

**bdeu**

Energie. Wasser. Leben.

**BDEW-Kundenfokus Haushaltskunden  
Bundesstudie**

Ergebnisbericht

Oktober 2010

Wir machen Märkte *transparent*.

**promit**  
Marktforschung

<b>Untersuchungssteckbrief .....</b>	<b>3</b>
<b>Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick .....</b>	<b>4</b>
<b>Energieversorger in der Öffentlichkeit .....</b>	<b>9</b>
<b>Image und Kundenzufriedenheit .....</b>	<b>14</b>
<b>Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft .....</b>	<b>46</b>
<b>Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft .....</b>	<b>59</b>
<b>Handlungsfelder und Ansatzpunkte für Unternehmen im Wettbewerb .....</b>	<b>71</b>
<b>Ergebnisse der Modellanalyse .....</b>	<b>75</b>
<b>Anhang: Fragebogen .....</b>	<b>81</b>

<b>Projekt</b>	<b>BDEW-Kundenfokus Haushalte – Bundesstudie 2010/2011</b>
<b>Zielgruppe</b>	Strom-Haushaltskunden im gesamten Bundesgebiet
<b>Befragungsmethodik</b>	<p>Computergestütztes Interview (CATI) anhand eines standardisierten Fragebogens Interviewdauer ca. 20-25 Minuten, Feldarbeit in der 40. bis 42. Kalenderwoche 2010</p> <p>1.200 Interviews, Stichprobenverfahren Gabler-Häder-Design Gasversorgte Gemeinden wurden entsprechend ihres Einwohnergewichts in der Gesamtstichprobe berücksichtigt Wiederholungsmessung im jährlichen Rhythmus</p>
<b>Inhalte</b>	<p>Bekanntheit und Wahrnehmung von Energieversorgern Image und Kundenzufriedenheit Kundenbindung und Wettbewerb</p>
<b>Vorjahresvergleich</b>	Vergleich mit der Vorjahresmessung des BDEW-Kundenfokus bzw. der Welle 08/10 der BDEW-Energietrends
<b>Anmerkung</b>	Zusammenfassung der Bewertungsskalen bei Item-Batterien zu „Top-2-Boxes“ und „Bottom-2-Boxes“ zur Vereinfachung der Darstellung, die neutrale Bewertung (Note „3“) wird nicht dargestellt

## Untersuchungssteckbrief

### Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick

Energieversorger in der Öffentlichkeit

Image und Kundenzufriedenheit

Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft

Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft

Handlungsfelder und Ansatzpunkte für Unternehmen im Wettbewerb

Ergebnisse der Modellanalyse

Anhang: Fragebogen

**RWE werden seltener genannt!**

**Tageszeitungen dominieren als Wahrnehmungsquelle!**

**Werbung wird häufiger wahrgenommen!**

- E.ON weist unverändert die höchste ungestützte Bekanntheit auf, gefolgt von Stadtwerken.
- Die Bekanntheit von RWE ist um rund 5 Prozentpunkte gesunken.
- Anzeigen und Artikel/Berichterstattungen in Tageszeitungen sind die wichtigsten Wahrnehmungsquellen.
- Allerdings haben die Anzeigen in Tageszeitungen in diesem Jahr die Artikel/Berichterstattungen als wichtigste Wahrnehmungsquelle abgelöst.
- Die Wahrnehmung der Energieversorger über Mailing-Aktionen ist um 3 Prozentpunkte gesunken und liegt damit noch hinter den Kundenzeitschriften.
- Rund 34% der Befragten können sich an Werbung ihres Energieversorgers erinnern, dies entspricht einem Anstieg um 3 Prozentpunkte.
- Tageszeitungen (plus 10 Prozentpunkte) und Mailing-Aktionen weisen die höchste Werbeerinnerung auf.
- Die Zufriedenheit mit dem öffentlichen Auftritt der Energieversorger ist durchschnittlich.

### **Geringfügig schlechteres Image!**

- Das Image hat sich insgesamt minimal verschlechtert.
- Entgegen dem Trend wird der Aspekt „setzt sich für die Förderung und Versorgung mit Biogas ein“ leicht besser bewertet.
- Imagestärken sind die Zuverlässigkeit und die Leistungsfähigkeit.
- Schwächen zeigen sich bei der Förderung und Versorgung mit Biogas, der Informationspolitik und der Förderung der Region.

### **Unveränderte Kundenzufriedenheit!**

- Die Kundenzufriedenheit ist relativ unverändert.
- Eine Verbesserung zeigt sich bei der Freundlichkeit der Mitarbeiter, während sich ökologische Aspekte verschlechtert haben.
- Die höchste Kundenzufriedenheit besteht hinsichtlich der Sicherheit und Zuverlässigkeit der Stromversorgung, der Korrektheit der Rechnung und der Freundlichkeit der Mitarbeiter.
- Die Aktivitäten der Energieversorger, die zur Energieeinsparung bei den Kunden beitragen und die Transparenz der Preisgestaltung werden besonders negativ beurteilt.

### **Schwache Bewertung des Preis-Leistungsverhältnisses!**

- Das Preis-Leistungsverhältnis wird mit einer Durchschnittsnote von 2,9 als angemessen bewertet.
- Gegenüber dem Vorjahr ist eine leichte Verschlechterung feststellbar.

### **Gesunkene Gesamtzufriedenheit!**

- Die Gesamtzufriedenheit ist gegenüber 2009 leicht gesunken.

### **Gesunkene Verbleibswahrscheinlichkeit!**

- Die aktuelle Wechselquote liegt bei rund 22%.
- Die Verbleibswahrscheinlichkeit weist einen Rückgang um 5 Prozentpunkte im Top-Bereich auf.
- Der Anteil der loyal verbundenen Kunden ist gegenüber 2009 nahezu unverändert.
- Die Weiterempfehlung ist unverändert.
- Die Kundenbindung liegt bei 69% und ist unverändert im guten Bereich.
- Der Anteil der überzeugten Kunden ist leicht auf 21% gestiegen, 25% der Kunden sind weiterhin wechselaffin.

**Trotz Verbesserung noch immer schwache Bewertung des Preis-Leistungsverhältnisses für Erdgas!**

**Rückläufige Kundenbindung!**

- Die Zufriedenheit mit der Sicherheit und Zuverlässigkeit der Erdgasversorgung ist hoch.
- Die Umweltverträglichkeit des Erdgases wird eher durchschnittlich bewertet.
- Das Preis-Leistungsverhältnis für Erdgas wird mit einer Durchschnittsnote von 3,0 als angemessen bewertet.
- Gegenüber dem Vorjahr ist eine leichte Verbesserung feststellbar.
- Die Gesamtzufriedenheit mit den Erdgasversorgern hat sich leicht verringert.
- Die Verbleibswahrscheinlichkeit wird durchschnittlich bewertet.
- Nur rund die Hälfte der Befragten zählt zu den loyal verbundenen Kunden.
- Die Weiterempfehlung des aktuellen Versorgers ist nahezu unverändert und eher gering.
- Die Kundenbindung ist auf 66% zurück gegangen.
- Der Anteil der überzeugten Kunden hat sich auf 12% erhöht, der Anteil der wechsellaffinen Kunden ist aber gleichzeitig auf 38% gestiegen.

**Untersuchungssteckbrief**

**Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick**

**Energieversorger in der Öffentlichkeit**

**Image und Kundenzufriedenheit**

**Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft**

**Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft**

**Handlungsfelder und Ansatzpunkte für Unternehmen im Wettbewerb**

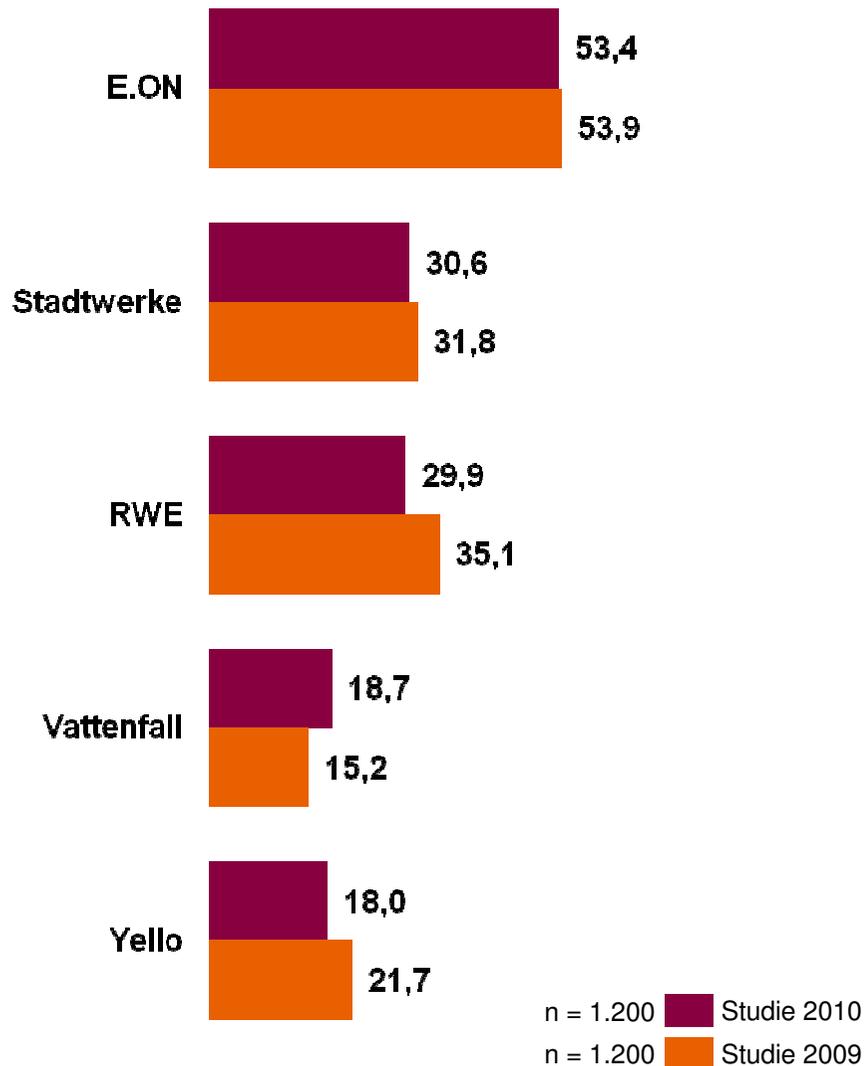
**Ergebnisse der Modellanalyse**

**Anhang: Fragebogen**

# Bekanntheit von Energieversorgern und Wahrnehmungsquellen

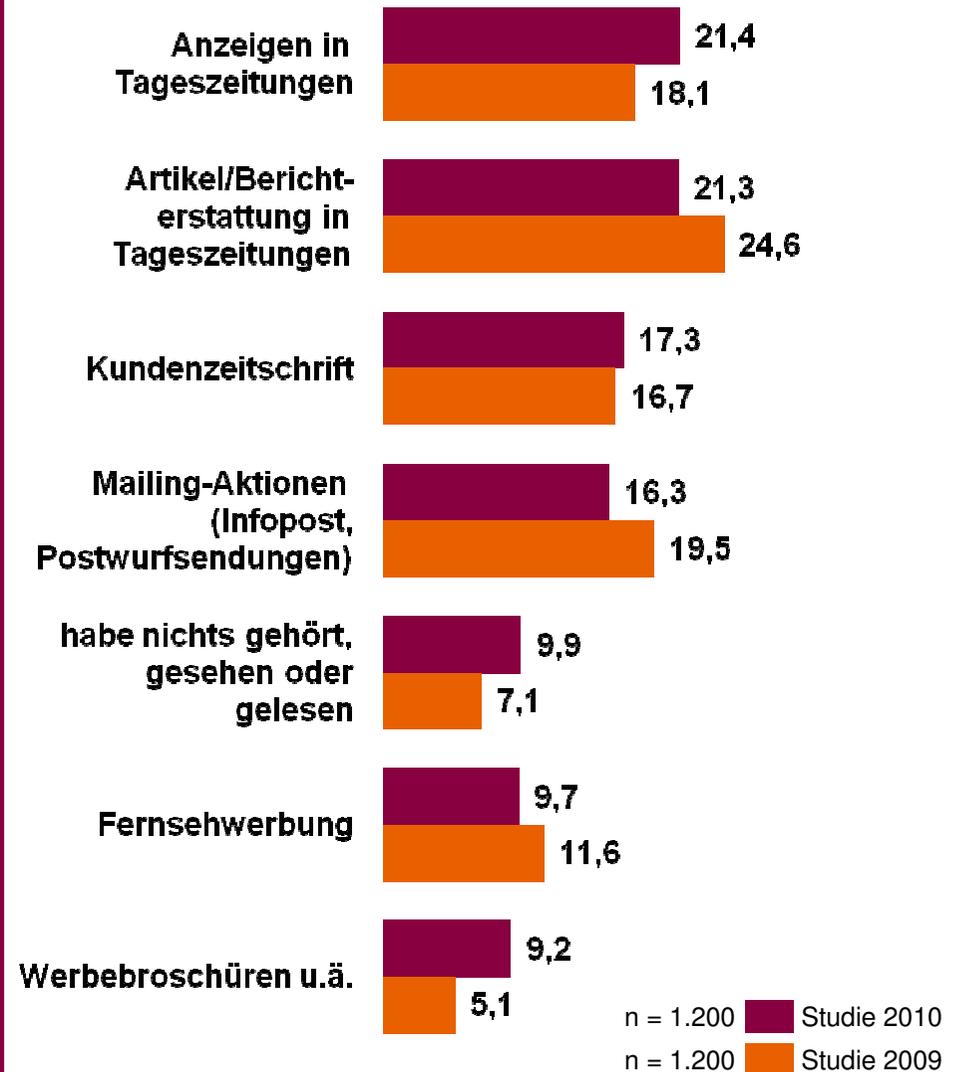
Welche Energieversorger, Energieanbieter bzw. Energiemarken fallen Ihnen spontan ein?

- Auswahl der häufigsten Nennungen -



Wo haben Sie in letzter Zeit etwas über Ihren Energieversorger gehört, gesehen oder gelesen?

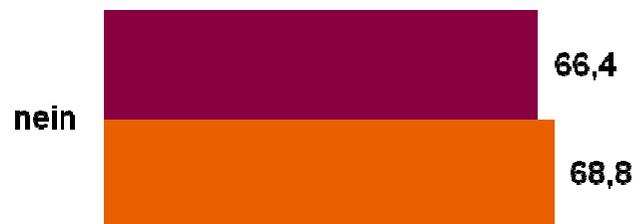
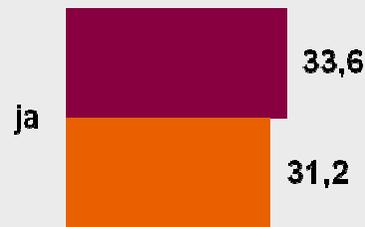
- Auswahl der häufigsten Nennungen -



# Wahrnehmung von Werbung



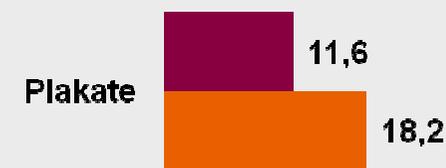
Können Sie sich an Werbung Ihres Energieversorgers in letzter Zeit erinnern?



n = 1.200 Studie 2010  
n = 1.200 Studie 2009

Wo haben Sie Werbung Ihres Energieversorgers gehört, gesehen oder gelesen?

- Auswahl der häufigsten Nennungen -

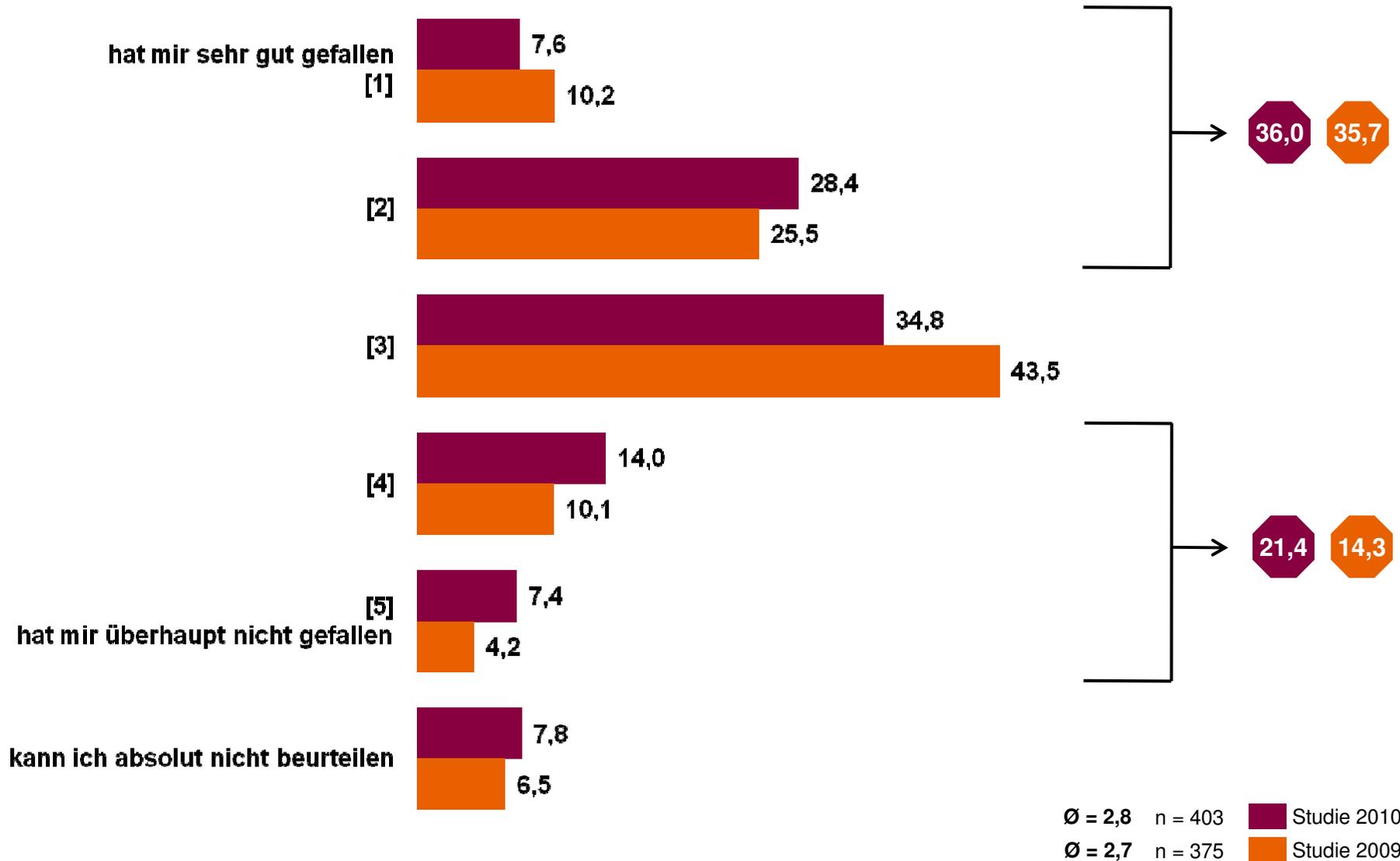


n = 403 Studie 2010  
n = 375 Studie 2009

# Bewertung wahrgenommener Werbung



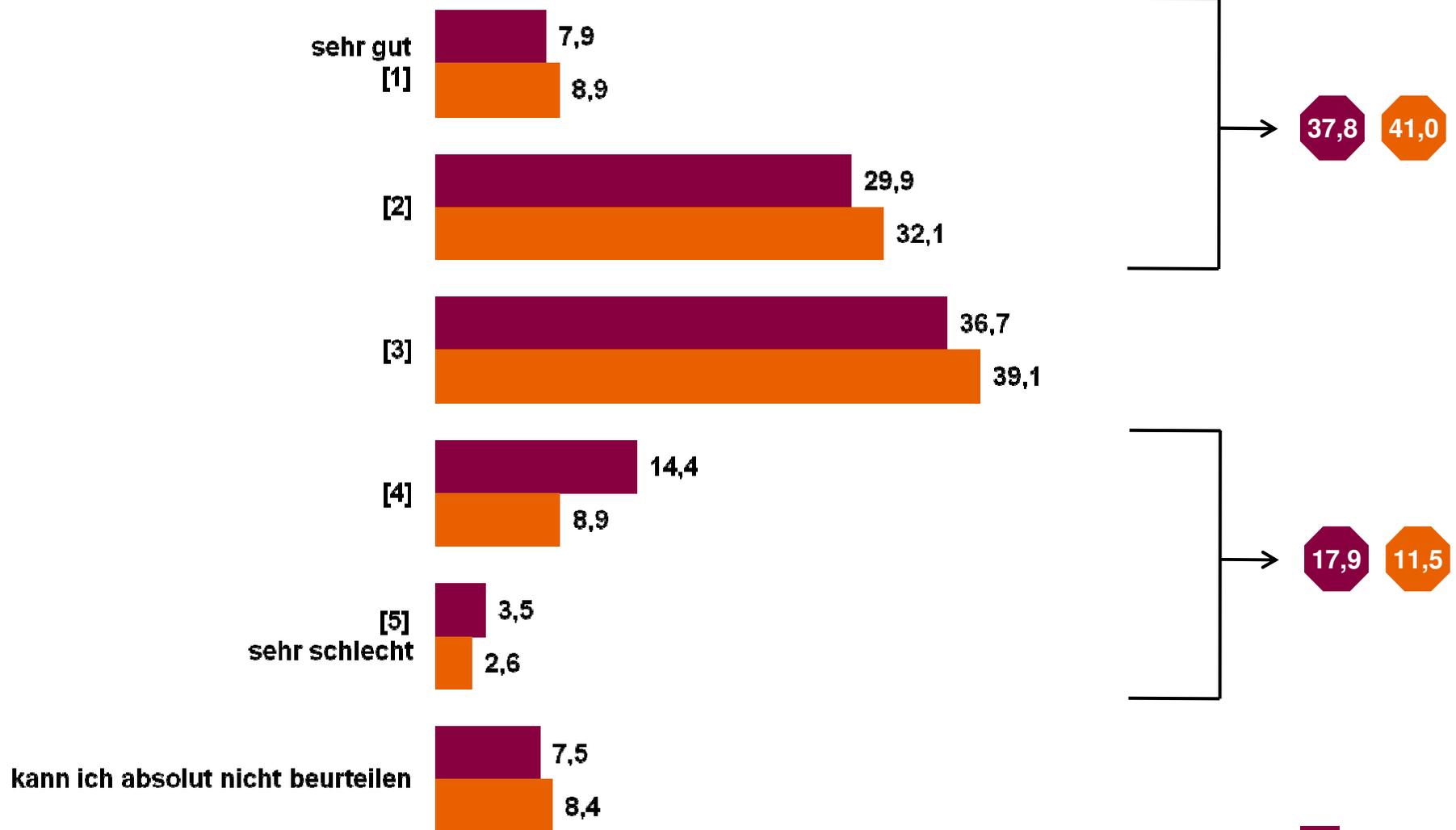
Wie hat Ihnen die Werbung insgesamt gefallen?



BDEW-Kundenfokus Haushalte 2010/2011

# Bewertung des öffentlichen Auftritts

Wie beurteilen Sie insgesamt den öffentlichen Auftritt Ihres Energieversorgers?



Ø = 2,7 n = 1.200 Studie 2010  
 Ø = 2,6 n = 1.200 Studie 2009

**Untersuchungssteckbrief**

**Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick**

**Energieversorger in der Öffentlichkeit**

**Image und Kundenzufriedenheit**

**Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft**

**Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft**

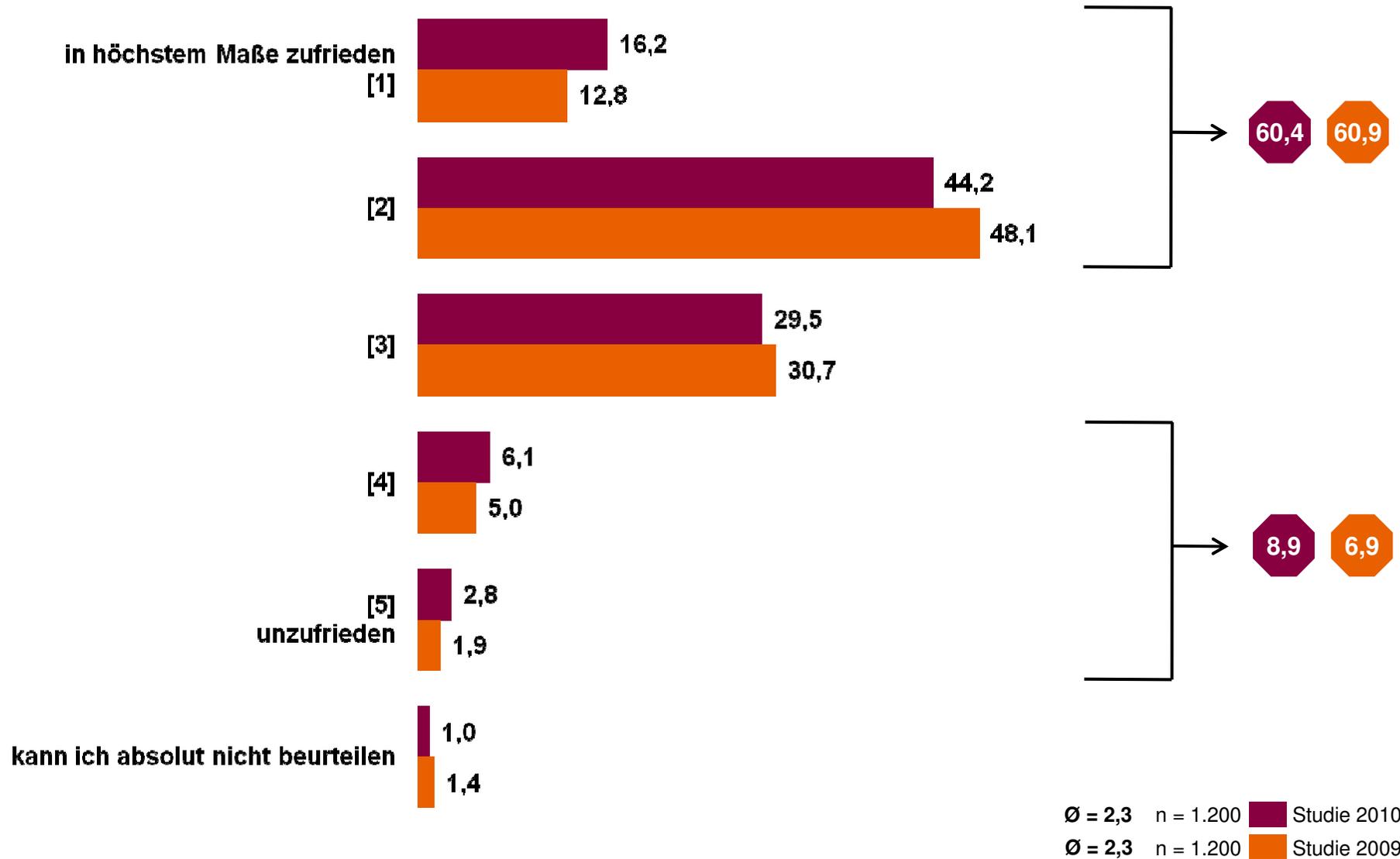
**Handlungsfelder und Ansatzpunkte für Unternehmen im Wettbewerb**

**Ergebnisse der Modellanalyse**

**Anhang: Fragebogen**

# A priori-Gesamtzufriedenheit

Wenn Sie an Ihren aktuellen Energieversorger denken, wie zufrieden sind Sie insgesamt mit Ihrem Energieversorger?



# Image der Energieversorger (1/4)

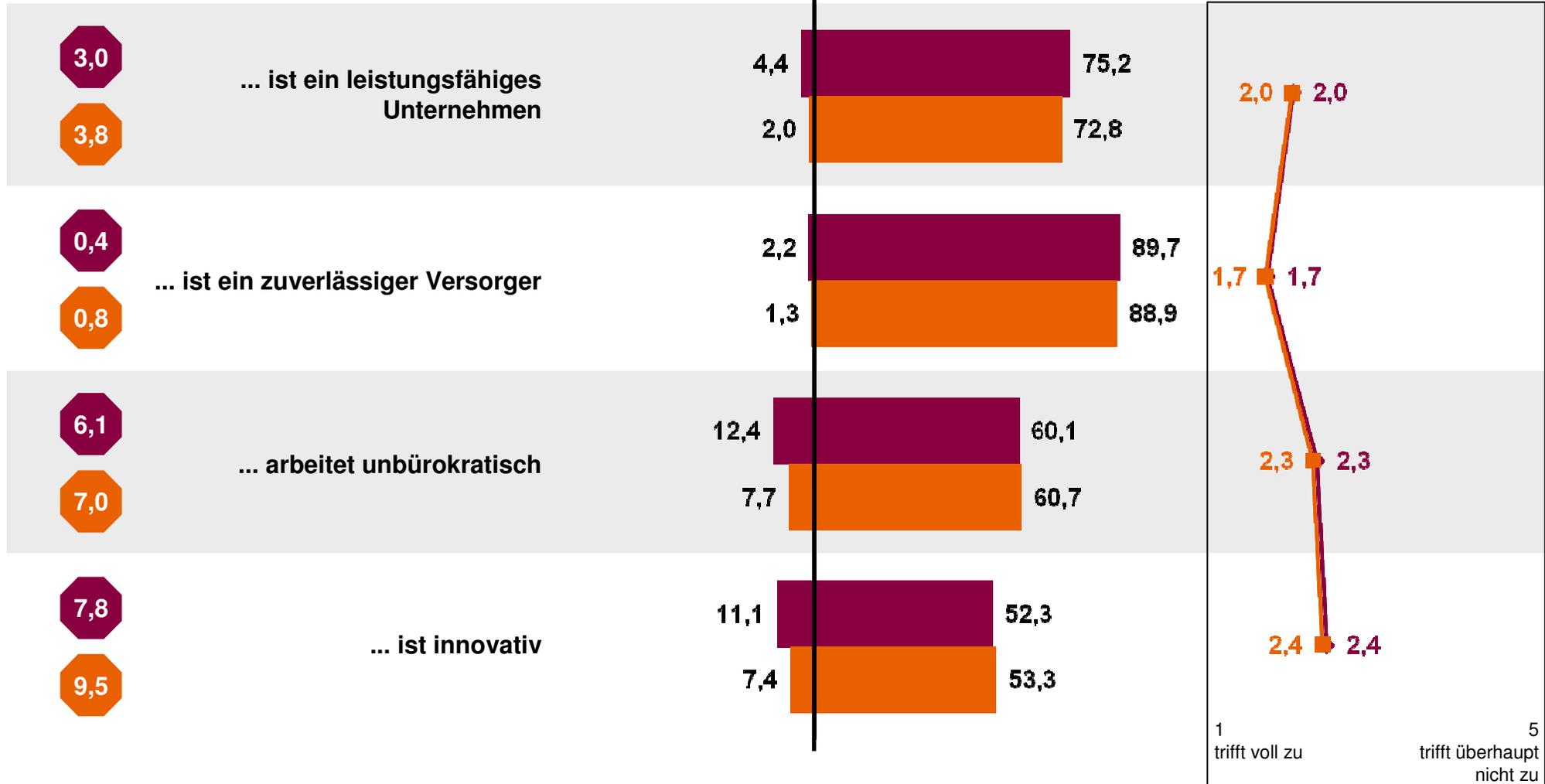
Welches Image hat Ihr Energieversorger bei Ihnen? Bitte beurteilen Sie anhand einer Bewertungsskala von 1 (trifft voll zu) bis 5 (trifft überhaupt nicht zu), inwieweit folgende Aussagen auf Ihren Energieversorger zutreffen.

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

Bottom-2-Boxes  
(Note 4 + 5)

Top-2-Boxes  
(Note 1 + 2)

Durchschnittliche Bewertung



n = 1.200 Studie 2010 n = 1.200 Studie 2009

# Image der Energieversorger (2/4)

Welches Image hat Ihr Energieversorger bei Ihnen? Bitte beurteilen Sie anhand einer Bewertungsskala von 1 (trifft voll zu) bis 5 (trifft überhaupt nicht zu), inwieweit folgende Aussagen auf Ihren Energieversorger zutreffen.

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

Bottom-2-Boxes (Note 4 + 5) | Top-2-Boxes (Note 1 + 2)

Durchschnittliche Bewertung

18,4

19,7

... sorgt für eine umweltschonende Stromerzeugung

15,0

9,6

39,2

38,7

39,5

43,5

... setzt sich für die Förderung und Versorgung mit Biogas ein

17,6

18,3

22,7

17,1

18,2

22,5

... unterstützt erneuerbare Energieformen wie Sonne, Wind und Wasser

15,0

14,2

37,8

36,9

2,5

2,6

2,9

3,0

2,6

2,6

1  
trifft voll zu

5  
trifft überhaupt nicht zu

n = 1.200 Studie 2010 | n = 1.200 Studie 2009

# Image der Energieversorger (3/4)

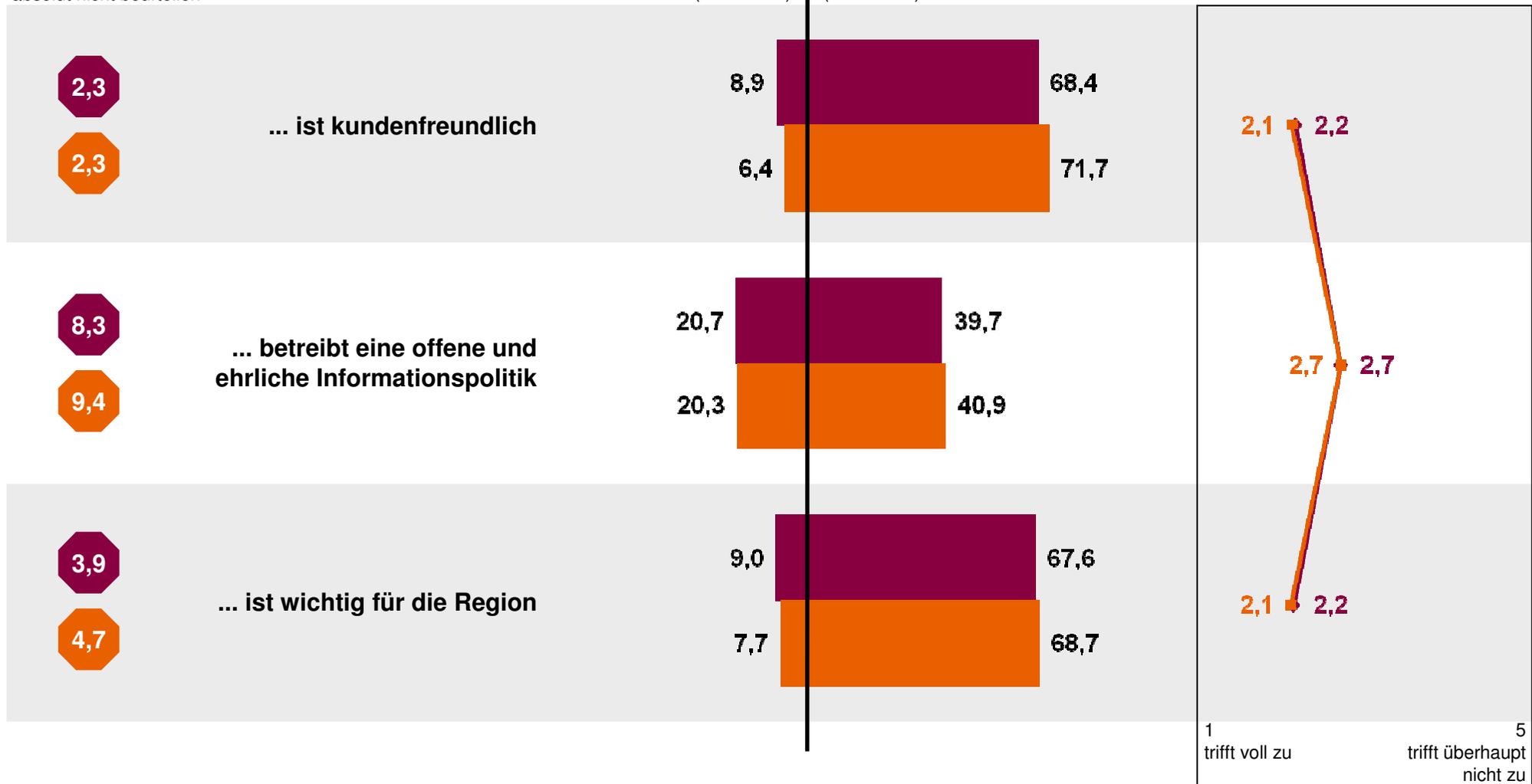
Welches Image hat Ihr Energieversorger bei Ihnen? Bitte beurteilen Sie anhand einer Bewertungsskala von 1 (trifft voll zu) bis 5 (trifft überhaupt nicht zu), inwieweit folgende Aussagen auf Ihren Energieversorger zutreffen.

