

Fairnesskatalog für Strom- und Gaslieferanten

Impressum

Medieninhaber, Verleger und Herausgeber:

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

Energie-Control Austria für die Regulierung der Elektrizitäts-, Gas- und Wasserstoffwirtschaft (E-Control)
Rudolfsplatz 13a, A-1010 Wien
Tel.: +43 1 24 7 24-0
E-Mail: office@e-control.at www.e-control.at
Web: 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, 2026
Stand: März 2026

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 die Verwundbarkeit der österreichischen Strom- und Gasmärkte verdeutlicht und die weitreichenden Auswirkungen von Preisschocks, externen Einflussfaktoren, geopolitischen Risiken sowie strukturellen Marktgegebenheiten für Haushalte, Unternehmen und die Wettbewerbsfähigkeit des Wirtschaftsstandorts sichtbar gemacht.

Der Abschlussbericht der Task-Force Energie der Bundeswettbewerbsbehörde (BWB) und der E-Control¹ hat vor diesem Hintergrund verschiedene Bereiche identifiziert, in denen Verbesserungen zur Stärkung von Wettbewerb, Transparenz und Verbraucherfreundlichkeit möglich sind. Trotz der Liberalisierung des Strom- und Gasmarkts bestehen in einzelnen Marktsegmenten und für bestimmte Kundengruppen weiterhin eine eingeschränkte Vergleichbarkeit von Angeboten, komplexe Vertragsbedingungen sowie regionale Marktstrukturen, die den nationalen Wettbewerb zwischen Anbietern erschweren.

Aufbauend auf der bisherigen guten Erfahrung der BWB mit Leitfäden und Standpunkten² wie etwa dem „Fairnesskatalog für Unternehmen – Standpunkt für unternehmerisches Wohlverhalten“³ und der gemeinsam mit der WKO veröffentlichten Broschüre „Kartellrecht und Compliance“⁴, greift der Fairnesskatalog die Ergebnisse und Empfehlungen der Task-Force Energie sowie reale Erfahrungen und Beobachtungen der Behörden im Zusammenhang mit den Strom- und Gasmärkten auf und überführt sie in konkrete, praxisnahe Grundsätze. Er versteht sich als Orientierungshilfe für Energieversorgungsunternehmen, um **ergänzend zu den gesetzlichen Mindeststandards** zu fairen, transparenten und verlässlichen Rahmenbedingungen beizutragen. Strom- und Gaslieferanten sowie weitere Stakeholder konnten zu den Inhalten des Fairnesskatalogs zwischen 9. Dezember 2025 und 20. Jänner 2026 Stellung nehmen. Die eingereichten Anmerkungen wurden in dieser Version berücksichtigt.

Ein Bekenntnis zum Fairnesskatalog bedeutet, dass ein Strom- und Gaslieferant bestrebt ist, die aufgelisteten Anforderungen optimal zu erfüllen und im Sinne des Katalogs zu wirtschaften. Der Fairnesskatalog hat nicht den Anspruch, weitere verbindliche Regeln einzuführen, sondern soll Strom- und Gaslieferanten dazu anregen, ihr bisheriges Handeln auf den Prüfstand zu stellen und ihr Verhalten im Sinne einer fairen Marktteilnahme zu interpretieren.

¹ Siehe dazu https://www.bwb.gv.at/fileadmin/user_upload/PDFs/BWB_E-Control_Abschlussbericht_Taskforce_Strom-_und_Gasmaerkten_23_06_2025_Barrierefrei.pdf.

² Siehe dazu www.bwb.gv.at/recht-publikationen/standpunkte.

³ Siehe dazu www.bwb.gv.at/fileadmin/user_upload/Fairnesskatalog.pdf.

