

Konsultationsentwurf: Fairnesskatalog für Strom- und Gaslieferanten

Konsultationsentwurf:

Die Bundeswettbewerbsbehörde und die E-Control führen eine Konsultation zum Fairnesskatalog für Strom- und Gaslieferanten durch. Die Strom- und Gaslieferanten sowie alle weiteren Stakeholder sind eingeladen, ihre Rückmeldungen zum vorliegenden Entwurf bis zum **20.01.2026** per Mail an **konsultation[at]bwb.gv.at** einzureichen. Die Veröffentlichung der finalen Version des Fairnesskatalogs ist für den Februar 2026 geplant.

Impressum

Medieninhaber, Verleger und Herausgeber:

Bundeswettbewerbsbehörde
Radetzkystraße 2, A-1030 Wien
Tel.: + +43 1 245 08 – 0
E-Mail: wettbewerb@bwb.gv.at
www.bwb.gv.at

Energie-Control Austria für die Regulierung der Elektrizitäts- und Erdgaswirtschaft (E-Control)
Rudolfsplatz 13a, A-1010 Wien
Tel.: +43 1 24 7 24-0
E-Mail: office@e-control.at
www.e-control.at

Für den Inhalt verantwortlich:

Dr. Natalie Harsdorf, LL.M.
Generaldirektorin Bundeswettbewerbsbehörde
Dr. Wolfgang Urbantschitsch, LL.M.
Vorstand E-Control
Prof. DI Dr. Alfons Haber, MBA
Vorstand E-Control

© Bundeswettbewerbsbehörde/E-Control, 2025

Stand: 9. Dezember 2025

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die des Nachdrucks, der Übersetzung, des Vortrags, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung durch Fotokopie oder auf anderen Wegen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, im gesetzlich zulässigen Umfang vorbehalten. Zulässig ist insbesondere die Nutzung von einzelnen Teilen zur gerechtfertigten Zitierung mit Quellenangabe.

Vorbehaltlich Satzfehler und Irrtümer.

Einleitung und Hintergrund

Die Energiekrise der Jahre 2021–2023 hat nicht nur die Verwundbarkeit der österreichischen Strom- und Gasmärkte offengelegt, sondern auch die weitreichenden Auswirkungen von Externalitäten, Preisschocks, Intransparenz und unklaren Vertragsbedingungen für Haushalte, Unternehmen und die Wettbewerbsfähigkeit des Wirtschaftsstandorts sichtbar gemacht. Der **Abschlussbericht der Task-Force Energie¹** der Bundeswettbewerbsbehörde (BWB) und E-Control hat zentrale Schwachstellen am österreichischen Energiemarkt aufgezeigt. Trotz Liberalisierung des Strom- und Gasmarkts behindern Kreuzbeteiligungen, regional verfestigte Marktstrukturen, Intransparenz, unzureichende Preisinformationen, komplexe Vertragsbedingungen sowie unfaire Geschäftspraktiken nach wie vor den Wettbewerb. BWB und E-Control haben klare Empfehlungen formuliert, wie Märkte fairer, resilenter und verbraucherfreundlicher gestaltet werden können.

Vor diesem Hintergrund bietet der **Fairnesskatalog für Strom- und Gaslieferanten** eine Hilfestellung. Der Fairnesskatalog greift die Ergebnisse und Empfehlungen der Task-Force Energie auf und überführt sie in konkrete, praxisnahe Grundsätze. Er versteht sich als Leitlinie für Unternehmen im Energiemarkt, um ergänzend zu den gesetzlichen Mindeststandards Kundinnen und Kunden sowie allen Marktteilnehmern faire, transparente und verlässliche Rahmenbedingungen zu garantieren. Ziel des Fairnesskatalogs ist es, die Markttransparenz zu erhöhen und faire Wettbewerbsbedingungen sicherzustellen. Er schafft Orientierung für Unternehmen und stärkt Österreich als verlässlichen Wirtschafts- und Energiestandort.

Ist dieser Leitfaden verbindlich?