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

Bottom-2-Boxes  
(Note 4 + 5)

Top-2-Boxes  
(Note 1 + 2)

Durchschnittliche Bewertung



n = 1.200 Studie 2010 n = 1.200 Studie 2009

# Image der Energieversorger (4/4)

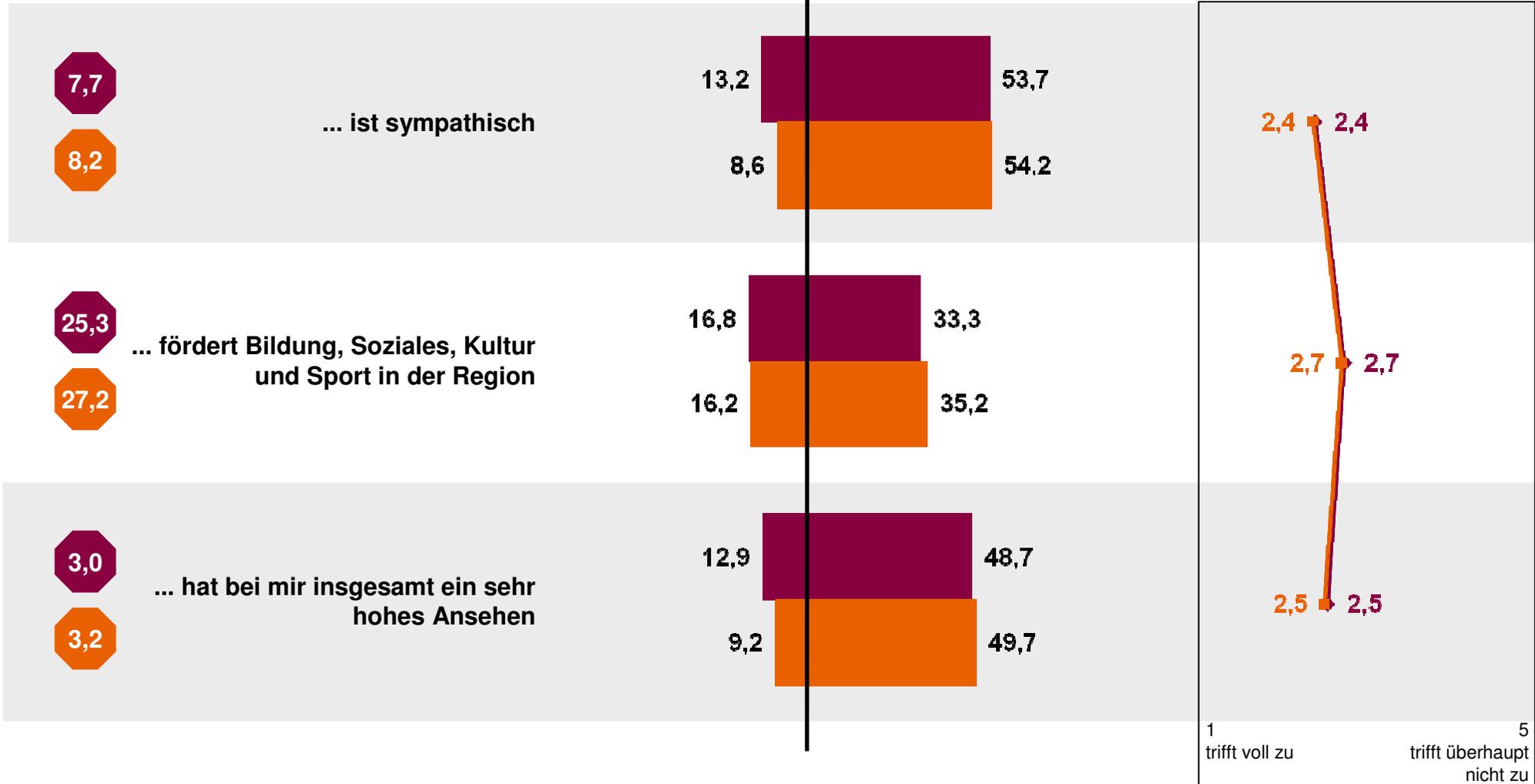
Welches Image hat Ihr Energieversorger bei Ihnen? Bitte beurteilen Sie anhand einer Bewertungsskala von 1 (trifft voll zu) bis 5 (trifft überhaupt nicht zu), inwieweit folgende Aussagen auf Ihren Energieversorger zutreffen.

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

Bottom-2-Boxes (Note 4 + 5)

Top-2-Boxes (Note 1 + 2)

Durchschnittliche Bewertung

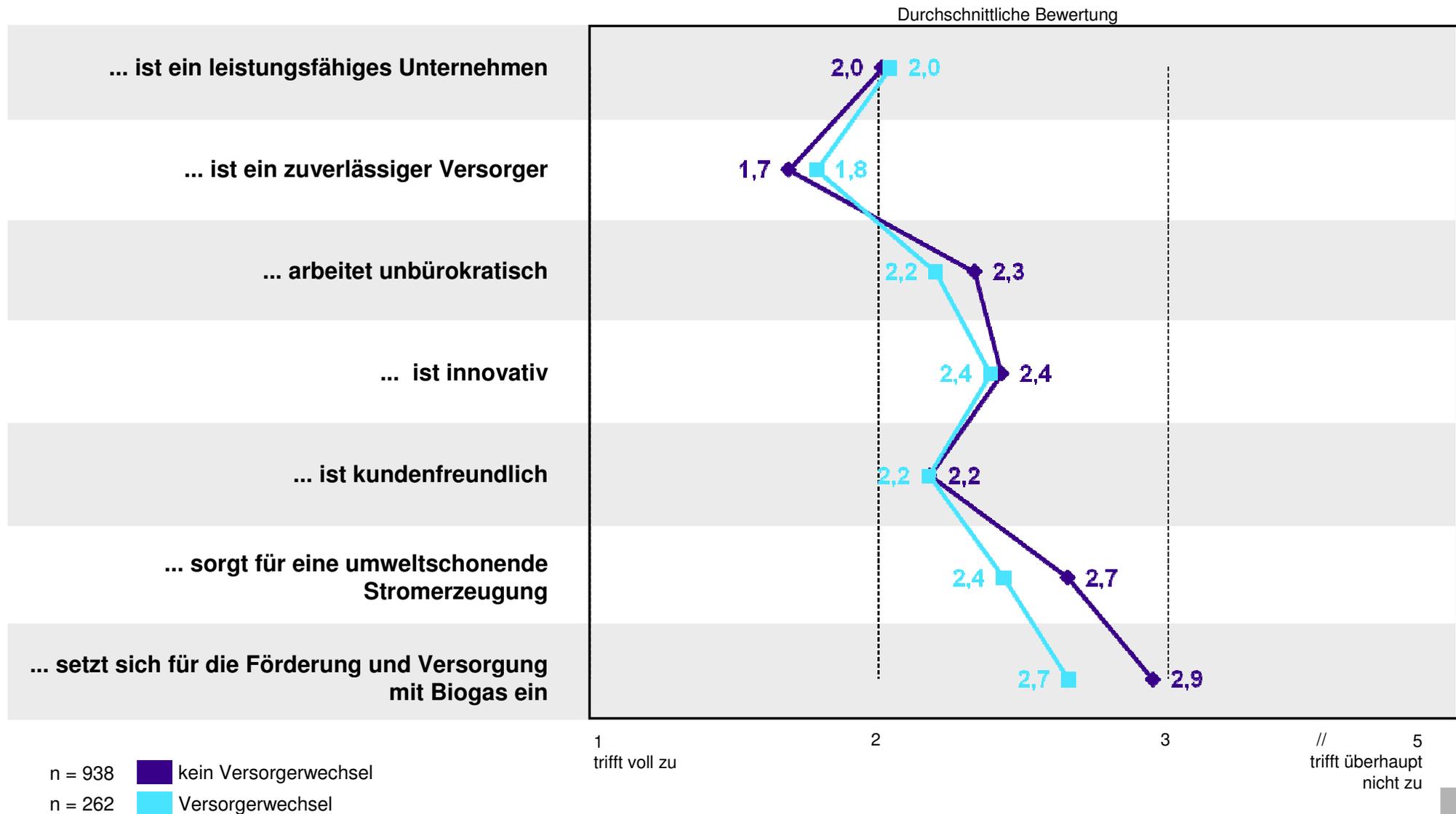


n = 1.200 Studie 2010 n = 1.200 Studie 2009

# Image der Energieversorger – Differenziert nach Versorgerwechsel (1/2)

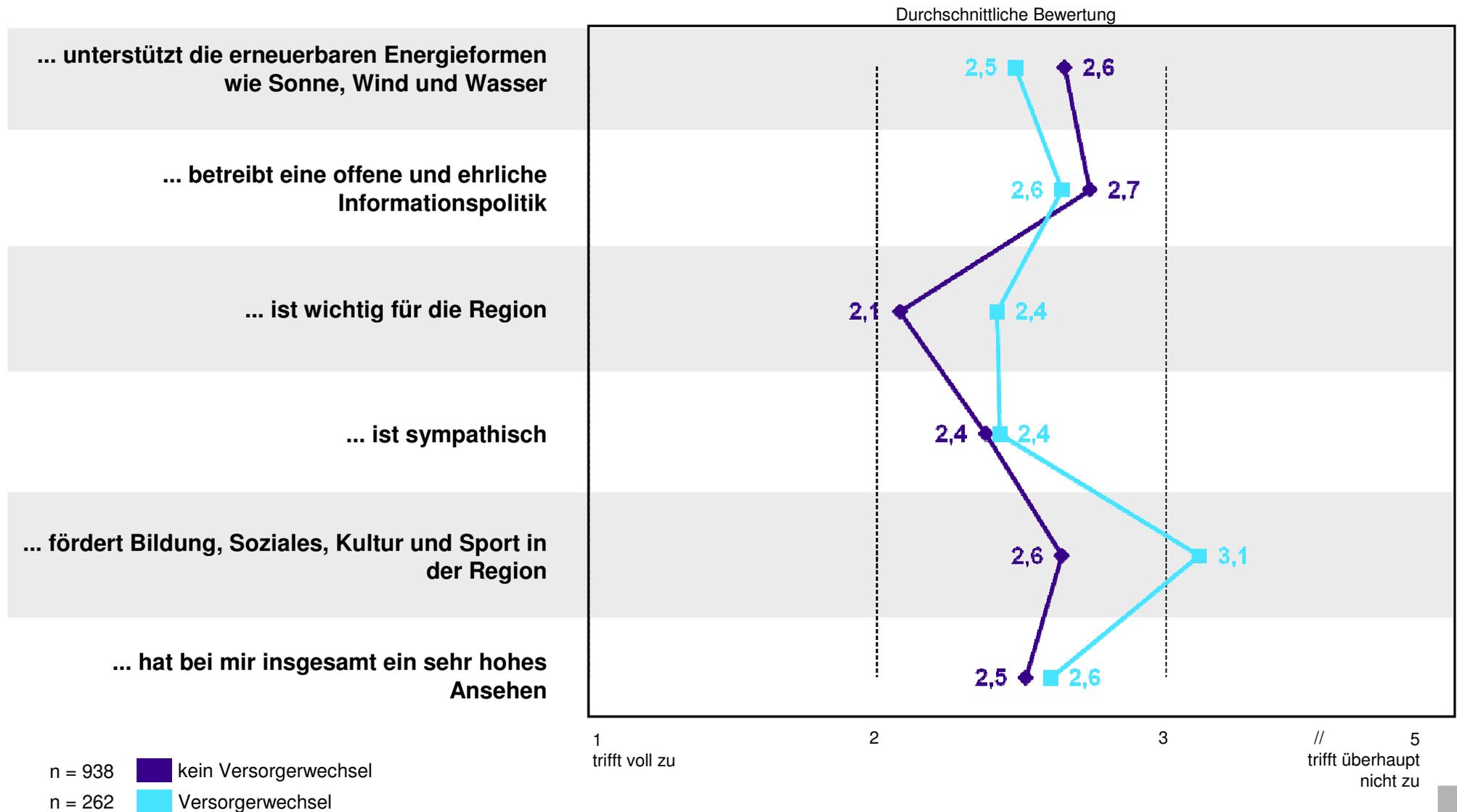


Welches Image hat Ihr Energieversorger bei Ihnen? Bitte beurteilen Sie anhand einer Bewertungsskala von 1 (trifft voll zu) bis 5 (trifft überhaupt nicht zu), inwieweit folgende Aussagen auf Ihren Energieversorger zutreffen.



## Image der Energieversorger – Differenziert nach Versorgerwechsel (2/2)

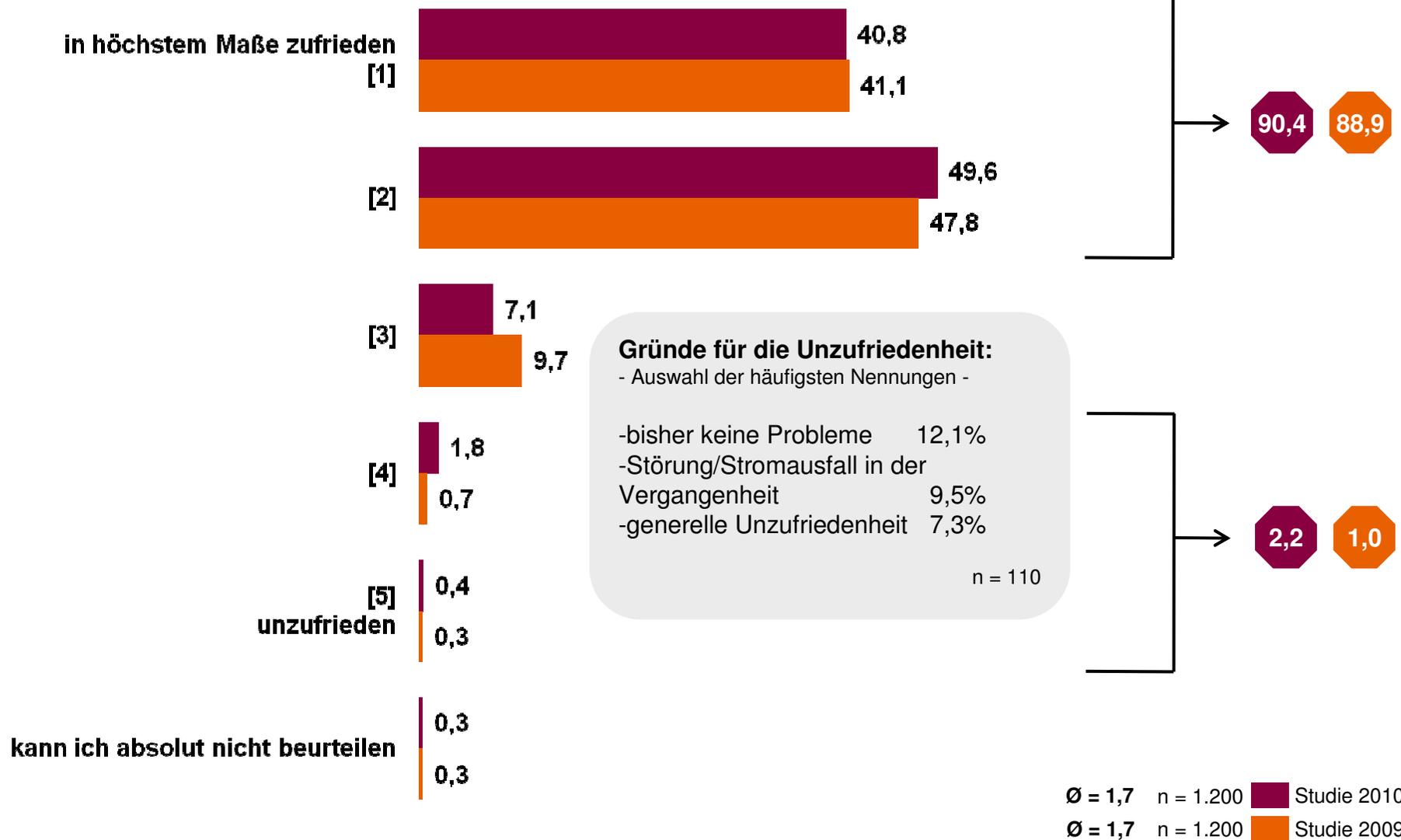
Welches Image hat Ihr Energieversorger bei Ihnen? Bitte beurteilen Sie anhand einer Bewertungsskala von 1 (trifft voll zu) bis 5 (trifft überhaupt nicht zu), inwieweit folgende Aussagen auf Ihren Energieversorger zutreffen.



# Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Kernkompetenz



Wie zufrieden sind Sie mit der Sicherheit und Zuverlässigkeit der Stromversorgung?



# Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Rechnung

Wie zufrieden sind Sie mit ...?

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

Bottom-2-Boxes  
(Note 4 + 5)

Top-2-Boxes  
(Note 1 + 2)

Durchschnittliche Bewertung

2,3

3,4

... der Verständlichkeit der Rechnung

8,3 72,1

7,0 69,7

3,3

3,8

... der Korrektheit der Rechnung

5,1 78,1

4,4 76,9

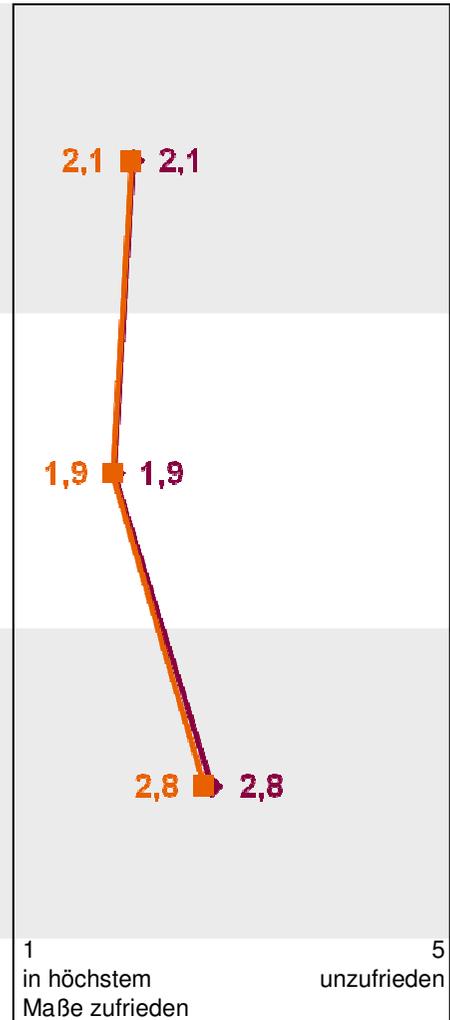
5,1

4,7

... der Transparenz der Preisgestaltung  
(Zusammensetzung der Preise)

26,2 40,6

20,7 42,6



n = 1.200 Studie 2010 n = 1.200 Studie 2009

# Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Kundenbetreuung (1/2)



Wie zufrieden sind Sie mit ...?

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

Bottom-2-Boxes  
(Note 4 + 5)

Top-2-Boxes  
(Note 1 + 2)

Durchschnittliche Bewertung

18,1

... der telefonischen Erreichbarkeit eines Ansprechpartners bei Ihrem Energieversorger

23,2



2,2

1,9

2,1

15,8

... der Freundlichkeit der Mitarbeiter

18,4



21,5

... dem Einsatz/dem Engagement der Mitarbeiter

22,9



n = 1.200 Studie 2010 n = 1.200 Studie 2009

# Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Kundenbetreuung (2/2)



Wie zufrieden sind Sie mit ...?

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

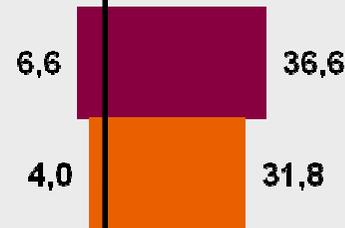
Bottom-2-Boxes (Note 4 + 5) | Top-2-Boxes (Note 1 + 2)

Durchschnittliche Bewertung

41,0

43,7

... dem Verhalten bei Beschwerden/Reklamationen



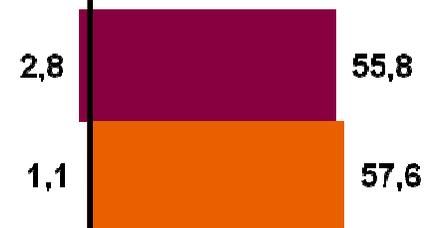
2,4

2,4

26,0

25,3

... der Einhaltung abgesprochener Termine



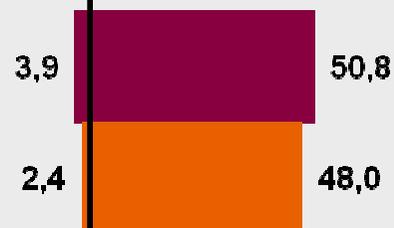
2,0

2,0

29,9

30,0

... den Geschäfts-/Öffnungszeiten des Kundenzentrums/der Beratungseinrichtung



2,1

2,2



n = 1.200 Studie 2010 | n = 1.200 Studie 2009

BDEW-Kundenfokus Haushalte 2010/2011

# Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Dienstleistungen



Wie zufrieden sind Sie mit ...?

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

Bottom-2-Boxes  
(Note 4 + 5)

Top-2-Boxes  
(Note 1 + 2)

Durchschnittliche Bewertung

22,9

... dem Umfang des Beratungs-/ Dienstleistungsangebotes

20,2



2,3

26,4

... der Verständlichkeit der Beratung

23,8



2,2

27,4

... der Kompetenz der Beratung

25,8



2,2



n = 1.200 Studie 2010 n = 1.200 Studie 2009

# Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Ökologie

Wie zufrieden sind Sie mit ...?

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

Bottom-2-Boxes (Note 4 + 5) | Top-2-Boxes (Note 1 + 2)

Durchschnittliche Bewertung

20,8

... der Umweltverträglichkeit des Stroms Ihres Energieversorgers

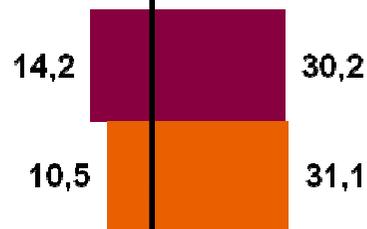
21,4



25,7

... den Aktivitäten Ihres Energieversorgers bei der Förderung erneuerbarer Energien (Sonne, Wind, Wasser)

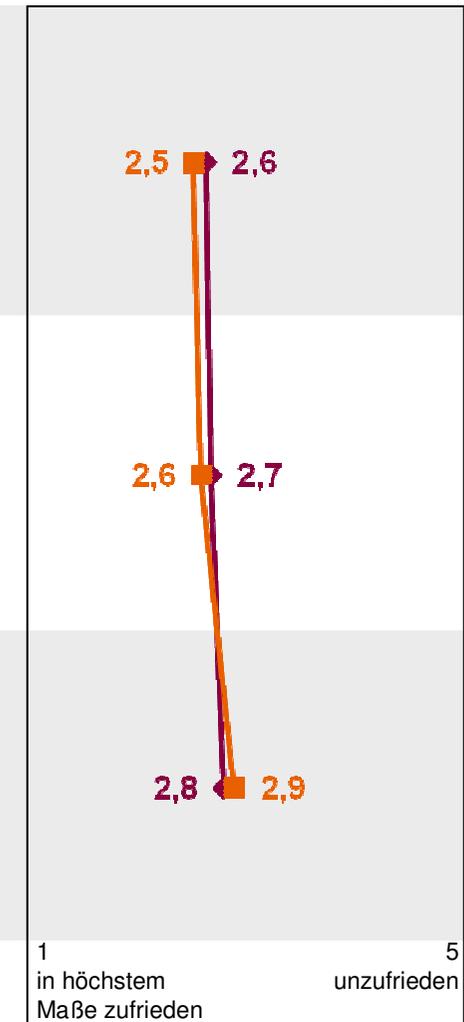
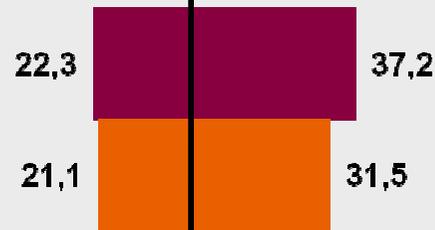
29,4



13,0

... den Aktivitäten Ihres Energieversorgers, zur Energieeinsparung bei den Kunden beizutragen

15,5

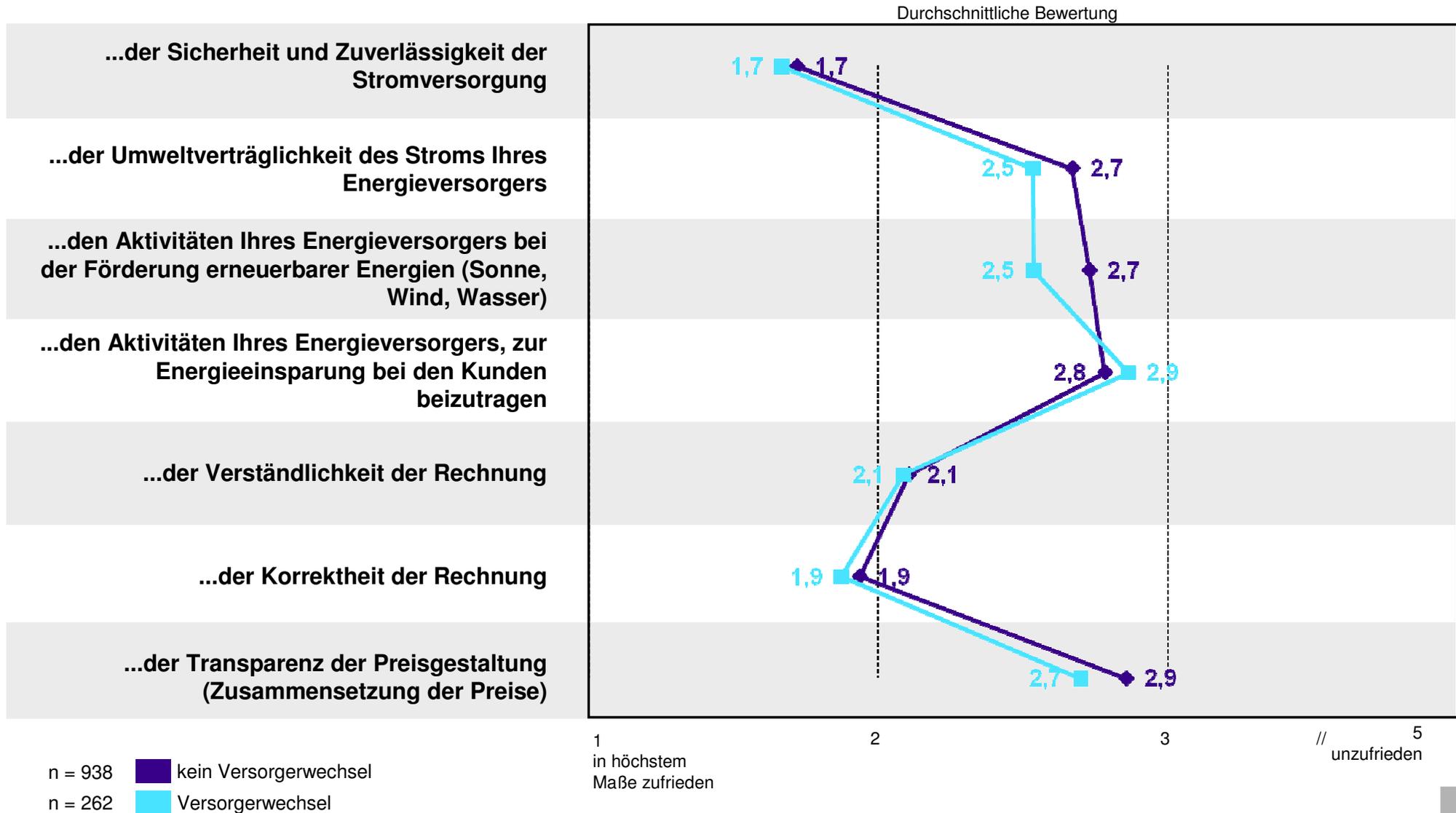


n = 1.200 Studie 2010 | n = 1.200 Studie 2009

# Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Differenziert nach Versorgerwechsel (1/2)



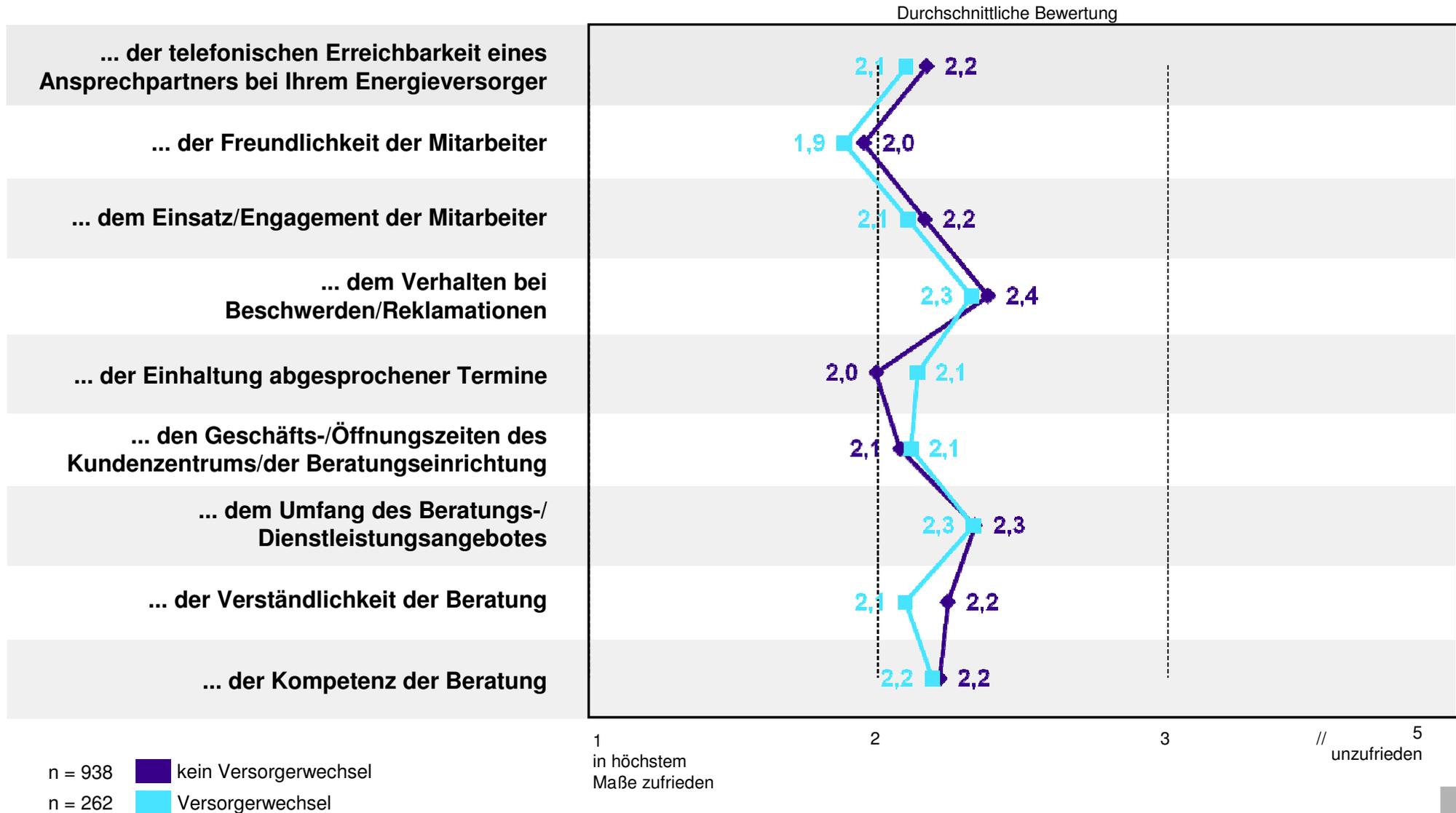
Wie zufrieden sind Sie mit ...?



# Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Differenziert nach Versorgerwechsel (2/2)

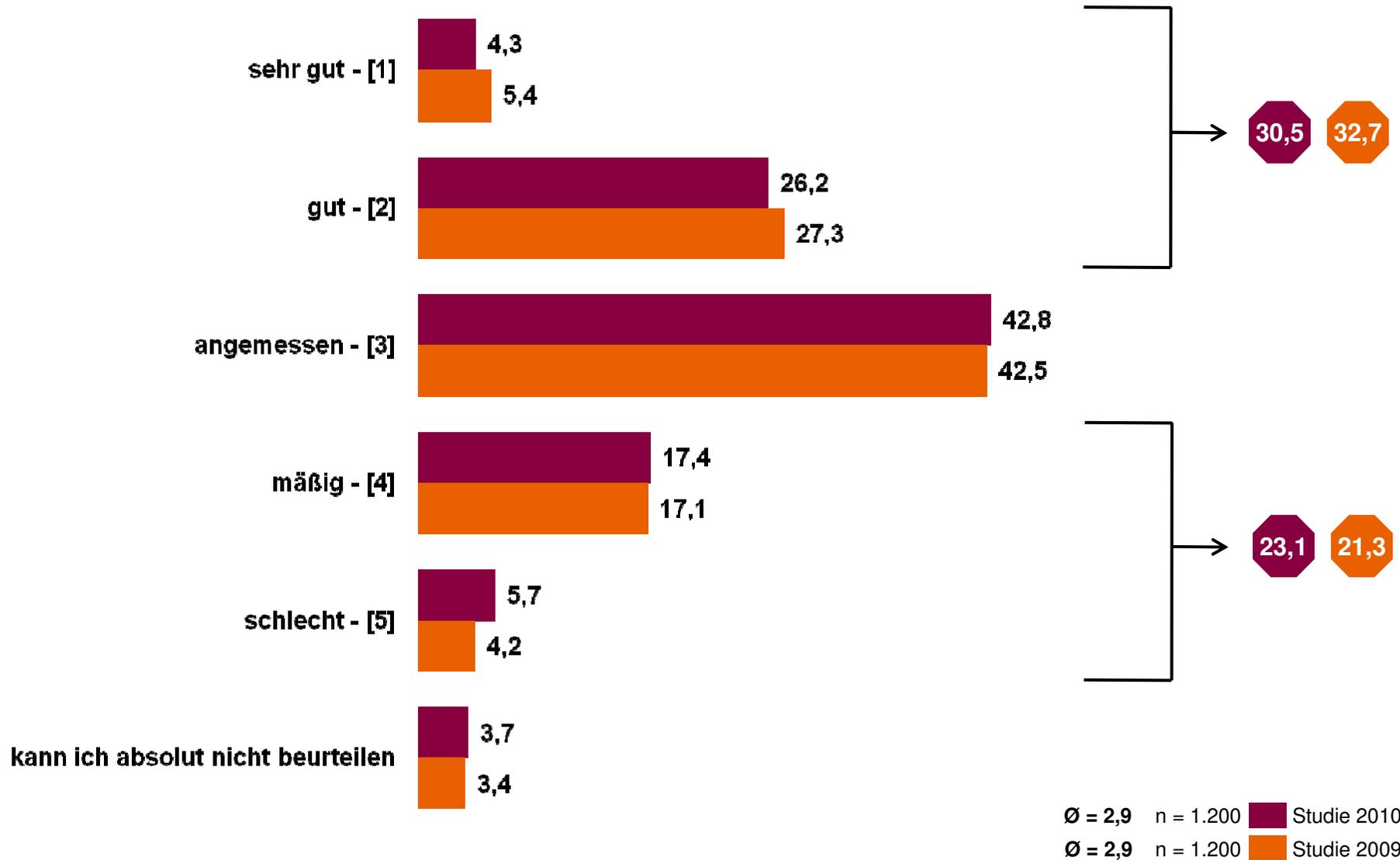


Wie zufrieden sind Sie mit ...?



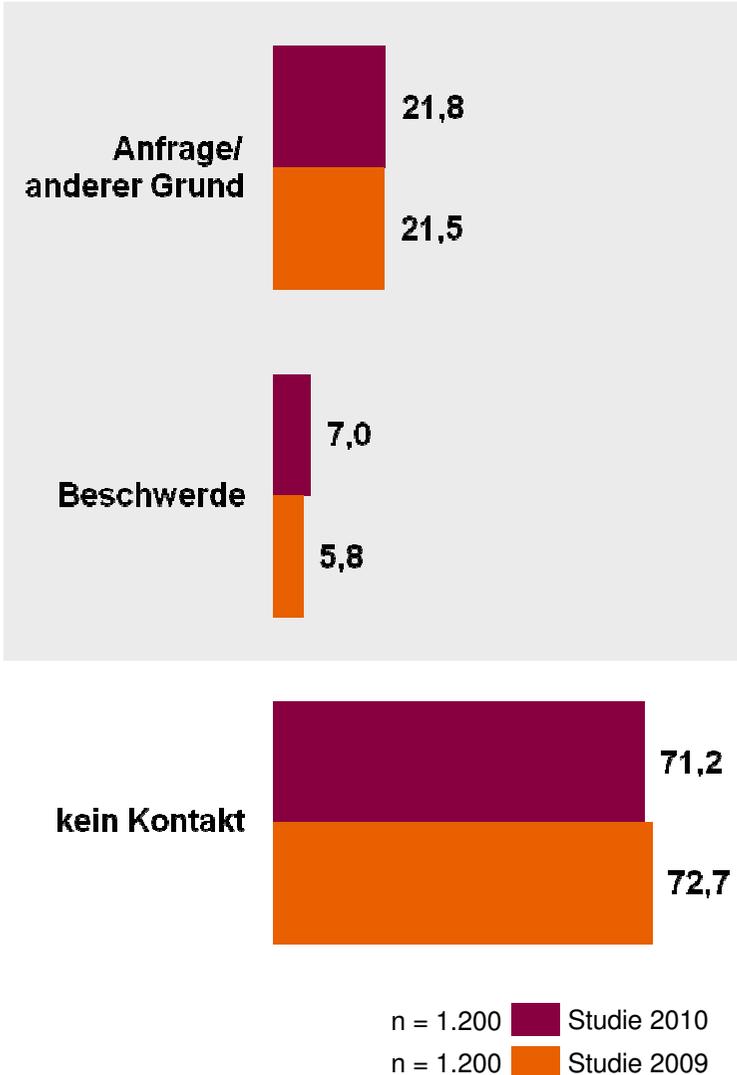
# Bewertung des Preis-Leistungsverhältnisses

Wie fällt Ihr Urteil aus, wenn Sie die Strompreise Ihres Energieversorgers ins Verhältnis zu dessen Leistung setzen?  
Ist das Preis-Leistungsverhältnis aus Ihrer Sicht ...?

