



Energiemarktreport 2015

Kostenlose Leseprobe

Mai 2015

→ Energiemarktreport

Sehr geehrter Leser,

das Jahr 2014 und die ersten Monate in 2015 haben gezeigt, dass der Wettbewerb im Energiemarkt weiter an Dynamik gewinnt. Laufend treten neue Anbieter in den Markt ein und werben um die Gunst der Strom- und Gaskunden. Auch viele etablierte Versorger stellen sich diesem Wettbewerb, indem sie attraktive Angebote kalkulieren, ihr Angebot zielgruppengerecht für verschiedene Kundengruppen differenzieren und in neue Geschäftsfelder investieren.

Die Zukunft der Energiebranche liegt nicht nur in der Weiterentwicklung bestehender Angebote, sondern auch in neuen Produkten und Dienstleistungen, mit denen rückläufige Umsätze in angestammten Geschäftsfeldern ausgeglichen oder sogar überkompensiert werden sollen. Neben den klassischen Energieeffizienzdienstleistungen wird in Smart Home bzw. bei der Hausautomation ein riesiger Zukunftsmarkt gesehen, der besetzt werden soll. Allerdings festigen in diesem Markt bereits Online-Konzerne wie Google und Amazon, IT-Unternehmen oder Gerätehersteller wie Samsung ihre Position, die eine viel weitergehende Vorstellung von der smarten Welt der Zukunft haben als die meisten Energieversorger. Hier geht es um das Internet der Dinge, in dem beinahe alles vernetzt ist und online miteinander kommunizieren kann. Die smarte Heizungssteuerung ist dabei allenfalls noch ein kleines Element, das künftig intelligent und in Abhängigkeit von zahlreichen weiteren Faktoren so geregelt wird, dass der Nutzer den maximalen Komfort hat und der Verbrauch ebenfalls optimiert wird. Die fortschreitende Digitalisierung ist aber nicht nur in Bezug auf die Vernetzung ein Thema, sondern auch im Hinblick auf die Entwicklung der Kundenanforderungen bei Kommunikation und Vertriebskanälen. Da die Digitalisierung sich vielschichtig auf die Versorgerlandschaft auswirken wird, haben wir diesen Megatrend im Detail untersucht und zeigen die Folgen für Versorger auf. Angefangen bei mobilen Webseiten über Online-Kundencenter und Apps bis hin zu Positionierungsoptionen im Smart Home-Markt haben wir die wesentlichen Aspekte analysiert und kompakt dargestellt.

Darüber hinaus bietet der Energiemarktreport wie gewohnt einen Einblick in die wichtigsten Trends seit Anfang 2014 bis heute und dokumentiert Veränderungen bei Preisen, Produktangeboten und dem Wechselverhalten.

Nun wünschen wir Ihnen eine spannende Lektüre mit dem Energiemarktreport 2015.

Christian Buske
Division Head Energy Sales, Verivox GmbH

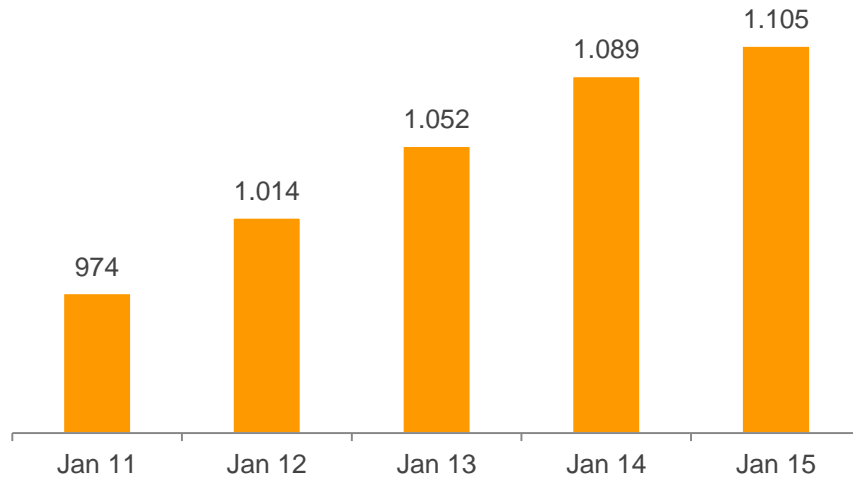
Klaus Kreutzer
Geschäftsführer, Kreutzer Consulting GmbH

→ Inhalt

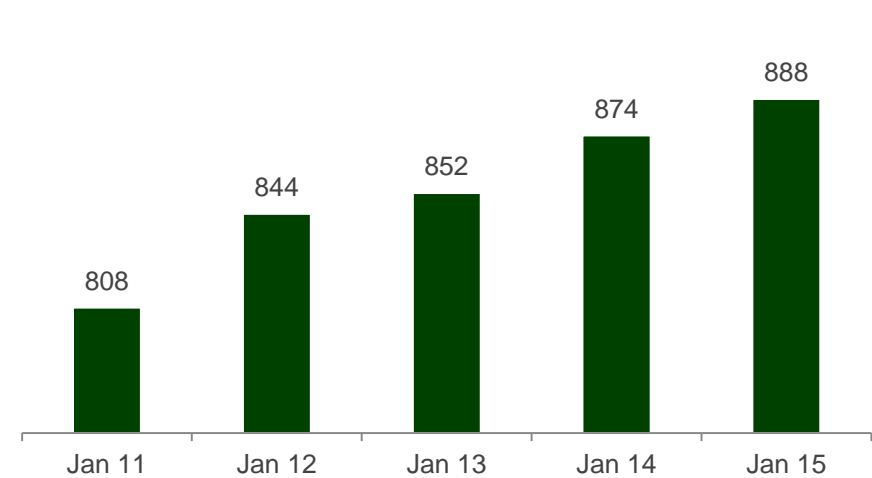
Inhalt	Seite
1. Trends des Jahres	4
2. Wettbewerbsentwicklung 2014	
1. Anbieterseitige Wettbewerbsintensität	6
2. Digitalisierung in der Energiewirtschaft	23
3. Preisentwicklung	
1. Strompreise	47
1. Privatkunden	
2. Gewerbekunden	
2. Gaspreise	79
1. Privatkunden	
2. Gewerbekunden	
4. Produkte	104
1. Tarifstruktur	
2. Neue Produkte und Dienstleistungen	
3. Smart Meter und Smart Home	
4. Elektromobilität	
5. Marketing- und Vertriebsaktivitäten	130
6. Kundenverhalten	140
1. Daten der Bundesnetzagentur und Erkenntnisse aus Umfragen	
2. Wechselverhalten und Tarifpräferenzen über Verivox	
7. Ausblick	153
8. Disclaimer, Datengrundlage und Definitionen, Kontakt	156

→ 2.1 Wettbewerb – Anbieterzahlen

Anzahl Stromanbieter (2011-2015)



Anzahl Gasanbieter (2011-2015)



- Im Jahresverlauf 2014 sind in Summe 16 neue Strom- und 14 neue Gasanbieter in den Energiemarkt eingetreten. Sowohl im Strom- als auch im Gasmarkt hat sich somit das Wachstum gegenüber 2013 spürbar verlangsamt.
- Ein großer Anteil der neuen Anbieter sind neu gegründete oder rekommunalisierte Stadtwerke. Ferner haben einige Stadtwerke den Strom- und/oder Gasvertrieb aufgenommen, um ihr Kerngeschäft bspw. in der Wasserversorgung zu ergänzen.
- Gleichzeitig ist die Anzahl der Vertriebsmarken der Stadtwerke im Strommarkt um elf und im Gasmarkt um drei zurückgegangen.
- Einige weitere Mineralöl- und Pellethändler haben ihr Angebot um Strom und Gas ergänzt. Dabei handelt es sich im Regelfall um eine White Label-Lösung eines Mineralölkonzerns wie AVIA, der seinen Kunden Angebote seiner Vertragspartner im eigenen Namen anbietet.
- 2015 wird sich der allmähliche Anstieg der Anbieterzahl fortsetzen. Der Trend zur Stadtwerkegründung und Rekommunalisierung sowie der ununterbrochene Einstieg von Heizstoffhändlern in den Strom- und Gasmarkt werden die Anzahl der Anbieter kontinuierlich steigen lassen.

