einer Frist zur ordentlichen Kündigung, vorsehen.

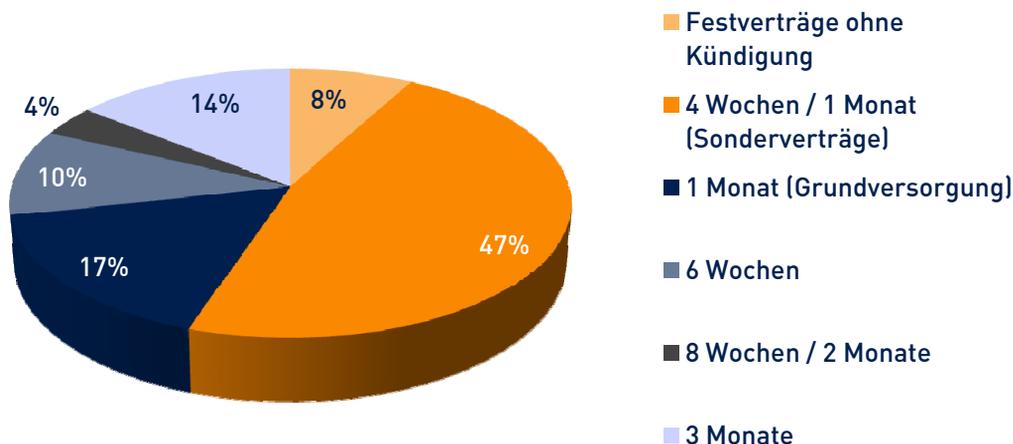


Abbildung 14: Verteilung der Ergebnisse bei Kündigungsfristen

4.2 Preisanpassung

4.2.1 Preisgarantien

Preisgarantien schließen Preiserhöhungen für einen bestimmten Zeitraum aus und bieten Stabilität. Sie sollten jedoch mit kurzen Vertragslaufzeiten verbunden sein, denn die Gaspreise schwanken aufgrund der Ölpreisbindung stärker als die Strompreise. Daher empfiehlt es sich bei Preisgarantien darauf achten, dass sie mit kurzen Kündigungsfristen gekoppelt sind. So kann im Falle sinkender Gaspreise flexibel reagiert werden.

- Mehr als 72 Prozent der untersuchten Verträge (890) enthalten überhaupt keine Preisgarantie.
- Rund 18 Prozent der Tarife (220) gewähren eine Preisgarantie bis zu 12 Monaten.
- 10 Prozent (135) enthalten eine Preisgarantie von mehr als 12 Monaten.

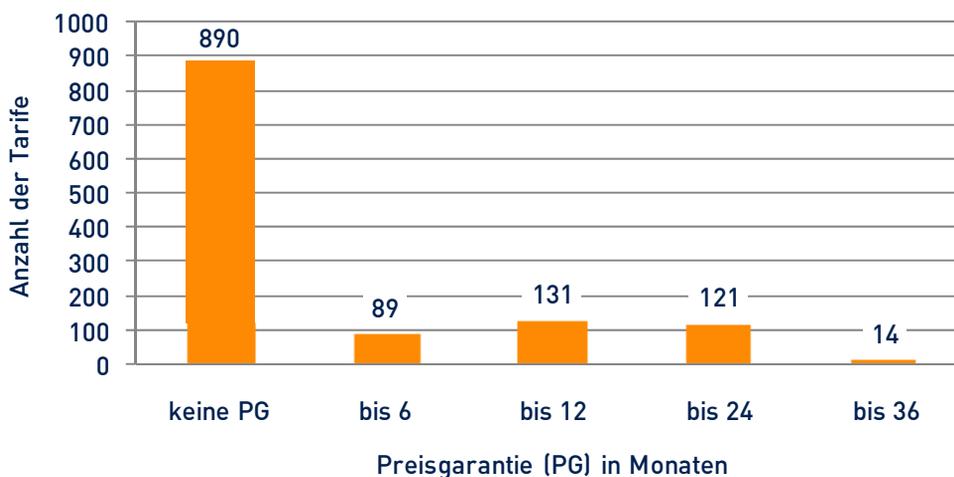


Abbildung 15: Dauer von Preisgarantien

Bei bestehenden Preisgarantien dominiert mit 75 Prozent (266) die Variante, dass die Anbieter die Garantie nur auf den Energieanteil und die Netznutzungsentgelte (NNE) des Preises geben. Das bedeutet, dass Steuern- und Abgabenerhöhungen trotz Preisgarantie an den Verbraucher weitergegeben werden können.