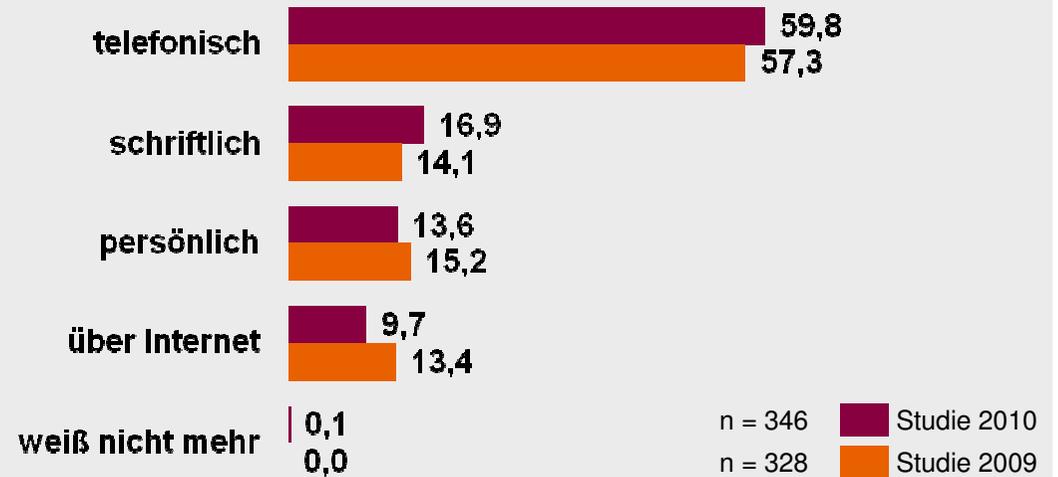


# Ablauf des letzten Kontaktes

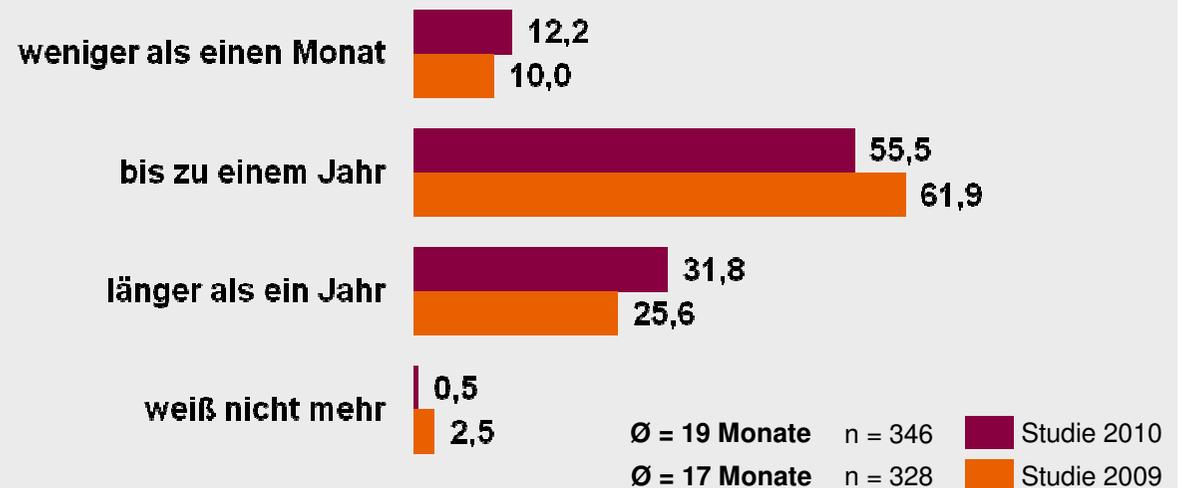
Haben Sie sich bei Ihrem letzten Kontakt mit einer Anfrage, Beschwerde oder aus einem anderen Grund an Ihren Energieversorger gewandt?



Hatten Sie diesen letzten Kontakt mit Ihrem Energieversorger telefonisch, schriftlich, persönlich oder über das Internet?



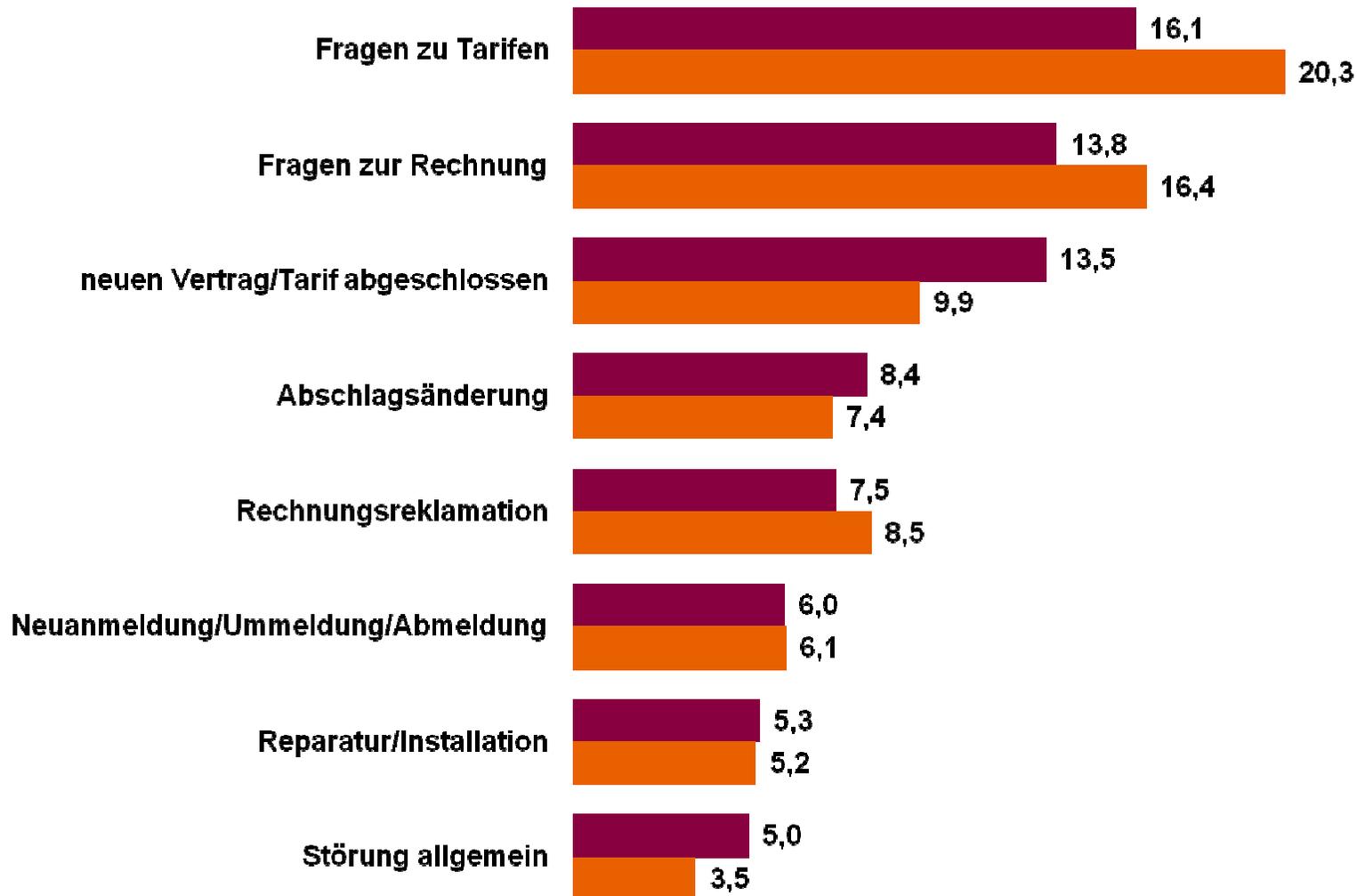
Wie lange liegt dieser letzte Kontakt zu Ihrem Energieversorger zurück?



## Anlass für den letzten Kontakt

Was war der Anlass für diesen letzten Kontakt?

- Auswahl der häufigsten Nennungen -

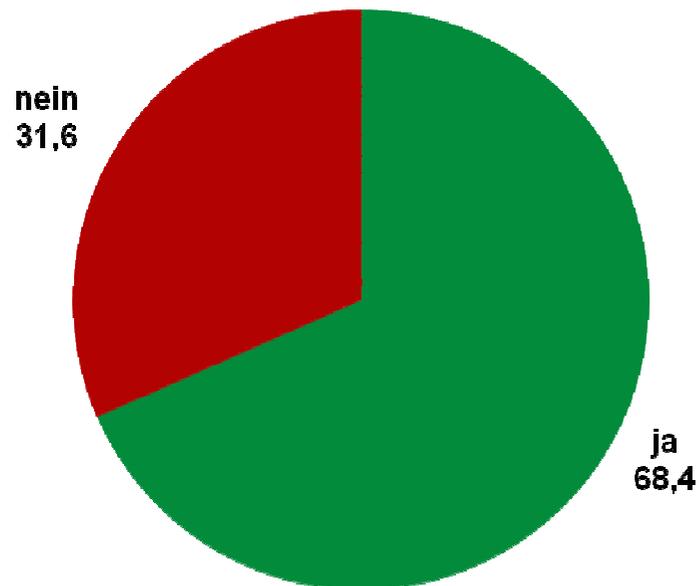


n = 346 Studie 2010  
n = 328 Studie 2009

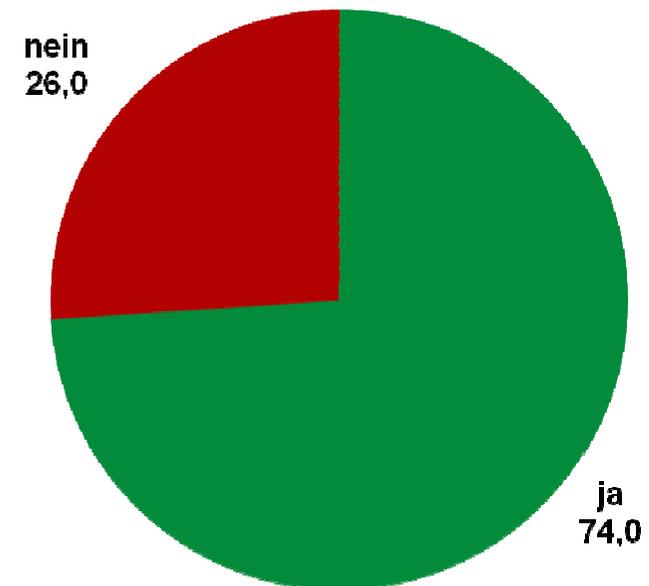
## Bewertung des letzten Kontaktes – Telefonischer Kontakt (1/2)

Sie sagten gerade, dass Ihr letzter Kontakt zu Ihrem Energieversorger telefonisch war.

Sind Sie direkt beim ersten Anwählen der Telefonnummer durchgekommen, ohne dass die Leitung besetzt war oder Sie in einer Warteschleife warten mussten?



Konnte Ihnen der erste Gesprächspartner direkt helfen ohne Sie weiter zu verbinden?



**Nur Befragte mit telefonischen Kontakt**

## Bewertung des letzten Kontaktes – Telefonischer Kontakt (2/2)

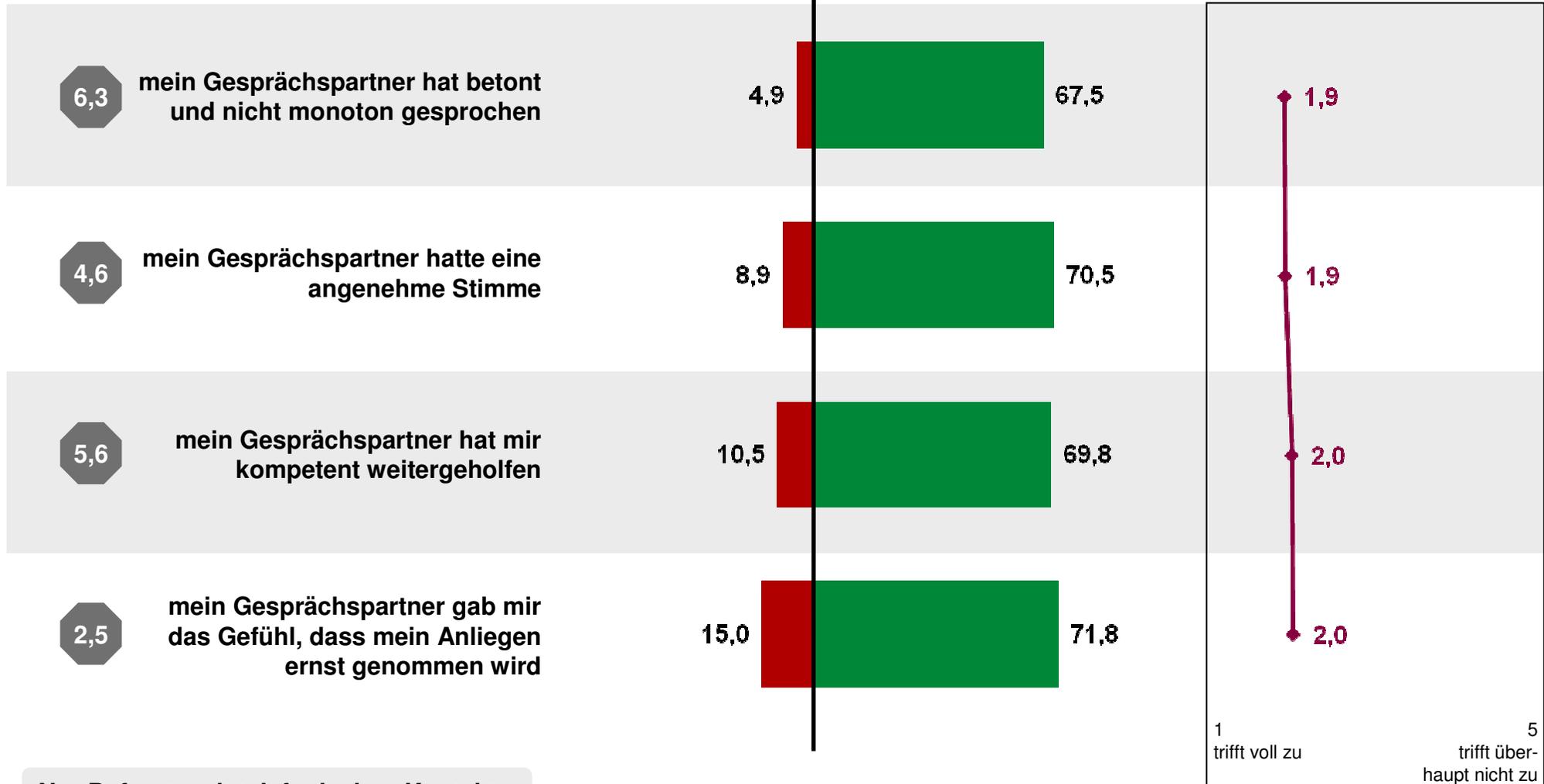
Sie sagten gerade, dass Ihr letzter Kontakt zu Ihrem Energieversorger telefonisch war. Bitte bewerten Sie im Folgenden einige Aussagen zu diesem letzten Kontakt.

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

Bottom-2-Boxes  
(Note 4 + 5)

Top-2-Boxes  
(Note 1 + 2)

Durchschnittliche Bewertung

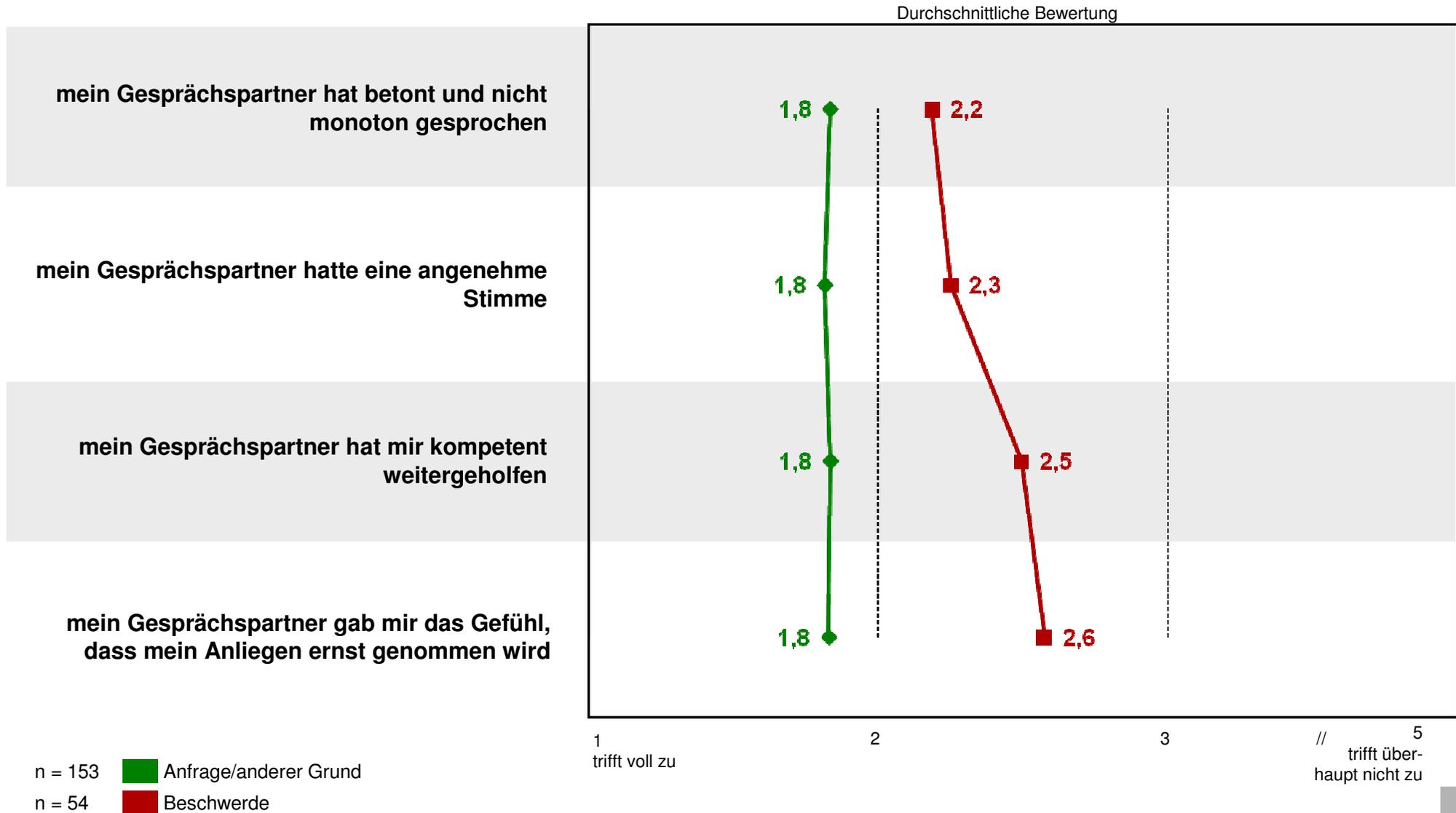


Nur Befragte mit telefonischen Kontakt

# Bewertung des letzten Kontaktes – Telefonischer Kontakt

## Differenziert nach Kontaktgrund

Sie sagten gerade, dass Ihr letzter Kontakt zu Ihrem Energieversorger telefonisch war. Bitte bewerten Sie im Folgenden einige Aussagen zu diesem letzten Kontakt.



# Bewertung des letzten Kontaktes – Persönlicher Kontakt (1/2)

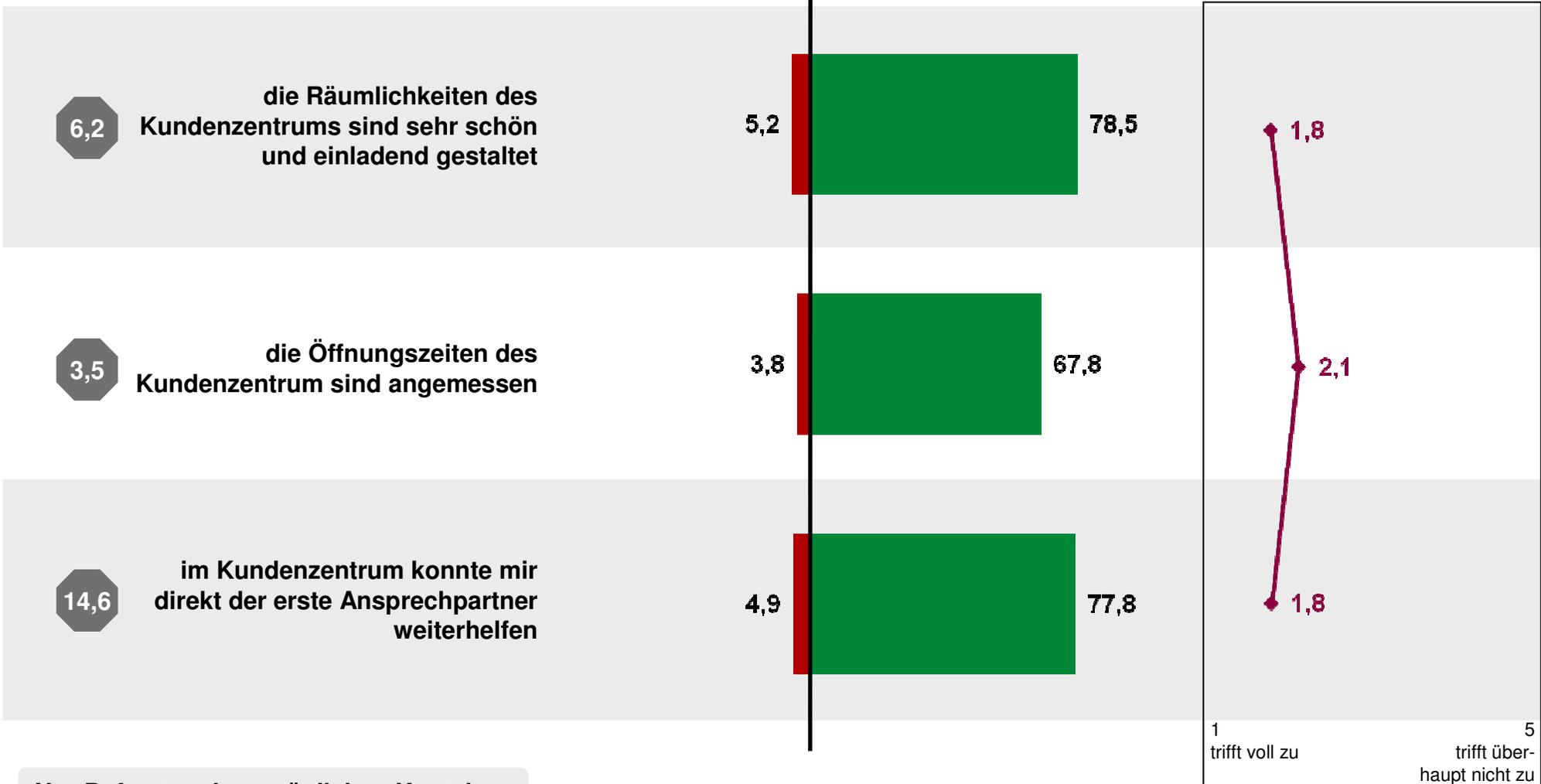
Sie sagten gerade, dass Ihr letzter Kontakt zu Ihrem Energieversorger persönlich war. Bitte bewerten Sie im Folgenden einige Aussagen zu diesem letzten Kontakt.

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

Bottom-2-Boxes (Note 4 + 5)

Top-2-Boxes (Note 1 + 2)

Durchschnittliche Bewertung



Nur Befragte mit persönlichem Kontakt

## Bewertung des letzten Kontaktes – Persönlicher Kontakt (2/2)

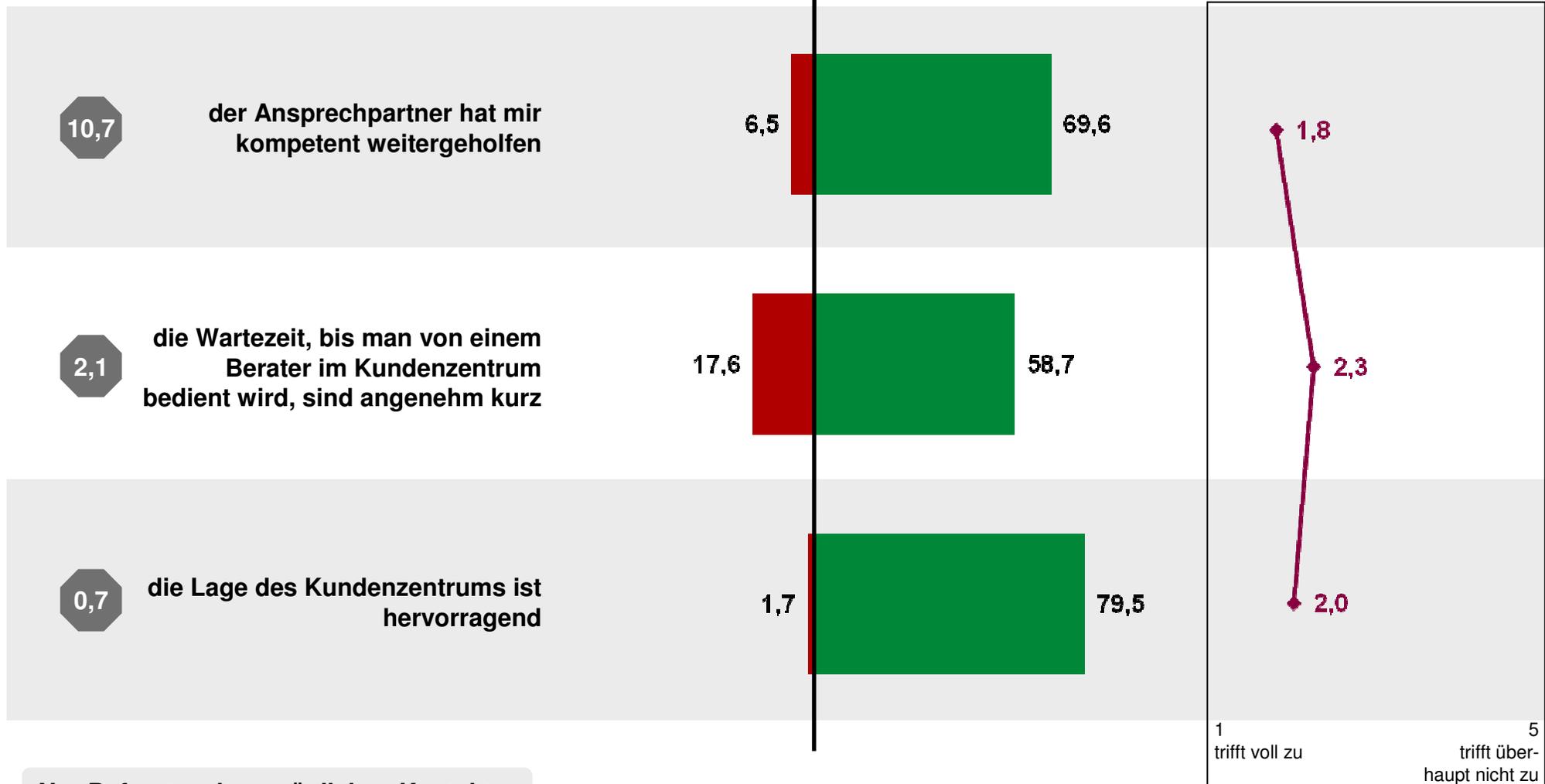
Sie sagten gerade, dass Ihr letzter Kontakt zu Ihrem Energieversorger persönlich war. Bitte bewerten Sie im Folgenden einige Aussagen zu diesem letzten Kontakt.

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

Bottom-2-Boxes  
(Note 4 + 5)

Top-2-Boxes  
(Note 1 + 2)

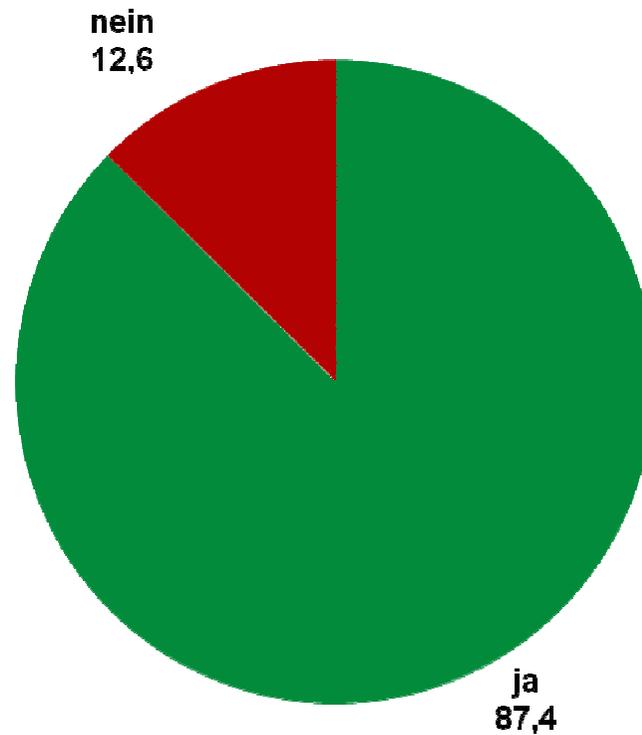
Durchschnittliche Bewertung



Nur Befragte mit persönlichem Kontakt

## Bewertung des letzten Kontaktes – Schriftlicher Kontakt (1/2)

Sie sagten gerade, dass Ihr letzter Kontakt zu Ihrem Energieversorger schriftlich war. Haben Sie bereits eine Antwort auf Ihr Schreiben erhalten?



**Nur Befragte mit schriftlichen Kontakt**

## Bewertung des letzten Kontaktes – Schriftlicher Kontakt (2/2)

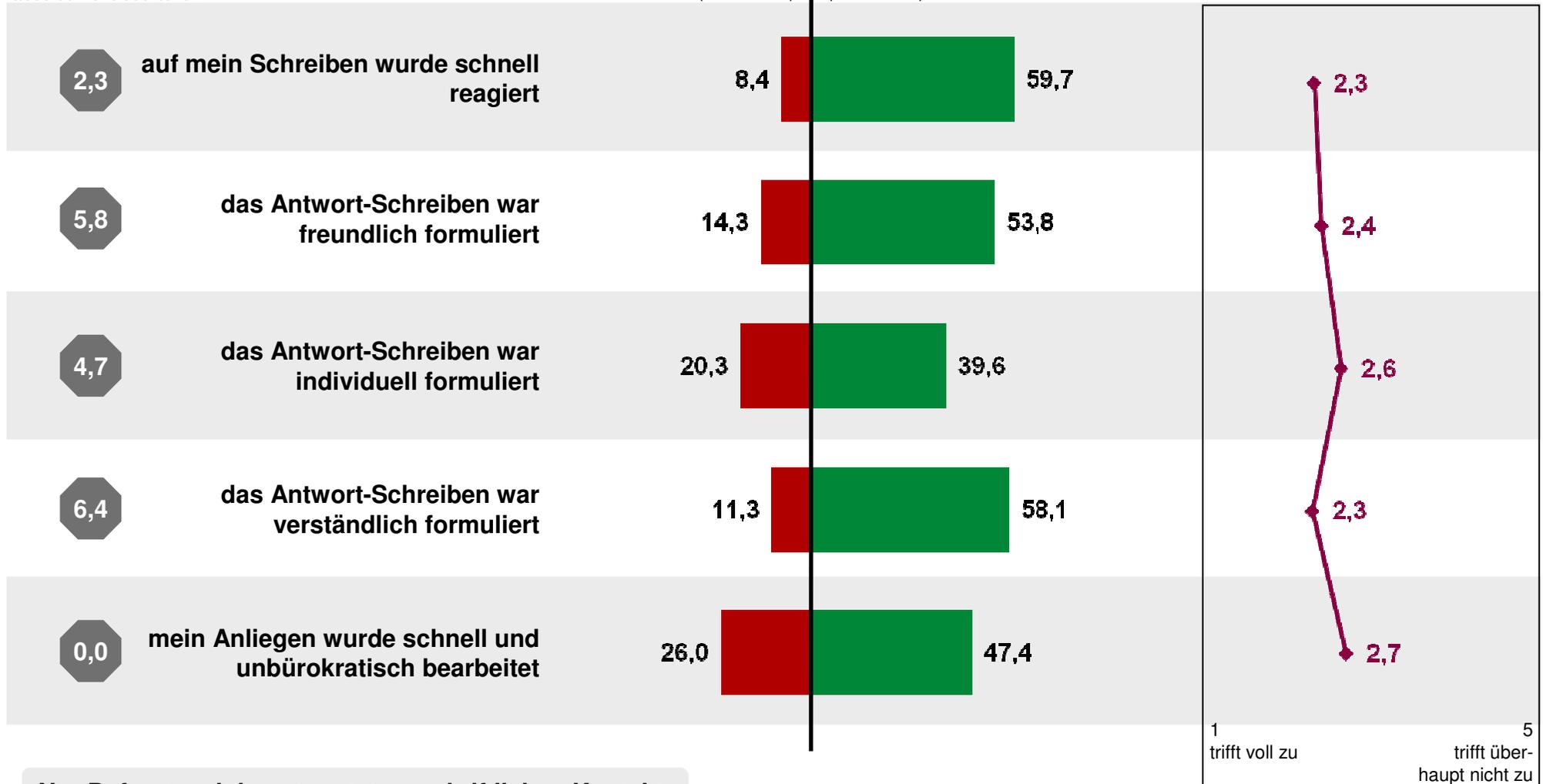
Sie sagten gerade, dass Ihr letzter Kontakt zu Ihrem Energieversorger schriftlich war. Bitte bewerten Sie im Folgenden einige Aussagen zu diesem letzten Kontakt.

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

Bottom-2-Boxes  
(Note 4 + 5)

Top-2-Boxes  
(Note 1 + 2)

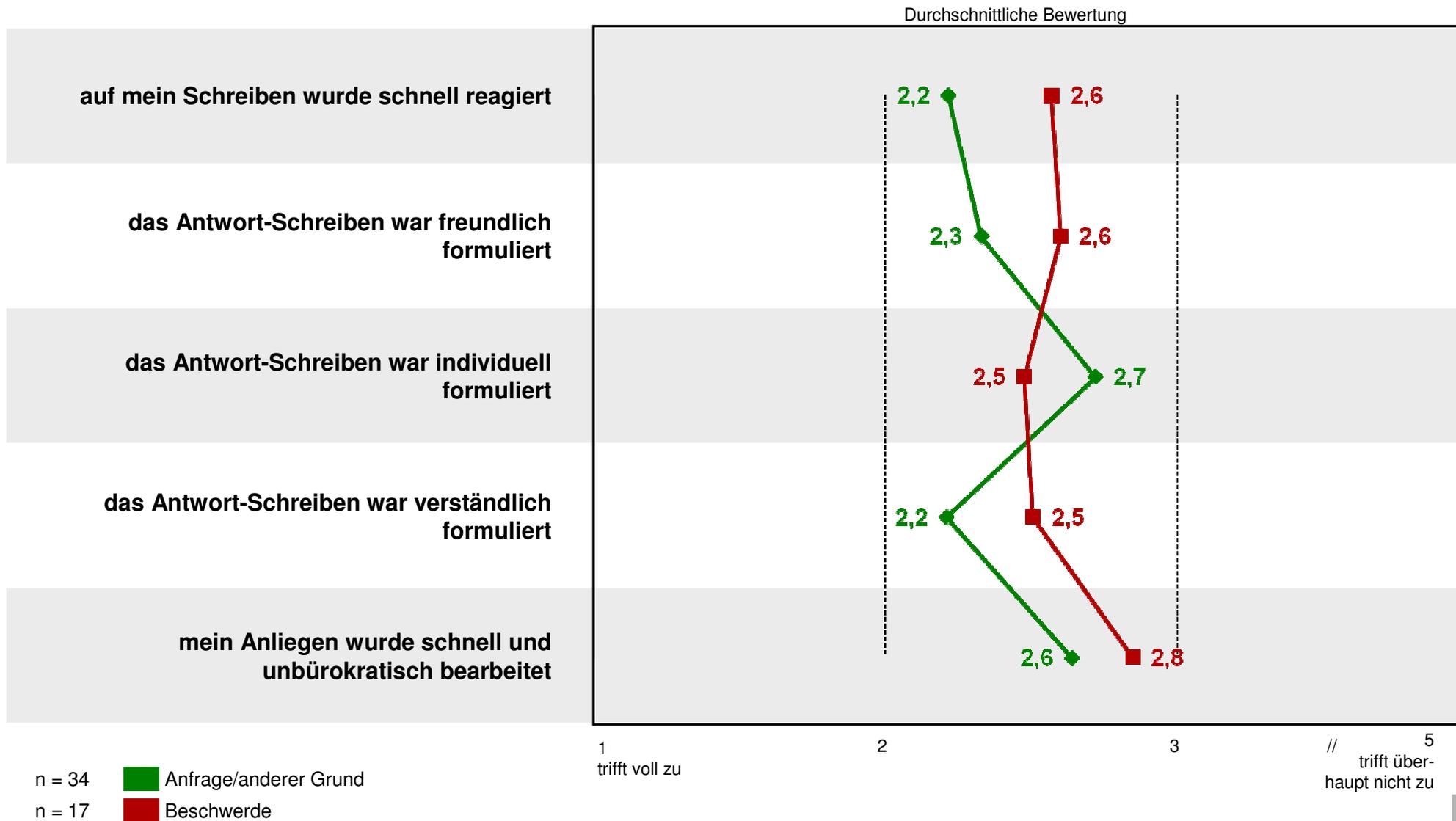
Durchschnittliche Bewertung



Nur Befragte mit beantwortetem schriftlichen Kontakt

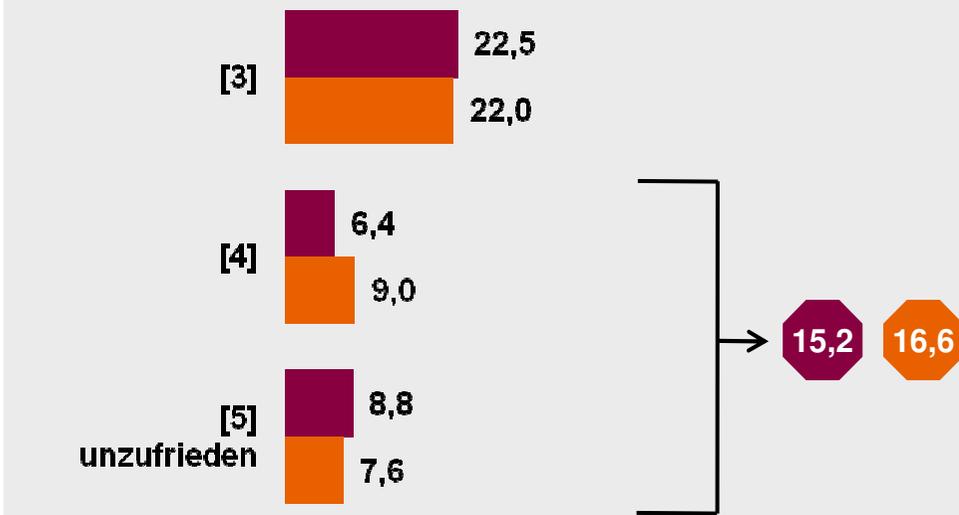
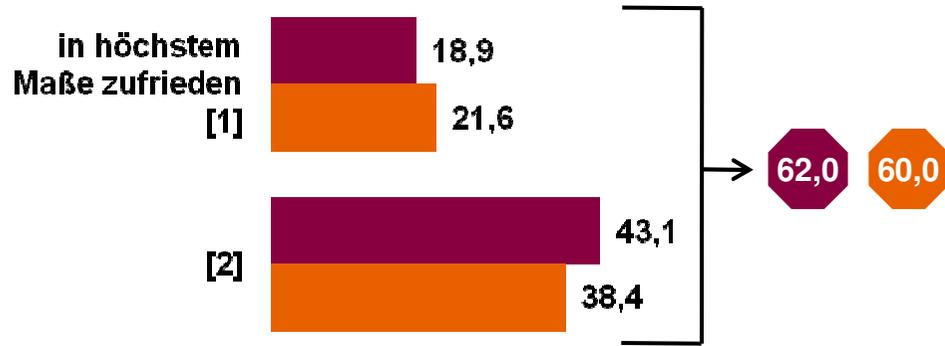
# Bewertung des letzten Kontaktes – Schriftlicher Kontakt Differenziert nach Kontaktgrund

Sie sagten gerade, dass Ihr letzter Kontakt zu Ihrem Energieversorger schriftlich war. Bitte bewerten Sie im Folgenden einige Aussagen zu diesem letzten Kontakt.