→ 2.2 Digitalisierung in der Energiewirtschaft

EVU müssen Kommunikation und Vertrieb umstellen

Einflüsse der Digitalisierung auf Energieversorger

- Die beschriebenen Trends führen dazu, dass immer mehr Menschen und Geräte ortsunabhängig und kontinuierlich mit dem Internet verbunden sein werden.
- Folglich werden digitale Kanäle in der Kundenkommunikation künftig eine zunehmend wichtige, wenn nicht gar die größte Rolle spielen. Entsprechend müssen die Geschäftsprozesse und insbesondere die Kundenkommunikation diesen Entwicklungen angepasst werden.
- Zudem eröffnen sich im Rahmen der Digitalisierung auch neue Geschäftsmodelle: Smart Home, Elektromobilität, Energie-monitoring, Smart Metering und darauf aufbauende Produkte und Services stellen nur einige Beispiele einer sich rasant verändernden Energiewelt dar. Hierbei entstehen Schnittstellen und damit auch Wettbewerb zu branchenfremden Anbietern, die insbesondere im Umgang mit Massendaten und im Kundenservice Wettbewerbsvorteile haben dürften.
- Energieversorger müssen sich daher sowohl bei der Digitalisierung der Kundenkommunikation für die Zukunft rüsten als auch eine geeignete Strategie zur Besetzung neuer Geschäftsfelder entwickeln.
- Dabei gilt es, die sich rasant verändernden Markt- und Wettbewerbsbedingungen im Hinblick auf die eigenen Ziele und die daraus folgernde Strategie zu berücksichtigen.

Anforderungen der Digitalisierung an EVU in den Bereichen:

→ **Kundenkommunikation**

- Mobile Webseiten und Apps
- Online-Kundenservice
- Online-Möglichkeiten zum Vertragsabschluss und Kauf von Produkten
 - Auf der eigenen Webseite
 - Über Partner
- Kundenservice per Chat
- Social Media-Aktivitäten
- etc.

→ **Erschließung neuer Geschäftsfelder**

- Positionierung im Smart Home
- Smart Meter zur Generierung von Kundendaten
- Etablierung neuer, digitaler Dienstleistungen

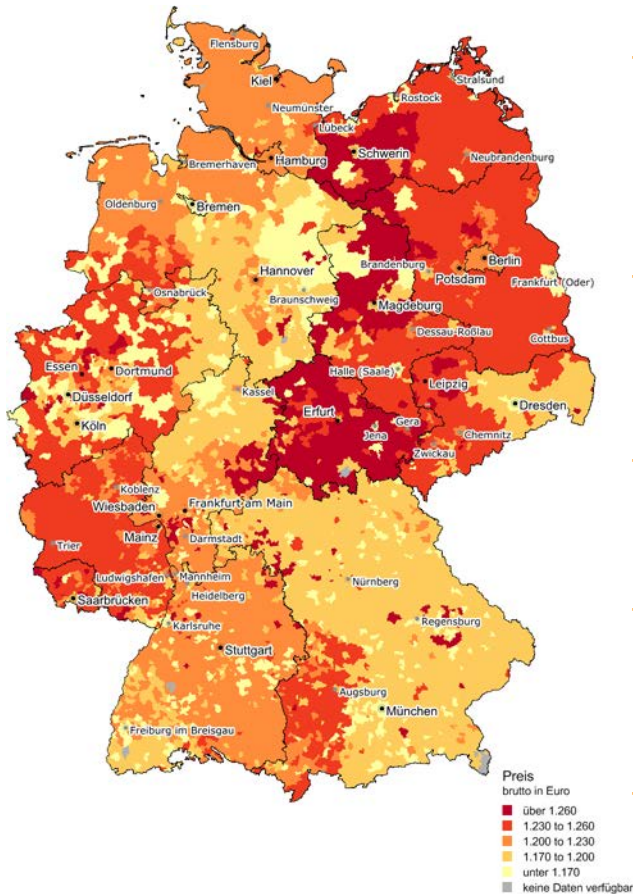
Übersicht über relevante Entwicklungen und Potenziale

- Auf den nächsten Seiten werden die oben genannten Themen im Hinblick auf aktuelle Entwicklungen, künftige Potenziale sowie Chancen und Risiken für Energieversorger dargestellt und bewertet.

→ 3.1.1 Strompreise Privatkunden

Grundversorgungstarife

4.000 kWh/Jahr, Stichtag, 01.01.2015



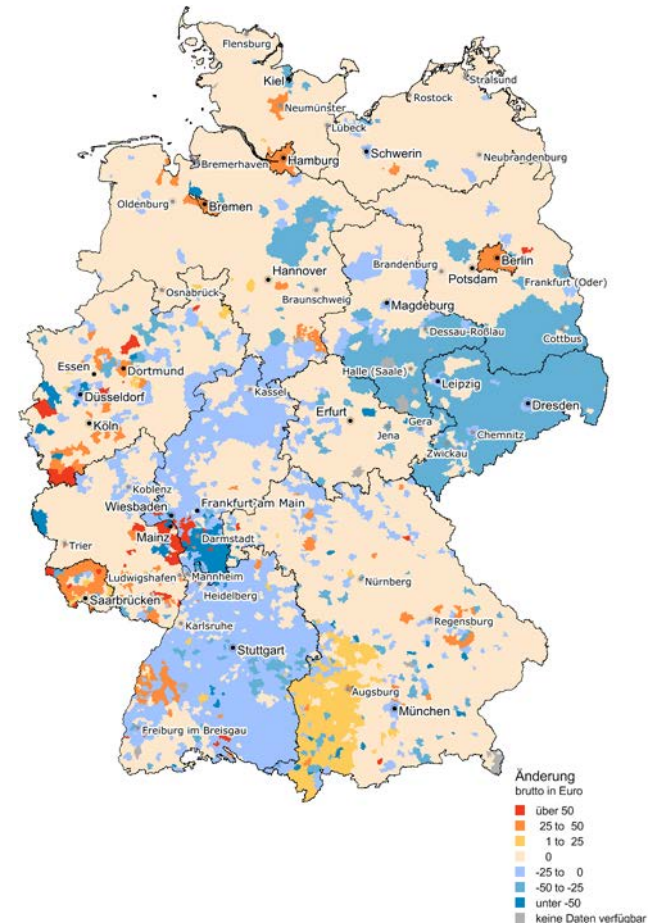
Ø Preisniveau: 1.205 €

Veränderung: -3 €

- Die Grundversorgungstarife sind zum 01.01.2015 gegenüber dem Vorjahr um 0,2 Prozent gefallen.
- Das Jahr 2014 hat mit Preiserhöhungen von 379 Grundversorgern begonnen. Zwischen Februar und April haben weitere 95 Grundversorger die Preise erhöht. Zwischen Mai und Dezember hingegen sind nur einige wenige Preisanpassungen vorgekommen.
- Zum 01.01.2015 haben 381 Grundversorger die Preise gesenkt und nur 34 haben sie erhöht. Zwischen Februar und April haben weitere 55 Grundversorger nachgezogen und Preissenkungen durchgeführt.
- Gestiegen sind die Preise u.a. bei den WSW Wuppertal (74 €), primo (71 €), den SW Konstanz (61 €), der EWR AG (51 €), den Stadtwerken Trier (51 €), Vattenfall (48 €) und energis (47 €).
- Preisrückgänge in der Fläche sind insbesondere bei der NEW Niederrhein (72 €), ENTEGA (60 €), enviam (41 €), ENSO (26 €), badenova (24 €), EnBW ODR (21 €), Süwag Vertrieb (20 €) und der EnBW (18 €) zu verzeichnen.
- Die größte Anstieg betrug 116 Euro bei den SW Unna, der größte Rückgang 124 Euro bei den GW Hohentengen.

