

BDEW Kundenfokus 2018/2019

Repräsentativbefragung
bei Gewerbebetrieben im Bundesgebiet

Ergebnisbericht

November 2018



bdew
Energie. Wasser. Leben.

prolytics

Ergebnisse im Überblick.....	2
Energieversorger in der Öffentlichkeit	13
E-Mobilität	19
Digitalisierung.....	25
Image und Kundenzufriedenheit	31
Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft	65
Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft	79
Handlungsfelder und Ansatzpunkte für EVU.....	92
Ergebnisse der Modellanalyse	96
Anhang – Fragebogen	102

Eckdaten Welle 2018/19

Zielgruppe **Gewerbe**

Die Grundgesamtheit bilden Gewerbebetriebe in Deutschland. Ansprechpartner sind Personen, die für die Energieversorgung (mit)verantwortlich sind.

Methodik **CATI**

Die Datenerhebung erfolgte mittels computergestützter telefonischer Interviews (CATI) im institutseigenen Telefonstudio.

Fragebogen **20 Min.**

Die Befragung setzt einen standardisierten Fragebogen ein. Die durchschnittliche Interviewdauer betrug ca. 20 Minuten.

Der disproportionale Stichprobenansatz berücksichtigt insgesamt folgende 13 Branchen aus den Bereichen produzierendes Gewerbe, Handel und Dienstleistung: Freiberufler, Baugewerbe, Einzelhandel (Food/Non-Food), Gesundheit/Fitness/Kosmetik, Hotels und Gaststätten, Großhandel, Kfz-Gewerbe, Landwirtschaft und Gärtnereien, Metallgewerbe und Maschinenbau, Bäckereien und Fleischereien, Holzgewerbe, Druck- und Verlagsgewerbe, Chemie, Gummi und Kunststoffe. Für das Gesamtergebnis wurden die Daten einer Designgewichtung, die die Branchenverteilung im Bundesgebiet wiedergibt, unterzogen. Die Stichprobenziehung erfolgte auf Basis der prolytics-Gewerbedatenbank.

Stichprobe n = 1.040

Zeitraum **Okt.-Nov. 2018**

Die Feldarbeit erfolgte in einem Zeitraum von 6 Kalenderwochen im Oktober-November 2018.

Firmografie

in der Stichprobe

70% 
Geschäftsführer

 **< 5 Mitarbeiter**
58%

 **41%**
Erdgasnutzer

Die Struktur der Stichprobe entspricht der Verteilung im Bundesgebiet.

Themen

Welle
2018/19



Image

Neben dem Gesamtimage werden insgesamt 16 zentrale Einzelaspekte mittels Skala bewertet.



Zufriedenheit

Im Rahmen der Kundenzufriedenheitsmessung werden alle relevanten Prozesse inkl. der Gesamtzufriedenheit anhand einer Skala bewertet.



Kundenbindung

Neben dem Wechselverhalten wird der Grad der Kundenbindung in Form eines Kundenbindungsindex aufgezeigt.



Wahrnehmung

Hierbei werden Art, Häufigkeit und Quelle der Wahrnehmung von EVU in der Öffentlichkeit untersucht.



E-Mobilität

Hierbei werden das grundlegende Interesse der Betriebe sowie das Engagement/die Kompetenz des EVU aus Sicht der Kunden gemessen.



Digitalisierung

Zentrales Thema sind die Möglichkeiten/Folgen hinsichtlich des Kontaktverhältnisses zum EVU, die aus der Digitalisierung resultieren. Des Weiteren werden Bekanntheit sowie Akzeptanz digitaler Angebote erhoben.

Neben den zentralen Faktoren der Kundenbeziehung werden darüber hinaus auch relevante Zukunftsthemen untersucht.

Image

Bei der Imagemessung werden die Bereiche Emotion, Leistung, regionale Verantwortung und Ökologie berücksichtigt. Die Messung erfolgt anhand von 16 Aussagen auf einer fünf-stufigen Skala, wobei der Wert 1 der Aussage voll und ganz zustimmt und der Wert 5 der Aussage überhaupt nicht zustimmt.

Emotion



66%*
„vertrauenswürdig“

Emotionale Image-Items werden insgesamt durchschnittlich bis gut bewertet und fallen im Vergleich zum Vorjahr marginal schlechter aus. Die höchsten Top-2-Anteile* besitzt die Vertrauenswürdigkeit (66%). Mit etwas Abstand folgt der Faktor Sympathie (59%) sowie mit weiteren Abstand die Bewertungen der Faktoren Bürokratie, Gefallen, Innovationsfähigkeit und Offenheit/Ehrlichkeit (53%-50%). Vor allem bei den letztgenannten Faktoren ist Steigerungspotential vorhanden.

Die stärkste Veränderung im Vergleich zum Vorjahr weist die Innovationsfähigkeit mit einem Rückgang von 6%-Punkten auf 50%.

Insgesamt gute bis durchschnittliche Bewertung emotionaler Faktoren, jedoch mit tendenziellem Rückgang

Leistung



83%*
„zuverlässig“

Die höchsten Zustimmungsanteile erhalten die EVU, wenn es um ihre Leistungsfähigkeit geht. Sie gelten als zuverlässig (Top-2: 83%), leistungsfähig (73%), kundenfreundlich (63%) und serviceorientiert (60%). Auch beim sensiblen Thema Preise sind die Bewertungen recht positiv (Top-2: 53%). Die Entwicklung ist hier uneinheitlich: Während die Leistungsfähigkeit besser bewertet wird (+4%-Punkte) weist die Kundenfreundlichkeit leicht rückläufige Zufriedenheitsanteile aus (-3%-Punkte).

Leistung ist die absolute Stärke der EVU

Ökologie



44%*
„arbeitet ökologisch verantwortungsvoll“

Bei diesem Thema fällt insbesondere auf, dass rund jeder vierte Gewerbebetrieb nicht in der Lage ist, die Verbindung Ökologie - EVU zu bewerten (Anteile „kann ich nicht beurteilen“: 23-28%). Die Bewertungen sind auf durchschnittlichem Niveau sowohl hinsichtlich der Bewertung des ökologisch verantwortungsvollen Arbeitens als auch beim Engagement bei der Umstellung der Energieversorgung auf erneuerbare Energien.

Ökologie als Imagefaktor ist ausbaufähig

Regionale Verantwortung



57%*
„wichtig für die Region“

EVU sind weiterhin wichtig für die regionale Entwicklung. Jedoch nimmt die Bevölkerung das Engagement der EVU im Bereich Bildung, Soziales, Kultur und Sport nur sehr eingeschränkt wahr. Rund 36% trauen sich eine Bewertung des Engagements der EVU nicht zu. Wird eine Bewertung vorgenommen, so ist das Urteil als eher durchschnittlich bis unterdurchschnittlich zu bewerten. Fast jeder Achte vergibt eine negative Bewertung.

Engagement für Region stärker kommunizieren

Das Image der deutschen EVU ist insgesamt relativ positiv, wobei ein leichter Negativtrend auszumachen ist, der weiterhin beobachtet wird und dessen mögliche Ursachen weiter erforscht werden sollten.

* Top-2: Zusammenfassung der Anteile der Bewertungen 1 + 2 (Zustimmung) auf der fünfstufigen Skala

Kunden

Zufriedenheit

Dieses Thema beleuchtet alle relevanten Bereiche der Kundenbeziehung, von der Rechnung, Tarifangeboten über Dienstleistungen bis hin zum direkten Kontakt. Hierfür wurden wiederum einzelne Aussagen einer Skalenbewertung von 1 für „Aussage trifft voll und ganz zu“ bis 5 = „Aussage trifft überhaupt nicht zu“ unterzogen. Die folgenden ausgewiesenen Werte sind Mittelwerte*.

Betreuung



Die Betreuungszufriedenheit hält sich trotz leichter Rückgänge auf hohem Niveau, wobei der Anteil derjenigen, die keine Bewertung abgeben konnten, mit 17-38% erwartungsgemäß hoch ausfällt. Auch die Bewertung des Reklamationsverhaltens ist vor dem Hintergrund der Sensibilität des Themas als gut zu bezeichnen.

Hohe Zufriedenheit mit der Betreuung

Rechnung



Die formalen Anforderungen an die Rechnungsstellung, wie Korrektheit und Verständlichkeit, sind weiterhin sehr gut erfüllt. Allerdings zeigt sich bei dem Verhalten bei Nachfragen ein leichter Negativtrend.

Hohe Zufriedenheit mit der Rechnung

Vertrag



Die Transparenz der Preisgestaltung und die Flexibilität bei Zahlungsmodalitäten sind wie im Vorjahr auf einem relativ hohen Niveau, könnten jedoch eine Optimierung erfahren. Die Flexibilität ihres Anbieters hinsichtlich der Zahlungsmodalitäten hat sich aus Sicht der Kunden tendenziell verschlechtert (+4%-Punkte bei Bottom-2: Bewertungen 4 und 5).

Zufrieden mit Vertragsaspekten relativ gut, aber verbesserungsfähig

* Mittelwert auf einer Skala von 1 = „positive Bewertung“ bis 5 = „negative Bewertung“

Kunden

Zufriedenheit

Dieses Thema beleuchtet alle relevanten Bereiche der Kundenbeziehung, von der Rechnung, Tarifangeboten über Dienstleistungen bis hin zum direkten Kontakt. Hierfür wurden wiederum einzelne Aussagen einer Skalenbewertung von 1 für „Aussage trifft voll und ganz zu“ bis 5 = „Aussage trifft überhaupt nicht zu“ unterzogen. Die folgenden ausgewiesenen Werte sind Mittelwerte*.

Dienstleistungsangebot



Rund jeder Vierte traut sich keine Bewertung zu. Insgesamt fällt die Bewertung der angebotenen Dienstleistungen und deren Ausführung unverändert gut aus. Die Aktivitäten zur Stromeinsparung fallen erwartungsgemäß lediglich durchschnittlich aus. Bei der Beratungskompetenz ist eine leichte Verbesserung der Bewertung gegenüber dem Vorjahr zu verzeichnen.

Relativ hohe Zufriedenheit mit angebotenen Dienstleistungen

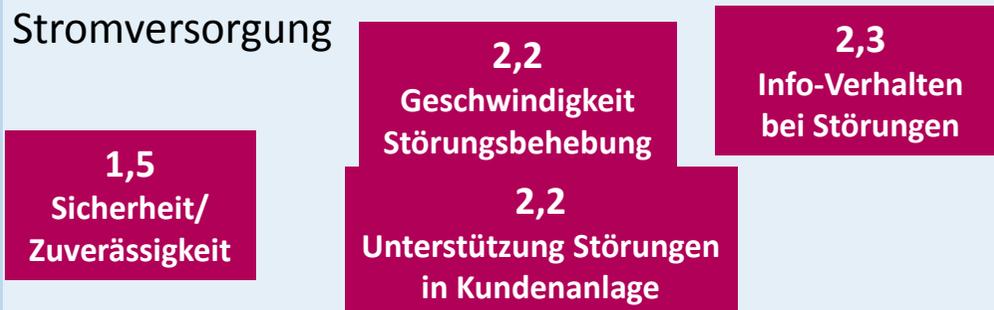
Tarife



Die Zufriedenheit mit Tarifaspekten hat sich im Vergleich zu 2017 leicht verbessert. Dies gilt insbesondere für die Attraktivität der angebotenen Tarife (Top-2-Anteil +9%-Punkte) und die Transparenz der Tarife (+8%-Punkte). Die Bewertungen sind eher auf durchschnittlichem Niveau.

Durchschnittliche Zufriedenheit mit Tarifen mit positivem Trend

Stromversorgung



Die Kernkompetenz von EVU, also die Sicherheit und Zuverlässigkeit der Stromversorgung, ist als Grundvoraussetzung für eine langfristige Kundenbindung weiterhin mit Bestwert aller Kundenzufriedenheits-Items sehr gut erfüllt. Auch bei Störungen schneiden die EVU relativ gut ab. Einzig das Informationsverhalten bei Störungen könnte besser sein.

Hohe Zufriedenheit und Bestwert insgesamt

* Mittelwert auf einer Skala von 1 = „positive Bewertung“ bis 5 = „negative Bewertung“

Kunden

Zufriedenheit

Dieses Thema beleuchtet alle relevanten Bereiche der Kundenbeziehung, von der Rechnung, Tarifangeboten über Dienstleistungen bis hin zum direkten Kontakt. Hierfür wurden wiederum einzelne Aussagen einer Skalenbewertung von 1 für „Aussage trifft voll und ganz zu“ bis 5 = „Aussage trifft überhaupt nicht zu“ unterzogen. Die folgenden ausgewiesenen Werte sind Mittelwerte*.

Preise

2,6
Preis-Leistungs-
Verhältnis

Die Zufriedenheit mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis kann als gut bezeichnet werden, da beim Thema Preise andere Maßstäbe gesetzt werden müssen. Ein Mittelwert von 2,6, der sonst als eher negativ zu interpretieren ist, ist beim Thema Preis deutlich aufzuwerten. Auffällig ist, dass die Preiszufriedenheit gegenüber 2017 sowohl im Top-2-Anteil (+9%-Punkte) als auch im Bottom-2-Anteil (+3%-Punkte) zugenommen hat.

**Durchschnittliche Zufriedenheit beim
Preis-Leistungs-Verhältnis**

Gesamtzufriedenheit

2,2
Gesamtbewertung

Zwei Drittel vergeben (sehr) gute Bewertungen. Die Gesamtzufriedenheit liegt damit auf relativ hohem Niveau.

Die Gesamtzufriedenheit bleibt konstant auf hohem Niveau

* Mittelwert auf einer Skala von 1 = „positive Bewertung“ bis 5 = „negative Bewertung“

Kunden

Bindung



Die Wechselquote ist gegenüber der Welle 2017 um 0,6 Prozentpunkte gestiegen und liegt aktuell bei 42,0%.

Wechslerquote konstant

Der Kundenbindungsgrad wird aus den vier Faktoren Zufriedenheit, Verbleibswahrscheinlichkeit, Weiterempfehlungsbereitschaft und dem Vergleich mit Wettbewerbern abgeleitet.

ZUFRIEDENHEIT

2,2*



67% sind mit ihrem Stromversorger zufrieden. Der Anteil Zufriedener hat sich im Vergleich zum Vorjahr leicht verbessert (+3%-Punkte Top-2).

VERBLEIB

2,5*



Nur 51% geben an, (sehr) wahrscheinlich bei ihrem Stromversorger zu bleiben. Dies stellt gegenüber 2017 eine leichte Zunahme um 2%-Punkte dar.

EMPFEHLUNG

2,6*



Rd. 49% würden ihren Stromversorger absolut sicher oder sehr wahrscheinlich weiterempfehlen. Gegenüber 2017 ist eine Zunahme um 7%-Punkte zu verzeichnen.

VERGLEICH

2,6*



42% halten ihren Stromversorger für etwas bzw. viel besser als andere ihnen Bekannte. Dies entspricht einer deutlichen Zunahme von 9%-Punkten gegenüber 2017.

71%



Kundenbindung leicht gestiegen

Zentrale Aspekte mit Einfluss auf die Kundenbindung weisen zur Vormessung leichte Veränderungen in positiver Richtung auf. Der Kundenbindungsindex nimmt um einen Punkt zu und liegt jetzt bei 71% im positiven Bereich (auf einer Skala von 0 bis 100%).

* Mittelwert auf einer Skala von 1 = „positive Bewertung“ bis 5 = „negative Bewertung“

Wahrnehmung der EVU

Dieses Thema beinhaltet zum einen die Messung von Bekanntheitswerten und zum anderen werden Wahrnehmungsquellen und das Informationsverhalten der Haushalte gemessen. Abschließend erfolgte die Bewertung wahrgenommener Werbung.

Bekanntheit

Hinsichtlich der Bekanntheit treten keine nennenswerten Veränderungen gegenüber 2017 auf (Ungestützte Bekanntheit: E.ON 51%, Stadtwerke 47%, RWE 44%). „Innogy“ weist nach Markteinführung einen Wert von 5% aus.

Keine Veränderungen in der Rangfolge

Quellen

Tageszeitungen sind die wichtigsten Wahrnehmungsquellen (20%), gefolgt von Infopost/Postwurfsendungen (16%). Der Anteil derjenigen, die nichts wahrgenommen haben ist um 3%-Punkte gestiegen und liegt aktuell bei 30%.

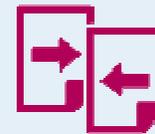
Tageszeitungen weiterhin häufigste Wahrnehmungsquelle

Werbeerinnerung

Unverändert rund 24% können sich an Werbung ihres Energieversorgers erinnern. Mailing-Aktionen und Tageszeitungen weisen die höchste Werbeerinnerung auf (30% bzw. 25% der Werbeerinnerer).

Konstante Werbeerinnerung

69% 
informieren sich
mind. 1x im Jahr



55%/50%
Vergleichsportale/
Internetseiten EVU

Informationsverhalten

69% informieren sich mindestens einmal jährlich über EVU und deren Preise. Jeder Siebte zeigt daran überhaupt kein Interesse.

Preisvergleiche sind Standard

Die wichtigste Informationsquelle ist wie im Vorjahr das Internet: Vergleichsportale (55%; +9 Prozentpunkte) und Seiten von Energieversorgern (50%; -1 Prozentpunkt) werden am häufigsten zur Informationseinholung genutzt, mit deutlichem Abstand gefolgt von Tageszeitungen/Zeitschriften/Fachzeitschriften (7%; -2 Prozentpunkte).

Internet wichtigste Quelle

Werbebewertung

Die Werbung wird insgesamt schlechter als 2017 bewertet. Der Top-2- Anteil* hat um 4 Prozentpunkte abgenommen. Immerhin 54% vergeben eine positive Note.

Werbung wird schlechter bewertet

* Top-2: Zusammenfassung der Anteile der Bewertungen 1 + 2 (Zustimmung) auf der fünfstufigen Skala

E-Mobilität

Dieses Thema beinhaltet die Messung des grundsätzlichen Interesses an E-Autos, die Rolle, die EVU zugetraut wird sowie das Angebot an Ladestationen durch den Energieversorger.

33% ... interessieren sich aktiv für Elektroautos, d.h. sie haben sich hierzu bereits informiert bzw. planen den Kauf oder nutzen ein E-Auto (+5 Prozentpunkte)



39% ... interessieren sich überhaupt nicht für Elektroautos (-4 Prozentpunkte)

27% ... halten ihren Stromversorger für engagiert

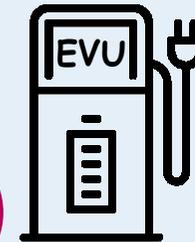


NUR 20% ... trauen dem EVU bereits jetzt eine kompetente Beratung zu

32% ... sehen Stromversorger als kompetenten Ansprechpartner

NUR 20% ... sehen das EVU als möglichen Autoverkäufer an

62% ... wissen nicht, ob ihr Stromversorger öffentliche Ladestationen bereithält (-4 Prozentpunkte)



27% ... geben an, dass ihr Stromversorger öffentliche Ladestationen bereithält (+2 Prozentpunkte)

76%

... wissen nicht, ob ihr Stromversorger Wall-Boxes im Angebot hat (-2 Prozentpunkte)



Das Thema gewinnt an Stellenwert. Jedoch sind Stromversorger gegenwärtig (noch) nicht im Relevant Set verankert.

Digitalisierung

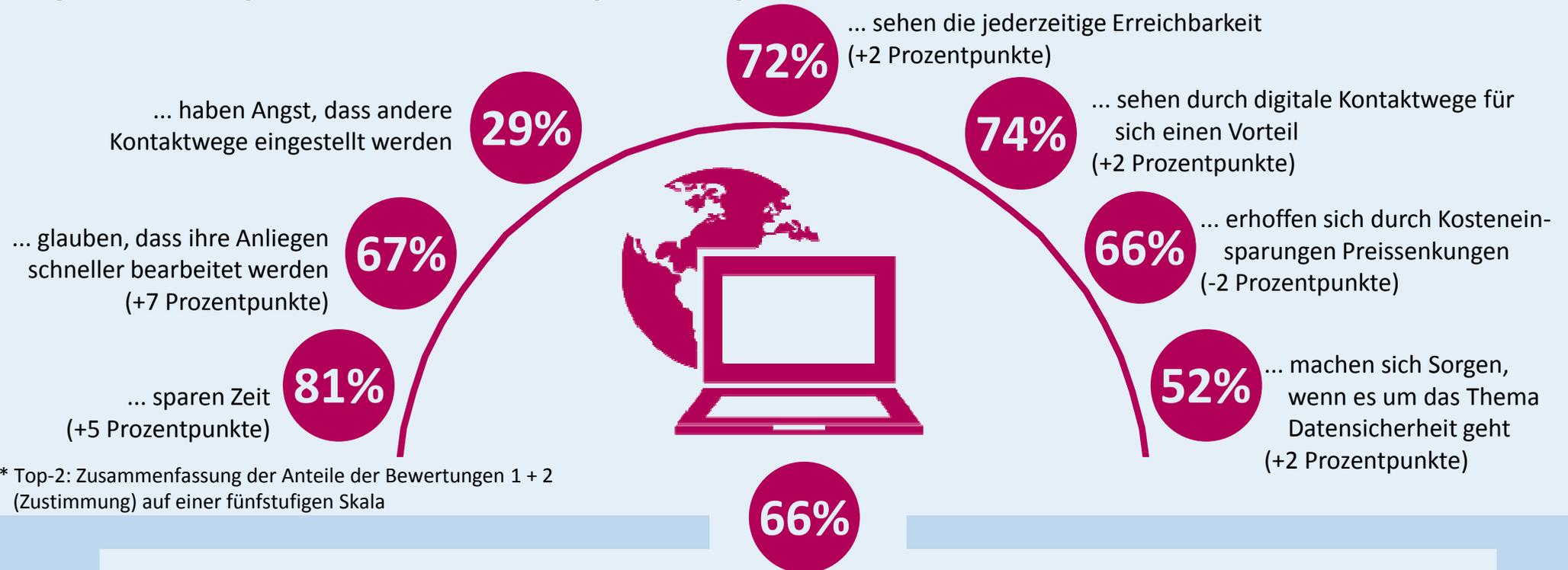
Dieses Thema beschäftigt sich mit der Nutzung des Internets, den Möglichkeiten bzw. Folgen der Digitalisierung im Bereich der Energiewirtschaft sowie dem Bedarf nach dem Ausbau elektronischer Kontakte.

99%
Nutzer

Weniger als 1% der Betriebe erreicht das Kommunikations-/Informationsmedium „Internet“ nicht.

VOLLSTÄNDIGE DURCHDRINGUNG

Möglichkeiten/Folgen der fortschreitenden Digitalisierung



* Top-2: Zusammenfassung der Anteile der Bewertungen 1 + 2 (Zustimmung) auf einer fünfstufigen Skala

Wunsch nach Ausbau elektronischer Kontakte überwiegt.

Die überwiegende Mehrheit der Betriebe befürwortet den Ausbau elektronischer Kontakte via Internet. Lediglich etwa jeder Dreizehnte lehnt diese Entwicklung ab. Hauptgegenargumente sind der Abbau anderer Kommunikationswege sowie das Thema Datensicherheit.

Ergebnisse im Überblick

Energieversorger in der Öffentlichkeit

E-Mobilität

Digitalisierung

Image und Kundenzufriedenheit

Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft

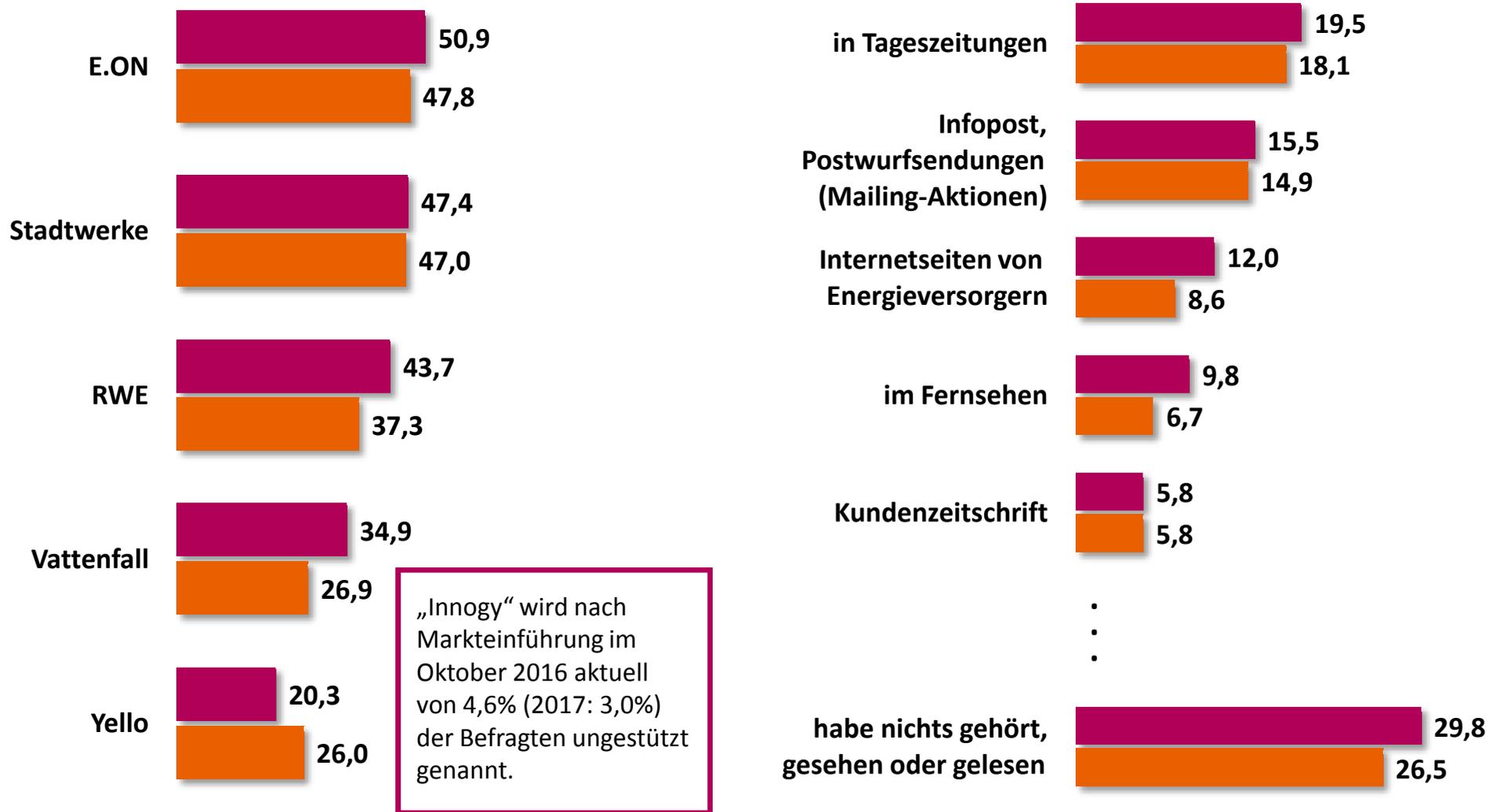
Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft

Handlungsfelder und Ansatzpunkte für EVU

Ergebnisse der Modellanalyse

Anhang – Fragebogen

Bekanntheit von Energieversorgern und Wahrnehmungsquellen

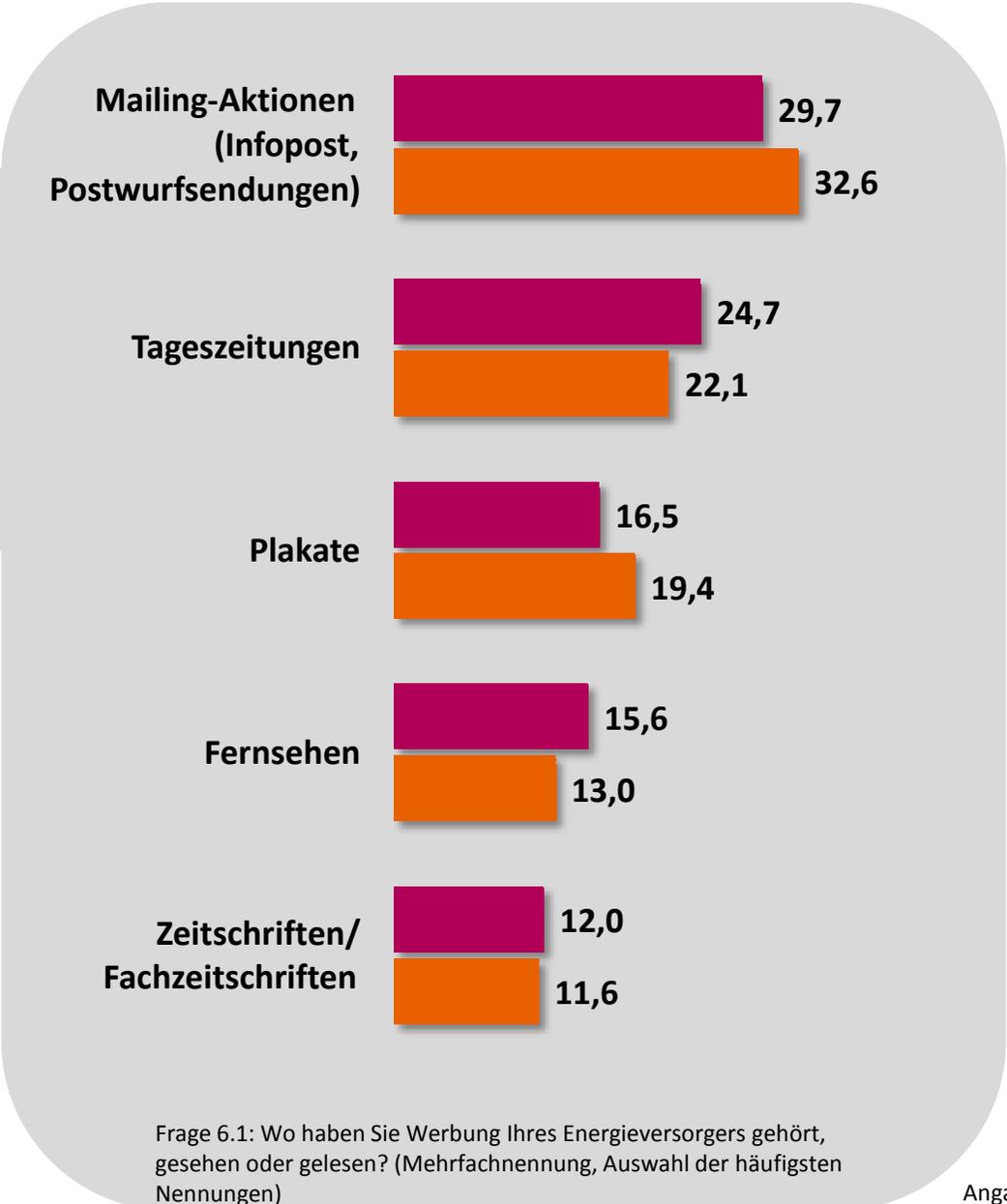
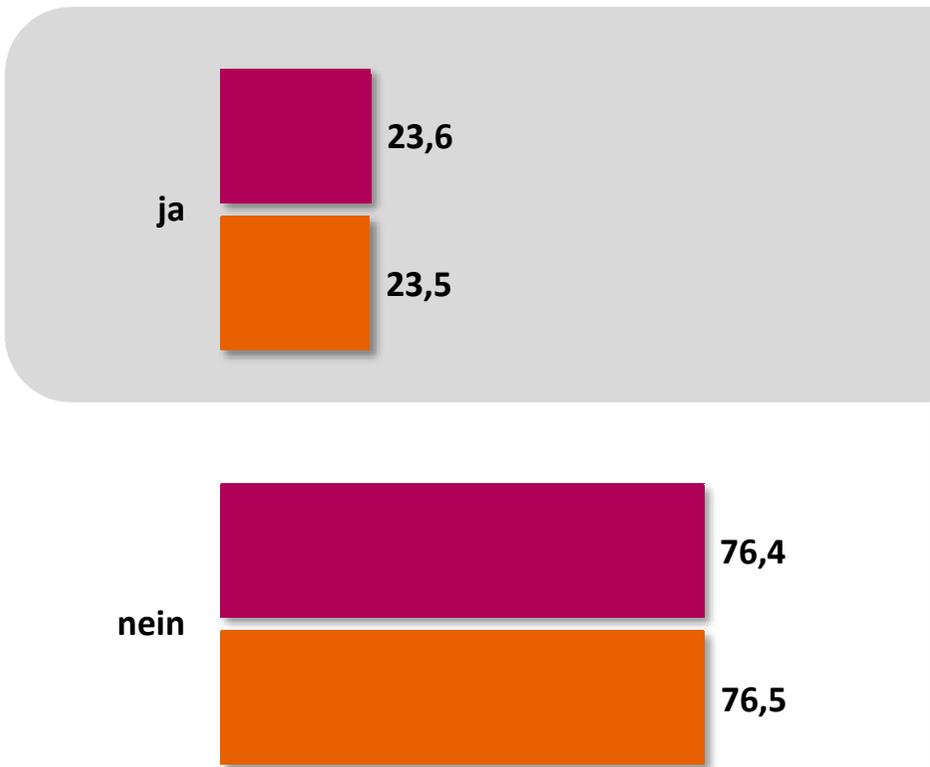


Frage 1: Welche Energieversorger, Energieanbieter bzw. Energiemarken fallen Ihnen spontan ein? (Mehrfachnennung, Auswahl der häufigsten Nennungen)

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

Angaben in %

Wahrnehmung von Werbung

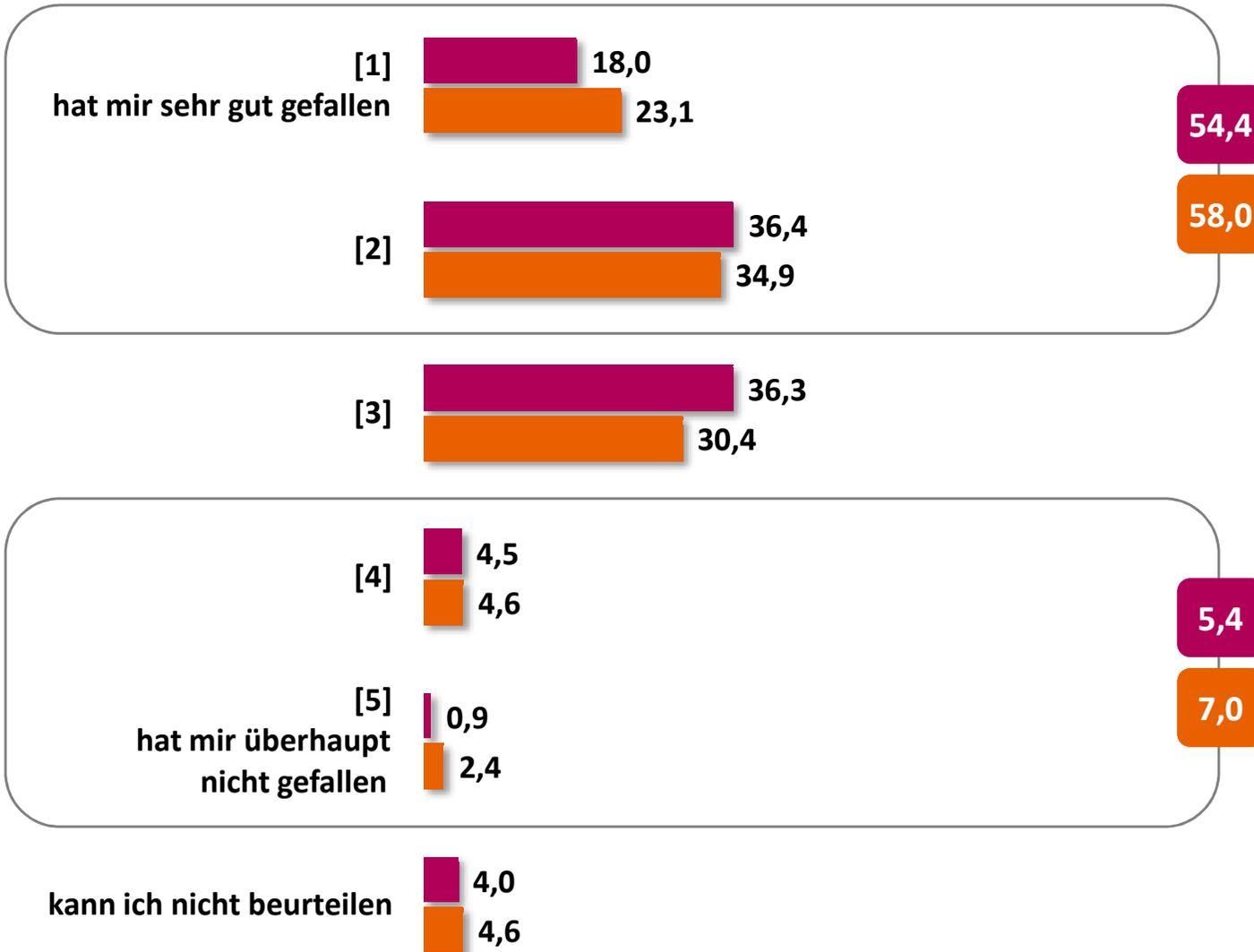


Frage 6: Können Sie sich an Werbung Ihres Energieversorgers in letzter Zeit erinnern?

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

Angaben in %

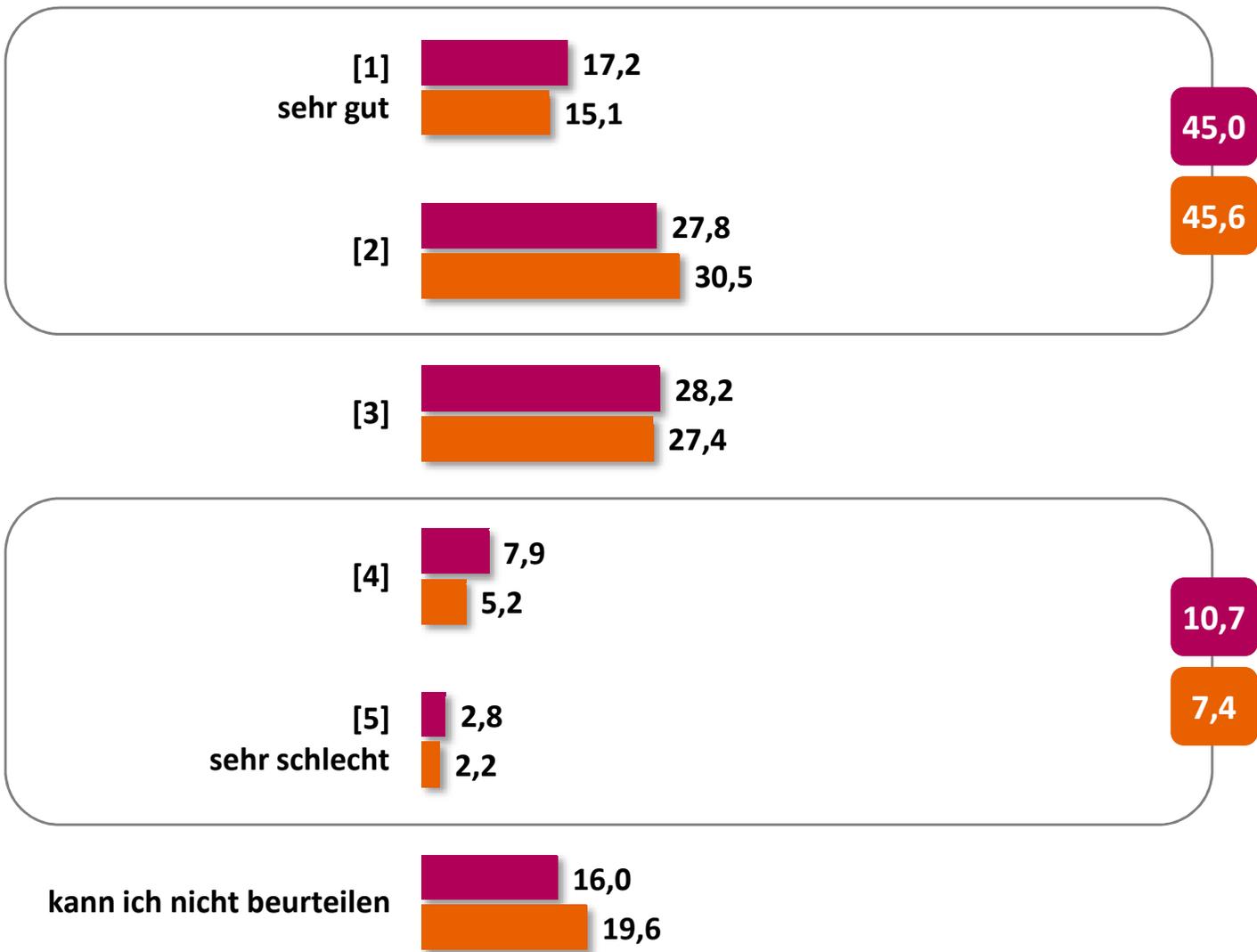
Bewertung wahrgenommener Werbung



Frage 6.2: Wie hat Ihnen die Werbung insgesamt gefallen?

