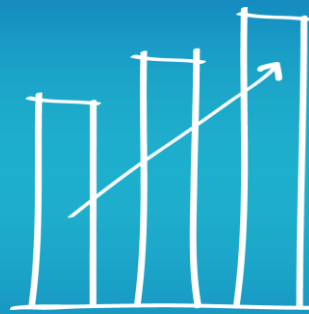




# **Energieversorger in der Energiewende - Management Summary**



## **Impressum**

**EuPD Research Sustainable Management GmbH**

**Adenauerallee 134**

**53113 Bonn**

**Juli 2017**

**Projektleitung: Dr. Martin Ammon**

**Autoren: Linda Fahmy**

**Inga Batton**

**Hanna Schmole**

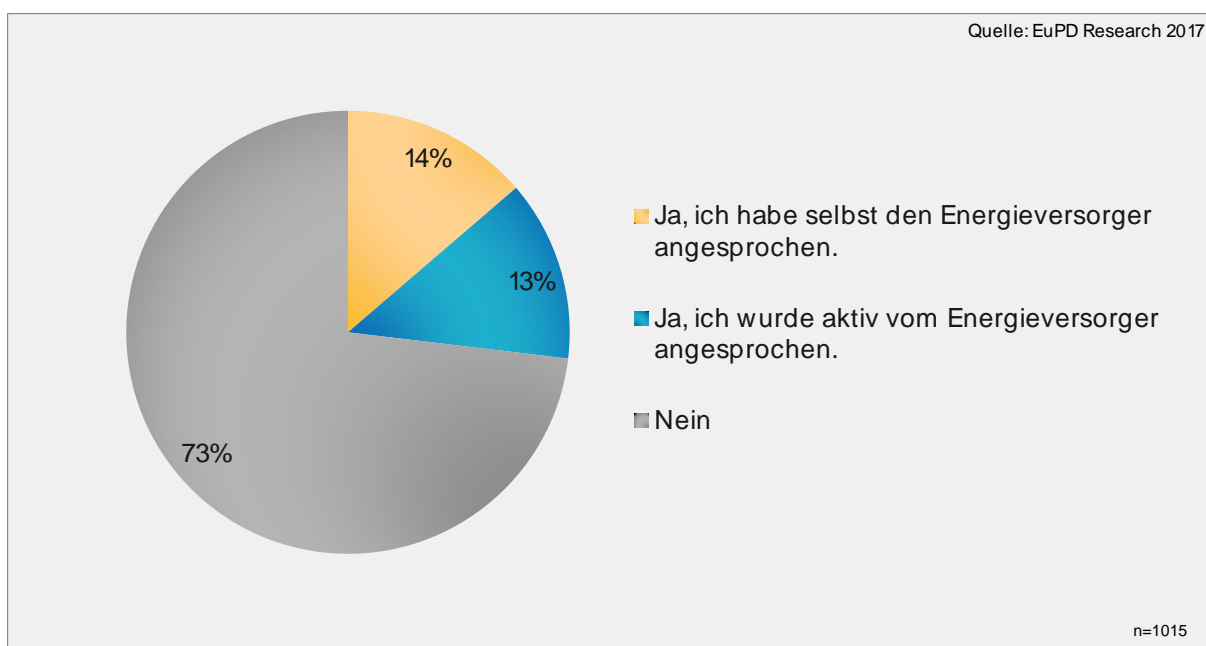
## Management Summary

Die vorliegende Studie beschäftigt sich mit der Fragestellung, inwieweit die deutschen Energieversorger auf die veränderten Bedingungen im Zuge der Energiewende bereits reagiert haben und sich dies im Angebotsportfolio für private Haushalte widerspiegelt. Das Angebot der Energieversorger bezieht sich auf Produkte, Dienstleistungen und Informationsangebote in den 4 Segmenten der Energiewende: Strom, Wärme, Mobilität und Energieeffizienz. Basis dieser Studie sind eine Befragung unter 1.015 privaten Haushalten sowie eine Vollerhebung aller knapp 1.300 deutschen Energieversorger.