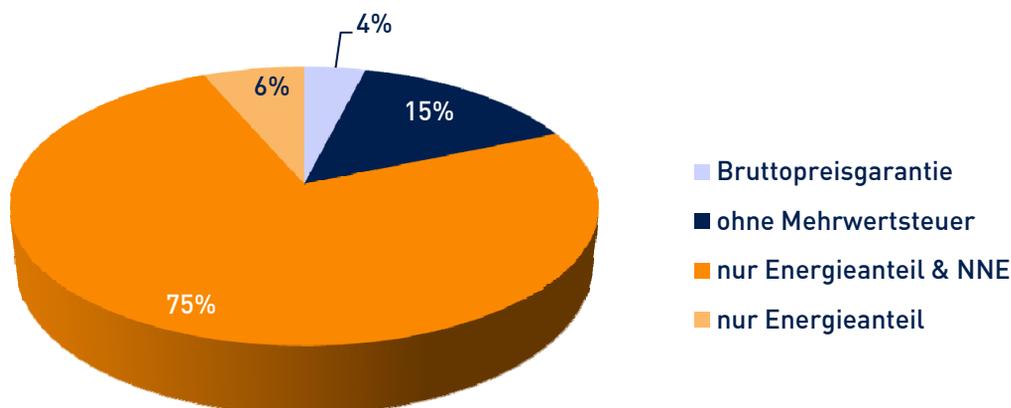


Abbildung 16: Garantierte Preiskomponenten

4.2.2 Sonderkündigungsrecht bei Preisanpassungen

Die Existenz eines Sonderkündigungsrechtes ist von Bedeutung, wenn den Verbrauchern eine Preisanpassung mitgeteilt wird. Die in den Verträgen ausgewiesenen Klauseln zum Sonderkündigungsrecht bei Preisanpassungen können danach klassifiziert werden, für welche Formen von Preisanpassungen sie Anwendung finden. Preisanpassungen können mit marktbedingten Veränderungen oder mit Änderungen oder Neueinführung von Steuern, Abgaben oder weiteren verwaltungsrelevanten Belastungen begründet werden.

- Für 33 Prozent der untersuchten Verträge (408) ist ein Sonderkündigungsrecht bei Preisanpassungen nicht relevant, da diese ohnehin jederzeit zum Monatsende kündbar sind.
- Bei etwa der Hälfte der Verträge (614), die ein Sonderkündigungsrecht festlegen, gilt dieses allein bei marktbedingten Preisanpassungen, welche in vielen Verträgen als Anpassungen nach billigem Ermessen deklariert werden.
- 100 Verträge (8 Prozent) enthalten kein Sonderkündigungsrecht, da für die gesamte Laufzeit ein fester Preis vereinbart ist.
- Das Unternehmen TelDaFax bietet erstmals Verträge ohne Sonderkündigungsrecht. Bei Preisanpassungen wird dem Kunden allein ein Widerspruchsrecht eingeräumt. Das Unternehmen vertritt die rechtlich umstrittene Position, dass es kein Sonderkündigungsrecht bei Energieverträgen gäbe.
- Die Verträge des Unternehmens FlexGas enthalten keinerlei Aussagen zu Preisanpassungen.

4.2.3 Veröffentlichungsfrist

Für den Fall von Preisanpassungen ist es im Interesse der Kunden, frühzeitig darüber informiert zu werden. In den meisten Gaslieferverträgen hat sich dabei die sechswöchige Veröffentlichungsfrist gemäß der Gasgrundversorgungsverordnung (§5 Abs.2 GasGVV) durchgesetzt.

