



Der Strom- und Gasvertrieb im Wandel

Unabhängige Anbieter am Scheideweg

Ausgewählte Studienergebnisse

Berlin, Dezember 2012

Vorbemerkung

Als ein Marktführer in der Beratung von Energieunternehmen beschäftigt sich die Utility Practice von A.T. Kearney mit Fragen der Weiterentwicklung der Energiemärkte und strategisch relevanten Themen der Energiewirtschaft.

Die vorliegende Studie „Der Strom- und Gasvertrieb im Wandel – Discountanbieter am Scheideweg“ wurde durchgeführt, um einen Beitrag zur sachlichen Diskussion über die Entwicklungen auf dem Energiemarkt zu liefern. Ziel war es insbesondere, die Geschäftsmodelle unabhängiger Anbieter auf dem deutschen Strom- und Gasmarkt für Haushaltskunden zu analysieren und deren Herausforderungen herauszuarbeiten.

Die Studie ist intern initiiert und wurde nicht im Auftrag eines Klienten durchgeführt. Die Studie wurde von Hanjo Arms, Dr. Andreas Stender, Dr. Volker Lang und Ann-Cathrin Seifried erarbeitet.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an Stefanie Freyer, Marketing & Communications, A.T. Kearney Ges.m.b.H., Trattnerhof 1, 1010 Wien
Tel.: 0043-1-53667-146, email: stefanie.freyer@atkearney.com.

Inhalte der Studie

- Zusammenfassung
- Allgemeiner Marktüberblick Strom- und Gasmarkt Deutschland
- Discountanbieter
- Ökoanbieter
- Rolle der Vergleichsportale

Zusammenfassung (1/3)

Unabhängige Discount- und Ökoanbieter im deutschen Strom- und Gasmarkt für Haushaltskunden befinden sich am Scheideweg: Reine Ökostromanbieter erweisen sich zunehmend als Gewinner der Strommarktliberalisierung. Billigstromanbieter hingegen kämpfen mit ihrem riskanten Geschäftsmodell und sind dabei ihre Strategie zu ändern – oft zu Lasten der Kundenzufriedenheit. Dies geht aus einer aktuellen Analyse der Unternehmensberatung A.T. Kearney hervor, die in einer unabhängigen Studie jährlich den deutschen Strommarkt und seit 2012 auch den deutschen Gasmarkt für Haushaltskunden untersucht.

Unabhängige Anbieter weiter auf dem Vormarsch

- Der Strommarkt für Haushaltskunden zeigt weiterhin ein starkes Wachstumspotenzial. Die Anzahl der Wechselkunden wird bis zum Jahr 2016 von 7 Mio. (2011) auf voraussichtlich 12 Mio. ansteigen. Dies entspricht einem Zuwachs der Wechselquote von 18% auf 30% des Gesamtmarktes. Auch im Gasmarkt für Haushaltskunden zeichnet sich ein ähnlicher Trend ab. Von 1,2 Mio. gewechselten Gaskunden (2011) wird die Anzahl der Wechselkunden bis 2016 auf 2,2 Mio. ansteigen, was einem Zuwachs der Wechselquote von 9% auf 16% des Gesamtmarktes entspricht.
- Aufgrund dieses Trends drängen unabhängige Anbieter unvermindert stark in den deutschen Strom- und Gasmarkt für Haushaltskunden und machen den etablierten Energieversorgern Konkurrenz. Die Anzahl der unabhängigen Stromanbieter hat sich von 25 im Jahr 2009 auf 50 bis Ende 2011 verdoppelt. Im Gasmarkt hat sich die Anzahl unabhängiger Anbieter von 20 (2009) auf 55 (Ende 2011) sogar nahezu verdreifacht.
- „Im deutschen Strom- und Gasmarkt gibt es mehr Anbieter als je zuvor“ stellt Hanjo Arms, Partner bei A.T. Kearney und Autor der Studie, fest. „Zudem wächst die Anzahl der Zweitmarken sowie der Tarife und Angebote überproportional“. Im Jahr 2011 sind insgesamt 470 neue Strom- und 405 neue Gastarife in Deutschland hinzugekommen.

Zusammenfassung (2/3)

Discounter verändern ihr Geschäftsmodell – zu spät?

- Discountanbieter erfreuen sich zwar bei Wechselkunden großer Beliebtheit, doch ihr Geschäftsmodell bereitet ihnen zunehmend Schwierigkeiten.
- „Viele Billigstromanbieter machen im ersten Vertragsjahr zunächst keinen Gewinn, bitten den Kunden aber in den Folgejahren kräftig zur Kasse“, sagt Andreas Stender, Principal bei A.T. Kearney und Co-Autor der Studie. „Strukturell kann dieses Modell für die Unternehmen durchaus erfolgreich sein, da sie auf die Trägheit der Kunden beim Tarifwechsel setzen. Nachhaltige Kundenzufriedenheit werden sie damit aber wohl nicht erzielen.“
- Eine Analyse der Endkundenpreise zeigt das deutlich: Etwa 70% des Endkundenpreises bei Strom und 60% bei Gas setzen sich aus Steuern und Abgaben sowie Netzentgelten zusammen und sind daher nicht durch die Strom- bzw. Gasvertriebe beeinflussbar. „Wenn dann hohe einmalige Boni an Neukunden ausgezahlt werden, ist die Rohmarge vor internen Kosten für diese Kunden im ersten Jahr deutlich negativ“ ergänzt Arms.
- Um das Problem einer deutlich negativen Marge zu Beginn des Kundenlebenszyklus zu lösen, entwickeln Discounter ihr Geschäftsmodell momentan erkennbar weiter. Es zeigt sich eine Abkehr von cash-orientierten Vorkassetarifen hin zur Kundenwert- bzw. Ergebnissteigerung. Durch konsequente Umsetzung von Maßnahmen wie z.B. schnelle Preiserhöhungen, Einbehalten des Bonus, Ansätze von Mehrverbrauchsabschlägen oder Paketpreise können Billiganbieter durchaus profitabel werden. Allerdings machen diese Beispiele auch deutlich, dass die „Kundenwert“-steigerung aus Sicht der Unternehmen klar zu Lasten der Kundenzufriedenheit geschieht. Außerdem stellt sich die Frage, ob einige Unternehmen die Kundewertsteigerung zu spät und in zu geringem Ausmaß erreichen werden.

Ökostrom etabliert sich weiter als Massenmarkt

- Das Modell „Ökostrom“ hingegen kristallisiert sich zunehmend als Gewinnermodell heraus. Reine Ökoanbieter sind in der Regel sowohl im Bereich Strom als auch bei Gas vom ersten Kundenjahr an profitabel und benötigen so auch kaum Maßnahmen zur Kundenwertsteigerung. Eine Analyse zeigt für Strom zum Beispiel eine Rohmarge von 90-120€ pro Jahr und von 160-200€ für den Bereich Gas.
- Ökogas befindet sich allerdings im Vergleich zu Ökostrom noch in einer früheren Entwicklungsstufe, und bleibt vorerst ein Nischensegment. Bei Strom stammen 36% der angebotenen Tarife aus dem Ökosegment, so dass man hier von einem etablierten Massenmarkt sprechen kann.

Zusammenfassung (3/3)

Vergleichsportale spielen weiterhin Schlüsselrolle für Discounter, nehmen aber an Bedeutung ab

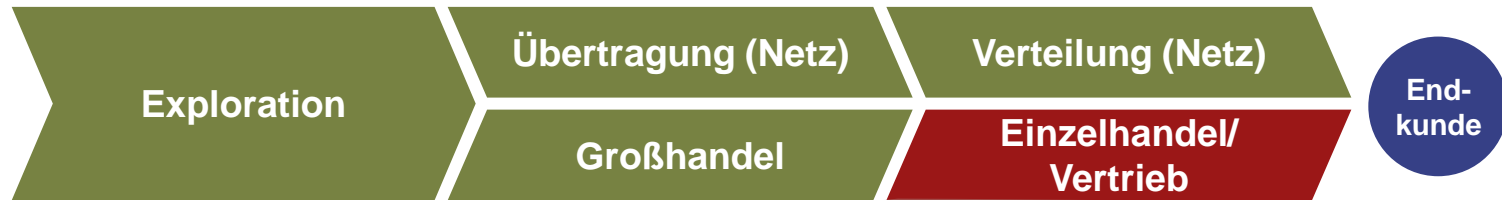
- Bereits 80% der Haushaltskunden informieren sich über ein Vergleichsportal und nahezu 50% führen einen Wechsel online aus. Die Portale bieten strukturelle Vorteile vor allem für Discountanbieter, die mit einer Mehrmarkenstrategie oft gleich mehrere vordere Plätze belegen. Eine erste Bewegung in Richtung Verbraucherschutz ist zwar sichtbar, hat sich aber noch nicht umfassend durchgesetzt. Die Portale beeinflussen nach wie vor stark die Marktpreise und sind einer der wichtigsten Vertriebskanäle für Discounter. Eine zunehmende Anzahl von Portalen macht aber auch hier das Wettbewerbsumfeld schwieriger. Dies gilt sowohl für Strom- als auch Gas.

Allgemeiner Marktüberblick Strom- und Gasmarkt Deutschland

Die vorliegende Studie fokussiert sich auf den Strom- und Gasvertrieb für Haushaltskunden in Deutschland.

Studienfokus

Wertschöpfungskette Strom & Gas



Kundensegment	Industriekunden ¹	Geschäfts- und Gewerbekunden ²	Haushaltskunden
Typische Verbrauchsklassen	Strom: > 1.000 MWh Gas: > 10.000 MWh	Strom: 30-1.000 MWh Gas: 300-10.000 MWh	Strom: <30 MWh Gas: <300 MWh
Stromabsatz gesamt (% Gesamtmarkt D)	~270 TWh p.a. (50 %)	~130 TWh p.a. (24 %)	~140 TWh p.a. (26 %)
Gasabsatz gesamt (% Gesamtmarkt D)	~480 TWh p.a. (57 %)	~140 TWh p.a. (17 %)	~220 TWh p.a. (26 %)
			Fokus der Studie

Basisjahr 2011

1. Inklusive Verkehr

2. Inklusive Landwirtschaft

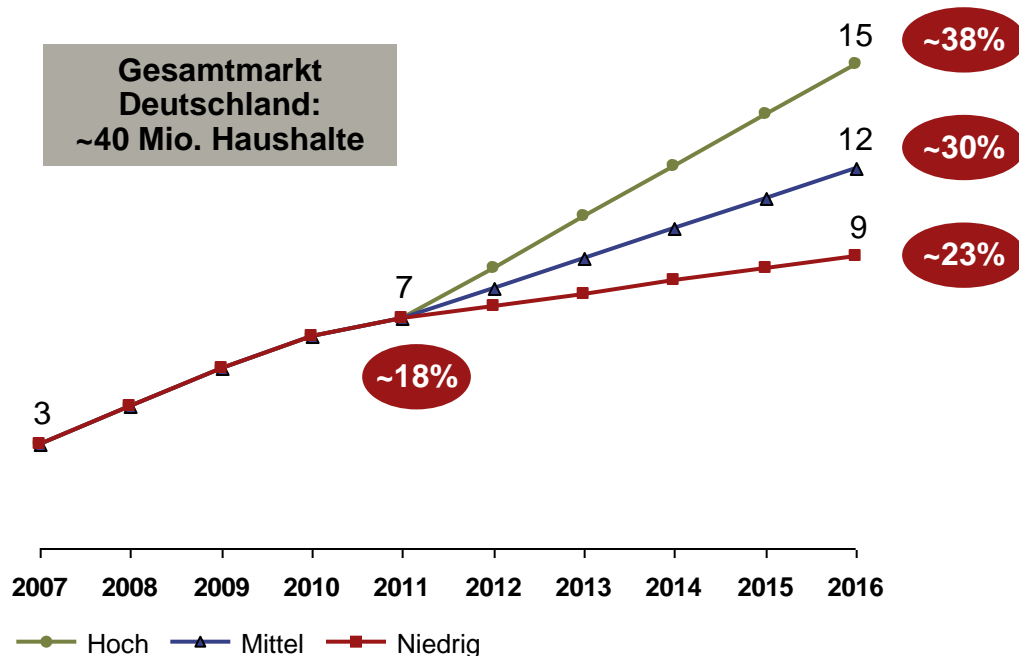
Quelle: BDEW; A.T. Kearney

Eine Prognose zeigt ein weiterhin starkes Wachstumspotential im Wechselmarkt für Stromhaushaltskunden.