Angaben in %

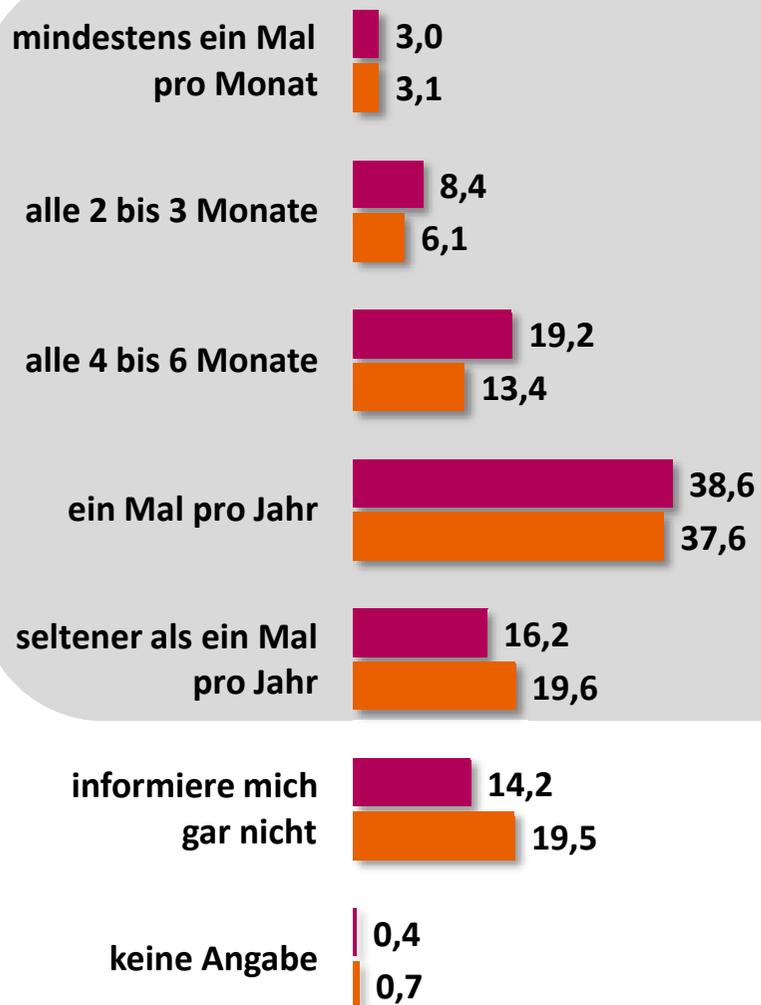
Bewertung des öffentlichen Auftritts



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

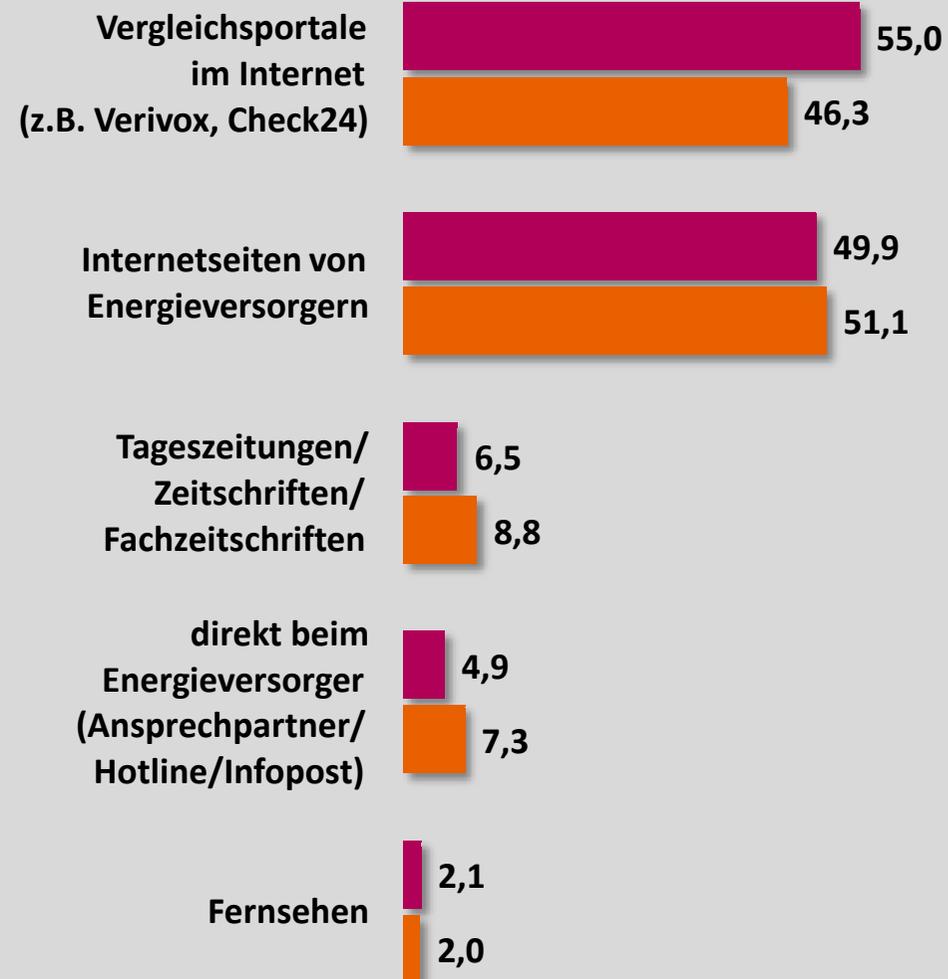
Angaben in %

Informationsverhalten



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

■ Studie 2018 (n = 1.040) ■ Studie 2017 (n = 1.040)



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

■ Studie 2018 (n = 889) ■ Studie 2017 (n = 830)

Angaben in %

Ergebnisse im Überblick

Energieversorger in der Öffentlichkeit

E-Mobilität

Digitalisierung

Image und Kundenzufriedenheit

Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft

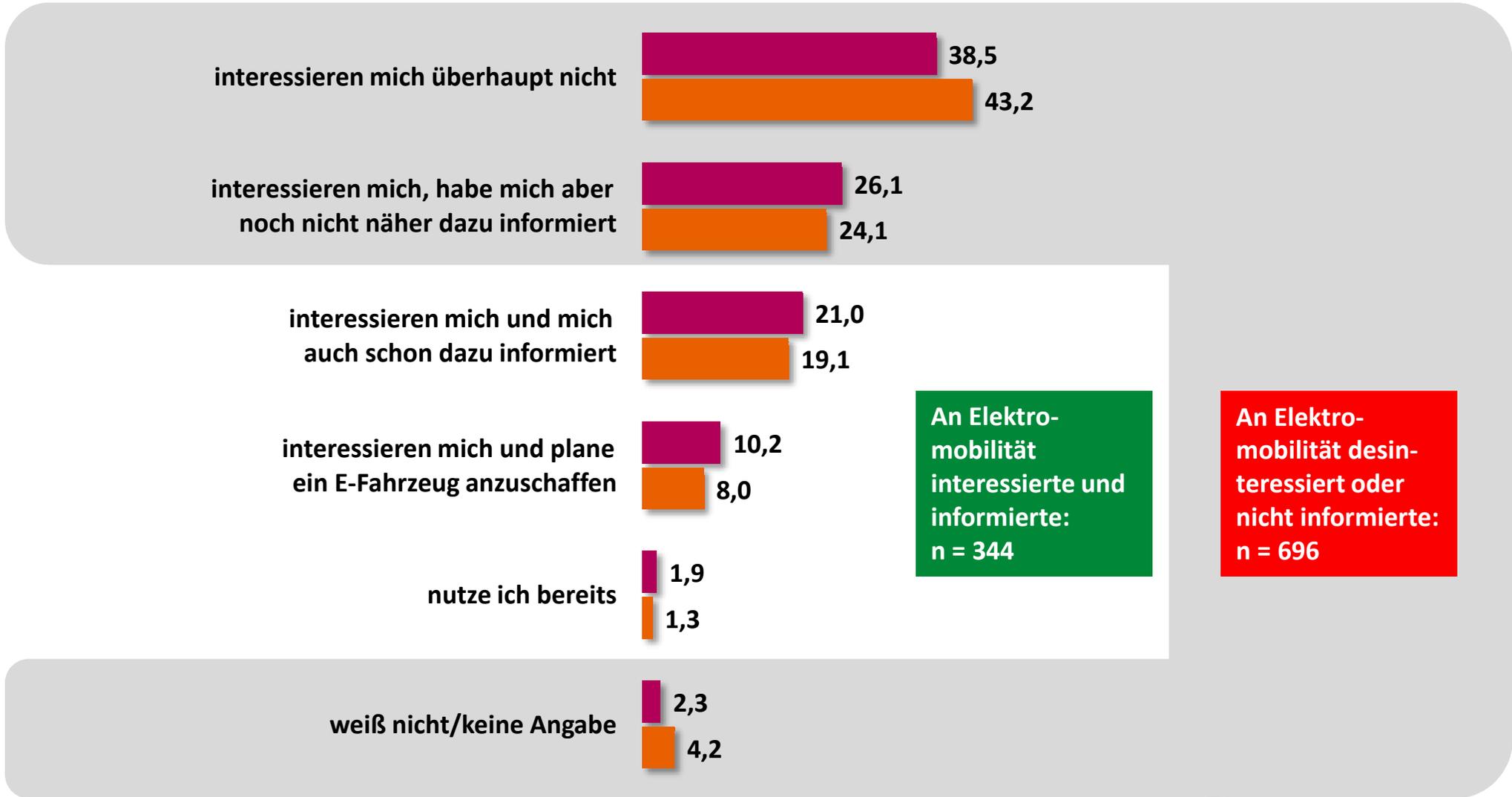
Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft

Handlungsfelder und Ansatzpunkte für EVU

Ergebnisse der Modellanalyse

Anhang – Fragebogen

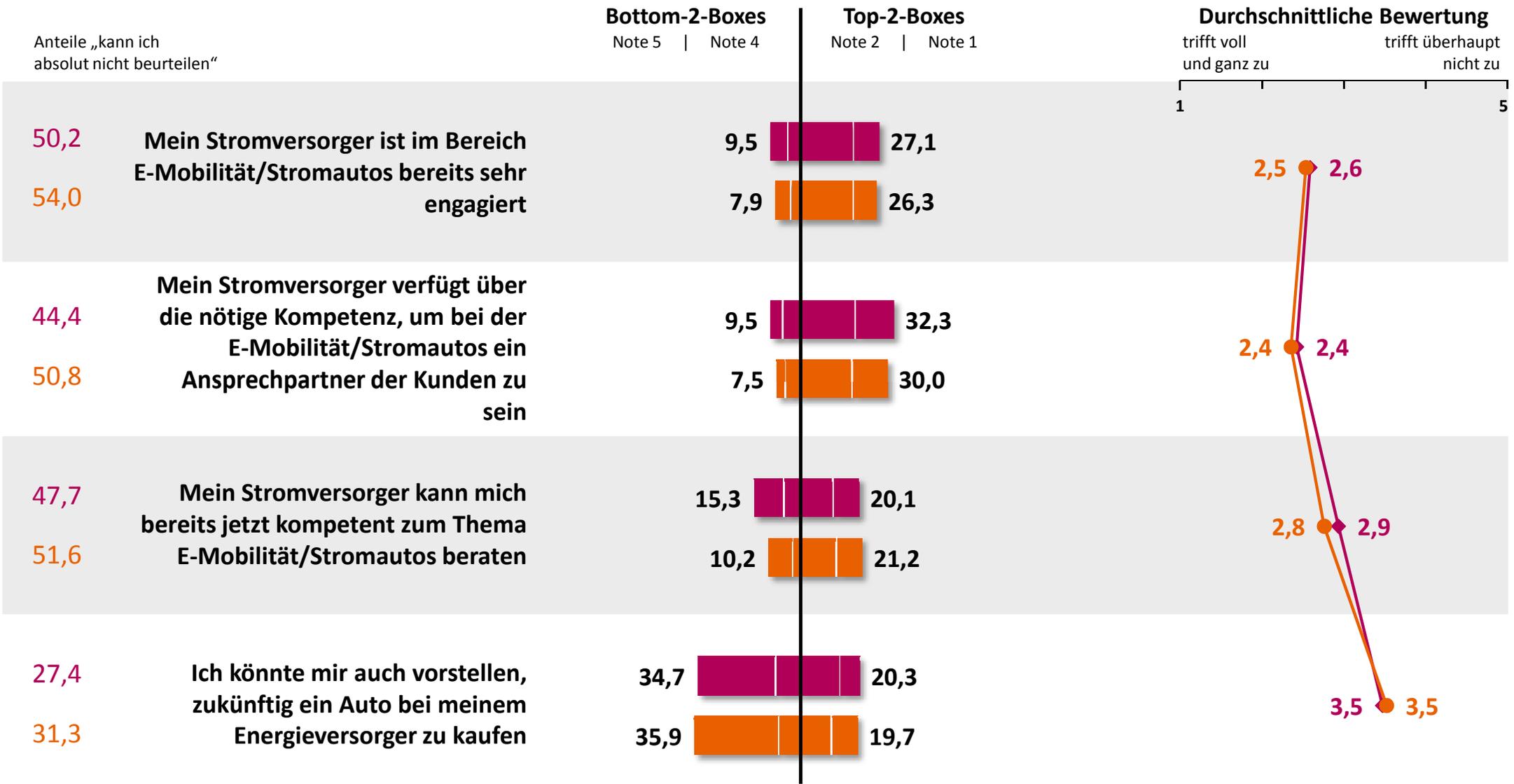
Interesse an Elektromobilität



Frage 9: Wie interessant ist das Thema E-Mobilität für Sie? Elektrofahrzeuge ...

Angaben in %

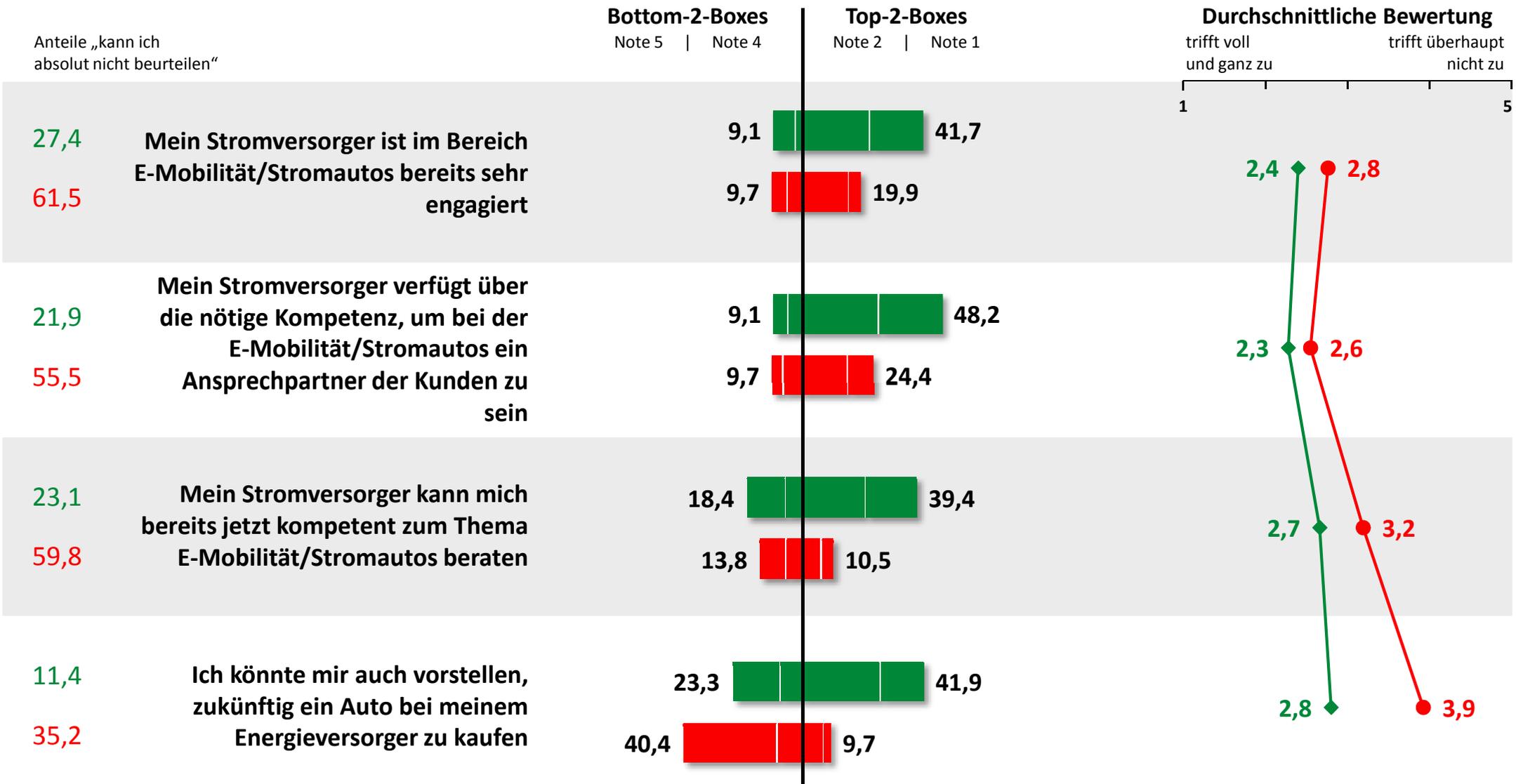
Einschätzung des Stromversorgers im Bereich Elektromobilität



Frage 10: Wie schätzen Sie Ihren aktuellen Stromversorger in Bezug auf die folgenden Aspekte rund um E-Mobilität ein? Vergeben Sie bitte jeweils eine Bewertung zwischen 1 = „trifft voll und ganz zu“ bis 5 = „trifft überhaupt nicht zu“.

Angaben in %

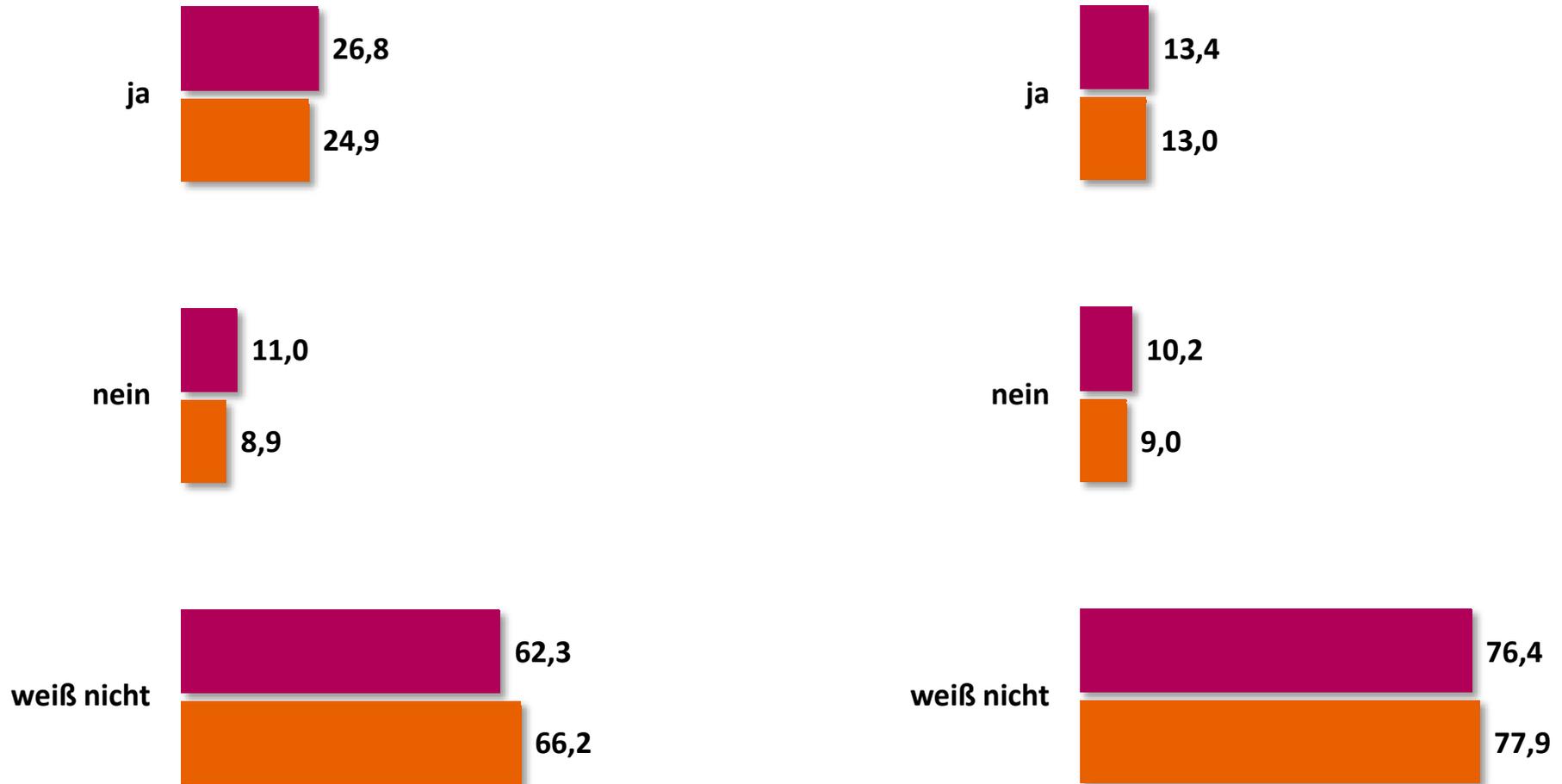
Einschätzung des Stromversorgers im Bereich Elektromobilität – Differenziert nach Interesse



Frage 10: Wie schätzen Sie Ihren aktuellen Stromversorger in Bezug auf die folgenden Aspekte rund um E-Mobilität ein? Vergeben Sie bitte jeweils eine Bewertung zwischen 1 = „trifft voll und ganz zu“ bis 5 = „trifft überhaupt nicht zu“.

Angaben in %

Angebot von Ladesäulen und Wall-Boxes

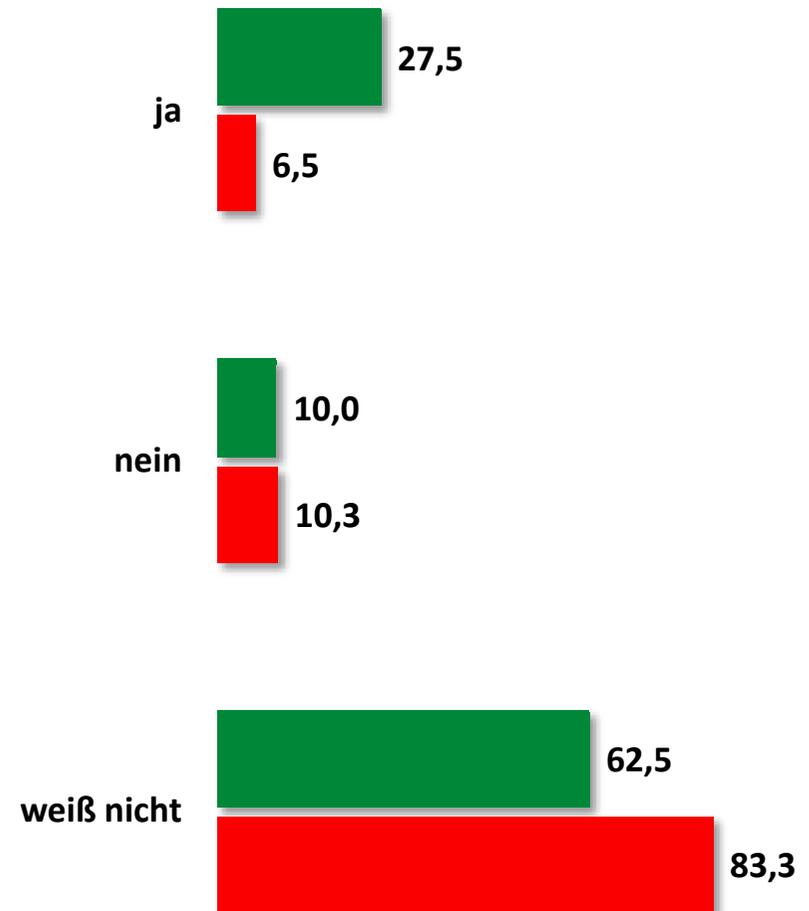
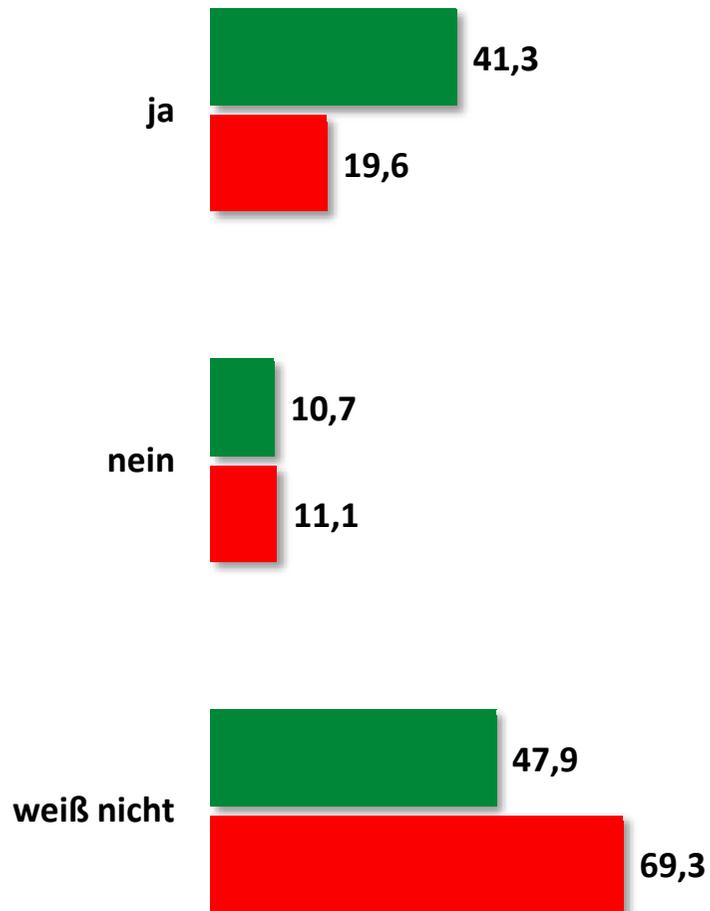


Frage 10.1: Bietet Ihr Stromversorger bereits Ladesäulen für Stromautos im öffentlichen Bereich an?

Frage 10.2: Hat Ihr Stromversorger Ladestationen für die eigene Garage - sogenannte Wall-Boxes - im Angebot?

Angaben in %

Angebot von Ladesäulen und Wall-Boxes – Differenziert nach Interesse



Frage 10.1: Bietet Ihr Stromversorger bereits Ladesäulen für Stromautos im öffentlichen Bereich an?

Frage 10.2: Hat Ihr Stromversorger Ladestationen für die eigene Garage - sogenannte Wall-Boxes - im Angebot?

Angaben in %

Ergebnisse im Überblick

Energieversorger in der Öffentlichkeit

E-Mobilität

Digitalisierung

Image und Kundenzufriedenheit

Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft

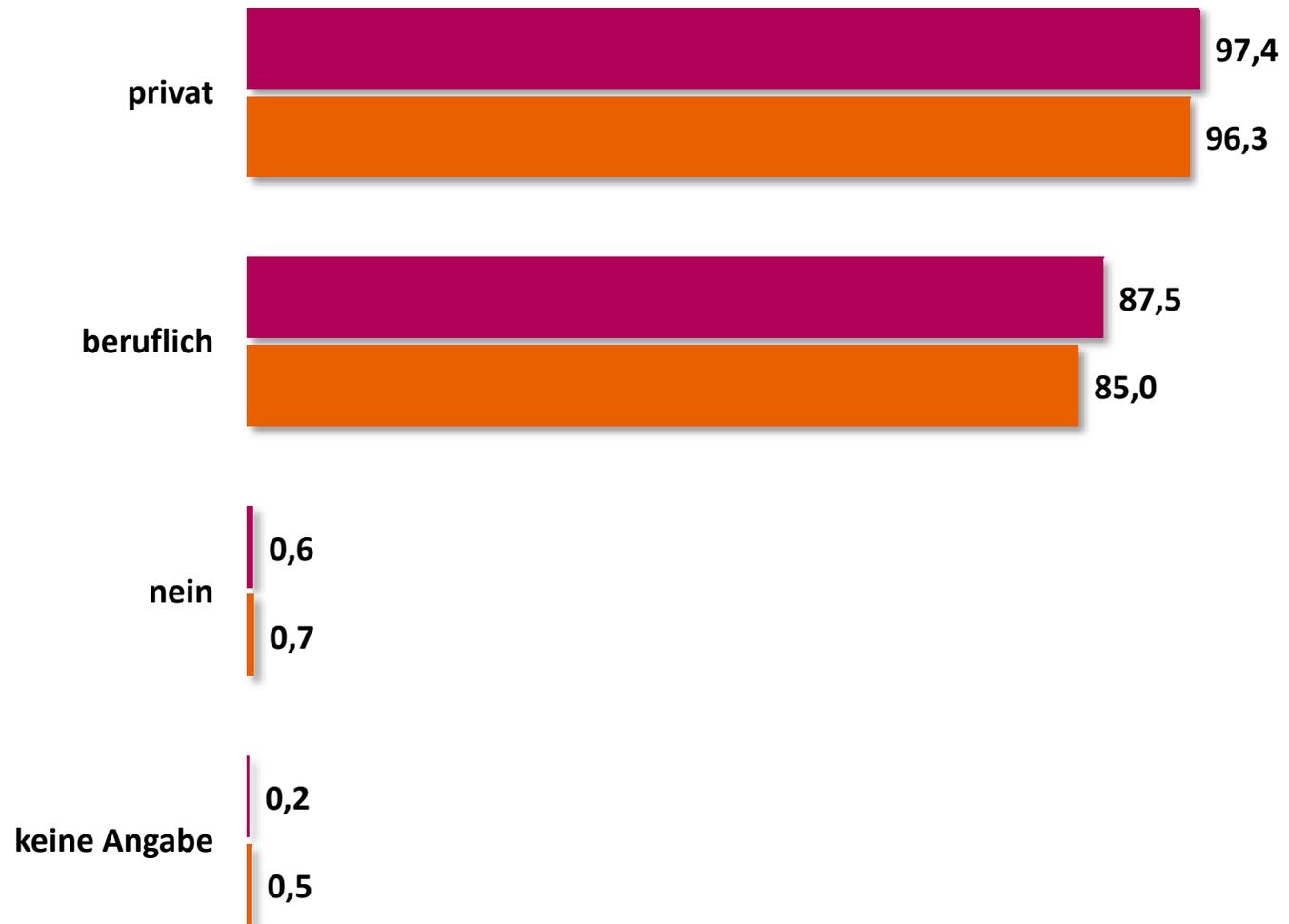
Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft

Handlungsfelder und Ansatzpunkte für EVU

Ergebnisse der Modellanalyse

Anhang – Fragebogen

Nutzung des Internets



Frage 11: Nutzen Sie privat und/oder beruflich das Internet? (Mehrfachnennung)

Angaben in %

Folgen der Digitalisierung für den Kunden 1/2

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

2,6

Ich spare Zeit bei der Erledigung meiner Anliegen

0,7

5,1 | 80,9

7,4 | 75,6

1,7 | 1,9

2,3

Ich mache mir Sorgen, ob meine Daten sicher sind und sie dahin gelangen, wo sie hingehören

1,3

21,8 | 52,0

23,4 | 50,1

2,6 | 2,6

5,6

Meine Anliegen werden schneller bearbeitet

4,5

6,3 | 67,1

6,9 | 59,9

2,1 | 2,2

Nur Befragte, die das Internet privat und/oder beruflich nutzen

Frage 12: Die Digitalisierung erhält auch immer stärkeren Einzug bei den Energieversorgern. Die meisten Anliegen können bereits jetzt schon auf elektronischem Wege via Internet erledigt werden, ohne dass ein persönlicher Kontakt nötig ist. Welche Folgen erwarten Sie als Energiekunde von dieser Entwicklung?

Angaben in %

Folgen der Digitalisierung für den Kunden 2/2

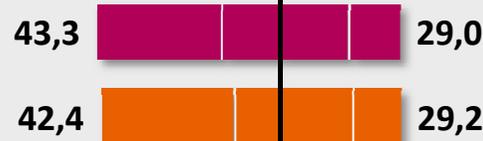
Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

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

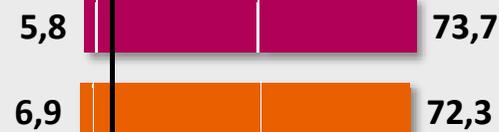
4,6
3,8
Ich habe Angst, dass mein Energieversorger die Möglichkeiten des telefonischen oder persönlichen Kontaktes einstellt



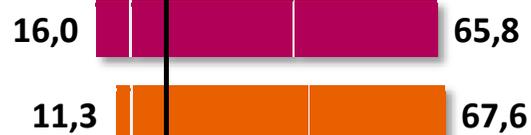
5,5
4,2
Die Erreichbarkeit meines Energieversorgers ist jederzeit gegeben



3,9
1,9
Digitale Kontaktwege sind für mich als Kunde von Vorteil



5,3
6,4
Durch Kosteneinsparungen beim Energieversorger erhoffe ich mir günstigere Preise

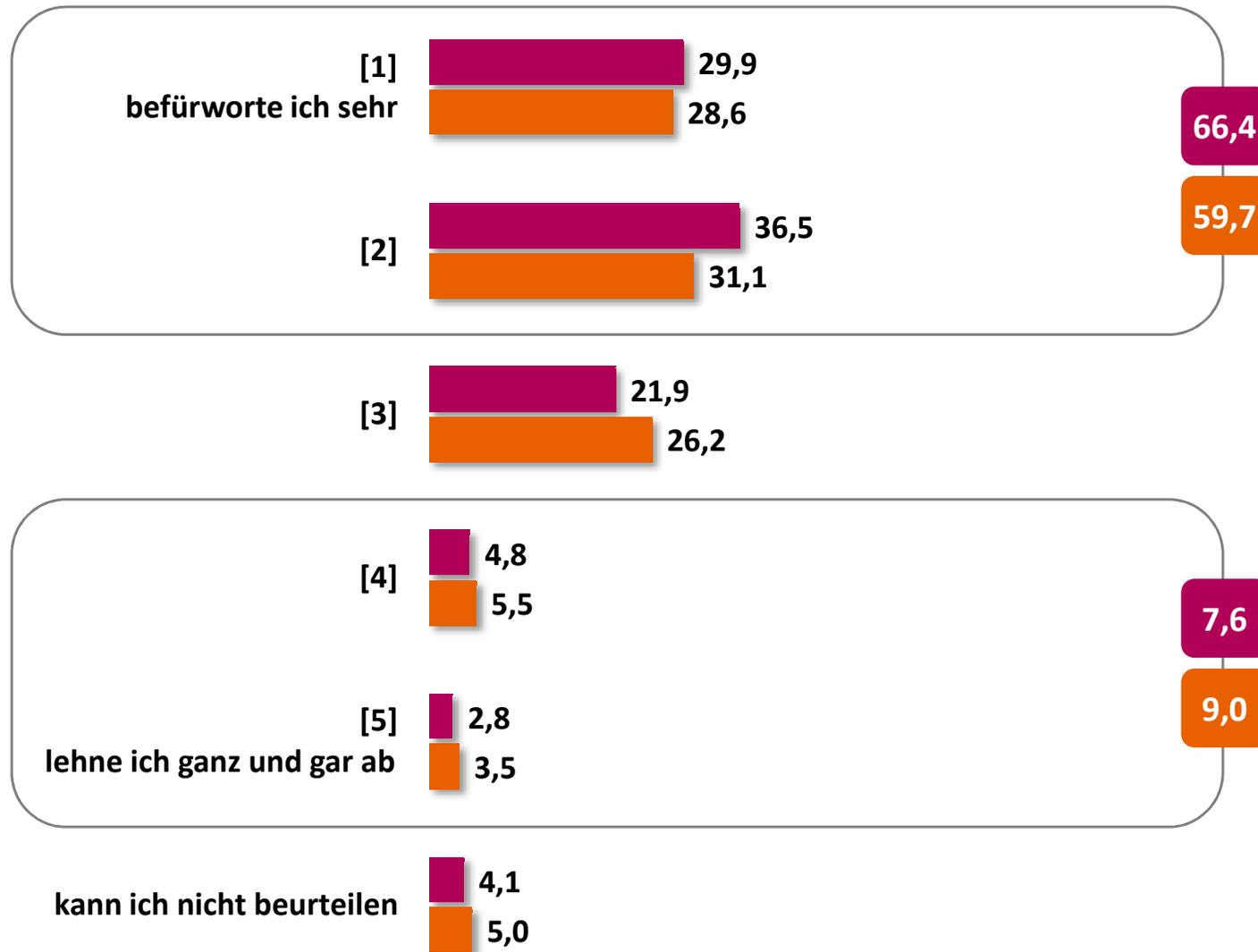


Nur Befragte, die das Internet privat und/oder beruflich nutzen

Frage 12: Die Digitalisierung erhält auch immer stärkeren Einzug bei den Energieversorgern. Die meisten Anliegen können bereits jetzt schon auf elektronischem Wege via Internet erledigt werden, ohne dass ein persönlicher Kontakt nötig ist. Welche Folgen erwarten Sie als Energiekunde von dieser Entwicklung?

Angaben in %

Ausbau des elektronischen Kontaktes

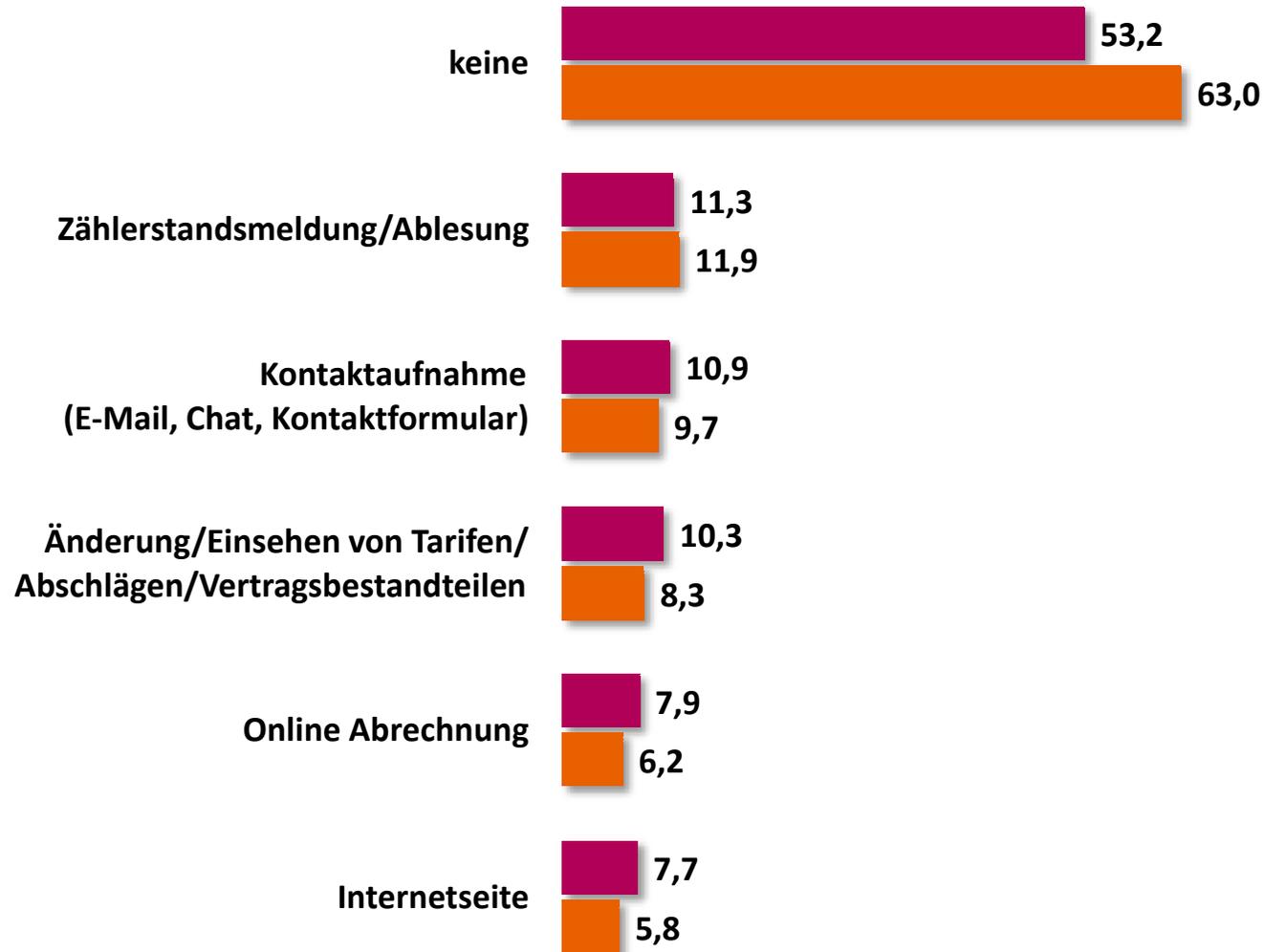


Nur Befragte, die das Internet privat und/oder beruflich nutzen

Frage 13: Würden Sie den Ausbau des elektronischen Kontakts zu Ihrem Energieversorger via Internet in Zukunft befürworten oder ablehnen.