- 83 Prozent aller untersuchten Verträge (1029) geben an, den Kunden spätestens 6 Wochen vor Inkrafttreten einer Preisanpassung zu informieren.
- 6 Prozent (79 Verträge) gehen darüber hinaus und legen eine Frist von 8 bis 10 Wochen fest.
- In 18 Verträgen (2 Prozent) findet der Kunde allein den Hinweis, dass er informiert wird, ohne dass eine Frist genannt ist.
- Die übrigen Verträge (112) enthalten keine Preisanpassungsklauseln. Darunter fallen Festpreisverträge, oder die Preise werden nach einem festgelegten Schlüssel an den jeweils geltenden Preis für leichtes Heizöl angepasst (8 Angebote). Letztere Variante wurde im März 2010 vom BGH für unzulässig erklärt.

4.2.4 Kündigungsfrist bei Preisanpassungen

Im Rahmen des Sonderkündigungsrechtes bei Preisanpassungen werden in der Regel besondere Kündigungsfristen ausgewiesen. Allein die Grundversorgungsverordnung GVV kennt kein Sonderkündigungsrecht, sondern verweist auf das ordentliche Kündigungsrecht, welches mit der jederzeit möglichen Kündigung zum Monatsende des Folgemonats hinreichend ist.

- 79 Prozent aller Tarife (988) gewähren eine Sonderkündigungsfrist von einem Monat oder vier Wochen.
- Bei 7 Prozent der Tarife (90) muss der Kunde spätestens 2 Wochen vor Inkrafttreten der neuen Preise seine Kündigung an den Anbieter gesandt haben.
- Die weiteren Anteile verteilen sich auf Fristen von 5 Wochen (6 Verträge), 6 Wochen (29 Verträge) oder Verträge, die entweder keine Preisanpassungen oder Benachrichtigungen vorsehen (108 Verträge) oder keine Angaben dazu machen (14 Verträge).

4.2.5 Entscheidungsfrist

Die in den vorangestellten Absätzen behandelten Fristen zur Veröffentlichung von Preisänderungen und zur Sonderkündigung stehen für die Verbraucher in einem nicht unerheblichen Zusammenhang. Die Differenz zwischen beiden Fristen ergibt ein Zeitfenster, in welchem der Kunde sich für die Fortführung des Vertragsverhältnisses unter Berücksichtigung der neuen Konditionen oder für einen Anbieterwechsel entscheiden kann.

- Bei 948 Verträgen (75 Prozent) bedingen die Veröffentlichungsfrist von 6 Wochen und eine Kündigungsfrist von 4 Wochen einen Handlungszeitraum von 2 Wochen. Darunter fallen alle Grundversorgungstarife und die Tarife, die sich an der GasGVV orientieren.
- 152 Angebote (12 Prozent) gehen über die Grundversorgungsverordnung hinaus und räumen dem Kunden einen Zeitraum von 4 Wochen für seine Entscheidung ein.
- Bei 136 (11 Prozent) Angeboten lässt sich hierzu keine Aussage machen, weil die Verträge entweder keine Preisanpassung vorsehen, kein Sonderkündigungsrecht gewähren oder die Fristen nicht vertraglich regeln.
- Bei 3 Angeboten ist die Veröffentlichungsfrist, mit der neue Preise mitgeteilt werden, gleich der Kündigungsfrist im Rahmen des Sonderkündigungsrechts. In den Sonderverträgen der Stadtwerke Barmstedt betragen beide Fristen 6 Wochen, womit die Kündigungsfrist bei Bekanntgabe der Preisanpassung faktisch bereits abgelaufen ist. Im Gasliefervertrag der Rheinenergie Express GmbH betragen beide Fristen 4 Wochen.

