



BDEW Kundenfokus Haushalte  
Repräsentative Bundesstudie 2015

Ergebnisbericht  
(inkl. ausgewählter Zeitreihen)

November 2015

Wir machen Märkte *transparent*.



Untersuchungssteckbrief .....	3
Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick .....	4
Energieversorger in der Öffentlichkeit .....	11
Energiewende .....	17
Image und Kundenzufriedenheit .....	21
Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft .....	48
Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft .....	60
Handlungsfelder und Ansatzpunkte für Unternehmen im Wettbewerb .....	71
Ergebnisse der Modellanalyse .....	75
Anhang – Fragebogen .....	81

## Projekt

BDEW Kundenfokus Haushalte – Repräsentative Bundesstudie 2015  
Jährlich seit 1999 durchgeführte bundesweite Repräsentativbefragung

## Zielgruppe

Privathaushalte in Deutschland

## Befragungsmethodik

- computergestützte telefonische Interviews (CATI) anhand eines standardisierten Fragebogens
- Interviewdauer ca. 25 Minuten
- Feldarbeit erfolgte in der 41. bis 43. Kalenderwoche 2015
- Stichprobenziehung nach Gabler-Häder-Verfahren
- Gasversorgte Gemeinden wurden entsprechend ihres Einwohnergewichts in der Gesamtstichprobe berücksichtigt

## Inhalte

Zentrale Themen:

- Bekanntheit und Wahrnehmung von Energieversorgern
- Image der Energieversorger
- Kontakte zum Energieversorger
- Kundenzufriedenheit und Kundenbindung



**Image- und  
Zufriedenheitsaspekte zeigen  
kaum Veränderungen!**

- Die **Imageaspekte** und die **Aspekte der Kundenzufriedenheit** werden im Vergleich zur Studie 2014 **weitestgehend unverändert** bewertet. Die Bewertungen liegen dabei überwiegend auf einem guten Niveau.

**Preise werden besser bewertet!**

- Entgegen diesem Trend zeigen sich sowohl beim Image („hat angemessene Preise“) als auch bei der **Nachfrage zum Preis-Leistungs-Verhältnis** für Strom zum Teil deutliche **Verbesserungen** gegenüber dem Vorjahr.

**Höhere Zufriedenheit mit dem  
Energieversorger nach Wechsel!**

- Kunden die bereits ihren **Energieversorger gewechselt haben** beurteilen ihren aktuellen Versorger sowohl bei den **Image-** als auch bei den **Zufriedenheitsaspekten besser** als Kunden die noch nicht gewechselt haben.

**Bessere Bewertung des  
Kontakts!**

- Der **Kontakt** wird insgesamt **besser bewertet** als im Vorjahr, dies schlägt sich auch in einer besseren Bewertung von Zufriedenheitsaspekten zum Thema Kontakt und Kundenbetreuung bei einem tatsächlichen Kontakterlebnis nieder.

**Schlechtere Bewertungen bei  
Fragen zum Thema Erdgas!**

- Fast alle Fragestellungen zum **Thema Erdgas**, wie Versorgungssicherheit, Umweltverträglichkeit, Preis-Leistungs-Verhältnis, Gesamtzufriedenheit und Verbleibswahrscheinlichkeit werden gegenüber der Studie 2014 **schlechter bewertet!**

**E.ON und Stadtwerke gewinnen an ungestützter Bekanntheit!**

- E.ON und die Stadtwerke weisen die höchste ungestützte Bekanntheit auf (jeweils 39%), gefolgt von und RWE (32%).
- Dabei fällt im Jahresvergleich insbesondere auf, dass die Bekanntheit der Energieversorger insgesamt leicht gestiegen ist, insbesondere bei E.ON und den Stadtwerken (jeweils +3 Prozentpunkte).

**Tageszeitungen dominieren als Wahrnehmungsquelle!**

- Tageszeitungen sind die wichtigsten Wahrnehmungsquellen (32%), gefolgt von Infopost und Postwurfsendungen (17%).
- Die Wahrnehmung der Energieversorger über Tageszeitungen ist im Vergleich zum Vorjahr um 2 Prozentpunkte gesunken.

**Unveränderte Bewertung des öffentlichen Auftritts der Energieversorger!**

- Knapp jeder Dritte kann sich an Werbung seines Energieversorgers erinnern (30%; -2 Prozentpunkte).
- Tageszeitungen und Mailing-Aktionen weisen die höchste Werbeerinnerung auf (35% bzw. 33% der Werbeerinnerer).
- Die Ø-Bewertung der wahrgenommenen Werbung hat sich auf einer fünfstufigen Skala (1 = „hat mir sehr gut gefallen“ bis 5 = „hat mir überhaupt nicht gefallen“) gegenüber 2014 um 0,1 Notenpunkte von 2,8 auf 2,7 verbessert. Die Zufriedenheit mit dem öffentlichen Auftritt der Energieversorger hat sich ebenso um 0,1 Notenpunkte von 2,5 auf 2,4 verbessert.

**Mehr als ein Drittel der Befragten informieren sich nicht über Energieversorger und deren Preise!**

- Mehr als ein Viertel der Befragten informiert sich ein Mal pro Jahr über Energieversorger und Preise (29%), 37% informieren sich gar nicht.
- Die wichtigste Informationsquelle ist wie im Vorjahr das Internet: Vergleichsportale (35%; +2 Prozentpunkte) und Seiten von Energieversorgern (31%) werden am häufigsten zur Information genutzt, gefolgt von Tageszeitungen/Zeitschriften/Fachzeitschriften (29%).

**Die Bekanntheit des Begriffs Energiewende ist unverändert hoch!**

**Aktivitäten der Energieversorger zur Energiewende werden besser bewertet!**

**Energiewende wird überwiegend befürwortet!**

- Den Begriff Energiewende kennen bei ungestützter Nachfrage unverändert rund 80% der Befragten, sie verstehen darunter hauptsächlich die Umstellung der Energieversorgung auf erneuerbare Energien (54%).
- Bei gestützter Nachfrage haben 92% bereits von der Energiewende gehört (+2 Prozentpunkte).
- Die Aktivitäten der Energieversorger im Rahmen der Energiewende werden leicht besser bewertet. Sowohl die Umstellung der Energieversorgung auf erneuerbare Energien als auch die Unterstützung von Energieeffizienz-Maßnahmen wird mit einer Durchschnittsnote von 2,4 (2014: Ø 2,5) auf einer fünfstufigen Skala bewertet.
- Dabei ist bei beiden Aspekten der hohe Anteil „kann ich nicht beurteilen“ mit 36% bzw. 35% weiter auffällig.
- Die Mehrheit der Befragten befürwortet die Energiewende (67%; + 5 Prozentpunkte), nur 7% stehen ihr ablehnend gegenüber.

**Verbesserung des Image nur bei Vertrauenswürdigkeit, persönlicher Ansprache und Angemessenheit der Preise!**

**Verbesserung der Kundenzufriedenheit vor allem bei Aspekten der Tarife, Kundenbetreuung und Ökologie!**

**Leicht bessere Bewertung des Preis-Leistungs-Verhältnisses!**

**Unveränderte Gesamtzufriedenheit!**

- Das Image ist in weiten Teilen unverändert geblieben. Verbesserungen zeigen sich lediglich bei den Aspekten „ist vertrauenswürdig“ (2015: Ø 2,0 vs. 2014: Ø 2,1 auf einer fünfstufigen Skala), „spricht mich persönlich an“ (2015: Ø 2,4; 2014: Ø 2,5) sowie den angemessenen Preisen (2015: Ø 2,4; 2014: Ø 2,5).
- Imagestärke ist weiterhin die Zuverlässigkeit (Ø 1,6).
- Die Kundenzufriedenheit ist bei fast allen abgefragten Items nahezu unverändert. Verbesserungen zeigen sich bei Aspekten der Preise/Tarife, der Kundenbetreuung und der Ökologie. Die Transparenz der Preisgestaltung, die Attraktivität der angebotenen Tarife sowie die Einfachheit und Transparenz der Tarife (jeweils 2015: Ø 2,4; 2014: Ø 2,5), die Nachvollziehbarkeit der Begründung des Preisanpassungsschreiben (2015: Ø 2,6; 2014: Ø 2,7), die Geschäftszeiten des Kundenzentrums (2015: Ø 2,1; 2014: Ø 2,2), der Umfang und die Verständlichkeit der Beratung (jeweils 2015: Ø 2,2; 2014: Ø 2,3) sowie die Förderung erneuerbarer Energien (2015: Ø 2,4; 2014: Ø 2,5) und die Aktivitäten der Energieversorger die zur Energieeinsparung bei den Kunden beitragen (2015: Ø 2,5; 2014: Ø 2,6) werden leicht besser bewertet.
- Die höchste Kundenzufriedenheit besteht wie im Vorjahr hinsichtlich der Sicherheit und Zuverlässigkeit der Stromversorgung (Ø 1,6) und der Korrektheit der Rechnung (Ø 1,8).
- Das Preis-Leistungs-Verhältnis hat sich verbessert. So geben rd. 44% der Befragten an, dass das Preis-Leistungs-Verhältnis ihres Energieversorgers sehr gut bzw. gut ist. 2014 betrug dieser Anteil noch rd. 40%.
- Die durchschnittliche Gesamtzufriedenheit ist unverändert bei 2,1.



### Gering gestiegene Wechselquote!

- Die Wechselquote ist gegenüber der Welle 07/15 des BDEW Energietrends um 0,9 Prozentpunkte gestiegen und liegt aktuell bei 39,5%.
- Gegenüber dem Vorjahr ist dies eine Steigerung um 3,4 Prozentpunkte.

### Leicht höhere Kundenbindung!

- Zentrale Aspekte mit Einfluss auf die Kundenbindung weisen zur Vormessung eine uneinheitliche Entwicklung auf. Bei einer Mittelwertbetrachtung hat sich die Verbleibswahrscheinlichkeit ( $\emptyset$  2,1) um 0,1 Notenpunkte verschlechtert während die Weiterempfehlungsbereitschaft ( $\emptyset$  2,5) sich um 0,1 Notenpunkte verbessert hat. Der Wettbewerbervergleich ( $\emptyset$  2,6) und die Kundenzufriedenheit (siehe Seite 8) sind unverändert geblieben.
- Der Kundenbindungsgrad ist leicht von 73% auf 74% gestiegen und liegt im guten Bereich.

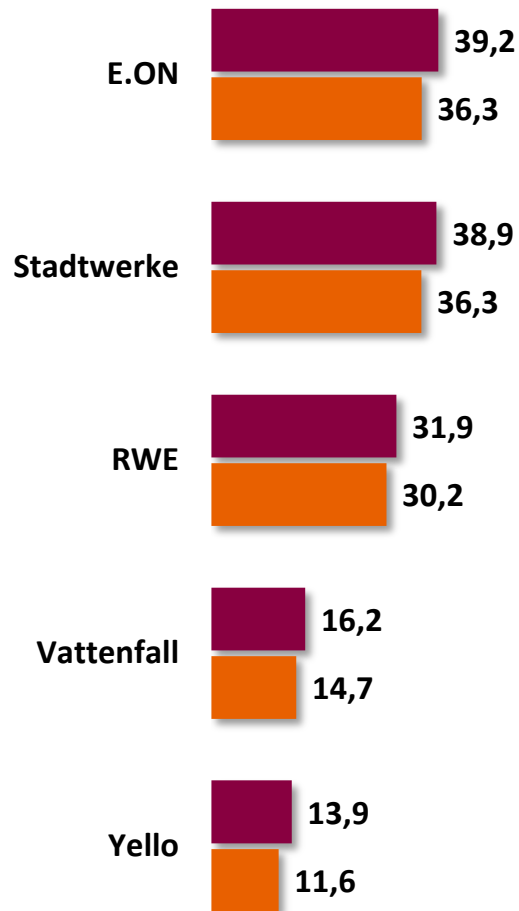
## Angemessene Bewertung des Preis-Leistungs-Verhältnisses!

## Gesunkene Gesamtzufriedenheit!

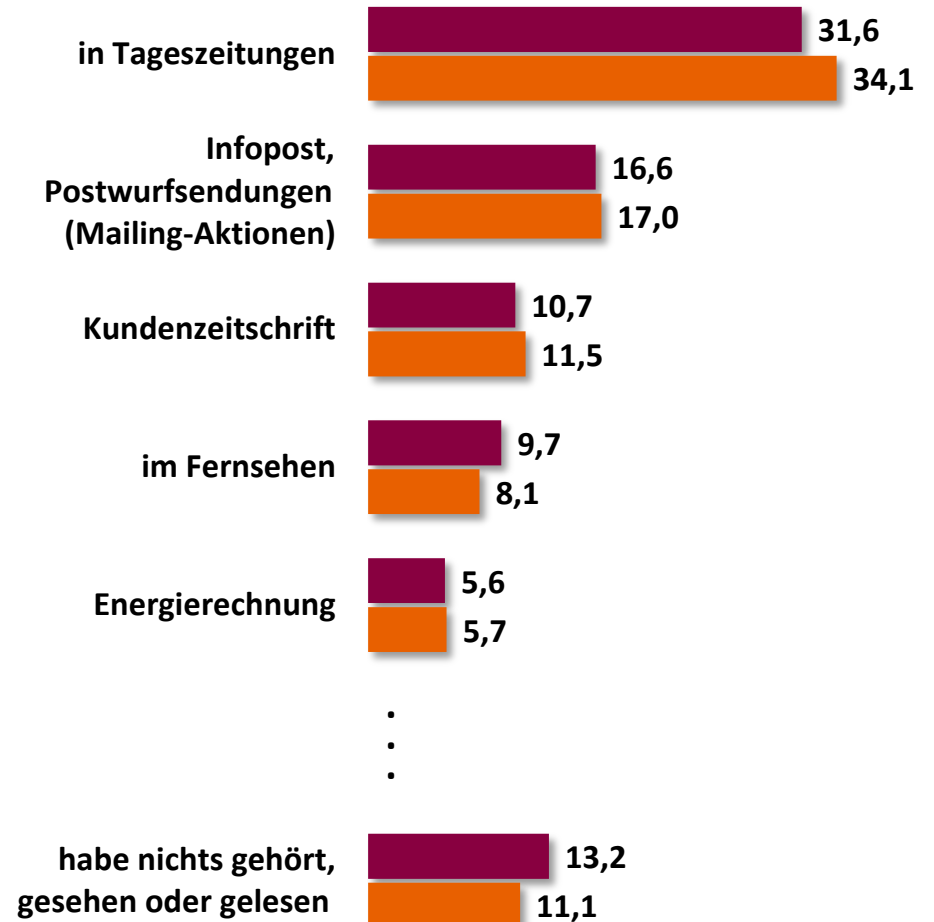
## Unveränderte Kundenbindung!

- Die Sicherheit und Zuverlässigkeit der Erdgasversorgung erreicht eine geringere Kundenzufriedenheit als im Vorjahr (2015: Ø 1,8; 2014: Ø 1,7).
- Das Preis-Leistungs-Verhältnis für Erdgas wird unverändert als angemessen bewertet (Ø 2,6).
- Die durchschnittliche Gesamtzufriedenheit mit dem Erdgasversorger ist um 0,1 Notenpunkte von 2,1 auf 2,2 gesunken.
- Zentrale Aspekte mit Einfluss auf die Kundenbindung weisen zur Vormessung unterschiedliche Entwicklungen auf. Bei einer Mittelwertbetrachtung haben sich die Verbleibswahrscheinlichkeit (Ø 2,2) und die Kundenzufriedenheit (siehe oben) um 0,1 Notenpunkte verschlechtert. Die Weiterempfehlungsbereitschaft (Ø 2,5) hat sich um 0,1 Notenpunkte verbessert. Lediglich der Wettbewerbervergleich (Ø 2,7) ist unverändert geblieben.
- Der Kundenbindungsgrad liegt unverändert bei 72% im guten Bereich.



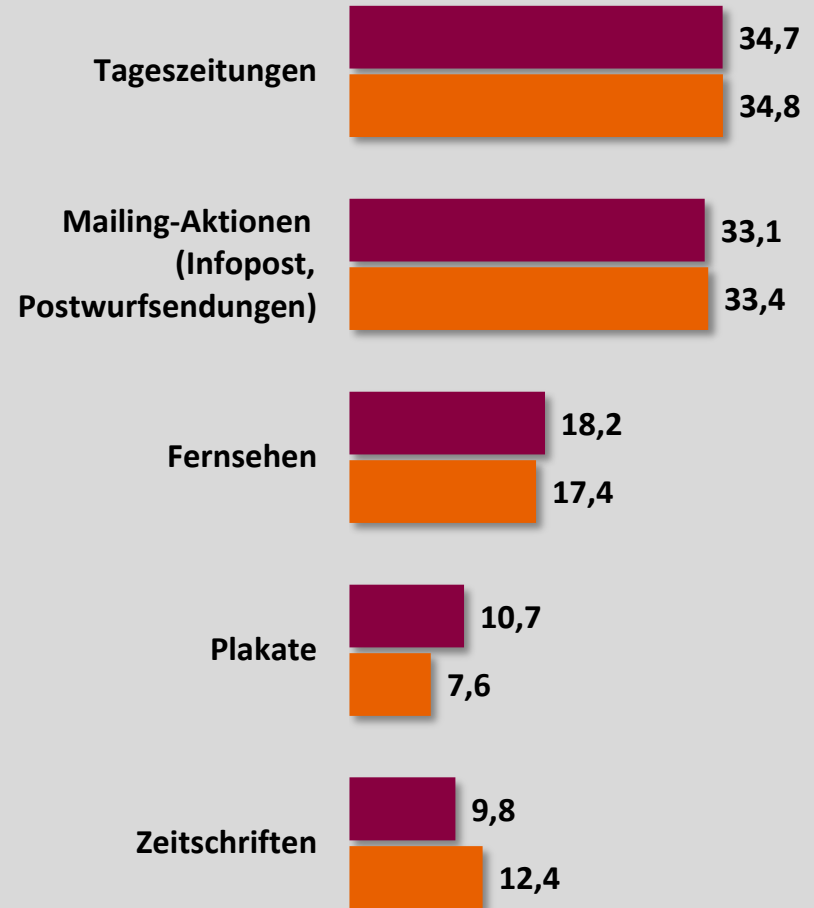
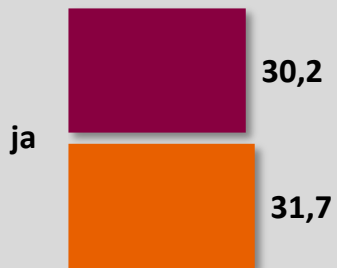


Frage 1: Welche Energieversorger, Energieanbieter bzw. Energiemarken fallen Ihnen spontan ein? (Mehrfachnennung, Auswahl der häufigsten Nennungen)



Frage 5: Wo haben Sie in letzter Zeit etwas über Ihren Energieversorger gehört, gesehen oder gelesen? (Mehrfachnennung, Auswahl der häufigsten Nennungen)

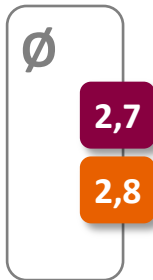
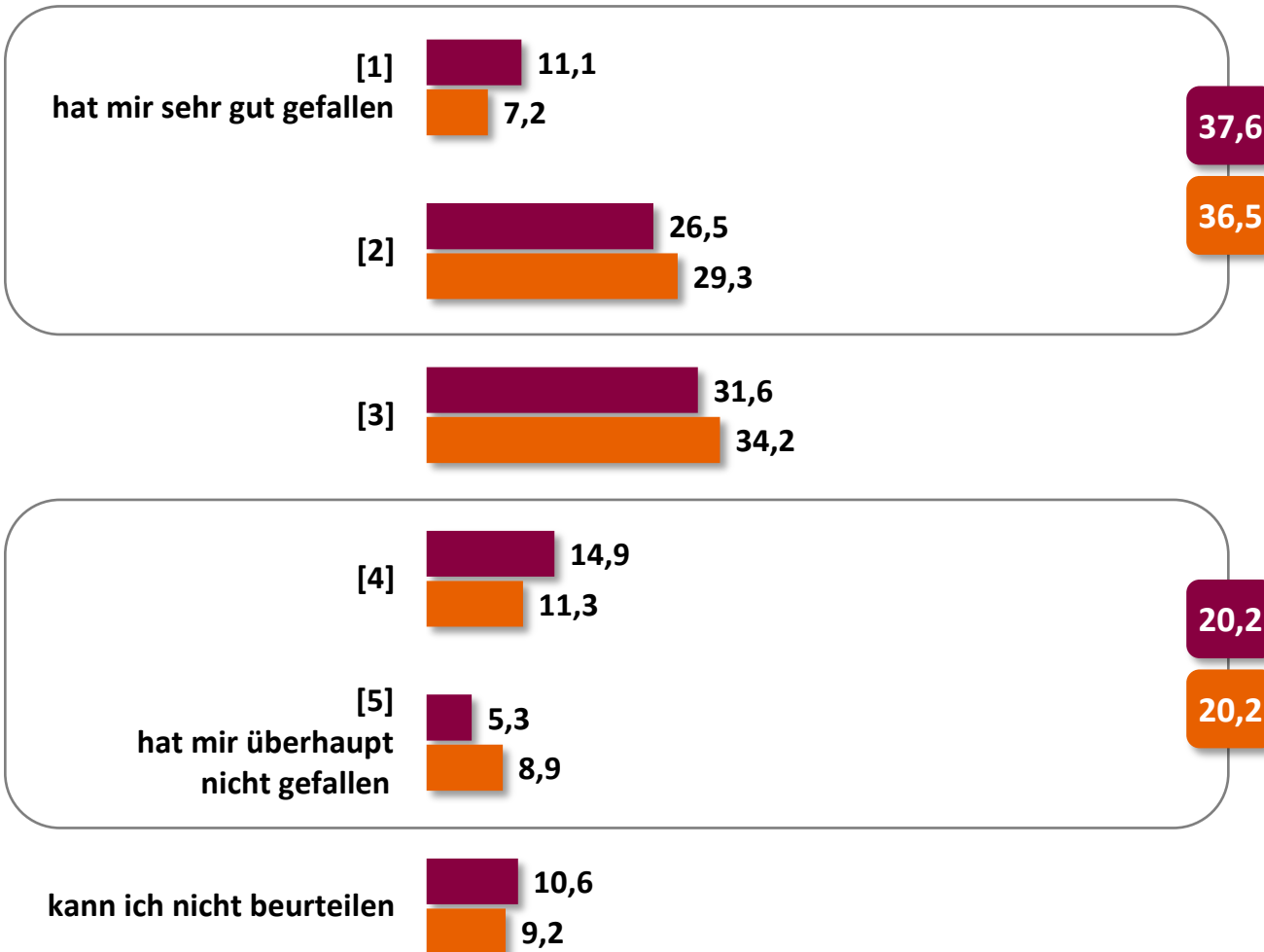
Angaben in %

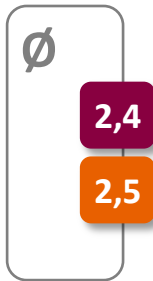
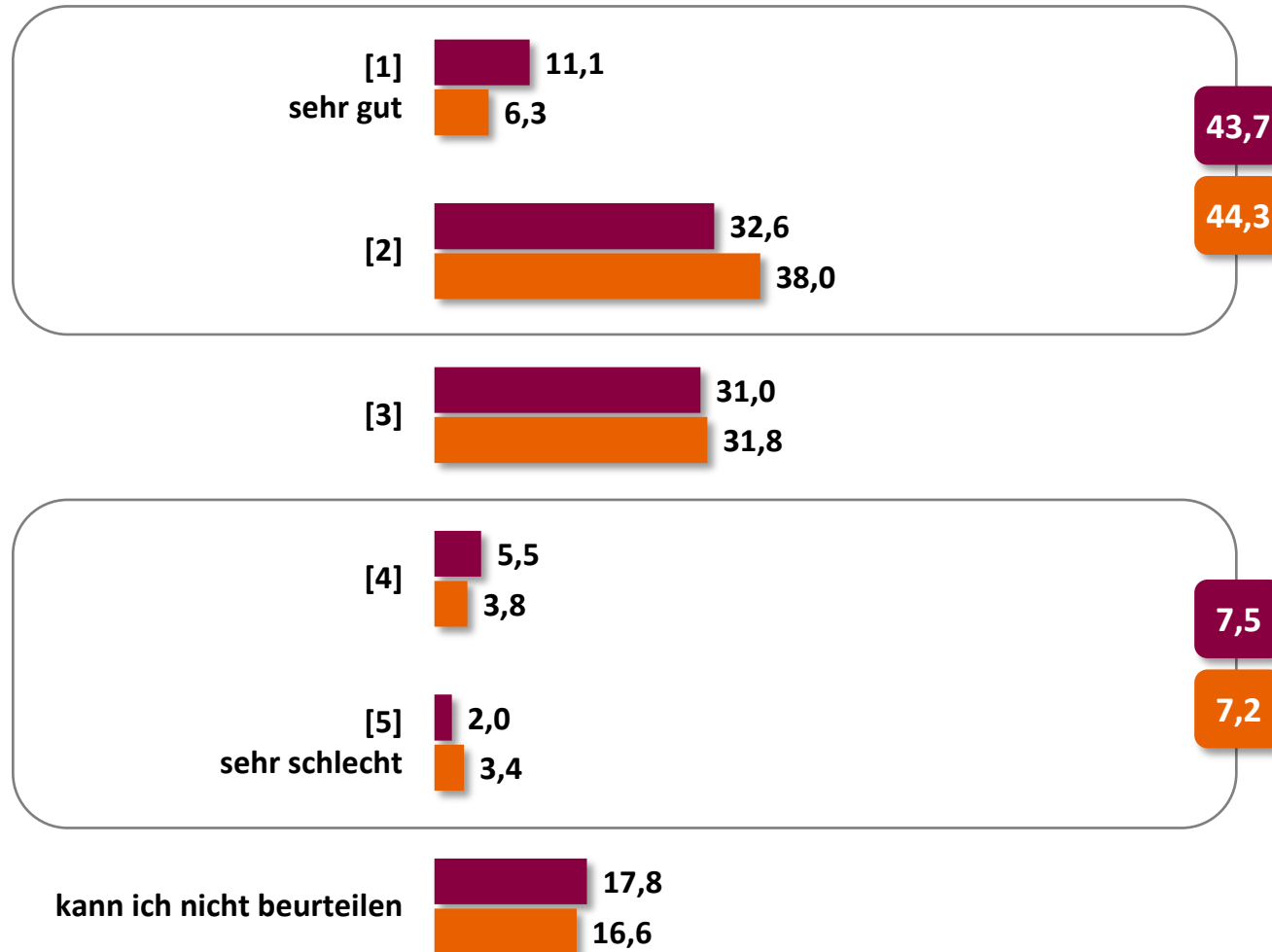


Frage 6: Können Sie sich an Werbung Ihres Energieversorgers in letzter Zeit erinnern?

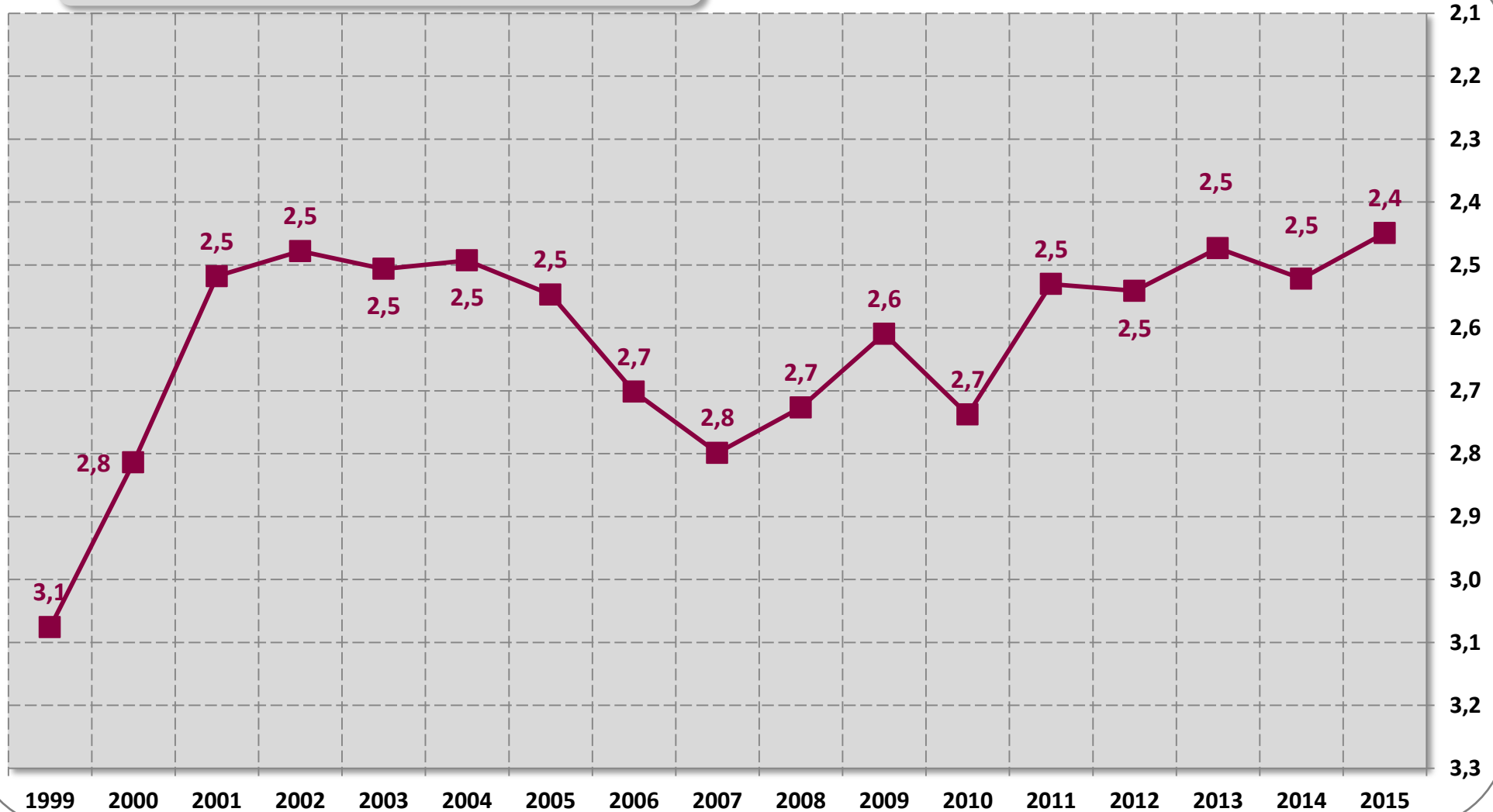
Frage 6.1: Wo haben Sie Werbung Ihres Energieversorgers gehört, gesehen oder gelesen? (Mehrfachnennung, Auswahl der häufigsten Nennungen)

Angaben in %



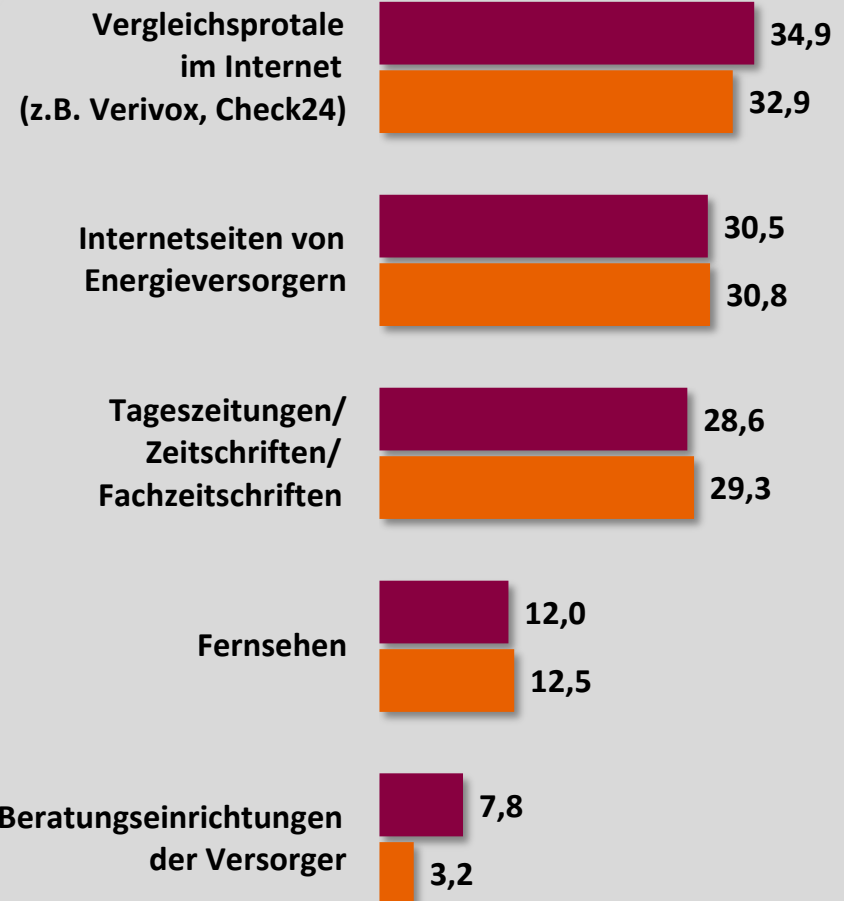
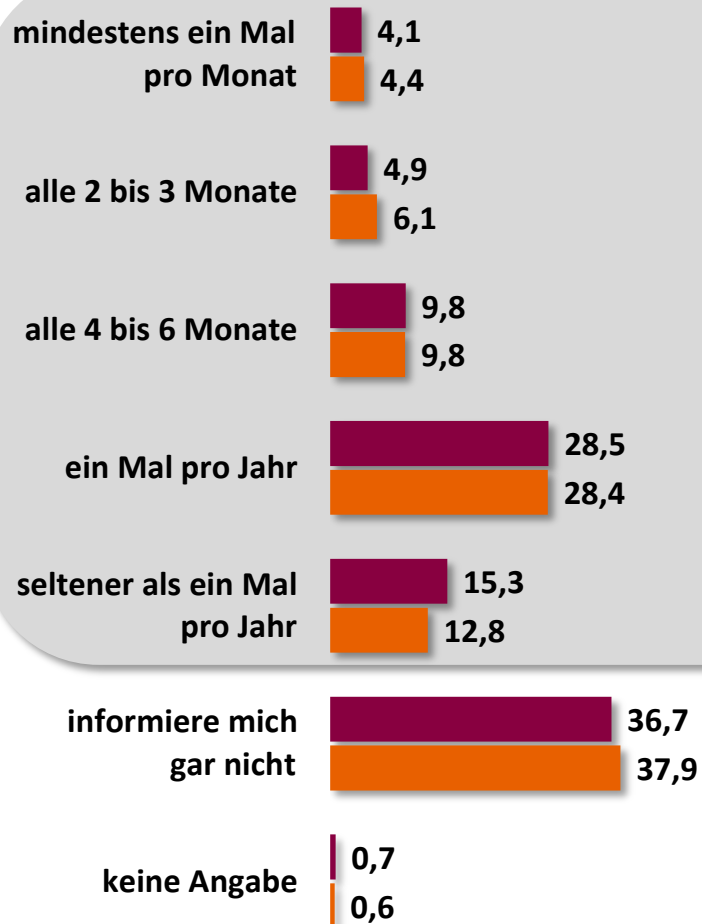


Mittelwerte auf einer Skala von 1=„sehr gut“ bis 5=„sehr schlecht“



Frage 7: Wie beurteilen Sie insgesamt den öffentlichen Auftritt Ihres Energieversorger?



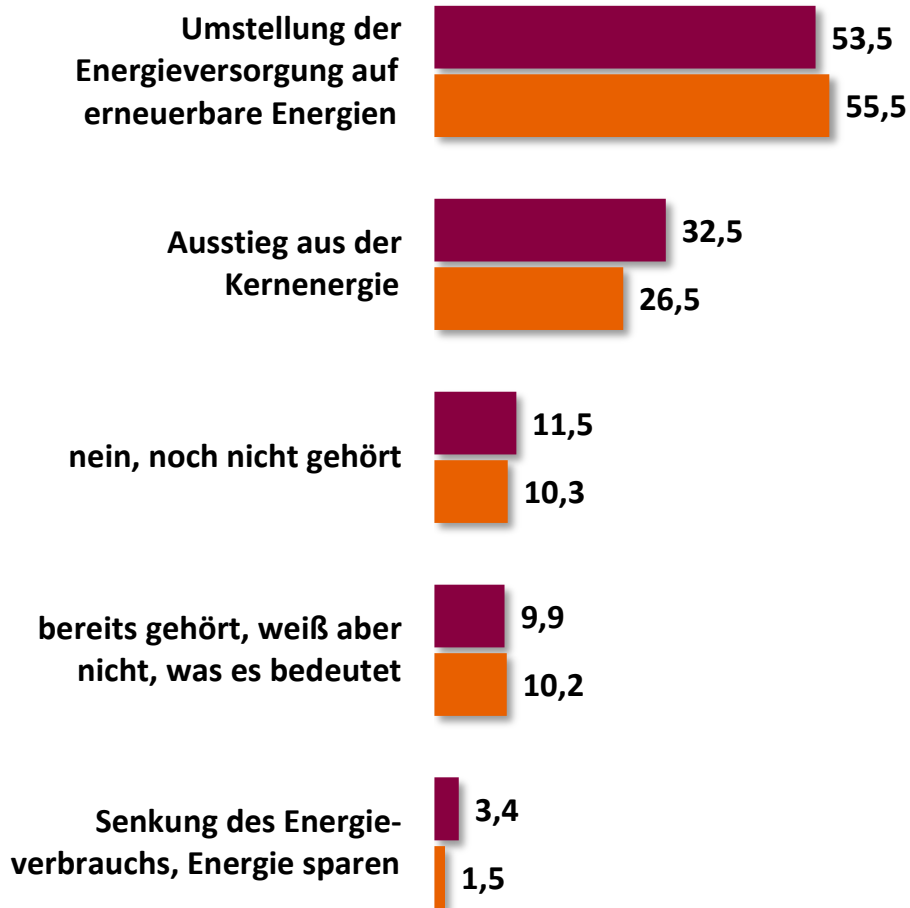


Frage 2: Wie regelmäßig informieren Sie sich über Energieversorger und deren Preise?

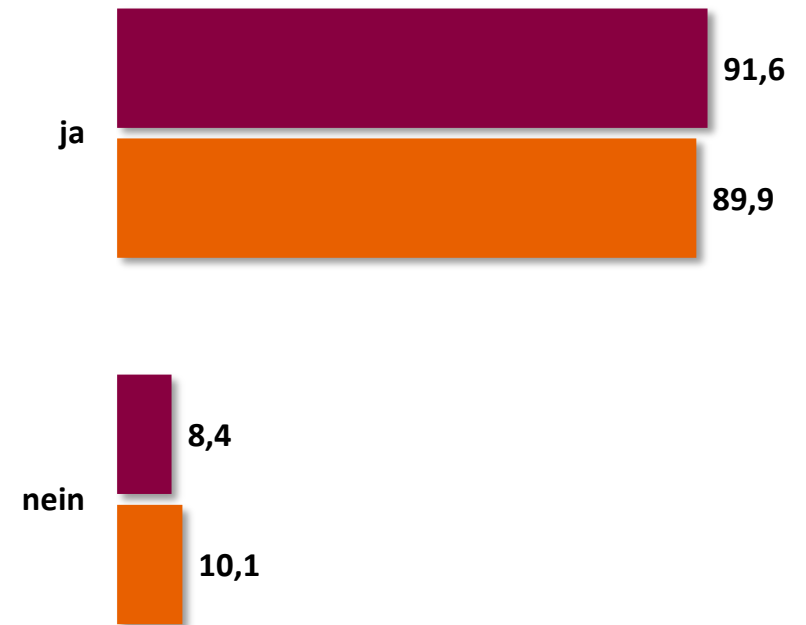
Frage 3: Welche Informationsquellen nutzen Sie, um sich über Energieversorger und deren Preise zu informieren? (Mehrfachnennung, Auswahl der häufigsten Nennungen)

Angaben in %





Frage 9: Haben Sie schon einmal den Begriff Energiewende gehört? Wenn ja, sagen Sie mir bitte auch, was Sie darunter verstehen. (Mehrfachnennung, Auswahl der häufigsten Nennungen)



Frage 10: Mit der Energiewende ist die Umstellung auf erneuerbare Energien, z.B. Energie aus Windkraft oder Solaranlagen sowie die Minderung des Energieverbrauchs durch die Verbesserung der Energieeffizienz, gemeint. Haben Sie davon schon einmal gehört?