Angaben in %

Digitale Angebote



Nur Befragte, die das Internet privat und/oder beruflich nutzen

Frage 14: Welche digitalen Angebote Ihres Stromversorgers kennen Sie? (Mehrfachnennung, Auswahl der häufigsten Nennungen)

Angaben in %

■ Studie 2018 (n = 1.031) ■ Studie 2017 (n = 1.028)

Ergebnisse im Überblick

Energieversorger in der Öffentlichkeit

E-Mobilität

Digitalisierung

Image und Kundenzufriedenheit

Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft

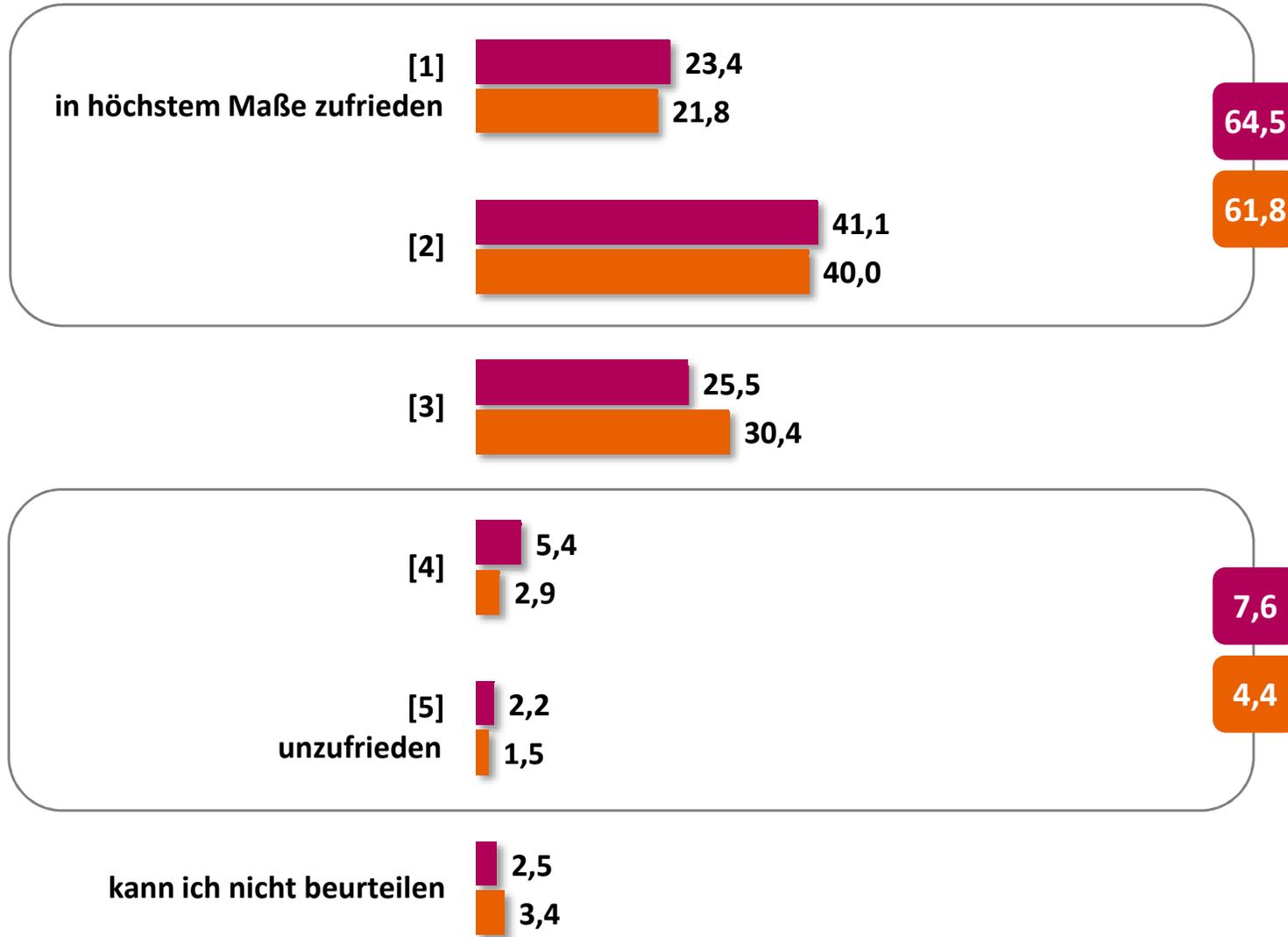
Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft

Handlungsfelder und Ansatzpunkte für EVU

Ergebnisse der Modellanalyse

Anhang – Fragebogen

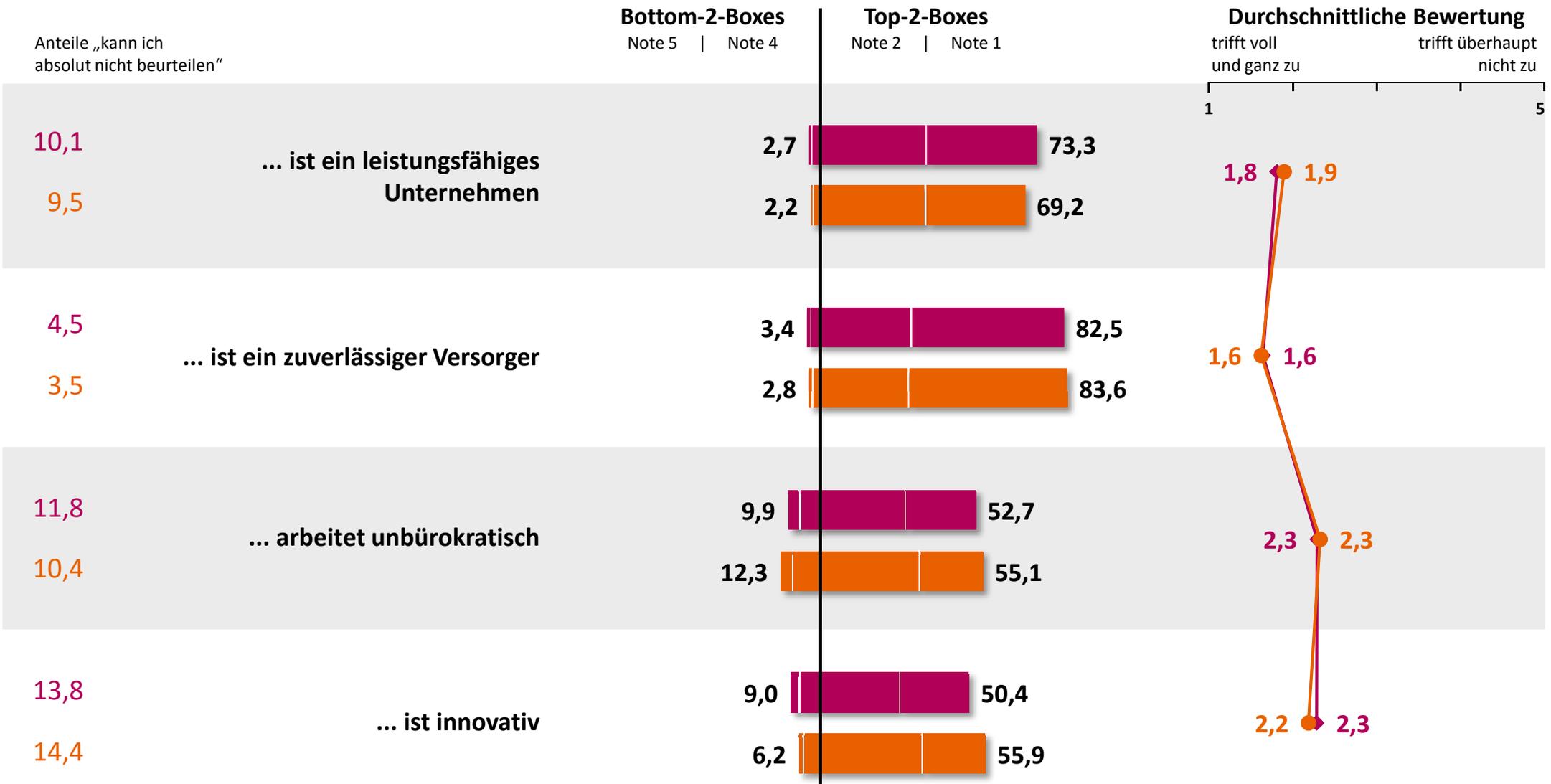
A'priori-Gesamtzufriedenheit



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

Angaben in %

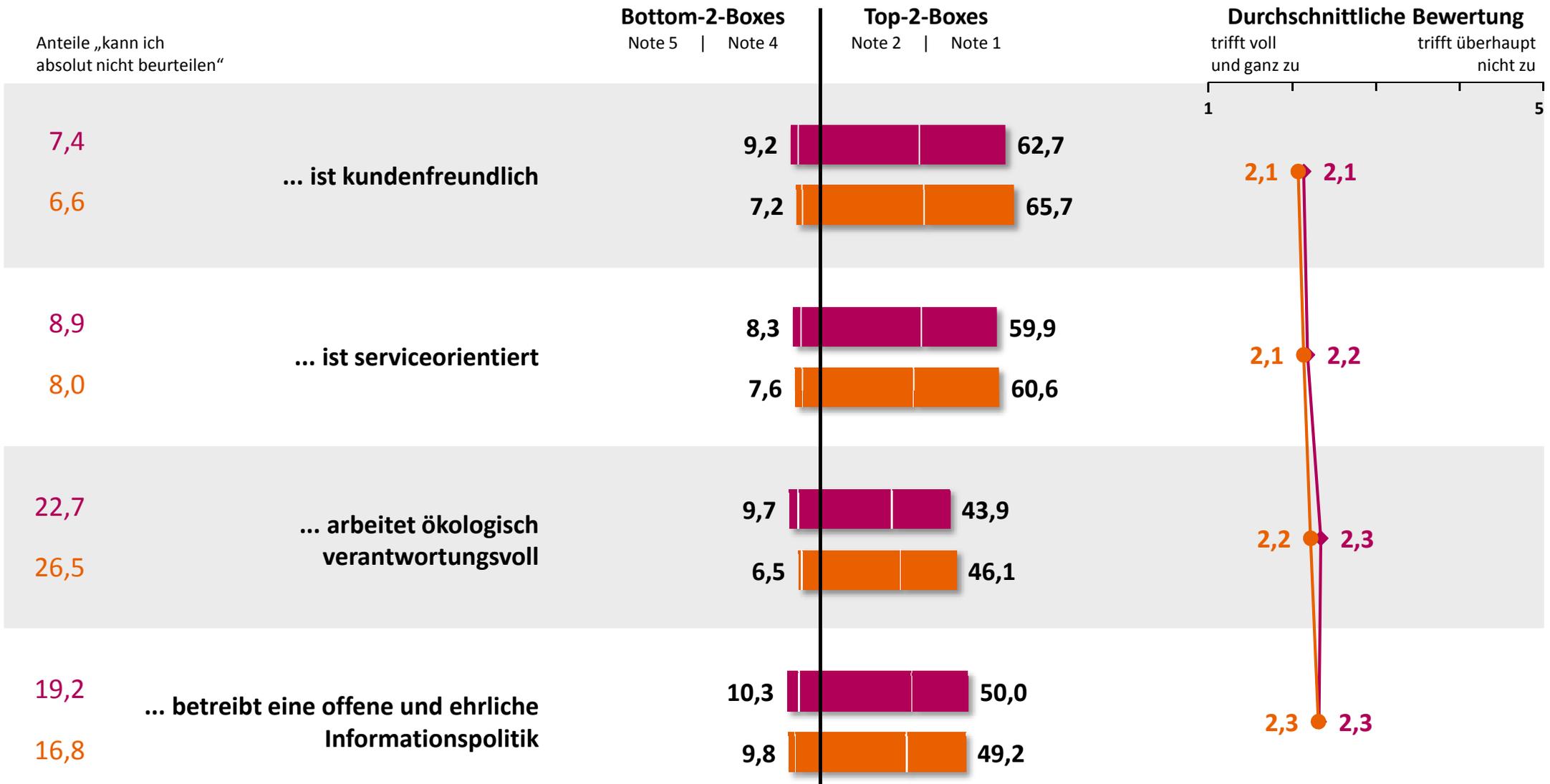
Image der Energieversorger 1/4



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 %

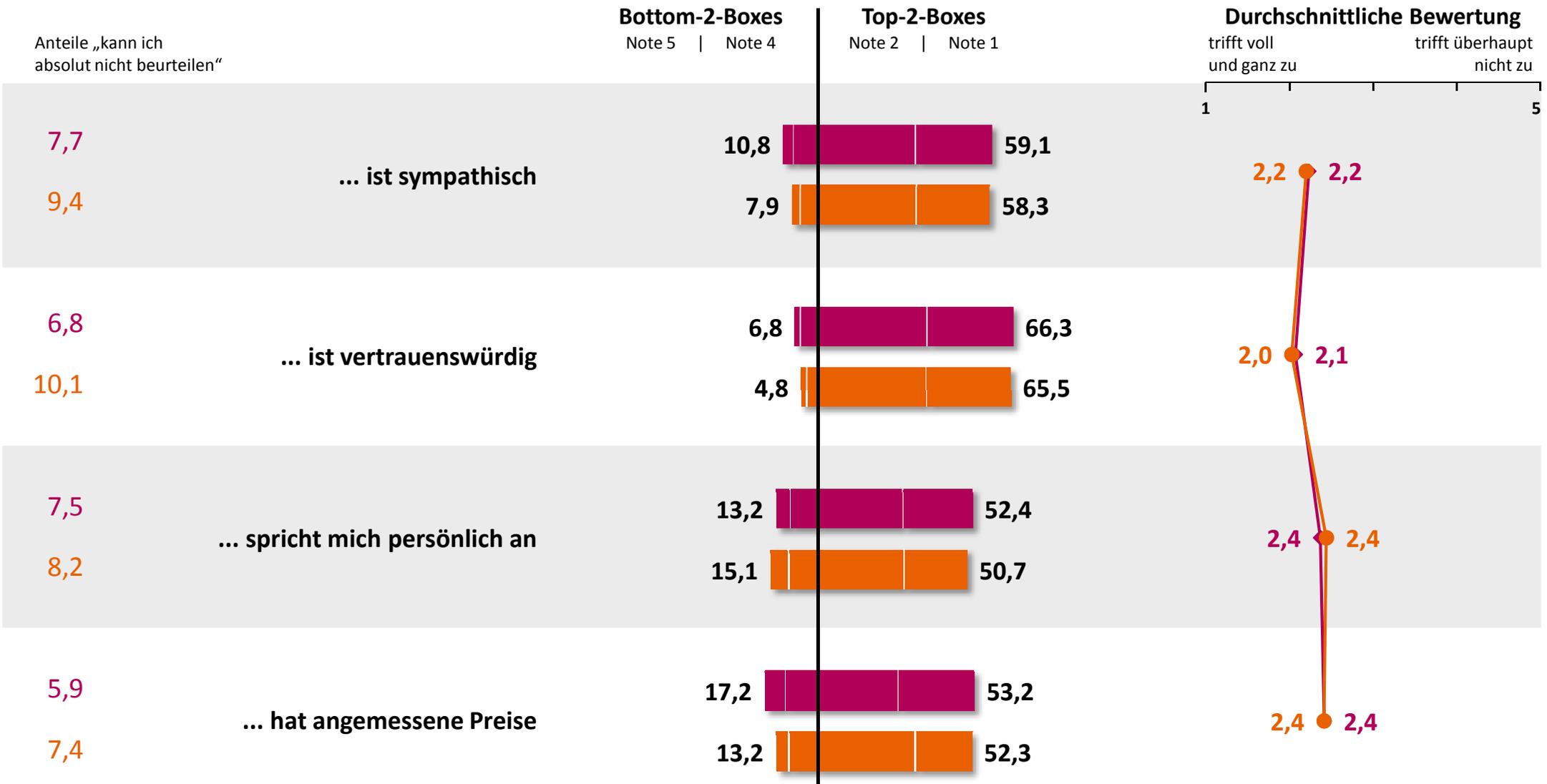
Image der Energieversorger 2/4



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 %

Image der Energieversorger 3/4



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 %

Image der Energieversorger 4/4

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

Bottom-2-Boxes
Note 5 | Note 4

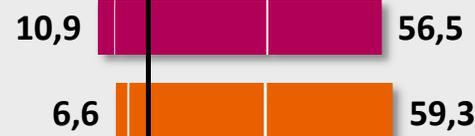
Top-2-Boxes
Note 2 | Note 1

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

13,5

17,0

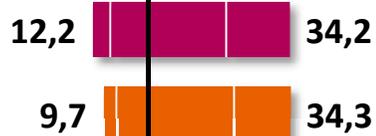
... ist wichtig für die Region



36,1

39,2

... fördert Bildung, Soziales, Kultur und Sport in der Region



28,1

26,7

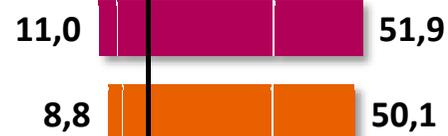
... ist bei der Umstellung der Energieversorgung auf erneuerbare Energien sehr aktiv



7,0

9,3

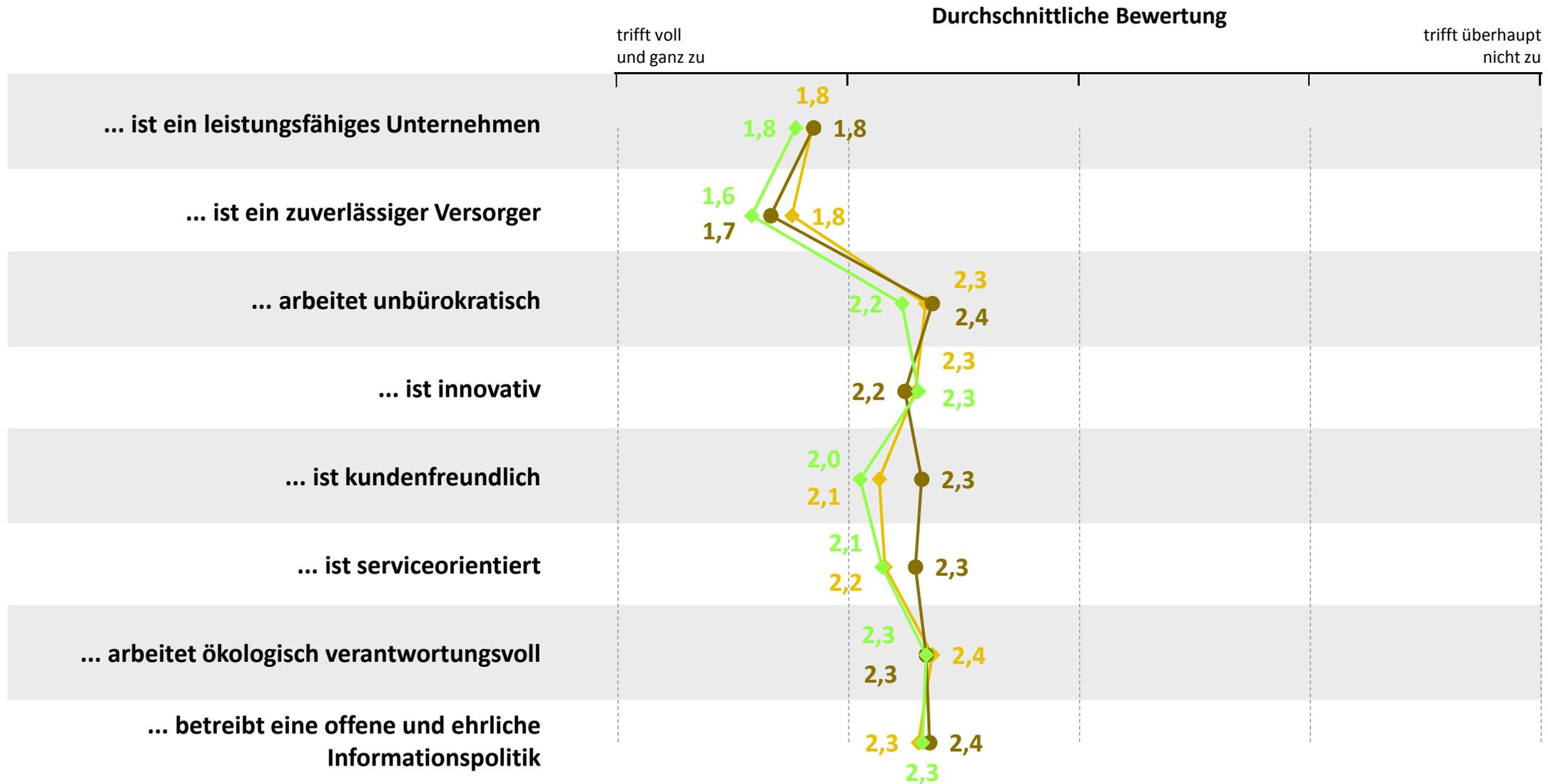
... hat bei mir insgesamt ein sehr hohes Ansehen



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 ...

Angaben in %

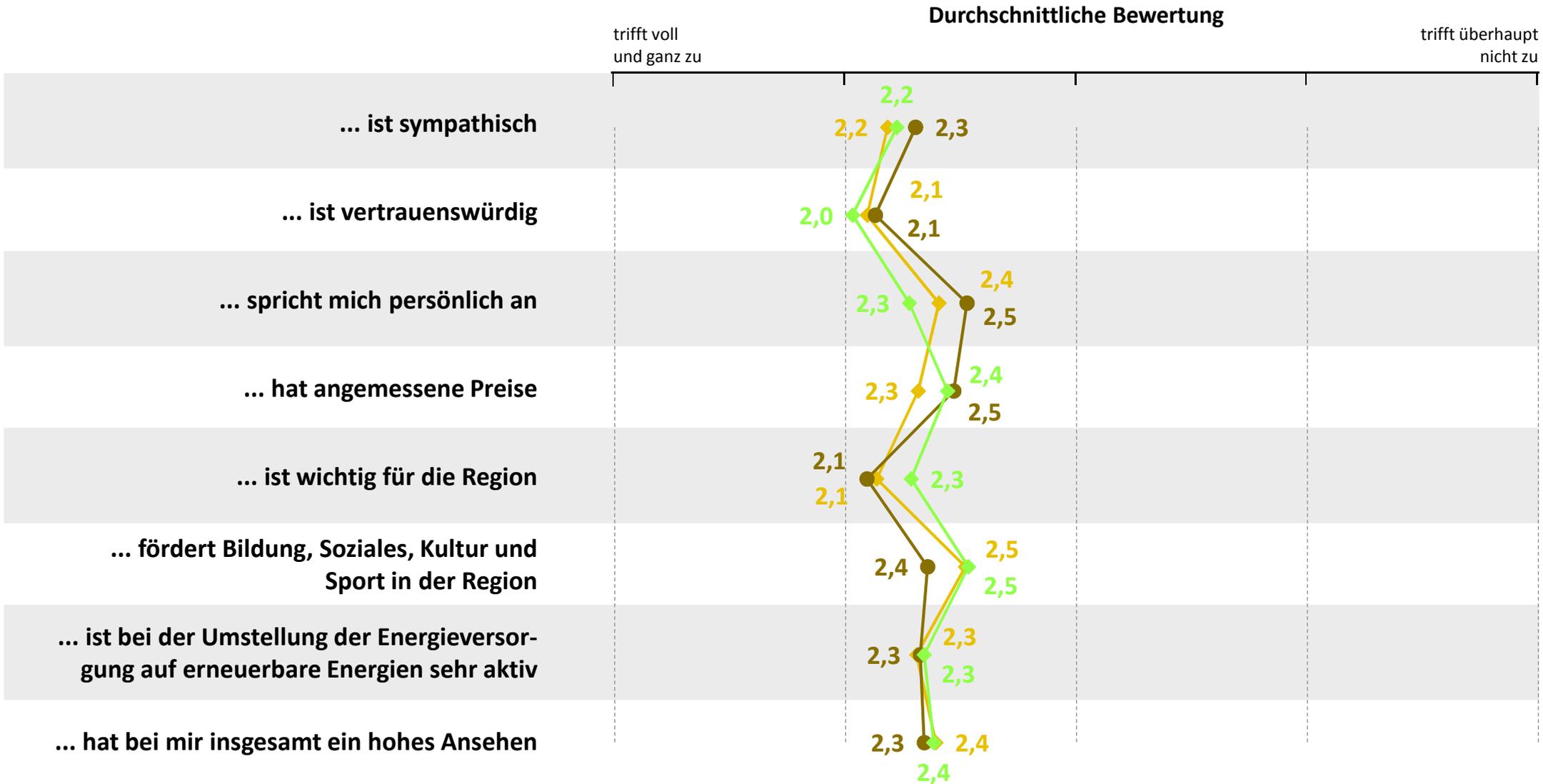
Image der Energieversorger – Differenziert nach Branchen 1/2



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

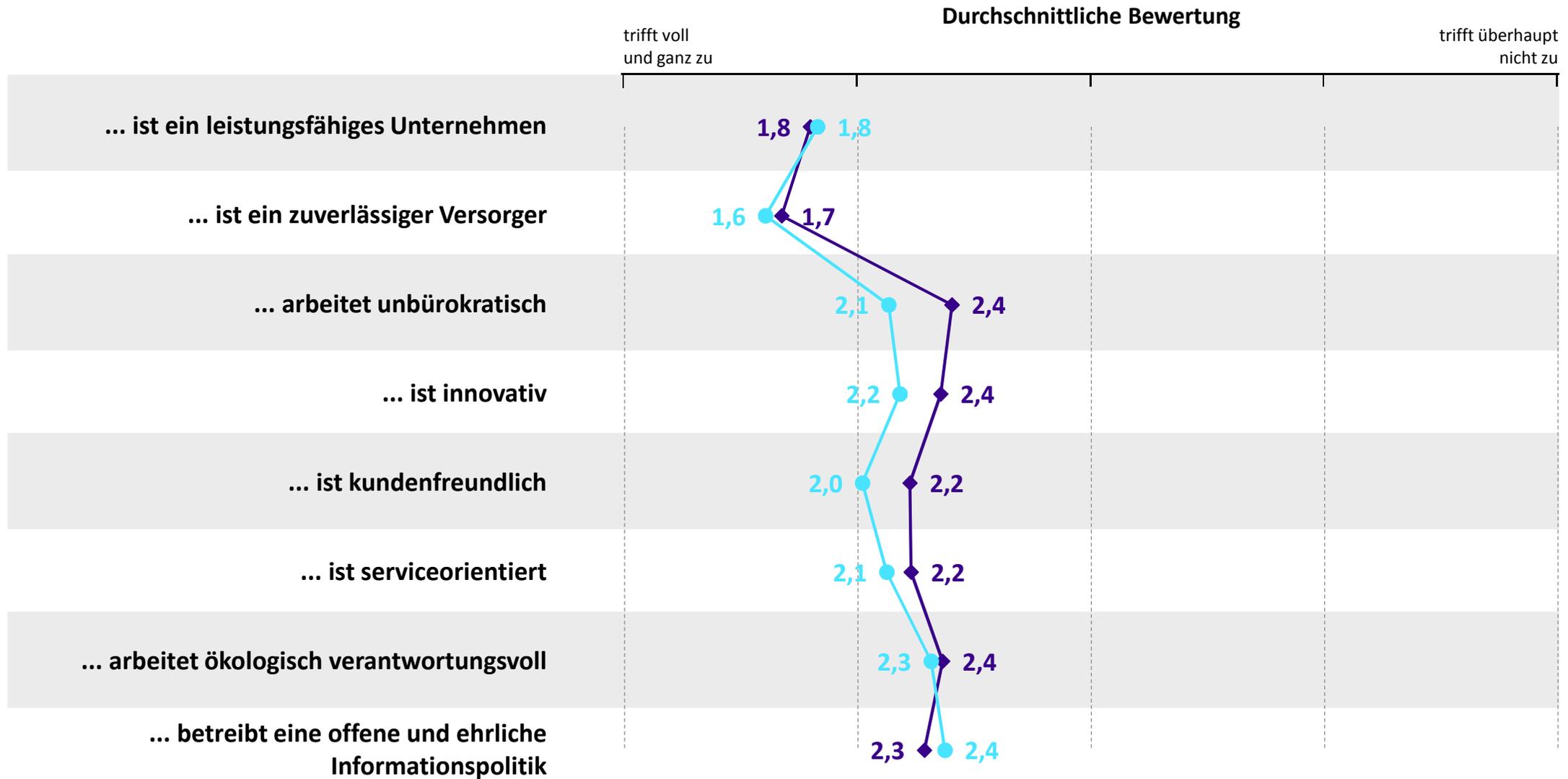
Image der Energieversorger – Differenziert nach Branchen 2/2



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

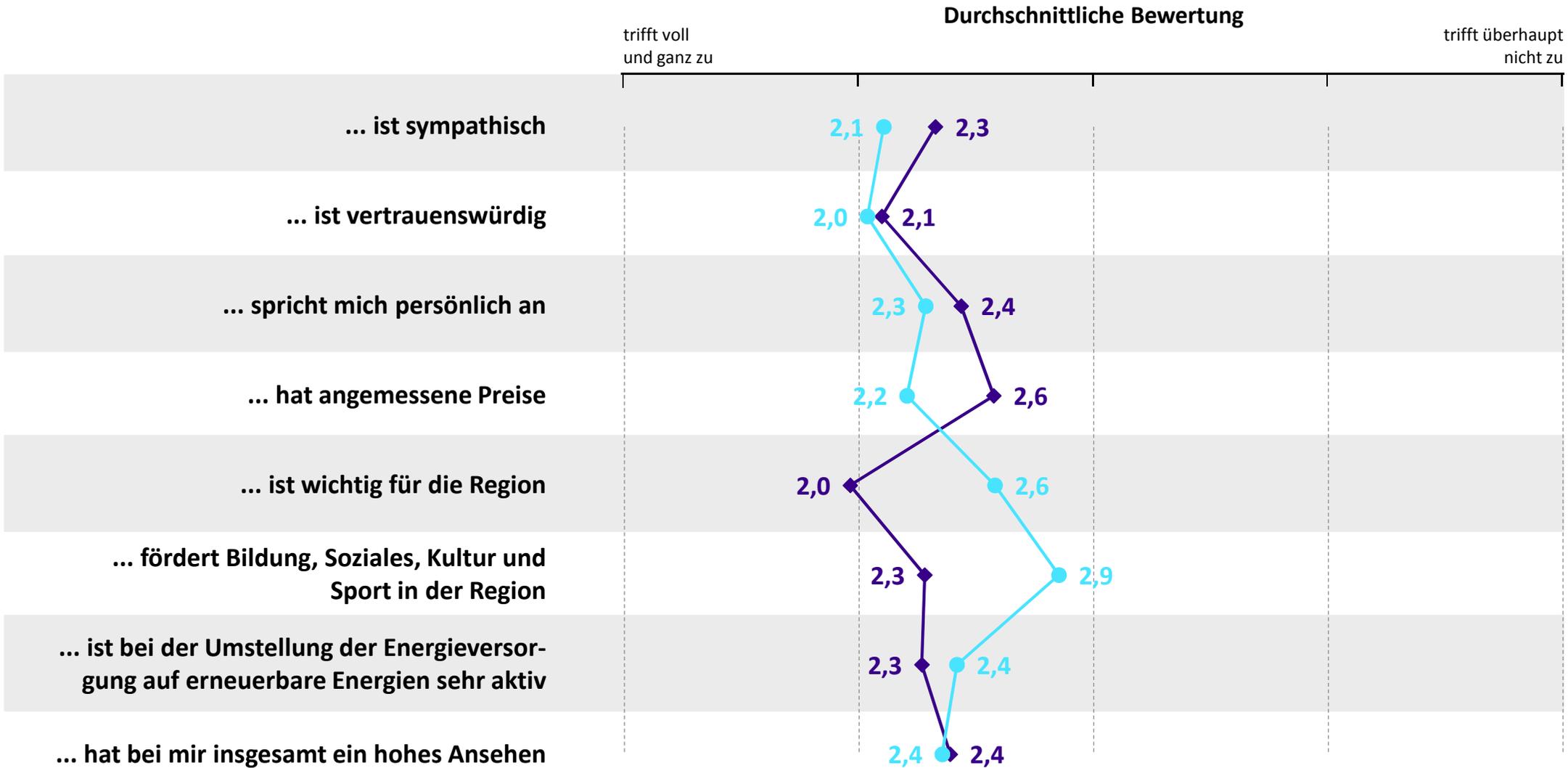
Image der Energieversorger – Differenziert nach Versorgerwechsel 1/2



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

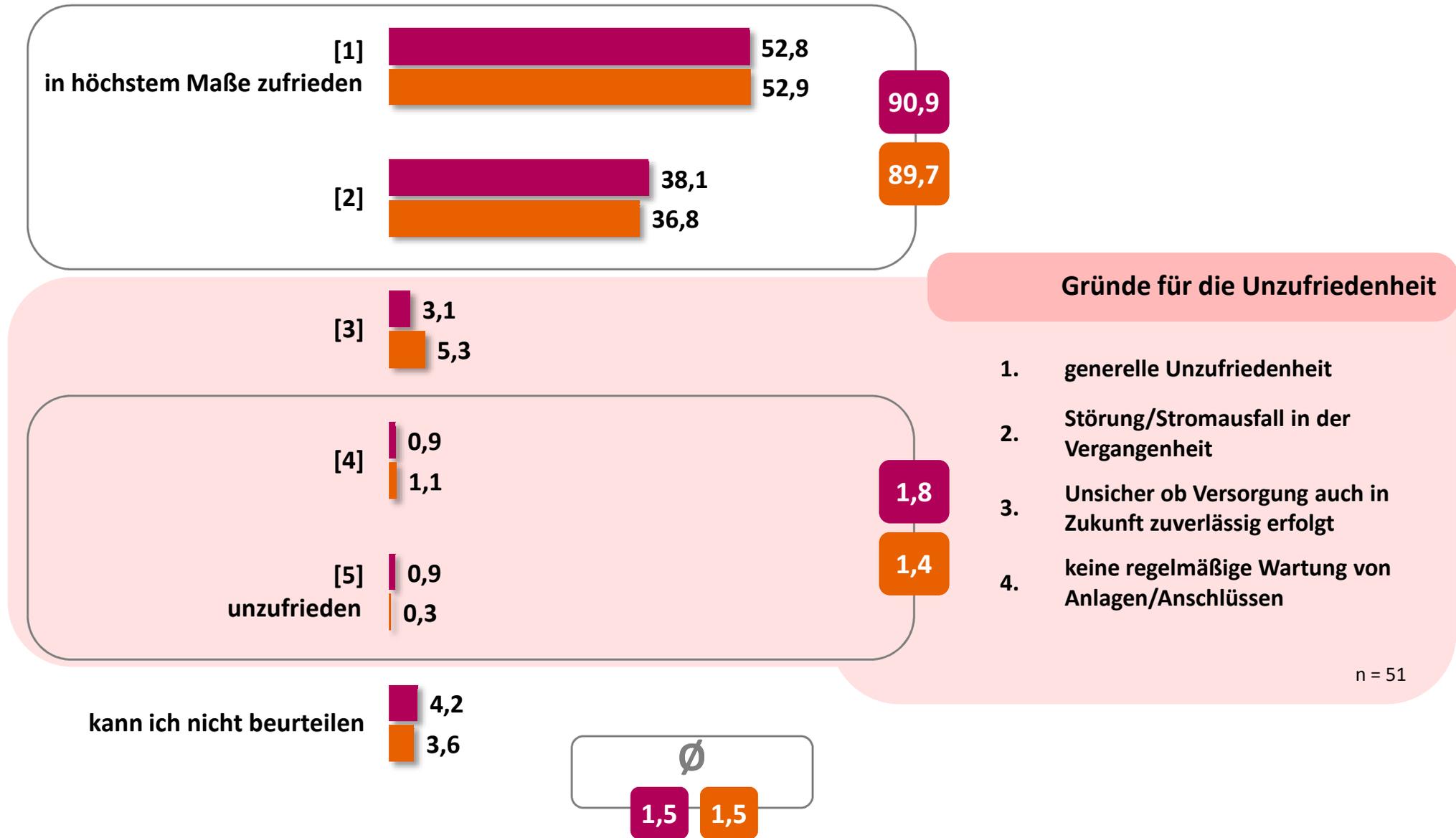
Image der Energieversorger – Differenziert nach Versorgerwechsel 2/2



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

Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Kernkompetenz



Frage 16: Wie zufrieden sind Sie mit der Sicherheit und Zuverlässigkeit der Stromversorgung?

Angaben in %

Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Stromversorgung

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

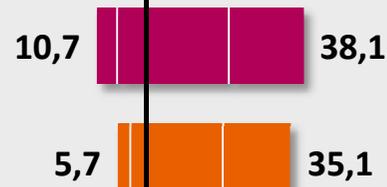
Bottom-2-Boxes
Note 5 | Note 4

Top-2-Boxes
Note 2 | Note 1

Durchschnittliche Bewertung

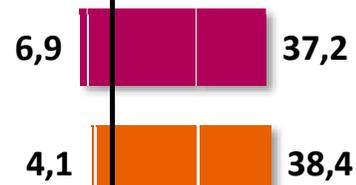
in höchstem Maße zufrieden | unzufrieden
1 | 5

39,5
42,8
... dem Informationsverhalten des Energieversorgers bei Störungen im Leitungsnetz



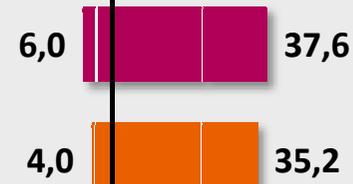
2,3 ● 2,3

43,0
45,3
... der Geschwindigkeit der Störungsbehebung



2,1 ● 2,2

45,0
47,5
... der Unterstützung des Energieversorgers bei Störungen in der Kundenanlage



2,2 ● 2,2

Frage 16: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Angaben in %

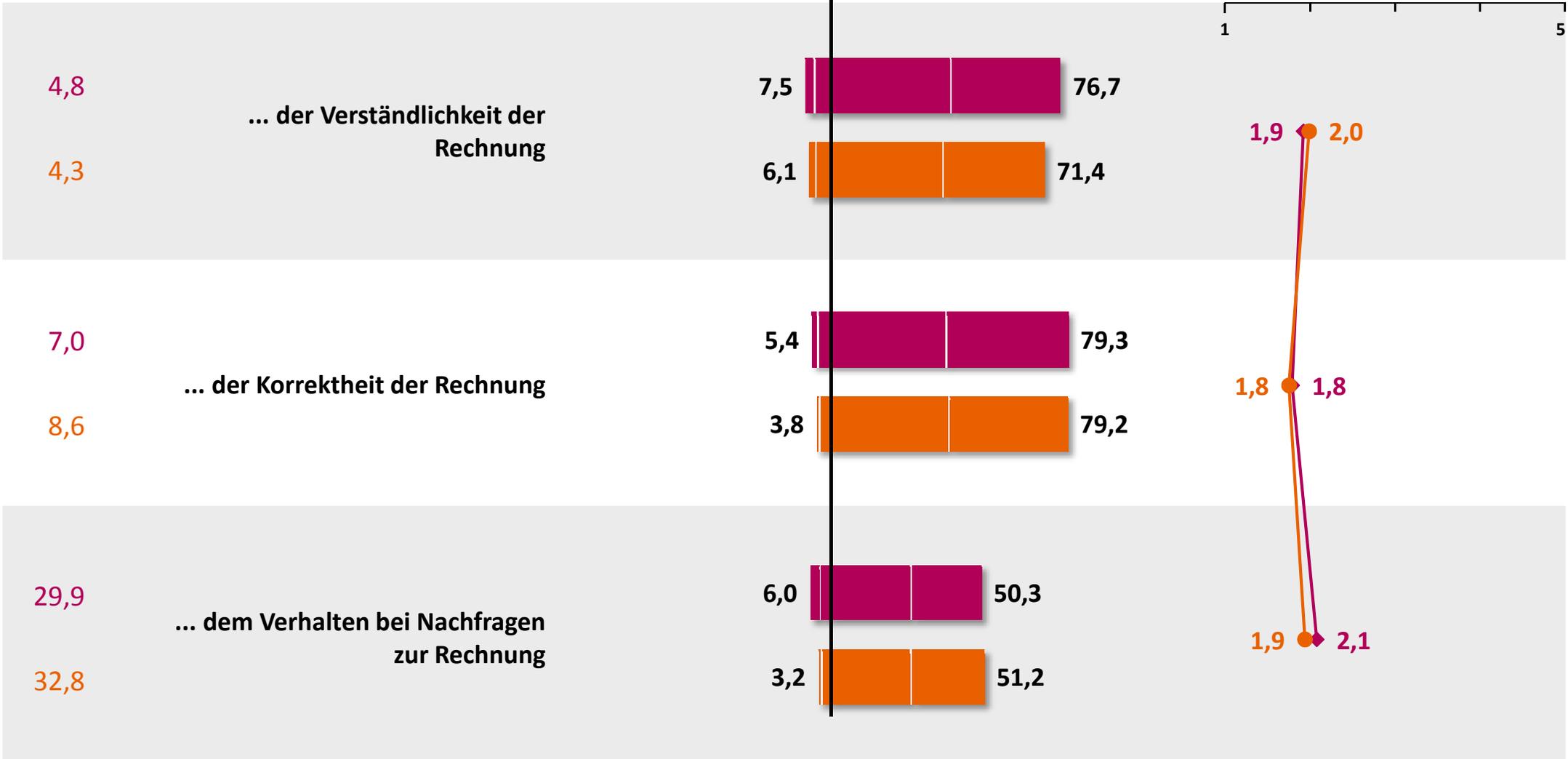
Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Rechnung

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

Bottom-2-Boxes
Note 5 | Note 4

Top-2-Boxes
Note 2 | Note 1

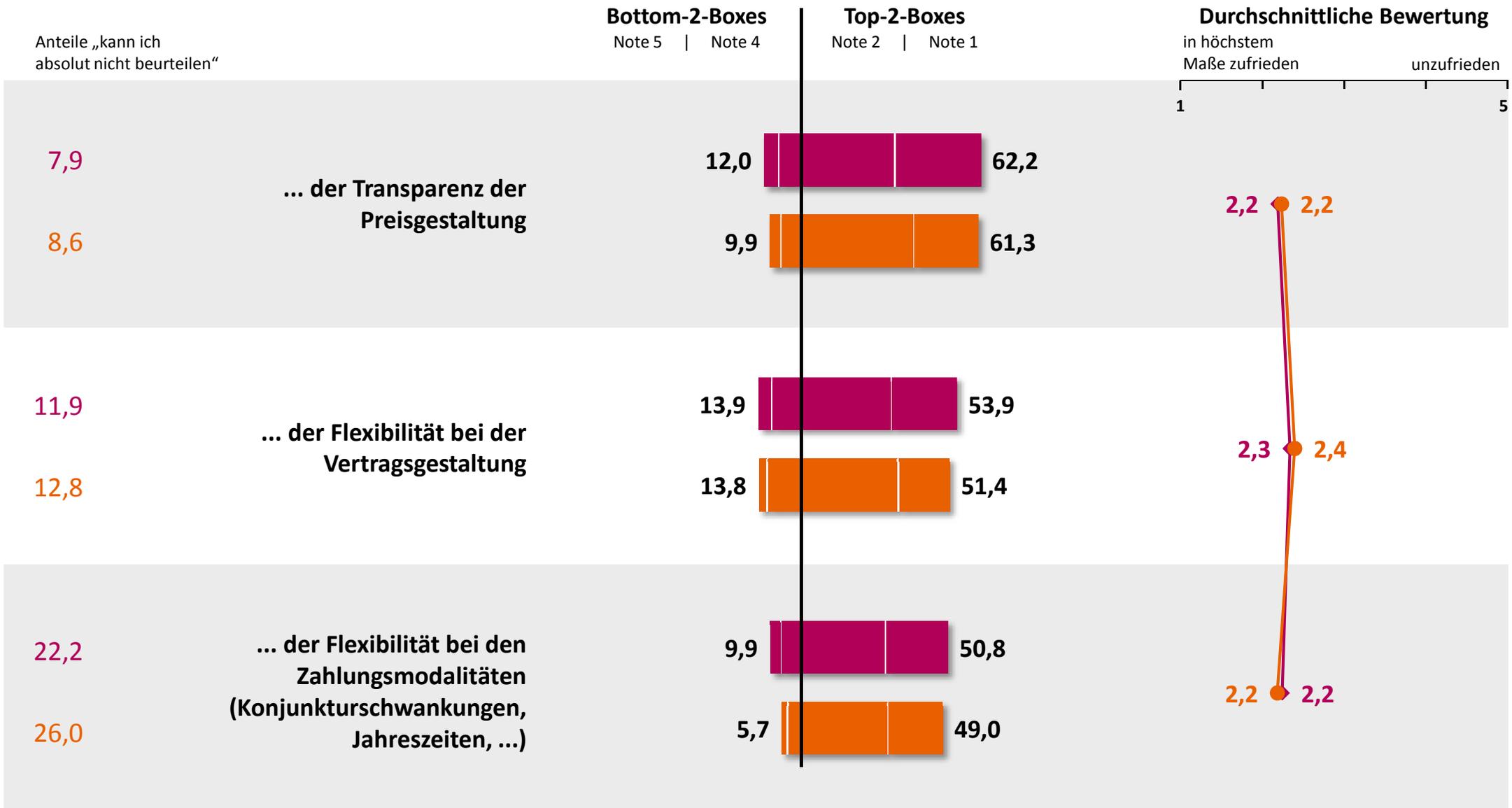
Durchschnittliche Bewertung
in höchstem Maße zufrieden | unzufrieden
1 | 5