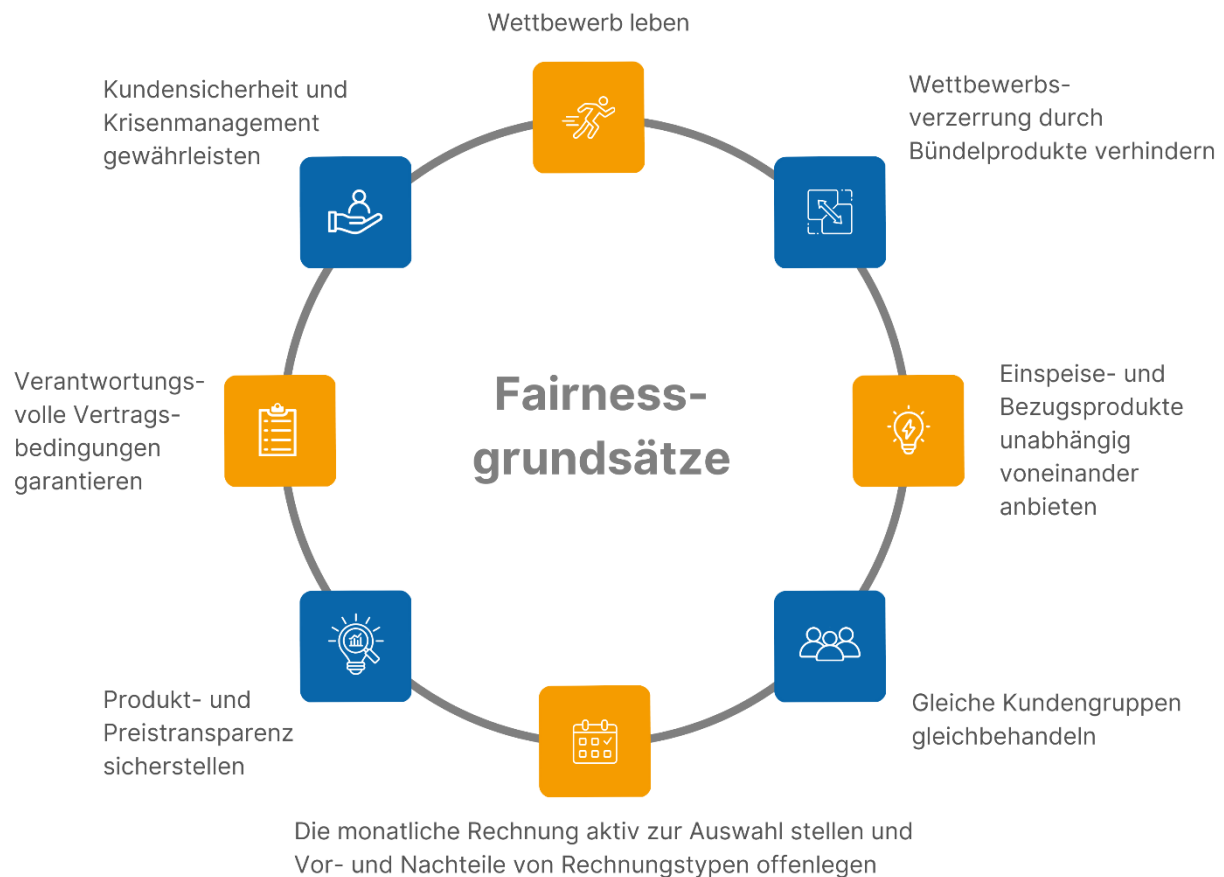
⁴ Siehe dazu www.wko.at/oe/news/broschuere--kartellrecht-und-compliance.pdf.

Ziel des Fairnesskatalogs ist es, die Markttransparenz zu fördern und faire Wettbewerbsbedingungen zu unterstützen. Er fördert die Wettbewerbsintensität zwischen den Lieferanten und in den einzelnen Teilmärkten, schafft bessere Chancen für alle Marktteilnehmer, stärkt und schützt Verbraucherinnen und Verbraucher und leistet somit einen Beitrag zur Stärkung Österreichs als verlässlichen Wirtschafts- und Energiestandort.

Der **Fairnesskatalog für Strom- und Gaslieferanten** schafft keine neuen Rechtsnormen, sondern ist eine praxisnahe, freiwillige Orientierungshilfe. Er unterstützt Strom- und Gaslieferanten dabei, über die bestehenden gesetzlichen und regulatorischen Vorgaben hinausgehende wesentliche Themen des **Wettbewerbs und Verbraucherschutzes** in ihrer Praxis zu berücksichtigen.