Angaben in %

Anteile „kann ich  
absolut nicht beurteilen“

**Bottom-2-Boxes**  
Note 5 | Note 4

**Top-2-Boxes**  
Note 2 | Note 1

**Durchschnittliche Bewertung**  
trifft voll und ganz zu | trifft überhaupt nicht zu  
1 | 5

35,5

... ist bei der Umstellung der  
Energieversorgung auf erneuerbare  
Energien sehr aktiv

38,1

7,3

33,7

7,5

31,1

2,4 | 2,5

35,3

... unterstützt Energiesparen und  
die Minderung des  
Energieverbrauchs durch  
Energieeffizienz-Maßnahmen

36,6

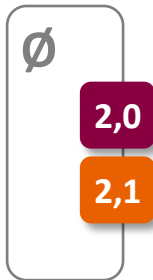
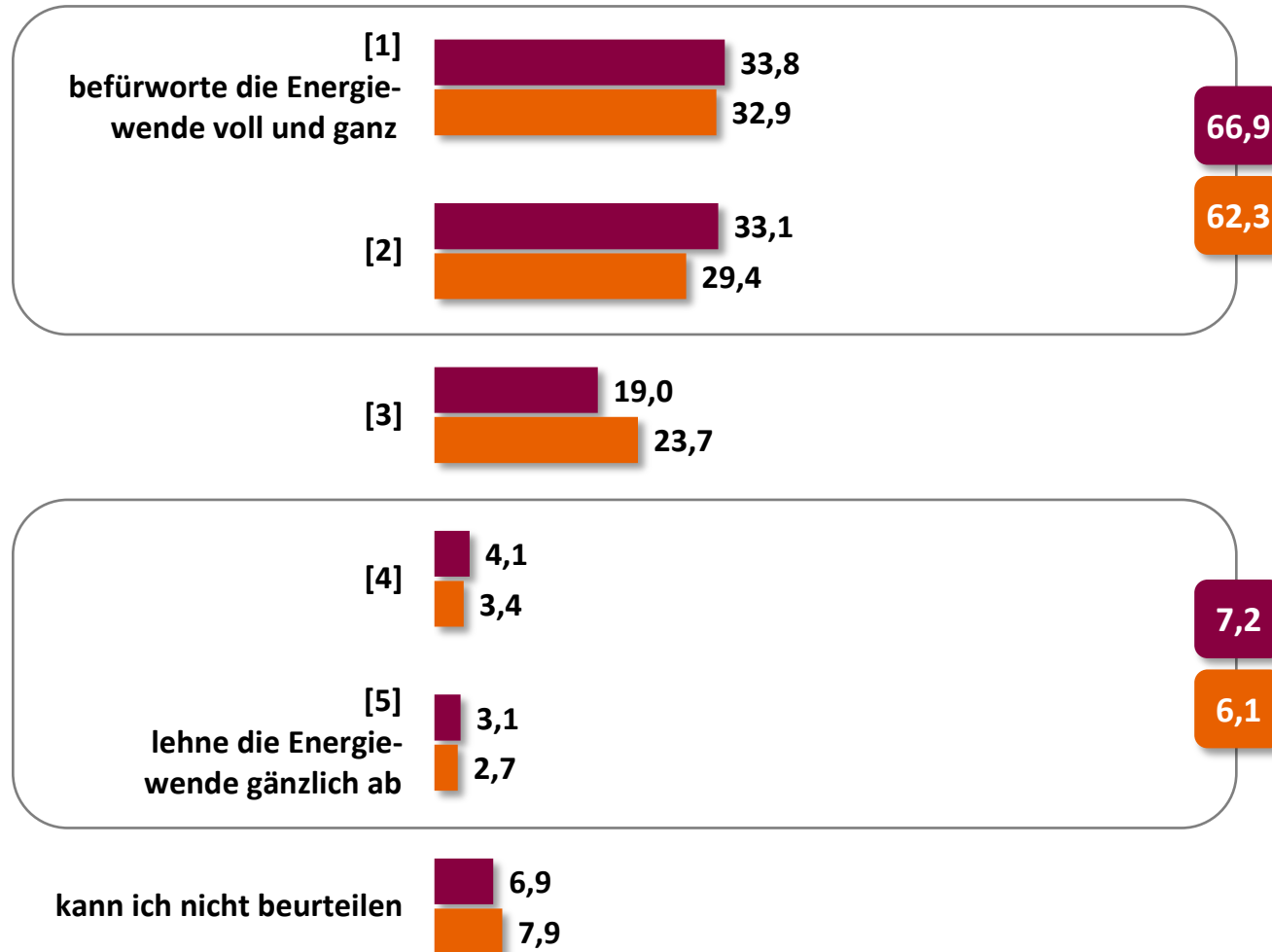
6,5

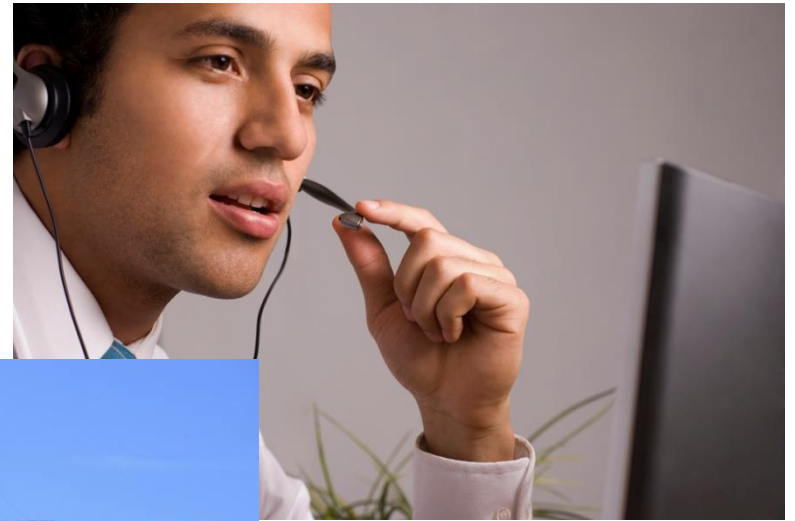
36,9

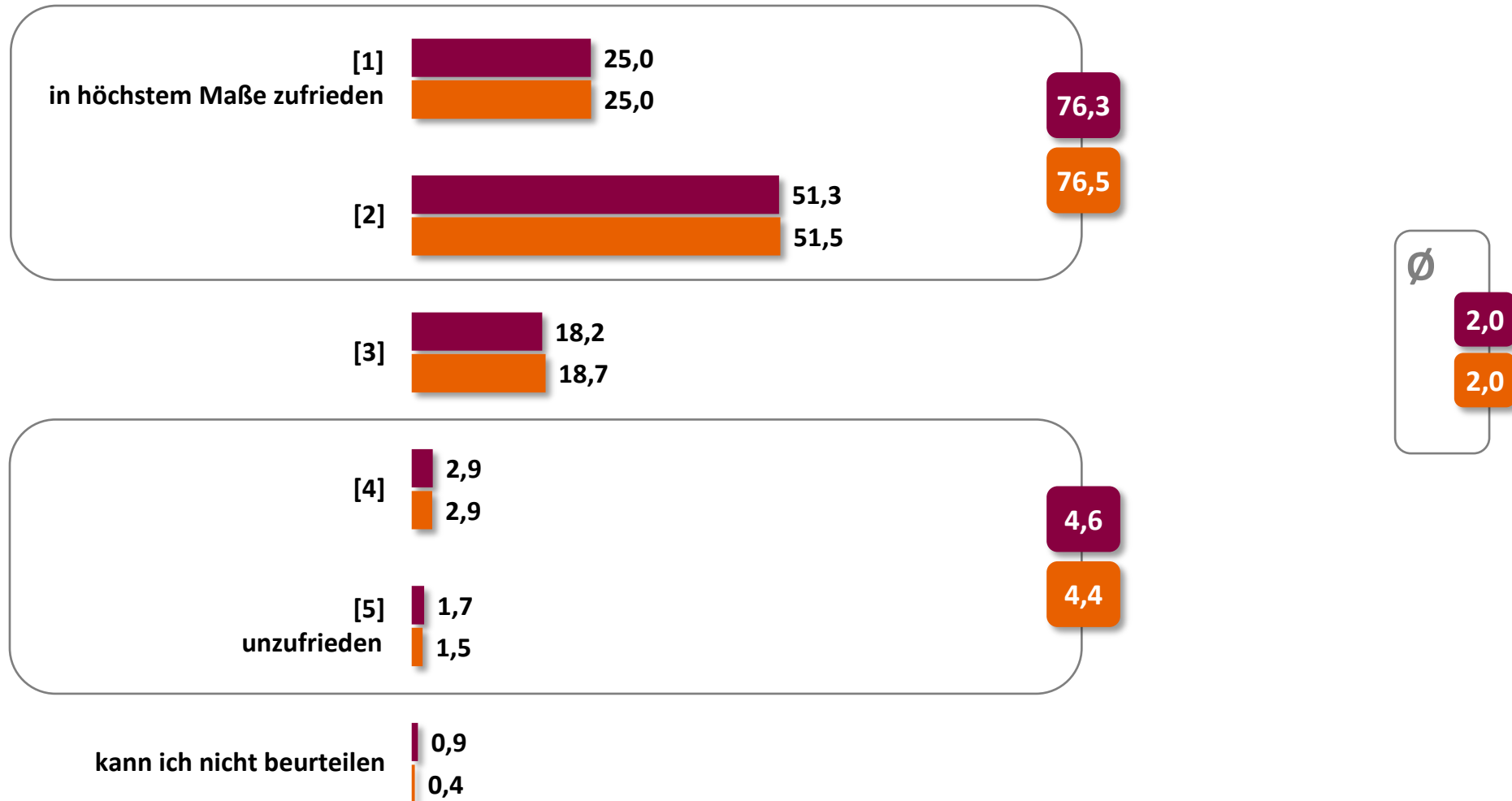
6,4

34,1

2,4 | 2,5

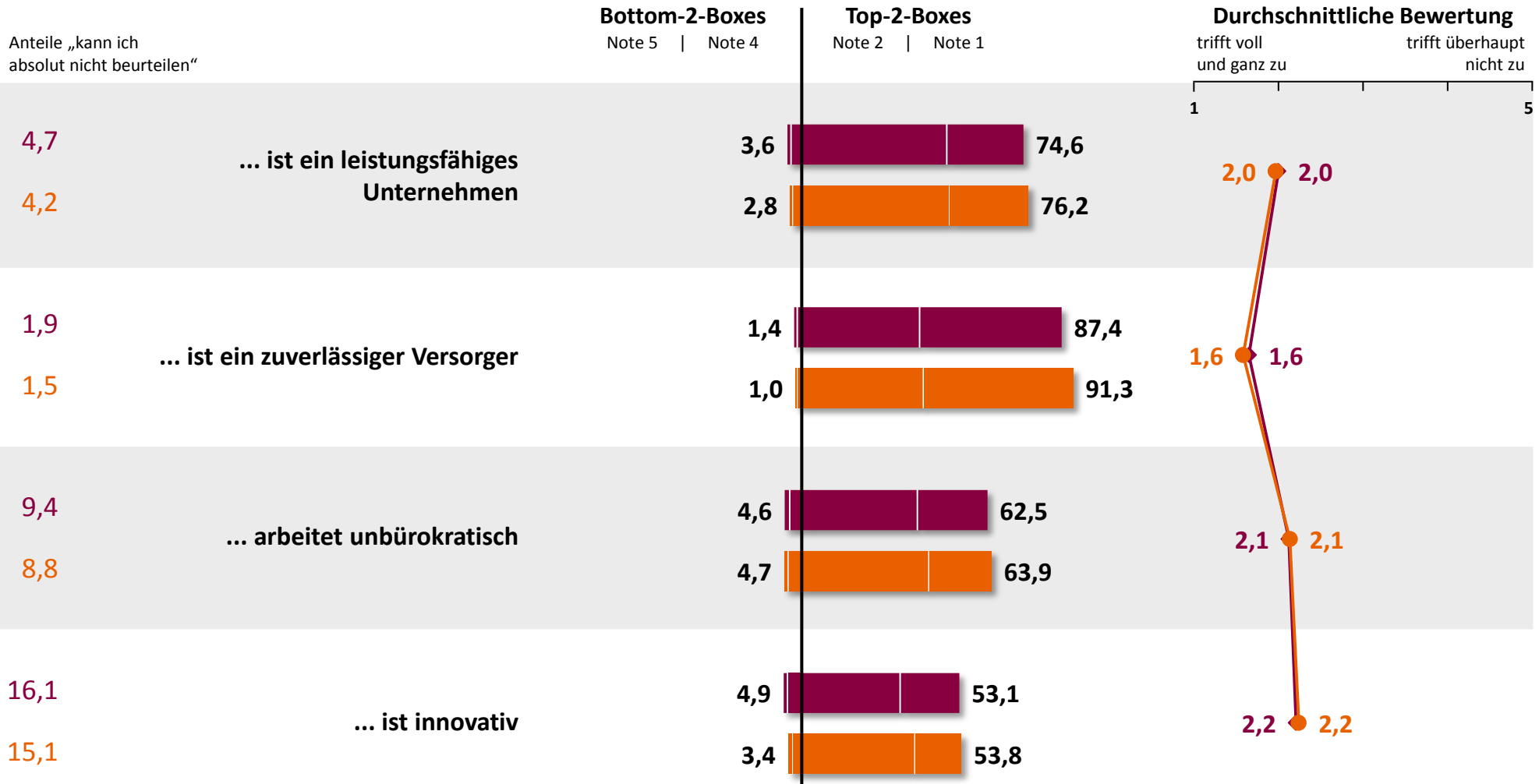






Frage 4: Wenn Sie an Ihren aktuellen Energieversorger denken, wie zufrieden sind Sie insgesamt mit Ihrem Energieversorger?

Angaben in %

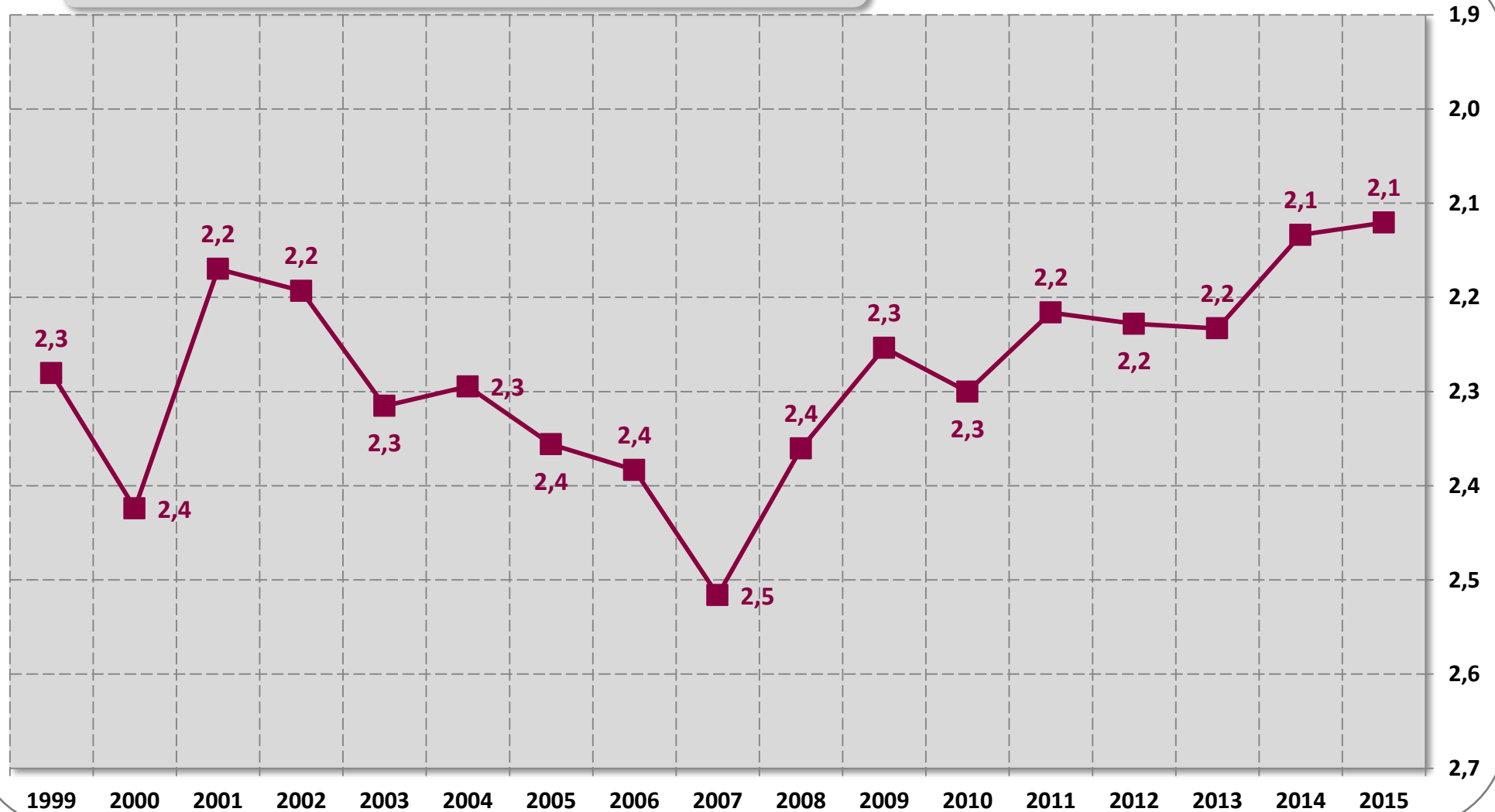


Frage 8: Welches Image hat Ihr Energieversorger bei Ihnen? Bitte beurteilen Sie anhand einer Bewertungsskala von 1 (trifft voll zu) bis 5 (trifft überhaupt nicht zu), inwieweit folgende Aussagen auf Ihren Energieversorger zutreffen. Mein Energieversorger ...

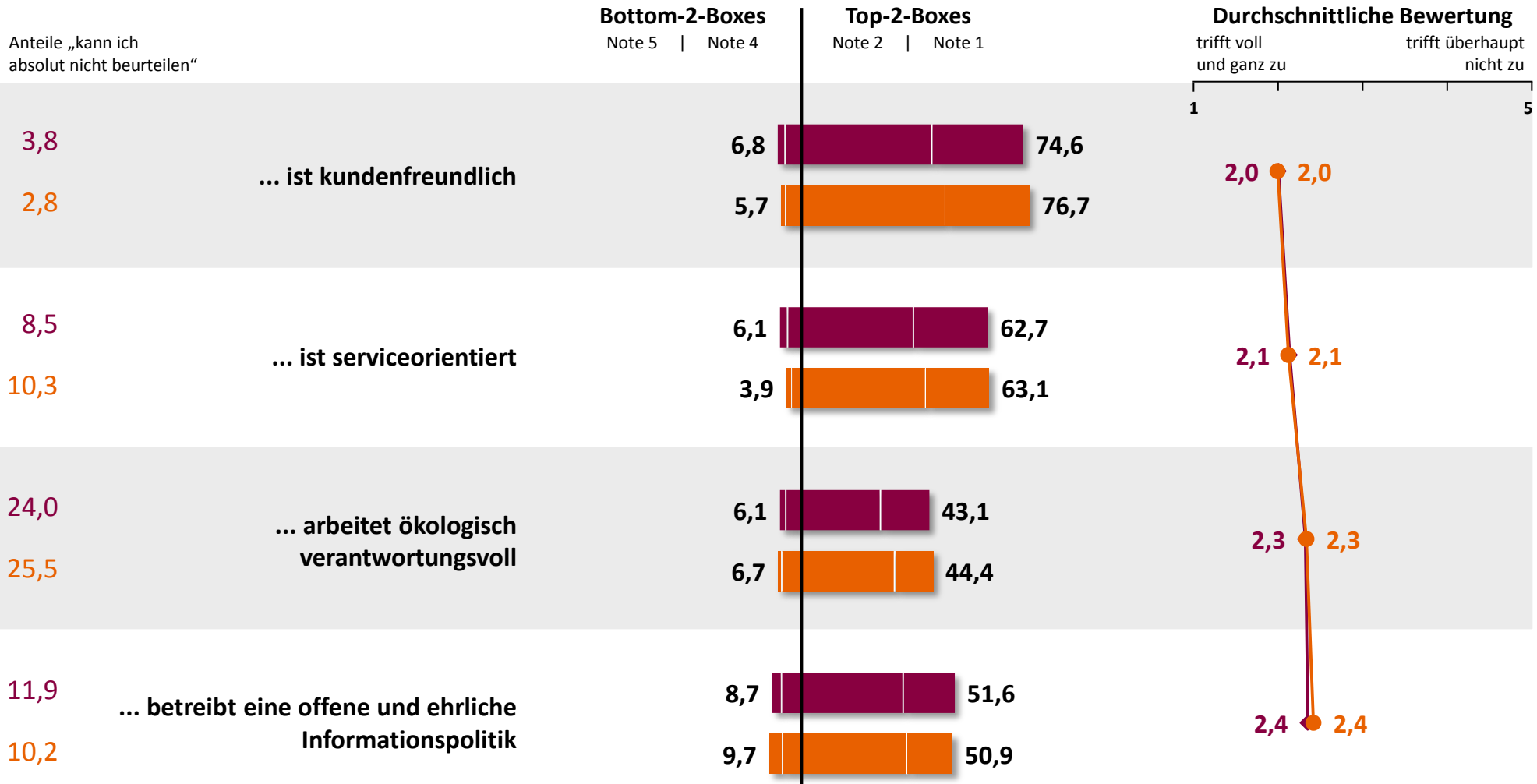
Angaben in %



Mittelwerte auf einer Skala von 1=„trifft voll und ganz zu“ bis 5=„trifft gar nicht zu“



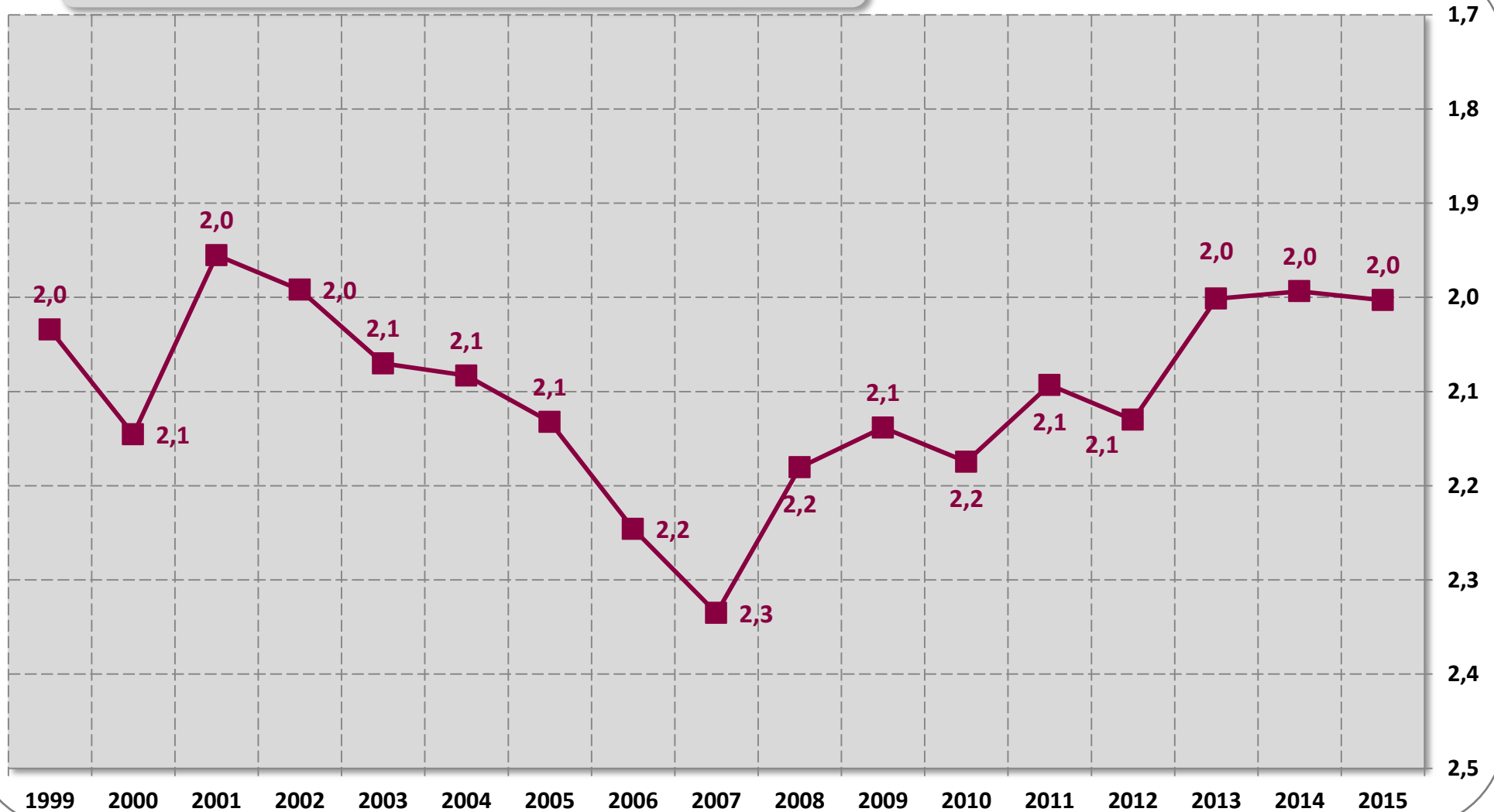
Frage 8: Welches Image hat Ihr Energieversorger bei Ihnen? – ... arbeitet unbürokratisch



Frage 8: 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. Mein Energieversorger ...

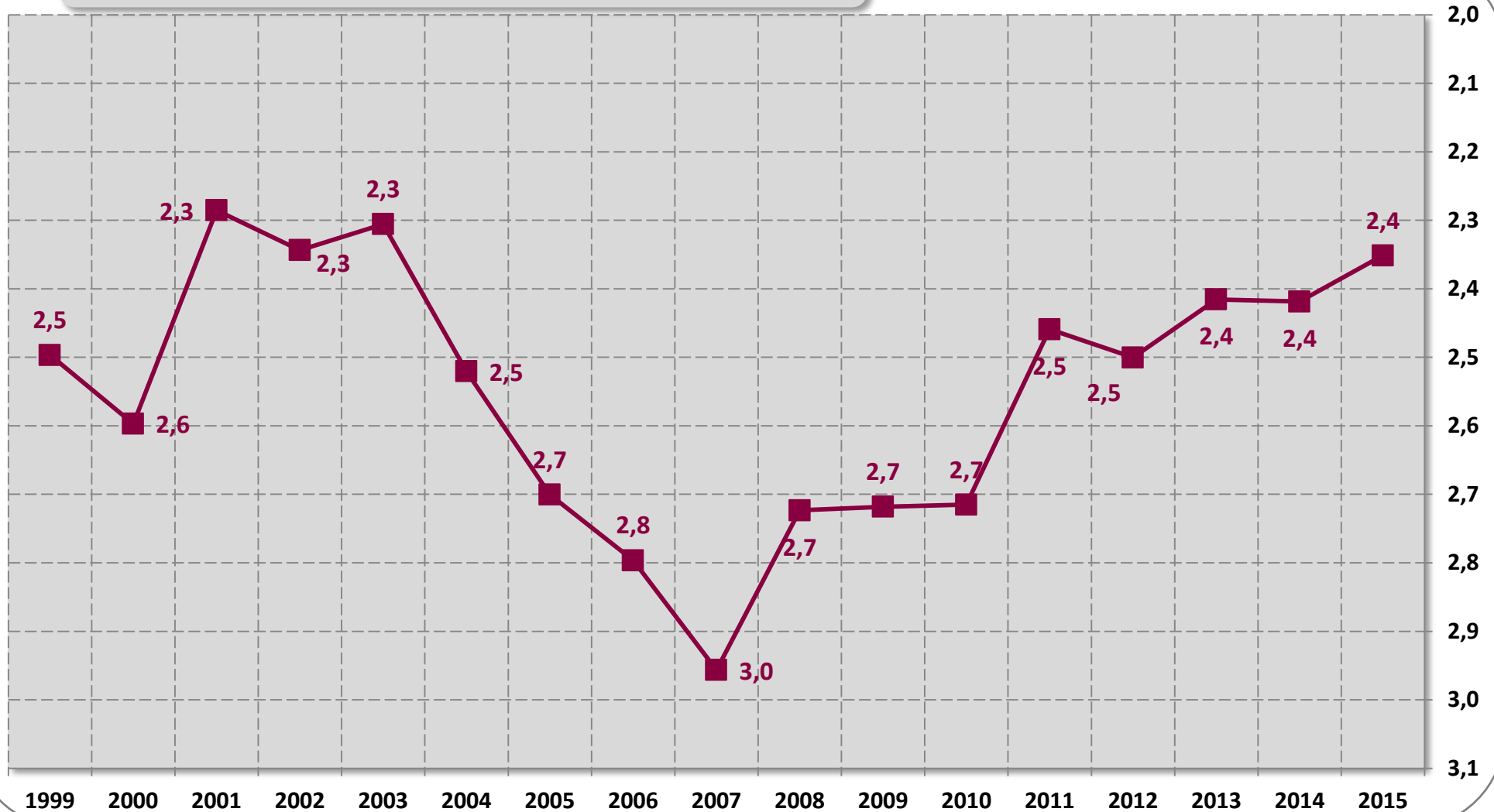
Angaben in %

Mittelwerte auf einer Skala von 1=„trifft voll und ganz zu“ bis 5=„trifft gar nicht zu“

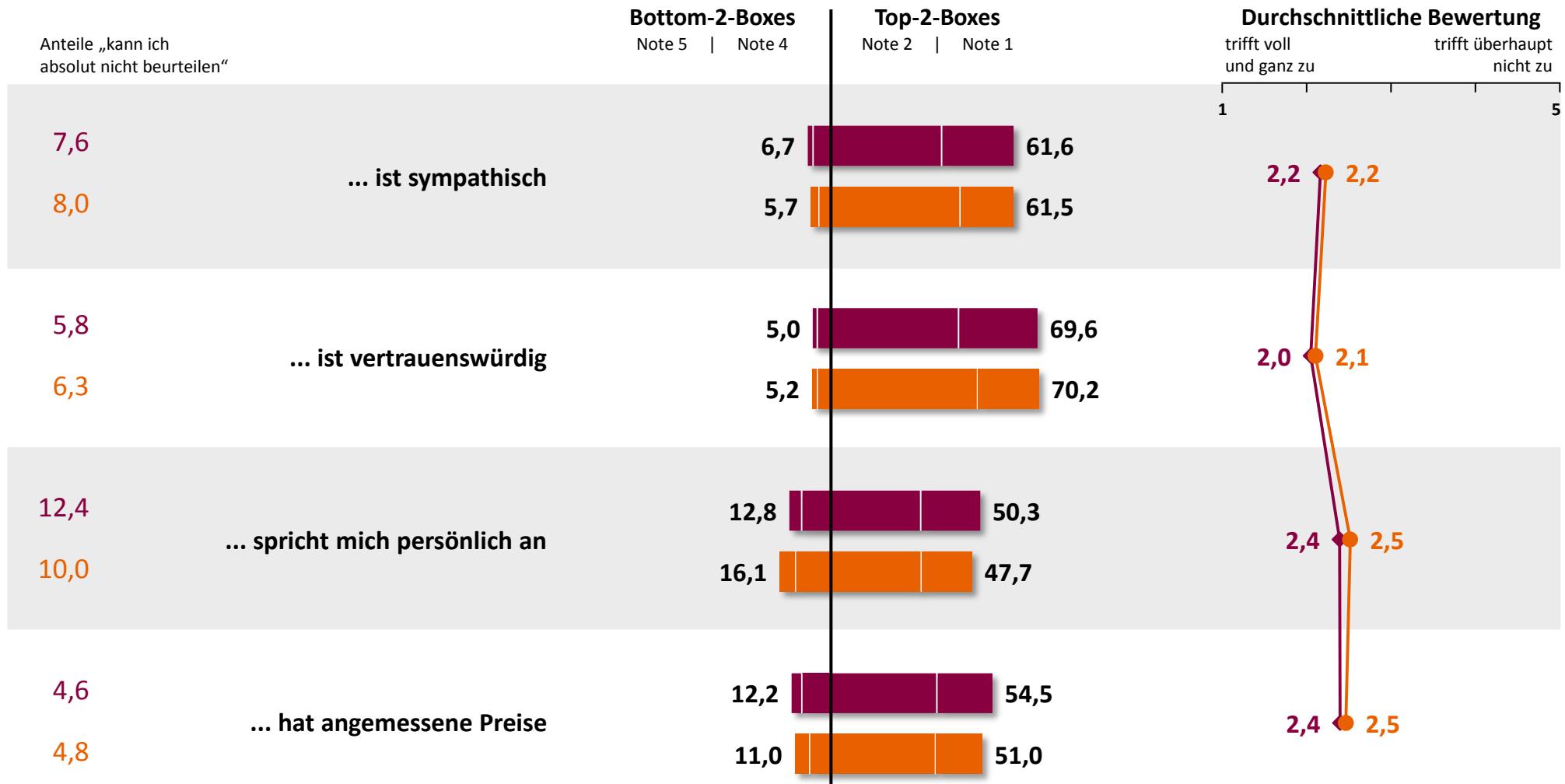


Frage 8: Welches Image hat Ihr Energieversorger bei Ihnen? – ... ist kundenfreundlich

Mittelwerte auf einer Skala von 1=„trifft voll und ganz zu“ bis 5=„trifft gar nicht zu“



Frage 8: Welches Image hat Ihr Energieversorger bei Ihnen? – ... betreibt eine offene und ehrliche Informationspolitik



Frage 8: 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. Mein Energieversorger ...

Angaben in %

Mittelwerte auf einer Skala von 1=„trifft voll und ganz zu“ bis 5=„trifft gar nicht zu“



Frage 8: Welches Image hat Ihr Energieversorger bei Ihnen? – ... hat angemessene Preise

Anteile „kann ich  
absolut nicht beurteilen“

**Bottom-2-Boxes**

Note 5 | Note 4

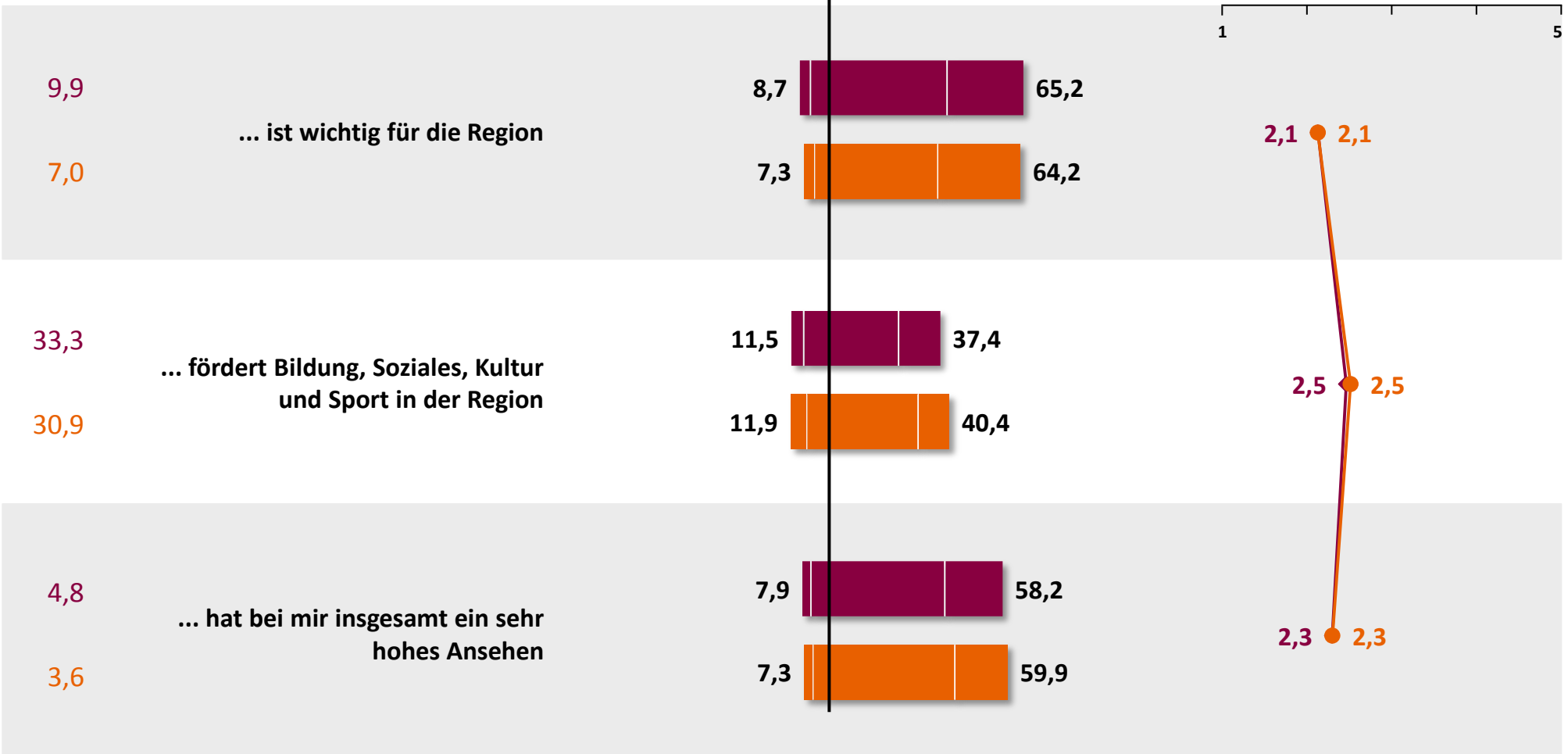
**Top-2-Boxes**

Note 2 | Note 1

**Durchschnittliche Bewertung**

trifft voll und ganz zu | trifft überhaupt nicht zu

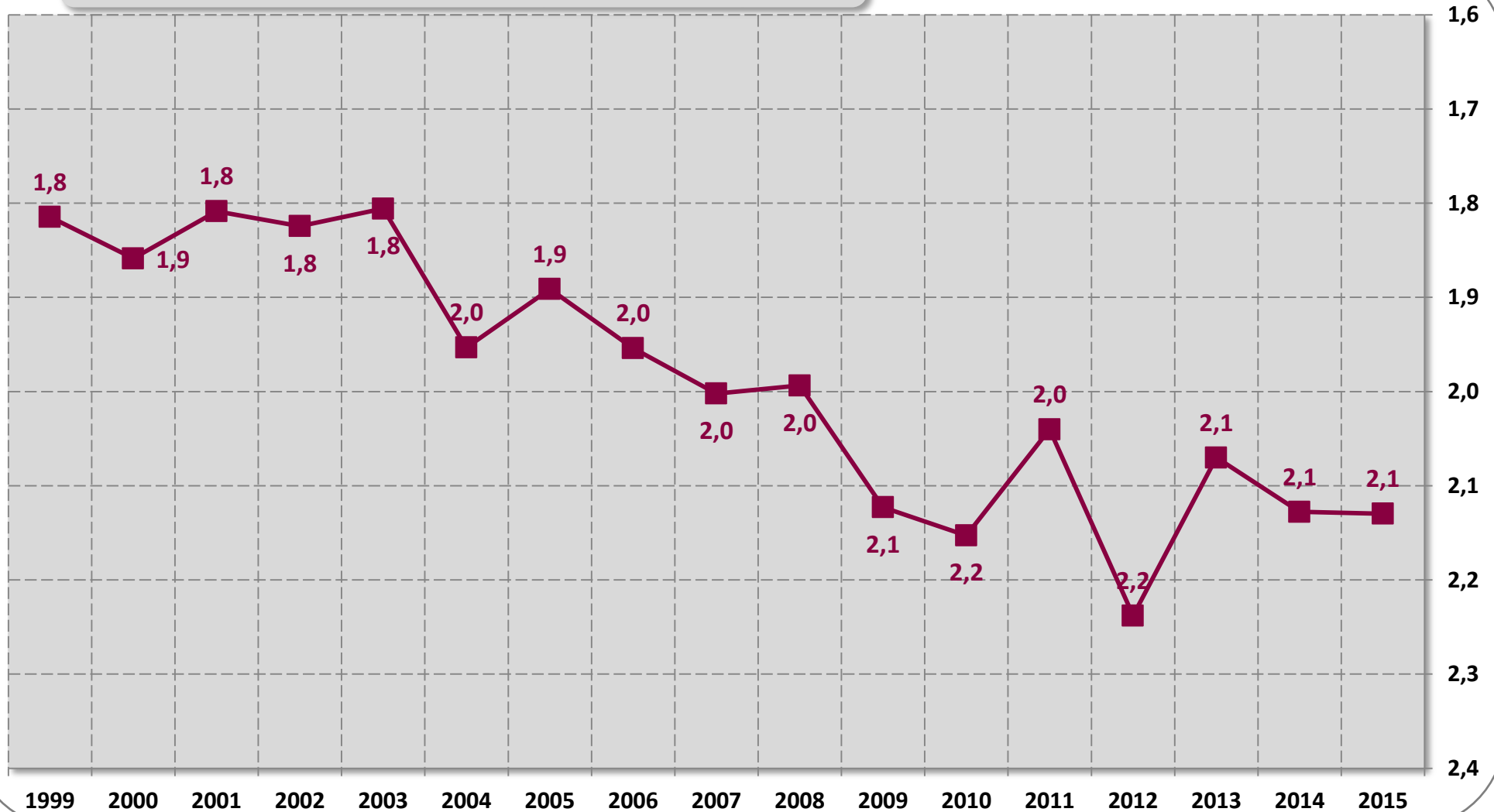
1 | 5



Frage 8: 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. Mein Energieversorger ...