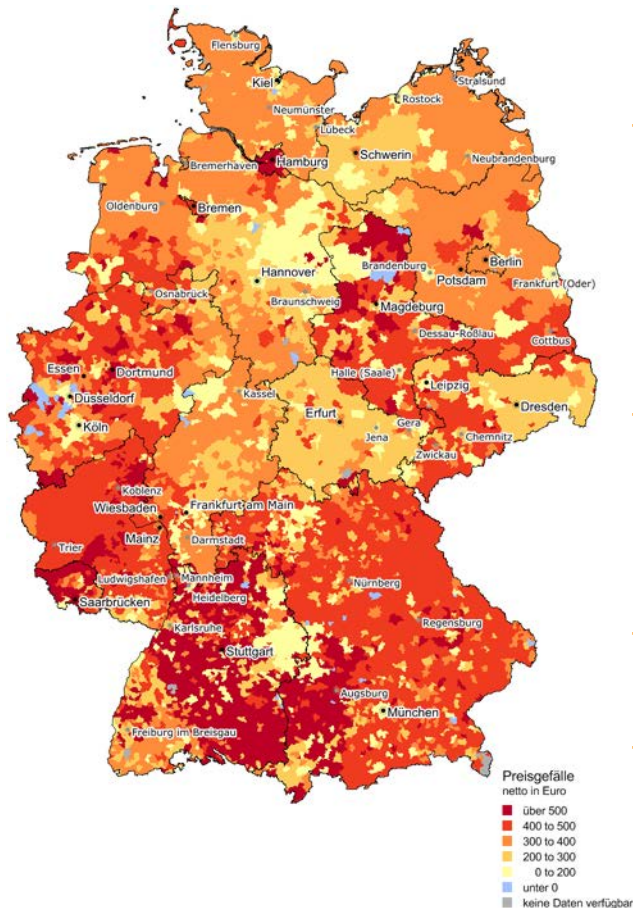
Grundversorgersorgungstarife

4.000 kWh/Jahr, Differenz zw. 01.01.2014 und 01.01.2015



→ 3.1.2 Strompreise Gewerbekunden

Preisgefälle günstigster Tarif Grundversorger zum günstigsten Tarif ohne Bonus
10.000 kWh/Jahr, Stichtag 01.01.2015

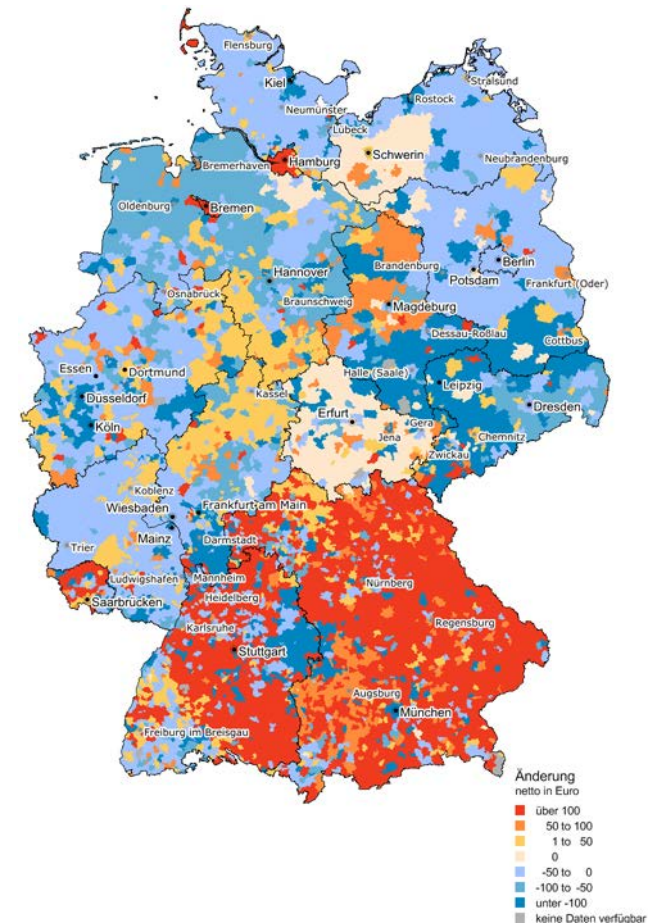


Ø Preisniveau: 366 €

Veränderung: -1 €

- Der durchschnittliche Preisabstand zwischen den günstigsten Tarifen der Grundversorger und den günstigsten Tarifen ohne Bonus ist zum 01.01.2015 um 0,3 Prozent gefallen.
- Der Preisabstand ist um bis zu 972 Euro gestiegen. Anstiege in der Fläche waren insbesondere in Bayern und Teilen Baden-Württembergs zu verzeichnen. In Bayern lag dies an Preisrückgängen der günstigsten Tarife ohne Bonus, während in Baden-Württemberg Preiserhöhungen der günstigsten Tarife der Grundversorger den Preisabstand steigen ließen.
- Der Preisabstand ist um bis zu 670 Euro gefallen. Deutliche Rückgänge in der Fläche sind schwerpunktmäßig in Sachsen und im südlichen Teil Sachsen-Anhalts und Brandenburgs vorgekommen. Hier sind die Preise der günstigsten Tarife ohne Bonus deutlich gestiegen.
- Das größte Preisgefälle betrug 1.438 Euro im Versorgungsgebiet der TW Naumburg. Dort war die Ensys AG günstigster Anbieter.
- In einigen PLZ bestand ein negatives Preisgefälle, da der günstigste Tarif des Grundversorger unter dem günstigsten Tarif ohne Bonus lag. Dies betraf u.a. E.ON (um bis zu 163 €) und NEW Niederrhein (um bis zu 43 €).