Frage 16: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Angaben in %

Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Preise & Verträge



Frage 16: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Angaben in %

Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Tarife

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

14,3

... dem Angebot unterschiedlicher Tarife bei Ihrem Energieversorger

14,9

10,9 | 51,9

8,7 | 49,5

2,3 | 2,3

9,8

... der Attraktivität der angebotenen Tarife

10,1

13,5 | 55,8

12,7 | 46,8

2,3 | 2,4

9,8

... der Einfachheit und Transparenz der Tarife

10,2

12,2 | 59,2

11,7 | 51,1

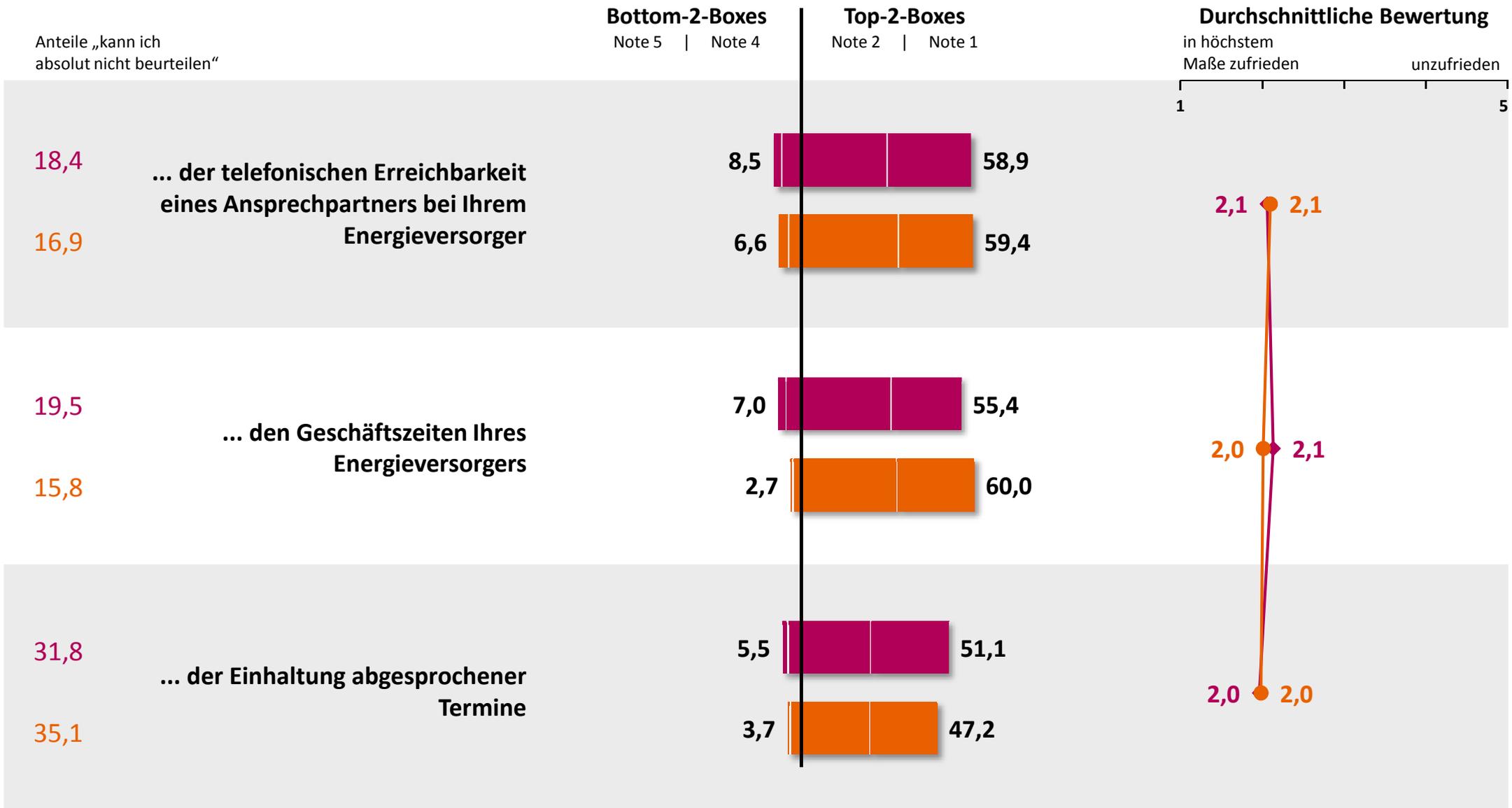
2,2 | 2,4

Frage 16: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Angaben in %

■ Studie 2018 (n = 1.040) ■ Studie 2017 (n = 1.040)

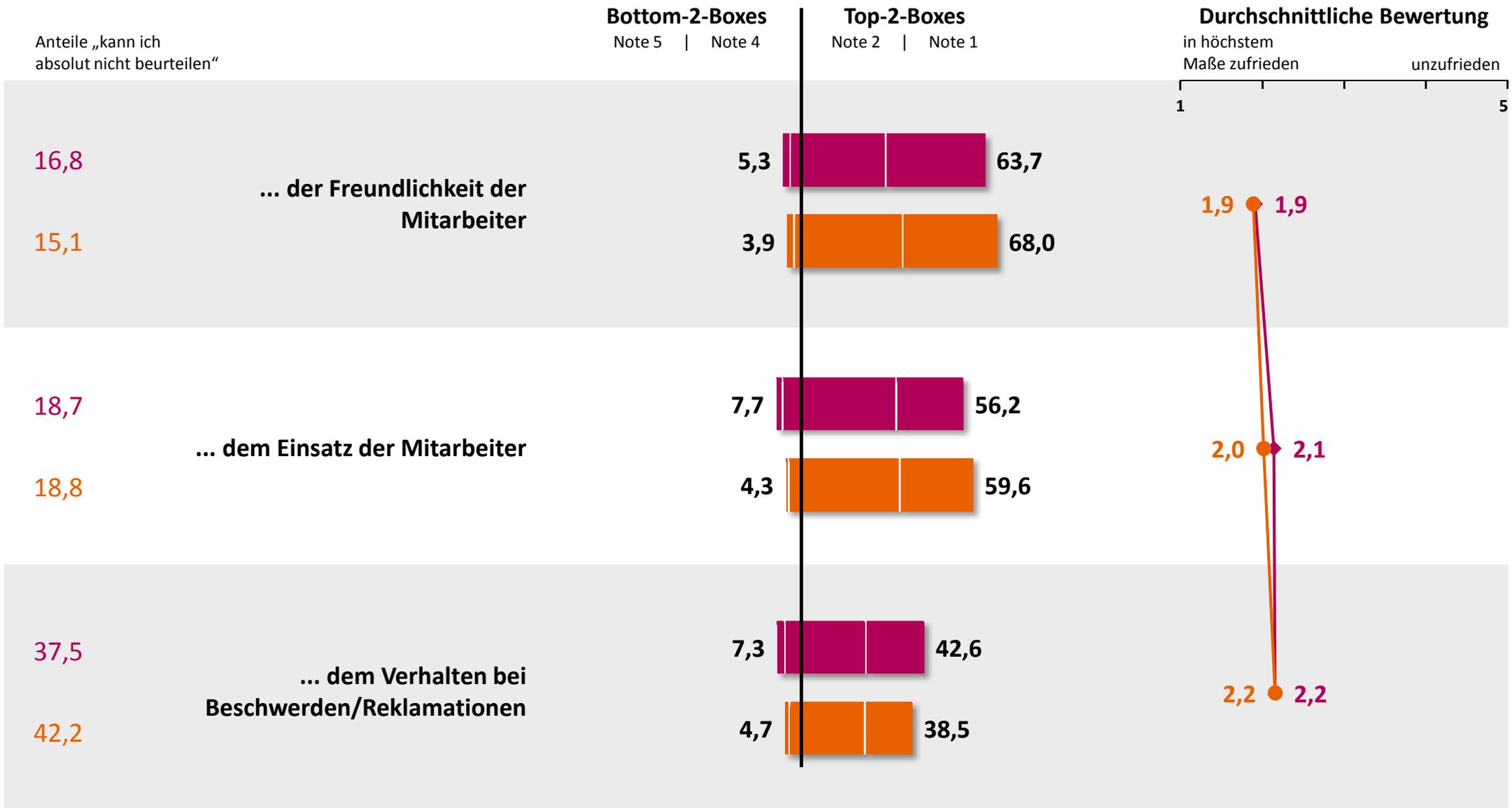
Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Erreichbarkeit & Termine



Frage 16: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Angaben in %

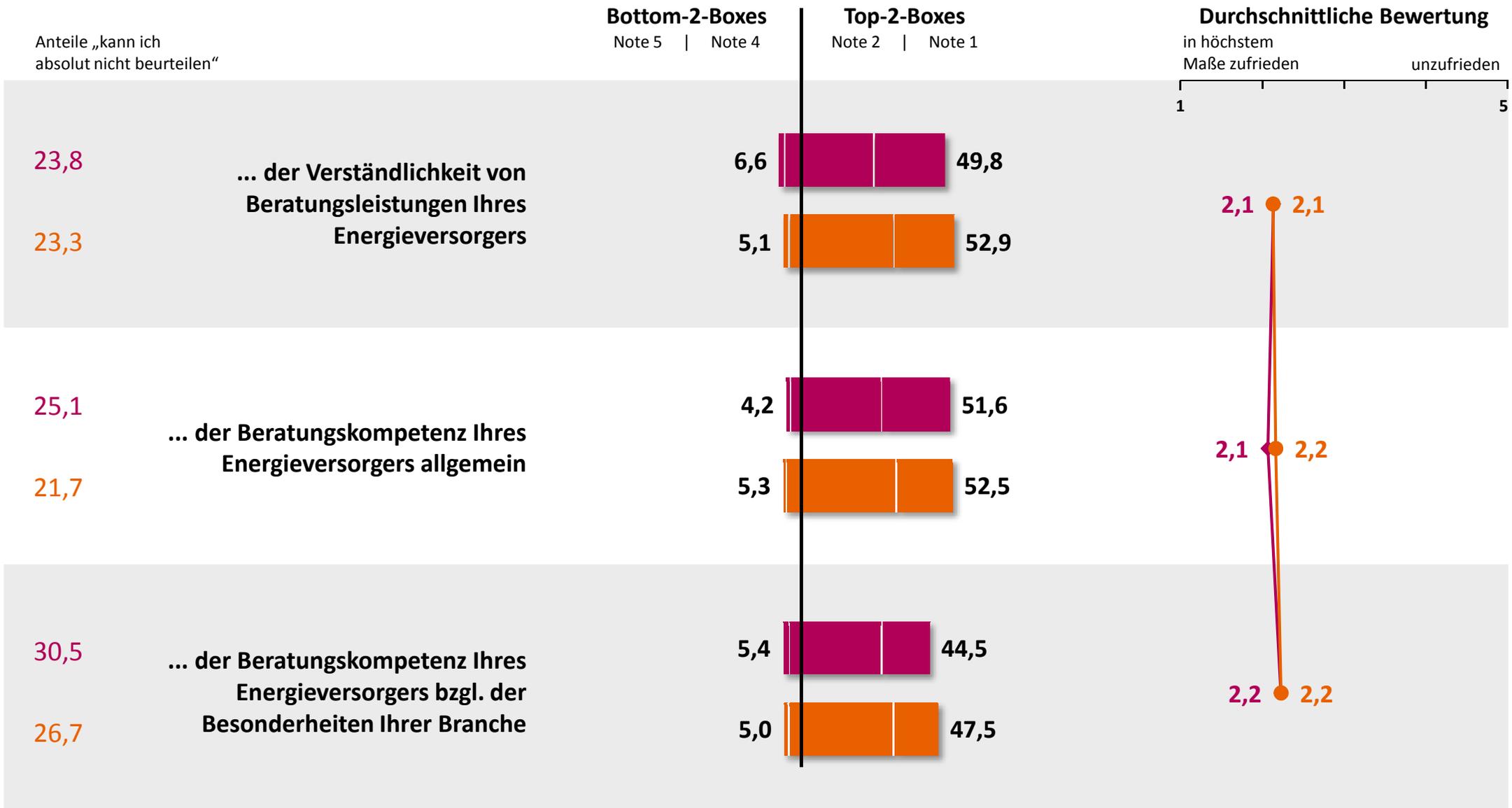
Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Mitarbeitermerkmale



Frage 16: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Angaben in %

Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Beratungskompetenz



Frage 16: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Angaben in %

Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Beratungsumfang & -qualität

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

25,4

... dem Umfang des Beratungs- und Dienstleistungsangebotes

23,9

5,5 | 50,2

5,4 | 50,6

2,2 | 2,2

26,7

... der Qualität des Beratungs- und Dienstleistungsangebot

24,8

5,6 | 53,2

4,3 | 52,5

2,1 | 2,1

27,2

... den Aktivitäten Ihres Energieversorgers zur Stromeinsparung bei den Kunden beizutragen

25,2

13,1 | 42,0

9,2 | 42,9

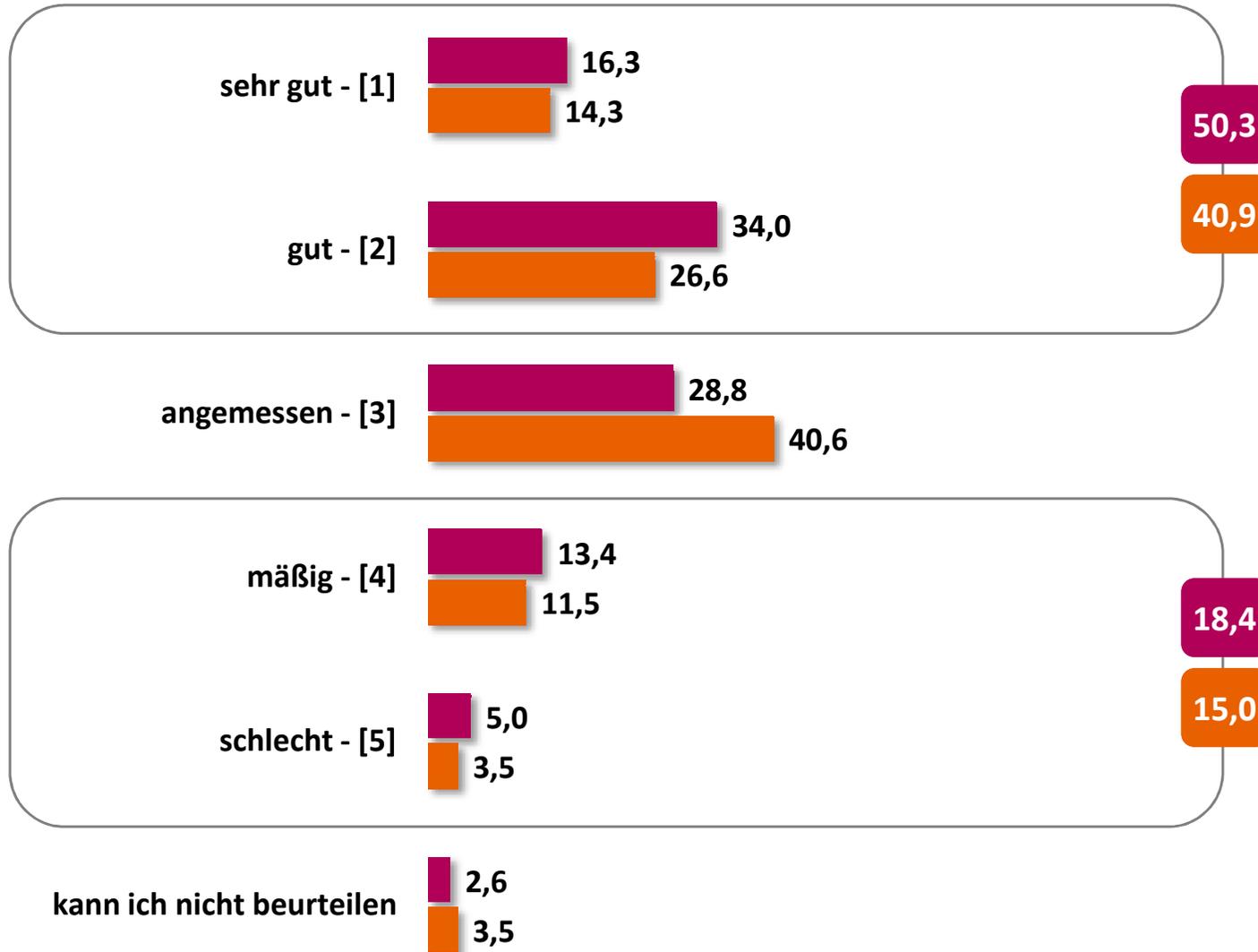
2,4 | 2,4

Frage 16: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Angaben in %

■ Studie 2018 (n = 1.040) ■ Studie 2017 (n = 1.040)

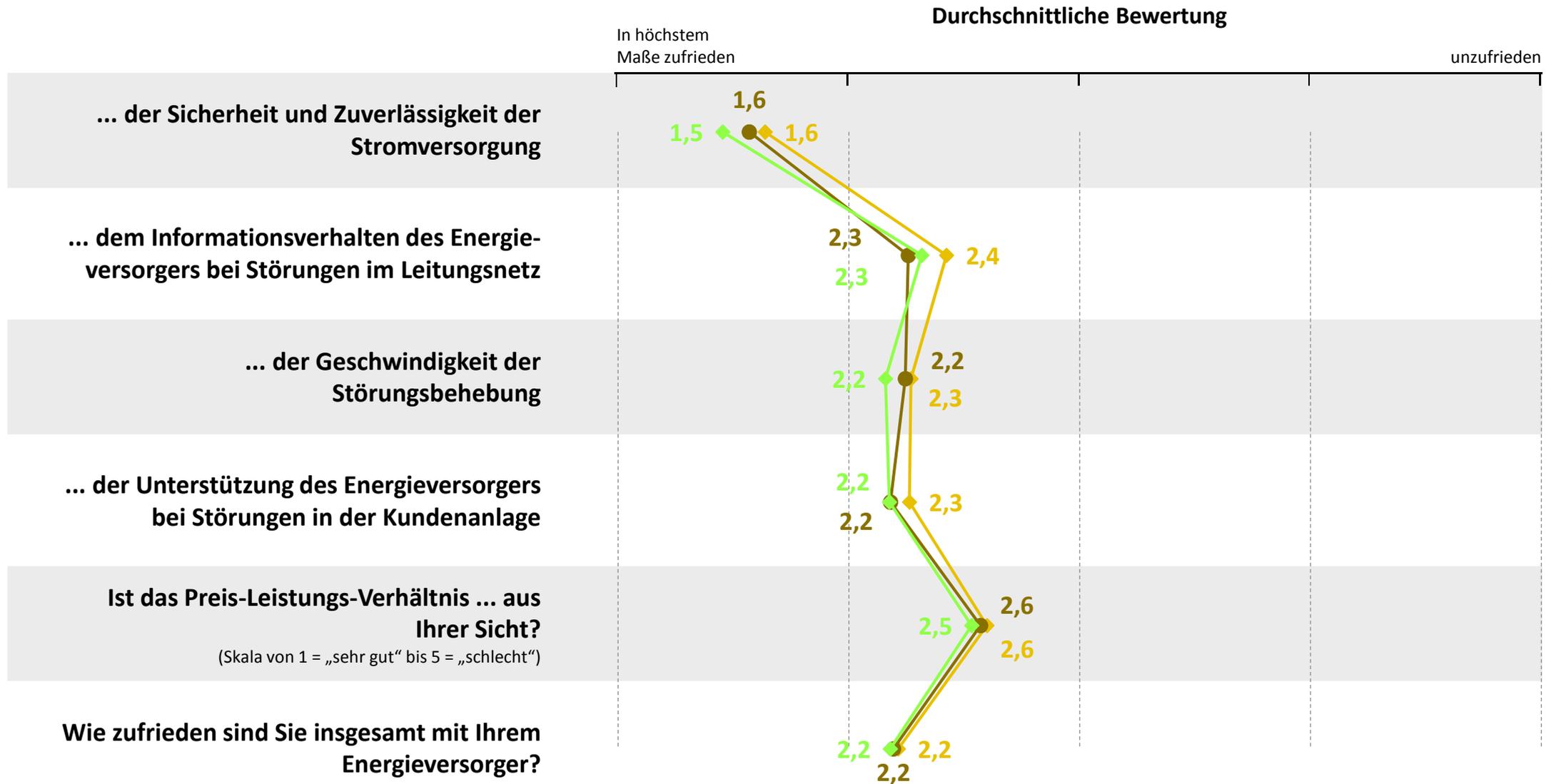
Preis-Leistungs-Verhältnis – Strom



Frage 17: 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 %

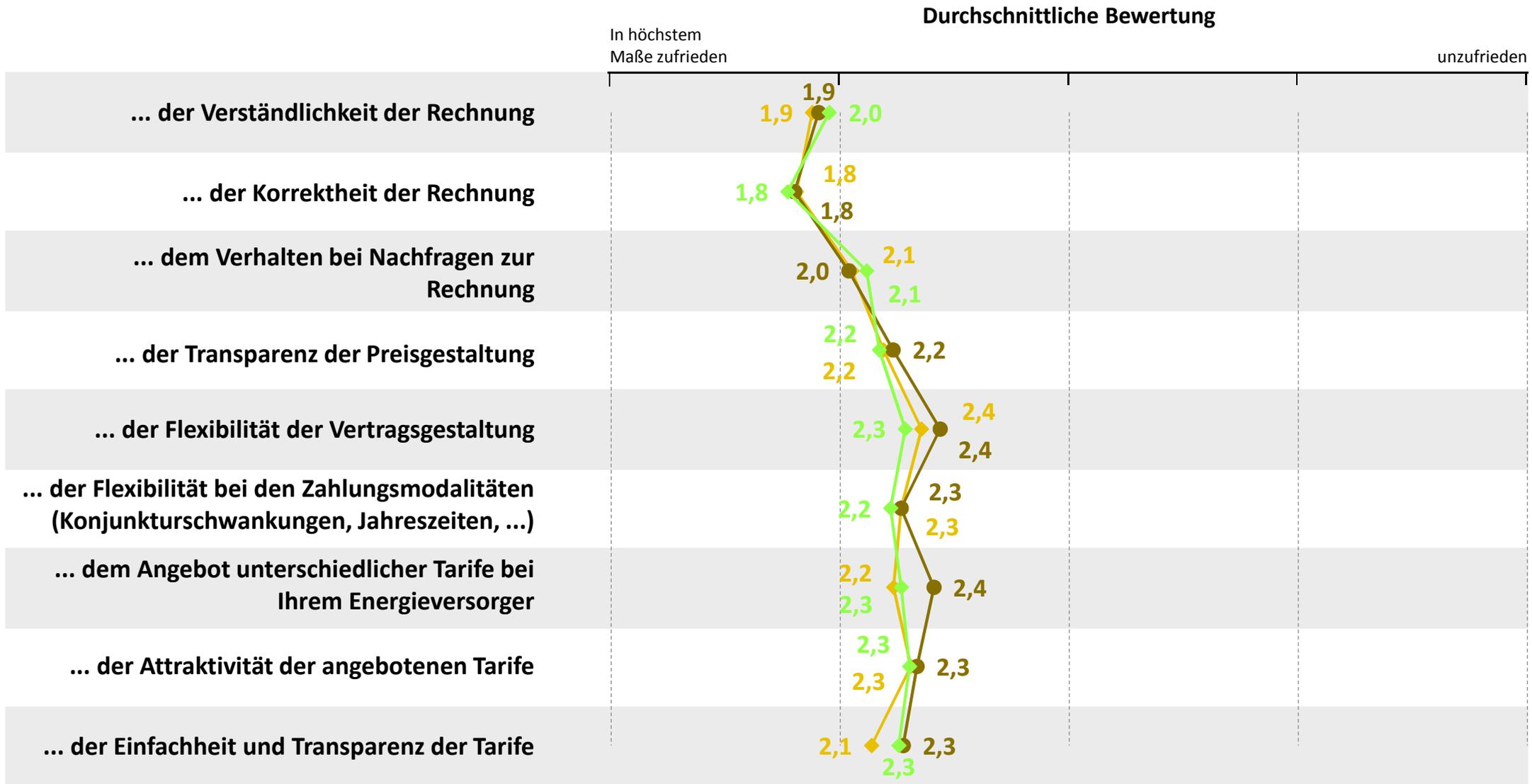
Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Differenziert nach Branchen 1/4



Frage 16: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Durchschnittswerte

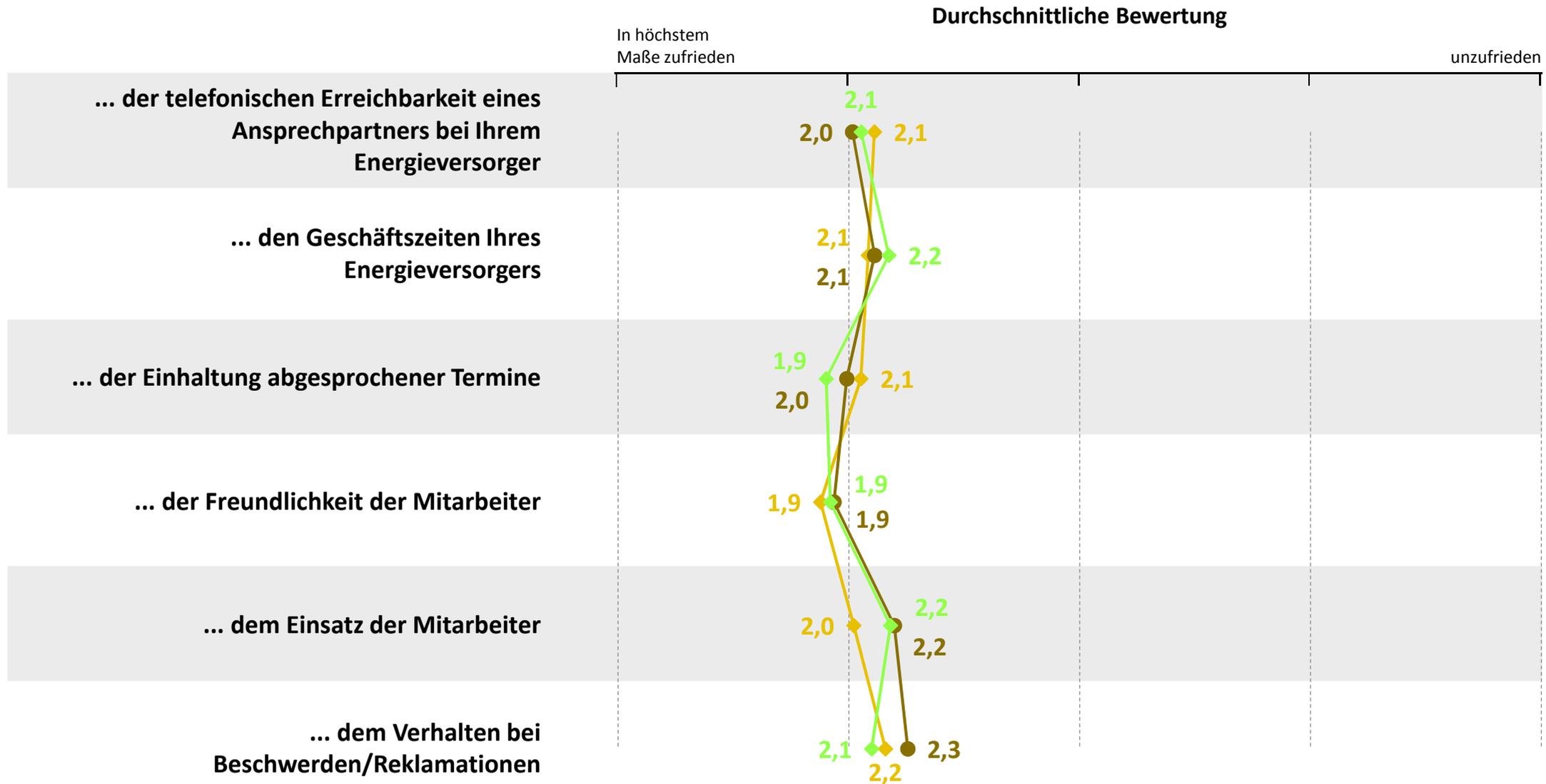
Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Differenziert nach Branchen 2/4



Frage 16: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Durchschnittswerte

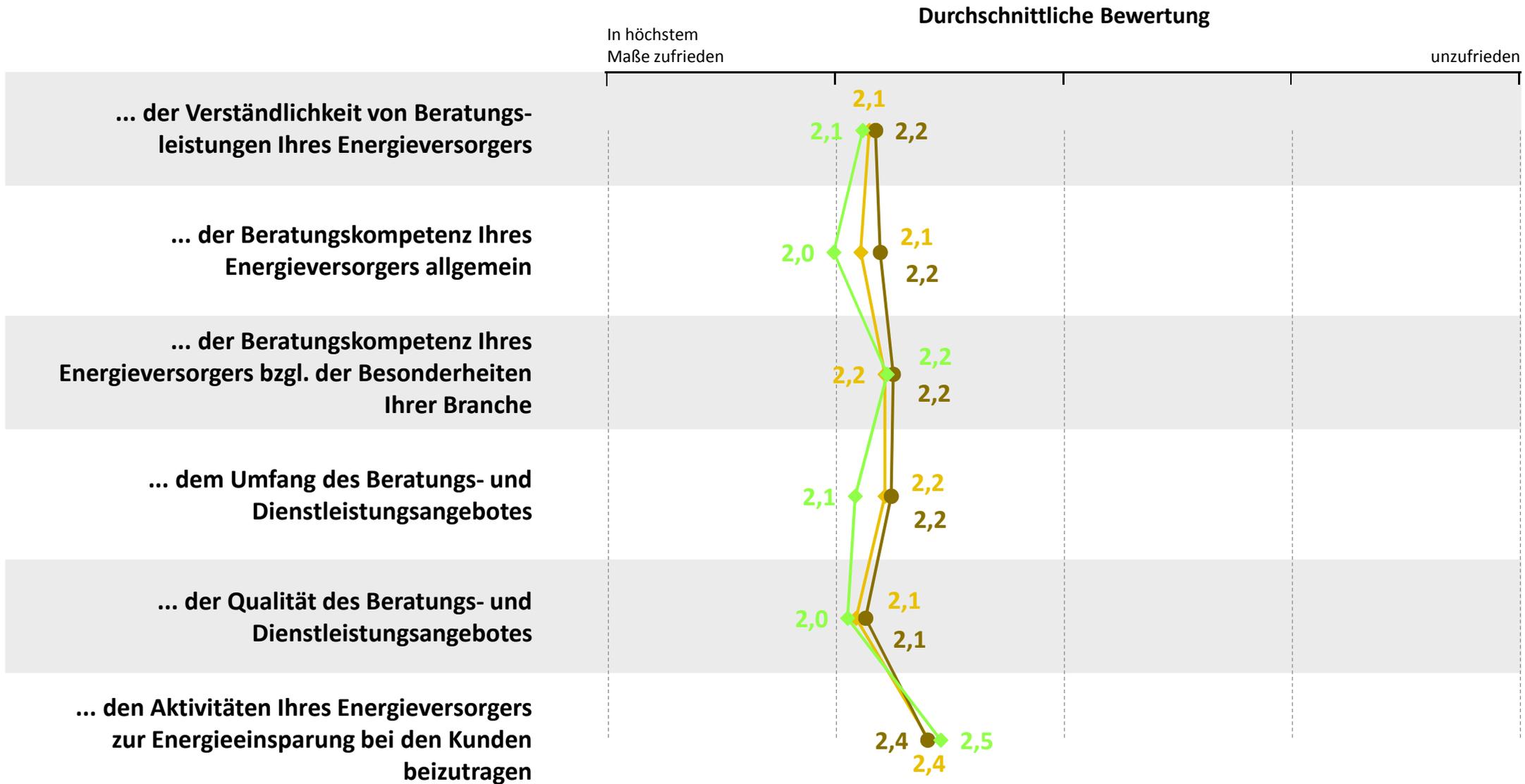
Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Differenziert nach Branchen 3/4



Frage 16: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Durchschnittswerte

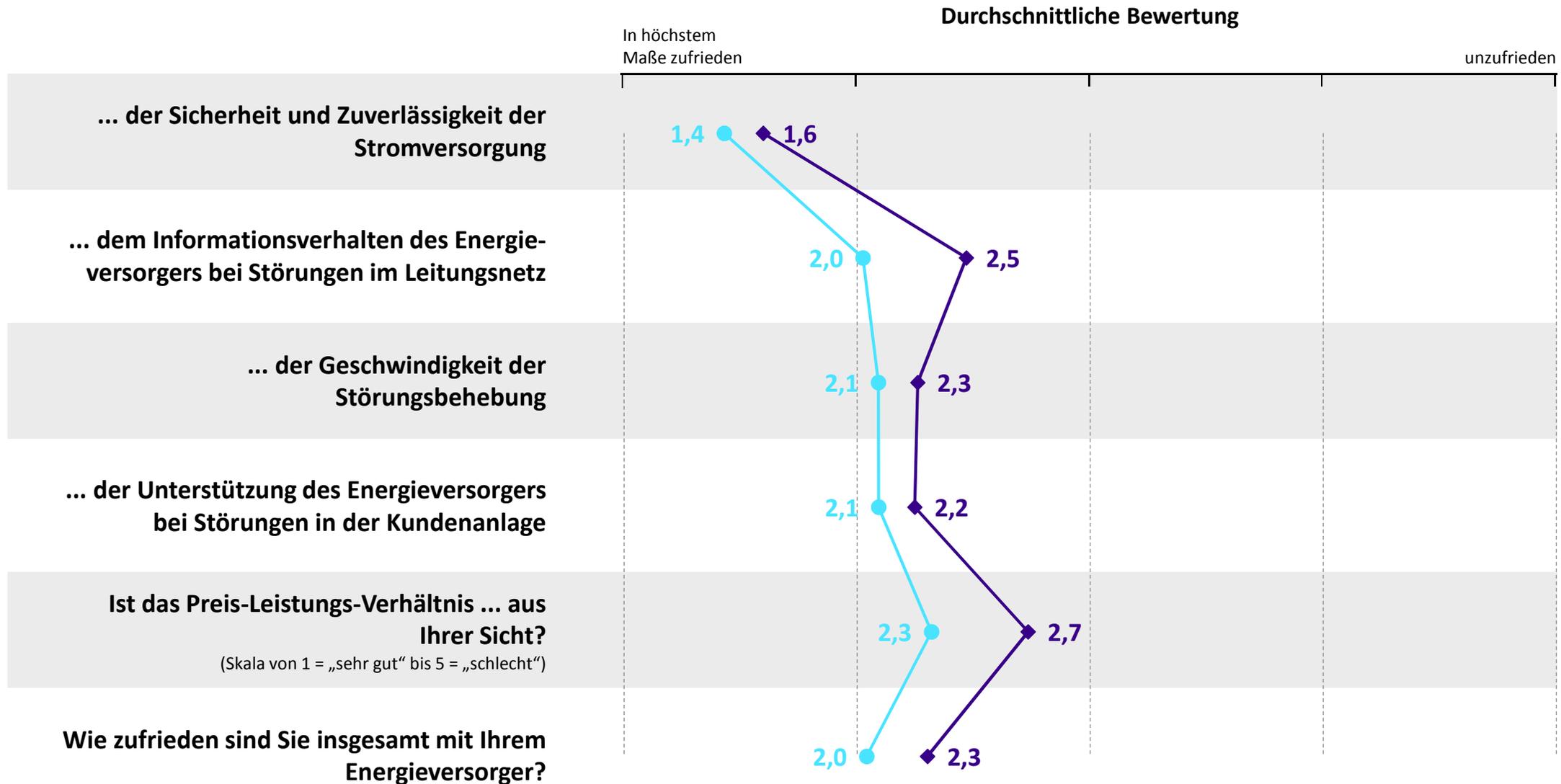
Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Differenziert nach Branchen 4/4



Frage 16: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Durchschnittswerte

Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Differenziert nach Versorgerwechsel 1/4

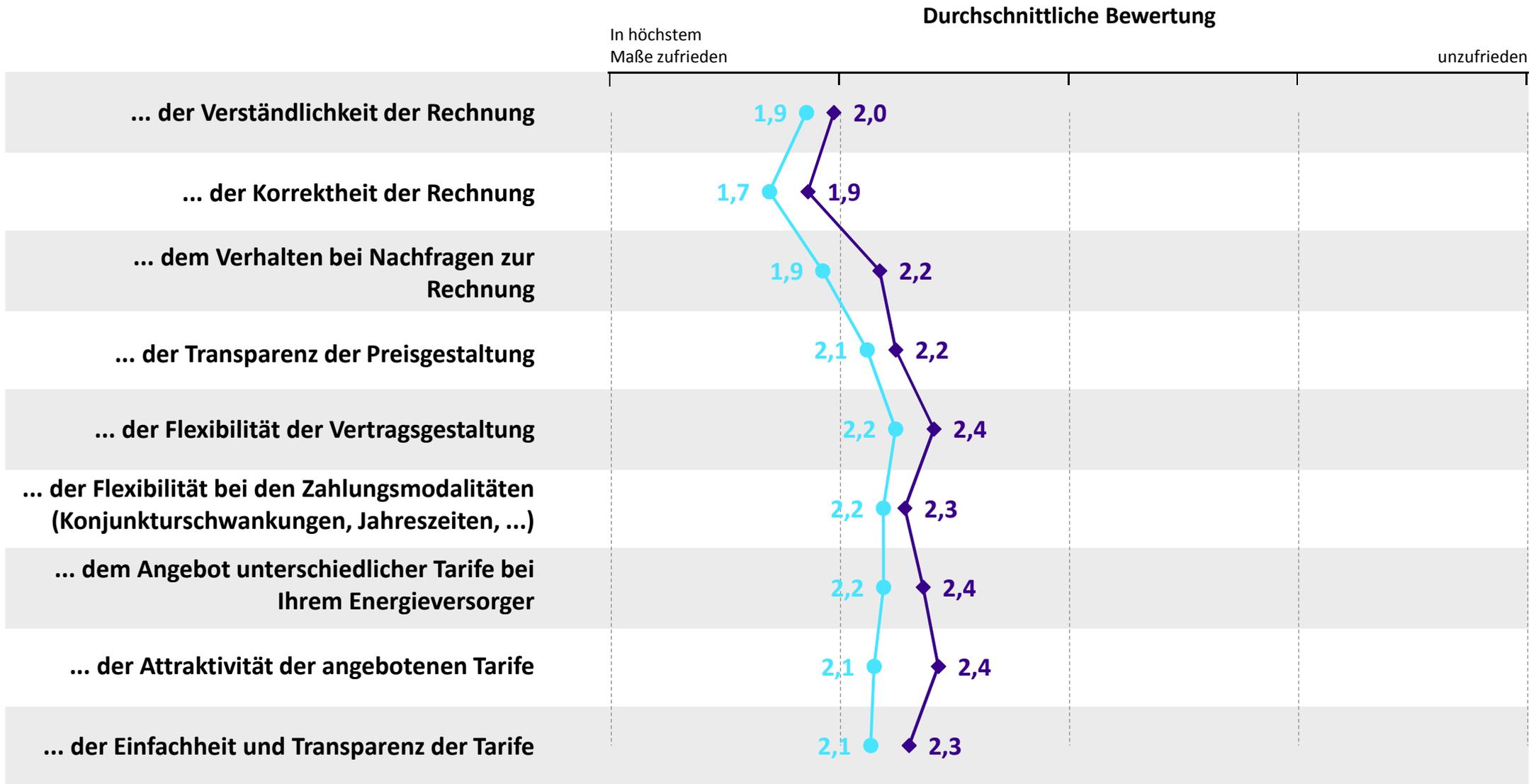


Frage 16: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Durchschnittswerte

■ kein Versorgerwechsel (n = 604) ■ Versorgerwechsel (n = 436)

Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Differenziert nach Versorgerwechsel 2/4

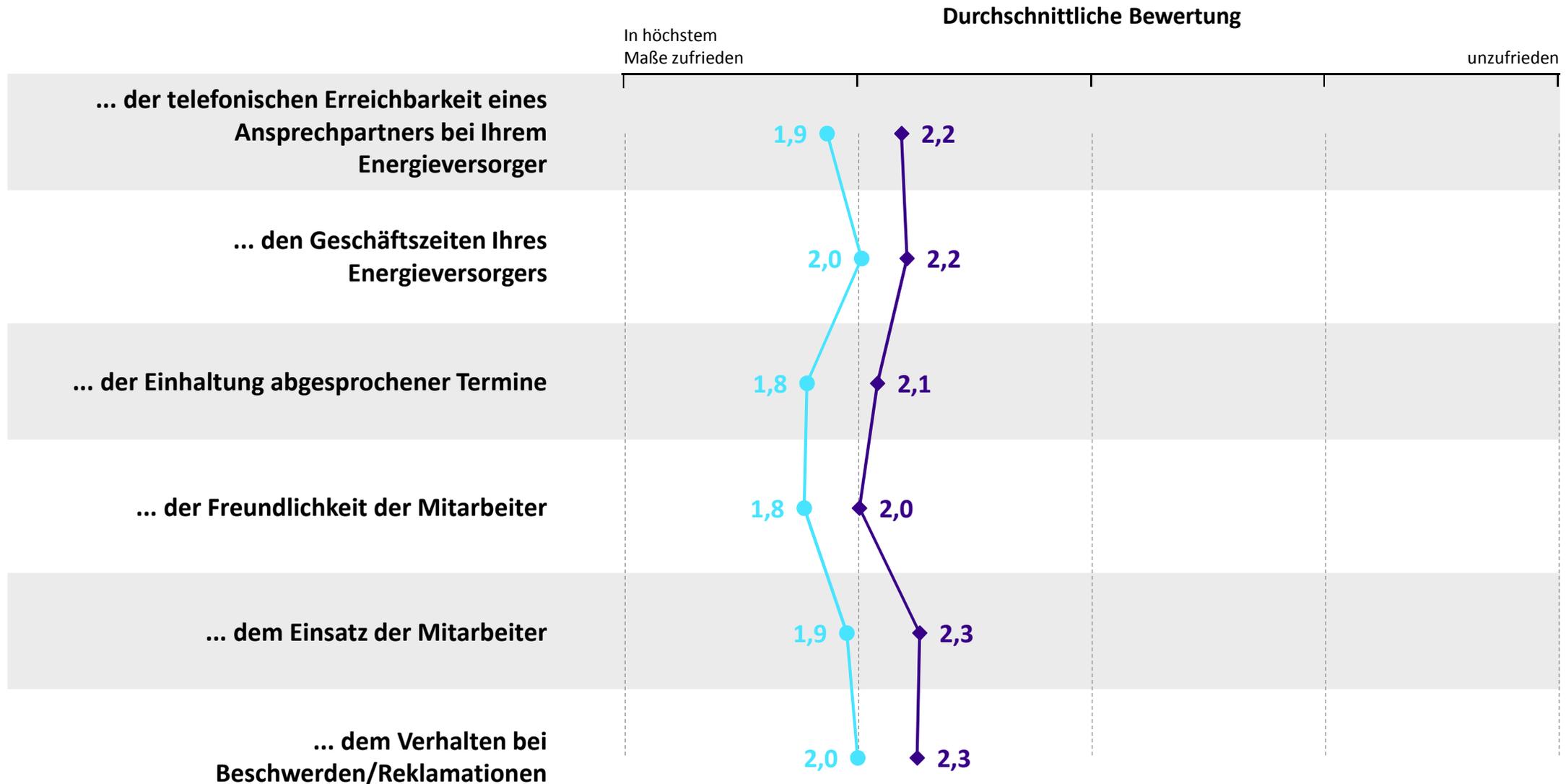


Frage 16: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Durchschnittswerte

■ kein Versorgerwechsel (n = 604) ■ Versorgerwechsel (n = 436)

Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Differenziert nach Versorgerwechsel 3/4