Angaben in %

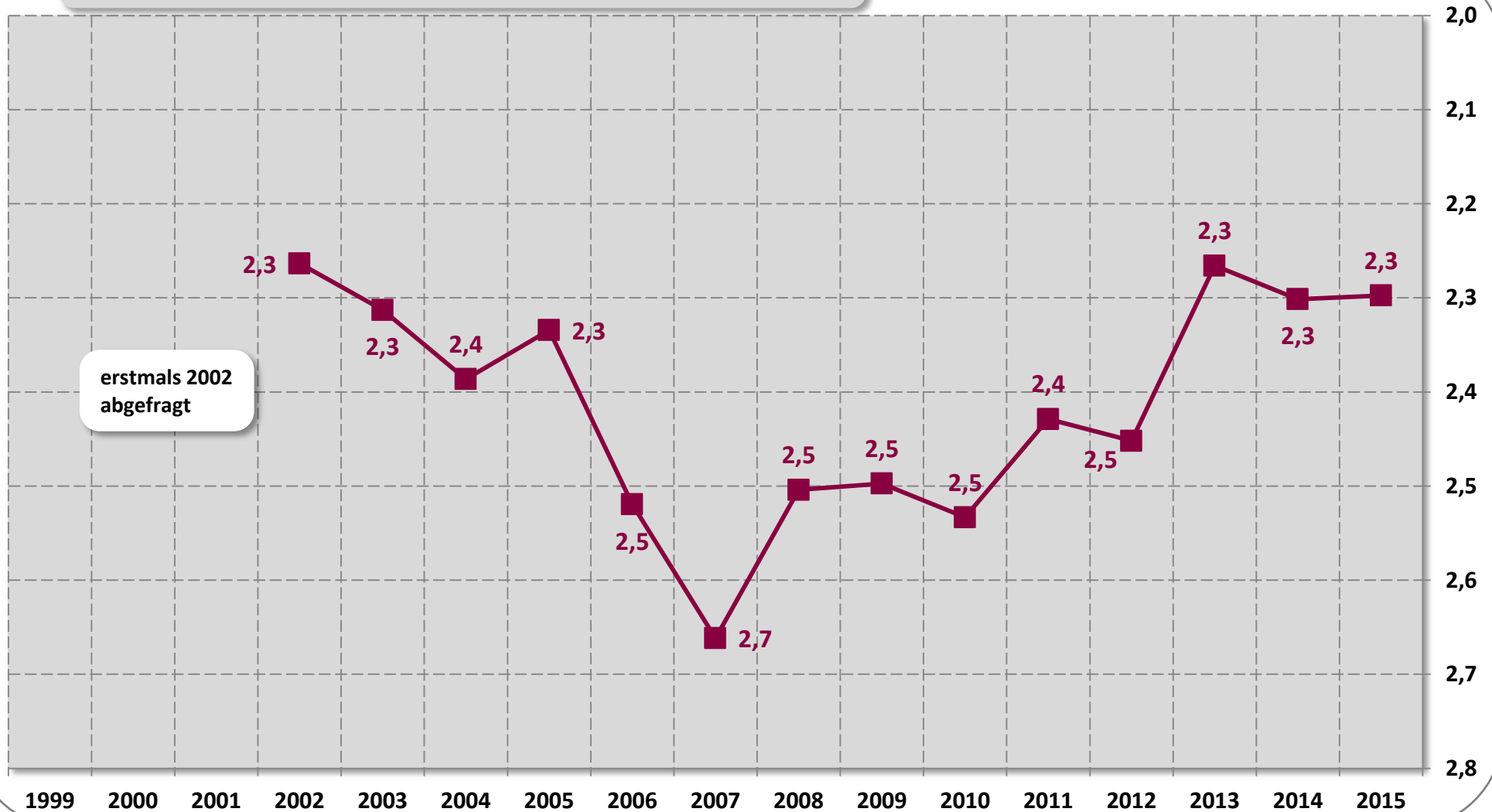
Mittelwerte auf einer Skala von 1=„trifft voll und ganz zu“ bis 5=„trifft gar nicht zu“



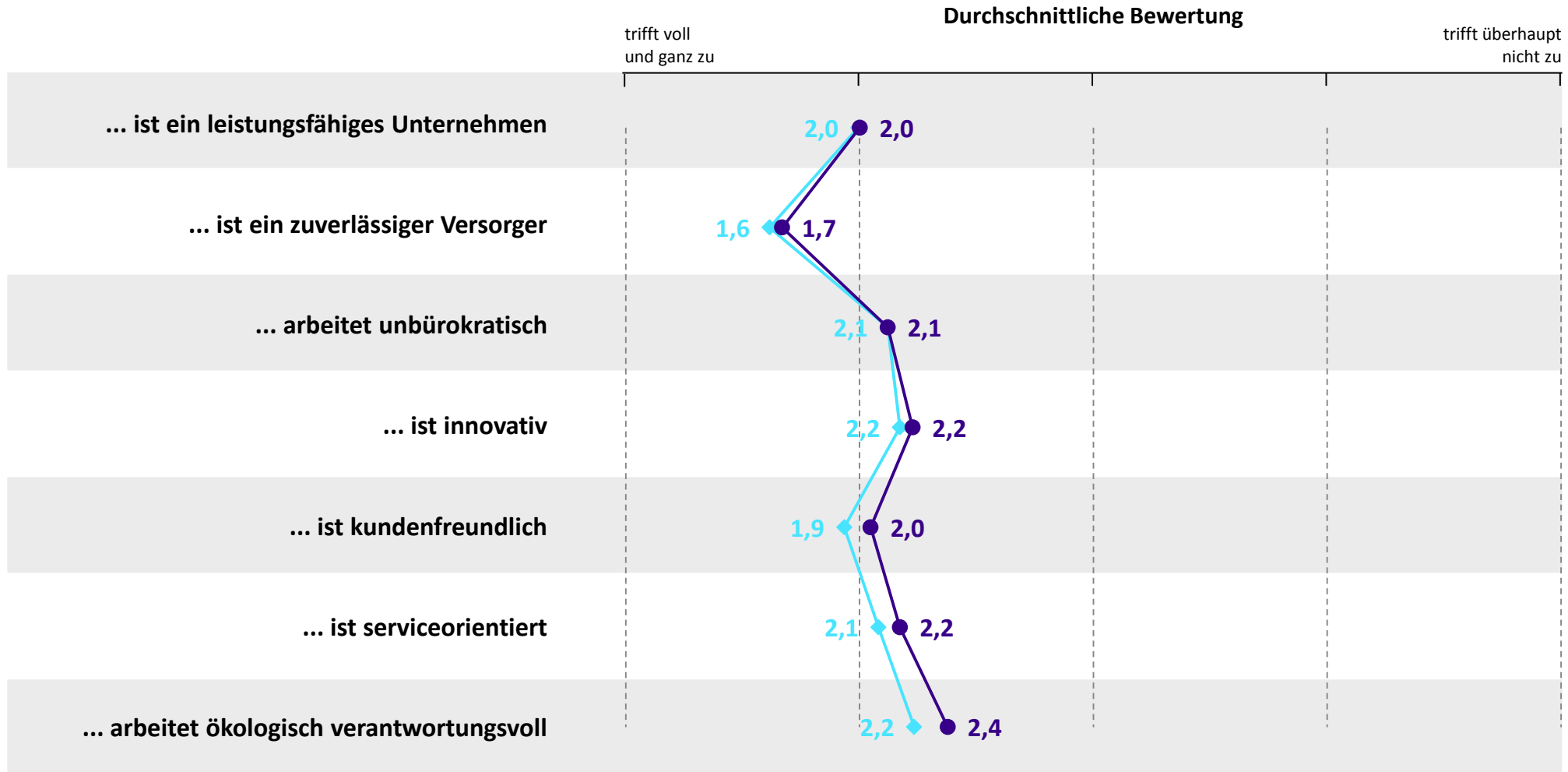
Frage 8: Welches Image hat Ihr Energieversorger bei Ihnen? – ... ist wichtig für die Region



Mittelwerte auf einer Skala von 1=„trifft voll und ganz zu“ bis 5=„trifft gar nicht zu“

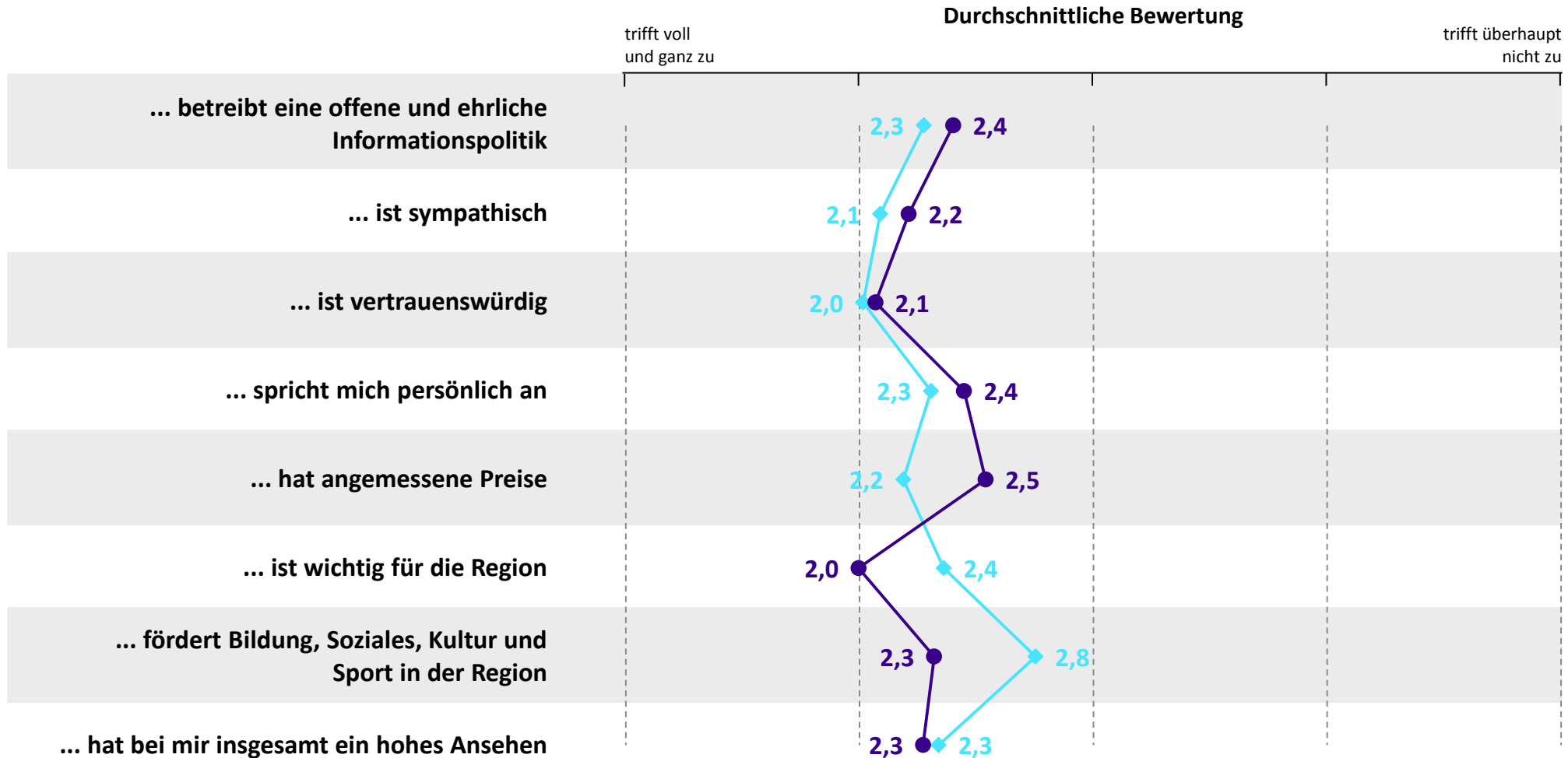


Frage 8: Welches Image hat Ihr Energieversorger bei Ihnen? – ... hat bei mir insgesamt ein hohes Ansehen



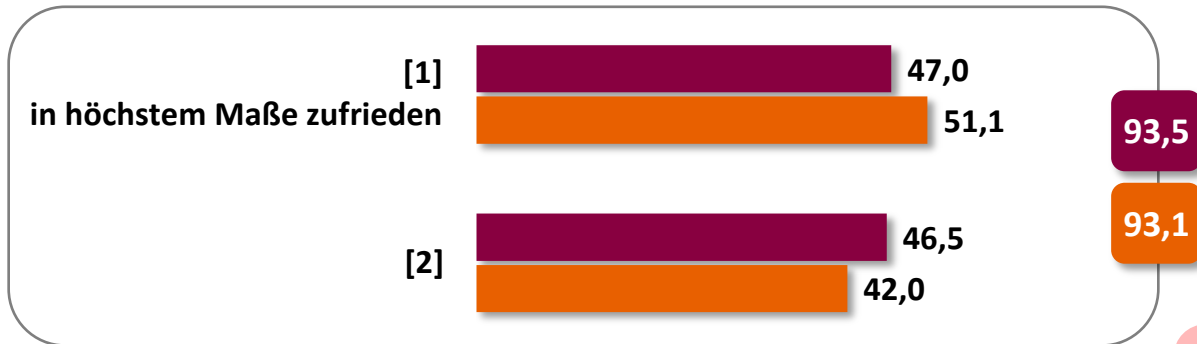
Frage 8: Welches Image hat Ihr Energieversorger bei Ihnen? Bitte beurteilen Sie anhand einer Bewertungsskala von 1 (trifft voll zu) bis 5 (trifft überhaupt nicht zu), inwieweit folgende Aussagen auf Ihren Energieversorger zutreffen. Mein Energieversorger ...

Durchschnittswerte



Frage 8: 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. Mein Energieversorger ...

Durchschnittswerte



93,5

93,1

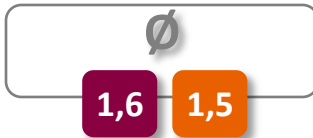
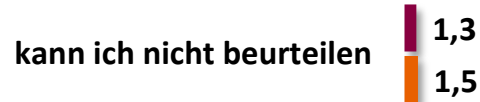
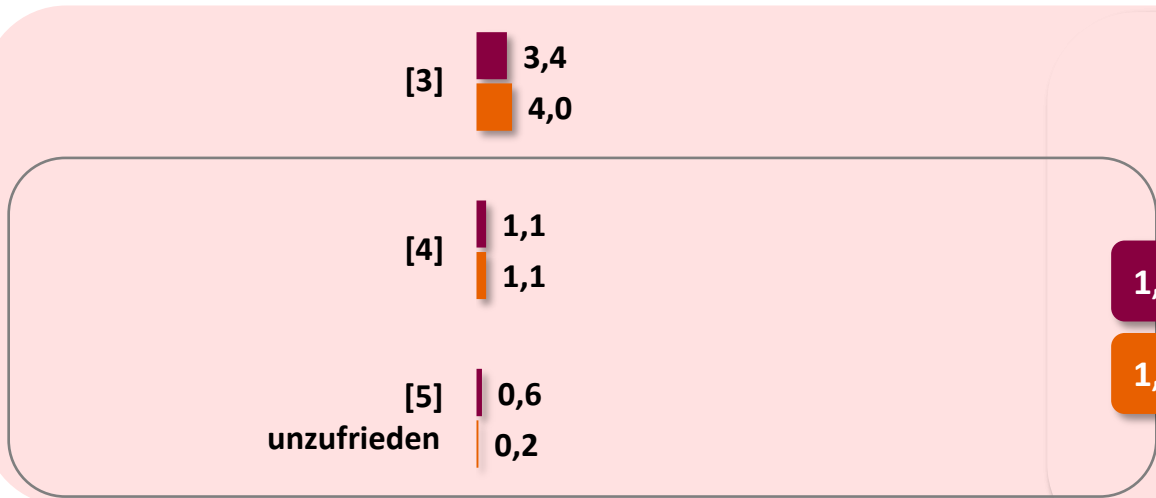
**Gründe für die Unzufriedenheit**

1. generelle Unzufriedenheit
2. Störung/Stromausfall in der Vergangenheit
3. Unsicher ob Versorgung auch in Zukunft gesichert ist
4. zu wenig Informationen über die Herkunft des Stroms

n = 62

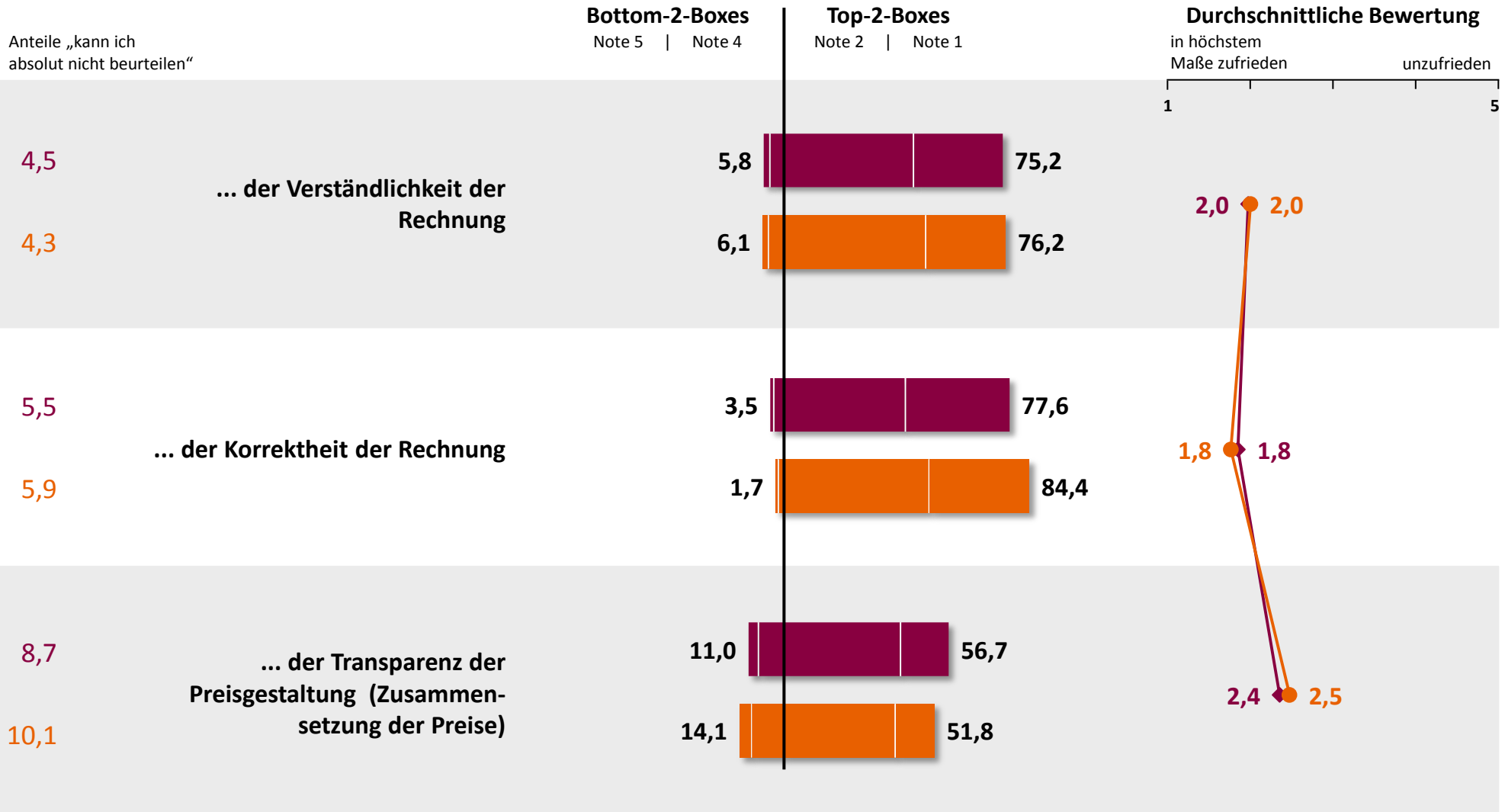
1,7

1,3

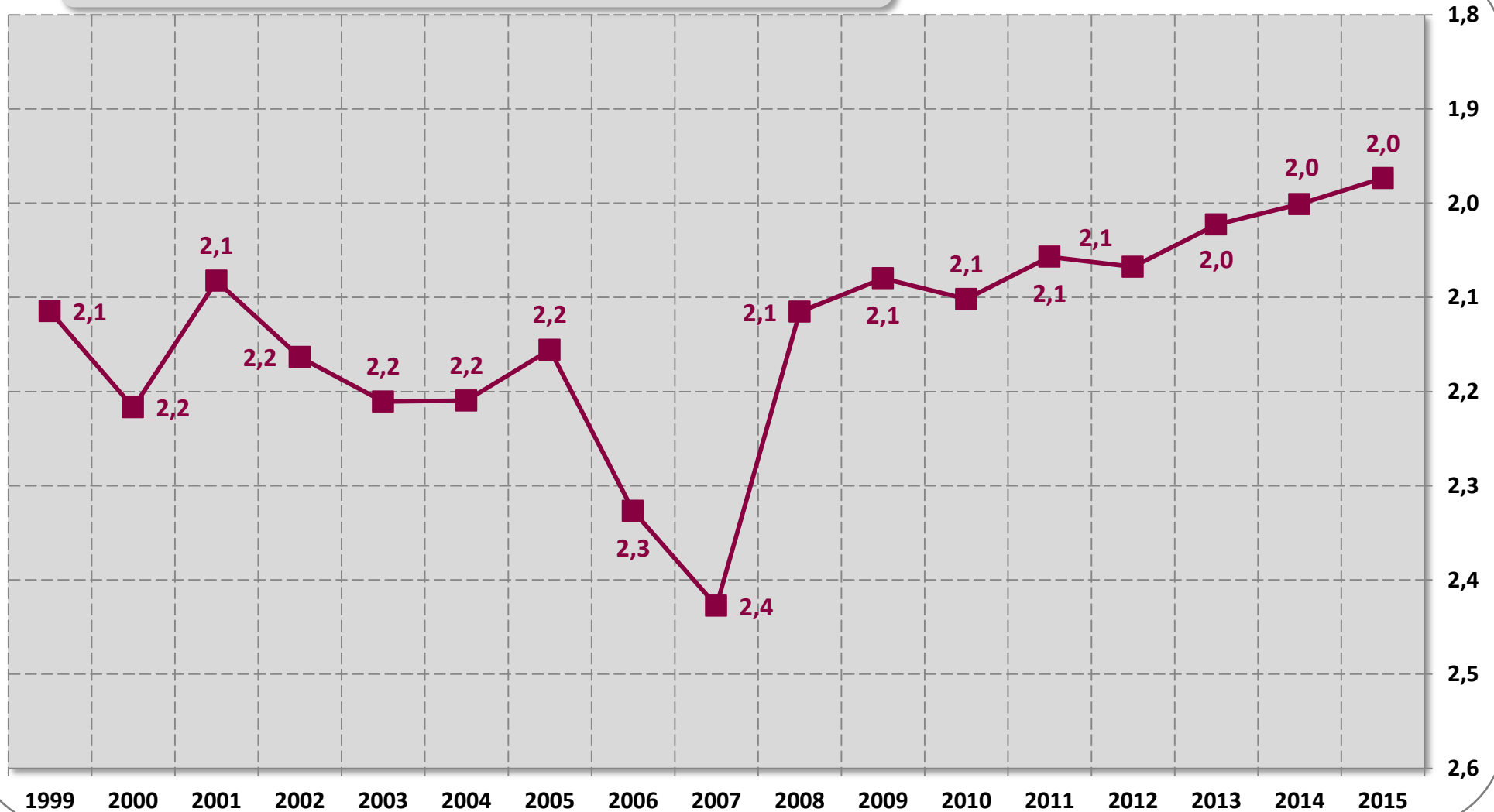


Frage 14: Wie zufrieden sind Sie mit der Sicherheit und Zuverlässigkeit der Stromversorgung?

Angaben in %

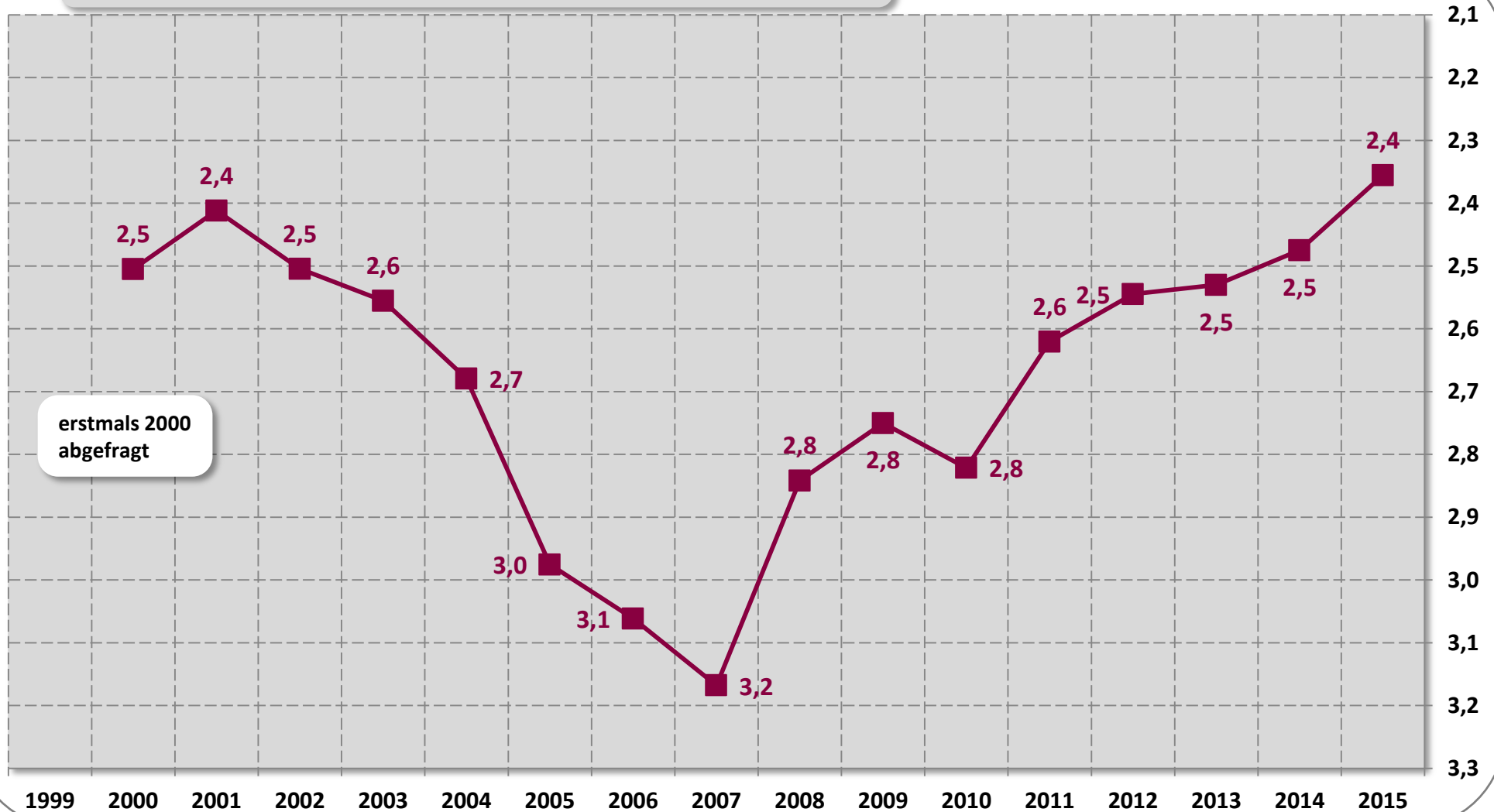


Mittelwerte auf einer Skala von 1=„in höchstem Maße zufrieden“ bis 5=„unzufrieden“



Frage 14: Wie zufrieden sind Sie mit ...? – ... der Verständlichkeit der Rechnung

Mittelwerte auf einer Skala von 1=„in höchstem Maße zufrieden“ bis 5=„unzufrieden“



Frage 14: Wie zufrieden sind Sie mit ...? – ... der Transparenz der Preisgestaltung (Zusammensetzung der Preise)

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

Bottom-2-Boxes

Note 5 | Note 4

Top-2-Boxes

Note 2 | Note 1

Durchschnittliche Bewertung

in höchstem Maße zufrieden | unzufrieden  
1 | 5

17,5

... dem Angebot unterschiedlicher Tarife bei Ihrem Energieversorger

20,5

7,5



7,1

50,2

48,3

2,3

2,3

15,6

... der Attraktivität der angebotenen Tarife

20,9

9,6



9,6

47,3

44,3

2,4

2,5

15,0

... der Einfachheit und Transparenz der Tarife

18,6

8,9



9,4

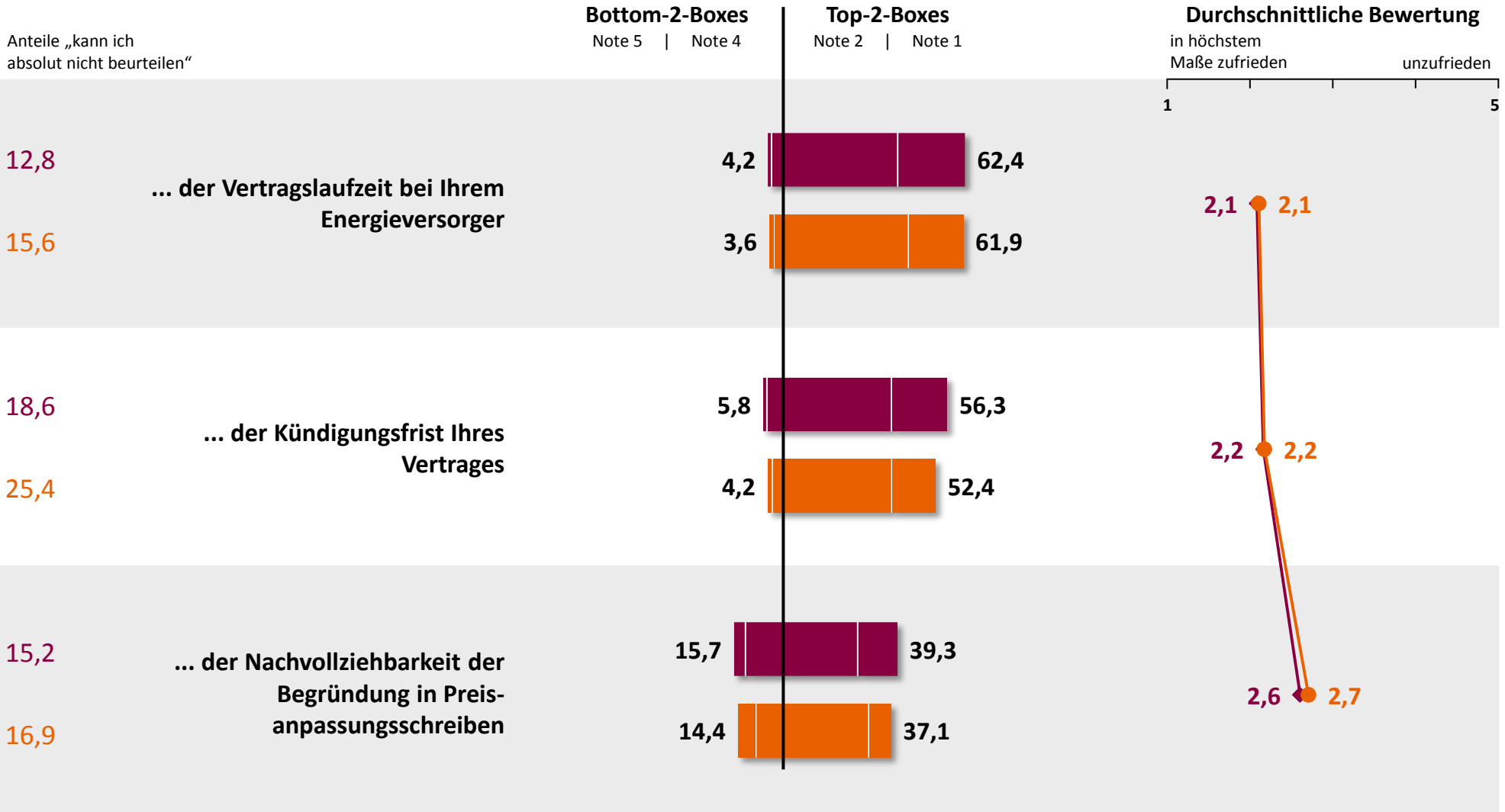
48,6

45,3

2,4

2,5





Frage 14: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Angaben in %

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

**Bottom-2-Boxes**

Note 5 | Note 4

**Top-2-Boxes**

Note 2 | Note 1

**Durchschnittliche Bewertung**

in höchstem Maße zufrieden | unzufrieden  
1 | 5

24,1

... der telefonischen Erreichbarkeit eines Ansprechpartners bei Ihrem Energieversorger

26,7

6,6 | 55,9

7,3 | 54,4

2,1 | 2,1

21,5

... der Freundlichkeit der Mitarbeiter

23,8

4,3 | 61,5

2,7 | 62,5

1,9 | 2,0

25,2

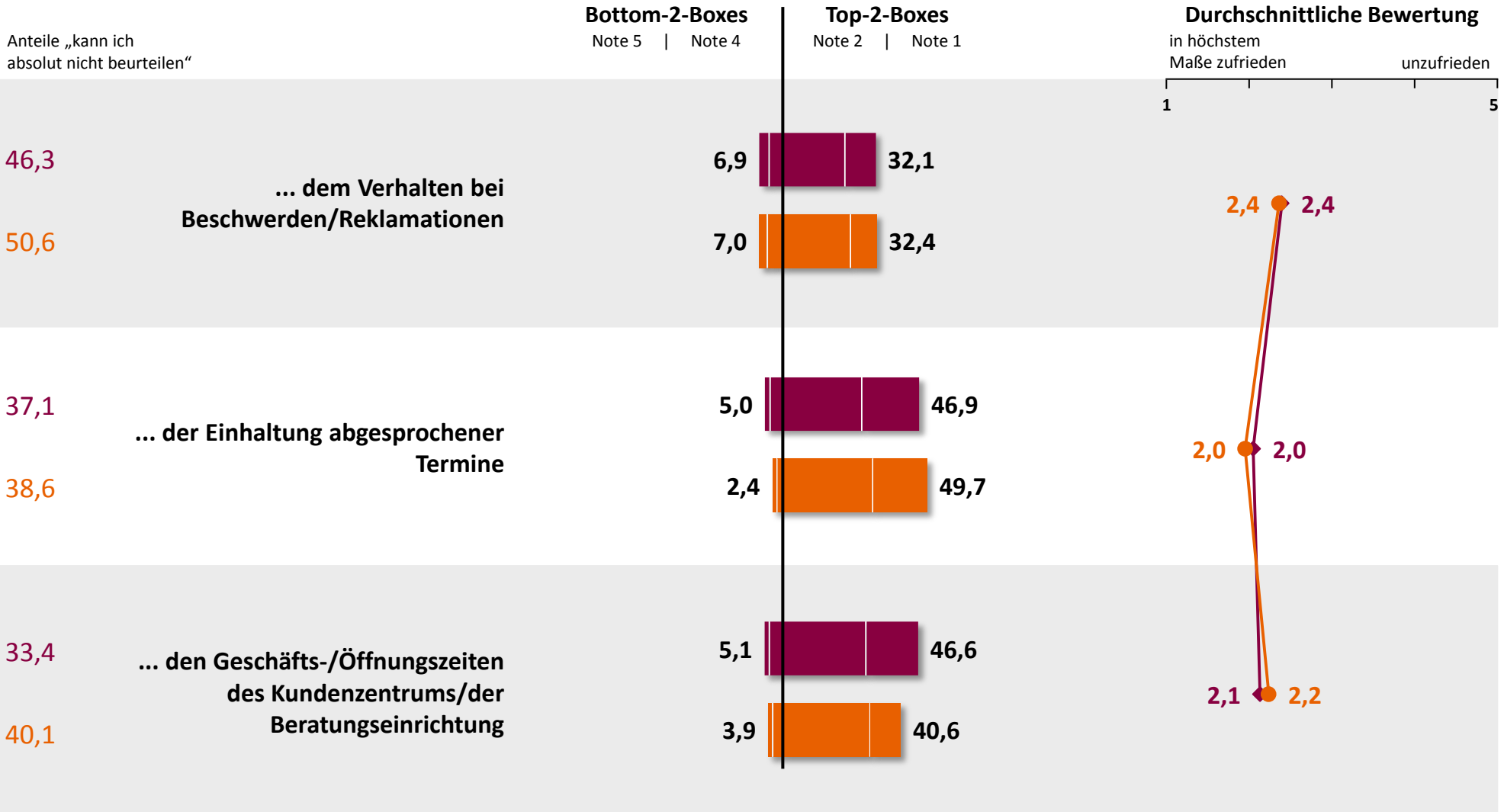
... dem Einsatz/dem Engagement der Mitarbeiter

28,0

4,6 | 54,0

4,3 | 57,2

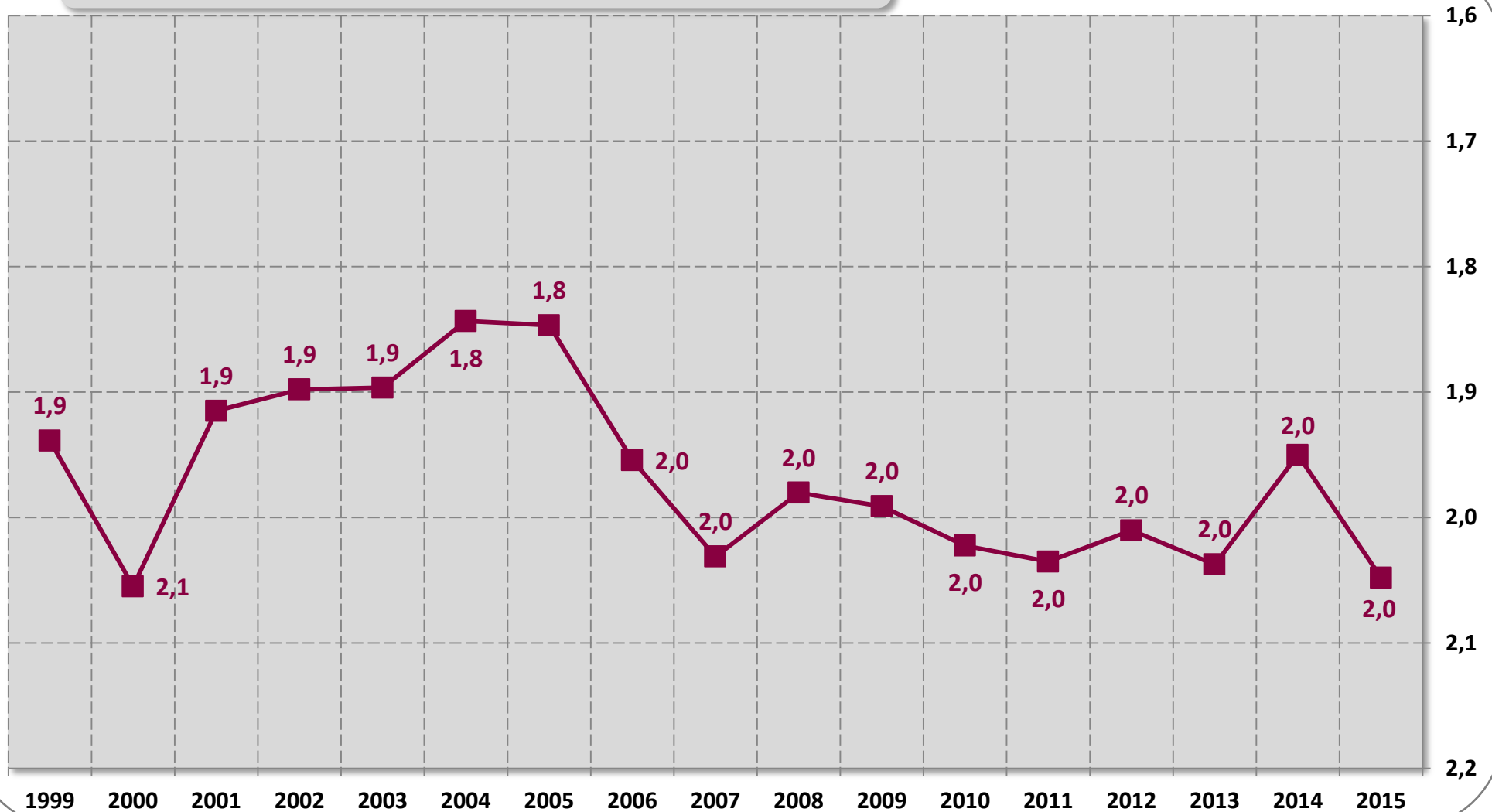
2,1 | 2,1



Frage 14: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Angaben in %

Mittelwerte auf einer Skala von 1=„in höchstem Maße zufrieden“ bis 5=„unzufrieden“