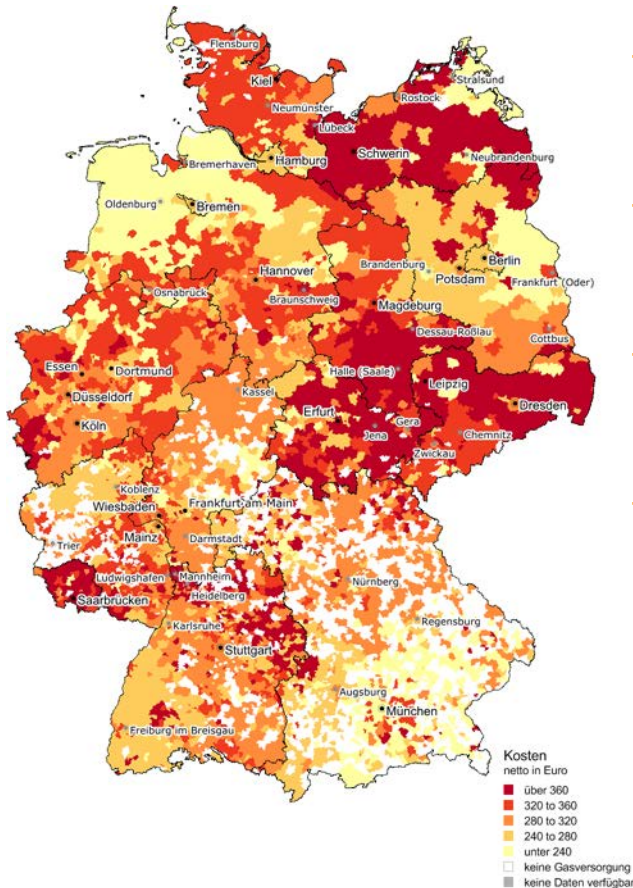
Preisgefälle günstigster Tarif Grundversorger zum günstigsten Tarif ohne Bonus
10.000 kWh/Jahr, Differenz zw. 01.01.2014 und 01.01.2015



→ 3.2.1 Gaspreise Privatkunden

Netznutzungsentgelte

20.000 kWh/Jahr, 13 kW, Stichtag 01.01.2015



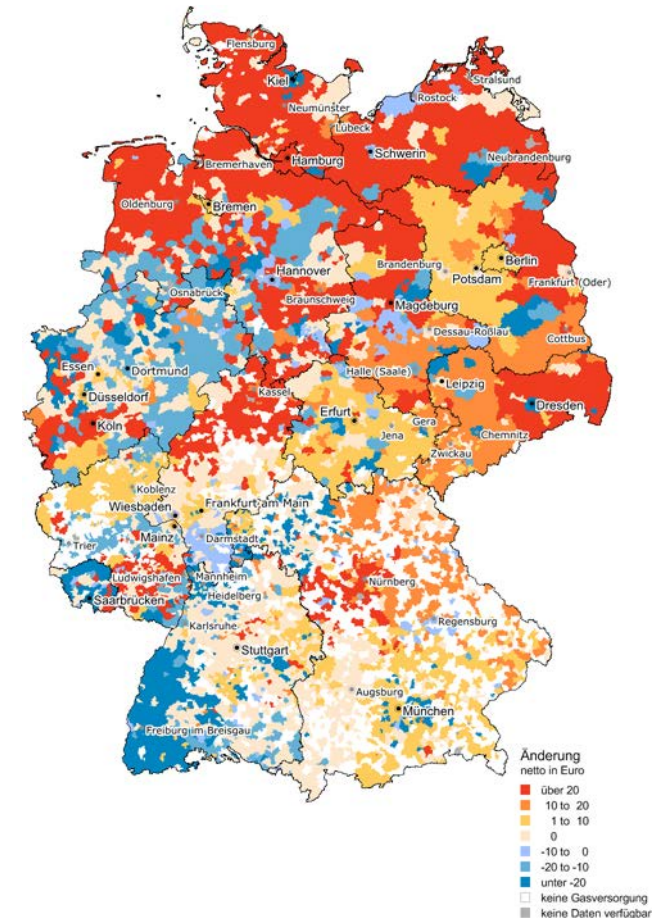
Ø Preisniveau: 303 €

Veränderung: +3 €

- Im Jahresverlauf 2014 sind die Netzentgelte um 1,0 Prozent gestiegen.
- Das höchste Netzentgelt betrug 916 Euro im Versorgungsgebiet optimization engineers GmbH in Sachsen-Anhalt. Dieses ist im Vergleich zum Vorjahr stabil geblieben.
- Das günstigste Netzentgelt lag mit 142 Euro im Versorgungsgebiet der SW Neuenhaus in Niedersachsen. Dieses ist im Vergleich zum Vorjahr um rund 15 Euro gefallen.
- Signifikante Erhöhungen der Netzentgelte in der Fläche ergaben sich insbesondere bei: E.ON Energie (um bis zu 72 €), EWE Vertrieb (um 26 €) und MITGAS (um bis zu 17 €).
- Senkungen in der Fläche waren bei Thüga Energie (um 57 €), RWE Vertrieb (um bis zu 40 €) und der badenova (um 25 €) zu verzeichnen.

Netznutzungsentgelte

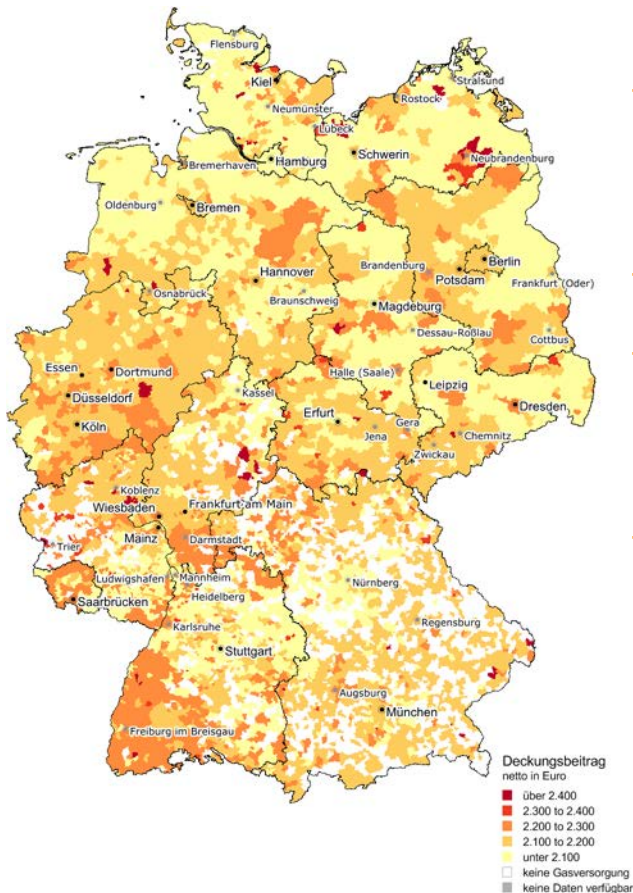
20.000 kWh/Jahr, 13 kW, Differenz zw. 01.01.2014 und 01.01.2015