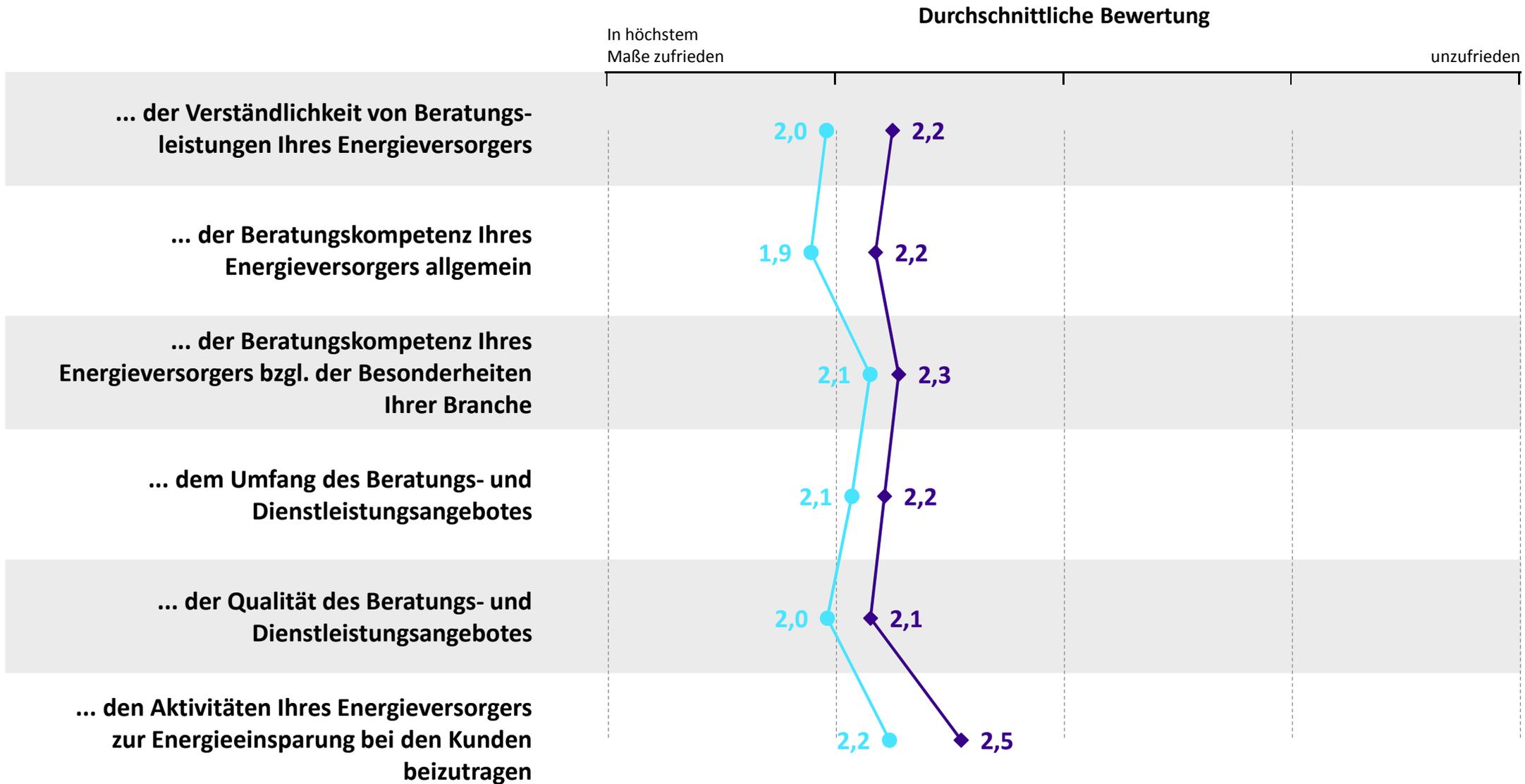


Frage 16: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Durchschnittswerte

■ kein Versorgerwechsel (n = 604) ■ Versorgerwechsel (n = 436)

Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Differenziert nach Versorgerwechsel 4/4

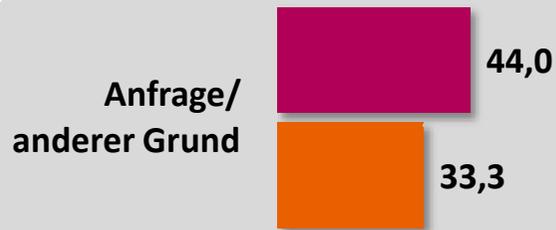


Frage 16: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

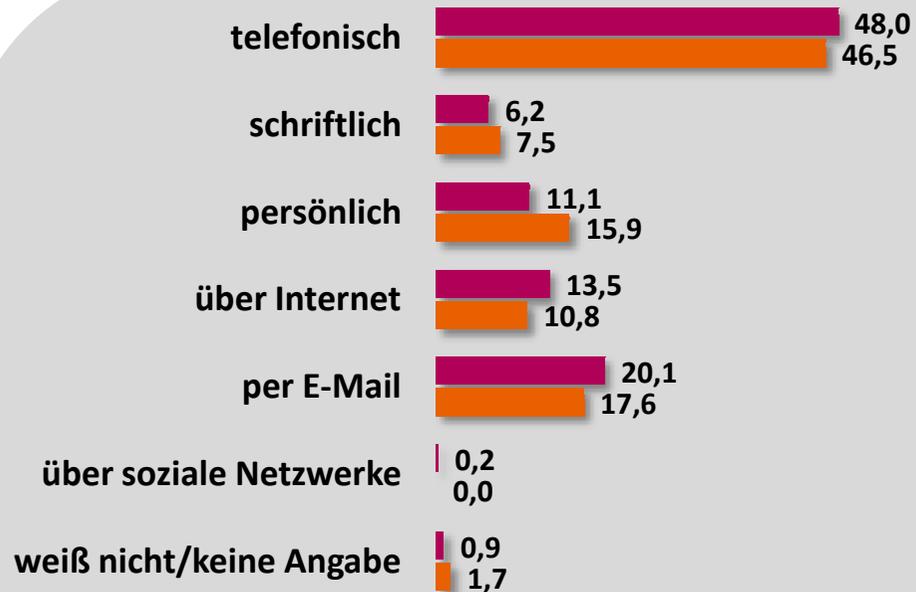
Durchschnittswerte

■ kein Versorgerwechsel (n = 604) ■ Versorgerwechsel (n = 436)

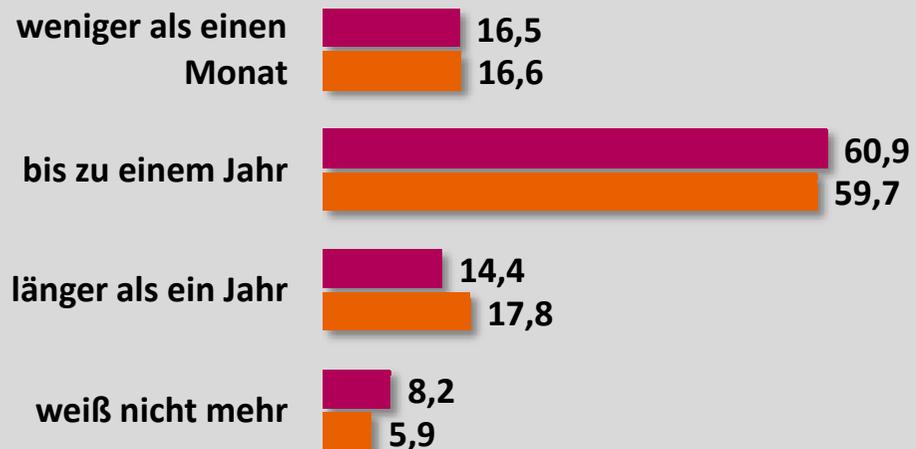
Ablauf des letzten Kontaktes



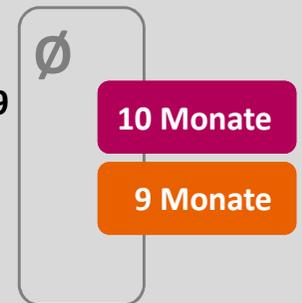
Frage 15/15.1: Haben Sie sich bei Ihrem letzten Kontakt mit einer Anfrage, Beschwerde oder aus einem anderen Grund an Ihren Energieversorger gewandt?



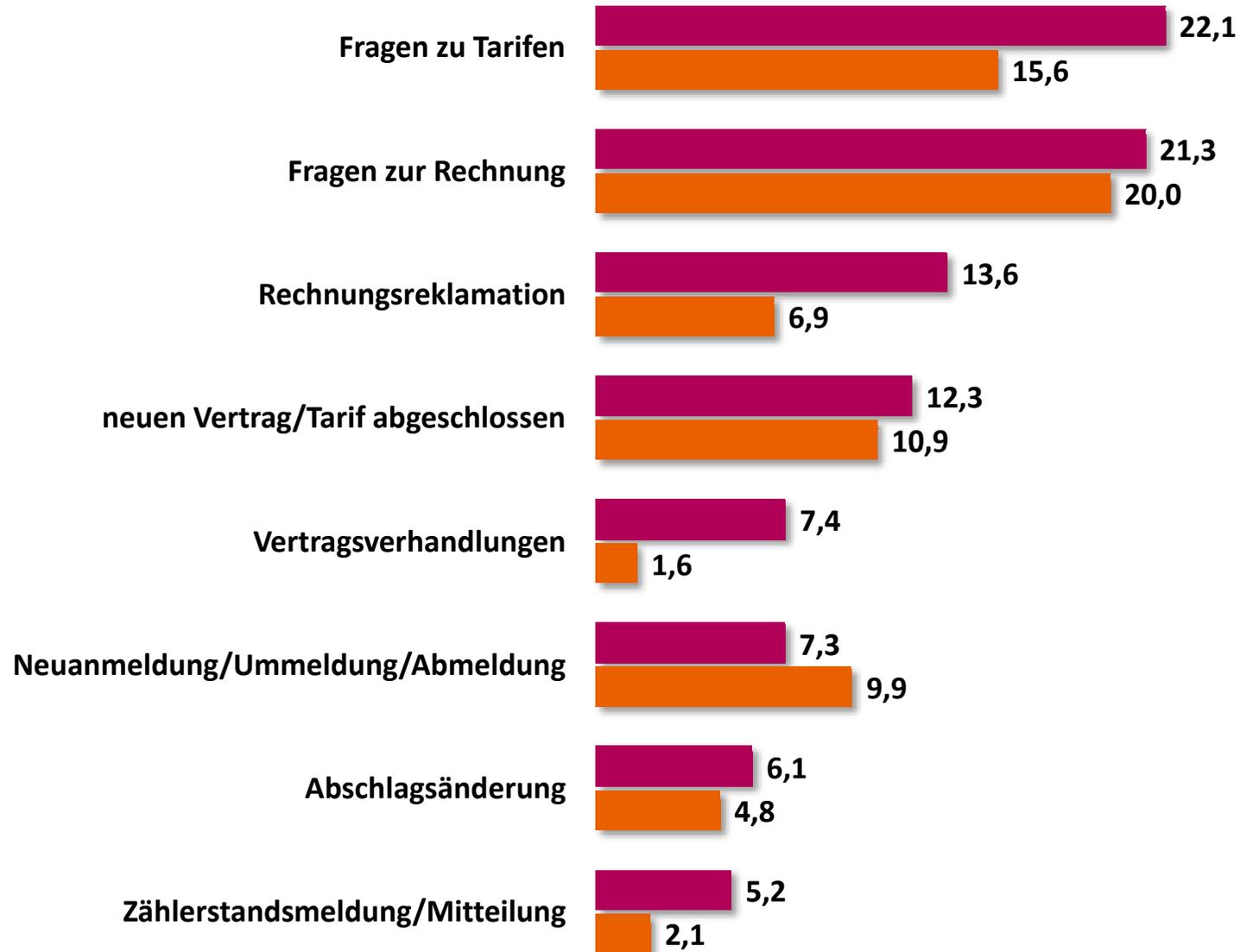
Frage 15.2: Hatten Sie diesen letzten Kontakt mit Ihrem Energieversorger telefonisch, schriftlich, persönlich oder über das Internet?



Frage 15.3: Wie lange liegt dieser letzte Kontakt zu Ihrem Energieversorger zurück?

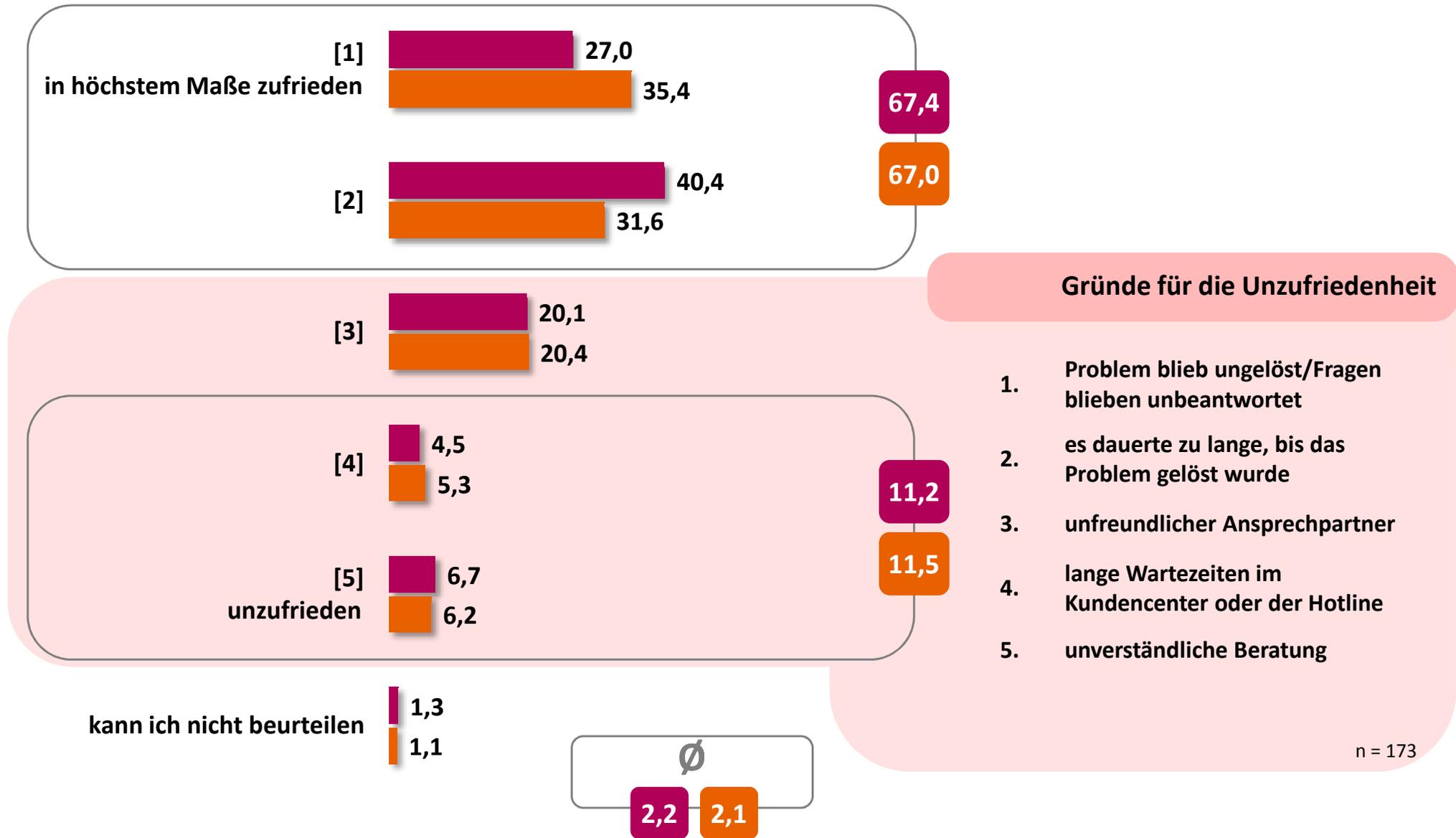


Anlass für den letzten Kontakt



Frage 15.5: Was war der Anlass für diesen letzten Kontakt?

Gesamtbewertung des letzten Kontaktes

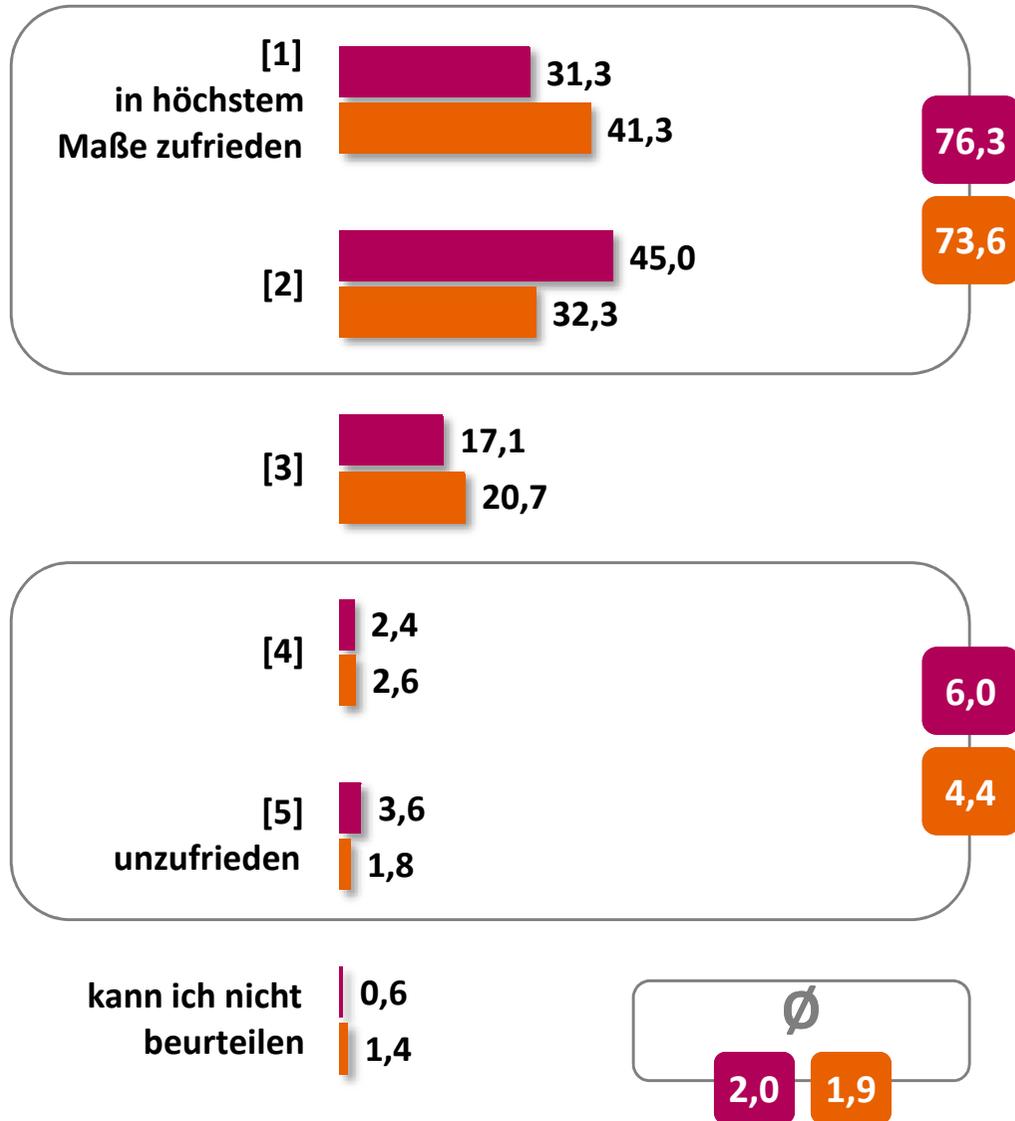


Frage 15.6: Haben Sie diesen Kontakt in positiver oder negativer Erinnerung?

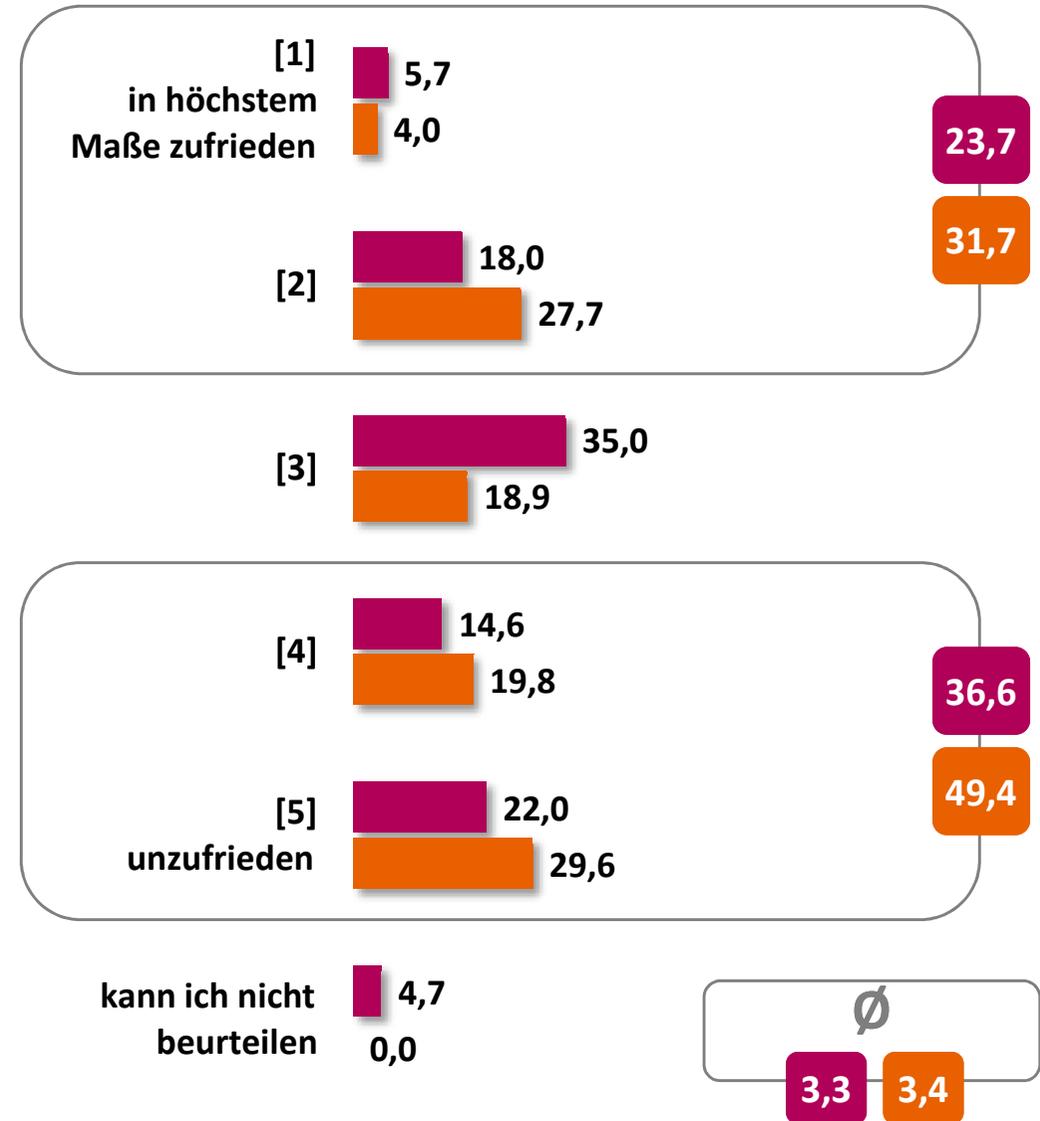
Angaben in %

Gesamtbewertung des letzten Kontaktes – Differenziert nach Kontaktgrund

Anfrage/anderer Grund



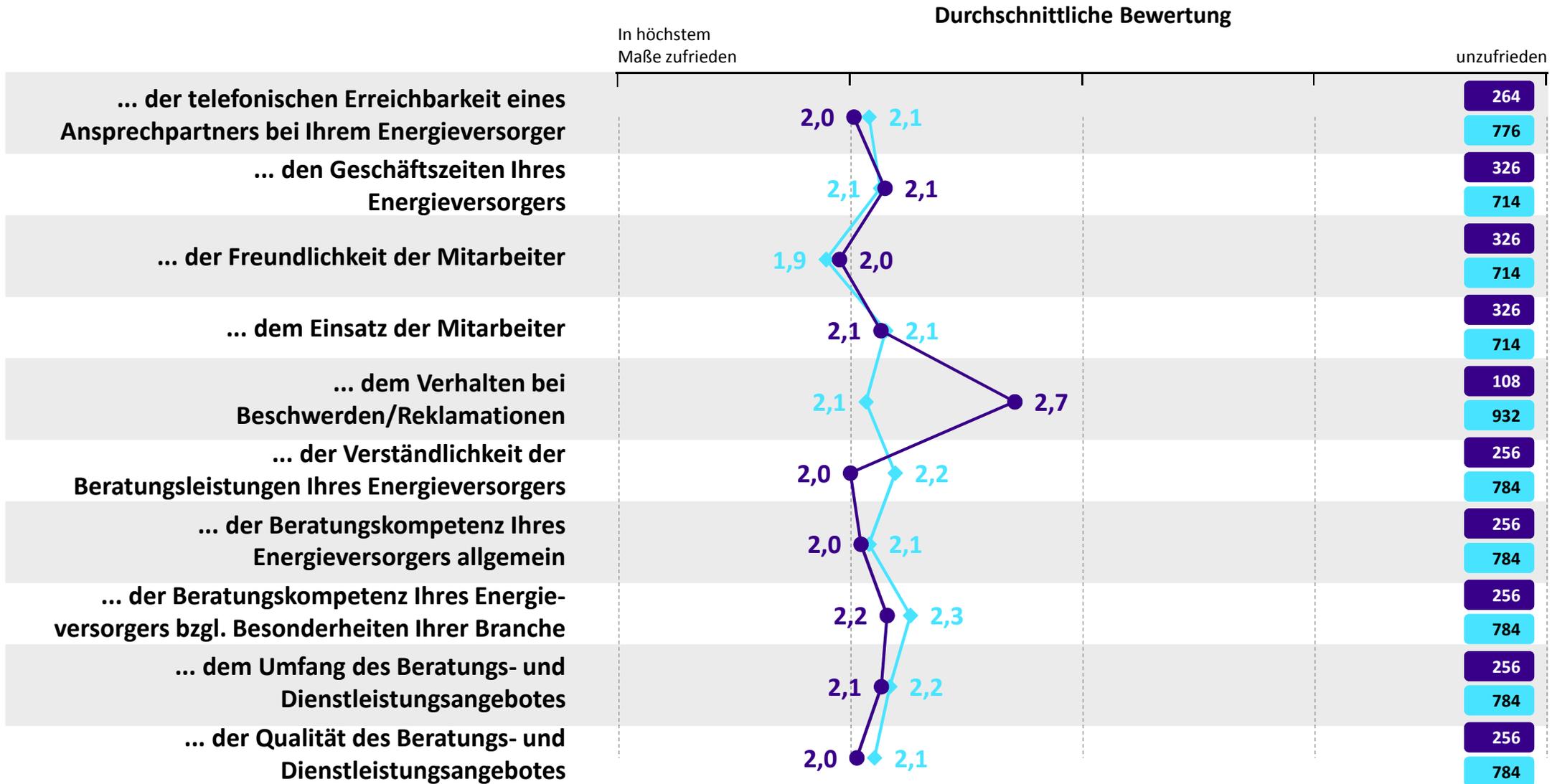
Beschwerde



Frage 15.6: Haben Sie diesen Kontakt in positiver oder negativer Erinnerung?

Angaben in %

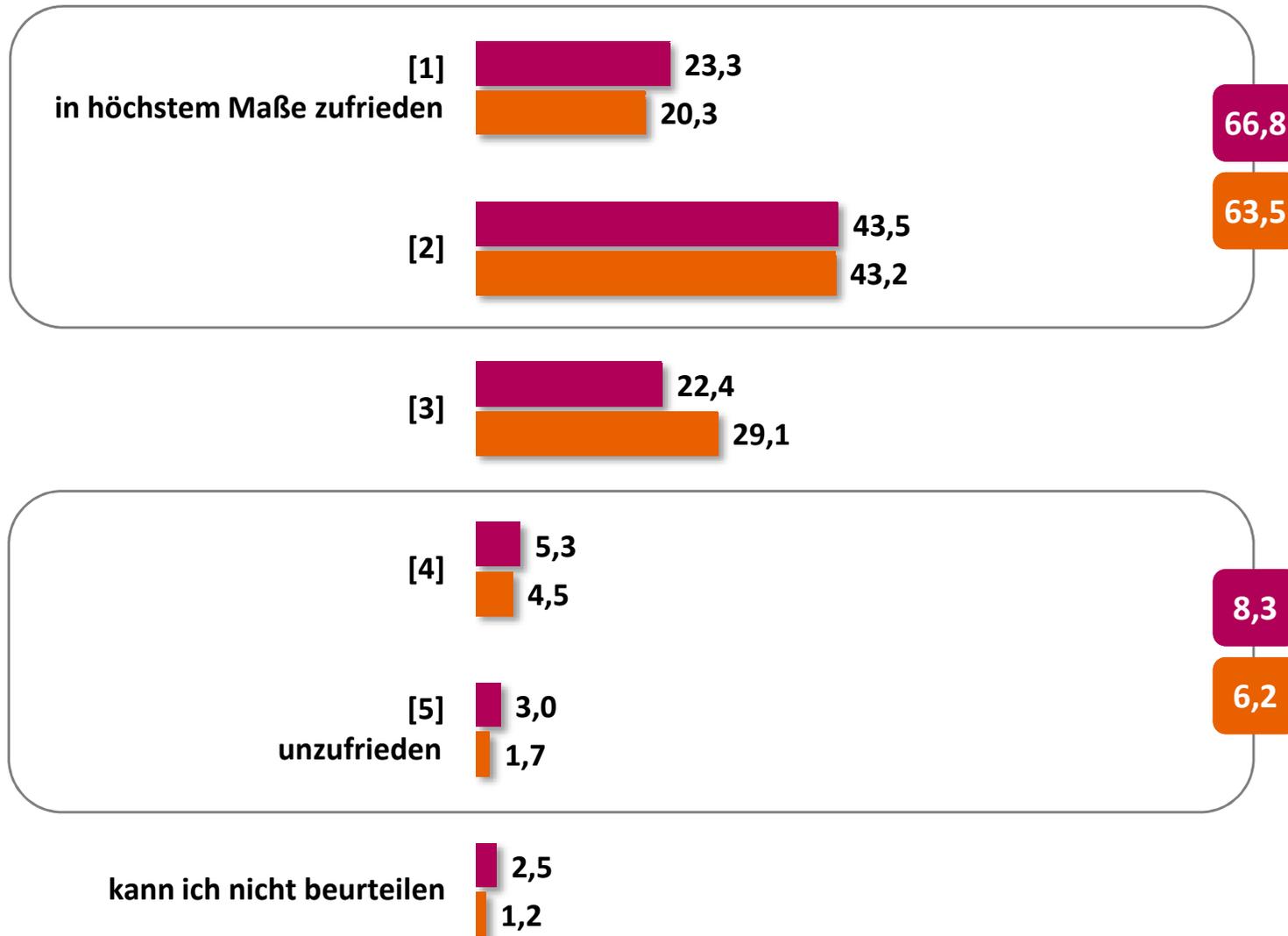
Tatsächlich erlebte Kundenzufriedenheit



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.

Durchschnittswerte

A'posteriori-Gesamtzufriedenheit



Frage 18: Wenn Sie sich Ihre Bewertungen noch einmal vergegenwärtigen, wie zufrieden sind Sie dann insgesamt mit Ihrem Energieversorger?

Angaben in %

Ergebnisse im Überblick

Energieversorger in der Öffentlichkeit

E-Mobilität

Digitalisierung

Image und Kundenzufriedenheit

Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft

Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft

Handlungsfelder und Ansatzpunkte für EVU

Ergebnisse der Modellanalyse

Anhang – Fragebogen

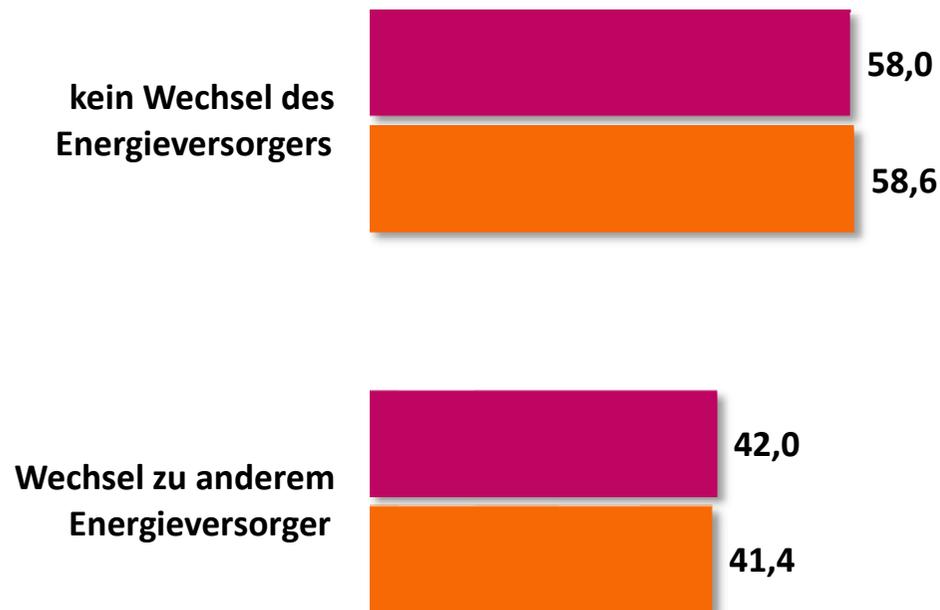
Wechselquote

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:

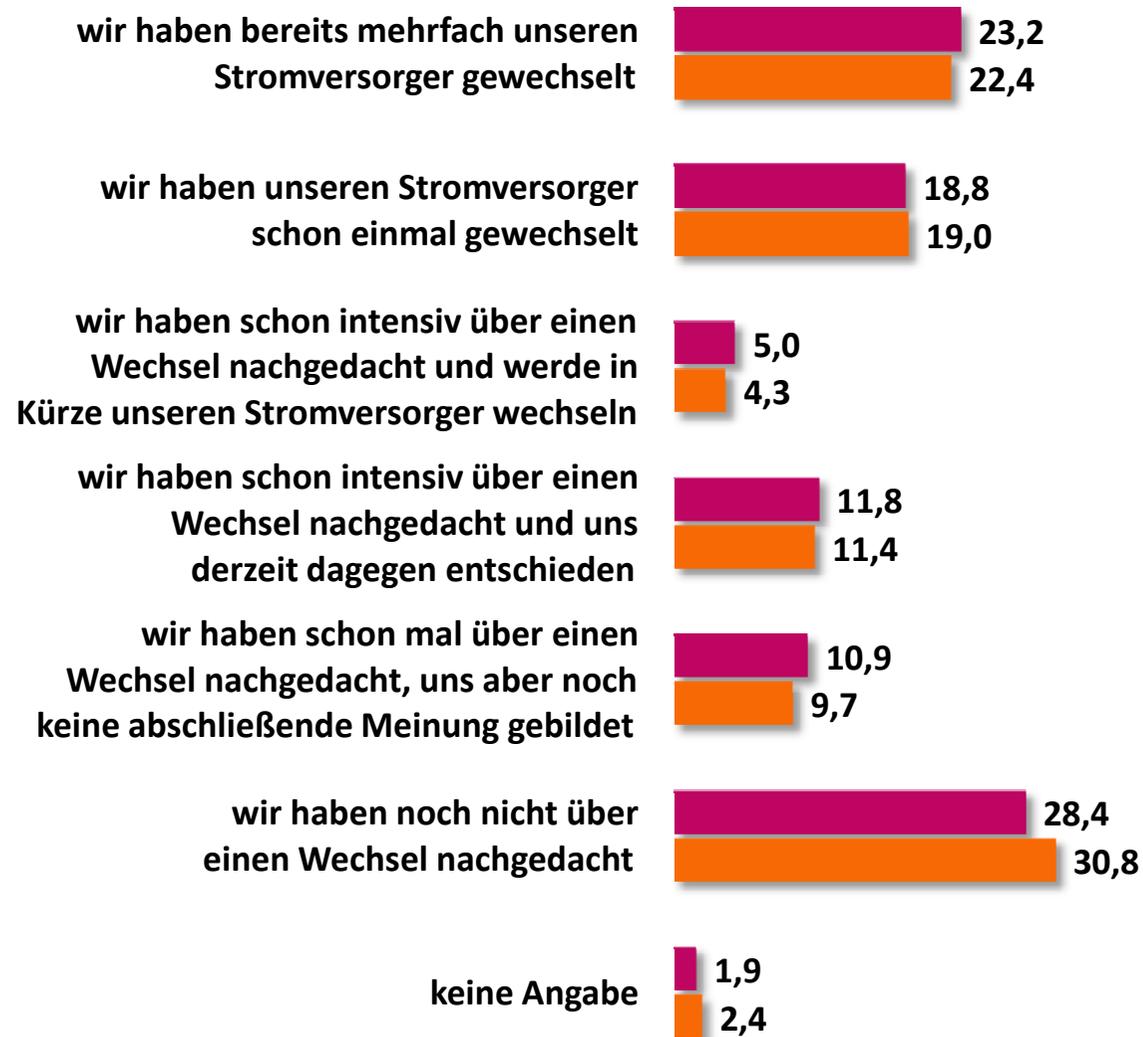
- Postleitzahl
- vorheriger Stromversorger
- Wechselhäufigkeit

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:



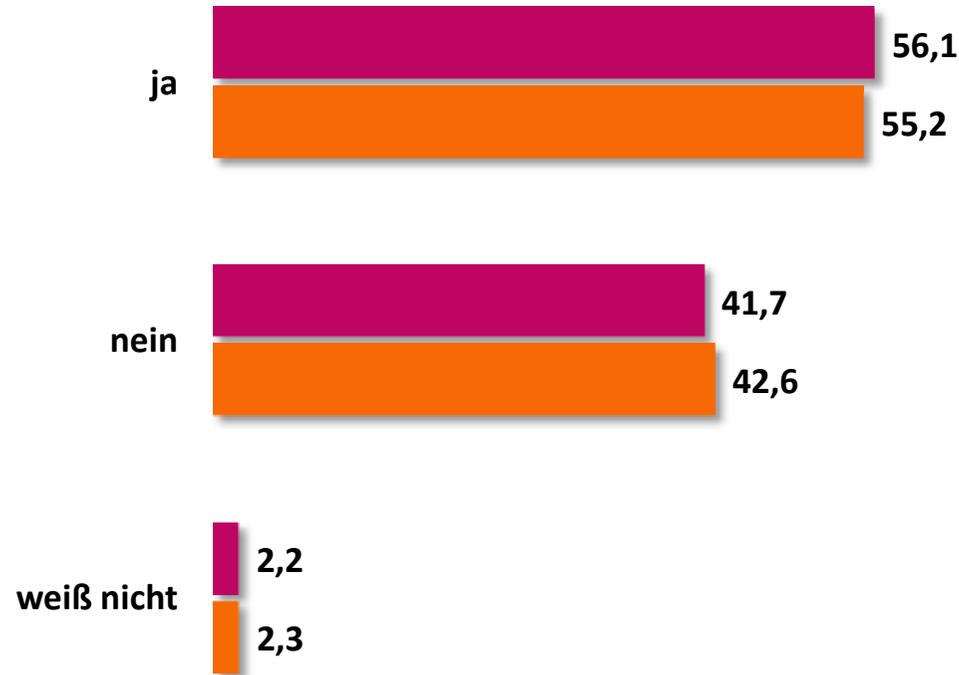
Wechselverhalten Strom



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 Betrieb zutrifft.

Angaben in %

Tarifwechsel Strom



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

	Mehrfach- wechsler	Einfachwechsler	Zukünftige Wechsler	Wechsel- ablehner	Wechsel- unschlüssige	Wechsel- uninteressierte
Tarifwechsel	54,3 (n = 131)	41,9 (n = 82)	38,5 (n = 20)	78,8 (n = 96)	55,0 (n = 62)	59,0 (n = 174)
kein Tarifwechsel	44,0 (n = 106)	55,5 (n = 108)	56,6 (n = 30)	17,3 (n = 21)	39,8 (n = 45)	41,0 (n = 121)

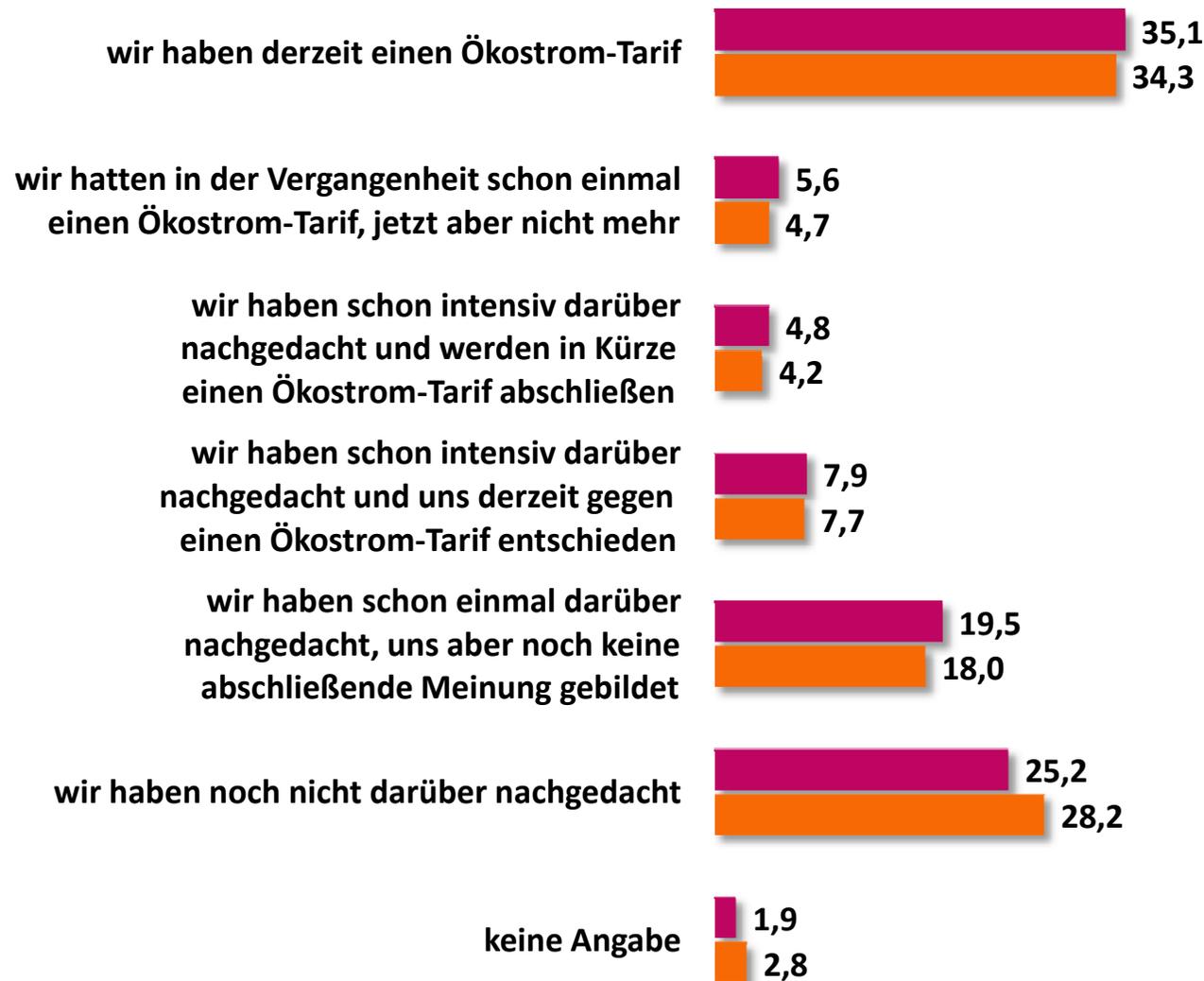
An 100 fehlende Prozent: weiß nicht/keine Angabe

— 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 %

Wechsel zu einem Ökostrom-Tarif

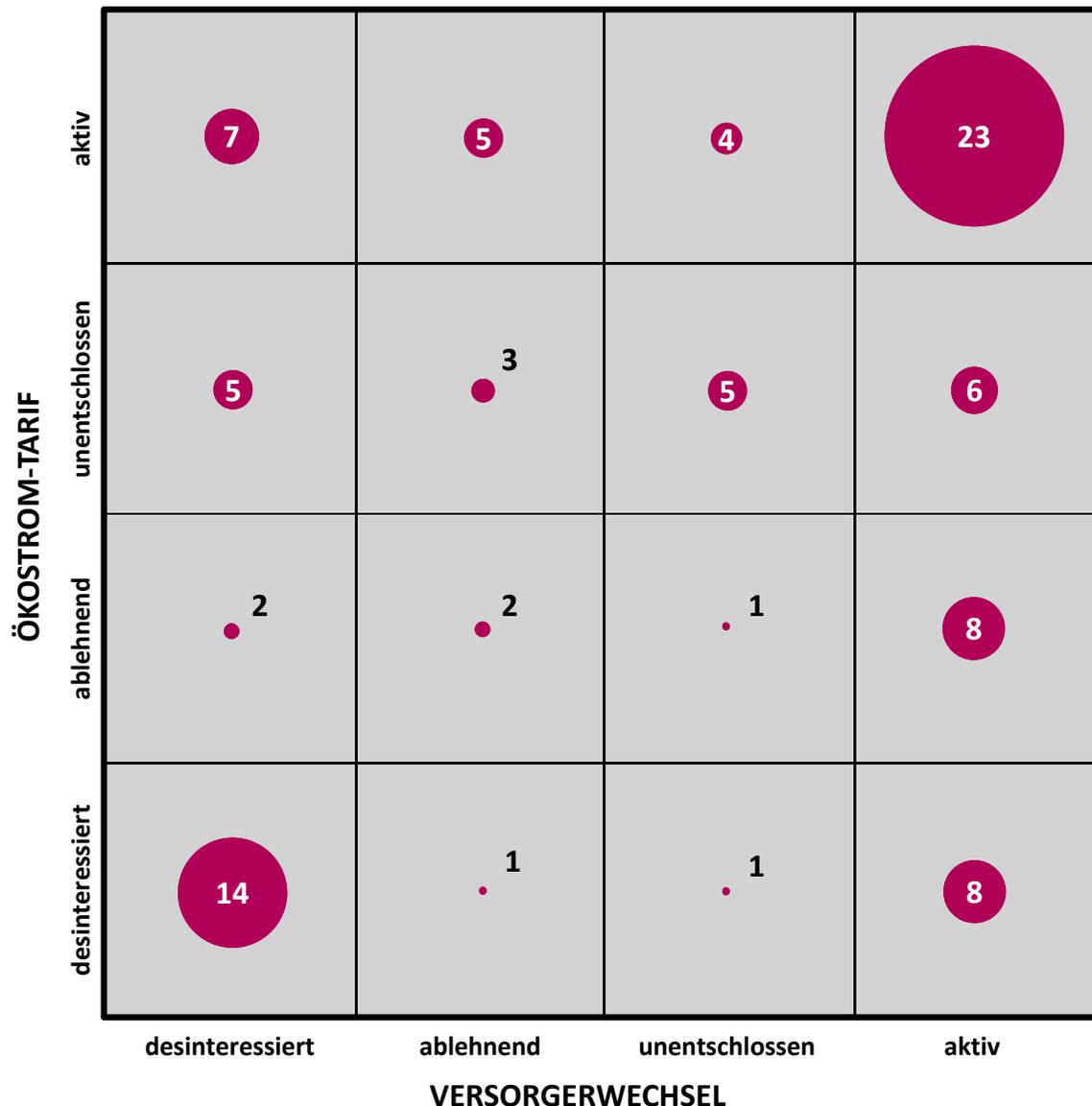


Frage SWI 11: In der folgenden Frage geht es um den Wechsel des Stromversorgers. Ich lese Ihnen einige Aussagen vor. Bitte sagen Sie mir, welche auf Ihren Haushalt zutrifft.