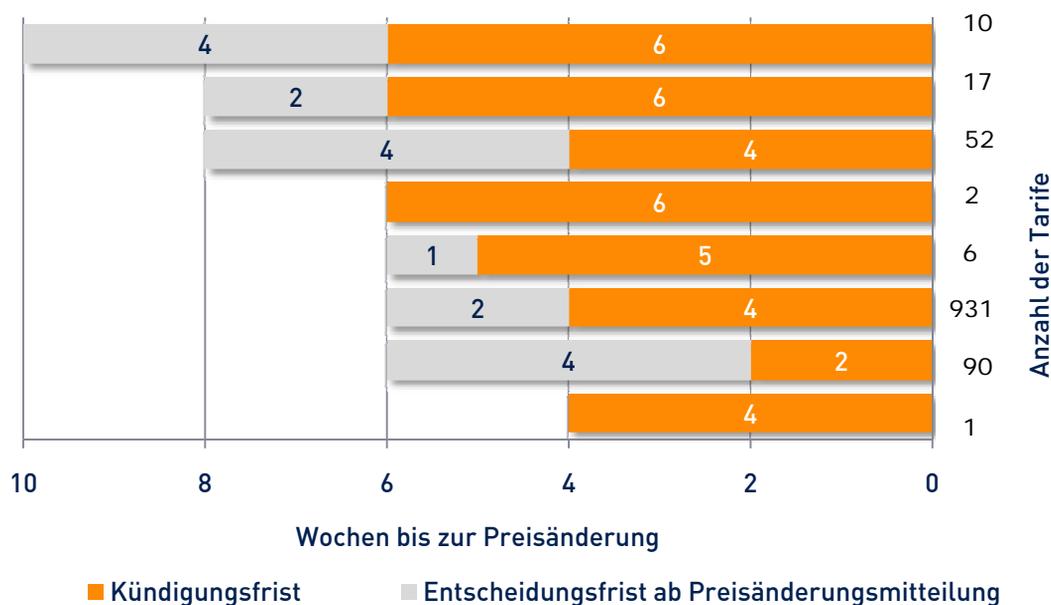


Abbildung 17: Fristen im Rahmen des Sonderkündigungsrechts

4.3 Zahlungsmodalitäten

4.3.1 Zahlungsweise, Abschläge und Sonderabschläge

Die Bewertung der Zahlungsweisen erfolgte durch die Erfassung der in den Energielieferverträgen festgelegten Angaben. Danach wurde nach Ja/Nein-Logik die Ausweisung folgender 5 Zahlungsweisen untersucht:

- Überweisung
- Dauerauftrag
- Einzugsermächtigung
- Abbuchungsauftrag
- Barzahlung

Die separate Erfassung der beiden Überweisungsformen „Einzelüberweisung“ und „Dauerauftrag“ findet seinen Grund in Energielieferverträgen, die explizit den Dauerauftrag als Zahlungsweise angeben und zum Teil einen Beleg für dessen Einrichtung fordern.

Grundlage der Bewertung sind ausschließlich die Angaben in den Vertragstexten. Für sämtliche Verträge nach GasGVV wurden entsprechend §16 Abs. 3 GasGVV die Angaben in den Ergänzenden Bedingungen herangezogen. Hiernach sind den Kunden in der Grundversorgung mindestens zwei mögliche Zahlungsweisen zu offerieren.

Die Bewertung der Zahlungsweisen aller Verträge erfolgte nach drei Kriterien:

- Werden mindestens zwei alternative Zahlungsweisen angeboten?
- Welche Zahlungsweisen werden angeboten?
- Werden Aufschläge für bestimmte Zahlungsweisen erhoben?