→ 3.2.2 Gaspreise Gewerbekunden

Marge, Beschaffung, Vertrieb – günstigster verfügbarer Tarif

90.000 kWh/Jahr, 50 kW, Stichtag 01.01.2015



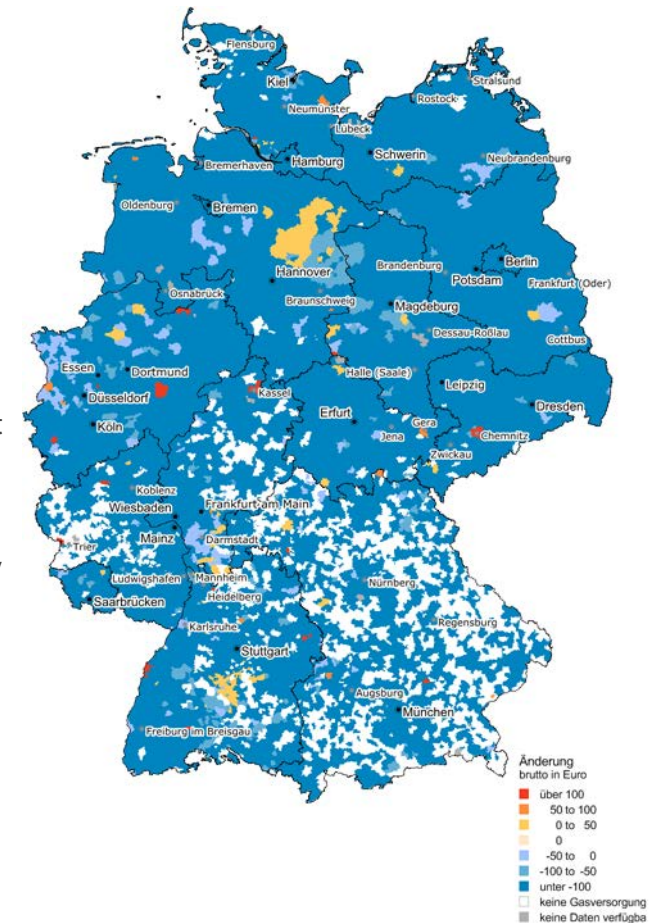
Ø Preisniveau: 2.115 €

Veränderung: -254 €

- Die Marge B-V der günstigsten verfügbaren Tarife lag am 01.01.2015 durchschnittlich 10,7 Prozent niedriger als am 01.01.2014.
- Die Rückgänge der Marge B-V betrug bis zu 915 Euro (enerSwitch) und wurden zum größten Teil durch ExtraEnergie (um bis zu 825 €) und MAINGAU Energie (um bis zu 787 €) hingenommen.
- Die Marge B-V ist nur vereinzelt angestiegen, am häufigsten bei ExtraEnergie (um bis zu 728 €).
- Die höchste Marge B-V hatten die Neubrandenburger SW mit 3.047 Euro im eigenen Versorgungsgebiet. Die geringste Marge B-V lag mit 510 Euro bei BürgerGas im Versorgungsgebiet von Erdgas Westenthanner.
- ExtraEnergie, der am häufigsten günstigste Anbieter, erreichte eine durchschnittliche Marge B-V in Höhe von 2.106 Euro in den PLZ, in denen das Unternehmen günstigster Anbieter war. Bei MAINGAU Energie, dem am zweithäufigsten günstigsten Anbieter, waren es 2.099 €.

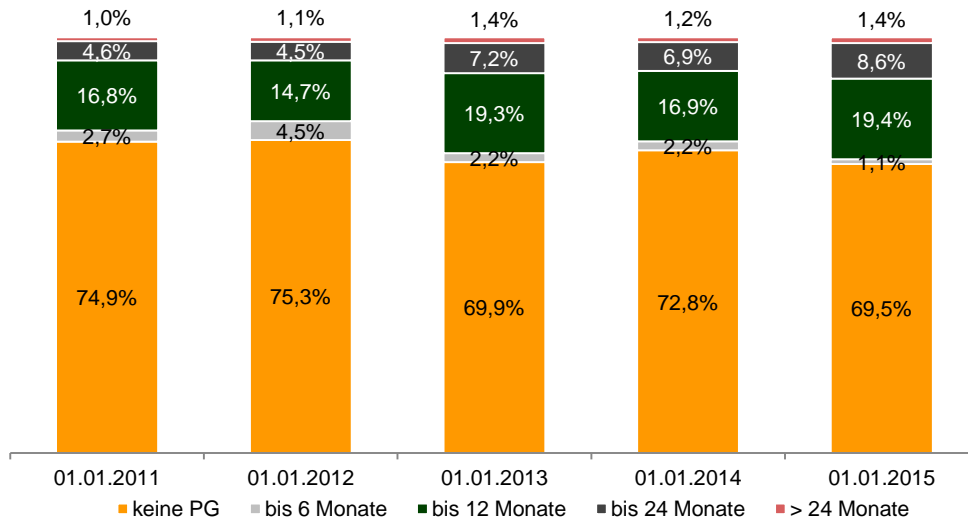
Marge, Beschaffung, Vertrieb – günstigster verfügbarer Tarif

90.000 kWh/Jahr, 50 kW, Differenz zw.
01.01.2014 und 01.01.2015



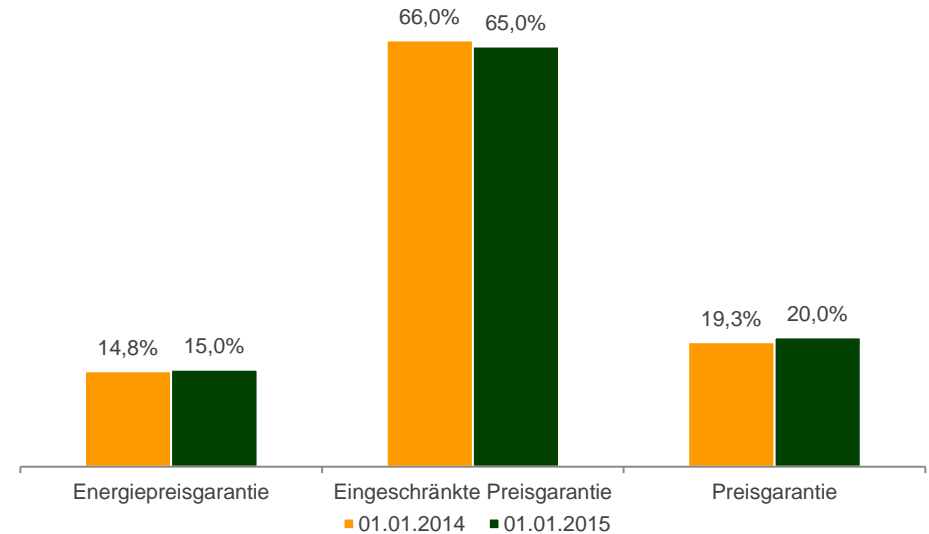
→ 4.1 Produkte – Tarifstruktur Strom

Tarife nach Dauer der Preisgarantie* in %
Strom Privatkunden



- Die Tarifstruktur für private Stromkunden ist im Jahr 2014 durch eine Verschiebung zugunsten langer Preisgarantien aufgefallen.
- Der Anteil der Tarife ohne Preisgarantie ist um 3,3 Prozent spürbar zurückgegangen.
- Gleichzeitig hat die Kategorie der Tarife mit einer Preisgarantie von bis zu zwölf Monaten – die Mindestdauer für eine Tarifempfehlung bei den führenden Vergleichsportalen – um 2,5 Prozentpunkte zugenommen.
- Die Kategorie der langen Preisgarantien von bis zu 24 Monaten ist auf einen Höchstwert von 8,6 Prozent gestiegen.

Verteilung nach Art der Preisgarantie (Privatkunden)
01.01.2015 ggü. 01.01.2014



- Die Verteilung der Preisgarantien nach Art ist durch einen Rückgang der eingeschränkten Preisgarantien aufgefallen, die in den vergangenen Jahren immer häufiger angeboten wurden.
- Gleichzeitig hat die Energiepreisgarantie, die immer weiter an Marktanteil verloren hatte, leicht zugenommen. Der Anteil der vollen Preisgarantie hat ebenfalls zugenommen.
- Diese Entwicklung wird u.a. anhand der Produktdifferenzierung einiger Anbieter wie epirimo und MAINGAU Energie, die sich vom Wettbewerb durch eine volle Preisgarantie hervorzuheben versucht haben, ersichtlich.