### Handlungsbedarf bei Energieversorgern aus Endkundensicht

In der Untersuchung privater Haushalte in Deutschland konnte ein deutlicher Handlungsbedarf seitens der Energieversorger herausgestellt werden. Entsprechend zeigte sich, dass bislang lediglich gut ein Viertel der befragten Haushalte bereits Kontakt zum Energieversorger im Hinblick auf Energiewende-Themen hatte. Der Kontakt ging hierbei nur bei jedem zweiten Austausch vom Energieversorger aus, so dass insgesamt bis dato einzig jeder achte Haushalt vom Energieversorger aktiv zur Energiewende angesprochen wurde.

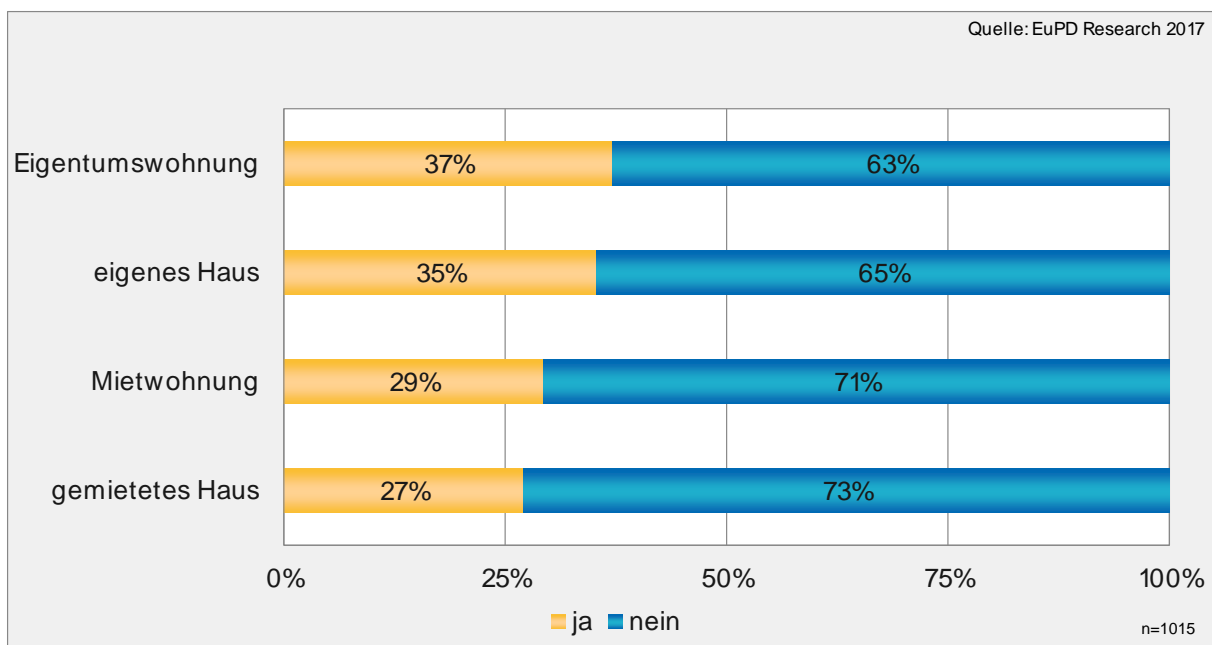
Abbildung: Kontakt zwischen Energieversorger und Endkunden zu Energiewende-Themen



Diesem Ergebnis steht die Erwartungshaltung des Endkunden gegenüber, die den Energieversorger in der Pflicht sehen, die Nachfrage nach Energiewende Produkten,

**Dienstleistungen und Informationen zu bedienen. Deutlichen Ausdruck findet dieser Anspruch darin, dass etwa ein Drittel der Befragten laut eigenen Angaben sogar einen Wechsel des Energieversorgers in Betracht ziehen, wenn dieser ein entsprechend unzureichendes Angebot an Produkten und Dienstleistungen zur Energiewende aufweist. Besonders prekär erweist sich dieses Ergebnis dahingehend, dass diese Wechselbereitschaft sehr stark in der Gruppe der Immobilieneigentümer ausgeprägt ist. Aufgrund der Tatsache, dass die Immobilienbesitzer selbst die Entscheidung zur Anschaffung von Produkten und Dienstleistungen rund um die Energiewende treffen können und zudem über höhere Einkommen verfügen, besitzt dies einen besonders negativen Effekt auf den (künftigen) Erfolg der Energieversorger.**