# Gesamtbewertung des letzten Kontaktes

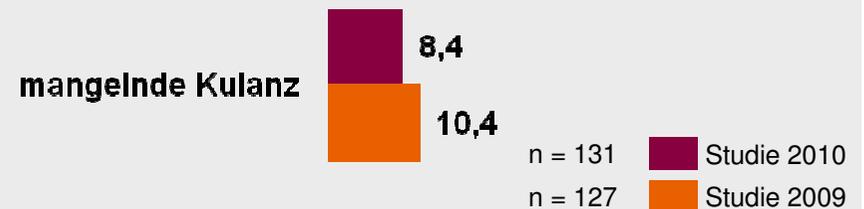
Haben Sie diesen Kontakt in positiver oder negativer Erinnerung?



Ø = 2,4 n = 346 Studie 2010  
 Ø = 2,4 n = 328 Studie 2009

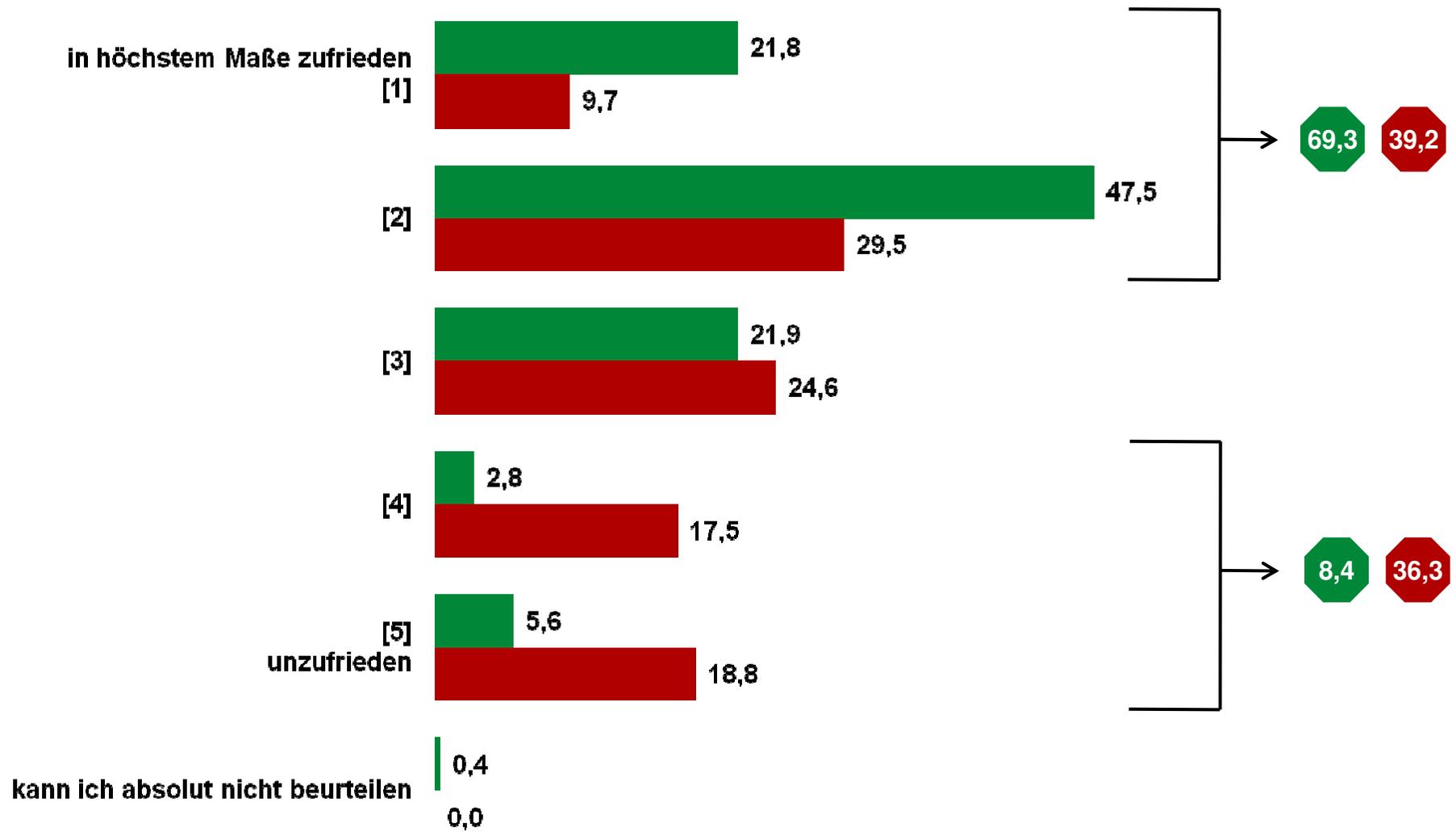
Aus welchen Gründen waren Sie nicht völlig zufrieden mit diesem letzten Kontakt?

- Auswahl der häufigsten Nennungen -



# Gesamtbewertung des letzten Kontaktes – Differenziert nach Kontaktgrund (1/2)

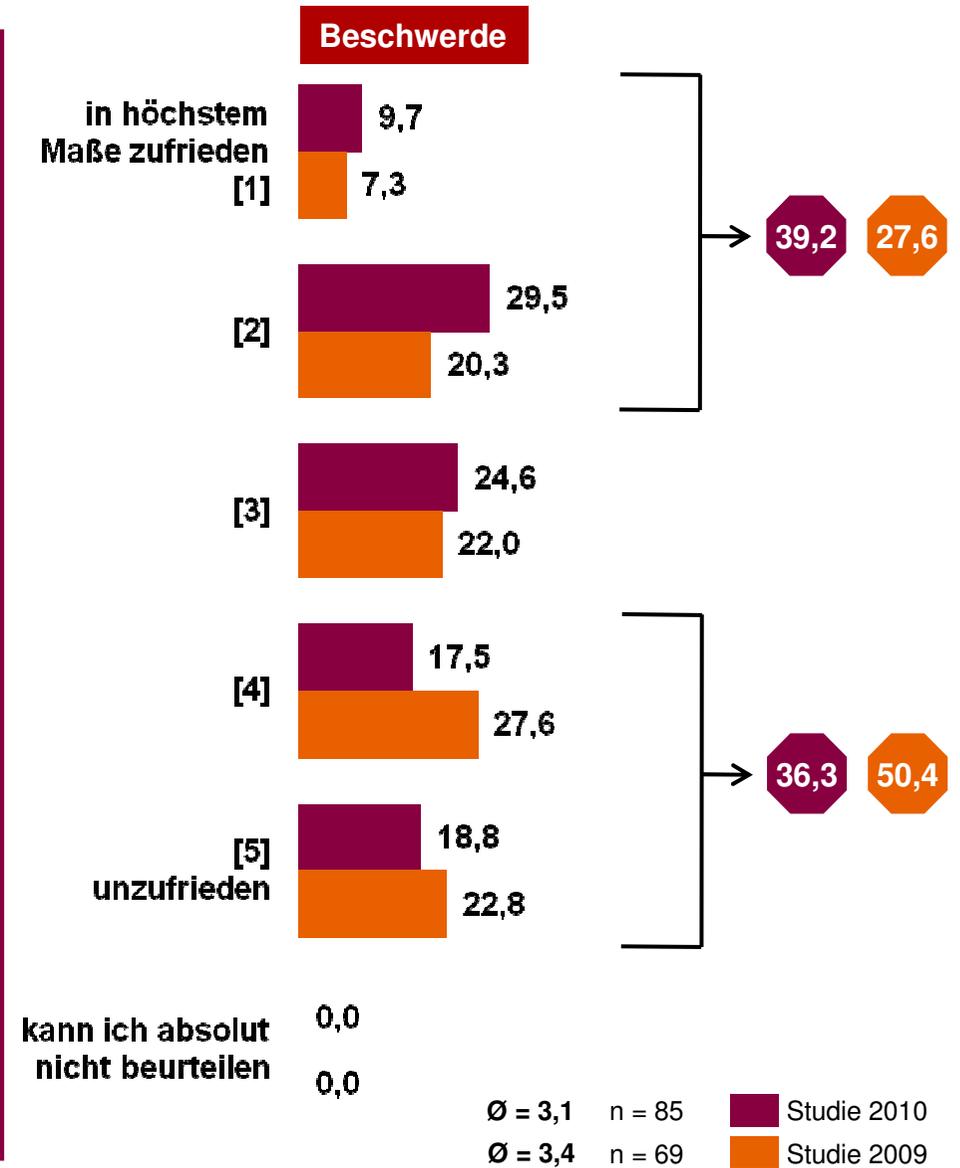
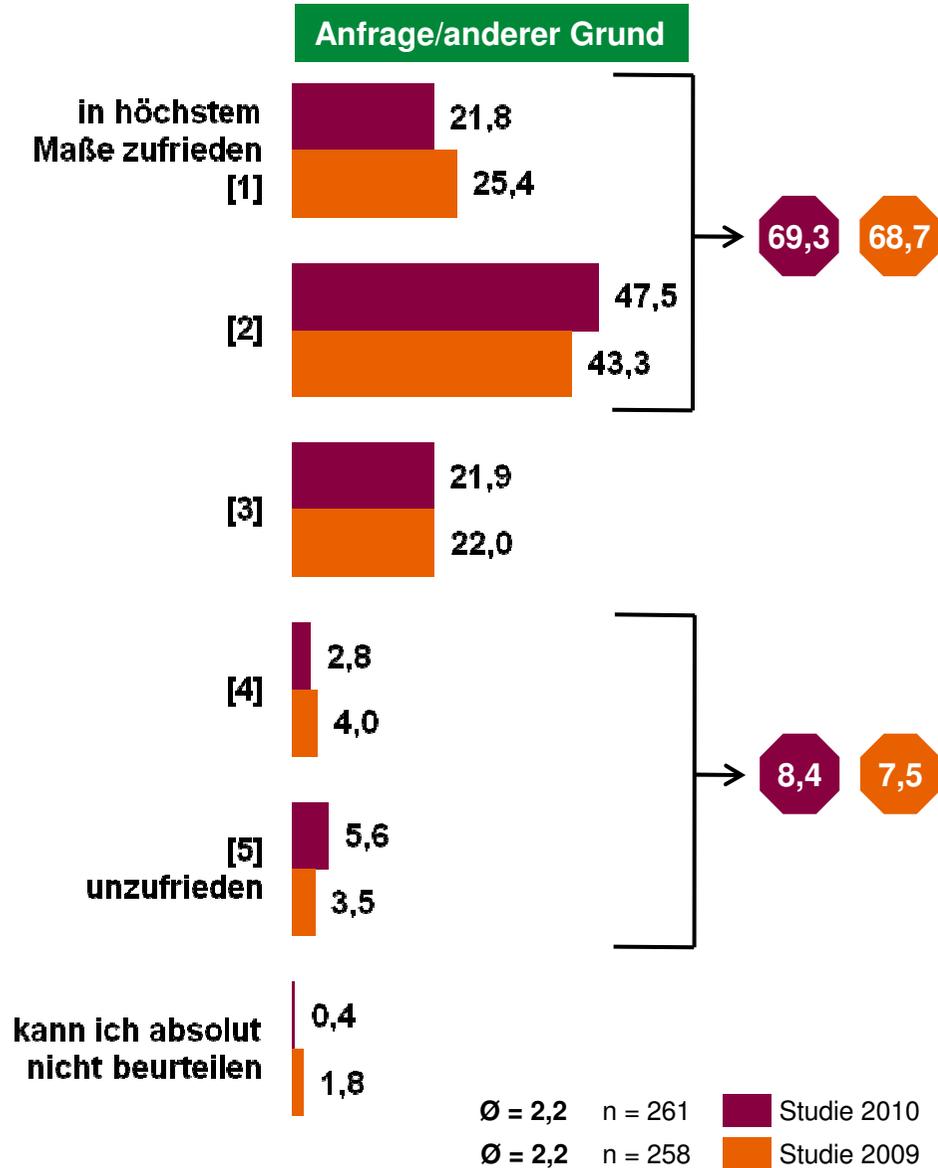
Haben Sie diesen Kontakt in positiver oder negativer Erinnerung?



$\emptyset = 2,2$     n = 261    ■ Anfrage/anderer Grund  
 $\emptyset = 3,1$     n = 85    ■ Beschwerde

# Gesamtbewertung des letzten Kontaktes – Differenziert nach Kontaktgrund (2/2)

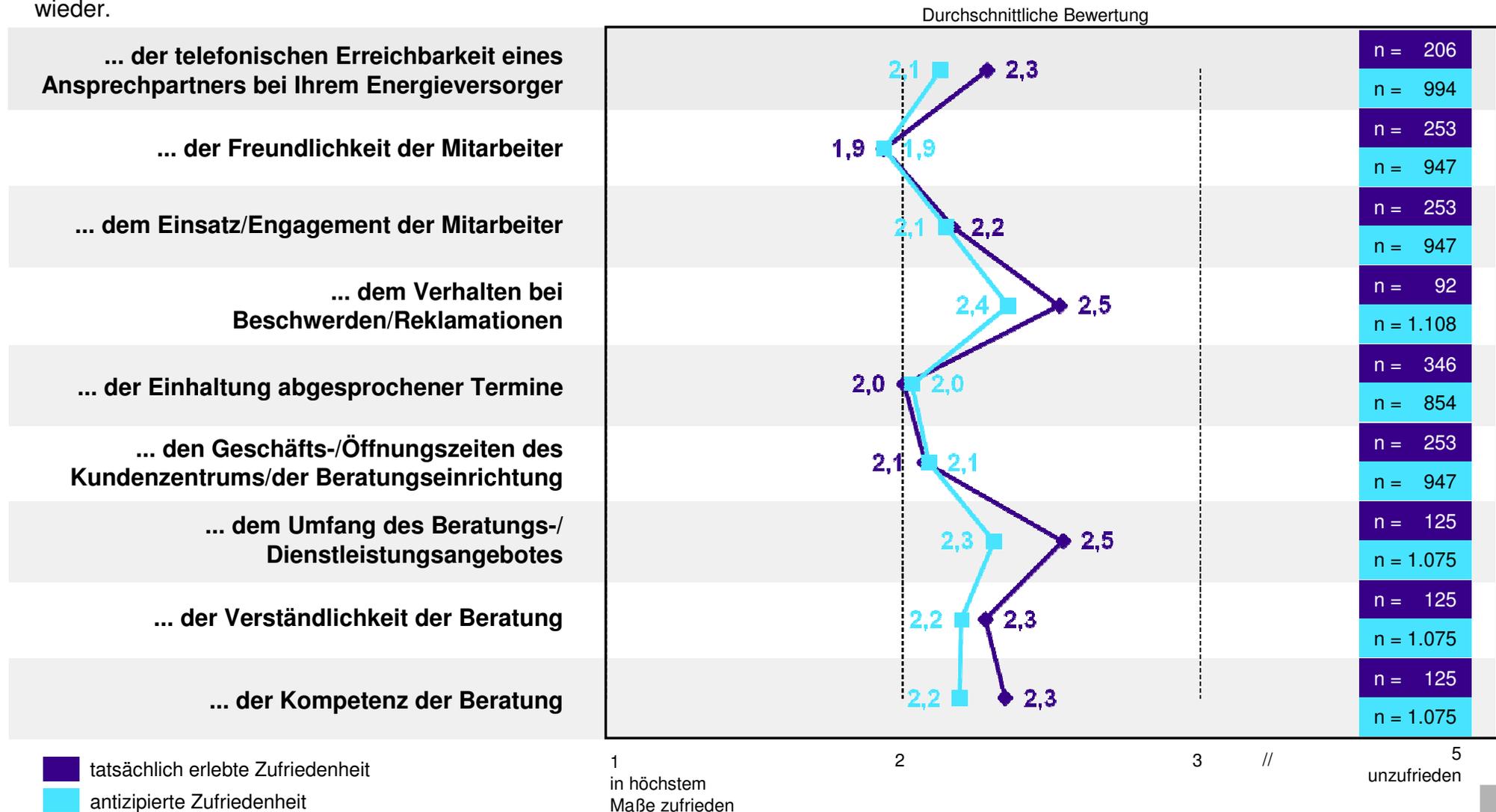
Haben Sie diesen Kontakt in positiver oder negativer Erinnerung?



# Tatsächlich erlebte Kundenzufriedenheit



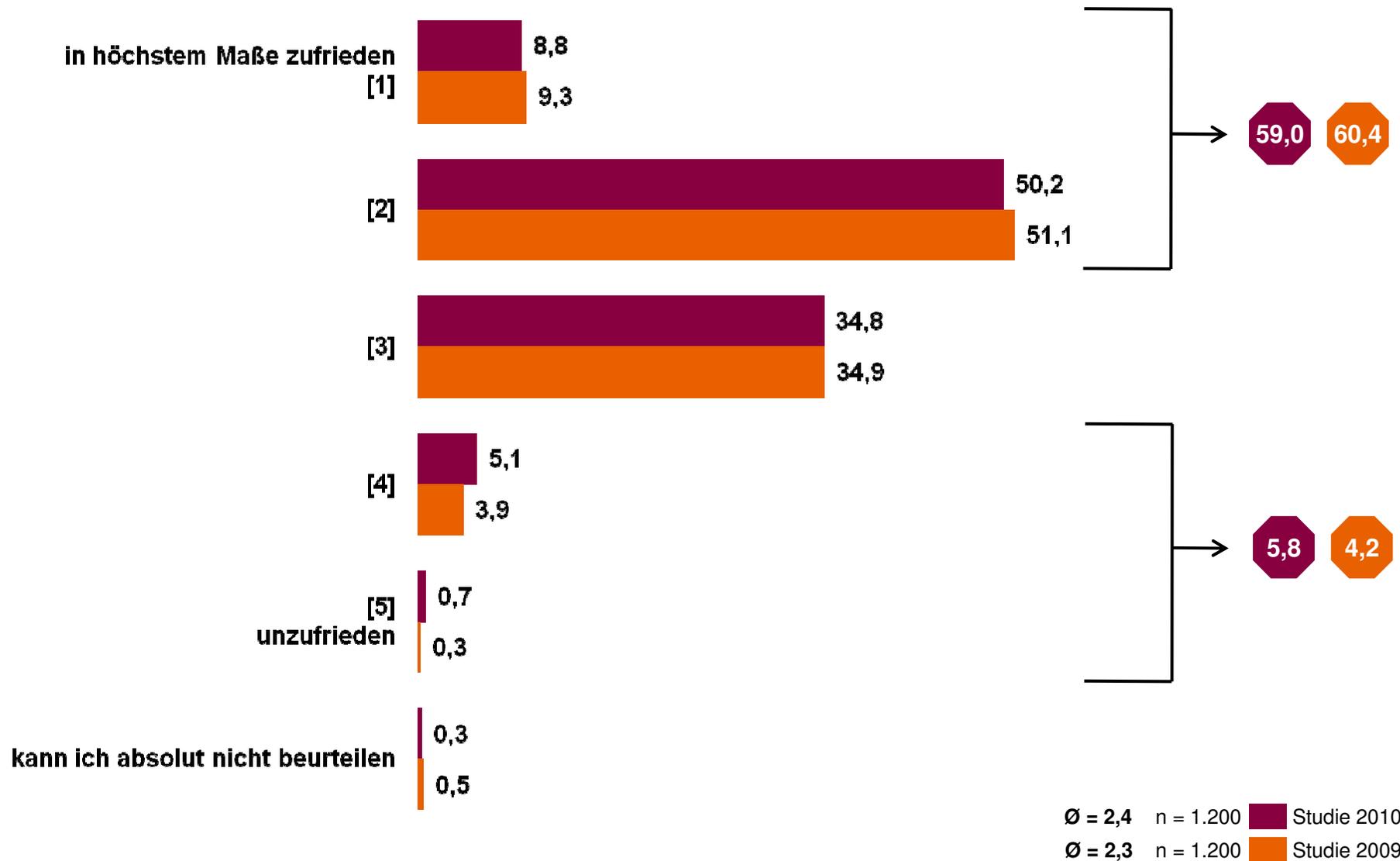
Die Zufriedenheit der Kunden mit verschiedenen Aspekten kann anhand der Fragen zum letzten Kontakt auf zwei Gruppen aufgeteilt werden. In der einen Gruppe haben die Befragten einen entsprechenden Kontakt mit ihrem Energieversorger gehabt und beurteilen so eine tatsächlich erlebte Zufriedenheit. Die zweite Gruppe hatte keinen Kontakt und gibt daher eine nicht erlebte, antizipierte Zufriedenheit wieder.



BDEW-Kundenfokus Haushalte 2010/2011

# A' posteriori-Gesamtzufriedenheit

Wenn Sie sich Ihre Bewertungen noch einmal vergegenwärtigen, wie zufrieden sind Sie dann insgesamt mit Ihrem Energieversorger?



**Untersuchungssteckbrief**

**Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick**

**Energieversorger in der Öffentlichkeit**

**Image und Kundenzufriedenheit**

**Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft**

**Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft**

**Handlungsfelder und Ansatzpunkte für Unternehmen im Wettbewerb**

**Ergebnisse der Modellanalyse**

**Anhang: Fragebogen**

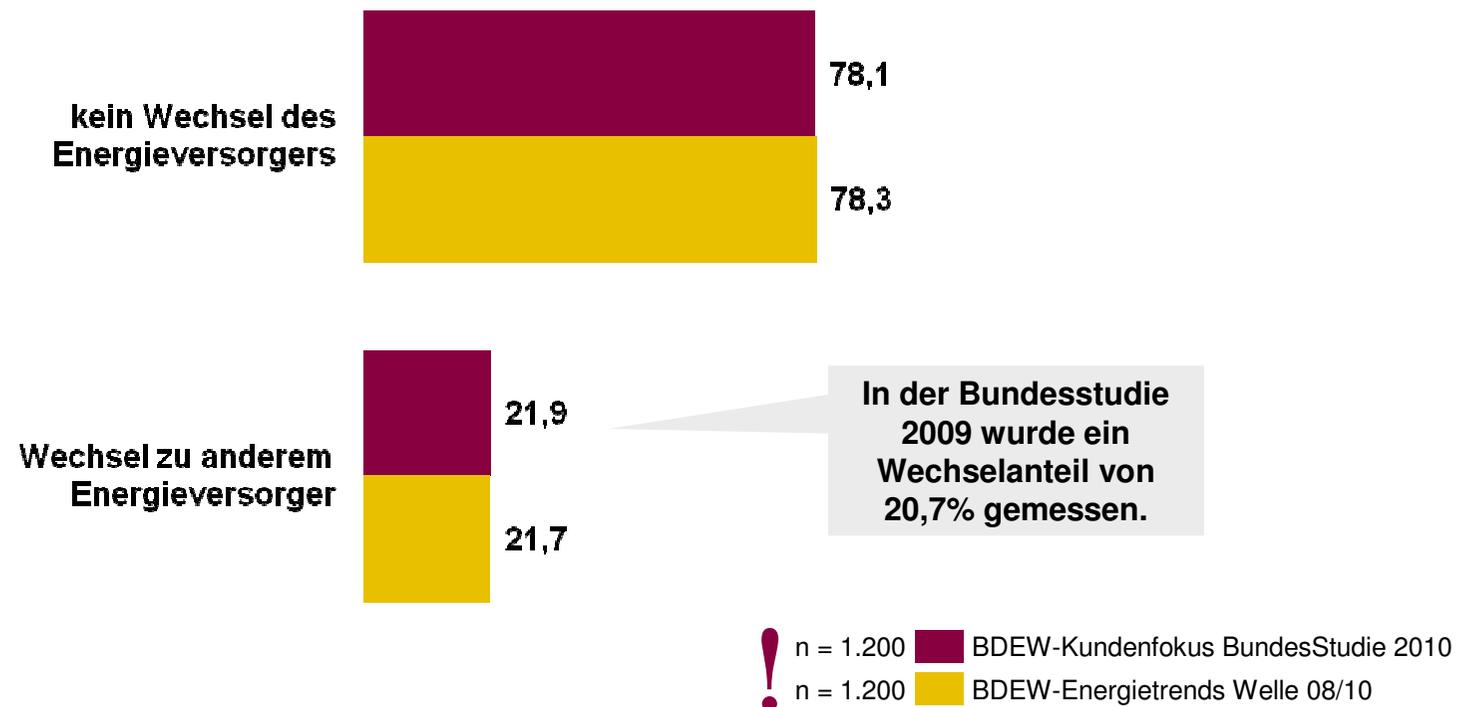
# Wechselquote

Zur Ermittlung der exakten Wechselquote werden neben der Frage nach einem bereits erfolgten Versorgerwechsel verschiedene Kontrollfragen gestellt, da Kunden häufig einen Tarif-, Vertrags- oder Markenwechsel irrtümlich mit einem tatsächlichen Wechsel des Energieversorgers gleichsetzen. Die Kontrollfragen waren in diesem Zusammenhang:

- Postleitzahl
- vorheriger Stromversorger
- Wechselhäufigkeit

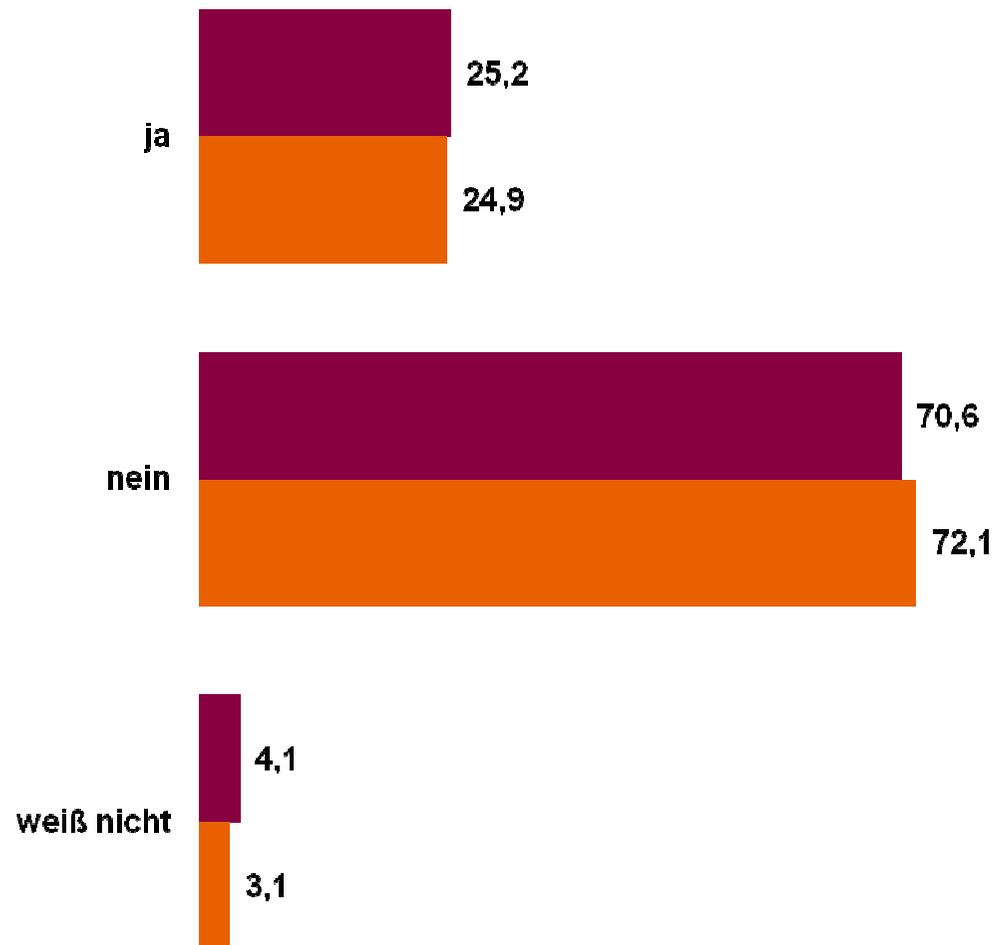
Die Postleitzahl dient zur Identifizierung des Stammversorgers im Versorgungsgebiet des Kunden. Dieser wird mit der Angabe des Befragten unter Berücksichtigung des vorherigen Versorgers und der Wechselhäufigkeit verglichen und ggf. korrigiert.

Das folgende Diagramm zeigt die aktuelle, bereinigte Wechselquote:



# Entscheidung für ein Ökostromprodukt

Haben Sie sich für ein Ökostromprodukt entschieden?

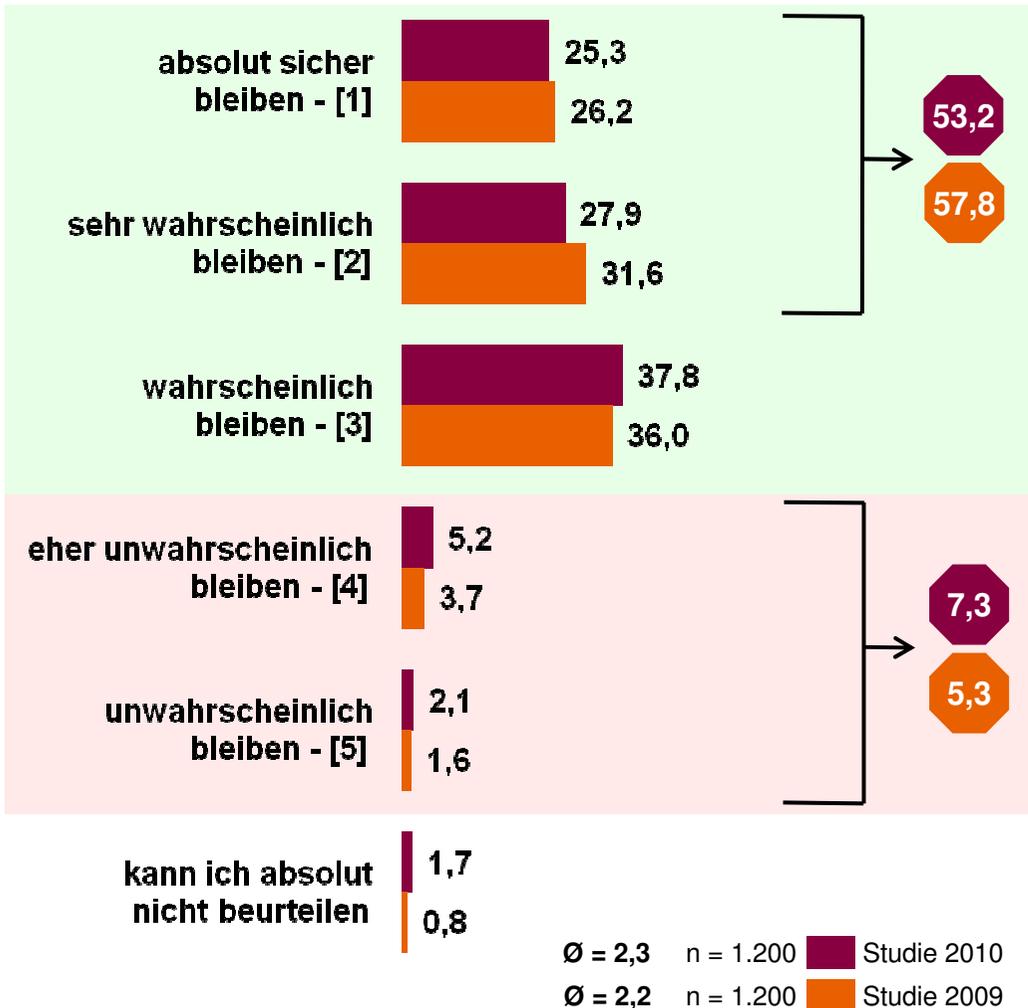


 Nur Befragte die einen neuen Tarif/  
Vertrag abgeschlossen haben oder den  
Energieversorger gewechselt haben

n = 494  Studie 2010  
n = 501  Studie 2009

# Wahrscheinlichkeit des Verbleibs beim aktuellen Stromversorger

Wenn Sie sich jetzt noch einmal Ihre gesamte Geschäftsbeziehung mit Ihrem Stromversorger vergegenwärtigen und sich dabei vorstellen, dass verschiedene andere Stromversorger zur Auswahl stehen, wie wahrscheinlich würden Sie aus jetziger Sicht bei Ihrem Stromversorger bleiben? Würden Sie ...?



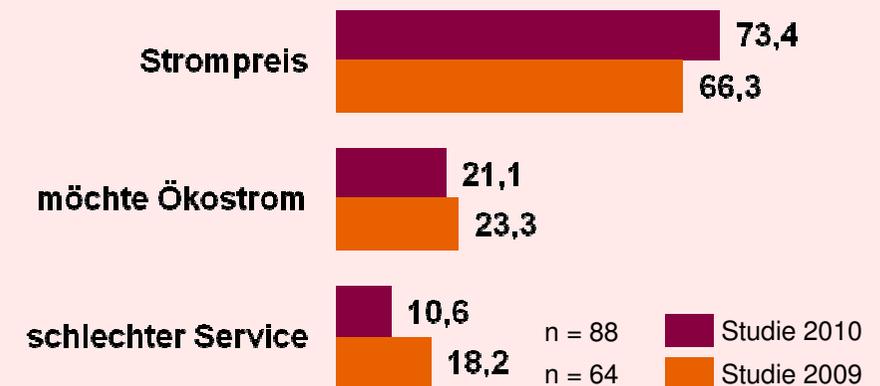
Warum werden Sie bei Ihrem bisherigen Stromversorger bleiben?