Potentielle Entwicklung Wechselmarkt Deutschland – Strom

Szenarien Strom

Kumulierte Anzahl Wechselkunden¹
(in Mio. Haushalten)



~ x % Kumulierte Wechselquote: Anteil der Wechselkunden am Gesamtmarkt

Szenariobeschreibung

■ Szenario Hoch:

- Steigende Retailpreise (z.B. durch EEG)
- Hohe Vertriebsmargen
- Durchsetzung neuer Technologien (Smart Metering)

■ Szenario Mittel:

- Konstante Vertriebsmargen
- Wechselraten auf Niveau vergleichbarer Märkte

Basis-Szenario für die weitere Untersuchung

■ Szenario Niedrig:

- Weiterhin niedrige Vertriebsmargen (Steigende Netzentgelte und Großhandelspreise)
- Geringeres Interesse der großen Marktspieler am Wechselmarkt

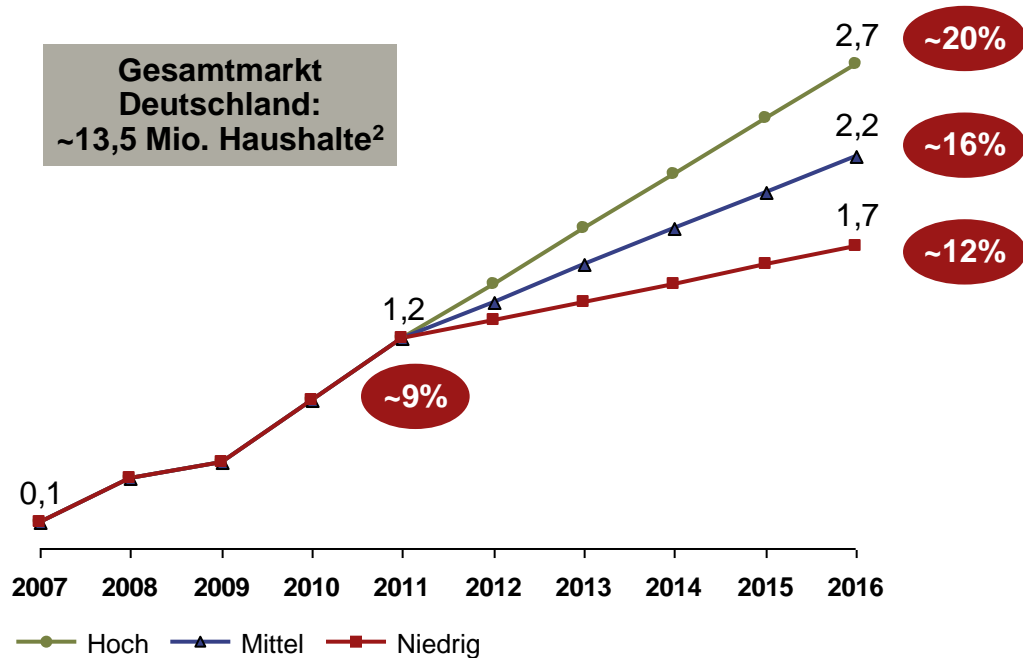
1. Anzahl Kunden, die mindestens einmal von ihrem integrierten Versorger zu einem alternativen Anbieter gewechselt sind; Potentialabschätzung auf Basis der Entwicklung internationaler Strommärkte und vergleichbarer Branchen
Quelle: BDEW; Bundesnetzagentur; A.T. Kearney

Eine Prognose für den Wechselmarkt der Gas-Haushaltskunden zeigt ebenfalls Wachstumspotential.

Potentielle Entwicklung Wechselmarkt Deutschland – Gas

Szenarien Gas

Kumulierte Anzahl Wechselkunden¹
(in Mio. Haushalten)



Szenariobeschreibung

■ Szenario Hoch:

- Hohe Vertriebsmargen
- Weiter sinkende Großhandelspreise

■ Szenario Mittel:

- Konstante Vertriebsmargen
- Wechselraten auf Niveau vergleichbarer Märkte

Basis-Szenario für die weitere Untersuchung

■ Szenario Niedrig:

- Sinkende Vertriebsmargen (Steigende Netzentgelte und Großhandelspreise)
- Geringeres Interesse der großen Marktspieler am Wechselmarkt

~ x % Kumulierte Wechselquote: Anteil der Wechselkunden am Gesamtmarkt

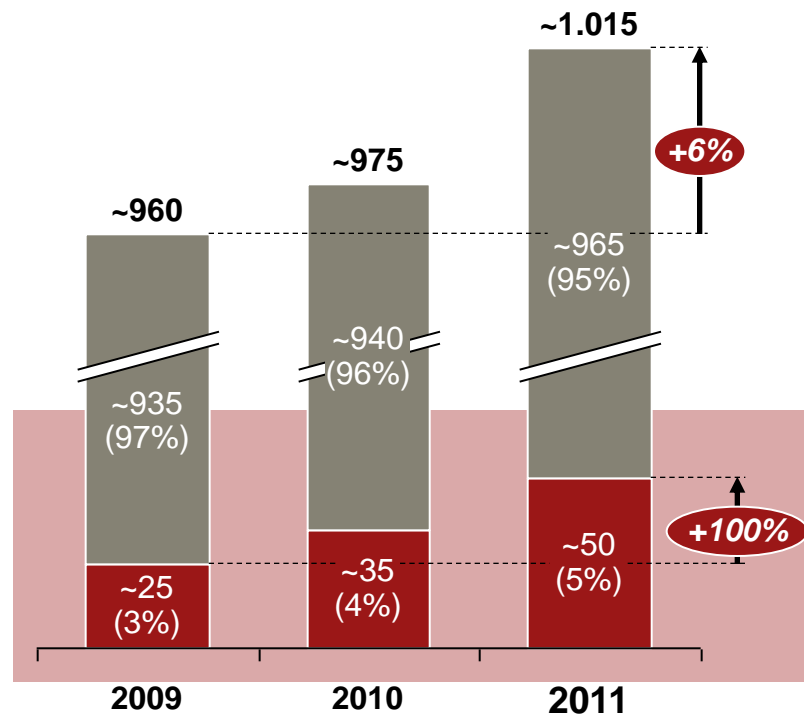
1. Anzahl Kunden, die mindestens einmal von ihrem etablierten Versorger zu einem alternativen Anbieter gewechselt sind;
Potentialabschätzung auf Basis der Entwicklung internationaler Gasmärkte und vergleichbarer Branchen
2. Haushalte bzw. Hausgemeinschaften mit eigenem Gaszähler
Quelle: BDEW; Bundesnetzagentur; A.T. Kearney

Zwischen 2009 und 2011 hat die Anzahl unabhängiger Anbieter stark zugenommen.