**Abbildung: Wechselbereitschaft des Energieversorgers beim privaten Haushalt aufgrund mangelnder Portfolios zum Thema Energiewende**



**Lediglich ein Viertel der privaten Haushalte verfügt nach eigenen Angaben über gute bzw. sehr gute Kenntnisse zu den Produkten der Energiewende – so genannten Umweltprodukten. Dies spiegelt sich auch darin wider, dass die Endkunden insbesondere auf der Suche nach neutralen, herstellerunabhängigen Informationen sind. Hier kommt dem Energieversorger eine durchaus wichtige Rolle als Informationslieferant zu. Der private Haushalt wird kurz- bis mittelfristig in die Produkt- und Servicewelt der Energiewende investieren. Dies zeigt sich nicht zuletzt in der Einschätzung, dass deutlich über 50% der befragten Endkunden die höchste Relevanz zum Einsatz im Haushalt aus dem Spektrum der Umweltprodukte bei Photovoltaik, Elektromobilität, Stromspeichern sowie Smart Home sehen.**

**Neben der Erfassung und Beschreibung der Nachfrageseite, diente die Befragung der Haushalte dazu, die Messkriterien für das entwickelte Qualitätsmodell zur Bewertung der Energieversorger an die realen Bedürfnisse der Endkunden anzupassen. Dazu wurde die Bedeutung der knapp 50 Kriterien erfragt, woraus anschließend die Gewichtung im Qualitätsmodell abgeleitet wurde. Insgesamt wird das Segment Strom im Durchschnitt als am wichtigsten bewertet, der Bereich Mobilität nimmt die geringste Bedeutung ein.**

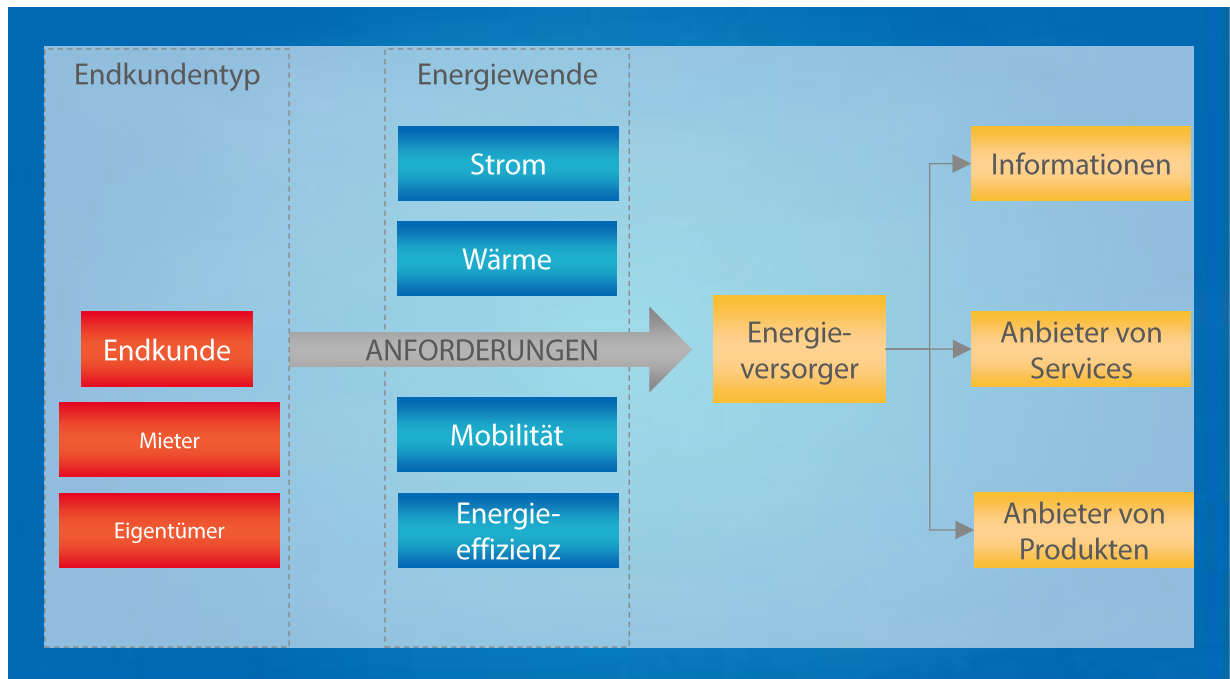
### ***Qualitätsmodell für Energieversorger***