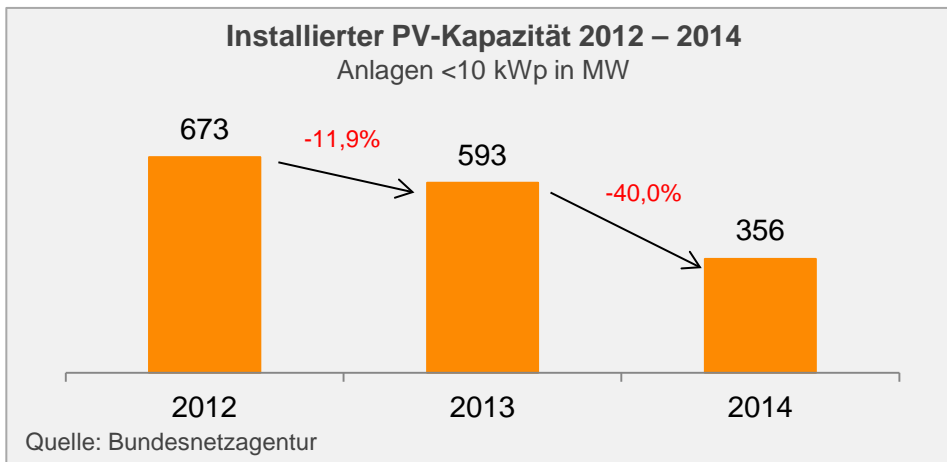
* Die hier dargestellten Preisgarantien beinhalten sowohl echte Preisgarantien als auch die Energiepreisgarantie oder sonstige Preisfixierungen.

→ 4.2 Produkte – Energiedienstleistungen

Photovoltaik mit neuen Geschäftsmodellen im Fokus

PV-Markt nun auch bei Privatkunden stark rückläufig

- Aufgrund der sinkenden Einspeisevergütung hat sich der Rückgang bei den neuinstallierten PV-Anlagen im Jahr 2014 weiter fortgesetzt.
- Während der Markt für Kleinanlagen unter 10 kWp im Jahr 2013 mit einem Rückgang der installierten Kapazität um 12 Prozent noch relativ stabil war, kam es 2014 auch hier zu einem deutlichen Einbruch.



- Auch das erste Quartal 2015 entwickelt sich nochmals deutlich schlechter als der gleiche Vorjahreszeitraum.
- Trotzdem werden dem Solarmarkt nach wie vor hohe Potenziale zugeschrieben. Einen Teil dazu sollen vor allem neue Finanzierungsmodelle wie die Vermietung von PV-Anlagen beitragen.

Neue Player wollen Solaranlagen vermieten statt verkaufen

- Der Vertrieb von Solaranlagen an Privat- und Gewerbekunden erfolgt schon lange nicht mehr mit Schwerpunkt auf die zu erzielende Rendite. Vielmehr argumentieren die Anbieter mit stabilen Strompreisen und der zunehmenden Unabhängigkeit von der Belieferung durch Energieversorger.
- Die Rückgänge bei der installierten Kapazität und auch bei der Anzahl der kleinen Solaranlagen von 86.000 im Jahr 2013 auf 56.000 im Jahr 2014 zeigen aber, dass die Verbraucher sich immer seltener für eine Solaranlage entscheiden. Neben der geringen Einspeisevergütung wird dabei wohl auch die negative Presse zur Solarbranche, die im Wesentlichen von Insolvenzen geprägt ist, ihren Anteil haben.
- Um wieder etwas mehr Schwung in den Markt zu bringen, haben 2014 gleich mehrere Unternehmen damit begonnen, Solaranlagen nicht mehr nur zu verkaufen, sondern auch an die Verbraucher zu verpachten bzw. zu vermieten. Der Nutzer zahlt also einen festen monatlichen Betrag und erhält dafür den Strom, den die Anlage produziert. Diesen kann er ins öffentliche Netz einspeisen und die Einspeisevergütung kassieren oder auch selbst verbrauchen.
- Zum Teil kann die PV-Anlage um einen Speicher ergänzt werden, der ebenfalls über ein Miet- bzw. Pachtmodell finanziert wird.
- greenergetic und Trianel bieten das Modell als White Label-Lösung für Stadtwerke an, um diesen den Einstieg in das neue Geschäftsfeld zu erleichtern.
- Unternehmen wie Wirsol versuchen derzeit den Vertrieb aufzubauen und setzen dabei unter anderem auf den Direktvertrieb.

→ 5. Marketing und Vertrieb – Sponsoring

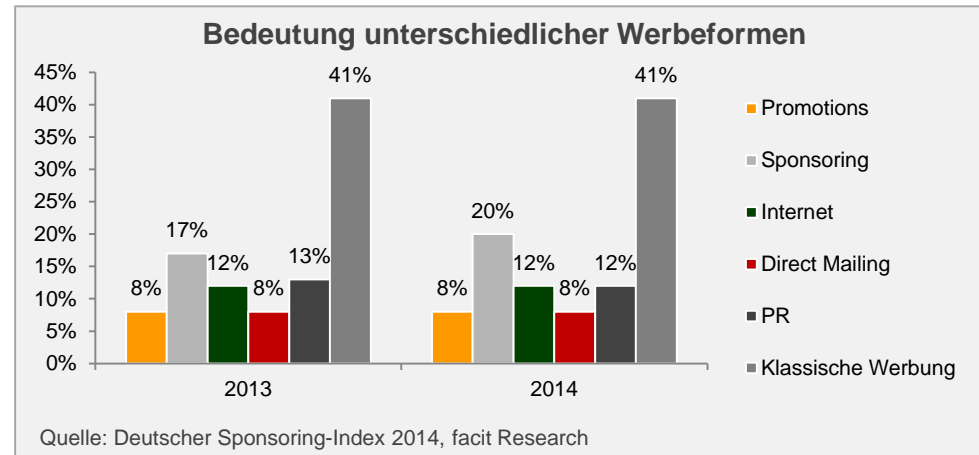
Versorger investieren viel in Sponsoring

- Die finanzielle Unterstützung von Sport, Kultur und sozialen Zwecken gehörte auch im Jahr 2014 zu den wichtigsten Marketing-Instrumenten von Energieversorgern, aber auch anderen Branchen. Gerade im Hinblick auf regionales Engagement ermöglicht Sponsoring Stadtwerken, ihre Verbundenheit mit der Region zu zeigen und evtl. höhere Preise als die unmittelbaren Wettbewerber durch Investitionen in die eigene Region zu rechtfertigen.
- Bei Energieversorgern im Jahr 2014 besonders beliebt war das Sportsponsoring. So unterstützt beispielsweise Vattenfall nach wie vor den Berliner Halbmarathon und größere Versorger wie enercity engagieren sich als Sponsor des Fußballvereins Hannover 96.
- Aber auch kleinere Sponsoringaktivitäten, die den Kunden direkt zugute kommen, gibt es häufig. Ein wichtiger Aspekt ist das Trikotsponsoring, insbesondere für lokale Vereine und deren Jugendmannschaften. Hier engagierte sich bspw. die Mainova mit 500 Trikotsätzen oder die Stadtwerke Herten mit Trikots im Wert von 10.000 Euro.
- Auch soziale Aspekte spielen immer wieder eine Rolle. Spendenaktionen für die Jugendhilfe (RWE) oder die Unterstützung eines Palliativvereins (EAM) sind nur wenige Beispiele des Engagements.