Frage 14: Wie zufrieden sind Sie mit ...? – ... der Einhaltung abgesprochener Termine

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

**Bottom-2-Boxes**

Note 5 | Note 4

**Top-2-Boxes**

Note 2 | Note 1

**Durchschnittliche Bewertung**

in höchstem Maße zufrieden | unzufrieden  
1 | 5

**... dem Umfang des Beratungs-/ Dienstleistungsangebotes**

27,9

28,7

4,5

4,6

47,6

47,1

2,2 | 2,3

**... der Verständlichkeit der Beratung**

28,5

32,6

4,2

3,8

48,2

43,9

2,2 | 2,3

**... der Kompetenz der Beratung**

29,3

32,3

4,3

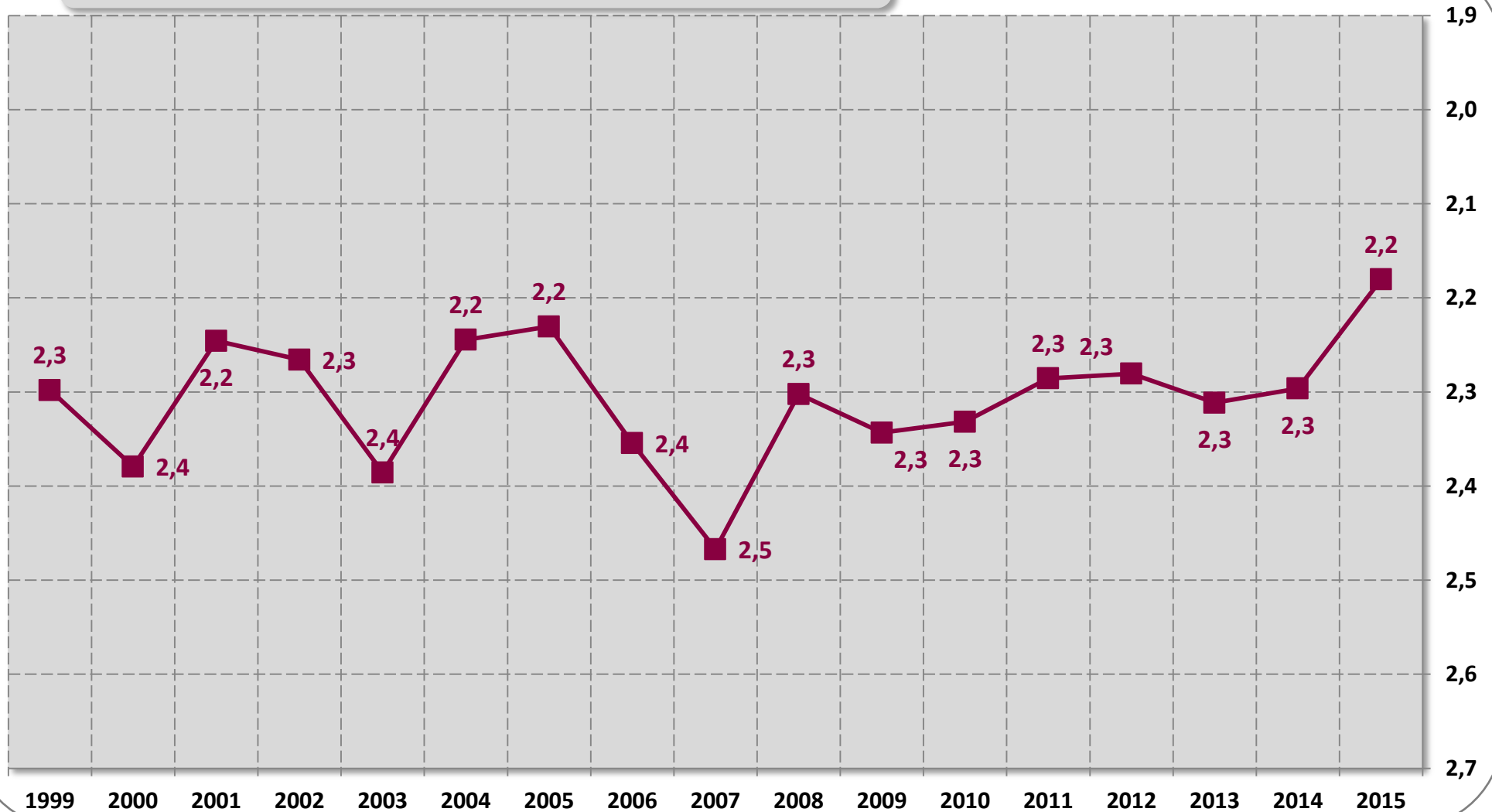
3,7

48,2

47,6

2,2 | 2,2

Mittelwerte auf einer Skala von 1=„in höchstem Maße zufrieden“ bis 5=„unzufrieden“



Frage 14: Wie zufrieden sind Sie mit ...? – ... dem Umfang des Beratungs-/Dienstleistungsangebotes

Anteile „kann ich  
absolut nicht beurteilen“

**Bottom-2-Boxes**

Note 5 | Note 4

**Top-2-Boxes**

Note 2 | Note 1

**Durchschnittliche Bewertung**

in höchstem Maße zufrieden | unzufrieden  
1 | 5

31,6

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

32,6

6,9

38,8

7,7

35,7

2,4

2,5

22,4

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

20,1

13,4

41,4

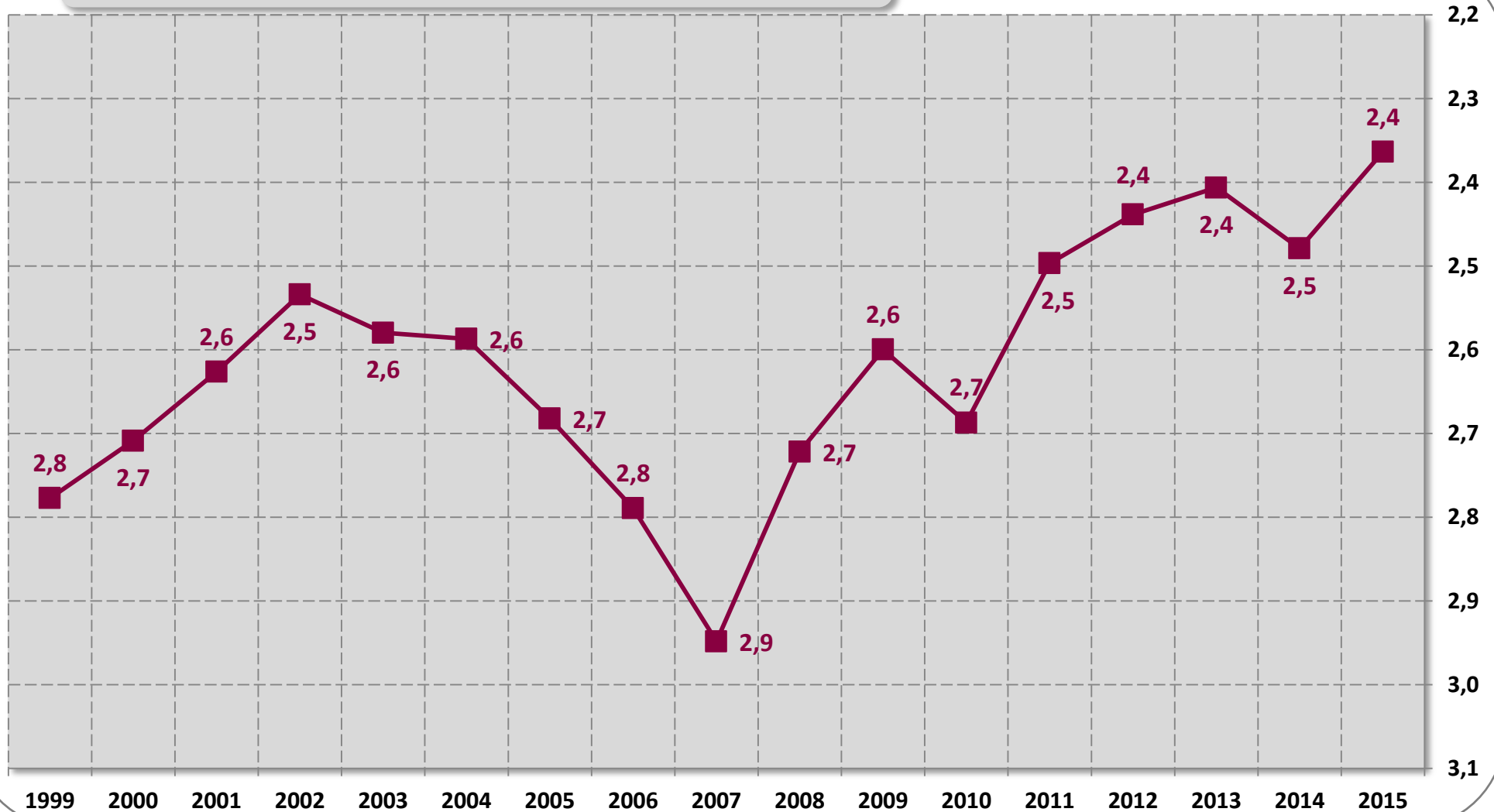
13,5

39,2

2,5

2,6

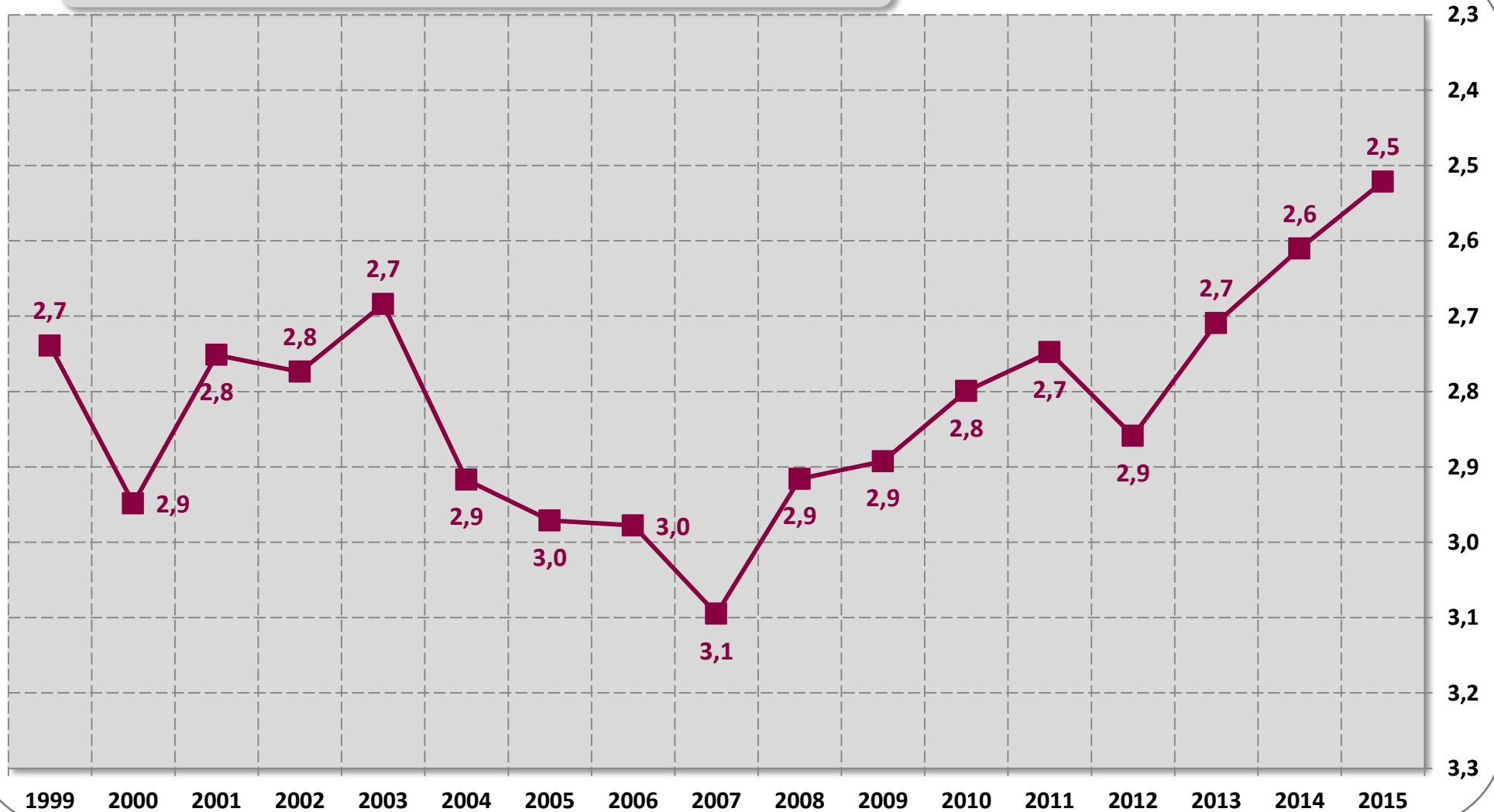
Mittelwerte auf einer Skala von 1=„in höchstem Maße zufrieden“ bis 5=„unzufrieden“



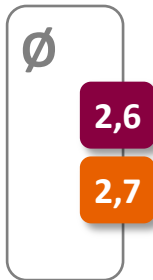
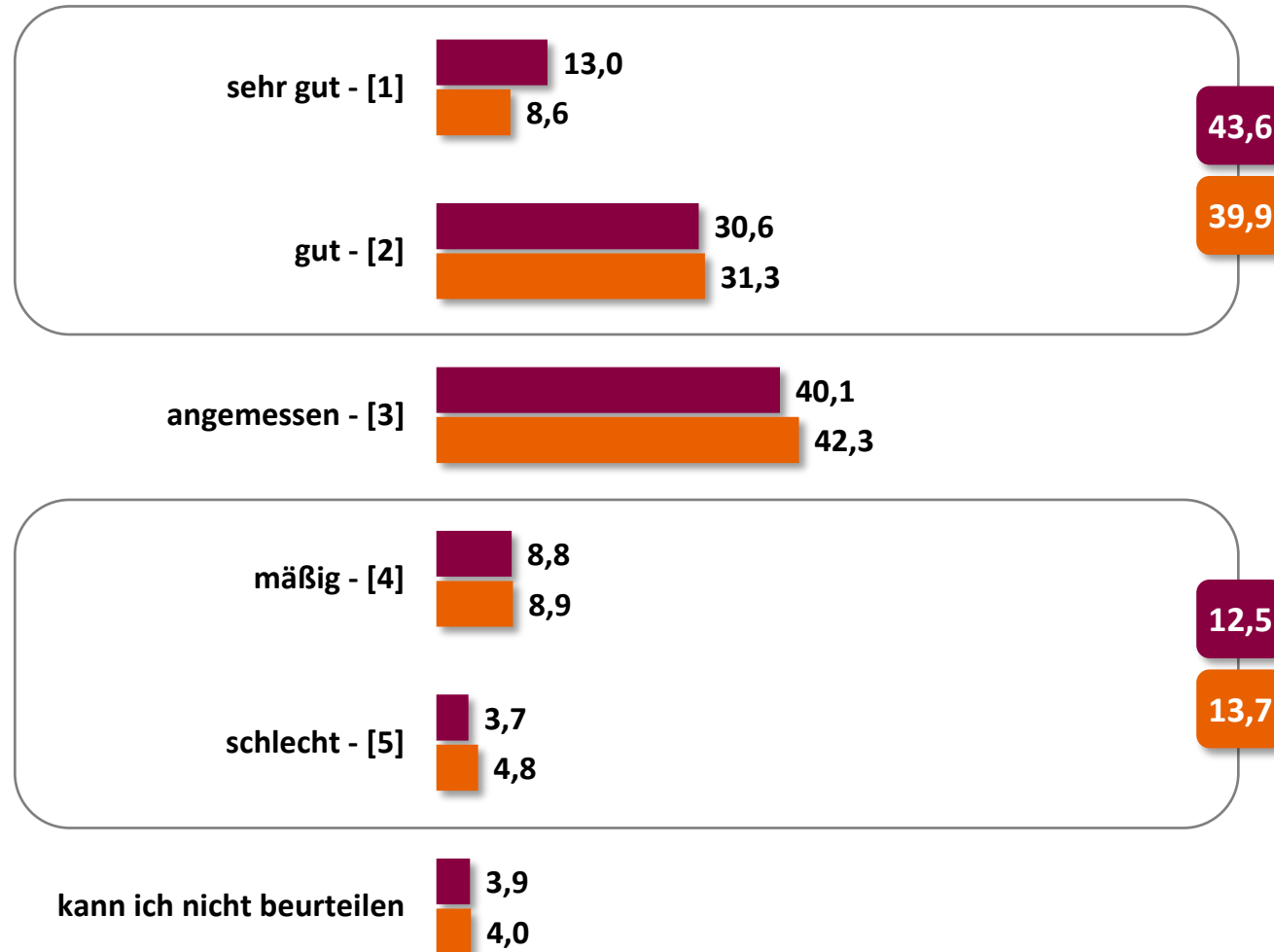
Frage 14: Wie zufrieden sind Sie mit ...? – ... den Aktivitäten Ihres Energieversorgers bei der Förderung erneuerbarer Energien (Sonne, Wind, Wasser)



Mittelwerte auf einer Skala von 1=„in höchstem Maße zufrieden“ bis 5=„unzufrieden“



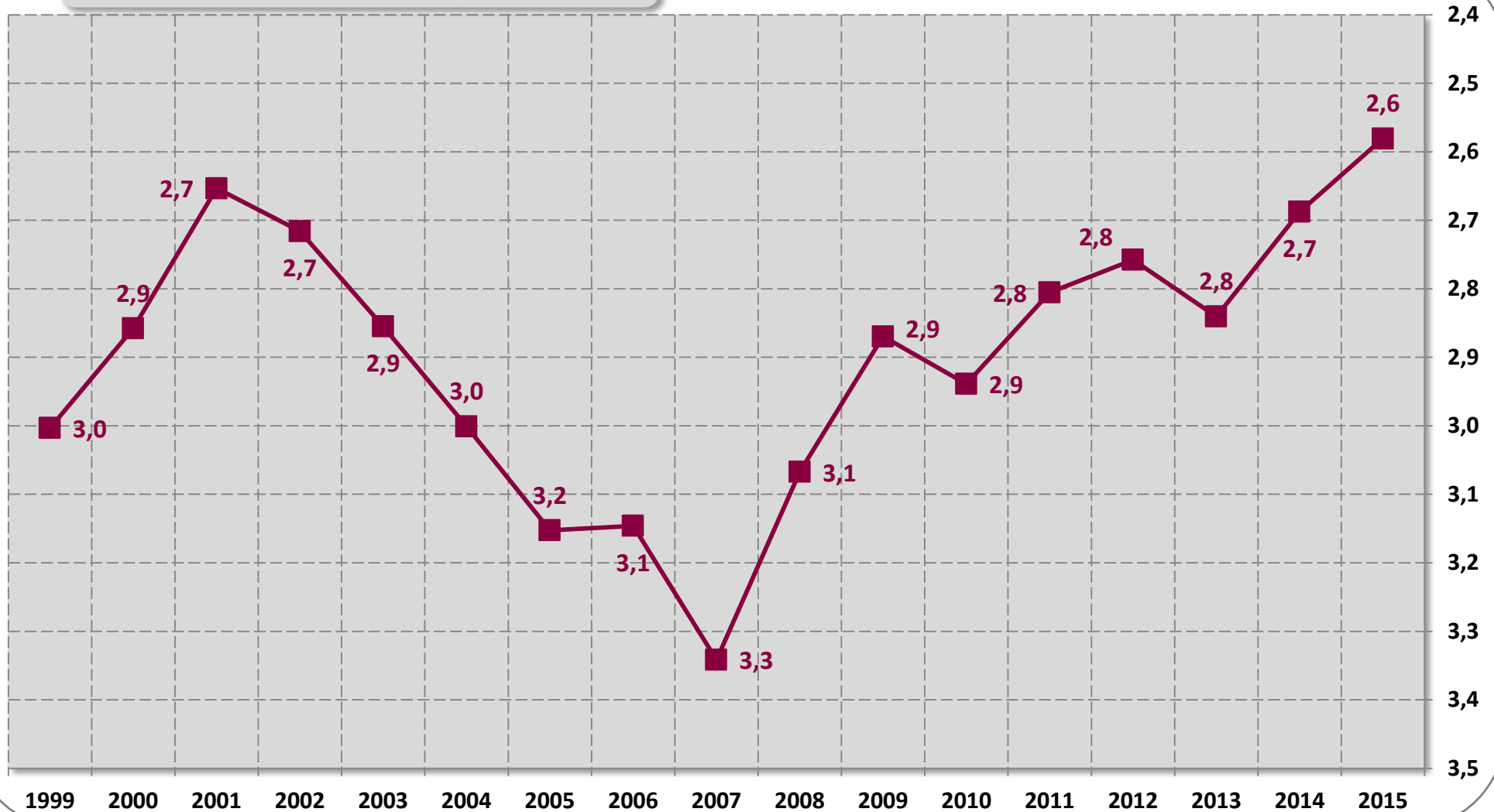
Frage 14: Wie zufrieden sind Sie mit ...? – ... den Aktivitäten Ihres Energieversorgers, zur Energieeinsparung bei den Kunden beizutragen



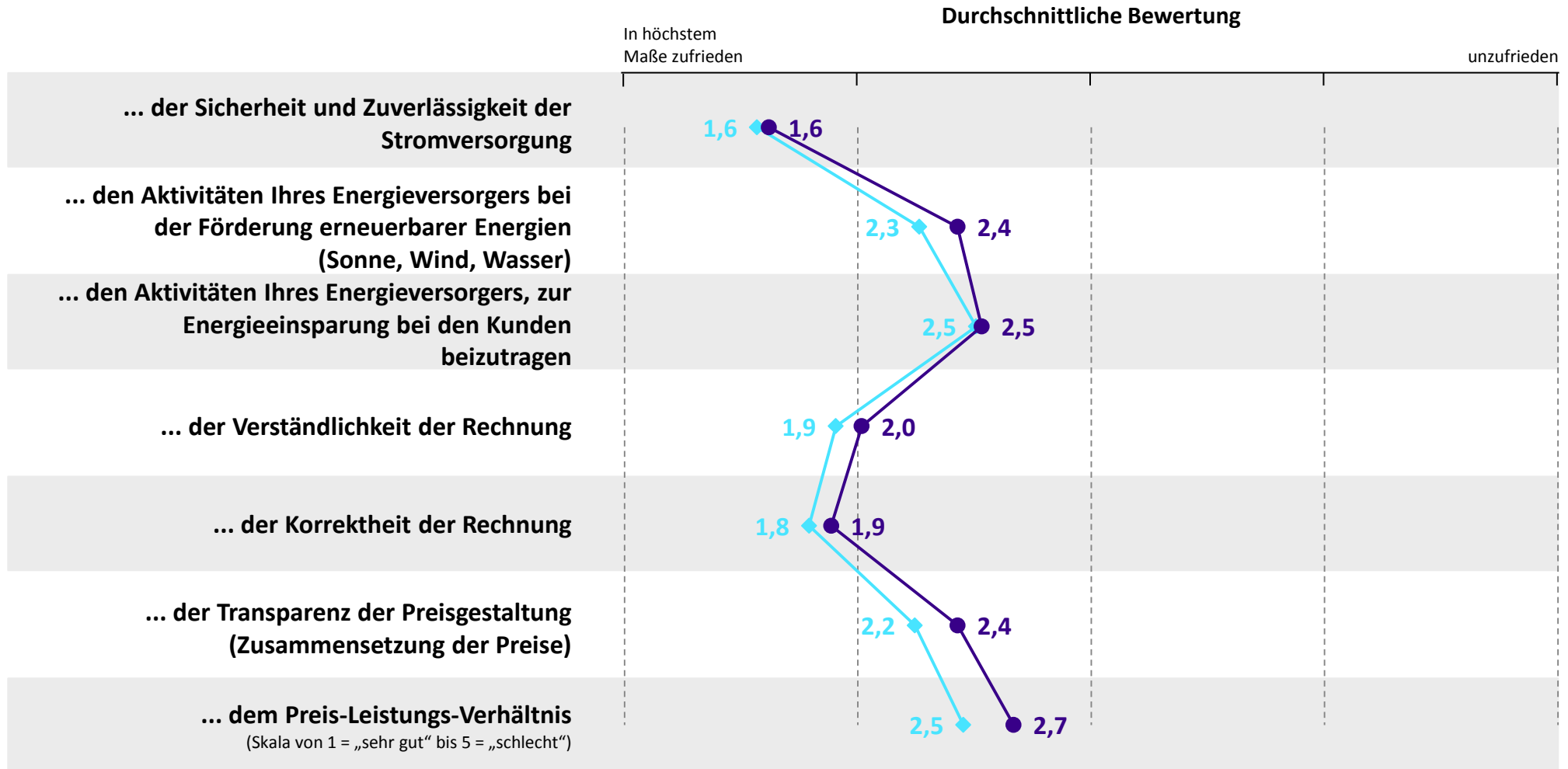
Frage 15: Wie fällt Ihr Urteil aus, wenn Sie die Strompreise Ihres Energieversorgers ins Verhältnis zu dessen Leistung setzen?  
Ist das Preis-Leistungs-Verhältnis aus Ihrer Sicht ...?

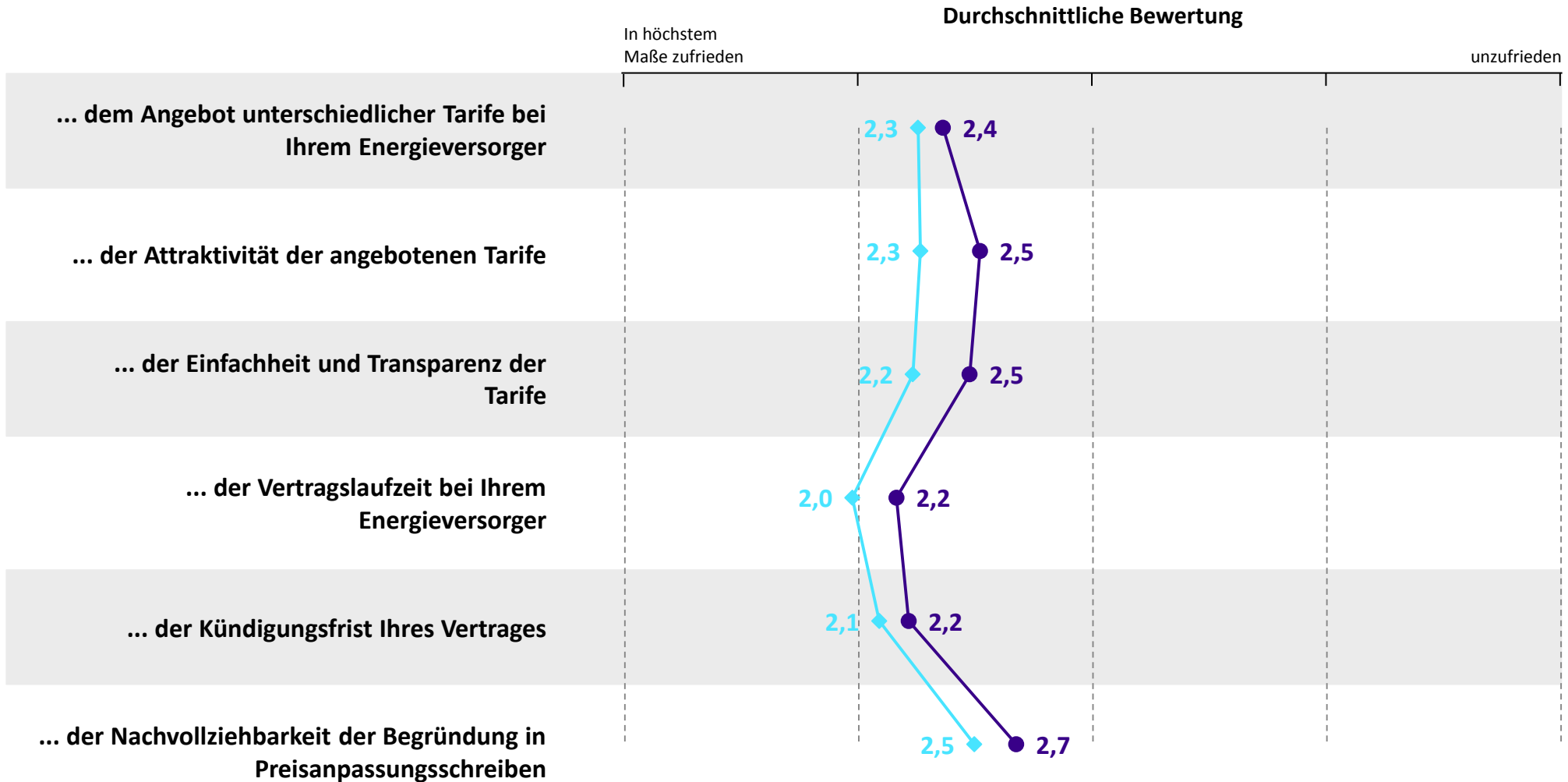
Angaben in %

Mittelwerte auf einer Skala von 1=„sehr gut“ bis 5=„schlecht“



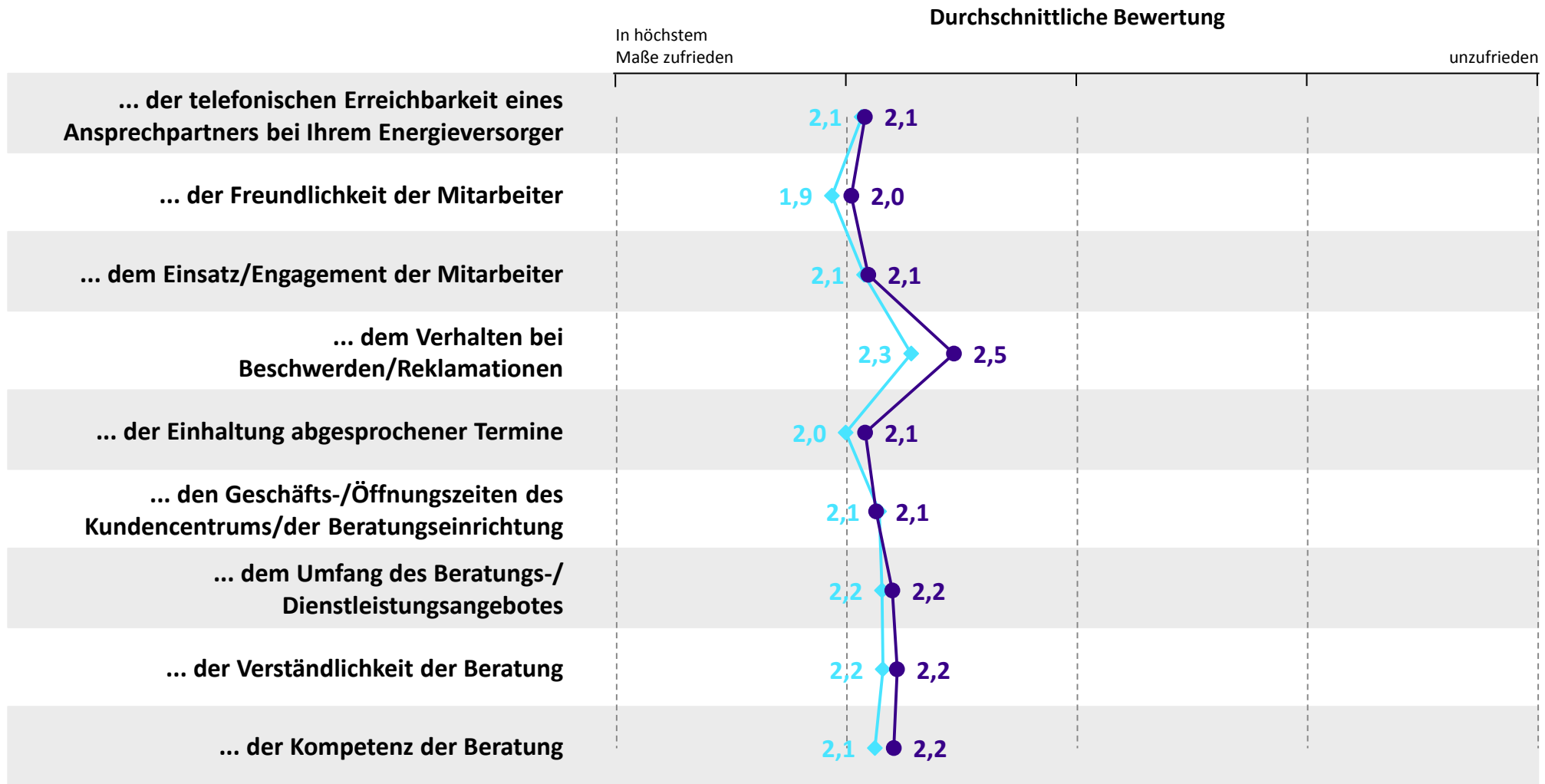
Frage 15: Ist das Preis-Leistungsverhältnis aus Ihrer Sicht ...?





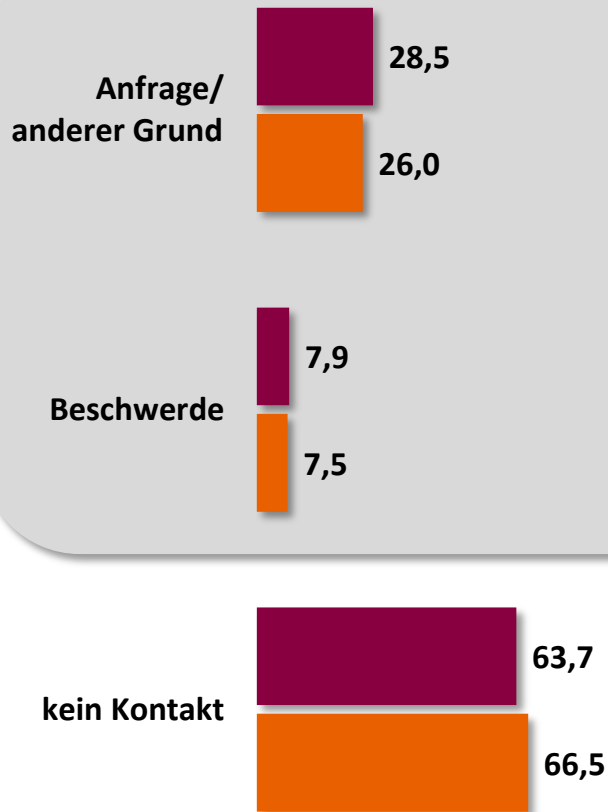
Frage 14: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Durchschnittswerte

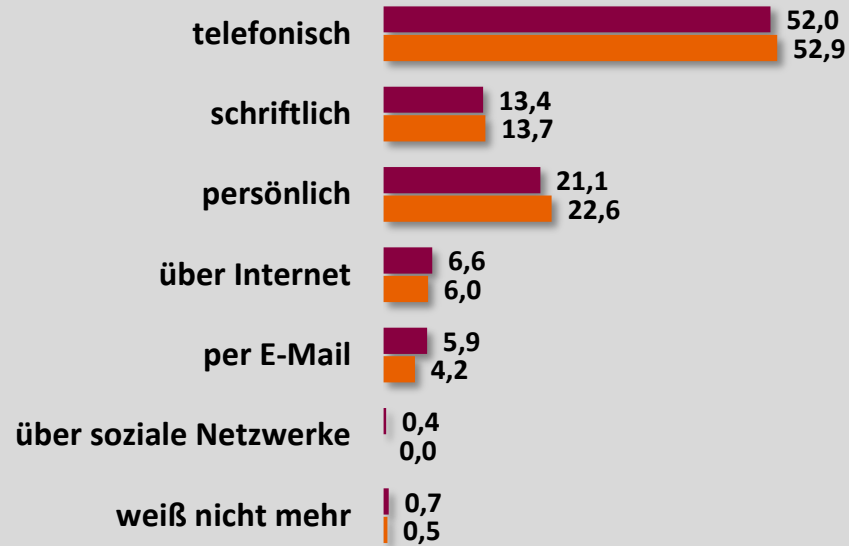


Frage 14: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

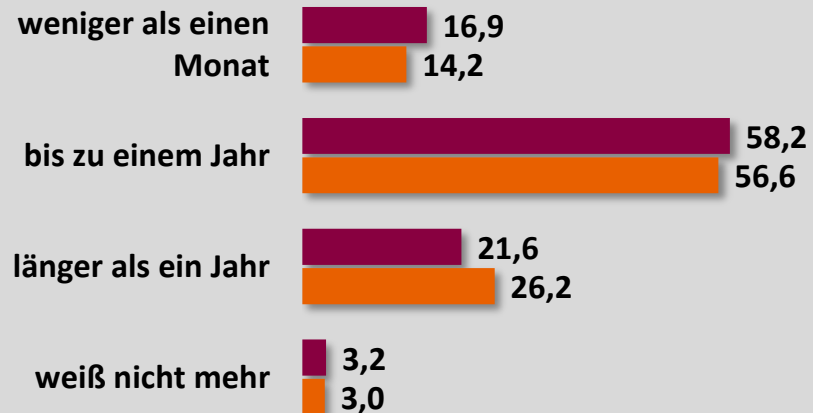
Durchschnittswerte



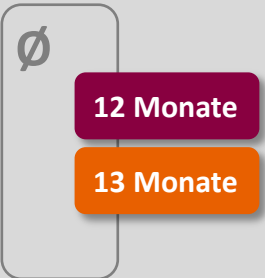
Frage 13/13.1: Haben Sie sich bei Ihrem letzten Kontakt mit einer Anfrage, Beschwerde oder aus einem anderen Grund an Ihren Energieversorger gewandt?

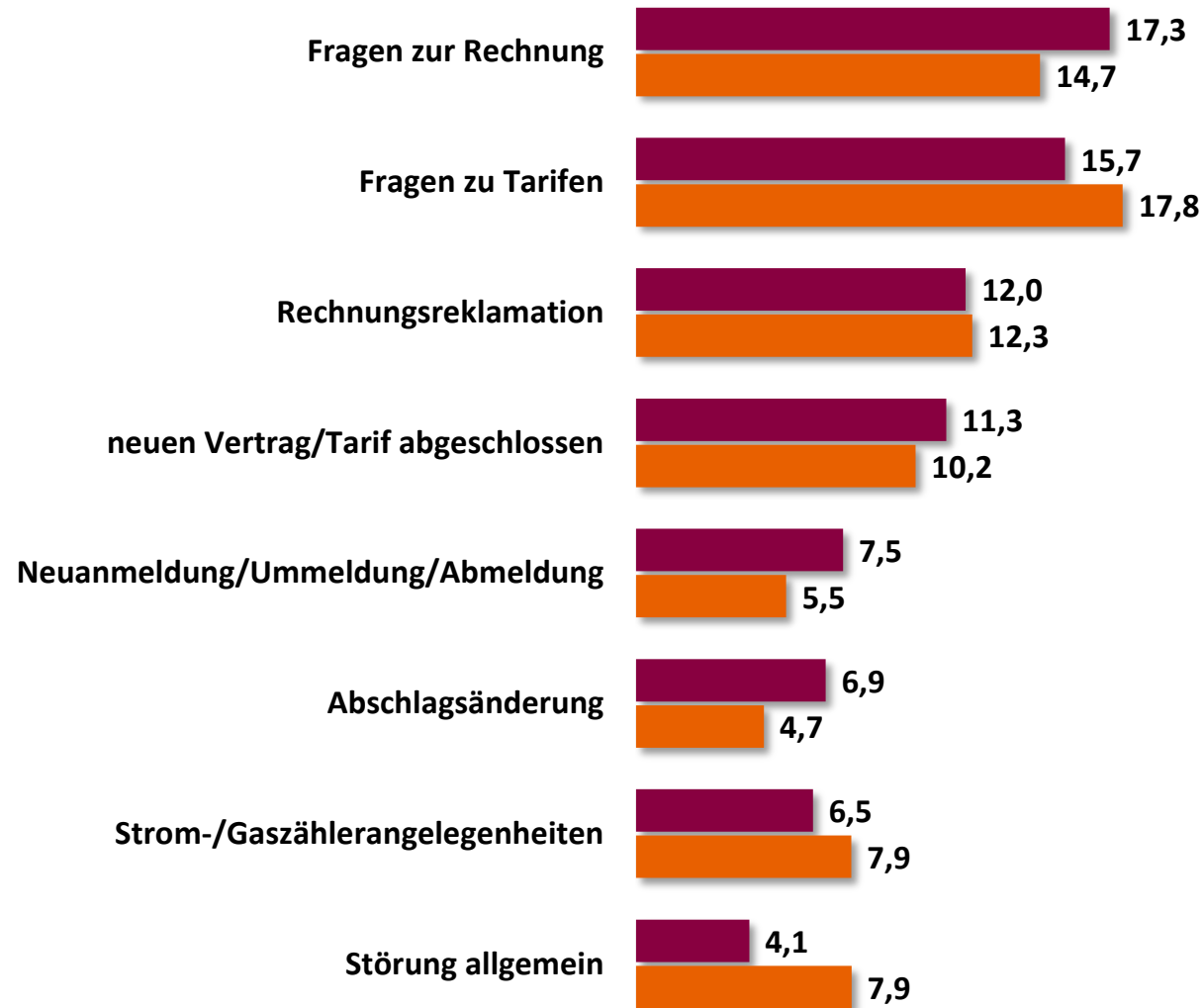


Frage 13.2: Hatten Sie diesen letzten Kontakt mit Ihrem Energieversorger telefonisch, schriftlich, persönlich oder über das Internet?