- Auswahl der häufigsten Nennungen -



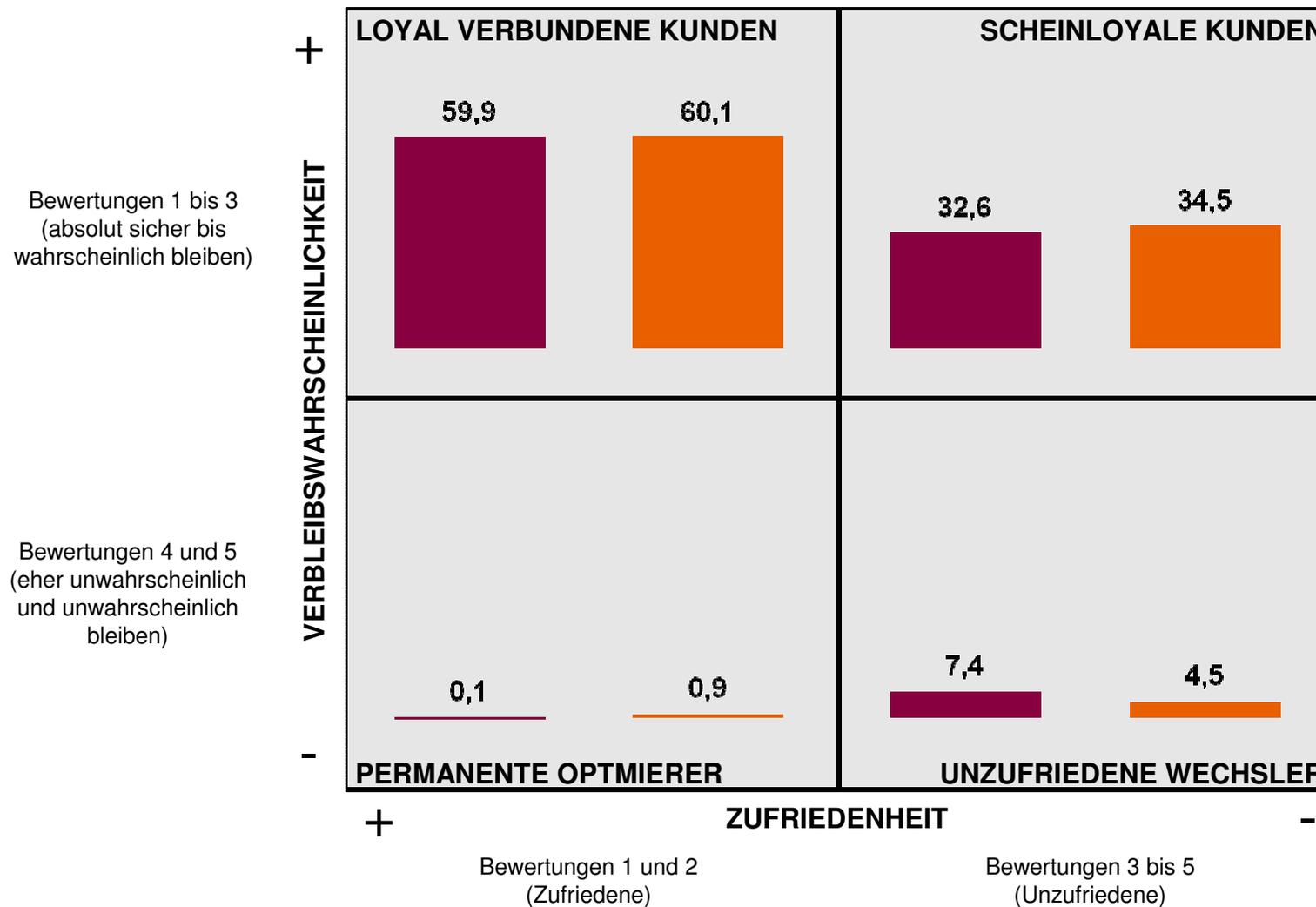
Warum werden Sie Ihren bisherigen Stromversorger wechseln?

- Auswahl der häufigsten Nennungen -



# Zufriedenheits-Bindungs-Tableau

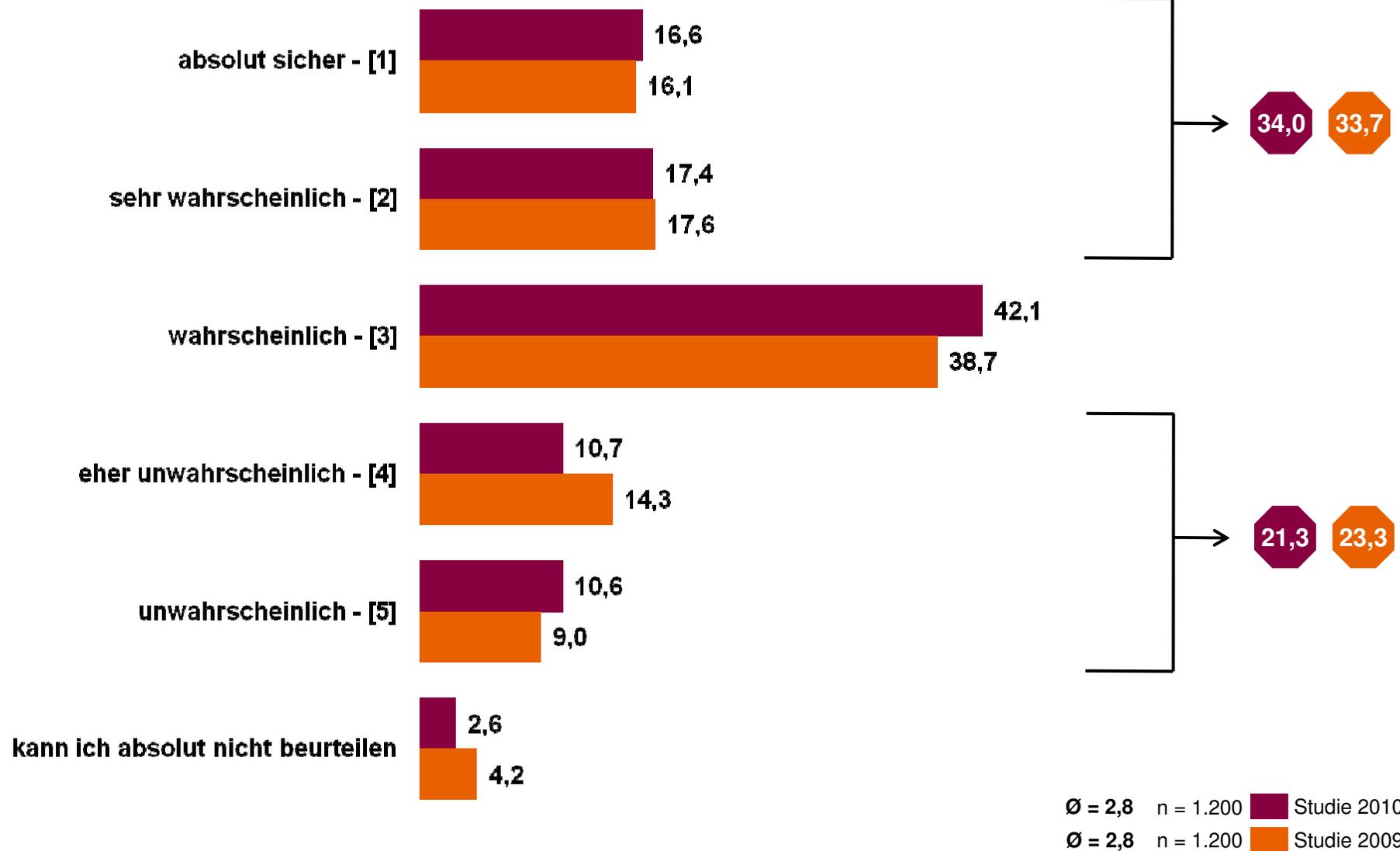
Anhand der Gesamtzufriedenheit und der Wahrscheinlichkeit des Verbleibs können vier unterschiedlich stark gebundene Kundengruppen der Energieversorger abgeleitet werden.



n = 1.175 ■ Studie 2010  
 n = 1.184 ■ Studie 2009

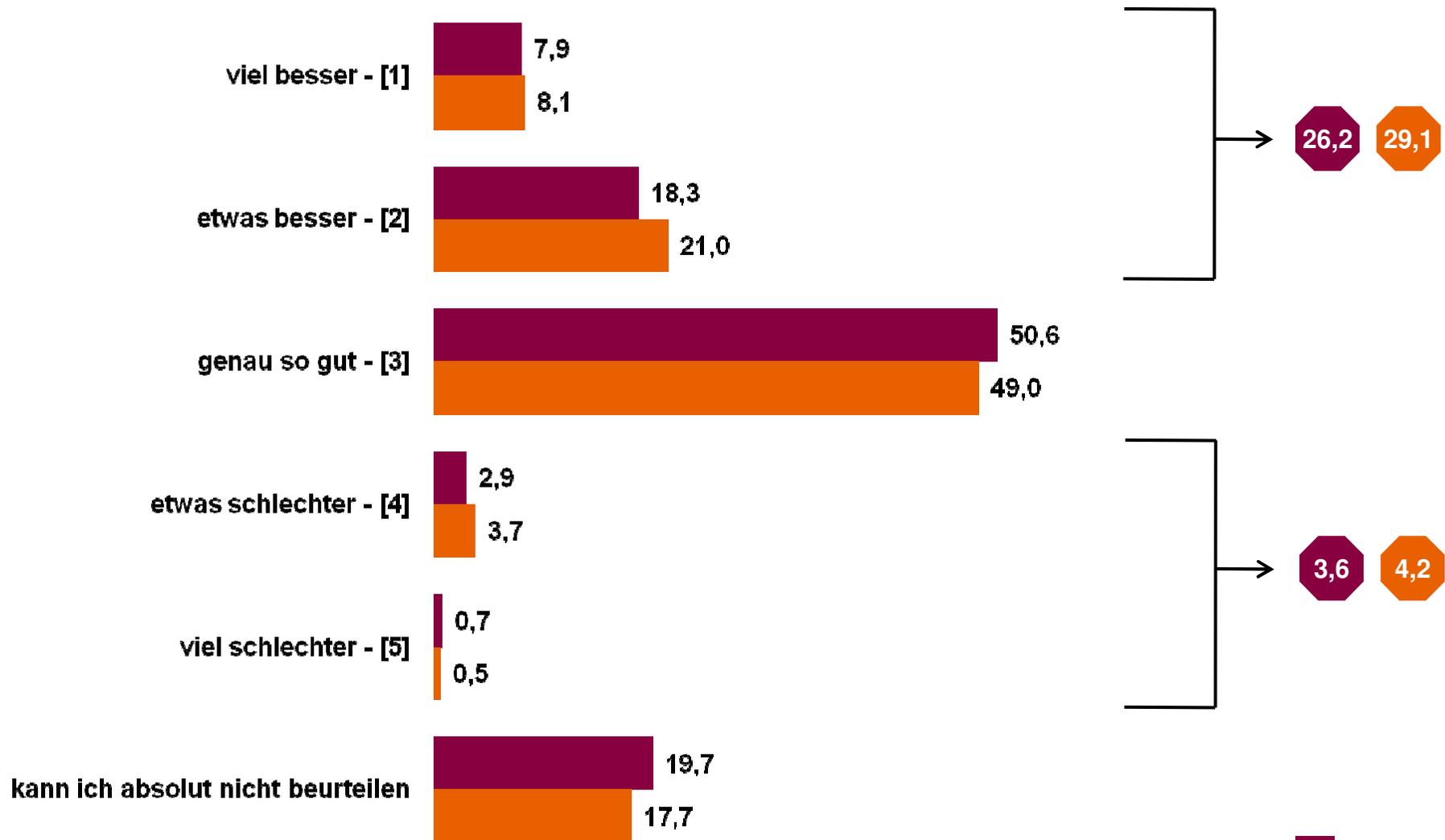
# Weiterempfehlungsquote

Wenn Sie von einem Freund oder Bekannten um Rat gefragt würden, wie wahrscheinlich wäre es, dass Sie ihm Ihren aktuellen Stromversorger empfehlen würden?  
Wäre es ...?

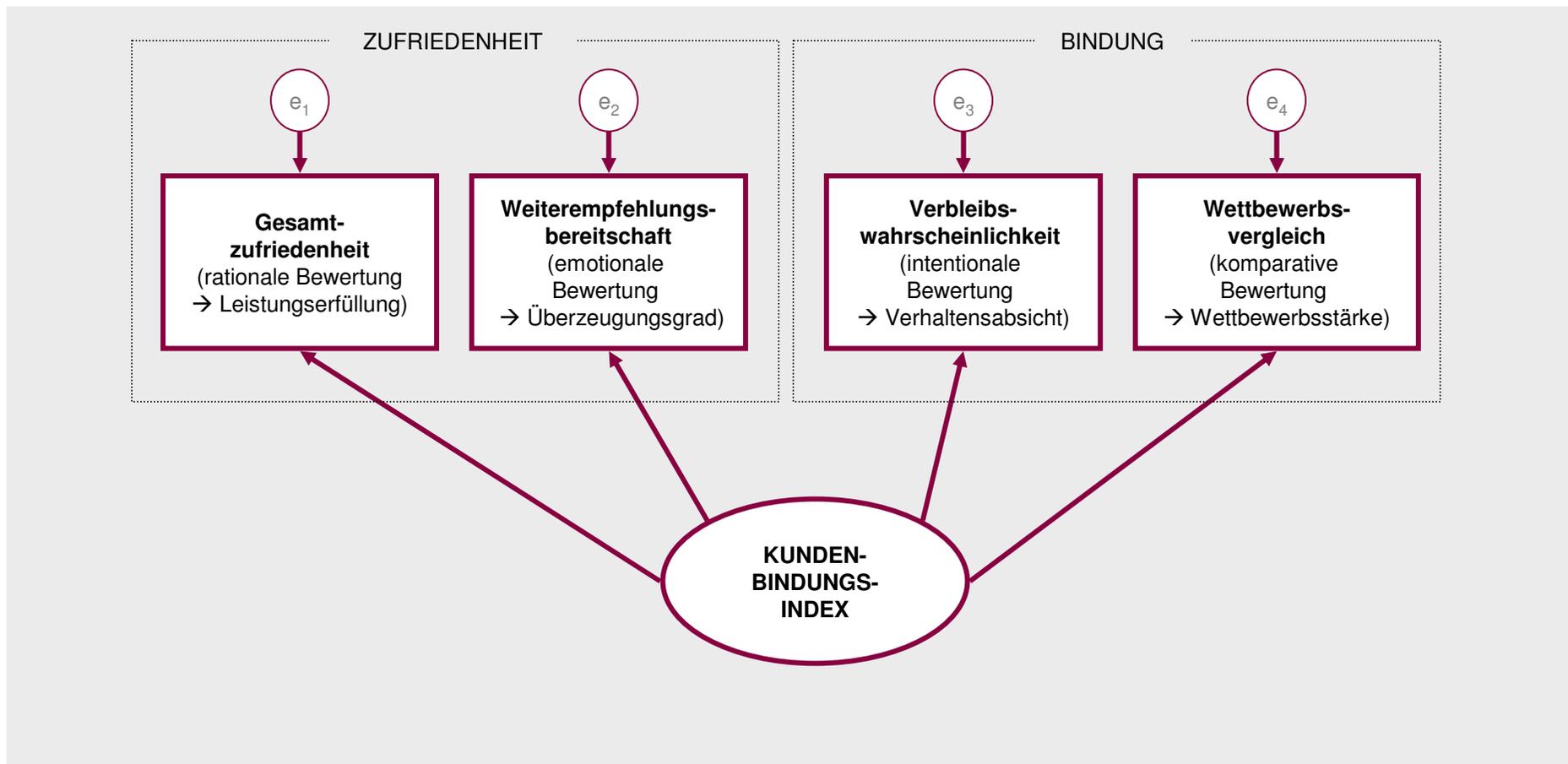


# Stromversorger im Vergleich

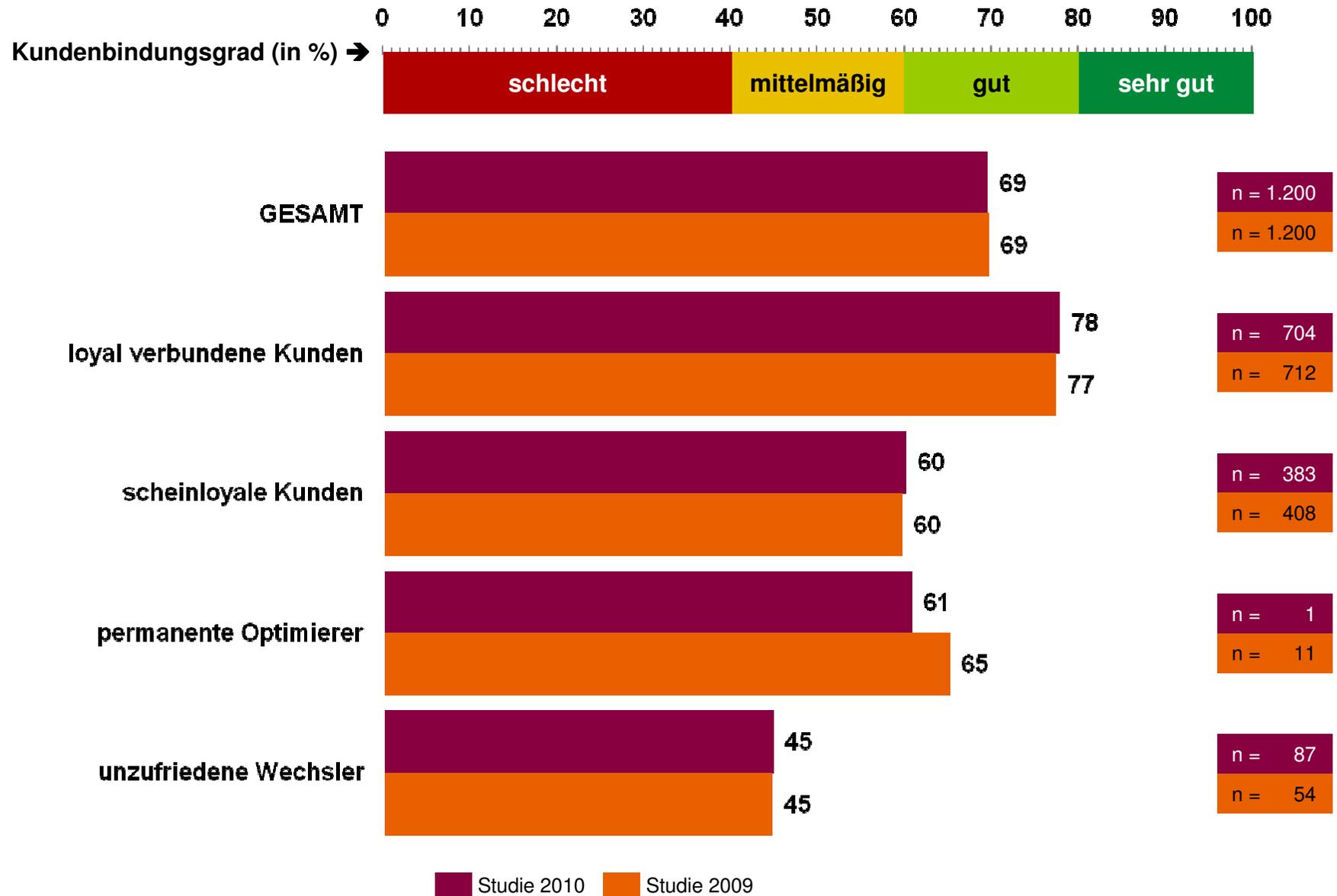
Wenn Sie Ihren aktuellen Stromversorger mit Ihnen bekannten anderen Stromversorgern vergleichen, halten Sie ihn für ...?



Ø = 2,6 n = 1.200 Studie 2010  
 Ø = 2,6 n = 1.200 Studie 2009

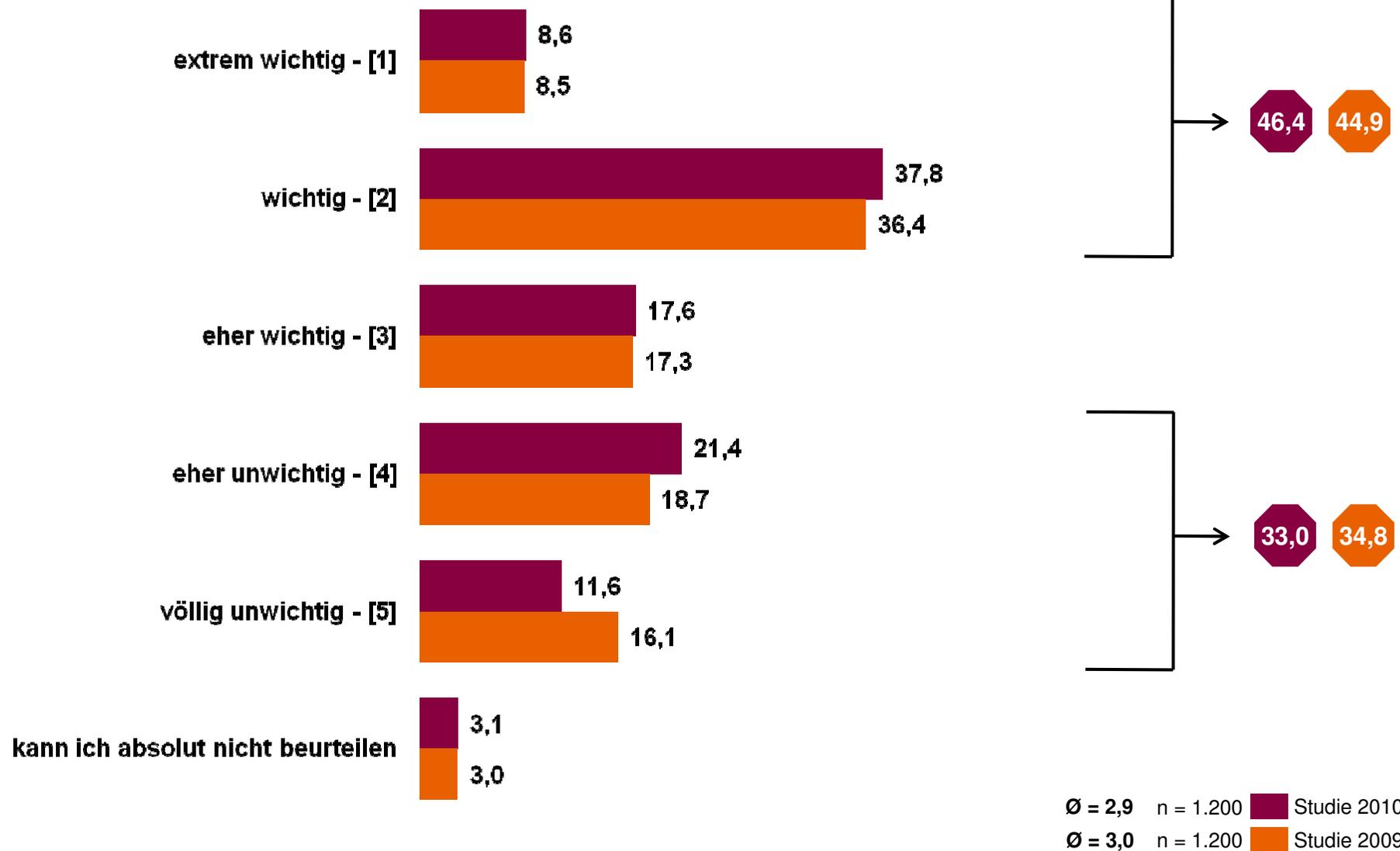


# Kundenbindungsindex



# Ambivalenz

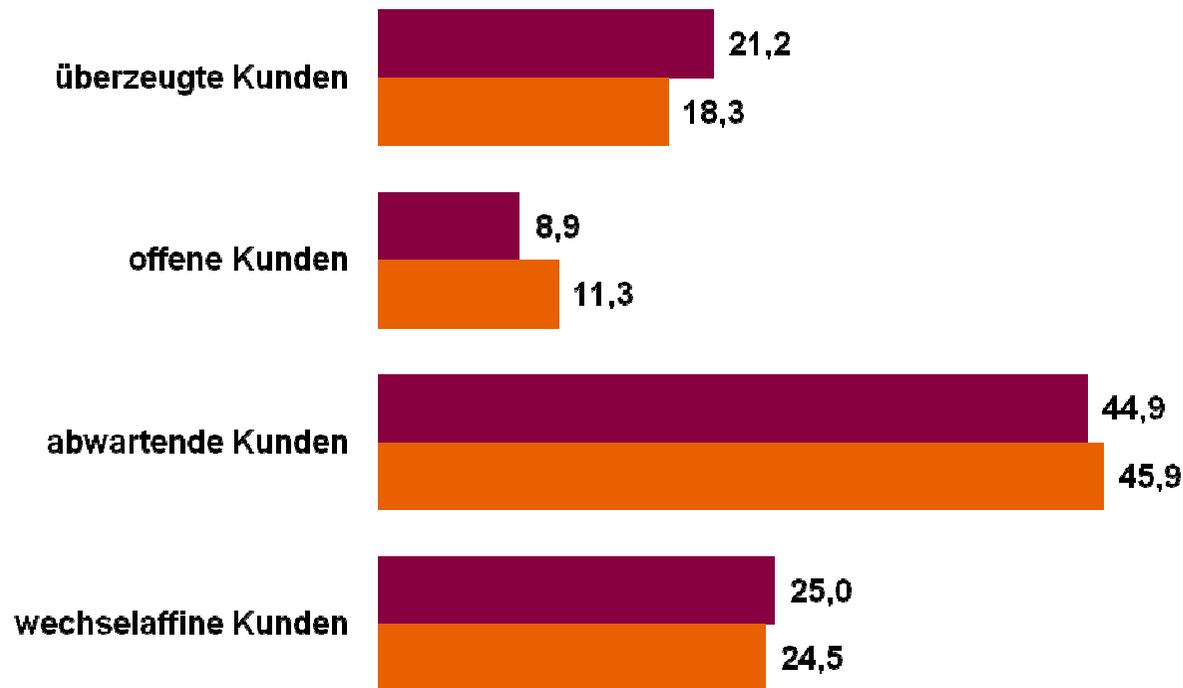
Wie wichtig ist es Ihnen, dass Sie von Ihrem aktuellen Stromversorger und nicht von einem anderen Stromversorger versorgt werden?  
Ist Ihnen dies ...?



## Ambivalenz – Ableitung von Kundengruppen

Aus dem Kundenbindungsindex und der Frage zur Ambivalenz können 4 Kundengruppen abgeleitet werden:

Kundengruppe	Beschreibung	Kundenbindungsindex	Ambivalenz
überzeugte Kunden	gut gebundene Kunden, denen ihr Versorger wichtig ist	größer als 80%	extrem wichtig bis eher wichtig
offene Kunden	gut gebundene Kunden, denen Ihr Versorger aber unwichtig ist	größer als 70%	eher unwichtig bis völlig unwichtig
abwartende Kunden	schlecht gebundene Kunden, die aber nicht von Ihrem Versorger weg wollen	bis zu 80%	extrem wichtig bis eher wichtig
wechsellaffine Kunden	schlecht gebundene Kunden, denen ihr Versorger auch nicht wichtig ist	bis zu 70%	eher unwichtig bis völlig unwichtig



n = 1.163 ■ Studie 2010  
n = 1.165 ■ Studie 2009

**Untersuchungssteckbrief**

**Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick**

**Energieversorger in der Öffentlichkeit**

**Image und Kundenzufriedenheit**

**Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft**

**Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft**

**Handlungsfelder und Ansatzpunkte für Unternehmen im Wettbewerb**

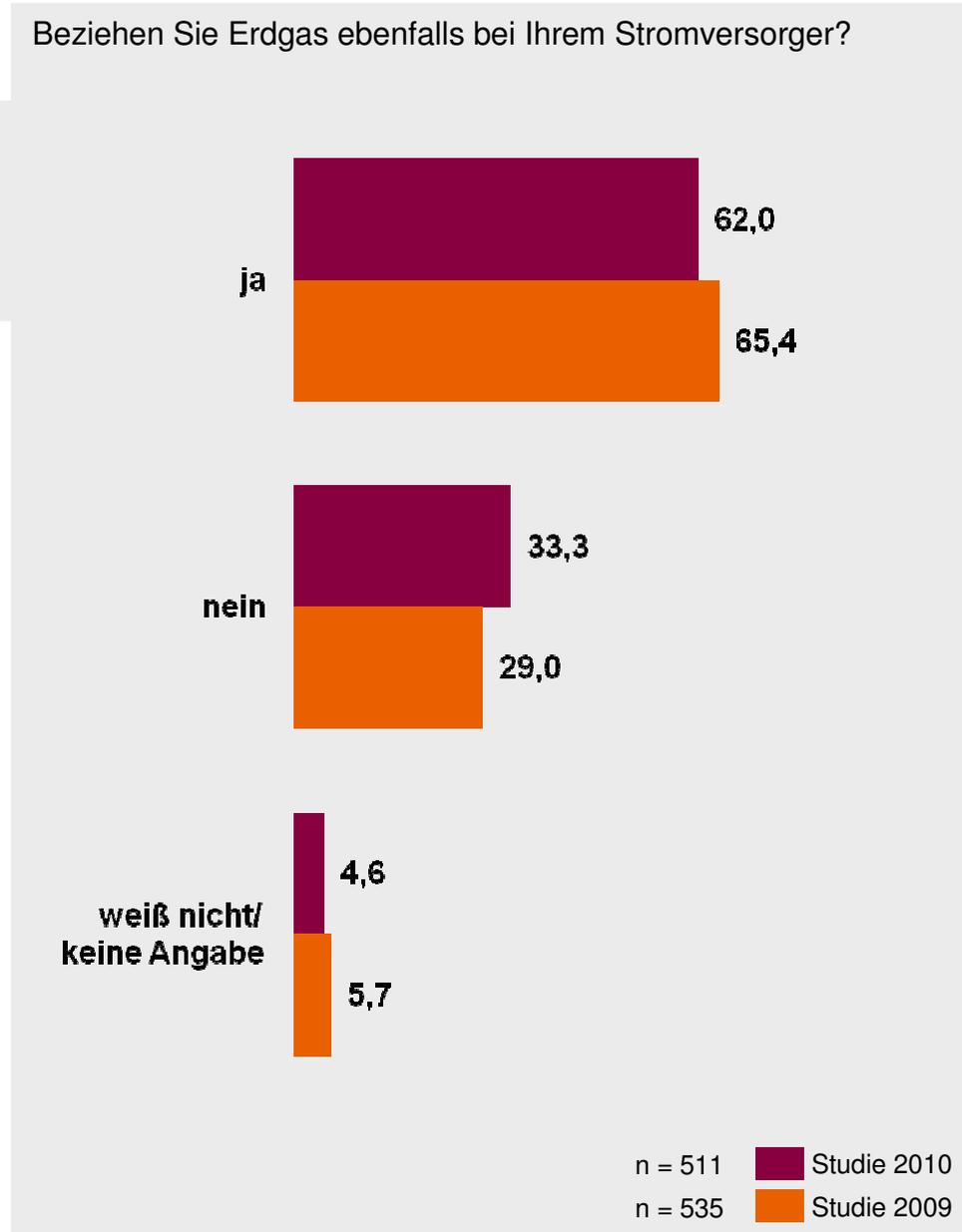
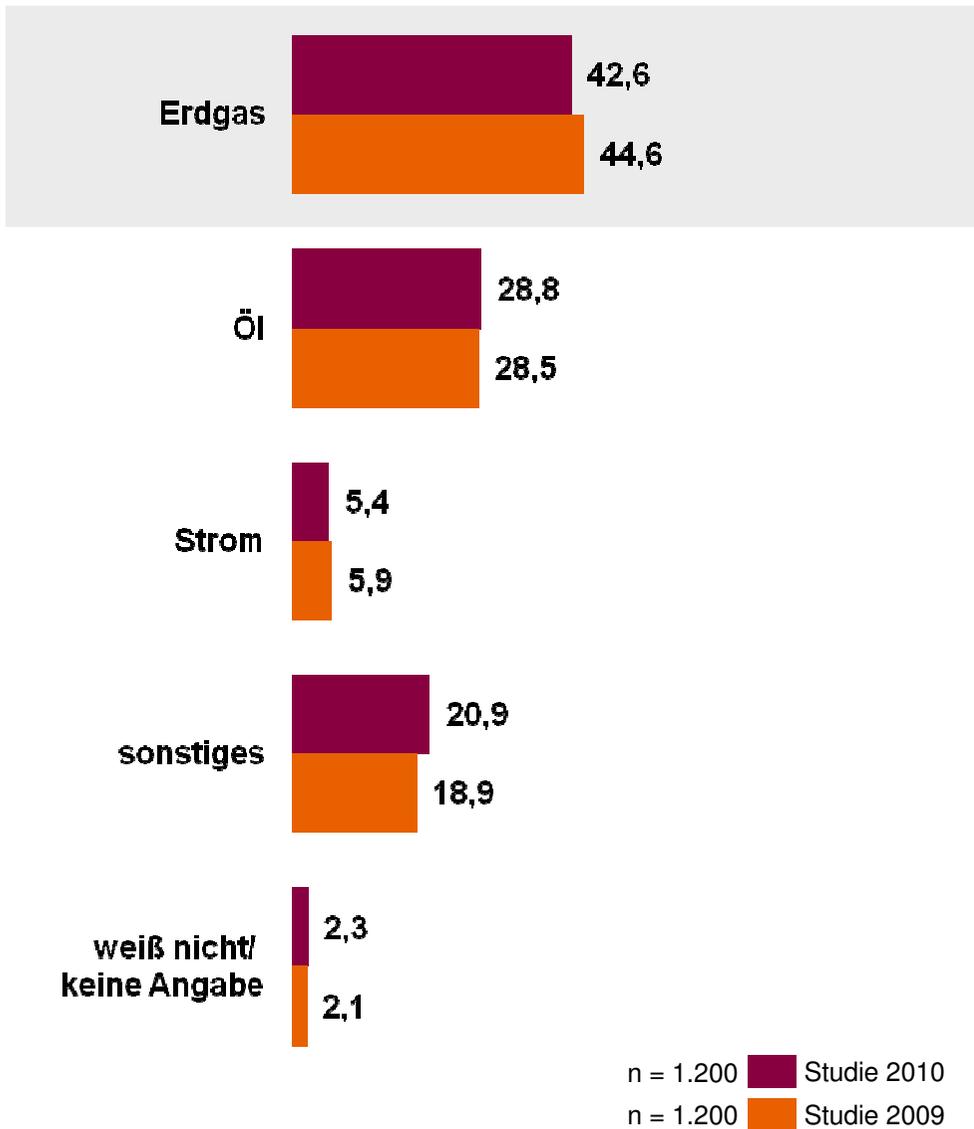
**Ergebnisse der Modellanalyse**

**Anhang: Fragebogen**

# Erdgasbezug

Womit heizen Sie vorwiegend Ihre Wohnung/Ihr Haus?

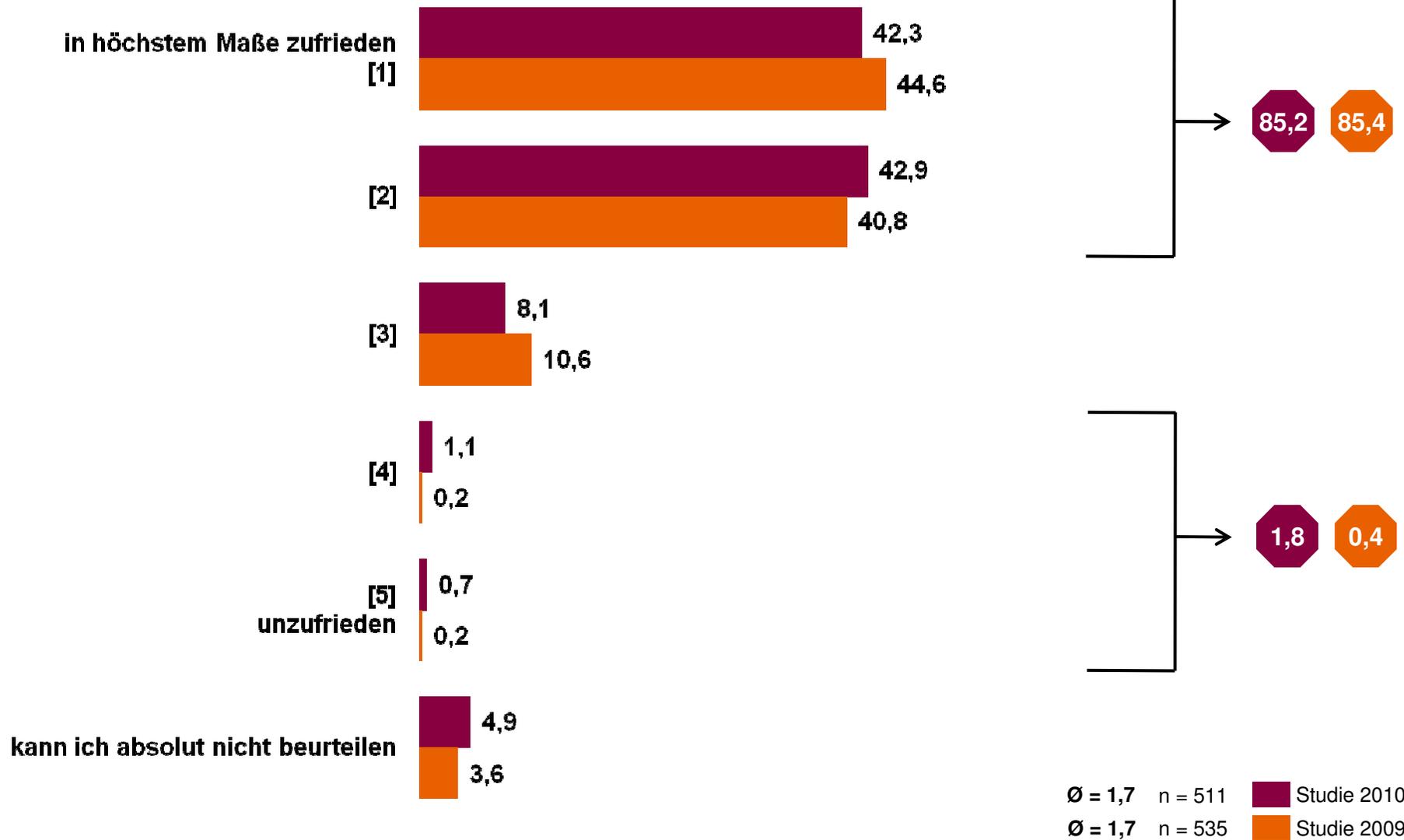
Beziehen Sie Erdgas ebenfalls bei Ihrem Stromversorger?



# Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Kernkompetenz Erdgas



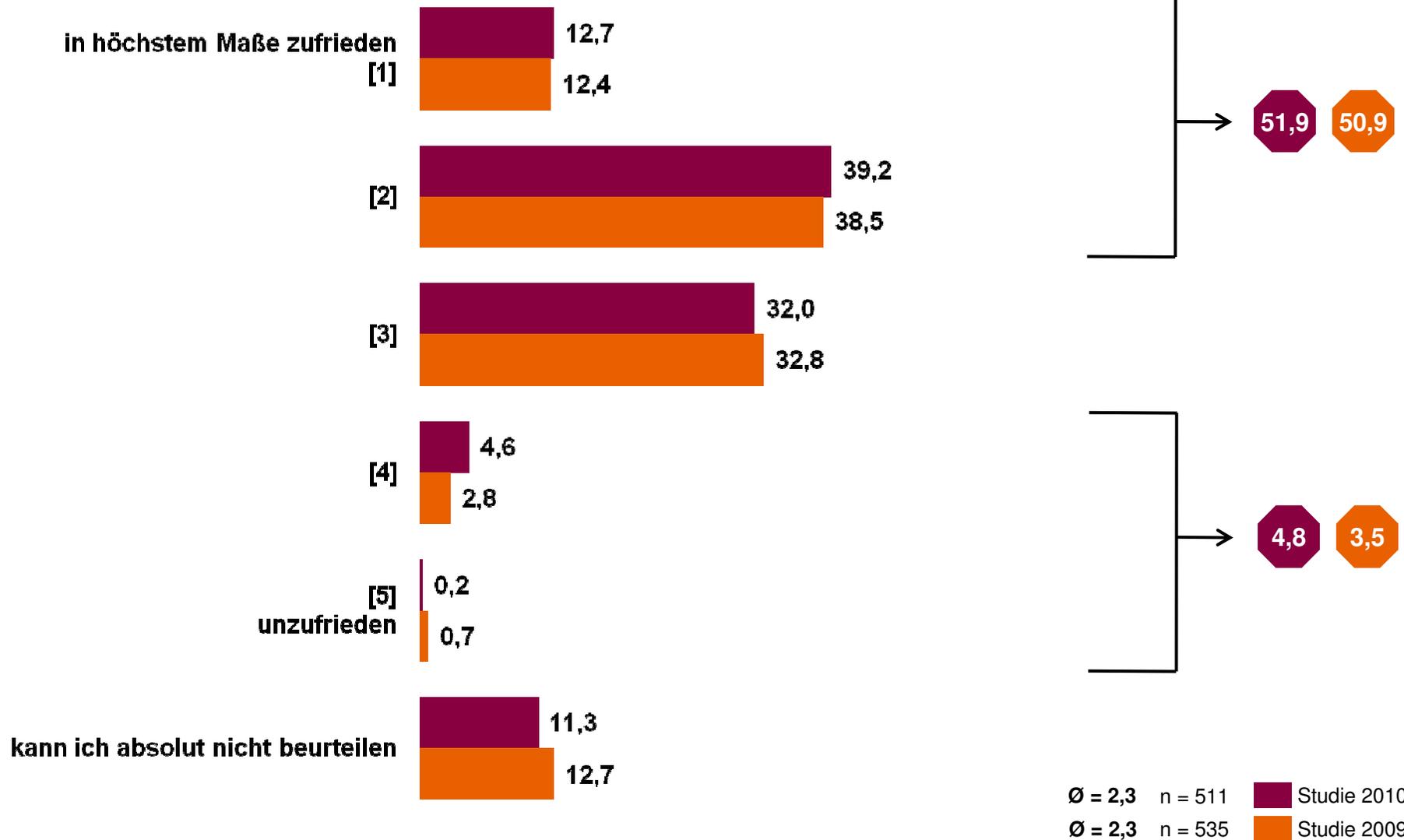
Wie zufrieden sind Sie mit der Sicherheit und Zuverlässigkeit der Erdgasversorgung bei Ihrem Erdgasversorger?



# Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Umweltverträglichkeit des Erdgases



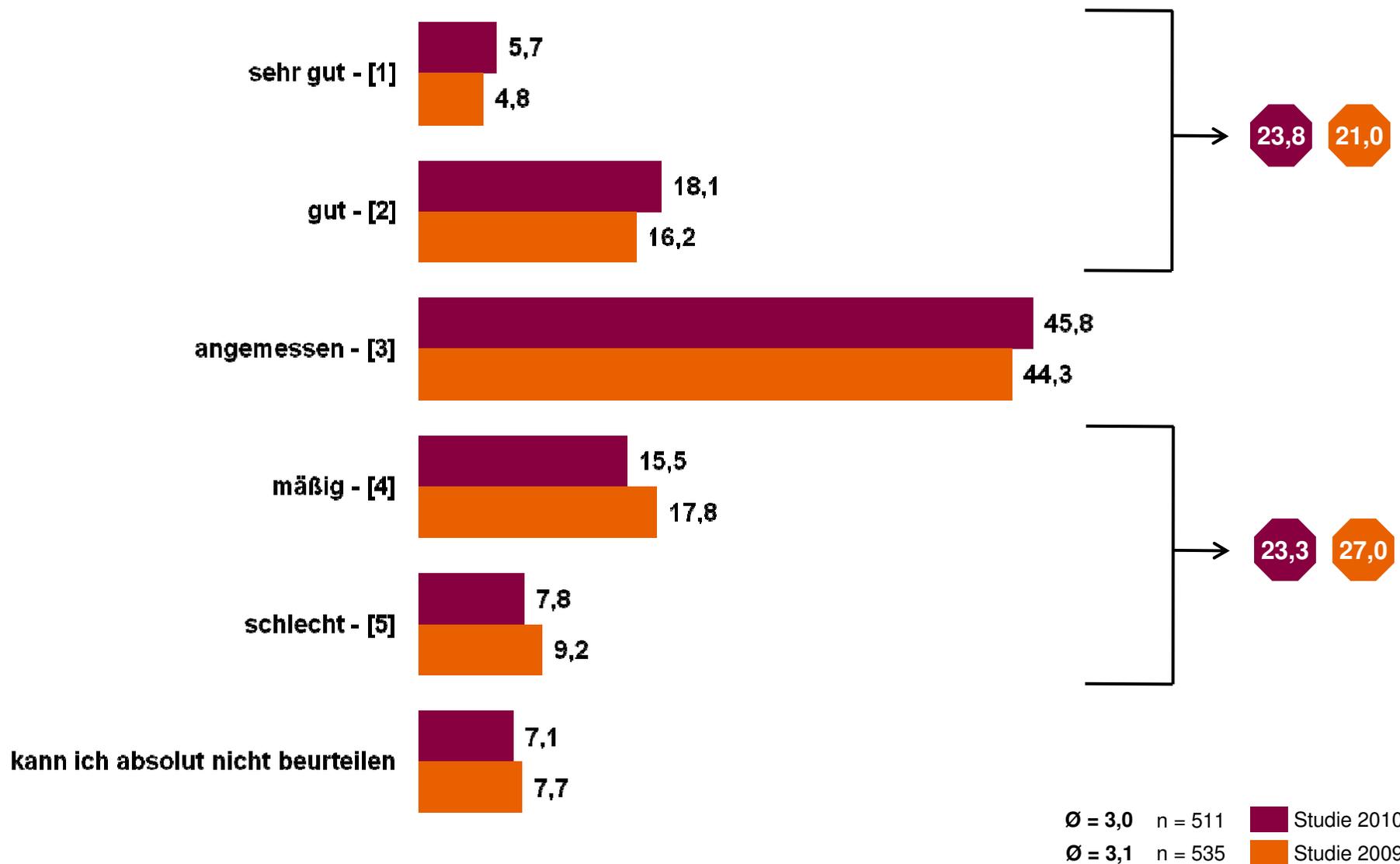
Wie zufrieden sind Sie mit der Umweltverträglichkeit des Erdgases bei Ihrem Erdgasversorger?



# Bewertung des Preis-Leistungsverhältnisses – Erdgas

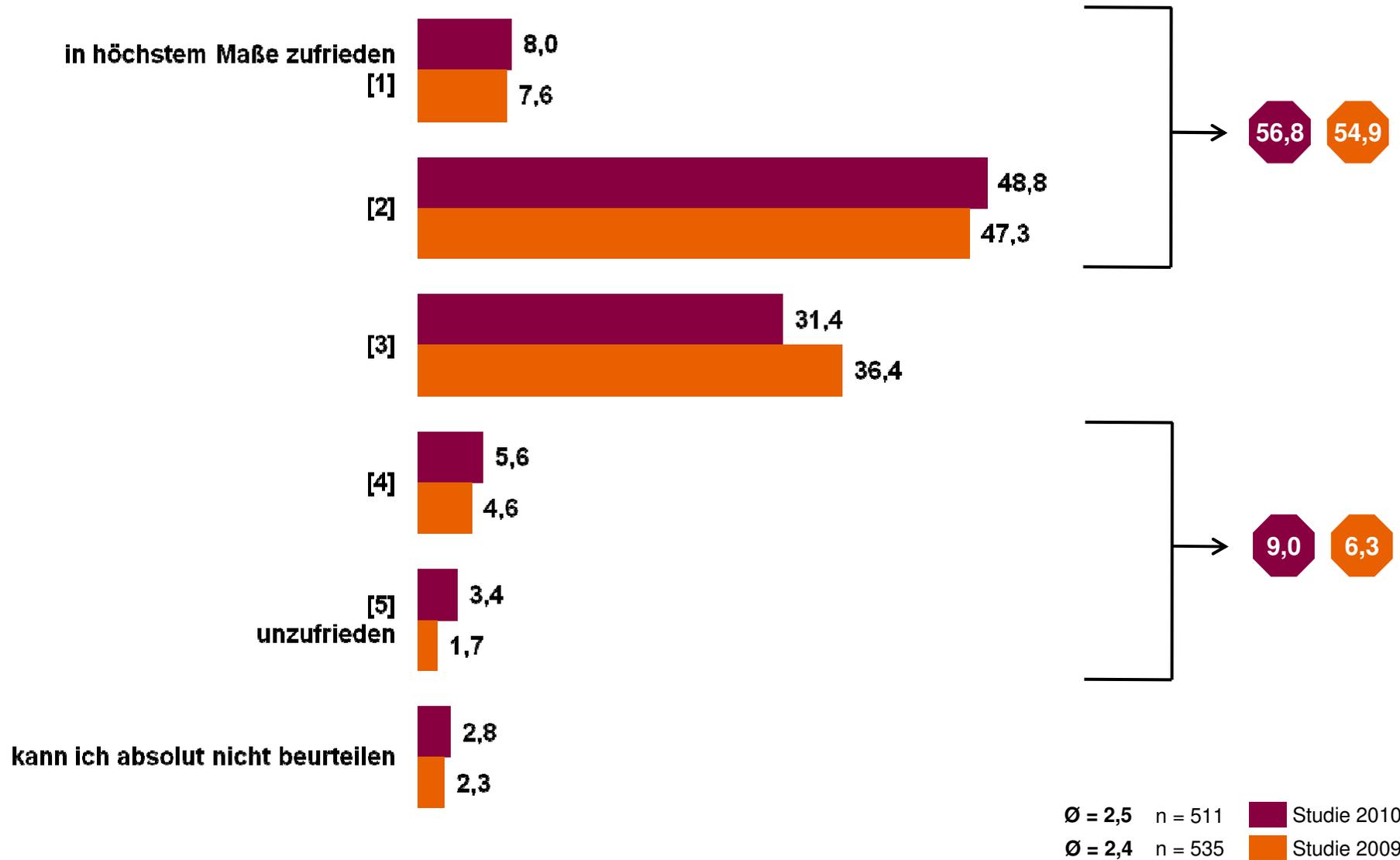


Wie fällt Ihr Urteil aus, wenn Sie die Erdgaspreise Ihres Erdgasversorgers ins Verhältnis zu dessen Leistung setzen?  
Ist das Preis-Leistungsverhältnis aus Ihrer Sicht ...?



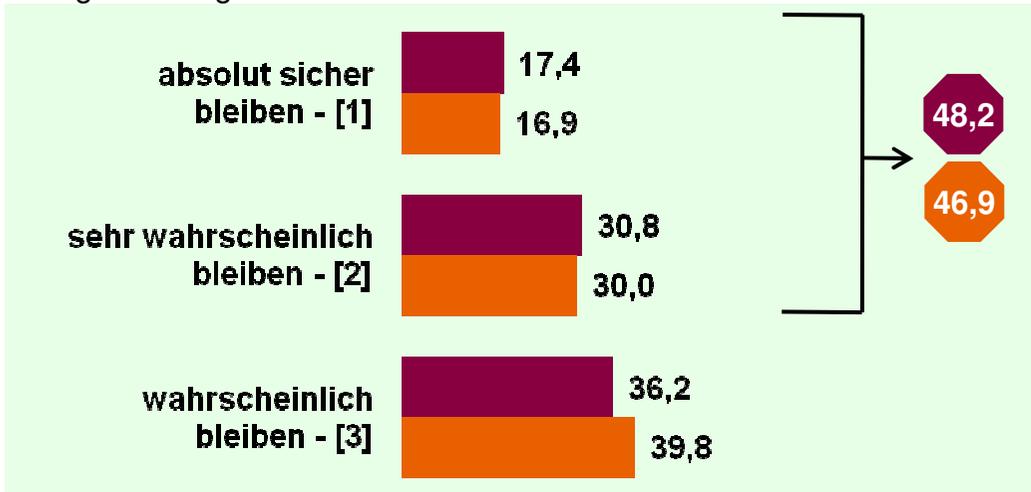
# Gesamtzufriedenheit – Erdgas

Wenn Sie sich Ihre Bewertungen noch einmal vergegenwärtigen, wie zufrieden sind Sie dann insgesamt mit Ihrem Erdgasversorger?



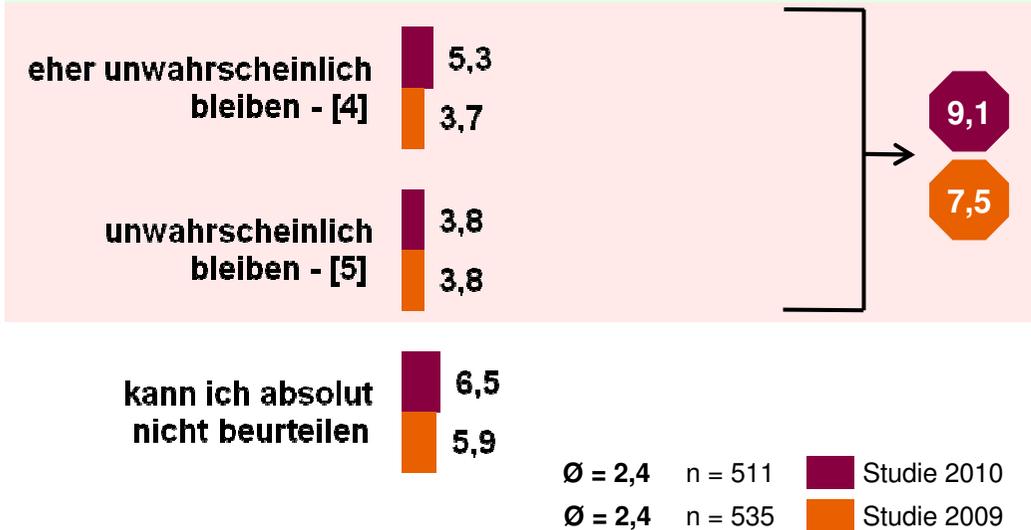
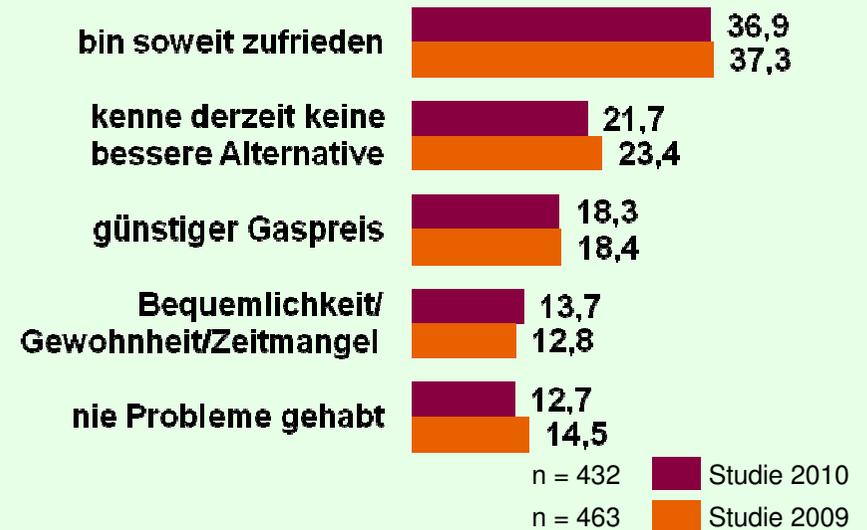
# Wahrscheinlichkeit des Verbleibs beim aktuellen Erdgasversorger

Wenn Sie sich jetzt noch einmal Ihre gesamte Geschäftsbeziehung mit Ihrem Erdgasversorger vergegenwärtigen und sich dabei vorstellen, dass verschiedene andere Erdgasversorger zur Auswahl stehen, wie wahrscheinlich würden Sie aus jetziger Sicht bei Ihrem Erdgasversorger bleiben? Würden Sie ...?



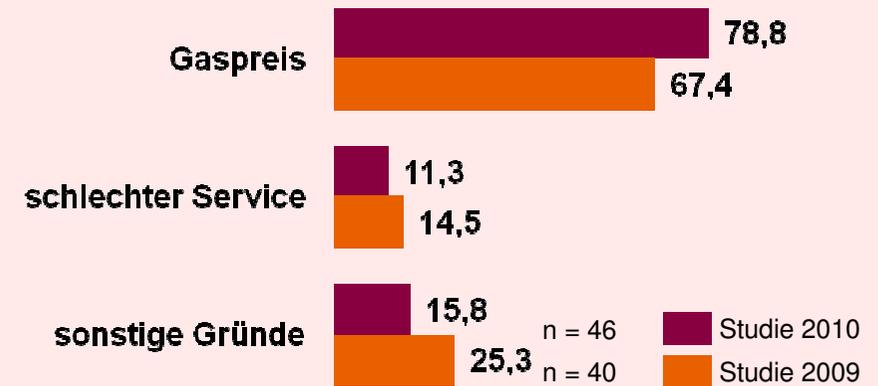
Warum werden Sie bei Ihrem bisherigen Erdgasversorger bleiben?

- Auswahl der häufigsten Nennungen -



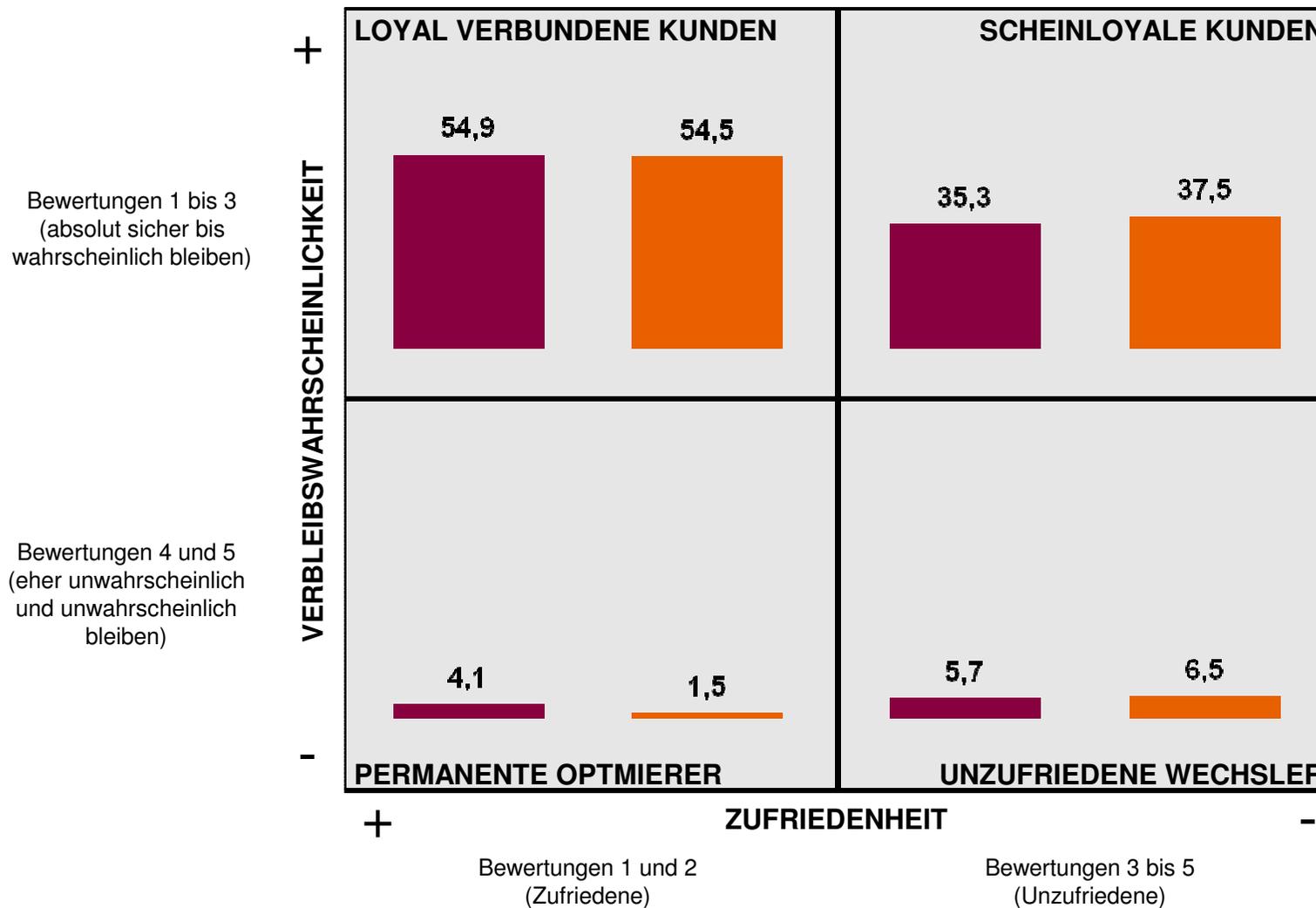
Warum werden Sie Ihren bisherigen Erdgasversorger wechseln?

- Auswahl der häufigsten Nennungen -



# Zufriedenheits-Bindungs-Tableau – Erdgas

Anhand der Gesamtzufriedenheit und der Wahrscheinlichkeit des Verbleibs können vier unterschiedlich stark gebundene Kundengruppen der Energieversorger abgeleitet werden.

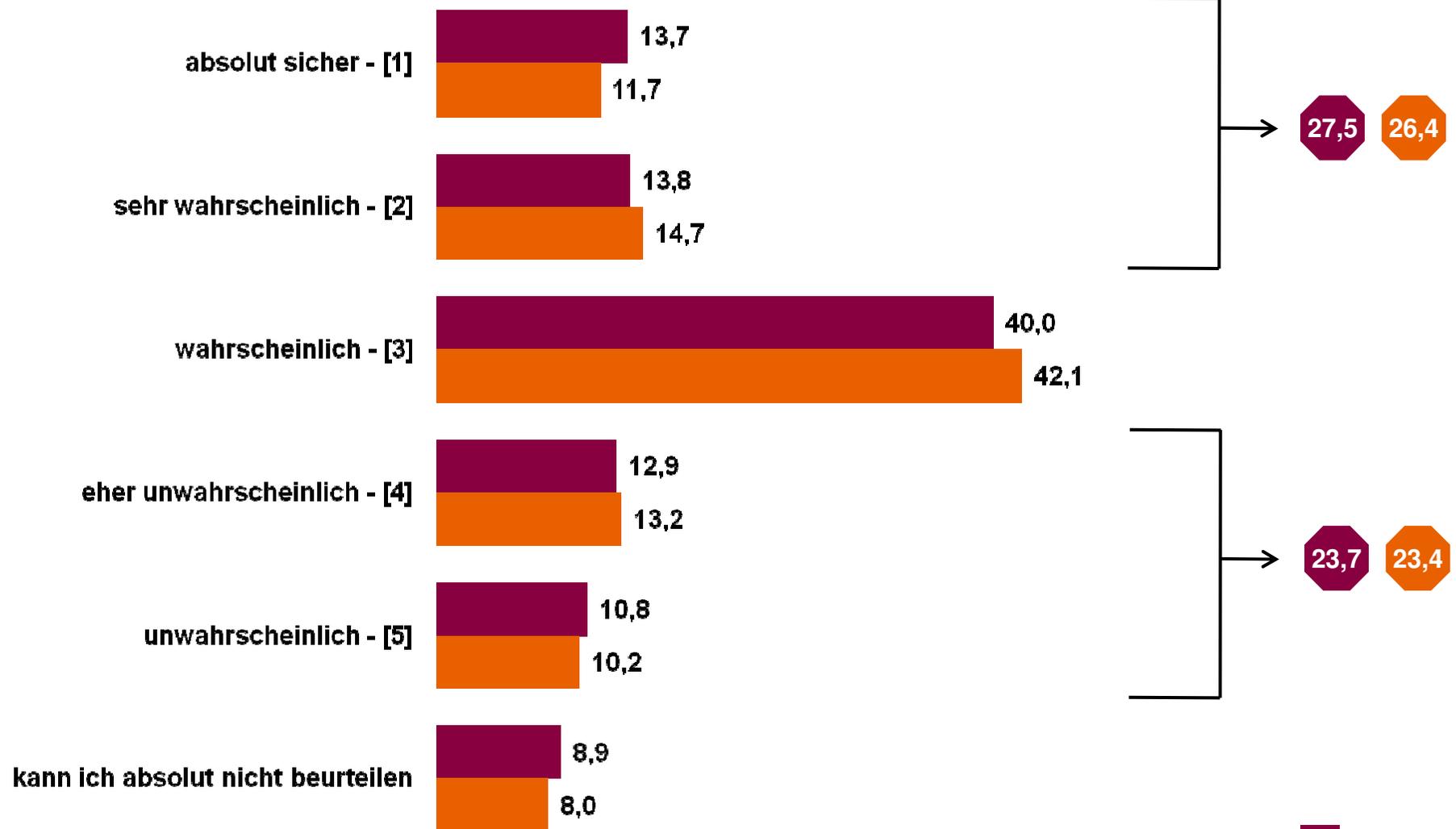


n = 474 (Studie 2010)  
n = 502 (Studie 2009)

# Weiterempfehlungsquote – Erdgas



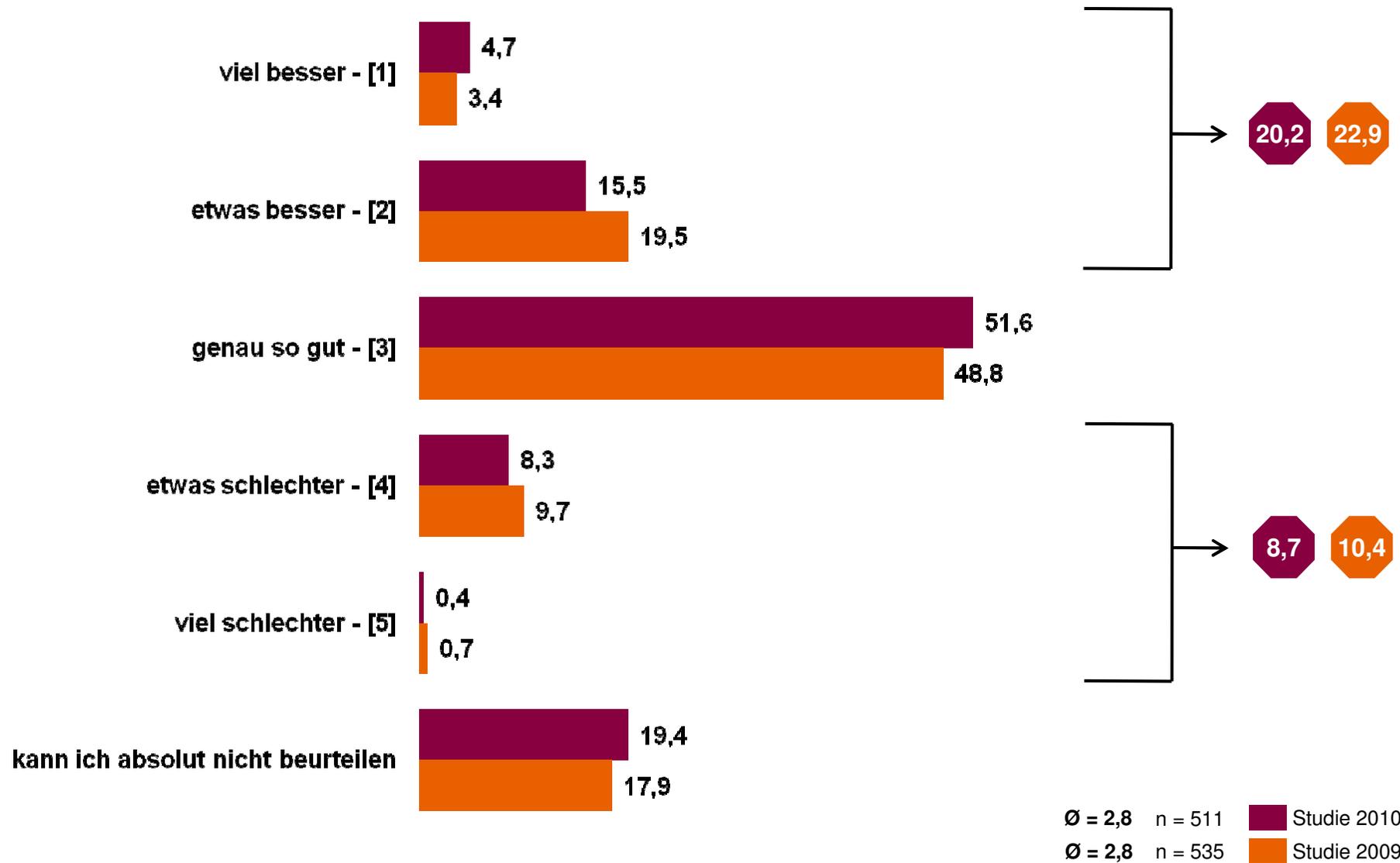
Wenn Sie von einem Freund oder Bekannten um Rat gefragt würden, wie wahrscheinlich wäre es, dass Sie ihm Ihren aktuellen Erdgasversorger empfehlen würden?  
Wäre es ...?

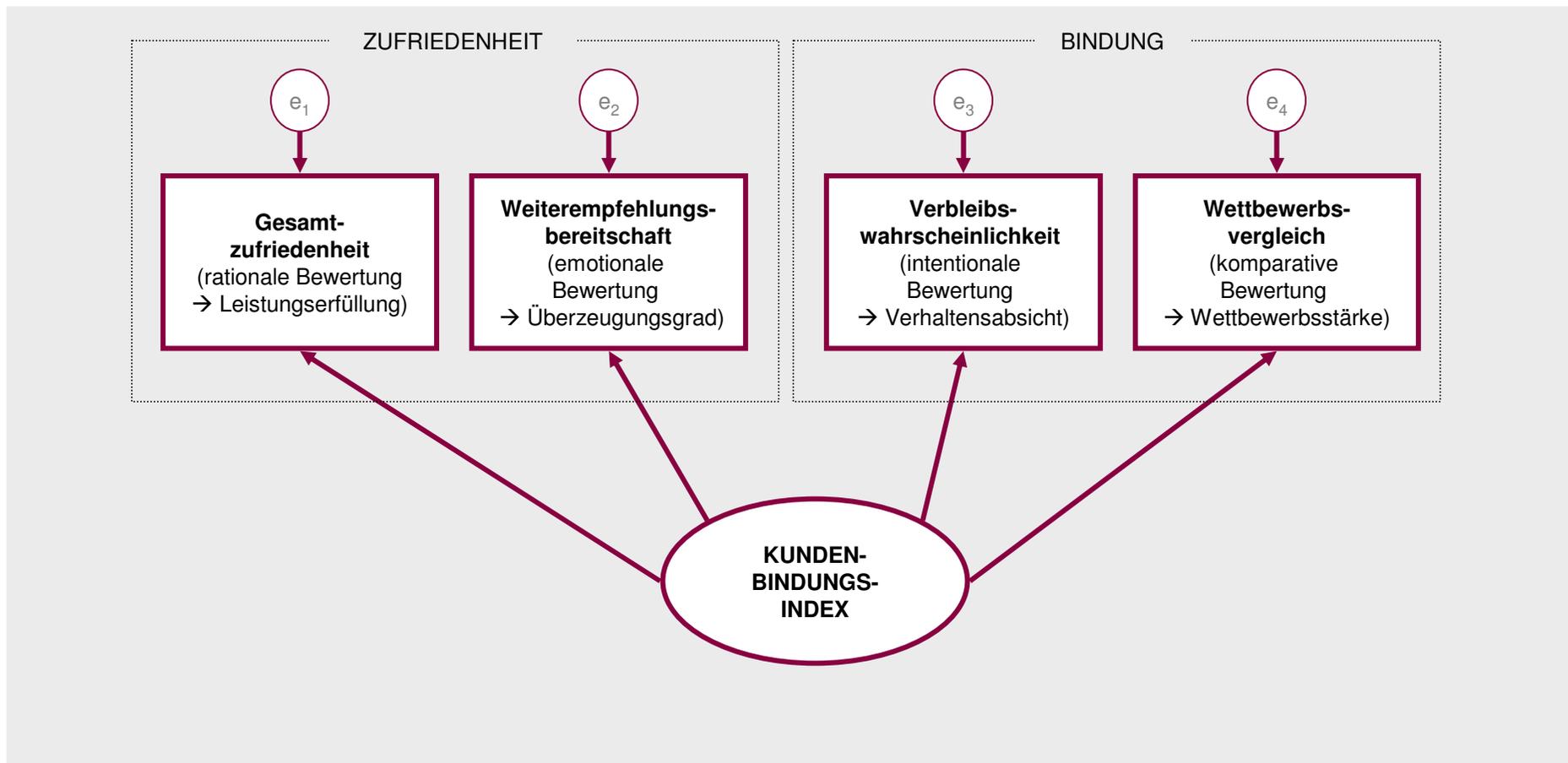


Ø = 2,9 n = 511 Studie 2010  
 Ø = 3,0 n = 535 Studie 2009

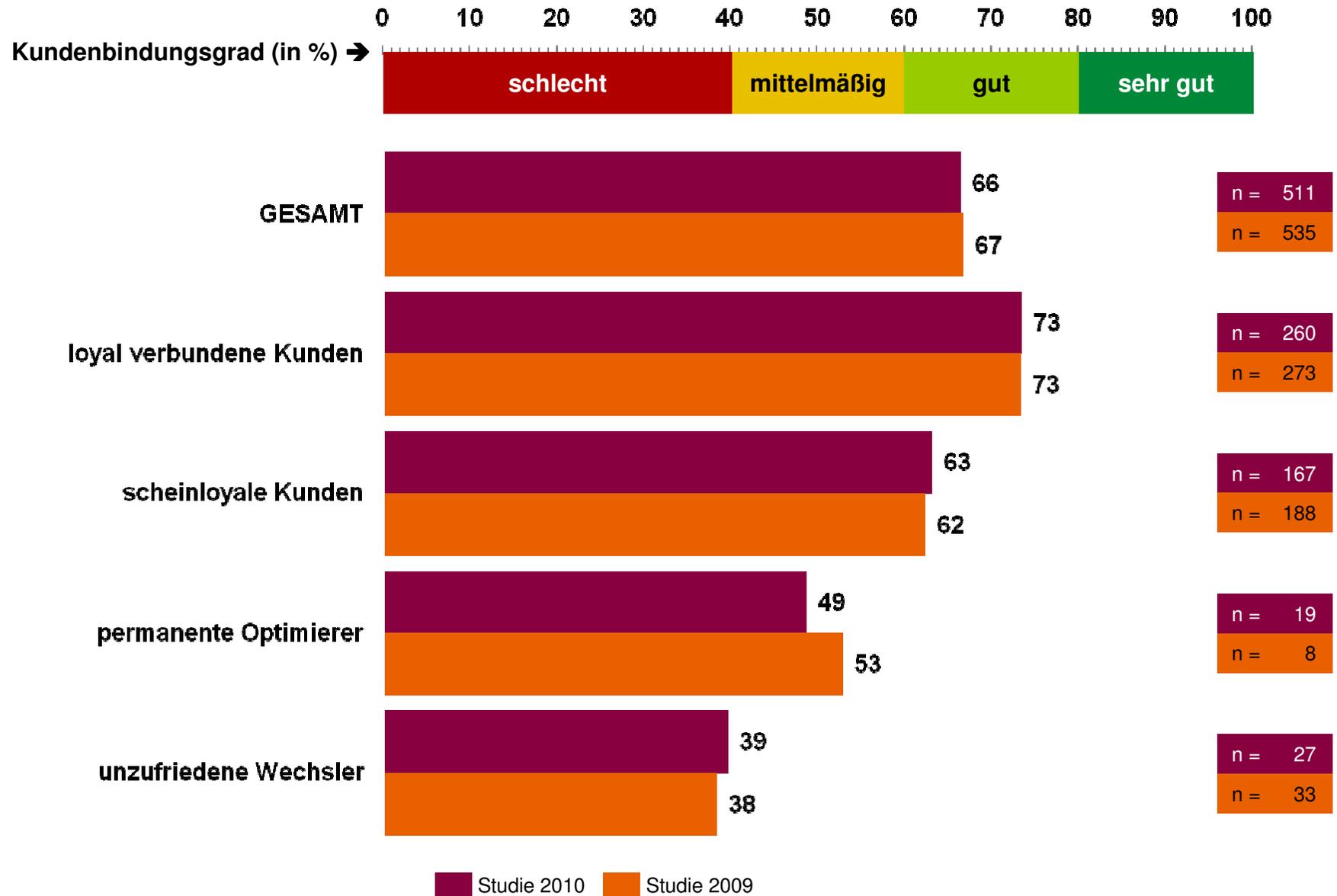
# Erdgasversorger im Vergleich

Wenn Sie Ihren aktuellen Erdgasversorger mit Ihnen bekannten anderen Erdgasversorgern vergleichen, halten Sie ihn für ...?