Sponsoring bleibt ein wichtiges Marketing-Instrument

- Dass Sponsoring für das Marketing von Unternehmen eine hohe Bedeutung hat, zeigt auch der Deutsche Sponsoring-Index 2014. Im Auftrag der Serviceplan Sponsoring & Live und Sky Media Network befragte Facit Research 9.000 Verbraucher, analysierte 60 Marken und 675 Sponsoring-Objekte.

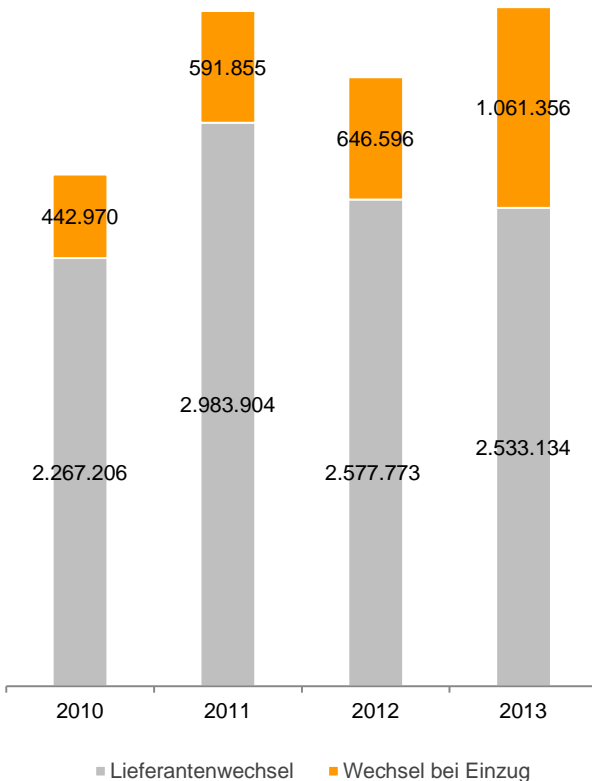
- So nahm die Bedeutung des Sponsorings im Vergleich zur letzten Erhebung im Jahr 2013 um drei Prozentpunkte auf 20 Prozent im Media-Mix zu. Zudem gaben 37 Prozent der Befragten an, dass sie Marken aufgrund deren Sponsoring-Aktivitäten als sympathischer empfinden, und 31 Prozent meinen, dass Sponsoring zu einem besseren Markenverständnis beiträgt.



- Die weitaus größte Bedeutung kommt dem Sport-Sponsoring zu. 52,1 Prozent der Befragten finden, dass es sich hierbei um die wichtigste Werbeform handelt. Mit deutlichem Abstand folgen mit 19 Prozent das Medien-Sponsoring sowie das Sponsoring von Kunst, Kultur und Events. Auf den hintersten drei Plätzen stehen das Sozial-Sponsoring, Öko-Sponsoring sowie Bildungs-Sponsoring mit einer Bedeutung von jeweils unter zehn Prozent.

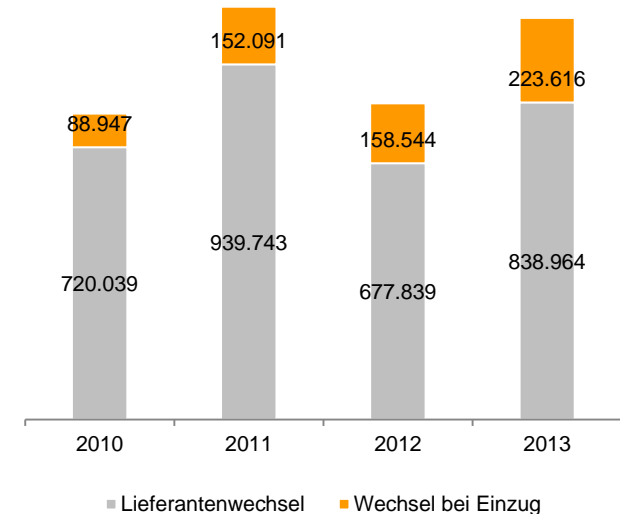
→ 6.1 Kundenverhalten – Bundesnetzagentur

Lieferantenwechsel Haushaltskunden Strom*
2010 - 2013



- Im Jahr 2013 haben laut Bundesnetzagentur rund 3,6 Millionen Letztverbraucher den Stromlieferanten gewechselt.
- Dabei hat die BNetzA die Wechslerzahlen um 500.000 unfreiwillige Wechsel in die Grundversorgung infolge der FlexStrom-Insolvenz „bereinigt“. Somit waren mehr als vier Millionen Versorgerwechsel im Strommarkt zu verzeichnen.
- Der sprunghafte Anstieg der Wechsel bei Umzug um 65 Prozent wirft jedoch Fragen auf, da die BNetzA einen solchen als die Zuordnung der Messstelle eines Letztverbrauchers zu einem neuen Lieferanten definiert. Diese Definition führt jedoch dazu, dass ein Kunde, der seinen Liefervertrag bei Umzug mitnimmt, trotzdem als Lieferantenwechsel gezählt wird, sofern er von einem anderen Anbieter als dem Grundversorger beliefert wird. Es ist deswegen anzunehmen, dass die Anzahl der Wechsel bei Umzug zu hoch liegt.
- Klammert man die Wechsel bei Umzug aus, so stellt man fest, dass im Vergleich zum Vorjahr die Wechselvorgänge bei 2,5 Mio. stabil geblieben sind.
- Im Gasmarkt hingegen ist ein klarer Anstieg der Wechselvorgänge zu verzeichnen. Zählt man die Wechsel bei Umzug dazu, so ist das Wechselaufkommen um 27,0 Prozent gestiegen; klammert man sie aus, so beträgt der Anstieg 23,8 Prozent.

Lieferantenwechsel Haushaltskunden Gas*
2010 - 2013



* Die Angaben beziehen sich auf die bei der Bundesnetzagentur eingegangenen Antworten der Versorger. Da nicht von allen Unternehmen Daten zur Verfügung gestellt wurden, sind die Angaben geringer als die tatsächliche Wechselquote.

→ 8. Disclaimer

Disclaimer

Die vorliegende Ausgabe des Energiemarktreport 2015 ist nur als Ausschnitt einiger Themengebiete zu verstehen, ohne umfassend und abschließend zu sein. Für Auslassungen und Fehler kann trotz sorgfältiger Recherche keine Haftung übernommen werden. Das gilt auch für die im Energiemarktreport enthaltenen Marktdaten.

Es ist zudem nicht auszuschließen, dass sich einzelne Daten seit Redaktionsschluss geändert haben oder nicht berücksichtigt wurden. Soweit im Energiemarktreport rechtliche Ausführungen enthalten sind, stellen diese keinen anwaltlichen Rechtsrat dar und ersetzen keine auf den Einzelfall bezogene anwaltliche Beratung.

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt.

Jegliche Art der Vervielfältigung, Übersetzung, Bearbeitung, Verbreitung oder öffentlichen Wiedergabe des Energiemarktreport ist streng verboten. Der Energiemarktreport darf insbesondere nicht kopiert werden, gleich auf welchem Datenträger, und nicht in andere Programme eingelesen oder mit anderen Programmen verarbeitet werden. Eine Weitergabe des Energiemarktreports ist nicht gestattet. Dieses Verbot umfasst auch eine konzerninterne Weitergabe, d.h. eine Weitergabe an mit dem Erwerber des Energiemarktreport gesellschaftlich verbundene Unternehmen. Verivox und Kreuzer Consulting behalten sich ausdrücklich vor, durch den Einsatz geeigneter technischer Mittel Verstöße gegen die vorliegenden Nutzungsbedingungen aufzudecken. Verivox und Kreuzer Consulting werden jeden Verstoß verfolgen und zur Anzeige bringen.