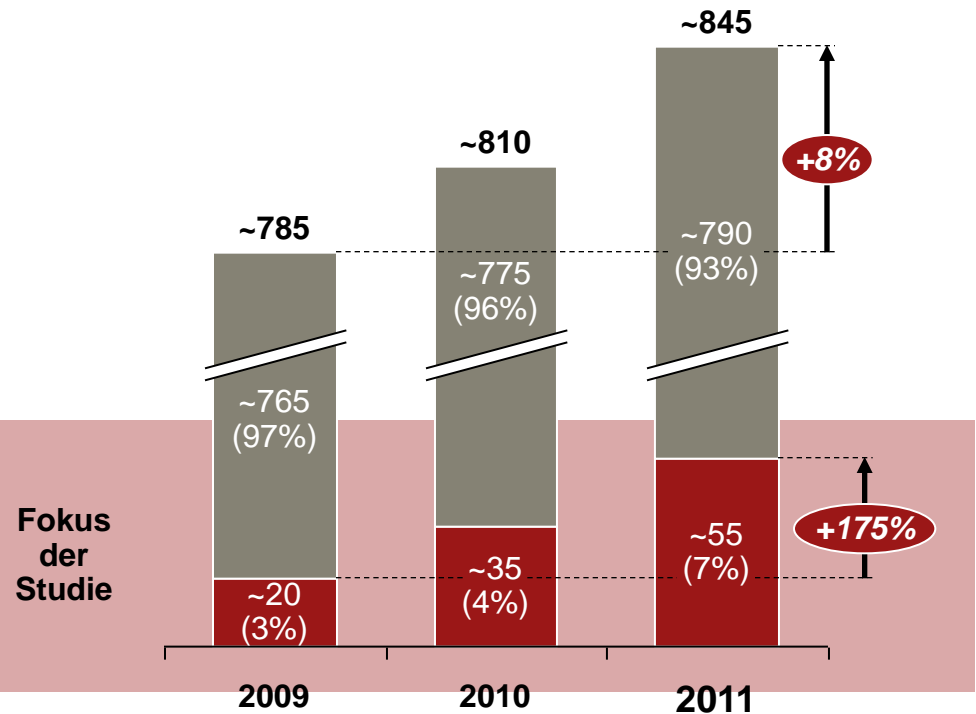
Aktuelle Anbieterstruktur Deutschland

Strom & Gas Haushaltskunden

Anzahl der Stromanbieter



Anzahl der Gasanbieter



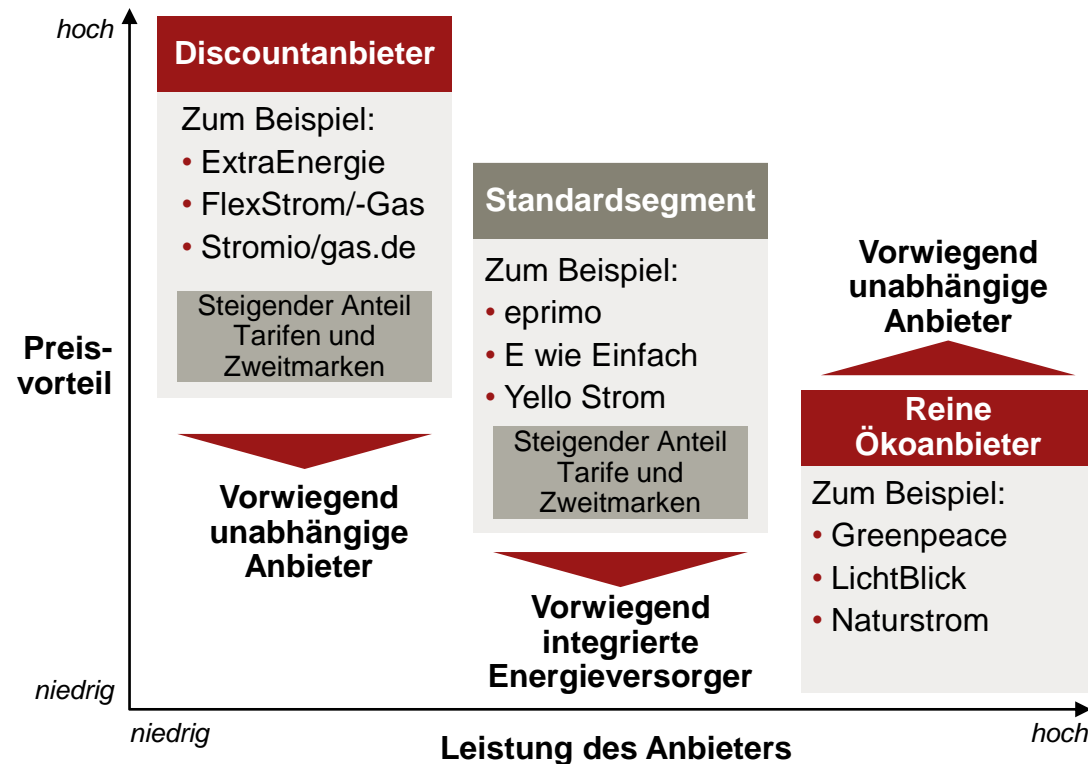
Fokus der Studie

■ Integrierte Energieversorger (inkl. Zweitmarken)
■ Unabhängige Anbieter

Unabhängige Wettbewerber nehmen vorwiegend Positionen im Discount- oder Ökosegment ein.

Segmentierung von Strom- und Gasanbietern

Strom & Gas



Discountanbieter

- Hoher Preisvorteil gegenüber der Grundversorgung mit in der Regel begrenztem Leistungsumfang
- Häufige Kopplung der Discount-Angebote an Vorauskasse, Paketpreise oder Kautions
- Einzug von Ökotarifen und Ökozweitmarken in das Discountsegment

Standardsegment

- Moderater Preisvorteil gegenüber der Grundversorgung
- Marktüblicher Leistungsumfang und Zahlungsmodalitäten
- Einzug von Ökotarifen und Ökozweitmarken in das Standardsegment

„Reine“ Ökoanbieter

- Hohe Glaubwürdigkeit durch ausschließliches Angebot von Ökostrom und -gas
- Positionierung im Premiumsegment mit keinem oder nur einem geringen Preisvorteil gegenüber der Grundversorgung

Ökostrom und -gasprodukte sind mittlerweile in allen Anbietersegmenten vertreten

Die Top 3 Ökostromanbieter wiesen in 2011 ein Wachstum von durchschnittlich 20% aus.

Ausgewählte Discount- und Ökoanbieter

Strom & Gas

Discountanbieter

Anbieter	Gründung	Kunden (Tsd.)		Umsatz (Mio. EUR)		Mitarbeiter	
		2011	2010	2011	2010	2011	2010
FlexStrom AG	2003	440	398	310	267	600	500
ExtraEnergie GmbH	2008	600	n/a	316	na	n/a	n/a
Stromio/gas.de ²	2009	n/a	n/a	n/a	na	n/a	n/a

- Die aktuellen Top 3 Discounter sind nach eigenen Angaben weiterhin auf Wachstumskurs, Kunden-, Umsatz und Mitarbeiterzahlen werden zum Teil nicht angegeben.
- Der bis dahin größte Discountanbieter Teldafax meldet in 2011 Insolvenz an.
- Preisaggressive Positionierung mit hohem Preisvorteil; teilweise Verknüpfung der Angebote mit nachteiligen Tarifkonditionen (z.B. Pakete, Bonusbedingungen, etc.).

1. Einfacher Durchschnitt

2. Keine Veröffentlichung, Abschätzung: Kundenanzahl >200.000

Quelle: FlexStrom; ExtraEnergie; Stromio; LichtBlick; Naturstrom; Greenpeace Energy; A.T. Kearney

Ökoanbieter

Anbieter	Gründung	Kunden (Tsd.)		Umsatz (Mio. EUR)		Mitarbeiter	
		2011	2010	2011	2010	2011	2010
LichtBlick	1998	600	500	623	560	440	296
Naturstrom	1998	212	175	120	60	120	75
Greenpeace Energy	1999	114	96	84	79	73	67

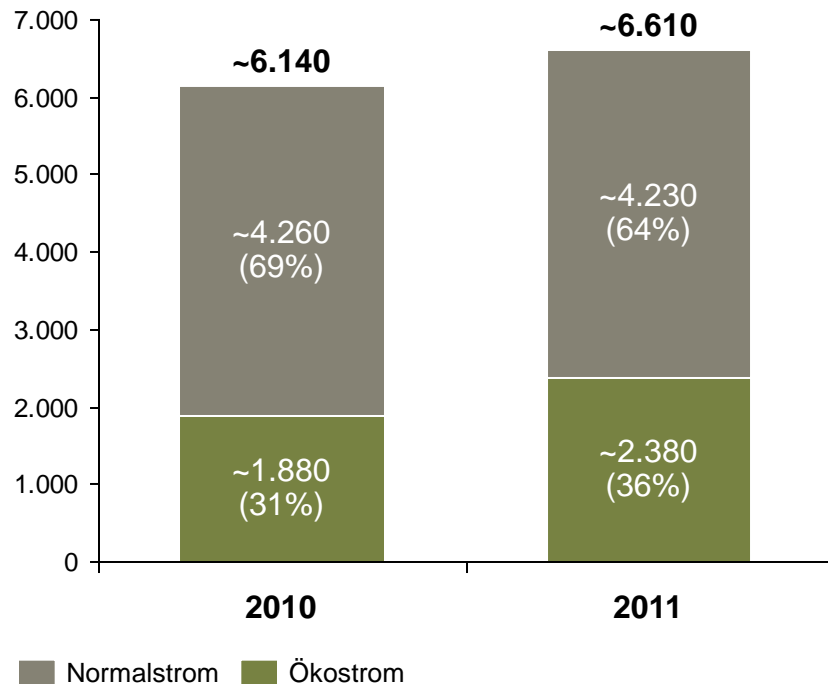
- Top 3 Ökoanbieter sind in 2011 um durchschnittlich ca. 20 % gewachsen¹.
- Konsequenter auf das Ökosegment ausgerichteter Unternehmensauftritt.
- Neue Wettbewerber weisen einen Positionierungsvorteil gegenüber Zweitmarken einzelner etablierter Versorger auf, die zwar auch Ökostrom-Produkte anbieten, aber in der Regel keinen glaubwürdigen Marktauftritt als vollständig ökologisch ausgerichteter Anbieter aufweisen.

Die Anzahl an Ökotarifen wächst weiter im Strommarkt; das Ökosegment ist im Gasmarkt bisher deutlich weniger relevant.

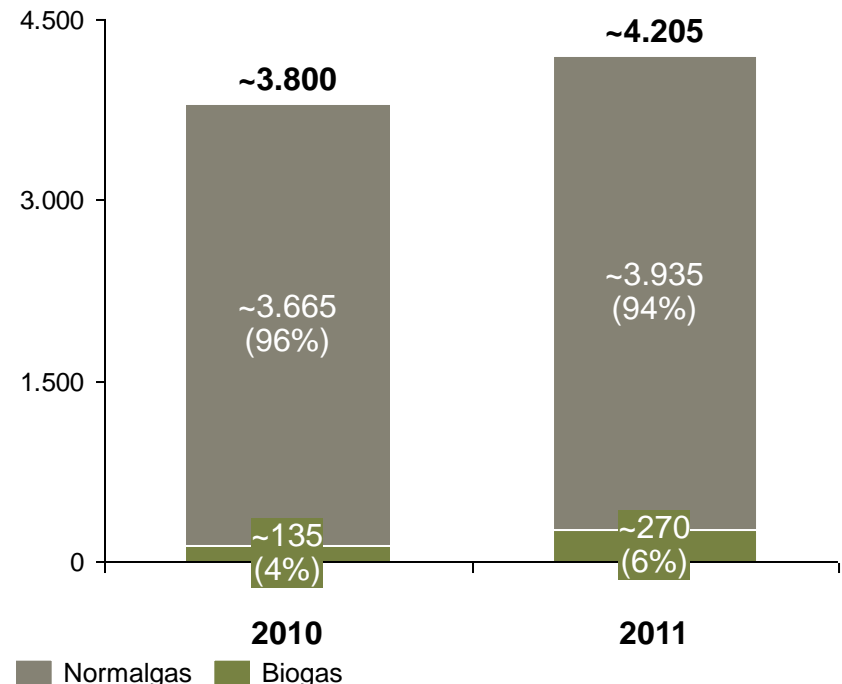
Entwicklung der Strom- und Gastarife

Strom & Gas

Anzahl der Stromtarife



Anzahl der Gastarife¹



- Die Anzahl der Tarife steigt sowohl im Strom- als auch im Gasmarkt deutlich
- Der Anteil der Ökostromtarife ist auf einen signifikanten Anteil von 36% in 2011 gewachsen
- Bei Gas ist das Angebot an Biogastarifen deutlich geringer mit einem Anteil von 6% in 2011

Der Strommarkt ist bislang durch höhere Wettbewerbsintensität und stärkeres Wechselverhalten geprägt als der Gasmarkt.