Der **Fairnesskatalog für Strom- und Gaslieferanten** schafft keine neuen Rechtsnormen, sondern ist eine praxisnahe, freiwillige Handlungsanleitung. Er ermöglicht Strom- und Gaslieferanten, ergänzend zu den gesetzlichen und regulatorischen Mindeststandards wesentliche wettbewerbs- und verbraucherschutzrechtliche Themen in ihre tägliche Arbeit zu integrieren und proaktiv für Transparenz, Fairness und Verantwortung einzustehen. Dazu formuliert der Katalog **Fairnessgrundsätze** und dient als ergänzende Handlungsanleitung, mit der Strom- und Gaslieferanten freiwillig bekraftigen, sich über die gesetzlichen Mindeststandards hinaus für Transparenz, Fairness und Verantwortung einsetzen. Er ist **rechtlich unverbindlich** und bindet weder österreichische Gerichte und Behörden noch die europäischen Institutionen. Die geltenden gesetzlichen Bestimmungen bleiben unberührt und sind in jedem Fall einzuhalten.

¹ Abschlussbericht Juni 2025, Task-Force der BWB und der E-Control (abgerufen am 08.12.2025).

Grundsätze fairen Verhaltens



1. Fairnessgrundsatz: Wettbewerb leben

Effektiver Wettbewerb: Österreichweite Konkurrenz zwischen allen Strom- und Gaslieferanten

Funktionierender Wettbewerb ist die Grundlage effizienter Märkte. Dadurch werden Kundinnen und Kunden zu minimalen Kosten versorgt, während gleichzeitig eine Vielfalt an Produkten die unterschiedlichen Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden abdeckt. Er entsteht, wenn Unternehmen miteinander konkurrieren und dabei versuchen, bessere Preise und Geschäftsbedingungen sowie innovativere Produkte als ihre Konkurrenz anzubieten.

Umfassende Vertriebskooperationen und Kreuzbeteiligungen können auf dem österreichischen Energiemarkt zu eingeschränktem Wettbewerb führen. Insbesondere Vertriebskooperationen und Kreuzbeteiligungen mit einer territorialen Marktaufteilung, typischerweise nach

Netzgebieten, hemmen den Wettbewerb. Die kooperierenden Unternehmen treten nicht in Konkurrenz zueinander und reduzieren das Angebot. Aus wettbewerblicher Sicht sollten daher Vertriebskooperationen und Kreuzbeteiligungen zwischen verschiedenen Lieferanten vermieden werden, um eine ausreichend große Zahl unabhängig und österreichweit agierender Anbieter sicherzustellen. Der bloße Umstand einer gesellschaftsrechtlichen Verflechtung rechtfertigt auch keine territoriale Aufteilung der Gebiete, in der Strom und Gas angeboten werden.

 Alle österreichischen Strom- und Gaslieferanten stehen unabhängig von allfälligen gesellschaftsrechtlichen Verflechtungen oder Kooperationen miteinander im Wettbewerb und leben den Wettbewerb.



Die Kreuzbeteiligungen werden sukzessive reduziert und abgebaut.

Gleichbehandlung ohne regionale Unterschiede: Der Wohnort darf den Strompreis nicht bestimmen

Strom- und Gaslieferanten treten über Netzgrenzen hinweg mit wettbewerbsfähigen Preisen und attraktiven Angeboten auf, um Kundinnen und Kunden zu gewinnen. Eine Differenzierung von Preisen nur aufgrund von Netzgebieten ist zu unterlassen. Angesprochene Kundengruppen dürfen nicht allein aufgrund ihres Wohnortes benachteiligt werden. Solche Praktiken ermöglichen typischerweise die Quersubventionierung günstigerer Tarife in einzelnen Netzgebieten und benachteiligen Kundengruppen in anderen Netzgebieten. Damit wird ein fairer und funktionierender Wettbewerb über regionale Grenzen hinweg behindert.



Der Lieferant bietet Kundinnen und Kunden unabhängig vom Wohnort gleiche Energiepreise an, sofern keine sachlich gerechtfertigten Kostengründe eine Differenzierung erfordern.