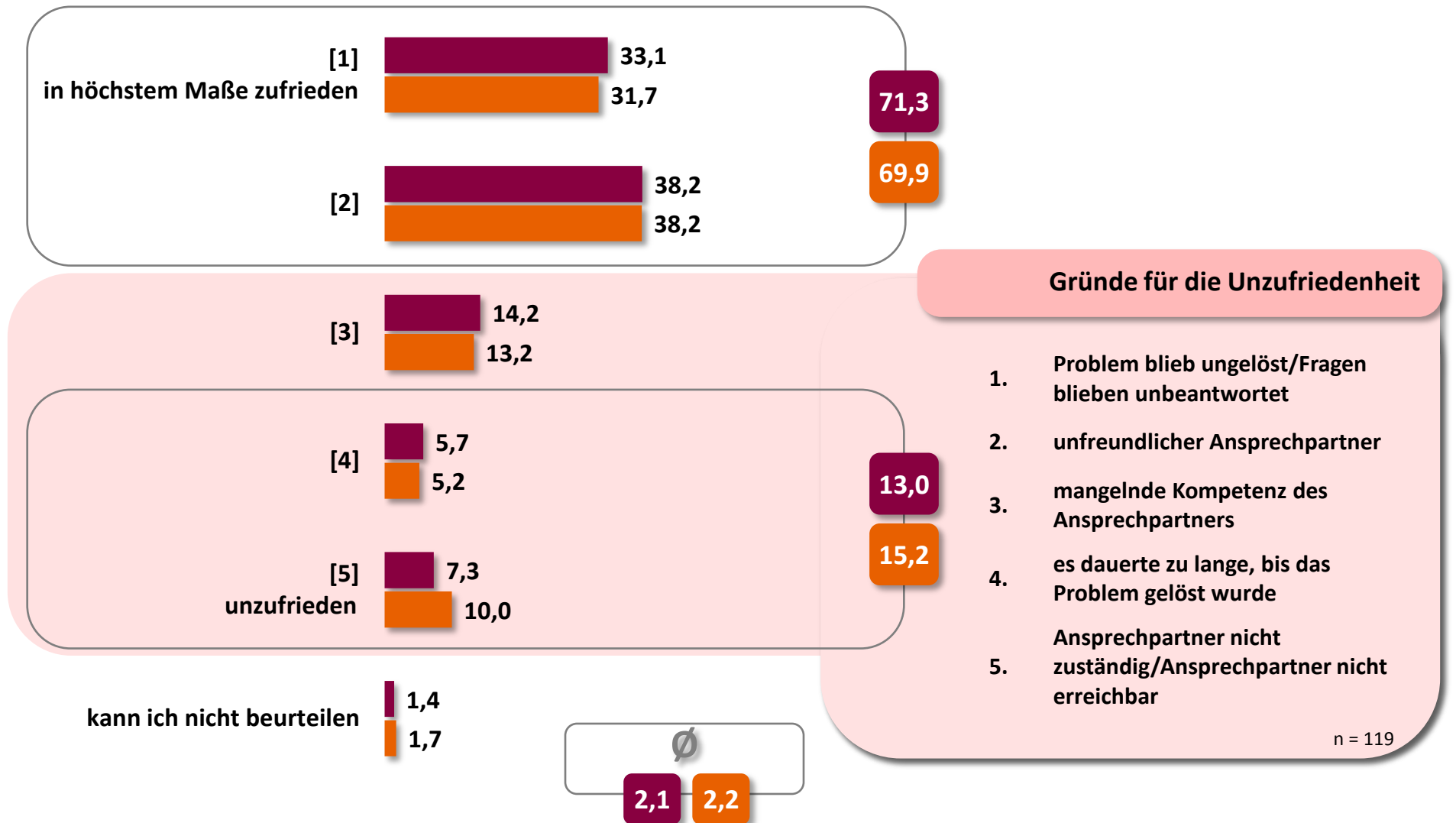
Frage 13.3: Wie lange liegt dieser letzte Kontakt zu Ihrem Energieversorger zurück?

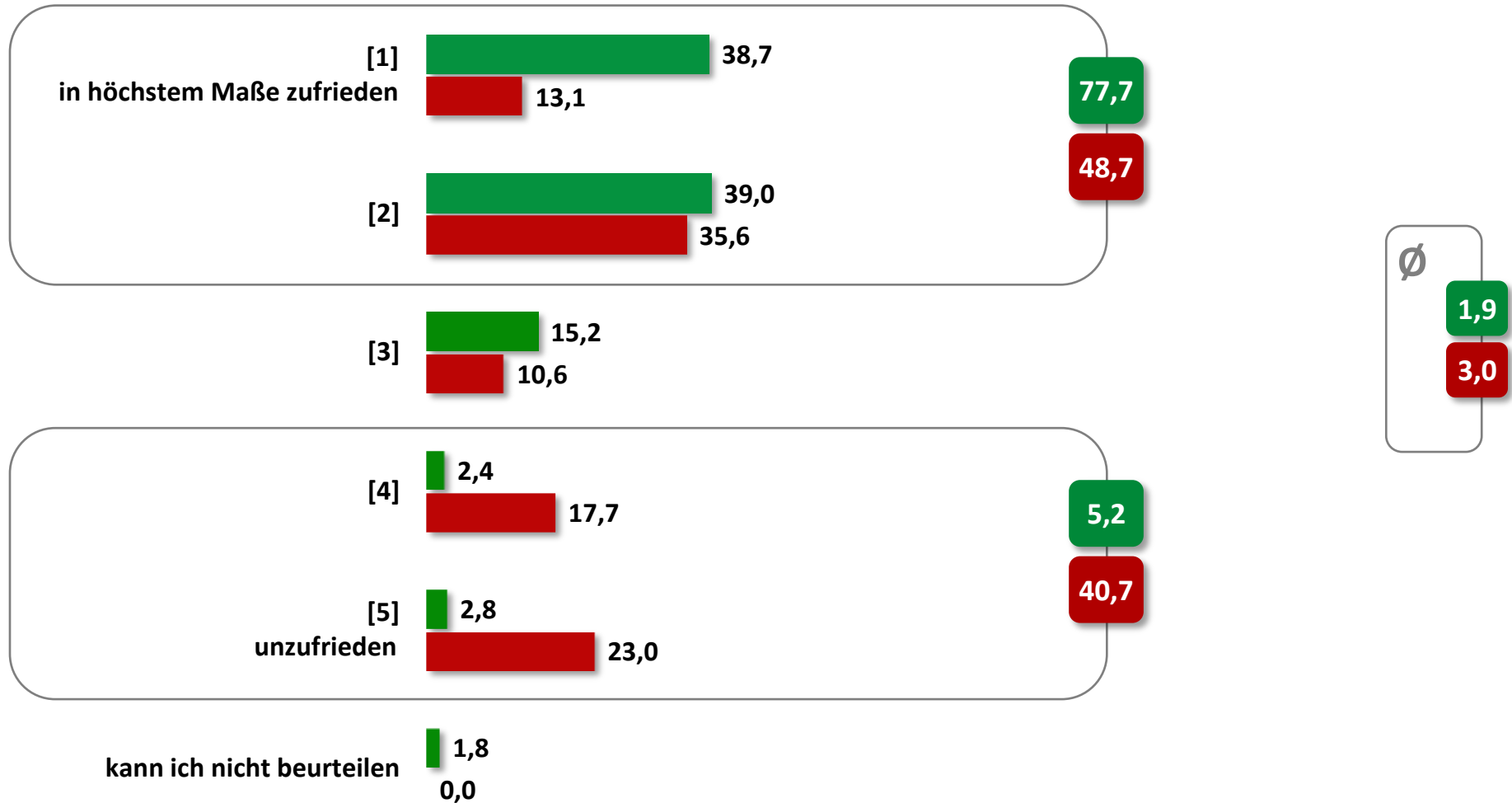




Frage 13.5: Was war der Anlass für diesen letzten Kontakt?

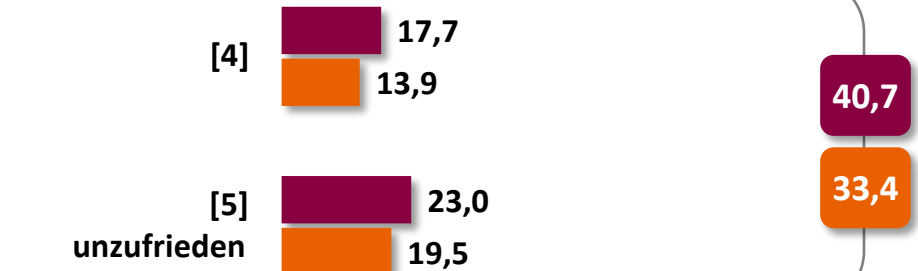
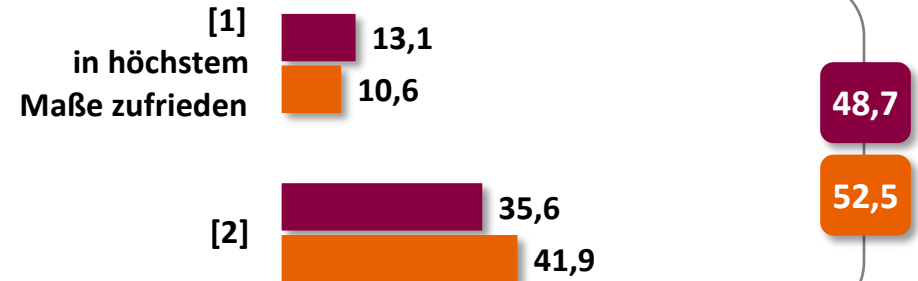
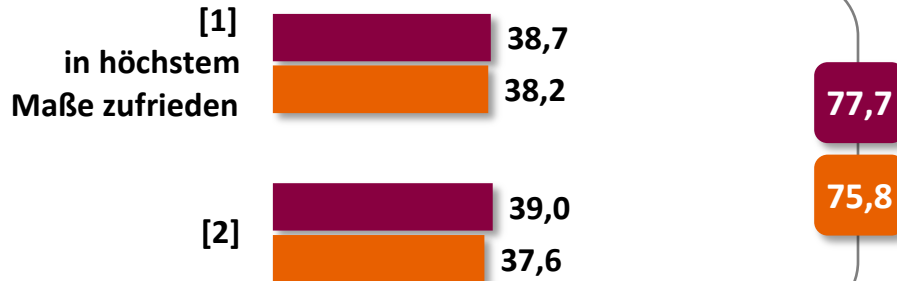






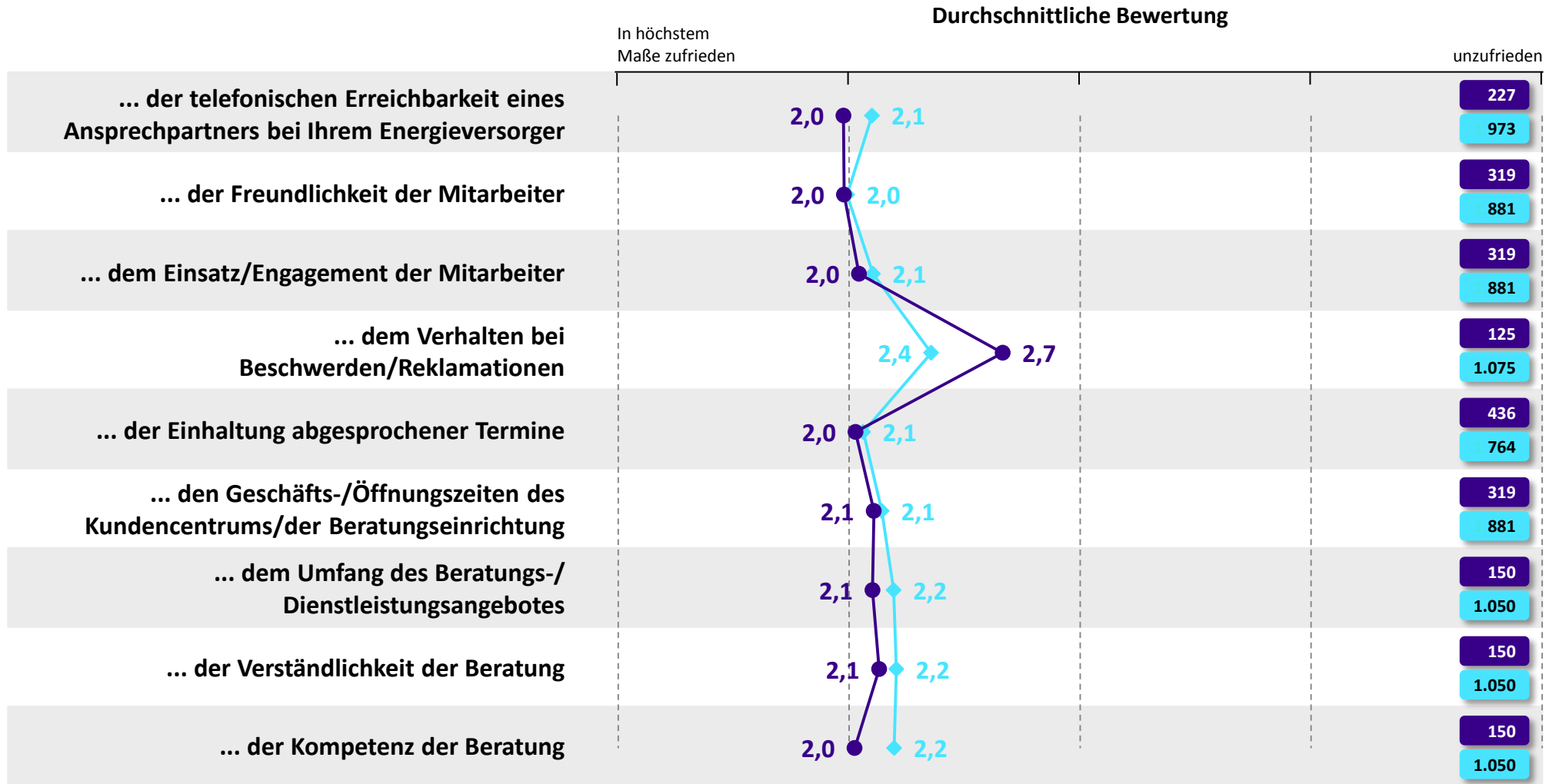
Anfrage/anderer Grund

Beschwerde



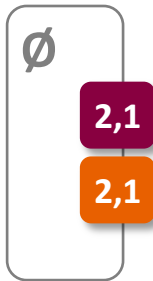
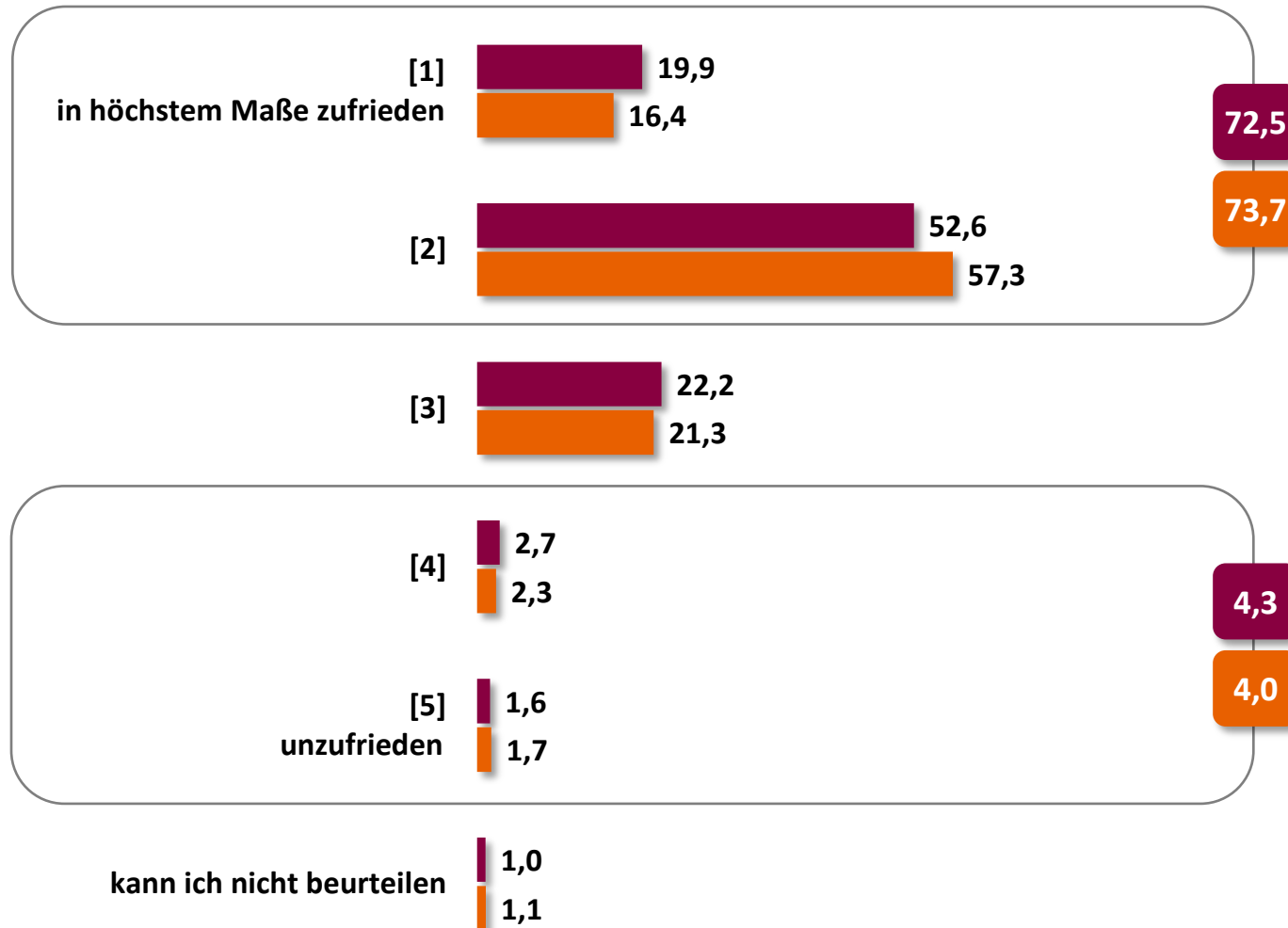
Frage 13.6: Haben Sie diesen Kontakt in positiver oder negativer Erinnerung?

Angaben in %



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.

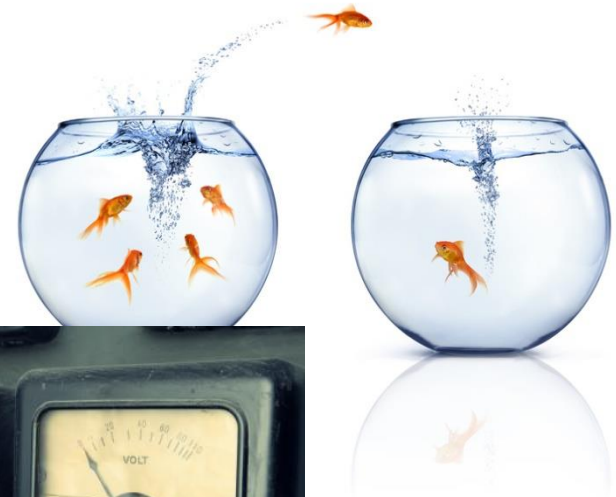
Durchschnittswerte



Mittelwerte auf einer Skala von 1=„in höchstem Maße zufrieden“ bis 5=„unzufrieden“



Frage 16: Wie zufrieden sind Sie mit Ihrem aktuellen Energieversorger unter Berücksichtigung aller vorab angesprochenen Aspekte? (A'posteriori)

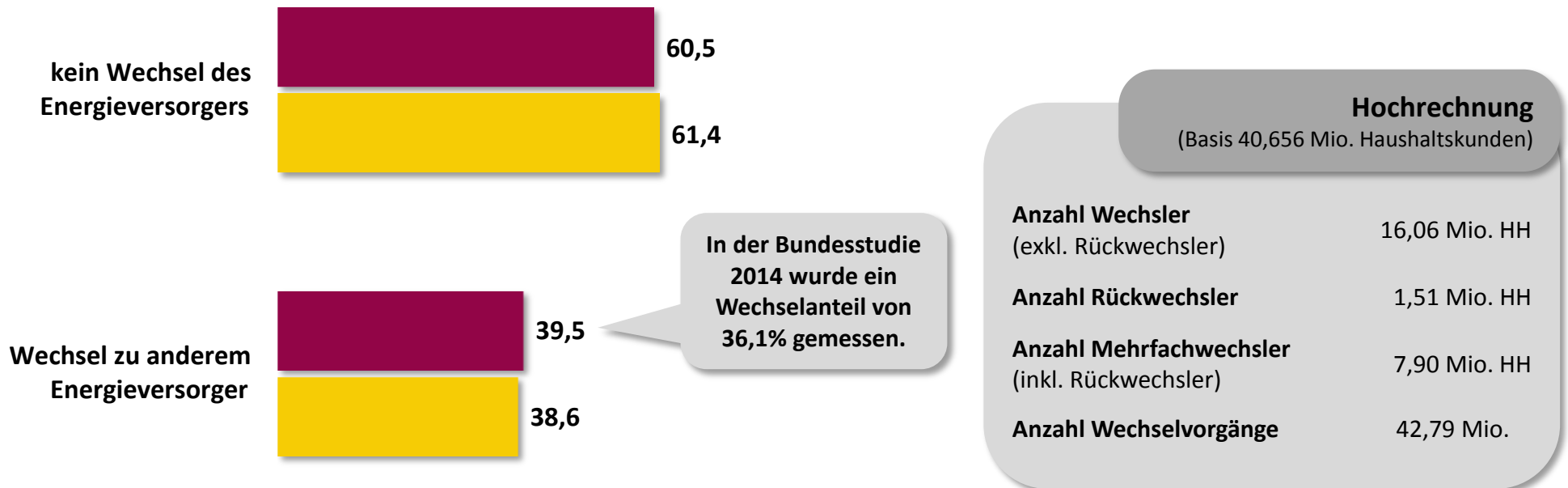


Zur Ermittlung der exakten Wechselquote werden neben der Frage nach einem bereits erfolgten Versorgerwechsel verschiedene Kontrollfragen gestellt, da Kunden häufig einen Tarif-, Vertrags- oder Markenwechsel irrtümlich mit einem tatsächlichen Wechsel des Energieversorgers gleichsetzen. Die Kontrollfragen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

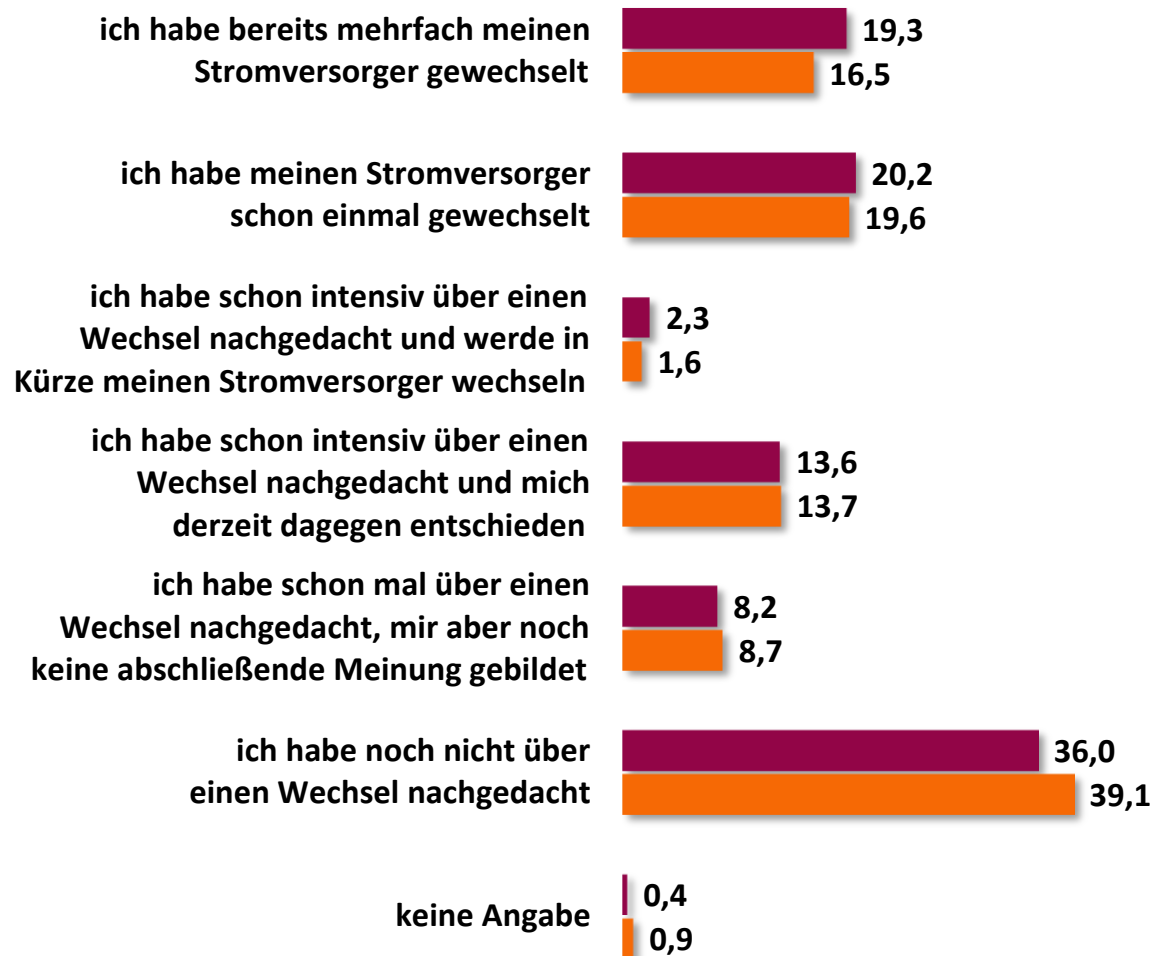
- Postleitzahl
- vorheriger Stromversorger
- Wechselhäufigkeit

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:

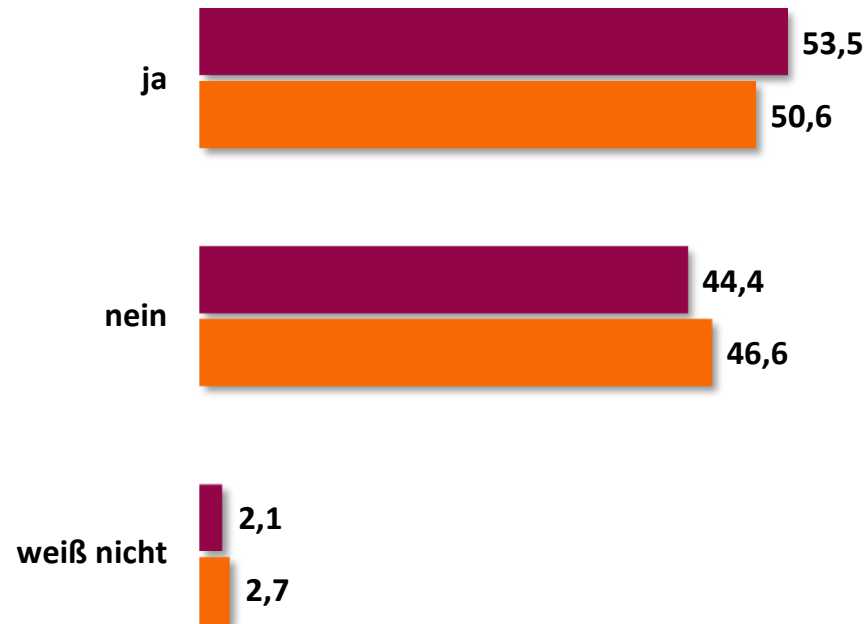






Frage SWI 4: In der folgenden Frage geht es um den Wechsel des Stromversorgers. Ich lese Ihnen einige Aussagen vor.  
Bitte sagen Sie mir, welche auf Ihren Haushalt zutrifft.

Angaben in %



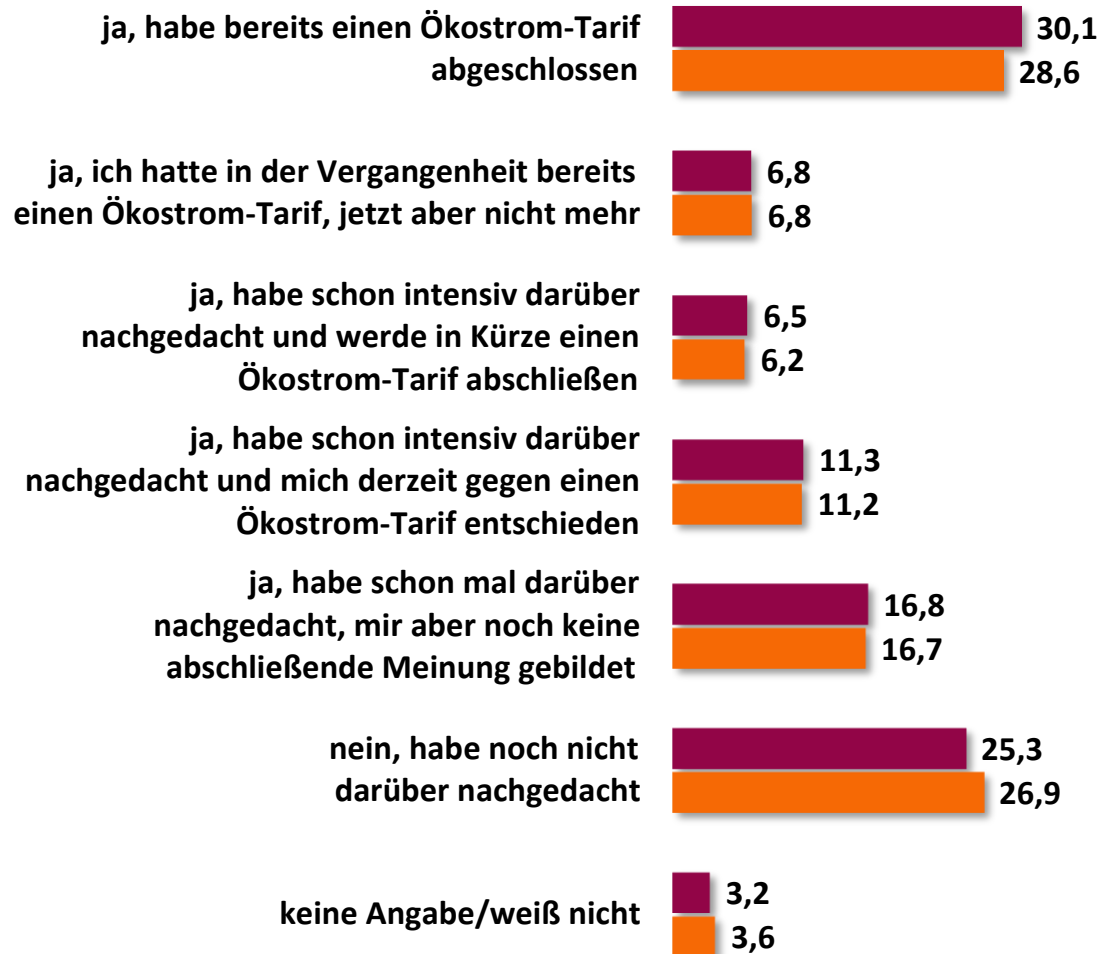
Zusammenhang zwischen Tarifwechsel und Wechsel des Stromversorgers (siehe vorhergehende Folie):

	Mehrfach- wechsler	Einfachwechsler	Zukünftige Wechsler	Wechsel- ablehner	Wechsel- unschlüssige	Wechsel- uninteressierte
<b>Tarifwechsel</b>	42,5 (n = 47)	35,6 (n = 92)	<b>47,3</b> (n = 28)	32,4 (n = 60)	40,6 (n = 69)	40,8 (n = 166)
<b>kein Tarifwechsel</b>	55,2 (n = 61)	60,8 (n = 158)	<b>49,1</b> (n = 29)	63,2 (n = 118)	57,1 (n = 97)	57,3 (n = 234)

An 100 fehlende Prozent: weiß nicht/keine Angabe **auffällige Unterschiede**

Frage SWI 10: Sind Sie unabhängig von einem Wechsel zu einem anderen Stromversorger schon einmal von einem Tarif zu einem anderen Tarif bei Ihrem jetzigen oder früheren Stromversorger gewechselt?

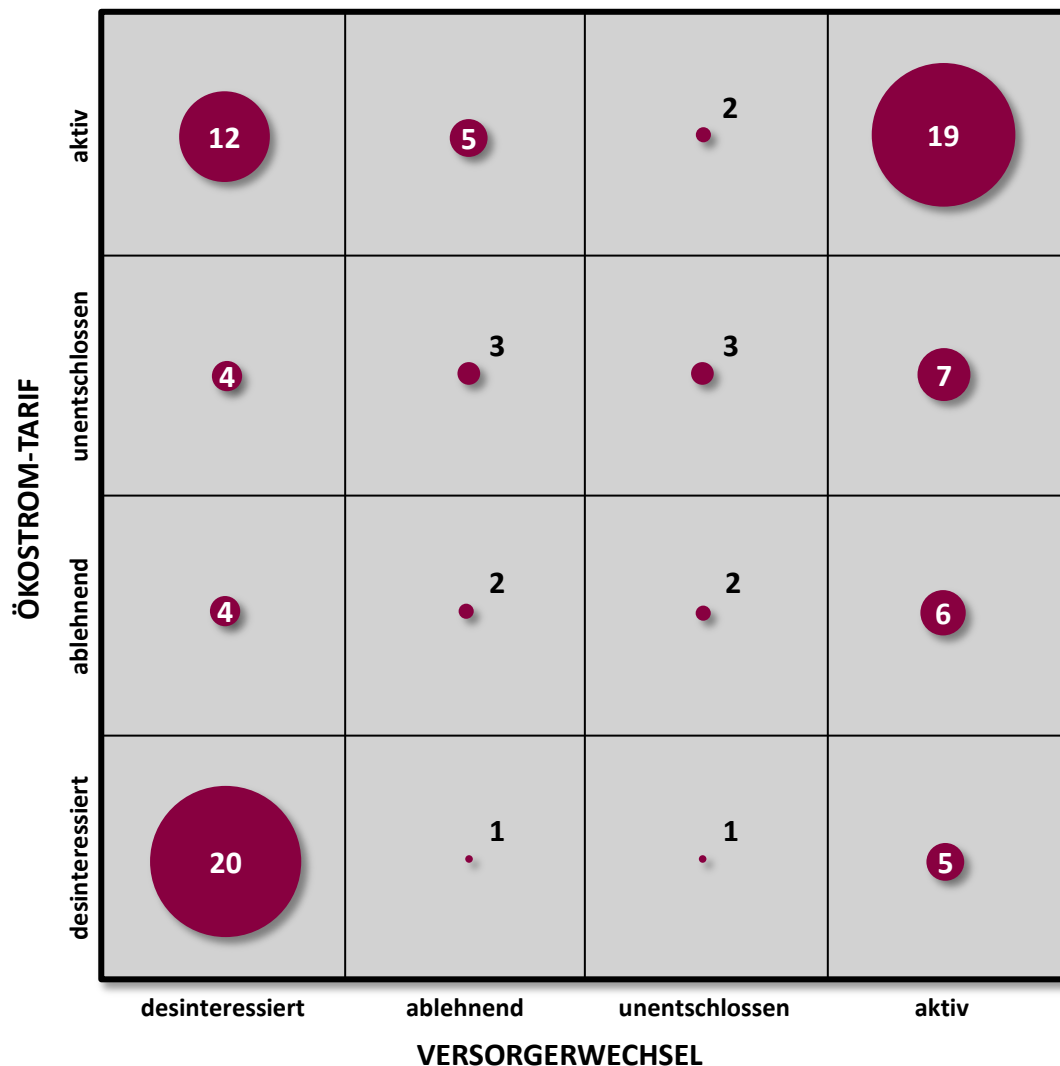
Angaben in %



Frage SWI 11: In der folgenden Frage geht es um den Wechsel des Stromversorgers. Ich lese Ihnen einige Aussagen vor. Bitte sagen Sie mir, welche auf Ihren Haushalt zutrifft.