Angaben in %

Versorgerwechsel Strom und Ökostrom-Tarif

Gegenüberstellung des Versorgerwechsels und der Wahl eines Ökostrom-Tarifs



- 7% haben sich nicht mit einem Versorgerwechsel befasst, aber einen Ökostrom-Tarif abgeschlossen
- 7% haben sich nicht mit einem Versorgerwechsel befasst, aber über den Wechsel in einen Ökostrom-Tarif nachgedacht
- 8% sind bezüglich eines Versorgerwechsels bereits aktiv geworden, haben sich aber nicht mit einem Ökostrom-Tarif befasst
- 14% haben sich bisher weder mit einem Versorgerwechsel noch mit einem Wechsel zu einem Ökostrom-Tarif befasst

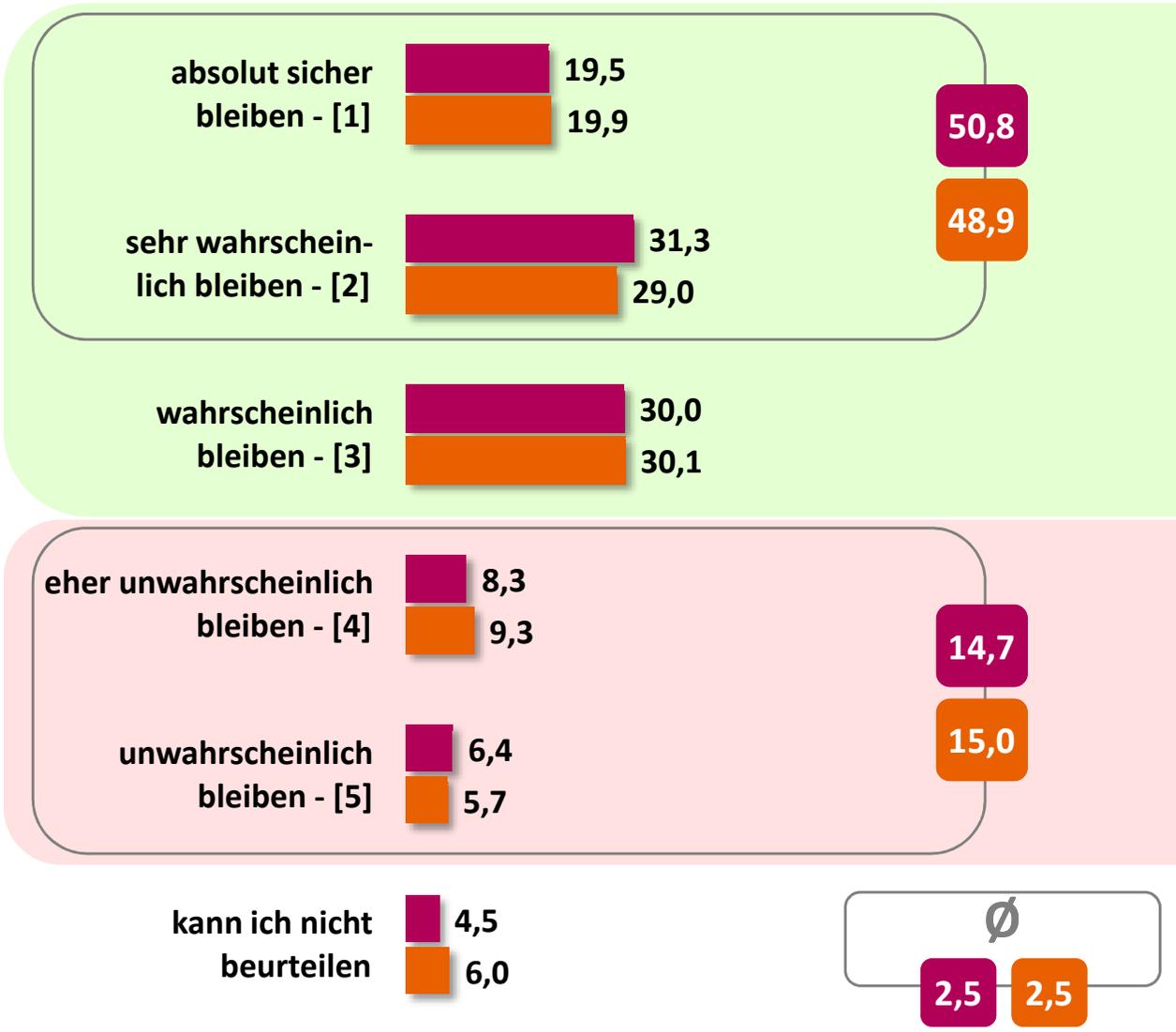
Definition der Gruppen:

- 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

An 100 fehlende Prozent: keine Angabe

Angaben in %

Wahrscheinlichkeit des Verbleibs beim aktuellen Stromversorger



Gründe für den Verbleib

1. bin soweit zufrieden/nie Probleme gehabt
 2. günstiger Strompreis
 3. kenne derzeit keine bessere Alternative
 4. Bequemlichkeit/Gewohnheit/Zeitmangel
 5. regionaler Anbieter/vor Ort
- n = 840

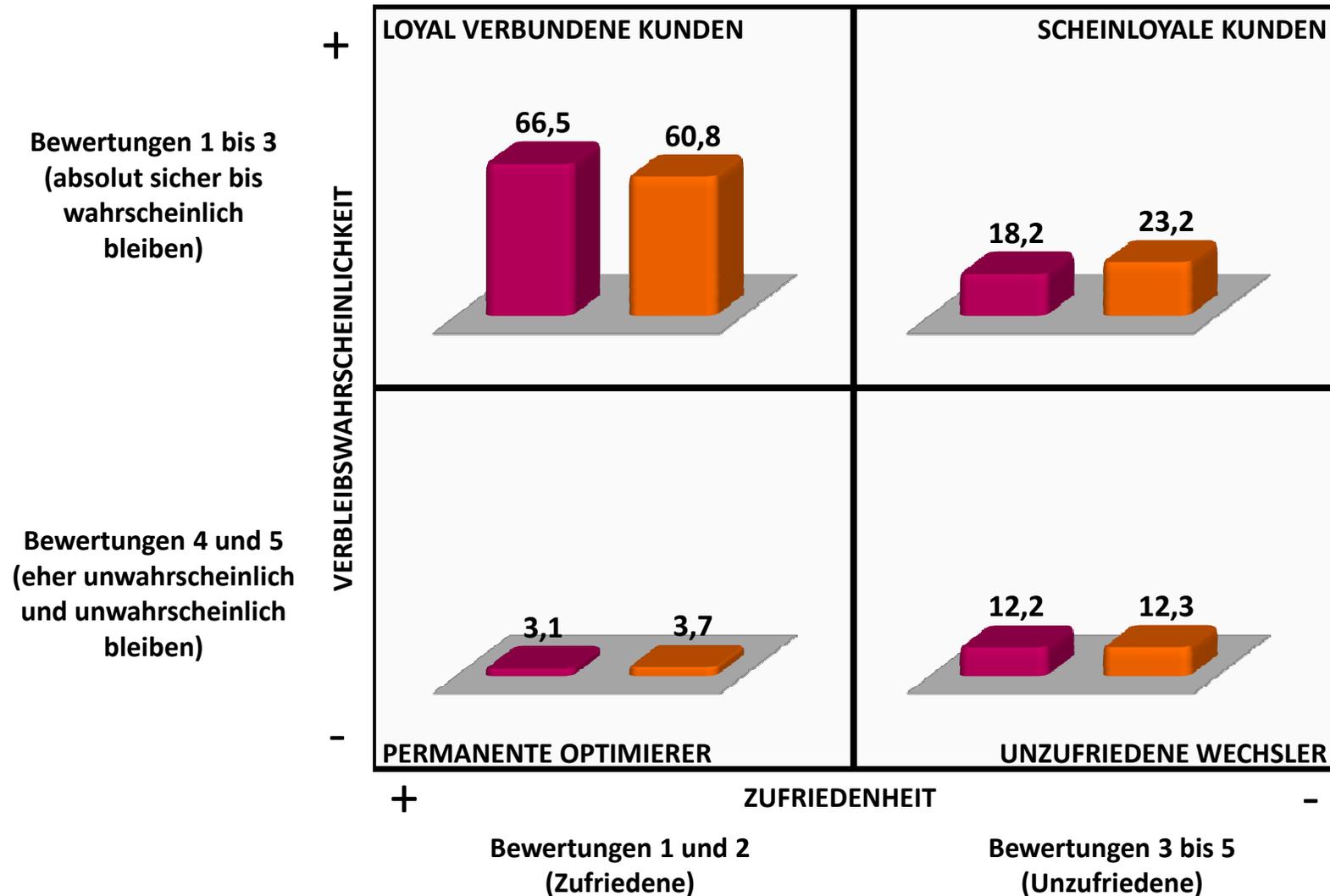
Gründe für den Wechsel

1. Strompreis
 2. schlechter Service
 3. Beitrag zum Klimaschutz
- n = 153

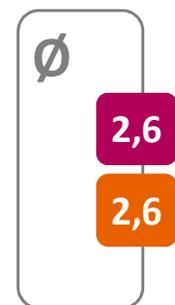
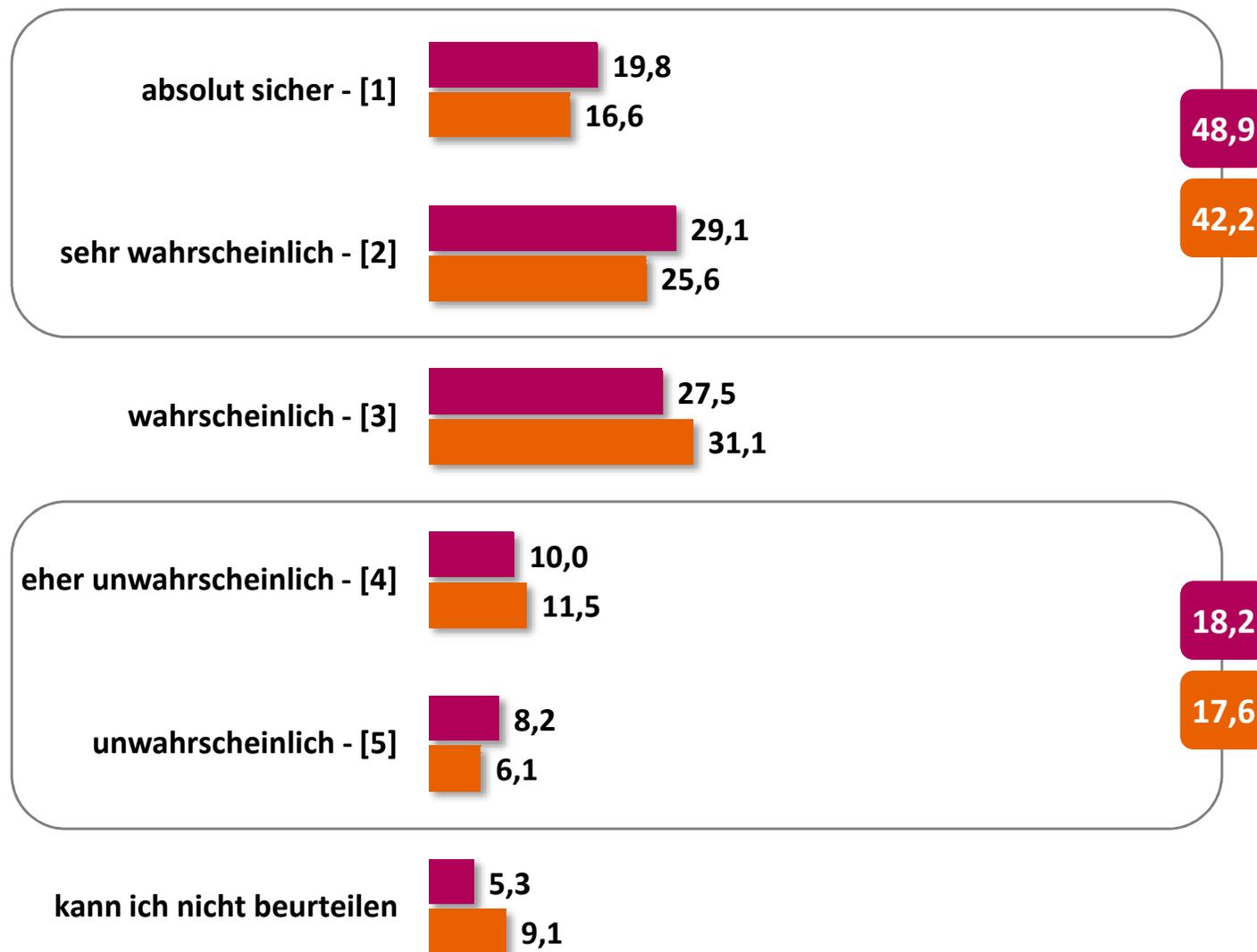
Frage 19: Wie wahrscheinlich wird Ihr Unternehmen aus jetziger Sicht Kunde bei seinem aktuellen Stromversorger bleiben? Werden Sie ...?

Zufriedenheit-Bindungs-Tableau

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



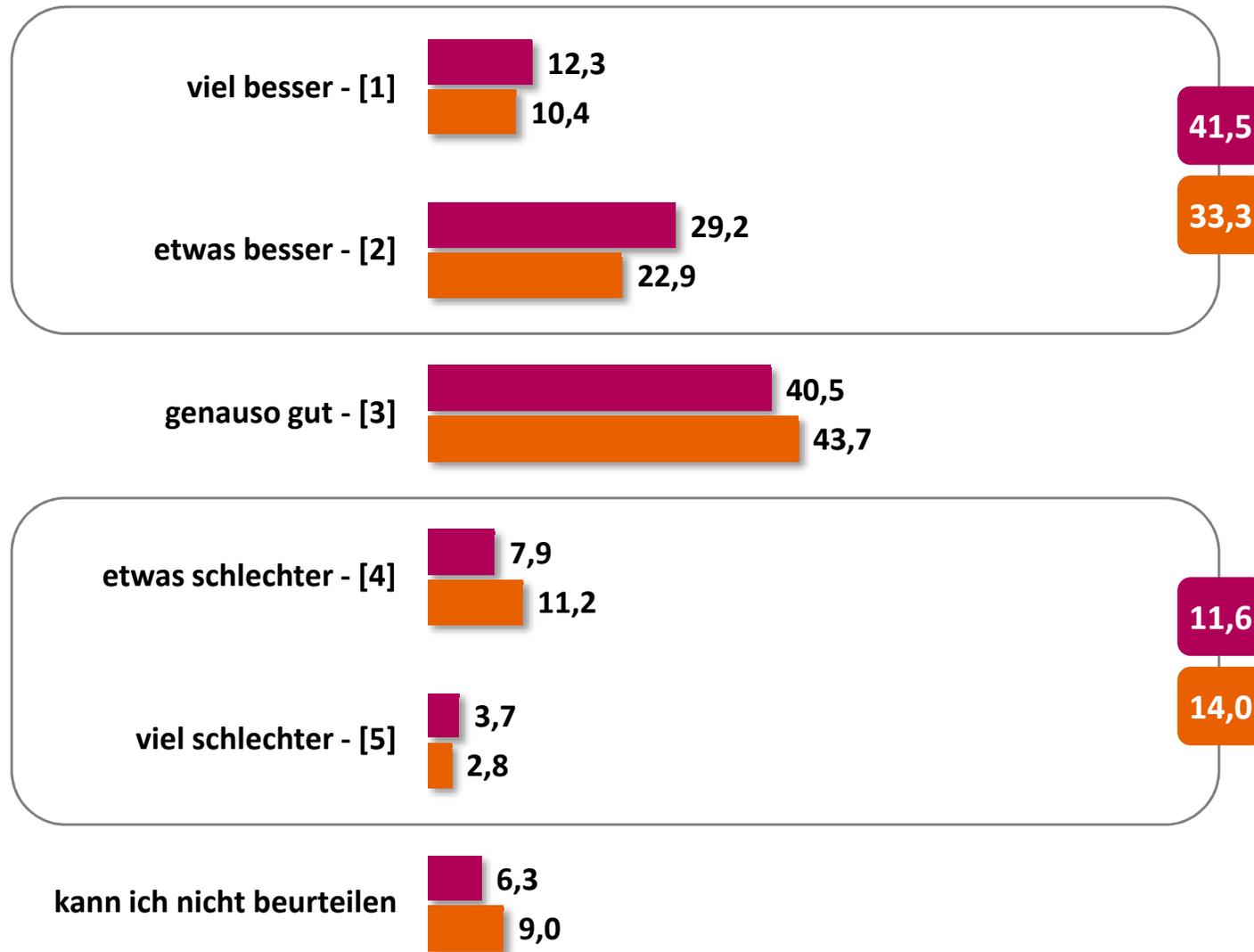
Weiterempfehlungsquote



Frage 20: Wenn Sie von einem Geschäftsfreund um Rat gefragt würden, wie wahrscheinlich wäre es, dass Sie ihm Ihren aktuellen Stromversorger empfehlen würden? Wäre es ...?

Angaben in %

Stromversorger im Vergleich



Frage 21: Wenn Sie Ihren aktuellen Stromversorger mit Ihnen bekannten anderen Stromversorgern vergleichen, halten Sie ihn für ...?

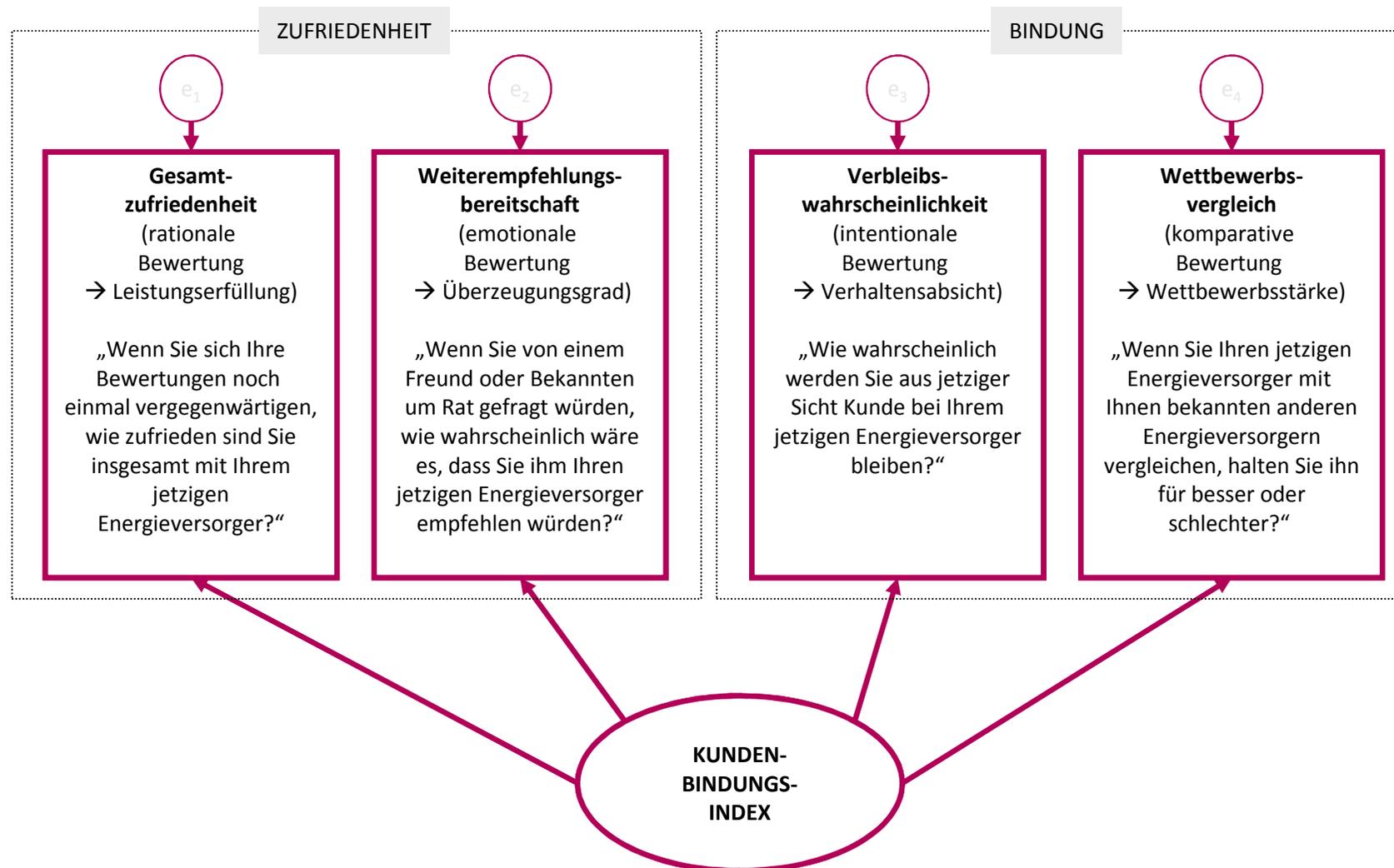
Angaben in %

Struktur und Ableitung des Kundenbindungsindex

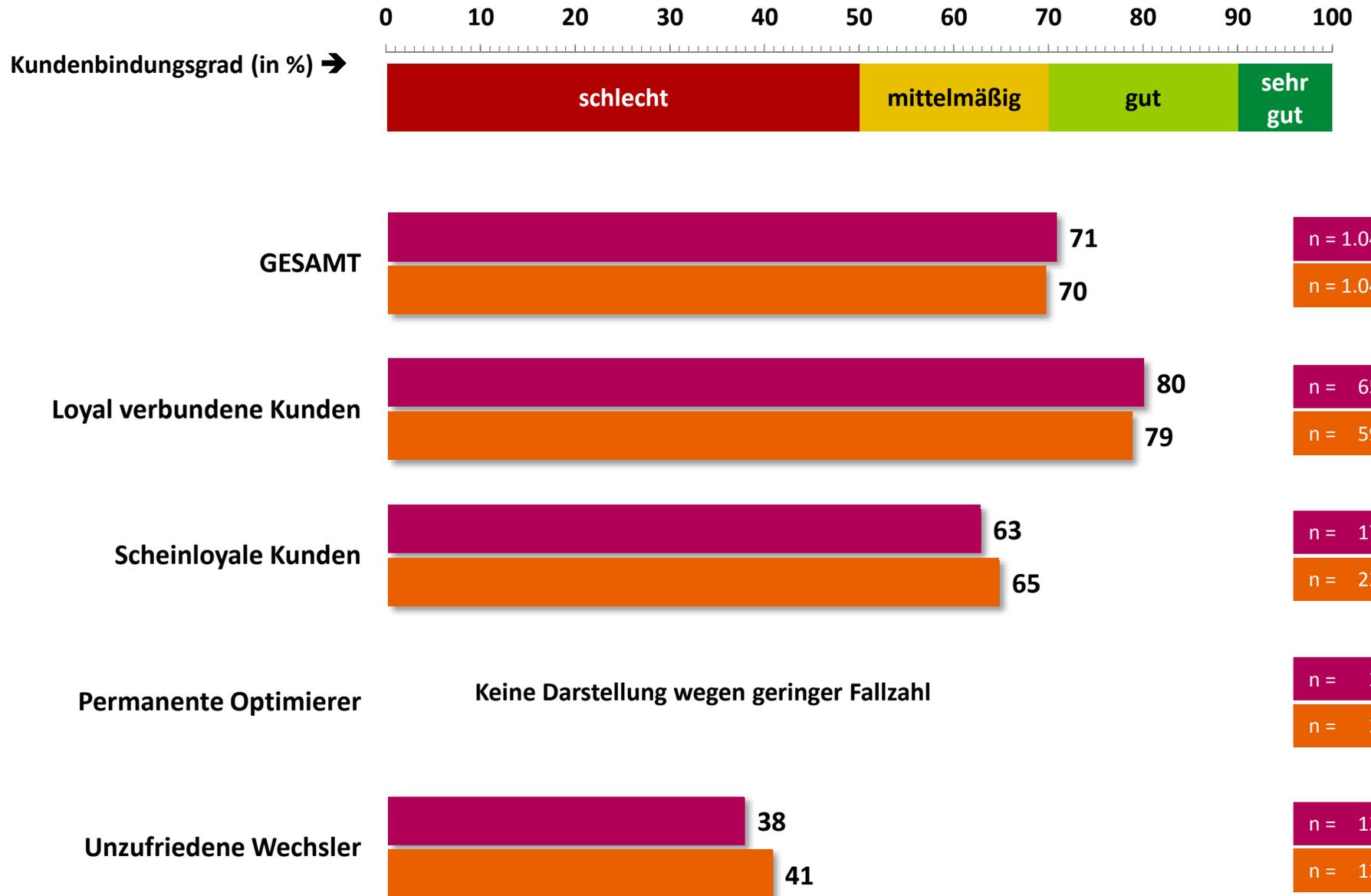
Der Kundenbindungsindex im Sinne eines Loyalitätsindex basiert auf der empirisch bestätigten Hypothese,

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.

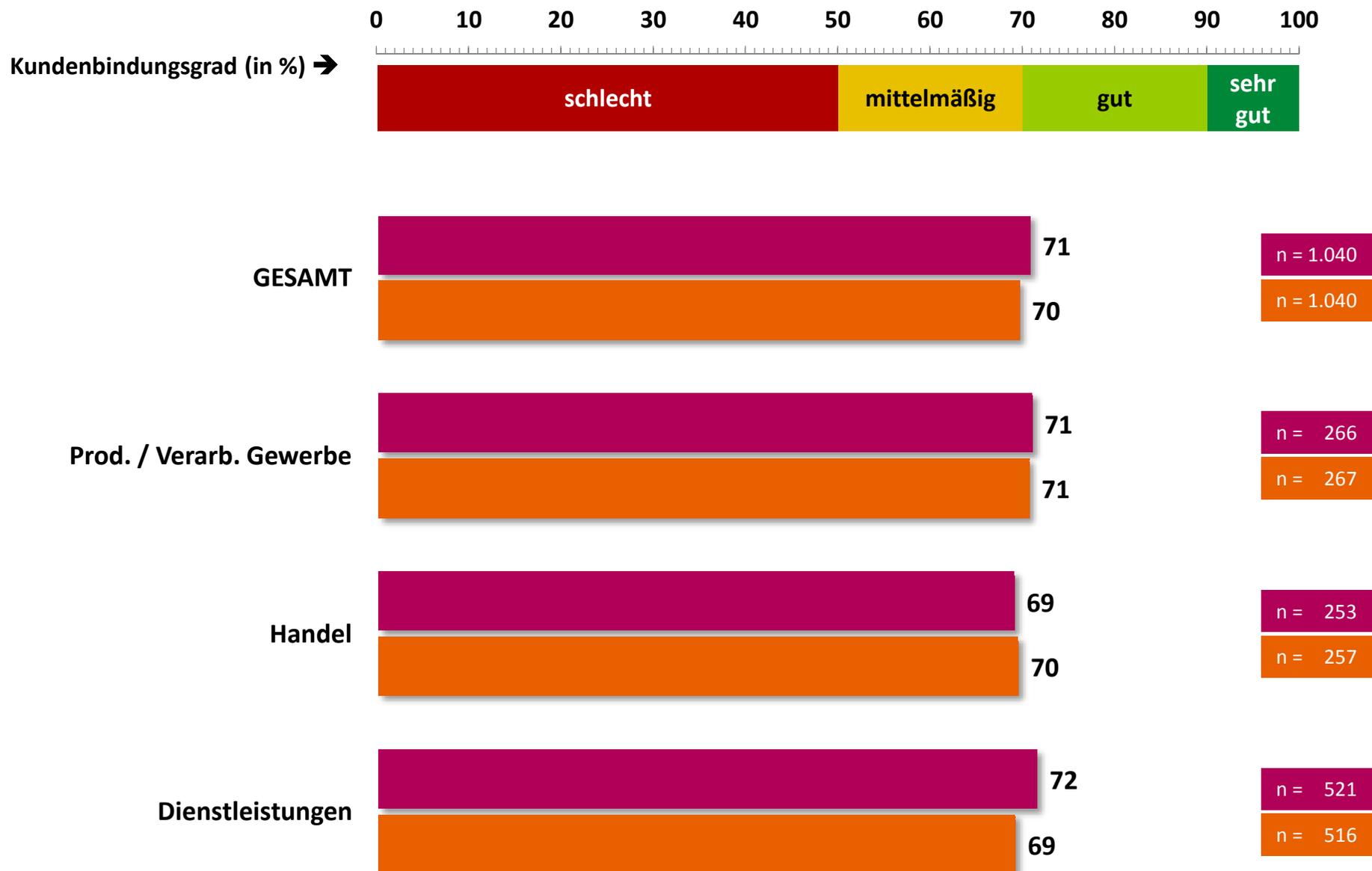
Diese Hypothese wird mit Hilfe einer konfirmatorischen Faktorenanalyse geprüft, die auch gleichzeitig die Gewichte der vier Faktoren für den auf den Wertebereich von 0 bis 100 Punkten normierten summativen Index liefert. Im Kundenbindungsindex werden somit vier hochkorrelierte Einzelindikatoren zu einer 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



Kundenbindungsindex – Strom



Kundenbindungsindex – Strom – Differenziert nach Branchen



Aspekte des Wettbewerbs in der Stromwirtschaft – Differenziert nach Branchen

Durchschnittliche Bewertung

In höchstem Maße zufrieden

unzufrieden

Wie wahrscheinlich wird Ihr Unternehmen aus jetziger Sicht Kunde bei seinem aktuellen Stromversorger bleiben? Werden Sie ...?

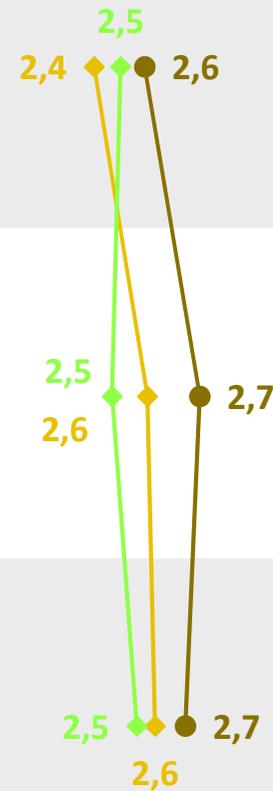
(Skala von 1 = „absolut sicher bleiben“ bis 5 = „unwahrscheinlich bleiben“)

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

(Skala von 1 = „absolut sicher“ bis 5 = „unwahrscheinlich“)

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

(Skala von 1 = „viel besser“ bis 5 = „viel schlechter“)



Durchschnittswerte

Ergebnisse im Überblick

Energieversorger in der Öffentlichkeit

E-Mobilität

Digitalisierung

Image und Kundenzufriedenheit

Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft

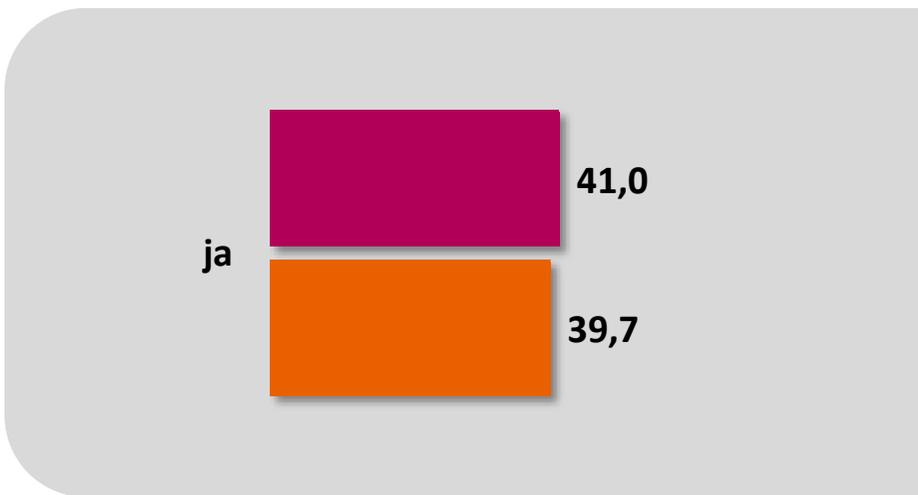
Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft

Handlungsfelder und Ansatzpunkte für EVU

Ergebnisse der Modellanalyse

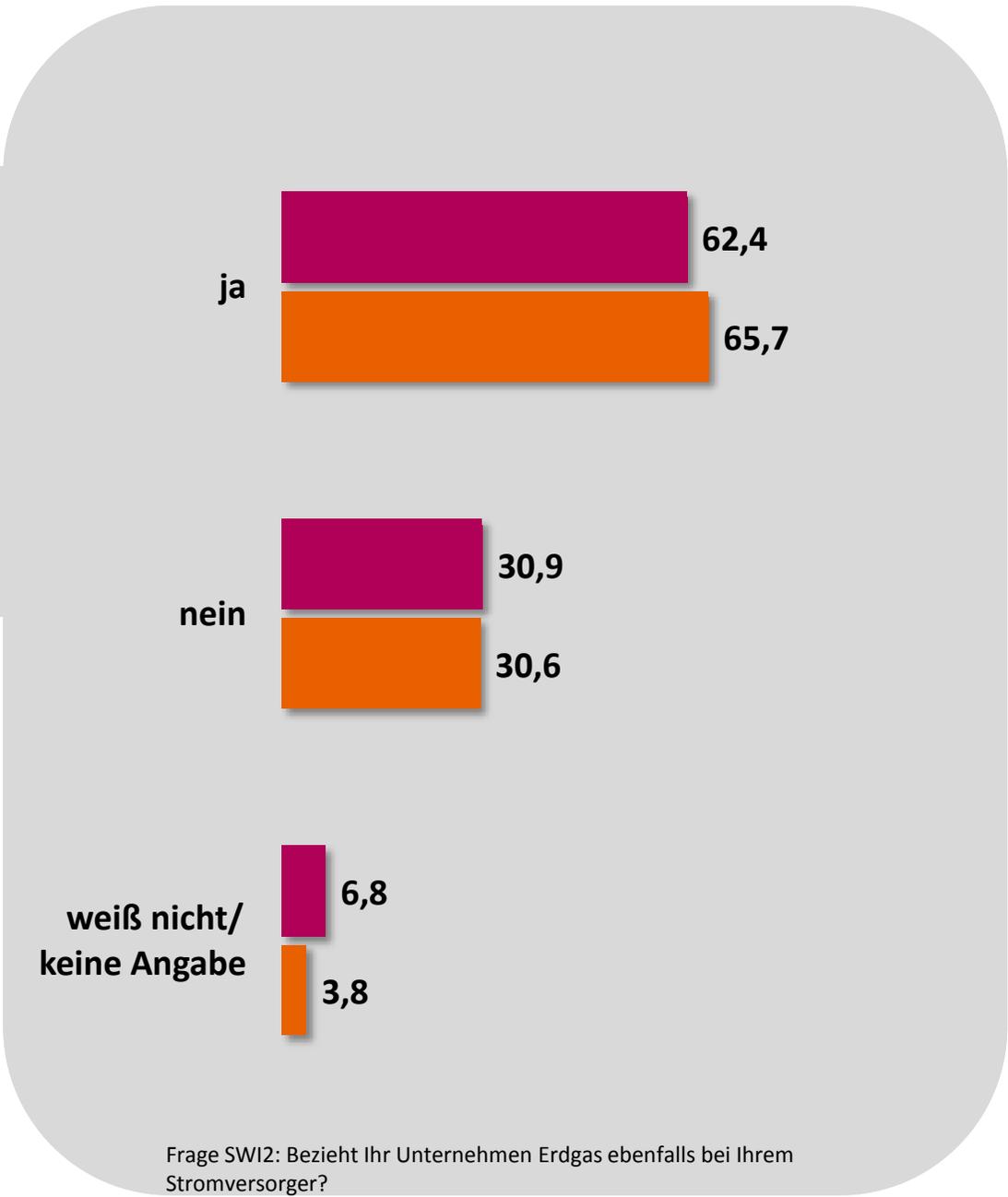
Anhang – Fragebogen

Erdgasbezug



Frage GW1: Setzen Sie an Ihrem Betriebsstandort Erdgas zum Heizen der Gebäude ein oder nutzen Sie Erdgas für andere Prozesse?

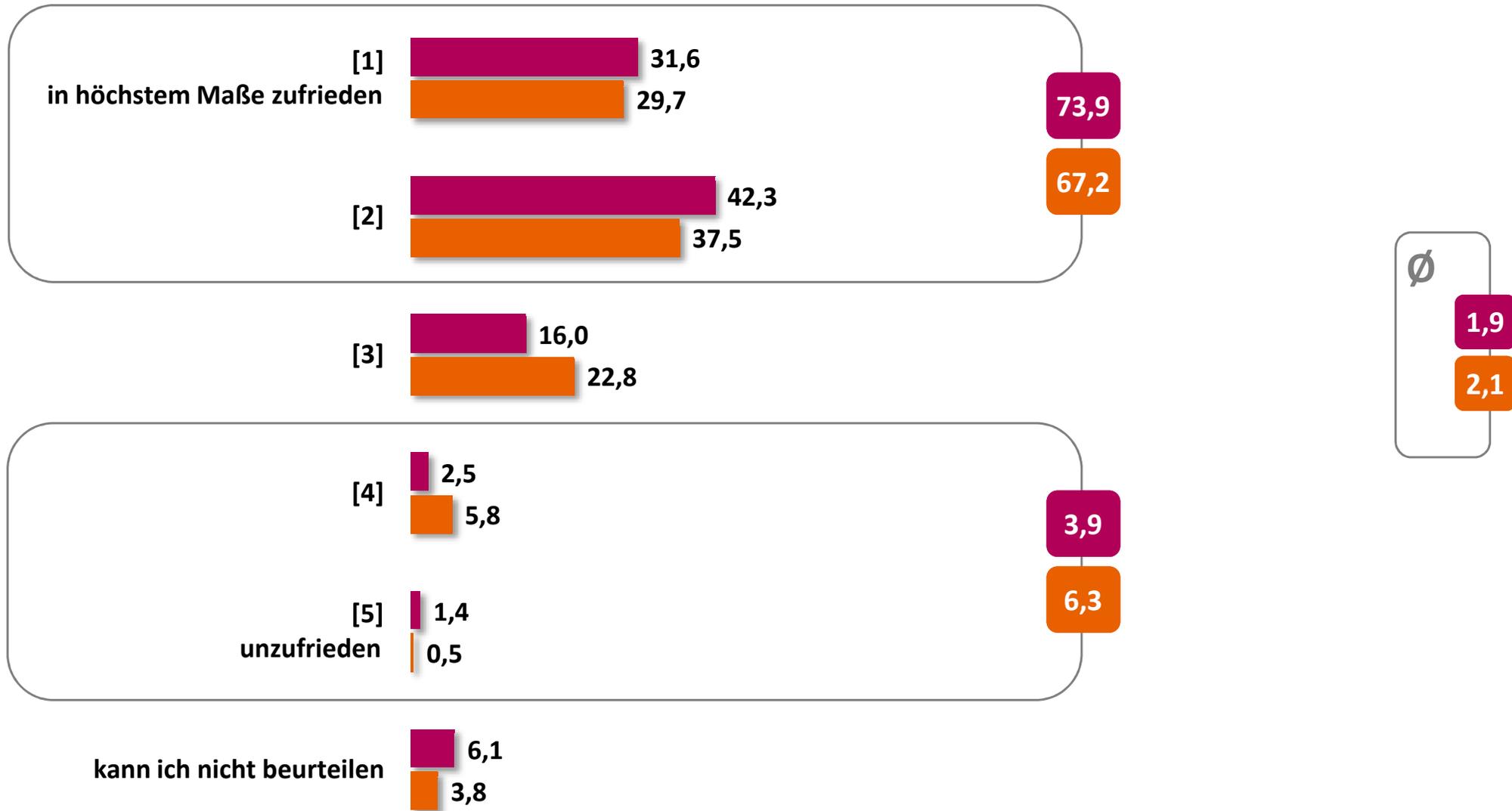
■ Studie 2018 (n = 1.040) ■ Studie 2017 (n = 1.040)



Frage SWI2: Bezieht Ihr Unternehmen Erdgas ebenfalls bei Ihrem Stromversorger?