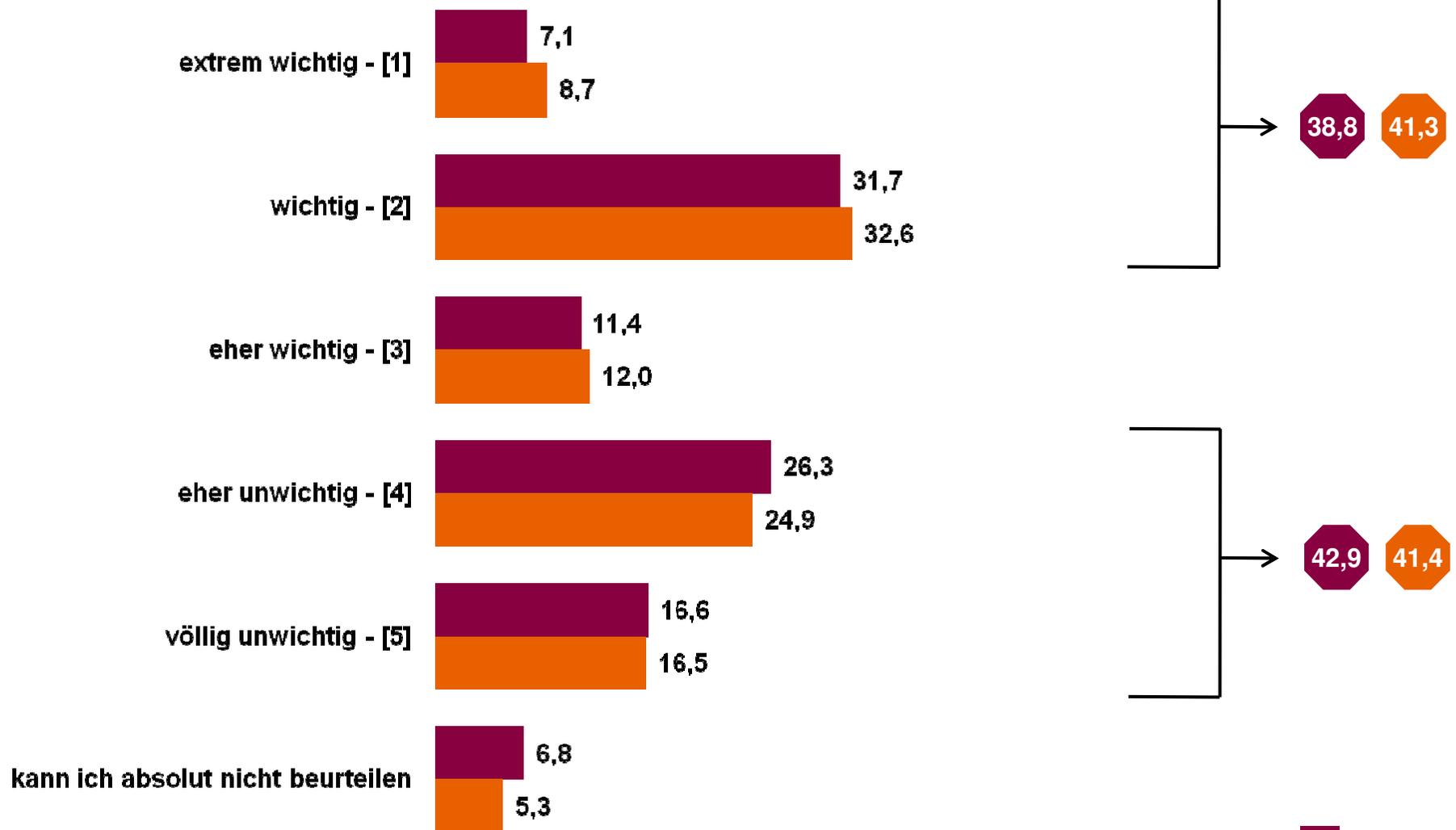


# Kundenbindungsindex – Erdgas



# Ambivalenz – Erdgas

Wie wichtig ist es Ihnen, dass Sie von Ihrem aktuellen Erdgasversorger und nicht von einem anderen Erdgasversorger versorgt werden? Ist Ihnen dies ...?



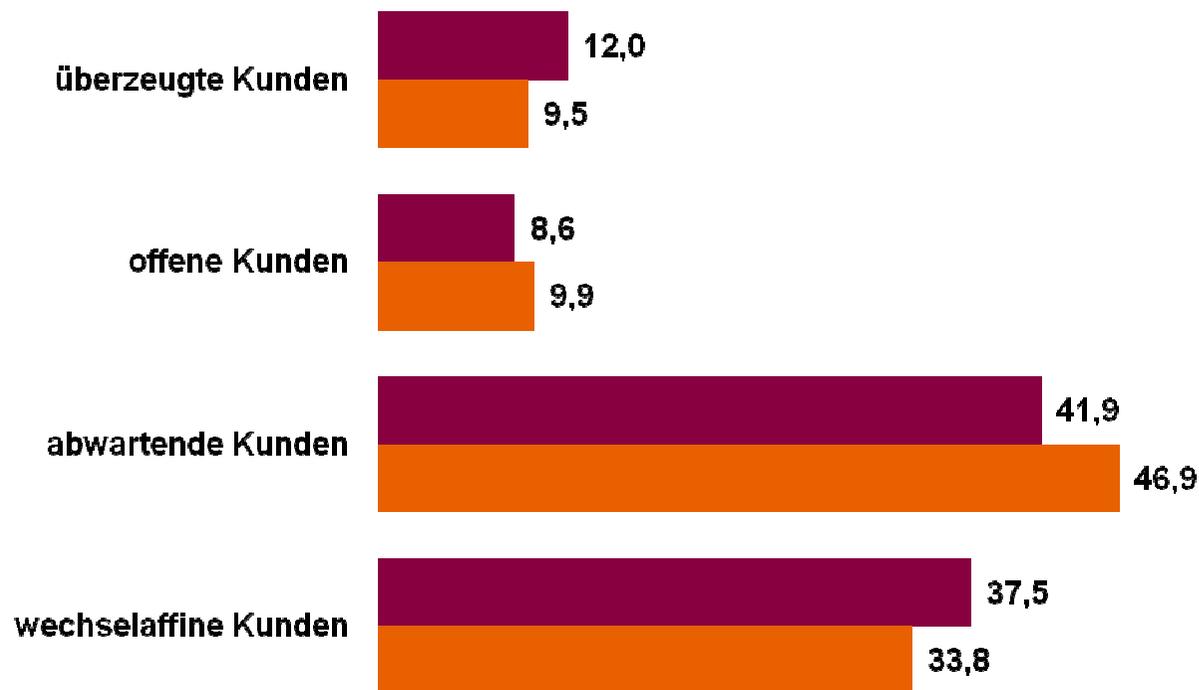
$\bar{x} = 3,1$  n = 511 ■ Studie 2010  
 $\bar{x} = 3,1$  n = 535 ■ Studie 2009

# Ambivalenz – Ableitung von Kundengruppen – Erdgas



Aus dem Kundenbindungsindex und der Frage zur Ambivalenz können 4 Kundengruppen abgeleitet werden:

Kundengruppe	Beschreibung	Kundenbindungsindex	Ambivalenz
überzeugte Kunden	gut gebundene Kunden, denen ihr Versorger wichtig ist	größer als 80%	extrem wichtig bis eher wichtig
offene Kunden	gut gebundene Kunden, denen Ihr Versorger aber unwichtig ist	größer als 70%	eher unwichtig bis völlig unwichtig
abwartende Kunden	schlecht gebundene Kunden, die aber nicht von Ihrem Versorger weg wollen	bis zu 80%	extrem wichtig bis eher wichtig
wechsellaffine Kunden	schlecht gebundene Kunden, denen ihr Versorger auch nicht wichtig ist	bis zu 70%	eher unwichtig bis völlig unwichtig



n = 476 Studie 2010  
n = 507 Studie 2009

**Untersuchungssteckbrief**

**Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick**

**Energieversorger in der Öffentlichkeit**

**Image und Kundenzufriedenheit**

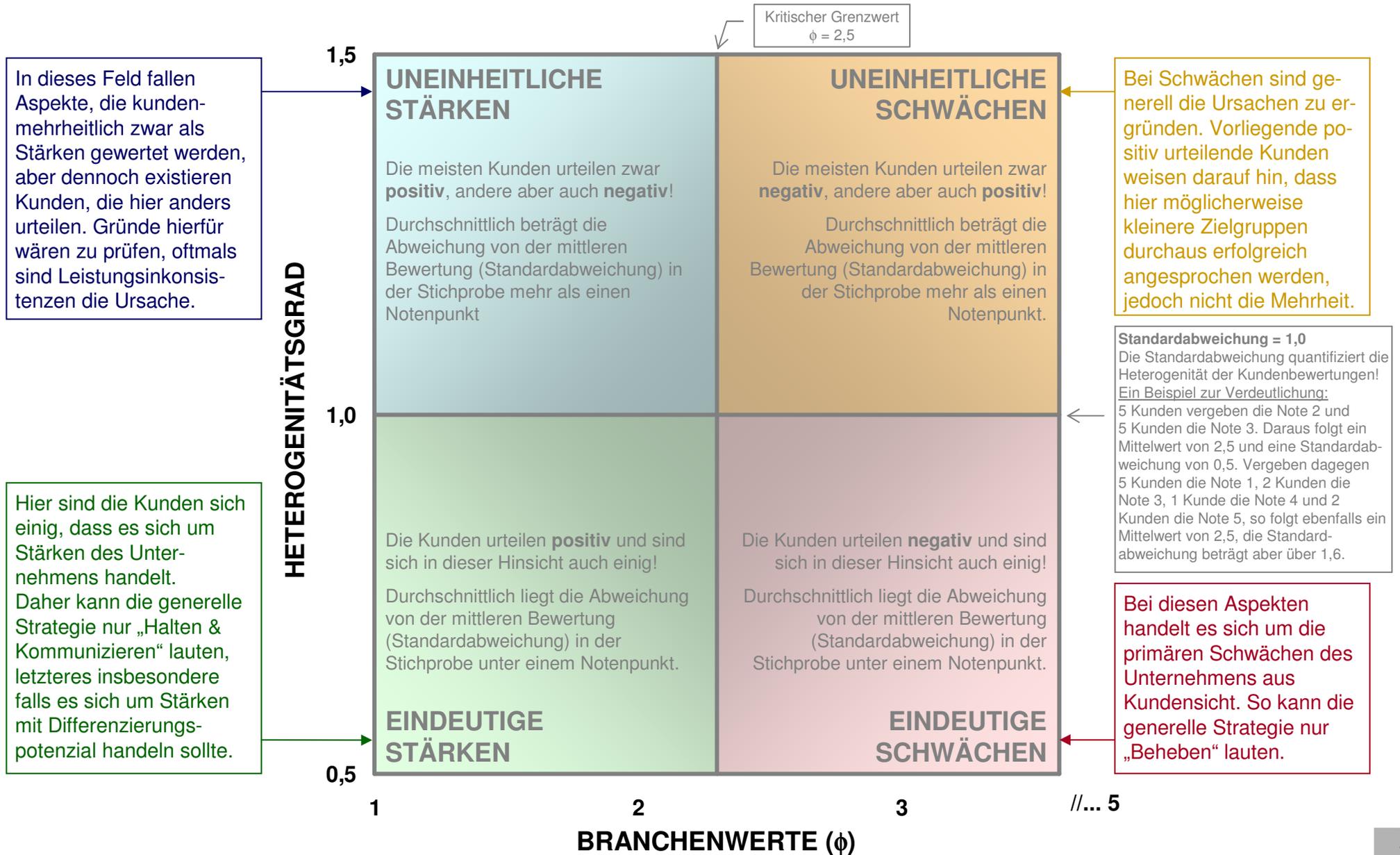
**Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft**

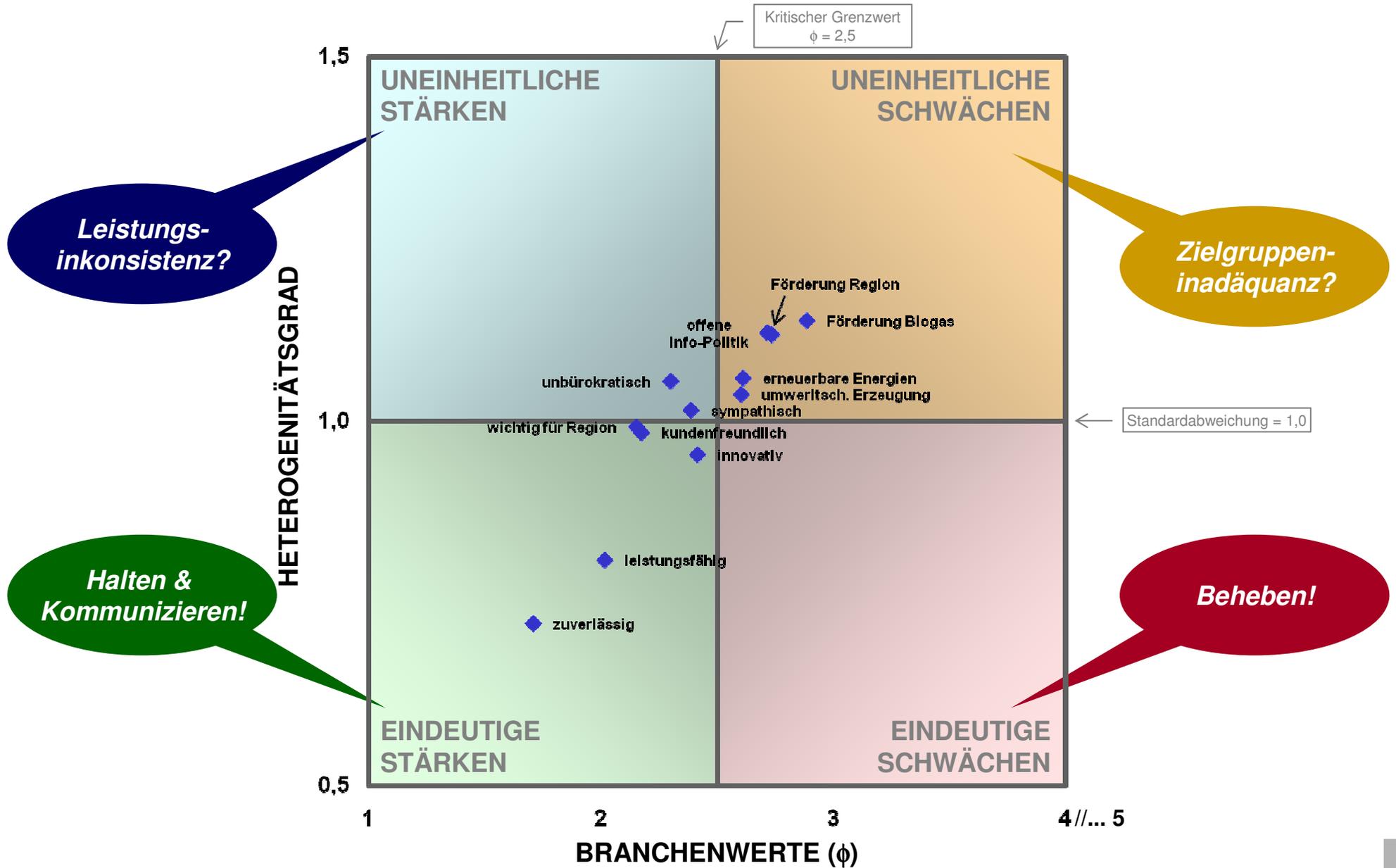
**Handlungsfelder und Ansatzpunkte für Unternehmen im Wettbewerb**

**Ergebnisse der Modellanalyse**

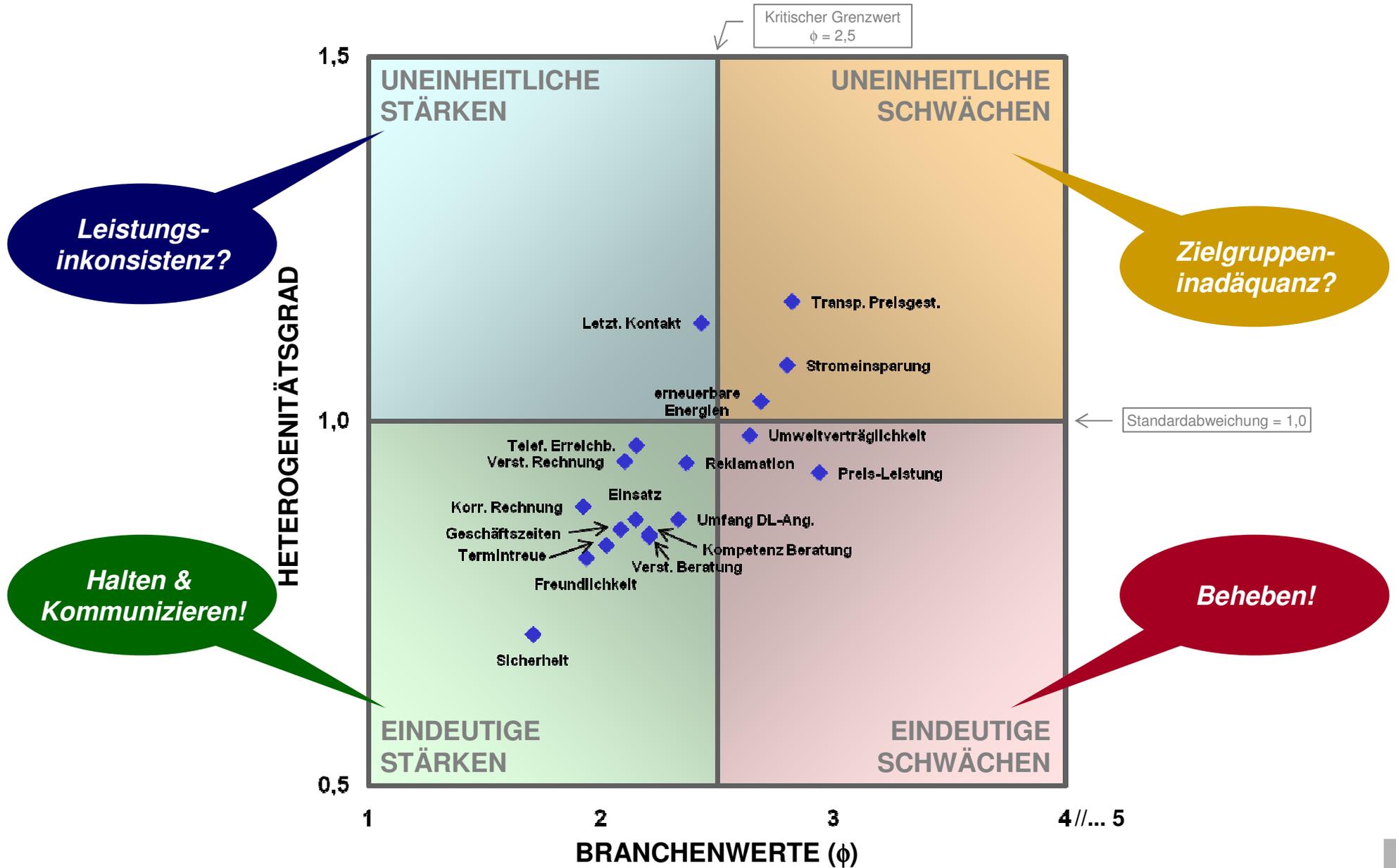
**Anhang: Fragebogen**

# Branchen-Check „Energieversorger“ — Erläuterung





# Branchen-Check Energieversorger — Kundenzufriedenheit



**Untersuchungssteckbrief**

**Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick**

**Energieversorger in der Öffentlichkeit**

**Image und Kundenzufriedenheit**

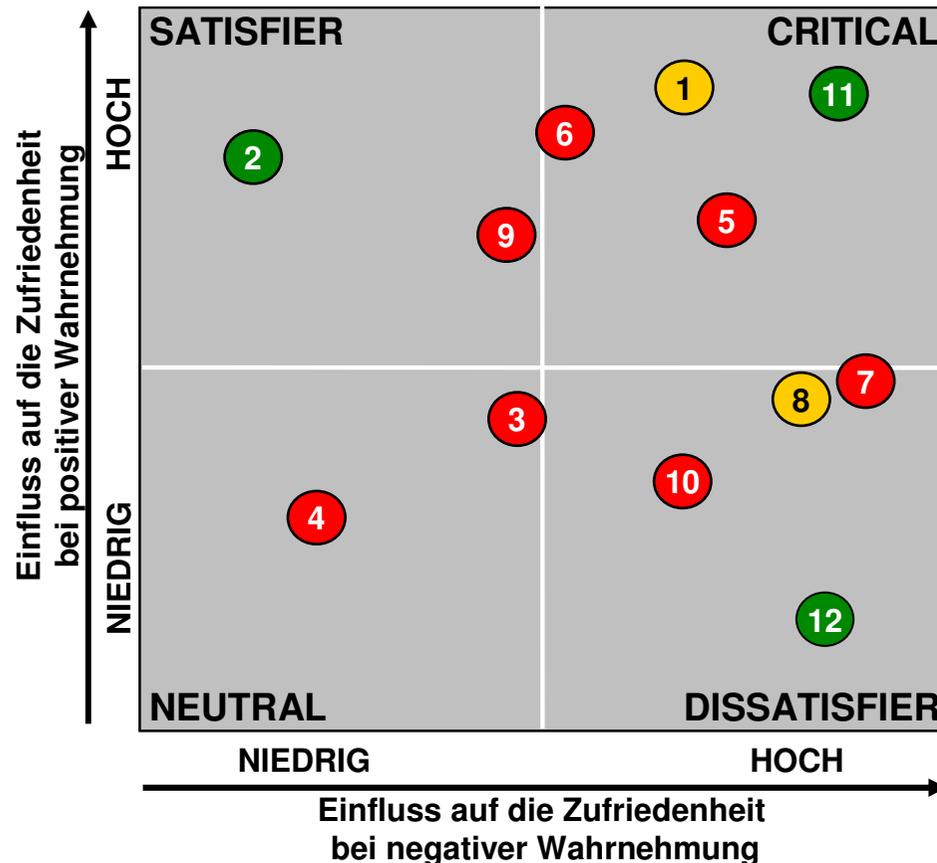
**Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft**

**Handlungsfelder und Ansatzpunkte für Unternehmen im Wettbewerb**

**Ergebnisse der Modellanalyse**

**Anhang: Fragebogen**

# Aufgabe & Hintergrund der Treiberanalyse



## AUFGABE:

Untersuchung (Korrespondenzanalyse) des Einflussgrades sowie der Struktur des Einflusses von Einzelaspekten des Images bzw. der Zufriedenheit auf das Image bzw. die Kundenzufriedenheit insgesamt.

## HINTERGRUND:

Zu unterscheiden sind:

**erstens** ein proportionaler Einfluss, d.h. Zufriedenheit und Unzufriedenheit mit einem Einzelaspekt haben Zufriedenheit bzw. Unzufriedenheit insgesamt zur Folge

### → Criticals

**zweitens** disproportionale Einflusststrukturen und hierbei zwei Varianten:

a) die Zufriedenheit mit einem Einzelaspekt wirkt sich nur wenig auf die Gesamtzufriedenheit aus, aber Unzufriedenheit mit dem Aspekt bewirkt Unzufriedenheit insgesamt

### → Dissatisfier

b) die Unzufriedenheit mit einem Teilaspekt nimmt nur geringen Einfluss auf die Gesamtunzufriedenheit, aber die Zufriedenheit mit dem Aspekt bewirkt Zufriedenheit insgesamt

### → Satisfier

und schließlich **drittens** ein im Vergleich zu den übrigen Faktoren eher neutraler Einfluss

### → Neutrals

Neben dem indirekten Einfluss der Detailimages und Detailzufriedenheiten auf die Kundenbindung über das Gesamtimage und die Gesamtzufriedenheit lässt sich auch der direkte Einfluss der Detailaspekte auf die Kundenbindung analysieren. In diesem Fall wird zwischen

### → Criticals

### → Deloyalizern

### → und Loyalizern

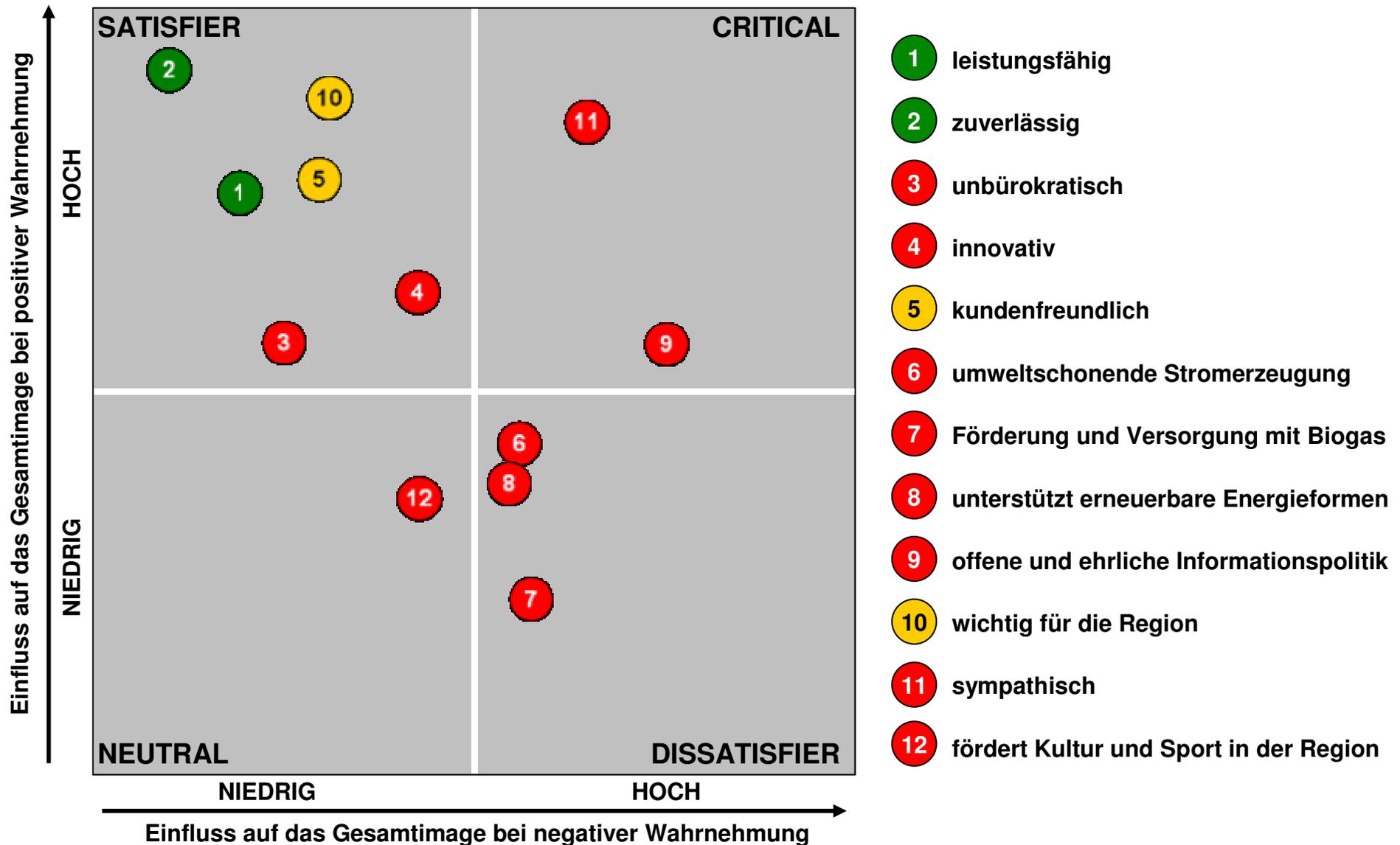
differenziert.

## Erfüllung der Kundenzufriedenheits-/Imageaspekte

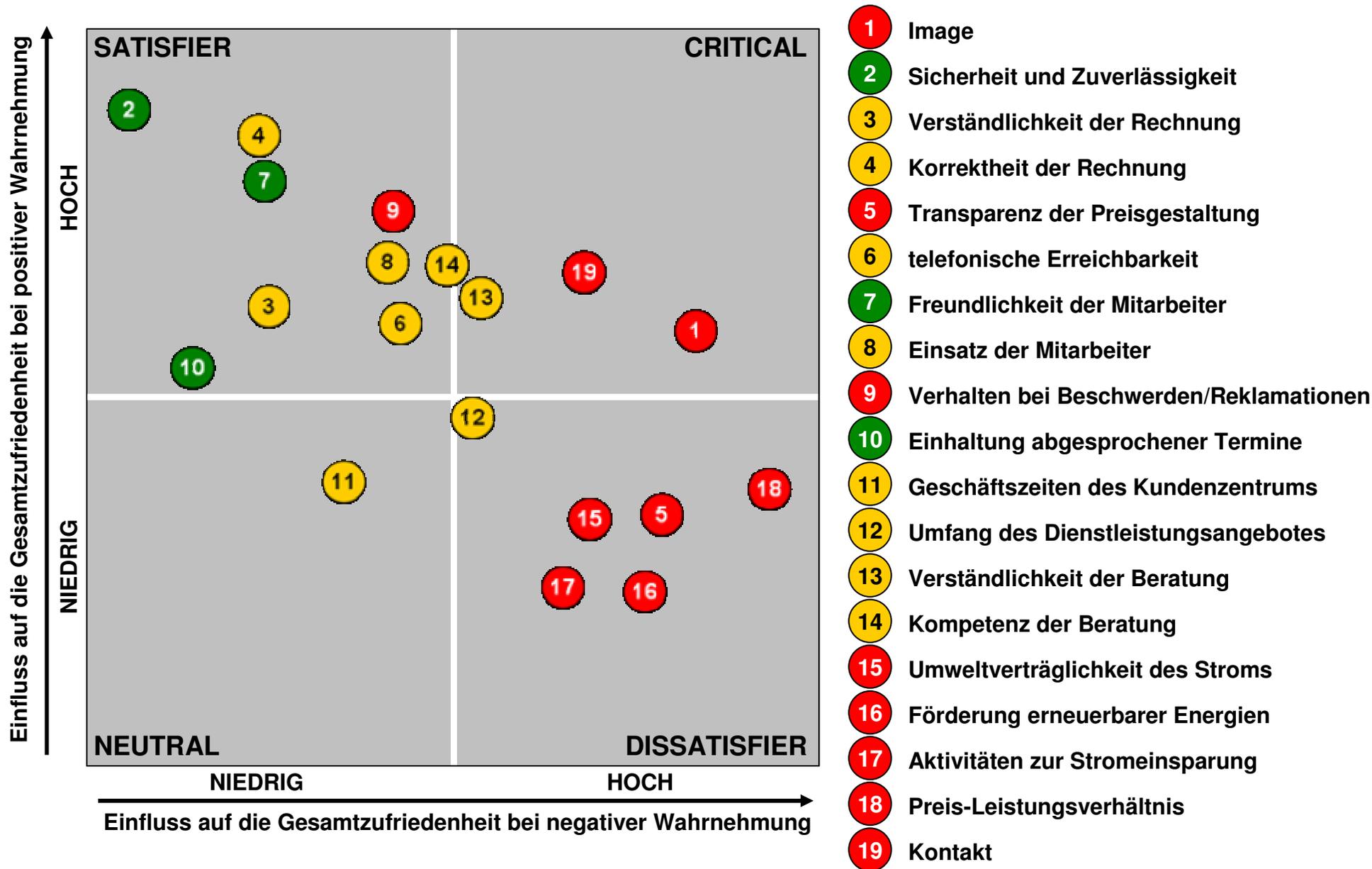
(Prozent auf Basis ohne Anteil „kann ich nicht beurteilen“):

- „gut“ Top-2-Notenanteil > 75% und Bottom-2-Notenanteil < 5%
- „schlecht“ Top-2-Notenanteil <= 50% oder Bottom-2-Notenanteil >= 10%
- „mittelmäßig“ wenn „gut“ und „schlecht“ nicht zutrifft

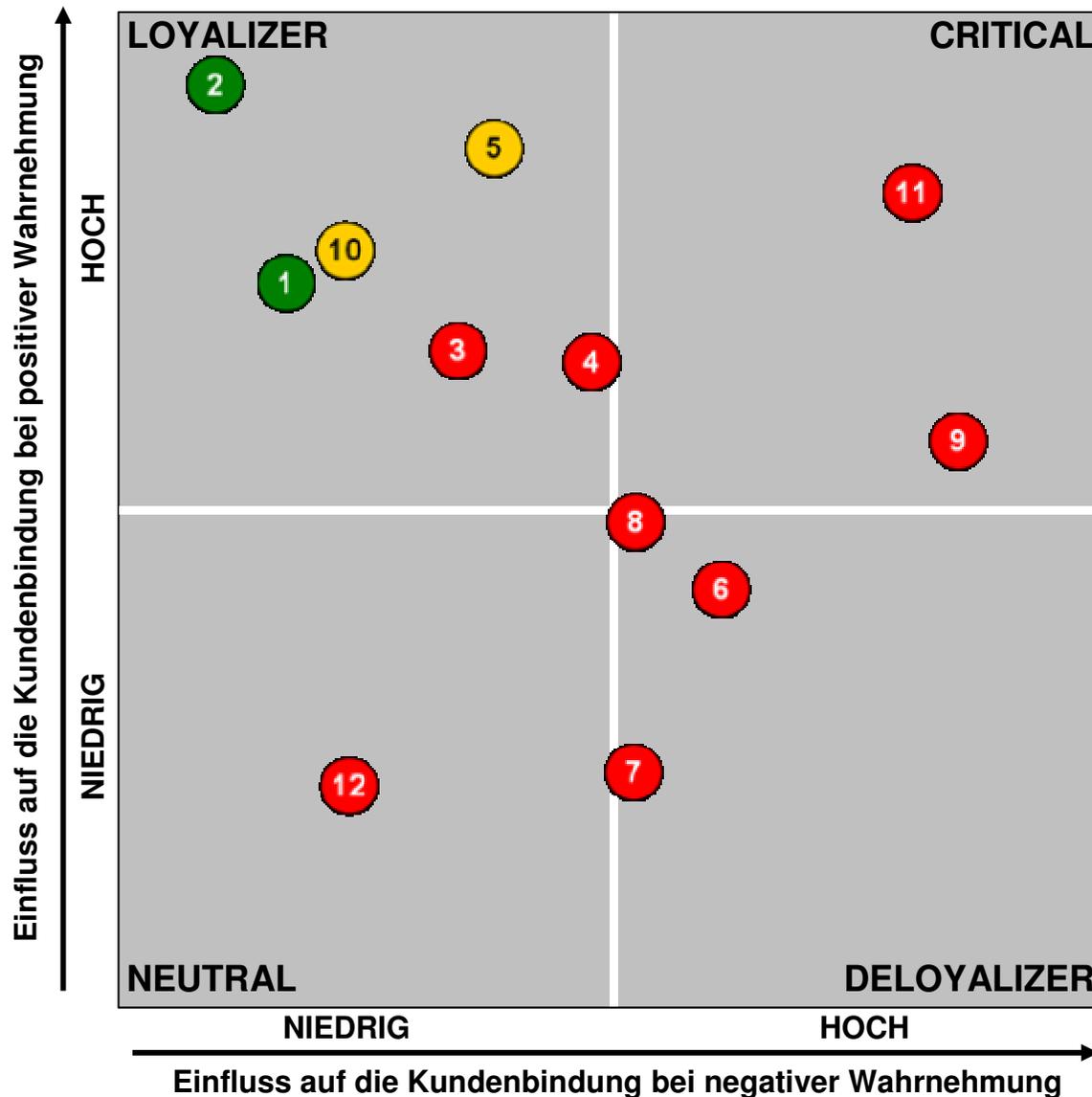
# Treiberanalyse – Detailimage in Bezug auf das Gesamtimage



# Treiberanalyse – Detailzufriedenheit in Bezug auf die Gesamtzufriedenheit

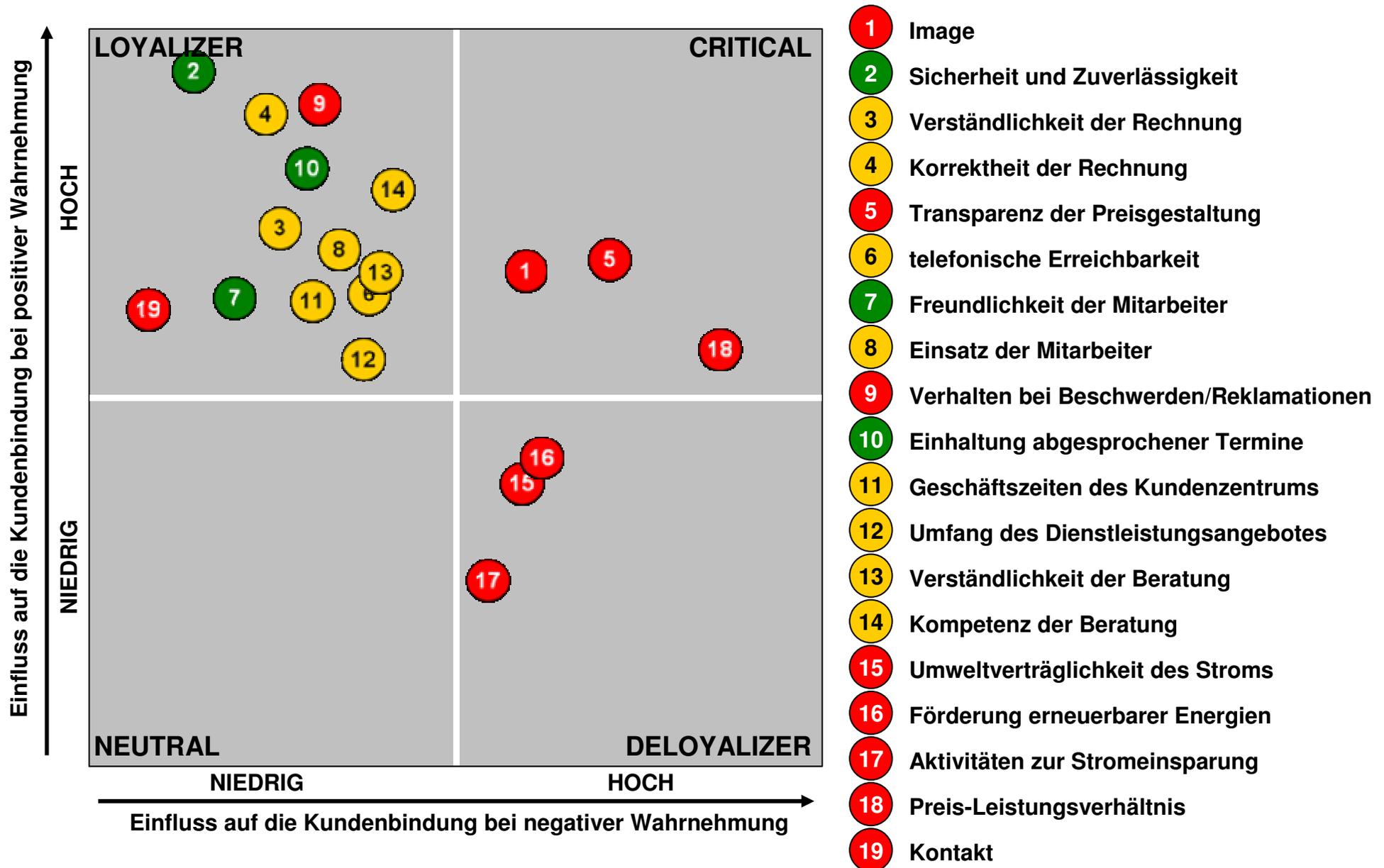


# Bindungsanalyse – Detailimage in Bezug auf die Kundenbindung



- 1 leistungsfähig
- 2 zuverlässig
- 3 unbürokratisch
- 4 innovativ
- 5 kundenfreundlich
- 6 umweltschonende Stromerzeugung
- 7 Förderung und Versorgung mit Biogas
- 8 unterstützt erneuerbare Energieformen
- 9 offene und ehrliche Informationspolitik
- 10 wichtig für die Region
- 11 sympathisch
- 12 fördert Kultur und Sport in der Region

# Bindungsanalyse – Detailzufriedenheit in Bezug auf die Kundenbindung



**Untersuchungssteckbrief**

**Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick**

**Energieversorger in der Öffentlichkeit**

**Image und Kundenzufriedenheit**

**Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft**

**Handlungsfelder und Ansatzpunkte für Unternehmen im Wettbewerb**

**Ergebnisse der Modellanalyse**

**Anhang: Fragebogen**

## STANDARDFRAGEBOGEN – JAHRGANG 2010/2011

Der vorliegende Fragebogen ist auf eine Interviewdauer von ca. 25 Minuten konzipiert. Der Fragebogen wird für die Feldarbeit als CATI-Interview umgesetzt. Intervieweranweisungen (z.B. der Hinweis auf Mehrfachnennungen), die Intervieweinleitung sowie die Überleitungen zu einzelnen Themenbereichen des Fragebogens sind nicht (vollständig) enthalten.