Angaben in %

Gegenüberstellung des Versorgerwechsels und der Wahl eines Ökostrom-Tarifs



- 12% haben sich nicht mit einem Versorgerwechsel befasst, aber einen Ökostrom-Tarif abgeschlossen
- 8% haben sich nicht mit einem Versorgerwechsel befasst, aber über den Wechsel in einen Ökostrom-Tarif nachgedacht
- 5% sind bezüglich eines Versorgerwechsels bereits aktiv geworden, haben sich aber nicht mit einem Ökostrom-Tarif befasst
- 19% haben sich bisher weder mit einem Versorgerwechsel noch mit einem Wechsel zu einem Ökostrom-Tarif befasst

Definition der Gruppen:

- aktiv:** mehrfacher, einmaliger oder geplanter Versorgerwechsel aktueller oder geplanter Wechsel zu einem Ökostrom-Tarif
- unentschlossen:** mit Versorgerwechsel bzw. Ökostrom-Tarif befasst, aber keine Entscheidung getroffen
- ablehnend:** gegen Versorgerwechsel entschieden gegen Ökostrom-Tarif entschieden oder wieder zu normalen Tarif zurückgekehrt
- desinteressiert:** nicht mit Versorgerwechsel bzw. Ökostrom-Tarif befasst

**Gründe für den Verbleib**

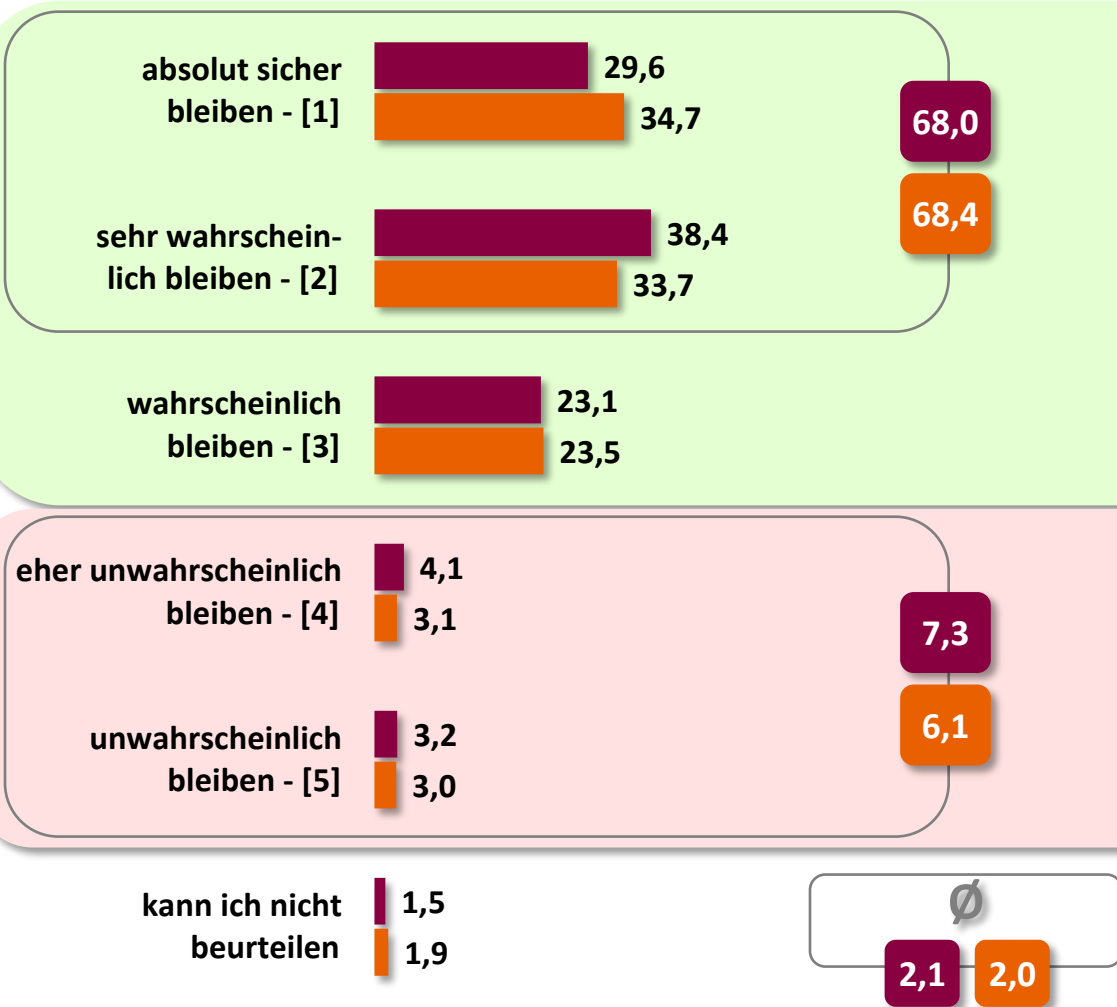
1. bin soweit zufrieden/nie Probleme gehabt
2. günstiger Strompreis
3. Bequemlichkeit/Gewohnheit/Zeitmangel
4. regionaler Anbieter/vor Ort
5. kenne derzeit keine bessere Alternative

n = 1.094

**Gründe für den Wechsel**

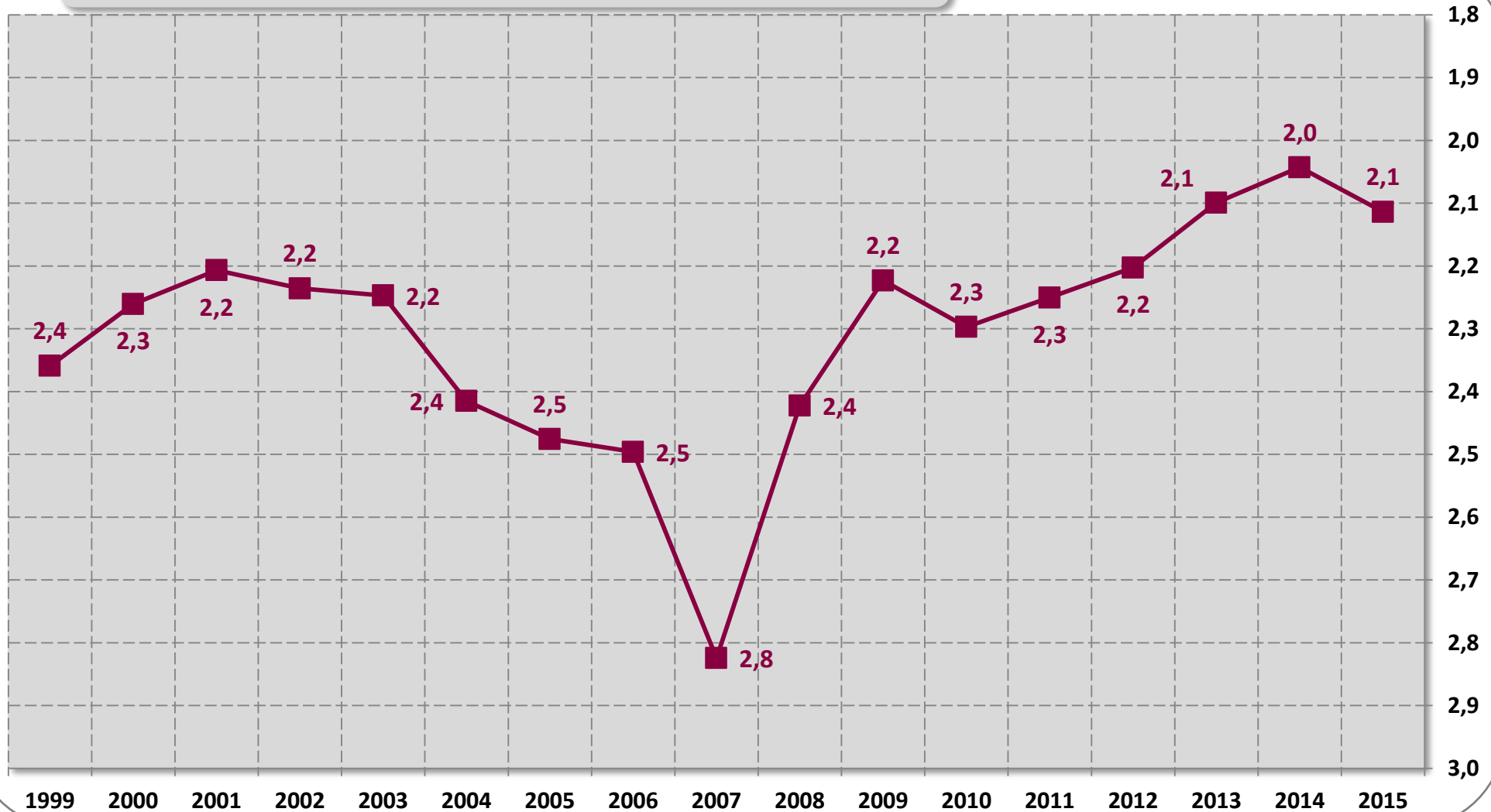
1. Strompreis
2. schlechter Service
3. möchte Ökostrom
4. Image des alten Versorgers/des neuen Versorgers

n = 87



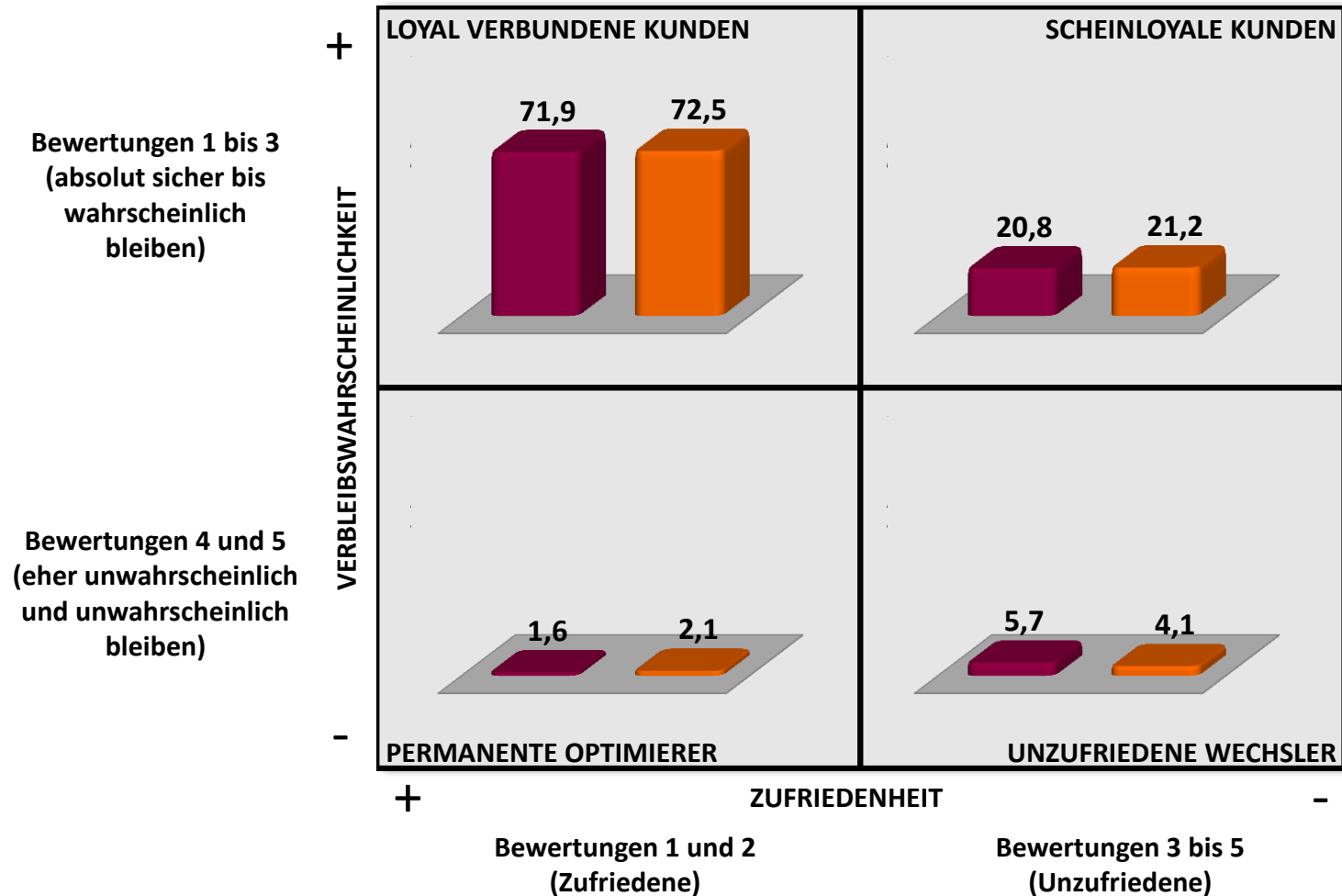
Frage 17: Wenn Sie sich jetzt noch einmal Ihre gesamte Geschäftsbeziehung mit Ihrem Stromversorger vergegenwärtigen und sich dabei vorstellen, dass verschiedene andere Stromversorger zur Auswahl stehen, wie wahrscheinlich würden Sie aus jetziger Sicht bei Ihrem Stromversorger bleiben? Würden Sie ...?

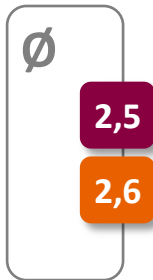
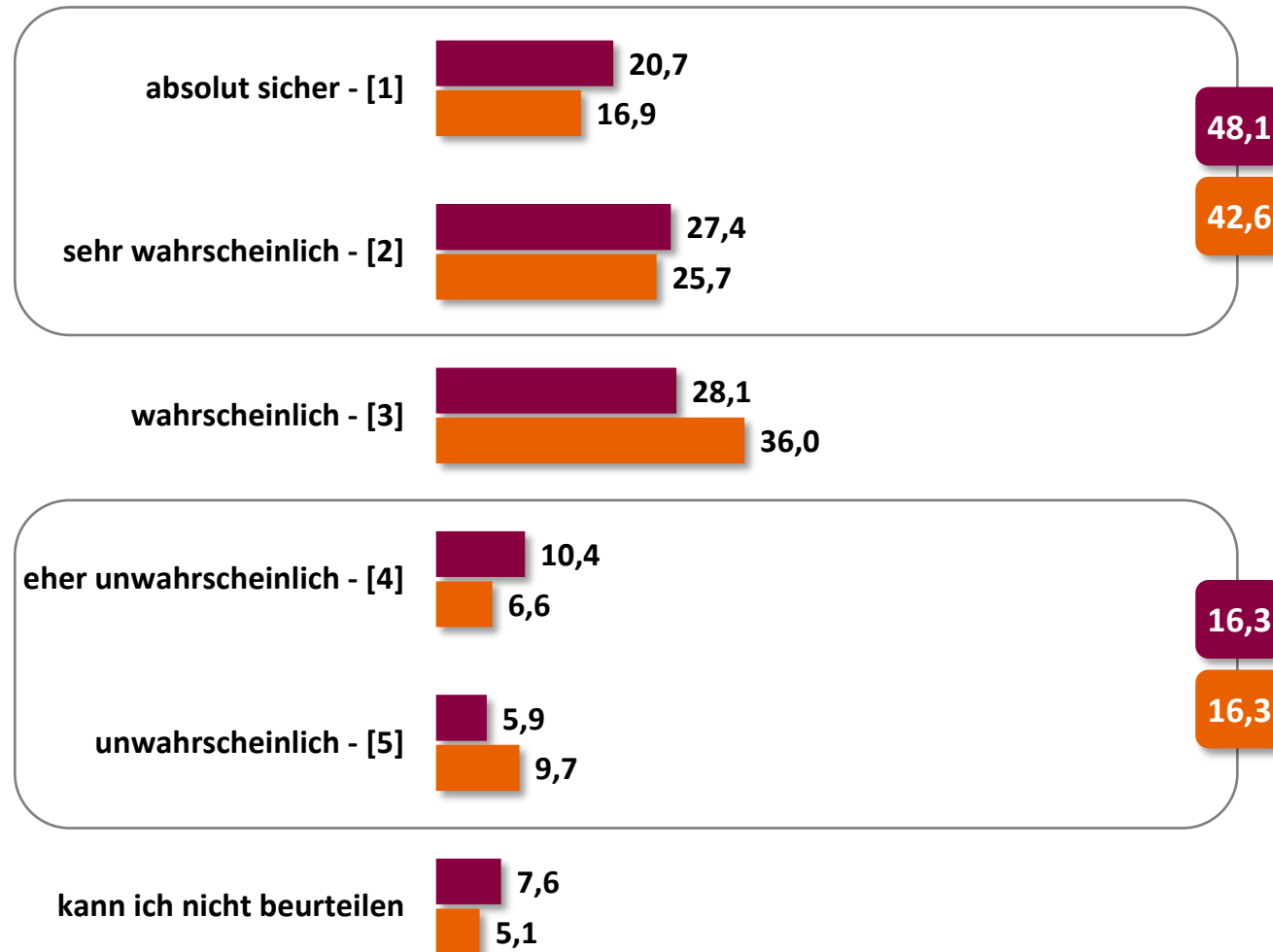
Mittelwerte auf einer Skala von 1=„absolut sicher bleiben“ bis 5=„unwahrscheinlich bleiben“



Frage 17: Wie wahrscheinlich werden Sie aus jetziger Sicht bei Ihrem Stromversorger bleiben?

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



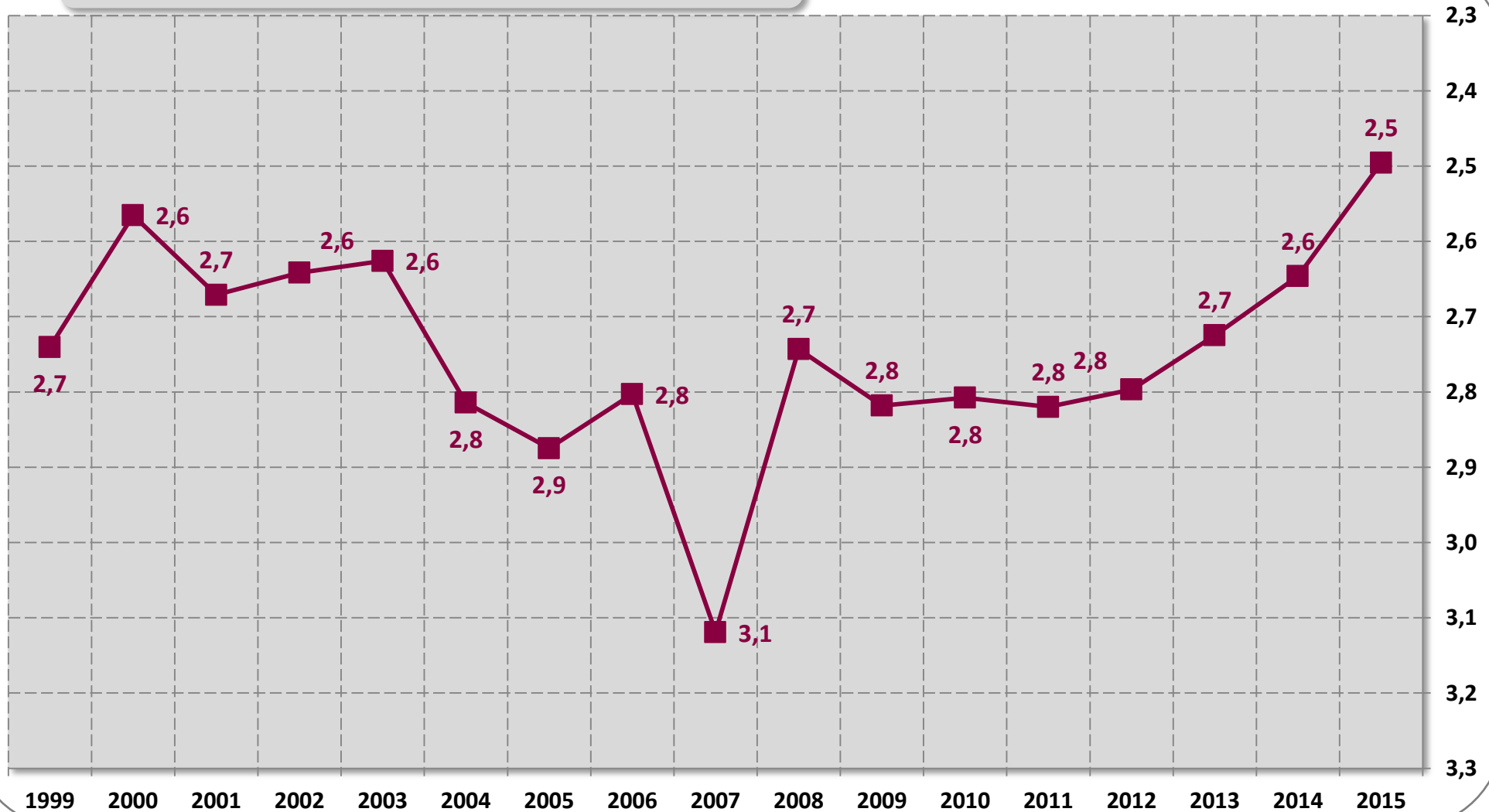


Frage 18: Wenn Sie von einem Freund oder Bekannten um Rat gefragt würden, wie wahrscheinlich wäre es, dass Sie ihm Ihren aktuellen Stromversorger empfehlen würden? Wäre es ...?

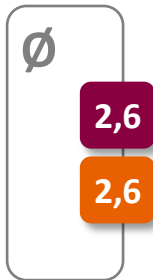
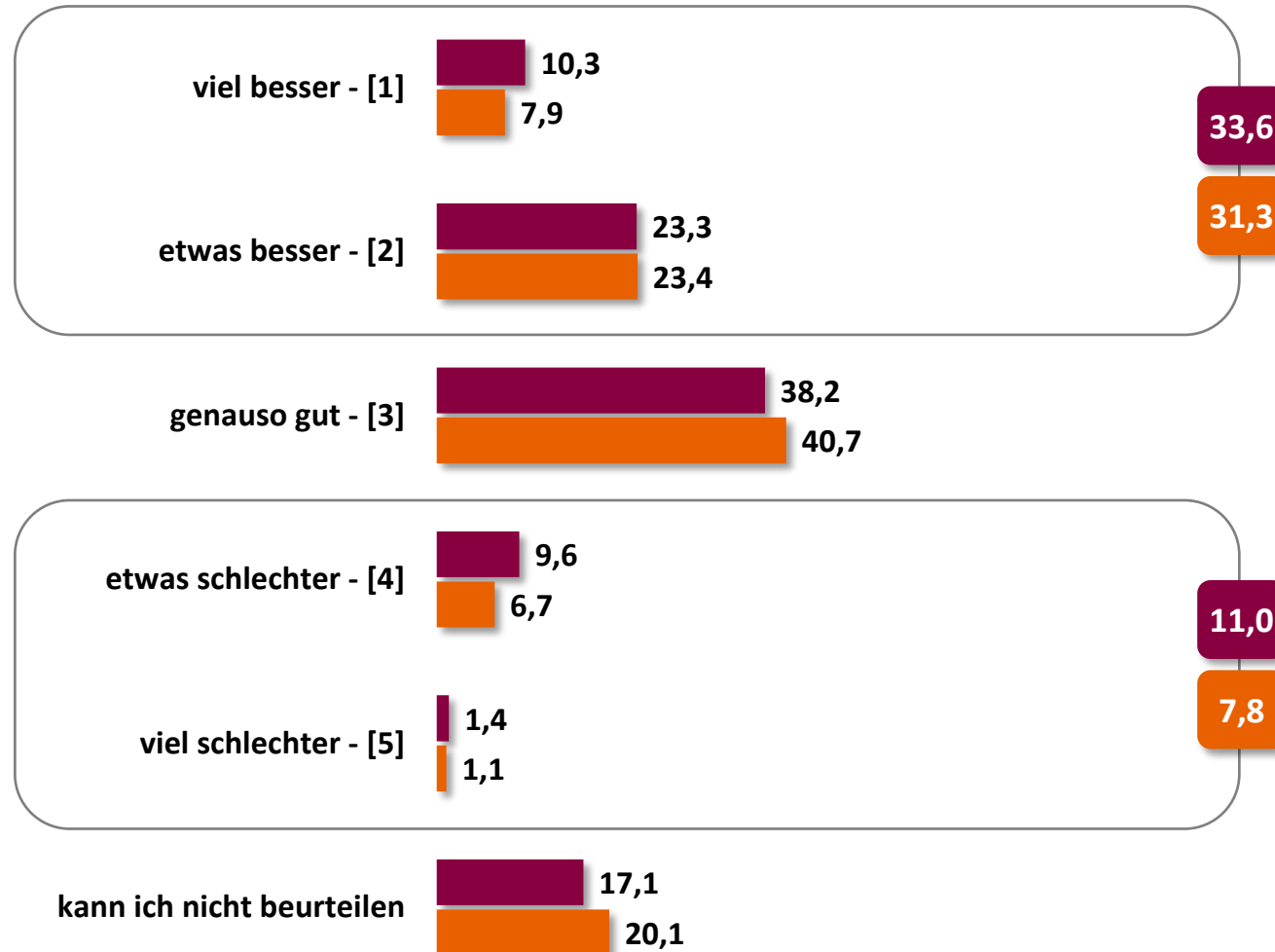
Angaben in %



Mittelwerte auf einer Skala von 1=„absolut sicher“ bis 5=„unwahrscheinlich“

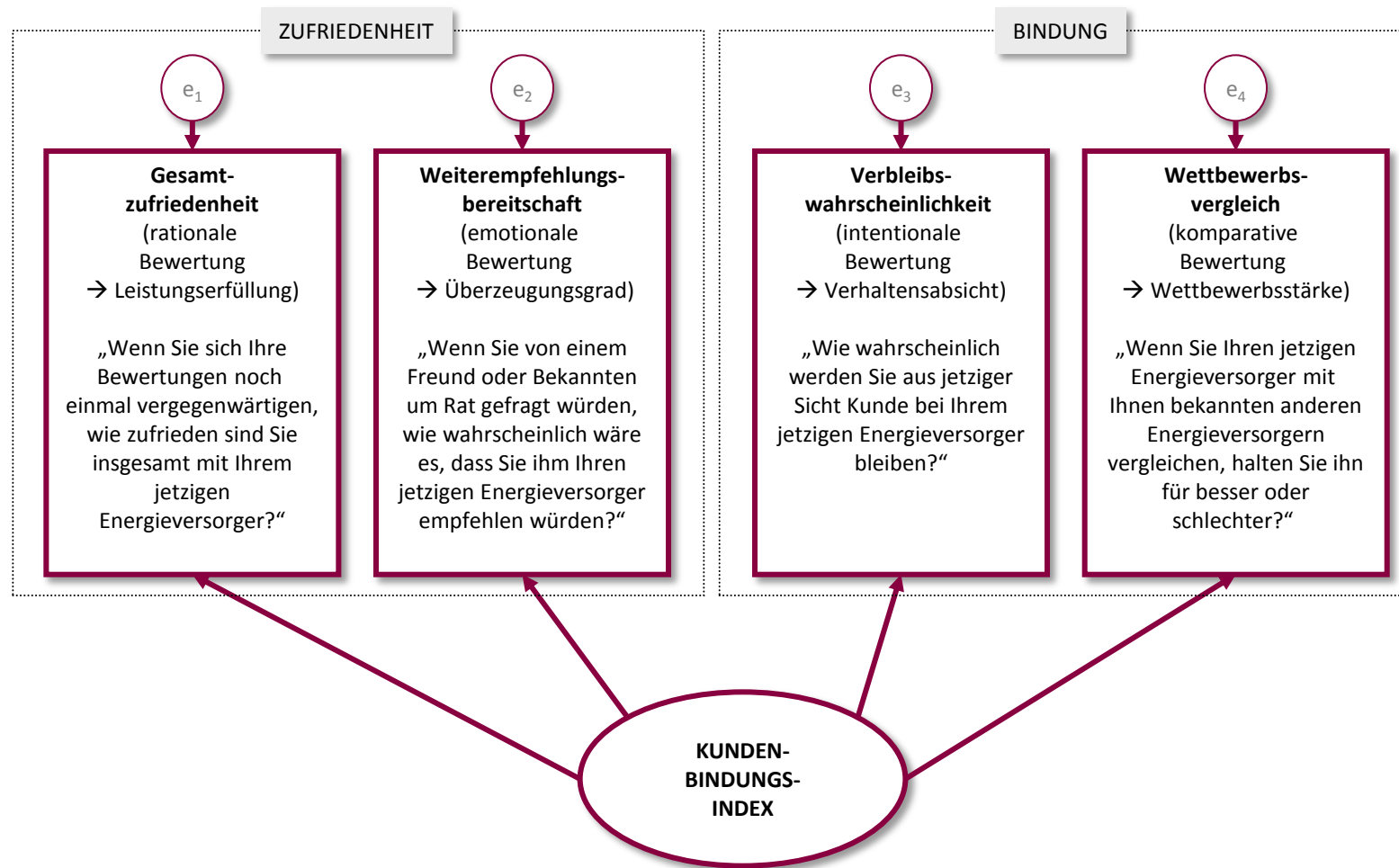


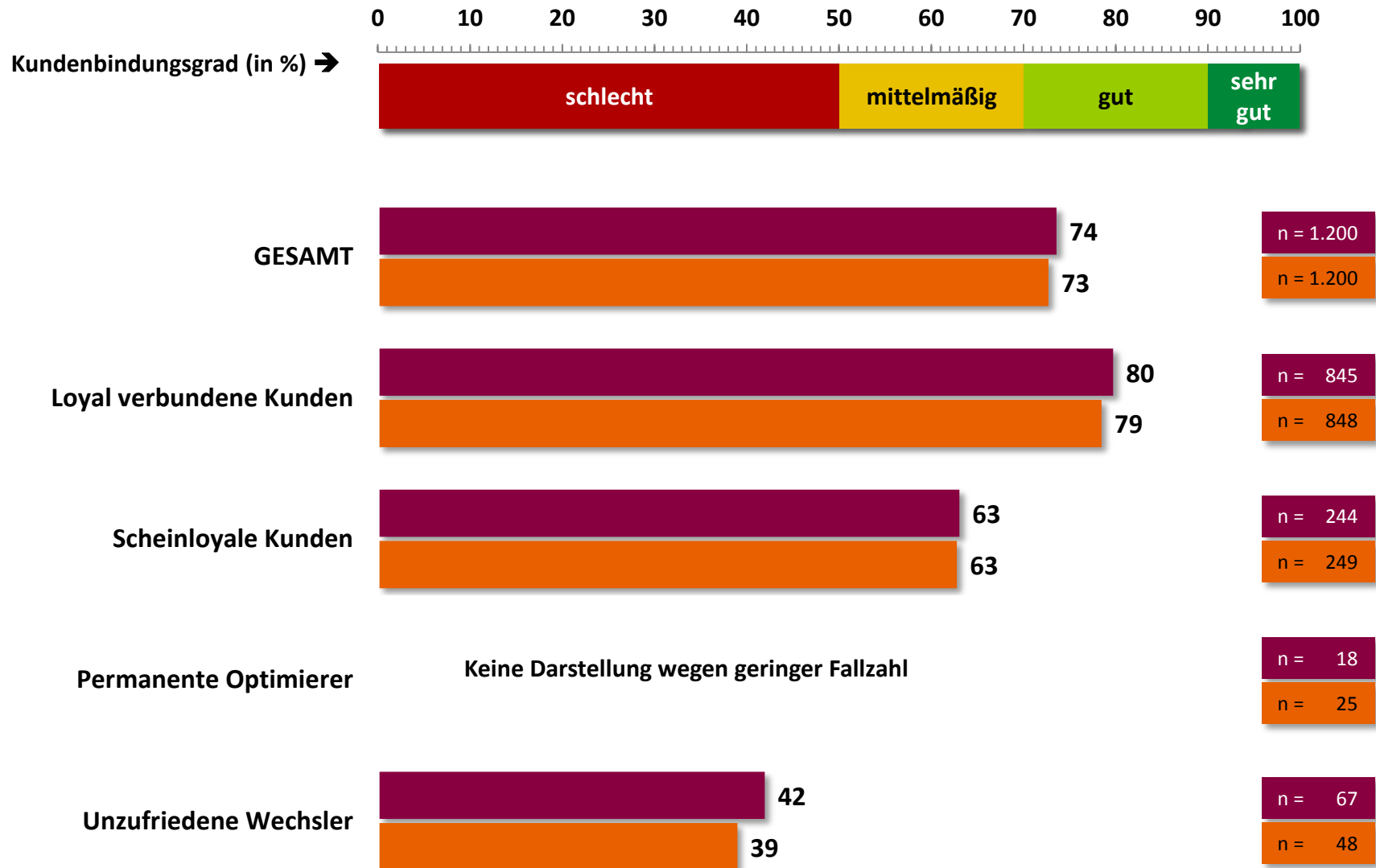
Frage 18: Wenn Sie ... um Rat gefragt würden, wie wahrscheinlich wäre es, dass Sie ihm Ihren aktuellen Stromversorger empfehlen würden?

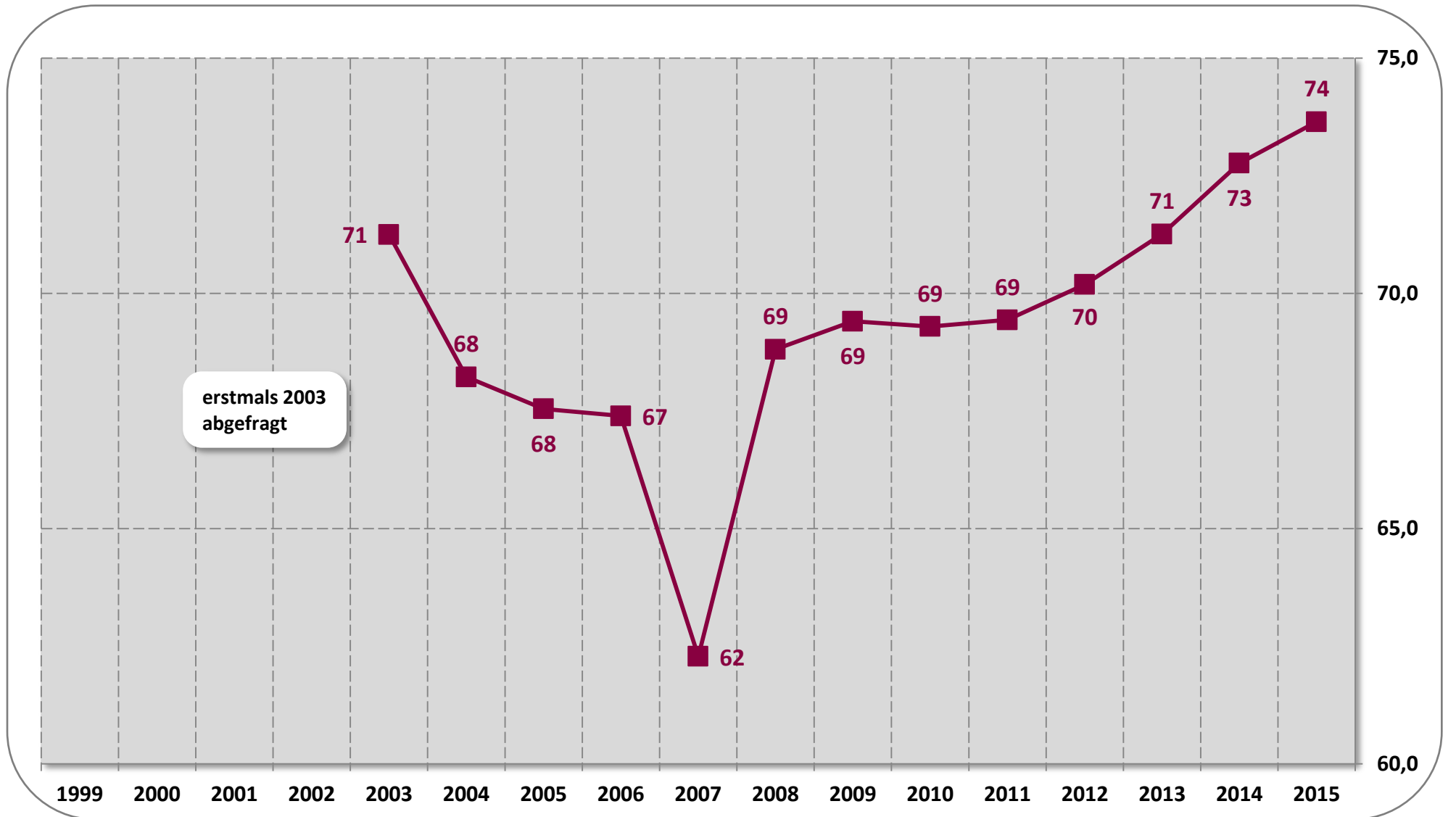


Der Kundenbindungsindex im Sinne eines Loyalitätsindex basiert auf der empirisch bestätigten Hypothese, **dass ein Kunde um so verbundener ist, je zufriedener er mit seinem Versorger ist, so zufrieden, dass er ihn auch jederzeit weiter empfehlen würde, von daher auch keinerlei Wechselabsichten hegt, zumal er auch keine attraktiveren Alternativen im Wettbewerb wahrnimmt.**

Diese Hypothese wird mit Hilfe einer konfirmatorischen Faktorenanalyse geprüft, die auch gleichzeitig die Gewichte der vier Faktoren für den auf den Wertebereich von 0 bis 100 Punkten normierten summativen Index liefert. Im Kundenbindungsindex werden somit vier hochkorrelierte Einzelindikatoren zu einer gemeinsamen Messgröße, die den Grad der Verbundenheit mit dem Versorger beschreibt, zusammengefasst. Dabei werden sowohl die aktuellen Kundenbewertungen der vier Einzelindikatoren als auch das resultierende aktuelle Korrelationsgefüge der Indikatoren untereinander berücksichtigt

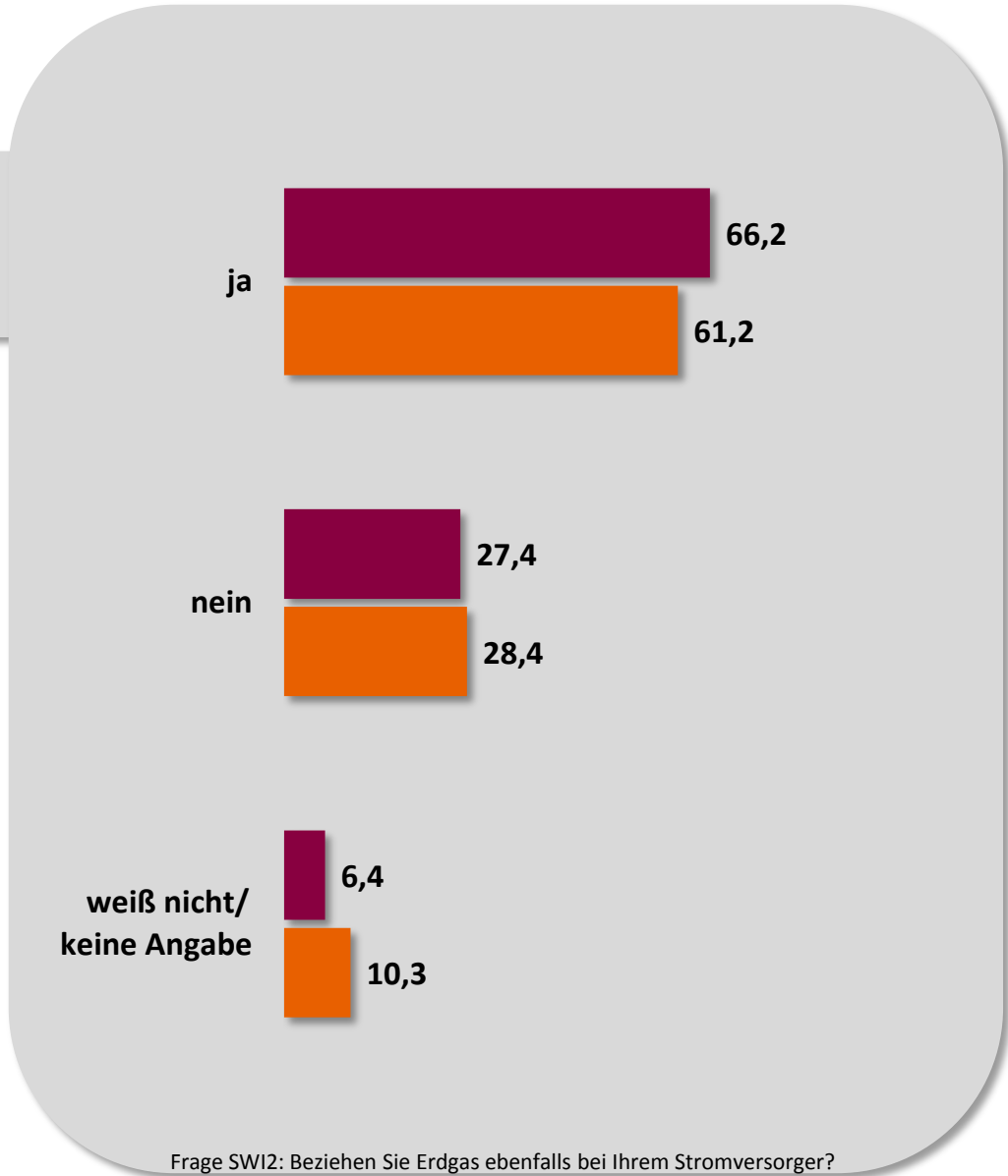
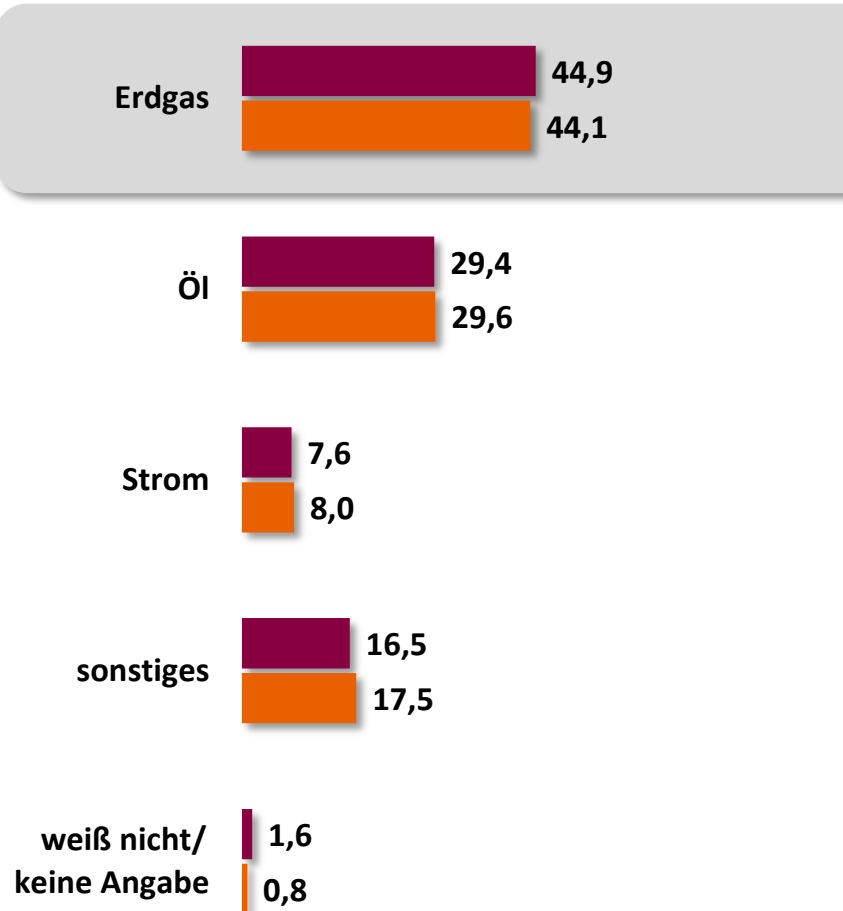