Dazu formuliert der Katalog unverbindliche Fairnessgrundsätze und dient als ergänzende Handlungsempfehlung. 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. Wie bereits der Abschlussbericht der Task-Force Energie fokussiert sich auch dieser Fairnesskatalog auf das Verhalten der Strom- und Gaslieferanten gegenüber Kleinkunden (Haushalte, kleine Gewerbebetriebe und landwirtschaftliche Betriebe mit einem Jahresverbrauch von weniger als 100.000 kWh Strom bzw. 400.000 kWh Gas).

Grundsätze fairen Verhaltens



1. Fairnessgrundsatz: Wettbewerb leben

Effektiver Wettbewerb: Echte 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. Wettbewerb entsteht dann, wenn Unternehmen miteinander konkurrieren und dabei versuchen, bessere Preise und Geschäftsbedingungen sowie innovativere Produkte als ihre Konkurrenz anzubieten.

Umfassende Vertriebskooperationen und Kreuzbeteiligungen zwischen verschiedenen Unternehmen auf demselben Markt können zu eingeschränktem Wettbewerb führen.⁵ Dies

⁵ Das betrifft nicht zwingend unterschiedliche Marken und Tochterunternehmen von Strom- und Gaslieferanten, da sie das Angebot in der Regel erweitern können.

begrenzt den wirtschaftlichen Anreiz miteinander in Konkurrenz zu gehen. Unternehmen ziehen sich auf lokale Gebiete zurück, wodurch sich das nationale Angebot reduziert. Der bloße Umstand einer gesellschaftsrechtlichen Verflechtung rechtfertigt keine territoriale Aufteilung der Gebiete, in denen Strom und Gas angeboten wird.

Aus wettbewerblicher Sicht sollten daher Vertriebskooperationen und Kreuzbeteiligungen zwischen verschiedenen Lieferanten vermieden werden, um unabhängige und österreichweit agierende Anbieter – und damit den Wettbewerb – zu fördern.



Alle österreichischen Strom- und Gaslieferanten stehen unabhängig von allfälligen gesellschaftsrechtlichen Verflechtungen oder Vertriebskooperationen miteinander in Konkurrenz und leben so den Wettbewerb.



Die Kreuzbeteiligungen werden nicht weiter ausgebaut und nach Möglichkeit sukzessive reduziert.

Keine regionale Diskriminierung einer Kundengruppe: Der Wohnort darf den Energiepreis nicht bestimmen

Strom- und Gaslieferanten treten mit konkurrenzfähigen Preisen und attraktiven Angeboten auf, um Kundinnen und Kunden zu gewinnen. Aus wettbewerblichen Gründen sind Angebote über Netzgebietsgrenzen hinweg wünschenswert. Lieferanten, die netzgebietsübergreifend Produkte anbieten, differenzieren den Energiepreis nicht unsachlich allein aufgrund des Wohnorts der Kundinnen und Kunden.

Preisdiskriminierung zwischen identischen Kundengruppen über Netzgebiete hinweg ermöglicht typischerweise die Quersubventionierung günstigerer Produkte in einzelnen Netzgebieten und benachteiligt Kundinnen und Kunden in anderen Netzgebieten. Dadurch wird ein fairer und funktionierender nationaler Wettbewerb über Netzgebiete hinweg, der als generelles Ziel angestrebt werden sollte, behindert.⁶

Das ElWG verankert bereits in § 19 Abs. 5 ein Diskriminierungsverbot für Kundinnen und Kunden mit mehreren Lieferverträgen bzw. die zusätzlich zum Bezugs- auch einen Abnahme- oder anderen

⁶ Eine zeitlich begrenzte Preisdiskriminierung aufgrund des Markteintritts eines Lieferanten in ein neues Netzgebiet kann eine Ausnahme darstellen und unterliegt nicht diesem Fairnessgrundsatz, wird also als sachlich gerechtfertigt angesehen.

Dienstleistungsvertrag haben. Auf diesem Gedanken aufbauend sollten faire Lieferanten auch regional keine unsachliche Diskriminierung ihrer Kundinnen und Kunden vornehmen.