**Untersuchungen des deutschen Endkunden liefern immer wieder den Beleg, dass die Energieversorger als Ansprechpartner und Informationsplattform zu Themen der Energiewende eine wichtige Rolle einnehmen. Der Endkunde erwartet einerseits Informationen zu aktuellen Entwicklungen, andererseits besteht Kundenbedarf im Hinblick auf Produkte und Dienstleistungen im Kontext der Energiewende.**

**Das im Projektrahmen entwickelte Qualitätsmodell bewertet das Angebot der Energieversorger in den vier Segmenten der Energiewende, d.h. Strom, Wärme, Mobilität und Energieeffizienz. Innerhalb jedes Segmentes wurde geprüft, inwiefern und in welcher Qualität die Energieversorger für den Endkunden Angebote an Informationen, Produkten und Serviceleistungen bereitstellen. Um den unterschiedlichen Bedarfen der Endkunden gerecht zu werden, erfolgt die Analyse aus Sicht von zwei Kundengruppen: als privater Haushalt mit eigengenutzter Immobilie oder Mieter.**

**Die Überprüfung des Qualitätsmodells erfolgte bei allen Energieversorgern im Rahmen eines Mystery Shopping Ansatzes. Hierbei wurde ein Screening der Webseiten vorgenommen. Weiterhin wurden stichprobenartig Testanrufe und Onlinekontakte bei den Energieversorgern durchgeführt, um eventuell bestehende Unklarheiten zu eruieren.**

**Abbildung: Struktur des Qualitätsmodells "Energieversorger in der Energiewende"**



#### **Photovoltaik als erneuerbare Energie am häufigsten im Portfolio der Energieversorger**

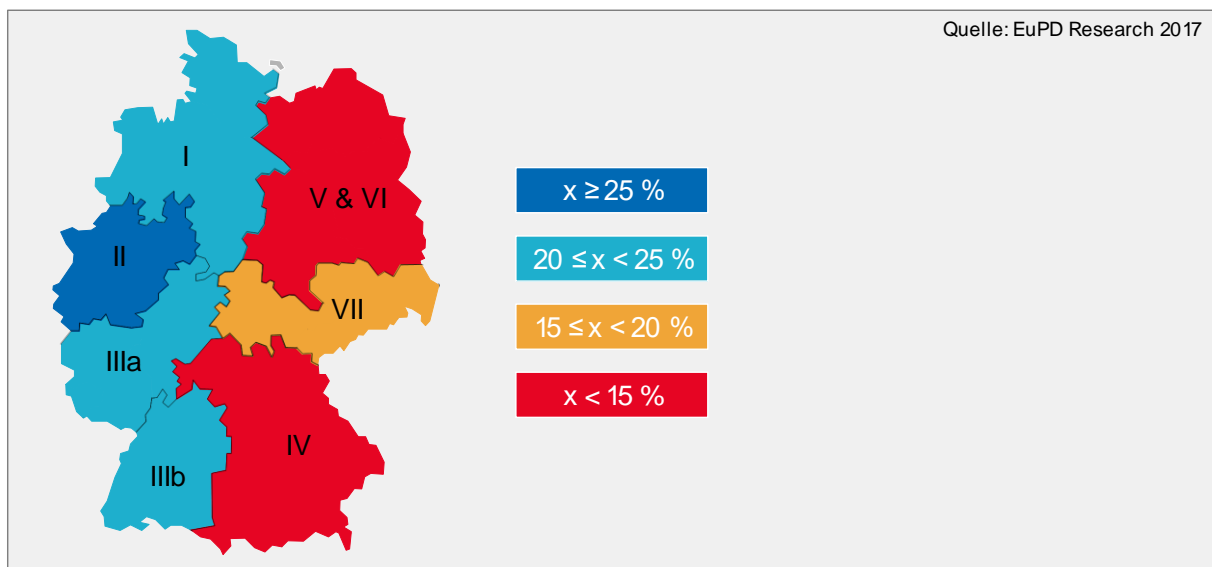
**Aktuell bieten 3 von 4 deutschen Energieversorgern Ökostrom als häufigstes Energiewende-Produkt an. Daneben findet sich als spezifischer Stromtarif Wärme- bzw. Heizstrom in der Hälfte der Portfolios der deutschen Energieversorger. Mit deutlich geringerem Anteil von einem Fünftel erweist sich das Angebot von Photovoltaik als meist offerierte erneuerbare Energie. Wenngleich Stromspeicher erst seit 2013 in größerem Umfang dem Endkunden angeboten werden, haben bereits 2 von 3 Energieversorger mit Photovoltaik ihr Portfolio mit einem Speicher ergänzt.**