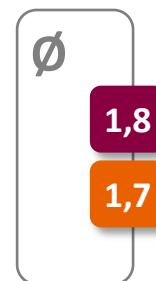
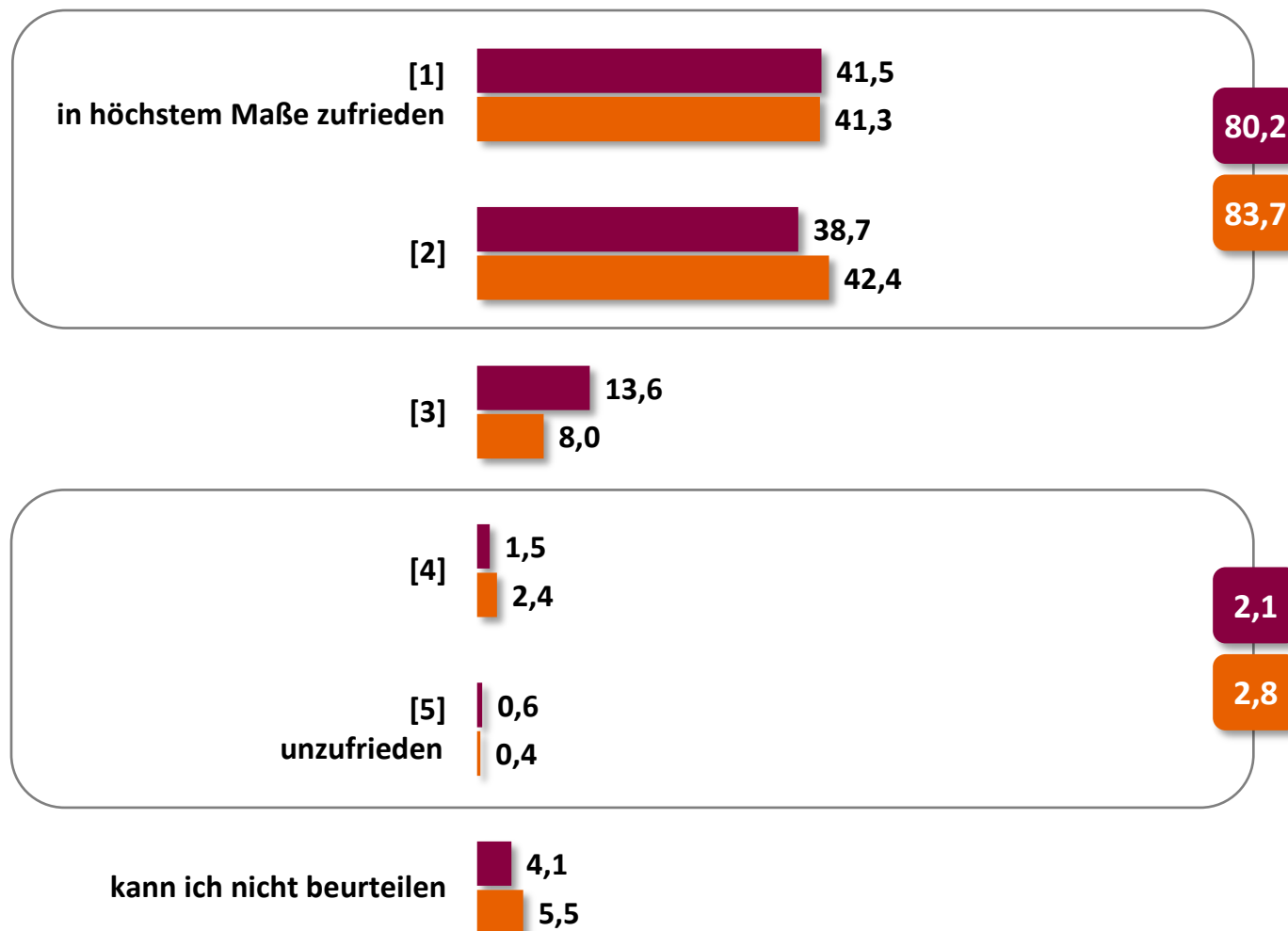
Gewichteter Index aus Kundenzufriedenheit, Weiterempfehlungsbereitschaft, Verbleibswahrscheinlichkeit und Wettbewerbsvergleich



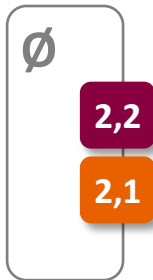
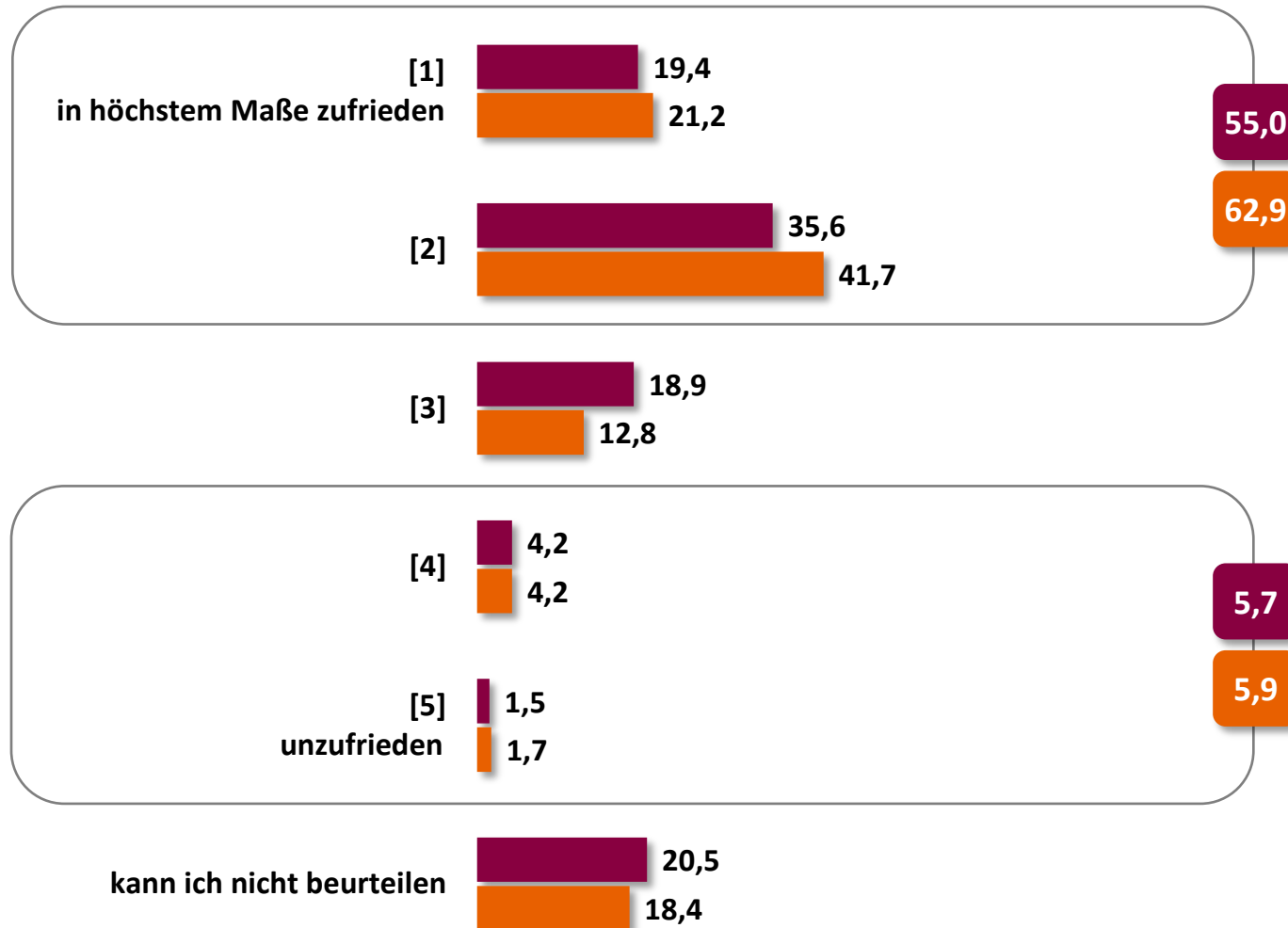


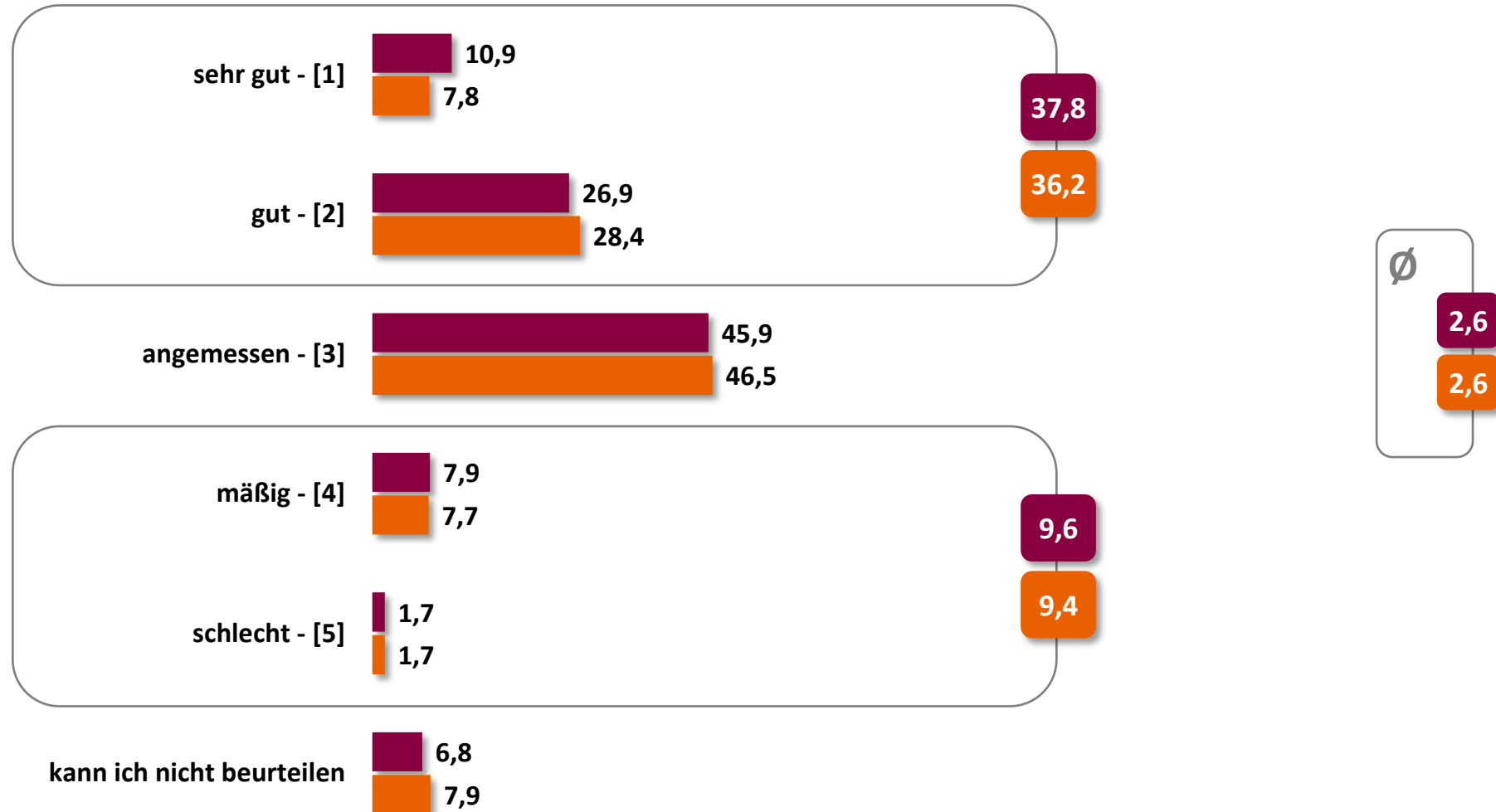
Frage GW1: Womit heizen Sie vorwiegend Ihre Wohnung/Ihr Haus?

Frage SWI2: Beziehen Sie Erdgas ebenfalls bei Ihrem Stromversorger?



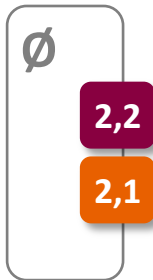
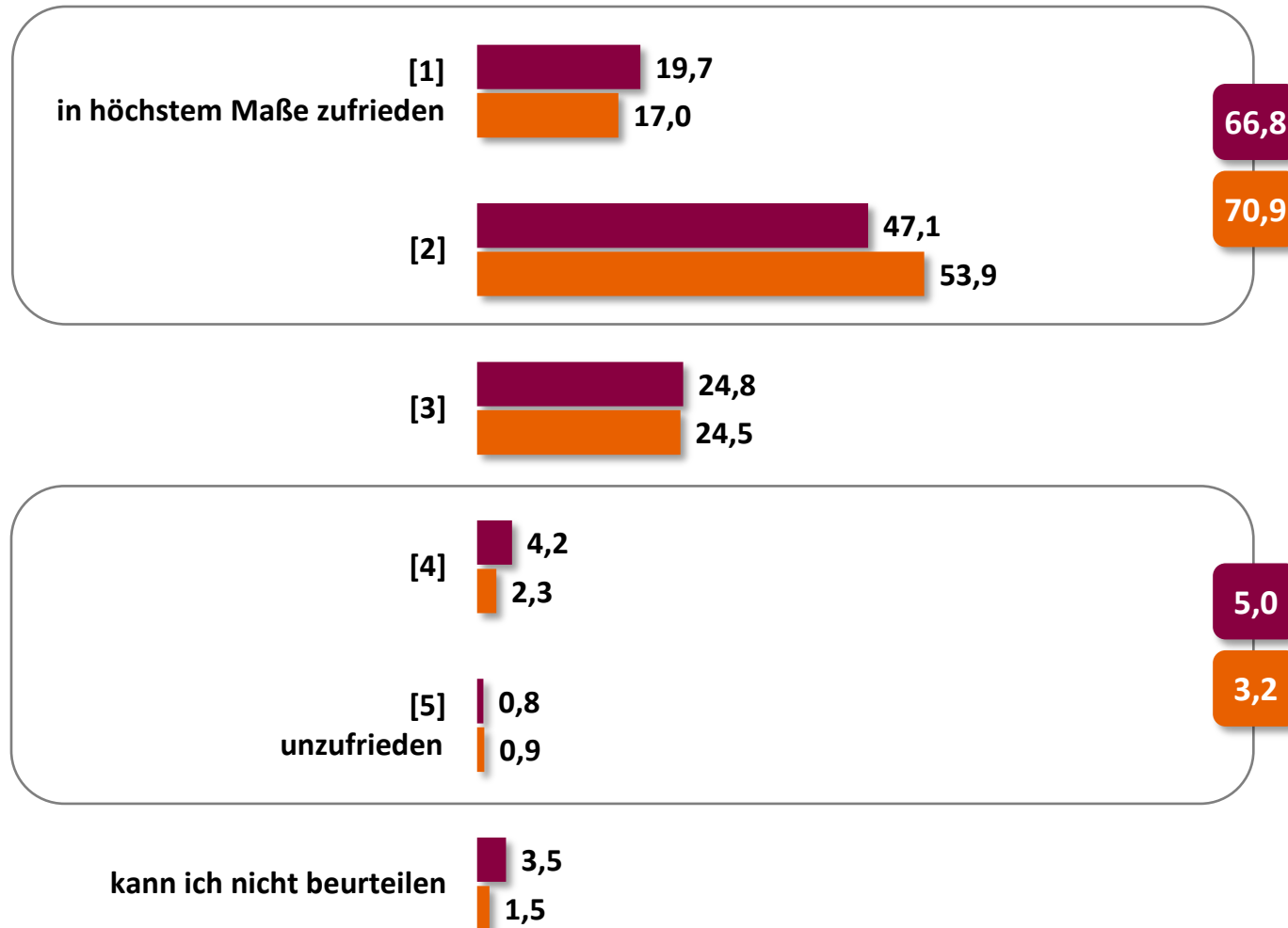






Frage 22: Wie fällt Ihr Urteil aus, wenn Sie die Erdgaspreise Ihres Erdgasversorgers ins Verhältnis zu dessen Leistung setzen?  
Ist das Preis-Leistungs-Verhältnis aus Ihrer Sicht ...?

Angaben in %



Gründe für den Verbleib

1. bin soweit zufrieden/nie Probleme gehabt
2. günstiger Gaspreis
3. Bequemlichkeit/Gewohnheit/Zeitmangel
4. regionaler Anbieter/vor Ort
5. kenne derzeit keine bessere Alternative

n = 475

Gründe für den Wechsel

1. Gaspreis
2. unflexible Zahlungskonditionen
3. schlechter Service

n = 35

absolut sicher bleiben - [1]



59,3

sehr wahrscheinlich bleiben - [2]



63,2

wahrscheinlich bleiben - [3]

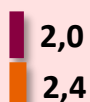


eher unwahrscheinlich bleiben - [4]



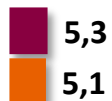
6,5

unwahrscheinlich bleiben - [5]



4,9

kann ich nicht beurteilen

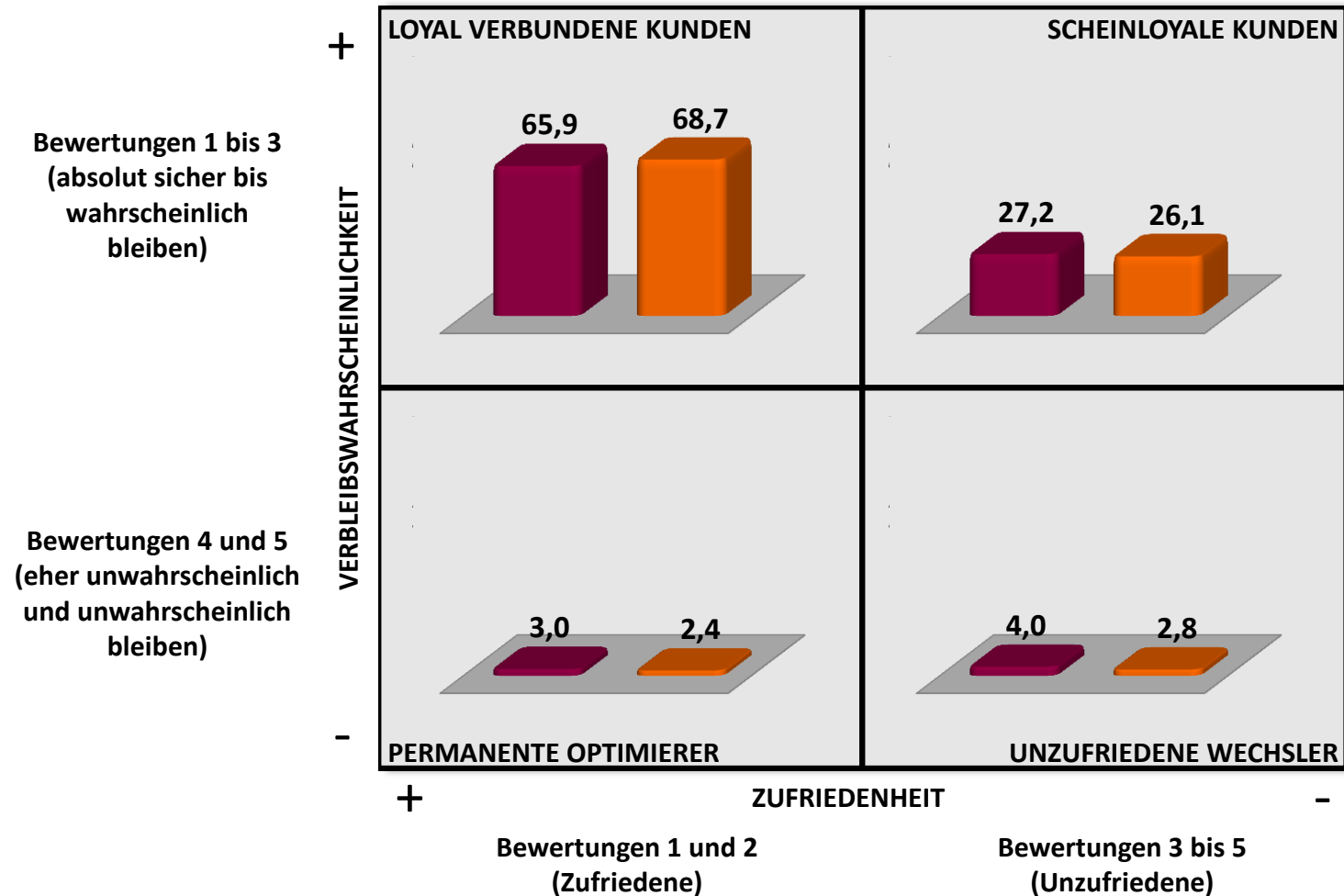


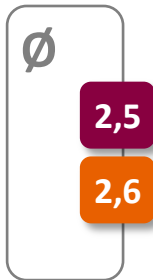
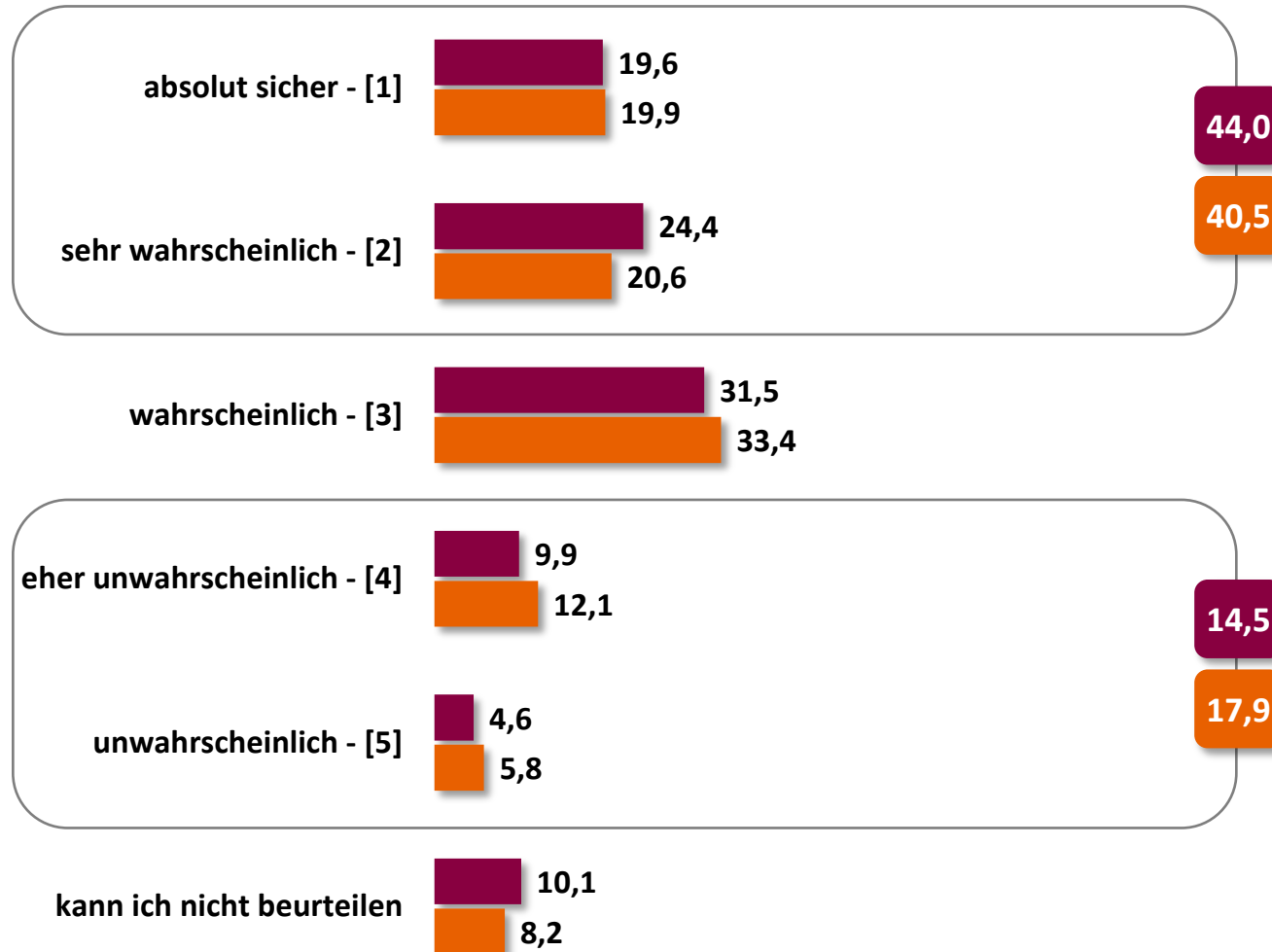
2,2

2,1

Frage 24: 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 ...?

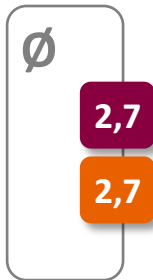
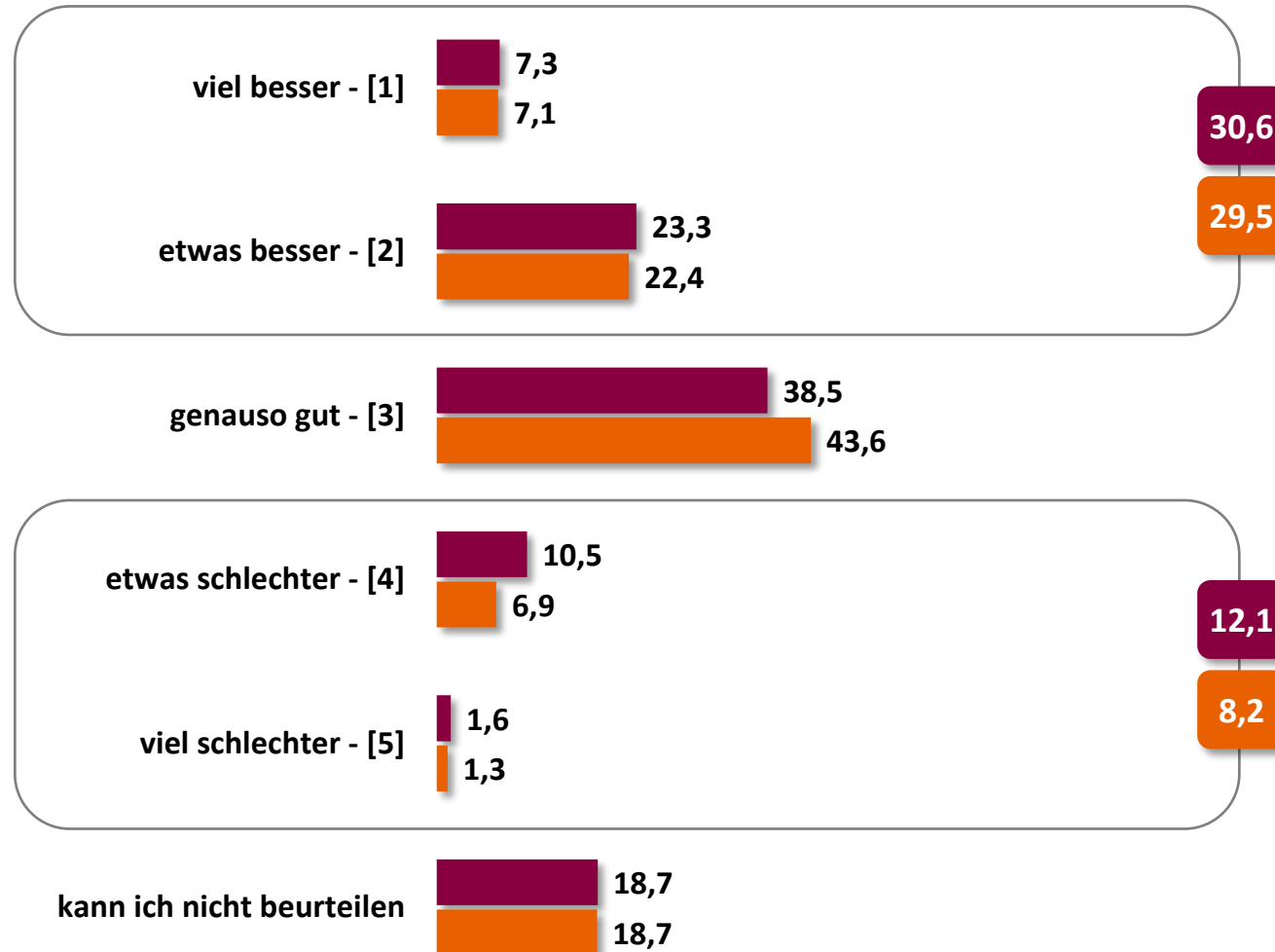
Anhand der Gesamtzufriedenheit und der Wahrscheinlichkeit des Verbleibs können vier unterschiedlich stark gebundene Kundengruppen der Energieversorger abgeleitet werden.

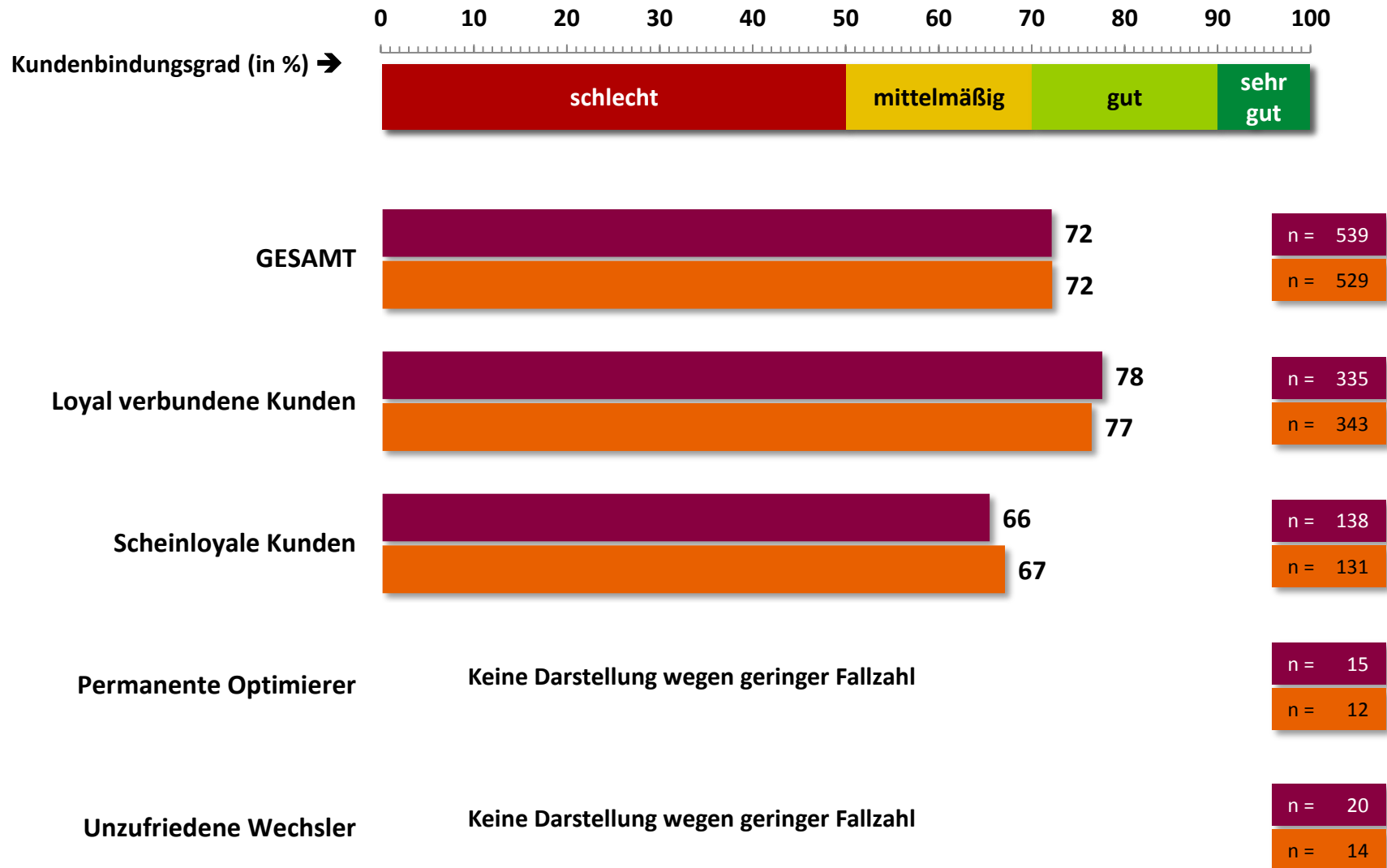




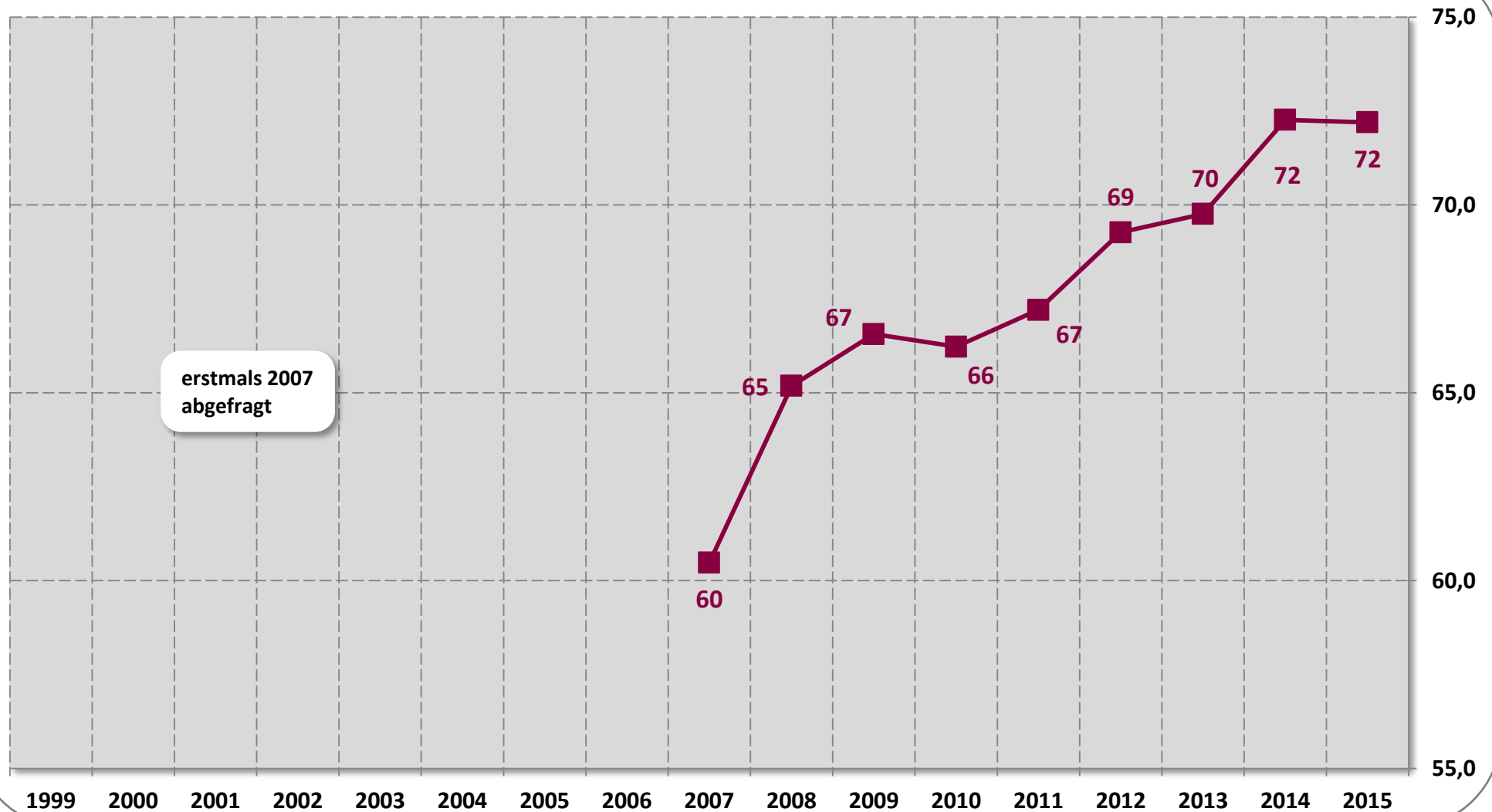
Frage 25: Wenn Sie von einem Freund oder Bekannten um Rat gefragt würden, wie wahrscheinlich wäre es, dass Sie ihm Ihren aktuellen Erdgasversorger empfehlen würden? Wäre es ...?