Zusammenfassung Vergleich Strom- und Gasmarkt in 2011¹

Strom & Gas

	Strom	Gas
Markt	<ul style="list-style-type: none"> • Stromabsatz (in TWh) <ul style="list-style-type: none"> – Gesamtmarkt 540 (100%) – Haushaltskundensegment 140 (26%) • Anzahl Haushalte ~40 Mio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gasabsatz (in TWh) <ul style="list-style-type: none"> – Gesamtmarkt 840 (100%) – Haushaltskundensegment 220 (26%) • Anzahl Haushalte² ~13,5 Mio.
Wettbewerb	<ul style="list-style-type: none"> • Anzahl der Anbieter ~1.015 <ul style="list-style-type: none"> – Unabhängige Anbieter ~50 – Bundesweit tätige Anbieter ~60 – Ø-Anzahl der Anbieter pro PLZ-Gebiet³ ~95 	<ul style="list-style-type: none"> • Anzahl der Anbieter ~845 <ul style="list-style-type: none"> – Unabhängige Anbieter ~55 – Bundesweit tätige Anbieter ~30 – Ø-Anzahl der Anbieter pro PLZ-Gebiet³ ~55
Wechselverhalten	<ul style="list-style-type: none"> • Kumulierte Wechselquote ~18% • Kumulierte Anzahl Wechselkunden ~7 Mio. HH • Wechselrate p.a.⁴ ~2,4% 	<ul style="list-style-type: none"> • Kumulierte Wechselquote ~9% • Kumulierte Anzahl Wechselkunden ~1,2 Mio. HH • Wechselrate p.a.⁴ ~1,7%
Ökosegment	<ul style="list-style-type: none"> • Anzahl der Tarife: ~36% Ökostrom • Etablierte Ökostromlabel (z.B. TÜV, OK-Power) 	<ul style="list-style-type: none"> • Anzahl der Tarife: ~6% Biogas • Keine etablierten Gütesiegel, Ökoausweis über Mindestanteil Biogas (ca. 5-10%)

HH = Haushalte

1. Unter Ökostrom wird ein Tarif verstanden, der auf Grund von Ökostrom-Labeln oder Stromkennzeichnung als Stromtarif mit besonderer Relevanz des Anteils der effizienten oder regenerativen Energiegewinnung ausgewiesen und zu einem gesonderten Tarif angeboten/gehandelt wird

2. Haushalte bzw. Hausgemeinschaften mit eigenem Gaszähler

3. Bundesweit tätige Anbieter zuzüglich jeweils regional tätige Anbieter

4. Durchschnitt für die Jahre 2007 bis 2011

Quelle: BDEW; Bundesnetzagentur; Verivox; A.T. Kearney

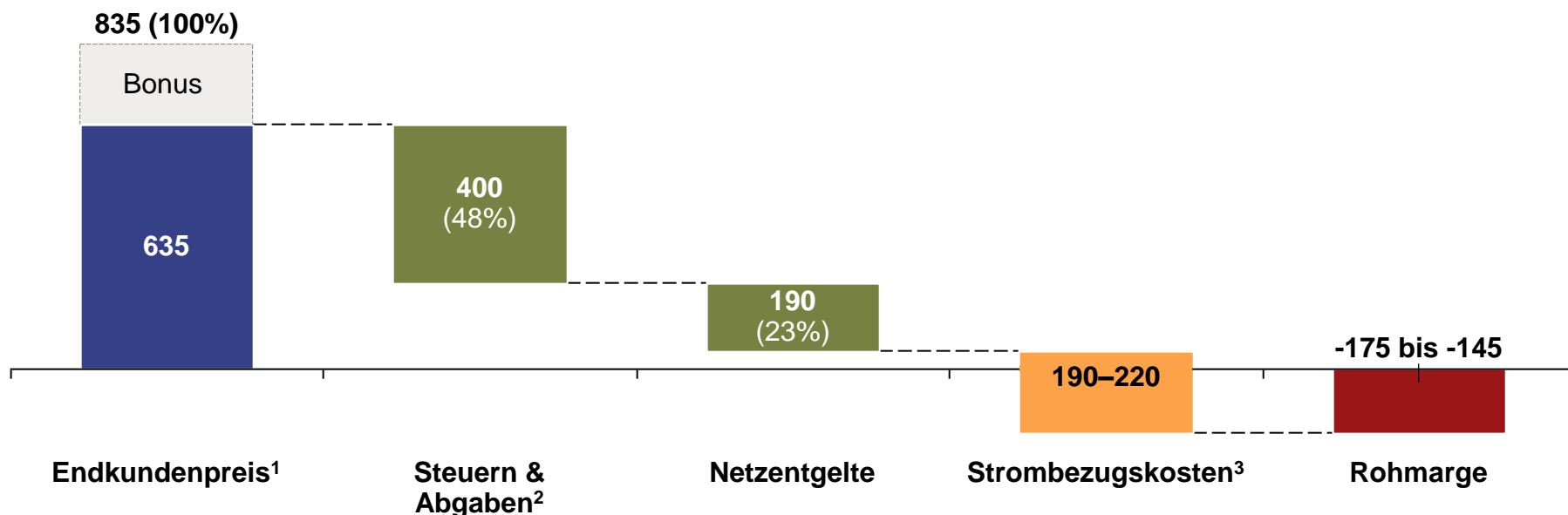
Discountanbieter

Discountanbieter sind im ersten Jahr unter Berücksichtigung des ausgezahlten einmaligen Bonus deutlich unprofitabel.

Beispiel Margen-Struktur Discountanbieter – Strom

(EUR je Kunde im 1. Jahr; Jahresverbrauch 3.500 kWh)

Strom



- Die gesetzlich festgelegten, damit nicht beeinflussbaren Steuern & Abgaben betragen bei Discountangeboten ~50% des Endkundenpreises; zusammen mit Netzentgelten sind ~70% des Endkundenpreises nicht durch Stromvertriebe beeinflussbar.
- Durch die oftmals gezahlten einmaligen Boni (50-250 EUR im ersten Jahr) ist das Ergebnis für einen Neukunden im ersten Jahr bereits bzgl. der Rohmarge (-175 bis -145 EUR) deutlich negativ

1. Check24-Auswahl Top 1-5 Anbieter für Berlin, München und Hamburg, mit Vorkasse und Kautions, ohne Berücksichtigung von Preisgarantien, kWh-Paketen oder weiteren Verbraucherschutzbestimmungen; Stand September 2012;

2. MwSt, Stromsteuer, Konzessionsabgabe, EEG- und KWKG-Abgaben

3. Aktuelle Beschaffungskosten für Lieferjahr 2012; abhängig von Beschaffungsstrategie: „Two Years Ahead“, „One Year Ahead“, „Six Months Ahead“ Two Months Ahead“, Spot- oder Mischstrategie; Stand September 2012

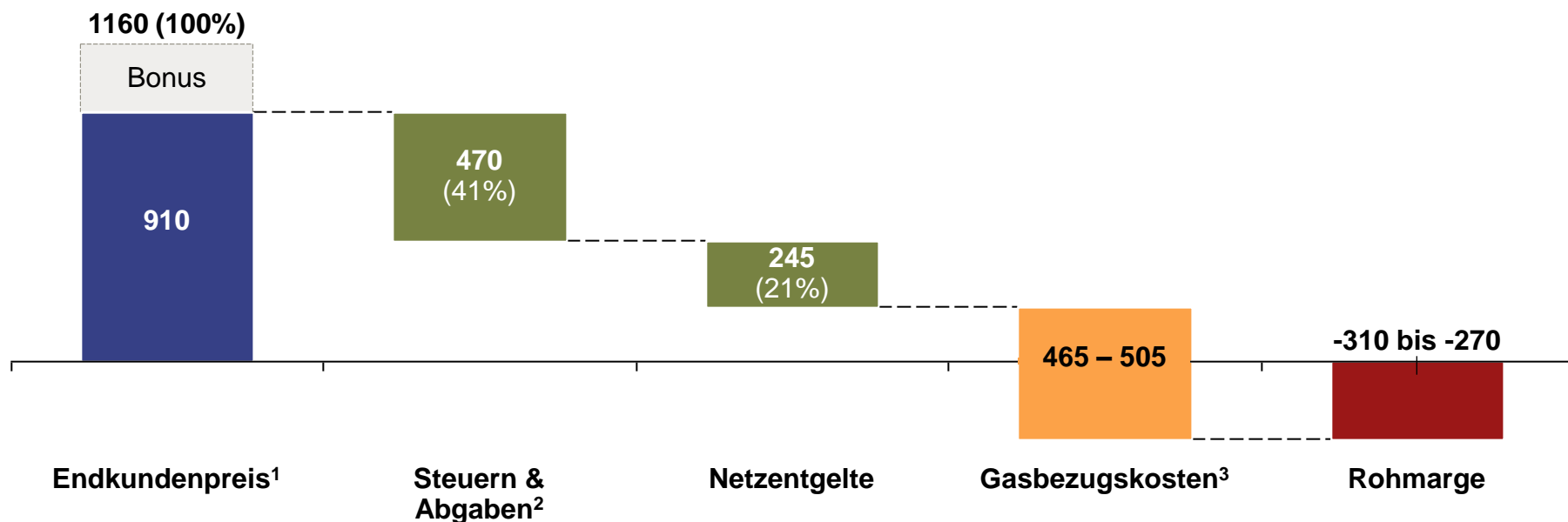
Quelle: EEX; Check24; A.T. Kearney

Auch Discountanbieter im Gasmarkt weisen eine deutlich negative Rohmarge im ersten Jahr aus.

Beispiel Margen-Struktur Discountanbieter – Gas

(EUR je Kunde im 1. Jahr; Jahresverbrauch 20.000 kWh)

Gas



- Bei Discountangeboten im Gasmarkt sind ca. ~60% des Endkundenpreises nicht durch Vertriebe beeinflussbar; die beeinflussbaren Beschaffungskosten machen im Vergleich zum Strommarkt einen größeren Anteil am Endpreis aus
- Das Ergebnis für einen Neukunden im ersten Jahr ist bei der Rohmarge negativ (-310 bis -270 EUR)

1. Check24-Auswahl Top 1-5 Anbieter für Berlin, München und Hamburg, mit Vorkasse und Kautions, ohne Berücksichtigung von Preisgarantien, kWh-Paketen oder weiteren Verbraucherschutzbestimmungen Stand September 2012

2. MwSt, Energiesteuer, Konzessionsabgabe

3. Aktuelle Beschaffungskosten für Lieferjahr 2012; abhängig von Beschaffungsstrategie: „Two Years Ahead“, „One Year Ahead“, „Six Months Ahead“ Two Months Ahead“, Spot- oder Mischstrategie; Stand September 2012

Quelle: EEX; Check24; A.T. Kearney

Durch diverse Maßnahmen versuchen Discountanbieter aktuell den Kundenwert stärker und schneller zu steigern.