**Das Angebot von Photovoltaikanlagen durch ein Energieversorgungsunternehmen kann dabei über ein echtes eigenes Angebot oder über die Inanspruchnahme eines externen Dienstleisters erfolgen. Bei dem eigenen Angebot wickelt der Energieversorger den Auftrag des privaten Haushalts selbst ab. Im Falle eines externen Dienstleisters übernimmt dieser Teile oder den gesamten Verkaufsprozess. Das Angebot des Full-Service-Providers für Energieversorger geht von der Einrichtung und Wartung eines White-Label-Portals über Unterstützung im Bereich Marketing bis hin zur Beratung der Endkunden, Vertrieb, Einkauf, Logistik sowie die Installation der Anlagen durch regionale Handwerkspartner.**

Die Angebotsanalyse offenbart zudem, dass sich neben dem klassischen Geschäftsmodell des Verkaufs von Anlagen auch neue Formen wie Contracting, Mietmodelle oder Dachanmietung bei den Energieversorgern etabliert haben.

Bei der Betrachtung des Angebots von Photovoltaikanlagen nach Nielsengebieten zeigt sich, dass insbesondere in der Nielsenregion II (Nordrhein-Westfalen) die Verfügbarkeit von Seiten der Energieversorger sehr hoch ist. In der Nielsenregion IV (Bayern) hingegen würde man zwar aufgrund der hohen bestehenden installierten Leistung eine große Angebotsvielfalt erwarten, allerdings bieten dort lediglich 13% der Energieversorger Photovoltaik an. Erklärungsansätze liegen hier in der hohen Wettbewerbsintensität dieses Marktes sowie bereits erreichten Sättigungsgraden im Haushaltssegment in Bayern.

Abbildung: Anteil der Energieversorger, die Photovoltaik anbieten, nach Nielsengebieten