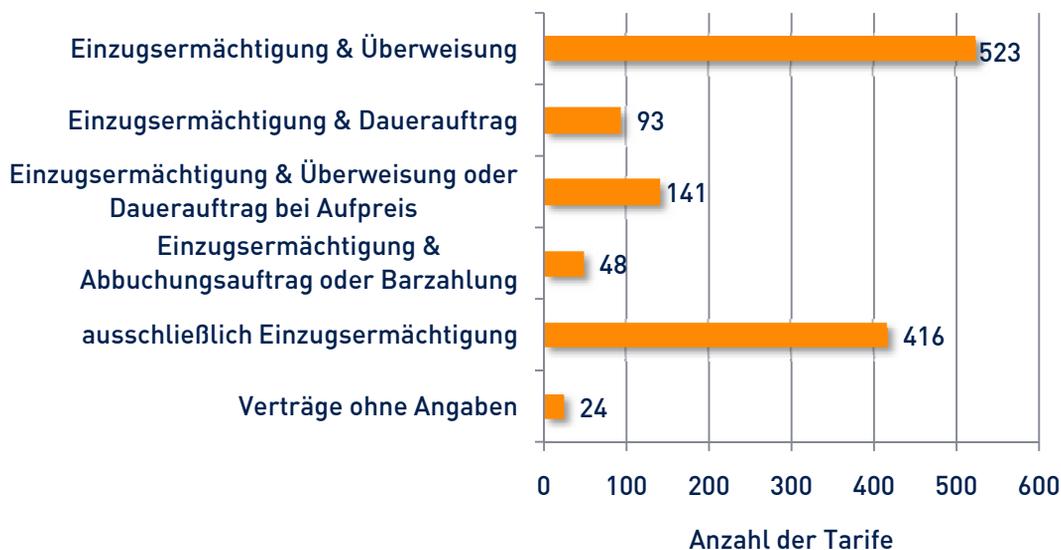


Abbildung 18: In den Verträgen angebotene Zahlungsweisen .

Unter den bewerteten Verträgen befanden sich 24 Angebote (2 Prozent), bei denen Angaben zu den Zahlungsweisen vollkommen fehlten. Darunter fallen auch 8 Verträge nach Grundversorgungsverordnung, deren Ergänzende Bedingungen keine Angaben zu den Zahlungsbedingungen enthalten. Hierzu ist zu bemerken, dass einige weitere Anbieter noch während der Erhebung ihre Ergänzenden Bedingungen dahingehend anpassten.

- Insgesamt 416 (33 Prozent) Verträge legen ausschließlich die Einzugsermächtigung als Zahlungsweise fest.
- In 48 Verträgen (4 Prozent) werden neben der Einzugsermächtigung allein der Abbuchungsauftrag als weiteres Lastschriftverfahren oder die Barzahlung angeboten, welche für die meisten Kunden keine Alternative darstellen.
- 141 Verträge (11 Prozent) bieten zwar die Überweisung oder den Dauerauftrag als alternative Zahlungsweise an, legen aber einen Servicebetrag fest, der hierfür auf die Jahresrechnung aufgeschlagen wird. Die Servicebeträge reichen dabei von 2,50 Euro bis 28,56 Euro. Das Unternehmen TelDaFax berechnet 8 Prozent auf den vereinbarten Preis für die Nutzung alternativer Zahlungsweisen.
- Den Dauerauftrag als Alternative zur Einzugsermächtigung bieten 93 Verträge (8 Prozent). Die Überweisung wird in 523 Verträgen (42 Prozent) als weitere Zahlungsmöglichkeit angeboten.
- Die Zahlung von monatlichen Abschlägen ist nach wie vor die übliche Zahlungsweise auf dem Gasmarkt. Rund 98 Prozent (1213 Verträge) der Angebote sehen ein Abrechnungsverfahren mit monatlichen Abschlägen vor. 30 der untersuchten Tarife (2 Prozent) sind Vorkasseangebote, bei denen die Abschlagszahlungen jährlich im Voraus zu entrichten sind. Bei zwei Verträgen werden die Abschläge vierteljährlich im Voraus fällig. Insgesamt bieten 11 Anbieter Tarife an, die jährliche oder vierteljährliche Vorauszahlungen erfordern.