2. Fairnessgrundsatz: Wettbewerbsverzerrung durch Bündelprodukte verhindern

Im Energiebereich werden zunehmend Bündelprodukte angeboten, etwa die Kombination von Energieverträgen mit der Mitgliedschaft in einer bestimmten Energiegemeinschaft, aber auch in Kombination mit Telekom- oder Internetverträgen, Verkehrstickets, Tankgutscheinen oder E-

Mobility-Ladekarten. Der Zugang zu Dienstleistungen sollte nicht von einem Vertrag mit einem bestimmten Lieferanten abhängen.

Bündelprodukte können die Preistransparenz beeinträchtigen, den Preisvergleich erschweren und den Lieferantenwettbewerb verzerren. Zudem können sie vorhandene Marktmacht vom Energiemarkt auf andere Märkte ausdehnen.

Etablierte Strom- oder Gaslieferanten verfügen oft über weitreichende Vertriebsstrukturen und können diese auf angrenzende Märkte, wie beispielsweise Ladekarten für E-Autos, ausweiten. Dadurch kann neuen Anbietern der Markteintritt erschwert werden. Besonders hohe Markteintrittsbarrieren bestehen, wenn Bündelprodukte durch Quersubventionierung unterhalb der Bereitstellungskosten angeboten werden.



Der Lieferant gestaltet Bündelprodukte klar nachvollziehbar, mit marktüblichen Preisen und frei von strategischen Koppelungen, die Wettbewerber benachteiligen könnten.

3. Fairnessgrundsatz: Einspeise- und Bezugstarife unabhängig voneinander anbieten

Stromlieferanten bieten Einspeisetarife grundsätzlich unabhängig von Bezugsverträgen an. Bezug und Einspeisung sind als separate Märkte zu behandeln, in denen Produkte unabhängig voneinander angeboten werden, um zu verhindern, dass die bestehenden Marktstrukturen des einen Marktes auf den anderen übertragen werden.

Es kann sachlich gerechtfertigte Gründe dafür geben, dass Kundinnen und Kunden, die auch Einspeiser sind, von einem Lieferanten anders behandelt werden als reine Bezugskundinnen und -kunden (siehe dazu 4. Fairnessgrundsatz). Die jeweiligen Produkte und dahinterstehenden Märkte sollten von den Lieferanten allerdings unabhängig voneinander behandelt werden.



Der Lieferant bietet Einspeise- und Bezugstarife unabhängig voneinander an und verknüpft Konditionen nicht unsachlich marktübergreifend.

4. Fairnessgrundsatz: Kundengruppen gleichbehandeln

Regelmäßig werden bestimmte Kundengruppen ohne sachliche Grundlage benachteiligt. Die Task-Force Energie der Bundeswettbewerbsbehörde (BWB) und E-Control hat mehrere Beispiele aufgezeigt, in welchen Bestandskundinnen und -kunden bei identischem Produkt und Netzgebiet über einen längeren Zeitraum deutlich höhere Preise pro kWh zahlten als Neukundinnen und -kunden. Die Praxis der Preisdiskriminierung führt dazu, dass eine große Anzahl an Bestandskundinnen und -kunden benachteiligt wird. Es schränkt den Wettbewerb ein, wenn die Lieferanten nur im Neukundenmarkt konkurrieren, während die Bestandskundinnen und -kunden überhöhte Preise zahlen.

Das bedeutet jedoch nicht, dass es keine sachlich gerechtfertigten Gründe (wie etwa die Teilnahme in einer Energiegemeinschaft, Art der Einspeiseanlage etc.) geben kann, um gewisse Kundengruppen unterschiedlich zu bepreisen. In solchen Fällen ist es wichtig, dass innerhalb einer Kundengruppe einheitliche Preise angewendet werden und dass der Lieferant den Aufwand und die verbundenen Kosten je Kundengruppe belegen und somit die unterschiedliche Behandlung ausreichend motivieren kann.



Der Lieferant behandelt Bestandskundinnen und -kunden außerhalb der Produktbindefrist und Neukundinnen und -kunden gleich und bietet identische Preise für sachlich identische Produkte an. Bestandskundinnen und -kunden werden regelmäßig auf günstigere Neutarife aufmerksam gemacht.