Bei Angeboten über Netzgrenzen hinweg bietet der Lieferant seinen 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, bei denen Strom- und Gaslieferverträge mit anderen, häufig vergünstigten Services kombiniert werden. Dazu gehören Energieverträge, die mit der Mitgliedschaft in einer bestimmten Energiegemeinschaft oder rabattierten Telekom- bzw. Internetverträgen, Verkehrstickets, Tankgutscheinen oder E-Mobility-Ladekarten verknüpft werden. Der Zugang zu solchen Dienstleistungen sollte nicht an einen Vertrag mit einem bestimmten Lieferanten gebunden sein, sondern unabhängig vom Strom- oder Gasliefervertrag erfolgen. Kundinnen und Kunden erhalten durch Bündelprodukte zwar möglicherweise attraktive Zusatzleistungen, zahlen jedoch oft bei ihrem Bezugsvertrag mehr.

Aus wettbewerblicher Sicht sind Bündelprodukte aus verschiedenen Gründen problematisch. Einerseits können Bündelprodukte die Preistransparenz beeinträchtigen, den Preisvergleich erschweren und so den Lieferantenwettbewerb verzerren. Andererseits können Lieferanten ihre vorhandene Marktmacht auf andere Märkte ausdehnen. Etablierte, einst integrierte 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 in beiden Märkten der Markteintritt erschwert werden.



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

3. Fairnessgrundsatz: Einspeise- und Bezugsprodukte unabhängig voneinander anbieten

Stromlieferanten bieten Einspeiseprodukte grundsätzlich unabhängig von Bezugsverträgen an. Bezugs- und Einspeisemarkt 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 eines Stromlieferanten, die auch Einspeiser sind, anders behandelt werden als reine Bezugskundinnen und -kunden (siehe dazu 4. Fairnessgrundsatz). Die jeweiligen Produkte und dahinterstehenden Märkte sollten von den Stromlieferanten allerdings unabhängig voneinander behandelt werden.



Der Stromlieferant bietet Einspeise- und Bezugsprodukte unabhängig voneinander an und verknüpft Konditionen nicht unsachlich marktübergreifend.

4. Fairnessgrundsatz: Gleiche Kundengruppen gleichbehandeln

Die Task-Force Energie der Bundeswettbewerbsbehörde (BWB) und E-Control hat mehrere Fälle aufgezeigt, in denen Bestandskundinnen und -kunden außerhalb der Produktbindefrist bei identischem Produkt und im selben Netzgebiet über einen längeren Zeitraum deutlich höhere Preise pro kWh zahlten als Neukundinnen und -kunden oder andere Bestandskundinnen und -kunden.

Ein wesentlicher Grund für dieses Vorgehen ist, dass die Gruppe der Bestandskundinnen und -kunden außerhalb der Produktbindefrist zu den eher inaktiven Kundinnen und Kunden zählen. Wenn in einem Markt kaum Wettbewerbsdruck herrscht, kann es für Lieferanten attraktiv sein, im Bestandskundenmarkt hohe Preise beizubehalten und sich auf den Neukundenmarkt zu konzentrieren. Im Rahmen von § 21 Abs. 3 ElWG sind Lieferanten dazu verpflichtet, sechs Monate nach dem Wegfall des Anlasses einer Preiserhöhung die Energiepreise wieder zu senken. Faire Lieferanten sollten die Energiepreise für Bestandskundinnen und -kunden grundsätzlich so schnell wie möglich senken und sie nicht übermäßig lange ungerechtfertigt hochhalten. Auch die Bestandskundinnen und -kunden selbst tragen zu einem dynamischen Wettbewerb bei, indem sie entsprechend des jährlich verpflichtenden Hinweises für ein günstigeres Produkt (gemäß § 25 Abs. 6 ElWG) selbstständig den Tarif oder den Lieferanten wechseln.

Insbesondere zwischen Kundengruppen außerhalb der Bindefrist sollte der Lieferant nicht unsachlich diskriminieren. Diese Praxis der Preisdiskriminierung führt dazu, dass womöglich eine große Anzahl an Bestandskundinnen und -kunden benachteiligt wird. Der Unterschied zwischen Neu- und Bestandskundinnen und -kunden ist auf ein nachvollziehbares, sachlich begründbares Maß zu reduzieren und muss in jedem Fall gut kommuniziert werden.