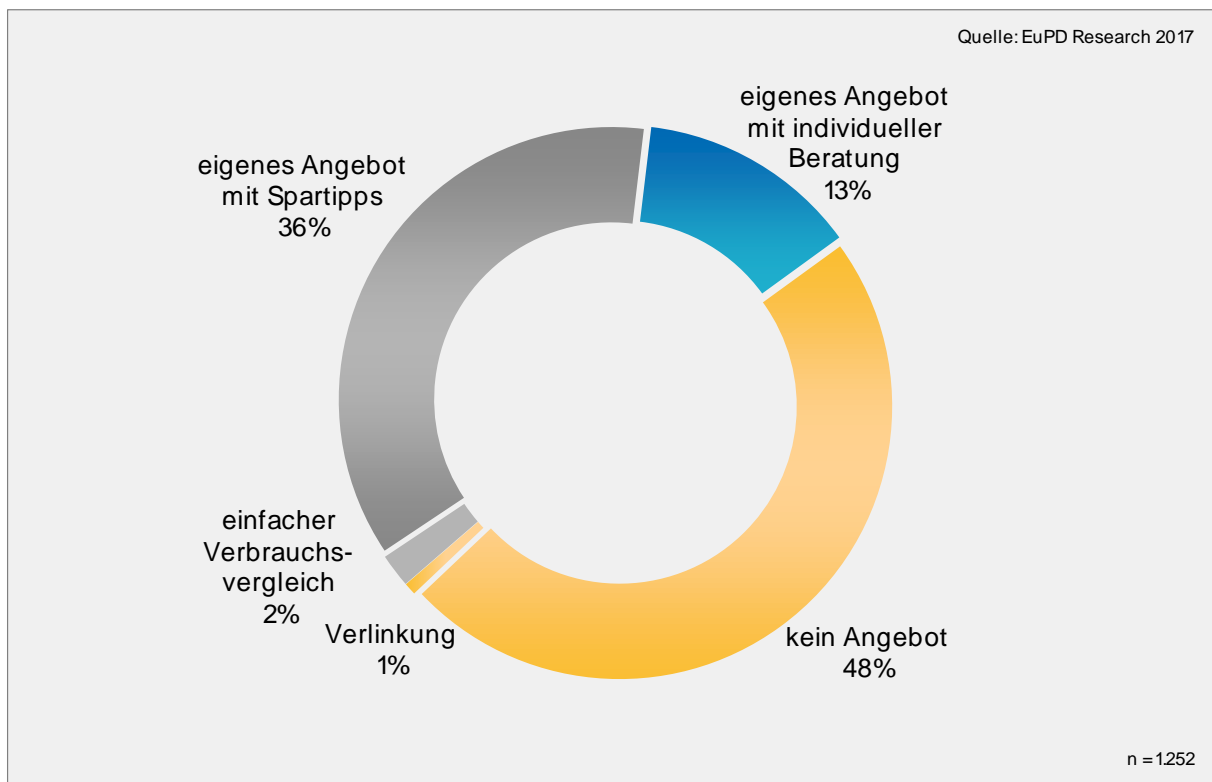
**„Wärmewende“ findet ohne Produktangebot, aber mit Unterstützung der Energieversorger statt**

Das Angebot an erneuerbaren Wärmetechnologien durch die Energieversorger ist mit einem Anteil von 2% (Pelletheizungen) bis 7% (Mikro-BHKW) nur marginal ausgeprägt. Selbst Wärmepumpen, deren Neuinstallationen in 2016 gut 60.000 Anlagen umfassten, sind bei lediglich 5% der Energieversorger im Angebotsportfolio zu finden.

Im Servicebereich offenbaren sich verschiedene Angebote, so u.a. die Heizsparberatung. Die Verteilung auf die verschiedenen Angebotsvarianten stellt sich ähnlich wie im Stromsegment dar. Fast die Hälfte der Energieversorger bietet überhaupt keine Heizsparberatung an. Ein eigenes Angebot mit Spartipps ist die am

**weitesten verbreitete Heizsparberatung. Solche Spartipps beinhalten beispielsweise Empfehlungen zur richtigen Handhabung der Heizungsanlage, Tipps zur Wärmedämmung oder Anleitungen zum Verbraucherverhalten. Jeder achte Energieversorger geht mit einer individuellen Beratung auf den Bedarf der Haushalte ein.**

**Abbildung: Angebot einer Heizsparberatung**



**Im Gegensatz des minimal ausgebildeten Angebotes erneuerbarer Wärmetechnologien ist das entsprechende Förderangebot bei 30% der Energieversorger vorhanden. Zumeist handelt es sich dabei um einen Investitionszuschuss für die Modernisierung der Heizungsanlage. Zudem werden der Einbau einer Wärmepumpe, eines Mikro-BHKW, einer Pelletheizung oder einer Solarthermie-Anlage bezuschusst. Die Förderprogramme sind dabei teilweise sehr unterschiedlich ausgestaltet. Einige Energieversorger bieten Investitionszuschüsse zu erneuerbaren Wärmeerzeugungsanlagen an. Diese liegen meist zwischen 100 und 400 Euro je Anlage.**