5. Fairnessgrundsatz: Die monatliche Rechnung zur Auswahl stellen und aktiv bewerben

Die (elektronische) Monatsrechnung für Stromprodukte bietet eine wertvolle, wiederkehrende Informationsquelle über Verbrauch und anfallende Kosten. Im Gegensatz dazu kann eine jährliche Rechnung für manche Kundinnen und Kunden unerwartet kommen und eine erhebliche finanzielle Belastung darstellen, besonders wenn sie gesammelt zu bezahlen ist. Wird monatlich abgerechnet, so wird die Kundin oder der Kunde nicht nur regelmäßig an das bezogene Produkt und den laufenden Vertrag erinnert, sondern man ermöglicht größere Transparenz hinsichtlich der Preise, was den Wettbewerb fördert. Daher ist es wichtig, dass Lieferanten ihren Kundinnen und Kunden die Option einer Monatsrechnung gezielt anbieten, sie von Anfang an darüber informieren und die Vorteile einer Monatsrechnung aktiv bewerben. Der Lieferant macht darüber hinaus insbesondere die Kundinnen und Kunden, die sich für eine Jahresrechnung entscheiden,

darauf aufmerksam, dass sie zusätzlich die Möglichkeit haben, eine rein informative monatliche Stromkosten- und Verbrauchsmeldung zu erhalten.



Der Stromlieferant weist Kundinnen und Kunden gezielt und wiederholt darauf hin, dass es neben einer Jahresrechnung auch die Möglichkeit einer elektronischen Monatsabrechnung gibt.

6. Fairnessgrundsatz: Produkt- und Preistransparenz sicherstellen

Ohne Name, kein Produkt: Jedes Produkt braucht eine eigene, unterscheidungs kräftige Bezeichnung

Die Produktbezeichnung vereint alle Merkmale eines Vertrags unter einem gemeinsamen Namen. Nur eine eindeutig zuordenbare und unverwechselbare Produktbezeichnung ermöglicht es Kundinnen und Kunden, Angebote einfach zu vergleichen. Um sich über Produkte, etwa im Tarifkalkulator der E-Control, detailliert informieren zu können, sind Angaben zu bestimmten Inhalten, wie das Preismodell und die Zusammensetzung der Energieträger, unverzichtbar.



Folgende Grundlagen sind bei der Benennung eines Produkts vom Lieferanten zu beachten:

Liefer- bzw. Abnahmeverträge, mit unterschiedlichen

- Preismodellen bei Vertragsabschluss (z.B. Fixpreisprodukt oder Produkt mit automatischer Preisänderung),
- Berechnungsgrundlagen oder Preisanpassungsmechanismen bei Vertragsabschluss,
- aktuellen Energiepreisen,
- Rabatten innerhalb eines Kundenkreises (Neukundenrabatt, Wechselbonus, Bestandskundenrabatt, einmaliger Sofortbonus oder Mengenrabatt), oder
- (im Falle von Lieferverträgen) wesentlichen Zusammensetzungen der Energieträger

führt der Lieferant als jeweils eigenständige Produkte.

Garantierter Durchblick: Einheitlichkeit und Standards für Preisblätter und ALB

Produkt- und Preisblätter sowie die Allgemeinen Lieferbedingungen (ALB) weisen das Strom- oder Gasprodukt aus, geben Kosten und Vertragsdetails an und sind damit die zentrale Auskunft für

Kundinnen und Kunden. Eine klare und verständliche Sprache, die Hervorhebung der wichtigsten Produktmerkmale (Preis, Laufzeit) sowie eine übersichtliche Darstellung auf den Preisblättern und den ALB der Lieferanten sind die Grundlage dafür, dass die Kundinnen und Kunden sowohl die Leistungen des Lieferanten als auch die eigenen Rechte und Pflichten gut nachvollziehen können. Die Einheitlichkeit von Aufbau und Inhalt der Produkt- und Preisblätter verschiedener Lieferanten erleichtert es Kundinnen und Kunden, Produkte und Anbieter zu vergleichen und fördert dadurch ebenfalls den Wettbewerb. Der Lieferant stellt sicher, dass klar erkennbar ist, welches Preisblatt aktuell ist und für welches Produkt sowie welche ALB es gilt. Preisblätter werden für alle Kundinnen und Kunden einfach zugänglich gemacht.