Es kann gerechtfertigte Gründe (wie etwa die Teilnahme in einer Energiegemeinschaft, Art der Einspeiseanlage etc.) geben, um ähnliche Kundengruppen (etwa Neukundinnen und -kunden, Bestandskundinnen und -kunden) unterschiedlich zu bepreisen. In solchen Fällen ist es aber wichtig, dass innerhalb einer Kundengruppe mit den gleichen Merkmalen auch einheitliche Preise angewendet werden und dass der Lieferant den Aufwand und die verbundenen Kosten je Kundengruppe belegen und somit die unterschiedliche Behandlung ausreichend darlegen kann.



Der Lieferant behandelt alle Kundinnen und Kunden einer Kundengruppe, insbesondere Bestandskundinnen und -kunden außerhalb der Produktbindefrist, gleich und bietet identische Preise für sachlich identische Produkte an. Bestandskundinnen und -kunden werden regelmäßig auf günstigere Neukundenprodukte aufmerksam gemacht.

5. Fairnessgrundsatz: Die monatliche Rechnung aktiv zur Auswahl stellen und Vor- und Nachteile von Rechnungstypen offenlegen

Die (elektronische) Monatsrechnung für Stromprodukte bietet eine wertvolle, wiederkehrende Informationsquelle über Verbrauch und anfallende Kosten. Bisher erhalten viele Österreicherinnen und Österreicher zu ihrem Strom- oder Gasliefervertrag eine Jahresrechnung. Zukünftig sollten Stromlieferanten gemäß ElWG § 43 Abs. 2 den Rechnungstyp für Kundinnen und Kunden mit Smart Meter neutral zur Auswahl stellen. Da noch nicht alle Kundinnen und Kunden über die Option der Monatsrechnung informiert sind, sollten Stromlieferanten diese aktiv als Option zur Verfügung stellen. Beide Rechnungstypen haben Vor- und Nachteile, die der Stromlieferant bei der Auswahl und in seinem Online-Auftritt thematisieren kann.

Aus wettbewerblicher Sicht ist die Monatsrechnung zu bevorzugen, da sie größere Transparenz bietet und periodisch für Preis- und Verbrauchssensibilisierung sorgt. Wählen Kundinnen und Kunden die Jahresrechnung, sollte der Stromlieferant darauf hinweisen, dass sie einen Energiepreisvergleich durchführen sollten, da Preisentwicklungen innerhalb eines Jahres zu erheblichen Einsparpotenzialen führen können. Der Stromlieferant informiert außerdem insbesondere Kundinnen und Kunden, die eine Jahresabrechnung ausgewählt haben, dass sie auf Verlangen zusätzlich monatliche Abrechnungs- und Verbrauchsinformationen erhalten können.



Der Stromlieferant weist Kundinnen und Kunden gezielt und wiederholt auf die Möglichkeit einer elektronischen Monatsabrechnung und die damit verbundenen Vorteile hin.

6. Fairnessgrundsatz: Produkt- und Preistransparenz sicherstellen

Ohne Name, kein Produkt: Jedes Produkt braucht eine eigene, unterscheidungskräftige Bezeichnung

Die Produktbezeichnung vereint alle Merkmale eines Vertrags unter einem gemeinsamen Namen.

Eine eindeutig zuordenbare und unverwechselbare Produktbezeichnung ermöglicht es Vergleichsplattformen, die angebotenen Produkte korrekt und vollständig darzustellen. Kundinnen und Kunden können ihr eigenes Produkt so nicht nur besser identifizieren, sondern auch Angebote einfach vergleichen.

Um sich über Produkte, etwa im Tarifikalkulator der E-Control, detailliert informieren zu können, sind auch Angaben zu bestimmten Inhalten, wie zum Preismodell und der Zusammensetzung der Energieträger, unverzichtbar. Sollten hier Unterschiede vorliegen, sorgt der Lieferant durch eine unterscheidbare Produktbezeichnung für eine eindeutige Zuordnung. Wann genau ein individueller Produktname erforderlich ist, wird untenstehend weiter erläutert.