Guten Tag, mein Name ist ... vom Marktforschungsinstitut promit in Dortmund. Wir führen derzeit eine bundesweite Befragung rund um das Thema Energieversorgung durch. Die Befragung dauert ca. 25 Minuten. Selbstverständlich werden Ihre Angaben gemäß dem Datenschutz und den Berufsstandsregeln der Marktforscher ausschließlich anonym behandelt, bearbeitet und weitergegeben.

**Screener 1** Wenn es um das Thema Energie geht, sind Sie in Ihrem Haushalt dafür allein oder mitverantwortlich?

- 1 allein verantwortlich/mitverantwortlich..... → Screener 3  
 2 weder noch

Bei Antwort 1: Wenn zum Zeitpunkt des Anrufes der Interviewpartner grundsätzlich zur Befragung bereit ist, aber keine Zeit hat → Terminvereinbarung

**Screener 2** Könnte ich bitte mit einer hinsichtlich der Energieversorgung verantwortlichen Person in Ihrem Haushalt sprechen?

- 1 ja  
 2 nein

Wenn Zielperson nicht anwesend, Abfrage eines Zeitpunktes der Erreichbarkeit; wenn Zielperson anwesend: Einleitung siehe oben. Wenn zum Zeitpunkt des Anrufes der Interviewpartner grundsätzlich zur Befragung bereit ist, aber keine Zeit hat → Terminvereinbarung

**Screener 3** Sind Sie oder Angehörige von Ihnen in der Marktforschungsbranche oder Energiewirtschaft beschäftigt?

- 1 ja ..... Ende Interview  
 2 nein

**SWI 1** Würden Sie mir bitte Ihre Postleitzahl nennen?

**GW1 1** Womit heizen Sie vorwiegend Ihre Wohnung/Ihr Haus?

- 1 Erdgas  
 2 Öl  
 3 Strom  
 4 Sonstiges

## BEKANNTHEIT VON EVU

**Frage 1** Welche Energieversorger, Energieanbieter bzw. Energiemarken fallen Ihnen spontan ein?

**Interviewer:** Ausführlich und wiederholt nachfragen: Fällt Ihnen vielleicht noch ein weiterer Energieversorger ein?

1. \_\_\_\_\_ 2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_ 4. \_\_\_\_\_

etc. \_\_\_\_\_

## IDENTIFIZIERUNG DES EVU

**SWI 2** Welches Energieversorgungsunternehmen versorgt Sie mit Strom?  
Energieversorger:

\_\_\_\_\_

**SWI 3** Beziehen Sie Erdgas ebenfalls bei ...[Einblendung SWI 2]? Wenn nein, sagen Sie mir bitte, bei welchem Energieversorger Sie Erdgas beziehen.

- 1 ja  
 2 nein, beziehe Erdgas bei \_\_\_\_\_

## WECHSELVERHALTEN STROM

**SWI 4** Haben Sie unabhängig von Haushaltsgründung oder Umzügen seit der Öffnung des Strommarktes 1998 einen neuen Stromtarif bzw. Stromvertrag bei Ihrem Energieversorger abgeschlossen, oder haben Sie zu einer neuen Marke Ihres Energieversorgers gewechselt, oder sind Sie zu einem anderen Energieversorger gewechselt?

- 1 neuen Vertrag/Tarif/Marke mit bisherigem Energieversorger → SWI 9  
 2 Wechsel zu anderem Energieversorger ..... → SWI 4  
 3 nein, nichts davon ..... → Frage 2

## FRAGENKOMPLEX VERSORGER-WECHSLER

**SWI 5** Von welchem Energieversorger haben Sie vorher Ihren Strom bekommen?

Frühere/r Stromversorger: \_\_\_\_\_

**SWI 6** **Wie sind Sie auf den neuen Stromversorger aufmerksam geworden?**

**Interviewer:** Antwortvorgaben nicht vorlesen, Antworten zuordnen und wiederholt nachfragen!

- 1 Anzeigen in Tageszeitungen/Zeitschriften
- 2 Artikel/Berichterstattung in Tageszeitungen/Zeitschriften
- 3 Radio-Werbespots
- 4 Berichterstattung im Radio
- 5 Fernsehwerbung
- 6 Berichterstattung im Fernsehen
- 7 Messen
- 8 Plakatwerbung
- 9 bei Diskussionen im Freundes-/Verwandtenkreis
- 10 Mailing-Aktionen (Infopost, Postwurfsendungen)
- 11 Internet
- 12 habe nichts gehört, gesehen, gelesen
- 13 Werbung auf Fahrzeugen
- 14 weiß nicht mehr
- 15 sonstiges, und zwar

**SWI 7** **War dies Ihr erster Wechsel, oder haben Sie bereits mehrmals Ihren Stromversorger gewechselt, wenn ja wie oft?**

- 1 das war mein erster Wechsel
- 2 ich habe bereits mehrmals gewechselt und zwar \_\_\_\_\_mal

**SWI 8** **(Für Mehrfachwechsler: Denken Sie bitte nun an Ihren letzten Wechsel.) Hat der Wechsel innerhalb der letzten 3 Monate stattgefunden?**

- 1 ja
- 2 nein
- 3 weiß nicht

**SWI 9** **Was waren die Hauptgründe, warum Sie Ihren Stromversorger gewechselt haben?**

\_\_\_\_\_

### FRAGENKOMPLEX VERSORGER-WECHSLER/VERTRAGSWECHSLER

**SWI 10** **Haben Sie sich für ein Ökostromprodukt entschieden?**

- 1 ja
- 2 nein
- 3 weiß nicht

### A'PRIORI-ZUFRIEDENHEIT

**Frage 2** **Wenn Sie an Ihren aktuellen Energieversorger [Einblendung SWI 2] denken, wie zufrieden sind Sie insgesamt mit Ihrem Energieversorger [Einblendung SWI 2]? Vergeben Sie bitte eine Bewertung zwischen 1 = „in höchstem Maße zufrieden“ und 5 = „unzufrieden“.**

**Interviewer:** Bei „kann ich absolut nicht beurteilen“ Bewertung 0 eintragen!

( ) Bewertung

### WAHRNEHMUNGSQUELLEN DES AKTUELLEN EVU

**Frage 3** **Wo haben Sie in letzter Zeit etwas über Ihren Energieversorger [Einblendung SWI 2] gehört, gesehen oder gelesen? Begrenzung auf 5 Nennungen!**

**Interviewer:** Antwortvorgaben nicht vorlesen, Antworten zuordnen und wiederholt nachfragen!

- 1 Anzeigen in Tageszeitungen
- 2 Artikel/Berichterstattung in Tageszeitungen
- 3 Anzeigen in Fachzeitschriften
- 4 Artikel/Berichterstattung in Fachzeitschriften
- 5 Kundenzeitschrift
- 6 Radio-Werbespots
- 7 Berichterstattung im Radio
- 8 Fernsehwerbung
- 9 Berichterstattung im Fernsehen
- 10 Messen
- 11 Plakatwerbung
- 12 Werbung in Sportstadien (Trikot, Banden etc.)
- 13 Werbung (Sponsoring) bei anderen Veranstaltungen
- 14 bei Diskussionen mit Berufskollegen
- 15 bei Diskussionen im Freundes-/Verwandtenkreis
- 16 Werbebroschüren u.ä.
- 17 Energierechnung
- 18 Mailing-Aktionen (Infopost, Postwurfsendungen)
- 19 Internet
- 20 habe nichts gehört, gesehen, gelesen
- 21 Werbung auf Fahrzeugen
- 22 weiß nicht mehr
- 23 sonstiges, und zwar

**Frage 4** **Können Sie sich an Werbung Ihres Energieversorgers [Einblendung SWI 2] in letzter Zeit erinnern?**

- 1 ja
- 2 nein..... → Frage 5

**Frage 4.1** Wo haben Sie Werbung Ihres Energieversorgers [Einblendung SWI 2] gehört, gesehen oder gelesen?

**Interviewer:** Antwortvorgaben nicht vorlesen, Antworten zuordnen und wiederholt nachfragen!

- 1 Tageszeitungen
- 2 Zeitschriften
- 3 Radio
- 4 Fernsehen
- 5 Plakate
- 6 öffentliche Verkehrsmittel
- 7 Fahrzeuge des Versorgers, Infomobil
- 8 Mailing-Aktionen (Infopost, Postwurfsendungen)
- 9 Werbung (Sponsoring) bei anderen Veranstaltungen
- 10 sonstiges und zwar: \_\_\_\_\_

**Frage 4.2** Wie hat Ihnen die Werbung insgesamt gefallen? Vergeben Sie bitte eine Bewertung zwischen 1 = „hat mir sehr gut gefallen“ und 5 = „hat mir überhaupt nicht gefallen“.

**Interviewer:** Bei „kann ich absolut nicht beurteilen“ Bewertung 0 eintragen!  
( ) Bewertung

**Frage 5** Wie beurteilen Sie insgesamt den öffentlichen Auftritt Ihres Energieversorgers [Einblendung SWI 2]? Vergeben Sie bitte eine Bewertung zwischen 1 = „sehr gut“ und 5 = „sehr schlecht“!

**Interviewer:** Bei „kann ich absolut nicht beurteilen“ Bewertung 0 eintragen!  
( ) Bewertung

### IMAGE DES AKTUELLEN EVU'S

**Frage 6** In der folgenden Frage geht es um das Image, das Ansehen, welches Ihr Energieversorger [Einblendung SWI 2] bei Ihnen hat. Zu diesem Zweck nenne ich Ihnen gleich einige Aussagen, mit denen Sie Ihre Einstellung zu Ihrem Energieversorger [Einblendung SWI 2] charakterisieren können. Bitte beurteilen Sie anhand einer Bewertungsskala von 1 bis 5, ob diese Aussagen auf Ihren Energieversorger [Einblendung SWI 2] zutreffen. Wenn Sie 1 sagen, heißt dies, dass diese Aussage voll zutrifft, die Bewertung 5 heißt, dass die Aussage überhaupt nicht zutrifft. Nennen Sie mir gleich bitte jeweils die Bewertung. Beginnen möchte ich mit der Aussage „Energieversorger [Einblendung SWI 2] ...

**Interviewer:** Bei „kann ich absolut nicht beurteilen“ Bewertung 0 eintragen!

- ( ) ist ein leistungsfähiges Unternehmen
- ( ) ist ein zuverlässiger Versorger
- ( ) arbeitet unbürokratisch
- ( ) ist innovativ
- ( ) ist kundenfreundlich
- ( ) sorgt für eine umweltschonende Stromerzeugung
- ( ) setzt sich für die Förderung und Versorgung mit Biogas ein
- ( ) unterstützt die erneuerbaren Energieformen wie Sonne, Wind und Wasser
- ( ) betreibt eine offene und ehrliche Informationspolitik

**Fortsetzung Frage 6:**

- ( ) ist wichtig für die Region
- ( ) ist sympathisch
- ( ) fördert Bildung, Soziales, Kultur und Sport in der Region
- ( ) hat bei mir insgesamt ein sehr hohes Ansehen

### KONTAKTE ZUM EVU

**Frage 7** Haben Sie sich schon einmal mit einer Anfrage, Beschwerde oder aus einem anderen Kontaktgrund an Ihren Energieversorger [Einblendung SWI 2] gewandt?

**Interviewer:** Mehrfachnennung

- 1 ja, mit Anfrage..... → Frage 7.1 oder Frage 7.2
- 2 ja, mit Beschwerde..... → Frage 7.1 oder Frage 7.2
- 3 ja anderer Kontaktgrund..... → Frage 7.1 oder Frage 7.2
- 4 nein, noch nie..... → Frage 8

bei Mehrfachnennung → Frage 7.1, sonst Frage 7.2

**Frage 7.1** Handelte es sich bei Ihrem letzten Kontakt um eine Beschwerde, eine Anfrage oder einen anderen Kontaktgrund?

- 1 Beschwerde
- 2 Anfrage
- 3 anderer Kontaktgrund

**Frage 7.2** [Bei Mehrfachnennung Frage 7: Denken Sie bei den folgenden Fragen an diesen letzten Kontakt.] Hatten Sie diesen letzten Kontakt mit Ihrem Energieversorger [Einblendung SWI 2] telefonisch, schriftlich, persönlich oder über das Internet?

- 1 telefonisch
- 2 schriftlich
- 3 persönlich
- 4 über Internet

**Frage 7.3** Wie lange liegt dieser letzte Kontakt zu Ihrem Energieversorger [Einblendung SWI 2] zurück?

**Interviewer:** Genau nachfragen und Einheit notieren, z.B. eine Woche, ein Monat, ein Jahr, etc.

**Frage 7.4** **NUR BEI ERDGASBEZUG UND WENN IDENTISCH MIT STROMVERSORGER:** Ging es bei Ihrem letzten Kontakt um Ihre Strom- oder Erdgasversorgung?

- 1 Stromversorgung
- 2 Erdgasversorgung

**Frage 7.5 Was war der Anlass für diesen letzten Kontakt?**

**Interviewer:** Mehrfachnennung - Antwortvorgaben nicht vorlesen, Antworten zuordnen und wiederholt nachfragen!

- 01 Inanspruchnahme einer allgemeinen Energiesparberatung
- 02 Inanspruchnahme einer HH-Geräteberatung
- 03 Inanspruchnahme einer Heizungsberatung
- 04 Inanspruchnahme einer Beratung zu regenerativen Energien
- 05 Inanspruchnahme einer Beratung zu Förderprogrammen
- 06 Beantragung einer Förderung
- 07 neuen Vertrag/Tarif abschließen
- 08 Neuanmeldung/Ummeldung/Abmeldung
- 09 Fragen zur Rechnung
- 10 Fragen zu Tarifen
- 11 Rechnungsreklamation
- 12 Reklamation einer speziellen Leistung
- 13 Störung allgemein
- 14 Strom-/Gaszählerangelegenheiten
- 15 Reparatur/Installation
- 16 Abschlagsänderung
- 17 Zählerstandsmeldung/Mitteilung
- 18 Produktinformation
- 19 Allgemeine Unternehmensinformation
- 20 Beschwerde über den Service von ...
- 21 Preisbeschwerde
- 22 sonstiges, und zwar \_\_\_\_\_
- 23 weiß nicht mehr

**Frage 7.6 Sie sagten gerade, dass Ihr letzter Kontakt zu Ihrem Energieversorger (telefonisch/persönlich/schriftlich) war.**

nur telefonischer Kontakt:

Sind Sie direkt beim ersten Anwählen der Telefonnummer durchgekommen, ohne dass die Leitung besetzt war oder Sie in einer Warteschleife warten mussten?

- 01 ja
- 02 nein

Konnte Ihnen der erste Gesprächspartner direkt helfen ohne Sie weiter zu verbinden?

- 01 ja
- 02 nein

**Bitte bewerten Sie im Folgenden einige Aussagen zu diesem letzten Kontakt. Hierzu steht Ihnen eine Bewertungsskala von 1 = „Aussage trifft voll zu“ bis 5 = „Aussage trifft überhaupt nicht zu“ zur Verfügung.**

- ( ) mein Gesprächspartner hat betont und nicht monoton gesprochen
- ( ) mein Gesprächspartner hatte eine angenehme Stimme
- ( ) mein Gesprächspartner hat mir kompetent weitergeholfen

- ( ) mein Gesprächspartner gab mir das Gefühl, dass mein Anliegen ernst genommen wird

nur persönlicher Kontakt:

- ( ) die Räumlichkeiten des Kundenzentrums sind sehr schön und einladend gestaltet
- ( ) die Öffnungszeiten des Kundenzentrums sind angemessen
- ( ) im Kundenzentrum konnte mir direkt der erste Ansprechpartner weiterhelfen
- ( ) der Ansprechpartner hat mir kompetent weitergeholfen
- ( ) die Wartezeiten, bis man von einem Berater im Kundenzentrum bedient wird, sind angenehm kurz
- ( ) die Lage des Kundenzentrums ist hervorragend

nur schriftlicher Kontakt:

Haben Sie bereits eine Antwort auf Ihr Schreiben erhalten?

- 03 ja
- 04 nein.....Frage 7.7

**Bitte bewerten Sie im Folgenden einige Aussagen zu diesem letzten Kontakt. Hierzu steht Ihnen eine Bewertungsskala von 1 = „Aussage trifft voll zu“ bis 5 = „Aussage trifft überhaupt nicht zu“ zur Verfügung.**

- ( ) auf mein Schreiben wurde schnell reagiert
- ( ) das Antwort-Schreiben war freundlich formuliert
- ( ) das Antwort-Schreiben war individuell formuliert
- ( ) das Antwort-Schreiben war verständlich formuliert
- ( ) mein Anliegen wurde schnell und unbürokratisch bearbeitet

**Frage 7.7 Haben Sie diesen letzten Kontakt in positiver oder negativer Erinnerung? Bitte vergeben Sie eine Bewertung zwischen 1 = „in höchstem Maße zufrieden“ und 5 = „unzufrieden“.**

**Interviewer:** Bei „kann ich absolut nicht beurteilen“ Bewertung 0 eintragen!

- ( ) Bewertung.....Bewertung 0, 1, 2 → Frage 8 | Bewertung 3,4,5 → Frage 7.8

**Frage 7.8 Aus welchen Gründen waren Sie nicht völlig zufrieden mit diesem letzten Kontakt?**

**Interviewer:** Mehrfachnennung - Antwortvorgaben nicht vorlesen, Antworten zuordnen und wiederholt nachfragen!

- 01 unfreundlicher Ansprechpartner
- 02 mangelnde Kompetenz des Ansprechpartners
- 03 unverständliche Beratung
- 04 Problem blieb ungelöst/Fragen blieben unbeantwortet
- 05 mangelnde Kulanz
- 06 Ansprechpartner nicht zuständig/Ansprechpartner nicht erreichbar
- 07 schlechte Qualität der ausgehändigten Informationsmaterialien
- 08 schriftliche Informationsmaterialien konnten nicht ausgehändigt werden
- 09 es dauerte zu lange, bis das Problem gelöst wurde
- 010 sonstiges, und zwar \_\_\_\_\_

## KUNDENZUFRIEDENHEIT

**Frage 8** Wie zufrieden sind Sie mit verschiedenen Aspekten Ihres Energieversorgers [Einblendung SWI 2]? Bitte vergeben Sie für die einzelnen Aspekte Bewertungen zwischen 1 = „in höchstem Maße zufrieden“ und 5 = „unzufrieden“. Versuchen Sie bitte möglichst jeden Aspekt zu bewerten!

Wie zufrieden sind Sie mit ...?

**Interviewer:** Bei „kann ich absolut nicht beurteilen“ Bewertung 0 eintragen!

Bewertung

### Stromversorgung

der Sicherheit und Zuverlässigkeit der Stromversorgung

Note 3-5: Bitte begründen Sie Ihre Bewertung \_\_\_\_\_

### Rechnung

der Verständlichkeit der Rechnung

der Korrektheit der Rechnung

der Transparenz der Preisgestaltung (Zusammensetzung der Preise)

### Kundenbetreuung

der telefonischen Erreichbarkeit eines Ansprechpartners bei Ihrem Energieversorger [Einblendung SWI 2]

der Freundlichkeit der Mitarbeiter

dem Einsatz/dem Engagement der Mitarbeiter

dem Verhalten bei Beschwerden/Reklamationen

mit der Einhaltung abgesprochener Termine

den Geschäfts-/Öffnungszeiten des Kundenzentrums/der Beratungseinrichtung

### Dienstleistungen

dem Umfang des Beratungs-/Dienstleistungsangebotes

der Verständlichkeit der Beratung

der Kompetenz der Beratung

### Ökologie

der Umweltverträglichkeit des Stroms Ihres Energieversorgers [Einblendung SWI 2]

den Aktivitäten Ihres Energieversorgers [Einblendung SWI 2] bei der Förderung erneuerbarer Energien (Sonne, Wind, Wasser)

den Aktivitäten Ihres Energieversorgers [Einblendung SWI 2], zur Energieeinsparung bei den Kunden beizutragen

Für die Bereiche Kundenbetreuung und Dienstleistungen wird bei der Auswertung zwischen „gefühlter“ und „tatsächlich“ erlebter Kundenzufriedenheit unterschieden. Zur Unterscheidung dient Frage 7:

Bewertung der telefonische Erreichbarkeit

→ wenn Frage 7.2 = „telefonisch“

Bewertung der Freundlichkeit, dem Einsatz/Engagement der Mitarbeiter

→ wenn Frage 7.2 = „telefonisch“ o. „persönlich“

Bewertung des Verhalten bei Beschwerden/Reklamationen

→ wenn Frage 7 oder Frage 7.1 = „Beschwerde“

Bewertung der Einhaltung abgesprochener Termine

→ alle Befragte

Bewertung der Geschäfts-/Öffnungszeiten

→ wenn Frage 7.2 = „telefonisch“ o. „persönlich“

Bewertung des Umfangs, der Verständlichkeit und der Kompetenz der Beratung

→ wenn lt. Frage 7.4 ein Beratungskontakt vorliegt

## NACHFRAGEN PREISE/PREIS-LEISTUNGSVERHÄLTNIS - STROM

**Frage 9** Wie fällt Ihr Urteil aus, wenn Sie die Strompreise Ihres Energieversorgers [Einblendung SWI 2] ins Verhältnis zu dessen Leistungen setzen? Ist das Preis-Leistungsverhältnis aus Ihrer Sicht ...?

**Interviewer:** Bei „kann ich absolut nicht beurteilen“ Bewertung 0 eintragen!

1 sehr gut

2 gut

3 angemessen

4 mäßig

5 schlecht

## A'POSTERIORI-ZUFRIEDENHEIT

**Frage 10** Wir haben Sie jetzt sehr ausführlich zu verschiedenen Aspekten der Zufriedenheit mit Ihrem Energieversorger befragt. Wenn Sie sich Ihre Bewertungen noch einmal vergegenwärtigen, wie zufrieden sind Sie dann insgesamt mit Ihrem Energieversorger [Einblendung SWI 2]? Bitte vergeben Sie eine Bewertung zwischen 1 = „in höchstem Maße zufrieden“ und 5 = „unzufrieden“.

**Interviewer:** Bei „kann ich absolut nicht beurteilen“ Bewertung 0 eintragen!

Bewertung Wettbewerb in der Stromwirtschaft

**Frage 11** Wenn Sie sich jetzt noch einmal Ihre gesamte Geschäftsbeziehung mit Ihrem jetzigen Stromversorger [Einblendung SWI 2] vergegenwärtigen und sich dabei vorstellen, dass verschiedene andere Stromversorger zur Auswahl stehen, wie wahrscheinlich würden Sie aus jetziger Sicht dennoch bei Ihrem Stromversorger [Einblendung SWI 2] bleiben? Würden Sie ...?

**Interviewer:** Antwortvorgaben vorlesen! Bei „kann ich absolut nicht beurteilen“ Bewertung 0 eintragen! Bei „0“ → Frage 1

- 1 absolut sicher bleiben ..... → Frage 11.1
- 2 sehr wahrscheinlich bleiben ..... → Frage 11.1
- 3 wahrscheinlich bleiben ..... → Frage 11.1
- 4 eher unwahrscheinlich bleiben ..... → Frage 11.2
- 5 unwahrscheinlich bleiben ..... → Frage 11.2

**Frage 11.1** Warum werden Sie bei Ihrem bisherigen Stromversorger [Einblendung SWI 2] bleiben?

**Interviewer:** Mehrfachnennung - Antwortvorgaben nicht vorlesen, Antworten zuordnen und wiederholt nachfragen!

- 1 günstiger Strompreis
- 2 kenne derzeit keine bessere Alternative
- 3 bin soweit zufrieden
- 4 die Preise werden sich ohnehin angleichen
- 5 Bequemlichkeit/Gewohnheit/Zeitmangel
- 6 regionaler Anbieter/vor Ort
- 7 nie Probleme gehabt
- 8 Sicherheit der Stromversorgung
- 9 Wechsel ist zu aufwendig/lohnt nicht
- 10 guter Service des bisherigen Anbieter
- 11 sonstige Gründe, und zwar \_\_\_\_\_

**Frage 11.2** Warum werden Sie Ihren bisherigen Stromversorger [Einblendung SWI 2] wechseln?

**Interviewer:** Mehrfachnennung - Antwortvorgaben nicht vorlesen, Antworten zuordnen und wiederholt nachfragen!

- 1 Strompreis
- 2 unflexible Zahlungskonditionen
- 3 schlechter Service
- 4 möchte Öko-Strom
- 5 Beitrag zum Klimaschutz
- 6 Image des alten Versorgers/des neuen Versorgers
- 7 sonstige Gründe, und zwar \_\_\_\_\_

**Frage 12** Wenn Sie von einem Freund oder Bekannten um Rat gefragt würden, wie wahrscheinlich wäre es, dass Sie ihm Ihren aktuellen Stromversorger [Einblendung SWI 2] empfehlen würden? Wäre es ...?

**Interviewer:** Antwortvorgaben vorlesen! Bei „kann ich absolut nicht beurteilen“ Bewertung 0 eintragen!

- 1 absolut sicher
- 2 sehr wahrscheinlich
- 3 wahrscheinlich
- 4 eher unwahrscheinlich
- 5 unwahrscheinlich

**Frage 13** Wenn Sie Ihren aktuellen Stromversorger [Einblendung SWI 2] mit Ihnen bekannten anderen Stromversorgern vergleichen, halten Sie ihn für ...?

- 1 viel besser
- 2 etwas besser
- 3 genau so gut
- 4 etwas schlechter
- 5 viel schlechter

**Frage 14** Wie wichtig ist es Ihnen, dass Sie von Ihrem aktuellen Stromversorger [Einblendung SWI 2] und nicht von einem anderen Stromversorger versorgt werden? Ist Ihnen dies ...?

- 1 extrem wichtig
- 2 wichtig
- 3 eher wichtig
- 4 eher unwichtig
- 5 völlig unwichtig

## ZUFRIEDENHEITSURTEILE ERDGAS

Abschließend geht es noch einmal um das Thema Erdgas. (NUR BEI ERDGASBEZUG!)

**Frage 15** Wie zufrieden sind Sie mit der Sicherheit und Zuverlässigkeit der Erdgasversorgung bei Ihrem Erdgasversorger [Einblendung SWI 2/SWI 3]? Vergeben Sie bitte eine Bewertung zwischen 1 = „in höchstem Maße zufrieden“ bis 5 = „unzufrieden“.

( ) Bewertung

**Frage 16** Wie zufrieden sind Sie mit der Umweltverträglichkeit des Erdgases Ihres Erdgasversorger [Einblendung SWI 2/SWI 3]? Vergeben Sie bitte eine Bewertung zwischen 1 = „in höchstem Maße zufrieden“ bis 5 = „unzufrieden“.

( ) Bewertung

**Frage 17** Und wie fällt Ihr Urteil aus, wenn Sie die Erdgaspreise Ihres Erdgasversorgers [Einblendung SWI 2/SWI 3] ins Verhältnis zu dessen Leistungen setzen? Ist das Preis-Leistungsverhältnis aus Ihrer Sicht ...?

**Interviewer:** Bei „kann ich absolut nicht beurteilen“ Bewertung 0 eintragen!

- 1 sehr gut
- 2 gut
- 3 angemessen
- 4 mäßig
- 5 schlecht

**Frage 18** NUR ERDGASVERSORGER NICHT IDENTISCH MIT STROMVERSORGER:  
Wenn Sie sich Ihre Bewertungen noch einmal vergegenwärtigen, wie zufrieden sind Sie dann insgesamt mit Ihrem Erdgasversorger [Einblendung SWI 2/SWI 3]? Bitte vergeben Sie eine Bewertung zwischen 1 = „in höchstem Maße zufrieden“ und 5 = „unzufrieden“.

**Interviewer:** Bei „kann ich absolut nicht beurteilen“ Bewertung 0 eintragen!

( ) Bewertung

### WETTBEWERB IN DER ERDGASWIRTSCHAFT

**Frage 19** Wenn Sie sich jetzt Ihre gesamte Geschäftsbeziehung mit Ihrem jetzigen Erdgasversorger [Einblendung SWI 2/SWI 3] vergegenwärtigen und sich dabei vorstellen, dass verschiedene andere Erdgasversorger zur Auswahl stehen, wie wahrscheinlich würden Sie aus jetziger Sicht dennoch bei Ihrem Erdgasversorger [Einblendung SWI 2/SWI 3] bleiben? Würden Sie ...?

**Interviewer:** Antwortvorgaben vorlesen! Bei „kann ich absolut nicht beurteilen“ Bewertung 0 eintragen!

- 1 absolut sicher bleiben ..... → Frage 22.1
- 2 sehr wahrscheinlich bleiben ..... → Frage 22.1
- 3 wahrscheinlich bleiben ..... → Frage 22.1
- 4 eher unwahrscheinlich bleiben ..... → Frage 22.2
- 5 unwahrscheinlich bleiben ..... → Frage 22.2

**Frage 19.1** Warum werden Sie bei Ihrem bisherigen Gasversorger [Einblendung SWI 2/SWI 3] bleiben?

**Interviewer:** Mehrfachnennung - Antwortvorgaben nicht vorlesen, Antworten zuordnen und wiederholt nachfragen!

- 1 günstiger Gaspreis
- 2 kenne derzeit keine bessere Alternative
- 3 bin soweit zufrieden
- 4 die Preise werden sich ohnehin angleichen
- 5 Bequemlichkeit/Gewohnheit/Zeitmangel
- 6 regionaler Anbieter/vor Ort
- 7 nie Probleme gehabt
- 8 Sicherheit der Gasversorgung
- 9 Wechsel ist zu aufwendig/lohnt nicht
- 10 guter Service des bisherigen Anbieters
- 11 sonstige Gründe, und zwar \_\_\_\_\_

**Frage 19.2** Warum werden Sie Ihren bisherigen Gasversorger [Einblendung SWI 2/SWI 3] wechseln?

**Interviewer:** Mehrfachnennung - Antwortvorgaben nicht vorlesen, Antworten zuordnen und wiederholt nachfragen!

- 1 Gaspreis
- 2 unflexible Zahlungskonditionen
- 3 schlechter Service
- 4 sonstige Gründe, und zwar \_\_\_\_\_

**Frage 20** Wenn Sie von einem Freund oder Bekannten um Rat gefragt würden, wie wahrscheinlich wäre es, dass Sie ihm Ihren aktuellen Gasversorger [Einblendung SWI 2/SWI 3] empfehlen würden? Wäre es ...?

**Interviewer:** Antwortvorgaben vorlesen! Bei „kann ich absolut nicht beurteilen“ Bewertung 0 eintragen!

- 1 absolut sicher
- 2 sehr wahrscheinlich
- 3 wahrscheinlich
- 4 eher unwahrscheinlich
- 5 unwahrscheinlich

**Frage 21** Wenn Sie Ihren aktuellen Erdgasversorger [Einblendung SWI 2/SWI 3] mit Ihnen bekannten anderen Erdgasversorgern vergleichen, halten Sie ihn für ...?

- 1 viel besser
- 2 etwas besser
- 3 genau so gut
- 4 etwas schlechter
- 5 viel schlechter

**Frage 22** Wie wichtig ist es Ihnen, dass Sie von Ihrem aktuellen Erdgasversorger [Einblendung SWI 2/SWI 3] und nicht von einem anderen Erdgasversorger versorgt werden? Ist Ihnen dies ...?

- 1 extrem wichtig
- 2 wichtig
- 3 eher wichtig
- 4 eher unwichtig
- 5 völlig unwichtig

### SOZIODEMOGRAPHIE

Abschließend bitte ich Sie noch um einige Angaben zu Ihrem Haushalt, die wir zu rein statistischen Zwecken benötigen.

**Frage 23** Wohnen Sie derzeit zur Miete oder in Eigentum?

- 1 Miete
- 2 Eigentum

**Frage 24** Wohnen Sie in einer Wohnung oder in einem Einfamilienhaus?

- 1 Wohnung
- 2 Einfamilienhaus

**Frage 25** Wie viele Personen leben ständig in Ihrem Haushalt, Sie selbst mit eingeschlossen?

- 1 1 Person
- 2 2 Personen
- 3 3 Personen
- 4 4 Personen
- 5 5 und mehr Personen

**Frage 26** Und wie viele davon sind 14 Jahre und älter?

- 1 1 Person
- 2 2 Personen
- 3 3 Personen
- 4 4 Personen
- 5 5 und mehr Personen

**Frage 27** Welche Schule haben Sie zuletzt besucht, bzw. welchen Schulabschluss haben Sie?

- 1 Volks- oder Hauptschule (8-klassig), ohne abgeschlossene Lehre
- 2 Volks- oder Hauptschule (8-klassig), mit abgeschlossener Lehre
- 3 weiterbildende Schule ohne Abitur (10-klassige polytechnische Oberschule, früher Mittelschule)
- 4 Abitur, Hochschulreife, Fachhochschulreife (Gymnasium, 12-klassige erweiterte Oberschule, früher Oberschule)
- 5 abgeschlossenes Studium (Universität, Akademie, Fachhochschule, Technikum)

**Frage 28** Darf ich fragen, wie alt Sie sind?

( ) Jahre

**Frage 29** Welche berufliche Tätigkeit übt der Haushaltsvorstand aus?

- 1 Arbeiter(in)
- 2 Facharbeiter(in)/Handwerker(in)
- 3 Angestellte(r)
- 4 Beamter(in)
- 5 Selbständige(r)/Gewerbetreibende(r)/Freier Beruf
- 6 Landwirt(in)
- 7 Hausfrau/-mann
- 8 Student(in)
- 9 Rentner/Pensionär
- 10 Auszubildende(r)
- 11 arbeitssuchend/arbeitslos
- 12 geringfügig beschäftigt
- 13 sonstiges

**Frage 30** Wie hoch ist etwa das monatliche Nettoeinkommen des gesamten Haushalts?

- 1 unter 900 Euro
- 2 900 bis unter 1.500 Euro
- 3 1.500 bis unter 2.000 Euro
- 4 2.000 bis unter 2.500 Euro
- 5 2.500 bis unter 3.500 Euro
- 6 3.500 Euro und mehr

**Frage 31** Geschlecht der Befragungsperson

- 1 weiblich
- 2 männlich