 Der Lieferant gestaltet Produkt- und Preisblätter sowie die Allgemeinen Lieferbedingungen (ALB) verständlich, übersichtlich und dadurch auch vergleichbar. Der Lieferant gewährleistet, dass jede Kundin und jeder Kunde eindeutig erkennt, welches aktuelle Preisblatt für sie oder ihn gilt, und wo es abzurufen ist.

7. Fairnessgrundsatz: Verantwortungsvolle Vertragsbedingungen garantieren



Kundenfreundliche Produkte: Verständliche Preisformeln verwenden

Die Preisformel soll sicherstellen, dass Kundinnen und Kunden bereits vor Vertragsabschluss den Preis kennen und somit ihre Kosten des Strom- oder Gasproduktes abschätzen können, beziehungsweise bei Produkten mit variablen Preisen nachvollziehen können, wie sich der Preis bildet. Aufgrund der Vielzahl an Preisanpassungsklauseln und -formeln sowie der unterschiedlichen Tariftypen wird es für Kundinnen und Kunden allerdings zunehmend schwieriger, Preise und Kosten abzuschätzen und die verfügbaren Angebote miteinander zu vergleichen. Darüber hinaus enthalten diese Formeln oft Fehler oder sind so komplex, dass sie sich nicht nachvollziehbar eigenständig berechnen lassen. Undurchsichtige Preise und Preisformeln können auch dem Wettbewerb schaden, da Kundinnen und Kunden sich möglicherweise überfordert fühlen oder keinen konkreten Preis für einen Produktvergleich vorliegen haben. Der Lieferant hat sicherzustellen, dass der Preis, der aktuell zur Verrechnung gelangt, der Kundin oder dem Kunden bewusst ist und sich jederzeit (etwa im Kundenportal) abrufen lässt.

Die folgenden Kriterien fassen ein **Best-Practice-Modell der Tarifgestaltung** zusammen. Dieses Modell zeigt, wie transparente Preise gestaltet werden und wie die Verantwortung des Lieferanten hinsichtlich der Kosten gegenüber den Kundinnen und Kunden aussieht. Zielsetzung ist dabei einerseits eine größtmögliche Vergleichbarkeit der Tarife und andererseits eine möglichst gute Abbildung der Gestehungskosten einzelner „Kundenversprechen“, im Sinn von stabilen Preisen über bestimmte Zeiträume hinweg:

- Der Grundpreis beinhaltet die energieverbrauchsunabhängigen Kosten der Lieferung. Der Grundpreis kann hinsichtlich der Inflationsentwicklung indiziert sein, etwa mit dem Verbraucherpreisindex (VPI).
- Der Arbeitspreis beinhaltet bloß die variablen, energieverbrauchsabhängigen Kosten der Lieferung. Der Arbeitspreis kann indiziert werden. Der indizierte Startpreis entspricht dem Preis, der den Wert des verwendeten Index zum Vertragsabschluss widerspiegelt. Dieser kann bei preisgesicherten dynamischen Tarifen schlicht ein bestimmter Börsenpreis sein. Bei preisgesicherten Tarifen (Monat, Quartal, Jahr) ergibt sich der Indexwert aus einer bestmöglichen Annäherung an das erwartete durchschnittliche Verbrauchsprofil einer spezifischen Kundengruppe.
- Die Marge wird als konstanter Cent/kWh Aufschlag eingepreist und nicht mit Energiepreisindices erhöht.
- Sonstige Risiken und Kosten werden (von der Marge getrennt) als konstanter Cent/kWh Aufschlag eingepreist.
- Bei vordefinierten preislichen Sondersituationen können prozentuelle zusätzliche Aufschläge aktiviert werden.

Ein solches Best-Practice-Modell trägt dazu bei, dass Kundinnen und Kunden über die Art und die Kosten ihres Produktes und dadurch ebenso über die damit verbundenen Risiken besser informiert sind.



Der Lieferant hält das Best-Practice-Modell der Tarifgestaltung ein und kommuniziert dieses entsprechend an Kundinnen und Kunden, sodass diese ihren aktuellen Preis nachvollziehbar aus der Preisformel ableiten können.