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

Liefer- bzw. Abnahmeverträge, mit unterschiedlichen

- Produktkategorien (z.B. Festpreisprodukt oder Produkt mit automatischer Preisänderung)⁷,
- Berechnungsgrundlagen oder Preisanpassungsmechanismen bei Vertragsabschluss,
- angebotenen Energiepreisen⁸,
- unbedingten Rabatten innerhalb eines Kundenkreises⁹, oder

⁷ Ändert sich die Produktkategorie im Laufe des Liefer- oder Abnahmevertrags (etwa von einem Festpreisprodukt zu einem Produkt mit automatischer Preisänderung), handelt es sich um einen Produktwechsel, der vertraglich festgelegt werden kann. Ein solcher Wechsel der Produktkategorie muss klar kommuniziert werden, ein neuer Produktname kann dabei helfen (siehe 7. Fairnessgrundsatz).

⁸ Dauerhaft unterschiedliche Energiepreise allein aufgrund verschiedener Abschlusszeiten des Vertrags können beispielsweise durch ein Datum im Produktnamen nachvollziehbar gemacht werden.

⁹ Wenn es etwa zwei ansonsten identische Angebote mit unterschiedlichen Rabatten desselben Typs gibt, kann der Lieferant zwischen den Produkten unterscheiden, indem er den Rabatttyp und -höhe als Komponente an den Produktnamen anfügt.

- (im Falle von Strom-Lieferverträgen) wesentlichen Zusammensetzungen der Energieträger

führt der Lieferant als jeweils eigenständige Produkte mit eindeutigen Produktbenennungen.

In der Praxis können Lieferanten ihre Produkte differenzieren, ohne dabei von den etablierten Produktreihen abzuweichen. Je nachdem, welche oben dargestellte Komponente sich ändert, lässt sich der Produktname entsprechend anpassen.

Beispiel: Ein Strom- bzw. Gaslieferant bietet im Februar 2026 ein Festpreis-Produkt aus der Reihe FEST mit einem allgemeinen Neukundenrabatt von 15 % an. Würde bereits ein Produkt der Reihe FEST im Jänner zu einem anderen Preis jedoch mit demselben Rabatt angeboten, könnten die beiden Produkte als FEST_Jänner2026 und FEST_Februar2026 bezeichnet werden.

Durch diese Vorgehensweise bleibt die Identität und Wiedererkennbarkeit der Produktreihe sowohl für den Lieferanten als auch für die Kundinnen und Kunden erhalten. Gleichzeitig wird die Rückverfolgbarkeit des jeweiligen Produkts und seiner Konditionen sowie der Vergleich zwischen verschiedenen Angeboten deutlich präziser.

Garantierter Durchblick: Einheitlichkeit und Standards für Preisblätter und ALB

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, Bindung, Produktkategorie, Laufzeit etc.) 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 Preisblätter verschiedener Lieferanten erleichtert es Kundinnen und Kunden, Produkte verschiedener Anbieter zu vergleichen und fördert dadurch ebenfalls den Wettbewerb. Der Strom- oder Gaslieferant sorgt dafür, dass deutlich erkennbar ist, welches Preisblatt zu welchem Produkt gehört und aktuell gültig ist, sowie welche ALBs in welcher Fassung gelten. Die entsprechenden Preisblätter und ALBs werden für alle Kundinnen und Kunden leicht zugänglich gemacht. Dies bedeutet, der Lieferant informiert die Kundinnen und Kunden, wo Preisblätter und ALBs hinterlegt sind (idealerweise im Kundenportal).



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

7. Fairnessgrundsatz: Verantwortungsvolle Vertragsbedingungen garantieren



Kundenfreundliche Produkte: Verständliche Preisformeln verwenden

Die Preisformel eines Strom- oder Gasprodukts soll sicherstellen, dass Kundinnen und Kunden bereits vor Vertragsabschluss den zu zahlenden Energiepreis kennen und somit ihre Kosten abschätzen können, beziehungsweise bei Produkten mit variablen Energiepreisen nachvollziehen können, wie sich der Preis bildet.

Aufgrund der Vielzahl an Preisanpassungsklauseln und -formeln sowie der unterschiedlichen Produktkategorien wird es für Kundinnen und Kunden allerdings zunehmend schwieriger, Energiepreise und die Kostenbelastung zu bemessen und die verfügbaren Angebote miteinander zu vergleichen.