Angaben in %

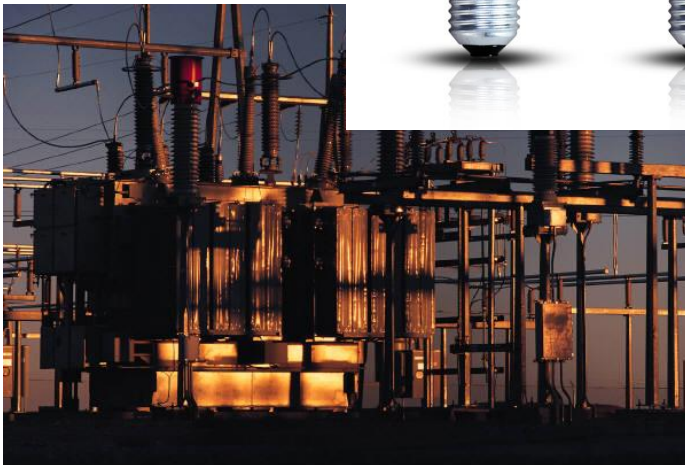


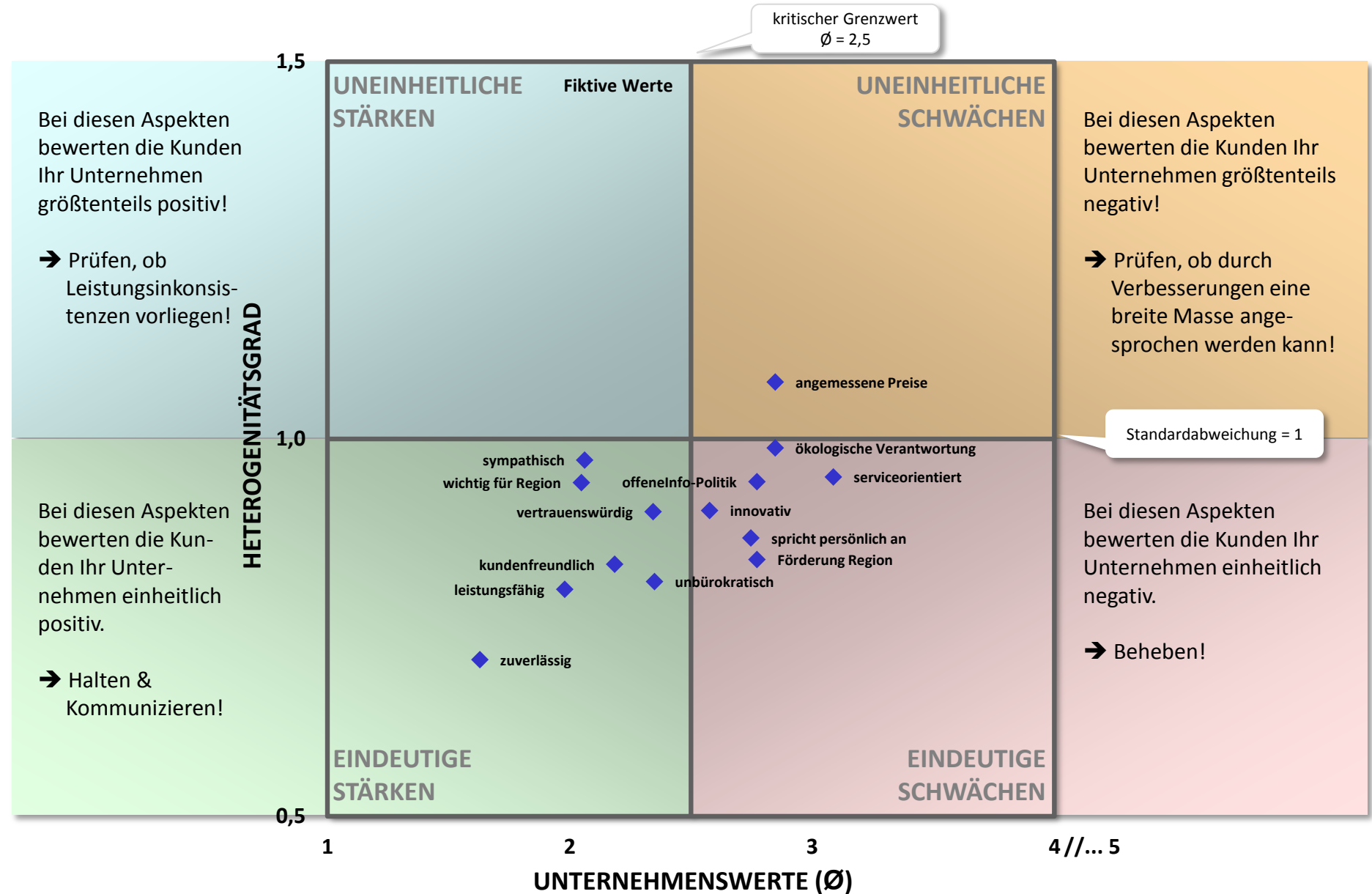


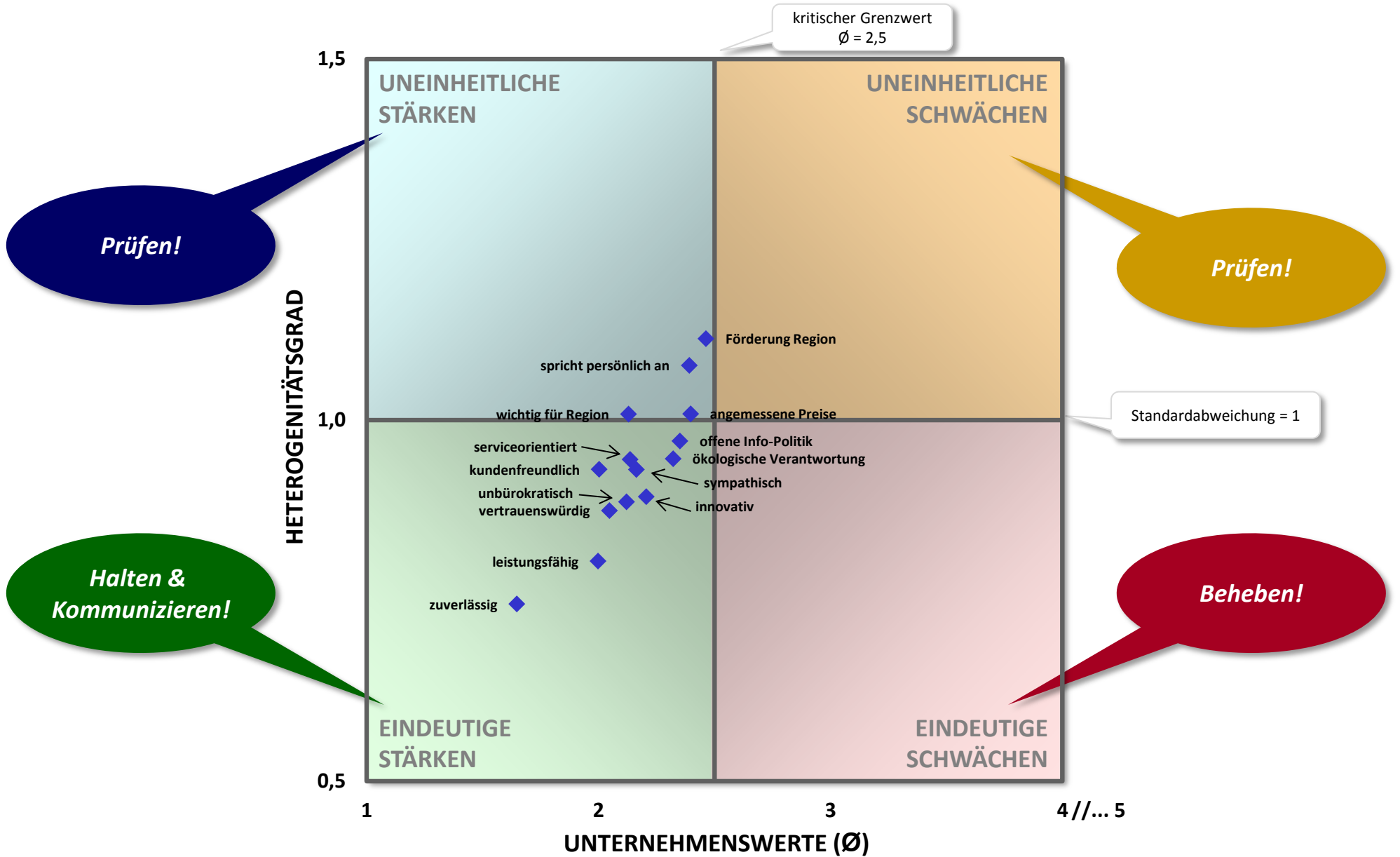


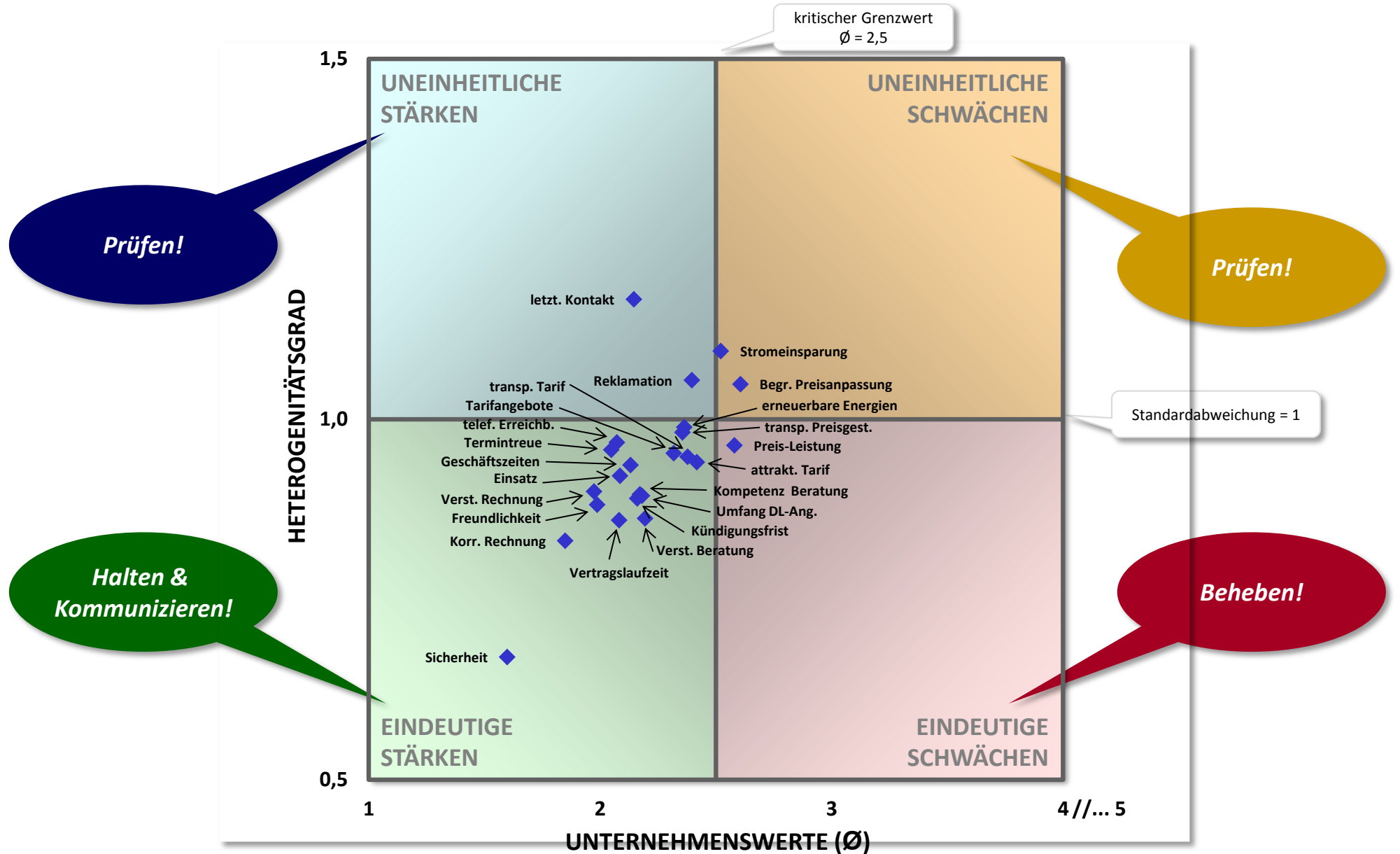


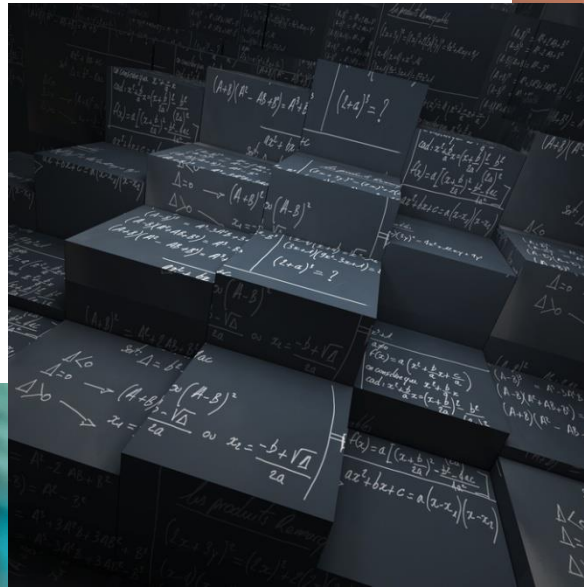
Gewichteter Index aus Kundenzufriedenheit, Weiterempfehlungsbereitschaft, Verbleibswahrscheinlichkeit und Wettbewerbsvergleich



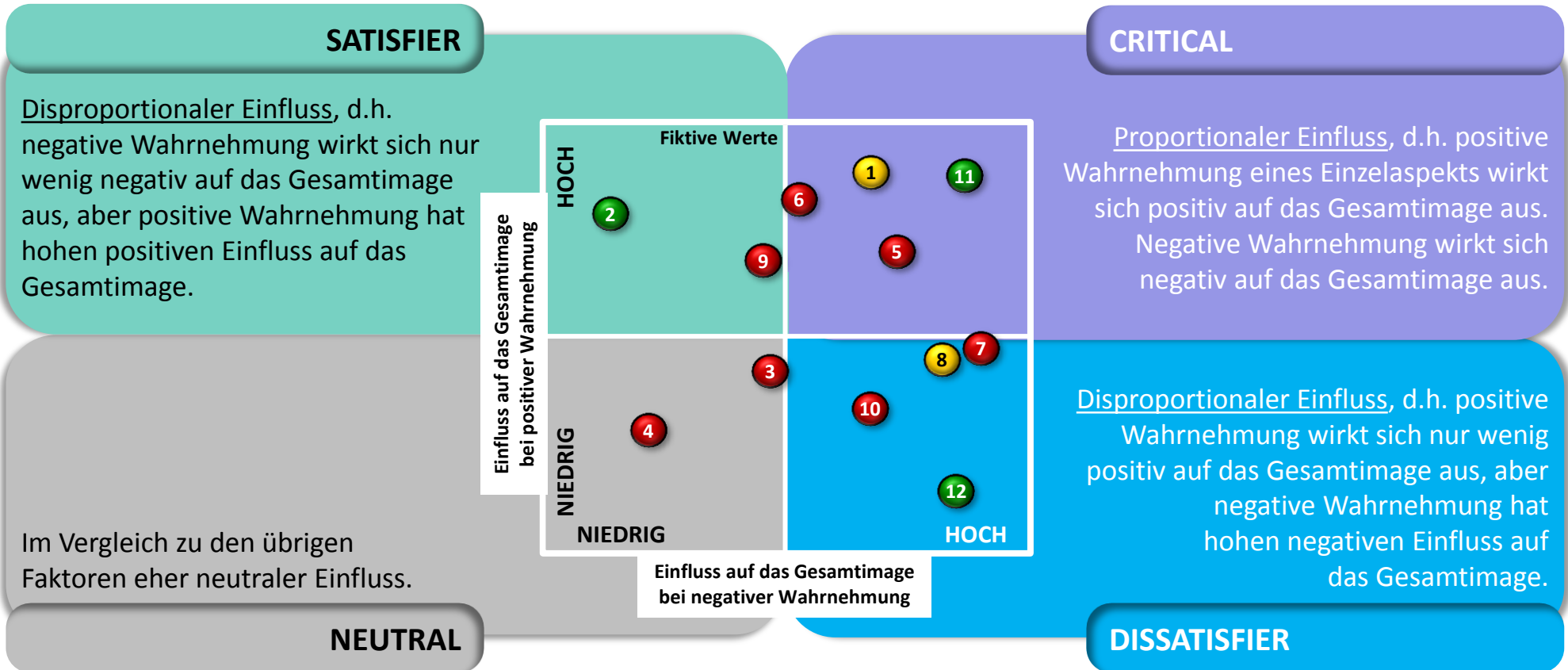








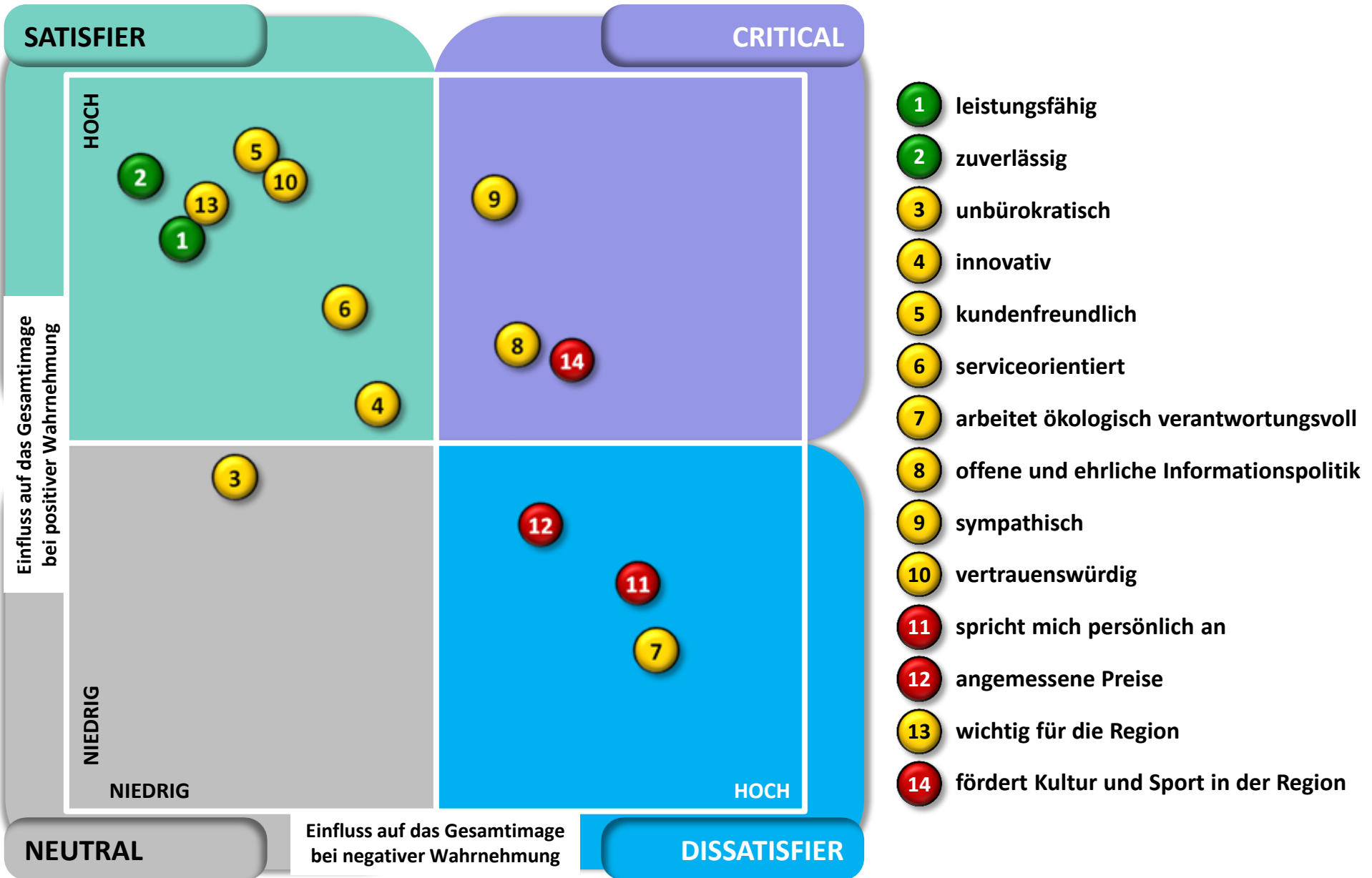
Untersuchung des Einflussgrades sowie der Struktur des Einflusses von Einzelaspekten des Images/der Zufriedenheit auf das Gesamtimage bzw. die Gesamtzufriedenheit. Die folgende Grafik zeigt am Beispiel des Gesamtimages die Sektoren, die auch hinsichtlich der Dimension Kundenzufriedenheit Gültigkeit besitzen:



„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

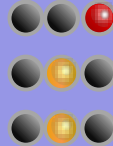




„Critical“- oder „Dissatisfier“-Aspekte, die schlecht oder mittelmäßig erfüllt sind, haben einen besonders starken negativen Einfluss auf das Gesamtimage. Hier sollten als erstes Maßnahmen zur Verbesserung untersucht und ergriffen werden.

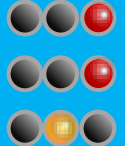
### 1. CRITICAL

1. fördert Kultur und Sport in der Region
2. sympathisch
3. offene und ehrliche Informationspolitik



### 2. DISSATISFIER

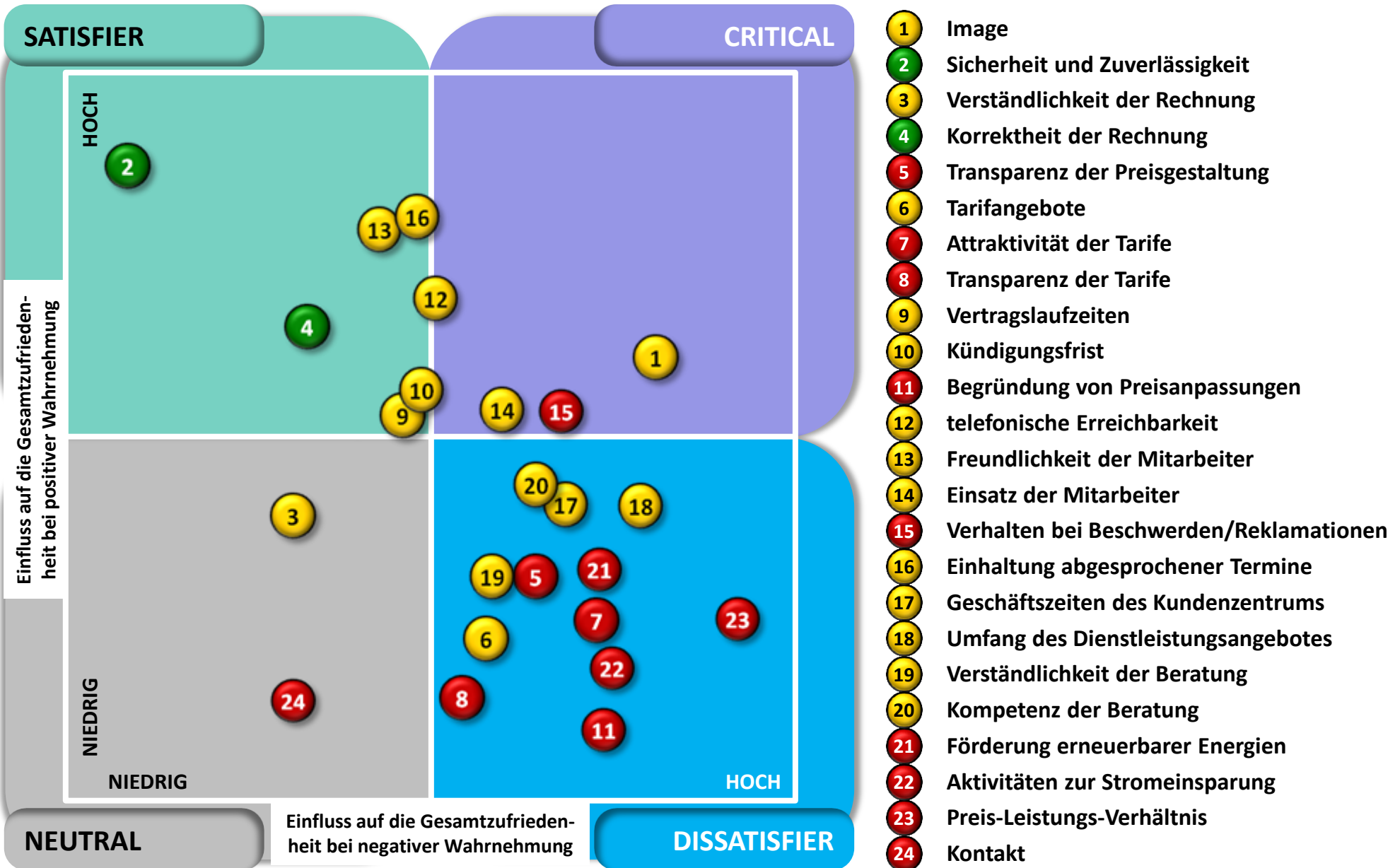
1. spricht mich persönlich an
2. angemessene Preise
3. arbeitet ökologisch verantwortungsvoll



„Satisfier“-Aspekte, die schlecht erfüllt sind, wirken zwar nicht direkt negativ auf das Gesamtimage, es wird jedoch Potential verschenkt, den Kunden zu begeistern. Auch hier können Maßnahmen zur Verbesserung untersucht und ergriffen werden.





### 3. SATISFIER

keine Aspekte



„Critical“- oder „Dissatisfier“-Aspekte, die schlecht oder mittelmäßig erfüllt sind, haben einen besonders starken negativen Einfluss auf die Gesamtzufriedenheit. Hier sollten als erstes Maßnahmen zur Verbesserung untersucht und ergriffen werden.

### 1. CRITICAL

- |                                |   |
|--------------------------------|---|
| 1. Verhalten bei Beschwerden   |  |
| 2. Image                       |  |
| 3. telefonische Erreichbarkeit |  |
| 4. Einsatz der Mitarbeiter     |  |

### 2. DISSATISFIER

- |  |   |
|--|---|
| 1. Begründung von Preisanpassungen     |    |
| 2. Preis-Leistungs-Verhältnis          |    |
| 3. Aktivitäten zur Energieeinsparung   |    |
| 4. Attraktivität der Tarife            |    |
| 5. Transparenz der Tarife              |    |
| 6. Förderung erneuerbarer Energien     |    |
| 7. Transparenz der Preisgestaltung     |    |
| 8. Tarifangebote                       |    |
| 9. Umfang des Dienstleistungsangebotes |    |
| 10. Verständlichkeit der Beratung      |    |
| 11. Geschäftszeiten des Kundenzentrums |    |
| 12. Kompetenz der Beratung             |  |

„Satisfier“-Aspekte, die schlecht erfüllt sind, wirken zwar nicht direkt negativ auf die Gesamtzufriedenheit, es wird jedoch Potential verschenkt, den Kunden zu begeistern. Auch hier können Maßnahmen zur Verbesserung untersucht und ergriffen werden.

### 3. SATISFIER

keine Aspekte



## STANDARDFRAGEBOGEN – JAHRGANG 2015/2016

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 prolytics in Dortmund. Wir führen derzeit eine bundesweite Repräsentativbefragung 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
- 5 Weiß nicht

## 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** In der folgenden Frage geht es um den Wechsel des Stromversorgers. Ich lese Ihnen einige Aussagen vor. Bitte sagen Sie mir, welche auf Ihren Haushalt zutrifft?

**INTERVIEWER** Antwortvorgaben vorlesen

- 0 1 ich habe bereits mehrfach meinen Stromversorger gewechselt. → SWI 7
- 0 2 ich habe meine Stromversorger schon einmal gewechselt → SWI 7
- 0 3 ich habe schon intensiv über einen Wechsel nachgedacht und werde in Kürze meinen Stromversorger wechseln ..... → SWI 10
- 0 4 ich habe schon intensiv über einen Wechsel nachgedacht, und mich derzeit dagegen entschieden ..... → SWI 10
- 0 5 ich habe schon mal über einen Wechsel nachgedacht, mir aber noch keine abschließende Meinung gebildet ..... → SWI 10
- 0 6 ich habe noch nicht über einen Wechsel nachgedacht → SWI 10

## FRAGENKOMPLEX VERSORGER-WECHSLER

**SWI 7** **NUR MEHRFACHWECHSLER**  
Wie oft haben Sie den Stromsorgler schon gewechselt?

- 0 1 \_\_\_\_\_ mal

**SWI 8** **(Für Mehrfachwechsler: Denken Sie bitte nun an Ihren letzten Wechsel.)** Von welchem Energieversorger haben Sie vorher Ihren Strom bekommen?

Frühere/r Stromversorger: \_\_\_\_\_

**SWI 9** Hat der Wechsel innerhalb der letzten 3 Monate stattgefunden?

- 1 ja ..... → SWI 11
- 2 nein ..... → SWI 10.1
- 3 weiß nicht ..... → SWI 10.1

**SWI 9.1** Hat der Wechsel innerhalb des letzten Jahres stattgefunden?

- 1 ja
- 2 nein
- 3 weiß nicht

### TARIFE STROM

**SWI 10** Sind Sie unabhängig von einem Wechsel zu einem anderen Stromversorger schon einmal von einem Tarif zu einem anderen Tarif bei ihrem jetzigen oder früheren Stromversorger gewechselt?

- 1 ja
- 2 nein
- 3 weiß nicht

**SWI 11** In der folgenden Frage geht es um Ökostrom-Tarife. Ich lese Ihnen einige Aussagen vor. Bitte sagen Sie mir, welche auf Ihren Haushalt zutrifft?

**INTERVIEWER** Antwortvorgaben vorlesen

- 1 ich habe derzeit einen Ökostrom-Tarif
- 2 ich hatte in der Vergangenheit schon einmal einen Ökostrom-Tarif, jetzt aber nicht mehr
- 3 ich habe schon intensiv darüber nachgedacht und werde in Kürze einen Ökostrom-Tarif abschließen
- 4 ich habe schon intensiv darüber nachgedacht und mich derzeit gegen einen Ökostrom-Tarif entschieden
- 5 ich habe schon mal darüber nachgedacht, mir aber noch keine abschließende Meinung gebildet
- 6 ich habe noch nicht darüber nachgedacht

### INFORMATIONSVRHALTEN ENERGIEVERSORGUNG

**Frage 2** Wie regelmäßig informieren Sie sich über Energieversorger und deren Preise?

**Interviewer:** Antworten vorlesen, zutreffende Antwort auswählen

- 1 mindestens ein Mal pro Monat
- 2 alle 2 bis 3 Monate
- 3 alle 4 bis 6 Monate
- 4 ein Mal pro Jahr
- 5 seltener als ein Mal pro Jahr
- 6 informiere mich gar nicht ..... → Frage 4

**Frage 3** Welche Informationsquellen nutzen Sie, um sich über Energieversorger und deren Preise zu informieren?

**Interviewer:** Antworten nicht vorlesen, Mehrfachnennungen möglich

- 1 Tageszeitungen/Zeitschriften/Fachzeitschriften
- 2 Fernsehen
- 3 Messen
- 4 Freundes-/Verwandtenkreis, Arbeitskollegen
- 5 Internetseiten von Energieversorgern
- 6 Soziale Netzwerke, wie Facebook, Twitter, etc.
- 7 Vergleichsportale im Internet (z.B. verivox, Check24)
- 8 Beratungseinrichtungen der Versorger
- 9 Informationen der Verbraucherzentralen
- 10 sonstiges, und zwar \_\_\_\_\_

### A'PRIORI-ZUFRIEDENHEIT

**Frage 4** 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 5** 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 in Tageszeitungen
- 2 Zeitschriften/Fachzeitschriften
- 3 Kundenzeitschrift
- 4 im Radio
- 5 im Fernsehen

Fortsetzung Frage 5:

- 6 im Kino
- 7 Messen
- 8 Plakatwerbung
- 9 Werbung in Sportstadien (Trikot, Banden etc.)
- 10 Werbung (Sponsoring) bei anderen Veranstaltungen
- 11 im Freundes-/Verwandtenkreis o. Berufskollegen
- 12 Werbebroschüren u.ä.
- 13 Energierechnung
- 14 Infopost, Postwurfsendungen (Mailing-Aktionen)
- 15 Werbung auf Fahrzeugen
- 16 Internetseiten von Energieversorgern
- 17 Werbung im Internet
- 18 soziale Netzwerke, wie Facebook, Twitter, etc.
- 19 Vergleichsportale im Internet (z.B. verivox, Check24)
- 20 Kundenzentrum
- 21 habe nichts gehört, gesehen, gelesen
- 22 weiß nicht mehr
- 23 sonstiges, und zwar \_\_\_\_\_

Frage 6 Können Sie sich an Werbung Ihres Energieversorgers [Einblendung SWI 2] in letzter Zeit erinnern?

- 1 ja
- 2 nein..... → Frage 7

Frage 6.1 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 /Fachzeitschriften
- 3 Radio
- 4 Fernsehen
- 5 Kino
- 6 Plakate
- 7 öffentliche Verkehrsmittel
- 8 Fahrzeuge des Versorgers, Infomobil
- 9 Infopost, Postwurfsendungen (Mailing-Aktionen)
- 10 Werbung (Sponsoring) bei anderen Veranstaltungen
- 11 Werbung im Internet
- 12 soziale Netzwerke, wie Facebook, Twitter, etc.
- 13 Vergleichsportale im Internet (z.B. verivox, Check24)
- 14 Kundenzentrum
- 15 sonstiges und zwar: \_\_\_\_\_

Frage 6.2 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 7 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 8 In der folgenden Frage geht es um das Image, das Ansehen, welches Ihr Energieversorger [Einblendung SWI 2] bei Ihnen hat. Bitte beurteilen Sie anhand einer Bewertungsskala von 1 bis 5, ob die folgenden 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
- ( ) ist serviceorientiert
- ( ) arbeitet ökologisch verantwortungsvoll
- ( ) betreibt eine offene und ehrliche Informationspolitik
- ( ) ist sympathisch
- ( ) ist vertrauenswürdig
- ( ) spricht mich persönlich an
- ( ) hat angemessene Preise
- ( ) ist wichtig für die Region
- ( ) fördert Bildung, Soziales, Kultur und Sport in der Region
- ( ) hat bei mir insgesamt ein sehr hohes Ansehen

## ENERGIEWENDE

- Frage 9** Haben Sie schon einmal den Begriff Energiewende gehört? Wenn ja, sagen Sie mir bitte auch, was Sie darunter verstehen.
- 1 nein, noch nicht gehört  
 2 bereits gehört, weiß aber nicht, was es bedeutet  
 3 Ausstieg aus der Kernenergie  
 4 Senkung des Energieverbrauchs, Energie sparen  
 5 Umstellung der Energieversorgung auf erneuerbare Energien  
 6 sonstiges, und zwar \_\_\_\_\_
- Frage 10** Mit der Energiewende ist die Umstellung auf erneuerbare Energien, z.B. Energie aus Windkraft oder Solaranlagen sowie die Minderung des Energieverbrauchs durch die Verbesserung der Energieeffizienz, gemeint. Haben Sie davon schon einmal gehört?
- 1 ja  
 2 nein
- Frage 11** Wie würden Sie die folgenden Aussagen bewerten? Vergeben Sie bitte eine Bewertung zwischen 1 = „die Aussage trifft voll und ganz zu“ bis 5 = „die Aussage trifft überhaupt nicht zu“. Mein Energieversorger ...
- ( ) ist bei der Umstellung der Energieversorgung auf erneuerbare Energien sehr aktiv  
 ( ) unterstützt Energiesparen und die Minderung des Energieverbrauchs durch Energieeffizienz-Maßnahmen
- Frage 12** Wie stehen Sie persönlich der Energiewende gegenüber? Befürworten Sie sie eher oder lehnen sie eher ab? Vergeben Sie bitte eine Bewertung zwischen 1 = „befürworte die Energiewende voll und ganz“ bis 5 = „lehne die Energiewende gänzlich ab“.
- ( ) Bewertung

## KONTAKTE ZUM EVU

- Frage 13** 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 1.1 oder Frage 13.2  
 2 ja, mit Beschwerde ..... → Frage 1.1 oder Frage 13.2  
 3 ja anderer Kontaktgrund ..... → Frage 1.1 oder Frage 13.2  
 4 nein, noch nie ..... → Frage 14
- bei Mehrfachnennung → Frage 13.1, sonst Frage 13.2

- Frage 13.1** Handelte es sich bei Ihrem letzten Kontakt um eine Beschwerde, eine Anfrage oder einen anderen Kontaktgrund?
- 1 Beschwerde  
 2 Anfrage  
 3 anderer Kontaktgrund
- Frage 13.2** (Bei Mehrfachnennung Frage 13: Denken Sie bei den folgenden Fragen an diesen letzten Kontakt.) Hatten Sie diesen letzten Kontakt mit Ihrem Energieversorger [Einblendung SWI 2] telefonisch, schriftlich, persönlich, über das Internet, per E-Mail oder über soziale Netzwerke?
- 1 telefonisch  
 2 schriftlich  
 3 persönlich  
 4 über Internet  
 5 per E-Mail  
 6 über soziale Netzwerke, z.B. Facebook
- Frage 13.3** 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 13.4** NUR BEI ERDGASBEZUG UND WENN IDENTISCH MIT STROMVERSORGER: Ging es bei Ihrem letzten Kontakt um Ihre Strom- oder Erdgasversorgung?
- 1 Stromversorgung  
 2 Erdgasversorgung
- Frage 13.5** Was war der Anlass für diesen letzten Kontakt?
- Interviewer:** Mehrfachnennung - Antwortvorgaben nicht vorlesen, Antworten zuordnen und wiederholt nachfragen!
- 1 Inanspruchnahme einer allgemeinen Energiesparberatung  
 2 Inanspruchnahme einer HH-Geräteberatung  
 3 Inanspruchnahme einer Heizungsberatung  
 4 Inanspruchnahme einer Beratung zu regenerativen Energien  
 5 Inanspruchnahme einer Beratung zu Förderprogrammen  
 6 Beantragung einer Förderung  
 7 neuen Vertrag/Tarif abschließen  
 8 Neuanmeldung/Ummeldung/Abmeldung  
 9 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 13.6** 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 14| Bewertung 3,4,5 →Frage 13.7

**Frage 13.7** Aus welchen Gründen waren Sie nicht völlig zufrieden mit diesem letzten Kontakt?

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

- 1 unfreundlicher Ansprechpartner
- 2 mangelnde Kompetenz des Ansprechpartners
- 3 unverständliche Beratung
- 4 Problem blieb ungelöst/Fragen blieben unbeantwortet
- 5 mangelnde Kulanz
- 6 Ansprechpartner nicht zuständig/Ansprechpartner nicht erreichbar
- 7 schlechte Qualität der ausgehändigten Informationsmaterialien
- 8 schriftliche Informationsmaterialien konnten nicht ausgehändigt werden
- 9 es dauerte zu lange, bis das Problem gelöst wurde
- 10 lange Wartezeiten im Kundencenter oder der Hotline
- 11 sonstiges, und zwar \_\_\_\_\_

## KUNDENZUFRIEDENHEIT

**Frage 14** 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 \_\_\_\_\_

Fortsetzung Frage 14

*Rechnung*

- der Verständlichkeit der Rechnung
- der Korrektheit der Rechnung
- der Transparenz der Preisgestaltung (Zusammensetzung der Preise)

*Tarife*

- dem Angebot unterschiedlicher Tarife bei Ihrem Energieversorger [Einblendung SWI 2]
- der Attraktivität der angebotenen Tarife
- der Einfachheit und Transparenz der Tarife

*Vertragsmodalitäten*

- der Vertragslaufzeit bei Ihrem Energieversorger [Einblendung SWI 2]
- der Kündigungsfrist Ihres Vertrages

*Preis Anpassungsschreiben*

- der Nachvollziehbarkeit der Begründung in Preis Anpassungsschreiben

*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 Kundencenters/der Beratungseinrichtung

*Dienstleistungen*

- dem Umfang des Beratungs-/Dienstleistungsangebotes
- der Verständlichkeit der Beratung
- der Kompetenz der Beratung

*Ökologie*

- 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

## NACHFRAGEN PREISE/PREIS-LEISTUNGSVERHÄLTNIS - STROM

**Frage 15** 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 16** 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 17** 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 18

- 1 absolut sicher bleiben ..... → Frage 1.1
- 2 sehr wahrscheinlich bleiben..... → Frage 1.1
- 3 wahrscheinlich bleiben..... → Frage 1.1
- 4 eher unwahrscheinlich bleiben..... → Frage 17.2
- 5 unwahrscheinlich bleiben ..... → Frage 17.2

**Frage 17.1** 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 / nie Probleme gehabt
- 4 die Preise werden sich ohnehin angleichen
- 5 Bequemlichkeit/Gewohnheit/Zeitmangel
- 6 regionaler Anbieter/vor Ort
- 7 Sicherheit der Stromversorgung
- 8 Wechsel ist zu aufwendig/lohnt nicht
- 9 guter Service des bisherigen Anbieter
- 10 bietet Ökostrom/engagiert sich im Umweltschutz
- 11 sonstige Gründe, und zwar \_\_\_\_\_

**Frage 17.2** 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 18** 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 19** 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 genauso gut
- 4 etwas schlechter
- 5 viel schlechter

## ZUFRIEDENHEITSURTEILE ERDGAS

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

**Frage 20** 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 21** Wie zufrieden sind Sie mit der Umweltverträglichkeit des Erdgases Ihres Erdgasversorgers [Einblendung SWI 2/SWI 3]? Vergeben Sie bitte eine Bewertung zwischen 1 = „in höchstem Maße zufrieden“ bis 5 = „unzufrieden“.

( ) Bewertung

**Frage 22** 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 23** 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 24** 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 24.1
- 2 sehr wahrscheinlich bleiben ..... → Frage 24.1
- 3 wahrscheinlich bleiben ..... → Frage 24.1
- 4 eher unwahrscheinlich bleiben ..... → Frage 24.2
- 5 unwahrscheinlich bleiben ..... → Frage 24.2

**Frage 24.1** 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 / nie Probleme gehabt
- 4 die Preise werden sich ohnehin angleichen
- 5 Bequemlichkeit/Gewohnheit/Zeitmangel
- 6 regionaler Anbieter/vor Ort
- 7 Sicherheit der Gasversorgung
- 8 Wechsel ist zu aufwendig/lohnt nicht
- 9 guter Service des bisherigen Anbieter
- 10 sonstige Gründe, und zwar \_\_\_\_\_

**Frage 24.2** 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 25** 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 26** 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 genauso gut
- 4 etwas schlechter
- 5 viel schlechter

## SOZIODEMOGRAPHIE

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

**Frage 27** Wohnen Sie derzeit zur Miete oder in Eigentum?

- 1 Miete
- 2 Eigentum

**Frage 28** Wohnen Sie in einer Wohnung oder in einem Einfamilienhaus?

- 1 Wohnung
- 2 Einfamilienhaus

**Frage 29** 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 30** Welche Schule haben Sie zuletzt besucht, bzw. welchen Bildungsabschluss haben Sie?

- 1 von der Schule abgegangen ohne Hauptschulabschluss (Volksschulabschluss)
- 2 Hauptschulabschluss (Volksschulabschluss)
- 3 Realschulabschluss (Mittlere Reife)
- 4 Abschluss der Polytechnischen Oberschule 10. Klasse (vor 1965: 8. Klasse)
- 5 Fachhochschulreife, Abschluss einer Fachoberschule
- 6 allgemeine oder fachgebundene Hochschulreife/Abitur (Gymnasium bzw. erweiterte Oberschule (EOS), auch EOS mit Lehre)
- 7 abgeschlossenes Studium (Universität, Akademie, Fachhochschule, Technikum)

**Frage 31** Darf ich fragen, wie alt Sie sind?

( ) Jahre

**Frage 32** Wie hoch ist etwa das monatliche Nettoeinkommen des gesamten Haushalts?

- 1 unter 1.500 Euro
- 2 1.500 bis unter 3.000 Euro
- 3 3.000 Euro und mehr

**Frage 33** Geschlecht der Befragungsperson

- 1 weiblich
- 2 männlich