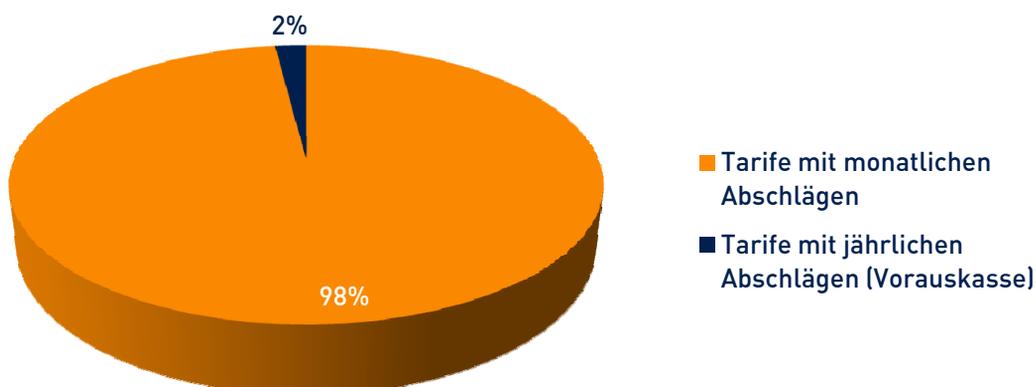


Abbildung 19: Verteilung der Abschläge

- Sonderabschläge werden allein vom Unternehmen TelDaFax erhoben. Diese Sonderabschläge verstehen sich als Kautionszahlung, die einmalig vor Lieferbeginn fällig wird. Die zu entrichtenden Beträge zwischen 50 Euro und 200 Euro werden nicht verzinst und zum Ende des Vertragsverhältnisses verrechnet bzw. zurückerstattet.

5. Zusammenfassung

Die Gas-Servicestudie 2010 zeigt, dass der verschärfte Wettbewerb auf dem Gasmarkt nicht auf Kosten von Kundenservice und Vertragsgestaltung geht. Die Gasversorger haben erkannt, dass Kundenservice und Vertragsgestaltung wichtige Produktmerkmale sind, die ebenso wie der Preis attraktiv gestaltet sein müssen.

So haben im Bereich Service mehr als zwei Drittel der Anbieter (67 Prozent) die Note „sehr gut“ oder „gut“ erhalten. Ein Großteil der Gasversorger bietet telefonischen Kontakt zum Null- oder Ortstarif und gute telefonische Beratungsleistungen. Bei der schriftlichen Kommunikation besteht noch Verbesserungspotenzial – hier ist gut geschultes Servicepersonal mit entsprechender Schriftkompetenz vonnöten.

Ein Kundenportal im Internet, in dem Informationen wie Zählerstände und Rechnungsdaten übermittelt werden können, gehört innerhalb der Gasbranche mittlerweile zum „guten Ton“. Im Bereich Energieeffizienz haben die Grundversorger aufgrund ihrer lokalen Ausrichtung die Nase vorn. Neben den reinen Informationen rund um das Thema Energiesparen bieten die Grundversorger häufiger zusätzliche Services wie Energieberatung, Förderprogramme und Thermographie an.

Auch der Bereich der Vertragsgestaltung zeigt ein positives Gesamtbild. Fast die Hälfte aller untersuchten Tarife (45 Prozent) erhielt die Note „sehr gut“ oder „gut“. Die schlechter bewerteten Tarife unterscheiden sich vor allem durch längere Laufzeiten und fehlende Preisgarantien. Daher sollten Verbraucher beim Blick ins Kleingedruckte vor allem die Erstvertragslaufzeit beachten. Die Tarife mit monatlicher Kündigungsfrist bieten Flexibilität bei Preisänderungen und ersparen langes Nachdenken über Kündigungsfristen. Gasverträge mit einer Erstvertragslaufzeit von einem Jahr sollten sich von Tarifen mit kürzeren Laufzeiten durch einen günstigeren Preis und/oder eine Preisgarantie unterscheiden.

Bei der Zahlungsweise ist die monatliche Abschlagszahlung nach wie vor der Marktstandard (98 Prozent). Verträge mit jährlicher oder vierteljährlicher Vorauszahlung scheinen auf dem Gasmarkt eine Nischenstellung für besonders preisbewusste Verbraucher mit den entsprechenden finanziellen Mitteln zu haben.

Der ideale Gastarif hat eine kurze Laufzeit, ist jederzeit kündbar und bietet dennoch langfristige Preisstabilität. Ein gut gestaltetes Kundenportal bietet ausführliche Informationen und viele nützliche Zusatzfunktionen. Für Rückfragen steht eine kostenlose Hotline mit kompetentem Servicepersonal zur Verfügung. Diese Merkmale wirken sich selbstverständlich auf den Preis aus, denn die Gasversorger geben die Kosten für einen umfassenden Service an die Verbraucher weiter.

Für welche Konstellation aus Preis, Tarifkonditionen und Servicequalität sich Verbraucher entscheiden sollten, hängt von der individuellen Situation und persönlichen Präferenzen ab. Die Gas-Servicestudie 2010 ermöglicht, das Verhältnis von Preisniveau, Vertragsgestaltung und Service schneller einzuschätzen und die jeweils beste Entscheidung zu treffen.