Undurchsichtige Energiepreise und Preisformeln können auch dem Wettbewerb schaden, da Kundinnen und Kunden sich möglicherweise überfordert fühlen oder keinen konkreten Energiepreis für einen Produktvergleich vorliegen haben. Der Lieferant hat sicherzustellen, dass der Energiepreis, der aktuell zur Verrechnung gelangt, der Kundin oder dem Kunden bewusst ist und sich jederzeit verlässlich (etwa im Kundenportal) abrufen lässt. Darüber hinaus soll vermieden werden, dass Preisformeln Fehler enthalten oder sich nicht nachvollziehbar eigenständig berechnen lassen.

Die folgenden Kriterien fassen ein **Best-Practice-Modell der Produktgestaltung/Preisgestaltung** zusammen. Dieses Modell, das bewusst über geltende gesetzliche Verpflichtungen der Lieferanten hinausgeht, zeigt, wie transparente Energiepreise gestaltet werden und wie die Verantwortung des Lieferanten hinsichtlich der Kosten gegenüber den Kundinnen und Kunden aussieht:

- 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. Bei preisungesicherten dynamischen Produkten ist der Startpreis schlicht ein bestimmter Börsenpreis. Bei preisgesicherten Produkten (Monat, Quartal, Jahr) ergibt sich der Indexwert aus einer bestmöglichen Annäherung an das erwartete durchschnittliche Verbrauchsprofil einer spezifischen Kundengruppe. Der Lieferant sieht von einer Kopplung des Arbeitspreises an den VPI ab.
- 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.

Dieses Best-Practice-Modell zur Preis- und Produktgestaltung muss nicht für jedes Produkt und jede oben genannte Komponente vollständig und aufgeschlüsselt offengelegt werden, da es sich teilweise um wettbewerblich sensible Information handelt. Das Modell soll vor allem eine Leitlinie zur internen Berechnung und Dokumentation der Preise sein. In jedem Fall unterscheidbar und für Kundinnen und Kunden nachvollziehbar müssen der fixe, konstant bleibende Aufschlag und der vom Großhandelspreis abhängige, variable Preis sein.

Die Anwendung eines Best-Practice-Modells soll es Lieferanten erleichtern, sowohl die Preisformel als auch den Energiepreis transparent darzustellen. Dies trägt dazu bei, dass Kundinnen und Kunden besser über die Art und Kosten ihres Produkts und die damit verbundenen Risiken informiert sind. Dadurch können auch notwendige Preisänderungen einfacher erklärt werden. Gerade in außergewöhnlichen Preissituationen sorgt der Lieferant mit dieser Best-Practice-Preisgestaltung dafür, dass die Marge nicht zu überhöhten oder unfairen Gewinnen führt.



Der Lieferant hält sich an das Best-Practice-Modell der Produkt- und Preisgestaltung und kommuniziert so mit den Kundinnen und Kunden, dass der aktuelle und künftige Energiepreis klar ersichtlich ist und sich nachvollziehbar aus der Preisformel ableiten lässt.

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 früh genug 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 unbefristete Verträge gewohnt, weshalb es insbesondere bei befristeten Produkten mit kurzer Vertragslaufzeit möglich ist, dass sie durch das Auslaufen des Vertrags überrascht werden oder sich in einem Anschlussprodukt zu deutlich höheren Preisen wiederfinden. Deshalb ist es essenziell, dass der Lieferant seine Kundinnen und Kunden bereits vor Abschluss des Vertrags über die Dauer des Vertrags 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 Preisanpassung (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 das Anschlussprodukt und günstigere Alternativen

Nach Ablauf der Vertragsbindung wird häufig ein Anschlussprodukt mit der Kundin bzw. dem Kunden vereinbart. Dabei kann es sich um ein Produkt der gleichen Produktkategorie zu einem neuen Preis handeln. Alternativ kann es aber auch ein neues Produkt einer anderen Preiskategorie sein. Oft wird etwa ein Festpreisprodukt mit einem anschließenden Monatsfloater kombiniert. Der Produkt(kategorie)wechsel nach der Festpreisphase kommt für Kundinnen und Kunden teilweise überraschend. Der Lieferant erkennt es daher als seine Aufgabe an, das Anschlussprodukt klar und nachvollziehbar zu kommunizieren und darzustellen, falls Kundinnen und Kunden keinen neuen Vertrag abschließen. Dabei macht der Lieferant deutlich, welche Produktkategorie und Preisformel diesem neuen Produkt zugrunde liegen, und stellt sicher, dass das Anschlussprodukt fair und marktgerecht ausgestaltet ist.