→ 8. Datengrundlagen

Definitionen

- Sämtliche Tarifdaten sind der Verivox-Tarifdatenbank oder den Angeboten der betroffenen Unternehmen entnommen und beziehen sich jeweils auf die in den Überschriften der Karten genannten Stichtage bzw. Zeiträume.
- Weitere Informationen zur Markt- und Wettbewerbsentwicklung sind der Tages- und Fachpresse sowie den Webseiten und Presseinformationen von Versorgern, Organisationen oder Analysten/Studienanbietern sowie sonstigen Unternehmen entnommen.
- Die Endpreise im Privatkundensektor sind als Bruttowerte ausgewiesen. Gewerbekundenpreise werden netto dargestellt.
- Im Privatkundenteil beziehen sich alle Daten auf einen jährlichen Stromverbrauch von 4.000 kWh und Gasverbrauch von 20.000 kWh bei einer Anschlussleistung von 13 kW.
- Im Gewerbekundenteil beziehen sich alle Daten auf einen jährlichen Stromverbrauch von 10.000 kWh und Gasverbrauch von 90.000 kWh bei einer Anschlussleistung von 50 kW.
- Die Berechnung von durchschnittlichen Preissteigerungen oder -senkungen sowie sämtliche Prozentangaben beziehen sich auf eine PLZ-genaue Differenzierung. Im Gegensatz zur Berechnung solcher Differenzen anhand der Versorgungsgebiete wird hier eine Gewichtung nach der Anzahl der belieferten PLZ-Gebiete pro Versorger vorgenommen. Je mehr PLZ-Gebiete von einer Erhöhung oder Senkung betroffen sind, desto stärker wirkt sich dies im Gesamtdurchschnitt aus. In PLZ-Gebieten, in denen mehrere Grundversorger aktiv sind, wurde immer der jeweils günstigste Tarif/Versorger berücksichtigt.
- Es werden grundsätzlich folgende Tarifvarianten unterschieden:
 - Grundversorgungstarif
 - Günstigster Tarif des Grundversorgers, in der Regel ein Wahltarif
 - Günstigster verfügbarer Tarif ohne Bonus = günstigster Tarif im PLZ-Gebiet ohne Paket und Bonus sowie mit maximaler Laufzeit von einem Jahr. Dies ist in der Regel der Tarif eines externen Anbieters.
 - Günstigster verfügbarer Tarif = absolut günstigster Tarif unter Berücksichtigung aller Tarifvarianten und Boni, in der Regel von einem externen Anbieter.
- Sämtliche Angaben über die Jahreskosten enthalten außerdem evtl. gewährte Boni oder Frei-kWh. Nicht enthalten sind Sachprämien wie Energiesparlampen etc.
- Der Betrag „Marge, Vertrieb, Beschaffung“ errechnet sich aus dem Bruttopreis abzüglich Mehrwertsteuer, Stromsteuer, KWK-Umlage, Netzentgelt, Konzessionsabgabe, §19-Umlage und EEG-Umlage. Es verbleiben Beschaffungskosten und Vertriebsmarge. Im Text wird „Marge, Beschaffung, Vertrieb“ mit Marge B-V abgekürzt.

→ 8. Kontakt und weiterführende Informationen

Verivox GmbH

Christian Buske
Division Head Energy Sales, Verivox GmbH

Am Taubenfeld 10
69123 Heidelberg

Tel. 06221 – 7961 – 124
Fax. 06221 – 7961 – 187
christian.buske@verivox.com

KREUTZER Consulting GmbH

Klaus Kreutzer
Geschäftsführer

Am Kloostergarten 1
81241 München

Tel. 089 – 1890 464-22
Fax. 089 – 1890 464-10
kk@kreutzer-consulting.com

Energiemarkt Aktuell **Ihr monatlicher Wettbewerbsüberblick**

- Während der jährliche Energiemarktreport einen Überblick über die langfristige Entwicklung des Energiemarkts in Deutschland liefert, bieten wir Ihnen mit Energiemarkt Aktuell eine optimale Ergänzung auf monatlicher Basis.
- Durch die Darstellung und Analyse der wichtigsten Ereignisse im abgelaufenen Monat, Informationen zur Preis- und Wettbewerbsentwicklung sowie zum Kundenverhalten stehen Ihnen umfassende Marktinformationen zur Verfügung, die Ihnen wertvolle Hinweise für Ihre Produkt- und Marktstrategie liefern.
- Monatliche Schwerpunktthemen, die sich mit wichtigen Entwicklungen befassen, runden Energiemarkt Aktuell inhaltlich ab.
- Bestellen Sie noch heute ein kostenloses Probeexemplar von Energiemarkt Aktuell und überzeugen Sie sich selbst.
- Ihre Fragen zu Energiemarkt Aktuell beantworten wir selbstverständlich jederzeit gerne.

→ 8. Daten- und Analyse-Angebot

Verivox Wechslerdaten

- Erfahren Sie mehr über das Wechselverhalten von Verivox-Nutzern.
 - Wo wird wie häufig gewechselt?
 - Welche Tarifbestandteile bevorzugen die Wechsler?
 - Wie lange binden Sie sich?
- Diese und andere Fragen beantworten die Verivox-Wechslerdaten, auf Monatsbasis, deutschlandweit oder individuell auf Ihr Versorgungs- bzw. Vertriebsgebiet zugeschnitten.

Verivox-Wechslerstudie Energie

- Erfahren Sie mehr über das Wechselverhalten von Verivox-Nutzern. Wie hat sich das Wechselaufkommen in den letzten Jahren entwickelt? Welche Faktoren beeinflussen das Wechselverhalten? Diese und andere Fragen beantwortet diese halbjährlich erscheinende Studie, bezogen auf das Wechselverhalten der Verivox-Nutzer sowie den Gesamtmarkt.

Verivox-Rankingtabellen

- Erfahren Sie mehr über die Struktur des Wettbewerbes in unterschiedlichen Verbrauchsstufen.
 - Wer bietet in welcher PLZ attraktive Tarife an?
 - In welchen PLZ ist der Wettbewerb besonders intensiv?
 - Wie muss mein Tarif gestaltet sein, um auf einem Vergleichsportale wie Verivox erfolgreich zu performen?
- Diese und viele andere Fragen beantworten die Verivox-Rankingtabellen, täglich aktuell, deutschlandweit oder individuell auf Ihr Grundversorgung- bzw. Vertriebsgebiet zugeschnitten.

Für die Diskussion Ihres Datenbedarfs und ein individuelles Angebot wenden Sie sich bitte an:

Christian Buske
Tel: 06221-7961 124
Mail: christian.buske@verivox.com

Energiemarkt Aktuell/Energiemarktreport

- Wir informieren Sie mit dem monatlichen Report „Energiemarkt Aktuell“ über die wesentlichen Entwicklungen rund um Marketing und Vertrieb sowie die Preisentwicklung und das Wechselaufkommen.
- Der Energiemarktreport analysiert einmal jährlich aktuelle Trends und Entwicklungen im Energiemarkt und bewertet diese im Hinblick auf strategische Handlungsalternativen für Energieversorger.

Weitere Auswertungen und Analysen

- Zusätzlich zur Lieferung der reinen Daten bieten wir folgende Leistungen an:
 - Auswertungen als Powerpoint-Datei, auch in Ihrem Corporate Design.
 - Individuelle Analysen, bezogen auf Ihre spezifische Unternehmenssituation.