Aktuelle Anpassungsmaßnahmen des Geschäftsmodells der Discountanbieter¹

Strom & Gas

Thema (Auswahl)	Beschreibung
Zahlungsweise	<ul style="list-style-type: none"> • Der Wechsel verzögert sich oftmals um mehrere Wochen oder Monate, Geld wird sofort eingezogen trotz erst später bezogener Leistung • Bei Tarifen „ohne Vorauszahlung“ werden Abschlagsabbuchungen bereits zum 15. des Vormonats vorgenommen
Abschläge	<ul style="list-style-type: none"> • Abschlag wird oftmals höher angesetzt durch erhöhte Verbrauchsprognose (über Durchschnittsverbrauchswert der Vorjahre) • Wechsel von 11 auf 12 Abschlägen im zweiten Lieferjahr mit gleichzeitiger Preiserhöhung, um konstante Abschläge zu suggerieren
Bonus	<ul style="list-style-type: none"> • Boni werden zum Teil nicht ausgezahlt oder erst mit der ersten vollen Jahresrechnung gutgeschrieben • Bei einem Wechsel während eines laufenden Jahres oder bei verspäteter Zustellung der Jahresrechnung warten Verbraucher dementsprechend länger auf Auszahlungen
Preis	<ul style="list-style-type: none"> • Deutliche Preiserhöhung nach Preisbindungsfrist und Ankündigung von Preiserhöhungen erfolgen zu Zeiten verringerter Kundenaufmerksamkeit (z.B. Sommerferien) • Inkassobüros werden bei Mahnungen schnell einbezogen, erhöhte Mahngebühren werden verlangt
Service	<ul style="list-style-type: none"> • Anbieter sind schwer schriftlich oder telefonisch zu erreichen, insbesondere bei Kündigungsschreiben; Rückmeldungen können Wochen dauern • Services sind oftmals zudem mit zusätzlichen Kosten verbunden, kostenpflichtige Hotlines sind keine Seltenheit

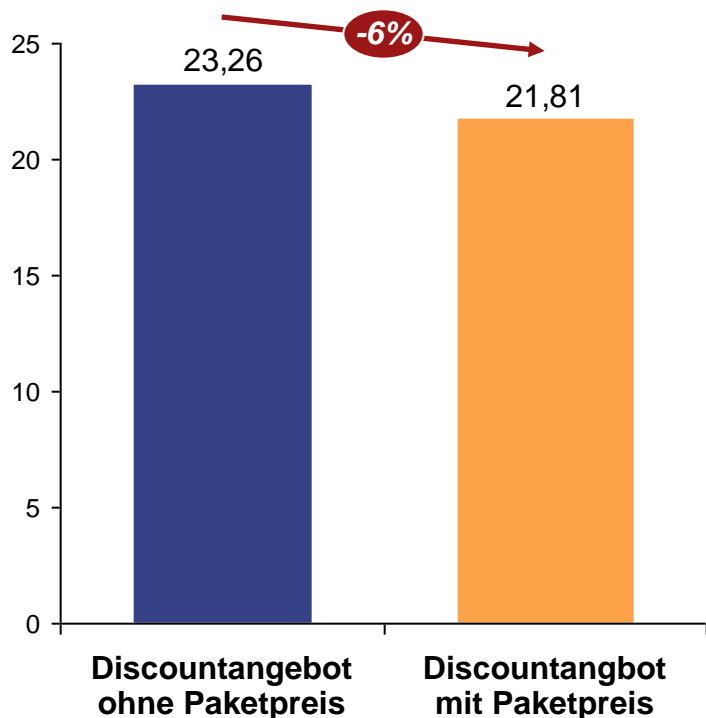
1. Basierend auf Auswertungen von Kundenbewertungen und –beschwerden zu verschiedenen Anbietern
Quelle: Verivox, Check24, Ciao, A.T. Kearney

Der suggerierte Preisvorteil bei kWh-Paketen ist für Kunden mit einem Minder- oder Mehrverbrauch oft nicht gegeben.

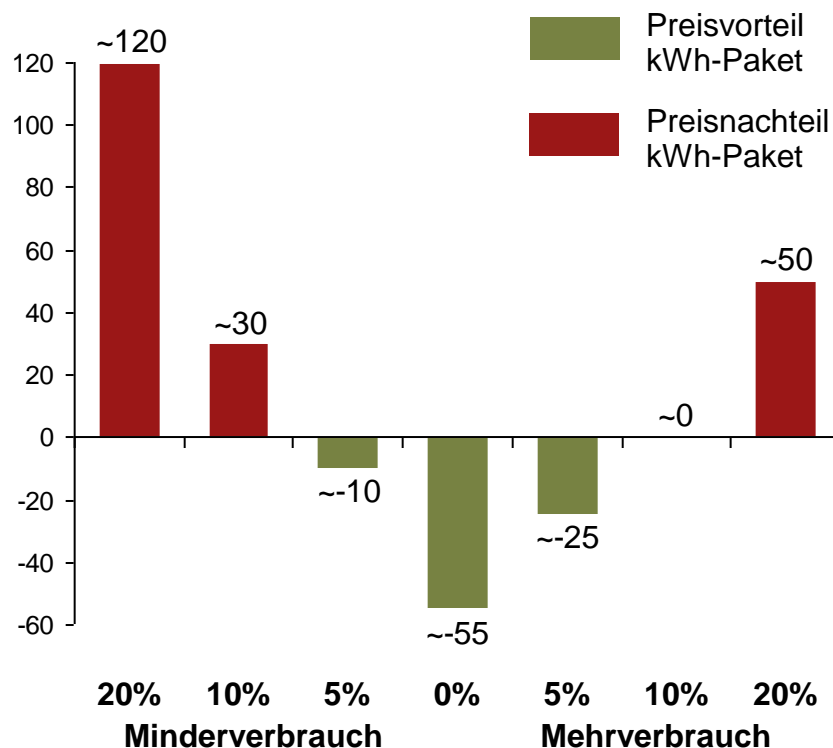
kWh-Pakete der Discountanbieter¹

Strom

Vergleich Discountangebote (in ct/kWh)



Entwicklung des Paket-Preisvorteils bei Minder-/Mehrverbrauch (in Euro pro Jahr)

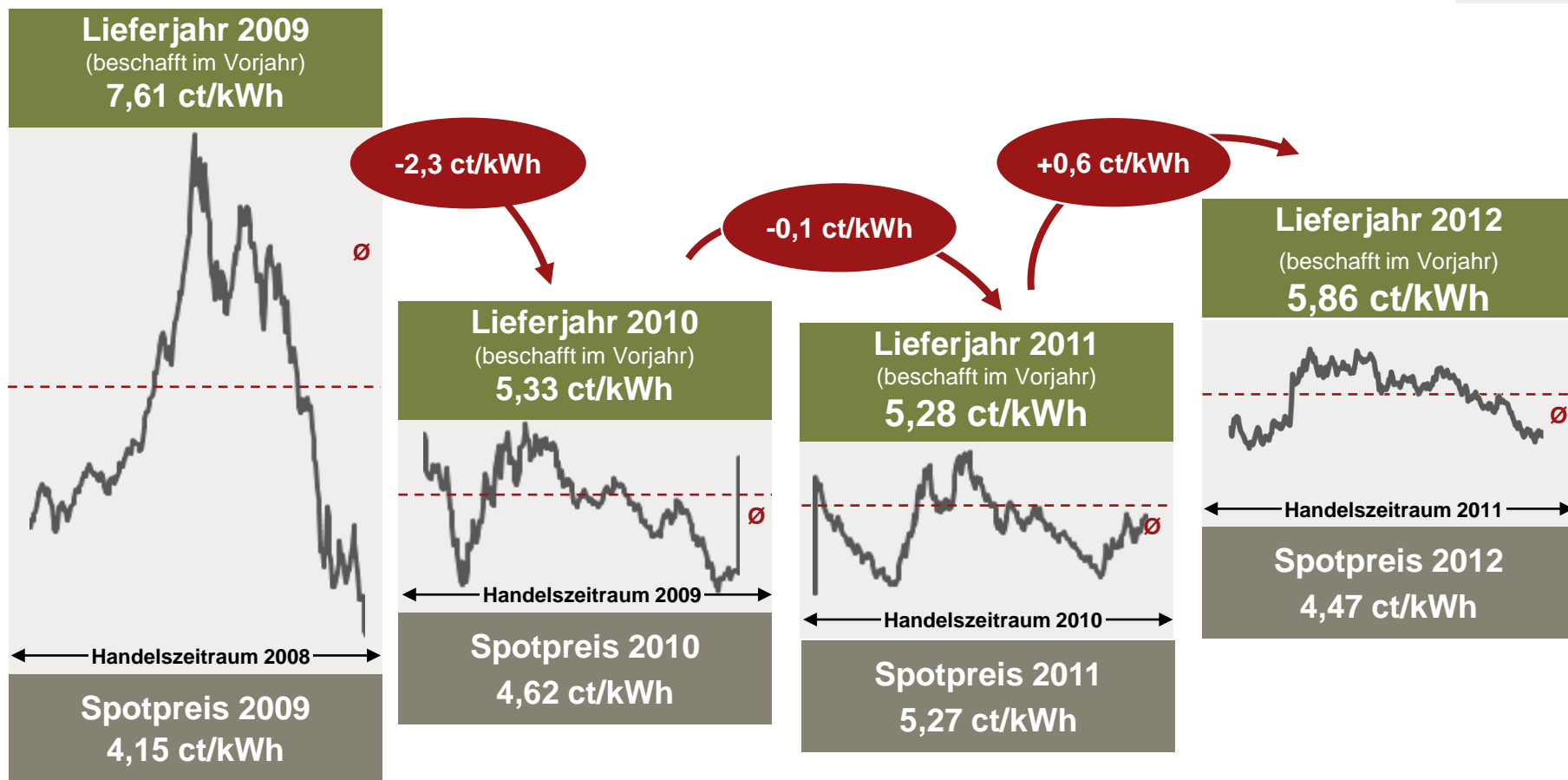


1. Paketpreis-Anbieter für Berlin, Hamburg und München; Ohne Berücksichtigung von Kautions/Vorkasse; Mehrverbrauchspreise der Anbieter liegen zwischen 35 und 40 ct/kWh; Paketangebote für Haushalte mit ~3.500 kWh Verbrauch; Stand September 2012
Quelle: Check24; A.T. Kearney

Die oft eher kurzfristige Beschaffung von Discountanbietern ist in den Jahren 2009 bis 2012 von Vorteil gewesen.

Entwicklung der Energiebeschaffungskosten an der EEX¹

Strom



1. Anmerkung: EEX Power Derivatives Phelix-Year-Future; Gewichtung 80% Base Preis und 20% Peak Preis; Anbieter mit kurzfristigen Beschaffungsstrategien haben in 2012 Vorteile; Stand August 2012
Quelle: EEX; A.T. Kearney

Ökoanbieter

Reine Ökoanbieter differenzieren sich insbesondere durch das ausschließliche Angebot von Ökostrom vom Wettbewerb.

Differenzierung der Ökostromanbieter

Strom

Ausgewählte Ökoanbieter

Unabhängige Anbieter (Auswahl)

- EW Schönau
- Greenpeace Energy
- LichtBlick
- Naturstrom
- NaturWatt Ökostrom
- Ökostrom für Alle
- Polarstern Energie
- Tchibo
- ...