■ Studie 2018 (n = 426) ■ Studie 2017 (n = 413)

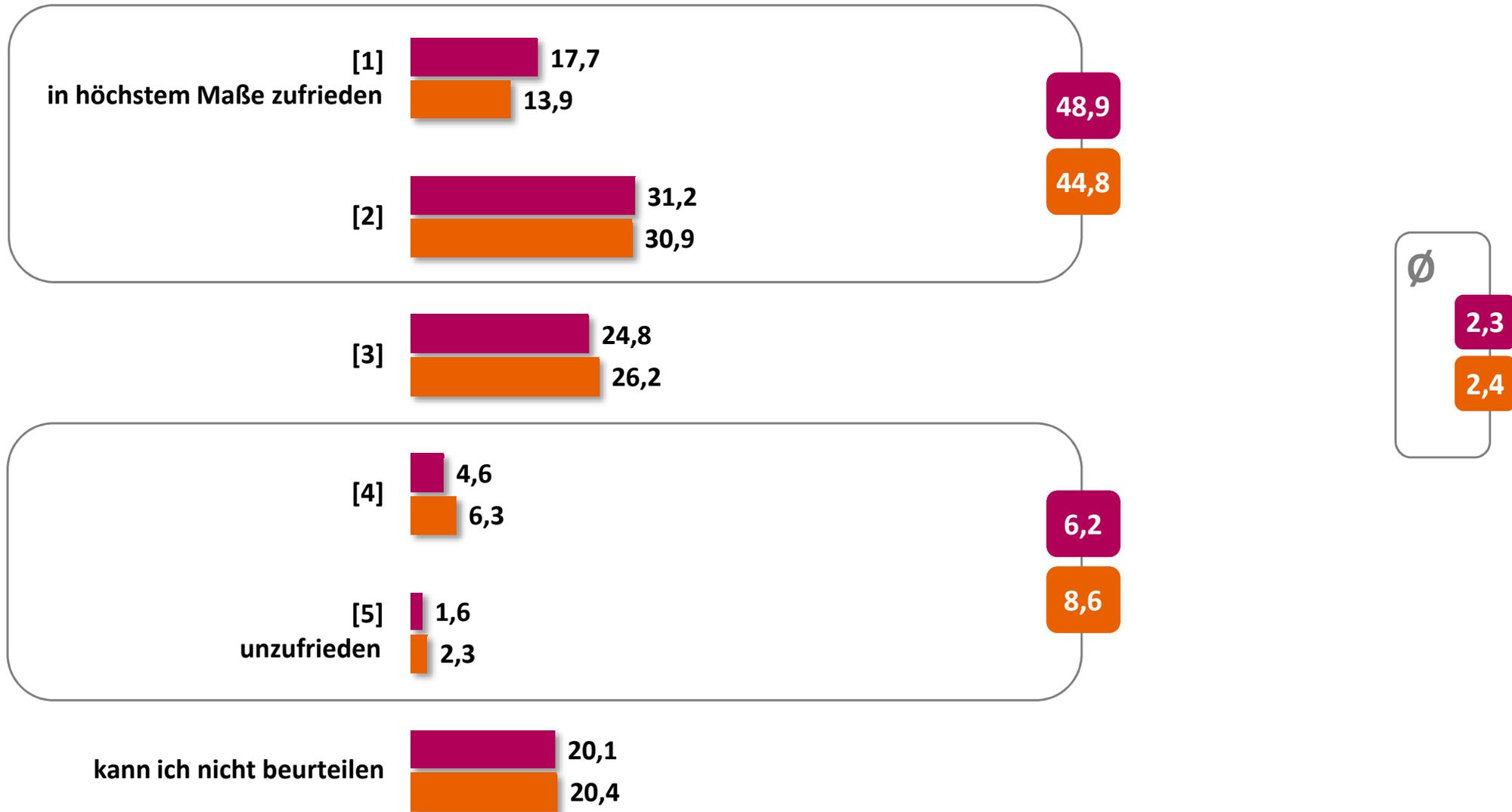
Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Kernkompetenz Erdgas



Frage 22: Wie zufrieden sind Sie mit der Sicherheit und Zuverlässigkeit der Erdgasversorgung bei Ihrem Erdgasversorger?

Angaben in %

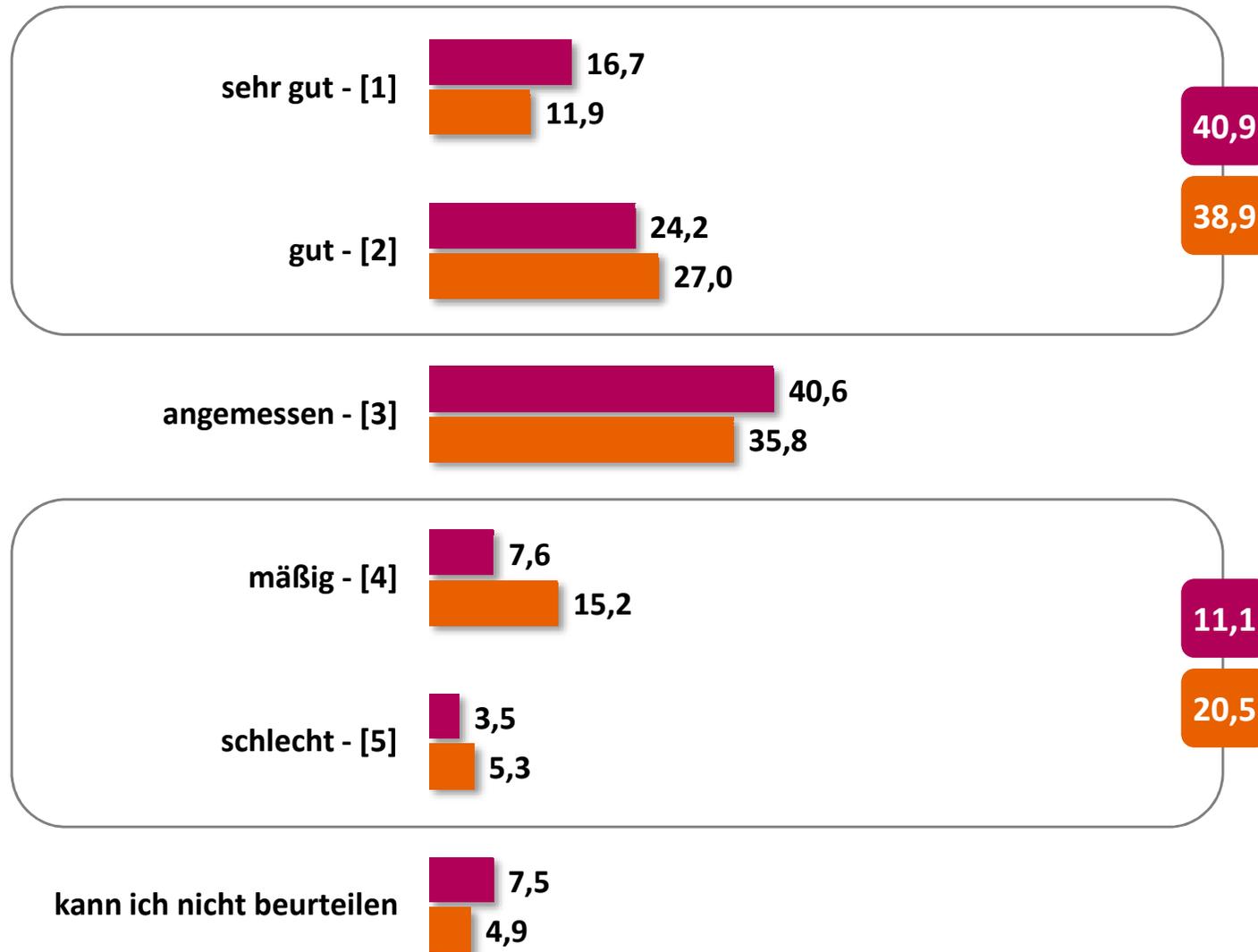
Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Umweltverträglichkeit des Erdgases



Frage 23: Wie zufrieden sind Sie mit der Umweltverträglichkeit des Erdgases bei Ihrem Erdgasversorger?

Angaben in %

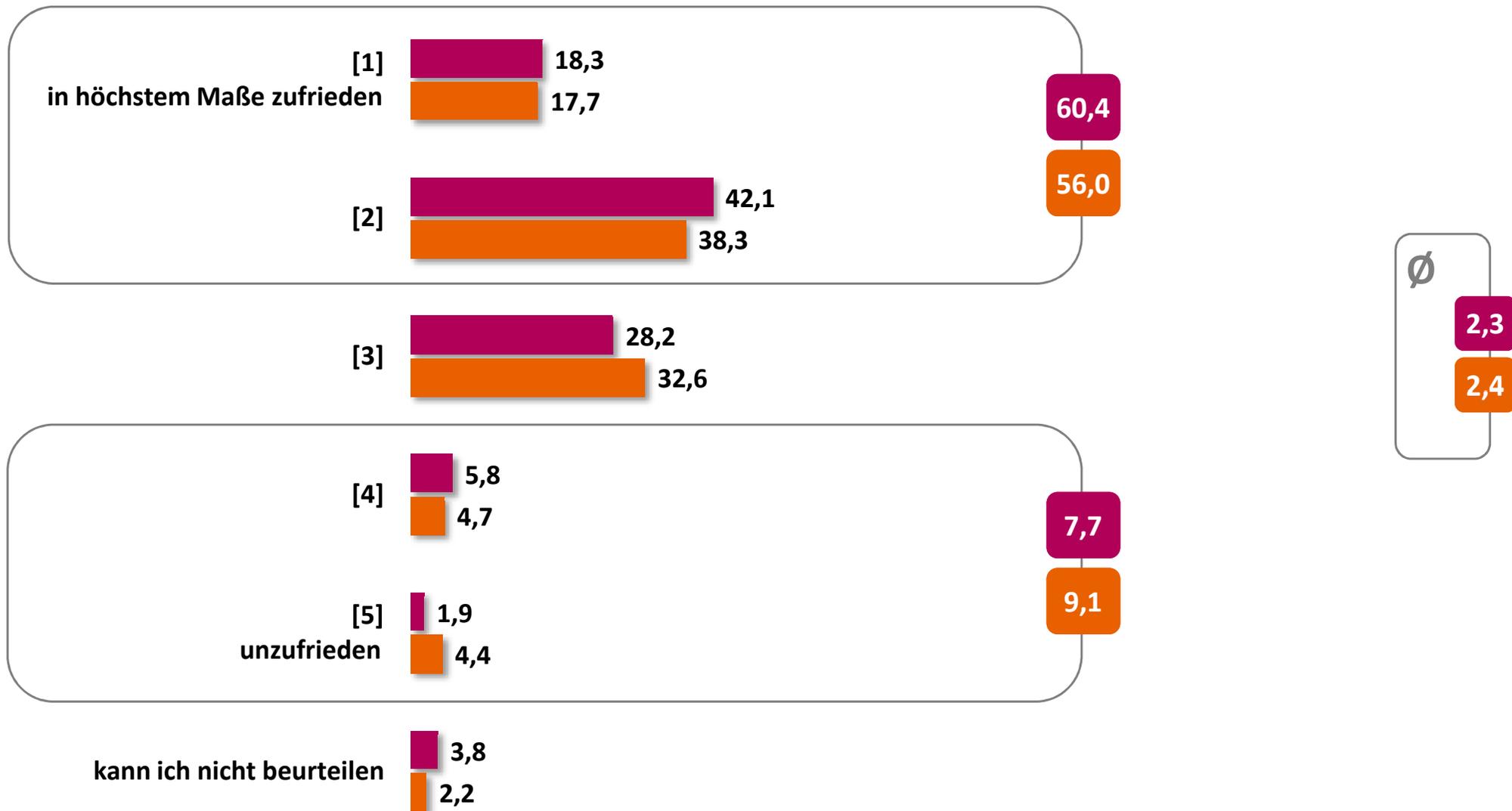
Preis-Leistungs-Verhältnis – Erdgas



Frage 24: 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 %

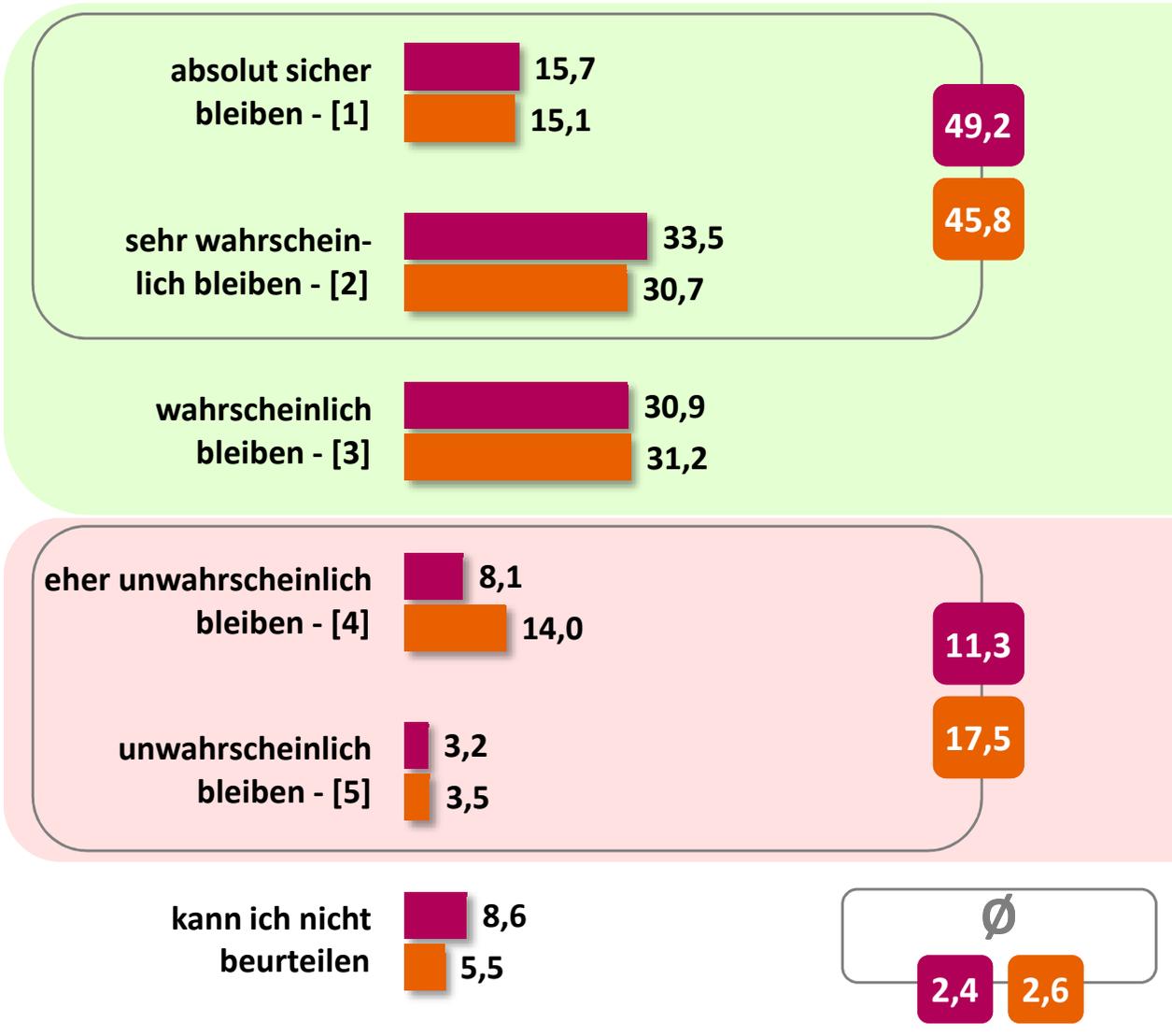
A'posteriori-Gesamtzufriedenheit – Erdgas



Frage 25: Wenn Sie sich Ihre Bewertungen noch einmal vergegenwärtigen, wie zufrieden sind Sie dann insgesamt mit Ihrem Erdgasversorger?

Angaben in %

Wahrscheinlichkeit des Verbleibs beim aktuellen Erdgasversorger



Gründe für den Verbleib

1. bin soweit zufrieden/nie Probleme gehabt
2. günstiger Gaspreis
3. regionaler Anbieter/vor Ort
4. Bequemlichkeit/Gewohnheit/Zeitmangel
5. Sicherheit der Gasversorgung

n = 341

Gründe für den Wechsel

1. Gaspreis
2. Images des alten Versorgers/des neuen Versorgers
3. schlechter Service

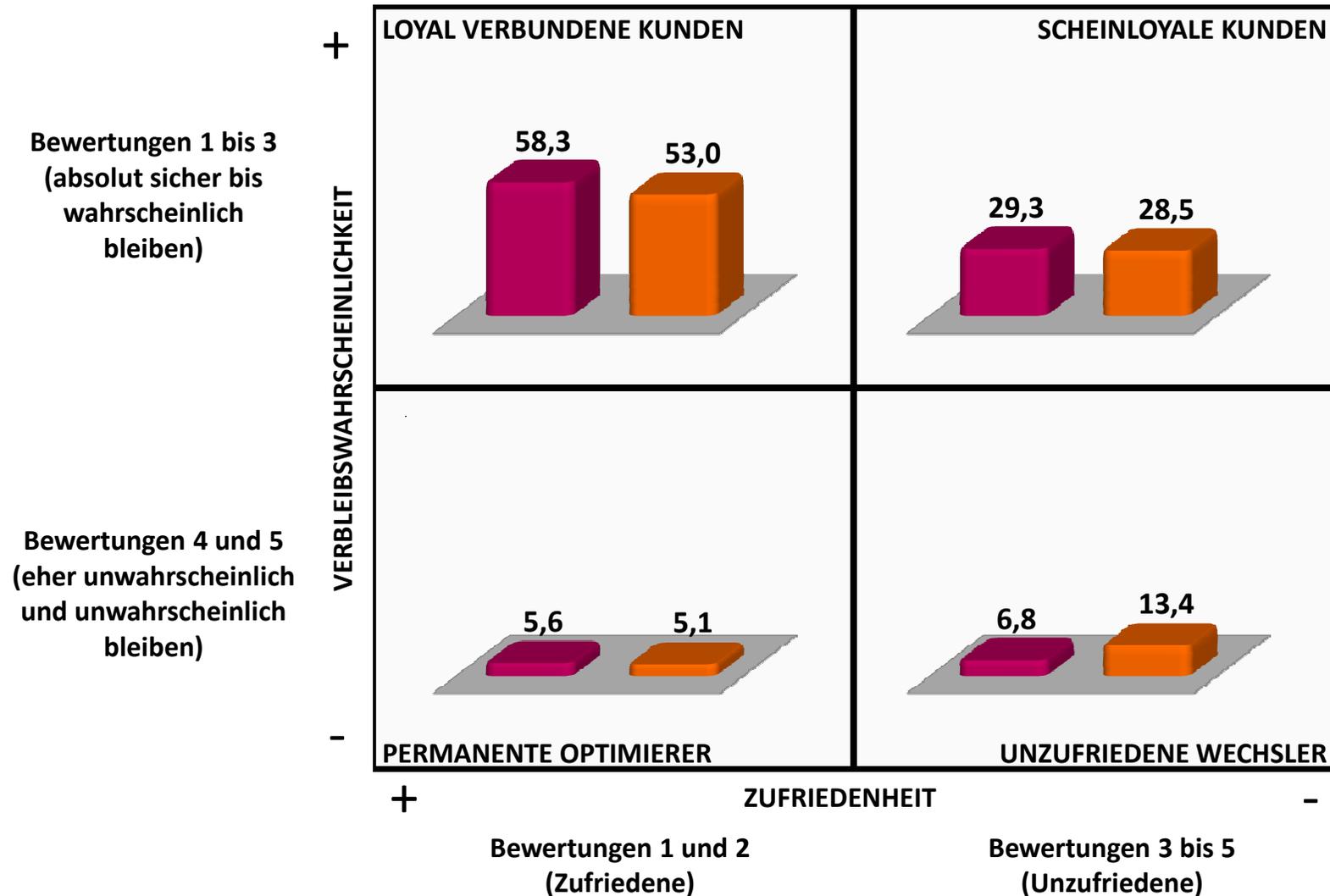
n = 48

Frage 26: Wie wahrscheinlich wird Ihr Unternehmen aus jetziger Sicht Kunde bei seinem aktuellen Erdgasversorger bleiben? Werden Sie ...?

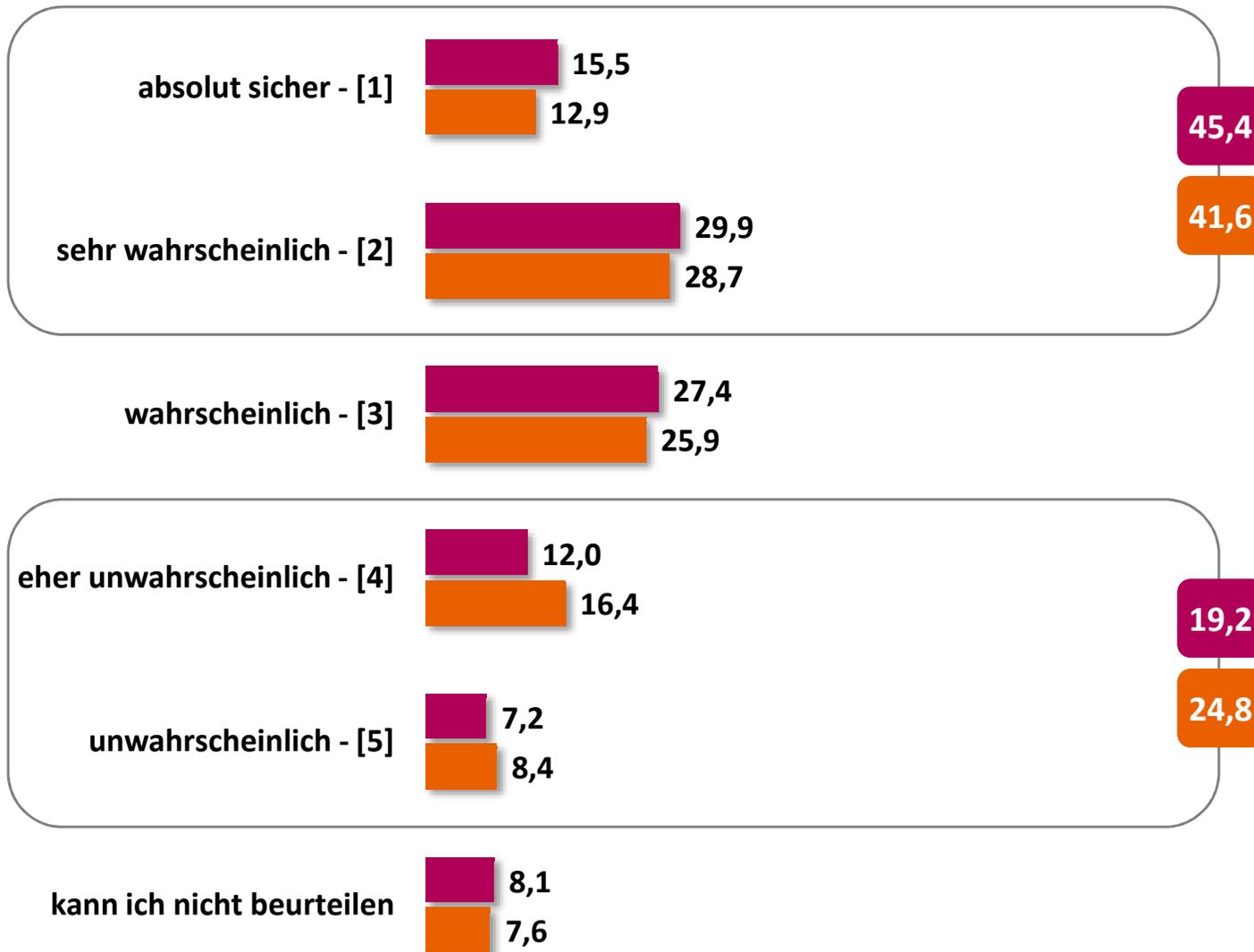
Angaben in %

Zufriedenheits-Bindungs-Tableau

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



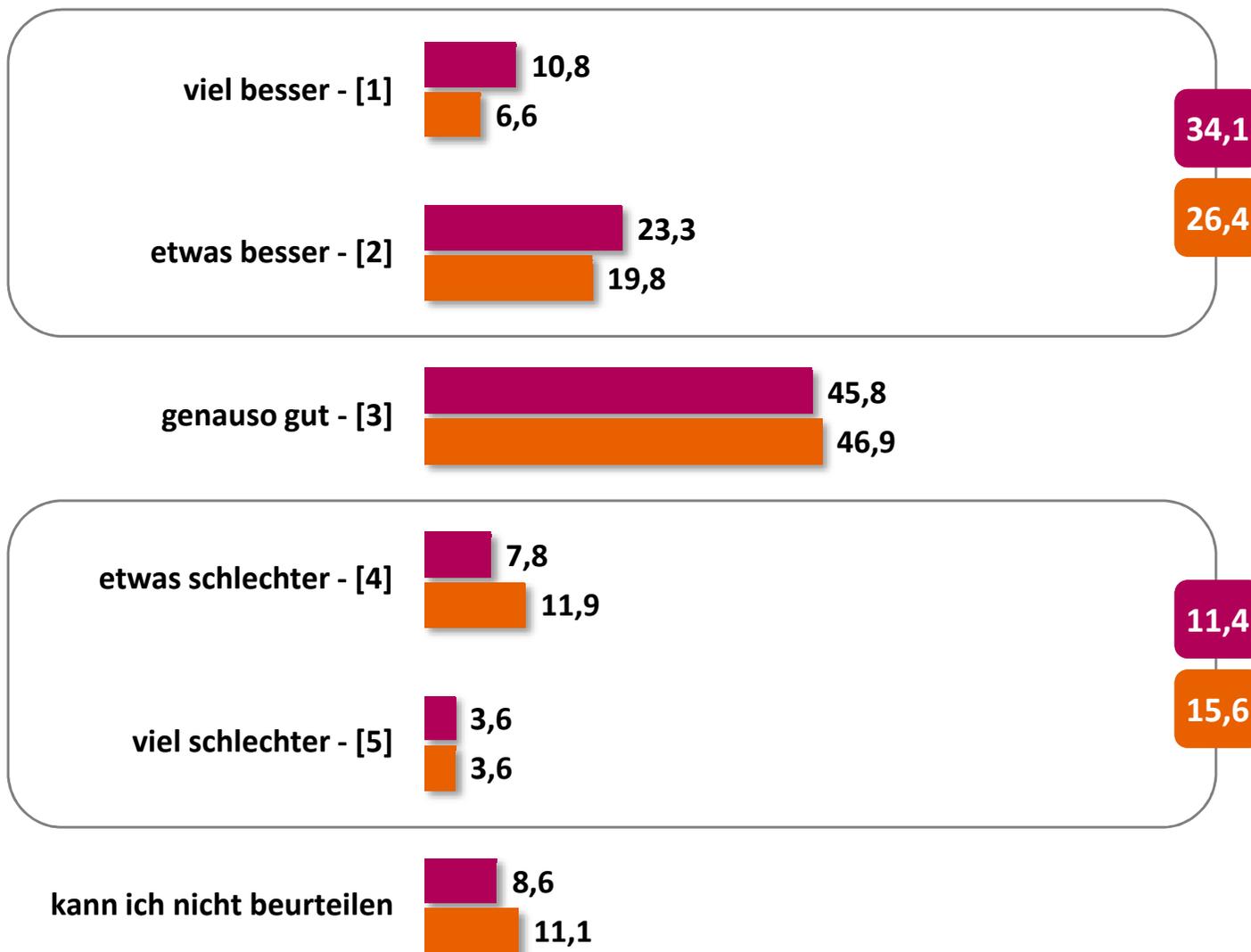
Weiterempfehlungsquote



Frage 27: Wenn Sie von einem Geschäftsfreund um Rat gefragt würden, wie wahrscheinlich wäre es, dass Sie ihm Ihren aktuellen Erdgasversorger empfehlen würden? Wäre es ...?

Angaben in %

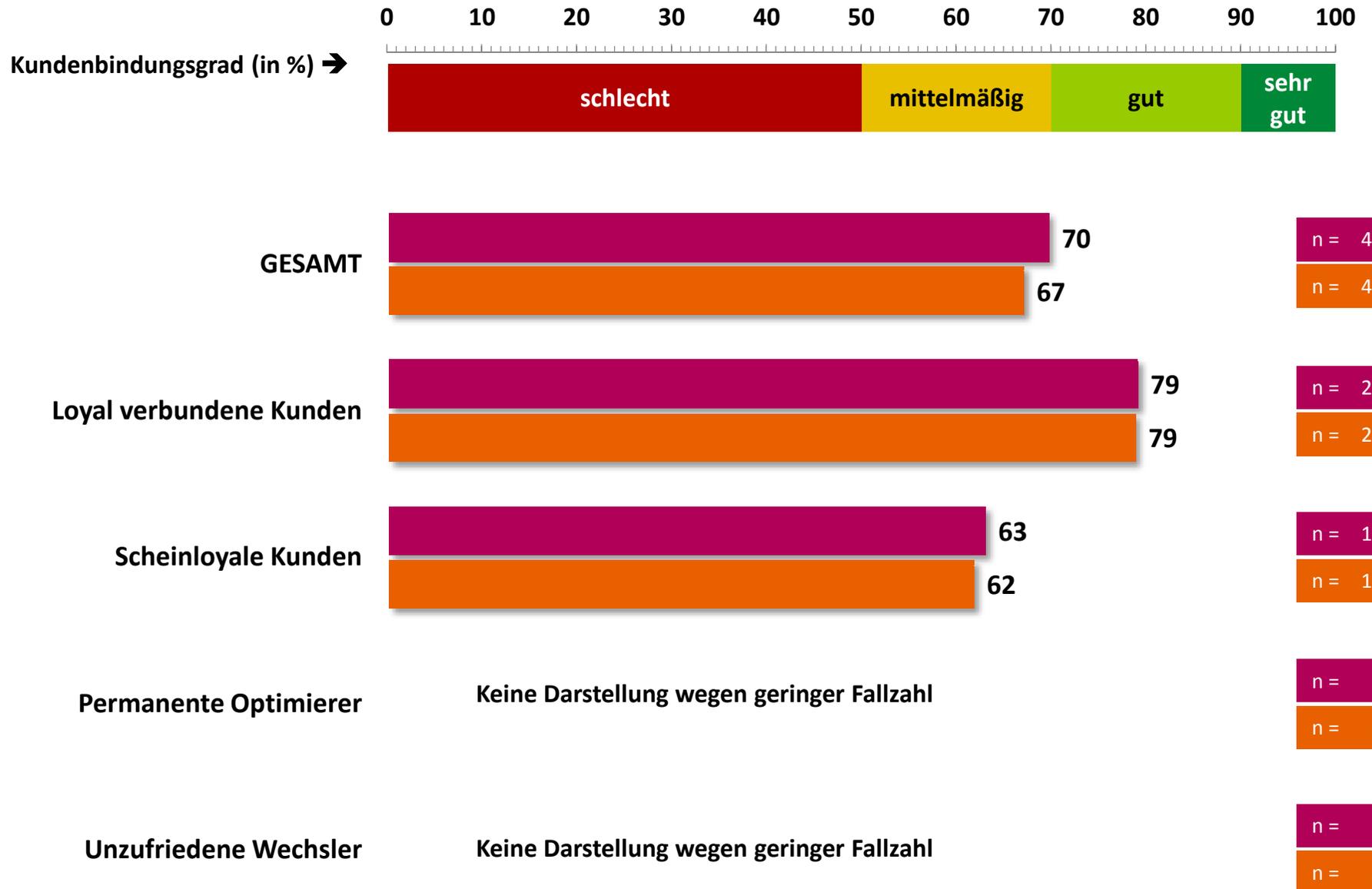
Erdgasversorger im Vergleich



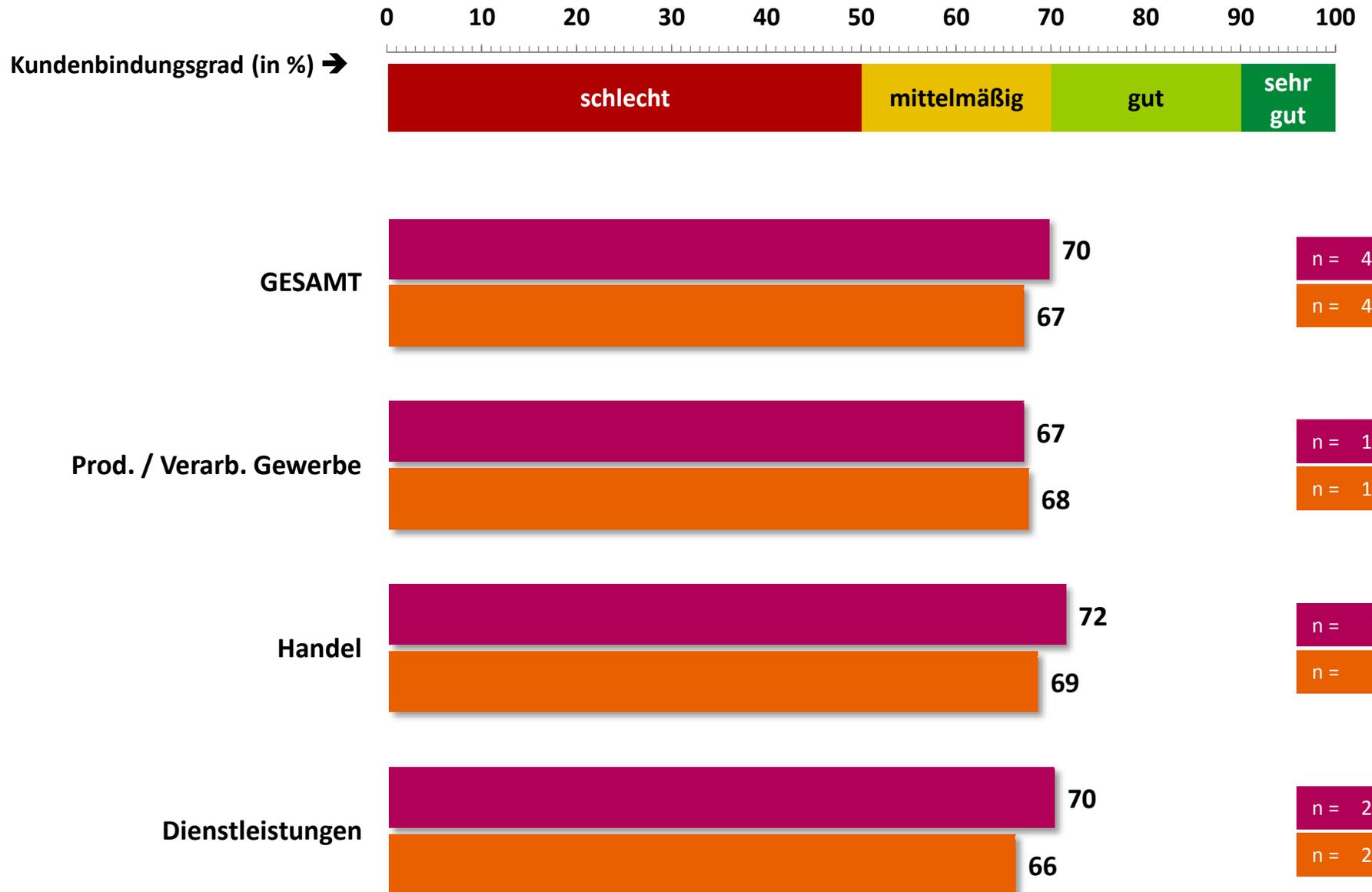
Frage 28: Wenn Sie Ihren aktuellen Erdgasversorger mit Ihnen bekannten anderen Erdgasversorgern vergleichen, halten Sie ihn für ...?

Angaben in %

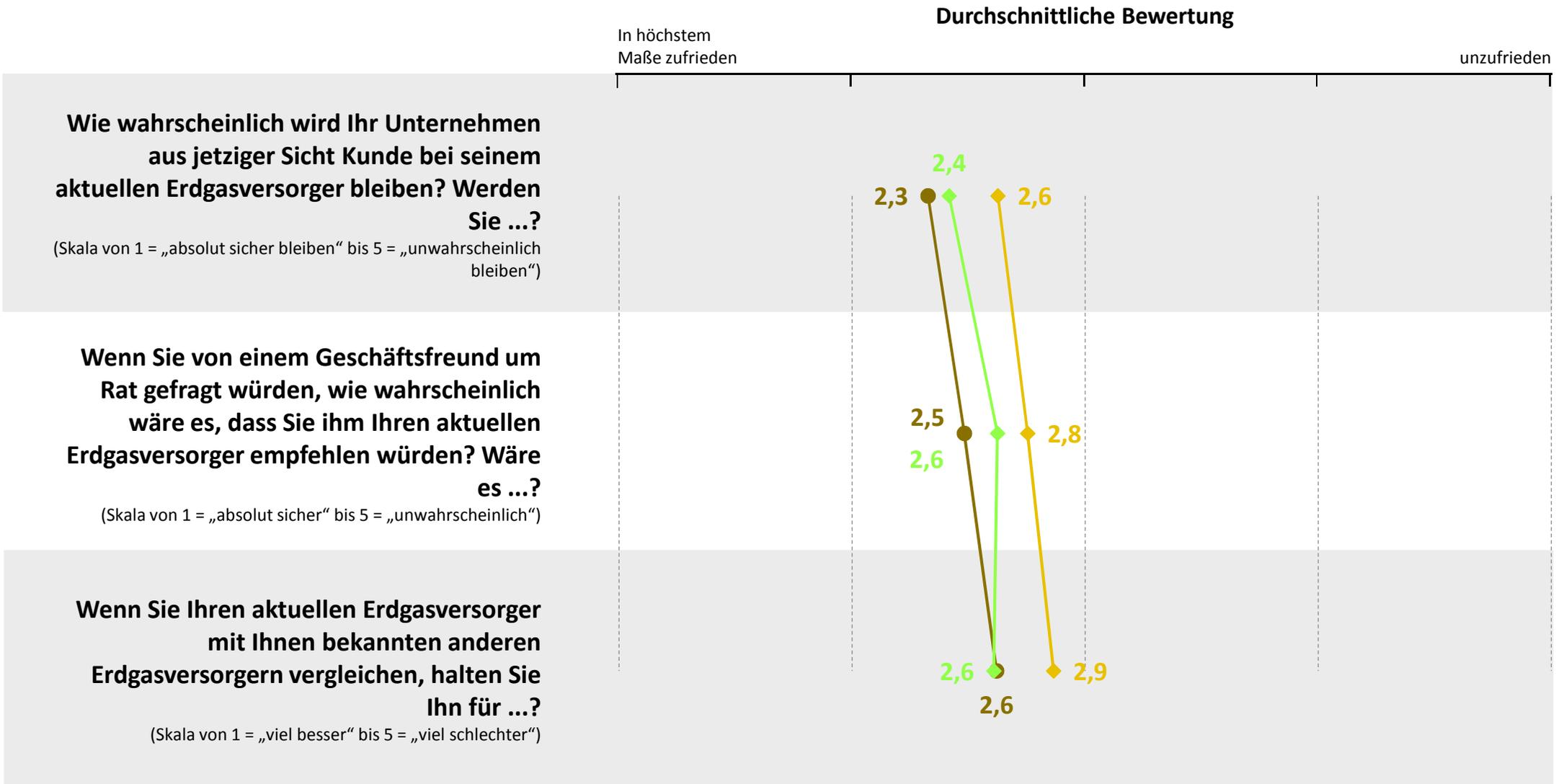
Kundenbindungsindex – Erdgas



Kundenbindungsindex – Erdgas – Differenziert nach Branchen



Aspekte des Wettbewerbs in der Erdgaswirtschaft – Differenziert nach Branchen



Durchschnittswerte

Ergebnisse im Überblick

Energieversorger in der Öffentlichkeit

E-Mobilität

Digitalisierung

Image und Kundenzufriedenheit

Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft

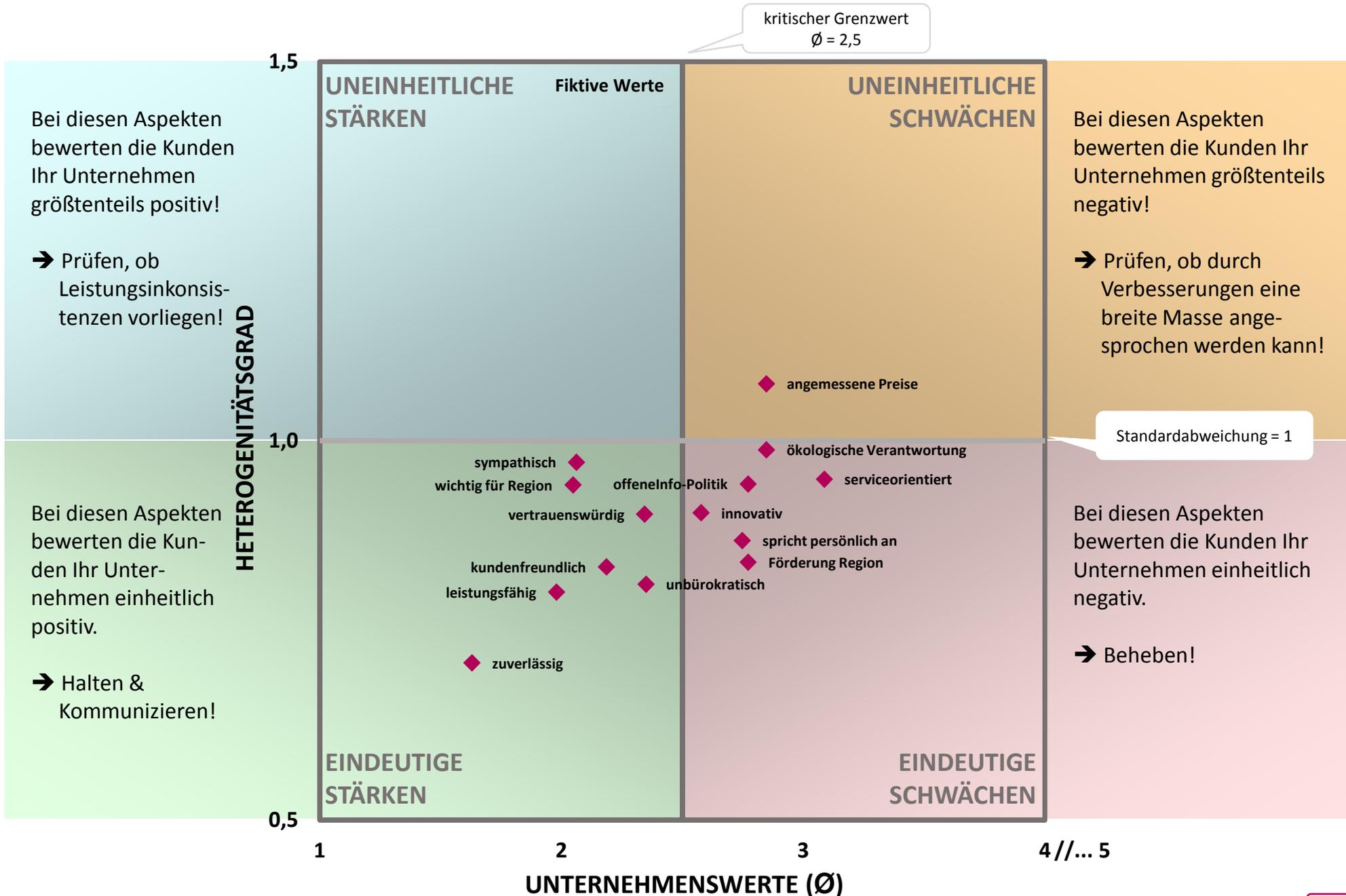
Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft

Handlungsfelder und Ansatzpunkte für EVU

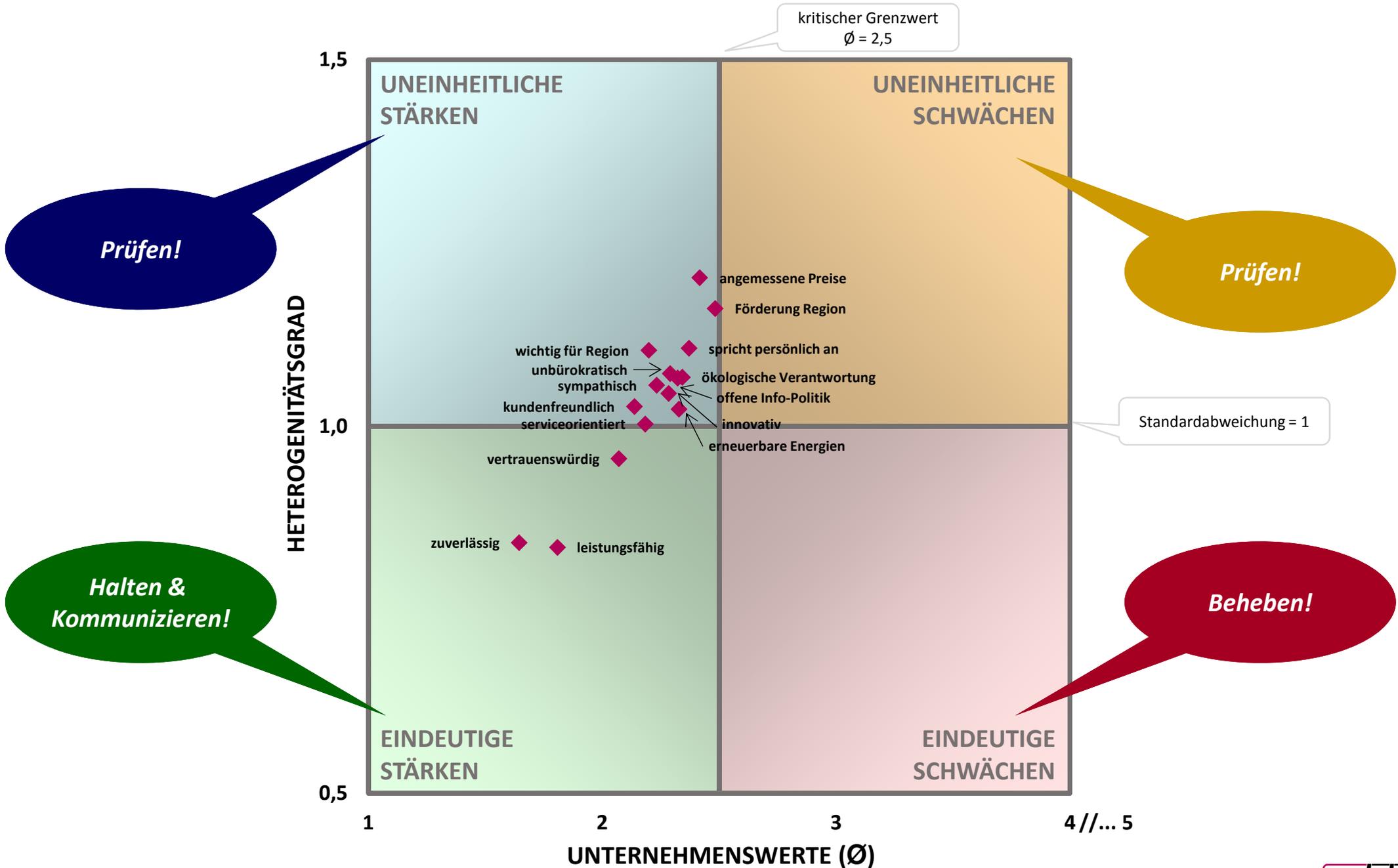
Ergebnisse der Modellanalyse

Anhang – Fragebogen

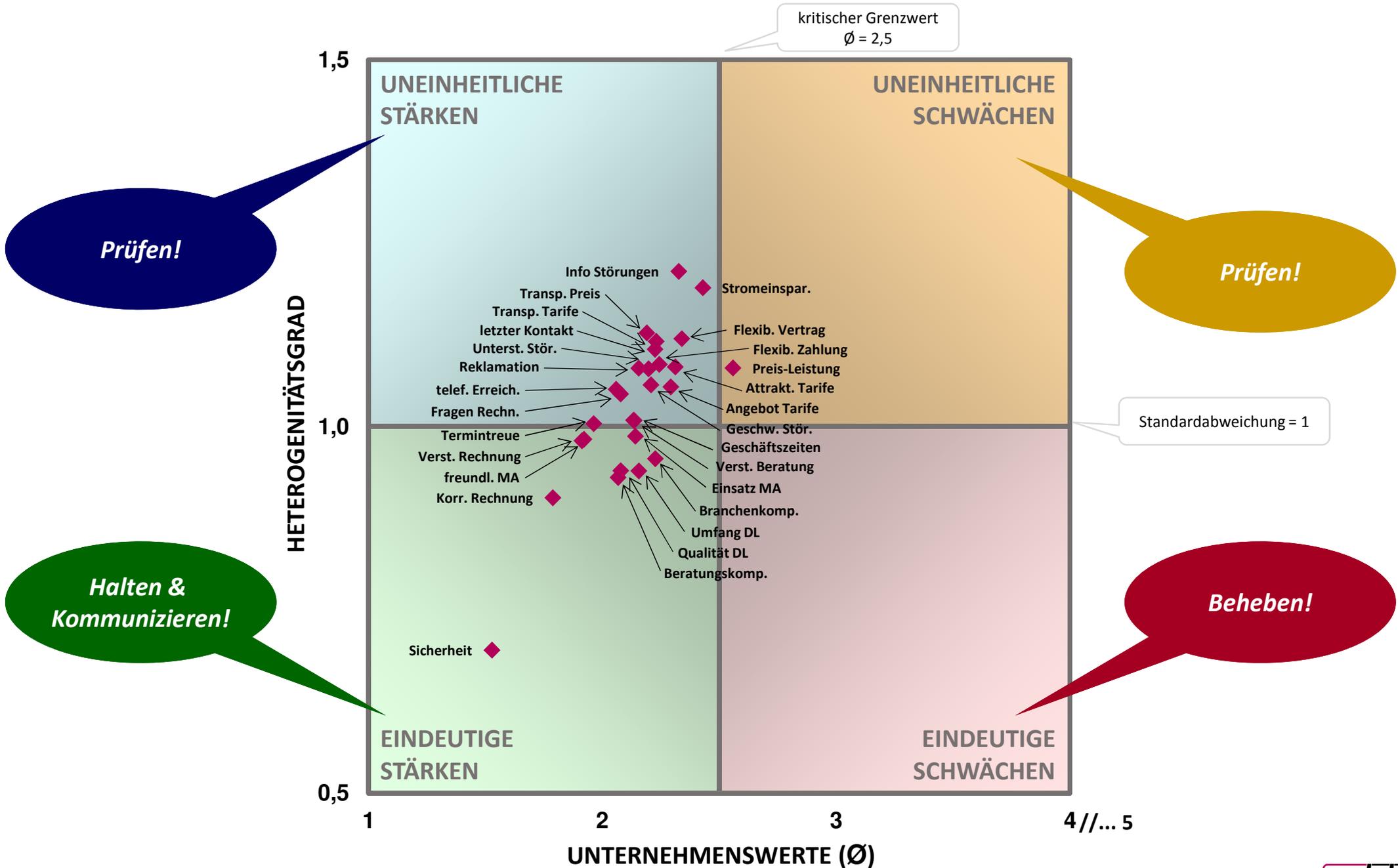
Branchen-Check „Energieversorger“ – Erläuterung



Branchen-Check „Energieversorger“ – Unternehmensimage



Branchen-Check „Energieversorger“ – Kundenzufriedenheit



Ergebnisse im Überblick

Energieversorger in der Öffentlichkeit

E-Mobilität

Digitalisierung

Image und Kundenzufriedenheit

Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft

Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft

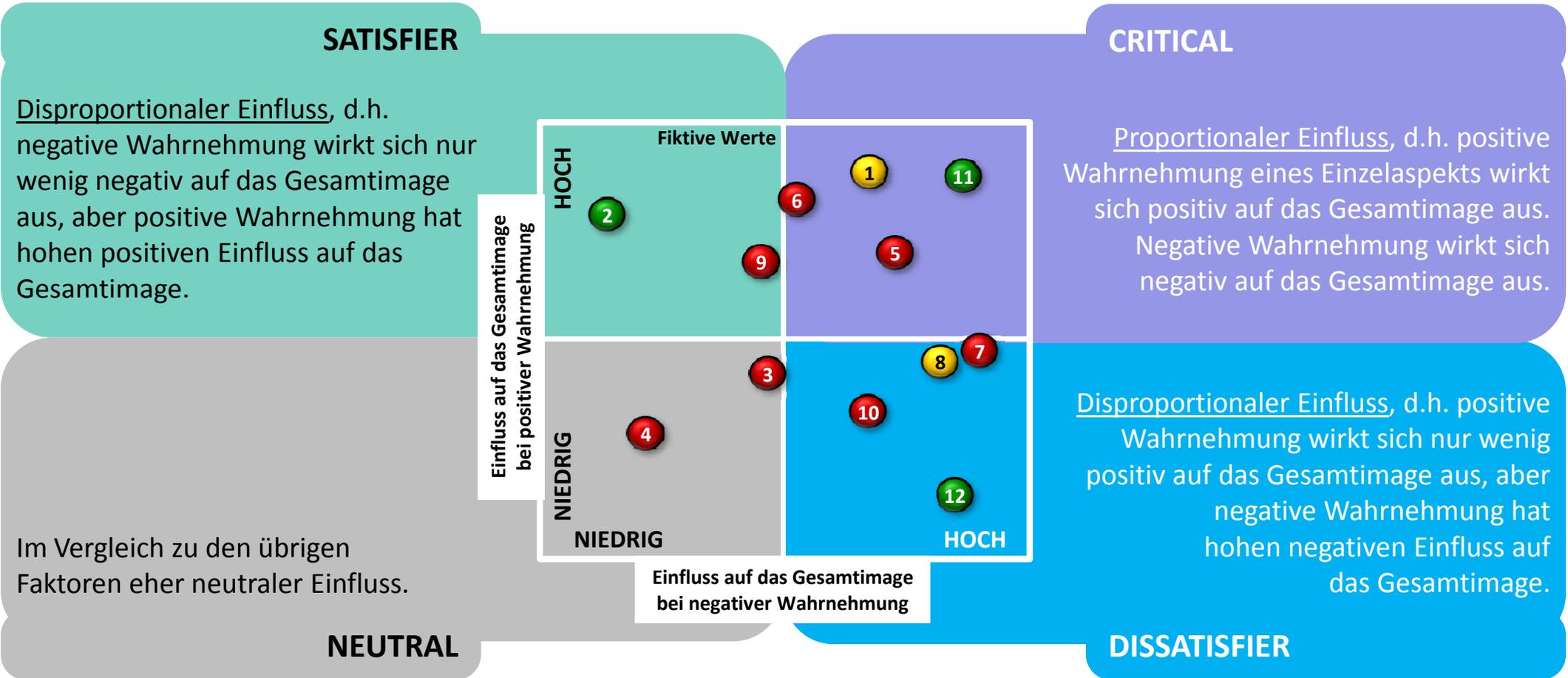
Handlungsfelder und Ansatzpunkte für EVU

Ergebnisse der Modellanalyse

Anhang – Fragebogen

Treiberanalyse – Wirkung von Einzelaspekten auf das Gesamtimage/die Gesamtzufriedenheit

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:



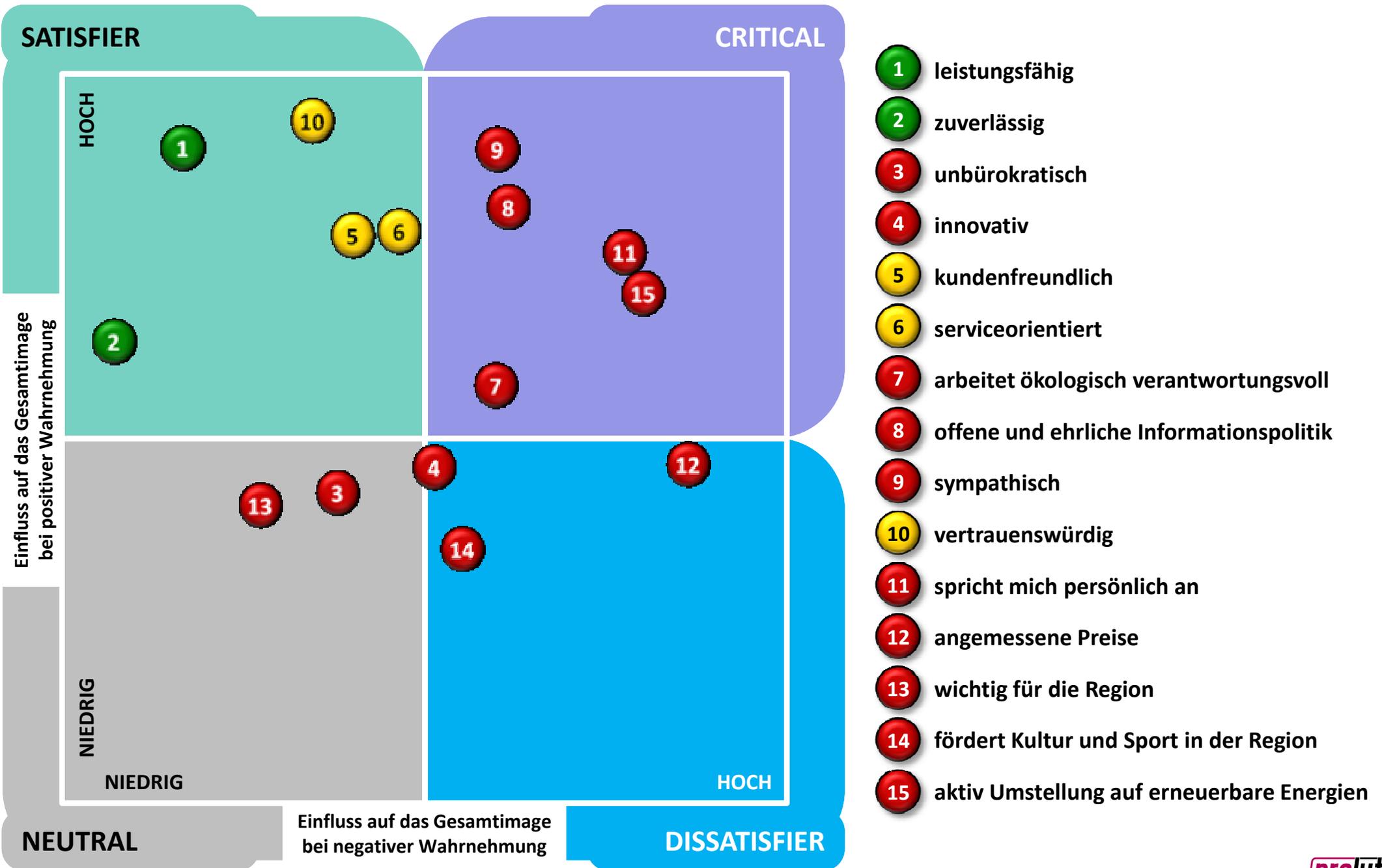
„gut“ Top-2-Notenanteil > 75% und Bottom-2-Notenanteil < 5%

„schlecht“ Top-2-Notenanteil <= 50% oder Bottom-2-Notenanteil >= 10%

„mittelmäßig“ wenn „gut“ und „schlecht“ nicht zutrifft

*Unter Anwendung einer Korrespondenzanalyse

Treiberanalyse – Detailimage im Bezug auf das Gesamtimage



Treiberanalyse – Handlungshinweise Image

„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. sympathisch 
2. spricht mich persönlich an 
3. aktiv Umstellung auf erneuerbare Energien 
4. offene und ehrliche Informationspolitik 
5. arbeitet ökologisch verantwortungsvoll 

2. DISSATISFIER

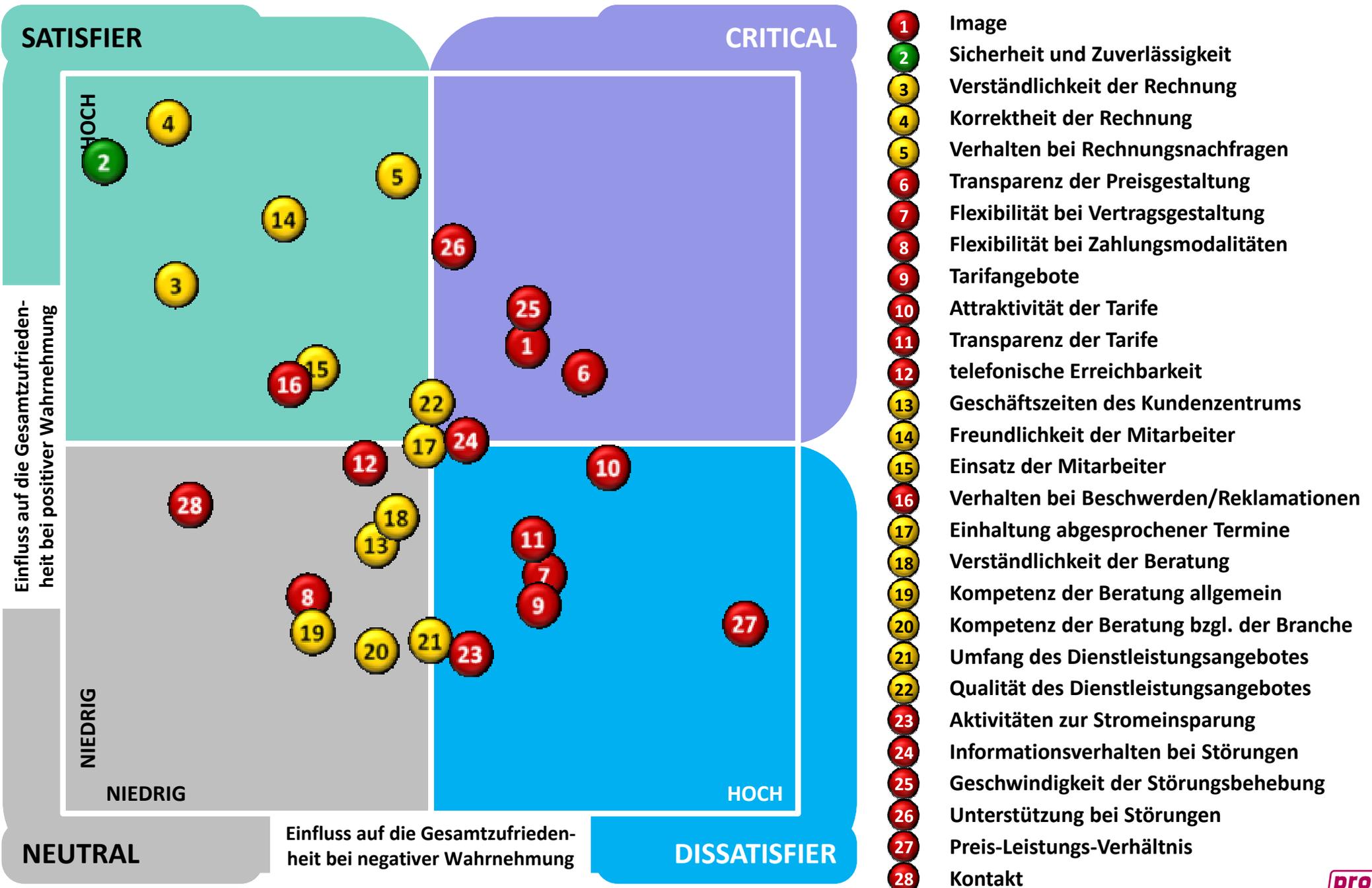
1. angemessene Preise 
2. fördert Kultur und Sport in der Region 
3. innovativ 

„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

Treiberanalyse – Detailzufriedenheit in Bezug auf die Gesamtzufriedenheit



Treiberanalyse – Handlungshinweise Kundenzufriedenheit

„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. Unterstützung bei Störungen | ● ● ● |
| 2. Geschwindigkeit der Störungsbehebung | ● ● ● |
| 3. Transparenz der Preisgestaltung | ● ● ● |
| 4. Image | ● ● ● |
| 5. Informationsverhalten bei Störungen | ● ● ● |
| 6. Qualität des Dienstleistungsangebotes | ● ● ● |

„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

- | | |
|--|-------|
| 1. Verhalten bei Beschwerden/Reklamationen | ● ● ● |
|--|-------|

2. DISSATISFIER

- | | |
|--|-------|
| 1. Preis-Leistungs-Verhältnis | ● ● ● |
| 2. Aktivitäten zur Energieeinsparung | ● ● ● |
| 3. Tarifangebote | ● ● ● |
| 4. Flexibilität der Vertragsgestaltung | ● ● ● |
| 5. Transparenz der Tarife | ● ● ● |
| 6. Attraktivität der Tarife | ● ● ● |
| 7. Umfang des Dienstleistungsangebotes | ● ● ● |

BDEW Kundenfokus

Inhalt

Welle
2018/19

Ergebnisse im Überblick

Energieversorger in der Öffentlichkeit

E-Mobilität

Digitalisierung

Image und Kundenzufriedenheit

Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft

Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft

Handlungsfelder und Ansatzpunkte für EVU

Ergebnisse der Modellanalyse

Anhang – Fragebogen



Fragebogen BDEW-Kundenfokus – Tarif-Gewerbekunden
Jahrgang 2018/2019 – Bundesstudie



STANDARDFRAGEBOGEN – JAHRGANG 2018/2019

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. Könnte ich bitte mit einer in Ihrem Unternehmen für die Energieversorgung zuständigen Person sprechen?

Wenn Zielperson nicht anwesend, Abfrage eines Zeitpunktes der Erreichbarkeit; wenn Zielperson anwesend: verbinden lassen.

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 Datenschutzgesetz, anonym behandelt.

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

SCREENING

- Screener 1** Sind Sie oder Angehörige von Ihnen in der Marktforschungsbranche oder Energiewirtschaft beschäftigt?
- O 1 ja Ende Interview
O 2 nein
-
- Screener 2** Entscheiden Sie selbständig über die Wahl des Energieversorgers für Ihren Betriebsstandort?
- O 1 ja
O 2 nein Ende Interview
O 3 weiß nicht Ende Interview
-
- Screener 3** Sind Sie in Ihrem Unternehmen allein- oder mitverantwortlich für das Thema Energieversorgung?
- O 1 alleinverantwortlich
O 2 mitverantwortlich
O 3 keine Angabe



Fragebogen BDEW-Kundenfokus – Tarif-Gewerbekunden
Jahrgang 2018/2019 – Bundesstudie



- Screener 4** Wie viele Mitarbeiter arbeiten in Ihrem Betrieb (gemeint ist an Ihrer Arbeitsstätte)?
- O 1 unter 5 Mitarbeiter
O 2 5 bis 10 Mitarbeiter
O 3 11 bis 20 Mitarbeiter bis 20 Mitarbeiter quotiert – 80% der Interviews
O 4 21 bis 50 Mitarbeiter 21 bis 50 Mitarbeiter quotiert – 20% der Interviews
O 5 > 50 Mitarbeiter Ende Interview

- Screener 5** Welcher Branche gehört Ihr Betrieb an, was ist der betriebliche Schwerpunkt?

Interviewer: Genaue Branchenbezeichnung erfragen: Landwirtschaft mit ..., Herstellung von ..., Verarbeitung von ..., Großhandel mit ..., Einzelhandel mit ..., Dienstleistung als ...

Quotenvorgaben sind zu beachten!!

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

- GW 1** Setzen Sie an Ihrem Betriebsstandort Erdgas zum Heizen der Gebäude ein oder nutzen Sie Erdgas für andere Prozesse?

- O 1 ja
O 2 nein

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 Ihren Betrieb zurzeit mit Strom?
- Energieversorger: _____

SWI 3 Beziehen Sie Erdgas ebenfalls bei ...[Einblendung SWI2]? Wenn nein, sagen Sie mir bitte, bei welchem Energieversorger Sie Erdgas beziehen.

- O 1 ja
- O 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 Betrieb zutrifft?

INTERVIEWER Antwortvorgaben vorlesen

- O 1 wir haben bereits mehrfach unseren Stromversorger gewechselt. → SWI 7
- O 2 wir haben unseren Stromversorger schon einmal gewechselt → SWI 8
- O 3 wir haben schon intensiv über einen Wechsel nachgedacht und werden in Kürze unseren Stromversorger wechseln → SWI 10
- O 4 wir haben schon intensiv über einen Wechsel nachgedacht, und uns derzeit dagegen entschieden → SWI 10
- O 5 wir haben schon mal über einen Wechsel nachgedacht, uns aber noch keine abschließende Meinung gebildet → SWI 10
- O 6 wir haben noch nicht über einen Wechsel nachgedacht → SWI 10

FRAGENKOMPLEX VERSORGER-WECHSLER

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

- O 1 ja → SWI 10
- O 2 nein → SWI 9.1
- O 3 weiß nicht → SWI 9.1

SWI 9.1 Hat der Wechsel innerhalb des letzten Jahres stattgefunden?

- O 1 ja
- O 2 nein
- O 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?

- O 1 ja
- O 2 nein
- O 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 Betrieb zutrifft?

INTERVIEWER Antwortvorgaben vorlesen

- O 1 wir haben derzeit einen Ökostrom-Tarif
- O 2 wir hatten in der Vergangenheit schon einmal einen Ökostrom-Tarif, jetzt aber nicht mehr
- O 3 wir haben schon intensiv darüber nachgedacht und werden in Kürze einen Ökostrom-Tarif abschließen
- O 4 wir haben schon intensiv darüber nachgedacht und uns derzeit gegen einen Ökostrom-Tarif entschieden
- O 5 wir haben schon mal darüber nachgedacht, uns aber noch keine abschließende Meinung gebildet
- O 6 wir haben noch nicht darüber nachgedacht

INFORMATIONSVERHALTEN ENERGIEVERSORGUNG

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

Interviewer: Antworten vorlesen, zutreffende Antwort auswählen

- O 1 mindestens ein Mal pro Monat
- O 2 alle 2 bis 3 Monate
- O 3 alle 4 bis 6 Monate
- O 4 ein Mal pro Jahr
- O 5 seltener als ein Mal pro Jahr
- O 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

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

- O 1 in Tageszeitungen
- O 2 Zeitschriften/Fachzeitschriften
- O 3 Kundenzeitschrift
- O 4 im Radio
- O 5 im Fernsehen
- O 6 im Kino
- O 7 Messen
- O 8 Plakatwerbung
- O 9 Werbung in Sportstadien (Trikot, Banden etc.)
- O 10 Werbung (Sponsoring) bei anderen Veranstaltungen
- O 11 im Freundes-/Verwandtenkreis o. Berufskollegen
- O 12 Werbefroschüren u.ä.
- O 13 Energierechnung
- O 14 Infopost, Postwurfsendungen (Mailing-Aktionen)
- O 15 Werbung auf Fahrzeugen
- O 16 Internetseiten von Energieversorgern
- O 17 Werbung im Internet
- O 18 soziale Netzwerke, wie Facebook, Twitter, etc.
- O 19 Vergleichsportale im Internet (z.B. verivox, Check24)
- O 20 Kundenzentrum
- O 21 habe nichts gehört, gesehen, gelesen
- O 22 weiß nicht mehr
- O 23 sonstiges, und zwar _____

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

- O 1 ja
- O 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!

- O 1 Tageszeitungen
- O 2 Zeitschriften /Fachzeitschriften
- O 3 Radio
- O 4 Fernsehen
- O 5 Kino
- O 6 Plakate
- O 7 öffentliche Verkehrsmittel
- O 8 Fahrzeuge des Versorgers, Infomobil
- O 9 Infopost, Postwurfsendungen (Mailing-Aktionen)
- O 10 Werbung (Sponsoring) bei anderen Veranstaltungen
- O 11 Werbung im Internet
- O 12 soziale Netzwerke, wie Facebook, Twitter, etc.
- O 13 Vergleichsportale im Internet (z.B. verivox, Check24)
- O 14 Kundenzentrum
- O 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

Fortsetzung Frage 8

- 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
- ist bei der Umstellung der Energieversorgung auf erneuerbare Energien sehr aktiv
- hat bei mir insgesamt ein sehr hohes Ansehen

E-MOBILITÄT

Im Folgenden geht es das Thema E-Mobilität, also um Fahrzeuge, die mit Strom betrieben werden.

Frage 9 Wie interessant ist das Thema E-Mobilität für Ihr Unternehmen? Elektrofahrzeuge ...

Interviewer: Antworten vorlesen!

- 1 interessieren uns überhaupt nicht
- 2 interessieren uns, haben uns aber noch nicht näher dazu informiert
- 3 interessieren uns und haben uns auch schon dazu informiert
- 4 interessieren uns und planen ein E-Fahrzeug anzuschaffen
- 5 nutzen wir bereits

Frage 10 Wie schätzen Sie Ihren aktuellen Stromversorger in Bezug auf die folgenden Aspekte rund um E-Mobilität ein? Vergeben Sie bitte jeweils eine Bewertung zwischen 1 = „trifft voll und ganz zu“ bis 5 = „trifft überhaupt nicht zu“.

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

- mein Stromversorger ist im Bereich E-Mobilität/Stromautos bereits sehr engagiert
- mein Stromversorger verfügt über die nötige Kompetenz, um bei der E-Mobilität/Stromautos ein Ansprechpartner der Kunden zu sein
- mein Stromversorger kann mich bereits jetzt kompetent zum Thema E-Mobilität/Stromautos beraten
- Ich könnte mir auch vorstellen, zukünftig ein Auto bei meinem Energieversorger zu kaufen.

Frage 10.1 Bietet Ihr Stromversorger bereits Ladesäulen für Stromautos im öffentlichen Bereich an?

- 1 ja
- 2 nein
- 3 weiß nicht

Frage 10.2 Hat Ihr Stromversorger Ladestationen für die eigene Garage - sogenannte Wallboxes - im Angebot?

- 1 ja
- 2 nein
- 3 weiß nicht

DIGITALISIERUNG

Im Folgenden geht es das Thema Digitalisierung bei der Energieversorgung.

Frage 11 Nutzen Sie privat und/oder beruflich das Internet?

Interviewer: Antworten nicht vorlesen, Mehrfachnennungen möglich

- 6 privat
- 7 beruflich
- 8 nein..... → Frage 15

Frage 12 Die Digitalisierung erhält auch immer stärkeren Einzug bei den Energieversorgern. Die meisten Anliegen können bereits jetzt schon auf elektronischem Wege via Internet erledigt werden, ohne dass ein persönlicher Kontakt nötig ist. Welche Folgen erwarten Sie als Energiekunde von dieser Entwicklung? Vergeben Sie bitte für die folgenden Aussagen eine Bewertung zwischen 1 = „trifft voll und ganz zu“ bis 5 = „trifft überhaupt nicht zu“.

- Ich spare Zeit bei der Erledigung meiner Anliegen.
- Ich mache mir Sorgen, ob meine Daten sicher sind und sie dahin gelangen, wo sie hingehören.
- Meine Anliegen werden schneller bearbeitet.
- Ich habe Angst, dass mein Energieversorger die Möglichkeiten des telefonischen oder persönlichen Kontaktes einstellt.
- Die Erreichbarkeit meines Energieversorgers ist jederzeit gegeben.
- Digitale Kontaktwege sind für mich als Kunde von Vorteil.
- Durch Kosteneinsparungen beim Energieversorger erhoffe ich mir günstigere Preise.

Frage 13 Würden Sie den Ausbau des elektronischen Kontakts zu Ihrem Energieversorger via Internet in Zukunft befürworten oder ablehnen. Vergeben Sie bitte eine Bewertung zwischen 1 für „befürworte ich sehr“ bis 5 für „lehne ich ganz und gar ab“.

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

- Bewertung

Frage 14 Welche digitalen Angebote Ihres Stromversorgers kennen Sie?

KONTAKTE ZUM EVU

Frage 15 Haben Sie einen festen Ansprechpartner bei Ihrem Energieversorgungsunternehmen [Einblendung SWI 2]?

- 1 ja
- 2 nein

bdew Energie. Wasser. Leben. Fragebogen BDEW-Kundenfokus – Tarif-Gewerbekunden Jahrgang 2018/2019 – Bundesstudie

prolytics

Frage 16 Haben Sie sich schon einmal mit einer Anfrage, Beschwerde oder aus einem anderen Kontaktgrund an Ihren Energieversorger [Einblendung SWI 2] gewandt?

Interviewer: Mehrfachnennung

O 1 ja, mit Anfrage → Frage 16.1 oder Frage 16.2
 O 2 ja, mit Beschwerde → Frage 16.1 oder Frage 16.2
 O 3 ja anderer Kontaktgrund → Frage 16.1 oder Frage 16.2
 O 4 nein, noch nie → Frage 17
 bei Mehrfachnennung → Frage 16.1, sonst Frage 16.2

Frage 16.1 Handelte es sich bei Ihrem letzten Kontakt um eine Beschwerde, eine Anfrage oder einen anderen Kontaktgrund?

O 1 Beschwerde
 O 2 Anfrage
 O 3 anderer Kontaktgrund

Frage 16.2 (Bei Mehrfachnennung Frage 1516: 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?

O 1 telefonisch
 O 2 schriftlich
 O 3 persönlich
 O 4 über Internet
 O 5 per E-Mail
 O 6 über soziale Netzwerke, z.B. Facebook

Frage 16.3 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 16.4 NUR BEI ERDGASBEZUG UND WENN IDENTISCH MIT STROMVERSORGER: Ging es bei Ihrem letzten Kontakt um Ihre Strom- oder Erdgasversorgung?

O 1 Stromversorgung
 O 2 Erdgasversorgung

Frage 16.5 Was war der Anlass für diesen letzten Kontakt?

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

O 1 Inanspruchnahme einer allgemeinen Energiesparberatung
 O 2 Inanspruchnahme einer Heizungsberatung
 O 3 Inanspruchnahme einer Beratung zu regenerativen Energien
 O 4 Inanspruchnahme einer Beratung zu Förderprogrammen
 O 5 Beantragung einer Förderung
 O 6 neuen Vertrag/Tarif abschließen
 O 7 Neuanmeldung/Ummeldung/Abmeldung

bdew Energie. Wasser. Leben. Fragebogen BDEW-Kundenfokus – Tarif-Gewerbekunden Jahrgang 2018/2019 – Bundesstudie

prolytics

O 8 Fragen zur Rechnung
 O 9 Fragen zu Tarifen
 O 10 Rechnungsreklamation
 O 11 Reklamation einer speziellen Leistung
 O 12 Störung allgemein
 O 13 Vertragsverhandlung
 O 14 Strom-/Gaszählerangelegenheiten
 O 15 Reparatur/Installation
 O 16 Abschlagsänderung
 O 17 Zählerstandsmeldung/Mitteilung
 O 18 Produktinformation
 O 19 Allg. Unternehmensinformation
 O 20 Beschwerde über den Service von ...
 O 21 Preisbeschwerde
 O 22 sonstiges, und zwar.....
 O 23 weiß nicht mehr

Frage 16.6 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 16 | Bewertung 3,4,5 →Frage 15.7

Frage 16.7 Aus welchen Gründen waren Sie nicht völlig zufrieden mit diesem letzten Kontakt?

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

O 1 unfreundlicher Ansprechpartner
 O 2 mangelnde Kompetenz des Ansprechpartners
 O 3 mangelnde Branchenkenntnisse
 O 4 mangelnde Entscheidungskompetenz des Ansprechpartners
 O 5 unverständliche Beratung
 O 6 Problem blieb ungelöst/Fragen blieben unbeantwortet
 O 7 mangelnde Kulanz
 O 8 Ansprechpartner nicht zuständig/Ansprechpartner nicht erreichbar
 O 9 schlechte Qualität der ausgehändigten Informationsmaterialien
 O 10 schriftliche Informationsmaterialien konnten nicht ausgehündigt werden
 O 11 es dauerte zu lange, bis das Problem gelöst wurde
 O 12 lange Wartezeiten im Kundencenter oder der Hotline
 O 13 sonstiges, und zwar.....

GENERELLE ASPEKTE ZUR KUNDENZUFRIEDENHEIT

Frage 17 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
- dem Verhalten bei Nachfragen zur Rechnung
- der Transparenz der Preisgestaltung
- der Flexibilität bei der Vertragsgestaltung
- der Flexibilität bei den Zahlungsmodalitäten (Konjunkturschwankungen, Jahreszeiten, ...)

Tarife

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

Kundenbetreuung

- der telefonischen Erreichbarkeit eines Ansprechpartners bei Ihrem Energieversorger
- den Geschäftszeiten Ihres Energieversorgers
- der Freundlichkeit der Mitarbeiter
- dem Einsatz der Mitarbeiter
- dem Verhalten bei Beschwerden/Reklamationen
- mit der Einhaltung abgesprochener Termine

Beratung

- der Verständlichkeit von Beratungsleistungen Ihres Energieversorgers
- der Beratungskompetenz Ihres Energieversorgers allgemein
- der Beratungskompetenz Ihres Energieversorgers bzgl. der Besonderheiten Ihrer Branche
- dem Umfang des Beratungs- und Dienstleistungsangebotes
- der Qualität des Beratungs- und Dienstleistungsangebotes
- den Aktivitäten Ihres Energieversorgers zur Energieeinsparung bei den Kunden beizutragen

Fortsetzung Frage 16:

Störungen der Stromversorgung

- dem Informationsverhalten des Versorgers bei Störungen im Leitungsnetz
- der Geschwindigkeit der Störungsbehebung
- der Unterstützung des Energieversorgers bei Störungen in der Kundenanlage

NACHFRAGEN PREISE/PREIS-LEISTUNGSVERHÄLTNIS - STROM

Frage 18 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!

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

A'POSTERIORI-ZUFRIEDENHEIT

Frage 19 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 20 Wie wahrscheinlich wird Ihr Unternehmen aus jetziger Sicht Kunde bei seinem aktuellen Stromversorger [Einblendung SWI 2] bleiben? Werden Sie ...?

Interviewer: Antwortvorgaben vorlesen! Bei „kann ich absolut nicht beurteilen“ Bewertung 0 eintragen! Bei „0“ → Frage 21

- O 1 absolut sicher bleiben → Frage 20.1
- O 2 sehr wahrscheinlich bleiben..... → Frage 20.1
- O 3 wahrscheinlich bleiben..... → Frage 20.1
- O 4 eher unwahrscheinlich bleiben..... → Frage 20.2
- O 5 unwahrscheinlich bleiben..... → Frage 20.2

Frage 20.1 Warum werden Sie bei Ihrem bisherigen Stromversorger [Einblendung SWI 2] bleiben?

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

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

→ Frage 21

Frage 20.2 Warum werden Sie Ihren bisherigen Stromversorger [Einblendung SWI 2] wechseln?

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

- O 1 Strompreis
- O 2 unflexible Zahlungskonditionen
- O 3 schlechter Service
- O 4 Beitrag zum Klimaschutz
- O 5 Image des alten Versorgers/des neuen Versorgers
- O 6 sonstige Gründe, und zwar _____
- O 7 weiß nicht mehr

Frage 21 Wenn Sie von einem Geschäftsfreund 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!

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

Frage 22 Wenn Sie Ihren aktuellen Stromversorger [Einblendung SWI 2] mit Ihnen bekannten anderen Stromversorgern vergleichen, halten Sie ihn für ...?

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

ZUFRIEDENHEITSURTEILE ERDGAS

Frage 23 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 24 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 25 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!

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

Frage 26 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 27 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!

- O 1 absolut sicher bleiben → Frage 27.1
- O 2 sehr wahrscheinlich bleiben..... → Frage 27.1
- O 3 wahrscheinlich bleiben..... → Frage 27.1
- O 4 eher unwahrscheinlich bleiben → Frage 27.2
- O 5 unwahrscheinlich bleiben → Frage 27.2

Frage 27.1 Warum werden Sie bei Ihrem bisherigen Gasversorger [Einblendung SWI 2/SWI 3] bleiben?

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

- O 1 günstiger Gaspreis
- O 2 kenne derzeit keine bessere Alternative
- O 3 bin soweit zufrieden / nie Probleme gehabt
- O 4 die Preise werden sich ohnehin angleichen
- O 5 noch keine Zeit für Information/Wechsel
- O 6 räumliche Nähe/heimisches Unternehmen
- O 7 Sicherheit der Gasversorgung
- O 8 aus Bequemlichkeit
- O 9 Wechsel lohnt sich nicht
- O 10 guter Service des bisherigen Anbieter
- O 11 sonstige Gründe, und zwar _____

→ Frage 28

Frage 27.2 Warum werden Sie Ihren bisherigen Gasversorger [Einblendung SWI 2/SWI 3] wechseln?

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

- O 1 Gaspreis
- O 2 unflexible Zahlungskonditionen
- O 3 schlechter Service
- O 4 Image des alten Versorgers/des neuen Versorgers
- O 5 sonstige Gründe, und zwar _____

Frage 28 Wenn Sie von einem Geschäftsfreund um Rat gefragt würden, 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!

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

Frage 29 Wenn Sie Ihren aktuellen Erdgasversorger [Einblendung SWI 2/SWI 3] mit Ihnen bekannten anderen Erdgasversorgern vergleichen, halten Sie ihn für ...?

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

FIRMOGRAPHIE

Abschließend bitte ich Sie noch um einige Angaben zu Ihrer betrieblichen Position und Ihrem Unternehmen. Die Angaben sind selbstverständlich freiwillig und werden nur in statistischer Form ausgewertet. Ein Rückschluss auf Ihren Betrieb wird, wie bei allen übrigen Angaben auch, ausgeschlossen. Der Datenschutz wird strikt eingehalten!

Frage 30 Welche Position bzw. Stellung nehmen Sie in Ihrem Unternehmen ein?

- O 1 Geschäftsführer/Inhaber
- O 2 Leitung Einkauf
- O 3 Leitung Technik (Anwendungstechnik/Produktion)
- O 4 Einkauf/kaufmännischer Bereich
- O 5 Technik (Anwendungstechnik/Produktion)
- O 6 sonstiges, und zwar _____
- O 7 keine Angabe

Frage 31 Wie hoch ist der Jahresumsatz Ihres Betriebes (gemeint ist der Nettoumsatz, der an Ihrer Arbeitsstätte erwirtschaftet wird)?

- O 1 unter 250 Tsd. EURO
- O 2 250 Tsd. EURO bis unter 500 Tsd. EURO
- O 3 500 Tsd. EURO bis unter 2,5 Mio. EURO
- O 4 2,5 bis unter 5 Mio. EURO
- O 5 5 Mio. EURO und mehr
- O 6 keine Angabe