Vorab informiert: Preisänderungen Kundinnen und Kunden früh und verständlich mitteilen

Preisänderungen waren gerade in den letzten Jahren vermehrt auch während der Vertragslaufzeit notwendig. Für Kundinnen und Kunden kommen Preisänderungen häufig überraschend oder werden gar nicht erst wahrgenommen. Aus diesem Grund ist es wichtig, dass der Lieferant bevorstehende Preisänderungen von Liefer- oder Abnahmeverträgen so frühzeitig wie möglich und gegebenenfalls wiederholt und unmissverständlich ankündigt. Der Lieferant hat dabei sicherzustellen, dass Kundinnen und Kunden sich des tatsächlichen Preises sowohl vor als auch nach einer Änderung bewusst sind, indem der Preis beispielsweise in der ausgesandten Ankündigung vergleichend dargestellt wird.



Der Lieferant kündigt bevorstehende (auch automatische) Preisänderungen so früh wie möglich an und hebt die tatsächliche Preisänderung verständlich hervor.

Keine bösen Überraschungen: Klare Kommunikation von Vertragslaufzeiten und Bindefristen

Die Vertragslaufzeiten und Bindefristen können je nach Strom- oder Gasprodukt variieren. Viele Kundinnen und Kunden sind langfristige Verträge gewohnt, weshalb es insbesondere bei befristeten Produkten mit kurzer Vertragslaufzeit möglich ist, dass sie durch das Auslaufen des Vertrages überrascht werden oder sich in einem Anschlusstarif zu deutlich höheren Preisen wiederfinden. Deshalb ist es essenziell, dass der Lieferant seine Kundinnen und Kunden bereits vor Abschluss des Vertrages über die Dauer des Vertrages aufklärt. Strom- und Gasprodukte dürfen generell Bindefristen von bis zu einem Jahr haben. Gerade bei Produkten mit Preisgarantie sind Bindefristen aus Lieferantensicht nachvollziehbar und werden von einigen Kundinnen und Kunden auch gewünscht. Bei Produkten mit automatischer Preisanpassung (Floater) sowie Spotmarktprodukten ist es aus Verbraucher- und Wettbewerbssicht wesentlich, dass den Kundinnen und Kunden bewusst ist, dass bei solchen Verträgen keine Bindefrist besteht und ein Vertragswechsel jederzeit möglich ist.

 Insbesondere bei Produkten mit kurzer Vertragslaufzeit weist der Lieferant die Kundinnen und Kunden auf diesen Umstand hin. Bei Produkten mit automatischer Preisadjustierung (Floatern) sowie Spotmarktprodukten informiert der Lieferant seine Kundinnen und Kunden darüber, dass keine Bindefrist existiert und ein Vertragswechsel jederzeit möglich ist.

Mit offenen Karten spielen: Transparenz über den Anschlusstarif und günstigere Alternativen

Nach Ablauf der Vertragsbindung wechseln viele Kundinnen und Kunden automatisch in einen häufig leicht variierten Anschlusstarif. Dies kann bedeuten, dass sich die Preisformel und teilweise sogar die Produktart verändert und der zu zahlende Preis ansteigt – häufig ohne entsprechende Kenntnis der Kundinnen und Kunden. Der Lieferant erkennt es daher als seine Aufgabe an, den Anschlusstarif (falls Kundinnen und Kunden keinen neuen Vertrag abschließen) klar und nachvollziehbar zu kommunizieren und darzustellen. Dabei macht der Lieferant deutlich, welche Produktart und Preisformel diesem Tarif zugrunde liegen, und stellt sicher, dass der Anschlusstarif fair und marktgerecht ausgestaltet ist.

Gemäß § 76a EIWOG ist der Lieferant bereits dazu verpflichtet, Kundinnen und Kunden rechtzeitig vor Vertragsablauf über ein günstigeres Produkt zu informieren. Diese Aufgabe versteht der Lieferant nicht nur als gesetzliche Pflicht, sondern auch als Ausdruck fairer Geschäftspraxis: Gibt es im aktuellen Produktpool einen Tarif mit besseren Konditionen, wird dieser Tarif den Bestandskundinnen und -kunden aktiv angeboten.



Der Lieferant informiert Kundinnen und Kunden transparent über den Anschlusstarif und bietet proaktiv eine günstigere Alternative an.