Differenzierungsmerkmale

- Ausschließliche Ökostromangebote**
 - Ausschließliches Angebot von Ökotarifen, keine sonstigen Tarifangebote
- Bestätigung durch Gütesiegel**
 - Gütesiegel beglaubigt den Energiemix aus Erneuerbaren Energien und die Neuanlagenförderung durch unabhängige Gutachter der jeweiligen Zertifizierungsstelle (z.B. TÜV Nord, ok-power)
- Förderung von Neuanlagen**
 - Investitionen in den Bereichen Wind-, Wasser-, Sonnenenergie, nachhaltig gewonnene Biomasse und Geothermie zur Unterstützung einer aktiven Veränderung des Energiemixes
- Empfehlung von Umweltverbänden**
 - Empfehlung von führenden Umweltverbänden (z.B. BUND, NABU, Kampagne „Atomausstieg selber machen“) aus Gründen des Klimaschutzes
- Unabhängigkeit von Kernkraft und Kohle**
 - Energie aus alternativen Kraftwerken

Bei Gas sind Gütesiegel kaum verbreitet; Anbieter setzen sich durch Förderung von Neuanlagen und Klimaprojekten ab.

Differenzierung der Ökogasanbieter

Gas

Ausgewählte Ökoanbieter

Unabhängige Anbieter (Auswahl)

- Greenpeace Energy
- LichtBlick Gas
- Naturstrom
- Polarstern Energie
- Tchibo
- ...



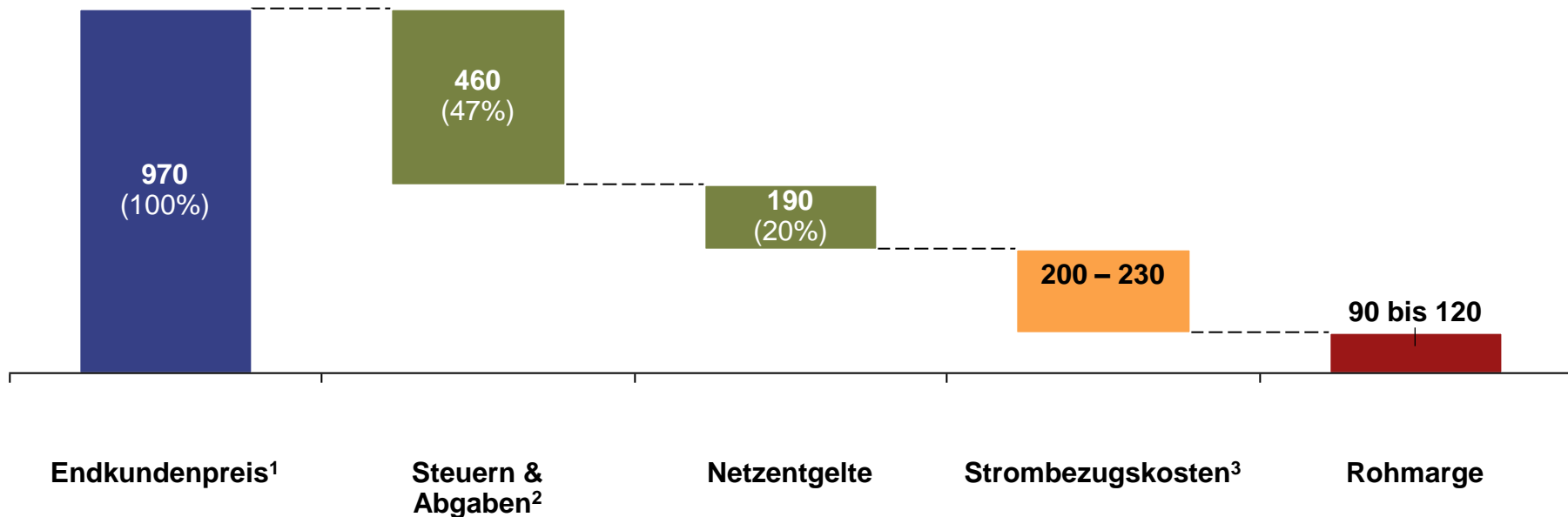
Differenzierungsmerkmale

- Angebot von Biogas**
 - Ausschließliches Angebot von Klima- oder Biogastarifen (bis zu 100%)
- Förderung von Klimaschutzprojekten**
 - Beteiligung an Klimaschutzprojekten zum Ausgleich des CO₂
- Bestätigung durch Gütesiegel**
 - Gütesiegel beglaubigt den klimaneutralen Transport (z.B. TÜV Nord), aber keine CO₂ neutrale Verbrennung
- Förderung von Neuanlagen/Technologien**
 - Förderung von innovativen Lösungsansätzen (z.B. Power to gas)

Die Preisstruktur von Ökoanbietern ermöglicht eine klar positive Rohmarge.

Beispiel Margen-Struktur – Reine Ökoanbieter
(EUR je Kunde im 1. Jahr; Jahresverbrauch 3.500 kWh)

Strom



- Bei Im Beispiel machen die Steuern & Abgaben sowie nicht durch den Vertrieb beeinflussbaren Netzentgelte ~67% des Endkundenpreises pro Jahr aus
- Es ergibt sich im Beispiel eine klar positive Rohmarge zwischen 90-120 EUR je Kunde im ersten Jahr

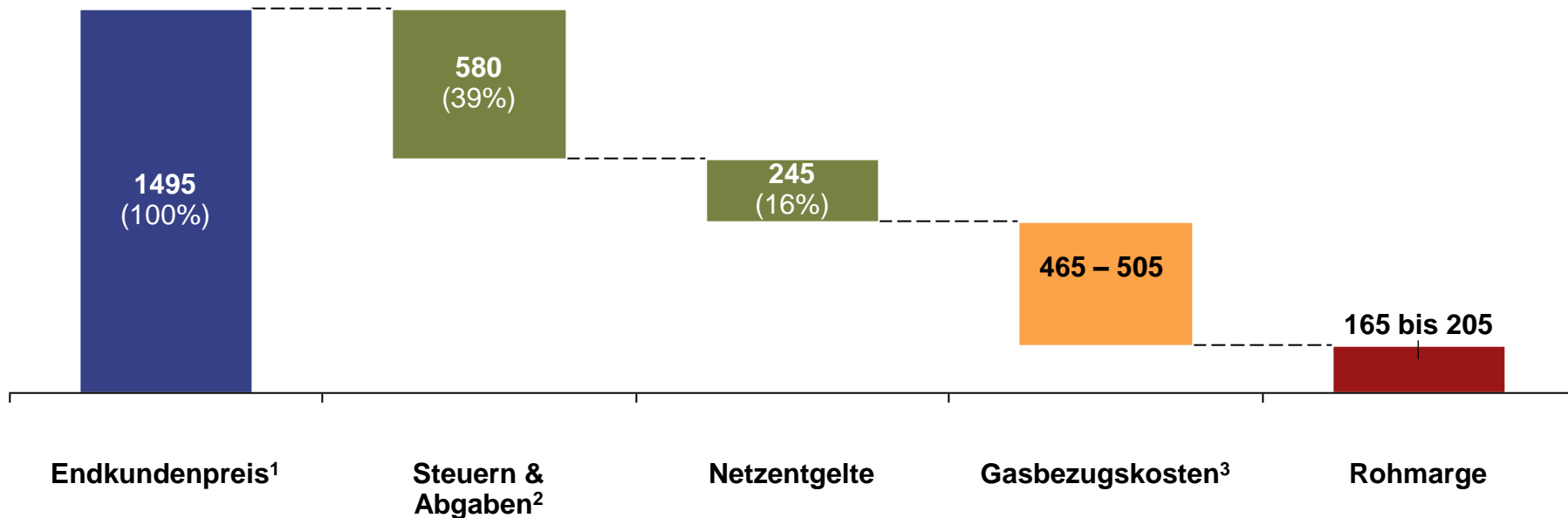
1. Check24-Auswahl Anbieter Lichtblick, Tchibo, Naturstrom, EW Schönau und Greenpeace Energy für Berlin, München und Hamburg, mit Vorkasse und Kaution, ohne Berücksichtigung von einmaligen Bonus; Stand September 2012; 2. MwSt, Stromsteuer, Konzessionsabgabe, KWKG-Abgaben ; Ohne Grünstromprivileg; 3. Aktuelle Beschaffungskosten für Lieferjahr 2012; abhängig von Beschaffungsstrategie: „Two Years Ahead“, „One Year Ahead“, „Six Months Ahead“ Two Months Ahead“, Spot- oder Mischstrategie; Stand September 2012

Quelle: EEX; Check24; Interviews; A.T. Kearney

Auch die Preisstruktur von Ökoanbietern im Gasmarkt ermöglicht eine klar positive Rohmarge.

Beispiel Margen-Struktur – Reine Ökoanbieter
(EUR je Kunde im 1.Jahr; Jahresverbrauch 20.000 kWh)

Gas



- Im Beispiel machen die Steuern & Abgaben sowie nicht durch den Vertrieb beeinflussbaren Netzentgelte ~55% des Endkundenpreises pro Jahr aus
- Die Rohmarge ist im ersten Jahr mit 165-205 EUR je Kunde deutlich positiv

1. Check24-Auswahl Anbieter Lichtblick, Tchibo, Naturstrom (ohne Biogas 100-Tarif) und Greenpeace Energy für Berlin, München und Hamburg, mit Vorkasse und Kaution, ohne Berücksichtigung von einmaligen Bonus; Stand September 2012 2. MwSt, Energiesteuer und Konzessionsabgabe; 3. Aktuelle Beschaffungskosten für Lieferjahr 2012; abhängig von Beschaffungsstrategie: „Two Years Ahead“, „One Year Ahead“, „Six Months Ahead“ Two Months Ahead“, Spot- oder Mischstrategie; Stand September 2012