Gemäß § 25 Abs. 6 ElWG ist der Lieferant bereits dazu verpflichtet, Kundinnen und Kunden rechtzeitig vor Vertragsablauf über ein günstigeres Produkt der gleichen Produktkategorie zu informieren, sofern ein solches Produkt vorhanden ist. Diese Aufgabe versteht der Lieferant nicht nur als gesetzliche Pflicht, sondern auch als Ausdruck fairer Geschäftspraxis: Gibt es im aktuellen Produktportfolio ein Produkt mit besseren Konditionen, wird dieses Produkt den Bestandskundinnen und -kunden aktiv angeboten.



Der Lieferant informiert Kundinnen und Kunden transparent über das Anschlussprodukt und bietet aktiv eine günstigere Alternative an.

Rabattpolitik klar und sachlich gestalten

Rabatte spielen gerade in den letzten Jahren beim Vertrieb von Strom- und Gasprodukten eine immer größere Rolle. 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, wie lange sie wirksam sind und ob sie an irgendwelche Bedingungen (wie Verbrauchsmengen) geknüpft sind. Wird der Rabatt nicht entsprechend erklärt, bleibt oft unklar, welchen Preis Kundinnen und Kunden letztlich zahlen müssen. Dies erhöht die Komplexität des Produkts. Wird eine Kundengruppe mit einem Rabatt gezielt angesprochen, so gilt dieser Rabatt für alle Kundinnen und Kunden dieser Kundengruppe. Des Weiteren müssen Rabatte so gestaltet sein, dass sie in den unterjährigen Teilzahlungsbeträgen (TZB) berücksichtigt werden können, wie es auch § 42 Abs. 5 ElWG vorsieht. Über den Wegfall von Rabatten und die damit verbundenen Konsequenzen für den Energiepreis bzw. die Kosten des Produkts werden Kundinnen und Kunden transparent informiert und die TZB entsprechend angepasst.



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

8. Fairnessgrundsatz: Kundensicherheit und Krisenmanagement gewährleisten



Faire Produkt- und Preisgestaltung – 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 Strom- und Gaslieferanten abhängig. Jederzeit, aber vor allem in Krisenzeiten¹⁰, 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. Dieses Prinzip entspricht auch einem Kerngedanken des neuen ElWG, demzufolge Lieferanten gemeinwirtschaftliche Verpflichtungen haben und achten sollen. Um faire Preise sicherzustellen, ist das im 7. Fairnessgrundsatz vorgestellte Best-Practice-Modell hilfreich.

¹⁰ Das Vorliegen einer Strom- oder Gaspreiskrise kann sich daran orientieren, ob die Europäische Union eine entsprechende regionale oder unionsweite Krise ausruft (siehe dazu für Strom: Richtlinie (EU) 2024/1711 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 13. Juni 2024 zur Änderung der Richtlinien (EU) 2018/2001 und (EU) 2019/944 in Bezug auf die Verbesserung des Elektrizitätsmarktdesigns in der Union).



Der Lieferant nimmt seine Verantwortung für die Versorgungssicherheit der Bevölkerung ernst und wendet auch in Krisenzeiten eine faire und transparente Produkt- und Preisgestaltung an.

Aktive Kundenkommunikation bei deutlich erhöhten Beschaffungskosten und Preisanpassungen

Ganz allgemein, und besonders in Krisenzeiten, ist es entscheidend, dass Lieferanten die Verbraucherinnen und Verbraucher rasch und 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 Lieferengpässe und stark erhöhte Beschaffungskosten, die Auswirkungen auf Kundinnen und Kunden haben, sowie damit verbundene Preisanpassungen 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. Dazu gehört beispielsweise das frühzeitige Hinweisen auf Optionen wie den gestützten Preis oder Informationen über die Grund- und Auffangversorgung auf der Lieferanten-Website.



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

Bundeswettbewerbsbehörde

Radetzkystraße 2, 1030 Wien

+43 1 245 08 - 0

wettbewerb@bwb.gv.at

bwb.gv.at