### ***Smart Home als Aktionsgebiet der Dienstleister***

**Mit Ausnahme weniger Energieversorger wird die Smart Home Produktwelt über externe Dienstleister in Online-Shops, welche auf der Webseite des jeweiligen Versorgers integriert sind, angeboten. Dabei werden die Shops dem Corporate Design des jeweiligen Versorgungsunternehmens angepasst, sodass bei dem Endkunden der Eindruck entsteht, bei seinem Energieversorger alles aus einer Hand zu kaufen. Der Shop wird jedoch extern betrieben. Demnach laufen Angebot, Verkauf, Versand etc. nicht über den Energieversorger selbst, sondern er hat den gesamten Prozess ausgelagert.**

**Bezüglich der Verteilung des Angebots von Smart Home Produkten zeigt sich, dass Produkte zur Reduktion des Stromverbrauchs insbesondere in Nordrhein-Westfalen in den Portfolios der Energieversorger stark vertreten sind. 25% der Energieversorger dort bieten solche Produkte an. In Süddeutschland hingegen ist der Anteil der Energieversorger, die diese Produkte offerieren mit 11% in Bayern beispielsweise deutlich geringer.**

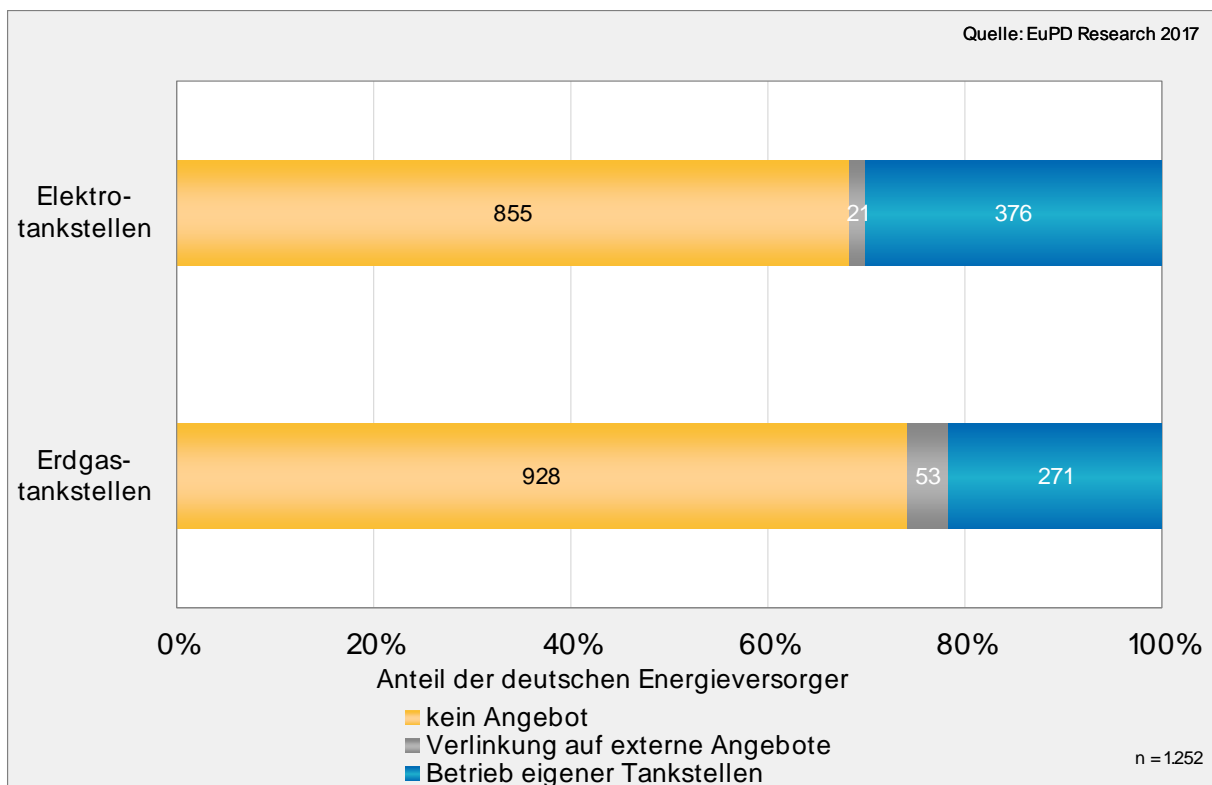
### ***Elektromobilität mit Potential für neue Geschäftsmodelle***