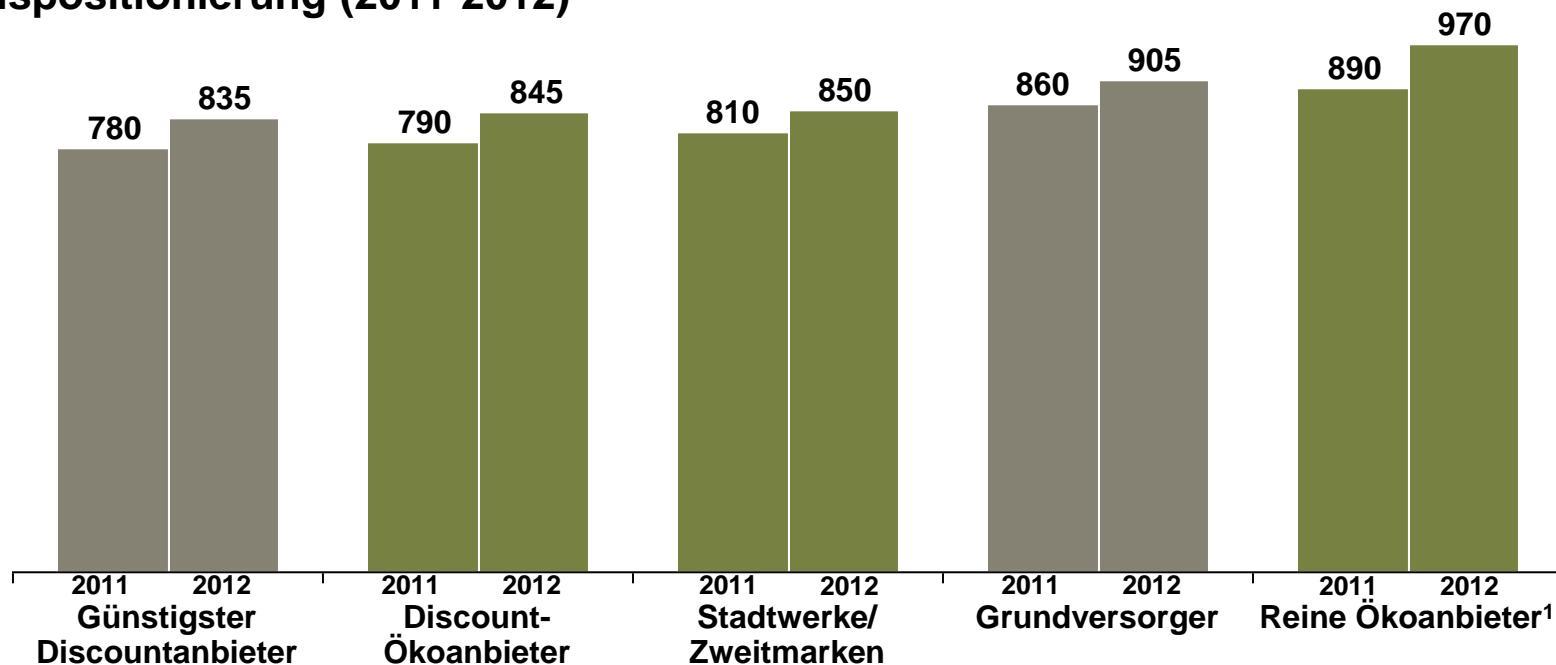
Quelle: EEX; Check24; Interviews; A.T. Kearney

Reine Ökostromanbieter unterscheiden sich deutlich in der Preispositionierung vom Wettbewerb.

Preisvergleich Ökostromanbieter
(EUR/Haushalt mit 3.500 kWh Jahresverbrauch)

Strom

Preispositionierung (2011-2012)



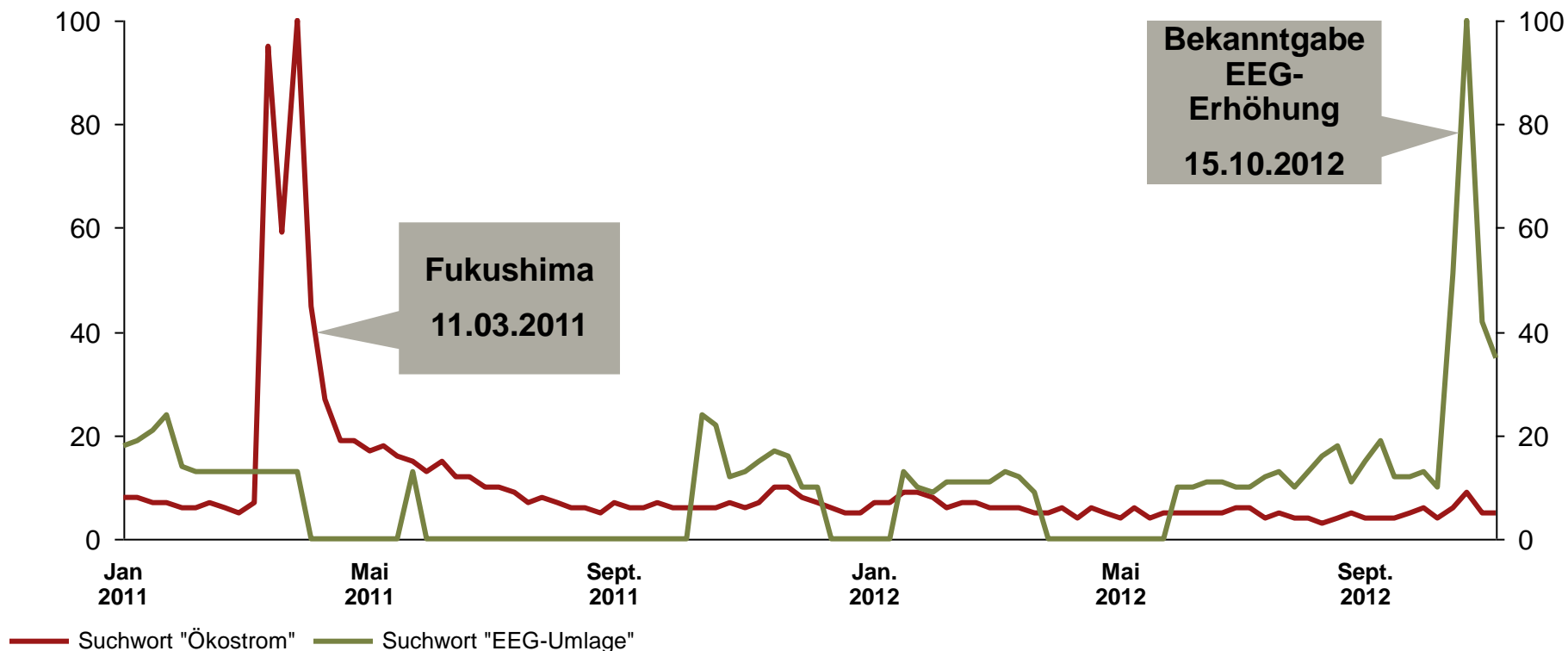
■ Graustromtarife ■ Ökostromtarife

1. Check24-Auswahl Anbieter Lichtblick; Tchibo; Naturstrom; EW Schönau für Berlin, München und Hamburg mit Vorkasse und Kaution, ohne Berücksichtigung von einmaligen Bonus; Stand September 2012
Quelle: EEX; Check24; Interviews; A.T. Kearney

Fukushima und die Erhöhung der EEG-Umlage waren in 2011/12 Ereignisse mit hoher Aufmerksamkeit.

Strom

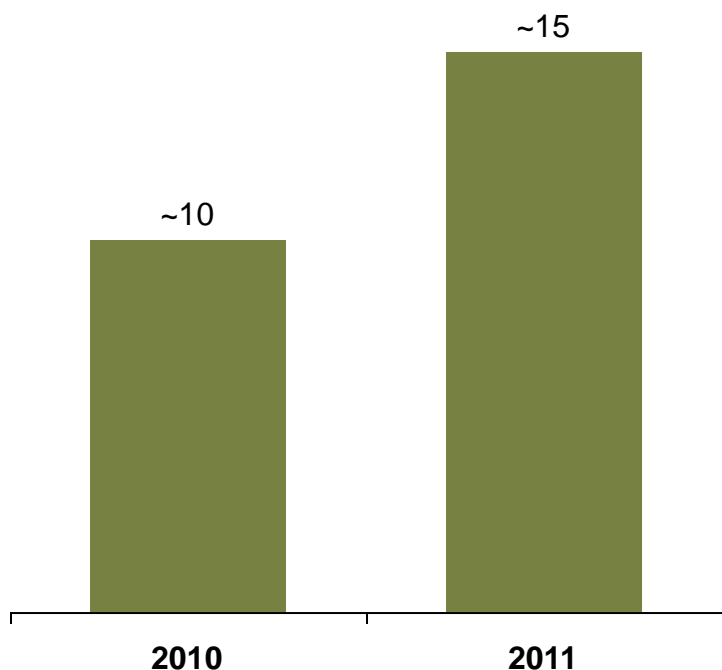
Öffentliches Interesse für Ökostrom
(Index normalisierte Suchanfragen in Google)



Fast zwei Drittel der Ökostrommenge basiert auf diversen Ökozertifikaten.

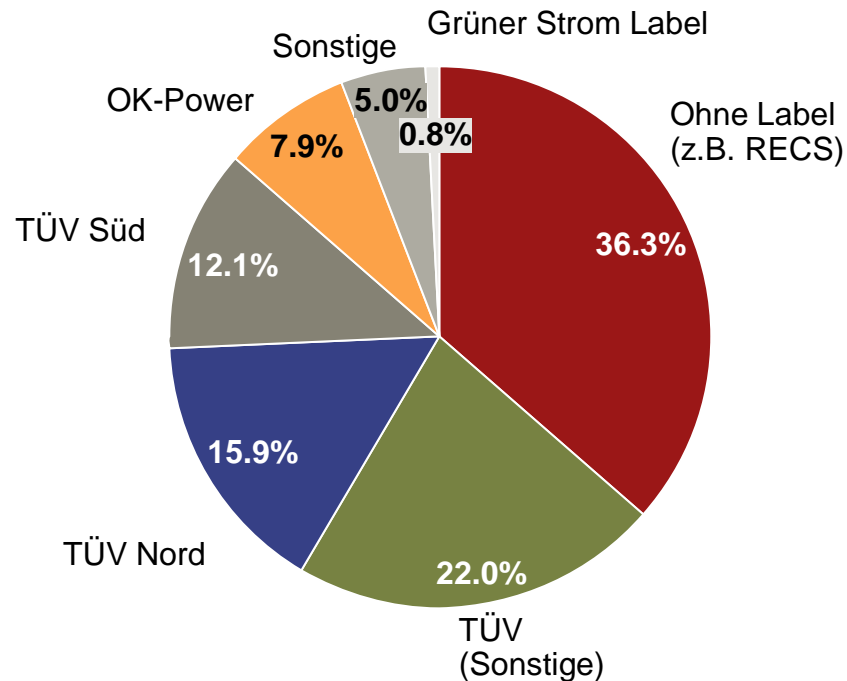
Ökostromgeschäft¹

Ökostromabgabe (in TWh)



Strom

Labelverteilung bei Ökostrom²



1. Unter Ökostrom wird ein Tarif verstanden, der auf Grund von Ökostrom-Labeln oder Stromkennzeichnung als Stromtarif mit besonderer Relevanz des Anteils der effizienten oder regenerativen Energiegewinnung ausgewiesen und zu einem gesonderten Tarif angeboten/gehandelt wird





2. Bezogen auf alle Letztverbraucher

Quelle: Bundesnetzagentur; A.T. Kearney

Ok Power, TÜV Süd und Grüner Strom Label verfügen über die strengsten Kriterien für die Vergabe ihres Label.