Rabattpolitik klar und sachlich gestalten

Rabatte spielen gerade in den letzten Jahren eine immer größere Rolle beim Vertrieb von Strom- und Gasprodukten. Dabei ist es aus Gründen der Transparenz und Verständlichkeit sehr wichtig, klar zu beschreiben, ob Rabatte absolut oder prozentual sind, auf welche Teile des Produkts sie sich beziehen und wie lange sie wirksam sind. Wird der Rabatt nicht entsprechend erklärt, bleibt oft unklar, welchen Preis Kundinnen und Kunden letztlich zahlen müssen. Dies erhöht die Komplexität des Produkts. Allgemeine Rabatte sollen allen Kundinnen und Kunden zugänglich gemacht werden und sich nicht nur auf bestimmte Kundengruppen beziehen. Die Rabatte sollen

im Tarifkalkulator transparent erklärt werden. Des Weiteren müssen Rabatte so gestaltet sein, dass sie in unterjährigen Teilbeträgen berücksichtigt werden können.



Der Lieferant gestaltet die Rabattvergabe bei Strom- und Gasprodukten transparent und fair.

8. Fairnessgrundsatz: Kundensicherheit und Krisenmanagement gewährleisten

Proaktive Kundenkommunikation

bei Versorgungsgpässen und
Preisanpassungen



Leistbare Preise sicherstellen – auch in Krisenzeiten

Haushalte und kleine und mittlere Unternehmen (KMU) sind als Verbraucherinnen und Verbraucher ohne wirkliche Verhandlungsmacht direkt von den Preisen und sonstigen Geschäftsbedingungen der Anbieter abhängig. Jederzeit, aber vor allem in Krisenzeiten, müssen Kundinnen und Kunden darauf vertrauen können, sich eine Mindestmenge an Energie leisten zu können. Im Sinne der Versorgungssicherheit und vor dem Hintergrund dieses Abhängigkeitsverhältnisses tragen die Lieferanten – insbesondere solche mit Marktmacht und einer hohen Anzahl an versorgten Haushalten und KMU – eine große Verantwortung, um Kundinnen und Kunden bestmöglich vor Preisschocks zu bewahren.



Der Lieferant nimmt seine Verantwortung für die Versorgungssicherheit der Bevölkerung ernst und verlangt auch in Krisenzeiten nur sachlich gerechtfertigte und faire Preise.

Proaktive Kundenkommunikation bei Versorgungsengpässen und Preisankündigungen

Ganz allgemein, und besonders in Krisenzeiten, ist es entscheidend, dass Lieferanten die Verbraucherinnen und Verbraucher transparent über wesentliche Marktentwicklungen informieren, insbesondere wenn diese vorhersehbar zu Preisänderungen führen. Dies erhöht nicht nur das Bewusstsein der Kundinnen und Kunden und fördert den Wettbewerb, sondern kann auch dazu beitragen, Ängste vor Krisen zu mindern und Verbraucherinnen und Verbraucher vor unerwarteten Überraschungen zu bewahren.



Insbesondere in Krisenzeiten informiert der Lieferant unverzüglich über Versorgungsengpässe, die Auswirkungen auf Kundinnen und Kunden haben, sowie damit verbundene Preisankündigungen und begründet diese nachvollziehbar.

Strategien und Hilfsangebote für die Krisenbewältigung von morgen entwickeln

Die Energiekrise überraschte auch Strom- und Gaslieferanten, weshalb Kommunikationsstrategien und weitere Unterstützungsmaßnahmen unausgereift und teilweise unzureichend waren. Es ist essenziell, dass Lieferanten ihr damaliges Vorgehen auf den Prüfstand stellen und existierende Methoden gegebenenfalls überarbeiten. Dies erlaubt ihnen, bei einem möglichen nächsten Vorfall strategisch, kommunikativ und in Bezug auf Unterstützungsmaßnahmen besser vorbereitet zu sein.



Der Lieferant entwickelt seine Krisenstrategie sowie die darauf aufbauende Krisenkommunikation und Unterstützungsleistungen kontinuierlich weiter und stimmt diese auf künftige Krisensituationen ab.