**Trotz der geringen aktuellen Bedeutung der Elektromobilität in Deutschland, zeigen die Energieversorger ein relativ breites Spektrum an Aktivitäten. Mit 6% liegt das Angebot an Ladesäulen beziehungsweise Wallboxen höher als für die meisten erneuerbaren Wärmetechnologien.**

**Bereits 11% der Energieversorger sind in Pilotprojekten selbst aktiv, was nahezu so viele Energieversorger wie im Stromsegment umfasst. Entsprechend wird deutlich, dass Energieversorgungsunternehmen den Sektor Mobilität zunehmend als Bestandteil des zukünftigen Geschäftsmodells verstehen. Technologisch handelt es sich bei den Pilotprojekten meist um Carsharing-Modelle, eBike-Verleih, die Umgestaltung des eigenen Fuhrparks oder der Betrieb einer eigenen Ladeinfrastruktur. Aber auch Forschungsprojekte zur Entwicklung von Mobilitätskonzepten für eine bestimmte Region sind darunter zu finden.**

**30% der deutschen Energieversorger betreiben selbst Tanksäulen für Elektrofahrzeuge, aber auch Erdgastankstellen besitzen mit 22% einen großen Anteil. Neben dem eigenen Angebot an Tankstellen verlinken einige der Energieversorger auf externe Webseiten.**

**Abbildung: Tankstellen für alternative Antriebstechnologien**



### **Sektorkopplung spiegelt sich bislang kaum im Portfolio der Energieversorger wider**

Das zum Teil nur gering ausgeprägte Angebotsportfolio der Energieversorger an Energiewende Technologien lässt kaum Rückschlüsse auf die Verbindung der Segmente Strom, Wärme, Mobilität und Energieeffizienz zu. Als erstes Indiz einer sogenannten Sektorkopplung zeigt die aktuelle Untersuchung, dass Energieversorger mit Photovoltaik und Speicher im Angebotsportfolio im Bereich der Mobilität überdurchschnittlich oft Angebote vorhalten. Dies erklärt sich aus der ökologisch und ökonomisch effizienten Nutzung des eigengenerierten Photovoltaik-Stroms bei Hausbesitzer. Die Verbindung von Wärme- und Stromsektor ergibt sich für das Produkt der Wärmepumpe, so dass das Angebot einer Wärmepumpe in 69% der Fälle mit dem Angebot von Wärme-/ Heizstrom ergänzt wird.

### **Energieversorger in Nordrhein-Westfalen am besten aufgestellt**

Im Stromsegment ist Nordrhein-Westfalen relativ stark aufgestellt. Wenngleich die nordrhein-westfälischen Energieversorger im Hinblick auf den Maximalwert von einem Energieversorger aus Baden-Württemberg sowie aus Bayern übertroffen werden, liegt der Mittelwert dieser Region über dem der anderen sechs Gebiete. In den ostdeutschen

Regionen fällt auf, dass die Energieversorger dort im Stromsegment niedrigere maximale Punktzahlen im Qualitätsmodell erreichen.

Die folgende Abbildung der Mittelwerte in den Sektoren der Energiewende zeigt die starke Position der nordrhein-westfälischen Energieversorger. Sie bilden im Hinblick auf die Energiewende ein umfassendes Portfolio für den Endkunden ab. Stark abgeschlagen sind hingegen die Energieversorger aus Bayern, wobei dies sicherlich teilweise je nach Technologie von gewissen Sättigungseffekten beeinflusst wird.

Abbildung: Mittelwerte der erreichten Punktzahlen nach Sektoren und Niensengebieten