Übersicht und Einschätzung bekannter Ökolabels

Strom

Ökolabel	Beschreibung/ Kriterien
	<p>Zentrales Kriterium der Zertifizierung durch Grüner Strom Label ist, dass die Stromanbieter einen festgelegten Betrag je verkaufter Kilowattstunde Ökostrom in neue regenerative Anlagen investieren.</p>
	<p>Ein Drittel des Stroms muss aus Anlagen stammen, die nicht älter als 6 Jahre sind. Ein weiteres Drittel muss aus Anlagen stammen, die nicht älter als 12 Jahre sind. Das restliche Drittel kann aus Altanlagen stammen. Damit soll erreicht werden, dass die Ökostrom-Kunden nach jeweils 6 Jahren ihren Strom zu jeweils einem Drittel aus neuen/ modernisierten Anlagen erhalten.</p>
	<p>Neben dem Schutz der Verbraucher und der erhöhten Glaubwürdigkeit der Stromanbieter ist es ein wesentliches Ziel des TÜV Zertifikates, den weiteren Ausbau erneuerbarer Stromerzeugung zu fördern. Es verpflichtet die Stromanbieter, diesen Aspekt in die Geschäftspolitik einzubeziehen und die Kunden über Fördermaßnahmen regelmäßig zu informieren.</p>
	<p>EE01/EE02: Der Strom muss zu 100 Prozent aus EE stammen. Die Preisaufschläge müssen für den Aufbau von EE verwendet werden. UE01: Der Strom muss zu mindestens 50 Prozent aus EE stammen, der Rest aus KWK. Mindestens 25 Prozent der Liefermenge muss aus neuen Kraftwerken stammen. Die Preisaufschläge müssen für den Aufbau von EE verwendet werden.</p>

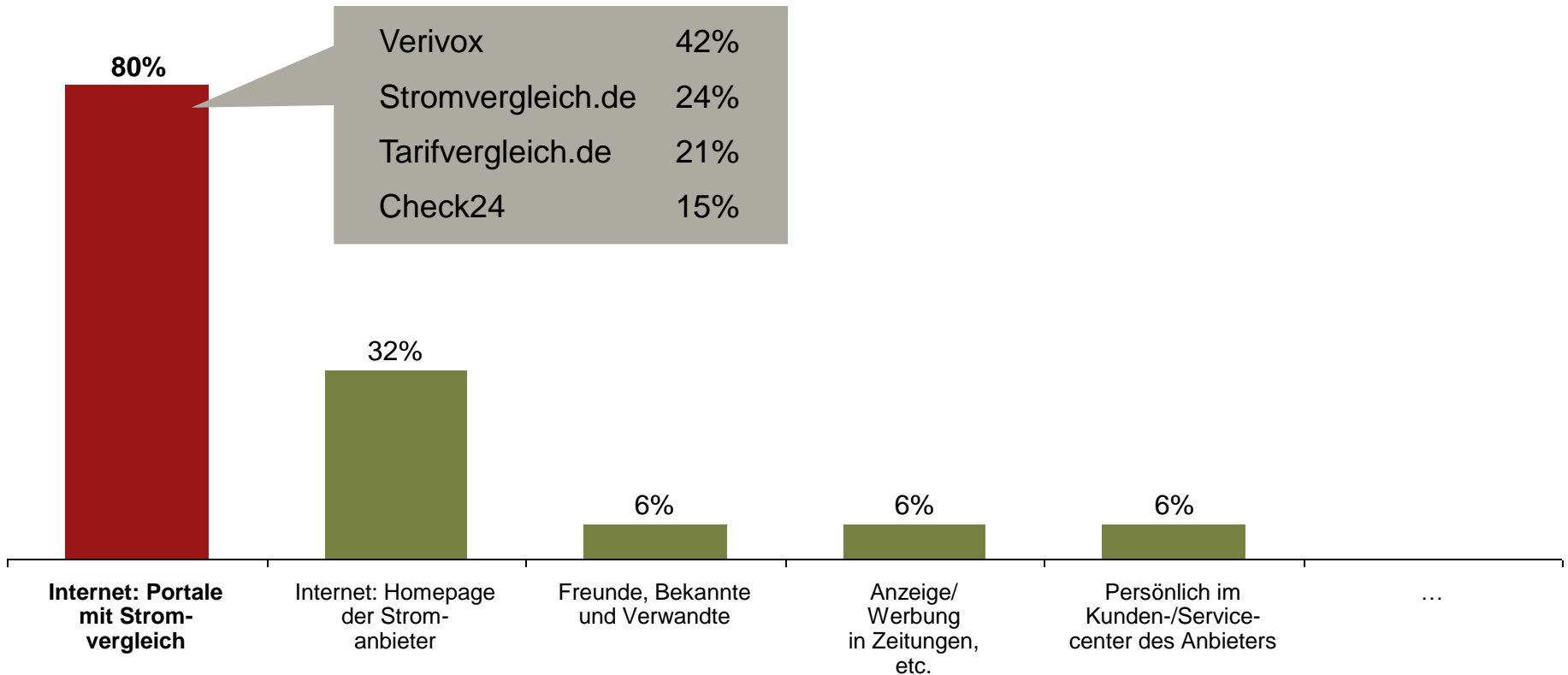
Rolle der Vergleichsportale

Vergleichsportale sind die Hauptinformationsquellen der Verbraucher für den Stromanbieterwechsel.

Vergleichsportale

Strom

Informationsquellen¹



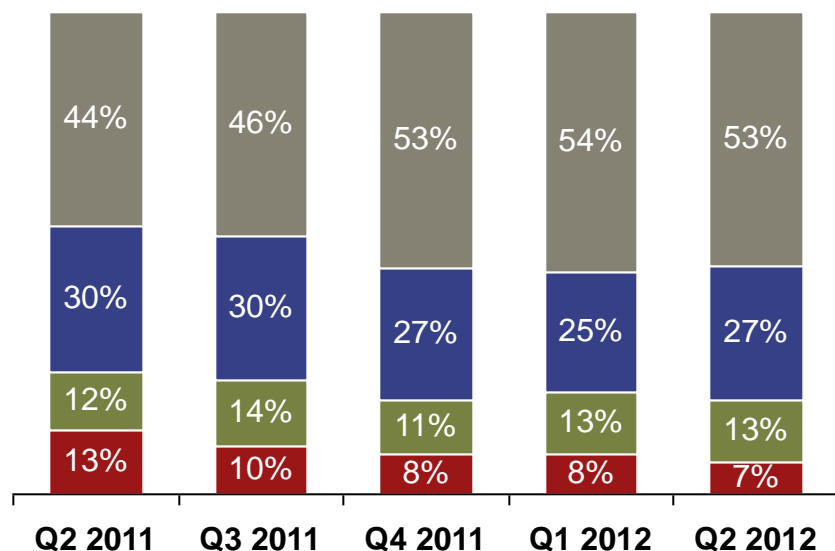
1. Mehrfachnennungen möglich
Quelle: TNS-Infratest; Verivox; A.T. Kearney

Die meisten Anbieter- und Tarifwechsel bei Strom und Gas werden online durchgeführt.

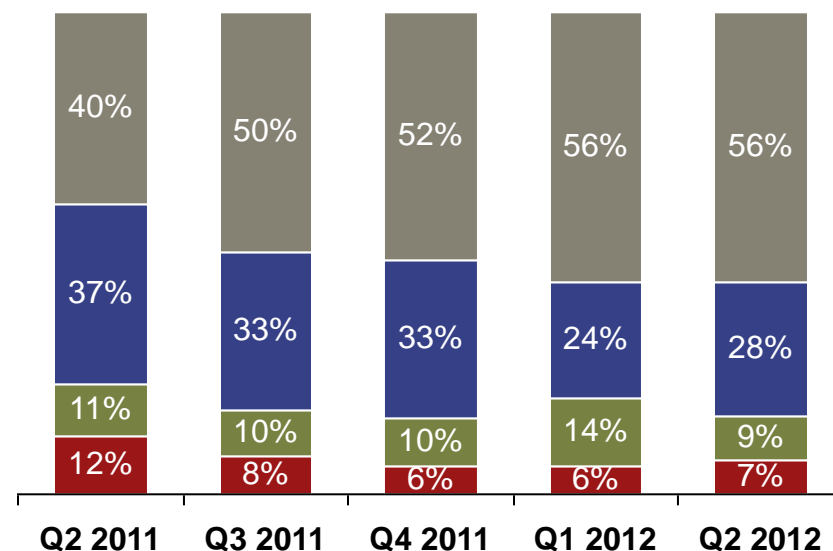
Anbieter- und Tarifwechsel

Strom & Gas

Strommarkt



Gasmarkt



■ Online/Internet ■ Telefonisch
■ Direktvertrieb ■ Sonstiges

- Die Verteilung der Anbieter- und Tarifwechsel ist bei Strom und Gas ähnlich; die Mehrheit nutzt Internet oder Fax
- Über die Hälfte aller Wechsel bei Strom und Gas werden im Internet durchgeführt

Discountangebote haben weiterhin einen strukturellen Vorteil bei Vergleichsportalen.

Vergleichsportale und ihre Voreinstellungen

Strom

	Verivox ¹		Toptarif		Check24	
	2012	2011	2012	2011	2012	2011
Vorauskasse	x	✓	✓	✓	x ²	x ²
Kautions	x	✓	✓	✓	✓ ²	✓ ²
Einmaliger Bonus	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Paketangebote	x	✓	✓	✓	✓	✓
Kündigungsfrist	Max. 6 Wochen	Egal	Egal	Egal	Egal	Egal
Verbraucherschutzrichtlinien	✓	✓	x	x	✓	✓
Preisgarantie	✓	x	x	x	x	x
Keine Beschränkung auf Ökostrom	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Einsparungen werden auf den Grundversorgungstarif bezogen ³	✓	✓	✓	✓	✓	✓

✓ Vorauswahl ist aktiviert ■ Bestandteile, die Discountanbieter bevorzugen

x Vorauswahl ist deaktiviert ■ Bestandteile, die Discountanbieter benachteiligen

80% der Wechsler informieren sich über Energieportale und Internetseiten der Anbieter

Discountanbieter setzen auf Mehrmarkenstrategien, um möglichst viele Plätze auf Portalen zu belegen.

Ausgewählte Discountanbieter

Unvollständige Auswahl

Stromio	Stromio/gas.de	<ul style="list-style-type: none"> • Fokus der Vertriebsmarke Stromio auf Discountsegment • Grünwelt Energie als neue Ökostrommarke • Zusätzlich Gas-Anbieter mit gas.de und Grünwelt Energie
	Grünwelt Energie	
FlexStrom AG	FlexStrom/FlexGas	<ul style="list-style-type: none"> • FlexStrom und FlexGas mit Fokus preisbewusster Discountkunde über größtenteils Online-Vertriebskanäle • OptimalGrün im höheren Preissegment mit Fokus qualitätsbewusster Kunde über hauptsächlich direkte Vertriebskanälen • Löwenzahn Energie als Vertriebsmarke für Ökostrom und- gas
	ÖkoFlex	
	OptimalGrün	
	Löwenzahn Energie ¹	
ExtraEnergie GmbH	Extrastrom/Extragas	<ul style="list-style-type: none"> • Sowohl drei Vertriebsmarken im Strom- (Extrastrom, HitStrom, Priostrom) als auch Gasmarkt (Extragas, HitGas, PrioGas)
	HitStrom/HitGas	
	Priostrom/Priogas	

1. Gehört nicht direkt zur FlexStrom Unternehmensgruppe; Hauptaktionäre von FlexStrom, sind auch Hauptaktionäre von Löwenzahn Energie

Quelle: FlexStrom; ExtraEnergie; Stromio; A.T. Kearney